



universität
wien

MAGISTERARBEIT

Titel der Magisterarbeit

Reflexive Fernsehunterhaltung
Zur Rolle des Humors in Talk Talk Talk

Verfasserin

JULIA POLZER, Bakk. phil.

angestrebter akademischer Grad

Magistra der Philosophie (Mag. phil.)

Wien, 2015

Studienkennzahl lt. Studienblatt: A 066/841

Studienrichtung lt. Studienblatt: Magisterstudium Publizistik- und Kommunikationswissenschaft

Betreuer: Univ.-Prof. Dr. Jürgen Grimm

Eidesstattliche Erklärung

Ich erkläre hiermit an Eides Statt, dass ich die vorliegende Arbeit selbstständig und ohne Benutzung anderer als der angegebenen Hilfsmittel angefertigt habe. Die aus fremden Quellen direkt oder indirekt übernommenen Gedanken sind als solche kenntlich gemacht. Die Arbeit wurde bisher in gleicher oder ähnlicher Form keiner anderen Prüfungsbehörde vorgelegt und auch noch nicht veröffentlicht.

Wien, 17. März 2015

Julia Polzer, Bakk. phil.

INHALTSVERZEICHNIS

1	EINLEITUNG	8
2	ALLGEMEINER BEZUGSRAHMEN	12
2.1	Talkshows	12
2.1.1	Versuch einer Definition	12
2.1.2	Geschichtlicher Überblick	13
2.1.2.1	Die Anfänge der Talkshow in den USA	13
2.1.2.2	Daily Talks	15
2.1.2.3	Einzug von Talkshows in Deutschland	17
2.1.2.4	Das Streitgespräch	18
2.1.2.5	Confrontainment	19
2.1.2.6	Das (Sub)Genre: Daytime Talkshows	20
2.2	Reflexivität	21
2.2.1	Die Tätigkeit des Zeigens bei Wulff	21
2.2.2	Warum Unterhaltung reflexiv ist	23
2.3	Framing - eine Begriffsbestimmung	26
2.3.1	Primäre Rahmen	26
2.3.2	Moduln und Modulationen (1. Art der Transformation)	28
2.3.3	Die Täuschung (2. Art der Transformation)	31
2.3.4	Das Ausbrechen aus dem Rahmen	32
3	SPEZIFISCHE THEORIEN	34
3.1	Unterhaltung	34
3.1.1	Grundsätze	36
3.1.1.1	Rezeptionsorientierte Ansätze	36
3.1.1.2	Nicht-rezeptionsorientierte Ansätze	38
3.1.1.3	Die Medienpsychologie: Angebot und Erleben	39
3.1.1.4	Die konnektionistische Modellierung	39
3.1.2	Fernsehunterhaltung	40
3.2	Humor	44
3.2.1	Entstehungsgeschichte	45
3.2.2	Charakteristika	46
3.2.3	Funktionen	48
3.2.4	Formen	50
3.2.4.1	Allgemein	50
3.2.4.2	Spezifisch	51
3.2.5	Theorien	55
3.2.5.1	Superiority Theories	55
3.2.5.1.1	Das Lachen als Reaktion auf Missgeschicke	56
3.2.5.1.2	Disparagement Theories	58

3.2.5.2	Incongruity-Theories	61
3.2.5.2.1	Die befreiende Funktion des Lachens.....	62
3.2.5.2.2	Karnevaleske Umkehrung	64
3.2.5.2.3	Theorie der Selbstironie: „Schwarzer Humor“	65
3.2.5.3	Arousal-Theories/ Relief- or Tension-Management–Theories	67
3.2.5.3.1	Die Wirkung tendenziöser Witze: Freud’s Theorie	67
3.2.5.3.2	Der Aktivierungsansatz nach Berlyne und Rothbart.....	68
3.2.5.3.3	Auswirkungen der Witz-Strukturen auf die Rezeptionsweise	69
3.2.6	Exkurs: Witztechniken.....	70
4	EMPIRIE	72
4.1	Methodik – Die quantitative Inhaltsanalyse	72
4.1.1	Die inhaltsanalytische Vorgehensweise	74
4.1.2	Induktion & Deduktion	74
4.1.3	Operationale Definition.....	75
4.1.4	Stichprobenwahl	75
4.1.5	Reliabilität	76
4.2	Beschreibung des Untersuchungsgegenstandes.....	78
4.3	Versuchsaufbau der quantitativen Inhaltsanalyse.....	80
4.3.1	Ebene 1: Dargestellte Talkshows.....	81
4.3.2	Ebene 2: Talk Talk Talk	82
4.4	Forschungsfragen.....	83
4.5	Statistische Auswertung.....	84
4.5.1	Analyse.....	85
4.5.2	Interpretation.....	94
5	RESÜMEE UND AUSBLICK	107
6	LITERATURVERZEICHNIS.....	111
7	TABELLENVERZEICHNIS	116
8	ANHANG	117
8.1	Sendungsplan Talk Talk Talk	117
8.2	Codebuch.....	117
8.2.1	Codieranweisungen	117
8.2.2	Variablen.....	118
8.2.3	Operationale Definition.....	131
9	ABSTRACT	145

Gender Erklärung

Zugunsten der leichteren Lesbarkeit wird auf eine geschlechtsspezifische Differenzierung, wie z. B. Rezipient/Innen, verzichtet. Entsprechende Begriffe gelten im Sinne der Gleichbehandlung für beide Geschlechter und sollten als geschlechtsneutral verstanden werden.

1 Einleitung

„DER HUMOR, ALS DAS UMGEKEHRTE ERHABENE, VERNICHTET NICHT DAS EINZELNE, SONDERN DAS ENDLICHE DURCH DEN KONTRAST MIT DER IDEE.“ (JEAN PAUL)

Unter dem „Deckmantel“ des Humors können Dinge gemacht oder ausgesprochen werden, welche in normalen Gesprächssituationen nicht möglich wären. Diese Tatsache lässt den Menschen gewisse Barrieren in sozialen Situationen überschreiten - z. B. wenn man sagt: „Es war doch nur ein Spaß.“ Das Gefühl der Komik – so Sigmund Freud – beruht auf dem Gegensatz von sinnvoll und sinnlos. „Humor als Kommunikationsmedium“ - davon geht Jörg Räwel aus, wenn er im Zuge seiner Forschung über das Phänomen die Frage stellt, ob der Humor als eine spezifische Form der Kommunikation im systemtheoretischen Zusammenhang verstanden werden kann – nämlich als ein Medium in der Kommunikation (Räwel, 2005, S. 9).

Witzige Bemerkungen, humoristische Kommentare, etc. sind sog. Attraktoren. Sie machen eine Konstitution von Interaktionssystemen äußerst wahrscheinlich. Lustige Kommentare dienen innerhalb des Kommunikationsmediums der Reflexion. Diese humoristische Kommunikation ist bestimmt und legt so die Kommunikation ins Unbestimmte. Das bedeutet, dass diese Art der Kommunikation nicht notwendigerweise einen Anschluss an die Thematik erfordert. Warum aber ist dieses „sinnlose Lachen“ nun so anziehend. Warum will der Rezipient sich mit Hilfe des Humors unterhalten? Humor in medialen Inhalten wirkt in hohem Maße irritierend für die Psyche und erlangt so hohe Aufmerksamkeit. Humor ist, durch deren konventionelle Strukturen an Kommunikation gebunden und unterscheidet zudem diese – bereits vorhandenen – Strukturen. Dies bedeutet, dass innerhalb oder durch Humor, bestehende Konventionen nicht bestätigt werden. Es geht also um die Variierung – etwas Erwartetes tritt nicht ein. (Räwel, 2005, S. 10)

In der vorliegenden Arbeit wird der Humor in seiner Rolle der Reflexivität näher beleuchtet. Konkret geht es darum, herauszufinden, welchen Stellenwert der Humor als Unterhaltungsform in der Clipshow Talk Talk Talk hat und ob er wesentlich zum Erfolg der Sendung beigetragen hat.

Im Zuge einer Inhaltsanalyse mit knapp 280 Clips (Sequenzen) bzw. 22 Sendungen (zwischen 2000 und 2010) galt es folgende Fragen zu klären:

- 1) Wie veränderten sich die Talkshows aus Deutschland und den USA, die als "Clips" für Talk Talk Talk herangezogen wurden?
- 2) Welche allgemeinen Veränderungen sind in Bezug auf Talk Talk Talk zu verzeichnen?
- 3) Was lässt sich über die Veränderung des Humors als Kommunikationsmedium in Talk Talk Talk sagen?
- 4) Welchen Einfluss hat der reflexive Humor in Talk Talk Talk und was könnte das für die Kommunikationsqualität der Sendung bedeuten?

Der Theorieteil der vorliegenden Arbeit gibt gleich am Anfang Aufschluss über die Entstehungsgeschichte der Talkshows und wie diese einst konzipiert wurden bzw. wohin sie sich entwickelten. In diesem Sinne ist auch die Erklärung des Bezugsrahmens von großer Wichtigkeit. Der Bezugsrahmen für die Clipshow Talk Talk Talk ist die Reflexivität, die die Tätigkeit des Zeigens inne hat. Kommt es zum Rahmen der Sendung so erschien es wichtig auch näher auf die Theorien der "Framing Forschung" einzugehen. Die Sendung Talk Talk Talk wird - durch die Humorkomponenten - in einen bestimmten Rahmen gesetzt. Diese Tatsache wirkt sich maßgeblich auf die Rezeption der Sendung aus. Der Rezipient kann klar erkennen, dass - vermeintlich ernste Themen - unter dem Deckmantel bzw. im Rahmen des Humors präsentiert werden.

Der theoretische Rahmen der Arbeit umfasst des Weiteren die Humorthorien und gewährt einen Überblick, wann man sich erstmals Humorformen zum Zwecke der Unterhaltung bedient hat, welche Witztechniken in der Literatur vorliegen und was über die Wirkung des Humors bekannt ist. Da Humor eine bestimmte Form der Unterhaltung darstellt, erschien es mir an dieser Stelle auch wichtig, einen kurzen Überblick über relevante unterhaltungstheoretische Überlegungen zu geben. Es werden einzelne Themen der Unterhaltungsforschung näher beleuchtet. Eine wichtige Rolle dabei spielen die spezifischen Theorien der Fernsehunterhaltung nach Werner Früh.

Der empirische Teil dieser Arbeit stellt zunächst die Methode sowie den Versuchsaufbau der Inhaltsanalyse vor. Die Inhaltsanalyse wurde auf zwei Ebenen strukturiert. Die erste Ebene umfasst die Elemente der einzelnen Talkshows wie Geschlecht, Alter, Schichtzugehörigkeit, verbales Ausdrucksvermögen, Erscheinungsbild, charakterliche

Eigenschaften, Kommunikationshandlungen und körperliche Handlungen. Es wurden jeweils ein Akteur, ein Interaktionsakteur, der Moderator und das Publikum analysiert.

Die Analysedimension der zweiten Ebene ist die Clipshow Talk Talk Talk. Hier handelt es sich ganz klar um die "reflexive Ebene". Der Analyse unterzogen wurden Kommunikationshandlungen, Mimik, Gestik, äußeres Erscheinungsbild der Moderatoren Sonya Kraus bzw. Jessica Stockmann sowie formale Gestaltungselemente der Redaktion wie beispielsweise visuelle oder auditive Einblendungen, überspitzte Kommentare aus dem Hintergrund usw.

Die Auswertung und Interpretation bezieht sich auf die vier oben genannten Fragestellungen. Zunächst soll ein Überblick über die Entwicklung der Talkshows an sich gegeben werden unter dem Gesichtspunkt welche Unterschiede zu einst und jetzt zu erkennen sind. Zum anderen wird ein besonderes Augenmerk auf die Veränderung der untersuchten Clipshow Talk Talk Talk gelegt. Hier wird gezeigt, welchen Unterhaltungselementen sich die Clipshow in den Anfängen bedient hat und welche Formen dann im Laufe des Jahres hinzugekommen sind. Im letzten Teil dieser Arbeit geht es dann vollends um die Reflexivität und um die Frage welche Rolle diese für die Kommunikationsqualität der Sendung spielt.

Mein persönliches Interesse an dem Forschungsfeld der Fernsehunterhaltung wurde bereits 2007 in einer von Herrn Prof. Dr. Grimm gehaltenen "SPEZI Vorlesung" mit dem Titel "Medienunterhaltung – Theorien, Befunde, Perspektiven" geweckt. Inhaltlich ging es hier um die allgemeinen Theorien der Unterhaltungsforschung in den Medien aber auch um spezifische Befunde zu Talkshowanalysen und Wirkungstheorien. Weiterführend beschäftigte ich mich im darauffolgendem Semester mit Stereotypen und Klischees in Fernsehtalkshows. Meine Forschungsarbeit ging näher auf den Vergleich einer österreichischen und einer amerikanischen Fernsehtalkshow ein.

Die vorliegende Arbeit mit dem Untersuchungsgegenstand Talk Talk Talk, hatte ihren Ursprung im Magisterseminar. Anfänglich - im Zuge des Grobkonzeptes - wollte ich der Frage nachgehen, ob Humor & Ironisierung in Talk Talk Talk die Wahrnehmung der Inhalte von Talkshows in Bezug auf die Orientierungs- und Alltagsbewältigung sowie Wertevermittlung verändert. Als es zum detaillierten Forschungskonzept kam hatte sich die Fragestellung etwas konkretisiert und somit wählte ich den Arbeitstitel "Humoristische Veranlagungen als Grundstein differenzierter Medienrezeptionsverhalten". Die Rolle des Humors und dessen Ausprägungen interessierten mich in hohem Maße. Nach Einlesen in die Thematik und vielen

Recherchen habe ich festgestellt, dass - noch vor einer möglichen Wirkungsforschung - der Humor im Detail samt seinen Komponenten, verschiedenen Techniken und schlussendlich auch der genaue Rahmen der Clipshow Talk Talk Talk näher beleuchtet werden müssen. Und genau das spiegelt diese Arbeit jetzt wieder.

2 Allgemeiner Bezugsrahmen

2.1 Talkshows

Um etwaige Entwicklungen der Talkshows im Forschungsteil näher beleuchten zu können, ist es essenziell, deren Geschichte und Hintergrund näher zu beleuchten. Das Kapitel soll einen Überblick über die Ursprungsformen der Talkshows geben und die Etablierung der Daily Talks veranschaulichen. Dieser geschichtliche Aufriss dient dem besseren Verständnis und sorgt für klare Strukturen, die für die Transparenz der Forschung essenziell sind.

2.1.1 Versuch einer Definition

Was ist eine Talkshow? Das versuchte bereits Dietmar Schönherr bei der Premiere der abendlichen Talkshow „Je später der Abend“ seinen Zuschauern erstmals zu erklären.

"(...) Meine Damen und Herren... eine Talkshow - was ist das? Darüber zerbrechen sich seit einiger Zeit die Fernsehmacher in den verschiedenen Anstalten die Köpfe. (...) Talk kommt von to talk, reden, und das Ganze ist also eine Rederei. (...) Talkshow ist etwas, was wir alle nicht kennen; (...)." „Je später der Abend“, Sendung vom 18. März 1973, Transkript (Keller, 2009, S. 231)

Der Terminus „Talkshow“ wurde erstmals in den Anfängen der 1970-er-Jahre gebräuchlich. Während sich bis dato immer wieder neue Formen und Ausprägungen - sog. Genres - entwickeln, bleibt die Grunddefinition dessen, was eine Talkshow darstellt, immer gleich: Es gibt einen Moderator und mehrere Gäste, die sich über ein Thema unterhalten. Aufgrund der Tatsache, dass diverse Variablen wie Lokalität, Vertretung durch andere Moderatoren oder Veränderung des gewohnten Ablaufes lassen eben nicht auf eine „verbindliche Typologie“ schließen (Keller, 2009, S. 14).

Das Wort „Talkshow“ wurde für den deutschsprachigen Raum aus dem Angelsächsischen Bereich übernommen, obwohl sie etwas von dem Verständnis dessen, was die Amerikaner als Talkshow bezeichnen, abweicht. So beschreibt Brian G. Rose (1985) die Talkshow folgendermaßen: "They are obviously, televised broadcasts of conversation (...) (Keller, 2009, S. 329)). Laut Duden hingegen beschreibt die Talkshow eine "bunte, aufwendig inszenierte [musikalische] Unterhaltungssendung". Interessant hierbei ist auch, dass in Großbritannien bereits im Jahre 1945 das Wort „Talkshow“ auftrat, jedoch betraf es damals auch oder vielmehr monologische Formen des Talks im

Radio, also Sendungen, in denen auch nur mit einer Person (vor allem mit Prominenten aus dem Ausland) über ein Thema diskutiert wurde. (Keller, 2009, S. 716ff)

Ab dem Jahre 1958 gab es in Deutschland die Möglichkeit, Programme visuell aufzuzeichnen. Daher beziehen sich Beschreibungen und Schilderungen aus der Zeit davor ausschließlich auf schriftlich aufgezeichnetes Material.

Die Talkshow ist ein Genre, welches sich aus verschiedenen Subgenres zusammensetzt. Diese wiederum können auch neue Mischformen ergeben.

Keller definiert auf Basis dieser Annahme folgende Subgenres (Keller, 2009, S. 20):

- politische Talkshow
- Unterhaltungs-Talkshow
- Prominenten-Talkshow
- Ratgeber-/Lebenshilfe-Talkshow
- Konfrontations-/Combat-/Streit Talkshows
- Bekenntnis-Talkshows
- Late-Night-Show
- Jugend-Talkshow

Die Shows, die innerhalb des - in dieser Arbeit analysierten - Formats Talk Talk Talk verwendet werden, bewegen sich prinzipiell im Bereich Unterhaltung-Talkshow mit starker Tendenz zur Konfrontations-/Combat-/Streit Talkshow und lassen sich zusammenfassen zu dem Begriff des „Daily Talk“. Zudem ist noch festzuhalten, dass sich „Daily Talk“ - laut Keller - lediglich auf den Sendeplatz bezieht, er spricht in seinem Werk von „daytime talkshow“ (Keller, 2009, S. 21).

2.1.2 Geschichtlicher Überblick

2.1.2.1 Die Anfänge der Talkshow in den USA

Am 29. Mai 1950 feierte die Sendung „Broadway Open House“ erstmals ihren Fernsehauftritt. Wenn man diese Show - in welcher zwei Moderatoren abwechselnd durch das Programm führten - mit heutigen Sendeformen vergleicht, so wird sichtbar, dass es zu den Anfangszeiten der Talkshows noch einige Probleme hinsichtlich der Moderation gab. Inhaltlich wurden Sketche, Musik- sowie Tanzeinlagen und

Diskussionen zwischen Gästen dargeboten. „Broadway Open House“ wurde aufgrund mangelnden Erfolgs bereits ein Jahr nach der Premiere abgesetzt (Keller, 2009, S. 38).

Ein wichtiger - immer wieder festgehaltener - Name wenn es um die Entstehungsgeschichte und die ersten Versuche der Talkshow geht, ist Sylvester 'Pat' Weaver. Er war zuerst Programmchef und ab 1953 Präsident der Senderkette NBC. Er war zudem seit dem Beginn seiner Karriere maßgeblich an der Gestaltung der Programmstruktur beteiligt. Sein Ziel war es, den Zuschauer mit immer wiederkehrenden Programmen und Strukturen (dem sog. audience flow) an das Fernsehen bzw. an einen bestimmten Sender zu binden. Dies führte nicht nur dazu, dass Rezipienten zu dieser Zeit abends, sondern zusätzlich auch am Morgen oder mittags Fernsehinhalte konsumierten. (Keller, 2009, S. 32)

Weitere wichtige Namen, wenn es um die Anfänge von Talkshows, insbesondere um die Etablierung der Show „Today“ in New York (NBC) geht, sind Dave Garroway, Jim Fleming und Jack Lescoulie. In die Sendung flossen immer neue Ideen ein. Dies führte sogar bis zum Einsatz eines Schimpansen in der Show, damit auch Kinder einen Zugang zur Sendung fanden. Im Jahre 1954 war „Today“ die profitabelste Sendung des US-Fernsehens (Keller, 2009, S. 37).

Wie alles begann: Im Jahre 1939 startete die Sendekette NBC nach langem Erproben einen regelmäßigen Programmbetrieb. Die erhoffte Euphorie der Zuschauer blieb jedoch weitgehend aus, da die Übertragung noch nicht einwandfrei funktionierte und für das Fernsehen - durch Werbung finanziert - überhaupt nur beschränkte Genehmigungen existierten. Nach dem zweiten Weltkrieg entstanden 1945 die ersten Ansätze des Fernsehens, so wie wir es heute kennen. (Keller, S. 2009, S. 38ff)

1954 wollte Pat Weaver die Sendungslücke, die durch die Absetzung von „Broadway Open House“ entstanden war, durch eine ähnliche Sendung füllen und suchte nach potenziellen Nachfolgern. Auf einem Privatsender wurde er mit Steve Allen und seiner gleichnamigen Show bald fündig und übernahm sie mit dem Titel „Tonight!“ (später „The Tonight Show“ - ab 1962 mit Gastgeber Jonny Carsons) ins Programm von NBC als eine der sog. Late Night Shows. An den Erfolg dieser Late Night Show vermochte nur „The Late Show“ auf CBS mit David Letterman einigermaßen heranzukommen. (Keller, 2009, S. 40ff)

Wissenschaftlich gesehen ist hierbei interessant, dass Steve Allen so erfolgreich war, dass sich sogar Donald Horton und R. Richard Wohl mit seiner Erscheinung im Zuge der „parasozialen Interaktion“ auseinandersetzten und meinten, Allen würde die Grenzen

zwischen Zuschauer und „Persona“ (hier: der Moderator) auflösen. Ein Beispiel für diese vermeintliche Auflösung war der Einsatz einer Kamera auf der Straße vor dem Studio - er verwandelte so die Außenwelt kurzzeitig in eine Bühne.

1956 beendete Steve Allen seine Karriere bei diesem Sendeformat und übernahm eine Sonntagssendung mit dem Titel „Tonight: America after dark“. „The Tonight Show“ wurde daraufhin vom Komiker Ernie Kovacs moderiert. In den Anfängen der 1960-er-Jahre entstand das Talkshow-Format, das mit dem in der heutigen Zeit vergleichbar ist. Es ging in den Shows um Lebensberatung, um persönliche Probleme und natürlich um Sex. Damals jedoch wurden diese Sendungen nicht Talkshow, sondern „town meeting“ genannt. Auch Sendungen, die wir heute als „Gerichtsshow“ kennen, nahmen ab 1949 bereits Einzug ins amerikanische Fernsehen. Damals wurde bereits die Justiz ins Licht der Unterhaltung gerückt. Auch in den frühen Jahren waren die Akteure, wie auch heute in Deutschland, zum einen Laiendarsteller und zum anderen Juristen. (Keller, 2009, S. 43)

2.1.2.2 Daily Talks

Sylvester Pat Weaver hatte die Idee, kleine Pausen innerhalb der Sendung mit Werbung zu füllen. Den regionalen Sendern wurde und wird die Möglichkeit gegeben, sich aus Gemeinschaftsprogrammen auszuklinken um eigene Sendungen auszustrahlen. Diese Sendungen werden dann mit Werbespots regionaler Kunden versetzt. Solche Programme werden syndicated programs genannt. Auch die nun etablierten „Daytime Talkshows“ werden unabhängig von großen Netzwerken produziert. Als wichtigste Zielgruppe galten ursprünglich Frauen zwischen 18 und 49 Jahren. Diese Sendungen werden durch die regelmäßige tägliche Ausstrahlung tagsüber zu einem festen Bestandteil der amerikanischen Haushalte. (Keller, 2009, S. 48 ff)

In den 1960-er-Jahren waren Talkshows vor allem Sendungen, in denen ganz unbeschwert geplaudert wurde. Dennoch (zum Unterschied von heute) trafen Moderatoren auf Prominenz. Dieser Aspekt wurde im Jahre 1967 mit „The Phil Donahue Show“ verworfen. In Donahue's Show wurden erstmals Nachrichten, Unterhaltung und Themen des alltäglichen Lebens miteinander vermischt. Hier wurden auch kontroverse Themen wie Sex, Religion und kulturelle Themen nicht gescheut. Eine weitere Veränderung betraf die Inszenierung des Moderators selbst, der nicht mehr hinter einem Schreibtisch saß, sondern mit einem Mikrofon durch die Publikumsreihen wanderte. (Keller, 2009, S. 51)

Die Sendung schrieb bis zum Jahre 1996 Karriere und hatte ohne Zweifel mehr Befürworter als Kritiker. Als Nachfolgerin galt Oprah Winfrey. Sie moderierte bereits 1984 die Talkshow „A. M. Chicago“, die später in die heute bekannte „The Oprah Winfrey Show“ umbenannt wurde.

Sie selbst nimmt dazu im Jahre 1995 im TV Guide folgendermaßen Stellung:

"Ten years ago, when my show was first syndicated, we started doing what we called 'confrontational TV' - adult incest survivors confrontating their abusers, children of alcoholics confrontating their parents and victims of crime confrontating the people who attacked them. I believe it was important to introduce these issues and face the truth of who we were." (Bock, 2002, S.75, zit. n. Keller, 2009, S. 54)

Dennoch kritisiert Winfrey die Entwicklung hin zum Voyeurismus um der Unterhaltung willen und meint, die Gesellschaft bräuchte keine Show, wo auf schlechten Taten und Missständen herumgehackt wird, sondern vielmehr eine Sendung mit Problemlösungsvorschlägen. Als Antwort auf die Oprah Winfrey Show, angelegt um ein jüngeres Publikum anzuziehen, gelten Ricki Lake und auch die - erstmals 2005 ausgestrahlte – „The Tyra Banks Show“. (Keller, 2009, S. 55f)

Als Wegbegründer des Konfrontationsgesprächs galt jedoch Geraldo Rivera. Seine Sendung wurde 1987 mit dem Titel „Geraldo“ zum ersten Mal ausgestrahlt. Eine Intensivierung dieser öffentlichen Konfrontation lieferte im Jahre 1991 Jerry Springer mit seiner gleichnamigen Show. (Keller, 2009, S. 57)

Abschließend ist festzuhalten, dass sich der oben skizzierte Grundbaustein der amerikanischen Geschichte der Talkshows auf jene bezieht, die nachweislich diese geprägt haben. Es gab und gibt immer wieder neue Talkshows, die - je nachdem - erfolgreich oder weniger beliebt sind beim Publikum. Dennoch orientieren sie sich alle an dem oben vorgestellten Konstrukt.

2.1.2.3 Einzug von Talkshows in Deutschland

Obwohl sehr stark von den USA geprägt, gibt es auch einen eigenständigen geschichtlichen Hintergrund zur Entwicklung der Talkshow in Deutschland. Die Anfänge des Rundfunks waren vor allem dadurch geprägt, dass Programmverantwortliche meinten, Bildung mittels Unterhaltung an die Menschen weiterzugeben. Die Hörfunk- und später auch die Fernsehlandschaft waren in erster Linie geprägt durch das NS-Regime und setzten sich vor allem aus Vorträgen und Lesungen denn aus Diskussionen zusammen. (Keller, 2009, S. 73)

Im Jahre 1945 gab es eine Sendung des NWDR mit dem Titel „Am runden Tisch“. Hier strahlte man erstmals freie Diskussionen zu einem Thema aus. Das Gespräch war zuvor nicht geprobt und wurde auch keiner Zensur unterzogen. Heute ist das selbstverständlich, damals galt das als unerhört (Keller, 2009, S. 74).

Ein wichtiger Name - für die Prägung der Talkshowlandschaft in Deutschland - war Peter von Zahn. Er versuchte in den Anfängen bereits Information mit Unterhaltung zu kombinieren. 1953 gab es im Südwestdeutschen Rundfunk Sendungen mit freien Gesprächen zu bestimmten Themen - eine Unterhaltung vor dem Mikrofon über aktuelle Probleme. Auch im NWDR werden zu dieser Zeit eher politisch geprägte Shows ausgestrahlt in denen über politische Gegebenheiten diskutiert wird. Nach unzählig politisch motivierten Shows im Hörfunk gab es später dann beim Sender NWDR im Jahre 1951 die „Meckerecke“. 1952 wurde sie dann parallel im Fernsehen und im Radio ausgestrahlt. Als Themenspektrum galten Probleme des Alltags. (Keller, 2009, S. 87f)

Im Dezember 1952 war Sendungsbeginn der von Hugo Murero moderierten Sendereihe die heute als sog. Talk-Strecke bezeichnet wird (Keller, 2009, S. 89).

Eine interessante Aussage formulierte Gerhard Eckert, zur damaligen Zeit Programmkritiker, als er meinte:

"So weit wie möglich muss das Interview seinen Charakter als Frage- und Antwortspiel verlieren und ein echtes Gespräch werden zwischen gleichwertigen Partnern, zu denen wir nun gewissermaßen hinzutreten." (Eckert, 1953, S. 78, zit. n. Keller, 2009, S. 89)

Dieses Zitat sagt schon sehr viel darüber aus, was die heutige Talkshow, so wie wir sie kennen, prägte. Der Zuschauer muss sich in die Situation hinein fühlen können. Die erste namhafte Sendung zu dieser Zeit war „Telebar“. Hier agierten ein Moderator und prominente Gäste, die zu einem Thema diskutierten. 1964 präsentierte der Bayrische Rundfunk die Sendung „Journalisten fragen - Politiker antworten“.

Dies war jedoch noch immer keine Diskussion unter Gleichgesinnten. Das Gespräch bewegte sich also nicht auf einer Ebene.

Stellt sich die Frage nach der Orientierung der deutschen Gesprächssendungen so definierten sich die ersten Shows vor allem am Vorbild Englands, das den Fernsehbetrieb bereits 1946 wiederaufnahm. Diese ersten Sendungen basierten auf einem Skriptum und weniger auf freien Diskussionen. Freie Gespräche - und damit auch der voyeuristische Gedanke, dem Publikum Einblicke in private Situationen zu gewährleisten - entwickelten erstmals die Moderatoren Wilfred und Mabel Pickles. (Keller, 2009, 90ff)

Wie man also an der kurzen Darstellung des sehr langwierigen Entwicklungsprozesses erkennen kann, waren es in den Anfängen überwiegend politische Gesprächssendungen, Gespräche mit Fachexperten aller Art oder aber auch mit Prominenten (einige Wenige exkludiert), die die Medienlandschaft prägten.

Mit den 1960-er-Jahren starteten auch Sendungen mit Elementen aus Talkshows von heute. Im Süddeutschen Rundfunk war es beispielsweise die Sendung „Zwischenstation“ mit Henno Lohmeyer oder „Heut`Abend“ mit Joachim Fuchsberger ab 1980. Außerdem sind an dieser Stelle auch die „V.I.P.- Schaukel“ auf ZDF und die Sendereihe „Bitte umblättern“ auf ARD erwähnenswert - beide hielten sich bis in die 1990-er-Jahr. (Keller, 2009, 92ff)

2.1.2.4 Das Streitgespräch

Am Beginn der 1970-er erlebte die Talkshow (diese wurde damals auch zum ersten Mal so genannt) einen erheblichen Aufschwung. Dieser Erfolg ließ jene Kritiker gegenüber des Formats nicht ausbleiben, die meinten, dass diese Art von Sendung niveaulos wäre (Keller, 2009, S. 225). Bei der Einführung des Talkshow-Formats spielte Peter Hajek (damals Filmjournalist) eine wichtige Rolle. Er unterbreitete den Vorschlag einen Versuch nach amerikanischem Vorbild mit einer Talkshow zu starten. Mithilfe von Dietmar Schönherr (damals Moderator bei „Wünsch dir was“) erarbeitete er ein Konzept mit dem Namen „Zoom“. Der Erfolg dieses Konzeptes blieb anfangs jedoch weitgehend aus bis Schönherr auf den Leiter der Hauptabteilung Unterhaltung im WDR getroffen war und dessen Interesse weckte. Am 18. März 1973 feierte die erste deutsche Talkshow unter dem Namen „Je später der Abend“ Premiere, wurde jedoch nach zwei Moderatorenwechsel im Jahre 1978 eingestellt (Keller, 2009, S. 226).

Im selben Jahr wurde die US-Talkshow „Dick Cavett Show“ mit dem gleichnamigen Moderator nach Europa importiert und feierte sehr bald erste Erfolge. Durch seine prominenten Gäste und intellektuellen Themen schien es, als würde das zuerst als oberflächlich abgestempelte Genre nun doch die Menschen vor die Fernsehapparate bringen. Mit dem Import dieser Sendung setzte man die Messlatte für deutsche Talkshows sehr hoch. Bislang von politischen Themen und prominenten Gästen geprägt, erlebte die Talkshow nach und nach einen Umschwung hin zur Disposition des Privatlebens anderer Privatpersonen. Es wurden Themen aus dem alltäglichen Leben ganz „normaler“ Menschen erörtert. Dies löste beim Rezipienten zum einen Befriedigung aus und zum anderen boten diese Talkshows auch Lösungsvorschläge möglicher eigener Probleme (Keller, 2009, S. 253).

2.1.2.5 Confrontainment

Am Beginn der 1980-er-Jahre setzten die Sender mit ihren Talkshows vermehrt auf Konfrontationen innerhalb der Sendungen. Es wurden zu ein und demselben Thema Menschen mit verschiedenen Meinungen und Ansichten eingeladen, um so die Diskussion im Studio anzuheizen. 1989 präsentierte RTLplus „Explosiv - Der heiße Stuhl“ und einige Zeit später „A. T. - Die andere Talkshow“. Die Macher von „Explosiv – Der heiße Stuhl“ legten bereits in den Vorbereitungen darauf Wert den Rezipienten am Ende der Sendung einen „Fernseh-Streit“ zu präsentieren (Keller, 2009, S. 273). Die neue Ära der Talkshows am Nachmittag fing somit ihren Anfang.

Im Jahre 1992 kam Hans Meiser mit der gleichnamigen Sendung ins Fernsehen. Erstmals in der Ära der Diskussionssendungen orientierte sich diese am amerikanischen Mustern. Hans Meiser war also Vorreiter und ließ somit weitere „Talkshow-Küken“ in den Folgejahren schlüpfen, wie z. B.: „Die Fliege“ auf ARD (1994), „Arabella“ auf Pro7 (1994) und „Bärbel Schäfer“ auf RTL (1995).

Um die Jahrtausendwende herum verloren Talkshows dann an Zuschauerzahlen, nicht zuletzt deshalb, weil sehr viele davon „gestellt“ waren. Eine bekennende fiktionale Talkshow war „Nicole - Entscheidung am Nachmittag“ auf Pro7 (2001). Am Rande erwähnt seien hier ebenfalls sog. „Gerichtsshow“ (1999) in denen meist zwei Parteien vor einem „scheinbar echten“ Gericht, das Kompetenz vermitteln soll, um ihr Recht kämpfen. Diese lösten in den Folgejahren viele Talkshows ab. (Keller, 2009, S. 344)

2.1.2.6 Das (Sub)Genre: Daytime Talkshows

„Bizarre talk“, „confessional talk“, „talk/variety“, „talk/service“, „Talk täglich“, „Tages-Talkshow“ oder „Affekt-Talk“ - all dies sind Begriffe die Hoffmann in ihrem Werk synonym für „Daytime Talkshows“ verwendet. So viele Bezeichnungen und doch weiß heutzutage jeder, was damit gemeint ist - nämlich die Talkshow am Nachmittag mit zumeist nicht-prominenten Gästen diskutierend über ein bestimmtes alltägliches, die Gesellschaft betreffendes, Thema. (Hoffmann, 1998, zit. n. Semeria, 1999, S. 30f)

Aus diversen Definitionen der Daytime Talkshows von beispielsweise Shattuc (1997), Livingstone/Lunt (1994), Fley (1994), Miklos (1998), lassen sich folgende Aspekte zusammenfassend festhalten (Semeria, 1999, S. 32):

Der/die ModeratorIn führt durch die Sendung. Im Mittelpunkt steht das medial inszenierte Gespräch. Gespräche werden entweder in confessional talk (Bekenntnis) oder confrontational talk (Streit) unterteilt und beziehen sich auf ein konkretes Thema. Es gibt zwei Arten von Gästen: nicht-prominente Gäste und Experten. Die Studiogäste sitzen nebeneinander mit Blick ins Publikum. Experten nehmen meist im Studiopublikum Platz. Das Publikum bekommt ebenfalls zu gegebenen Zeitpunkten das Wort. Daytime Talkshows sind zumeist Aufzeichnungen. Die Produktion ist standardisiert - dies bringt seriellen Charakter, der Sendeplatz bleibt immer gleich. (Semeria, 1999, S. 32)

Das Subgenre Daytime Talkshows & Reflexivität

Was ist Genre? Ein Genre setzt sich zusammen aus verschiedenen Elementen, bestehend aus

"character types, setting, iconography, narrative and style.", Creeber, 2009, S. 3,
zit. n. Semeria, 1999, S. 32

Der Rahmen für diese Arbeit ist das Subgenre der Daytime Talkshows (weiter unten mehr dazu), die auf reflexiver Ebene rezipiert werden. Dieser sog. Bezugsrahmen hilft den Rezipienten, eine gewisse Linie um das Subjekt herum zu ziehen. Dies wirkt sich auf die Rezeption und das Verständnis aus.

2.2 Reflexivität

"Offenbar treibt der Humor hier ein Spiel mit Stereotypen, die diese reflexiv werden lassen - eine erstaunliche Transformationsleistung." (Grimm, 2014, in: M&Z, 03/2014, S. 13)

In Hinblick auf die vorliegende Arbeit stellt diese Aussage einen sehr wichtigen Punkt dar. Als theoretischer Bezug wird im folgenden näher auf die Reflexivität eingegangen, um aufzuzeigen, welche Funktion diese inne hält, warum Unterhaltung reflexiv ist und welche Leistung die Reflexivität für den Humor im Prozess des Verlachens anderer erbringt.

Das Kapitel beschäftigt sich in einem ersten Schritt mit einer allgemeinen Begriffsdefinition nach Wulff und leitet im Anschluss daran zur Reflexivität der Medien über.

2.2.1 Die Tätigkeit des Zeigens bei Wulff

"Reflexivität wohnt der Tätigkeit des Zeigens selbst inne." (Wulff, 1999, S. 62)

Ein nennenswerter Autor - kommt es zum Diskurs von Reflexivität - ist Hans J. Wulff (1999). Er thematisiert „Elemente der Pragmasemiotik des Films“. Meines Erachtens nach lassen sich diese Elemente auch sehr gut auf Talkshows oder Unterhaltungssendungen im Allgemeinen übertragen.

Reflexivität ist eine Art der Kommunikation im Film und sagt etwas aus, stellt etwas dar und produziert auf diese Weise unterschiedliche Verstehensprozesse. Wulff ist der Meinung, dass meta- oder extradiegetische Überleitungselemente keine Auswirkungen auf die „Illusionierung“ des Zuschauers haben. (Wulff, 1999, S. 68),

"Ganz im Gegenteil vermag sich der Kontakt sogar noch intensivieren, wenn der Text (oder abgebildete Figuren) einen Pakt mit dem Zuschauer schließt. Ein Beispiel sind ironische Verständigungen zwischen Leinwandfiguren und dem Zuschauer gegen andere Figuren des Spiels: Dem Zuschauer wird eine Rolle im Spiel selbst zugemessen." (Wulff, 1999, S. 69)

Ferner in diesem Zusammenhang ist wichtig die rezeptive Einstellung zu erwähnen – eine Voreinstellung des Rezipienten, die er im Prozess des Zusehens als eine Art Schablone anwendet.

Wulff unterscheidet dabei drei verschiedene Typen rezipientenbezogene Einstellungen
(Wulff, 1999, S. 70f):

- 1) Die propositionale Einstellung: Diese ermöglicht den Aufbau einer Illusion auch dann, wenn sich Gesagtes oder Gezeigtes gegen elementares Wissen stellt.
- 2) Die modale Einstellung: Diese Form macht bewusst, dass die Rezeption zwar ein kommunikativer Austausch ist, jedoch keine Realität.
- 3) Die evaluative Einstellung: Sie untersucht und bewertet den Text auf intertextuelle Bezüge.

Das sog. Rahmenwissen des Rezipienten (Wulff, 1999, S. 74) ist dafür verantwortlich, dass Menschen sich - unter der Kenntnis der medialen Rezeption - Medieninhalten zuwenden, die in gesellschaftlichen, realen Gesprächen oftmals als Tabus gelten (Erotik, Sex etc.). Und hier kommt abermals der Begriff des „Voyeurismus“ ins Spiel. Wulff nennt es die Teilnahme an einem „kommunikativen Verhältnis“ (Wulff, 1999, S. 74), das aus einem reziproken Wissen des einen Rezipienten über den anderen entsteht. Als Beispiel sei hier das Kaufen und Ansehen von Herrenmagazinen genannt. Die Macher eines solchen Magazins gehen davon aus, dass Männer es kaufen. Männer wiederum wissen, dass die Macher dies wissen. Und die darin abgebildeten Frauen wissen, dass sie von Männern angestarrt werden. Jeder in diesem „Spiel“ weiß also über seine/ihre eingenommene Rolle Bescheid. (Wulff, 1999, S. 75)

An dieser Stelle sei nochmals kurz auf den Begriff des Rahmens eingegangen. Wie Erving Goffman in seinem Werk der Rahmenanalyse bereits festgehalten hat, gibt es für jede Lebenssituation, für jedes gesellschaftliche Spiel usw. einen Rahmen. (Goffman, 1977) Wulff nennt diesen Rahmen auch „kommunikativen Kontrakt“ (Wulff, 1999, S. 74). Man kann jedoch dieses Spiel nur spielen, wenn alle Beteiligten über den Rahmen des Spiels Bescheid wissen - dies ist bei der Rezeption von Talkshows der Fall.

Mit diesem Thema einhergehend nennt Wulff die „evaluative Einstellung“, die während der Rezeption fast nie abreißt. Es handelt sich um das Gespräch, die Diskussion, die nach einem Film bzw. einer Show stattfindet. Auch dieses Phänomen setzt wiederum ein Raster, einen Rahmen voraus. Evaluativität ist also ein weiteres wichtiges reflexives Kriterium der Rezeption - es geht hier um Bewertungen (Wulff, 1999, S. 75).

Wulff meint, dass dies eben vor allem in der „Kitsch-Rezeption“ vorkommt - also medialen Formaten, welche mit Ironie, Witz und Überzogenem punkten:

"Ich will darauf hinaus, daß in der Kitsch-Erfahrung eine rezeptive Einstellung greifbar wird, die sonst nur schlecht isoliert werden kann, die aber gleichwohl jede rezeptive Tätigkeit durchzieht." (Wulff, 1999, S. 75)

2.2.2 Warum Unterhaltung reflexiv ist

Die wohl wichtigste Frage, die sich in Hinblick auf die hier vorliegende Arbeit stellt, ist, warum Unterhaltung reflexiv ist? Warum sind beispielsweise Sportsendungen (die gefilmt sind) unterhaltsamer als Nachrichten?

"Die Realität der Massenmedien, das ist die Realität der Beobachtung zweiter Ordnung." (Luhmann, 2004, S. 153)

Kommt es zum Verständnis der Massenmedien in deren Rolle als reflexiver Rahmen, so muss verstanden werden, dass der Rezipient / Zuschauer das Beobachten zweiter Ordnung lernen kann. Der Zuschauer wird zum Beobachter von Beobachtern. (Luhmann, 2004, S. 107)

Mediale Reflexivität ist als eine materiale Differenz zu verstehen, wo wahrgenommen wird, dass jemand etwas beobachtet. (Möller, 2004, S. 203)

Es stellt sich in diesem Zusammenhang die Frage, wie ein Werk der Kunst - so kann man mediale Inhalte bezeichnen - auch als solches wahrgenommen wird? In der Regel kennzeichnet sich solch ein Werk durch Anfang und Ende sowie durch den gesetzten Rahmen oder eine bestimmte Bühne der Darstellung. Erst diese Merkmale - so meint Luhmann - vergewissern, dass eine mediale Inszenierung nicht mit dem Alltag vermischt wird. Die Grenze von einer zur anderen Realität ist dabei unsichtbar und wird vom Rezipienten nicht als solche wahrgenommen. (Luhmann, 1997, S. 177)

Kommunikation über Kommunikation - das ist Reflexivität, sie wird als innerkommunikativer Sachverhalt verstanden. (Luhmann, 1987, S. 199),

Luhmann beschreibt diesen Sachverhalt, dass etwas gezeigt wird, folgendermaßen und bezieht sich dabei im Detail auf den Kommunikationsprozess innerhalb des Kommunikationsprozesses:

"Von Reflexivität soll immer dann die Rede sein, wenn ein Prozess als das Selbst fungiert, auf das die ihm zugehörige Operation der Referenz sich bezieht. So kann im Vollzug eines Kommunikationsprozesses über den Kommunikationsprozess kommuniziert werden. Reflexivität nimmt also eine Einheitsbildung in Anspruch, die eine Mehrzahl von Elementen (oft unzählige) zusammenfasst und der die Selbstreferenz selbst sich zurechnet."

(Luhmann, 1987, S. 601)

Niklas Luhmann bezieht sich in seinem Werk "Die Realität der Massenmedien" (2004) auf das allgemeine Modell des Spiels. In Bezug auf eine Theorie der Massenmedien geht es um die Realitätskonstruktion, die während der Unterhaltung stattfindet und um die Codierung von Information und Nichtinformation. (Luhmann, 2004, S. 96)

Das Spiel konstituiert eine Verdoppelung der realen Realität. Dabei wird die als Spiel begriffene Realität von dieser ausgegliedert, es wird quasi eine zweite Realität geschaffen. Wichtig für das Spiel ist eine Begrenzung des zeitlichen Rahmens. Dabei enthält diese - im Spiel geschaffene - Realität immer wieder Verweise auf die erste Realität die gleichzeitig existiert. Essenziell für die Fortsetzung des Spiels ist eine laufende Überwachung der Grenzen. Dieser Abgleich von Grenzen geschieht in Sozialspielen aufgrund der Tatsache, dass mehrere "Spieler" beteiligt sind.

Kommen wir nun explizit zur Unterhaltung. Diese ist kein Sozialspiel, denn es setzt kein gegenseitiges Verhalten mehrerer Beteiligter und keine vorab definierten Regeln voraus. Diese zweite Realität wird optisch oder akustisch markiert. Das kann sich in Form eines Buches, eines Bildschirms oder eines Geräusches manifestieren. Dieser äußere Rahmen, meint Luhmann, eröffnet eine Welt, in der eine fiktionale Realität gilt. Der innere Rahmenbereich ist die Imagination, die allenfalls Information voraussetzt. (Luhmann, 2004, S. 97ff)

Wichtig ist, dass, auch wenn eine Geschichte erzählt wird, die Fiktion nicht Überhand nimmt. Der Rezipient muss eine Relation zu seiner Realität herstellen können, er muss ein Gedächtnis zur Thematik bilden. Das passiert durch das Mitliefern an Inhalten mit bekannten Details. Somit wird eine Verbindung zur personalen Identität des Rezipienten offeriert. Dieser vergleicht das Gezeigte mit sich selbst.

Das Spiel hält eine fiktionale Geschlossenheit inne und ermöglicht es, die reale von der fiktionalen Realität abzugrenzen und einen Rahmen zu ziehen.

Zentral dabei ist, dass bei der Konstitution des medialen Inhaltes, der Vorgang der Produktion dessen, nicht nochmals vorkommen darf. Ist dies der Fall, können Selbstreferenz und Fremdreferenz nicht mehr unterschieden werden. (Luhmann, 2004, S. 99ff)

Luhmann definiert im Rahmen seiner Systemtheorie (Luhmann, 1984) drei Formen der Selbstreferenz:

- 1) die basale Selbstreferenz - diese bezeichnet relationale Definitionen von Elementen in einem System,
- 2) die Reflexivität - die sich mit der zeitgebundenen Bezugnahme auf Prozesse beschäftigt und
- 3) die Reflexion - diese legt eine Innen- und Außenseite fest und ergibt sich aus einer Differenzierung von System und Umwelt.

Alle Abläufe im fiktionalen Bereich der Imagination halten eine gewisse Fremdreferenz inne - jene auf die reale Realität. Der Unterhaltungswert wird vor allem durch diese Unterscheidung von fiktiver und realer Realität produziert. Der "Witz" ist dieser immerwährende Vergleich der beiden. (Luhmann, 2004, S. 114ff)

Auch Unterhaltungsformate haben einen sogenannten Autor, die Differenz von Information und Mitteilung darf jedoch nicht im Format erscheinen, da der Rezipient ansonsten die Konzentration auf diese Differenz legen würde. Es gilt, dass die Aufmerksamkeit zur Gänze auf das Erleben und die Motive fokussiert und das Beobachten zweiter Ordnung lernt. (Luhmann, 2004, S. 107)

Das bedeutet, dass der Zuschauer / der Rezipient als Beobachter von Beobachtern fungiert und dazu gebracht wird, andere Einstellungen aufzugreifen. Die Stelle an der Luhmann auf die zweite Form - neben der erzählenden Unterhaltung - eingeht, erscheint mir für die vorliegende Thematik der "Talkshows" von großer Wichtigkeit. Diese zweite Form ergab sich mit der Entstehung des Fernsehens und ist des Genres der "höchstpersönlichen Erfahrungsberichte". Reale Personen werden in das Format miteingebunden, gezeigt und sichtbar gemacht, vorgeführt und nach intimsten Details ihres Privatlebens ausgefragt. Warum aber zeigen so viele Menschen Interesse an diesen Formaten? Diese Sendungen präsentieren eine zwar glaubwürdige Realität, welche jedoch nicht konsenspflichtig ist. Dem Rezipienten steht es zu jeder Zeit frei, einer Thematik zuzustimmen oder diese abzulehnen und er wird dabei eingeladen, die Inhalte auf sich selbst zu beziehen. (Luhmann, 2004, S. 110ff)

2.3 Framing - eine Begriffsbestimmung

Dieses Kapitel ist insofern für die vorliegende Arbeit relevant, als dass es den Rahmen der im Anschluss dargestellten Forschung transparent macht. Im Detail geht es um die Bedeutung des Spiels und um die bereits oben angesprochene Transformationsleistung, die der Humor sich zuteil gemacht hat. Etwas, das außerhalb des Spiels möglicherweise keinen "Lachfaktor" aufweist, wird durch die Transformation (also durch den Humor) plötzlich verlacht.

„Was [welches eine] geht hier eigentlich vor?“ (Goffmann, 1977, S. 9)

Wie das Zitat zeigt, geht es um Definitionen von Situationen. Denn in vielen Situationen des alltäglichen Lebens verlaufen zur gleichen Zeit mehrere Dinge die vielleicht auch zu verschiedensten Zeitpunkten angefangen bzw. aufgehört haben. In jeder dieser Situationen fragt sich der Mensch was eigentlich passiert, um die ihm umgebene Wirklichkeit für sich selbst organisieren zu können.

Um ein besseres Verständnis zu vermitteln, scheint es an dieser Stelle angebracht zu erwähnen, dass Erving Goffman eher ein Vertreter der Soziologie ist. In der Geschichte des Framing-Ansatzes wird er aber als sog. „Gründer“ dieser Theorie genannt. Zudem weisen seine Annahmen einige Parallelen zur Medien- und Kommunikationswissenschaft auf.

Nach Erving Goffman kommen in Situationen des alltäglichen Lebens alle Beteiligten „ohne jegliche Probe zur Verständigung“ und das, so meint er,

„...spricht nicht gegen die Wichtigkeit unseres Versuchs, auszumachen, worin die anscheinende Übereinstimmung besteht, und wie sie zustandekommt.“ (Goffman, 1977, S. 18)

Das Ziel ist es, Alltagserfahrungen zu organisieren. In unserer Wirklichkeit und somit auch in den unterschiedlichsten Gesellschaften existieren diverse, grundlegende Rahmen. Sie ermöglichen uns das Verstehen und die Einordnung von Ereignissen.

2.3.1 Primäre Rahmen

Primäre Rahmen sind sog. Interpretationsschemata, die wir - in der westlichen Gesellschaft lebenden - Menschen über unsere Reaktion faktisch bestimmen lassen. Diese primären Rahmen weisen einen jeweils unterschiedlichen Organisationsgrad auf

und ermöglichen den Menschen, die sie anwenden, Lokalisierung, Wahrnehmung, Identifikation und Benennung einer Anzahl von Vorkommnissen. Der wichtigste Aspekt der an dieser Stelle erwähnt werden sollte ist die Unterscheidung zweier Klassen primärer Rahmen: natürliche und soziale. (Goffmann, 1977, S. 31)

Natürliche Rahmen unterscheiden sich von sozialen Rahmen insofern als sie nicht gerichtete, nicht orientierte, nicht geleitete Ereignisse identifizieren. Sie werden von Anfang bis Ende auf „natürliche“ Ursachen zurückgeführt. Niemand nimmt auf das Ergebnis Einfluss. Somit gibt es keinen negativen oder positiven Ausgang des jeweiligen Ereignisses, denn es gibt auch keine Sanktionen des Spiels (z. B. Wetterbericht).

Soziale Rahmen umfassen hingegen immer ein steuerndes Eingreifen eines Lebewesens. Das Tun des Lebewesens ist hierfür immer „orientiert“. Es wird hier nach gewissen Maßstäben, denen sich die Menschen unterwerfen, gehandelt. Diese Maßstäbe umfassen die soziale Beurteilung der vorliegenden Handlung, den Grund der Aufrichtigkeit, die Wirksamkeit, die Sparsamkeit usw.

Die fünf Prämissen primärer Rahmen (vgl. Goffmann, 1977, S. 32):

1. Der Komplex des Erstaunlichen: Jedesmal, wenn etwas geschieht, das Zweifel an der allgemeinen Auffassung der Dinge beim Beobachter weckt, suchen wir nach neuen Erklärungen und Steuerungsmöglichkeiten um die Situation zu organisieren.
2. Kosmologische Interessen: Diese Interessen dienen der harmlosen Unterhaltung – wie beispielsweise die Vorführung von Kunststücken unter manchmal fast scheinbar unmöglichen Bedingungen.
3. Die Selbstständigkeit der Objekte: Ein Objekt, das zuerst der sicheren Steuerung unterlag, wird von einem Moment zum anderen selbstständig – es weicht also vom Kurs ab und verliert die Kontrolle. Als Beispiel hierfür soll das sprichwörtliche „Fettnäpfchen“ dienen.
4. Der Zufall: Beim Zufall handelt es sich um ein bedeutsames Ereignis das zufällig und unerwartet entstanden ist. Auch wenn etwas zufällig ist, bedeutet es nicht gleichzeitig, dass jemand die Kontrolle über ein Ereignis verloren hat. Da niemand verantwortlich gemacht wird, liegt ein natürlicher Rahmen vor, außer die Bestandteile des Ereignisses sind sozial geleitete Handlungen.

5. Das Trennungsproblem: Das Problem der Trennung drückt sich in Anspannung und Witze-Machen aus. Für gewisse Situationen gibt es spezielle, rituelle Bedeutungen die zumeist noch aus früheren Jahren existent sind. So ist beispielsweise die Mund-zu-Mund-Beatmung bei Unglücksfällen ein Problem, weil das Berühren des Mundes eine andere Bedeutung hat.

2.3.2 Moduln und Modulationen (1. Art der Transformation)

In Bezug auf Moduln und Modulationen stellt Goffman insbesondere Gregory Bateson's Begriff des Spiels in den Mittelpunkt. (Bateson, 1952, zit. n. Goffmann, 1977, S. 52)

Etwas aus der Wirklichkeit, aus dem alltäglichen Leben, dient sozusagen unter einigen Gesichtspunkten verändert - im Spiel - als Formgrundlage. Die zweite Eigenschaft des Spiels ist es, dass alle die daran beteiligt sind, wissen, dass es sich hierbei um ein Spiel handelt. (Goffmann, 1977, S. 52)

Unter diesen Gesichtspunkten des Spiels lassen sich daraus abgeleitet einige Regeln bzw. Voraussetzungen festlegen, die wirkliches Handeln in etwas Spielerisches transformieren (Goffmann, 1977, S. 53ff):

- a) Die gewöhnliche Funktion einer Handlung wird in einem Spiel nicht ausgeführt.
- b) Manche Handlungen werden übertrieben.
- c) Die Formgrundlage die als Handlungsabfolge dient wird nicht vollständig und genau eingehalten, unterbrochen oder mit anderen vermischt.
- d) Es gibt immer wieder Wiederholungen.
- e) Alle Teilnehmer an einem Spiel müssen freiwillig Teil dieses Spiels sein und können auf Wunsch wieder aussteigen.
- f) Es geschieht während des Spiels eine Auflösung der Hierarchie. Dies wird durch einen Rollenwechsel innerhalb der Teilnehmer vollbracht.
- g) Das Spiel wird nicht durch äußere Einflüsse beeinträchtigt und hat zumeist einen anderen zeitlichen Ablauf als die Formgrundlage aus der Wirklichkeit.
- h) Ein Mensch kann sich gegenüber einem Partnerersatz spielerisch verhalten, taucht jedoch ein geeigneter Partner auf, kommt es zum sozialen Spielverhalten.
- i) Im Spiel existieren eigens ernannte Zeichen welche das Ende und den Anfang kennzeichnen.

Das Spiel bei Tieren hält den Begriff des „Moduls“ (key) inne. Ein Modul ist ein System von Konventionen. In ihm wird eine bestimmte Handlung bzw. Tätigkeit die in einem primären Rahmen bereits als sinnvoll beschrieben wurde in etwas anderes transformiert - etwas das dieser Tätigkeit nachgestellt ist. Diesen Vorgang der Transformation nennt man Modulation. (Goffmann, 1977, S. 55)

Moduln gibt es im menschlichen Bereich in Hülle und Fülle. Ein Mensch kann dadurch z. B. unter dem „Mantel des Spiels“ einen Kampf nach einem Drehbuch aufführen, phantasieren oder analysieren - um nur einige zu nennen.

Aufgrund dieser Tatsache lässt sich die im Folgenden festgehaltene Definition konstruieren (Goffmann, 1977, S. 57f):

- a. Die systematische Transformation erfolgt nur aufgrund eines Sachverhaltes der im primären Rahmen eine sinnvolle Bedeutung hat.
- b. Die Beteiligten müssen stets wissen, dass das was in einem Spiel vor sich geht immer neu bestimmt wird.
- c. Für die Transformation im Spiel herrschen zeitliche Grenzen.
- d. Die Modulation ist keineswegs auf bestimmte Ereignisse beschränkt, dennoch sind ihr die sozialen Bezugssysteme eher zugänglich als die natürlichen.
- e. Die innerhalb einer Modulation stattfindende systematische Transformation verändert die Beobachtung der Beteiligten.

Ist eine Handlung also nicht moduliert, so bezeichnet man sie (zumeist) nicht als Spiel. Das muss aber nicht notwendigerweise bedeuten das alle ernsthaften Handlungen unmoduliert und alle nicht-ernsthaften Handlungen moduliert sind.

Goffman kommt aufgrund obiger Erläuterungen auf folgende Moduln, die in unserer Gesellschaft existieren: So-Tun-Als-Ob (Verstellung, Witze, Theater nach Drehbüchern), Wettkämpfe (Sportarten wie Boxen, Turnierfechten, Fuchsjagd), Zeremonien (Heiratszeremonien, Bestattungen – überall wird vorher etwas geprobt), Sonderausführungen (Üben, Demonstrationen/Vorführungen, Dokumentationen, Rollenspiel-Veranstaltungen, Experimente) und das In-anderen-Zusammenhang-Stellen (Wohltätigkeit, Holzfällerarbeiten die auf ärztliche Verordnung ausgeführt werden, niedere Arbeiten die der Bestrafung dienen). Diese Moduln finden wir in unserer Gesellschaft wieder und in ihnen beobachten wir eine Modulation. (Goffmann, 1977, S. 58f)

Es gibt jeweils unterschiedliche Modulationen, weil sie durch unterschiedliche Transformationen gekennzeichnet sind. Dies hängt vor allem damit zusammen in welchem Grad Ausschnitte aus der Wirklichkeit in das Spiel transformiert werden.

Wenn es in Goffman's Werk zu Aufführungen von Bühnenstücken kommt, ist ein Aspekt für die vorliegende Forschung besonders relevant: die Art und der Grad der Modulation.

„Und natürlich kann ein bestimmtes Bühnenstück nicht nur in ganz verschiedenen Versionen (vom klassischen bis zum modernen Kostüm) gebracht werden, sondern eine dieser Versionen kann auch verspottet, verulkt, übertrieben, ausgewalzt werden, wobei jeweils eine herkömmliche Darstellung als eigener Gegenstand genommen wird, mit dem etwas gemacht wird.“ (Goffman, 1977, S. 95)

Wichtig bei all diesen Betrachtungsweisen ist jedoch, dass ein Modul nur etwas durch eine Transformation übersetzen könne, was bereits im primären Rahmen als sinnvoll erschienen ist. Es kann also der Fall sein, dass eine erneute Modulation einer bereits modulierten Situation stattfindet. Dies würde folglich bedeuten, dass die neue Modulation auf die erste Bezug nimmt, und nicht auf den primären Rahmen. Dennoch muss der primäre Rahmen immer vorhanden sein, da sonst die neue Modulation keine Basis hätte. Bei der neuerlichen Transformation wird sodann die Modulation dieses Rahmens transformiert. (Goffman, 1977, S. 95f)

Als Überbegriff der Modulation einer Modulation verwendet Goffman das Wort „Schicht“. Jede Modulation bedeutet also das Hinzufügen einer neuen Schicht. Die eine ist die innerste Schicht, die, in welcher sich das dramatische Geschehen abspielt. Die andere ist die äußerste Schicht, sozusagen der Rand des Rahmens. Er bestimmt den Status in der äußeren Welt. (Goffmann, 1977, S. 176f)

Als interessantes Beispiel bezieht sich Erving Goffman auf folgende Situation:

„Das Zersägen eines Baumstammes ist eine untransformierte zweckorientierte Handlung; das Zersägen einer Frau vor einem Publikum ist eine Vortäuschung dieses Vorgangs; wenn der Zauberer für sich allein seine neuen Gerätschaften ausprobiert, dann ist das eine Modulation einer Täuschungskonstruktion; [...]“ (Goffman, 1977, S. 177)

Wenn ein Stück geprobt wird, handelt es sich um eine neuerliche Modulation. Auch eine auf der Bühne aufgeführte Probe, die zum Inhalt des Drehbuches gehört, ist eine Modulation. Der Rand ist in beiden Fällen jedoch ein unterschiedlicher. Ersterer Rand ist eine Probe, zweiterer ein Stück.

2.3.3 Die Täuschung (2. Art der Transformation)

Die Modulation dient als die erste Art der Transformation - immer als Muster für etwas anderes. Die zweite Art der Transformation ist die Täuschung.

„Ich meine das bewusste Bemühen eines oder mehrerer Menschen, das Handeln so zu lenken, dass einer oder mehrere andere zu einer falschen Vorstellung von dem gebracht werden, was vor sich geht.“ (Goffman, 1977, S. 98)

Die Täuschung verfälscht das Realitätsbild und die Sicht der Welt und wird deshalb auch als eine Art Verschwörung bezeichnet. Auf der einen Seite können nun die Täter (diejenigen die die Täuschung durchführen), auf der anderen Seite die Opfer (diejenigen die getäuscht werden) gesehen werden. Besteht das Feld der Täter aus mehreren Personen so ist hier eine versteckte, komplizenhafte interne Kommunikation von Nöten.

Doch was ist der Unterschied zwischen Täuschungen und den weiter oben beschriebenen Modulationen? Eines haben die beiden gemein – beiden geht ein Urbild, das bereits in einem primären Rahmen sinnvoll ist, voraus. Ein Täuschungsmanöver ist hingegen auf Unterschiede angewiesen. Der Rand des Rahmens einer Täuschung ist gefälscht, dies jedoch ist nur den Tätern bekannt. Zudem läuft die Täuschung Gefahr, irgendwann aufgedeckt zu werden. Diese Entlarvung würde eine Störung in der Situation bedeuten. (Goffman, 1977, S. 99ff)

Erving Goffman unterscheidet zwei Arten von Täuschungen: Er unterteilt in jene in guter Absicht (z. B. Überraschungsparties) und jene in schlechter Absicht - die schädlichen Täuschungen (z. B. Fälschung von Beweismaterial). (Goffman, 1977, S. 102)

Im Gegensatz zu den Täuschungsmanövern beschreibt Goffman die Irrtümer. Sie kommen durch die Alltagserfahrung zustande. Bei Täuschungsmanövern handelt es sich um die absichtliche Erzeugung falscher Eindrücke. Ein Irrtum hingegen passiert aufgrund einer nicht absichtlich hervorgerufenen Fehldeutung. Auch hier sind mehrere Formen existent: Selbsttäuschungen, Wahnvorstellungen, persönliche Sonderzustände (Schlafwandeln), psychotische Tendenzen aber auch die Hypnose fallen unter den Überbegriff des Irrtums.

An dieser Stelle ist festzuhalten, dass Modulationen auch in Täuschungen transformiert werden, aber auch diese in wiederum neue Täuschungen verwandelt werden können (Ein Beispiel aus dem Familienkreis wäre das „Etwas-Vormachen“ und keiner in der Familie unternimmt etwas dagegen.).

Wichtig ist hervorzuheben, dass neben eines „Hauptvorganges“ einer bestimmten Handlung beliebig viele Handlungsströme / Interaktionen ablaufen können, welche von untergeordneter Wichtigkeit sind. Erving Goffman nennt diese parallel zueinander ablaufenden Handlungsströme „Kanäle“. (Goffman, 1977, S. 260)

„Der Showmaster nützt dann diese künstlich erzeugte Atmosphäre aus, indem er dem Publikum komplizenhafte Blicke zuwirft, die der, um den es geht, anscheinend nicht sehen kann, sei es der Gast, auf dessen Kosten die Sache geht, oder seien es die Hüter der Moral.“ (Goffman, 1977, S. 260)

Durch diesen Vorgang wird das Publikum getäuscht – die Wirklichkeit wird gespielt. Im Theaterstück bzw. im Fernsehen fungiert der Kommentator als Komplize und schildert / informiert das Publikum über den Sachverhalt der gezeigt wird. Erving Goffman beschreibt dies als „doppelten Bildschirm“. (Goffman, 1977, S. 260ff)

2.3.4 Das Ausbrechen aus dem Rahmen

Jeder Rahmen bringt bestimmte Grenzen mit sich. So kommt es, dass das Erhalten wie auch das Überschreiten diverser Rahmen unterschiedliches Engagement erfordert. Beim Ausbruch aus unterschiedlichen Rahmen sei bedacht: Persönliche Rahmen, vom Handelnden selbst vorgegeben, bedürfen viel mehr Einsatz, als jene, die von der Öffentlichkeit gesteckt, in der Gesellschaft gefordert werden. (Goffman, 1977, S. 376)

Ein weiteres Beispiel für einen Bruch des Rahmens liefern Bühnenaufführungen. Diese spielen dem Publikum zwar eine reale Figur mit einer realen Handlung vor, dennoch ist es immer gespielt. Es kann also hier zu einem Misslingen kommen (z. B.: wenn ein Akteur den Text vergisst). (Goffman, 1977, S. 379)

Wie diese Beispiele zeigen, kann jeder Handelnde immer aus einem Rahmen ausbrechen, sei es nun gewollt oder auch ungewollt.

Als Beispiele für eine weitere Möglichkeit des Aushakens dienen Wettkämpfe und dramatische Darbietungen. Diese „Schau-Spiele“ haben – so Goffman (1977, S. 380) – eine komplizierte Rahmenstruktur: Zum einen existiert eine Grenze zwischen Zuschauer und Akteuren, die Akteure bestimmen den Rahmenbruch durch das Heruntermodulieren (Anfang und Ende) und - last but not least - gibt es auch Handlungen (der Zuschauer) die einen Rahmenbruch darstellen. Bei letzterem kann beispielsweise ein Zuschauer lachen oder weinen, schreien oder mitsingen, ohne dass dies einen Rahmenbruch für die Situation bedeuten würde.

Genau diese Handlungen während der Darbietung auf der Bühne werden - als außerhalb des Rahmens vorkommend - ohne weiteres akzeptiert. Darunter fallen auch mögliche Äußerungen aus einem Live-Publikum im Studio (vorausgesetzt sie werden ignoriert).

3 Spezifische Theorien

3.1 Unterhaltung

Das Kapitel bringt in einem ersten Teil allgemeine Überlegungen zutage und geht im Anschluss auf die spezifische Theorie der Fernsehunterhaltung ein. Auch hier gilt, dass die im Folgenden aufgezeigten Theorien und Überlegungen selektiv in Bezug auf die Forschung gewählt wurden. Das Spektrum an Unterhaltungstheorien hat viele Zugänge, sodass die unten angeführte Auswahl keinen Anspruch auf Vollständigkeit erhebt.

„Jeder spricht darüber und doch meint kaum jemand dasselbe.“ (Früh, 2002, S. 67)

Während Unterhaltung früher eher nur etwas Abwertendes war, so ist sie dieser Tage zu einem wichtigen Lebensgefühl geworden. Der Witz und die Unterhaltung durchdrangen in den letzten Jahren viele Lebensbereiche und bekamen so die Aufgabe zugeschrieben, längst ignorierte Themen - auch im politischen Bereich - wieder aufleben zu lassen. Dies erschwert die Definition eines gemeinsamen, allumfassenden Unterhaltungsbegriffs bzw. einer Definition dessen was Unterhaltung eigentlich beschreiben soll. Der Grund für die Thematisierung des Unterhaltungsbegriffs und essenzieller Theorien in diesem Bereich ist die Verknüpfung des Phänomens „Humor“ mit der Unterhaltung. Humor ist zwar nicht gleichzusetzen mit Unterhaltung – bekommt jedoch durch das Hervorrufen des Lachens eine unterhaltende Komponente. (Früh, 2002, S. 68)

In der Literatur gibt es viele Theorien, welche sich mit der Thematik der Unterhaltung, im Genaueren mit der Wirkung von Unterhaltung auf die Rezipienten eingehend beschäftigen. So könnte es eventuell möglich sein, eine Definition aus diesem „Pool“ an Theorien abzuleiten – mehr dazu jedoch etwas später.

Das Spektrum an Unterhaltungstheorien sowie dazugehöriger Phänomene ist sehr groß. Da die Unterhaltung in der vorliegenden Arbeit dem Humor hinten angestellt wird, dient dieses Kapitel lediglich einem besseren Verständnis als Einbettung in den Themenbereich, keinesfalls jedoch behandelt es alle Aspekte des Unterhaltungserlebens.

Um Unterhaltung ausreichend differenzieren zu können bietet Werner Früh in seinem Werk der „Theorie der Unterhaltung“ (2003) zwei Lösungsvorschläge.

Zum einen meint er, dass dem Publikum die Frage nach dem „Was ist Unterhaltung?“ gestellt werden könnte, die Antworten und Begründungen gelten dann als mögliche Variablen einer Definition. Dies würde jedoch – zugegebener Weise – nicht der Validität und der Präzision Genüge tun. Denn die Art nach der Menschen Inhalte rezipieren hängt immer auch von ihren Erfahrungen und ihrem Wissenshorizont ab. Als zweiten Lösungsvorschlag wäre die Kombination von vielfältig vorhandenen Theorien anzusehen. Denn wichtig für eine jede Definition ist ein theoretischer Rahmen der gegeben und manifestiert sein muss. (Früh & Stiehler, 2003, S. 9)

Unter den Begriff der Unterhaltung als Kommunikationsphänomen (wie später noch näher erläutert) fällt auch der Begriff des Humors. Es soll also nicht nur herausgefunden werden warum sich Menschen unterhalten, sondern vielmehr auch wie sie das tun.

Und genau bei der Frage nach dem „Wie“ kommt der Humor ins Spiel. Welche Rolle nimmt der Humor in Bezug auf die Sendung Talk Talk Talk ein?

Mit der Rahmentheorie (Grundpostulate, Hauptfaktoren und einen operativen Grundmechanismus als dynamische Komponente) wird es möglich, Teile die für das Forschungsziel von untergeordneter Relevanz sind, in den Hintergrund zu stellen und Aspekte mit großer Wichtigkeit vordergründig zu behandeln – die Rede ist hier von temporären Ausdifferenzierungen. So gelingt es dieser Rahmentheorie ein Ordnungsschema zur Orientierung bereitzustellen. (Früh & Stiehler, 2003, S. 15)

Dieses Konstrukt hat aber noch mehrere Ausprägungen, welche spezifiziert werden müssen. Ein Beispiel ist die Verarbeitung von negativen Emotionen. Die Rezeption dieser führt nur dann zur Unterhaltung, wenn sie unter Kontrolle/Souveränität stattfindet, oder durch bestimmte Kommentierungsformen umgedeutet wird und so eine neue Dimension erhält. Humor ist beispielsweise ein wichtiges Medienmerkmal, das viel stärker als andere die Chance einer Unterhaltung hervorruft. (Früh & Stiehler, 2003, S. 16)

Angewendet auf das Format Talk Talk Talk bedeutet dies, dass vermeintlich ernste Themen, die in dieser Sendung thematisiert werden, ohne Kommentar und ohne Publikum höchstwahrscheinlich zu negativen Emotionen führen würden. Dies wird durch die Ebene der Kommentare des Moderators und die reflexive Ebene der Sonya Kraus umgekehrt. Es kommt zur Unterhaltung, weil der Rahmen für diese Sendung festgelegt und definiert ist und der Rezipient so die Kontrolle übernehmen kann.

Unterhaltungserleben findet innerhalb der molaren Theorie nach Werner Fröh aufgrund personalen, medialen als auch situativen Faktoren statt. Unterhaltung – wie oben beschrieben – findet demnach nur statt, wenn der Rezipient die Souveränität besitzt und ständig eine Kontrollierbarkeit ausüben kann. Kognition und Emotion sind jeweils eigenständige Transaktionen, welche über eine dritte Transaktion miteinander verbunden werden. (Fröh & Stiehler, 2003, S. 17)

3.1.1 Grundsätze

Blickt man auf die Definitionslandschaft des Kommunikationsphänomens „Unterhaltung“, kann man ein breites Spektrum, entstanden in vielen Jahren (insbesondere in den 1990er--Jahren), feststellen. Damit verbunden ist natürlich ein heterogenes Forschungsfeld. Wichtig für die heutige Forschung – so meint Carsten Wunsch (Fröh, 2002, S. 15) – sei es, das „Wesen“ der Unterhaltung zu klären um zur Theoriebildung voranschreiten zu können.

In seinem Beitrag beleuchtet Wunsch unterschiedliche Zugänge, die einen sog. „Rahmen“ für das Phänomen Unterhaltung liefern sollen. Er weist an dieser Stelle darauf hin, dass es weitere Ansätze gibt, diese in seinem Fall jedoch nicht behandelt werden. (Wunsch, zit. n. Fröh, 2002, S. 16)

3.1.1.1 Rezeptionsorientierte Ansätze

Unterhaltung als Spiel

Mit diesem theoretischen Ansatz wird Unterhaltung als etwas Grundlegendes, dem menschlichen Bedürfnissen nachgehendes Handlungsmuster definiert. Grundlegend für diese Annahmen sind die Überlegungen von Huizinga (1956), welcher bereits näher auf das Verständnis von Spiel eingegangen ist. Da an dieser Stelle nicht näher auf dessen Grundannahmen eingegangen wird, hier eine kurze Erläuterung:

„Der Form nach betrachtet, kann man das Spiel also zusammenfassend eine freie Handlung nennen, die als nicht so gemeint und außerhalb des gewöhnlichen Lebens stehend empfunden wird und trotzdem den Spieler völlig in Beschlag nehmen kann, an die kein materielles Interesse geknüpft ist und mit der kein Nutzen erworben wird...“ (Huizinga 1956, zit. n. Fröh 2002, S. 16)

Wie Goffman in seiner Rahmenanalyse bereits festhält, erkennt auch Huizinga, dass das Spiel als etwas von der realen Handlung sich Abgrenzendes begriffen werden muss und somit mit Zweckfreiheit gekennzeichnet ist.

Auch Vorderer geht auf psychologischer Ebene auf die Aspekte des Spiels ein, wenn er meint, dass der Schritt „zum Spiel“ immer mit einem Wechsel des Realitätsbezuges verbunden ist. Dem fügt er hinzu, dass das Spiel immer Wiederholungen und Rituale inne hält.

Uses-and-Gratifications-Approach (UGA)

Der Uses-and-Gratifications Approach dient als Modell zur Beschreibung von Mediennutzungen.

Im Mittelpunkt des UGA steht die Frage „*What do people do with the media?*“ Katz & Foulkes 1962: 378, zit. n. Früh, 2002, S. 30

Dieser Ansatz geht davon aus, dass Individuen sehr zielgerichtet die Medieninhalte auswählen um eine belohnende Mediennutzung zu erfahren.

Um die Gratifikationen erfüllen zu können, ziehen Rezipienten Quellen medialer aber auch nicht-medialer Natur heran. Ferner haben sie Vorstellungen über die Beschaffenheit der Quellen, und stellen somit auch Erwartungen an diese, welche wiederum zu bestimmten Mediennutzungsmustern führen.

Unterhaltung als Identifikation und parasoziale Interaktion

Alle Individuen suchen (wenn auch nicht immer) sozialen Kontakt. Die Medien fungieren hier sozusagen als „Lieferant“ für Themen der sozialen Interaktionen der Menschen. Dies ist die eine Seite. Die andere Seite, die Massenmedien bieten, ist eine parasoziale Interaktion. Diese beschreibt die „Beziehung“ zwischen einem Individuum und einem medialen Akteur. Horton und Wohl (1956, zit. n. Früh, 2002, S. 31f) waren Pioniere im wissenschaftlichen Vergleich zwischen Individuen und Akteuren in den Medien. Individuen bauen demnach eine Beziehung zum medialen Akteur auf. Sie identifizieren sich mit den Menschen im Fernsehen und versetzen sich in ihre Lage.

Unterhaltung als Beziehung zwischen Person und Objekt

Dieser Ansatz basiert auf dem Uses-and-Gratifications-Approach (UGA) und wurde im deutschsprachigen Raum vor allem durch Dehm (1984, zit. n. Früh, 2002, S. 32) geformt. Wie beim UGA hat der Rezipient gewisse Bedürfnisse nach Unterhaltung an denen er seine Fernsehnutzung anpasst. Dehm geht von einer rezipientenorientierten Sichtweise aus und meint, dem Rezipienten sei sehr wohl bewusst mit welchen medialen Inhalten er sich unterhalten kann.

3.1.1.2 Nicht-rezeptionsorientierte Ansätze

Mit den nicht-rezeptionsorientierten Ansätzen begibt sich die theoretische Fundierung weg von den Theorien die den Rezipienten in den Mittelpunkt der Analyse stellen - hin zu einer Perspektive auf inhaltlicher und sozialer Ebene. Dieser Ansatz ist verbunden mit diversen Prozessen die während der Rezeption ablaufen.

Innerhalb dieses Ansatzes geht es vor allem um soziale Perspektiven, gesellschaftliche Werte und Normen. Horkheimer und Adorno (1992, zit. n. Früh, 2002, S. 40f) beschreiben eine (gesellschafts-) kritische Auseinandersetzung mit Unterhaltung – hierbei geht es zum einen um die Produktion von Unterhaltung durch die Kulturindustrie, als auch um die soziale Funktion von Unterhaltung.

Ferner handelt es sich um Überlegungen aus der Literaturwissenschaft, in denen der Umgang des Lesers mit der Literatur näher erforscht wird. Auch spielt der nicht-rezipientenorientierte Ansatz für die Formung von Medieninhalten als Kategorie innerhalb der Programmstrukturanalysen eine erhebliche Rolle. Bei Programstrukturanalysen haben sich vor allem – daraus abgeleitet - drei Gattung etabliert: Fiktionale Unterhaltungsangebote (Spielfilme), Non-fiktionale Unterhaltungsangebote (Shows) und fernsehpublizistische Realitätsvermittlung bzw. Information Weiß und Trebbe. (2001, zit. n. Früh, 2002, S. 41)

3.1.1.3 Die Medienpsychologie: Angebot und Erleben

Eine weitere theoretische Annäherung an das Phänomen der Unterhaltung sind auch psychologische Ansätze, die an dieser Stelle kurz erwähnt seien. Innerhalb dieser Theorien wird davon ausgegangen, dass nicht nur die Medieninhalte die Rezeption steuern, sondern auch die Erwartungshaltung und das Wissen maßgeblich an der Bewertung von Sendungen als „unterhaltend“ und „nicht-unterhaltend“ beteiligt sind.

Um das Feld der Unterhaltung erforschen zu können, empfiehlt Brosius (in: Früh, 2003, S. 74) den Begriff zuerst zu definieren. Dabei meint er, dass es sinnvoll wäre „Unterhaltung“ an „Rezeption“ zu koppeln und dabei eine Unterscheidung aus dem englischsprachigen Bereich heranzuziehen, nämlich entertainment (sich unterhalten) und amusement (Spaß haben, sich amüsieren). Diese Unterteilung exkludiert Spiele, sportliche Freizeitgestaltungen, das Besuchen von Freizeitparks und ähnliches generell von dem Begriff der Unterhaltung. (Früh & Stiehler, 2003, S. 79)

Um deutlich zu machen, dass eines nicht immer notwendigerweise zum anderen führen muss (z. B. Information zum Informationserleben und Unterhaltung zum Unterhaltungserleben) unterscheidet Brosius bewusst zwischen Rezeptions- und Unterhaltungserleben.

Brosius beschreibt die bereits oben erwähnte Wechselwirkung von Medienangebot und dessen Erleben hinzuweisen folgendermaßen:

„Erst aus der Wechselwirkung von Angebot und Erleben wird Unterhaltung zu einem Gegenstand der Kommunikationswissenschaft.“ Brosius, in: Früh, 2003, S. 79

In der Medienpsychologie – so Brosius – sind zwei Arten von Theorien zu differenzieren. Einerseits gibt es jene, die psychologische Theorien einfach nur auf die Medienrezeption beziehen („Appraisal-Ansatz“ / stimulus-evaluation check) und solche, welche die Medien als Teil der Theorie sehen.

3.1.1.4 Die konnektionistische Modellierung

Hinter dem Begriff der konnektionistischen Modellierung verbirgt sich die Annahme, mediale Leistungen mit gleichzeitig angewendeten Maschinen (zumeist Computern) nachzuahmen und zu bearbeiten bzw. zu modellieren Vorderer/Weber (in: Früh, 2003, S. 148)

Vorderer und Weber (in: Früh, 2007, S. 138) diskutieren welche Rolle die Kommunikationswissenschaft innerhalb des „unterhalterischen Phänomens“ spielt. Dazu sei folgendes Zitat erwähnt:

„Jede Lebenserfahrung, die de facto oder auch nur potenziell unangenehm sein könnte, soll durch Unterhaltungselemente weniger unangenehm erscheinen und damit ansatzweise lustvoll erfahrbar werden.“ Vorderer/Weber, in: Früh, 2003, S. 137

Es handelt sich bei diesem Ansatz um einen „psychologisch-sozialwissenschaftlichen“ und um die Frage warum sich Rezipienten für gewisse unterhaltende Medienangebote entscheiden und wie diese wiederum auf sie wirken.

Auch Zillmann liefert für die Kommunikationswissenschaft äußerst relevante Annahmen. Er geht von drei Theorien aus (Vorderer/Weber, in: Früh, 2003, S. 142) und beschreibt zum einen die viel diskutierte „Mood-Management-Theorie“ als auch die „Affective-Disposition-Theorie“ und die „Excitation-Transfer-Theorie“ als wichtige Komponenten.

3.1.2 Fernsehunterhaltung

Wie all die oben diskutierten Theorien zeigen, kann Unterhaltung aus unterschiedlichen Perspektiven beschrieben, definiert und analysiert werden.

Über das Phänomen haben sich schon sehr viele Menschen, aus sehr vielen Bereichen, Gedanken gemacht – daraus resultiert eine Vielfalt an Definitionen über Unterhaltung, welche natürlich allesamt fachspezifisch ausfallen. Deswegen ist in diesem Zusammenhang eine fächerübergreifende Beschreibung der Unterhaltung von Nöten. Als Orientierung für die Stiftung einer „integrierenden“ Theorie dient der dynamisch-transaktionale Ansatz (DTA, nach Werner Früh 2001).

Unterhaltung durch das Massenmedium Fernsehen ist ein Kommunikationsprozess. Dieser ist vor allem durch das Angebot, das Publikum und den situativen Kontext geprägt. Aus diesen Sachverhalten resultiert, dass die kommunikationswissenschaftliche Sichtweise und Definition von Unterhaltung nicht nur auf die Frage nach den Zuwendungsmotiven zur Unterhaltung von Rezipienten näher eingehen wird, sondern vor allem auch, wie die Individuen dieses Bedingungsgeflecht von Unterhaltung so handhaben, dass daraus überhaupt in erster Linie Unterhaltung entstehen kann. (Früh, 2002, S. 68)

Ebenso wird an diese kommunikationswissenschaftliche Theorie die Anforderung gestellt, dass sie in allen Bereichen Unterhaltung feststellen kann, und nicht nur bei jenen Sendungen, welche mit einem Unterhaltungsmerkmal versehen sind (z. B. auch Informationssendungen). Ferner muss die Theorie in der Lage sein, erklären zu können, warum es manchmal zur „ungewollten“ Unterhaltung kommt oder warum Unterhaltung in manchen Situationen beiläufig von statten geht.

Wie oben bereits erwähnt, beschreibt Werner Früh (2002) den dynamisch-transaktionalen Ansatz als mögliche Grundlage.

Der dynamisch-transaktionale Ansatz nach Werner Früh

Der dynamisch-transaktionale Ansatz (DTA) soll einen theoretischen Rahmen für die weite, breit gefächerte, aber auch etwas konfuse Landschaft an Theorien der Medienwirkung und Rezeption liefern. Dieser DTA muss noch vor einer jeden gegenstandsbezogenen Theorie eine Rolle spielen. Die Konzepte dieses Ansatzes bieten sog. Denkmuster: Makro-, Meso- und Mikrotheorien. (Früh, 2002, in: Rössler/Hasebrink/Jäckel, 2001, S. 12)

Früh kritisiert im Zuge dieses Modells, dass der Medieninhalt immer die Ursache, und die Wahrnehmung - auf Seiten des Rezipienten - immer die Wirkung ist. Vor dem Hintergrund der molaren Perspektive (DTA) steht jedoch die Annahme, dass unser Wissen immer neu konstituiert wird. (Früh, 2002, in: Rössler/Hasebrink/Jäckel, 2001, S. 15)

„Kognitive Größen wie Meinungen oder Wissen haben, von unterbewussten und parapsychologischen Prozessen einmal abgesehen, ohne konkrete Aktualisierung überhaupt keine relevante Existenz.“ (Früh, 2002, in: Rössler/Hasebrink/Jäckel, 2001, S. 17)

Meinungen und Einstellungen passen sich den gegebenen Rahmenbedingungen immer wieder neu an, was so viel heißt, dass sich diese beiden immer wieder transagieren (sie konstituieren sich gegenseitig simultan).

Triadisch-dynamische Unterhaltungstheorie (TDU)

Etwas später veröffentlichte Fröh (2003) eine Weiterentwicklung des dynamisch-transaktionalen Ansatzes: die triadisch-dynamische Unterhaltungstheorie.

Bei dieser Theorie handelt es sich zwar um eine Rahmentheorie, dennoch wurde sie durch kleinere Theorien von Werner Fröh ausdifferenziert. Die drei Eckpfeiler dieser Theorie sind die Person, das Medium und die Situation. Je besser das Zusammenspiel dieser drei funktioniert, desto eher besteht die Möglichkeit der Unterhaltung. Unterhaltung – wie der Titel schon sagt – entsteht durch einen dynamisch, transaktional integrierten Verarbeitungsprozess von Informationen, dessen Hauptdimensionen hier Mikro- und Makrostrukturen darstellen. Diese lassen sich in kognitive und affektive Prozesse untergliedern (Fröh & Stiehler, 2003, S. 27).

Die Rezeption der Unterhaltung als Motivation

Nach Fröh (2003) gibt es drei Arten unterhaltungsbasierter Rezeption: 1) motivierte, 2) habitualisierte und 3) beiläufige.

Im Zuge dieser Rezeption gibt es wiederum drei Phasen. In der ersten Phase sucht der Rezipient nach geeigneten Formaten oder Inhalten. Bereits durch dieses Suchen entwickelt er gewisse Vor-Erwartungen und Vor-Emotionen (Vorfreude).

Die zweite Phase beschreibt die Transaktion der Mikro- auf die Makroebene. In dieser Phase setzt sich der Rezipient genau mit den Medienangeboten auseinander. Diese Erwartung, die der Rezipient in Phase 1 aufgebaut hat, wird nun in die Rezeption miteingebunden, indem sie einer stetigen Modifikation und Überprüfung unterzogen wird. Taucht jedoch etwas Unerwartetes auf, kann das zur kurzzeitigen Irritation führen.

Die dritte und somit letzte Phase ist postkommunikativ und bezieht sich auf die erzeugte Stimmung. Nach der Rezeption bleibt die „Unterhaltung“ noch ein wenig bestehen bis sie durch andere Tätigkeiten in den Hintergrund rückt. (Fröh & Stiehler, 2003, S. 39ff)

Zusammenfassend ist hier festzuhalten, dass Fröh bei der Erstellung seiner triadisch-dynamischen Unterhaltungstheorie davon ausgeht, dass Medieninhalte an sich noch keine Unterhaltung, sondern nur Unterhaltungspotenziale darstellen, welche erst aktiviert werden müssen.

Vorschlag einer „neuen Theorie“ des dynamischen Energiemanagements

Alle bis hierher geschilderten Theorien sowie theoretischen Ansätze gehen davon aus, dass es ein definierbares Unterhaltungsangebot gibt. Früh definiert jedoch in seiner eigens entwickelten Unterhaltungstheorie des dynamischen Energiemanagements folgende Basisannahme:

„Unterhaltung ist weder das, was unterhält, noch handelt es sich um die Reaktionen auf ein bestimmtes Medienangebot, von dem unterstellt wird, dass es unterhält, sondern Unterhaltung liegt dann vor, wenn man sich unterhält. Es gibt demnach kein vordefiniertes (gegebenes) Unterhaltungsangebot.“ (Früh, 2002, S. 84)

Der Ansatz geht von einer multiplen Zielorientierung auf Seiten der Rezipienten aus. Früh sagt damit, dass Unterhaltung keineswegs ein Merkmal von Medienangeboten sei, sondern vielmehr kognitiv-affektives Erleben verkörpere.

Dieser „neue“ Ansatz lässt sich in kurzer Form so zusammenfassen: Unterhaltung entsteht als Makroemotion, als Grundlage eines dynamischen Energiebudget-Managements. Sie liegt zwischen einer spezifischen Emotion und einer allgemeinen Primäremotion. In erster Linie entsteht Unterhaltung also als transaktional gekoppelte Kognition und Primäremotion. (Früh, 2002, S. 84ff)

Dynamische Betrachtungsweise

Wenn Früh (2002) von der „Unterhaltung als transaktional verbundenes Syndrom“ spricht, dann meint er eine Interdependenz zwischen Erregung, Emotion und kognitiver Interpretation. Hierbei ist es möglich eine der drei Komponenten (Aktivation, Kognition, Emotion) jeweils stärker oder schwächer zu gewichten. Diese drei Bereiche konstituieren sich wechselseitig. Durch die simultane Kopplung von Aktivierung und Kognition entsteht eine Emotion (Früh, 2002, S. 116ff).

Ferner geht es beim Prozess der Unterhaltung darum in eine „andere“ – „nicht reale“ - Welt abzutauchen. Der Rezipient darf dabei jedoch niemals den Bezug zur „ersten“ - „realen“ - Welt verlieren. Würde dies passieren, könnte es zu keiner Unterhaltung kommen. Unterhaltung wird daher durch einen kontrollierten Kontrollverlust ermöglicht. Dieser Kontrollverlust ist wie folgt zu erklären: Im realen Leben will der Fernsehnutzer natürlich keinen Kontroll- oder Kompetenzverlust riskieren, weil dieser Konsequenzen nach sich ziehen könnte. Deshalb sucht er auf medialer Ebene mit der Rezeption von Unerwartetem, Gefährlichem oder auch Angsteinflößendem nach Risiko. Auf dieser sog.

zweiten Ebene kann der Rezipient dann Bestätigung oder Erweiterung seiner Kompetenz erlangen – dadurch kommt es zum positiven Erleben.

An anderer Stelle bereits beschrieben setzt während bzw. nach der Rezeption ein sog. Kontrollprozess ein – hier kommt es, entweder zu einem „Negativ Check“ (minimale Bewertung der Fernseh-Inhalte) oder einem Kontrollcheck (präzise Bewertung).

Zusammenfassend lassen sich folgende wichtige Faktoren als „Eckpfeiler“ von Werner Früh's Theorie aus statischer Sicht festhalten (Unterhaltung findet nur dann statt, wenn diese zusammenwirken): (Früh, 2002, S. 228ff)

- Energiebudgetmanagement
- Informations- und Emotionsverarbeitungsprozesse
- Das Zusammenspiel von Personen-, Medien- und Situationsmerkmalen
- Souveränität, Kontrolle

Aus dynamisch-transaktionaler Sicht können die beteiligten Faktoren ständig ihren Standpunkt als Ursachen und Wirkungen ändern. Daraus folgt, dass jeder dieser Faktoren auch an irgendeiner Stelle auch einmal Auslöser sein kann (Früh, 2002, S. 228ff).

3.2 Humor

„Der Humor, als das umgekehrte Erhabene, vernichtet nicht das Einzelne, sondern das Endliche durch den Kontrast mit der Idee. Es gibt für ihn keine einzelne Thorheit, keine Thoren, sondern nur Thorheit und eine tolle Welt,- er hebt – ungleich dem gemeinen Spaßmacher mit seinen Seitenhieben – keine einzelne Narrheit heraus, sondern er erniedrigt das Große, aber ungleich der Parodie – um ihm das Kleine, und erhöht das Kleine, aber ungleich der Ironie-, um ihm das Große an die Seite zu setzen und so beide zu vernichten, weil vor der Unendlichkeit alles gleich ist und Nichts.... Jean Paul 1827, zit. nach Reißland, 2002, S. 22.

„Humor ist, wenn man trotzdem lacht“ hatte Otto Julius Bierbaum (1865–1910) einst gemeint. Wenngleich sie eine sehr einfache Definition dieses weitreichenden Phänomens darstellt, so hat sie doch etwas Wahres. Andere Definitionen des Humors beschränken sich zumeist auf einen bestimmten Ausschnitt der Realität, werden also immer mit etwas in Verbindung gesetzt und sehr oft als eine Wirkung von Etwas (meist im medialen Bereich der Rezeption) beschrieben. Reißland, 2002, S. 16ff

Zur Entstehungsgeschichte des Humors und seiner Entwicklung im Laufe des 17. und 18. Jahrhunderts bis hin zum heutigen Humorbegriff, gibt es Literatur in Hülle und Fülle. Im Folgenden wird kurz auf einige prägnante Pfeiler der Entstehungsgeschichte hingewiesen.

Um die Beschreibung des Humors, seine Wirkungsweise oder auch seine Funktionen bemühen sich viele Theorien in unterschiedlichsten Disziplinen. Daher sei hier festgehalten, dass die in diesem Kapitel vermerkten Erläuterungen, Definitionen und Wirkungstheorien nach umfangreichen Recherchen mit Blick auf die am Ende durchgeführte Analyse ausgewählt wurden. Dieser Einleitung nachgestellt finden sich daher Annäherungen, die im Anschluss an den Theorieteil dem Interpretieren der Forschungsfrage dienlich sind.

3.2.1 Entstehungsgeschichte

Der Humor. Viele Diskussionen, wenig Übereinstimmungen. Im Wandel der Zeit hat auch die Bedeutung des Humors bestimmte Veränderungen erfahren. Heute platziert sich der Humor im „Sinnbezirk der Komik“ ((Rißland, 2002, S. 16).

Dieser Wechsel in die Komik findet erst in den 80-er-Jahren des 16. Jahrhunderts statt. So wird der Humor erst da auf Verhaltensabweichungen von sozialen Normen und Werten ausgedehnt. Ursprünglich war er zu dieser Zeit eher negativ konnotiert, da die sozial Schwächeren ausgelacht wurden. Erst gegen Ende des 17. Jahrhunderts kam man zum Entschluss, dass Humor auch positiv konnotiert sein könne. Zu dieser Zeit wurde auch zwischen „falschem“ und „echtem“ Humor unterschieden. Ersterer ist gegen den „schlechten Menschen“ direkt gerichtet, zweiterer nur gegen die schlechte Handlung dieser Person. Hier war der Humor schon etwas wohlwollendes, menschenfreundliches, das die Menschen zum Lachen bringen sollte (vgl. Schmidt-Hidding, In: Rißland) (Rißland, 2002, S. 19).

Am Ende des 18. Jahrhunderts schließlich war der Lacher mit dem Verlacht gleichgestellt. Humor sollte die Schwächen der Menschen mit Sympathie aufzeigen. Ab dem 19. Jhd. verändert der Humorbegriff seine Beschreibung nicht mehr (Rißland, 2002, S. 19).

Im Gegensatz zu den Begriffen Sarkasmus, Satire, Ironie und Zynismus (welche bereits in der Antike vorhanden waren) tauchte der Humor erst sehr spät in das Feld der Komik

ein. Sie sind – so Schmidt-Hidding (1963) Begriffe des Gelehrten, während Witz und Humor in aller Munde verbreitet sein können – so eben auch in der Alltagssprache. Interessant ist die Trennung von Witz und Humor nach Schmidt-Hidding. Er beschreibt Witz als „an act of mind“ und Humor hingegen als „a habit of mind“ (Rißland, 2002, S. 21). Der Witz wird demzufolge eher dem Intellekt einer Person und der Humor eher dem Charakter einer Person zugeschrieben.

3.2.2 Charakteristika

Wie weiter unten diskutiert, muss immer davon ausgegangen werden, dass der Humor / der Witz etwas im Menschen auslöst. Dies bedeutet, dass sog. kognitive Prozesse stattfinden. Freud etwa beschreibt den Witz als „bloßes Spiel mit Ideen“, „Erzeugung eines Vorstellungskontrasts“, aber auch als „Gegensatz von Sinn und Unsinn“ (Freud, 1958, S. 9).

Wie auch Kant, Schopenhauer und Köstler hält Willmann (1940) Folgendes über die Inkongruenzen im Witz fest, und meint, der Auslöser für den Witz sei *„the union of two ideas which involve some sort of contradiction or incongruity.“* (Willman, 1940, S. 72 zit. n. Metz-Göckel, 1989, S. 57)

Sigmund Freud (1958) liefert – wenn es zur Definition von Merkmalen des Witzes kommt – einen erheblichen Beitrag. Er behandelt in seinem Werk „Der Witz und seine Beziehung zum Unbewussten“ (1958) die Komponenten und Ebenen des Witzes sowie seine Beschaffenheit im Allgemeinen. Nicht wie andere (vgl. weiter unten) thematisiert er den Witz an sich und nicht die Bedingungen oder Situationen durch bzw. in welchen er entsteht.

An dieser Stelle festzuhalten ist, dass Freud immer vom „Witz“ spricht. Interessant für die vorliegende Arbeit ist dieser Beitrag deshalb, weil, so gesehen, der Witz ein „humoristischer Inhalt“ ist und sich daher als relevant für die Humorforschung manifestieren lässt. In diesem Zusammenhang formuliert er sog. „Witztechniken“, die etwas weiter unten noch zur Diskussion stehen.

Auch Jean Paul (1963) filtert vier konstitutive Bestandteile des Humors heraus, denen er je ein Kapitel der Vorschule widmet (Dopychai, 1988, S. 36ff):

- **die „humoristische Totalität“** (Vorschule § 32)

Der Humor muss nach zwei Seiten hin abgegrenzt werden. Eine Grenze wird von der Satire eingenommen. Sie zählt zwar zur Verwandtschaft des Komischen, ist aber kein Teil davon. Jean Paul sieht die Satire als den „ernsten moralischen Unwillen über das Laster“ (Jean Paul, zit. nach Dopychai) (Dopychai, 1988, S. 36). Zudem versucht die Satire, Missstände aufzudecken und Situationen auf diese Weise zu verbessern. Die zweite Grenze sollte nach Jean Paul in Richtung Oberflächlichkeit gezogen werden. Belächelnde Aussagen sollen demnach nicht dem Humor zugeordnet werden.

- **die „vernichtende oder unendliche Idee des Humors“** (Vorschule § 33)

Die Unendlichkeit des Humors vernichtet die Endlichkeit, die Idee und befreit und erhöht den Menschen. Dabei sieht Jean Paul den religiösen Charakter des Humors (z. B. den Umgang mit dem Tod). In Bezug auf die „vernichtende Idee“ lässt sich folgender Sachverhalt festhalten: Der Humor ist nicht den Verstandeskräften anzuhaften, denn er verlässt den Verstand. Da er beides – Verstand und Vernunft betäubt finden die Menschen Gefallen an Widersprüchlichkeiten und der Darstellung des Unmöglichen.

- **die „humoristische Subjektivität“** (Vorschule § 34)

Das was ein Humorist darstellt ist immer zuerst in ihm selbst – das Ich des Subjektes spielt also eine zentrale Rolle. Humor ist nach Jean Paul eine ganz bewusste, nicht zufällig erscheinende Haltung.

- **die „humoristische Sinnlichkeit“** (Vorschule § 35)

Es bedarf – aufgrund der Endlichkeit des Humors – immer einem gewissen Ausmaß an Sinnlichkeit. Diese Sinnlichkeit spiegelt sich in stilistischen Merkmalen wieder.

3.2.3 Funktionen

Die Funktion des Humors ist, dass er ein Reflexionsmedium darstellt. Im Zuge des Humors wird etwas was gesellschaftlich bereits differenziert wurde (Stereotypen oder Konventionen) nochmals unterschieden und erlangt durch eine neue Kopplung eine humoristische Form (Räwel, 2005, S. 36).

*„Im Humor geschieht Reflexion (als Operation) um der Reflexion (als Code) willen.“
(Räwel, 2005, S. 37)*

Mit dem Unterschied zu anderen Funktionssystemen und Medien ist Humor keineswegs mit speziellen Themen verbunden, er ist also universell verwendbar.

Ein wichtiger Aspekt des Humors ist die Reflexion. Die Eigenschaft der Reflexion ist es, über Informationen zu informieren: erste und zweite Beobachtungsebene. Der Humor - auf Beobachtungsebene zweiter Ordnung - informiert über Redundanzen: Nicht-Informationen, Konventionen. (Räwel, 2005, S. 75). Auf dieser zweiten Beobachtungsebene wird es also möglich, zwischen Information und Nicht-Information zu unterscheiden.

Aufgrund dieses Sachverhaltes formuliert Räwel folgende „Charaktereigenschaften“ des Humors:

„[...] D. h., der Humor deckt vorhandene Strukturen auf – Klischees, Stereotypen (allgemein also Erwartungen als spezifische Ordnungsmerkmale der Kommunikation) - indem er diese Formen variiert bzw. reflektiert. Informationen (erster Ordnung) werden dadurch als nicht-informativ (als klischeehaft, als redundant) geoutet und erhalten dadurch ihren informativen Wert.“ (Räwel, 2005, S. 76)

Dieses Zitat hat erhebliche Bedeutung wenn man bedenkt, dass das, worüber wir lachen - beispielsweise (oder zumeist) im Fernsehen - eine Projektion dessen ist, was Tag für Tag hinter den Mauern unserer Gesellschaft „Alltag“ bezeichnet wird. Dies bedeutet, dass der Humor nichts Neues erfindet worüber die Rezipienten lachen können.

Er bedient sich vorhandener Strukturen des gesellschaftlichen Lebens und versieht sie ganz einfach mit „unterhaltenden Aspekten“ (Stimmen, Grafiken, etc...).

Ein Problem dabei ist jedoch, dass humoristische Sendungen, welche auf einen Stereotyp zurückgreifen, selbst wiederum (durch die stetige Wiederholung) zum Stereotyp werden. Diese – so wie Räwel sie nennt – seriell ausgestrahlten humoristischen Fernsehshows (Räwel, 2005, S. 77) sind geprägt durch einen bestimmten Stil der Protagonisten, Programm- oder auch Rubrikenbildung.

Der Humor und eben die Inhalte welche er umfasst, haben jedoch folgende Vorteile (Räwel, 2005, S. 77ff):

- Durch die exzessive Stereotypisierung ist es nicht möglich diese Sendungen selbst als Stereotyp zu klassifizieren. Es handelt sich hierbei um das offensichtliche Bilden eines Klischees, das eine Latenz des Alltäglichen vermeidet. Durch die übertriebene Art und Weise der Präsentation wird ein ironisch-parodistischer Charakter vorgespielt.
- Der Humor hält v. a. drei Eigenschaften inne: Originalität, Unvorhersehbarkeit und Unberechenbarkeit der Kommunikation. Diese lassen sich auf Basis der eigenen Konstruktionen konstruieren.
- Der Humor als Kommunikationsmedium ist identifizierbar und kann somit von der medialen Landschaft in vielen Bereichen genutzt werden. Es findet so auch ein Anschluss an andere Kommunikationsmedien statt.

Ziv (1990, in: Humor, 3 (3), S. 247) beschreibt hingegen sechs zu unterscheidende Funktionen, die jeweils negative wie positive Wirkungskomponenten humorvollen Erlebens und Verhaltens haben:

1. *Aggressive Funktion*

Positiv: Ausleben von Aggressionen in gesellschaftlich akzeptierter Form, Stärkung des Selbstwertgefühls durch das Gefühl von Überlegenheit
Negativ: Herabsetzung, Verletzung, Manipulation anderer Menschen

2. *Sexuelle Funktion*

Positiv: Thematisierung von und Umgang mit Sexualität, Bewältigung sexueller Probleme
Negativ: Selbst- und Fremdherabsetzung, Diskriminierung

3. *Soziale Funktion*

Positiv: Mittel zur Erhöhung der sozialen Akzeptanz und des Status, Fördern sozialer Beziehungen, Fördern der Gruppenkohäsion, Erhalt von Gruppennormen
Negativ: Mittel zur Demonstration von Macht, Stützen von Hierarchien

4. *Intellektuelle Funktion*

Positiv: Training intellektueller Fähigkeiten, Begünstigung von Problemlöseprozessen

5. *Coping- bzw. Abwehrfunktion*

Positiv: kognitive und emotionale Distanzierung, Bewältigung von potenziell stressenden Situationen und Ereignissen, Erhaltung psychischer und physischer Gesundheit.

Negativ: Flucht vor Gefühlen, Ergebenheit in sein Schicksal, mangelnde Ernsthaftigkeit, Flucht vor Aufgaben und Verantwortung

6. *Freude Funktion*

Positiv: den Fesseln der Vernunft entfliehen, Spaß haben und Freude empfinden

Negativ: mangelnde Ernsthaftigkeit

Abschließend fasst Rißland folgende drei Funktionen des Humors zusammen (Rißland, 2002, S. 36ff):

1. Humor als Waffe (Aggressiver Humor wirkt beleidigend.)
2. Humor als Machtinstrument (zur Inferiorisierung der gesellschaftlich Schwächeren)
3. Humor als Gegner des Ernstes (Nicht alle Situationen des Lebens können humorisiert werden.)

3.2.4 Formen

3.2.4.1 Allgemein

Allgemein wird zwischen zwei Humorformen unterschieden. Zum einen gibt es den angepassten und zum anderen den fehlangepassten Humor. Zusätzlich lassen sich beide Formen nochmals in interpersonal (Humor, der an andere gerichtet ist) und intrapersonal (Humor, der an einen selbst gerichtet ist) unterteilen. Angepasster Humor wird untergliedert in „sozialen“ und „selbst aufwertenden“ Humor. Fehlangepasster Humor hingegen setzt sich zusammen aus „aggressivem Humor“ und „selbst abwertendem“ Humor (Rißland, 2002, S. 27):

- Sozialer Humor: Humor wird mit anderen geteilt. Die Motivation ist der Wille die Gesellschaft mit Witzen u. ä. zu erheitern mit der Intention zwischenmenschliche Spannungen zu lösen um sich auf diese Weise leichter an Personen annähern zu können.
- Selbst aufwertender Humor: Es wird gelacht über sich selbst und die eigenen Ungereimtheiten des persönlichen Lebens. Kritischen Situationen wird dadurch eine humorvolle Perspektive geboten (coping with life strategy). Stress kann dadurch leichter bewältigt werden.
- Aggressiver oder feindlicher Humor: Andere Personen sollen durch diese Art von Humor herabgesetzt werden.
- Selbst abwertender Humor: Auf eigene Kosten werden andere Personen unterhalten und zum Lachen gebracht. Oft wird diese Art von Humor benutzt um die wahren Gefühle zu verbergen.

3.2.4.2 Spezifisch

In diesem Kapitel soll näher diskutiert werden, ob unterschiedliche Sachformen des Humors in irgendeiner Relation zueinander stehen und wenn ja, in welcher. Im Zentrum der Thematik stehen hier vor allem die Begriffe: Ironie, Sarkasmus, Spott, Satire, Komik und Witz. Sehr oft werden sie im alltäglichen Sprachgebrauch gleichgesetzt. (Räwel, 2005, S. 92)

An dieser Stelle ist festzuhalten, dass gewisse sprachliche Ausdrucksweisen auch immer mit einem Wandel der Zeit einhergehen - was jedoch nicht der einzige Grund für die vielseitigen „Umschreibungsmöglichkeiten“ oder auch manchmal synonym verwendeten Begriffe sein muss.

Die Abgrenzung dieser ist nicht wirklich trennscharf - eher verlaufen die Übergänge fließend. Eine Gemeinsamkeit hält sie jedoch zusammen: die Reflexion. Es geht um die Variation von konventionellen Formen. (Räwel, 2005, S. 92)

Diese Formen sollen nun zur Diskussion stehen. Anzumerken ist hier, dass es viele unterschiedliche Formen gibt, die Räwel näher beschreibt. Um der Vollständigkeit Genüge zu tun, werden an dieser Stelle alle von Räwel gefilterten Formen angeführt. Näher thematisiert werden jedoch nur jene, welche für die vorliegende Arbeit relevant oder für die Analyse hilfreich sind. (Räwel, 2005, S. 92f)

Ironie/Sarkasmus/Zynismus: Bei der klassischen Ironie, steht das Gesagte und das Gemeinte in Dissonanz zueinander. Dass heißt, das was jemand sagt, meint das Gegenteil von dem was es eigentlich ausdrücken soll. Woran man jedoch erkennt, dass es sich um eine Ironie handelt, verrät die Stimmlage mit der etwas ausgedrückt wird. Um ein Scheitern der Kommunikation zu verhindern, läuft es daher immer darauf hinaus, dass das Gegenüber den Kontrast durch den ‚Tenor der Stimme‘ erkennen kann (Räwel, 2005, S. 95f).

Auch Japp beschäftigt sich näher mit dem Phänomen der Ironie - respektive der Wortironie - und meint, dass dies die gebräuchlichste Art der Ironie sei. Auch er definiert Ironie als etwas Nicht-Authentisches indem etwas anderes gemeint als gesagt wird. Zusätzlich hält er an dieser Stelle noch fest, dass es sich nicht immer um das Gegenteil handelt, sondern manchmal schlichtweg um etwas anderes. Außerdem separiert er die Ironie des Sprechaktes von der Lüge. Ein Lügner sagt nämlich nicht das Gegenteil von dem was er meint, sondern vielmehr von dem was er weiß (also die Lüge). (Japp, 1983, S. 38f)

Japp spricht von der Ironie als Variante des indirekten Sprechens, er bezeichnet sie als einen Umweg (Japp, 1983, S. 39).

Was es nun zu klären gilt ist die Frage wie und ob die Ironie und der Sarkasmus in irgendeiner Relation zueinander stehen, oder ob sie im sprachlichen Gebrauch zu trennen sind. Haiman (1998) verweist hier auf folgendes:

„There is an extremely close connection between sarcasm and irony, and literary theorists in particular often treat sarcasm as simply the crudest and least interesting form of irony.“ Haiman, 1998, S. 20, zit. n. Räwel, 2005, S. 97

Haiman geht also schon davon aus, dass Sarkasmus als eine „Unterkategorie“ der Ironie zu sehen, also mit ihr verbunden ist, jedoch nicht das Interesse der Forschung weckt – dies tut eher die Ironie selbst.

Ein weiteres Unterscheidungsmerkmal zwischen Ironie und Sarkasmus sind Selbst- und Fremdreferenz. Wobei Ironie als selbstreferenziell und Sarkasmus als fremdreferenziell (als Form von Reflexion von Kommunikation) gesehen wird. (Räwel, 2005, S. 97ff)

Innerhalb der Ironie wird durch den Kontext der Kommunikation klar, dass das persönliche Verständnis (in der Rolle des Beobachters) in der Reflexion der Unterscheidung von Information und Mitteilung nicht unberücksichtigt bleiben sollte. Wird demnach eine Unterscheidung von Information und Mitteilung durchgeführt, so kann diese „entdeckte“ Kontingenz entweder als Ironie (Mitteilung, selbstreferenziell) oder als

Sarkasmus (Information, fremdreferenziell) verstanden werden. In diesem Prozess handelt es sich nur dann um Ironie, wenn in einem sog. „re-entry“ die Unterscheidung der beiden Begriffe Information und Mitteilung auf Seiten der Mitteilung stattfindet. Beim Sarkasmus ist es genau vice versa. Wird zugunsten der Information entschieden, handelt es sich um Sarkasmus, Information wird hier als kontingent gekennzeichnet. Sehr oft ist der Sarkasmus Instrument der Kritik (an sich selbst, aber sehr oft auch an den anderen) (Räwel, 2005, S. 98f).

Beim Zynismus wird ein ernster Gegenstand oder eine seriöse Thematik des alltäglichen Lebens bewusst in die Banalität gezogen oder auch in ein komisches Licht gerückt. Der Zynismus stellt somit die Moral in Frage. Der Zynismus reflektiert den Zusammenhang zwischen Ironie und Sarkasmus. (Räwel, 2005, S. 102)

„Zynismus kann als eine Form selbstreferentieller (Mitteilung, nicht Information betreffende) Reflexion fremdreferentieller, also gemeinhin der Sphäre der Moral und damit dem Sarkasmus zugehöriger, Sachverhalte verstanden werden.“
(Räwel, 2005, S. 102)

Der Zynismus trifft also dort auf die Ironie wo Sarkasmus eigentlich notwendig wäre.

Führt man sich Texte der Romantiker und deren Auffassung über die Ironie zu Gemüte und vergleicht man diese anschließend mit dem Humorbegriff Jean Pauls, so lassen sich einige Ähnlichkeiten, jedoch auch kleine Unterschiede, festhalten.

Ähnlich sind sich die beiden daher, dass sie die Thematik der Unendlichkeit, das Subjekt als die wichtigste Figur, sowie die Bedeutung der Selbstironie ins Zentrum ihrer Diskussionen rücken.

Zu unterscheiden ist jedoch, dass die Ironie nicht das meint, was sie ursprünglich sagt. (Es muss jedoch zu erkennen sein, sonst handelt es sich um eine Lüge.) Der Humor hingegen meint immer das was er sagt. (Räwel, 2005, S. 102)

Essenziell ist in diesem Kontext, dass Humor und Ironie zwar nicht zur Gänze als Gegensätze bezeichnet werden jedoch auch nicht gleichgestellt werden dürfen. (Räwel, 2005, S. 103f)

Satire: Bei der Satire geht es um das Offenlegen von achtens- und missachtenswerten Personen oder Situationen. So trägt die Satire natürlich auch den Funken der Moral in sich. Die Verlautbarung muss so (satirisch) formuliert sein, dass sie für eventuelle Anschlusskommunikation keine Türen offen lässt. Auf die „echte“ Mitteilung wird also nur durch eine satirische Bemerkung verwiesen. Eine wichtige Eigenschaft die die Satire

beschreibt ist spöttisches, höhnisches Lachen. Durch Satire soll in scharfer Form Kritik / Missachtung laut gemacht werden. (Räwel, 2005, S. 105)

Parodie: Parodien beziehen sich immer auf ein bestimmtes Original. Die Parodie imitiert und variiert ein Original. Wenn es zur Variation kommt so ist diese meist verzerrt, unpassend und lässt so eine komische Wirkung entstehen. (Räwel, 2005, S. 109)

Witz: Originalität spielt hier eine erhebliche Rolle. Der Witz ist eine kommunikative Form und von sozialen Situationen abhängig (Angemessenheit). (Räwel, 2005, S. 112)

Nonsens: Der Nonsens hält eine unkritische Eigenschaft inne, er verfolgt keinen Zweck. Wichtig ist hierbei die Unterscheidung von Information und Mitteilung – kann der Rezipient diese Unterscheidung nicht vornehmen, kommt es zu einem Nicht-Verstehen. (Räwel, 2005, S. 117)

Visuelle und auditive Formen des Humors: Klar ist, dass sich visuelle und auditive Formen des Humors von den sprachlichen unterscheiden - und zwar in Form der Mitteilung. Die visuellen/auditiven Formen werden jedoch wenig diskutiert, da sie eben nicht „zitierfähig“ sind. Diese Humorformen stellen auch eine Variation eines Originals dar, wobei das Original noch immer zu erkennen sein muss (Bsp. Karikatur, Cartoons, Filme, etc...). Auch hier gilt, dass Verständnis nur möglich ist, wenn zwischen Information und Mitteilung unterschieden werden kann. (Räwel, 2005, S. 125)

Slapstick: Zusätzlich zu visuellen und auditiven Variationen kommen hier auch Kontingente des menschlichen Körpers hinzu. Slapstick ist vor allem dem Kino und Fernsehen zuzuordnen. (Räwel, 2005, S. 132)

Schwarzer Humor: Dieser Begriff wurde erstmals im Jahre 1940 von André Breton in die Literaturwissenschaft als „humour noir“ (Hellenthal, 1989, S. 15). Der sprachliche Gebrauch im Umgang mit diesem Phänomen hat im Laufe der Zeit doch auch immer für Verwirrung und Interpretationsproblemen gesorgt (Synonyme wie: absurd laughter, the apocalyptic novel, the nihilistic picaresque). Es handelt sich also – mit der Bezeichnung „schwarz“ - um eine Etikettierung. (Hellenthal, 1989, S. 15)

Groteske: Groteske wird sehr oft mit dem Phänomen schwarzen Humors gleichgesetzt. Grundsätzlich lassen sich zwei Strömungen festlegen. Die erste Strömung bezieht sich auf den visuell-gegenständlichen Bereich (Hellenthal, 1989, S. 64). Bei der Groteske kommt es aber – anders als beim schwarzen Humor – zu keiner Auflösung des Konfliktes zwischen beiden Realitätsebenen. (Hellenthal, 1989, S. 64)

Die zweite Strömung bewegt sich auf abstrakter Ebene. Im Mittelpunkt steht ‚Groteske als Weltsicht‘. Ohne gültige Werte und Normen versucht diese Anschauung bestimmte schwierige Lebenssituationen zu überwinden. So wird eine neue Lebenswelt geschaffen.

3.2.5 Theorien

Auf Basis der wissenschaftlichen Literatur können nachstehend erörterte Theorien differenziert werden. Diese stellen mögliche Erklärungsansätze dar, warum Humor oder aber auch der „Witz“ überhaupt bei den Rezipienten wirken.

3.2.5.1 Superiority Theories

Nach den „Aspekten“ der Superioritätstheorie betrachtet, erscheint der Humor als etwas Überlegenes, mit kleinen negativen Komponenten. Das Lachen wird hier mit dem Begriff „spöttisch“ verbunden. Hier sind vor allem zwei Personen der Antike angeführt: Platon und Aristoteles. Platon meint, wenn wir über etwas Amüsantes an unseren Freunden lachen, machen wir uns über sie lustig. Aristoteles bezieht sich auf die Komödie die eine Darstellung des Schlechteren vorführt.

Die Frage die daraus resultiert ist, ob der Humor als Instrument moralischer Kommunikation (das Auslachen), den eher moralischen oder eher unmoralischen Eigenschaften zuzuordnen ist.

Im Gegensatz von Platon und Aristoteles, die davon ausgingen, dass der Humor eher zu Lasten der Schwachen und Machtlosen fällt, steht die Annahme von Thomas Hobbes. Er war es, der erstmals die Theorie populär machte, dass die Schwachheit der anderen die zentrale Ressource für das Lachen und die Heiterkeit darstellt. Hobbes versteht unter Humor, dass Lachen als Ausdruck des Triumphs zu verstehen ist – jedoch nur in solchen Fällen in denen andere Individuen Schwäche zeigen. (Räwel, 2005, S. 12f)

"Laughter is a spontaneous response of triumph, that derives mainly from a favorable comparison of the self to others. The others, needless to say, tend to be inept, ugly, dumb, clumsy, weak, poor, and so forth [...]" (Zillmann, 1983, S. 87).

Auch die Theorie nach Bergson (2011) kann zu den Superioritätstheorien gezählt werden. Er geht davon aus, dass Lachen immer dann vorkommt, wenn Menschen kleine Missgeschicke oder auch Deformationen o. ä. an anderen feststellen.

3.2.5.1.1 Das Lachen als Reaktion auf Missgeschicke

"Le Rire - Das Lachen". Welche Bedeutung hat es? Was steckt dahinter? Wie stehen ein Wortspiel und eine Verwechslung zueinander? Mit diesen Fragen macht sich Henri Bergson (2011) auf die Suche nach Antworten. Dabei ist es ihm wichtig, das Lachen / das Komische / den Humor nicht im Sinne einer Definition einzugrenzen. Vielmehr soll es sich dabei um eine philosophische Beschreibung des Wesens und vor allem seiner stetigen Entwicklung handeln.

"Daß nun auch wir dem Problem zu Leibe rücken, können wir einzig mit der Absicht rechtfertigen, die komische Phantasie auf keinen Fall in eine Definition zu zwingen. Wir sehen in ihr vor allem etwas Lebendiges. [...] Wir werden nichts anderes tun als zusehen, wie sie wächst und sich entfaltet." (Bergson, 2011, S. 13)

Henri Bergson zieht drei Betrachtungen in Erwägung. Grundlegend für diese Überlegungen ist nicht der Inhalt des Komischen an sich, sondern vielmehr der Ort, wo dieser zu suchen ist.

Die erste Aussage basiert auf der Annahme, dass es keine Komik außerhalb der Menschheit gibt. Denn eine Landschaft, beispielsweise, ist wohl schön oder hässlich, aber nicht komisch. Auch erwähnt er in diesem Zusammenhang das Lachen über einen Hut. Dieses Lachen gilt nicht dem Hut an sich oder etwa dem Material, nein, das Lachen gilt der Form, die ihm die Menschen gegeben haben. (Bergson, 2011, S. 14)

Zweitens geht es Bergson darum festzuhalten, dass das Lachen sehr oft mit einer gewissen Empfindungslosigkeit in Verbindung steht. Mitleid mit anderen wird demnach kein Lachen hervorrufen. Lachen erfordert Distanz zum verlachten Objekt. Trotz alledem sei an dieser Stelle vermerkt, dass Bergson nicht behauptet, Lachen über ein geliebtes Objekt sei nicht möglich. Denn es ist möglich - für die Zeit des Lachens, muss das Empfinden jedoch unterdrückt werden. Viele Situationen des Lebens - so Bergson - sind begleitet von einer "Gefühlsmusik". Lässt man diese weg, verfällt manche Tragik in Komik. Als Beispiel verweist er auf einen Salon wo getanzt wird, hält man sich die Ohren zu und hört die Musik nicht mehr, scheinen die Tänzer auf einmal lächerlich. Um sich zur Gänze entfalten zu können, setzt die Komik immer eine Ausblendung der Gefühle voraus. Sie richtet sich auf den Intellekt. (Bergson, 2011, S. 15)

Der dritte Ansatz an dieser Stelle ist der Verweis darauf, dass der oben angeführte Intellekt mit anderen in Verbindung bleibt. Wenn sich der Mensch allein fühlt, kann er die Komik nicht genießen. Bergson spricht hier vom "Echo des Lebens". Und mag dieses in

ihrem Radius noch so groß sein, es handelt sich um ein geschlossenes Gefüge. Das Lachen findet immer in einer Gesellschaft statt - gehört man nicht dazu, wird nicht mitgelacht. Als Beispiel seien an dieser Stelle Gespräche in einem Zug angeführt. Als Teil einer Gesprächsgruppe über ein bestimmtes Thema lacht man mit, wann auch immer man ein Lachen verspürt. Das ist nicht der Fall, wenn Menschen nicht zu dieser Gruppe gehören. (Bergson, 2011, S. 16f)

Als Basis für die weiteren Überlegungen lassen sich oben angeführte Betrachtungen wie folgt zusammenfassen:

"Komik entsteht innerhalb einer Gruppe von Menschen, die einem einzelnen unter ihnen ihre volle Aufmerksamkeit zusenden, indem sie alle persönlichen Gefühle ausschalten und nur ihren Verstand arbeiten lassen." (Bergson, 2011, S. 17)

Im Zuge einiger Beispiele nähert sich Bergson weiter dem Phänomen des Komischen an. Auf etwaige Details sei an dieser Stelle verzichtet. Wichtig für das Verständnis sind deren Prämissen.

Diese Schlussfolgerungen verweisen auf unterschiedliche Ansätze für Gründe, die das Lachen hervorrufen. Die Gemeinsamkeit der beiden ist eine mechanisch wirkende Steifheit (Bergson, 2011, S. 18f) - auch bekannt als die Routine:

- 1) Ungeschicklichkeit und unfreiwilliger Charakter einer wechselnden Stellung (jemand fällt plötzlich hin). Eigenschaft: Ereignis kam selbst zustande.
- 2) Leerlauf nach dem sonst üblich geltenden Gesetz der Trägheit (Stuhl wurde verrückt und jemand setzt sich daneben). Eigenschaft: Ereignis wurde künstlich herbeigeführt.

Beide Fälle haben eines gemein - ein äußerer Umstand bewirkt das Komische und kann daher als etwas Zufälliges bezeichnet werden. Weiteren Überlegungen zufolge kommt der Autor zur ersten Anwendung eines wichtigen Gesetzes in Zusammenhang mit dem Aufkommen des Komischen. Dieses geht davon aus, dass die Wirkung des Komischen umso komischer ist, je zufälliger bzw. je natürlicher die Ursache erscheint. Und als noch komischer zu bezeichnen ist sie dann, wenn sie vor den Augen des Zusehers wahrgenommen wird, da dann der Ursprung klar zu erkennen ist. (Bergson, 2011, S. 19)

Wie oben angeführt, hat die Komik eine gewisse mechanisch wirkende Steifheit. Diese kann körperlicher aber auch geistiger Natur sein. Die Mechanisierung, die das Lachen hervorruft, kann auch auf den Charakter übertragen werden. Es kommt dann zum Lachen, wenn das komische Laster und die Figur / der Mensch miteinander

verschmelzen. In den einführenden Worten bereits erwähnt, ist das Lachen als eine Reaktion auf einen Fehler, ein Defizit, einen Mangel zu verstehen. Das Lachen stellt in diesem Fall ein Korrektiv dar und setzt Kennen der Norm voraus. (Bergson, 2011, S. 25ff)

3.2.5.1.2 Disparagement Theories

In weiterer Folge entwickelten sich im Laufe der Zeit die sog. „disparagement-theories“. Diese knüpfen vom Grundsatz her an die Superioritätstheorien.

Zillmann (1983) ist der Überzeugung, dass die "Theorie der Verunglimpfung" vor allem durch die Erkenntnis der affektiven Disposition an Anerkennung gewonnen hat. Demnach hält er fest, dass die Reaktionen der Rezipienten und das Wahrnehmen der Verunglimpfung vor allem mit der dieser affektiven Disposition gegenüber des verunglimpften Gegenstandes/des Objektes, zusammenhängen. (Zillmann, 1983, S. 87)

So meint er, dass es den Anschein hat, als würden Hässlichkeit und Dummheit vor allem dann Heiterkeit oder Lachen hervorrufen, wenn von Protagonisten vorgeführt, die in der Gesellschaft gemocht werden. Unglück und Rückschläge sind lustiger, wenn Sie die Feinde und nicht die Freunde betreffen (Zillmann, 1983, S. 87).

Der konzeptionelle Unterschied zwischen den "zugehörigen" (affiliated) und "nicht-zugehörigen" (unaffiliated) Objekten wurde erstmals von Wolff, Smith und Murray (1934) entwickelt und festgehalten. Sie waren es, die näher auf die dispositionelle Verbindung/Korrelation von Unterhaltung und Herabsetzung eingingen. (Wolff, Smitz, & Murray, 1934)

Als Basis fungiert der von James (1890) definierte Begriff des "Empirischen Ichs". Demzufolge gehören alle Dinge, welche Menschen ihr Eigen nennen, der Gruppe der zugehörigen Objekte an. Einige Beispiele sind Körper, Haustiere, Kinder und Freunde. Die "Erhöhung" dieser Objekte bewirkt ein positives, das Herabsetzen, ein negatives Gefühl. (James 1890, zit. n. Zillmann, 1983, S. 87)

Wolff et al. (1934) waren an der Weiterentwicklung der Theorie maßgeblich beteiligt. Sie haben die Komponente der vorliegenden Konditionen bzw. der Rahmenbedingungen für die Unterhaltung etwas eingeschränkt und kamen zum Ergebnis, dass Heiterkeit vor allem dann hervorgerufen wird, wenn ein nicht-zugehöriges Objekt verunglimpft wird. Dabei hielten sie eine Dichotomie zwischen den affiliated und den unaffiliated objects

fest und machten den Vorschlag zur Annahme, dass die Rezeption von Verunglimpfung der zugehörigen Objekte automatisch in Verbindung mit dem Ich des Rezipienten gesetzt wird. Als Beispiel werden hier Ethik und Geschlecht genannt (Frauen lachen eher über Männer- als über Frauenwitze.). (Wolff, Smith & Murray, 1934, zit. n. Zillmann, 1983, S. 87)

Die Bildung von Bezugsgruppen

Dieser Gedanke, dass die Verunglimpfung der nicht-zugehörigen Objekte eher zur Unterhaltung führt, wurde von La Fave (1961) weitergeführt. Er war der Meinung, dass eine Erhöhung des geliebten Objektes und die Erniedrigung eines abgestoßenen Objektes Voraussetzung für die Heiterkeit ist. Wird das Gegenteil gezeigt, ist es für den Rezipienten nicht belustigend. Aufbauend auf diese Annahme und in Bezug auf Gruppen und Klassen wurden etwas später dann "positive or negative reference groups" und "positive or negative identification classes" entwickelt. La Fave, 1961; zit. n. Zillmann, 1983, S. 88)

Das Prinzip blieb das gleiche: Favorisierte Objekte wurden den positiven Klassen zugeteilt, nicht-favorisierte Objekte den negativen. Nach La Fave's Theorie:

"Seeing the good guys stick it to the bad guys was deemed to produce merriment, the reverse not." (Zillmann, 1983, S. 89)

Das Modell basiert auf der Annahme von dichotomen Gefühlen/Meinungen/Ansichten. Um fröhliche Reaktionen zu kontrollieren und Verunglimpfung wahrzunehmen, werden sowohl positive als auch negative Ansichten projiziert. Abscheu, Ärger oder Missgunst und Hass werden als dispositionelle Kräfte wahrgenommen, welche die Heiterkeit motivieren (Zillmann, 1983, S. 89).

Der Dispositionsansatz

Die Dispositionstheorie des Humors und der Heiterkeit (Zillmann & Cantor 1972, 1976) geht noch etwas weiter und überschreitet die Bezugs- und Identifikationsgruppen. Eine Vorhersage über den Unterhaltungsgrad der Rezeption von Verunglimpfung basiert auf den affektiven Dispositionen aller Beteiligten (die Verunglimpfenden und die Verunglimpften). Diese Dispositionen können positiv (z. B. Liebe, Bewunderung) oder negativ (z. B. Groll, Verurteilung, Hass) sein und in deren Intensität variieren. Die Theorie basiert auf der Prämisse, dass Personen affektiv auf multiple Stimuli/Konditionen reagieren. (Zillmann, 1983, S. 90).

Bei der affektiven Disposition fällen die Zuschauer ein Urteil über das Gezeigte. Sie sympathisieren mit den höher Bewerteten und zeigen Abneigung gegenüber den schlechter Bewerteten. Am Ende erhofft sich der Rezipient ein positives Ergebnis für den besser Bewerteten.

Daraus resultieren folgende Möglichkeiten. Die positive bzw. negative Disposition steht im Bezug zum verunglimpften Objekt. (Zillmann, 1983, S. S. 91)

- je intensiver die negative Disposition, desto größer die Heiterkeit
- je intensiver die positive Disposition, desto kleiner die Heiterkeit
- je intensiver die negative Disposition, desto kleiner die Heiterkeit
- je intensiver die positive Disposition, desto größer die Heiterkeit

Es kann festgehalten werden, dass die Heiterkeit proportional mit der Negativität der affektiven Disposition gegenüber der verunglimpften Partei und mit der Positivität der affektiven Disposition gegenüber der verunglimpfenden Partei einhergeht.

Im Spezifischen geht es hier lediglich um die Verunglimpfung der einen Partei, nicht aber die Wohltat der anderen. Die Wohltat bzw. Erhöhung einer Partei durch die andere, stellt in diesem Modell der Unterhaltung keine Voraussetzung für das Zustandekommen von Unterhaltung dar. Denn das was die Heiterkeit/die Unterhaltung hervorruft, nämlich die Verunglimpfung, ist durchaus negativ.

Abschließend geht Zillmann (1983) auf die Misattributionstheorie ein, wo er zum Fazit kommt, dass Verunglimpfung nicht gleichzusetzen mit Unterhaltung ist. Er bezeichnet die Verunglimpfung als Motivationsfaktor für das Vergnügen. Zur Unterhaltung kommt es erst dann, wenn sogenannte humoristische Elemente in die Verunglimpfung miteinbezogen werden. Die Dispositionen projizieren lediglich, wie lustig eine Verunglimpfung auf jemanden wirkt, sie legen jedoch nicht fest, ob etwas für jemanden als lustig angesehen wird. (Zillmann, 1983, S. 100)

3.2.5.2 Incongruity-Theories

Die Inkongruitätstheorie geht von der Annahme aus, dass die Widersprüchlichkeit zwischen zwei Sachverhalten die Menschen zum Lachen bringt. Es handelt sich um eine – durch den Humor bedingte – plötzliche und überraschende Verschiebung, um eben die Zusammenführung zweier unterschiedlicher, inkongruenter Ideen (Riðland, 2002, S. 47)

Auch Kant diskutiert die Inkongruenz im Sinne von Humor und meint, dass alles Lachen etwas „Widersinniges“ innehält. Schopenhauer geht von der Annahme aus, dass die „Widersinnigkeit“ das Lachen hervorruft. Sie ist eine Dissonanz im Sinne einer Nicht-Übereinstimmung von Ideen, Wissen oder auch einer Sache. (Riðland, 2002, S. 47f).

Koestler spricht dann von Humor, wenn die gleiche Situation von zwei inkongruenten Zugängen betrachtet wird („Bisociation“). Zwei Interpretationen ein- und derselben Situation treffen hier aufeinander. Wobei die Situation nicht mit der einen oder der anderen Bewertung assoziativ verknüpft ist, sondern bisoziiert mit beiden. Aus dem Kontext heraus entsteht dann eine Bewertung der Situation. Dieser Kontext bildet den „frame of reference“. Auf humoristische Inhalte bezogen heißt dies nun, dass im „Witz“ zwei unterschiedliche Kontexte aufeinander treffen. (Räwel, 2005, S. 16f)

Menschen die Sinn für Humor haben, besitzen die Fähigkeit des problemlosen Perspektivenwechsels. Dies ermöglicht vor allem eine kognitive Distanz von Stress auslösenden Situation (Riðland, 2002, S. 47).

Ferner gibt es auch sog. Kopplungen von „incongruity“ und „relief“ – theories. Diese werden als „incongruity-resolution-theories“ bezeichnet. Sie gehen davon aus, dass eine Inkongruenz nicht immer gleich Lachen hervorruft. Zum humoristischen Lachen kommt es erst, wenn die „Widersinnigkeit“ aufgedeckt wird (z. B. Pointe eines Witzes) (Räwel, 2005, S. 17ff).

3.2.5.2.1 Die befreiende Funktion des Lachens

Wegweisend für die Definition dessen, was Humor wirklich ist, war unter anderem der Soziologe Peter L. Berger. Auf der Suche nach Antworten, gelangt er über unterschiedlichste "Wörterbucheklärungen" zu einer ersten definitorischen Annäherung. Nicht sehr erfreut über die ungenauen, "zirkulären Definitionen" (Berger, 2014, S. 3), trifft er eine erste Distinktion und meint:

"Hier wird eine nützliche Unterscheidung getroffen: zwischen einer Eigenschaft bestimmter Teile der Lebenswirklichkeit und einer Fähigkeit, diese Eigenschaft wahrzunehmen." (Berger, 2014, S. 3)

Das Komische wahrzunehmen ist eine Eigenschaft der Menschheit. Diese jedoch variiert je nach Gesellschaft, Zeit und unterscheidet sich in verschiedenen Kulturen. Wenn Berger von der Anatomie des Komischen spricht, nähert er sich über Wege der Philosophie, Psychologie und Physiologie an und macht dabei eine Abgrenzung der komischen Erfahrung und definiert diese als eine Sonderstellung. Um in seiner definitorischen Reise voranzuschreiten, geht Peter L. Berger vor allem auf die theoretischen Überlegungen der Philosophen und Historiker Alfred Schütz und Johann Huizinga ein. Obwohl diese sich nicht im Detail mit dem Phänomen Humor beschäftigten, gab es einige Parallelen, die für seine Theorie von Wichtigkeit waren. Eine der wichtigsten Komponenten war wohl Schütz' Überlegungen in dem Aufsatz "Über die mannigfaltigen Wirklichkeiten". In diesem beschrieb er die Beziehung und Differenz der alltäglichen Realität als dominante Wirklichkeit (paramount reality) sowie den Einschlüssen innerhalb dieser alltäglichen Welt, den geschlossenen Sinnbereichen (finite provinces of meaning). Diese Sinnbereiche sind sog. Nebenwelten und treten immer dann auf, wenn das Individuum die reale Realität verlässt (Berger, 2014, S. 6f)

Als Beispiel für diese Nebenwelt nennt Berger den Traum. Das Aufwachen verursacht einen "Sprung" von einer Welt in die andere. Der Traum ist ähnlich dem Witz - beide haben eines gemeinsam - sie sind in sich geschlossene Welten mit eigener Logik.

Das Ende vom Traum ist gekennzeichnet durch das Aufwachen. Als Ende des Witzes stellt sich das Lachen ein. (Berger, 2014, S. 9)

Relevant für die vorliegende Forschung ist jedenfalls, die Komponente "commedia dell'arte", welche Berger als "die vollständigste Neubelebung des Dionysischen und seiner Magie im modernen Theater" (Berger, 2014, S. 78) bezeichnet. Relevant deshalb, weil hier vor allem auch Parallelen zu Bachtins Karnevalesker Umkehrung zu erkennen sind.

Die "commedia dell'arte" verwies auf drei Quellen: 1) die formalisierte Theaterkomödie, 2) die volkstümlichen Schauspiele und 3) die Tradition des Karnevals. Erstere seien an dieser Stelle nicht weiter diskutiert. Berger beschreibt an dieser Stelle das Wort Karneval - auf Basis der Theorie von Michail Bachtin - als eine "Konstruktion des Komischen", zeitlich begrenzt, räumlich unbegrenzt und ohne Barriere zwischen den Agierenden und den Zuschauern sowie mit einer Umkehrung bekannter gesellschaftlicher Hierarchien. Diese Typologie zieht eine befreiende Wirkung nach sich. (Berger, 2014, S. 79ff)

Im zweiten Teil seiner Überlegungen über den Humor und dessen befreiender Wirkung für die Menschheit bezieht sich Berger auf die unterschiedlichen Ausdrucksformen in denen das Komische auftritt. Er differenziert an dieser Stelle vier Kategorien - im Folgenden eine kurze Erklärung dieser:

1) Komik als Ablenkung: Gutmütiger Humor

Diese Ausdrucksform manifestiert sich sehr oft im Alltag. Häufig ganz unbewusst geschaffen, steht er nicht außerhalb der realen Welt und dient dem Vergnügen. Die Komik als Ablenkung unterbricht die momentanen Gegebenheiten und Tätigkeiten und ist als spontane Reaktion auf eine Ambivalenz in einer bestimmten Situation zu sehen. Diese Art von Humor schadet niemanden, richtet sich gegen niemanden und verspottet keinen. Dieser Humor hat eine unterhaltende Funktion. (Berger, 2014, S. 93ff)

2) Komik als Trost: Tragikomik

Diese Kategorie der Humorformen bei Berger bezieht sich auf das Komische in den traurigen Momenten des Lebens und hat die Funktion diese zu mildern. Erwähnenswert sei hier vor allem das - durch die Komik hervorgerufene - Lachen und der - diesem Lachen folgende - Trost. Die Tragikomik steht in Kontrast zum schwarzen Humor und zur Groteske. Der schwarze Humor nämlich setzt sich dem Traurigen zur Wehr. Die Groteske zieht dieses ins Lächerliche.

Oft macht diese Art von Humor schwere Alltagssituationen erträglicher. Als Beispiele verweist Berger an dieser Stelle auf Charlie Chaplin und Don Quijote. (Berger, 2014, S. 111ff)

3) Komik als Spiel des Intellekts: Jeux d'Esprit

Berger bekräftigt an dieser Stelle die Unabdingbarkeit des Intellekts bei den Erfahrungen des Komischen. Der Witz, in seiner Rolle des intellektuell

anspruchsvollen Humors, ist bei allen komischen Wahrnehmungen von großer Wichtigkeit. Am meisten kommt er bei raffinierten Ausdrücken des Humors zum Vorschein, schwingt jedoch auch immer bei primitiven Formen des Humors mit. Durch den Witz entstehen neue, andere Wirklichkeiten. Bedenklich dabei ist, dass diese Erkenntnis auch immer ein Erzeugen von Distanz zur Gesellschaft inne hält. (Berger, 2014, S. 128ff)

4) Komik als Waffe: die Satire

Die Satire dient dem Zwecke des Angriffs, deren zentrale Absicht aggressiver Natur ist. In dieser Definition erscheint die Satire als Waffe, welche für die Erreichung von Zielen eingesetzt werden kann. Die meist bössartige Absicht richtet sich dabei gegen die Gesellschaft, Institutionen, Religionen oder politische Gruppen. In dieser Position steht die Satire ganz klar im Gegensatz des Witzes, da dieser witzig aber auch zur gleichen Zeit gütig sein kann. (Berger, 2014, S. 148ff)

3.2.5.2.2 *Karnevaleske Umkehrung*

Michail Bachtin bezieht sich in seinem Werk über die Lachkultur auf den Karneval. Dieser ist zeitlich begrenzt und stellt jedes Jahr aufs Neue gesellschaftliche Hierarchien in Frage. Seine Aussagen basieren auf einer Unterscheidung von Volkskultur und Hochkultur (Niedere und Höhere). Diese Distinktion spielt auch eine erhebliche Rolle, wenn er die Geschichte des Lachens näher erörtert und der Frage nachgeht, wer im Karneval wen verlacht. (Bachtin, 1990, S. 32ff)

Der Kulturhistoriker beschäftigt sich näher mit der Karnevalisierung als "Gattung". Dazu erscheint folgendes Zitat relevant. (Bachtin, 1990, S. 47f)

"Er ist eine synkretistische, sich zur Schau stellende Form von brauchtümlichem Charakter. Diese Form ist sehr kompliziert und vielgestaltig [...]." (Bachtin, 1990, S. 47)

Demnach stellt der Karneval viele Normen und Ordnungen des alltäglichen Lebens, für die Dauer seiner Zeit, auf den Kopf. Soziale Hierarchien, Ungleichheiten, Ränge sowie Etikette verlieren im Karneval ihre Bedeutung. Soziale Distanzen sind somit nichtig. Das Volk, das im alltäglichen Leben durch diese sozialtypischen Hierarchien gespalten ist, findet im Karneval zueinander. Bachtin bezeichnet diesen Sachverhalt als eine Mischung

zwischen Realität und Spiel, entstanden als neuer Modus der Mensch-zu-Mensch-Beziehungen. (Bachtin, 1990, S. 48)

"Der Karneval vereinigt, vermengt und vermählt das Geheiligte mit dem Profanen, das Hohe mit dem Niedrigen, das Große mit dem Winzigen, das Weise mit dem Törichten." (Bachtin, 1990, S. 49)

Der Ethnologe Victor W. Turner (2005), auf dessen Ritualtheorien hier nicht näher eingegangen wird, prägte in diesem Zusammenhang den Begriff der Liminalität. Dieser Begriff beschreibt eine Art Übergangszustand, in dem sich Menschen befinden, nachdem sie sich von sozialen Ordnungen getrennt haben. Der Karneval beschreibt solch einen liminalen Sachverhalt, da hier alle typischen und üblichen Abgrenzungen aufgehoben werden.

Im Weiteren thematisiert Bachtin die Ambivalenz der Erniedrigung. Im Zuge dieser Thematik ist vor allem erwähnenswert, dass - bei einer Abstinenz der Ambivalenz im Zuge des Vorgangs der "Entkleidung" - eine negative Abwertung resultierte. Der künstlerische Charakter ging sodann verloren. (Bachtin, 1990, S. 53ff)

3.2.5.2.3 Theorie der Selbstironie: „Schwarzer Humor“

"Schwarzer Humor" kommt im Bereich der Humor-Literatur und anderen Kunstformen immer häufiger zum Ausdruck. Dieser, von Werbestrategen oftmals eingesetzter, Begriff stellt vor allem - so Hellenthal - ein Subsystem innerhalb unserer Konsumwelt dar. (Hellenthal, 1989, S. 11)

Auch ist der Terminus des „Schwarzen Humors“ von vielfachen Definitionen geprägt. Dabei wird deutlich darauf hingewiesen, dass diese Art von Humor schon längst nichts mehr - den Anfängen entgegengesetzt - mit dem Wort "schwarz" oder einer bestimmten menschlichen Rasse zu tun hat. So stellt Hellenthal in weiterer Folge die Frage, ob es sich dabei um eine Etikettierung, ein Paradoxon oder doch um etwas Nicht-Definierbares handelt. (Hellenthal, 1989, S. 13)

"An Hand einer Vielzahl von theoretischen und fiktionalen Texten aus dem Bereich ‚Schwarzer Humor‘ wird angestrebt, diese Theorie zu bilden und die Geschichte des Schwarzen Humors zu beleuchten." Hellenthal, 1989, S. 14

Sehr oft tauchen in der Literatur vermehrt Synonyme für den „Schwarzen Humor“ auf. Das Wort "sick humor" beispielsweise, wirkt in erster Linie befremdlich und diskriminierend. Durch diese Synonyme wird der „Schwarze Humor“ in seiner Vielschichtigkeit eingeschränkt. Denn „Schwarzer Humor“ ist nicht nur auf eine Gattung beschränkt, sondern bezieht sich definitiv auf mehrere. (Hellenthal, 1989, S. 16f)

Wie Jean Paul schon festgehalten hat, spiegelt der Humor den Kontrast mit der ursprünglichen Idee wider und hebt sich so auf eine höhere Ebene (Jean & Miller, 1963). Obwohl der Humor hier als Instrument zur Formulierung von Vorurteilen in Bezug auf menschliche und weltliche Defizite fungiert, gilt die Kritik an sich keineswegs den, nicht veränderbaren, Gegebenheiten der Gesellschaft. Der Humor stellt hier Möglichkeiten dar, mit deren Hilfe diese Defizite ertragen und überlebt werden können. (Hellenthal, 1989, S. 34)

Untenstehende Formen des Humors werden sehr oft als historische Begleiter des „Schwarzen Humors“ angeführt. Häufig werden Sie als Beispiele für Schwarzen Humor genannt: (Hellenthal, 1989, S. 36ff)

Jüdischer Humor: Dieser hat – gleich wie der „Schwarze Humor“ – ein besonderes Betrachtungsmodell in Hinblick auf das Selbst. Der Unterschied dabei ist, dass „Schwarzer Humor“ jedem Menschen zuteilwerden kann, jüdischer Humor hingegen ergibt sich aus einer historischen Situation des Judentums. Der jüdische Humor zeichnete sich in Zeiten der Verfolgung von Juden als ein Instrument inneren Widerstandes aus. So konnten die Menschen damals aus dieser inneren Stärke Kraft schöpfen. In diesem Zusammenhang trug die Selbstironie ganz wesentlich zur Suche imaginärer Lösungen aus einer Situation bei, bat aber dennoch die Möglichkeit die vorherrschende Realität so anzunehmen wie sie ist.

Galgenhumor: Auch er ist eine Art des „Schwarzen Humors“. Dieser Begriff wurde vor allem dann gebraucht, wenn eine Person dem Tode gegenüberstand. Der Tod konnte durch den Humor sozusagen ignoriert und mit Würde ertragen werden.

Komische Elemente in Tragödien: Auch in negativen Situationen von Tragödien lässt man den Zuschauer im Glauben, dass selbst bei einem fatalen Ausgang der Protagonist gesiegt hätte.

Das Lächerliche: Durch die Bezugnahme auf eigene Verhaltensweisen und Strukturen persönlichen Denkens wird hier vorurteilsfreie Erkenntnis ermöglicht.

Zusammenfassend ist festzuhalten, dass die Theorie des „Schwarzen Humors“ vor allem durch die Komponente der Selbstironie ihre Relevanz für die vorliegende Arbeit erhält. Diese Selbstironie etablierte sich - wie oben angeführt - aus dem geschichtlichen Rahmen, der diese Theorie maßgeblich geprägt hat. Der Humor auf sich selbst bezogen, diene vor allem der persönlichen Heiterkeit in schwierigen Situationen. Dies ließ eine veränderte Wahrnehmung der Realität zu.

3.2.5.3 Arousal-Theories/ Relief- or Tension-Management-Theories

Im Zentrum dieser Wirkungstheorien steht die Annahme einer Beziehung zwischen Lachen/Humor und Erregung. Wie der Titel dieser Theorie schon vermuten lässt, existiert die Erfahrung, dass Lachen immer mit dem Gefühl von Befreiung und Erleichterung zusammenhängt.

Spencer (1860) untersuchte die Psychologie des Lachens näher und kam zur Erkenntnis, dass durch das Lachen ein Abbau von nervlicher Energie stattfindet. Erstmals wurde nachgewiesen, dass Lachen Spannungen und Stress reduziert. (Spencer 1860, zit. n. Räwel, 2005, S. 13)

3.2.5.3.1 Die Wirkung tendenziöser Witze: Freud's Theorie

Freud (1905) teilt die Annahme, dass Individuen einen Gleichgewichtszustand im Energiehaushalt erzielen wollen. Er differenziert zwischen tendenz- (harmlosen) und tendenziösen Witzen. Erstere umfassen vor allem „den entblößenden oder obszönen, den aggressiven (feindseligen), den zynischen (kritischen, blasphemischen und den skeptischen Witz.“ (Freud, 1958, S. 93).

Diese Tendenzen wecken im Rezipienten bestimmte Motive und Triebe, bringen sie jedoch nicht zum Vorschein. Der Witz – so Freud – besitzt eine lustauslösende Fassade die - natürlich unter Zensur - die unterdrückten Tendenzen zu befreien versucht (Hemmung wird dabei erspart.) (Freud, 1958, S. 95ff).

So kommt er zur Annahme, dass jene Menschen, die in Hinsicht auf bestimmte Situationen (Tendenzen) gehemmt sind, verstärkt und mit großer Erheiterung auf dementsprechend humoristisch gestaltetes Material reagieren. Diese Annahme wird jedoch von einigen Autoren kritisiert, die davon ausgehen, dass es bei starker Hemmung

einer Tendenz nicht nur zur Belustigung kommt, sondern - ganz im Gegenteil - zu einer Verstärkung der Abwehr (Metz-Göckel, 1989, S. 47).

Freud unterscheidet zwei Formen von Humor: (Freud, 1958, zit. n. Metz-Göckel, 1989, S. 47ff)

- Humor an einer einzigen Person, die die humoristische Einstellungen selber inne hat bzw.
- Humor zwischen zwei Personen. In diesem Fall hat eine der Personen keine Teilnahme am humoristischen Vorgang, die andere macht erstere Person zum Objekt davon.

Freud führt den Gedanken von Spencer weiter und geht folglich davon aus, dass Lachen zu einem Abbau übermäßig produzierter Spannung und Erregung führt.

Dieses Lachen teilt Freud in drei Formen: (Freud, 1958, zit. n. Metz-Göckel, 1989, S. 49)

Witze: Lachen, das ausgelöst wird durch das Erzählen von Witzen.

Komik: Die Komik als nonverbale Quelle der Heiterkeit ruft Lachen hervor. Um in Situationen der Rezeption antizipieren zu können was denn nun als nächstes kommen werde, wendet der Beobachter eine bestimmte Menge an Energie auf. Tritt dieses Erwartete jedoch nicht ein, löst sich die Spannung im Lachen.

Humor: In diesem Fall tritt Lachen immer in solchen Situationen auf, in denen der Mensch eigentlich Furcht, Angst oder auch Traurigkeit empfinden würde. Es kommt – durch die amüsanten und unangepassten Elemente – zu einer anderen Perspektive. Das negative Gefühl wird somit vermieden. Schwierige Situationen können mit Humor somit leichter bewältigt werden.

3.2.5.3.2 Der Aktivierungsansatz nach Berlyne und Rothbart

Eine weitere Theorie mit emotionaler / motivationaler Komponente ist die Arousal-Boost-Theorie von Berlyne. Für Berlyne ist das Lachen Ausdruck von Freude. Dieses Gefühl kommt durch die Erregung bzw. einer Veränderung dieser zustände. Er geht davon aus, dass es bei der Rezeption eines Witzes (humoristischen Inhalts) zur Veränderung des psychophysischen Aktivierungsniveaus kommt. (Berlyne, 1974, zit. n. Metz-Göckel, 1989, S. 47)

Auch er trifft eine Unterscheidung zweier Erregungsmuster:

- 1) arousal boost (Erregungserhöhung): Dieser findet während der Rezeption aufgrund von z. B. Inkongruenzen, Redundanzen etc. statt. Bis zu einem bestimmten Grad ist dieses Gefühl angenehm. Überschreitet dieses Spannungsgefühl jedoch eine Grenze kommt es zum arousal jag.
- 2) arousal jag (Erregungsspitze): Die Erregung wird als aversiv wahrgenommen.

Die theoretischen Annahmen Berlyne's führte Rothbart dann weiter. Zur Aktivierung kommt hier noch das Urteil des Rezipienten von „sicher“ und „unsicher“ hinzu (arousal-safety-model). Diese Bewertung soll dazu führen, dass die Spannung - erzeugt durch den Witz - als angenehm empfunden wird. (Berlyne 1974, Rothbart, 1977, zit. n. Metz-Göckel, 1989, 48ff)

3.2.5.3.3 Auswirkungen der Witz-Strukturen auf die Rezeptionsweise

Wie der Titel schon sagt, ging es Deckers und Avery (1994) darum herauszufinden, ob es einen Zusammenhang der Witzstrukturen mit den Bewertungen von Witzen gibt. Es gibt Witze die mit einer Pointe enden oder solche die ein logisches bzw. unlogisches Ende haben. Das Ergebnis der Studie: Witze, die beides – Unstimmigkeit und Lösung – beinhalteten waren für den Rezipienten lustig. Logische Endungen weisen keine Unstimmigkeit auf. Unlogische Endungen haben zwar Unstimmigkeiten jedoch keine Lösung parat. (Deckers & Avery, 1994, S. 313)

In dieser Forschung geht es vor allem um die Aktivierung gewisser Schemata, welche durch die Struktur des Witzes hervorgerufen wird und somit gewisse Erwartungen hervorruft (Deckers & Avery, 1994, S. 314).

Dabei sind vor allem vier Annahmen zentral:

- 1) Wenn das erwartete Ende nicht eintrifft so wird der Prozess unterbrochen. Dies führt zu Überraschung und Erregung (arousal).
- 2) Die Pointe darf nicht mit dem aktivierten Schema zusammenpassen.
- 3) Humor hängt davon ab, ob diese Dissonanz von Pkt. 2 gelöst werden kann. Die Schemata werden solange aktiviert, bis eine Situation auftaucht die beide integriert (stem and punch line). Wenn jedoch entweder diese „unpassenden

Elemente“ oder (auch) jene die für eine Lösung notwendig sind fehlen, kommt es höchstwahrscheinlich zu keiner humoristischen Reaktion.

- 4) Wichtig ist auch das Wissen, dass etwas als ein Witz dargestellt wird. In solchen Situationen antizipieren die Rezipienten meist eine Pointe. Verwirrung und Unterhaltungen hängen sodann davon ab, inwieweit die Erwartungen durch den Witz erfüllt wurden.

In der Untersuchung ging es um die Bewertung von Witzen, wenn sie eben als solche deklariert wurden und um die Bewertung dieser, wenn sie unter dem Deckmantel gewöhnlicher Inhalte vorgeführt wurden. Dabei sollten die Versuchspersonen „Verwirrung“ und „Lustigkeit“ bewerten. Die Witze wurden manipuliert und in drei Gruppen geteilt: a) das Ende war eine Pointe, b) das Ende war logisch aber unerwartet, c) das Ende war nonsense.

Ergebnis war, dass es Differenzen im Punkt „Verwirrung“ bei den Bewertungen der „Witze“ und der „Paragraphs“ gab. Weniger Unterschiede wurden jedoch sichtbar, wenn es um die „Lustigkeit“ ging. Die Autoren kamen daher zu dem Ergebnis, dass die Bewertung eines humoristischen Inhaltes (und die damit verbundene Unterhaltung) immer auch von dem Kontext, in welchem er präsentiert wird, abhängt (Deckers & Avery, 1994, S. 318ff)

3.2.6 Exkurs: Witztechniken

Die Witze von Sigmund Freud liegen schon etliche Jahre zurück und sind daher an dieser Stelle nicht mehr angeführt. Witze aus dieser Zeit, könnten bei heutiger Rezeption etwaige Verwirrung aufgrund sprachlicher, historischer oder auch literarischer Differenzen hervorrufen. Wichtig in diesem Zusammenhang ist jedoch der Entwurf seiner Techniken „humoristischer Inhalte“ (also dem Witz), welche sich auf neuere – auch in diesem Kapitel diskutierte – Theorien beziehen lassen. So sind durchaus gewisse Parallelen zu aktuellen Ansätzen auszumachen (Freud, 1958, S. 13ff).

Verdichtung: Als Beispiel beschreibt Freud das Mischwort „famillionär“ – welches sich aus den beiden Wörtern familiär und Millionär zusammensetzt. Dieses Mischwort wäre innerhalb des Witzes nun die tragende Kraft die den Zuhörer zum Lachen bringt. Es handelt sich hierbei also um eine Verdichtung mehrerer Wörter auf sprachlicher Ebene. Im Allgemeinen kann unter einer Verdichtung eine Modifikation eines Wortes in Zusammenhang innerhalb eines Satzes verstanden werden.

Verwendung des nämlichen Materials: Ein Wort wird mehrfach verwendet (z. B. die Zerteilung eines Wortes in mehrere Silben).

Doppelsinn: Diese Technik steht sehr eng in Verbindung mit der „Verwendung des nämlichen Materials“. Gemeint sind hier vor allem Wortspiele wie z. B. *„Eifersucht ist Leidenschaft, die mit Eifer sucht was Leiden schafft.“*

Verschiebung: Freud bezeichnet diese Witztechnik als Ablenkung des Gedankenganges, die Ablenkung vom eigentlichen Thema. Ein Verschiebungswitz steht dem wörtlichen Ausdruck gegenüber – es ist also nicht das gemeint was gesagt wird. Dieser Kategorie sind auch die sog. „dummen Witze“ zuzuordnen.

Denkfehler: Dieser bezieht sich auf das handelnde Subjekt in dem besagten Witz. Der Akteur macht sich selbst zum Witz.

Unifizierung: Es handelt sich bei dieser Technik um das In-Beziehung-Setzen von Definitionen oder Beziehungen auf ein gemeinsames Drittes. Als Beispiel nennt Freud hier das Leben: In der ersten Lebenshälfte wünschte man sich die zweite, ist man in der zweiten wünschte man sich die erste herbei.

Darstellung durch das Gegenteil: Es wird etwas gesagt von dem eigentlich das Gegenteil gemeint ist. Ein Beispiel wäre der Vergleich von etwas Hässlichem mit etwas sehr schönem.

Überbietung: Diese Technik – eng in Verbindung mit der „Darstellung durch das Gegenteil“ – ersetzt das normalerweise in einem Satz stehende „Ja“ durch ein „Nein“ das wiederum durch die ihm folgenden Worte ein deutliches „Ja“ impliziert.

Indirekte Darstellung: Wird sehr oft auch als Anspielung bezeichnet und ist eines der gängigsten Mittel zur Darstellung des Witzes.

4 Empirie

4.1 Methodik – Die quantitative Inhaltsanalyse

Aufgrund der großen Datenmenge wurde die vorliegende Untersuchung anhand einer Inhaltsanalyse durchgeführt. Das Kapitel soll einen kurzen Überblick über diese Methode geben und deren Komponenten im Einzelnen hervorheben. Als Literatur wurde hierfür vor allem Werner Früh's Werk (2007) herangezogen.

Mit dieser Methode werden die Umwelt und die dazugehörigen Erfahrungen, Wahrnehmungen, wesentlich erscheinende Begriffe und Beschreibungen selektiv strukturiert. Am Anfang der Inhaltsanalyse stehen immer Forschungsfragen und / oder Hypothesen die mit Hilfe dieses Konstrukts von Begriffen überprüft werden sollen. Es geht vielmehr um die Beurteilungskriterien „brauchbar-unbrauchbar“ als „richtig-falsch“ (Früh, 2007, S. 20).

Die Inhaltsanalyse als Methode der empirischen Wissenschaft hat die Aufgabe einer systematisch transparenten und somit auch kritisierbaren Vorgehensweise. Dies geschieht durch die Erstellung von Kategorien sowie Unterkategorien, die vom Forscher selbst geformt werden. Mit Hilfe der Forschungsfrage soll ein Ausschnitt aus der Realität brauchbar beschrieben werden. Es ist essenziell, dass die Inhaltsanalyse, sowie auch andere Methoden der empirischen Wissenschaft „objektiv“ – also ohne jegliche Manipulation des Forschers durchgeführt werden. Das bedeutet auch die Offenlegung der Daten aber auch die Transparenz der weiteren Verarbeitung dieser (Intersubjektivität). (Früh, 2007, S. 21)

Innerhalb dieses Prozesses befindet sich der Forscher auf drei Ebenen: Zum einen wird das Konstrukt der Theorie gebildet das den Bezug zur Realität herstellen und beschreiben soll. Dieser Bezug wird in einem weiteren Schritt durch die Erforschung unterschiedlicher Sachverhalte – im Fachjargon „Indikatoren“ - hergestellt. Abschließend wird die letzte Ebene des Prozesses in den Ergebnissen dieser Forschung finalisiert. Die Forschungsfrage dient der Übersetzung in ein formales Datenmodell. Ausgangspunkt der Inhaltsanalyse stellt aber immer Schritt zwei dar. Wichtig in weiterer Folge ist, dass alle Arbeitsschritte - so auch die Bildung der Kategorien - explizit und schlüssig sind. Kategorien werden auch niemals einfach vom Forscher erfunden sondern werden aus dem vorliegenden Datenmaterial und der zur Verfügung stehenden Theorie abgeleitet. (Früh, 2007, S. 22)

Aufgrund dieser obigen einleitenden Sachverhalte kommt Werner Fröh in seinem Werk „Inhaltsanalyse“ (2007) zu folgender Definition:

„Die Inhaltsanalyse ist eine empirische Methode zur systematischen, intersubjektiv nachvollziehbaren Beschreibung inhaltlicher und formaler Merkmale von Mitteilungen, meist mit dem Ziel einer darauf gestützten interpretativen Inferenz auf mitteilungsexterne Sachverhalte.“ (Fröh, 2007, S. 27)

Wie deutlich zu erkennen ist, sind die zentralen Begriffe innerhalb dieser Definition ganz klar die „empirische Methode“, „systematisch“ und auch „intersubjektiv nachvollziehbar“. (Fröh, 2007, S. 27)

Die empirische Methode ist eine Art und Weise in der Forschung um zu wissenschaftlichen Erkenntnissen zu gelangen. Wichtig hierbei ist immer, dass es einen Bezug zur Realität gibt. Dies bedeutet, dass nach erkennbaren Korrelaten und Indikatoren geforscht werden muss. Die Inhaltsanalyse und dessen Arbeitsschritte genügen nur dann wissenschaftlichen Anforderungen, wenn sie auch von anderen nachvollziehbar sind, d. h. der Wahrnehmungsvorgang muss reproduzierbar sein. Genau dieser Aspekt führt zu den beiden Begriffen „systematisch“ und „intersubjektiv nachvollziehbar“. Daraus ergibt sich die Ableitung, dass eine empirische Methode auch in gewissem Maß ein „Messen“ ist. (Fröh, 2007, S. 28)

„[...] die Zuordnung von Zahlensymbolen zu Objekten oder Ereignissen nach Regeln.“ (Stevens 1951, In: (Fröh, 2007, S. 28))

In den meisten Fällen der Inhaltsanalyse findet eine Quantifizierung durch Zahlen statt. Das was gemessen wird sind jedoch nicht die Objekte an sich sondern deren Eigenschaften oder Merkmale. Jedes Objekt hat demnach eine ganz spezifische Ausprägung. Diesen Merkmalen bzw. Ausprägungen werden jeweils Zahlen zugeordnet. Das Ziel, das dahinter steht, ist die Transformation einer Bedeutungsstruktur in eine Formalstruktur. Wie oben erwähnt befindet sich die Bedeutungsstruktur auf der Konstruktebene und wird mit der Forschungsfrage bzw. der Hypothese formuliert. Das entstandene Datenmodell durch die Inhaltsanalyse ist die Formalstruktur (codierte Kategorien). Wichtig bei der Anwendung der Inhaltsanalyse ist, dass zum einen vom Forscher nicht Fakten oder Sachverhalte behauptet werden, die durch die Forschung überhaupt nicht zustande gekommen sind – d. h. es darf in die Ergebnisse nichts „hineininterpretiert“ werden. Zum anderen ist es wichtig alle Bedeutungen die die Forschungsfrage umfasst zu eruieren und zu repräsentieren. (Fröh, 2007, S. 29)

4.1.1 Die inhaltsanalytische Vorgehensweise

Nach einleitenden Überlegungen der Inhaltsanalyse und der empirischen Vorgehensweise im Allgemeinen kann nun detailliert auf das Vorgehen selbst eingegangen werden. Allen anfangs steht einmal die Frage, ob der zu analysierende Sachverhalt definitiv mit der Methode der Inhaltsanalyse überprüft werden kann. (Früh, 2007, S. 41)

Wie oben bereits erwähnt werden Ausprägungen und Kategorien Zahlen zugeordnet. Dadurch wird vor allem die Komplexität der Realität reduziert. Diese Reduktion bringt natürlich immer einen gewissen Informationsverlust mit sich, der – nach Früh – jedoch nicht als Nachteil – nein vielmehr als Vorteil, nämlich als Voraussetzung für einen weiteren Informationsgewinn zu betrachten ist. So wird es möglich Zusammenhänge durch eine klare Struktur zu erkennen. Diese Systematik ergibt sich durch die im Folgenden vorgestellten inhaltsanalytischen Ansätze. (Früh, 2007, S. 42)

Die Inhaltsanalyse beschreibt und interpretiert als wissenschaftliche Methode vor allem Bedeutungen bzw. Inhalte von Abläufen innerhalb des Kommunikationsbereiches. Mit Hilfe der Inhaltsanalyse wird selektiert und abstrahiert und - als dritten Aspekt - auch klassifiziert. Bei der Klassifikation werden theoretische Kriterien zu einem Konstrukt zusammengefasst. (Früh, 2007, S. 43)

4.1.2 Induktion & Deduktion

Bezüglich des Forschungsprozesses wird in der wissenschaftstheoretischen Literatur zwischen zwei Vorgehensweisen unterschieden: die deduktive und die induktive. Die Induktion beschreibt den Vorgang von empirischen Beobachtungen auf theoretische Konzepte zu schließen, wohingegen die Deduktion von theoretischen Konstrukten ausgehend Beobachtungsprozesse beschreibt.

Werner Früh macht an dieser Stelle den Vorschlag, Deduktion (welche theoriegeleitet ist) und Induktion (welche empiriegeleitet ist) zu kombinieren. Zudem empfiehlt er, nach der Erstellung der Hauptkategorien (auf Basis der Forschungsfrage), die Ausformulierung von zusätzlichen Unterkategorien und Hypothesen nach folgenden Arbeitsschritten: Selektion/Reduktion, Bündelung, Generalisierung/Abstraktion, Rückbezug auf Theorie erreichen (Früh, 2007, S. 73).

4.1.3 Operationale Definition

„Eine operationale Definition ist eine Definition, die einer Variablen eine bestimmte Bedeutung zuweist, indem sie die Tätigkeiten oder ‚Operationen‘ spezifiziert, die notwendig sind, um die Variable zu messen.“ (Kerlinger 1975, zit. nach: (Früh, 2007, S. 88))

Wichtig im Zuge der Formulierung von Kategorien ist die operationale Definition. Sie beschreibt die einzelnen Begriffe und Sachverhalte um so ein eindeutiges Codieren gewährleisten zu können. In wissenschaftlichen Bereichen nennt man dies „den Codierungsprozess explizit machen“. Die Operationalisierung definiert nicht nur. Sie liefert zugleich die Regeln nach denen Objektmerkmale codiert werden. Ferner soll die Operationalisierung die Indikatoren auch auf Exklusivität, Trennschärfe, Vollständigkeit und auf den Bedeutungsgehalt hin überprüfen. Sie dient nur dem semantischen Rahmen und der Kontrolle. Eine zusätzliche Aufgabe der Operationalisierung ist die Erstellung von Codierregeln und die Festlegung von Codiereinheiten (semantische Definition) nach denen die spätere Codierung ablaufen soll. (Früh, 2007, S. 88)

4.1.4 Stichprobenwahl

Anhand der Stichprobe wird vor allem die Qualität der Kategorien überprüft. Dieses „Auswahlverfahren“ ist auf mehrere Arten möglich (willkürliche Stichproben, Zufallsstichproben, Cluster Sample, geschichtete Stichprobe).

Im Zuge des Codiervorgangs seien zwei wichtige Aspekte erwähnt: die Gültigkeit (Validität) und die Verlässlichkeit (Reliabilität). Wie oben kurz angesprochen soll die Validität feststellen, ob der Forscher mit dem verwendeten Instrument tatsächlich das misst, was er eingangs mit der Forschungsfrage formuliert hat. Reliabilität beschreibt die Präzision der Beschreibung sowie die ordnungsgemäße Anwendung der Kategorien auf das Textmaterial. In diesem Zusammenhang sei auch festgehalten, dass die Inhaltsanalyse nicht immer das erfasst was „schwarz-auf-weiß“ wirklich da steht. Sie beschäftigt sich vor allem auch mit Bedeutungen die vom Kommunikator oder aber auch vom Rezipienten interpretiert werden. (Früh, 2007, S. 104)

4.1.5 Reliabilität

Nach der Codiererschulung folgt die Reliabilitätsprüfung mittels derer die Reliabilität und der Validitätsaspekt überprüft werden. Dazu existiert eine empirische Methode. Diese Prüfung wird zum einen durch den Forscher, zum anderen durch einen anderen Codierer durchgeführt. Die Ergebnisse dieses Tests geben sowohl Aufschluss über die Güte des gewählten Untersuchungsinstruments als auch über die sorgfältige Generierung der Kategorien. Teil der Messung ist zum einen die Übereinstimmung mehrerer Codierer am selben Untersuchungsmaterial (Intercoder-Reliabilität) sowie - bei längerer Untersuchungsdauer - auch die Übereinstimmung des gleichen Codierers (Intracoder-Reliabilität). Gut strukturierte und eindeutig verfasste Kategorien sollten demnach auch bei mehrfacher Codierung immer die gleichen Ergebnisse aufweisen. (Früh, 2007, S. 188)

Der Reliabilitätstest gibt Aufschluss über die Qualität der Messvorschriften, nicht aber über die Qualität der ausgesuchten Indikatoren. Das Ergebnis wird in Form einer Kennzahl ausgewiesen. Der Richtwert für die Auswahl einer Mindestgröße liegt bei ca. 30 bis 50 Nennungen.

Das bekannteste und einfachste Reliabilitätsmaß, so Werner Früh, ist jenes nach Holsti (1969), diese ist wie folgt aufgebaut: $CR = \frac{2\ddot{U}}{C1+C2}$. (Früh, 2007, S. 190)

Abkürzungen:

CR = Codierer-Reliabilität

Ü = Anzahl der übereinstimmenden Codierungen

C1 = Anzahl der Codierungen von Codierer 1 (hier: der Forscher)

C2 = Anzahl der Codierungen von Codierer 2

Für die Höhe des Reliabilitätskoeffizienten lässt sich keine fixe Zahl definieren, es gibt lediglich einige Erfahrungswerte, die Werner Früh (2007) als Beispiel nennt. So dürfte ein Wert bei der Variable "Thema" zwischen $CR = .75$ und $CR = .85$ durchaus realistisch sein.

Der Reliabilitätstest innerhalb der vorliegenden Forschung umfasste eine Sendung mit 16 Clips. Dabei wurden jene Variablen codiert, die für die Untersuchung relevant und danach Teil der wissenschaftlichen Diskussion waren. Alle weiteren Variablen, die nicht in die Analyse miteinbezogen wurden, wurden dem Reliabilitätstest nicht unterzogen. Um die Übersichtlichkeit des Codierbogens zu gewährleisten, wurden in der 1. Tabelle Clip 1-12 und in der 2. Tabelle Clip 13-16 analysiert.

Messung der InterCoder-Reliabilität - Details zum Aufbau

Teststichprobe: Sendung vom 25.2.2006, 16 Clips, 64 Variablen. Diese wurden in folgende Variablengruppen gegliedert (V=Variable):

1. V1 bis V6: allgemeine Angaben zur Talkshow
Sendung/Fallnummer, Clipnummer, Ausstrahlungsdatum, Periode, Format, Name der Talkshow
2. V9 + V11 bis V13: Inhaltliche Angaben zu den Talkshows
Gesprächssituation, Hauptthema, Geschlecht des Akteurs, Alter der Akteure
3. V156 bis V167: Kommunikationshandlung des Talkshow Moderators
4. V181 bis V190: Kommunikationshandlung/Moderation von Sonya Kraus
5. V191 bis V196: Körperliche Handlung von Sonya Kraus
6. V213 bis V219: Formale Gestaltungselemente der Talk Talk Talk Redaktion in Bezug auf Sony Kraus
7. V220 bis V224: Off Stimme der Talk Talk Talk Redaktion in Bezug auf Sonya Kraus
8. V225 bis V234: Formale Gestaltungselemente der Talk Talk Talk Redaktion in Bezug auf die gezeigten Talkshows
9. V235 bis V241: Off Stimme der Talk Talk Talk Redaktion in Bezug auf die gezeigten Talkshows

Ergebnisse: Messung zur InterCoder-Reliabilität

	Anzahl Codierungen			
Variablen-Gruppe	Codierer 1	Codierer 2	Matches	CR
1 Allgemeine Angaben zur TS	96	96	94	.98
2 Inhaltliche Angaben zur TS	64	64	44	.69
3 Kommunikationshandlung des TS Moderators	112	112	70	.63
4 Kommunikationshandlung SK	160	160	122	.76
5 Körperliche Handlung von SK	96	96	93	.97
6 Formale Gestaltungselemente der TTT Redaktion in Bezug auf SK	112	112	89	.79
7 Off-Stimme der TTT Redaktion in Bezug auf SK	80	80	77	.96
8 Formale Gestaltungselemente der TTT Redaktion in Bezug auf die TS	160	160	140	.88
9 Off-Stimme der TTT Redaktion in Bezug auf die TS	112	112	102	.91
<i>Anmerkungen: Codierer 1 = Forscher, Codierer 2 = eine weitere Person, Matches = Anzahl der übereinstimmenden Codierungen, CR = Codierer Reliabilität TS = Talkshow, SK = Sonya Kraus, TTT = Talk Talk Talk</i>				

Tabelle 1: Ergebnisse der InterCoder-Reliabilitätsprüfung

Anmerkungen:

Wie die Ergebnisse der Intercoder-Reliabilitätsprüfung zeigen, liegen die Werte in den meisten überprüften Kategorien zwischen .75 und .97. Nach Durchsicht und Analyse der Werte konnte festgestellt werden, dass einige der Kategorien nicht ausschöpfend im Codebuch operational definiert wurden. Nach der Reliabilitätsprüfung fand dahingehend eine Ergänzung statt.

Die Variablengruppe 2 weist einen Wert von .69 auf, hier gab es insbesondere zwei Herausforderungen. Zum einen war die Codierung in der Themenkategorie nicht ganz schlüssig formuliert. Dies lag an der Tatsache, dass es eine zweite Kategorie mit dem Namen "Nebenthema" gab. Für die vorliegende Analyse wurde entschieden sowohl Haupt- als auch Nebenthema zu codieren. Analysen, die mehr als einen Codierer bedürfen, sollten jedoch eine genaue Beschreibung dessen, was als Hauptthema und was als Nebenthema zu codieren ist, haben.

Ein weiterer Faktor, der beispielsweise in Variablengruppe 3 zu einem niedrigen Wert führte, ist der missing data code mit 999. Für diesen Code gab es keinen expliziten Vermerk, wann ein "Textausschnitt" nicht kodiert und somit aus der Analyse exkludiert wird. Im konkreten Fall handelte es sich um sog. Zusammenschnitte zum Karnevalsthema. Diese Art von "Text" wird nicht kodiert, da hier mehrere Shows, Akteure, etc. von der Talk Talk Talk Redaktion zusammengefügt werden. Es handelt sich hierbei um keinen konkreten Talkshowausschnitt. Auch hier wurde im Codebuch eine Anpassung durchgeführt.

Für eventuelle weitere Forschungen sei angemerkt, dass es, für Codierer 2 einige Male eine Herausforderung war, die beiden Kategorien "ironisch/humorvoll" und "anekdotisch/witzig" zu differenzieren. Es ist zu überlegen, inwieweit sich die beiden Kategorien überschneiden. Vielleicht wäre es sinnvoll, diese beiden Bereiche in einer Variablen zu vereinen.

4.2 Beschreibung des Untersuchungsgegenstandes

Im Zentrum, wie im Verlauf der letzten Seiten nun schon des Öfteren angeführt wurde, steht in der vorliegenden Arbeit das Format *Talk Talk Talk*. Es handelt sich hierbei um eine Clipshow, die von 1999 bis Ende 2011 vom Privatfernseher ProSieben nicht nur ausgestrahlt sondern auch produziert wurde. In den Jahren 1999 bis August 2000 wurde die Sendung von Jessica Stockmann moderiert, ab September 2000 übernahm Sonya

Kraus die Moderation. Abgesetzt wurde die Sendung im April 2011 aufgrund stetig sinkender Zuschauerzahlen.

Talk Talk Talk zeigte Talkshows aus Deutschland und den USA und später auch - die immer mehr im Trend liegenden sog. - Gerichtssshows und andere Formate. Ausschnitte aus amerikanischen Talkshows werden entweder mit deutschem Untertitel versehen oder mit überspitzten Off-Stimmen der Talk Talk Talk Redaktion übersetzt - dabei handelt es sich nicht immer um eine wortgetreue Übersetzung. Zum Start der Sendung im Jahre 2000 berichteten viele Medien auch über sog. "recycelte Shows", denn die Talkshows wurden mit der Sendung Talk Talk Talk wieder verwertbar und in einen anderen Rahmen gestellt. Zu überlegen ist, in welchen Rahmen. Die vermeintlich "realen" Talkshows mit ernsten Themen, die von ganz normalen Menschen erzählt werden, würden - sehe man sie am Nachmittag - auch so vom Zuschauer bewertet werden. Nun wurden diese "ernsten Geschichten" - versehen mit verlachenden Objekten - in einen völlig neuen Rahmen gesetzt. Dies veränderte klarerweise auch die Rezeption bei den Zusehern. Etwas, das ihren Ursprung ganz woanders hatte, wurde plötzlich - mit der Humorkomponente - zu einem humoristischen Objekt.

Zum Großteil unterzogen die Macher der Sendung diese Ausschnitte aus den Talkshows insbesondere in den letzten Jahren der Ausstrahlung humoristischer Verfremdungen - zum einen durch Geräusche aber auch durch Bildeinblendungen oder lustige Kommentare seitens der Moderatorin. In der Clipshow wurden skurrile und lustige Ausschnitte in gekürzter Fassung zum Original gezeigt. Inhalt dieser Ausschnitte waren zumeist zwischenmenschliche Konflikte, Menschen mit außergewöhnlichen Vorlieben, besonderen Anschauungen oder speziellem Aussehen.

An dieser Stelle möchte ich nochmals auf die humoristische Verfremdung zurückkommen. Diese war, wie die Ausschnitte aus den ersten Jahren der Sendung zeigen, zum Großteil nicht vorhanden. Die Clips wurden in ihrer Ursprungsform gekürzt und in Talk Talk Talk wiedergegeben. Erst nach einigen Jahren kam der Humor als reflexives Medium hinzu. Wichtig zu erwähnen ist, dass es auch in den Anfängen bereits "verlachende" Clips gab, die an sich durchaus lustig waren. Dieser Sachverhalt verzeichnete jedoch keinerlei Verstärkung durch reflexive Techniken der Talk Talk Talk Redaktion. Das Verlachen der Talkgäste durch Sonya Kraus kam also erst später und konnte in den anfänglichen Sendungen nicht identifiziert werden.

4.3 Versuchsaufbau der quantitativen Inhaltsanalyse

Das Kategoriensystem umfasst zwei Ebenen. Die „Daytime Talkshows“ bilden die erste Ebene der Analyse. Hierbei soll herausgefunden werden, wie die Talkshows konfiguriert sind, um beim Publikum als „unterhaltend“ und „zum Lachen bringend“ eingestuft zu werden.

Die zweite Ebene bezieht sich auf die Reflexivität durch die Sendung Talk Talk Talk und der Moderation von Sonya Kraus sowie der im Rahmen des Humors herangezogenen Gestaltungselemente.

Analysiert wurden 22 Sendungen mit einer Spiellänge von etwa 45 Minuten und einem Inhalt von 12 bis 20 Clips. Wichtig für die Analyse ist, dass alle Formate bzw. Derivate, die nicht unter den Begriff „Talkshow“ fallen und keinen Ausschnitt aus einer Talksendung darstellen (ausgestrahlt im Fernsehen), von der Analyse ausgeschlossen sind.

Aufgrund vermehrter Komplexität durch verschiedene Ebenen, werden die im folgenden aufgelisteten Formate aus der Analyse exkludiert. Diese wurden im Statistikprogramm mit dem missing data code 999 codiert:

- Gerichtsshows
Alexander Hold, Barbara Salesch, etc.
- VICs (very important chicks)
ein für TTT eigens gestaltetes Format - zwei Mädchen die in verschiedenste Städte auf Reisen begleitet werden
- TTT Fun
lustige Werbespots werden nach Plätzen gereiht
- TTT Masters
zwei Talkmaster kommentieren einen Ausschnitt einer Sendung
- TalkTalents
eine Jury bewertet einen Ausschnitt – Verhalten, Darstellung, Sprache etc. – eines Talkgastes
- US Talkshow Scout Robin Bade
er kommentiert einen Ausschnitt einer US-Talkshow
- Bobo Bär/ Bobo's Märchenstunde
erzählt verlachend über eine Sequenz, Ausschnitte werden dazu gezeigt
- TTT Classics: während der 'Ära' Jessica Stockmann
lustige Clips zu einem Thema werden in ein paar Sekunden zu kurzen Sequenzen zusammengefasst.

Einteilung der Sendungen in Phasen:

Um klare Tendenzen leichter zu erkennen, wurden die Sendungsjahre 2000 bis 2010 in drei Phasen zusammengefasst. Sonya Kraus übernahm die Moderation der Sendung ab September 2000 davor moderierte Jessica Stockmann. Wichtig in diesem Zusammenhang ist, dass innerhalb der ersten Periode lediglich Sendungen mit Jessica Stockman analysiert wurden. Die Sendungen mit der Moderation von Sonya Kraus entstammen erst ab dem Jahre 2001.

- 1. Phase: 2000
- 2. Phase: 2001 - 2005
- 3. Phase: 2006 - 2010

4.3.1 Ebene 1: Dargestellte Talkshows

Es geht um die Art des Gesprächs, die Themen sowie das Verhalten und Auftreten der Akteure und Interaktionsakteure, aber auch um die Handlungen der Talkshowmoderatoren. Um diese Teilaspekte genauer zu beleuchten, besteht diese Ebene aus unterschiedlichen Variablen, mit Hilfe derer unterschieden werden soll, ob sie sich auf Selbst- oder Fremdzuschreibung oder offensichtliche Expression (so wie sich jemand gibt) beziehen. Das heißt, dass es für die Untersuchung bedeutend war, ob jemand von sich selbst behauptete er sei intelligent oder jemand anderer täte dies oder, ob es schlichtweg durch reine Beobachtung - durch das Verhalten - erkennbar ist, dass er sich intelligent fühlt.

Die weiter unten dargestellten Kategorien gelten sowohl für den Akteur als auch für den Interaktionsakteur.

Der Akteur ist hier immer der Talkgast, der in der vorliegenden Situation die „Hauptrolle“ übernimmt. Er kommt mit dem Anliegen in die Talkshow und schildert dieses. Er betritt dabei stets zuerst das Talkstudio.

Der Interaktionsakteur hingegen ist ein zweiter Talkgast, der in die geschilderte Situation auf irgendeine Art und Weise involviert bzw. von dem Problem betroffen ist. Ferner existiert noch ein zweiter Interaktionsakteur. Aus Gründen der Komplexität-Reduktion wird dieser jedoch (bis auf Geschlecht und Alter) nicht weiter in die Analyse miteinbezogen.

Mit Hilfe des Kategoriensystems sollen folgende Variablen auf erster Ebene analysiert werden, wobei die verschiedenen Kategorien Akteur, Interaktionsakteur,

Talkshowmoderator und Publikum betreffen. (Das detaillierte Codebuch findet sich im Anhang dieser Arbeit wieder.):

- Allgemeine Angaben
Geschlecht, Alter, Schichtzugehörigkeit, Zugehörigkeit zu einer Subkultur
- Charakterisierung & Eigenschaftsprofil
Sprache, verbales Ausdrucksvermögen, Erscheinungsbild
- Charakterliche Eigenschaft & Manieren
- Eingriffe des Talkshow-Moderators & Reaktionen des Publikums
Kommunikationshandlung, Körperliche Handlung

4.3.2 Ebene 2: Talk Talk Talk

Die 2. Ebene bezieht sich, wie oben bereits erwähnt, auf die Reflexion der Talkshows durch das Format Talk Talk Talk und insbesondere durch die Moderatorin Sonya Kraus. Hierbei geht es um eine abgeänderte - mit humoristischen Inhalten versehene - Präsentation der Inhalte. Die Redaktion bedient sich dabei der Elemente der Kommunikation, schauspielerischer Darstellungsweisen durch die Moderatorin und formaler Gestaltungselemente. Diese Reflexion der Talkshows basiert - wie erwähnt - auf dem Konzept des Humors und behandelt Themen daher sehr oft im Rahmen der „Verulking“ oder des „Ins-Lächerliche-Ziehens“.

Analysedimensionen innerhalb dieser Ebene (Das detaillierte Codebuch findet sich im Anhang dieser Arbeit wieder.) :

- Sonya Kraus
Kommunikationshandlung / Moderation, Körperliche Handlung, Mimik, Gestik, äußeres Erscheinungsbild
- Redaktion
Formale Gestaltungselemente in Bezug auf Sonya Kraus sowie auf gezeigte Talkshows

Abschließend ist festzuhalten, dass nicht alle analysierten Variablen Teil der untenstehenden Arbeit sind. Da es sich hier um einen sehr großen Umfang handelt, war es nicht sinnvoll, das gesamte Spektrum der Aspekte in Hinblick auf alle Ergebnisse zu behandeln. Ziel war es, die wichtigsten Untersuchungsergebnisse in Hinblick auf Humor,

Reflexivität und Themen herauszufiltern. Teil der Analyse sind daher: Themen der Talkshows, allgemeine Angaben zu den Akteuren, Kommunikationshandlungen sowie körperliche Handlungen der Talkshow Moderatoren und Sonya Kraus und die formalen Gestaltungselemente seitens der Redaktion Talk Talk Talk.

4.4 Forschungsfragen

Wie am Anfang einer jeden Forschung steht auch hier die Frage nach dem „Was“. Was soll erforscht werden? Was gilt es herauszufinden?

Dieses Kapitel bezieht sich auf die Forschungsfragen, die im Rahmen der Inhaltsanalyse beantwortet werden sollen. Den Schwerpunkt bildet dabei die zweite Ebene, da die vorliegende Arbeit vor allem auf die reflexiven Elemente Bezug nimmt. Um einen allgemeinen Überblick über die Veränderung der Talkshows an sich zu geben, wurde diesem Aspekt eine offene Fragestellung (Nr. 1) gewidmet. Die detaillierte operationale Definition mit allen Beschreibungen der einzelnen, mit Hilfe der Inhaltsanalyse untersuchten, Variablen findet sich im Anhang wieder.

Forschungsfrage 1: *Wie haben sich die Talkshows in Bezug auf deren Akteure, Themen und der Moderation verändert?*

Diese Fragestellung geht näher auf die einzelnen Elemente der Talkshows ein und analysiert vorerst, ob sich die inhaltlichen Aspekte der Talkshows im Laufe der Jahre verändert haben. Ferner gibt die Frage Aufschluss über die Themen. Diesbezüglich besteht die Annahme, dass sich diese in Richtung "Lifestyle" und "Soziale Beziehung" hin entwickelt haben. Abschließend wird das Verhältnis der Moderatorin zu den Talkshow-Gästen beleuchtet. Im Zuge dessen wird der Frage nachgegangen ob Unterschiede im Laufe des Forschungszeitraums zu verzeichnen sind.

Forschungsfrage 2:

- a) Bezugnehmend auf die Kommunikations- und körperliche Handlung der Moderatorin, welche Veränderungen gab es im Laufe der Jahre innerhalb der Sendung Talk Talk Talk?***
- b) Wie entwickelte sich vor allem der Humor als Kommunikationsmedium in der Sendung TalkTalkTalk?***

Diese Forschungsfrage teilt sich in zwei Aspekte auf. Beide Fragen sind in der zweiten Ebene der Analyse verankert und beziehen sich vor allem auf die Kommunikations- und körperliche Handlung der Moderatorin.

Es geht die Annahme voraus, dass ab dem Einstieg von Sonya Kraus, der Humorebene nicht nur eine höhere Bedeutung beigemessen wurde, sondern dass der Humor als Kommunikationsmedium maßgeblich für den Erfolg der Sendung verantwortlich war und dass dieser sich im Laufe der Sendungsjahre verändert hat.

Forschungsfrage 3: *Welche Rolle nimmt der reflexive Humor in Talk Talk Talk ein und was könnte das für die Kommunikationsqualität der Zuschauer bedeuten?*

Wie in Kapitel 2.2 bereits näher erläutert, handelt es sich bei der Reflexivität um die Tatsache, dass ein bestimmtes Format etwas zeigt, dass gezeigt wird. Derjenige, der etwas zeigt, tritt mit dem Rezipienten quasi auf eine Stufe - er geht eine „Beziehung“ mit dem Zuschauer ein. In diesem Fall wären es Sonya Kraus und die Talk Talk Talk Redaktion, die dem Zuschauer etwas zeigen. Es stellt sich somit die Frage, inwieweit sich diese reflexive Ebene - die in den Anfängen der Sendung kaum existierte - veränderte und was dies für die Rezipienten letztendlich bedeutet.

4.5 Statistische Auswertung

Alle Daten der Sequenzanalyse wurden in das Statistikprogramm SPSS eingegeben. Danach erfolge die Auswertung. Im Anschluss an dieses Kapitel findet sich die Darstellung der Fragestellungen wieder, die anhand von Varianzanalysen und Signifikanztests statistisch überprüft und untersucht wurden.

In den dargestellten Tabellen sind Signifikanzwerte unter 0,01 (mit 1 % Irrtumswahrscheinlichkeit) mit *** und Signifikanzwerte kleiner gleich 0,05 mit ** gekennzeichnet. Signifikanzwerte unter 0,1 (mit 10 % Irrtumswahrscheinlichkeit) wurden nicht gekennzeichnet.

Wie im Kapitel 4.3 deutlich gemacht teilt sich die Analyse auf zwei Ebenen auf. In einem ersten Schritt (Ebene 1) wurden einige Faktoren auf der Ebene der dargestellten Talkshows untersucht. Im zweiten Schritt fokussiert sich die Analyse auf die "reflexiven Elemente" die seitens der Talk Talk Talk Redaktion eingesetzt werden. Im Mittelpunkt der vorliegenden Arbeit steht vorrangig die Sendung Talk Talk Talk und die eingesetzten

Humorelemente die zur Unterhaltung beitragen sollen. Dem untergeordnet, wurden auch einzelne Komponenten innerhalb der Talkshows analysiert.

4.5.1 Analyse

Zu Beginn ist eine Anmerkung besonders wichtig. Wie in Kapitel 4.3. des Versuchsaufbaus näher erläutert, wurden Derivate die nicht als „Talkshow“ zu identifizieren waren, aus der Analyse exkludiert - dies betrifft die 1. Analyseebene. Deren Kommentare und Anmoderation von und durch Sonya Kraus wurden jedoch codiert - da diese sich auf 2. Analyseebene befinden. Genau das ist auch der Grund, warum „N“ (Stichprobengröße) bei allen Variablen betreffend der Talkshows 267 und „N“ bei den Variablen, die sich auf Sonya Kraus konzentrieren 302 ist. Was die Veränderung des Wertes von „N“ bei den formalen Gestaltungselementen betrifft, so variiert auch dieser, da sie nicht immer vorhanden waren.

Das aktuelle Kapitel veranschaulicht nun die Ergebnisse der relevanten Variablen und gibt einen kurzen Überblick über diese. Im nachfolgenden Kapitel werden die Resultate einer wissenschaftlichen Diskussion unterzogen, mit theoretischen Überlegungen in Verbindung gebracht - dies soll letztendlich zur Beantwortung der Forschungsfragen führen.

Forschungsfrage 1: Allgemeine Veränderungen in Bezug auf die Talkshows

Wie haben sich die Talkshows in Bezug auf deren Akteure, Themen und der Moderation verändert?

Alter der Akteure

%	Alter der Akteure			Chi²
	2000	2001 - 2005	2006 - 2010	
N= 267				
minderjährig	12,5	5,3	3,3	
jugendlich	25,0	45,8	45,8	
mittleres Alter	50,0	39,7	44,2	
fortgeschrittenes Alter	12,5	9,2	6,7	
= $p<0,05$; *= $p<0,01$ Pearson-Chi-Quadrat .549 - nicht signifikant				

Tabelle 2: Alter der Akteure in den Talkshows nach Ausstrahlungsperioden

Tabelle 2 bezieht sich auf das Alter der Akteure und Interaktionsakteure in den Talkshows. Die Analyse beinhaltet 267 Talkshow-Clips. Die einzelnen Altersstufen wurden in vier Gruppen klassifiziert - minderjährig (<18), jugendlich (18-25), mittleres Alter (26-40) und fortgeschrittenes Alter (41-100).

Mit Blick auf die Kategorie der Minderjährigen, zeigt sich eine leichte Reduktion im Laufe der Jahre (von 13 % auf 3,3 %). Eine mögliche Erklärung dafür wäre, dass sich die Talkshows immer mehr zum "Confrontainment" hin entwickelten. Es wurden Studiogäste mit unterschiedlichen Meinungen zu einem bestimmten Thema eingeladen, um das Gespräch "anzuheizen" bzw. auch ein Streitgespräch zu provozieren. Dies setzte voraus, dass die Akteure und Interaktionsakteure einiges erlebt hatten und bei den Gesprächen auch mitreden konnten. Während bei der Gruppe der Jugendlichen ein leichter Anstieg (von 25 % auf 46 %) zu verzeichnen ist, kann bei der Kategorie mittleres Alter ein kleiner Rückgang zwischen 2001 bis 2005 und wiederum ein Anstieg in 2006 bis 2010 vermerkt werden.

Geschlechterverteilung in den Talkshows

%	Geschlechterverteilung der Akteure			Chi²
	2000	2001 - 2005	2006 - 2010	
N= 267				
weiblich	62,5	59,5	53,3	
männlich	37,5	40,5	46,7	
= $p<0,05$; *= $p<0,01$ Pearson-Chi-Quadrat .494 - nicht signifikant				

Tabelle 3: Geschlechterverteilung der Akteure nach Ausstrahlungsdatum

Tabelle 3 veranschaulicht die Geschlechterverteilung bei den Akteuren in den gezeigten Talkshows. Die Anzahl der männlichen Studiogäste stieg im Laufe der Ausstrahlungsperioden leicht an. Gegengleich ging die Anzahl der weiblichen Akteure leicht zurück. Es kann hier jedoch nicht von einem signifikanten Unterschied gesprochen werden.

Hauptthemen in den Talkshows

% N= 267	Hauptthema Talkshows			Chi²
	2000	2001 - 2005	2006 - 2010	
Partnerbeziehung	43,8	26,7	39,7	***
Familie	18,8	2,3	7,4	
Soziale Beziehung	12,5	10,7	9,9	
Lifestyle	18,8	22,1	19,0	***
Körper	6,3	32,8	15,7	***
Beruf	0,0	5,3	8,3	
= $p<0,05$; *= $p<0,01$				

Tabelle 4: Entwicklung der Hauptthemen nach Ausstrahlungsperiode

Wie Tabelle 4 zeigt sind in Bezug auf die Hauptthemen der Talkshows kleine Verschiebungen zu verzeichnen.

Die Themen wurden in der Analyse in fünf Kategorien codiert: Partnerbeziehung, Familie, soziale Beziehung (z. B. Freundschaften, Nachbarschaften, Arbeitskollegen), Lifestyle (z. B. Lebensanschauungen, Lebensstile), Körper (z. B. Piercings, ausgefallener Kleidungsstil, Tattoos) und Beruf (z. B. Berufswahl, Aus- und Weiterbildung). Wie bereits angesprochen, sind in der Entwicklung der Talkshows sowie deren Intention und Nutzen im Laufe der Jahre einige Veränderungen zu sehen. So musste sich gezwungenermaßen, mit dem Aufkommen des "bizarre talk" oder des "confessional talk" auch die Themenwahl verändern, denn einige Themen sind mehr und andere wiederum weniger für Streitgespräche geeignet.

Signifikante Ergebnisse gab es in Hinblick auf die Kategorie Partnerbeziehung, Lifestyle und Körper. Im Jahre 2000 wurden 43,8 % **Partnerschaftsthemen** diskutiert, wohingegen es zwischen 2001 und 2005 nur noch knapp 27 % waren. 2006 bis 2010 lag der Anteil dieser Kategorie bei etwa 40%.

Die Kategorie **Lifestyle** war in der ersten Ausstrahlungsperiode mit 19 %, in der zweiten mit 22 % und in der dritten mit fast 20 % in der Themenauswahl vertreten..

In Hinblick auf die Kategorie **Körper** gab es ab 2001 einen signifikanten Anstieg. Im Jahr 2000 beschäftigten sich nur knapp 6,3 % der Talkshow-Clips mit dem Thema Körper, Körperschmuck, Figur etc. Zwischen 2001 und 2005 erreichte diese Themengruppe schon fast 33 %. Dieser Wert ging ab 2006 wieder etwas nach unten und der

überwiegende Teil der Sendungen beschäftigte sich mit dem Thema Partnerschaft. Die kleinste Rolle von allen vorkommenden Themen spielte die Sparte Beruf.

Gesprächssituation in den Talkshows

%	Art des Gesprächs in den Talkshows			Chi²
	2000	2001 - 2005	2006 - 2010	
N= 267				
konfliktorientiert	25,0	34,4	49,6	**
lösungsorientiert	31,3	18,3	16,5	**
Erzählung persönlicher Geschichten	43,8	47,3	33,9	
= $p<0,05$; *= $p<0,01$				

Tabelle 5: Gesprächssituation in den Talkshows

In Bezug auf die Art des Gesprächs bzw. die Gesprächskultur in den einzelnen Sendungen ist ein signifikanter Unterschied zwischen den Ausstrahlungsperioden zu beobachten. Im Jahre 2000 waren 25 % aller Gespräche **konfliktorientiert**, von 2006 bis 2010 waren es bereits 50 %. Während dieser Wert also stetig zugenommen hat, sank die Anzahl der **lösungsorientierten** Gesprächssituationen in den Talkshows - von 32 % (2000) auf 17 % (2006 - 2010). Auch die Erzählungen von persönlichen Geschichten traten zunehmend leicht in den Hintergrund. Anfangs waren es ca. 44 %, 2006 - 2010 nur noch 34 %.

Kommunikationshandlungen des Talkshow Moderators

Kommt vor - %	Kommunikationshandlung des Talkshow Moderators			Chi²
	2000	2001 - 2005	2006 - 2010	
N= 264				
kommentiert sachlich	93,3	57,4	28,6	*** *** **
kommentiert wertend	6,7	43,1	69,7	
fasst zusammen	93,3	88,5	76,5	
ermahnt TG	6,7	6,9	6,7	***
wirft TG aus dem Studio	0,0	3,1	4,2	
lacht über einen TG	26,7	70,0	72,3	
macht abwertende Gestik	0,0	5,4	6,7	***
hält TG auseinander	0,0	3,1	2,5	
hält Hand des TG	33,3	2,3	0,8	
bietet TG Taschentuch an	0,0	0,8	0,0	*** ***
streichelt TG über den Kopf	13,3	0,8	0,0	
klopft TG auf die Schulter	6,7	0,0	0,0	
TG = Talkgast **= $p<0,05$; ***= $p<0,01$				

Tabelle 6: Kommunikationshandlung des Talkshow-Moderators

Ein korrespondierender Zusammenhang zeigt sich vor allem bei der Art der Kommunikation die der Talkshow Moderator gegenüber seinen Gästen einsetzt. Hochsignifikante Unterschiede manifestieren sich vor allem in den Bereichen Sachlichkeit und Bewertung der Kommentare, aber auch bei ironischen Komponenten. Im Jahre 2000 (93 %) sowie 2001 bis 2005 (57 %) war der Kommunikationsstil der Talkshow Moderatoren vorwiegend **sachlich**. Ab 2006 ist eine deutliche Verschiebung hin zur **wertenden** Kommunikation zu erkennen. Wertende Kommentare sind am Anfang des Forschungszeitraumes (Periode 2000) nur mit 6,7 % zu beobachten, in der letzten Ausstrahlungsperiode waren es bereits 69,7 %. Ein signifikanter Zusammenhang ist ferner bei der Kategorie "TS Moderator **lacht über einen Talkgast**" gegeben. Anfangs waren es nur 26,7 %, später (2006 - 2010) schon 72,3 %.

Forschungsfrage 2: Veränderungen bei TalkTalkTalk

- a) *Bezugnehmend auf die Kommunikations- und körperliche Handlung der Moderatorin, welche Veränderungen gab es im Laufe der Jahre innerhalb der Sendung Talk Talk Talk?*
- b) *Wie entwickelte sich vor allem der Humor als Kommunikationsmedium in der Sendung TalkTalkTalk?*

Kommunikationshandlung/Moderation von Sonya Kraus

Kommt vor - % N= 302	Kommunikationshandlung von SK			Chi²
	2000	2001 - 2005	2006 - 2010	
beschreibend/sachlich	100	16,7	4,7	***
wertend	37,5	46,4	48,6	
ironisch	31,3	87,7	86,5	***
anekdotisch	6,3	35,5	20,9	***
schadenfroh	12,5	43,5	33,8	
satirisch	0,0	5,5	0,7	**
selbstironisch	0,0	0,0	20,9	***
moderiert mit verstellter Stimme	0,0	5,8	12,2	
moderiert lachend, belächelnd	6,3	17,4	23,0	
parodiert	0,0	0,7	4,1	
= $p<0,05$; *= $p<0,01$ SK= Sonya Kraus				

Tabelle 7: Kommunikationshandlung/Moderation von Sonya Kraus

Zunächst ist festzustellen, dass sich die Kommunikationshandlung bzw. die Moderation von Sonya Kraus vor, zwischen und nach den Spots erheblich veränderte. Hochsignifikante Ergebnisse zeigen vor allem die Kategorien: beschreibend / sachlich, ironisch, anekdotisch und selbstironisch.

Im Jahre 2000 waren die Kommentare der Moderatorin zu 100 % **beschreibend** / sachlich, 2001 bis 2010 waren es nur noch 4,7 %. Sehr interessant für das vorliegende Thema ist vor allem auch der Wert in der Kategorie **Ironie** der von 31,3 % auf 86,5 % angestiegen ist, sowie jener der **Selbstironie**. Dieser lag in den Anfängen bei 0 % und steigerte sich bis zu 20,9 %.

Ferner ergab die Analyse einen signifikanten Wert in der Kategorie "satirische Kommunikationshandlung".

Körperliche Handlung von Sonya Kraus

Kommt vor - % N= 302	Körperliche Handlung von SK			Chi²
	2000	2001 - 2005	2006 - 2010	
tanzt	0,0	0,0	4,1	**
macht sich die Haare	0,0	0,0	0,7	
trägt Lippenstift auf	0,0	0,0	2,7	
isst oder trinkt im Studio	0,0	0,0	3,4	
liest	6,3	0,0	1,4	**
putzt	0,0	0,0	0,0	
= $p<0,05$; *= $p<0,01$ SK= Sonya Kraus				

Tabelle 8: Körperliche Handlung von Sonya Kraus

In Hinblick auf die körperlichen Handlungen von Sonya Kraus während einer Moderation ist ein signifikanter Wert zu beobachten. Die Aktivität in Form von **Gestiken**, während der Moderationen, nahm zu. In den Anfängen kann man von einer fast statischen Stellung der Moderatorin sprechen.

Forschungsfrage 3: Die Rolle des reflexiven Humors

Welche Rolle nimmt der reflexive Humor in Talk Talk Talk ein und was könnte das für die Kommunikationsqualität der Zuschauer bedeuten?

Formale Gestaltungselemente der TalkTalkTalk Redaktion in Bezug auf Sonya Kraus

Kommt vor - % N= 302	Formale Gestaltungselemente der TTT Redaktion in Bezug auf Sonya Kraus			Chi²
	2000	2001 - 2005	2006 - 2010	
Zeichentrickelemente in Bezug auf SK	0,0	0,0	0,0	***
Zeichentrickelemente im Hintergrund	0,0	0,7	1,4	
visuelle Einblendungen in Bezug auf SK	0,0	0,7	3,4	
visuelle Einblendungen im Hintergrund	6,3	62,3	60,8	
farbliche Lichtspiele im Hintergrund	12,5	43,5	18,2	
Musik	0,0	2,2	16,9	
Sprechblasen	0,0	0,0	0,0	
= $p<0,05$; *= $p<0,01$ TTT= Talk Talk Talk, SK= Sonya Kraus				

Tabelle 9: Formale Gestaltungselemente der TalkTalkTalk Redaktion in Bezug auf Sonya Kraus

Thematisch waren die Ergebnisse der formalen Gestaltungselemente für die vorliegende Arbeit von hoher Relevanz. Diese Komponente sollte die Reflexivität der Sendung näher beleuchten. Es ging darum, herauszufinden, welche Elemente nach und nach in die Sendung eingebunden wurden, um das Interesse des Rezipienten zu verstärken. Hoch signifikante Ergebnisse verzeichneten sich vor allem in Bezug auf die **visuellen Einblendungen** - hier gab es eine Steigerung von 6,3 % (2000) bis 43,5 % (2001 - 2005) und den **farblichen Lichtspielen im Hintergrund**, welche anfangs bei 12,5 % lagen und zwischen 2001 - 2005 auf 43,5 % anstiegen. Auch die **Musik** die in den Anfängen kaum vorhanden war, ergab zwischen 2006 - 2010 einen Wert von 16,9 %.

Off-Stimme der TalkTalkTalk Redaktion in Bezug auf Sonya Kraus

Kommt vor - % N= 302	Off-Stimme der TTT Redaktion in Bezug auf Sonya Kraus			Chi²
	2000	2001 - 2005	2006 - 2010	
macht Korrektur	6,3	0,0	0,0	*** **
gibt Anweisung	6,3	0,0	0,7	
wirft lustigen Kommentar ein	0,0	0,7	2,0	
wirft verlachenden Kommentar ein	0,0	0,7	1,4	
lacht oder belächelt	0,0	0,0	0,0	
= $p<0,05$; *= $p<0,01$ TTT= Talk Talk Talk. SK= Sonya Kraus. TS= Talkshows				

Tabelle 10: Off-Stimme der TalkTalkTalk Redaktion in Bezug auf Sonya Kraus

Tabelle 10 zeigt, dass der Komponente der Off-Stimme anfangs in der Sendung TalkTalkTalk nahezu kein Platz eingeräumt wurde. Es gab zwar Kommentare, diese waren jedoch nicht auf humoristische Art und Weise konzeptioniert. Es machte den Anschein - und dies ist nun eine subjektive Einschätzung meinerseits - als ob diese Kommentare aus dem Off im Jahre 2000 zwar als "lustig" intentioniert waren, jedoch nicht so klar beim Rezipienten ankamen. Verlachende oder lustige Kommentare per se gab es ganz am Anfang daher gar nicht. Hier ist ein kleiner, jedoch nicht signifikanter, Anstieg auf 2 % (bei verlachenden Kommentaren) bzw. 1,4 % bei lustigen Kommentaren zu verzeichnen.

**Formale Gestaltungselemente der TalkTalkTalk Redaktion
in Bezug auf die gezeigten Talkshows**

Kommt vor - % N= 280	Formale Gestaltungselemente der TTT Redaktion in Bezug auf die gezeigte TS			Chi²
	2000	2001 - 2005	2006 - 2010	
Zeichentrickelemente in Bezug auf Talkgast	0,0	1,5	0,8	***
Zeichentrickelemente in Bezug auf Talkmaster	0,0	0,0	0,0	
Zeichentrickelemente im Hintergrund	0,0	1,5	0,8	
visuelle Einblendungen in Bezug auf den Talkgast	0,0	12,6	17,1	
visuelle Einblendungen in Bezug auf den Talkmaster	0,0	0,0	0,8	
visuelle Einblendungen im Hintergrund	0,0	7,4	20,2	
farbliche Lichtspiele im Hintergrund	0,0	3,7	2,3	
Musik	0,0	11,9	24,8	**
Sprechblasen	0,0	0,0	0,8	
Denkblasen	0,0	0,7	0,8	
=p<0,05; *=p<0,01 TTT= Talk Talk Talk, SK= Sonya Kraus, TS= Talkshows				

Tabelle 11: Formale Gestaltungselemente der TalkTalkTalk Redaktion in Bezug auf die gezeigten Talkshows

Wie angenommen gibt es - so wie bei den formalen Gestaltungselemente in Bezug auf Sonya Kraus - auch betreffend der formalen Gestaltungselemente in Bezug auf die Talkshow, Unterschiede. Vor allem was die visuellen Einblendungen in Bezug auf den Talkgast bzw. die visuellen Einblendungen im Hintergrund und den Einsatz von Musik betrifft. Die **Visuellen Einblendungen** in Bezug auf die Talkgäste entwickelten sich von 0 % auf 17,1 %, jene im **Hintergrund** waren 2006 bis 2010 dann sogar 20,2 %. Auch das Einspielen von **Musik** (wenn zum Beispiel ein Gast das Studio betritt), wurde zunehmend zu einem reflexiven Tool der Sendung. In der letzten Periode waren es 24,8 %.

Off-Stimme der TalkTalkTalk Redaktion in Bezug auf die Talkshows/Clips

Kommt vor - % N= 280	Off-Stimme der TTT Redaktion in Bezug auf die Talkshow/Talkgäste			Chi²
	2000	2001 - 2005	2006 - 2010	
übersetzt verlachend ins Deutsche	0,0	16,3	3,9	***
übersetzt normal ins Deutsche	25,0	5,2	0,8	
macht Korrektur	0,0	0,0	0,0	
gibt Anweisung	0,0	0,0	0,0	
wirft lustigen Kommentar ein	0,0	6,7	12,4	
wirft verlachenden Kommentar ein	0,0	7,4	11,6	
lacht über etwas	0,0	0,7	0,8	
= $p<0,05$; *= $p<0,01$ TTT= Talk Talk Talk. SK= Sonja Kraus. TS= Talkshows				

Tabelle 12: Off-Stimme der TalkTalkTalk Redaktion in Bezug auf die Talkshows/Clips

Tabelle 12 zeigt den Einsatz der Off-Stimme von TalkTalkTalk in Bezug auf die Talkshows. Die Inhaltsanalyse ergab hoch signifikante Zusammenhänge bei den **Übersetzungen**. Während im Jahre 2000 „ganz normal“ und ohne verlachende Komponenten ins Deutsche übersetzt wurde (bei amerikanischen Talkshows), sind es in der letzten Periode bereits 3,9 %. Auch zeigt die Variable "übersetzt normal ins deutsche" eine erhebliche Reduktion, nämlich von 25 % (2000) auf 0,8 % (2006 - 2010).

4.5.2 Interpretation

Der theoretische Teil der vorliegenden Arbeit beschäftigte sich mit einigen in der Literatur vorhandenen Humorthorien. Wie bereits eingangs aufgezeigt, stellt die Literaturlandschaft in diesem Bereich eine Vielzahl an Theorien zur Verfügung, die beschreiben, was Komik, Humor und Ironie wirklich sind.. Um eine professionelle Basis für die empirische Aufbereitung des Themas dieser Magisterarbeit zu schaffen wurde eine relevante Auswahl an theoretischen Grundlagen getroffen. In diesem Kapitel werden theoretische Überlegungen und empirische Befunde miteinander in Verbindung gebracht.

Bevor die weiter vorne festgelegten Forschungsfragen zur Diskussion stehen, verweist dieses Kapitel - dem Verständnis dienend - auf die Zusammenhänge der Thematik mit dem Bezugsrahmen der Reflexivität und des Framings im Allgemeinen.

Die Reflexivität der Sendung

Wie Hans J. Wulff (1999) treffender Weise gesagt hat, wohnt der Reflexivität die Tätigkeit des Zeigens inne. Meiner Meinung nach ist dies eine passende Aussage wenn es zur Erklärung von Reflexivität in Hinblick auf den zu untersuchenden Gegenstand Talk Talk Talk kommt. Es wird etwas gezeigt, das gezeigt wird. Im ersten Augenblick etwas konfus, im zweiten jedoch völlig klar. Bei der Show Talk Talk Talk handelt es sich exakt um so ein Format, das zeigt, was gezeigt wird.

Es handelt sich hier um mehrere Ebenen auf denen die Show basiert. Zum einen gibt es die Ebene der Talkshow selbst - samt aller Akteure - und zum anderen gibt es die Bezugnahme auf diese Sendungen durch Sonya Kraus und ihre Redaktion auf zweiter Ebene. Reflexiv werden so Kommentare, Moderationen, Bilder und auch Musik hinzugefügt um die Talkshows in einen neuen Rahmen zu setzen - nämlich in den des Humors. Durch diese Reflexivität beinhaltet Talk Talk Talk die Ebene des Humors, der oft nur vermeintlich ernste Geschichten mit wiederum oft nur vermeintlich ernsthaften Talkgästen ein wenig „auf die Schippe nimmt“.

Weiterführend sei der sog. "Pakt" (Wulff, 1999) zwischen Zusehern und den abgebildeten Figuren an dieser Stelle erwähnt. So kommt es mit ironischen Inhalten dazu, dass der Rezipient eine Rolle im Spiel einnimmt.

Dies ist vor allem deshalb interessant, weil Talk Talk Talk sehr oft oder zum größten Teil aus solchen Elementen (Kommentaren, Bildern, Bannern, Grafiken etc.) besteht. Im Fachjargon wird dieser Sachverhalt das „diegetische Universum“ genannt. Es geht hier um Darstellen, Aussagen und Rezipieren. Sonya Kraus spricht, mit dem Blick in die Kamera gerichtet, quasi mit den Zuschauern vor den Fernsehgeräten über diese „peinlichen Talkgäste“ und die „Eklats“, die sie sich innerhalb einer bestimmten Show geliefert haben. Das Spiel in diesem Fall: Sonya und der Rezipient tratschen über „die anderen“. Der Zuschauer ist sich dessen während der Rezeption bewusst. Wulff nennt dies „rezeptive Einstellung“ - eine Voreinstellung des Rezipienten angewendet als eine Art „Folie“ auf den Rezeptionsprozess.

Ferner wichtig erscheint der Begriff Voyeurismus in Zusammenhang mit dem "kommunikativen Verhältnis" (Wulff, 1999) hier von Bedeutung. Dieses Verhältnis entsteht über das gegenseitige Wissen des einen über den anderen. Dieser Terminus lässt sich - ohne Zweifel - auf das Rezipieren von Talkshows übertragen. Produzenten, Talkgäste, Moderatoren und Rezipienten wissen allesamt welche Rolle sie einnehmen. Durch dieses „Zur-Schau-Stellen“ von anderen Menschen nehmen Konsumenten vor

den Fernsehapparaten den Platz des „Voyeurs“ ein. Sie machen es jedoch nicht heimlich, denn diese Sendungen werden eben genau deshalb produziert.

Dieses Spiel des Voyeurismus kann nur unter der Bedingung gespielt werden, dass alle Beteiligten - Akteure, Interaktionsakteure, Moderatoren, Publikum und Zuseher - über den Rahmen des Spiels unterrichtet sind. Dieser Sachverhalt ist bei der Rezeption von Talkshows gegeben. Ein Problem, das mir hier persönlich in den Sinn kommt ist jedoch die Überlegung, dass einige Konsumenten dieser Shows manchmal nicht mehr die Differenz zwischen Show und Wirklichkeit erkennen. Dies wird vor allem dann ein Problem, wenn Handlungsweisen und Aussagen der Talkgäste in das reale Leben aufgenommen werden. Denn seien wir ehrlich: Wer weiß schon was echt und was unecht ist? Ein essenzieller Aspekt ist hier auch die Selbstdarstellung, die manche Menschen dazu treibt erfundene Geschichten in Talkshows zu erzählen. Diese Tatsache kann jedoch in der vorliegenden Arbeit nicht weiter ausdiskutiert werden.

Ganz nah an diesem Thema siedelt sich auch die evaluative Einstellung (Wulff, 1999) an. Diese beschreibt die Diskussion und Bewertung im Anschluss an die erfolgte Rezeption. Genau dieses Phänomen setzt nun neuerlich einen Rahmen voraus. Diese Bewertung stellt ein weiteres reflexives Merkmal der Rezeption dar. Interessant - so meine ich - ist im Zuge meiner Analyse des Formats Talk Talk Talk, dass diese evaluative Ebene zwar auch beim Rezipienten stattfindet, in erster Linie jedoch von Sonya Kraus durch die Moderation bzw. Mimik und Gestik übernommen wird. Dadurch findet bereits auf ihrer Ebene eine Bewertung statt. So kommt es zu einer bereits vorgefertigten Meinung.

Framing

Frames sind Rahmen. Sie ermöglichen uns das Verstehen und die Einordnung von Ereignissen. Bezogen auf die Medienwissenschaft und vor allem den Untersuchungsgegenstand Talk Talk Talk bedeutet das, dass der Rezipient sich bewusst ist, mit der Rezeption in eine andere Welt, anders als die Realität, einzutauchen. Er hat somit die Kontrolle darüber, was und wie lange er einen Medieninhalt rezipieren möchte.

An dieser Stelle sei auf Gregory Bateson's Begriff des Spiels verwiesen (zit. n. Goffmann, 1977). Themen aus dem alltäglichen Leben dienen in der Sendung Talk Talk Talk (hier: das Spiel) als Formgrundlage. Was aber macht diese - vermeintlich ernsthaften Themen - zum Spiel? Dazu sind bei Erving Goffman einige Regeln bzw. Voraussetzungen festgelegt. (Goffman, 1977) Unter anderem stellen übertriebene Handlungen in diesem Zusammenhang eine wichtige Rolle. Dieser Punkt wird durch die

Moderation, die Kostümierung oder auch Mimik bzw. Gestik erfüllt. Während des Spiels geschieht durch einen Rollenwechsel innerhalb der Teilnehmer eine Auflösung der Hierarchie. Dieser spielt innerhalb der Sendung Talk Talk Talk eine erhebliche Rolle und dient als Voraussetzung für das Verlassen der Talkshowgäste durch Sonya Kraus. Der beschriebene Rollenwechsel findet seinen theoretischen Hintergrund in der karnevalesken Umkehrung (Bachtin, 1965). Diese Korrelation wird weiter unten, innerhalb der Analyse, näher diskutiert.

Zurück zu Erving Goffman's Überlegungen und den Arten der Transformationen. In diesem Sinne spricht er von Moduln und Modulation (1. Transformation). Ein Modul transformiert einen Sachverhalt, der in einem primären Rahmen bereits einer Konvention entspricht, in etwas anderes. Der primäre Rahmen sind alltägliche Themen von Menschen, die diese Themen präsentieren. Die Transformationsleistung geschieht durch die Reflexivität, die humoristischen Inhalte, dargestellt von Sonya Kraus. Dieser Vorgang der Transformation ist die Modulation. Aufgrund dieser Tatsache differenziert Goffman - wie bereits erwähnt - fünf Moduln, die sich in der Gesellschaft widerspiegeln (Goffman, 1977). Eine davon erscheint für den Untersuchungsgegenstand von vorrangiger Bedeutung, das sogenannte "So-Tun-Als-Ob". Dieses Moduln subsummiert auch den Witz, die Komik und humoristische Inhalte. Es spiegelt sich sehr oft in der Sendung Talk Talk Talk wieder. Sonya Kraus tut beispielsweise so, als wäre sie eine Richterin, sie tut so, als wäre sie dumm, oder sie tut so, als würde sie mit dem Rezipienten vor dem Fernsehapparat sitzen und "die anderen" (die Talkgäste) in der Talkshow beobachten.

Als 2. Transformation gelten Täuschungen oder Irrtümer. Im Fernsehen gibt es so etwas wie eine komplizenhafte Kommunikation. So unterrichtet z. B. der Kommentator (Sonya Kraus) in der Sendung Talk Talk Talk das Publikum über den Sachverhalt, der in den Talkshowclips gezeigt wird. Dieser Sachverhalt wird bei Erving Goffman mit dem Terminus "doppelter Bildschirm" beschrieben. Innerhalb der Talkshows entwickelt sich eine Situation, in der eine Person zumeist ins schlechte Licht gerückt wird. Jene Person wird als „Gast“ suggeriert. Dieses „Ins-Schlechte-Licht-Rücken“ wird auch vom Zuschauer genau so aufgefasst. Die moralischen Grundsätze des gesellschaftlichen Lebens werden zumeist in diesen Shows durchbrochen – dies wird vom Publikum auch so erkannt. So kommt es dazu, dass der Talkmaster diesen Sachverhalt auch noch etwas verstärkt. Diese Überlagerung mehrerer Kanäle, die parallel ablaufen, ermöglichen das Stattfinden von Satire und Humor. Denn diese beiden könnten ebenfalls in einen Haupt-Handlungsablauf einbezogen werden.

Forschungsfrage 1

Wie haben sich die Talkshows in Bezug auf deren Akteure, Themen, Art der Gespräche und der Moderation verändert?

Tabelle 1 bis 5 sollten Antworten auf Forschungsfrage 1 geben. Analysiert wurden das Alter der Akteure, die Geschlechterverteilung in den Talkshows, Hauptthemen mit denen sich die Shows auseinandersetzten, die Art des Gesprächs im Talkstudio und schlussendlich die Kommunikationshandlungen der Moderatoren. Diese Forschungsfrage ist ganz klar der 1. Ebene der Analyse zuzuordnen, die sich rein um die Darstellung der Talkshow dreht..

In der Interpretation gibt es unter anderem einen parallelen Exkurs zu einem Talkshow-Projekt unter der Leitung von Prof. Dr. Jürgen Grimm von der Universität Mannheim. Dieses Projekt mit dem Titel "Irritation und Orientierung. Empirische Befunde zur Wirkung von Daily Talks" beschäftigte sich mit Talkshow-Inhalten, Talkshow-Sehmotiven sowie den Wirkungen von Talkshows. In einigen Punkten lassen sich Ähnlichkeiten zu den hier vorliegenden Ergebnissen erkennen. Viele Erkenntnisse der Studie gehen auch konform miteinander. Im Zuge der ausführlichen Darstellung der einzelnen Forschungsvariablen wird darauf Bezug genommen.

Alter: Die Untersuchung hat ergeben, dass der Anteil der minderjährigen Talkshow-Akteure bis zum Ende der Forschungsreihe bis 2010 sank. Ein Grund darin könnte in der Veränderung des Sendungsformats liegen. Wie die Darstellung der Entwicklungsgeschichte der Talkshows offenlegt, wurden aus Sendungen mit "ernsten" Inhalten aus dem Alltag, Lebensgeschichten Prominenter und Diskussionen mit politischem Content, Shows, die immer mehr von Streitthemen und Beziehungsproblemen geprägt waren. Fazit: Das Format orientierte sich im Laufe der Zeit zunehmend am Begriff des "Confrontainments". Daher musste das Alter eine immer wichtige Rolle spielen. Minderjährige passten nicht allzu gut in diesen "Rahmen", denn, je jünger die Studiogäste, desto weniger Lebens-Erfahrungen und Probleme konnten sie einbringen. Dies ist eine mögliche Erklärung bzw. Überlegung und kann keinesfalls als Behauptung angesehen werden. Interessant wäre - als eine Weiterführung in diesem Bereich - eventuelle Sendungsverantwortliche zu deren Konzepten zu befragen.

Geschlechterverteilung: Kommt es zum Zusammenhang zwischen Ausstrahlungsperioden und Geschlechterverteilung so sind hier keine signifikanten Veränderungen zu verzeichnen. Was also die Anzahl von Frauen und Männern unter den Akteuren der Talkshows betrifft, gab es keine großen (signifikanten) Unterschiede.

Hauptthemen: Der Blick auf die Auswahl der Themen in den Talkshows wird hingegen schon etwas interessanter. Die Resultate spiegeln wieder was der geschichtliche Hintergrund über die Entwicklung des Formates hergibt. Es gibt Inhalte, die eignen sich besser, andere etwas schlechter, um aus Ihnen Gesprächsstoff, Probleme, Diskussionen und (bestenfalls) Lösungen zu entwickeln. Den Trend der Zeit spiegelt vor allem die steigende Anzahl an Themen betreffend Körper und Lifestyle wieder. Hervorzuheben ist dabei, dass diese beiden Kategorien in der 2. Untersuchungsperiode (2001 bis 2005) einen signifikanten Aufstieg gegenüber der 1. Periode erlebten und danach wieder absinken. Der größte Teil der Sendung in der letzten Periode beschäftigte sich mit Partnerbeziehungen. Dieses Thema birgt - in all seinen Facetten - viele Möglichkeiten für angeregte Diskussionen und Streit.

Art des Gesprächs: Auch hier spiegelt sich die Entwicklung des Sendungsformates "Talkshow" wieder. Der Wert der konfliktorientierten Gesprächssituationen in der 3. Periode (2006 bis 2010) hat sich im Vergleich zur 1. Periode beinahe verdoppelt. In den Anfängen der Sendung waren es eher lösungsorientierte Gespräche, die das Format dominierten. Dabei ging es nicht um die Lösungsorientierung der Sendung im Allgemeinen sondern vielmehr um das Gespräch zwischen den Akteuren und Interaktionsakteuren. Es kann angenommen werden, dass der Trend, der sich hier abzeichnet, in enger Relation mit der Einschaltquote steht. Aus vielen Studien über die Sendungszuwendung zu Talkshows ist bekannt, dass dargestellte Konflikte die Einschaltquote nach oben schnellen lassen. An dieser Stelle sei auf die empirische Untersuchung an der Universität Mannheim - mit dem Titel "Irritation und Orientierung" - verwiesen, die sich näher mit der Wirkung von Daily Talks beschäftigt (Grimm, 2001).

Diese Untersuchung umfasste unter anderem die Analyse von Nutzungsmotiven bei Talkshows. Ein signifikantes Ergebnis verzeichnete dabei die Forschungsvariable "weil es mich amüsiert, wie dämlich manche TS-Gäste sind" (TS-Gäste meint Talkshow-Gäste) in der Kategorie der „Kognitiven Reflexion – Orientierung“. Die kognitive Reflexion bezieht sich auf die Reiz-Verarbeitung und dient der Orientierung im Alltagsleben. Bekanntlich ist im alltäglichen Leben der "realen Realität", die bereits oben definiert wurde (Luhmann, 2004), nicht immer alles lösungsorientiert. Die in den Talkshows gezeigten Konflikte sind aus dem Leben "ganz normaler" Menschen gegriffen. Der Rezipient hat die Möglichkeit, einerseits Parallelen zu seinem eigenen Leben zu ziehen, andererseits kann er über das "Leid" der anderen (in dem Fall: die Talkshow Gäste) lachen.

Etwas weiter ausgeholt, sind es genau dieser Konflikt, der aus dem Konflikt resultierende Streit, die durch den Streit hervorgerufenen Gefühle und - schlussendlich - der Ausdruck dieser Gefühle (beispielsweise das Degradieren des einen durch den anderen Talkgast) die in Zusammenhang mit den Inhalten und Prämissen der Superioritätstheorien gebracht werden können. Die Überlegenheitstheorien gehen von einem Lachen als Reaktion auf Missgeschicke / Defizite aus. Sie manifestieren sich hier auf zwei Ebenen. Die eine Ebene ist jene innerhalb der Show. Hier betrifft die Erniedrigung der Personen alle Akteure und Interaktionsakteure der Talkshow bzw. auch das Publikum und den Moderator.

Dies ist ein möglicher Erklärungsansatz dafür, warum dieses Sendeformat über Jahre hinweg sehr erfolgreich im Fernsehen gelaufen ist. Wenn diese Überlegungen nun im Konkreten auf Henri Bergson's Theorie des Lachens bezogen wird, lassen sich einige Verbindungen feststellen. Der erste Ansatz geht - wie im Theorieteil vorne näher beleuchtet - davon aus, dass die Komik immer eine Anwesenheit von Menschheit erfordert. Für die Talkshows, konkret Talk Talk Talk, ist dieses Faktum definitiv gegeben. Das Lachen richtet sich gegen jene Menschen, die ihre Probleme öffentlich, medial zur Schau stellen.

Der zweite Ansatz befasst sich mit der Empfindungslosigkeit gegenüber der Person die verlacht wird. Eine Distanz zwischen Verlachtem und Verlachendem muss gegeben sein. Diese Distanz manifestiert sich vor allem durch das Fernsehen. Der Rezipient / Zuschauer sitzt zuhause - möglicherweise im Wohnzimmer - und verfolgt die Sendung, der Talkshowgast befindet sich irgendwo ganz anders in einem Talkstudio. Dieser Aspekt spiegelt vor allem die räumliche Distanz wieder. Ferner sei an dieser Stelle auch noch die persönliche Distanz erwähnt. Der Rezipient weist gegenüber dem Talkgast meist keinerlei Relation auf, es sei denn, es handelt sich um einen Freund oder Familie. So also geschieht es, dass - so Henri Bergson - plötzlich Tragik in Komik kippt. Der Hintergrund - zumeist Probleme des alltäglichen Lebens - wird plötzlich, durch das Ausblenden der "Gefühlsmusik" humorvoll.

Als letzte Überlegung sei an dieser Stelle noch auf die „Verbindung mit anderen“ verwiesen. Hier geht Bergson davon aus, dass das Lachen ein geschlossenes Gefüge ist. Das Lachen findet immer in Gesellschaft statt - man lacht mit. Wie aber steht diese Theorie in Zusammenhang mit den Talkshows? Diese verfügen immer über ein Studiopublikum. Das Publikum zeigt Reaktionen - lacht, klatscht, macht Buh-Rufe, pfeift etc. Genau diese Resonanz animiert den Rezipienten, zu Hause vor dem

Fernsehapparat,, an diesem Geschehen zu partizipieren. Er fühlt sich "als Teil", Teil der lachenden Gesellschaft, als Teil des Publikums.

Kommunikationshandlungen der Talkshow Moderatoren: Die Analyse des Kommunikationsstil der Moderatoren hat eine Verschiebung hin zu wertenden Kommentaren ergeben. Interessant für die vorliegende Forschung ist vor allem auch das signifikante Ergebnis in der Kategorie "Moderator lacht über Talkgast". An dieser Stelle ist der sog. "Code of Conduct" erwähnenswert. Er verweist auf Leitlinien zur inhaltlichen Gestaltung von Talkshows. Dabei handelt es sich um Richtlinien, die sich die Fernsehsender selbst auferlegen. Die Empfehlungen dienen als Handlungsorientierung für die Redaktionen. Der "Code of Conduct" für Talkshows umfasst einige Seiten an Vorschlägen, wie eine Talkshow aufgebaut werden muss, um gesellschaftlich vertretbar zu sein. Besonders erwähnenswert - und für die Thematisierung dieser Forschungsfrage relevant – sind das Diskriminierungsverbot, ein Verhaltenskodex zu Inhalten und - an dieser Stelle essenziell - der Beitrag des Moderators zur Versachlichung. Dieser soll die Rolle des objektiven Diskussionsleiters übernehmen und auf konfliktverschärfende Moderationen verzichten.

Als kurzen Exkurs möchte ich auf die Sendung „Birte Karalus“ verweisen. Einige Zeit nach dem Start der Talkshow "Birte Karalus" sorgte die Tendenz zu konfrontationsorientierten Diskussionen für Widerstände in der Öffentlichkeit. Was auf der einen Seite zu einem stetig ansteigenden Quotenerfolg führte, verzeichnete andererseits schon bald nach den Anfängen, vielfach thematisierte Kontroversen.

Die Kategorie "Moderator lacht über Talkgast" zeigt genau diese Kontroverse, derer sich einige Redaktionen in den "späten Jahren" der Talkshow-Ära bedienten. Jedoch sei dahingestellt, ob diese Komponente in den Wurzeln der beabsichtigen humoristischen Gestaltung lag, oder ob es sich hierbei um vorwiegend subjektive, nicht intentionierte Reaktionen (Lachen) des Moderators handelte.

Resümee zur Forschungsfrage 1

Zusammenfassend und als Beantwortung der ersten Forschungsfrage können Veränderungen im Auswahlverfahren der Talkshowclips festgehalten werden. Die Analyse der Talkshows ergab geringfügige Unterschiede in Bezug auf die Geschlechterverteilung, sowie hochsignifikante Ergebnisse in Hinblick auf die Auswahl der Talkshow-Themen, die Art der Gesprächssituation sowie die Kommunikationshandlungen der Talkshow Moderatoren. Theoretisch relevant für diesen Abschnitt sind vor allem die geschichtliche Entwicklung des Talkshowformates, die sich

in der Praxis genau widerspiegelt sowie das Lachen als Reaktion auf die Fehler / Defizite der anderen nach Henri Bergson.

Forschungsfrage 2

a) Bezugnehmend auf die Kommunikations- und körperliche Handlung der Moderatorin, welche Veränderungen gab es im Laufe der Jahre innerhalb der Sendung Talk Talk Talk?

b) Wie entwickelte sich vor allem der Humor als Kommunikationsmedium?

Tabelle 6 und 7 beleuchten relevante Elemente auf 2. Ebene der durchgeführten Forschung, die sich der Thematik der Reflexivität widmet. Vor allem geht es hier um die Substanz der Sendung Talk Talk Talk, die Entwicklung und die Bedeutung von humoristischen Komponenten. In Bezug auf Forschungsfrage 2 wird im Folgenden die Kommunikationshandlung bzw. Moderation sowie die körperliche Handlung von Sonya Kraus bewertet und interpretiert.

Kommunikationshandlung / Moderation von Sonya Kraus: Diese Kategorie bezieht sich auf die Art wie Sonya Kraus die einzelnen Talkshow-Ausschnitte anmoderiert und zusätzlich auf die Bemerkungen, die sie dazwischen einwirft. Wie die Analyse zeigt, gibt es signifikante Ergebnisse in Hinblick auf die Kommunikation der Moderatorin. Die Moderationen in den Anfängen der Sendung Talk Talk Talk waren vor allem von Beschreibungen, Erläuterungen sowie sachlichen Kommentaren gekennzeichnet. Das veränderte sich bis zur 3. Analyseperiode erheblich. Was somit in den Ursprüngen zu 100 % praktiziert wurde, ergab am Schluss nur noch einen Wert von 4,7 %. Von großem Interesse in Hinblick auf die essenziellen Humorthorien, die mit dieser Forschung in Verbindung stehen, sind auch die Ergebnisse wenn es zur Kategorie der Ironie und der Selbstironie kommt.

Eine Theorie die sich in Bezug auf die Selbstironie ganz klar in den Vordergrund drängt, ist jene des "Schwarzen Humors". Sie hat in der Analyse humoristischer Inhalte in den letzten Jahren immer mehr an Bedeutung gewonnen. Selbstironie wird als defensive Form herangezogen, um sich über andere lustig zu machen. Mit diesem sehr wichtigen Aspekt verändert sich in weiterer Folge auch die Wirkung auf den Rezipienten.

Als konkretes Ergebnis hat die Untersuchung ergeben, dass die Selbstironie - als humoristische Komponente der Moderation - im Laufe der Jahre stetig zugenommen hat. Diese Selbstironie definiert sich in erster Linie durch verbale Ausdrücke von Sonya Kraus bzw. spiegelt sich diese in weiterer Folge auch in Gestik, Mimik wider.

Welche Bedeutung ergibt sich nun konkret für den Forschungsgegenstand Talk Talk Talk? Die Selbstironie dient als Instrument, um vermeintlich ernste, tragische Geschichten und Schicksale in den Mantel des Humors zu hüllen. Die Erzählungen der Talkshowgäste, die in den Clips als Akteure und Interaktionsakteure fungieren, sind aus dem Leben gegriffen und - blendet man die Gefühlsmusik nicht aus - nicht witzig. Diese Gefühlsmusik - so wie Henri Bergson sie nennt - wird durch die humoristische Komponente der Selbstironie (von Sonya Kraus) ausgeblendet. Das, was der Rezipient wahrnimmt, ist eine Verzerrung dessen, was eigentlich gezeigt wird. Diese Verzerrung wird durch verlachende Elemente produziert.

Ein weiteres Konstrukt, das in diesem Zusammenhang wichtig erscheint, sind die kulturhistorischen Überlegungen von Michail Bachtin. Die Karnevaleske Umkehrung geht von einer Affirmation der gesellschaftlichen Ordnung aus. Bezogen auf den Untersuchungsgegenstand Talk Talk Talk bedeutet das eine Auflösung der Hierarchie von "Moderator" (oben angesiedelt) und "Talkgast" (darunter angesiedelt). Durch selbstironische Elemente - wie Verkleiden oder Witze über sich selbst machen - kommt es zur Umkehrung, denn plötzlich wird jene Person ganz oben in der Hierarchie verlacht. Dieses Konzept ermöglicht erst ein Verlachen der Talkgäste im Studio. Es geht hier im Wesentlichen um eine "Entkleidung" (Bachtin, 1965) des Ansehens von Sonya Kraus. Wichtig hierbei ist, dass die Ambivalenz zu erkennen ist, da diese für die Rezeption von großer Bedeutung ist. Ohne Ambivalenz würden die Witze in einer negativ rezipierten Anprangerung resultieren. Diese Darstellung von Zwiespältigkeiten wird definitiv in den Sendungen praktiziert. Sonya Kraus ist z. B. bei der Moderation eines Clips vorerst ganz sie selbst, das andere Mal steckt sie in einem Kostüm um dann wiederum eine „dumme“ Blondine zu markieren. Der Rezipient erkennt demnach ganz genau, dass es sich hierbei um eine "Rolle" handelt.

Ein Gegenstück zu der Inkongruenz der Theorie von Bachtin stellen die Konzepte des Superioritätskonzeptes dar. Allen voran ging Thomas Hobbes dabei von einem Auslachen aufgrund der Schwachheit der anderen aus. Die Schwachheit in Bezug auf die Sendung würde meinen, dass ein Talkshowgast z. B. sein Problem im Fernsehen schildert und sich damit angreifbar macht. Betrachtet man lediglich die Talkshows - kann dieses Konzept auch vorwiegend bestätigt werden. Der vorliegenden Analyse zufolge muss jedoch festgehalten werden, dass das Superioritätskonzept durch die humoristischen Inhalte gebrochen wird. Sonya Kraus bedient sich mehrerer Elemente des Humors, um dieses Konzept für die Sendung zu verwerfen.

Wichtig in diesem Zusammenhang ist eine Bezugnahme zu den "Disparagement Theories". Durch den Humor werden Grenzen überschritten und reflexive Abläufe hervorgerufen. So ist es hier interessant zu beobachten, dass die Verunglimpfung (disparagement) zwar in einem gewissen Maße vorhanden ist, jedoch ist es hier Sonya Kraus selbst, die sich zum Teil verunglimpft. Als Blondine steht sie vor der Kamera und macht z. B. Blondinenwitze. Wie Prof. Dr. Grimm (2014) in seinem Aufsatz über das soziale Lachen sagt, treibt der Humor in diesem Bezug ein Spiel mit Stereotypen. (Grimm, 2014) In diesem Zuge fungiert der Humor als Medium, dass das eine in etwas anderes transformiert. Würde dies nicht der Fall sein, wäre Sonya Kraus auf einer ganz anderen Ebene als die Gäste in den dargestellten Talkshows. Durch diese Selbstironie wird sie jedoch Teil der Humorgruppe. (vgl. dazu auch Bergson - Lachen in einer abgeschlossenen Gruppe).

Körperliche Handlungen: In Bezug auf diese Kategorie lassen sich zwar kleine Unterschiede zwischen den Anfängen und dem Ende der Sendung erkennen. Sie repräsentieren jedoch keine hohe Relevanz in diesem Zusammenhang.

Resümee zur Forschungsfrage 2

In Bezug auf die Analyse des Formats Talk Talk Talk sind signifikante bis hochsignifikante Resultate bei den Veränderungen im Bereich der Kommunikationshandlungen von Sonya Kraus sichtbar. Diese Entwicklung manifestiert sich in einer Zunahme des Einsatzes humoristischer Komponenten sowie einer Abnahme beschreibender, sachlicher Moderation. Besonders interessant ist das Element der Selbstironie, das sich in der letzten Periode etabliert hat. Die Theorien der Selbstironie (schwarzer Humor) nach Michael Hellenthal (Hellenthal, 1989) sowie die karnevaleske Umkehrung (Bachtin, 1965) stellen die zentralen theoretischen Grundlagen innerhalb dieses Abschnitts dar.

Forschungsfrage 3

Welche Rolle nimmt der reflexive Humor in Talk Talk Talk ein und was könnte das für die Kommunikationsqualität der Zuschauer bedeuten?

Diese Frage bezieht sich auf die Reflexivität, die der Sendung durch deren Aufbau, Elemente und Art, zu Teil wird. Die Tabellen 8 bis 11 befassen sich im Detail mit den formalen Gestaltungselementen sowie der Off-Stimme / den Off-Kommentaren der Talk Talk Talk Redaktion. Diese beiden Elemente wurden jeweils mit Hinblick auf Sonya Kraus oder mit Bezug auf die Talkshow, die gezeigt wurde, analysiert.

Formale Gestaltungselemente der Redaktion in Bezug auf Sonya Kraus: In dieser Kategorie ging es darum, mögliche Elemente, die dem Unterhaltungswert der Sendung dienen, herauszufiltern. Die Untersuchung ergab einen hochsignifikanten Unterschied bei den visuellen Einblendungen, farblichen Lichtspielen und dem Einsatz von Musik. Was die farblichen Lichtspiele betrifft, so muss an dieser Stelle an das - im Laufe der Jahre sich verändernde - "CI/CD" (corporate identity / corporate design) der Sendung verwiesen werden. Ist es doch das CI/CD, was sich hier - wie in anderen Sendungen auch - am Trend der Zeit orientierte. Zum Einsatz von Licht, das für Dynamik im Hintergrund sorgt, gibt es in der Wahrnehmungspsychologie viele Ansätze, die den Zusammenhang mit der Rezeption näher diskutieren. Inwieweit farbliche Lichtspiele dem Unterhaltungswert dienten oder einfach nur eine Anpassung an das CI/CD darstellten, können nur Inhalte des Sendungskonzeptes zeigen.

In der Kategorie visuelle Einblendungen kamen zumeist Elemente wie Fragezeichen, Comics, Denkblasen oder Ähnliches zum Einsatz. An dieser Stelle wird auf den sukzessiven Anstieg dieser Komponenten verwiesen.

Off-Stimme der Talk Talk Talk Redaktion in Bezug auf Sonya Kraus: Auch hier sollte die Reflexivität der Sendung näher beleuchtet werden. Das Element, das hierbei eine Rolle spielte, zeigte sich in Kommentaren der Redaktion, die aus dem "Off" kamen. Es war keine weitere Person physisch im Studio vor der Kamera anwesend. Alles was man hörte, war eine Stimme, die eine Aussage von sich gab. Die Untersuchung zeigte hier keine, von großer Bedeutung geprägten, Ergebnisse.

Formale Gestaltungselemente der Redaktion in Bezug auf die Talkshow: Ähnlich wie bei der Analyse mit Bezug auf Sonya Kraus, zeigt sich hier eine Entwicklung hin zu mehr Reflexivität in der Sendung. Signifikante Ergebnisse erreichten vor allem die visuellen Einblendungen im Hintergrund sowie die Musik. Unter visuellen Einblendungen sind zumeist Comics zu verstehen. An dieser Stelle sei der Hinweis vermerkt, dass diese

Elemente nicht etwa auf die Talkmaster gerichtet waren, sondern zum überwiegenden Teil auf die Talkgäste.

Off-Stimme der Talk Talk Talk Redaktion in Bezug auf die Talkshow: In diesem Punkt ergab die Studie ähnliche Ergebnisse wie bei der obigen Variablen. Hochsignifikante Werte verzeichnen sich vor allem bei den Kategorien "übersetzt verlachend ins Deutsche" und "übersetzt normal". Für die Rezeption für die Zuschauer vor den Fernsehapparaten zu Hause, macht dies einen erheblichen Unterschied. Man stelle sich eine seriöse Person vor, die Englisch spricht. Das, was sie spricht, ist im Grunde nicht lustig, denn es geht in der Sendung um ein ernstes Thema. Nun wird für die Übersetzung eine Stimme mit Potenzial zum Verlachen eingesetzt (ganz hoch, ganz tief beispielsweise). Besonders in der zweiten Periode der Sendung (2001 bis 2005) bediente man sich sehr oft diesem humoristischen Element. Interessant, aber nicht signifikant, ist auch der Ansatz von verlachenden Kommentaren gegenüber Talkgästen, deren Kleidung, deren Anschauungen etc.

Zusammenfassend und in Betracht aller vier oben angeführten Kategorien, kann auf einen Anstieg des Einsatzes an reflexiven Elementen verwiesen werden. Bringt man diese Erkenntnis nun in Zusammenhang mit den theoretischen Überlegungen zur Reflexivität bei Luhmann (Luhmann, 2004), ergibt sich eine mehrschichtige Betrachtungsweise. In der Theorie über die Realität der Massenmedien geht es um die Erklärung, warum Unterhaltung im Fernsehen reflexiv ist. Als wichtiger Begriff erscheint in diesem Zusammenhang das "Spiel", das eine Verdoppelung der Realitäten konstituiert. Dies gilt für ganz gewöhnliche Sendungen, in denen etwas gezeigt wird. Es handelt sich hierbei um eine Beobachtung zweiter Ordnung. Im Zuge der Ausstrahlung von Clippings (Talkshows) nimmt der Zuschauer eine materiale Differenz wahr - es wird (vom Rezipienten) jemand beobachtet (Sonya Kraus), der Etwas (die Talkshows) beobachtet.

Resümee zur Forschungsfrage 3

Einige Kategorien innerhalb dieses Abschnitts zeigen signifikante bis hochsignifikante Ergebnisse in Hinblick auf die reflexiven Bestandteile in der Sendung Talk Talk Talk. Diese spiegeln sich durch formale Gestaltungselemente bzw. Off-Kommentare wider. Dabei verzeichnen vor allem visuelle Einblendungen, farbliche Lichtspiele und verlachende Übersetzungen ins Deutsche in der letzten Untersuchungsperiode einen erheblichen Anstieg im Vergleich zur ersten Periode. Als theoretischer Hintergrund fungieren die Überlegungen Luhmann's zur Reflexivität und der Realität der Massenmedien sowie die Reflexivität im Allgemeinen nach Wulff (Wulff, 1999).

5 Resümee und Ausblick

Das Kapitel bildet den Abschluss der vorliegenden Arbeit und fasst im Überblick die wichtigsten, für die Forschung relevanten, Theorien in Bezug auf die Ergebnisse der durchgeführten Untersuchung zusammen. In einem weiteren Schritt geht es um den wissenschaftlichen Ausblick, dieser gibt Denkanstöße für weiterführende Analysen und mögliche Ansätze.

Im Allgemeinen gesprochen beschäftigte sich diese Arbeit mit Theorien zu den Wissenschaftsbereichen Reflexivität der Unterhaltung, Framing, Unterhaltung und Humor. Im Zuge einer Inhaltsanalyse diente die Clipshow Talk Talk Talk als Untersuchungsgegenstand. Im Rahmen einer Untersuchung mit 22 Sendungen, ca. 280 Clips galt es, die Veränderungen der Sendung im Laufe der Jahre näher zu erörtern und die Rolle des Humors innerhalb dieser festzustellen.

Als Einstieg in die Thematik diente eine gut fundierte Recherche und Durchforstung der vorliegenden Literatur. Zu den Bereichen Talkshows, Humor und Unterhaltung machten und machen sich viele (und es werden immer mehr) wissenschaftliche Gedanken. Es war daher von großer Wichtigkeit, genau jene Ansätze zu filtern, die eine mögliche Erklärung des Forschungsphänomens darstellten. Mit besonderer Wichtigkeit ist vor allem die Reflexivität zu bewerten. Diese Reflexivität hält in Bezug auf die Sendung eine übergeordnete Stellung inne. War die Sendung in ihren Anfängen nur von "kleinen Lachern" geprägt, standen hinter dem Konzept in (vor allem) den letzten Jahren der Sendungs-Ära offensichtlich konkret eingesetzte humoristische "Meisterstücke". So ergab die Analyse, dass der Humor als reflexive Komponente im Laufe der Jahre zunahm. Dies lässt sich vor allem zurückführen auf eine Veränderung der Moderation von Sonya Kraus und den Einsatz formaler Gestaltungselemente wie Zeichentrickfiguren oder verlachende Übersetzungen. Auch ergab die Untersuchung, dass das Superioritätskonzept (Verlachen der sozial Schwächeren) gebrochen wird. Im Zuge des Verlachens der anderen verlacht Sonya Kraus nämlich sich selbst. Dies hat erhebliche Auswirkungen auf die Rezeptionsweise.

Die Erkenntnisse, die im Kapitel „Interpretation“ ausführlich und umfassend diskutiert wurden, können in drei Punkten grob zusammengefasst werden:

1) Talkshows veränderten ihren Stil

In der Auswahl bzw. Mach-Art der Talkshows, die in Talk Talk Talk „recycelt“ wurden, können Veränderungen erkannt werden. Auch tendiert der Stil der Moderation des Talkmasters eher zur Animation des Verlachens seiner Gäste. Was die Auswahl der Themen betrifft, können ganz klar Entwicklungen verzeichnet werden - dies ist auf die Veränderung hin zum konfliktorientierten Gespräch zurückzuführen.

2) Superioritätskonzept wird durch die Moderation gebrochen, Selbstironie erhält besonderen Stellenwert

Als zweite Erkenntnis resultierten hochsignifikante Resultate in Hinblick auf die Kommunikationshandlung und Moderation von Sonya Kraus hin zu einem selbstironischen Konzept. Dabei lassen sich vor allem Parallelen zur "Karnevalesken Umkehrung" (Bachtin) und der Theorie des "Schwarzen Humors" (Hellenthal) erkennen.

3) Steigerung der Reflexivität durch formale Gestaltungselemente

Aus der Analyse ergaben sich hier vor allem reflexive Bestandteile / Konzept. Diese Reflexivität erlangt durch formale Gestaltungselemente eine noch höhere Wichtigkeit, wenn es zur Rezeption von humoristischen Inhalten kommt. Die Konzepte nach Luhmann und Wulff spiegeln sich hierbei eindeutig wieder.

Was ist nun abschließend über die Rolle des Humors innerhalb der Sendung zu sagen? Der Humor, so scheint es, ist eine der komplexesten Formen der Kommunikation und Unterhaltung. Wie bereits weiter oben erwähnt, dient er der Transformation, deren Ablauf nicht immer klar zu definieren und oftmals schwer zu erkennen ist. Es gibt sehr viele Humorformen, einige die verletzend und exkludierend sind und andere wiederum, die inkludierend sind und zum Lachen in der Gruppe animieren. Vor diesem Hintergrund ist es besonders interessant die Sendung Talk Talk Talk näher zu beleuchten. Die Anfänge waren zumeist von exkludierendem Humor gekennzeichnet. Jessica Stockmann war es damals, die jene Sendung moderierte und in einer nüchternen Art und Weise die Talkshowgäste vorgeführt hat. Es gab nicht viel, das an dieser Mach-Art lustig war, außer natürlich der Clip an sich hielt diese Eigenschaft inne. Durch Veränderungen des Sendungskonzeptes und der Moderation von Sonya Kraus wurde dieses Bild des exkludierenden Humors auf den Kopf gestellt.

Plötzlich stand da eine Blondine, die sich zwar immer noch lustig über die anderen machte, dies jedoch durch das Umkehren der gesellschaftlichen Ordnung tat, nämlich im Zuge des Verlachens über sich selbst. Das Resultat dieser Umkehrung beruht vor allem auf der Theorie der Selbstironie. Das "Lustig-Machen" über sich selbst definiert sich dabei als eine defensive Form des Verlachens der anderen

Ausblick

Die vorliegende Arbeit hat das Ziel, einen Beitrag zur weiteren Erforschung des Kommunikationsphänomens Humor zu leisten. Sie kann als Ausgangspunkt für weitere Studien herangezogen werden bzw. mit anderen bereits durchgeführten Studien in Verbindung gesetzt werden.

In erster Linie wäre eine Wirkungsforschung hochinteressant. Dabei könnte mithilfe eines Experiments eruiert werden, ob der Humor eine wesentliche Rolle für die positive Bewertung in Hinblick auf das Prädikat Unterhaltung spielt und wie der Humor die Rezeption der Sendung verändert. So könnte man beispielsweise eine Studie mit einer Versuchs- und einer Kontrollgruppe durchführen. Ersteren wird die Sendung mit den humoristischen Komponenten durch die Redaktion vorgespielt, zweiten ohne diesen.

Auch könnte eine Verbindung der hier erforschten Komponenten mit der Humordisposition der Versuchs- bzw. Kontrollgruppe in Zusammenhang gebracht werden. Da denke ich vor allem an die Frage, wie diese die Rezeptionsweise von Humor beeinflusst. In diesem Zusammenhang ist auch denkbar, bestimmte Themen in Korrelation zum Verlachen zu setzen, z. B.: Gibt es eventuell bestimmte Themen, wo der Rezipient - obwohl "humoristisch verkleidet" - nicht lachen würde?

Für eine Vertiefung der durchgeführten Untersuchung kann eventuell ein Input des Senders Pro7 dienlich sein. Interessant zu wissen wäre, ob der Anstieg des Humors die Sendungsquote nach oben schnellen ließ bzw. ob sich das Verhältnis der Zuschauer veränderte (bezogen auf die Variablen Alter und Geschlecht). Ebenso interessant zu wissen wäre, ob der Sender / die Redaktion ein spezifisches Humorkonzept entwickelte und wenn ja, wie der inhaltliche Aufbau war.

Wie die angeführten Anmerkungen zeigen, ist das Thema rund um den Humor als reflexives Phänomen noch lange nicht ausgeschöpft.

Es gibt noch viele Ansätze, Theorien, Untersuchungsgegenstände, die der weiteren Überprüfung unterzogen werden können und es existieren sehr viele Sichtweisen, die sich nach dem Verfassen dieser Arbeit im Spektrum meiner Interessen auftun.

Wie man ja bekanntlich weiß, bedarf komplexe Forschung der ständigen Überprüfung und Erweiterung. Treffend dazu formuliert fand ich abschließend dieses Zitat:

"So eine Arbeit wird eigentlich nie fertig, man muss sie für fertig erklären, wenn man nach Zeit und Umständen das Möglichste getan hat." Johann Wolfgang von Goethe, (1749 - 1832)

6 Literaturverzeichnis

- Attardo, S., & Raskin, V. (1991). Script theory revis(it)ed: joke similarity and joke representation model. In *Humor* (Bd. Vol. 4 Nr 3/4, S. 293-347).
- Atteslander, P. (2003). *Methoden der empirischen Sozialforschung* (10. neu bearbeitete und erweiterte Auflage Ausg.). Berlin/New York: Walter de Gruyter.
- Bachtin, M. (1965). *Literatur und Karneval. Zur Romantheorie und Lachkultur*. Frankfurt/Main: Fischer-Taschenbuch-Verlag.
- Bachtin, M. (1990). *Literatur und Karneval. Zur Romantheorie und Lachkultur*. Frankfurt/Main: Fischer-Taschenbuch-Verlag.
- Barloewen, C., & Brandenburg, H. (1975). *Die Talk Show. Unterhaltung im Fernsehen = Fernsehunterhaltung*. München/Wien: Hanser.
- Bente, G., & Fromm, B. (1997). *Affektfernsehen. Motive, Angebotsweisen und Wirkungen*. Opladen: Leske + Budrich.
- Berger, P. (2014). *Erlösendes Lachen. Das Komische in der menschlichen Erfahrung* (2. Auflage Ausg.). Berlin: de Gruyter.
- Bergson, H. (2011). *Das Lachen. Ein Essay über die Bedeutung des Komischen*. Hamburg: Meiner .
- Berlyne, D. (1974). *Konflikt, Erregung, Neugier: zur Psychologie der kognitiven Motivation*. Stuttgart: Klett.
- Bremmer, J., & Roodenburg, H. (1997). *A Cultural History of Humour. From Antiquity to the Present Day*. Cambridge: Polity Press.
- Brosius, H., Haas, A., & Koschel, F. (2012). *Methoden der empirischen Kommunikationsforschung. Eine Einführung* (6. Auflage Ausg.). Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Burkhart, R. (2002). *Kommunikationswissenschaft* (4. Auflage Ausg.). Wien/Köln/Weimar: Böhlau Verlag.
- Creeber, G. (2009). *The television genre book*. Basingstoke: Palgrave Maxmillan.
- Dahinden, U. (2006). *Framing. Eine integrative Theorie der Massenkommunikation*. Konstanz: UVK Verlagsgesellschaft mbH.
- Deckers, L., & Avery, P. (1994). Altered joke endings and a joke structure schema. In *Humor* (Bd. Vol. 7 Nr. 4, S. 313-321).
- Diekmann, A. (2006). *Empirische Sozialforschung. Grundlagen, Methoden, Anwendungen*. Reinbek/Hamburg: Rowohlt Taschenbuch Verlag.

Dopychai, A. (1988). *Der Humor. Begriff, Wesen, Phänomenologie und pädagogische Relevanz*. Bonn: Rheinische Friedrich-Wilhelms-Universität.

Dynel, M. (2013). *Developments in Linguistic Humour Theory - Topics in Humor Research*. Amsterdam: John Benjamins Publishing.

Eckert, G. (1953). *Die Kunst des Fernsehens*. Emsdetten: Verlag Lechte.

Entman, R. M. (2004). *Projections of Power. Framing news, public opinion and U. S. foreign policy*. Chicago/London: The University of Chicago Press.

Esar, E. (1954). *The humor of humor: the art and techniques of popular comedy, illustrated by comic sayings, funny stories & jocular traditions through the centuries*. London: Phoenix House.

Foltin, H. F. (1990). Zur Entwicklung der Talk-Show in den USA. *Media Perspektiven* , 8.

Früh, W. (2001). Der dynamisch-transaktionale Ansatz. Ein integratives Paradigma für Medienrezeption und Medienwirkung. In P. e. Rössler, *Theoretische Perspektiven der Rezeptionsforschung*. München: Reinhard Fischer Verlag.

Früh, W. (2007). *Inhaltsanalyse* (6. Auflage Ausg.). Konstanz: UVK Verlagsgesellschaft mbH.

Früh, W. (2002). *Unterhaltung durch das Fernsehen. Eine molare Theorie*. Konstanz: UVK Verlagsgesellschaft mbH.

Früh, W., & Stiehler, H.-J. (2003). *Theorie der Unterhaltung. Ein interdisziplinärer Diskurs*. Köln: Herbert von Halem Verlag.

Freud, S. (1958). *Der Witz und seine Beziehung zum Unbewussten*. Frankfurt/Main: Fischer-Taschenbuch-Verlag.

Goffman, E. (1977). *Rahmen-Analyse. Ein Versuch über die Organisation von Alltagserfahrungen*. Frankfurt/Main: Suhrkamp Taschenbuch Verlag.

Goldstein, J. H. (1977). Cross-cultural research: Humour here and there. In A. Chapman, & H. Foot, *It's a funny thing, humour* (S. 167-174). Oxford: Pergamon Press.

Goldstein, J. (1971). *The psychology of humor. Theoretical perspectives and empirical issues*. New York: Academic Press.

Grimm, J. (2001). *Irritation und Orientierung. Empirische Befunde zur Wirkung von Daily Talks*. Universität Mannheim, Talkshow-Projekt. Frankfurt/Main: Handout.

Grimm, J. (03 2014). Lachen im sozialen Kontext. *Medien & Zeit* , 13-24.

Haiman, J. (1998). *Talk is cheap. Sarcasm, Alienation, and the Evolution of language*. Oxford: Oxford University Press.

Halff, G. (1989). *Die Malaise der Medienwirkungsforschung: Transklassische Wirkungen und klassische Forschung*. Opladen: Westdeutscher Verlag.

- Hellenthal, M. (1989). *Schwarzer Humor. Theorie und Definition*. Essen: Die Blaue Eule Verlag.
- Hickethier, K. (2001). *Film- und Fernsehanalyse* (3. Auflage Ausg.). Weimar: Verlag J. B. Metzler Stuttgart.
- Hobbes, T., & Kersting, W. (2008). *Leviathan oder Stoff, Form und Gewalt eines bürgerlichen und kirchlichen Staates* (2. Auflage Ausg.). (W. Kersting, Hrsg.) Berlin: Akad.-Ver.
- Hoffmann, A. C. (1998). *Öffentlichkeit als Therapie? Zur Motivation von Daytime-Talk-Gästen*. München: KoPäd.
- Huizinga, J. (2011). *Das Spielelement der Kultur. Spieltheorien nach Johan Huizinga*. Berlin: Matthes & Seitz.
- Hutchby, I. (1996). *Confrontation Talk. Arguments, Asymmetries and Power on Talk Radio*. Mahwah/New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates, Publishers.
- Japp, U. (1983). *Theorie der Ironie*. Frankfurt/Main: Vittorio Klostermann GmbH.
- Jean, P., & Miller, N. (1963). *Vorschule der Ästhetik*. (N. Miller, Hrsg.) München: Hansen.
- Kane, T., Suls, J., & Tedeschi, J. (1977). Humour as a tool of social interaction. In A. Chapman, & H. Foot, *It's a funny thing, humour* (S. 13-16). Oxford: Pergamon Press.
- Katz, E., Blumer, J., & Gurevitch, M. (1974). Utilization of Mass Communication by the Individual. In J. Blumer, & E. Katz, *The Uses of Mass Communications. Current Perspectives in Gratifications Research*. Beverly Hills: Sage Publications.
- Keith-Spiegel, P. (1972). Early conceptions of humor: varieties and issues. In J. Goldstein, & P. McGhee, *The psychology of humor* (S. 3-39). New York/San Francisco/London: Academic Press.
- Keller, H. (2009). *Die Geschichte der Talkshow in Deutschland*. Frankfurt/Main: Fischer Taschenbuch Verlag.
- Koestler, A. (1966). *Der göttliche Funke*. Bern: Scherz.
- La Fave, L., Haddad, J., & Maesen, W. (2007). Superiority, enhanced self-esteem and perceived incongruity humour theory. In A. J. Chapman, & H. C. Foot, *Humour and laughter: theory, research and applications* (3. Auflage Ausg., S. 63-92). Brunswick/New Jersey: Transaction Publishers.
- La Gaipa, J. (1977). The effects of humour on the flow of social conversation. In A. Chapman, & H. Foot, *It's a funny thing, humour* (S. 421-427). Oxford: Pergamon Press.
- Lacey, N. (2000). *Narrative and genre. key concepts in media studies*. New York, NY: St. Martin's Press.
- Luhmann, N. (1997). *Die Kunst der Gesellschaft*. Frankfurt/Main: Suhrkamp Verlag.

Luhmann, N. (2004). *Die Realität der Massenmedien* (4. Auflage Ausg.). Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.

Luhmann, N. (2004). *Die Realität der Massenmedien* (3. Auflage Ausg.). Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.

Luhmann, N. (2002). *Einführung in die Systemtheorie*. Heidelberg: Carl-Auer-Systeme Verlag.

Luhmann, N. (1984). *Soziale Systeme. Grundriß einer allgemeinen Theorie*. Frankfurt/Main: Suhrkamp Verlag.

Luhmann, N. (1987). *Soziale Systeme. Grundriß einer allgemeinen Theorie*. Frankfurt/Main: Suhrkamp Verlag.

Möller, J.-H. (2004). *Mediale Reflexivität. Beiträge zu einer negativen Medientheorie*. Bielefeld: Transcript Verlag.

Matthes, J. (2007). *Framing-Effekte. Zum Einfluss der Politikberichterstattung auf die Einstellung der Rezipienten*. München: Reinhard Fischer Verlage.

McGhee, P. E., & Nelda, S. (1983). The role of identity of the victim in the development of disparagement humor. *Journal of General Psychology* , Vol. 108, 257-270.

Metz-Göckel, H. (1989). *Witzstrukturen. Gestaltungstheoretische Beiträge zur Witztechnik*. Opladen: Westdeutscher Verlag.

Rössler, P., Hasebrink, U., & Jäckel, M. (2001). *Theoretische Perspektiven der Rezeptionsforschung*. (M. Jäckel, Hrsg.) München: Reinhard Fischer Verlag.

Räwel, J. (2005). *Humor als Kommunikationsmedium*. Konstanz: UVK Verlagsgesellschaft mbH.

Rißland, B. (2002). *Humor und seine Bedeutung für den Lehrerberuf*. Bad Heilbrunn: Julius Klinkhardt.

Rothbart, M. *Incongruity, problemsolving and laughter*. In: Chapman, A. J. & Foot, H. C.: *Humour and laughter*. London: Wiley.

Rothbart, M. (1973). *Laughter in young children*. Psychologic Bulletin 80.

Scheufele, B. (2003). *Frames - Framing - Framing-Effekte. Theoretische und methodische Grundlegung des Framing-Ansatzes sowie empirische Befunde zur Nachrichtenproduktion*. Wiesbaden: Westdeutscher Verlag.

Semeria, S. (1999). *Talk als Show - Show als Talk. Deutsche und US-Amerikanische Daytime Talkshows im Vergleich*. Opladen/Wiesbaden: Westdeutscher Verlag GmbH.

Sherman, L. (1977). Ecological determinants of gleeful behaviors in two nursery school environments. In A. Chapman, & H. Foot, *It's a funny thing, humour* (S. 357-360). Oxford: Pergamon Press.

Steinbrecher, M., & Weiske, M. (1992). *Die Talkshow. 20 Jahre zwischen Klatsch und News. Tipps und Hintergründe*. München: Ölschläger.

Wünsch, C. (2006). *Unterhaltungserleben. Ein hierarchisches Zwei-Ebenen-Modell affektiv-kognitiver Informationsverarbeitung*. Köln: Herbert von Halem.

Weinbuch, D. (2006). *Zum Unterhaltungswert des Daily Talk. Das institutionelle Scheitern der Kommunikation*. Hamburg: Diplomica GmbH.

Wolff, H., Smitz, C., & Murray, H. (1934). The psychology of humor: I. A study of responses to race-disparagement jokes. *Journal of Abnormal and Social Psychology*, 28, 341-365.

Wulff, H. J. (1999). *Darstellen und Mitteilen. Elemente der Pragmasemiotik des Films*. Tübingen: Gunter Narr Verlag Tübingen.

Zillmann, D. (1983). Disparagement humor. In P. McGhee, & J. Goldstein, *Handbook of humor research* (Bd. Vol. 1, S. 85-107). New York.

Ziv, A., & Gadish, O. (1990). The disinhibiting effects of humor: aggressive and affective response. *Humor*, Vol. 3 Nr. 3, 247-257.

7 Tabellenverzeichnis

<i>Tabelle 1: Ergebnisse der Intercoder-Reliabilitätsprüfung.....</i>	<i>77</i>
<i>Tabelle 2: Alter der Akteure in den Talkshows nach Ausstrahlungsperioden</i>	<i>85</i>
<i>Tabelle 3: Geschlechterverteilung der Akteure nach Ausstrahlungsdatum</i>	<i>86</i>
<i>Tabelle 4: Entwicklung der Hauptthemen nach Ausstrahlungsperiode</i>	<i>87</i>
<i>Tabelle 5: Gesprächssituation in den Talkshows</i>	<i>88</i>
<i>Tabelle 6: Kommunikationshandlung des Talkshow-Moderators</i>	<i>88</i>
<i>Tabelle 7: Kommunikationshandlung/Moderation von Sonya Kraus</i>	<i>89</i>
<i>Tabelle 8: Körperliche Handlung von Sonya Kraus.....</i>	<i>90</i>
<i>Tabelle 9: Formale Gestaltungselemente der TalkTalkTalk Redaktion in Bezug auf Sonya Kraus.....</i>	<i>91</i>
<i>Tabelle 10: Off-Stimme der TalkTalkTalk Redaktion in Bezug auf Sonya Kraus.....</i>	<i>92</i>
<i>Tabelle 11: Formale Gestaltungselemente der TalkTalkTalk Redaktion in Bezug auf die gezeigten Talkshows</i>	<i>93</i>
<i>Tabelle 12: Off-Stimme der TalkTalkTalk Redaktion in Bezug auf die Talkshows/Clips.....</i>	<i>94</i>

8 Anhang

8.1 Sendungsplan Talk Talk Talk

	Periode 1 2000	Periode 2 2001 - 2005	Periode 3 2006 - 2010
Sendungsdatum	18.03.2000 25.03.2000	06.01.2001 17.03.2001	04.02.2006 25.02.2006
		01.06.2002 15.06.2002	24.03.2007 10.02.2007
		01.02.2003 10.05.2003	14.02.2008 27.03.2008
		24.01.2004 07.02.2004	21.02.2009 18.07.2009
		08.01.2005 29.01.2005	01.09.2010 01.10.2010

8.2 Codebuch

8.2.1 Codieranweisungen

Das für die vorliegende Arbeit erstellte Codebuch wurde nach einer Sichtung des Materials erstellt. Um alle wichtigen Merkmale in Form von Variablen zu erfassen, war dieser erste Schritt essenziell.

Als Codier- bzw. Analyseeinheit zählt der einzelne Beitrag / Clip. Als Beitrag wird ein Clip innerhalb der Sendung definiert. Gegenstand der Untersuchung sind alle gezeigten Talkshow-Clips innerhalb der oben angeführten Sendungen. Alle Variablen haben (sofern nicht anders angegeben) als Missing Data- Code: 999.

Von der Analyse ausgenommen, sind einzelne Derivate, die nicht als "Talkshow" zu identifizieren sind. Dazu zählen: Gerichtsshows, VICs, TTT Fun, TTT Masters, TalkTalents, US Talkshow Scout, Bobo Bär, TalkTalkTalk Classics (nähere Angaben in Kapitel 4.3. Bei Vorkommen dieser Derivate wird der Missing Data-Code 999 eingegeben. Mit diesem Code werden auch Zusammenschnitte aus mehreren Talkshows codiert, die sich auf ein spezielles Thema beziehen (z.B. Karneval, Gogo).

8.2.2 Variablen

Variable	Name der Variable	Code/Merkmalsausprägung
Sendung	Fallnummer	1= 01 (20000318) 2= 02 (20000325) 3= 03 (20010106) 4= 04 (20010317) 5= 05 (20020601) 6= 06 (20020615) 7= 07 (20030201) 8= 08 (20030510) 9= 09 (20040124) 10= 10 (20040207) 11= 11 (20050108) 12= 12 (20050129) 13= 13 (20060204) 14= 14 (20060225) 15= 15 (20070324) 16= 16 (20070210) 17= 17 (20080214) 18= 18 (20080327) 19= 19 (20090221) 20= 20 (20090718) 21= 21 (201009) 22= 22 (201010)
Clip	Clipnummer - Nummer des Clips innerhalb der jeweiligen Sendung (des Falls)	1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10, ...
ausstdat	Ausstrahlungsdatum (JahrMonatTag)	01= 20000318 02= 20000325 03= 20010106 04= 20010317 05= 20020601 06= 20020615 07= 20030201 08= 20030510 09= 20040124 10= 20040207 11= 20050108 12= 20050129 13= 20060204 14= 20060225 15= 20070324 16= 20070210 17= 20080214 18= 20080327 19= 20090221 20= 20090718 21= 201009 22= 201010

period	Periode	1= 2000 2= 2001-2005 3= 2006-2010
format	Talk Talk Talk Format	1= TalkTalkTalk 2= TalkTalkTalk Late Show
subgenre	Subgenre von Talk Talk Talk	0= Kein Subgenre 1= Best of 2= US TS Scout Robin Bade 3= Talk Talk Talk Masters 4= Talk Talents 5= Talk Talk Talk Classics
country	Land in dem die Sendung aufgenommen/ausgestrahlt wurde	1= Deutschland 2= USA
talkname	Name der Talkshow	1= Andreas Türck 2= Arabella 3= Absolut Schlegl 4= Barbara Salesch 5= Bärbel 6= Britt 7= Christina 8= Die Jugendberaterin 9= Dr. Verena Breitenbach 10= Franklin 11= Forgive or Forget 12= Jenny Jones 13= Jerry Springer 14= Johannes B. Kerner 15= Maury 16= Nicole 17= Oliver Geissen Show 18= Oprah Winfrey 19= Peter Imhof 20= Pilawa 21= Richter Alexander Hold 22= Ricky 23= Ricki USA 24= Sabrina 25= Sally 26= Sonja 27= Steve Wilkos 28= The other half 29= Vera 30= Zwei bei Kalwass
1. EBENE MERKMALE DER GEZEIGTEN TALKSHOWS		
artsit	Die Situation des Gesprächs in der Talkshow	1= konfliktorientiert 2= lösungsorientiert 3= Erzählung persönlicher Geschichten

h_thema	Hauptthema in der Talkshow	1= Partnerbeziehung 2= Familie 3= Soziale Beziehung 4= Lifestyle (auf das Verhalten bezogen; sexuelle Vorlieben / Orientierung) 5= Körper (körperliche Erscheinung) 6= Beruf
n_thema	Nebenthema in der Talkshow	1= Partnerbeziehung 2= Familie 3= Soziale Beziehung 4= Lifestyle (auf das Verhalten bezogen; sexuelle Vorlieben / Orientierung) 5= Körper (körperliche Erscheinung) 6= Beruf
a_sex	Geschlecht - Akteur	1= weiblich 2= männlich
a_age	Alter - Akteur	1= minderjährig 2= jugendlich 3= mittleres Alter 4= fortgeschrittenes Alter
a_schich	Schichtzugehörigkeit - Akteur	1= Unterschicht 2= Mittelschicht 3= Oberschicht
a_subkul	Zugehörigkeit zu einer Subkultur - Akteur	0= keine Zugehörigkeit / kann nicht bewertet werden / nicht vorhanden 1= Gesellschaftsaussteiger 2= Punks 3= Skin Heads 4= Gothic- Kultur 5= Graffiti- Kultur 6= Black- Metals (Ursprünge im Hard Rock und Punk) 7= Hooligans 8= Religiöse Gruppen

ap_präz ap_sach ap_fremd ap_ruhig ap_aussp ap_lispe ap_stott ap_leise ap_laut ap_inkor ap_niaus	Sprache & verbaler Ausdruck - Akteur	Codierung: 0= kommt nicht vor 1= nur durch Selbstzuschreibung 2= nur durch Fremdzuschreibung 3= nur durch Expression 4= durch Selbst- und Fremdzuschreibung 5= durch Selbst- und Fremdzuschreibung + Expression Folgende Eigenschaften wurden codiert: spricht sehr präzise spricht sachlich verwendet viele Fremdwörter spricht mit ruhiger Stimme lässt auch andere zu Wort kommen/lässt andere aussprechen lispelt stottert schlecht verständlich/sehr leise kräftiger Ausdruck/sehr laut verwendet inkorrekte Begriffe lässt andere nicht aussprechen
ap_vielm ap_wenm ap_exfri ap_nigek ap_träne ap_schüc ap_stand ap_outok ap_schmu ap_kaput ap_marke ap_herab ap_trans ap_überge	Erscheinungsbild - Akteur	Codierung: 0= kommt nicht vor 1= nur durch Selbstzuschreibung 2= nur durch Fremdzuschreibung 3= nur durch Expression 4= durch Selbst- und Fremdzuschreibung 5= durch Selbst- und Fremdzuschreibung + Expression Folgende Eigenschaften wurden codiert: trägt sehr viel Make-up trägt sehr wenig Make-up Frisur ist extravagant Haare nicht gekämmt bricht andauernd in Tränen aus ist sehr schüchtern rechtfertigt immerzu den eigenen Standpunkt Outfit ist farblich abgestimmt Kleidung ist schmutzig Kleidung ist beschädigt trägt Markenkleidung und zeigt dies auch wirkt durch Handlungen herablassend auf andere transsexuell übergewichtig

ap_intel ap_höfli ap_freun ap_extro ap_fleiß ap_fröhl ap_humv ap_respv ap_witz ap_dumm ap_unhöf ap_unfre ap_arrog ap_oberf ap_aggre ap_respl ap_intro ap_faul ap_fmfei ap_traur ap_gemei ap_größe ap_huml ap_hochn ap_obszö ap_zicki	Charakterliche Eigenschaft & Manieren - Akteur	Codierung: 0= kommt nicht vor 1= nur durch Selbstzuschreibung 2= nur durch Fremdzuschreibung 3= nur durch Expression 4= durch Selbst- und Fremdzuschreibung 5= durch Selbst- und Fremdzuschreibung + Expression Folgende Eigenschaften wurden codiert: Intelligent Höflich freundlich extrovertiert fleißig fröhlich humorvoll respektvoll witzig dumm unhöflich unfreundlich arrogant/überheblich oberflächlich aggressiv respektlos Introvertiert faul Frauen- oder Männerfeindlich traurig gemein größenwahnsinnig humorlos hochnäsig obszön zickig
interak1	Vorkommen des Interaktionsakteurs 1	0= kommt nicht vor 1= kommt vor
i1_sex	Geschlecht - Interaktionsakteur 1	1= weiblich 2= männlich
i1_age	Alter - Interaktionsakteur 1	1= minderjährig 2= jugendlich 3= mittleres Alter 4= fortgeschrittenes Alter
i1_schic	Schichtzugehörigkeit - Interaktionsakteur 1	1= Unterschicht 2= Mittelschicht 3= Oberschicht

i1_subku	Zugehörigkeit zu einer Subkultur-Interaktionsakteur 1	0= keine Zugehörigkeit/ kann nicht bewertet werden/ nicht vorhanden 1= Gesellschaftsaussteiger 2= Punks 3= Skin Heads 4= Gothic- Kultur 5= Graffiti- Kultur 6= Black- Metals (Ursprünge im Hard Rock und Punk) 7= Hooligans 8= Religiöse Gruppen
ip_präz ip_sach ip_fremd ip_ruhig ip_aussp ip_lisp ip_stott ip_leise ip_laut ip_inkor ip_niaus	Sprache & verbaler Ausdruck	Codierung: 0= kommt nicht vor 1= nur durch Selbstzuschreibung 2= nur durch Fremdzuschreibung 3= nur durch Expression 4= durch Selbst- und Fremdzuschreibung 5= durch Selbst- und Fremdzuschreibung + Expression Folgende Eigenschaften wurden codiert: spricht sehr präzise spricht sachlich verwendet viele Fremdwörter spricht mit ruhiger Stimme lässt auch andere zu Wort kommen/lässt andere aussprechen lispelt stottert schlecht verständlich/sehr leise kräftiger Ausdruck/sehr laut verwendet inkorrekte Begriffe lässt andere nicht aussprechen

ip_vielm ip_wenm ip_exfri ip_nigek ip_träne ip_schüc ip_stand ip_outok ip_schmu ip_kaput ip_marke ip_herab ip_trans ip_überge	Erscheinungsbild - Interaktionsakteur 1	Codierung: 0= kommt nicht vor 1= nur durch Selbstzuschreibung 2= nur durch Fremdzuschreibung 3= nur durch Expression 4= durch Selbst- und Fremdzuschreibung 5= durch Selbst- und Fremdzuschreibung + Expression Folgende Eigenschaften wurden codiert: trägt sehr viel Make-up trägt sehr wenig Make-up Frisur ist extravagant Haare nicht gekämmt bricht andauernd in Tränen aus ist sehr schüchtern rechtfertigt immerzu den eigenen Standpunkt Outfit ist farblich abgestimmt Kleidung ist schmutzig Kleidung ist beschädigt trägt Markenkleidung und zeigt dies auch wirkt durch Handlungen herablassend auf andere transsexuell übergewichtig
---	--	---

ip_intel ip_höfl ip_freun ip_extro ip_fleiß ip_fröhl ip_humv ip_respv ip_witz ip_dumm ip_unhöf ip_unfre ip_arrog ip_oberf ip_aggr ip_respl ip_intro ip_faul ip_fmfei ip_traur ip_gemei ip_größe ip_huml ip_hochn ip_obszö ip_zicki	Charakterliche Eigenschaft & Manieren - Interaktionsakteur 1	Codierung: 0= kommt nicht vor 1= nur durch Selbstzuschreibung 2= nur durch Fremdzuschreibung 3= nur durch Expression 4= durch Selbst- und Fremdzuschreibung 5= durch Selbst- und Fremdzuschreibung + Expression Folgende Eigenschaften wurden codiert: Intelligent Höflich freundlich extrovertiert fleißig fröhlich humorvoll respektvoll witzig dumm unhöflich unfreundlich arrogant/überheblich oberflächlich aggressiv respektlos Introvertiert faul Frauen- oder Männerfeindlich traurig gemein größenwahnsinnig humorlos hochnäsiger obszön zickig
interak2	Vorkommen des Interaktionsakteurs 2	0= kommt nicht vor 1= kommt vor
i2_sex	Geschlecht - Interaktionsakteur 2	1= weiblich 2= männlich
i2_age	Alter - Interaktionsakteur 2	1= minderjährig 2= jugendlich 3= mittleres Alter 4= fortgeschrittenes Alter

a_sach a_ruhig a_aufbr a_emot a_sellus a_andlus a_beleid a_beschi a_witz	Kommunikationshandlung - Akteur	Codierung: 0= kommt nicht vor 1= nur durch Selbstzuschreibung 2= nur durch Fremdzuschreibung 3= nur durch Expression 4= durch Selbst- und Fremdzuschreibung 5= durch Selbst- und Fremdzuschreibung + Expression Folgende Eigenschaften wurden codiert: sachliche Kommunikation ruhige Kommunikation aufbrausende Kommunikation (z.B. schreien) emotionale Kommunikation macht sich über sich selbst lustig macht sich über jmd. anderen lustig spricht Beleidigung aus beschimpft sein Gegenüber (mit Schimpfwörtern) macht Witze
a_gewalt a_umarmt a_streic a_hand a_küsst a_rennt	Körperliche Handlung - Akteur	Codierung: 0= kommt nicht vor 1= kommt vor Folgende Eigenschaften wurden codiert: wendet körperliche Gewalt an umarmt jmd. streichelt jmd. hält jmd. die Hand küsst jmd. rennt aus dem Studio
i_sach i_ruhig i_aufbr i_emot i_sellus i_andlus i_beleid i_beschi i_witz	Kommunikationshandlung - Interaktionsakteur 1	Codierung: 0= kommt nicht vor 1= nur durch Selbstzuschreibung 2= nur durch Fremdzuschreibung 3= nur durch Expression 4= durch Selbst- und Fremdzuschreibung 5= durch Selbst- und Fremdzuschreibung + Expression Folgende Eigenschaften wurden codiert: sachliche Kommunikation ruhige Kommunikation aufbrausende Kommunikation (z.B. schreien) emotionale Kommunikation macht Witze macht sich über jmd. anderen lustig spricht Beleidigung aus beschimpft sein Gegenüber (mit Schimpfwörtern) macht sich über sich selbst lustig

i_gewalt i_umarmt i_streic i_hand i_küsst i_rennt	Körperliche Handlung - Interaktionsakteur 1	Codierung: 0= kommt nicht vor 1= kommt vor Folgende Eigenschaften wurden codiert: wendet körperliche Gewalt an umarmt jmd. streichelt jmd. hält jmd. die Hand küsst jmd. rennt aus dem Studio
t_sach t_wert t_fasstz t_ermahn t_wirft t_lacht t_abwges	Kommunikationshandlung - Talkshow Moderator	Codierung: 0= kommt nicht vor 1= kommt vor Folgende Eigenschaften wurden codiert: kommentiert sachlich kommentiert wertend fasst zusammen ermahnt Talkgast (erteilt Zurechtweisung/ Mäßigung) wirft Talkgast aus dem Studio lacht über einen Talkgast macht eine abwertende Gestik gegenüber einem Talkgast
t_ausein t_hand t_tasch t_streic t_klopft	Körperliche Handlung - Talkshow Moderator	Codierung: 0= kommt nicht vor 1= kommt vor Folgende Eigenschaften wurden codiert: hält Talkgäste auseinander hält Hand eines Talkgastes (um zu trösten bzw. zu beruhigen) bietet einem Talkgast ein Taschentuch an streichelt einem Talkgast über den Kopf klopft einem Talkgast auf die Schulter

p_buh p_pfeif p_schrei p_lachen p_negkom p_poskom p_schpos p_schneg p_applau p_abwege	Kommunikationshandlung - Publikum	Codierung: 0= kommt nicht vor 1= kommt vor Folgende Eigenschaften wurden codiert: Buh- Rufe Pfeif- Konzert Schreie Lachen über die Talkgäste negativer Kommentar durch das Mikrofon positiver Kommentar durch das Mikrofon Hochhalten von Schildern mit positivem Kommentar Hochhalten von Schildern mit negativem Kommentar Applaus abwertende Gestik
p_schups p_wirftg p_berühr	Körperliche Handlung - Publikum	Codierung: 0= kommt nicht vor 1= kommt vor Folgende Eigenschaften wurden codiert: jmd. aus dem Publikum schupst einen Talkgast jmd. aus dem Publikum wirft einen Gegenstand auf die Talkshow Bühne jmd. aus dem Publikum berührt einen Talkgast
2. EBENE: SONYA KRAUS & TALK TALK TALK REDAKTION		
sk_sach sk_wert sk_ironi sk_anekd sk_schad sk_satir sk_selir sk_verst sk_lach sk_parod	Kommunikationshandlung & Moderation - Sonya Kraus	Codierung: 0= kommt nicht vor 1= kommt vor Folgende Eigenschaften wurden codiert: beschreibend/sachlich wertend (urteilt über Clip bzw. Talkgäste) ironisch (überspannt, verzerrt, phantastische Erzählweise) anekdotisch/witzig (humorvoll; eröffnet Clip mit z.B.: Sprichwörtern) schadenfroh; top-down Modell (verlacht die Situation/ die Talkgäste) satirisch; bottom-up Modell selbstironisch (macht sich im Zuge des Verlach andere zugleich über sich selbst lustig) moderiert mit verstellter Stimme moderiert lachend parodiert (z.B. eine Richterin)

sk_tanzt sk_haar sk_lipp sk_isst sk_liest sk_putzt	Körperliche Handlung - Sonya Kraus	Codierung: 0= kommt nicht vor 1= kommt vor Folgende Eigenschaften wurden codiert: tanzt macht sich die Haare trägt Lippenstift auf isst ein Eis liest eine Zeitung putzt
sk_runzs sk_lippe sk_augen	Mimik - Sonya Kraus	Codierung: 0= kommt nicht vor 1= kommt vor Folgende Eigenschaften wurden codiert: runzelt Stirn öffnet Augen sehr weit verzieht Lippe
sk_schüt sk_handz	Gestik - Sonya Kraus	Codierung: 0= kommt nicht vor 1= kommt vor Folgende Eigenschaften wurden codiert: schüttelt Kopf gibt Handzeichen
sk_sport sk_elega sk_sexy sk_kostü	Kleidung - Sonya Kraus	Codierung: 0= kommt nicht vor 1= kommt vor Folgende Eigenschaften wurden codiert: sportlich elegant sexy kostümiert
sk_blume sk_kette sk_perüc sk_hut sk_acand	Accessoires - Sonya Kraus	Codierung: 0= kommt nicht vor 1= kommt vor Folgende Eigenschaften wurden codiert: Blume im Haar Halskette Perücke Hut Andere Accessoires

gk_zeich gk_zeih gk_vis gk_vish gk_licht gk_musik gk_spreb	Formale Gestaltungselemente der Talk Talk Talk Redaktion in Bezug auf Sonya Kraus	Codierung: 0= kommt nicht vor 1= kommt vor Folgende Gestaltungselemente wurden codiert: Zeichentrickelemente in Bezug auf Sonya Kraus Zeichentrickelemente im Hintergrund Visuelle Einblendungen in Bezug auf Sonya Kraus Visuelle Einblendungen im Hintergrund Farbliche Lichtspiele im Hintergrund Musik Sprechblasen
gk_korr gk_anw gk_lusko gk_verko gk_lacht	OFF-Stimme der Talk Talk Talk Redaktion in Bezug auf Sonya Kraus	Codierung: 0= kommt nicht vor 1= kommt vor Folgende Elemente wurden codiert: macht eine Korrektur gibt Anweisung wirft einen lustigen Kommentar ein wirft einen verlachenden Kommentar ein lacht über etwas
gt_zeitg gt_zeitm gt_zeih gt_vistg gt_vistm gt_vish gt_licht gt_musik gt_sprec gt_denk	Formale Gestaltungselemente der Talk Talk Talk Redaktion in Bezug auf die gezeigte Talkshow	Codierung: 0= kommt nicht vor 1= kommt vor Folgende Elemente wurden codiert: Zeichentrickelemente in Bezug auf einen Talkgast Zeichentrickelemente in Bezug auf den Talkmaster Zeichentrickelemente im Hintergrund Visuelle Einblendungen in Bezug auf einen Talkgast Visuelle Einblendungen in Bezug auf den Talkmaster Visuelle Einblendungen im Hintergrund Farbliche Lichtspiele im Hintergrund Musik Sprechblasen Denkblasen

gt_übver gt_übnor gt_korr gt_anwei gt_lusko gt_verko gt_lacht	OFF-Stimme der Talk Talk Talk Redaktion in Bezug auf die gezeigte Talkshow	Codierung: 0= kommt nicht vor 1= kommt vor Folgende Elemente wurden codiert: übersetzt verlachend ins Deutsche (z.B. <i>mit schriller, lustiger Stimme</i>) übersetzt ins Deutsche macht eine Korrektur gibt Anweisung wirft einen lustigen Kommentar ein wirft einen verlachenden Kommentar ein lacht über etwas
---	--	--

8.2.3 Operationale Definition

In diesem Kapitel sollen, um den wissenschaftlichen Kriterien Genüge zu tun, Variablen, sofern diese nicht selbsterklärend sind, definiert und sog. Codierregeln festgehalten werden. An dieser Stelle sei nochmals erwähnt, dass die Analyse auch zwei Sendungen aus dem Jahre 1999 beinhaltet, die von Jessica Stockmann moderiert wurden. Die Inhaltsanalyse umfasst auch diese beiden Sendungen. Der Name Jessica Stockmann wurde aber nicht separat erwähnt (Überbegriff Moderatorin Sonya Kraus).

TALK TALK TALK FORMAT

TalkTalkTalk

Wird immer entweder im Vorabendprogramm (19.00 Uhr – 20.15 Uhr) oder am Morgen (04.00 Uhr-08.00 Uhr) ausgestrahlt. Farbliche Gestaltung von Einblendungen, Grafiken etc.: GELB.

TalkTalkTalk Late Show

Sendezeit ist hier zwischen 01.00 Uhr und 04.00 Uhr früh. Ob und in welchem Ausmaß sich Themen, Outfits und Kommentare von der gewöhnlichen TTT Sendung unterscheiden zeigt die Analyse. Farbliche Gestaltung von Einblendungen, Grafiken etc.: BLAU.

ART DER ZUSCHREIBUNG

Selbstzuschreibung

Der Talkgast schreibt sich selbst ein Verb in Bezug auf Sprache, charakterliche Eigenschaft und Erscheinungsbild zu.

Fremdzuschreibung

Jemand anderer schreibt einem Talkgast ein Verb in Bezug auf Sprache, charakterliche Eigenschaft und Erscheinungsbild zu.

Expression

Der Talkgast stellt etwas dar, sodass durch Beobachtungen Schlüsse auf Sprache, charakterliche Eigenschaft und Erscheinungsbild gezogen werden können.

ALLGEMEIN

Akteur

... ist der Talkgast, der die „Hauptrolle“ in der geschilderten Situation übernimmt. Der Akteur kommt mit einem Anliegen in die Talkshow und schildert die Problematik. Der Hauptakteur betritt zudem immer zuerst das Talkstudio.

Interaktionsakteur I

... ist eine 2. Person / Talkgast, die in die vom Akteur geschilderte Situation in irgendeiner Art und Weise involviert, bzw. vom Problem betroffen ist. Für eine genauere Analyse wird nur der Interaktionsakteur 1 herangezogen.

Interaktionsakteur II

... ist eine 3. Person / Talkgast, die in die vom Akteur geschilderte Situation in irgendeiner Art und Weise involviert, bzw. vom Problem betroffen ist. Manchmal ist der Interaktionsakteur 2 auch nur als ‚moralische‘ Unterstützung mit Interaktionsakteur 1 in die Talkshow gekommen. Der Interaktionsakteur wird nicht genauer analysiert.

ART DER GESPRÄCHSSITUATION

Lösungsorientiert

Das Gespräch ist (auch durch die Talkgäste und den Talkmaster) so strukturiert, dass eine Lösung gefunden werden soll.

Konfliktorientiert

Das Gespräch ist (vor allem durch die Talkgäste und manchmal auch durch den Talkmaster) so strukturiert, dass gestritten und diskutiert werden soll. Die Lösungsfindung zu einer Problemsituation ist dabei eher nebensächlich.

ALTER

Minderjährig

Das Alter des Talkgastes liegt unter 18 Jahren.

Jugendlich

Das Alter des Talkgastes liegt zwischen 18 und 25 Jahren.

Mittleres Alter

Das Alter des Talkgastes liegt zwischen 26 und 40 Jahren.

Fortgeschrittenes Alter

Das Alter des Talkgastes liegt zwischen 41 und 100 Jahren.

SCHICHTZUGEHÖRIGKEIT

Unterschicht

Einkommensschwache Personen, kranke Personen, Alleinerziehende und Arbeitslose und Langzeitarbeitslose.

Mittelschicht

Personen, die weder zur Unter- noch zur Oberschicht zählen. Sie befinden sich finanziell gesehen in der Mitte.

Oberschicht

Unter diesem Begriff wird jemand verstanden, der in „Saus und Braus“ lebt, sich Luxus leisten kann. Das Einkommen dieser Personen bewegt sich also ganz weit oben, sodass sie sich - finanziell gesehen - keine Sorgen machen müssen.

SUBKULTUREN

Gesellschaftsaussteiger

Sind Menschen, die der Gesellschaft den Rücken gekehrt haben. Dies manifestiert sich vor allem im Auszug aus einem geregelten Leben sowie Alltag durch Wohnungsverkauf, Kündigung des Jobs und Unterbrechung sozialer Kontakte.

Punks

Punk definiert die Zugehörigkeit zu einer Jugendkultur. Erkennungsmerkmal sind vor allem die Frisur (aufgestellte, auffällig gefärbte Haare), der Irokesenschnitt (von der Stirn bis zum Nacken verlaufende Haarkamm) und alle seine Variationen. Als weiteres Merkmal gelten viele Piercings im sichtbaren Bereich sowie Nieten, Lederjacken, Schnürstiefel, Metallketten und Sicherheitsnadeln.

Skin Heads

Der Begriff Skinhead wird in der heutigen Zeit auch sehr oft mit Neonazi gleichgesetzt. Merkmale für die Zugehörigkeit zu dieser Subkultur sind kahl geschorene Köpfe, Springerstiefel und Bomberjacken.

Gothic-Kultur

Diese Subkultur bildet das Zentrum der „schwarzen Szene“. Die Angehörigen sind fasziniert von Tod und Vergänglichkeit und inszenieren dies auch immer wieder selbst. Mitglieder gelten zwar als friedlich aber auch als unnahbar und in ihrer eigenen Welt lebend. Innerhalb der Kultur gilt die Farbe schwarz als Favorit. Akzente werden durch weiß oder dunkelrot gesetzt. Ein weiteres Merkmal ist auch das starke Make-up, dunkler Lidstrich um die Augen herum und zumeist auch schwarzer Lippenstift. Als Erkennungsmerkmale dienen auch Corsagen und Vollbrustkorsetts sowie Fracks und Zylinder, aber auch Netzstrümpfe oder -shirts.

Graffiti-Kultur

Graffiti-Menschen werden jene Personen genannt, die mit Spraydosen öffentliche Flächen mit „kleinen Kunstwerken“ besprühen. Äußerliche Merkmale gibt es kaum welche. Es geht den „Sprayern“ vor allem um Ruhm, Anerkennung und Selbstverwirklichung.

Black-Metals (Ursprünge im Hard Rock und Punk)

Es handelt sich hierbei um die Zugehörigkeit zur satanistischen Szene. Das äußere Erscheinungsbild spielt dabei eine erhebliche Rolle für die Mitglieder - Lederbekleidung, Nietenschmuck, Petruskreuze und Patronengurte sind essentielle Dinge für die Anhänger des Black-Metals.

Hooligans

Sind Personen, welche sich einer Gruppe anschließen die auch als „Raufbolde“ und „Schlägertypen“ genannt wird. Sie fallen vor allem im Rahmen von Sportveranstaltungen durch aggressives Verhalten auf.

Religiöse Gruppen

Hierbei sind alle Subkulturen gemeint, welche als Zentrum ein religiöses Zeremoniell verkörpern. Dazu zählen auch Sekten.

TALKSHOW THEMEN

Partnerbeziehung

Schlüsselbegriffe: Sexualität, Eifersucht, Betrug in jeglicher Hinsicht, Treue, Ehe, freizügige Partnerschaften, Bedürfnisse, Wünsche.

Diese Gespräche handeln von Themen, die innerhalb einer Partnerschaft relevant sind. Wichtig dabei ist, dass sich alle Themen immer auf die Partnerschaft zweier Menschen bezieht. Es kann sich also auch um ein Geständnis, eine Überraschung, eine Enttäuschung innerhalb der Beziehung von zwei Menschen handeln.

Soziale Beziehung

Diese Themen handeln von Geschäftsbeziehungen oder Freundschaften, aber auch von Nachbarschaft oder Leidensgenossen. Sie beziehen sich weder auf partnerschaftliche Verhältnisse, noch auf Familienangehörigkeit.

Familie

Schlüsselbegriffe: Eltern, Väter, Mütter, Geschwister, Cousins, Tanten.

Hierbei handelt es sich um Themen, welche eine ganze Familie betreffen. Dazu zählen unter anderem Vaterschaftstest, sowie die Suche nach einer geliebten Person innerhalb (aber auch manchmal außerhalb) der Familie. Auch beinhaltet diese Kategorie Diskussionen über Alimente oder sonstige finanzielle Leistungen oder auch Überraschungen in Bezug auf längst verloren geglaubte Personen. Zusammenfassend geht es um sämtliche Themen und Konflikte welche sich innerhalb einer oder manchmal auch zwischen mehreren Familien abspielen, dies umfasst demnach auch den Streit zwischen zwei oder mehreren Familien.

Lifestyle (auf das Verhalten bezogen; sexuelle Vorlieben/Orientierung)

Schlüsselbegriffe: Sexuelle Orientierung, Kleidungsstil, Körperschmuck, Tattoos, Konsum, Luxus, Suchtmittel.

Es geht hier um sexuelle Vorlieben, außergewöhnliche Orientierungen oder einfach auch nur um den „special way of life“- also wie jemand sein Leben lebt. Unter anderem fallen in diese Kategorie auch jene Situationen in denen Lebenskünstler, selbst ernannte „wandelnde Museen“, geglaubte Vampire, „Grufties“, aber auch Menschen mit ausgefallenem Kleidungsstil. Einstellungen wie beispielsweise „Kein Sex vor der Ehe“ oder aber auch eigenartige Angewohnheiten von Erwachsenen (wie z. B. Daumenlutschen oder das Riechen an getragener Unterwäsche) oder Menschen mit skurrilen Erfindungen (z. B. Sexspielzeuge) lassen sich ebenfalls dieser Kategorie unterordnen.

Ferner bezieht sich diese Kategorie auch auf Menschen mit großem Selbstbewusstsein, die glauben sie wären zu schön für diese Welt oder sie würden einem Star ähneln. Diese Kategorie umfasst aber auch jene Frauen / Männer die davon überzeugt sind, durch und mit ihrem Aussehen, alles und jeden zu bekommen.

Körper (körperliche Erscheinung)

Schlüsselbegriffe: Körperliche Schönheit, Operationen, Gesundheit, Gewicht, Körperhygiene.

Diese Kategorie bezieht sich auf Themen, in denen der Körper und Erscheinung von Personen zur Diskussion steht. Dies reicht von Müttern, die von sich selbst behaupten sie seien unwiderstehlich, bis hin zu Personen, welche irgendeine Schönheitsoperation an ihrem Körper machen lassen.

Auch umfasst diese Kategorie Männer und Frauen mit Übergewicht, die sich trotz ihres Aussehens sehr sexy fühlen. Männer und Frauen mit Übergewicht, die gerne etwas dagegen tun würden, aber auch solche, die sich zwar nicht sexy finden, aber mit ihrem Aussehen kein Problem haben. Des Weiteren treten hier auch (insbesondere) Männer auf, die ihren Frauen verbieten, abzunehmen, weil sie genau ihr Übergewicht anzieht. Abschließend umfasst dieser Themenbereich auch Männer und Frauen, welche mit ihrem Übergewicht/Gewicht/Aussehen Geld verdienen, da sie im Fernsehen, in der Werbung, im Internet oder auf Postkarten gezeigt werden.

Beruf

Schlüsselbegriffe: Berufswahl, Aus- und Weiterbildung, Schule, Studium.

Diese Kategorie wird dann gewählt, wenn sich das Gespräch / die Situation / das Thema auf berufliche Gegebenheiten bezieht. Dazu zählen normale Berufssparten, aber auch Gogo und Striptease. Wichtig dabei ist, dass es sich um verschiedene Diskussionen handeln kann, wie z. B. Entsetzen über einen Beruf oder Verdienst oder aber auch Ausbeutung.

SPRACHE / VERBALES AUSDRUCKSVERMÖGEN

Spricht präzise

Genaue Wortwahl und Formulierung; Beantwortung der Fragen prägnant auf den Punkt.

Spricht sachlich

Keinerlei Emotionen, keine emotionalen Ausdrücke, objektive Betrachtungsweise eines Problems.

Verwendet inkorrekte Begriffe

Die Person verwendet Ausdrücke, die nicht meinen, was die Person wirklich sagen möchte.

ERSCHEINUNGSBILD

Frisur extravagant

Person hat eine ausgefallene Frisur, die im praktischen Leben nicht alltagsgemäß ist.

Ist sehr schüchtern

Dies manifestiert sich vor allem im Verhalten. Die Person hält sich im Gespräch eher zurück und lässt andere reden, gibt ungern etwas von sich preis.

Outfit ist farblich ok

Die Kleidung, die die Person trägt, ist farblich abgestimmt und alles passt zusammen.

Outfit ist farblich nicht ok

Die Kleidung, die die Person trägt, ist farblich nicht abgestimmt.

Wirkt durch Handlungen herablassend auf andere

Person gibt abwertende Handzeichen oder wertet auch durch die Mimik eine andere Person ab.

CHARAKTERLICHE EIGENSCHAFT / MANIEREN**Intelligent**

Einfallsreich, gebildet, geistreich, wortgewandt, klare Ausdrucksweise, talentiert.

Höflich

Der Talkgast ist aufmerksam und rücksichtsvoll, es ist zu erkennen, dass er die Umgangsformen innerhalb der Gesellschaft kennt und lebt.

Freundlich

Wohlwollend, heiter, freundschaftlich gegenüber anderen.

Extrovertiert - introvertiert

Kontaktfreudig, kann aus sich herausgehen, sehr gesprächig und gesellig, spricht offen Tabuthemen an, ist aufgeschlossen für Fragen, die eventuell auch peinlich sein könnten. Ist er das Gegenteil, spricht man von *introvertiert*.

Fleißig - faul

Zielstrebig, arbeitend, zeigt Engagement in einer Sache, schaffensfreudig. Sind diese Eigenschaften nicht zu erkennen, sondern wird eher das Gegenteil wahrgenommen und somit die Variable *faul* codiert.

Fröhlich

Mit Freude erfüllt, froh, macht einen zufriedenen Eindruck, ist ausgelassen und vergnügt, wirkt unbekümmert.

Humorvoll - humorlos

Späßig, belustigend, komisch, lacht auch über eigene Peinlichkeiten. Kann jemand über sich selbst nicht lachen, versteht er keinen Spaß, dann wird die Variable *humorlos* codiert.

Respektvoll - respektlos

Achtungsvoll gegenüber den anderen Talkgästen, akzeptiert andere Meinungen, macht andere Gäste nicht runter. Tut er das nicht, ist er *respektlos*.

Witzig

Erzählt Witze, macht Witze über sich selbst.

Oberflächlich

Spricht nur über äußere Dinge, bezieht sich nicht auf die relevanten Dinge im Leben.

Aggressiv

Schreit oder beschimpft jemanden, geht auf jemanden los.

Größenwahnsinnig

Von sich selbst sehr eingenommen, aufgeblasen, vertritt nicht-realistische Vorstellungen, glaubt mit Geld kann man die Welt kaufen.

Hohnässig

Sehr von sich selbst eingenommen, denkt er/sie wäre besser als andere

KOMMUNIKATIONSHANDLUNG TALKGÄSTE (KOMMENTARE, DISKUSSION)**sachliche Kommunikation**

Die Kommunikation / Diskussion zwischen den Talkgästen verläuft objektiv. Jeder legt seinen persönlichen Sachverhalt dar ohne dabei laut zu werden oder Schuldzuweisungen vorzunehmen.

ruhige Kommunikation

Es wird nicht geschrien, nicht geschimpft, etc.

aufbrausende Kommunikation

Die Diskussion verläuft mit viel Enthusiasmus, dabei kann es schon öfters auch mal ein wenig lauter werden.

emotionale Kommunikation

Es werden Emotionen wie Traurigkeit oder Ärger sowie Freude miteingebracht. Es handelt sich also hierbei um positive sowie negative Emotionen.

KOMMUNIKATIONSHANDLUNG TALKSHOWMODERATOR (VERBALE EINGRIFFE)

kommentiert sachlich

Der Talkmaster kommentiert den vorliegenden Sachverhalt ohne dabei Emotionen oder Schuldzuweisungen einzubringen.

kommentiert wertend

Der Talkmaster weist einem Talkgast eine Schuld zu bzw. kommentiert den Sachverhalt so zusammen, dass einer der Beteiligten definitiv als Schuldiger zu erkennen ist.

KOMMUNIKATIONSHANDLUNG SONYA KRAUS

beschreibend / sachlich

Der anzukündigende Clip wird sachlich, ohne witzige Elemente anmoderiert.

wertend (urteilt über Clip bzw. Talkgäste)

Es wird eine Bewertung in Hinblick auf den nachfolgenden Clip abgegeben.

Beispiel: "Die folgenden Gäste, so könnte man meinen, sind nicht ganz dicht."

ironisch (überspannt, verzerrt, phantastische Erzählweise)

Die Elemente des nachfolgenden Clips werden beispielsweise in ein Märchen eingebaut.

Beispiel: "Es war einmal ein Prinz, der hatte zwei Hofangestellte."

oder: "Das Kätzchen fährt ihre Krallen aus."

anekdotisch / witzig (humorvoll, eröffnet Clip mit z. B. Sprichwörtern)

Der nachfolgende Clip wird mit Sprichwörtern oder Anekdoten des alltäglichen Lebens anmoderiert.

schadenfroh; top-down Modell (verlacht die Situation / die Talkgäste)

Die Situation oder der Talkgast wird durch einen Kommentar der Moderatorin verlacht.

satirisch; bottom-up

Eine Person öffentlichen Interesses, welche in der Talkshow auftritt, wird durch einen Kommentar der Moderatorin verlacht.

selbstironisch (macht sich im Zuge des Verlachens über andere und zugleich über sich selbst lustig)

Durch einen Kommentar macht sich die Moderatorin nicht nur über sich selbst, sondern auch (manchmal auch versteckt) über einen Talkgast lustig.

moderiert mit verstellter Stimme

Moderation erfolgt mit tiefer oder hoher Stimme - jedenfalls jedoch nicht die Stimme der Moderatorin.

moderiert lachend

Während der Moderation wird gelacht.

parodiert (z. B. eine RichterIn)

Die Moderatorin schlüpft in die Rolle einer RichterIn, eines Punks, einer Braut, etc.

KLEIDUNG SONYA KRAUS

sportlich

Moderatorin trägt Turnschuhe, Jogging, Jeans, etc.

elegant

Moderatorin trägt ein Abendkleid.

sexy

Moderatorin trägt ein kurzes, knappes Outfit.

kostümiert

Moderatorin trägt ein Kostüm.

FORMALE GESTALTUNGSELEMENTE DER REDAKTION TALK TALK TALK

Diese Elemente beziehen sich auf die Redaktion von Talk Talk Talk; in einem ersten Teil in Bezug auf Sonya Kraus und zum zweiten auf die anmoderierte Talkshow / den Clip selbst. Die gestaltungstechnischen Elemente kommen also vor allem dann vor, wenn Sonya Kraus im - oder irgendein Talkgast oder Talkmaster im - Bild ist.

Zeichentrickelemente in Bezug auf eine Person

z. B. Comics

Zeichentrickelemente im Hintergrund

Comics oder andere Figuren laufen durch das Bild, jedoch nicht in Hinblick auf eine bestimmte Person, sondern im Allgemeinen auf eine Situation.

visuelle Einblendungen im Hintergrund

Andere Einblendungen (außerhalb) von Comics.

farbliche Lichtspiele im Hintergrund

Licht und Schatten; das Licht wird gedimmt oder in blaues und rotes Licht abwechselnd umgewandelt.

macht eine Korrektur

Die Redaktion Talk Talk Talk hält den Clip an und korrigiert entweder Sonya Kraus oder einen Talkgast oder Talkmaster.

Beispiel: "Sonya! Da hast du jetzt aber etwas verwechselt."

gibt Anweisungen

Die Redaktion Talk Talk Talk weist jemanden an etwas zu tun.

Beispiel: "Sonya, du solltest das noch einmal wiederholen."

wirft einen lustigen Kommentar ein

Es wird ein lustiges Statement in Hinblick auf die Person oder Situation abgegeben.
Meistens handelt es sich um etwas Verlachendes.

wirft einen verlachenden Kommentar ein

Durch ein eingeworfenes Statement wird eine Person verlacht.

Beispiel: "Frau Mayer, heute sind sie wieder einmal durchaus schön." (Obwohl die Person, über die ein verlachender Kommentar abgegeben wird, schrecklich aussieht.

9 Abstract

Verfasserin	Julia Polzer, Bakk. phil.
Titel	Reflexive Fernsehunterhaltung <i>Zur Rolle des Humors in Talk Talk Talk</i>
Umfang	116 Seiten (ohne Anhang)
Typ	Magisterarbeit am Institut für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft der Universität Wien
Ort, Jahr	Wien, 2015
Begutachter	Prof. Dr. Jürgen Grimm
Schlagwörter	Reflexivität, Reflexion, Unterhaltungstheorie, Unterhaltung, Humortheorie, Humor, Witz, Arousal Theory, Superiority Theory, Disparagement Theory, Incongruity Theory, Framing, Theorie der kommunikationswissenschaftlichen Framing-Forschung, Framing, Talkshow, Inhaltsanalyse, Talk Talk Talk, Fernsehunterhaltung
Untersuchungs- gegenstand	Im Zentrum der Arbeit steht die Frage welche Rolle der reflexive Humor in der deutschsprachigen Clipshow „Talk Talk Talk“ einnimmt. Bei dem Format handelt es sich um eine Sendung, moderiert von Sonya Kraus, die Talkshows aus Deutschland und den USA "recycelt". Dieser Aspekt an sich wäre eigentlich noch nicht witzig, gäbe es da nicht humoristische Komponenten, die insbesondere in den letzten Jahren der Sendung eine übergeordnete Rolle einnahmen. Der Humor und die Reflexivität die dieser innehält, ist bei einer näheren Betrachtungsweise von großer Bedeutung.

Es gilt herauszufinden, welche Rolle diese Reflexivität gepaart mit den differenten Formen des in die Sendungen integrierten Humors einnimmt und welche Gattungen sich differenzieren lassen. Die Entwicklung dieser Clipshow ist über einen Beobachtungszeitraum von mehreren Untersuchungsjahren dokumentiert. Konkret werden die Jahre 2000 bis 2010 erforscht. Im Vorfeld der Analyse und Interpretation wurden die markantesten Veränderungsmerkmale des Formates extrahiert und einer statistischen Auswertung zugrunde gelegt.

Theorie

Als Grundlage für die empirische Analyse werden Theorien aus den Bereichen Humor, Unterhaltung und Framing einbezogen. Besonders hervorzuheben sind diesbezüglich die Wirkungstheorien des Humors, im Speziellen die Superiority Theories (Hobbes, Bergson), Disparagement Theories (Zillmann), Incongruity Theories (Berger, Bachtin) und die Arousal-Theories (Freud, Berlyne). Besonders wichtig ist neben dem Framing-Ansatz (Goffmann) das theoretische Konstrukt zur medialen Reflexivität (Wulff, Luhmann).

Ziel / Fragestellungen Der Untersuchung lagen die im Folgenden vorgestellten Forschungsfragen zugrunde:

Forschungsfrage 1: Wie veränderten sich die Talkshows in Bezug auf deren Akteure, Themen und dem Kommunikationsverhalten der Moderatoren?

Forschungsfrage 2: a) Bezugnehmend auf die Kommunikations- und körperliche Handlung der Moderatorin Sonya Kraus, welche Veränderungen gab es im Laufe der Jahre innerhalb der Sendung Talk Talk Talk?

b) Wie entwickelte sich der Humor als Kommunikationsmedium in der Sendung TalkTalkTalk?

Forschungsfrage 3: Welche Rolle nimmt der reflexive Humor in Talk Talk Talk ein und was könnte das für die Kommunikationsqualität der Zuschauer bedeuten?

Forschungsdesign

Um empirische Erkenntnisse über die Entwicklung der Talkshows im Allgemeinen sowie die Veränderung des Humors in Talk Talk Talk zu erhalten kam eine quantitative Inhaltsanalyse zum Einsatz. Diese eignet sich vor allem für die Analysen großer Datenmengen. Die Methode der Inhaltsanalyse strukturiert "Textmaterial" selektiv und geht dabei systematisch transparent vor (vgl. Früh, 2007).

Der Sichtung des gesamten Untersuchungsmaterials folgte die Erstellung eines Forschungskonzeptes, welches sodann als Basis für die Entwicklung des Kategoriensystems diente. Bevor die Untersuchung in vollem Umfang startete, wurden die

einzelnen Kategorien mit Hilfe eines Reliabilitätstests überprüft. So konnte festgestellt werden, ob die Wahl des Untersuchungsinstruments korrekt war und die Kategorien auf einer sorgfältigen Generierung basierten.

Das Kategoriensystem umfasst zwei Ebenen. Auf erster Ebene werden die in Talk Talk Talk gezeigten "Daytime Talkshows" analysiert und auf zweiter Ebene wird näher untersucht, wie sich der Humor als reflexives Medium in Talk Talk Talk widerspiegelt und welche Rolle dabei die Moderation von Sonya Kraus sowie formale Gestaltungselemente der Redaktion einnehmen.

Die Analyse umfasste 22 Sendungen mit einem Inhalt von jeweils in etwa 12 bis 20 Clips. Dies ergab eine Stichprobe von ca. 280 Clips. Formate, die nicht das Prädikat "Talkshow" innehielten (zum Beispiel Gerichtsshow) waren nicht Teil der Analyse und wurden mit einem eigens definierten Code codiert und bei den Ergebnissen nicht berücksichtigt. Die Einteilung der Sendungsjahre 2000 bis 2010 erfolgte in drei Phasen, so sind Trends leichter erkennbar.

Ergebnisse

Es können Veränderung im Auswahlverfahren der Talkshowclips durch die Talk Talk Talk Redaktion festgehalten werden. Die Analyse ergibt geringfügige Unterschiede in Bezug auf die Geschlechterverteilung innerhalb der Talkshows, hochsignifikante Ergebnisse in Hinblick auf die Auswahl der Talkshow-Themen, sowie die Art der Gesprächssituation und der Kommunikationshandlungen von Talkshow Moderatoren.

Hochsignifikante Resultate verzeichnen sich in Hinblick auf die Veränderungen der Kommunikationshandlungen von Sonya Kraus. Es ist eine Zunahme des Einsatzes humoristischer Komponenten sowie eine Abnahme beschreibender, sachlicher Moderation zu erkennen. Besonders spiegelt sich diese Erkenntnis in einer stetigen Zunahme der Selbstironie wider.

Kommt es zu den reflexiven Bestandteilen der Sendung Talk Talk Talk, so ist erkennbar, dass formalen Gestaltungselementen bzw. Off-Kommentaren seitens der Redaktion eine besondere Stellung eingeräumt wird. Visuelle Einblendungen, farbliche Lichtspiele und verlachende Übersetzungen ins Deutsche erlebten besonders in der letzten Untersuchungsperiode einen erheblichen Anstieg.

Literatur

- Bachtin, M. (1965). *Literatur und Karneval. Zur Romantheorie und Lachkultur*. Frankfurt/Main: Fischer-Taschenbuch-Verlag.
- Berger, P. (2014). *Erlösendes Lachen. Das Komische in der menschlichen Erfahrung* (2. Auflage Ausg.). Berlin: de Gruyter.
- Bergson, H. (2011). *Das Lachen. Ein Essay über die Bedeutung des Komischen*. Hamburg: Meiner .
- Früh, W. (2007). *Inhaltsanalyse* (6. Auflage Ausg.). Konstanz: UVK Verlagsgesellschaft mbH.
- Freud, S. (1958). *Der Witz und seine Beziehung zum Unbewussten*. Frankfurt/Main: Fischer-Taschenbuch-Verlag.
- Goffman, E. (1977). *Rahmen-Analyse. Ein Versuch über die Organisation von Alltagserfahrungen*. Frankfurt/Main: Suhrkamp Taschenbuch Verlag.
- Hobbes, T., & Kersting, W. (2008). *Leviathan oder Stoff, Form und Gewalt eines bürgerlichen und kirchlichen Staates* (2. Auflage Ausg.). (W. Kersting, Hrsg.) Berlin: Akad.-Ver.
- Luhmann, N. (2009). *Die Realität der Massenmedien* (4. Auflage Ausg.). Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Wulff, H. J. (1999). *Darstellen und Mitteilen. Elemente der Pragmasemiotik des Films*. Tübingen: Gunter Narr Verlag Tübingen.
- Zillmann, D. (1983). Disparagement humor. In P. McGhee, & J. Goldstein, *Handbook of humor research* (Bd. Vol. 1, S. 85-107). New York.

Abstract (E)

Tags	reflexivity, reflection, entertainment theory, entertainment, humor theory, humor, humour, joke, arousal theory, superiority Theory, disparagement theory, incongruity theory, framing theory of communication and media, framing research, framing, talkshow, content analysis, TalkTalkTalk, TV entertainment
Investigative object	The centre of this study is built by the main question of what role the reflexive humor occupies within the german clipshow "Talk Talk Talk". This format is a program, hosted by Sonya Kraus, in which talkshows from Germany and the USA are being "recycled". This aspect in itself is actually not funny yet, considering it's humorous components, which became more and more important in the past years, changes this view. Both, the humor and the reflexivity, are of great importance for this study. It is to find out, what role these two take over within the show and which forms can be differentiated. The development of the clipshow is documented on an observation period of several years. Specifically the years 2000 until 2010, these two numbers also indicate the beginning and the end of the show. The basis of the investigation is a content analysis.
Theories	As a basis for the empirical analysis this present study includes a range of theories from the fields of humor, entertainment and framing. Particularly noteworthy in this context are the theories which concentrate on the effects of humor: the superiority theories (Hobbes, Bergson), disparagement theories (Zillmann), incongruity theories (Berger, Bachtin) and the arousal theories (Freud, Berlyne). Of overall importance in regards to the understanding of this study are the framing approach (Goffmann) and the theoretical construct for reflexivity in media (Wulff, Luhmann).
Issue	The study is based on three research questions: <u>Research Question 1:</u> How did the talkshows change regarding to their guests, topics and communication behavior of the talkmasters?

Research Question 2:

a) Referring to the communication and physical action of the presenter Sonya Kraus, what changes are being noticed over the years within the program Talk Talk Talk.

b) How has the humor developed as a communication medium in the show Talk Talk Talk?

Research Question 3: What role pauses the reflexive humor in Talk Talk Talk and what could that mean for the communication quality of the audience?

Research Design

To obtain empirical evidence on the development of talkshows in general, and the change of humor in Talk Talk Talk, a quantitative content analysis was used. This is especially suitable for the analysis of large amounts of data. The method of content analysis structures data selectively, systematically and makes it transparent (Früh, 2007).

The inspection of the entire study material was followed by the creation of a research concept, which then served as a basis for the development of the category system. Before the study started, the categories were examined using a reliability test. It was important to determine whether the choice of the instrument was right and the categories were built correct and clear.

The category system is based on two levels. On the first level, daytime talkshows as shown in Talk Talk Talk are being analyzed and on the second level the humor as a reflexive medium in Talk Talk Talk is pointed out. Important here are the aspects of the moderation of the presenter Sonya Kraus as well as the design elements of the show.

The analysis includes 22 shows with a content of about 12 to 20 clips. This resulted in a sample of 280 clips. Formats which do not hold the title of "Talkshow" (for example courtshows) are not part of the analysis, encoded with a special defined code and not included in the results. The classification of the program years 2000 to 2010 was accomplished in three phases, so trends are more easily recognizable.

Results

Changes in the selection of the talkshow clips by Talk Talk Talk can be recognized. The analysis reveals slight differences in terms of gender distribution within the talkshows, highly significant results in terms of the selection of the talkshow topics, as well as the nature of the communication actions of talkshow hosts and the kind of talk between the guests.

Highly significant results are seen in terms of the changes in the communication acts of Sonya Kraus. It is to recognize an increase in the use of humorous components as well as a decrease in descriptive, factual moderation. Especially this knowledge is reflected in a steady increase of self-irony.

When it comes to the reflexive components of the show Talk Talk Talk, it is noted that formal design elements or voiceover as being part of the editorial are granted a special status. Visual impressions, colored lighting effects and funny translations into the german language experienced,

LEBENS LAUF

Julia Polzer, Bakk. phil.

geboren: 18. August 1986, Wien

Familienstand: in Partnerschaft, keine Kinder

Schul- und Hochschulbildung

1992 – 1996 Volksschule

1996 – 2000 Hauptschule

2000 – 2004 Oberstufenrealgymnasium
mit Instrumentalunterricht Oberschützen

Abschluss: Matura

2004 – 2007 Bakkalaureat-Studium
Publizistik- und Kommunikationswissenschaft
Universität Wien

seit 2007 Magister-Studium
Publizistik- und Kommunikationswissenschaft
Universität Wien

STUDIENBEZOGENE SCHWERKUPUNKTE

Diplomarbeit - Seminar & Forschung

Themengebiet: „Reflexives Fernsehverhalten - zur Rolle des Humors in TalkTalkTalk“

SoSe 2009

Kommunikationswissenschaftliches Forschungsseminar

Thema: Goldene Radiojahre

„Listen to the radio – Funktion und Rolle des Rundfunks nach 1945“

WiSe 2008/09

Kommunikationswissenschaftliches Forschungsseminar

Thema: Stereotyp und Klischee vs. Differenzierung und Komplexität

„Barbara Karlich vs. Maury: Fernseh Talkshows im Vergleich. Mit besonderer Berücksichtigung kultureller Differenzen“

WiSe 2008/09

Kommunikationswissenschaftliches Forschungspraktikum

Thema: „Kritische Betrachtung eines Forschungsberichts“

(Pfannes, Petra: ‚Powerfrau‘, ‚Quotenfrau‘, ‚Ausnahmefrau‘...?)

SoSe 2008

Bakkalaureat Seminar II:

Thema: „Women in Science – Warum wissenschaftliche Kompetenzen am Geschlecht gemessen werden“

WiSe 2007/08

Bakkalaureat Seminar I:

Thema: „Wirkungsmodelle der Werbung und ihre Indikatoren“

WiSe 2006/07

BERUFLICHER WERDEGANG

5* Falkensteiner Balance Resort Stegersbach

Position: Sales & Marketing Manager

02/2012 - present

Marketingverein Stegersbach

Position: Marketing Assistent

10/2011 - 02/2012

5* Falkensteiner Balance Resort Stegersbach

Position: Empfang & Gästebetreuung

09/2008 - 02/2012

Ecker & Partner

Agentur für Öffentlichkeitsarbeit und Public Affairs

Position: Praktikum PR Assistent

01/2011-10/2011

Praktikum bei ATV: Hi Society/ Dominic Heinzl

Position: Redakteurin

Sommer 2006