

2 Umgebung: Gesellschaftliche Erlebnisorientierung und (komische) Unterhaltung

Die Umgebung zum musikalischen Ereignis bildet die gesellschaftliche Erlebnisorientierung unter Berücksichtigung von (komischer) Unterhaltung. Dazu findet im Folgenden zunächst eine kultursoziologische Einordnung statt (siehe Kapitel 2.1). Ferner wird die Erlebnisvariante der sogenannten ‚Unterhaltung‘ genauer betrachtet (siehe Kapitel 2.2), um anschließend auf die spezielle Form der ‚komischen Unterhaltung‘ eingehen zu können (siehe Kapitel 2.3). Als Überleitung zu den theoretischen Überlegungen bezüglich des Textes bzw. Systems wird dann die räumliche und zeitliche Entwicklung musikalischer Humorkulturen vor und nach der Deutschen Einheit nachgezeichnet (siehe Kapitel 2.4).

2.1 Raum und Zeit gesellschaftlicher Erlebnisorientierung

Kultursoziologische Grundannahmen, die die gesellschaftliche Erlebnisorientierung betreffen, bewegen sich in der Nähe der Begriffe ‚Moderne‘ und ‚Postmoderne‘ sowie ‚Erlebnisgesellschaft‘ und ‚Spaßgesellschaft‘.

2.1.1 Moderne – Postmoderne

Im Zeitalter der Moderne führten die Umbrüche innerhalb verschiedener Lebensbereiche zum Umdenken bei den Menschen. Religion und Vorgaben kirchlicher Institutionen wurden nicht mehr als Maß aller Dinge angesehen, und die Menschen setzten sich mehr und mehr kritisch mit Traditionen auseinander. Wissenschaftliche Erkenntnisse wurden nach und nach anerkannt. Insgesamt wurde ein „Ausgang“ aus der „Unmündigkeit“ gefunden (Kant 1784, S. 481). Experimentierfreude und Leistungsorientierung wurden gefördert und waren in der Vorstellung kapitalistischer Systeme entwickelter Industriestaaten ein aufstrebendes und gewinnträchtiges Anzeichen. Diese Systeme boten den Menschen auch Anreize für die materialistische Ausrichtung ihres Lebens, um für die Gesellschaft Wirtschaftswachstum zu generieren. Bis in die zweite Hälfte des 20. Jahrhunderts hinein hatte sich durch diese Art des vernunftgeleiteten Denkens und Handelns die moralische Strenge so sehr verfestigt, dass sich in vielen Le-

bensbereichen die Rationalität etablierte und herausstach. Aus dieser Herrschaft der Vernunft (Santaella 1998, S. 107) entstand eine *Vereinheitlichung* in vielen Bereichen. Im nachfolgenden Zeitalter, welches im (kultur-)wissenschaftlichen Diskurs überwiegend die Bezeichnung ‚Postmoderne‘² erhält, trat Skeptizismus bezüglich der modernen Ideale ein (ebd.), und es wurde versucht, den Potentialen dieser Uniformierungen entgegenzutreten und sie zu unterbinden oder sie für gegengesetzte Richtungen, also für *Diversifizierungen*, zu nutzen (Welsch 1990b, zitiert nach Welsch 1990a, S. 214). In den modernen Industriestaaten schufen die Menschen mit ihrem geleisteten Anteil am wirtschaftlichen Erfolg die Grundlage für neue persönliche Freiräume, und sie legten in der Folgezeit mehr Wert auf *Selbstverwirklichung* und *Lebensqualität* (Inglehart 1997, S. 448f), sodass die Zeit für eine neue Lebensausrichtung gekommen war. Entscheidend für den Übergang von der Moderne zur sogenannten ‚Postmoderne‘ war, dass die Menschen an dieser Stelle ihren individuellen Lebensstil frei wählen konnten (ebd., S. 449).

Keineswegs lässt sich ein radikaler Bruch zwischen Moderne und Postmoderne beobachten. Eher ist davon auszugehen, dass gewisse (industrielle, technologische) Errungenschaften der Moderne für die Existenz postmoderner Werte notwendig sind (ebd., S. 469). Nun gibt es verschiedene Aussagen darüber, welche Merkmale und Lebensweisen die Postmoderne auszeichnen. Diskursanalytisch lässt sich eine Profilbeschreibung der Postmoderne herleiten, sei sie auch nur auf einem kleinen gemeinsamen Nenner zu verorten. Für den Soziologen Johannes Weiß sind die *Selbstbezüglichkeit* und die *Autonomie* einer dynamischen und produktiven Kulturform Ausdrücke der Postmoderne:

Das „[...] Zusichselbstkommen der Moderne [...] bedeutet zunächst, daß eine Kulturform von höchster Dynamik und Produktivität nicht nur selbstbezüglich, sondern auch sich selbst durchsichtig und autonom wird, d.h. ihre eigentümlichen historischen und ideellen Voraussetzungen immer klarer begreift, ihre spezifischen Möglichkeiten des Erkennens und des Handelns immer freier, also durch externe Vorgaben und Restriktionen ungehemmter, ergreift. Die moderne Kultur und das von ihr her sich definierende moderne Subjekt verhalten sich immer entschiedener und immer ausschließlicher nur zu sich selbst [...].“ (Weiß 1998, S. 10).

² Zum ersten Mal verwendete der Maler John Warkins Chapman den Begriff ‚postmodern‘ (um 1870). Es ging dabei um ein Streben nach einer Malereikunst, welche sich zum Ziel gesetzt hat, moderner als die damalige französische impressionistische Malerei zu sein und ebenso an dieser Kritik üben zu dürfen (Welsch 1987, S. 12). Die weitere Entwicklung des Begriffs beschreibt der Philosoph Wolfgang Welsch (1987) ausführlich in der Monografie ‚Unsere postmoderne Moderne‘. In einigen Bereichen der Geisteswissenschaften herrscht Skepsis in Bezug auf den Begriff ‚Postmoderne‘. Kritik an dem Begriff übt u. a. ein Teil der Literaturwissenschaft. Gero von Wilpert z. B. rät von der Verwendung des Begriffs ‚Postmoderne‘ ab: Er nennt ihn einen „konturlosen Verlegenheitsbegriff“ (Wilpert 1955, S. 628).

Die Selbstbezüglichkeit und Autonomie, verbunden mit dem oben dargestellten Streben nach einem individuellen Lebensstil lassen *Pluralität* zu, die nach dem Philosophen Wolfgang Iversch von der Postmoderne fokussiert wird (Iversch 1990b, zitiert nach Iversch 1990a, S. 214). Aus der Möglichkeit des Pluralismus entsteht in vielen Kulturbereichen, z. B. in der Kunst, *Eklektizismus*. Erweiterte Grundlagen des Eklektizismus wurden durch die technische Reproduktion von Kunstwerken (Benjamin 1936) in der Moderne erst möglich gemacht, die in der Postmoderne für die Produktion zukünftiger Kunstwerke genutzt werden. Hierbei liegt der Verdacht nahe, dass für zukünftige Kunstwerke verstärkt bloße Kombinationen von bereits lancierten Kunstproduktelementen verwendet werden. Für Iversch würde nach dieser Art der Eklektizismus-Anwendung keine Produktion entstehen, die von Grund auf neu erdacht wurde, und er merkt an, den Eklektizismus stattdessen mehr für wirkliche Innovationen zu nutzen: „Pluralität veranschaulicht man nicht dadurch, daß man bloß Vokabeln oder Wortfetzen aus verschiedenen Sprachen zusammenbringt. Es kommt vielmehr darauf an, die *Sprachen* selbst [...] zu einem Dialog bzw. einer Auseinandersetzung zusammenzuführen. Auch sollte man die postmoderne Freiheit nicht bloß zu Zwecken der Reproduktion von Vergangenen, sondern zur Produktion von Noch-nicht-Dagewesenem nützen [Hervorhebung im Original]“ (Iversch 1990b, zitiert nach Iversch 1990a, S. 214f). Denn Innovationen, die etwas neu schaffen, können Gesellschaften dynamisieren. Der Politologe Ronald Inglehart weist nach, dass durch die Verschiebung von modernen hin zu postmodernen Werten positive und progressive Gesellschaftsentwicklungen erzielt werden können: Als Leuchttürme nennt er insbesondere die wahrscheinlicher werdenden Prozesse der Gleichberechtigung der Frauen und Demokratisierung von Staaten (Inglehart 1997, S. 472). Die in der Postmoderne zusehends verdichtete Verschiebung der Werte und die damit verbundenen Effekte können aber auch negativ ausgelegt werden. Die Kommunikationswissenschaftlerin Lucia Santaella z. B. bemängelt den Verlust der von der Moderne hervorgebrachten Vernunft und die neue Tendenz zur *Irrationalität* und *Diskontinuität* (Santaella 1998, S. 107). Diese Tendenz kann die Folge aus dem Streben nach Selbstbezüglichkeit und -verwirklichung sein, welche Ausdruck einer erlebnisorientierten Richtung der Postmoderne darstellt.

2.1.2 Erlebnisgesellschaft – Spaßgesellschaft

Das Zeitalter der Postmoderne brachte im Zuge der Werteververschiebung neue Sozialisierungstheorien und -diskussionen hervor, die teilweise eine Fortführung von klassischen Theorien und teilweise von Grund auf neue Ansätze darstellten. Die wichtigsten entstanden in den 1980er und 1990er Jahren. An dieser Stelle

sollen zwei Diskussionen erläutert werden, die sich um die Termini ‚Erlebnisgesellschaft‘ und ‚Spaßgesellschaft‘ drehen.

2.1.2.1 Erlebnisgesellschaft

Während der Restauration der Industriegesellschaft dominierte in der Bundesrepublik Deutschland (BRD) die existentielle Anschauungsweise einer *außenorientierten* Lebensauffassung, welche mit zunehmendem Wohlstand zurückging (Schulze 1992, S. 550). Die Außenorientiertheit zielt „primär auf eine Wirklichkeit ab, die sich der Mensch außerhalb seiner selbst vorstellt [...]“ (ebd., S. 37f). Danach entwickelten sich im Kulturkonflikt die ersten *innenorientierten* Lebensweisen unter jugendlichen Subkulturen (ebd., S. 550), welche auf das Subjekt verwiesen und eine Tendenz zur Erlebnisorientierung darstellten (ebd., S. 37f). ‚Erlebnisorientierung‘ bzw. ‚Innenorientierung‘ ist die „[s]ituationsübergreifende Tendenz eines Menschen, sein Handeln an dem Ziel auszurichten, vorübergehende psychophysische Prozesse positiver Valenz (‚schöne Erlebnisse‘) bei sich selbst herbeizuführen [...] [Hervorhebung im Original].“ (ebd., S. 736). Kommerzialisierung und Mediatisierung brachten eine Enthierarchisierung und Pluralisierung kultureller Aktivitäten hervor (Winter 2003, S. 35), die einen Markt mit Erlebniskonsumangeboten generierten. Die Rationalität des Erlebnisangebots zielte auf die Publikumswirksamkeit, die strategisch mit Schematisierung, Profilierung, Abwandlung und Suggestion erreicht wird (Schulze 1992, S. 743). Die Angebote erreichten breite Bevölkerungsschichten, die Erlebnisse mittels des Korrespondenzprinzips, der Abstraktion, Kumulation, Variation und Autosuggestion nachfragen (ebd., S. 744). Insgesamt bezieht sich die Schematisierung der Anbieter auf die Korrespondenz und Abstraktion der Nachfrager, die Profilierung der Anbieter auf die Korrespondenz, Abstraktion und Variation der Nachfrager, die Abwandlung der Anbieter auf die Variation der Nachfrager sowie die Suggestion der Anbieter auf die Autosuggestion der Nachfrager (ebd., S. 445). So setzte sich in der Gesellschaft die Erlebnisorientierung durch, die sich in den Varianten Rang, Konformität, Harmonie, Selbstverwirklichung und Unterhaltung offenbarte (ebd., S. 550). Inglehart hebt in diesem Zusammenhang hervor, dass sich die *Selbstverwirklichung* als Ziel aus den modern-industriellen Lebensweisen entwickelt hat (Inglehart 1989, S. 499). Zur Selbstverwirklichung zählt die Kreation eines ‚schönen Lebens‘. Der Kultursociologe Gerhard Schulze versteht unter dem Ziel des schönen Lebens „[...] das Projekt, etwas zu erleben.“ (Schulze 1992, S. 38). Schulze ordnet die Zeit ab Beginn der 1980er Jahre in das kulturelle Übergangsstadium einer erlebnisorientierten Gesellschaft (‚Erlebnisgesellschaft‘) ein (ebd., S. 550). Charakteristisch für die Erlebnisgesellschaft seien „[...] soziale Milieus, Zeichensysteme, existentielle Anschauungsweisen, Erlebnismarkt, Rationalitätstypen, fundamentale

Semantik.“ (ebd., S. 735). ‚Erlebnisgesellschaft‘ ist seiner Ansicht nach „eine Gesellschaft, die [...] relativ stark durch innenorientierte Lebensauffassungen geprägt ist.“ (ebd., S. 54). Diese *Subjektbezogenheit* äußere sich im sogenannten ‚erlebnisrationalen‘ Handeln, um eine optimale Innenwirkung zu erzielen: „[...] [M]an kauft und entsorgt, wählt Partner und trennt sich, reist hierhin oder dorthin, zapft und hält inne – kurz, man arrangiert die Welt im Hinblick auf sich selbst, orientiert an der Kernidee, durch Management des Äußeren gewünschte innere Wirkungen zu optimieren.“ (Schulze 2000). Der Kulturosoziologe Rainer Winter weist darauf hin, dass diese Art der Beschäftigung mit sich selbst zur Steigerung der gesellschaftlichen Individualisierung führen kann: „Der Wunsch, viele und intensive Erlebnisse zu haben, dominiert geradezu die individuelle Lebensführung, was zu einer Steigerung der gesellschaftlichen Individualisierung führt.“ (Winter 2003, S. 32). Dass ein Erlebnis nicht nur das (individuelle) Handlungsziel der Nachfrager, sondern auch das der Anbieter sein kann, zeigt eine Studie über Musiker und ihr Erleben des eigenen Konzerts: Hemming und seine Mitarbeiter finden u. a. heraus, dass das Erleben „[...] nicht an den für das Publikum vorgesehenen Spannungsverlauf gekoppelt [ist] und [...] stattdessen vom Adrenalin- bzw. Cortisolspiegel bestimmt [wird].“ (Hemming et al. 2014, S. 382). Insgesamt steht die Zufriedenheit von Musikern in einem Zusammenhang mit der Zufriedenheit des Publikums und dem Gelingen des eigenen Konzerts (ebd., S. 383; Neubauer 2012; 2013). Zudem findet der Psychologe Roland S. Persson heraus, dass das positive emotionale Erleben im Aufführungsprozess sogar das Hauptmotiv sein kann, eine musikalisch-künstlerische Laufbahn einzuschlagen (Persson 2001, S. 277). Also wird ein Ereignis sowohl von dem Publikum als auch von den Interpreten *erlebt*, auch wenn die Erlebnisausprägung und ggf. Erlebnisintention auf beiden Seiten unterschiedlich ausfallen kann.

2.1.2.2 Spaßgesellschaft

Wenn die gesellschaftliche Individualisierung primär von einem Streben nach einer *angenehmen* Lebensführung geprägt ist, spricht man von *Hedonismus*. Das damit verbundene „individuelle[...] *Wohlbefinden*[...] [Hervorhebung im Original]“ (Hitzler 2010, S. 247) geht auf den antiken Hedonismus des Philosophen Aristippos von Kyrene (-435 bis -355) zurück. Ein Extrem des Hedonismus, der Utilitarismus, wurde in der Moderne erfahren: Der Utilitarismus bezieht sich auf eine Ethik, die eine Maximierung des Glücks anstrebte (Bentham 1789). Eine postmoderne Form der Befriedigung dieses Glücks kann die *Spaßerfahrung* darstellen. Das gesellschaftliche Verlangen nach Spaß und die damit verbundenen Ubiquitätstendenzen von Spaß erkannte der Philosoph Henri Bergson bereits 1919: „Die Komik nimmt kein Ende. Denn wir lachen gern, und jeder Vorwand ist uns recht.“ (Bergson 1919, zitiert nach Bergson 1900, S. 138, Nachwort zur

23. Auflage 1924). Innerhalb der 1968er Studentenrevolte, die u. a. Selbstverwirklichung, Autonomie und öffentliche Traditionskritik forderte, formierte sich die sogenannte ‚Spaßguerilla‘, die mit provokant-satirischen Aktionen versuchte, auf Missstände in der konservativen Gesellschaft aufmerksam zu machen (Teufel und Jarowoy 1980).³ Die von linken Gruppen angeregte Spaßoffensive fand auch später in konservativen Kreisen Anklang. Ab Beginn der 1980er Jahre mündete die ursprünglich linksmotivierte Spaßoffensive allerdings oft in die Realisierung trivialer und unkritischer Kunstprodukte. So kündigte sich in Deutschland eine neue deutsche Spaßkultur an. Exemplarisch für dieses Anzeichen waren einige popkulturelle Produkte, wie zum einen das Musikstück ‚Ich will Spaß‘ (Klopprogge 1982), welches zwar speziell auf den Spaß beim rasanten Autofahren verwies, aber durchaus auch allgemein ein freiheits- und spaßorientiertes Lebensgefühl auszudrücken vermochte. Zum anderen war eine satirische Auseinandersetzung mit der deutschen Spaßkultur, welche auch und besonders durch die wachsende Unterhaltungsindustrie entstand, im Musikstück ‚Witzischkeit kennt keine Grenzen‘ (Hagemann und Kerkeling 1993) aus dem Kinofilm ‚Kein Pardon‘ (Kerkeling 1993) zu erkennen. Der Text entwirft auf komische Art ein Bild, welches auf eine leicht einzunehmende Lebens-Spaßhaltung abzielt, die in schlechten Zeiten angebracht ist (Hagemann und Kerkeling 1993). An diesem Beispiel ist zu sehen, dass die aus dem hedonischen Verständnis geborene Spaßkultur karikiert wird. Diese künstlerische Beobachtung unterstreicht ebenso, dass sich innerhalb der postmodernen Erlebnisgesellschaft eine spaßorientierte Lebensweise entwickelte.

Nach den oben beschriebenen ‚Vorläufern‘ kam in den 1990er Jahren eine Diskussion bezüglich der sogenannten ‚Spaßgesellschaft‘ in Gang. Zum ersten Mal taucht der Begriff ‚Spaßgesellschaft‘ 1993 auf, und zwar in der Tagespresse. Der Redakteur Josef-Otto Freudenreich verwendete ihn im Zusammenhang mit dem ehemaligen Amateur-Fußballoberligisten Peter Neururer, der, nachdem ihn die sogenannte „Spaßgesellschaft nach oben gespült“ hatte, 1991 zum Trainer des 1. FC Saarbrücken berufen wurde (Freudenreich 1993, S. 20). Bezogen auf die hedonische Spaßorientierung der Gesellschaft erschien 1996 zum ersten Mal ein Presseartikel zur ‚Spaßgesellschaft‘: Der Artikel ‚Sei schlau, hab Spaß‘ in Der Spiegel reflektiert u. a. die wachsende Unterhaltungsindustrie in der BRD und die damit neu entstandenen Spaßunterhaltungsformate (Y [Autorenkürzel] 1996). In der Einleitung heißt es: „Eine neue deutsche Spaßkultur macht sich breit, faßbar in gutgelaunten Filmkomödien, Kleinkunst-Witz, in mehr Freude an

³ Die Historikerin Dorothea Kraus gibt einen Überblick über satirische Protestformen in der Bundesrepublik, die zwischen 1967 und 2007 in Erscheinung getreten sind (Kraus 2010). Aus ihren Ausführungen wird ersichtlich, dass die Hochzeit der satirischen Proteste in den Jahren 1967 und 1968 war (ebd., S. 57-62).

Genuß, ‚Action‘ und Selbstironie [Hervorhebung im Original].“ (ebd., S. 170). Insgesamt fällt der Artikel ein eher neutrales Urteil über die neue Spaßgesellschaft. Besonders der Humor der Vergangenheit wird mit dem der neuen deutschen Spaßkultur verglichen, und man kommt zu der Vermutung, dass nicht zuletzt wegen dem neuen und frischen Umgang mit Humor das biedere deutsche Image zur *Leichtigkeit* umfunktioniert wurde: „In Deutschland macht sich eine neue Generation von Spaßverliebten breit, deren fast angelsächsisch anmutendes Pointentempo, deren Sinn für Nonsens, Blödelei, Parodie, Sarkasmus, Ironie, überhaupt für intelligente Unterhaltung ohne metaphysischen Hintersinn das bewährte Humor-Elend überraschend aufhellen.“ (ebd., S. 171). Nach dem 1996er Artikel wurde der Ausdruck ‚Spaßgesellschaft‘ von der Sprachgemeinschaft zum Neologismus erhoben (Maass 2003, S. 111).⁴ Das Echo zur Spaßgesellschaft war in den meisten Folgeartikeln der Presse allerdings mit negativen Merkmalen behaftet (ebd., S. 114). An dieser Stelle wurden beispielsweise Tendenzen von *Existenzästhetisierung* (Extrem: „[P]erfekte[...] Selbstdarstellung“) und *öffentlicher Sexualisierung* genannt (Mohr 2000, S. 114). Außerdem wurde auf das Streben nach einem lediglich *kurzfristigen* Vergnügen verwiesen (Saltzwedel 1998, S. 82; Opaschowski 2003, S. 39), welches keine Nachhaltigkeit verspricht (Opaschowski 2003, S. 39). Ferner wurde der Verlust des Ernstes beklagt, welchen eine Gesellschaft für wichtige Themen benötigte: „Eine der gefährlichsten Wirkungen unserer Spaßgesellschaft ist der Verlust des Ernstes. Solange alle Welt dabei ist, sich (alles Negativwort!) zu unterhalten, sich abzulenken, sich zu zerstreuen und notfalls alles lustig zu finden, bleibt für ernste Dinge kein Raum. Damit hindert die Spaßkultur das Nachdenken über das, was wirklich wichtig ist.“ (Hahne 2004, S. 130). In Teilen der Gesellschaft regte sich Widerstand gegen das vermehrte Vergnügungsverlangen. Der Präsident des Deutschen Lehrerverbandes (DL) Josef Kraus forderte nach dem nur mäßigen Abschneiden Deutschlands bei der PISA-Studie 2002 mehr Ernsthaftigkeit im Schulunterricht und erteilte der Spaßpädagogik eine Absage (Kraus 2002).⁵ Für ihn sollte dagegen die Freude an der Leistung im Vordergrund stehen (ebd.).

Eine neue Entwicklungsrichtung nahm die Diskussion ab 2000, bei welcher erste Versuche unternommen wurden, den Gebrauch des Wortes

⁴ Immer wieder wurden auch Humorsendungen im Fernsehen Gegenstand der Diskussion um die Spaßgesellschaft. Dabei wurden als Mitverantwortliche der Spaßgesellschaft in der Regel die Moderatoren dieser Sendungen benannt. Als prototypische Vertreter der Spaßgesellschaft wurden in der Presse zwischen 1997 und 2001 mehrfach die Humoristen Wigald Boning (2x, 1997), Harald Schmidt (26x, 1999-2001), Stefan Raab (44x, 2000-2001) und Bully (2x, 2001) genannt (Maass 2003, S. XLVIII).

⁵ Den Einsatz von unterhaltenden Elementen in der Erziehung und im Unterricht kritisierte der Medienwissenschaftler Neil Postman bereits in den 1980er (Postman 1985, S. 174-188).

‚Spaßgesellschaft‘ zu analysieren. Die Sprachwissenschaftlerin Kerstin Maass z. B. ging der Wortbedeutung auf den Grund und fasste allgemeine Merkmalskomplexe des Begriffs zusammen, welche größtenteils im Zusammenhang mit der Erlebnisgesellschaft stehen: „[...] [D]ie Merkmalskomplexe *Werte und Lebenseinstellungen, Konsumkultur, Erlebniskultur, Unterhaltungs- und Medienkultur sowie Politikkultur* [...] realisieren die inhaltliche Charakterisierung des Denotats und stellen die denotative Bedeutung des Lexems *Spaßgesellschaft* dar [Hervorhebung im Original].“ (Maass 2003, S. 112). Im Religionslexikon *relifex* ist dagegen eine andere Beschreibung vorzufinden, welche die Spaßgesellschaft als egoistische Gesellschaft bezeichnet und als Kritikausdruck für die „Überbetonung des Hedonismus“ charakterisiert, bei der traditionelle Werte in den Hintergrund rücken (Stille 2012). Diese Überbetonung wird beispielsweise in sogenannten ‚Events‘ zelebriert, die frei wählbar sind und somit einen wichtigen Stellenwert in der Freizeit der Spaßgesellschaft einnehmen. 27 Mio. deutsche Bürger [also ca. ein Drittel der Bevölkerung (H.N.)] besuchen mindestens einmal jährlich ein Event (Opaschowski 2003, S. 36). Hierbei spielen weniger die Einmaligkeit, umso mehr aber das Massenerlebnis und die Emotionalität eine Rolle (Bebermeyer 2002, S. 83). Allerdings darf nicht außer Acht gelassen werden, dass bei vielen Großveranstaltungen, die Eventcharakter besitzen, Grenzen des Vergnügens (und damit auch der Selbstverwirklichung) aufgezeigt werden. Viele Räume, in denen Vergnügen und Spaß stattfinden können, werden staatlich kontrolliert (z. B. durch die Polizei) und zeitlich reguliert (z. B. in Diskotheken) (Bunk 2002, S. 116). Spaß kann sich hier nicht frei entfalten, und eine Gesellschaft kann somit auch keine besondere Spaßhaftigkeit leben (ebd. Vgl. auch begrenzter bzw. reduzierter Empfang von Rundfunksendungen und Webangeboten aufgrund fehlender Infrastruktur und/oder Empfangsgeräte an bestimmten Orten.). Auch Umsetzungen diverser (Spaß-)Kunstangebote können sich oft nicht frei entfalten. Insbesondere bei Werken, die aus Eklektizismus entstanden sind (z. B. musikalische Parodien), werden Künstler gezwungen, durch Vorgaben der betreffenden Verwertungsgesellschaft und/oder des Urhebergesetzes Produktionseinschränkungen hinzunehmen. Ferner geben viele Künstler ihre Werke nicht zur Text- oder Musikverfremdung für andere Künstler frei, sodass insgesamt die Vielfalt von Parodiemöglichkeiten eingeschränkt wird. Ebenso verhält es sich mit vereinzelt Zensuren im Rundfunk, welche keine freie Entfaltung des Kunstwerks zulassen. Auf lange Sicht muss abgewartet werden, inwieweit sich Reglementierungen in der Event-Spaßerfahrung und -Produktion auf die gesellschaftliche Entwicklung auswirken.

Nach den medienwirksamen Terroranschlägen im September 2001 in den Vereinigten Staaten von Amerika (USA) spricht die deutsche Presse verstärkt vom Ende der Spaßgesellschaft (Maass 2003, S. LIX), und es gibt Stimmen, die

anregen, wieder traditionelle Werte (z. B. Familie) in den Vordergrund zu rücken (z. B. Hahne 2004; Brauns 2006). Die Tourismuswissenschaftler Felizitas Romeiß-Stracke und Horst W. Opaschowski erkennen einen Aktivitätsabschwung der Spaßgesellschaft und plädieren für eine Sinn- (Romeiß-Stracke 2006) und Verantwortungsgesellschaft (Opaschowski 2006) als zielführendes Zukunftsmodell. Opaschowski führt hierbei die Hinwendung zu traditionellen Werten an, die ein neues Verständnis von Lebensqualität wecken können (ebd.).

2.1.3 Zusammenfassung

Die Moderne legte mit ihrer Erzeugung von ökonomischem Wohlstand und sozialer Sicherheit in den entwickelten Industriestaaten den Grundstein für die Möglichkeit individueller Lebensführungen, die insbesondere Selbstverwirklichung und Steigerung der Lebensqualität anstrebten. In der Postmoderne existierten somit Vorstellungen von innenorientierten Lebensweisen, welche eine subjektbezogene Erlebnisgesellschaft formten. Dabei ist die Publikumswirksamkeit das Handlungsziel der Erlebnisanbieter. Sowohl die Nachfrager als auch die Anbieter können Ereignisse erleben.

Eine Strömung der Erlebnisorientierung ist die Spaßgesellschaft. Mit ihr werden hedonische Überbetonungen und Zurückhaltung traditioneller Werte verbunden. Die These, dass bei reguliertem Erleben und regulierter Produktion von Spaß das Ziel der Selbstverwirklichung schwerer erreicht würde als bei einer unregulierten Basis, lässt sich zwar hier nicht bestätigen, wirft aber dennoch eine weitere wichtige Frage zur Konstitution der Erlebnisgesellschaft auf. Ab 1996 versuchten einige Kulturredakteure, den Begriff der ‚Spaßgesellschaft‘ mit Bedeutung anzureichern. Letztendlich gelang es dadurch nur im begrenzten Ausmaß, *eine* Ausprägung der Erlebnisgesellschaft zu beschreiben, welche postmoderne Merkmale wie Selbstbezüglichkeit und -verwirklichung aufwies. Anfang und Ende der Spaßgesellschaft sind kaum auszumachen. Zwar bewegten sich die verschiedenen Diskussionen um die Spaßgesellschaft vorwiegend in der Zeit zwischen 1996 und 2006, doch das Nachdenken über eine selbstverwirklichende Spaßorientierung in der Gesellschaft zu Lasten traditioneller Werte begann schon in den 1960er Jahren, und ein Verschwinden des hedonischen Gedankens nach 2006 ist nicht nachzuweisen. Trotzdem bleibt die ursprünglich von Redakteuren erfundene Spaßgesellschaft in der Erlebnisgesellschaft ein Diskussionsphänomen der Postmoderne, die *eine* Facette des Selbstverwirklichungsstrebens in der Gesellschaft widerspiegelt. Eine weitere Variante des Erlebnisausdrucks, welche auch im Zusammenhang mit Spaßorientierung auftreten kann, ist nach Schulze und Maass die *Unterhaltung* (Schulze 1992, S. 550;

Maass 2003, S. 112), welche nun unter Berücksichtigung der populären Kultur näher betrachtet werden soll.

2.2 Unterhaltung im Sinne von Vergnügen

Der Begriff der ‚Unterhaltung‘ wird in verschiedenen – meist kulturwissenschaftlichen – Disziplinen seit Mitte des 20. Jahrhunderts diskutiert. Neben diversen Definitionsangeboten und Ausführungen zu spezifischen Merkmalen gibt es anthropologische, soziologische und medial-rundfunkbasierte Sichtweisen auf das Unterhaltungsphänomen.

2.2.1 Freizeitrahmen

Unterhaltung spielt sich in der Regel in der arbeitsfreien Zeit der Nachfrager ab. Seit Beginn des Heranwachsens von Industriegesellschaften im 19. Jahrhundert gibt es ein Angebot von Massenmedien, um die Möglichkeit zu haben, mit Hilfe von diesen die arbeitsfreie Zeit auszufüllen (Rüden und Würzberg 1979, S. 11). Die Medienpädagogen Peter von Rüden und Hans-Gerd Würzberg sehen in den damaligen harten Arbeitsbedingungen den Grund für den zahlreichen Konsum von Unterhaltungsangeboten: „Die starke Arbeitsbelastung und die Arbeitsmonotonie als Folge ausdifferenzierter, spezialisierter, arbeitsteilig organisierter Arbeitsprozesse führte bereits im 19. Jahrhundert zu einer starken Nachfrage nach Unterhaltungskommunikation.“ (ebd., S. 13). Zu den Unterhaltungsangeboten zählten sogenannte Groschen- und Zeitungsromane, Musik- und Tanzabende, Vereinstheater und Kneipen (ebd.). Heute ist in Deutschland zu beobachten, dass mit einer steigenden Nachfrage an Unterhaltung zu rechnen ist: Deutsche Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmer haben in jüngster Zeit immer mehr Freizeit. Das liegt zum einen daran, dass alleine zwischen 2003 und 2009 die jährlichen Arbeitsstunden kontinuierlich gesunken sind (OECD 2011). Mit einer freien Zeit von sechs Stunden und 34 Minuten täglich nimmt die BRD den zweiten Platz von 18 Ländern der Organisation for Economic Co-operation and Development (OECD) ein (Die durchschnittliche freie Zeit von 18 OECD-Ländern liegt bei fünf Stunden und 47 Minuten.) (OECD 2009). Zum anderen haben die Deutschen – zusammen mit den Dänen – mit 40 freien Tagen im Jahr die meisten freien Tage (Urlaubs- und Feiertage) in der Europäischen Union (EU) (Diekmann 2011). Auffällig ist dabei eine besonders lange freie Zeit in der Gruppe der älteren Arbeitnehmer in Deutschland – im Vergleich mit anderen OECD-Ländern – zu beobachten (OECD 2009). Gründe hierfür seien viele Urlaubstage und Frühverrentungen (ebd.). Werden nur die Werktage betrachtet, so hatten die

Bundesbürger im Jahr 2010 vier Stunden und drei Minuten, im Jahr 2013 drei Stunden und 49 Minuten Freizeit (Stiftung für Zukunftsfragen 2013, S. 1). Der Freizeitanteil innerhalb der Werktage nimmt demnach ab.

Gerade in einer globalisierten Arbeitswelt, die u. a. von Zeit- und Leistungsdruck sowie Überstunden geprägt ist, ist die freie Zeit als Ausgleich zum Geregelt und zur Verpflichtung des Alltags (Wöhler 2006, S. 49) für die Menschen wichtiger denn je. Dafür wird die Freizeit unterschiedlich genutzt. Zwei Bereiche sollen an dieser Stelle als Beispiele genannt werden:

1. Vorbildlich-gesundheitsfördernd kann die Freizeit als Entspannungs- und Ruhepol sowie Regeneration genutzt werden. Diese Möglichkeiten werden entweder in einem konsumfreien Rahmen wahrgenommen oder sind mit einem mehr oder weniger zeitintensiven Konsum verbunden. Beim letzteren wird freie Zeit investiert, die an anderer Stelle innerhalb der Freizeit fehlen und ggf. vermisst werden könnte.
2. Es gibt auf der anderen Seite Tendenzen, bei denen Freizeit nicht mehr der Erholung sondern der (postmodernen) Selbstentfaltung dient: „Globalisierung und Internet-Revolution haben die Anforderungen an Mobilität und Flexibilität, an Eigeninitiative und Kreativität massiv erhöht und gleichzeitig die Bedeutung der Freizeit verändert. Sie dient nicht mehr in erster Linie der Erholung [...], sondern der Selbstentfaltung.“ (Mohr 2000, S. 114).

Opaschowski plädierte in diesem Zusammenhang in den 1990er Jahren für einen reduzierten Freizeitkonsum in der Zukunft, der mehr Zeit für sich selbst ermögliche (Opaschowski 1995, S. 294). Er beschreibt als Alternativszenario einen Teufelskreis, in welchem die Menschen für einen möglichen steigenden Freizeitkonsum mehr arbeiten müssten, um diesen finanzieren zu können (ebd.). Dadurch reduziere sich die freie Zeit (ebd.). Mittlerweile lässt sich – zumindest für einen Zeitraum der 2000er Jahre – belegen, dass sich ein Trend abzeichnet, bei dem sich die Freizeitfinanzierung in Deutschland in Zukunft umverteilen könnte: Auf der einen Seite war der Ausgabenanteil privater Haushalte im Bereich ‚Freizeit, Unterhaltung und Kultur‘ an den gesamten Konsumausgaben zwischen 2005 (11,6 %) und 2009 (10,7 %) leicht rückläufig (Statistisches Bundesamt (Destatis) 2012). Auf der anderen Seite stiegen die öffentlichen Kulturausgaben zwischen 2005 (8,0 Mrd. €) und 2009 (9,2 Mrd. €) stetig an (Statistische Ämter des Bundes und der Länder 2010, S. 25). Demnach werden mehr staatlich finanzierte bzw. bezuschusste Kulturangebote zur Verfügung gestellt. Freizeitangebote, seien sie öffentlich oder privat finanziert, werden von Menschen nach wie vor und sogar verstärkt genutzt. Nach Opaschowski lässt sich sogar eine Verschie-

bung der Prioritäten im Leben der Deutschen beobachten, bei denen nicht mehr wie früher nur Arbeit und Kapital erstrebenswert ist, sondern Freizeit und Konsum neben Arbeit und Geldverdienen mit zur Lebensqualität gehört (Opaschowski 1995, S. 19). Dies sei der neue freizeitorientierte Lebensstil: „Die heutige Generation legt einen größeren Wert auf den freien Teil des Lebens als auf den gebundenen Teil. [...] Die Herausbildung des freizeitorientierten Lebensstils setzt neue Prioritäten im Leben, ohne deswegen die Arbeit abzuwerten.“ (ebd., S. 20f). Dieser neue Lebensstil ist auch mit einer steigenden Nachfrage nach Unterhaltung verbunden.

2.2.2 Unterhaltung/Vergnügen

Nach dem beschriebenen Freizeitrahmen, in dem Unterhaltung angeboten und nachgefragt wird, widmet sich der folgende Abschnitt dem Begriff ‚Unterhaltung‘ allgemein. Eingangs macht die Stellungnahme des Philosophen und Kommunikationswissenschaftlers Siegfried J. Schmidt deutlich, wie schwer der Begriff ‚Unterhaltung‘ zu fassen ist: „‚Unterhaltung‘ ist ein aus guten Gründen undefinierbarer Begriff. Das Phänomen ‚Unterhaltung‘ ist nicht durch die Aufzählung von Komponenten explizierbar, weil sich erst in der aktantenspezifischen Anwendung der Kulturtechnik ‚Unterhaltung‘ entscheidet, was, aus welchen Gründen, wen, wann unterhält [Hervorhebung im Original].“ (Schmidt 2003, S. 327). Dennoch sollen im Folgenden einige ausgewählte Diskurse vorgestellt werden, die sich mit Unterhaltung beschäftigen, um einen Einblick in die Erlebnisvariante ‚Unterhaltung‘ zu bekommen.

Unterhaltungsphänomene sind sowohl in der Hochkultur als auch in der populären Kultur zu finden.⁶ Der Begriff der ‚populären Kultur‘⁷, welcher zunächst im angelsächsischen Raum gebraucht wurde, bot zunächst eine Abgrenzung zum Begriff der ‚Hochkultur‘, später eine Aufwertung der eigenständigen Formen ihrer selbst. Populäre Kultur stellt damit in der Gesamtkultur eine Ausdifferenzierung dar (Fluck 2008, S. 296). Innerhalb der populären Kultur – wie auch in der Hochkultur – gibt es wiederum weitere Fächer und Subkulturen, deren Phänomene und Strukturen mit verschiedenen Zielen und Stilen verbunden sind. So

⁶ Die Postmoderne ist auch der Versuch, die Unterschiede zwischen hoher und populärer Kunst zu beseitigen (Hecken 2009, S. 426). Trotzdem existieren bis heute Auffassungen, die eine wertende Trennung zwischen Hochkultur und Populärer Kultur vornehmen.

⁷ Mittlerweile werden in vielen wissenschaftlichen Publikationen verwandte Begriffe angeboten: Populärkultur, Popkultur, Pop, etc. Zwar werden (kleine) Differenzen diskutiert, im Grunde werden sie dennoch mit der gleichen Bedeutung versehend eingesetzt. Für die vorliegende Arbeit hat sich der Autor für die Verwendung des Begriffs der ‚populären Kultur‘ entschieden.

gibt es auf der einen Seite (un-)politisch-popkulturelle Bewegungen und auf der anderen Seite kommerziell-wirtschaftliche Interessen und Mächte. Der Medien- und Kulturwissenschaftler Marcus S. Kleiner bezeichnet diese zwei Perspektiven als „Pop als Rebellion“ und „Pop als Markt“ (Kleiner 2012, S. 13). Insgesamt kann festgehalten werden, dass die populäre Kultur – trotz dieser vordergründig gegensätzlichen Perspektiven – tendenziell eine Unterhaltungskultur darstellt. Der Musik- und Kommunikationswissenschaftler Christoph Jacke fasst es so zusammen: Populäre Kultur ist eine kommerzorientierte Gesellschaft, die „Themen industriell produziert, massenmedial vermittelt und durch zahlenmäßig überwiegende Bevölkerungsgruppen mit Vergnügen (als Informations- und Unterhaltungsangebote) genutzt und weiterverarbeitet wird.“ (Jacke 2004, S. 21). In der Kette ‚Produktion (Künstler) – Vermittlung (Medien) – Rezeption (Publikum)‘ findet also die Rezeption auf einer *vergnüglichen* Art und Weise statt (siehe Abbildung 2-1).



Abbildung 2-1: Vergnügliche Rezeption von Unterhaltungsangeboten in der populären Kultur

Der Faktor des ‚Vergnügens‘ spielt – zumindest in der populären Kultur – eine große Rolle (Hügel 2003a, S. 1). Bereits in den 1960er Jahren bemerkte der Sozialpsychologe Harold Mendelsohn, dass Unterhaltung Vergnügen bei den Rezipienten erzeugt, und er stellt in diesem Zusammenhang die soziale Funktion der Unterhaltung als bedeutsam heraus (Mendelsohn 1966). Unterhaltung stellt somit eine mögliche Zugangsweise und ein mögliches Konzept der populären Kultur dar: „Wir nehmen an der populären Kultur teil, wenn und weil wir uns unterhalten.“ (Hügel 2003b, S. 81). Der Kulturwissenschaftler Hans-Otto Hügel bietet an, populäre Kultur als ‚unterhaltende Kultur‘ zu begreifen (Hügel 2003a, S. 17). Weitere Angebote, wie man aktuell mit dem Verhältnis von Populärer Kultur, Unterhaltung und Vergnügen umgehen könnte, stammen von Christoph Jacke und dem Fernsehwissenschaftler Lothar Mikos. Beide sind der Ansicht, den Begriff der Unterhaltung durch andere Begriffe zu aktualisieren oder allgemein zu optimieren (Mikos 2006, S. 138f; Jacke 2009, S. 240). Jacke plädiert dafür, den aus seiner Sicht veralteten Unterhaltungsbegriff durch den Begriff der ‚Popkultur‘ zu ersetzen: „Die durchaus aktive Rezeption, Nutzung und Weiterverarbeitung von Medienangeboten mit sozial-kommunikativ abgeglichenem

Vergnügen kann [...] als popkulturell verstanden werden. Zudem wird somit der Begriff der Unterhaltung durch den der Popkultur ersetzt und aktualisiert [...].“ (Jacke 2009, S. 240). Mikos macht sich dafür stark, wenigstens im Rezeptionskontext anstatt Unterhaltung die Kategorie ‚*Vergnügen*‘ zu verwenden; er macht auf die Vielfalt der Vergnügungsarten aufmerksam, die ‚Unterhaltung‘ nicht fassen könne (Mikos 2006, S. 138f). Deshalb sei ‚Vergnügen‘ besser geeignet, „das Gemeinsame der Rezeption und Aneignung von Unterhaltungsangeboten zu beschreiben. Zumal es dann darum geht zu zeigen, wie unterschiedliche mediale Angebote und unterschiedliche Rezeptionsweisen unterschiedliche Arten von Vergnügen produzieren. Es ließen sich Rezeptions- und Erlebnisweisen differenzieren, denen lediglich das Vergnügen gemeinsam ist.“ (ebd.). Ähnlich nah an der Rezeption orientiert verfährt Hügel, der Unterhaltung als Prozess versteht (Hügel 2006, S. 46). An diesem seien „[...] stets emotionale, konnotativ-verstehende und kommentative Vergnügungen beteiligt.“ (ebd.). Trotzdem gibt es von Seiten kultur-, kommunikations- und medienwissenschaftlicher Disziplinen Vertreterinnen und Vertreter, die den Unterhaltungsbegriff in ihren Forschungsarbeiten aufrechterhalten und diesen näher beschreiben. Louis Bosshart z. B. hebt die Leidenschaftlichkeit des Unterhaltungserlebens hervor, das *körperlich* sowie *geistig* erfahren werden kann: „In Analogie zu Kategorien der Leidenschaften kann Unterhaltung verstanden werden als Vergnügen des Körpers und der Sinne, der Gefühle, des Intellektes oder des Witzes und des Mitgefühls. [...] Natürlich werden diese Vergnügen in der Regel kombiniert erlebt.“ (Bosshart 2006, S. 17).

Nach Horkheimers und Adornos Kritik an der Kulturindustrie (1947) gab es insbesondere in den 1970er Jahren an mehreren Stellen eine pessimistische Analyse der Unterhaltungskultur. Unterhaltung wurde größtenteils für trivial befunden (z. B. Slomma 1971; Langenbucher und Mahle 1974; Bosshart 1979). Rohrbach hatte Ende der 1970er Jahre die Hoffnung, dass sich die zu jener Zeit einschüchternde, distanzlastige Unterhaltung („Distanz ängstlicher Bewunderung zwischen de[m] Zuschauer und de[m] Entertainer“) in Zukunft zu einer Unterhaltung der Nähe und Menschlichkeit entwickeln würde (Rohrbach 1979, S. 38). Seine Prognose macht er am Beispiel eines Sängers in einer Fernsehunterhaltungssendung deutlich: „Ein Sänger würde dann nicht mehr breit lächelnd die Treppe herunterkommen, sein Playback-Lied schmettern und abtreten, sondern er würde uns als Mensch begegnen, wir würden teilnehmen an seiner Interpretation des Liedes, einbeschlossen sein in den künstlerischen Prozeß. Unterhaltung wäre dann nicht primär Darbietung sondern Vermittlung. Eine solche Entwicklung könnte nicht ohne Rückwirkungen auf das bleiben, was da vermittelt wird.“ (ebd.). Erst seit der sozialpsychologischen Arbeit der Medienforscherin Ursula Dehm zum Fernseherleben (Dehm 1984) war die deutschsprachige Unterhal-

tungsforschung offen gegenüber Überlegungen zu positiven Wirkungen der Unterhaltung. Dehm hat in ihrer Studie empirisch nachgewiesen, dass das *positive Erleben* im Zentrum der Unterhaltungsrezeption steht (ebd., S. 227). Werner Fröh ergänzt diese Prämisse um eine weitere, welche bei einem Erleben gegeben sein muss, damit überhaupt von ‚Unterhaltung‘ gesprochen werden kann: Das Erleben muss nicht nur positiv sondern auch *selbstbestimmt* sein („kann also nicht gefordert oder erzwungen werden“) (Fröh 2003a, S. 29). Andere Forschungen stellen das *angenehme Erlebnis* der Unterhaltung als Rezeptionsphänomen in den Vordergrund, und es ist auffällig, dass sich die Theorien und Untersuchungen zur Unterhaltung überwiegend auf die Fernsehunterhaltung konzentrieren (z. B. Hallenberger und Foltin 1990; Fröh et al. 2002). Zwar überwiegen die Ansichten eines eindimensionalen *hedonischen* Unterhaltungsbedürfnisses (klassisches Verständnis), seit den 1990er Jahren werden aber auch parallel zweidimensionale Unterhaltungsbedürfnisprozesse diskutiert⁸, welche durch die Ergänzung von *non-hedonischen* Erlebnissen entstehen (neues Verständnis) (Vorderer und Reinecke 2012, S. 20f). Die klassischen gehen überwiegend vom lustmaximierenden Unterhaltungserleben aus, während die neuen Auffassungen auch andere Aspekte des psychologischen Wohlbefindens, z. B. intrinsische oder existentielle Bedürfnisse, mit berücksichtigen (ebd., S. 26). Insgesamt entwirft der neue zweidimensionale Ansatz ein komplexeres Bild des Wohlbefindens, welches hedonische und eudaimonische Unterhaltungserlebnisse integriert: „Hedonisches Glück und eudaimonisches Streben nach Selbstverwirklichung und Sinngebung können somit als zwei eigenständige, aber interagierende und komplementäre Facetten des psychologischen Wohlbefindens betrachtet werden [...].“ (Reinecke 2012, S. 311). Somit werden mit der neuen Auffassung *ernste* Elemente für das Unterhaltungserleben berücksichtigt, welche zu den *unernsten* hinzutreten. Wie an obiger Stelle dargestellt, ist das enge (teilweise in sich verschmelzende) Verhältnis von Unterhaltung und Vergnügen hervorzuheben. Da Vergnügen in Rezeptionssituationen sowohl qualitativ als auch quantitativ individuell erlebt wird, können Unterhaltungsangebote, die Vergnügen auslösen, von *unernster* oder *ernster* Natur sein. Hier werden Kulturangebote verschiedener Intentionen vermischt, die Merkmale der heutigen Freizeitkultur als Massenkultur (Opaschowski 2003, S. 36) bilden. Hölzel spricht in diesem Kontext von einer ‚ästhetischen Zweideutigkeit‘ (Hölzel 1993). Seine Theorie erläutert er folgendermaßen: „Wird Populäre Kultur als unterhaltende Kultur verstanden, erlaubt das, sie als eigenständiges System und trotzdem im Zusammenhang mit der Ge-

⁸ Der Medien- und Kommunikationswissenschaftler Peter Vorderer sowie der Publizistikwissenschaftler Leonard Reinecke führen in diesem Zusammenhang die Arbeiten von Oliver (1993), Bartsch et al. (2008), Oliver und Raney (2011) sowie Oatley (2012) an (Vorderer und Reinecke 2012, S. 20f.).

samtkultur zu begreifen, *wenn* Unterhaltung nicht jede Art von Amüsement ist, sondern als Teilhabe an sowohl ästhetisch zweideutig produzierten als auch zweideutig rezipierten, medial vermittelten [...] Ereignissen und Artefakten aufgefaßt wird. [...] Die ästhetische Zweideutigkeit [...] [meint (H.N.)] das beständige Sowohl-als-Auch von Ernst und Unernst im Angebot [...] [Hervorhebung im Original].“ (Hügel 2003a, S. 17). Angebote, die sowohl ernste als auch unernte Unterhaltung beinhalten, müssen aber keineswegs zwangsläufig von den Massenmedien kommen, die ‚leichte‘ Unterhaltung versprechen. Durchaus kann ‚schwere‘ (anspruchsvolle) Unterhaltung ansprechen, sei es auch lediglich ein Nischenpublikum. In diesem Zusammenhang grenzt z. B. der Medienwissenschaftler Knut Hickethier anspruchsvolle Medienangebote von der Unterhaltung nicht aus: Der Unterhaltungsbegriff „meint nicht nur die auf ein großes Publikum zielenden Unterhaltungsformen [...], sondern auch Formen der anspruchsvollen Unterhaltung [...]“. (Hickethier 2003, S. 214).

Eine zusätzliche Prämisse für den Unterhaltungsrahmen ist die Resonanz. Wenn diese von Seiten der Rezipienten fehlt, z. B. weil an ihnen ‚vorbei‘ unterhalten wird (ohne positives Erleben und Selbstbestimmung), entsteht das Gegenteil von Unterhaltung. Die Kommunikationswissenschaftlerin Elisabeth Klaus nennt das Gegenteil von Unterhaltung ‚Langeweile‘ (Klaus 1996, S. 402). Der Soziologe Dieter Prokop beobachtet in den populären Medien sogar überwiegende Situationen der Langeweile und führt diese auf eine Standardisierung von Schemata zurück: „Viele Produkte vertiefen sich nicht in ihr Objekt. Sie formalisieren die schönsten und anregendsten Sachen. Schlager und Lieder werden ohne Sinn und Verstand heruntergeleiert. [...] Die Schemata bleiben immer dieselben [...]. Diese Bescheidenheit der Schemata, die Faulheit der künstlerischen Umsetzung, die Anspruchslosigkeit der Bilder und Rhythmen, die auf Ausgewogenheit bedachten Phrasen der Journalisten – sie sind langweilig.“ (Prokop 1979, S. 4). In Situationen der Langeweile fühle sich der Rezipient gefangen: „Es ist ein Gefühl, nicht loszukommen und sich dennoch zu langweilen. Die Langeweile, die hier entsteht, ist nicht das bloße Gelangweiltsein, wie es sich einstellt, wenn man an etwas teilzunehmen gezwungen ist, an dem man nicht teilnehmen will. Es ist eine Langeweile in der Faszination – und in der Bescheidenheit. Man kann nicht aus der Situation heraus [...]“ (ebd., S. 5). Die Ursache für ein wie oben beschriebenes Gefühl von Langeweile kann im psychologischen Sinn in einer spezifischen Zeitwahrnehmung begründet sein. Der Soziologe Sacha Szabo theoretisiert beispielsweise eine Bipolarität zwischen Langeweile und Kurzweile: Je enger die Bindung von dem Subjekt (Rezipienten) an das Objekt (Unterhaltungsgegenstand), desto kürzer wird die erlebte Zeit empfunden (Tendenz zur Kurzweile), bei größerer Entfernung wird die tatsächlich verstrichene Zeit bewusst (Tendenz zur Langeweile) (Szabo 2006, S. 44). Werden diese Thesen in

ein Modell zur gelungenen und nicht gelungenen Unterhaltung übertragen, so kann die Tendenz zur Kurzweile in die gelungene und die Tendenz zur Langeweile in die nicht gelungene Unterhaltungskategorie fallen (siehe Abbildung 2-2).

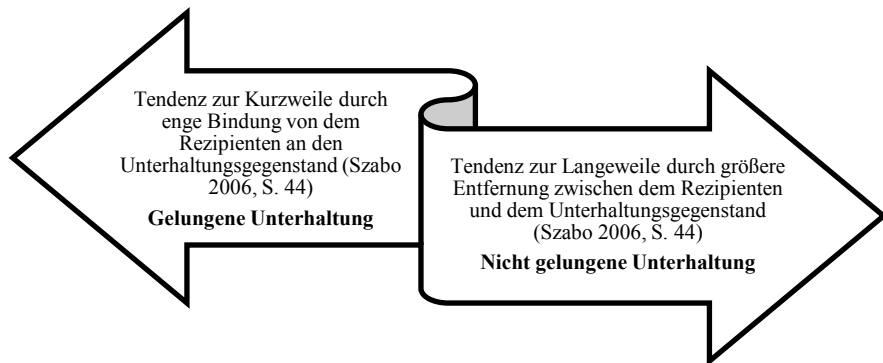


Abbildung 2-2: Modell zur gelungenen und nicht gelungenen Unterhaltung

Weitere Merkmale zum Unterhaltungsgegensatz wie ‚unangenehm‘ und ‚monoton‘ liefert Bosshart (Bosshart 2006, S. 17). Sobald diese Empfindungen vorliegen, kann es einen Drang hin zur Unterhaltung geben. Der Medien- und Kommunikationstheoretiker Norbert Bolz z. B. gibt für dieses Phänomen eine indirekte Begründung, indem er als „[...] Grunddynamik des modernen Lebens [...]“ die „[...] Flucht vor der Langeweile“ angibt (Bolz 2005, S. 188). Bewertungen dieser ‚Grunddynamik‘ finden insbesondere in anthropologischen und soziologischen Disziplinen. Im kulturkritischen Diskurs drängt sich die Frage auf, welche qualitativen Werte – sowohl nützliche als auch schädliche – Unterhaltung aus ethischer Perspektive haben könnten. Aus Sicht des Medienwissenschaftlers Werner Faulstich dürfe der *Unterhaltungswert* nicht nur basierend auf normativen (Produkt-)Vorgaben reflektiert werden, sondern es müsse auch seine Funktion aus der jeweilig spezifischen Rezipientenperspektive ins Augenmerk gelangen: „Beides muss zusammengedacht werden: Unterhaltung teils als das Angenehme, das Leichte, das Vergnügliche, das Entspannende, als Spaß, Abwechslung, Genuss, Erholung, geprägt von Unbeschwertheit, Eingängigkeit und Lust; teils aber auch als Ablenkung, Zerstreuung, Amusement, Überbrückung, das ‚Füllen von leerer Zeit‘, als Betäubung, als Abwehr von Unlustgefüh-

len, von Langeweile, von Leere [Hervorhebung im Original].“ (Faulstich 2006, S. 17). Für den damaligen Unterhaltungschef des Westdeutschen Rundfunks (WDR) Günter Rohrbach ist allein die Wirkung ein Gradmesser für den Unterhaltungswert. Sie zeige, „ob sie Mut macht oder ob sie lähmt, ob sie frei macht oder unfrei, ob sie Phantasie in Gang bringt oder außer Kraft setzt, ob sie uns fähiger macht zum Leben oder unfähiger.“ (Rohrbach 1979, S. 38f). Früh und Wirth gehen im Zusammenhang mit dem Unterhaltungswert insbesondere auf das Infotainment – die Vermischung von Information und Entertainment – ein (Früh und Wirth 1997). Früh merkt später an, dass bestimmte Fernsehprogramme die Realitätsebenen vermischen (Früh 2003b, S. 255-261). Dadurch könnte die von Horkheimer und Adorno kritisierte *Zerstreuung* des Publikums entstehen (Früh 2003b, S. 256). Kritik kommt an dieser Stelle auch von dem Medienwissenschaftler Neil Postman, der bemängelt, dass es in der populären Kultur nur noch Entertainment oder Infotainment geben würde (Postman 1985, S. 110). Jede Vermittlung habe einen unterhaltenden Rahmen, der als ‚natürlich‘ gelte (ebd.). Er sieht sogar die Gefahr, dass eine menschliche Unmündigkeit durch den Verfall der Urteilskraft wegen der Massenunterhaltung, die das Nachdenken verhindere, eintreten könnte (ebd., S. 2). Dieser Vorwurf der Regression innerhalb der populären Kultur unterstellt allerdings eine menschliche Unfähigkeit, unterschiedliche Medienvermittlungen kritisch einzuordnen. Zerstreuung muss dagegen nicht immer negativ behaftet sein, sondern kann im Gegenteil einen nützlichen Wert haben. Früh sieht auch diesen positiv behafteten Wert: „Zerstreuung kann [...] sogar als Ablenkungs- oder Regenerationsphase eher wertvoll sein, weil dadurch Kräfte und Motivationen für die moralisch wertvollen Erfordernisse auf Gesellschaftsebene wieder regeneriert werden.“ (Früh 2003b, S. 257). Trotzdem könne das Publikum mediale Mischformangebote boykottieren, um einem negativen Zerstreuungseffekt zu entkommen:

„Wenn wenigstens ein nennenswerter Teil des Publikums durch entsprechende Sozialisation in Schule, Elternhaus und sozialem Umfeld [...] so sozialisiert würde, dass es solche diffusen, die Realitätsebenen bis zur Unkenntlichkeit vermischenden Medienangebote (z. B. Reality-TV, Boulevardisierung der Information etc.) nicht schätzt und deshalb meidet, dann wird es auch so schnell keine gravierende Schiefelage geben. [...] Häufig sind nicht Medien als solche für vermutete oder tatsächliche ethische Defizite verantwortlich, nur weil sie audiovisueller Art sind oder Unterhaltung publizieren, sondern weil in ethisch unverantwortlicher Weise mit ihnen umgegangen wird.“ (ebd., S. 269f).

2.2.3 Resümee

Resümierend lässt sich festhalten, dass durch den gestiegenen Freizeitanteil im Leben der Menschen in der BRD eine Ausweitung des Freizeitkonsummarktes mit unterschiedlichen Unterhaltungsangeboten möglich geworden ist. Die populäre Kultur, verstanden als Unterhaltungskultur, stellt unernste und ernste Unterhaltung (in paralleler und vermischter Formation) zur Verfügung. Beide Formen können leichte sowie anspruchsvolle Elemente aufweisen und – im optimalen Fall – positiv und selbstbestimmt erlebt werden (siehe Abbildung 2-3). Die Selbstbestimmung kann auch auf die kritische Auswahl von Unterhaltungsangeboten bezogen sein.

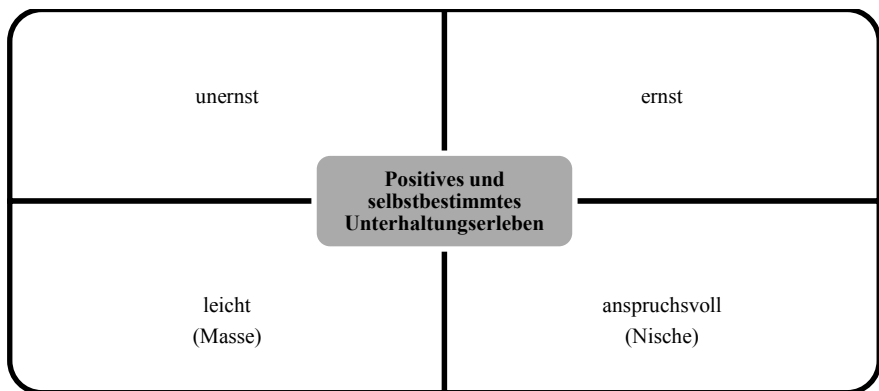


Abbildung 2-3: Felder von positivem und selbstbestimmtem Unterhaltungserleben

Unterhaltungsgegensätze wie Langeweile bzw. Monotonie können zu einem Drang nach Unterhaltung führen, wobei auch Unterhaltung wiederum als langweilig oder monoton erlebt werden kann.

Der Hintergrund eines Unterhaltungssachverhalts kann ernster oder unernster Natur sein. Ernste Hintergründe können z. B. Leben/Tod, Leid, Politik, Spannung oder Krieg/Frieden sein. Zu den unernsten Hintergründen zählen insbesondere *heitere* Momente. Beide Hintergrundformen können Gegenstände von Komik und ihren Mitteln werden, die in der populären Kultur mit ihrer Erlebnis- und Spaßgesellschaft an unterschiedlichen Stellen anzutreffen sind.

2.3 Komische Unterhaltung

Komik wird als eine mögliche Form der Unterhaltungserzeugung angesehen. Auszugehen ist dabei vom ‚Humor‘.

2.3.1 Humor

Die Bedeutung von ‚Humor‘ (griechisch ‚chymos‘; lateinisch ‚umor‘) geht auf den Begriff ‚Saft‘ zurück und meint damit eine Flüssigkeit, die auf eine leichte Art und Weise Objektverbindungen in der Welt herstellt (Titze 2001). Die *Leichtigkeit* kann als der übergeordnet heitere Umgang mit der Welt, seinen Lebewesen und Dingen angesehen werden. Hierbei wird das Ernste als heiter betrachtet (Eisler 1904). ‚Humor‘ kann auch als „Gemütsstimmung“ verstanden werden, „die sich über die Unzulänglichkeiten der Welt und des Menschenlebens wohlwollend, heiter-souverän erhebt und über das Niedrig-Komische, Unnatürliche hinweg zu e[iner (H.N.)] gesunden und natürl[ichen (H.N.)] Weltauffassung gemütvoller Teilnahme und gelassenen Darüberstehens durchdringt.“ (Wilpert 1955, S. 357). Eine anthropologische Sichtweise, den Humor betreffend, geht von einer grundlegenden menschlichen *Einstellung* aus (Lambernd 1998, S. 36). Es kann sich um eine Einstellung handeln, bei der der Mensch auf jedes wahrnehmende Ereignis, sei es erfreulicher oder unerfreulicher Natur, heiter reagiert (Schäfer 1996, S. 25; Titze 2009). Im Duden ist hierbei nicht von Einstellung, sondern von *Fähigkeit*, *Bereitschaft* und *Geisteshaltung* die Rede (Bibliographisches Institut 2012). In einer weiteren Bedeutung meint Humor allgemein „gute Laune, fröhliche Stimmung“ (ebd.). Susanne Schäfer sieht im Humor der Gegenwart eine Geisteshaltung, die sowohl von Selbstironie als auch von Schadenfreude bestimmt ist (Schäfer 1996, S. 25). Bei der Unterscheidung nach der Subjektbezogenheit gibt es also die Möglichkeit, entweder über sich selbst (selbstbezogen) oder sich über andere (fremdbezogen) lustig zu machen. In Anlehnung an Schulzes Erlebnisgesellschaft ist in der gegenwärtigen Kultur ein subjektzentriertes bzw. innenorientiertes Humorschema anzutreffen (Schulze 1999, S. 54).

Eine spezielle Form der Geisteshaltung stellt der ‚Kynismus‘ dar. Der Kynismus geht auf den Philosophen Antisthenis (-445 bis -365) zurück. Er beinhaltet eine Abkehr von materiellen Gütern und eine Zuwendung zur Autarkie (Preußner 2003). Ein Merkmal des antiken Kynismus ist die Rückbesinnung auf die Natur, ein Gegenentwurf zur Kulturhinwendung (Niehues-Pröbsting 1979, S. 298f). Der Philosoph Heinrich Niehues-Pröbsting arbeitet den antiken, literarisch basierten Kynismus-Begriff auf und hebt hierbei „die Vermischung von Scherz und Ernst“ hervor (ebd., S. 226). Der später vom Kynismus abgeleitete

Entwurf des ‚Zynismus‘ hält die Normverachtung aufrecht, doch es mangelt ihm an der strengen idealistischen Lebensführung (Preußner 2003). Charakteristisch für den Zynismus ist Skepsis sowie Lebens- und Menschenverachtung, und er setzt damit alle bestehenden Werte herab (Knop 2007, S. 82). Niehues-Pröbsting macht den Unterschied zwischen Kynismus und Zynismus deutlich, indem er dem Zynismus die Verdrängung der Moral durch den Witz zuschreibt: „Das komische Bewußtsein rivalisiert bei [...] [dem Protokyniker] ständig mit dem moralischen; es ist gewissermaßen, als eine Art theoretischer Einstellung, seine Form von ‚Vernunft‘. Wo aber das komische mit dem moralischen Bewußtsein in einen ernsthaften Konflikt gerät und in einem solchen Fall der Witz die Moral verdrängt, da entsteht unweigerlich Zynismus. [...] Auf das Zynische hin tendieren stets die komische Behandlung und parodierende Umformung moralischer Gegenstände oder tragischer Sachverhalte [Hervorhebung im Original]“ (Niehues-Pröbsting 1979, S. 299f).

Eine weitere Pluralität von Humor in der Gesellschaft lässt sich am besten am unterschiedlichen Humorverständnis von Kindern und Erwachsenen verdeutlichen: Die Medien- und Fernsehwissenschaftler Elizabeth Prommer, Lothar Mikos und Sabrina Schäfer untersuchten in ihrer 2003 erschienenen Studie die Humorunterschiede zwischen Kindern, sogenannten ‚Pre-Teens‘ und Erwachsenen, welche die Fernsehserie ‚Die Simpsons‘ rezipierten (Prommer et al. 2003, S. 58). Dabei stellten sie fest, dass die Jüngeren eher über absurde Sprache (auditiv) oder Situationen (visuell) und die Älteren eher über weiterführende Hintergründe lachen (ebd.). Im Laufe des Lebens entwickelt sich der Humor von einem einfachen zu einem komplexen: „Unsere kindliche Fähigkeit, über die kleinen Dinge des Lebens zu lachen, verlieren wir häufig im Laufe unseres Lebens. Das liegt daran, dass unser Humor durch den Zugewinn an Lebenserfahrung komplexer wird.“ (Dierks 2006, S. 1). Als Humorfunktionen werden Lebensbewältigung im Allgemeinen, Krisenumgangsform und Aggressionsregulation im Speziellen angeführt (Auchter 2006). Denn persönliche Probleme, Konkurrenzdrucksituationen und Belastungen nehmen in der globalisierenden (Arbeits-)Welt zu. In dieser Welt fällt es vielen Erwachsenen schwer, eine humorvolle Haltung einzunehmen. Um hier einen Perspektivwechsel vorzunehmen und komische Seiten der Welt wiederzuentdecken, schlägt der Psychologe Michael Titze vor, die Welt aus kindlicher Sicht zu betrachten (Titze 2001). Wenn – auf welche Art und Weise auch immer – eine humorvolle Haltung eingenommen werden kann, die eine Art der Problemüberwindung darstellt, kann insgesamt eine erhöhte Lebensqualität erreicht werden. Für eine solche Geisteshaltung ist die Komik hilfreich, die mit zahlreichen Mitteln an verschiedenen Stellen angewendet werden kann.

2.3.2 Komik

Die *Komik* wird als angewandter Humor bezeichnet (Lambernd 1998, S. 36). Im Unterschied zum subjektbezogenem Humor ist Komik objektbezogen (Wilpert 1955, S. 420) und kann als „Befähigung“ angesehen werden, „andere [...] in heitere Stimmung zu versetzen oder zum Lachen zu bringen [...]“ (Kemper 2009, S. 2). Als komisch gelten Sachverhalte, Personen und sprachliche Äußerungen, die zum Lachen anregen (Müller 2008, S. 363). Dabei kann Komik nach ihrem Reflexionsniveau differenziert werden. Der Romanist Rolf Lohse hat dazu drei Grade von Komik entwickelt, die er begrifflich als *Komik*, *Metakomik* und *Infrakomik* fasst:

1. Der erste Grad behandelt einen (komischen oder für komisch erklärten) Gegenstand oder einen Gegenstand/Gedanken, welcher in verblüffender Weise inszeniert wird (Komik);
2. beim zweiten Grad wird die Aufmerksamkeit auf die innere Struktur einer zu erwarteten komischen Inszenierung gelenkt und macht diese im Moment des Durchbruchs einzelner Paktklauseln der Rezeptionssteuerung transparent (Metakomik);
3. beim Nullgrad wird bei einer Inszenierung, in der Komik erwartet wird, „[...] durch die Wahl des Gegenstands oder eines besonderen Umgangs mit ihm unerwartet die Vorkehrungen blockiert, die den Realitätssinn entspannen oder von ihm entlasten.“ (Infrakomik) (Lohse 2013, S. 316f). Intention bei Verwendung des Nullgrades der Komik sei die Verunsicherung der Rezipienten, die die Komik des ersten Grades erwarten (ebd., S. 316). Lohse macht auf die veränderte Rezeptionslage bei der Komik des Nullgrades aufmerksam: „Die Komik des Nullgrades [...] zerstört das Fundament der Komik ersten Grades dadurch, dass ein Gegenstand komisch behandelt wird, der normalerweise nicht zu komischer Transgression einlädt oder der vor komischen Transgressionen geschützt ist. Die Rezipienten erleben mit Hinsicht auf die Komikerwartung eine Zumutung. Sie werden genötigt, sich zu befragen, ob sie bereit sind, das unerwartete Ende der Suspendierung des Realitätssinns mit Lachen zu beantworten. Sie kommen in eine Lage, in der nicht mehr zu entscheiden ist, ob das, was vorgeführt oder gemacht wird, komisch ist, auch wenn die situative und mediale Rahmung dafür spricht.“ (ebd., S. 317).

Dabei kann die Komik vor einem *heiteren* oder *ernsten* Hintergrund entstehen. In diesem Zusammenhang muss sich vorher der Ernst etabliert haben: „Der Ernst

hat den zeitlichen und sachlichen Vorrang. [...] [E]rst wenn der Ernst etabliert ist, kann die Komik als Zerrspiegel dienen.“ (Kemper 2009, S. 8). Der Humorist Vicco von Bülow (Loriot) sieht z. B. in Zeiten der Finanzkrise ein besonderes Potenzial für Komik: „Komik entsteht immer nur aus dem Ernst. Wenn man einen Film konstruieren würde, in dem Herren ernsthaft über Bargeld reden und was zu tun sei, um weiter Milliardär zu sein, und schließlich als Rumpelstilzchen enden, könnte daraus ein Film mit bescheidener Komik entstehen.“ (Kammermöns und Lebert 2008). Ist die Komik sprachlicher Natur, so können hier länderspezifische Herausforderungen festgestellt werden. Der Humor des deutschen Volkes beispielsweise hat international einen bedenklichen Ruf. Der Germanist Otto F. Best z. B. bezeichnet die Deutschen als ein Volk ohne Witz (Best 1993). Dabei sei zu konstatieren, dass gerade die deutsche Sprache es aufgrund ihrer Homonymenarmut, geringen Ambiguitätstoleranz sowie puristischen Verwendung schwer habe, eine Spielflexibilität zu entfalten und somit komiktauglich zu werden (ebd.). Komik entstehe hier meistens durch den Gebrauch von dialektischen und paronymischen Wörtern (ebd.). Zudem kann das Funktionieren einer Komik abhängig vom *Tonfall* des Gesagten sein: „Rhetorische Figuren wie etwa die Ironie funktionieren in vielen Fällen nur, weil wir aus der Sprechmelodie auf die Haltung des Sprechenden schließen können.“ (Meyer-Kalkus 2001, S. 448).

Während einer Komikdarstellung ist die volle Aufmerksamkeit des Publikums erforderlich. Bergson spricht sogar davon, dass dabei persönliche Gefühle ausgeschaltet werden müssten, um den reinen Verstand arbeiten zu lassen (Bergson 1900, S. 17). Die Rezeption von gewollt oder ungewollt komischen Sachverhalten, Personen oder sprachlichen Äußerungen kann nach Situation, Stimmung, Bildung, Geschlecht etc. recht unterschiedlich ausfallen. Damit ist nicht nur der Rezeptionsprozess – insbesondere der kognitive Vorgang – gemeint, sondern auch die persönliche Bewertung der – hier vorausgesetzt – begriffenen Komik. Stößt die Komik bei dem Rezipienten auf Resonanz, entsteht bei ihm in der Regel Erheiterung (extrovertiert: z. B. durch körperliche Reaktion wie Lachen oder introvertiert: z. B. stilles Erheiterungsgefühl, innere Freude). Der Faktor ‚Geschlecht‘ sei an dieser Stelle näher ausgeführt, da er im zweiten empirischen Teil dieser Arbeit (siehe Kapitel 6) Berücksichtigung finden wird: Zum Vergleich des Humors von Frauen und Männern haben sich insbesondere Frauen wissenschaftlich auseinandergesetzt (z. B. Jenkins 1988; Plesch 2002; Kothhoff 2006). Die Sprachwissenschaftlerin Mercilee M. Jenkins betont, dass herrschende Humormodelle in einer Gesellschaft nur von dem machthabenden Geschlecht – dem Mann – generiert und akzeptiert würden (Jenkins 1988). Deshalb habe der Humor von Frauen dort keinen Platz (ebd.). Er wird nicht als relevant und lustig anerkannt (Plesch 2002, S. 57). In dieser Konstellation sind die Lebenswelten von Frauen und Männern getrennt. In der jeweiligen Lebenswelt herrscht ein

eigenes Humorverständnis: „Sind die Lebenswelten getrennt und unterschiedlich bewertet, sind eben jeweils unterschiedliche Dinge komisch [Archivtext 1991]“. (ebd.). Trotz des unterschiedlichen Humorverständnisses versuchten Frauen in der Vergangenheit, sich in der intergeschlechtlichen Scherzkommunikation dem Humorverständnis des Mannes anzupassen und „gutwillige Rezipienz“ zu den männerproduzierten Witzen zu zeigen (Kotthoff 2006, S. 205). Mittlerweile ist eine Emanzipation des frauenspezifischen Humors erkennbar. In der gegenwärtigen Diskussion zum frauenspezifischen Humor wird herausgestellt, dass insbesondere Frauen – im Unterschied zu Männer – mehr über sich selbst als über andere lachen (EMMA 2005; Kotthoff 2006, S. 205).

Denkbare Komikkonstellationen können in Komiktheorien überführt werden. Übersichtliche Zusammenfassungen von etablierten Komiktheorien wurden bereits in der Vergangenheit an zahlreichen Stellen veröffentlicht (z. B. Eisler 1904; Titze 1988; Knop 2007; Müller 2008). Hervorzuheben ist hierbei der erkennbare Konsens, die Komiktheorien grob in die Kategorien *Überlegenheitstheorie* (Titze 1988; Knop 2007; Müller 2008), *Entlastungstheorie* (Knop 2007; Müller 2008) und *Inkongruenztheorie* (Titze 1988; Knop 2007; Müller 2008) einzuteilen. Ausgangspunkt der *Überlegenheitstheorie* ist das aggressive *Auslachen*, mit dem sich der Lachende überlegen fühlt. Vertreter dieser ältesten Komiktheorie sind an prominenter Stelle die Philosophen Aristoteles (-335), Thomas Hobbes (1651) und Henri Bergson (1900). Im Gegensatz zur Überlegenheitstheorie steht der Rezipient bei der *Entlastungstheorie* im Mittelpunkt. Während der Komikrezeption werden *Spannungen gelöst* bzw. *gelockert*, z. B. durch Lachen (Freud 1905). Die *Inkongruenztheorie* beruht auf *nichtübereinstimmende Elemente*, die aus verschiedenen bekannten Kontexten in einen neuen unbekannten und damit überraschenden Kontext gebracht werden (Kant 1790; Schopenhauer 1818). Als wichtiger Aspekt eines komischen Inhalts, welcher der Inkongruenztheorie zugeordnet werden kann, wird an mehreren Stellen die *Widersprüchlichkeit* von kombinierten Elementen genannt (z. B. Eisler 1904; Budzinski und Hippen 1996, S. 199). Hervorzuheben bei der – als modern angesehenen – Inkongruenztheorie ist der *Erwartungsbruch*, der beim Rezipienten entstehen soll (Knop 2007, S. 75f), um eine komische Wirkung zu erzielen. An dieser Stelle gehöre zu der wichtigsten Fertigkeit der humorproduzierenden Personengruppe die *Originalität*, so der Schriftsteller Arthur Koestler:

„Humor hängt vor allem von seinem Überraschungseffekt ab, dem bisoziativen Schock. Um Überraschung auslösen zu können, muß der Humorist über ein gewisses Maß von Originalität verfügen; er muß also imstande sein, sich von den stereotypen Denkgewohnheiten zu lösen. [...] Ob der Humorist eine soziale Botschaft zu vermitteln beabsichtigt oder bloß unterhalten will – in jedem Fall muß er geistige Stöße versetzen, indem er unvereinbare Systeme aufeinanderprallen lässt. Für jede Situation muß er einen geeigneten – oder passend ungeeigneten – Eindringling herbeizaubern, der den Schock bewirkt.“ (Koestler 1966, S. 88).

Es bleibt noch zu erwähnen, dass die verschiedenen Theorien in der Komikpraxis auch gemeinsam angewendet werden oder Mischform-Resultate entstehen können. Der Sprachwissenschaftler Alexander Brock untersuchte verschiedene Komiktheorien, um deren Umsetzung in ausgewählten Medienbeispielen ausfindig zu machen und Kombinationsmöglichkeiten nachzuweisen (Brock 1998). Hierbei stellte er eine Kompatibilität der untersuchten Komiktheorien fest: „Sie ergänzen einander in ihrem Beschreibungspotential bzw. beschreiben das gleiche Phänomen auf alternative Weise.“ (ebd., S. 83). Die Kompatibilität machen sich auch die Humoristen für ihre Werke zu Nutze, und sie schaffen mit der Kombination verschiedener Komiktheorien eigene Ansätze zur Komikgenerierung.

Grob lassen sich die Komikerzeugungsrahmen in Wort- und Handlungsskizzenarien unterscheiden (Schopenhauer 1818, S. 74; Müller 2008, S. 363). Innerhalb dieser Rahmen stehen dem Humoristen zahlreiche Mittel zur Komikerzeugung zur Verfügung, die allen oben beschriebenen Komiktheorien zugeordnet werden können (siehe Abbildung 2-4). Um eine Auswahl von etablierten – meist von literarischen Formen und Gattungen stammenden, aber durchaus auch in spielerischen und musikalischen Kontexten einsetzbaren – Mitteln zu treffen, werden in den folgenden Ausführungen die Mittel erläutert, die von Humoristen in ihrer professionellen Arbeit verwendet werden: *Witz*, *Spott*, *Ironie*, *Parodie*, *Karikatur* sowie *Groteske*.⁹

Das naheliegendste Mittel zur Komikerzeugung ist der *Witz*.¹⁰ Dieser kann unabhängig von einer streng dramaturgischen Bühnenaufführung gelesen, erzählt oder gespielt werden. Der Witz ist also isolierbar und in der Regel von kurzer und pointierter Natur (Knop 2007, S. 77). Der Psychologe Sigmund Freud betont den durch den Witz erzeugten *Lustgewinn* beim Menschen und entwickelt die folgende Lustformel des rezipierten Witzes: Lust = Differenz von der unbewussten (Tiefe: Bezüglich der wahrgenommenen *Witzandeutung*) und der bewussten Vorstellungsweise (Oberfläche: Bezüglich des wahrgenommenen *Witzwortlauts*):

„Beim Witz kommt die Differenz zwischen zwei sich gleichzeitig ergebenden Auffassungsweisen, die mit verschiedenem Aufwand arbeiten, für den Vorgang beim Witzhörer in Betracht. Die eine dieser beiden Auffassungen macht, den im Witze enthaltenen Andeutungen folgend, den Weg des Gedankens durch das Unbewußte nach, die andere verbleibt an der Oberfläche und stellt den Witz wie einen sonstigen aus dem Vorbewußten bewußt gewordenen Wortlaut vor. Es

⁹ Zu den Sonderformen der Komik können der *schwarze Humor* („das Scherzen mit dem Schrecklichen in der Absicht, die Absurdität der menschlichen Existenz darzustellen“) und der *Galgenhumor* („die Heiterkeit angesichts des Unentrinnbaren [...]“) (Budzinski und Hippen 1996, S. 156) gezählt werden. Hierauf wird nicht näher eingegangen.

¹⁰ Eine Sonderform ist die *Zote*, die eine derbe und vulgäre Form des Witzes darstellt (Budzinski und Hippen 1996, S. 447).

wäre vielleicht keine unberechtigte Darstellung, wenn man die Lust des angehörtten Witzes aus der Differenz dieser beiden Vorstellungsweisen ableiten würde.“ (Freud 1905, S. 247f).

Diese psychologische und damit rezipientenorientierte Sichtweise kann für den Humoristen hilfreich sein, wenn er bestrebt ist, das Ziel der Lusterzeugung zu erreichen. Eine wichtige Rolle spielt dabei die o. g. *Pointe*. Sie wird als Höhepunkt und überraschender Schluss eines Witzes verstanden, die als existierende Pointe oder Pointenlosigkeit auftreten kann (Budzinski und Hippen 1996, S. 304). Dabei kann die Pointe nicht allein für sich stehen, sondern sie ist stets im Zusammenhang mit dem gesamten Witz zu sehen. Denn die Metaanalysen von Humoristen, die sich auf ihre Schöpfungspraxis beziehen, bringen die besondere Bedeutung des Verhältnisses einzelner Witzbausteinqualitäten zueinander hervor. Der Kabarettist und Mediziner Eckart von Hirschhausen z. B. bezeichnet diese Bausteine als ‚Vorlauf‘ (setup) und ‚Pointe‘ (punch) (Hirschhausen 2007, S. 169) und hat mit Blick auf die Effektstärke folgende Thesen zur Ausgestaltung des Verhältnisses von Vorlaufzeit und Pointe entwickelt: „Je weniger Worte gebraucht werden, um die Situation klarzumachen, desto schwächer darf der Witz sein, der folgt. [...] Je länger der Aufbau und die Hinführung zu einem Kunststück, desto stärker muss der Effekt sein, die Überraschung am Ende.“ (ebd., S. 170).

Der *Spott* geht auf die älteste Komiktheorie, die der Überlegenheitstheorie, zurück. Er bezeichnet eine komische Redensart, die in der Regel eine oder mehrere Personen zum Gegenstand erhoben hat (Knop 2007, S. 78). Diese Personen werden in aggressiver Art und Weise ausgelacht (ebd.) und an den Pranger gestellt. Der Spott ist derb und eher auf *Herabsetzung* oder *Vernichtung* des Gegenstandes ausgelegt (ebd., S. 79). Als Steigerung kann der *sarkastische Spott* benannt werden, der Gegenstände verhöhnen oder verletzen soll (ebd., S. 82).

Bei der *Ironie* wird eine Redeweise verdreht und das *Gegenteil* dieser gemeint. Um Ironie verstehen zu können, muss von dem Rezipienten ein Code – also das Unausgesprochene – entschlüsselt werden: „Da die Ironie nicht ausspricht, was sie meint, [...] besitzt sie einen bestimmten Code-Charakter. Das bedeutet, daß sie vom Adressaten dechiffriert werden muß. Ist er dazu nicht in der Lage, hat er die Ironie als solche und die Normabweichung nicht wahrgenommen und befindet sich entweder im ersten Modus oder ggf. im Zustand der Verwirrung.“ (Lambernd 1998, S. 33). Eine Form der Ironieübertreibung ist der Einsatz der *Satire*, um insbesondere auf wahrgenommene verwerfliche oder unzulässige gesellschaftliche Zustände aufmerksam zu machen (Budzinski und Hippen 1996, S. 344). Als weitere Kriterien der Satire werden Aktualität und (Gesellschafts-)Kritiktransparenz angeführt (Knop 2007, S. 80). Deshalb wird sie oft im Kabarett verwendet.

Unter *Parodie* wird die ironische oder satirische *Nachahmung* von Gegenständen oder Personen verstanden, wobei typische Charakteristiken beibehalten werden, allerdings vor dem Hintergrund einer *gegenteiligen Intention* (Budzinski und Hippen 1996, S. 297). Zitate von Personen oder Gegenständen (Vorlagen) können bei der Parodie eine besondere Rolle einnehmen. Diese können z. B. anders angeordnet oder in einen neuen (komischen) Kontext gebracht werden, um auf diese Weise Kritik zu äußern (Rose 2006, S. 24f). Demnach besitzt die Parodie eine Nähe zur Intertextualität, bei der Zitate ebenfalls in einen neuen Kontext gestellt werden. Der entscheidende Unterschied besteht darin, dass die Vorlagen bei der Parodie *komisiert* werden (ebd., S. 42). Die Wirkungen einer Parodierezipienz können recht unterschiedlich ausfallen: Margaret A. Rose z. B. weist darauf hin, dass Rezipienten die Signale in einer Parodie unterschiedlich interpretieren (ebd., S. 20, 23f). Dies führt sie darauf zurück, dass es verschiedene Möglichkeiten gibt, ein parodistisches Werk zu lesen (ebd.). Zum einen kann der Rezipient die parodistische Intention missdeuten, nicht verstehen oder verstehen, sich aber als Freund der Vorlage getroffen fühlen und zum anderen die parodistische Intention verstehen, genießen und goutieren (ebd.).

Die *Karikatur* versucht, durch *Übertreibung* von typischen Merkmalen einer Vorlage diese lächerlich zu machen (Budzinski und Hippen 1996, S. 177). Neben der Übertreibung werden die Stilmittel *Übersteigerung* und *Verzerrung* angeführt (Knop 2007, S. 81).

Ein Mittel, welches für die Anwendung der Inkongruenztheorie einen Beitrag leisten kann, ist die *Groteske*. Hier werden aus unterschiedlichen Kontexten stammende Elemente zusammengeführt sowie *verzerrt* und *entstellt* dargestellt (Budzinski und Hippen 1996, S. 124). Das Groteske präsentiert oft ein Szenario, welches auf eine beim Rezipienten auf Unverständnis stößt oder auf eine auf ein eingeschränktes Verständnis stoßende überraschende Veränderung einer vertrauten Umwelt basiert (Lambernd 1998, S. 32).

Komiktheorien (für Wort- und Handlungsszenarien)			
Überlegenheitstheorie	Entlastungstheorie	Inkongruenztheorie	
Gegenstandsbezogen	Rezeptionsbezogen	Gegenstandsbezogen	Rezeptionsbezogen
Auslachen aus Überlegenheit	Lösung von Spannungen	Widersprüchlichkeit	Erwartungsbruch
Spott	Witz, Karikatur	Witz, Ironie, Parodie, Groteske	

Abbildung 2-4: Bezug, Merkmale und Mittel der Komiktheorien

Bei der Anwendung der oben beschriebenen Mittel sind Humorerlebnisse in der Gruppe verbreiteter als Humorphänomene, die einzeln erlebt werden. Dennoch ist die Unterscheidung zwischen Einzel- und Gruppen-Humorerlebnisse wichtig, um auf mögliche differierende Wirkungen hinzuweisen. Einzel-Humorerlebnisse sind im Kontext von Veranstaltungen des professionellen Humors weniger anzutreffen als Gruppen-Humorerlebnisse. Einzel-Humorerlebnisse werden hier meist bei der Rezeption von Studioproduktionen erzeugt (z. B. CD-Wiedergabe im Wohnzimmer). Gruppen-Humorerlebnisse sind in zwei Formen vorzufinden: *Rezeption von gegenwärtigen Liveproduktionen* und *Rezeption von konservierten Liveproduktionen*. Bei der *Rezeption der gegenwärtigen Liveproduktion* (Bühne oder Studio) sitzt die bzw. der Einzelne im Publikum und ist von lachenden und klatschenden Zuschauern umgeben. Bei der *Rezeption von konservierten Liveproduktionen* sind die Klatscher und Lacher in der Regel in der Aufnahme enthalten, so dass eine Pseudo-Liveatmosphäre geschaffen wird.¹¹ Mehrkanalige Tonsysteme, die einen Umgebungsklang erzeugen, verstärken diese Atmosphäre. Beide Formen haben gemein, dass sich eine *Ansteckung* (Plessner 1941, S. 154) von der umgebenen Publikumsreaktion ergeben kann. Hier kommt es bei einem einzelnen Zuschauer möglicherweise nur deshalb zu einem Lacher, weil die Umgebung lacht. Diese Art der *Synchronisation* ist bei der Einzelrezeption nicht möglich. Eine andere Auffassung besagt, dass eine Perzeption (auch in der Gruppe) (zunächst) bei jedem einzelnen stattfindet. Brock bezeichnet die Humor-rezeption sogar als einen „[...] hochgradig intime[n] und private[n] Vorgang [...]“ (Brock 1998, S. 83). Bei einem Humorangebot entscheidet im ersten Moment – d. h. ohne Berücksichtigung von äußerlichen Einflüssen wie z. B. Lacher und Applaus – der Rezipient für sich selbst, ob ihn die Komik gefällt (gelingen) oder nicht gefällt (nicht gelungen). Er nimmt sich in die Pflicht, die Fähigkeit, Komik wahrzunehmen, anzuwenden: „Der Humor manifestiert sich in einer individuellen psychischen Struktur, die von permanenter Reflexivität hinsichtlich der Fähigkeit, Komik wahrzunehmen, zu erkennen bzw. zu erzeugen, geprägt ist.“ (Lambernd 1998, S. 27).

Die Fähigkeit der Humorwahrnehmung und des Humorverstehens ist bei Menschen unterschiedlich ausgeprägt. Diese Fähigkeit wird als ‚Humorkompetenz‘ bezeichnet, welche einen Teil der kommunikativen Kompetenz ausmacht; hierbei handelt es sich um Wissensmerkmale eines Menschen, welche aus den Fähigkeiten der Komikerkennung, -analyse, -ten -verwendbarkeit und -produktion besteht (Raskin 1985; Attardo 1994). Hu-

¹¹ Der Germanist Reinhart Meyer-Kalkus macht anhand der Stimme deutlich, dass diese im Medienkontext von körperlichen Bewegungen und Haltungen abgetrennt und als rein klangliches Phänomen angesehen wird (Meyer-Kalkus 2001, S. 451). Ebenso können andere körperliche Klangreaktionen (z. B. Lacher und Applaus) als reinen Klang wahrgenommen werden.

mor und Humorkompetenz kann von der Stimmung, Bildung (Feuerstein 2003, S. 31f) und Soziokultur (Schäfer 1996, S. 202) abhängig sein.

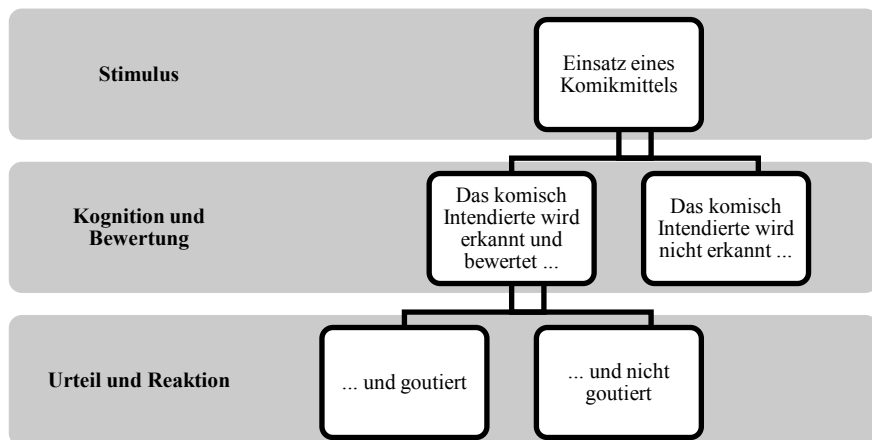


Abbildung 2-5: Struktur zum Urteil und zur Reaktion nach Einsatz eines Komikmittels

Die Erkenntnis bezüglich einer verbreiteten Kompetenzüberschätzung („Dunning-Kruger-Effekt“) stammt von den Sozialpsychologen Justin Kruger und David Dunning (Kruger und Dunning 1999). Ihre Studie aus den 1990er Jahren zeigt, dass Menschen dazu neigen, ihre tatsächliche Kompetenz – auch bezüglich der Humorwahrnehmung – erheblich zu überschätzen (*Inkompetenz*) (ebd., S. 1124). Dazu haben sie u. a. die Komikerkennungskompetenz von professionellen Humoristen und Normalbürgern verglichen, und sie kamen zu dem Schluss, dass die professionellen Humoristen ihre Humorkompetenz weitgehend richtig einschätzen, während bei den Nicht-Humoristen überwiegend eine Kompetenzüberschätzung vorliegt (Kruger und Dunning 1999).

2.3.3 Lachen

Nun gibt es verschiedene Formen, wie ein Publikum damit umgeht, wenn von diesem das komisch Gemeinte erkannt und goutiert (siehe Abbildung 2-5) wird. Einerseits kann es lautlose Reaktionen geben, wie z. B. die sogenannte „innere Freude“, Lächeln, Grinsen (ggf. mit Kopfnicken) usw. Andererseits gibt es die klanglichen Reaktionen, die vom Publikum erzeugt werden, wie z. B. Schenkel-

klopfen, Fußstampfen, Klatschen oder Grölen. Es besteht auch die Möglichkeit, eine Sache erst dann für komisch zu erklären, wenn speziell (eigenes oder fremdes) *Lachen* oder *Lächeln* ausgelöst wird: Zum einen kann dies eine Reaktion sein, die es dem Publikum ermöglicht, eine Komik als gelungen zu bewerten. Zum anderen kann es für den Humoristen eine Bestätigungsreaktion auf seine Arbeit sein, die er zumindest bei einer Live-Aufführung direkt erhält: Ein Humorist hofft, dass er z. B. mit seinen komischen Liedern (im Rahmen der Studio-/Liveproduktion oder Live-Aufführung) bei einem Publikum gut ankommt. Er kann den Anspruch haben, dass ein komisches Lied erst dann seine Funktion erfüllt hat, wenn darüber – wenn auch nur an einigen wenigen vom Humoristen bei der Konzeption erdachten Stellen – gelacht wird. Wenn dagegen das erwünschte Lachen ausbleibt oder die erhoffte Lachintensität unterschritten wird, kann er dies als Aufforderung ansehen, an dem Lied Veränderungen vorzunehmen. Nach der erfolgten Korrektur kann so das nun veränderte Lied bei einer anderen Aufführung getestet werden. Wenn der Humorist wahrnimmt, dass das Lied an den gewünschten Stellen Lachreaktionen auslöst, kann die Musikproduktion (Audio oder/und Video) beginnen. Für die letztendlichen Produkte werden Aufnahmen im Studio oder/und während einer Live-Aufführung getätigt. In den Live-Aufnahmen sind Lacher und Applaus zu hören und werden in der Regel nicht herausgeschnitten oder -gefiltert. So entsteht bei der Rezeption der Produktion eine Live-Atmosphäre, die sich auf die eigene Wahrnehmung auswirken kann (Ein Wahrnehmungsvergleich verschiedener Produktformen bezüglich komischer Lieder wird in Kapitel 6 thematisiert.). Der Humorist bietet mit dem komischen Lied also eine Anregung oder Aufforderung zum Lachen an.

Ursprünglich ist das Lachen des Menschen Ausdruck seiner Lebensfreude ohne vernünftigen Grund sowie seiner Selbstgenügsamkeit (Titze 2009). Zu den sozialen Funktionen des Lachens zählen Informationsvermittlung, Gesprächserleichterung und Einsatz als kommunikative Waffe (ebd.). Diese kommunikativen Funktionen können sich auf zwischenmenschliche Beziehungen auswirken – auch bei einem Humorerlebnis (Titze und Zink 2001). Mit dem Lachen wird hier eine „positive[...] emotionale[...] Stimmung [Hervorhebung im Original]“ innerhalb der Kommunikationsgruppe erzeugt (Titze 2009). Dabei ist das Lachen nicht unbedingt ein Indiz dafür, dass wir eine Situation oder ein Ding komisch finden. Die Musikwissenschaftlerin Zofia Lissa merkt hierbei an, dass das Lachen auch in Situationen vorkommt, in denen der Mensch keine Komik bemerkt (z. B. Verlegenheitslachen oder ironisches Lachen) (Lissa 1938, zitiert nach Lissa 1969, S. 93). Auch die Kommunikationswissenschaftlerin Karin Knop betont, dass es außerhalb der Komik viele Lach-Anlässe gibt und resümiert: „Eine monokausale Verbindung zwischen Komik und Lachen ist [...] strikt abzulehnen.“ (Knop 2007, S. 74). Ausgehend von einem Lachen, welches aufgrund

einer Komikerkennung entsteht, kann *exzessives Lachen* zusätzlich Freudentränen bzw. Lachtränen verursachen, wenn sich der Rezipient mit der Komik identifiziert, welche über eine gewisse Zeit, in der ein Spannungsbogen aufgebaut wird, bis auf das Äußerste ausgereizt wird. Hier entstehen Lachtränen wegen der vollen Aufmerksamkeit mittels Rezeptionshingabe und des damit verbundenen Kontrollverlusts. Als abgeschwächte Form des Lachens kann das Lächeln benannt werden. Ebenso kann es frühe Reaktion eines Humorerlebnisses darstellen, die später in ein Lachen übergeht. Titze beleuchtet die kommunikative Funktion des Lächelns, welches hierbei aggressionsfrei eingesetzt wird und als „mimischer Stoßdämpfer“ [Hervorhebung im Original]“ fungiert (Titze 2009). Für den Biologen und Philosophen Hubert Hendrichs ist das Lächeln ein Ausdrucks- und Verständigungsmittel, welches mit unterschiedlichen Bedeutungen konnotiert werden kann: „Es ermöglicht den Ausdruck von Zustimmung und Abwehr, Aufforderung und Resignation. Es bietet Möglichkeiten für die Übermittlung von Wissen und von Werthaltungen in sozialen und kulturellen Kontexten [...]“ (Hendrichs 2009, S. 120).

Vom psychologischen Standpunkt aus gesehen ist sowohl das Lachen als auch das Weinen eine in verschiedenartiger Richtung zum Ausdruck kommende Begrenztheit von Verhalten (Plessner 1941, S. 193f). Dabei steht das Weinen für das gefühlsmäßige Gewährwerden der eigenen Ohnmacht (ebd.). Hier kann das Weinen die Funktion der Erleichterung einnehmen. Eine *befreiende* Funktion sieht Bergson dagegen im Lachen: Ein Lustspiel vermittelt dem Publikum ein Voraugenführen von mechanischen Handlungen des Menschen, dessen Starre dann durch das Lachen korrigiert werden kann (Bergson 1900, S. 93). Hierbei fungiert das Lachen als Korrektiv, das der Demütigung des Ausgelachten gleicht (ebd., S. 134). Ein weiterer Punkt ist die Entspannungsfunktion des Lachens. Die Anspannung entsteht während des Pointendurchblicks (Plessner 1941, S. 144), und die Entspannung erfolgt nach der Mühe dieses Denkens (Bergson 1900, S. 133). Für den Philosophen Arthur Schopenhauer, Vertreter der Inkongruenztheorie, ist das Lachen Ausdruck einer Nichtübereinstimmung, die das Publikum wahrnimmt (Schopenhauer 1818, S. 73). Auslöser sind dabei unerwartete Situationen (Worte oder Handlungen) (ebd., S. 74). Der Philosoph und Soziologe Helmuth Plessner formuliert sein Verständnis dieser ‚unerwarteten‘ Momente, die komisch wirken (Plessner 1941, S. 123). Neben ‚Überraschungen‘ sind es auch ‚Grenzlagen‘, welche nicht bedrohlich sind:

„Die Dinge überraschen uns durch ihr Aussehen, sie nehmen eine unvorhergesehene Wendung, sie bilden Situationen, zu denen sich kein ernstes Verhältnis mehr finden läßt. Bedeuten solche Überraschungen und Grenzlagen unserer Weltorientierung im Ganzen für uns keine Gefahr, oder haben wir die Kraft, dieser Gefahr gegenüber die Freiheit des Abstandes zu wahren, so finden wir sie – falls die näheren Bedingungen im Phänomen erfüllt sind – komisch.“ (ebd.). „Nur sol-

che Grenzlagen reizen zum Lachen, die, ohne bedrohend zu sein, durch ihre Nichtbeantwortbarkeit es dem Menschen zugleich verwehren, ihrer Herr zu werden und mit ihnen etwas anzufangen.“ (ebd., S. 149).

Diese Grenzlagen können als *tragische* Momente oder Beschreibungen interpretiert werden. Diese Tragik wird in Lustspielen bzw. Humordarbietungen meist nicht dem Publikum, sondern anderen Personen (fiktive Personen oder Personen des öffentlichen Lebens) zugeordnet. Es entsteht beim Publikum eine Erleichterung, weil es selbst nicht betroffen ist. Dadurch kann in diesem Zusammenhang Schadenfreude folgen, die auch im Lachen ihren Ausdruck findet (Feuerstein 2003, S. 31f). In diesem Fall entsteht die Komik vor einem ernsten (hier: tragischen) Hintergrund. Variabel ist das individuelle Empfinden des Verhältnisses von Komik und Tragik, welches den Eindruck des ‚Tragikomischen‘ hinterlassen kann. Die ‚Tragikomödie‘ ist ein Beispiel für die Verbindung von Tragik und Komik. Hier werden tragische Konstellationen mit komischen Motiven verbunden oder komische Sachverhalte in tragischer Beleuchtung inszeniert (Wilpert 1955, S. 841). So kann beispielsweise die Form der ‚tragischen Ironie‘, bei der der Held sein Scheitern mit verursacht (Ellrich 2013, S. 55), aufgrund der speziellen, ironisch gefärbten (und ggf. skurrilen) Konstellation komisch wirken.

2.3.4 Zwischenresümee

Humor als Geisteshaltung bezeichnet eine heitere Wahrnehmung des Lebens. Nicht zuletzt in persönlichen Stress- und Krisenzeiten kann diese Einstellung die Lebensqualität erhöhen, die in der postmodernen Erlebnisgesellschaft angestrebt wird. Für eine entsprechende Humorunterhaltung kann auf zahlreiche Komikmittel zurückgegriffen werden, die in der Überlegenheit, Entlastung und Inkongruenz begründet sind. Das Komikverständnis fällt individuell aus. Dabei werden die eigenen Fähigkeiten bezüglich der Komikerkennungskompetenz (Humor-kompetenz) meistens überschätzt.

Die häufigste Reaktion auf eine gelungene komische Unterhaltung ist – neben der stillen Freude – das Lachen (ggf. mit Freudentränen). Lachen ist körperbetont und kann durch bestimmte Konstruktionen von Rezeptionssituationen ansteckend sein. Zu unterscheiden sind an dieser Stelle Einzel- und Gruppenhumorerlebnisse, bei denen verschiedene Lachaktivitäten in zeitlicher und intensiver Dimension erreicht werden.

Komikangebote in den Medien nehmen einen großen Stellenwert in den entwickelten Industriestaaten ein. Hierbei sind Erwartungen und Rezeptionsweisen des Publikums wegweisend.

2.3.5 Publikum und Medien

Der Publikumsbegriff der populären Kultur teilt sich in *Präsenzpublikum* (vor Ort) und *medienvermitteltes Publikum* (räumlich getrennt) auf (Kreutzner 2003, S. 351f). Darbietungsarten wie Akteurveranstaltungen (theatralisch, musikalisch, sportlich), Ausstellungen, Feste/Festivals oder Freizeit- und Vergnügungsparks ziehen ‚Präsenzpublikum‘ an (ebd., S. 352) während Medien wie Theater, Buch/Zeitschrift, Kino, Radio, Fernsehen und Internet das sogenannte ‚medienvermittelte Publikum‘ bedienen (ebd., S. 354-359). Beim Präsenzpublikum lässt sich das *rezeptive* (passiv) und *teilhabende* (aktiv) Publikum unterscheiden: „Der Unterschied zwischen bloßer Rezeption und der Teilhabe eines Präsenzpublikums besteht insbesondere darin, daß letzterem ein Spektrum von Ausdrucks- und Handlungsmöglichkeiten zur Verfügung steht. Diese sind per Konvention bzw. Kodifizierung an die jeweilige kulturelle Form gebunden und haben kollektiven Charakter.“ (ebd., S. 353). Zwar bieten sich dem Publikum hier Handlungsmöglichkeiten bis hin zur Interaktivität, doch das kollektive Gefühl kann sich auch als ein nur scheinbares erweisen. Schulze führt aus, dass bei der Gruppenrezeption nur eine „indirekte Form der Gemeinsamkeit“ vorliegt (Schulze 1992, S. 459): „Es dominiert eine indirekte Form der Gemeinsamkeit, die lediglich durch gleichgerichtete Aufmerksamkeit auf ein simultan konsumiertes Angebot begründet wird. [...] Das Gegenüber wird zum Nebenan; man beschäftigt sich beim Erlebniskonsum nicht miteinander, sondern parallel.“ (ebd.). Auch das medienvermittelte Publikum kann sowohl rezeptiv als auch teilhabend auftreten. Die Teilhabe bezieht sich hier insbesondere auf die interaktiven Möglichkeiten des Publikums, z. B. im Theater (u. a. Kabarett-/Comedybühnenprogramme) oder bei der Rundfunkunterhaltung. Die interaktive Fernsehunterhaltung bietet eine Innovation gegenüber herkömmlicher und damit handlungsunfähiger (Klaus 1997, S. 457) Rezeption. Mit Hilfe des sogenannten ‚Social TV‘, bei dem Fernsehsendungen mit Webseiten der Social-Networkingdienste verbunden werden, kann das Publikum mit anderen Zuschauern und den Programmachern kommunizieren (chatten) und Kommentare in digitaler Form hinterlegen. Diese Kombination stellt eine neue Form der Fernsehunterhaltung dar, welche das herkömmliche Rezeptionsangebot ergänzt.

2.3.5.1 Publikum und Unterhaltung

Hügel benennt die Massenmedienfunktion als ein mögliches kommunikationsbezogenes Anwendungsfeld des Begriffs der Unterhaltung (Hügel 2003b, S. 74). Tendenziell massenmediale Vorläufer der heutigen Rundfunk- und Internetunterhaltungsangebote lassen sich in den Aufführungen des Musik- und Varietétheaters des 19. und frühen 20. Jahrhunderts finden. Wie bei den heutigen Auffüh-

rungen spielten bei den damaligen musikalischen Darbietungen bereits visuelle Effekte und Reize eine große Rolle (Hickethier 1979, S. 46f). Der visuelle Aspekt wurde später für das Medium Fernsehen genutzt und – quasi in der Natur der Sache liegend – integriert. Somit hoben sich die Fernsehangebote von den parallelen Hörfunkangeboten durch den zusätzlichen visuellen Aspekt ab. Das heutige Fernsehangebot macht durch seine Programme und Inhalte deutlich, wie (omni-)präsent dort Unterhaltung zelebriert wird. Der Kabarettist Werner Schneyder unterstreicht diese Beobachtung mit der Bemerkung, dass Fernsehen ohne Unterhaltung nicht auskäme (Schneyder 2003, S. 15). Doch was ist das spezifisch Unterhaltende im Medium Fernsehen? Früh bemüht sich, eine auf das Fernsehen zugeschnittene Unterhaltungsdefinition zu entwickeln, um die Entstehung einer angenehm empfundenen Unterhaltung als einen kognitiven Prozess, der selbstbestimmt ist, zu erklären: *„Unterhaltung durch Fernsehen entsteht als angenehm erlebte Makroemotion im Zuge eines transaktionalen Informationsverarbeitungsprozesses unter der Bedingung, dass bestimmte personale, mediale und situative bzw. gesellschaftliche Faktoren kompatibel sind und der Rezipient außerdem die Gewissheit hat, die Situation souverän zu kontrollieren* [Hervorhebung im Original].“ (Früh 2003a, S. 50). Der Medienpsychologe Peter Winterhoff-Spurk spricht in seiner Definition von Fernsehunterhaltung von innovativen Botschaften, die angeboten werden müssten, damit sich der Rezipient unterhalten fühlt: „Fernsehen wird [...] den Zuschauer dann unterhalten, wenn es durch neuartige Botschaften allgemeine Erregung evoziert, angenehme Stimmungen, Hintergrundemotionen oder leichte Gefühle erzeugt [...]“. (Winterhoff-Spurk 2000, S. 89). Doch was stellen sich die Medienanstalten unter ‚Unterhaltung‘ vor und was erwarten im Vergleich die Zuschauer von den Medien?

Noch in den 1970er Jahren, also vor der Einführung des dualen Rundfunksystems in Deutschland, wurde ‚Unterhaltung‘ von Fernsehprogrammangeboten wie ‚Information‘ und ‚Bildung‘ klar abgegrenzt. Trotzdem wurde damals bereits ‚Unterhaltung‘ als ein wichtiges Rahmenmerkmal von Fernsehangeboten aller Art angesehen: „Als ‚Unterhaltung‘ wird [...] alles gefaßt, was nicht unter die beiden anderen zentralen Kategorien des Programmauftrags, ‚Information‘ und ‚Bildung‘ fällt. Daran schließt sich an, ‚Unterhaltung‘ nicht nur als *Gattungs- oder Ressortbegriff* zu verstehen, sondern als mögliche und wünschenswerte *Eigenschaft* möglichst aller Programmformen des Gesamtprogramms. Unterhaltend sollen, diesem Verständnis folgend, auch politische Sendungen sein: Unterhaltung verstanden als ‚Verpackung‘ von Information und Belehrung [Hervorhebung im Original].“ (Hickethier 1979, S. 41). Als die Fernsehanstalten noch strikt an der Trennung der Kategorien festhielten, stellte sich die Frage, ob die Rezipienten diese Dichotomie spürbar wahrnahmen. Der Fernsehkritiker Josef

Rölz bemerkt, dass die Einordnung der Fernsehprogramme in die Kategorien Information und Unterhaltung nicht die Rezeptionswirklichkeit widerspiegelt: „Die zerstreute, unaufmerksame Rezeption kennzeichnet Fernsehunterhaltung wie Fernsehinformation.“ (Rölz 1979, S. 227). In der aktuellen Fassung des Staatsvertrages für Rundfunk und Telemedien (Rundfunkstaatsvertrag – RStV –) legen die Bundesländer der BRD fest, was sie unter den großen Programmrubriken ‚Information‘, ‚Bildung‘, ‚Kultur‘ und ‚Unterhaltung‘ verstehen (Die Bundesländer der Bundesrepublik Deutschland 2010). Demnach soll *Unterhaltung* neben Information, Bildung und Beratung einen wesentlichen Teil des gesamten Rundfunkprogramms darstellen (ebd.). Dabei verbinden sie Unterhaltung mit konkreten Sendungsinhalten, die aus Spaß-, Narrations-, Talk-Show-, Spiel- und Musikangeboten bestehen: „Im Sinne dieses Staatsvertrages ist [...] unter Unterhaltung insbesondere Folgendes zu verstehen: Kabarett und Comedy, Filme, Serien, Shows, Talk-Shows, Spiele, Musik [...]“ (ebd., S. 7f). Die Bundesländer führen als Unterkategorien die Codes ‚keine leichte Unterhaltung‘ sowie ‚intelligente und anspruchsvolle Unterhaltung‘ ein: Sendungen, die keine leichte Unterhaltung darstellen, sind demnach hauptsächlich informierende Sendungen („Verbrauchersendungen und Ratgebersendungen mit Unterhaltungselementen“) (ebd., S. 21). Orientierungs- und Ratgebersendungen mit intelligenter und anspruchsvoller Unterhaltung sollen im ZDF-Familienkanal zu finden sein (Die Bundesländer der Bundesrepublik Deutschland 2010). Die Bundesländer heben an dieser Stelle die pädagogische und anregende Funktion des öffentlich-rechtlichen Rundfunks hervor: „Wissensvermittlung, Lebens- und Alltagsbewältigung, politische und (zeit-)geschichtliche Bildung sowie anspruchsvolle Unterhaltung.“ (ebd., S. 67).

Die o. g., zwischen den Bundesländern abgesprochene Art der Programmausgestaltung deckt sich größtenteils auch mit der Rezipientenerwartung. Aus den drei Haupterwartungen ‚Spaß‘, ‚Spannung‘ und ‚Information‘ setzt der Rezipient seinen Unterhaltungsbegriff zusammen, der nicht unbedingt an ein bestimmtes Medium gebunden sein muss (Dehm und Storl 2002, S. 225). Dehm fasst es so zusammen: Aus der Rezipientenperspektive wird der „Begriff Unterhaltung [...] verwendet, um positiv erlebte soziale Kontakte zu kennzeichnen, die in erster Linie Spaß machen, gefallen, Abwechslung bieten, die man genießt und bei denen man neue Informationen erhält.“ (Dehm 1984, S. 225). Die Unterhaltung als ein wesentlicher Teil des Programms spielt in nahezu allen Formaten eine Rolle. Umso schwieriger wird es, die gesamte Sendezeit mit Unterhaltungsmerkmalen zu füllen. Es ist zu kritisieren, dass für die genannte Zeit nicht genügend Entertainer zu Verfügung stehen, die die Zuschauererwartungen erfüllen. Der Kabarettist Werner Schneyer formuliert es so: „[...] [E]s gibt das Miss-

verhältnis von zu füllenden Formaten [...] und vorzeigbaren Unterhalten.“ (Schneyder 2003, S. 17).

Was die Wirkung von Unterhaltung durch das Fernsehen betrifft, haben die Bundesländer zumindest für einen Teil des öffentlich-rechtlichen Fernsehprogramms (für den ‚ZDF-Familienkanal‘) genaue Vorstellungen. Unterhaltungsangebote sollen demnach der *Entspannung, Anregung, Information* und *Orientierung* dienen (Die Bundesländer der Bundesrepublik Deutschland 2010, S. 69). Diese Wirkungen wurden auch in Dehms Studie nachgewiesen (Dehm 1984, S. 226). Dort konnte gezeigt werden, „[...] daß Fernseh-Unterhaltung neben den für Unterhaltung allgemein konstituierenden Merkmalen [...] hauptsächlich der Entspannung, dem Ausgleich für alltägliche Anforderungen dient und deshalb nicht anstrengend sein darf.“ (ebd.). Insgesamt stellt Dehm heraus, dass es wichtig sei, mit einem Unterhaltungsbegriff zu arbeiten, der Merkmale von einem Rezipientenverständnis enthalte (ebd.). Sie plädiert in diesem Kontext für einen *rezipienten-orientierten* Unterhaltungsbegriff, der besonders als Grundlage für weitere Analysen zur Klärung von Fragen zur Medienwirkung hilfreich sein könne (ebd.). Rezeptionsorientiert ist demnach vor allem die Unterhaltungsform ‚Komik‘ im Fernsehen.

2.3.5.2 Publikum und Komik

Komik wird in zahlreichen Formaten nicht nur auf der Bühne oder in der Literatur, sondern auch im Rundfunk angeboten. Es tauchen sowohl kleine Komik-Rubriken innerhalb allgemeiner Unterhaltungssendungen als auch explizit als überwiegend komisch ausgewiesene Sendungen – sogenannte ‚Humorsendungen‘ – in der Rundfunklandschaft auf. Diese Humorsendungen werden von den Bundesländern eindeutig der Rubrik der ‚Unterhaltung‘ zugeordnet (Die Bundesländer der Bundesrepublik Deutschland 2010, S. 8). Beachtlich ist dabei, dass Humorsendungen (Kabarett und Comedy) zwar unter die Rubrik ‚Unterhaltung‘ fallen, aber bei ‚Kultur‘ nicht auftauchen (siehe ebd.). Diesen Umstand bemängelt auch der Kabarettist Herbert Feuerstein, welcher sich für ihn speziell auf das öffentlich-rechtliche Fernsehen bezieht, und sieht die Gefahr, dass der Humor nur als Beiwerk bzw. „Füllstoff“ angesehen wird (Feuerstein 2003, S. 33). Nach dem Comedy-Boom im deutschen Fernsehen der 1990er Jahre haben die Medienforscherinnen Gerlinde Schumacher und Daniela Hammer eine Studie zum Angebot, zur Nutzung und zu den Anforderungen von Humorsendungen im Fernsehen vorgelegt (Schumacher und Hammer 2000). Darin wurde festgestellt, dass die Fernsehsender insgesamt die Ausstrahlung von Comedy-Formaten ausgebaut haben (ebd., S. 572). Die privaten Sender verfügen über mehr Humorsendungsangebote als die öffentlich-rechtlichen Sender, dabei ist ein grundsätzlicher Unterschied der Humorform in den beiden Sendertypen zu

erkennen: Die Humorformate in ARD und ZDF sind eher von braver und konservativer, die der privaten Sender von innovativer und vulgärer Natur (ebd.). Die Zuschauererwartungen an Humorsendungen im Fernsehen beinhalten Unanständigkeit (in Maßen), Alltagsbezug, Spontaneität, Schlagfertigkeit und Glaubwürdigkeit der dargestellten Komikkonstellationen (Schumacher und Hammer 2000) und decken sich damit eher weitgehend mit dem Humorangebot der privaten als mit dem der öffentlich-rechtlichen Sender.¹² Während also der private Rundfunk, insbesondere das Privatfernsehen, schon immer auf *leichte* Unterhaltung im Bereich der Humorsendungen (z. B. Comedy), bei denen in der Regel der Spaß als Unterhaltungsform im Vordergrund steht, gesetzt hat, versucht das öffentlich-rechtliche Fernsehen neben seinen altbewährten *anspruchsvollen* Humorsendungen (z. B. politisches Kabarett) mehr und mehr leichte Komikunterhaltung in seinem Sendebetrieb einzuführen. Das kann u. a. daran liegen, dass das öffentlich-rechtliche Fernsehen Zuschauer des privaten Fernsehens anlocken und so für sich gewinnen möchte, um im Quotenwettbewerb im Bereich der Humorsendungen mithalten. Weil aber die Wahrscheinlichkeit gegeben ist, dass dadurch weniger anspruchsvolle Humorsendungen ausgestrahlt werden, besteht die Gefahr, dass die Humorvielfalt im Fernsehen eingeschränkt werden könnte. Feuerstein kritisiert in diesem Zusammenhang, dass nur noch der Massengeschmack bedient würde (Feuerstein 2003, S. 33).¹³ Diese Tendenz lässt sich auch in der Studie zur Erwartung der Fernsehzuschauer an aus ihrer Sicht ‚gute‘ Fernsehunterhaltung ablesen (Dehm und Storll 2002). Sie gibt darüber Aufschluss, welchen Stellenwert die verschiedenen Inhaltsmerkmale der Sendungen beim Rezipienten haben (ebd.). Dehm und Storll stellten fest, dass 35 % der Befragten das Element ‚Spaß, zum Lachen‘ angab. Es stellte damit vor ‚Spannung, fesselnd‘ (30 %) und ‚Informationen, informativ‘ (27 %) die größte Gruppe dar (ebd., S. 18). Nicht zuletzt deshalb wird prognostiziert, dass Unterhaltung in den Massenmedien (und im Theater) in Zukunft immer mehr in „Komik-Konstellationen“ auftritt (Schmidt 2006, S. 34).

¹² Zu einer erfolgreichen Comedysparte der privaten Sender zählt das – meist aus den Vereinigten Staaten importierte – Sitcom-Angebot, bei dem eine hohe Zuschauerbindung festgestellt werden kann (Schumacher und Hammer 2000).

¹³ Zusätzlich gibt es die Kritik, dass Komik in den Massenmedien eher anspruchslos ist: „Hatte Komik einst Kontingenz episodisch bewusst gemacht, [...] ist Komik heute massiv in die Massenmedien abgewandert, wo sie Kontingenz ohne (zumindest impliziten) epistemischen Anspruch nur noch *zur Unterhaltung vorführt*, und zwar seriell (also schematisiert) und folgelos [Hervorhebung im Original].“ (Schmidt 2006, S. 34).

2.3.5.3 Zusammenfassung

Präsenzpublikum und medienvermitteltes Publikum sind wesentliche Bestandteile des Komplexes der komischen Unterhaltung in den Medien. Beide Publikums-typen treten rezeptiv (passiv) oder teilhabend (aktiv) auf, und sie sind für Medien und deren Angebot im Bereich der komischen Unterhaltung existentiell. Denn komische Unterhaltung ist in den Medien in zahlreichen Formen vorzufinden, um für ein breites Publikum interessant zu sein. Besonders die Fernsehunterhaltung, welche selbstbestimmt und angenehm empfunden werden sowie innovativ sein soll, wartet mit unterschiedlichen Humorsendungen (Kabarett und Comedy) auf. Das Fernsehpublikum erwartet überwiegend Sendungen leichter Humorunterhaltung (Comedy) mit innovativen Elementen, die Spaß machen und zum Lachen anregen. Während das Privatfernsehen schon immer leichte Humorunterhaltung geboten hat, versucht das öffentlich-rechtliche Fernsehen durch ebenfalls leichte Humorunterhaltungsangebote sein Programm zu ergänzen und nicht ausschließlich auf die anspruchsvolle Humorunterhaltung zu setzen. Diese Pluralität und Innovationsversuche im Angebot, die der Erwartung des Publikums entgegenkommen, ermöglichen nicht nur Eklektizismus (Kabarett/Comedy-Mischformen), sondern machen es dem Publikum leichter, zwischen (konturstärkeren) Alternativen auszuwählen und somit selbstbestimmter/autonom zu reagieren, um – zumindest anteilig – eine Erhöhung der Lebensqualität zu erreichen.

2.3.6 Resümee

Die Erlebnisvariante der ‚komischen Unterhaltung‘ spielt für die Möglichkeit der Selbstverwirklichung sowie Lebensqualitätssteigerung in der postmodernen Gesellschaft eine wichtige Rolle. Optimal ist ein *positives* und *selbstbestimmtes* Erleben komischer Unterhaltung, welches im günstigsten Fall in einem unregulierten Rahmen stattfindet. Für eine Humorunterhaltung werden verschiedene Komikmittel eingesetzt, welche in der Überlegenheit, Entlastung und Inkongruenz begründet sind. Aus ihrer rezeptiven oder teilhabenden Situation heraus reagiert das Publikum auf leichte und anspruchsvolle Humorangebote – neben stiller Freude – oft mit einem unbeeinflussten oder beeinflussten Lachen, welches ein Gradmesser für eine gelungene Komik darstellen kann.

2.4 Musikalische Humorkulturen im Übergang: Tendenzen vor und nach der Deutschen Einheit

Es wird angenommen, dass nicht nur das Ereignis als System, sondern auch die dazugehörige Umgebung dynamisch ist. Eine dynamische Umgebung lässt sich

beispielsweise diachronisch beschreiben. Eine diachrone Perspektive bei Falldarstellungen einzunehmen, bedeutet insbesondere, eine kontextabhängige Entwicklung zu schildern: „Ein [...] Merkmal von Falldarstellungen ist die Schilderung eines Verlaufs, einer Entwicklung – und keine bloße Beschreibung eines Status quo –, einer Ausgangslage oder eines gegenwärtigen Zustandes. [...] Dabei kann aufgezeigt werden, welche Ereignisse für die Veränderung von Bedeutung waren [...]. Insofern sind Fälle immer zugleich Erzählungen und enthalten Verlaufskurven. [...] Alle Erzählungen sind kontextgebunden, selbst die kleinste Handlungseinheit bedarf eines Rahmens [...].“ (Heiner 2004, S. 95). Für eine diachrone Betrachtung können synchrone Stellen eine Orientierung bieten, um davon ausgehend zu untersuchende Zeiträume zu definieren. Bei der Berücksichtigung von soziologisch relevanten Phasen der BRD können die kulturellen Übergangsstadien nach Schulze (1992, S. 549-553) herangezogen werden. Er differenziert die Stadien nach der Restauration der Industriegesellschaft (1949-1965), dem Kulturkonflikt (1965-1979) und der Erlebnisgesellschaft (seit 1980) (ebd.). Die Deutsche Einheit im Jahre 1990, die in die Phase der Erlebnisgesellschaft fällt, stellt als gesellschaftliches Ereignis eine nationale Besonderheit dar, die in der hier verwendeten Chronologie als Übergang zwischen den Perioden *vor* und *nach der Einheit* fungieren soll. Hier ist der (humor-)kulturelle Kontext beider Perioden als Umgebung für das musikalische Ereignis als System zu berücksichtigen.

2.4.1 *Vor der Deutschen Einheit*

Nach dem zweiten Weltkrieg und seit den 1950er Jahren existieren die Formen Kabarett, Comedy und Kabarett-/Comedy-Mix parallel (siehe Kapitel 3.1.4). Bis zur Deutschen Einheit wurden in beiden deutschen Staaten Maßnahmen ergriffen, die mitunter Lieder aus den Bühnenprogrammen humoristisch ausgerichteter Kleinkunstformen zensierten.

In der BRD zensierten insbesondere öffentlich-rechtliche Rundfunkanstalten die Programme einiger Musikkabarettisten und -kabarettgruppen, z. B. 1955 der Sender Freies Berlin (SFB) die Live-Übertragung des Programms ‚Der Mann mit der Pauke‘ von Wolfgang Neuss durch Verstummung (offizieller Grund: Tonstörung), 1967 der Westdeutsche Rundfunk (WDR) die Sendung von Ausschnitten aus Programmen von ‚Floh de Cologne‘ durch Herausschneiden einer Nummer, 1968 und 1971 Absetzung einer vereinbarten Fernsehproduktion mit der Gruppe, 1978 der Norddeutsche Rundfunk (NDR) ein Lied von Franz Josef Degenhardt aus einer Sendung durch Herausnahme aus dem Programm (offizieller Grund: Nicht den Programmgrundsätzen entsprechend) (Budzinski 1989, S. 171, 176, 178). Mit den Gruppen ‚Schobert & Black‘ und ‚Insterburg & Co.‘ sowie dem

Liedermacher Eckart Kahlhofer etablierten sich in der BRD im Rahmen der humoristisch ausgerichteten Kleinkunst in den 1960er Jahren zum ersten Mal Künstler und Künstlergruppen mit leichter musikalischer Humorunterhaltung, die eine Alternative zum anspruchsvollen Kabarett boten und in der Regel von Zensurmaßnahmen verschont blieben.

Die Kabarettproduktionen und -aufführungen – und damit auch die Liedproduktionen und -aufführungen in einem Kabarettprogramm – fanden in der Deutschen Demokratischen Republik (DDR) unter anderen Bedingungen statt. Offiziell, also aus der Sicht der Parteiführung, hatte das Kabarett eine moralisierend-erzieherische Aufgabe wahrzunehmen, wenn es um DDR-interne Themen ging (Riemann 2001, S. 14). Bei Gegenständen, die den Westen betraf, konnte die lächerlichmachend-vernichtende Satirekomponente als Angriff dienen (ebd.). Die Kabarettisten in der DDR nahmen auf der einen Seite kritisch Stellung zur Gesellschaft, auf der anderen Seite übten sie auch eine staatsnahe Tätigkeit aus (Jacobs 1996, S. 268). Mit dem Vollzug der staatlichen Zensur und dem Verbot der Namensnennung von Funktionären lernten die Kabarettisten, die Verknüpfung von Person bzw. Partei und Mangelzustand zu verschlüsseln, so wie sich der Kabarettist Peter Ensikat an seine frühere Tätigkeit erinnert: „Unser ganzer Trick bestand darin, dass wir scheinheilig von den propagierten sozialistischen Idealen ausgingen, um daran die so gar nicht sozialistische und erst recht nicht ideale Wirklichkeit zu messen. Wir nannten zwar nicht die handelnden Politiker beim Namen, wohl aber die Dinge, die sie zu verantworten hatten. [...] Gerade weil wir die Namen nicht nennen durften, waren wir gezwungen, zur Wurzel mancher Übel vorzudringen. Dank der jahrzehntelangen Erfahrung mit der Zensur waren wir zu wahren Meistern des Verschlüssels geworden.“ (Ensikat 2007, S. 78). Die Botschaften zwischen den Zeilen bekamen also einen besonderen Stellenwert. Dadurch hatte die Zensur einen gewissen (unerhofften) Unterhaltungswert:

„Die Zensoren wussten, dass wir sie, wo immer sie nicht aufpassten, betrügen würden. Wir wussten, unter welchem Druck sie standen. Wir durchschauten einander, ohne es voreinander zuzugeben. Es war ein Katz-und-Maus-Spiel, von dem auch unsere Zuschauer wussten. Mit denen mussten wir uns gezwungenermaßen oft genug über das unausgesprochene Wort verständigen. In dieser stillschweigenden Übereinkunft wurde das Publikum fast so etwas wie unser Koadressat, indem es über das lachte, was wir zwar nicht direkt gesagt, aber gemeint hatten. Die Zensur bekam auf diese Art und Weise einen ganz beträchtlichen Unterhaltungswert.“ (Ensikat 2010, S. 69).

Eine Funktion der Musik im Kabarett war hierbei die akustische Überlagerung des kritischen Textes, wie es z. B. bei der sogenannten ‚Abnahmeprobe‘ praktiziert wurde:

„Damit es [...] gar nicht erst zu aufsehenerregenden Verboten kam, wurden alle Texte, bevor sie in die Proben gehen durften, von den zuständigen Kulturbehörden sorgfältig – Wort für Wort – auf ihre politische Gefährlichkeit hin geprüft. Mancher Text wurde so schon im Voraus verboten oder noch mal zur Überarbeitung zurückgeschickt. Um ganz sicher zu gehen, dass man in den genehmigten Texten nichts überlesen hatte, kamen die ‚anleitenden Organe‘ dann selbst noch ins Kabarett zu einer Abnahmeprobe, um endgültig zu prüfen, ob das, was da auf der Bühne aus den Texten gemacht worden war, nicht doch noch unerkannten Sprengstoff enthalte. Die Darsteller nuskelten sich dann manchmal über brisante Stellen hinweg oder die Musik wurde plötzlich lauter, als es für das Textverständnis günstig war. In den anschließenden Abnahmegesprächen zwischen den Kabarettisten und den Funktionären gab es dann sehr oft einen nervenaufreibenden Kuhhandel um einzelne Wörter. So komisch das sein konnte, so deprimierend war es oft genug [Hervorhebung im Original].“ (ebd., S. 67).

Auf den musikalischen Programmplätzen wurden vorrangig Lieder in Form von Chansons, Couplets und Quodlibets dargeboten (Jacobs 1996, S. 256f). Die singenden Kabarettisten des DDR-Berufskabarets wurden in der Regel von kabaretteigenen Musikern bzw. Musikgruppen begleitet (ebd., S. 256).

Die politisch-rechtlichen Einflüsse waren also in der Periode vor der Deutschen Einheit von unterschiedlicher Qualität und Konsequenz: Während in der BRD die Zensur in manchen Fällen *nach der Text- bzw. Liedproduktion und vor der Mediensendung (Selbst- und Nachzensur)* griff und von mittelbaren Anstalten des öffentlichen Rechts, den Rundfunkanstalten, ausging, intervenierte in der DDR unmittelbar der Staat in die Produktion, und zwar bereits *während des Produktionsprozesses (Vorzensur)*.

2.4.2 Nach der Deutschen Einheit

Mit dem Mauerfall 1989 fiel in der DDR die Zensur in der Unterhaltung weg. Im Zuge der Deutschen Einheit ging die DDR in der BRD auf, und damit war das Kabarett der DDR Geschichte. Auch der Kabarettgegenstand ‚Zensur‘ ist dabei verloren gegangen: „Auch heute kommt das Publikum [...] meist ins Kabarett, um seine Meinung zu hören. Aber das einst so geheime Spiel zwischen Bühne und Publikum gibt es nicht mehr. Der Reiz der Geheimbündelei, des heimlichen Einverständnisses gegen ein System und seine Zensur ist verschwunden.“ (Enskat 2007, S. 78). Trotzdem bestehen bis heute bekannte DDR-Kabarets, die ihre spezifische Ost-Charakteristik behalten bzw. zu den neuen Verhältnissen relationiert haben. Im Zusammenhang mit ihrer Vergangenheit betonen Kabarets wie die ‚Distel‘ und die ‚Pfeffermühle‘ ihr jeweils eigenes Profil, und sie machen in ihren heutigen Programmen zum Teil gegenwärtige Ost-/Westdifferenzen zum Gegenstand (Riemann 2001, S. 274f). Als Ensembles stellen sie eine Besonderheit im von Solokabarets dominierenden Markt dar (ebd., S. 274).

Mit dem Bevölkerungszuwachs stiegen in der neuen BRD die Zahl der Unterhaltungsrezipienten und deren (Nachhol-)Bedarf an Unterhaltungserlebnissen. Einige Humoristen standen leichten Unterhaltungselementen offener gegenüber und boten in ihren Bühnenprogrammen neben reinen Wortnummern musikalische Beiträge, die sich zusätzlich auf Tonträgern befanden. Lieder wurden zum Teil sowohl von den öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten als auch von den erst seit wenigen Jahren existierenden privaten Rundfunkunternehmen gesendet. Eine expansive Verbreitung findet seit Ende der 1990er Jahre über die Bereitstellung der musikalischen Produkte bzw. Sendungen im Internet statt. Der Sprachwissenschaftler und Kabarettist Volker Surmann hat sich insbesondere mit dieser Periode auseinandergesetzt und stellt folgende Thesen zu stabilen Trends in der deutschen Humorlandschaft nach 1990 auf:

1. Annäherung der Genres Kabarett und Comedy,
2. anhaltender Erfolg des – insbesondere solistischen – Musikkabarets,
3. der satirisch-humoristischen Lesebühnen und
4. diverser anarchischer Mischformen (Surmann 2010, S. 133).

Im Zusammenhang mit der ersten These sind im Hinblick auf die vorliegende Untersuchung folgende Fragen relevant: Ist eine Annäherung der Genres Kabarett und Comedy anhand der Lieder zeitgenössischer Humoristen nach 1990 zu erkennen? Wenn ja, welche Merkmale weisen darauf hin?

2.4.3 Raum und Zeit musikalisch-humoristisch ausgerichteter Kleinkunst

Die oben beschriebenen Übergänge besitzen sowohl eine räumliche als auch eine zeitliche Dimension: Raum und Zeit musikalisch-humoristisch ausgerichteter Kleinkunst sind ineinander verschränkt. So sind die in Kapitel 3 zu erwähnenden (physisch-)geometrischen Räume, in denen Lieder zeitgenössischer Humoristen aufgeführt werden, in kultursoziologische Räume eingebettet, die im Zeitverlauf Wandlungen erfahren. Diese Räume werden von dem Tourismuswissenschaftler Karlheinz Wöhler als ‚Kulturräume‘ bezeichnet: „Räume sind kulturell [...], die sich als Depot für die Ausbildung von Identitäten und die Konstitution sozialer Welt (Welterschließung) erweisen.“ (Wöhler 2006, S. 49).

Kulturräume, in denen musikalisch-humoristisch ausgerichtete Kleinkunst eine Rolle spielt, entstanden zur Zeit der Weimarer Republik. Zu dieser Zeit wurden Cafés, Bars und Kabarets zu „[...] institutionalisierte[n] Raumgebilde[n].“ (Stahrenberg 2012, S. 269). Vor der Institutionalisierung konnten an diesen Orten, die von Stahrenberg als ‚Hot Spots‘ bezeichnet werden, musikalische Handlungsräume erprobt und entwickelt werden (ebd., Umschlagtext).

Humoristen der Gegenwart suchen für die Aufführung ihrer Lieder ähnliche Orte auf. Im Rahmen des Live-Sektors verbreiten sie ihre Lieder spätestens mit der Erreichung des Prominentenstatus in Form von Auftritten innerhalb einer Tournee, sodass sie Kulturräume an verschiedenen geografischen Orten bespielen können.

Zeitgenössische Humoristen treffen im Kulturraum auf ein Publikum. Ein Publikum ist als „[...] Personenkollektiv [...]“ durch den „gleichzeitigen Konsum eines bestimmten Erlebnisangebots [...]“ definiert (Schulze 1992, S. 460). Durch Netzbildung können Publika zu einer Szene werden, wenn Ähnlichkeiten vorliegen: „Eine Szene ist ein Netzwerk von Publika, das aus drei Arten der Ähnlichkeit entsteht: partielle Identität von Personen, von Orten und von Inhalten. Eine Szene hat ihr Stammpublikum, ihre festen Lokalitäten und ihr typisches Erlebnisangebot.“ (ebd., S. 463). Das Stammpublikum ist oft nicht nur auf *eine Lokalität* beschränkt, in der es Lieder zeitgenössischer Humoristen konsumiert. Es wechselt zwischen *mehreren Orten*, sodass multilokale Szenen entstehen (ebd.). Um 1970 entstand in der BRD die ‚Neue Kulturszene‘ (ebd., S. 480), die Erlebnisangebote wie „Kleinkunst, freie Theatergruppen, Jazz-Rock-Pop-Folk-Konzerte, Kabarett, Tanztheater, Filmkunst [...]“ hervorbrachte (ebd., S. 471). Innerhalb dieser Szene ist das Selbstverwirklichungsmilieu die dominierende Gruppe (ebd., S. 482). Schulze hat anhand empirischer Daten der späten 1980er Jahre feststellen können, dass sich die Erlebnisangebote der ‚Neuen Kulturszene‘ durch Variation auszeichnen, die sich in neuen Gruppen, Stilen und Inhalten widerspiegelt (ebd., S. 481). Im Unterschied zu Konzerten der Hochkultur, bei denen das Publikum bewegungslos und still bleibe, benötigten Musiker der ‚Neuen Kulturszene‘ ein aktives Publikum, um stimuliert zu werden (ebd.). Damit entsteht beim konkreten Konsum ein spezielles Genussmuster: „Das Genussmuster ist eine Art aufgelockerter Kontemplation, ein Wechsel zwischen ruhiger Konzentration und spontaner Reaktion, zu beobachten etwa in Jazz-Sessions, im Kino, in Kleinkunstabühnen.“ (ebd., S. 482f). Durch die hohe Kommunikationsbereitschaft der ‚Neuen Kulturszene‘ begeben sich diese in die Nähe der ‚Kneipszene‘ (ebd., S. 482).

Die Aufführung von Liedern zeitgenössischer
Humoristen

Zur Umgebung, Funktion und Struktur von
Erlebnissystemen

Neubauer, H.

2017, XVI, 332 S. 132 Abb., Softcover

ISBN: 978-3-658-14675-7