

Komik und Humor als Internetphänomen

Bachelor-Kolleg – Interaktive Medien – WS 2013/14

erstellt von:

Lukas Jaborsky

Martin Hofmann

betreut durch:

Prof. Michael Stoll

Prof. Dr. W. Kowarschick

abgeben am:

22.01.2014



**Hochschule
Augsburg** University of
Applied Sciences

Inhaltsverzeichnis

1.0 Einleitung	3
1.1 Einführung	3
1.2 Idee	3
2.0 Komik und Humor	3
2.1 Unterscheidung zwischen Komik und Humor	4
2.1.1 Begriffsklärung Komik	4
2.1.2 Begriffsklärung Humor	5
2.1.3 Zusammenspiel von Komik und Humor	6
2.2 Wie entsteht Lustigkeit?	6
2.3 Einteilung des Humors	9
2.3.1 Ironie	9
2.3.2 Sarkasmus	10
2.3.3 Zynismus	11
2.3.4 Satire	12
2.3.5 Parodie	13
2.3.6 Witz	14
2.3.7 Nonsens	15
2.3.8 Slapstick	16
2.3.9 Schwarzer Humor	17
3.0 Komik und Humor im Internet	18
3.1 Einfluss des Mediums auf dessen Inhalte	19
3.1.1 Erstellen von Inhalten	19
3.1.2 Geschwindigkeit	19
3.1.3 Viralität	20
3.2 Komik und Humor als Internet-Mem	21
3.2.1 Erklärung Internet-Mem	21
3.2.2 Formen von Internet-Memen	22
3.2.2.1 Zeichen, Wörter und Wortfolgen	22
3.2.2.2 Bilder	24

3.2.2.3 Bildmakros	25
3.2.2.4 MS-Paint-Comics	27
3.2.2.5 Diagramme	28
3.2.2.6 Videos	29
3.2.3 Ökosysteme zur Verbreitung von Komik und Humor	30
3.2.3.1 Soziale Netzwerke	31
3.2.3.2 Weblogs	33
3.3 Zusätzliche Formen	38
4.0 Profilierung lustiger Diagramme	38
4.1 Generelle Komik	39
4.2 Bewertungskriterien	40
4.3 Profilierung	42
4.3.1 Diagramm 1	42
4.3.2 Diagramm 2	43
4.3.3 Diagramm 3	45
4.3.4 Diagramm 4	46
4.3.5 Diagramm 5	48
4.3.6 Diagramm 6	49
4.3.7 Diagramm 7	50
4.3.8 Diagramm 8	52
4.3.9 Diagramm 9	53
5.0 Fazit	54
6.0 Literaturverzeichnis	57

1.0 Einleitung

1.1 Einführung

Als Vorbereitung auf unser Bachelorprojekt an der Hochschule Augsburg, recherchieren wir, wie Komik und Humor entstehen, in welchen Formen diese im Internet auftreten und wie sie sich auf Diagramme übertragen lassen. Dabei liegt eine in 1.2 erklärte Idee zugrunde. Auf Basis dieser Idee und der folgenden Recherche wollen wir das Konzept für die praktische Umsetzung unserer Bachelorarbeit erstellen.

1.2 Idee

Unser Projekt soll eine interaktive Webanwendung werden, die Daten zur humorvollen Selbstanalyse sammelt, auswertet und in Diagrammen darstellt. Nutzern soll es möglich sein, anonym Fragen zu stellen, den Fragen Antwortmöglichkeiten hinzuzufügen oder bereits bestehenden zuzustimmen. Auf diese Weise soll ein Pool aus Informationen zusammengetragen werden, der sowohl belustigend ist, als auch einen zum Teil verhaltensanalytischen Mehrwert beinhaltet. Diese gesammelten Daten werden anschließend im Stile von Webseiten wie *9GAG* oder *SMS VON GESTERN NACHT* in kleinen Einheiten und somit in leicht konsumierbarer Form dargestellt werden. Auf Basis dieser Recherche wollen wir unsere Idee weiterentwickeln und schließlich das Konzept für unsere Bachelorarbeit daraus ableiten.

2.0 Komik und Humor

Bevor wir uns mit Komik und Humor im Internet beschäftigen, müssen wir uns auf einer allgemeinen Ebene mit diesen zwei Begriffen beschäftigen. Auf diesem Gebiet gibt es keine allgemeingültige Theorie, auf deren Basis man eine Analyse vornehmen könnte. Hilfestellungen bieten Texte bekannter Philosophen aus

verschiedenen Bereichen. Zunächst drängen sich die Fragen auf: „Was finden wir eigentlich lustig? Wie hängen Komik und Humor zusammen? Was hat es mit den unterschiedlichen Arten von Humor auf sich?“ Im Folgenden werden wir versuchen, diese Fragen zu beantworten und einen konstruktiven Themenüberblick zu schaffen.

2.1 Unterscheidung zwischen Komik und Humor

2.1.1 Begriffsklärung Komik

Als komisch bezeichnet man die Eigenschaft eines Objektes, die für dieses als ungewöhnlich oder lustig gilt. Als Voraussetzung für Komik müssen allgemein anerkannte Normen, Verhaltensweisen oder Erwartungen bestehen. Der deutsche Philosoph *Joachim Ritter* schreibt in seinem Aufsatz *Über das Lachen* aus dem Jahre 1940: „Diese den Menschen je leitende Lebensordnung des Ernstes ist die Voraussetzung, ohne die das Spiel des Komischen und Lächerlichen und der Sinn, der diesem Spiel je innewohnt nicht verständlich ist.“¹ Als Beispiel hierfür kann der Clown genannt werden. So gilt jemand unter Menschen als komisch, wenn er sich abweichend zur Norm kleidet oder verhält. Auch Gegenstände oder Situationen weisen eine Komik auf, sobald diese von den allgemein erwarteten Eigenschaften oder Regeln abweichen.

Es kann zwischen einer objektiven und subjektiven Komik unterschieden werden.² Als objektiv gilt Komik, wenn Eigenschaften, Merkmale und Leistungen von Objekten nicht auf deren Norm zutreffen. Als subjektiv gilt Komik, wenn eine Diskrepanz zwischen Worten, Gesten, Mimik oder Handlungen und deren Bedeutung, Sinn oder Wahrheit besteht. Als Beispiel für subjektive Komik gilt die Ironie (siehe 2.3.1). Zusätzlich kann man zwischen bewusster und unbewusster Komik differenzieren. Ein Clown im Zirkus ist bewusst komisch, um Menschen zum Lachen zu bringen. Ein Mensch, der durch seinen besonderen Kleidungsstil Passanten zum Lachen bringt, ist unbewusst komisch.

¹ Bachmaier: Texte zur Theorie der Komik, S. 105, zitiert nach: Joachim Ritter: *Über das Lachen*, 1940, in: J.R.: *Subjektivität. Sechs Aufsätze*, Suhrkamp, Frankfurt a.M., 1974, S. 75-77.

² vgl. Bachmaier: *Texte zur Theorie der Komik*, S. 89.

2.1.2 Begriffsklärung Humor

Mit dem Zitat „Humor ist, wenn man trotzdem lacht“ von *Otto Julius Bierbaum* lässt sich die menschliche Eigenschaft, bestimmte Dinge, Umstände, Schwierigkeiten auf eine lustige Art und Weise zu interpretieren kurz und prägnant beschreiben.

Humor wird in zwei große Sinnbereiche eingeteilt. Der erste Sinnbereich beschreibt den humoristischen Umgang mit sich selbst und der Welt. Als humorvoll kann man hier diejenigen bezeichnen, die zum Beispiel auch über sich selbst und ihre eigenen Fehler lachen können. Der zweite Sinnbereich beschreibt Humor als Weg der Kommunikation und Interaktion mit Mitmenschen und der Umwelt. In diesem Fall gelten Personen zum Beispiel als humorvoll, wenn sie ihre Mitmenschen oft zum Lachen bringen und auch selbst lachend auf Aktionen reagieren.

Traditionell existieren drei Kategorien von Theorien, die sich mit der Entstehung von Humor auseinandersetzen. Die *superiority-theories* (Theorien der Überlegenheit), die *relief-theories* (Theorien der Befreiung) und – als vorherrschendes Leitbild – die *incongruity-theories* (Theorien der Widersprüchlichkeit).³

Nach den *superiority-theories* entsteht Lachen aus dem spöttischen Gefühl der Überlegenheit heraus und ist eine Form von Ignoranz und Selbstüberhebung. Dieser Ansatz wurde vor allem von Platon und Aristoteles geprägt. Im Gegensatz dazu steht die Annahme von Thomas Hobbes. Dieser sieht „Lachen (...) als Ausdruck des Triumphs (...), in Fällen, in denen andere eine Schwäche zeigen.“⁴

In den *relief-theories* wird hingegen davon ausgegangen, dass Lachen dazu dient, den Energiehaushalt im Körper auszugleichen. Humor ist also ein Sicherheitsventil für überschüssige nervliche Energie. Diese Annahmen zum Humor wurden vor allem durch Spencer und Sigmund Freud geprägt.⁵

Die dritte Art theoretischer Ansätze zur Entstehung von Humor sind die *incongruity-theories*, welche Widersinnigkeit als Quelle des Lachens anführen.

³ vgl. Räwel: Humor als Kommunikationsmedium, S. 11.

⁴ vgl. Räwel: Humor als Kommunikationsmedium, S. 12, zitiert nach: T. Hobbes: Human nature, or the fundamental elements of policy, 1650, in: W. Molesworth: The English works of Thomas Hobbes of Malmesbury (Vol. 4), London, Leviathan, Harmondsworth (1651, 1968).

⁵ vgl. Räwel: Humor als Kommunikationsmedium, S. 13, zitiert nach: S. Freud: Der Witz und seine Beziehung zum Unbewussten, Gesammelte Werke, 6. Band, Frankfurt a.M., 1905.

Immanuel Kant schreibt: „Es muss in allem, was ein lebhaftes erschütterndes Lachen erringen soll, etwas Widersinniges sein. Das Lachen ist ein Affekt aus der plötzlichen Verwandlung einer gespannten Erwartung in nichts.“⁶

Eine Vermischung der *relief-theories* und der *incongruity-theories* wird als moderne Theorie des Humors bezeichnet.

2.1.3 Zusammenspiel von Komik und Humor

Dieser Abschnitt handelt von der Stelle, an der sich Humor und Komik vermischen. Denn über ungewöhnliche Dinge (Komik) kann gelacht werden (Humor). Oftmals verschwimmen hier die Bezeichnungen. So wird Komik als Humor bezeichnet und umgekehrt, oder beide Begriffe werden unter einem der beiden Wörter zusammengefasst. Der Philosoph *Nicolai Hartmann* (1882-1950) beschreibt diese Verknüpfung so: „›Das Komische und der Humor‹ – das gehört gewiß eng zusammen, ist aber nicht nur nicht dasselbe, sondern steht auch formal nicht in einer Parallele. Das Komische ist Sache des Gegenstandes, seine Qualität, – wenn auch ›nur‹ für ein Subjekt, was ja für alle ästhetischen Gegenstände gilt, – der Humor dagegen ist die Sache des Betrachters oder des Schaffenden (des Dichters, des Schauspielers).“⁷ Dies bedeutet, dass beide Begriffe nicht nebeneinander existieren, sondern aufeinander aufbauen. So fordert bestehende Komik den Humor heraus. Ein Beispiel hierfür: Eine Komödie, die im Fernsehen läuft, fordert Zuschauer zum Lachen auf. Die Komik dieses Films basiert auf dem Humor der Drehbuchautoren und Schauspieler, die komische Situationen und Dialoge erschaffen. Folglich fordert Komik Humor und Humor Komik.

2.2 Wie entsteht Lustigkeit?

Eigentlich sollte dieses Kapitel *Wie entsteht Humor?* oder *Wie entsteht Komik?* heißen. Da beides aber zusammengehört und aufeinander aufbaut, führen wir hier den Überbegriff *Lustigkeit* ein. Jeder Mensch entwickelt im Laufe seine Lebens

⁶ Rável: Humor als Kommunikationsmedium, S. 13, zitiert nach: Kant I.: Kritik der Urteilskraft, Werksausgabe, Bd. X, Frankfurt/M., 1. Teil, 1. Abschnitt, § 54.

⁷ Bachmaier: Texte zur Theorie der Komik, Reclam Universal-Bibliothek, Stuttgart, 2005, S. 105, zitiert nach: N. Hartmann: Ästhetik, de Gruyter, 1953, S. 415-417.

einen eigenen Charakter und somit auch einen eigenen Humor, also liegt es auch im Auge des Betrachters, ob er etwas lustig findet oder nicht. Eine komische Sache kann so bei manchen Menschen Gelächter auslösen und bei anderen zum Beispiel Verwunderung oder eine andere Emotion. Aus den unterschiedlichen Theorien zum Humor lassen sich verschiedene Kriterien zur Charakterisierung von Lustigkeit herausfiltern.

So stellt der schwedische Psychologe *Göran Nerhardt* fest, dass, je mehr von einer spezifischen Erwartung abgewichen wird, der humoristische Reiz umso größer ausfällt.⁸ Je größer also der Unterschied zwischen Erwartung und Tatsache an eine komische Sache ist, desto lustiger finden wir sie. Als Beispiel kann man das grundlegende Prinzip der Fernsehserie *Tom und Jerry* anführen. Die allgemeine Erwartung an das Spiel zwischen Katz und Maus ist, dass die Katze über die Maus dominiert. Im besten Falle gelingt es der Maus, den Krallen der Katze zu entweichen. Jedoch schafft es *Jerry* in der Serie nicht nur dem Kater *Tom* zu entweichen, er behält auch weitestgehend die Oberhand. In diesem Fall wird die Erwartung äußerst vehement gebrochen, der Zuschauer findet es deshalb lustig.

Ein weiteres Kriterium stellt die Wiederholung dar. Der französische Philosoph *Henri Bergson* beschreibt, dass es komisch wirkt, wenn stets die gleichen Worthülsen, Formeln, Floskeln oder Redensarten verwendet werden.⁹ Hier kann man als Beispiel eine ganze Reihe von Witzen (siehe 2.3.6) anführen. So erfreuen sich bei Jugendlichen Blondinen- und Deine-Mudda-Witze großer Beliebtheit, welche nach einem sich wiederholenden sprachlichem Schema aufgebaut sind. Ein anderes Beispiel für Wiederholung ist der fiktive Charakter *Sheldon Cooper* aus der TV-Serie *The Big Bang Theory*. Der unter Zwangsneurosen leidende Wissenschaftler muss zur Belustigung der Zuschauer immer wieder die gleichen Dinge tun. Dazu zählen Rituale wie das dreimalige Anklopfen an eine Tür, bevor er einen Raum betreten kann, oder eine festgelegte Abendplanung, die sich jede Woche wiederholen muss.

Aufbauend auf dem „Sachverhalt, dass Witze oftmals dann als besonders lustig empfunden werden, wenn die ›Witzopfer‹ nicht gemocht oder Ihnen gar

⁸ vgl. Rável: Humor als Kommunikationsmedium, S. 16, zitiert nach: G. Nerhardt: Humor and inclinations of Humor: Emotional Reactions to stimuli of different divergence from a range of expectancy, in *Scandinavian Journal of Psychology*, 1970, 11, S. 185-195.

⁹ vgl. Bachmaier: Texte zur Theorie der Komik, S. 105, zitiert nach: Henri Bergson: Das Lachen, 1900, Heinrich Hugendubel Verlag, S. 5-18.

feindselige Gefühle entgegengebracht werden (...)“¹⁰, kann ein weiteres Kriterium für Lustigkeit festgelegt werden. Nach dem freudschen Ansatz (siehe 2.1.2) werden also auch negative Gefühle gegenüber einer anderen Person, einem Sachverhalt oder Ähnliches in Humor umgewandelt. Dieser äußert sich dann auf eine komische Art und Weise zum Beispiel in Bildern, Sprache, Gestik, Mimik oder Schrift. Stimmt ein Betrachter mit der Meinung des Komikers über die zugrundeliegende Sache überein, findet er dies lustig. Dieses Kriterium ist der Grund, warum wir zum Beispiel Satire lustig finden oder aber auch schadenfroh sind.

Auch gilt die Novität als Kriterium für eine lustige Sache. Novität (laut Duden etwas neues [und neuartiges], das an die Öffentlichkeit gebracht wird) bedeutet, dass zum Beispiel ein Witz neu sein muss, um bei Konsumenten ein Lachen auszulösen. Ein oft gehörter Witz oder eine oft gesehene komische Sache wird in der Regel nicht mehr als lustig empfunden. Zudem besteht ein Witz aus einer Einleitung und einer Pointe. Um ihn zu verstehen, müssen die Zusammenhänge hergestellt und ein Schluss gezogen werden. Je nach Person oder Witz geht das sofort oder kann aber auch ein paar Minuten in Anspruch nehmen. Man erfreut sich also nicht nur an dem Lustigen, sondern auch daran, dass man die Pointe des Witzes verstanden hat.¹¹

Beispiel „Herren im Bad“ von Lorient



Hier analysieren wir beispielhaft die Lustigkeit des Cartoons *Herren im Bad* von *Lorient* (Abbildung unten) aus dem Jahr 1978. Er zeigt Herrn Müller-Lüdenschmidt und Dr. Klöbner in der Badewanne eines Hotelzimmers. Bezieht man sich auf die Inkongruenztheorie, liegt die Lustigkeit dieses Cartoons zum einen im optischen

Erscheinungsbild, was sich in der Darstellung der Figuren und der Szenerie widerspiegelt. Dies erkennt man zum Beispiel an den unstimmgigen Proportionen,

¹⁰ vgl. Räwel: Humor als Kommunikationsmedium, S. 17, vgl. dazu etwa: Wicker, F.W./Barron, W.L.III/Willis, A.C., Disparagement humor: Dispositions and resolutions, in: *Journal of Personality and Social Psychology*, 1980, 39, S. 689-700.

¹¹ vgl. Bachmaier: Texte zur Theorie der Komik, S. 131.

nicht realen knalligen Farben oder einer unwirklichen Szenerie oder auch Interpretation der Handlung oder Aussage des Cartoons, also am eigenen Humor. Die unrealistische Darstellungsart ist deutlich an dem für *Loriot* charakteristischen Aussehen der Figuren (zum Beispiel die Knollnasen) zu erkennen. Zum anderen ist auch die gesamte Situation, bei der sich zwei fremde Herren zusammen in einer Badewanne befinden, unwirklich und strahlt ihre eigene Komik aus. Zusätzlich drückt der Verfasser, mit der Handlung beziehungsweise Aussage des Videos über die Eigenheiten der Deutschen, seinen eigenen Humor aus. Typisch für *Loriot* ist hierbei das Merkmal der Höflichkeit.¹²

2.3 Einteilung des Humors

Nachdem wir uns nun mit den Begriffsdefinitionen von Komik und Humor sowie der Entstehung von Lustigkeit auseinandergesetzt haben, beschäftigen wir uns im folgenden Abschnitt mit der Frage, welche Arten humoristischen Handelns existieren und wie diese zu definieren sind.

2.3.1 Ironie

Nahezu alle Theoretiker, die sich mit der Thematik der Ironie auseinandergesetzt haben, betrachten *Sokrates* als eine Art „Urvater“ ebendieser. Er hat durch die gezielte Untertreibung seiner eigenen Fähigkeiten, seinen Gesprächspartner in eine Art Falle gelockt. Durch die daraufhin entstehende Verlegenheit des Gesprächspartners, konnte *Sokrates* ihn zum Nachdenken anregen und nachfolgend belehren.

Heute versteht man unter dem Ironiebegriff ein rhetorisches Mittel, bei dem eine Diskrepanz zwischen dem Gesagten und dem Gemeinten vorherrscht. Diese Diskrepanz wird dem Gesprächspartner verdeutlicht, indem man darauf hinweist (zum Beispiel durch Stimmlage oder Mimik), dass das Gesprochene reflektiert werden muss.¹³ Kann dies nicht wahrgenommen werden, „ist Ironie

¹² vgl. Zeit Online: Humor Analyse, 24.08.2011, URL: <http://www.zeit.de/kultur/2011-08/loriot-interview-sprachwissenschaftler>, Stand: 15.11.2013.

¹³ vgl. Räwel: Humor als Kommunikationsmedium, S. 94.

gescheitert, [das Gesagte] wird gegebenenfalls im Nachhinein sogar als Heuchelei ausgelegt. Durch Mitteilung des Gegenteils, also eine durch größtmöglichen Kontrast offensichtlich gemachte Information, soll dies vermieden werden.“¹⁴

Nun kann man sich die Frage stellen, warum Ironie eigentlich verwendet wird. Zunächst ermöglicht sie es, auf indirekte Weise zu kommunizieren, was eine Referenz auf die eigentliche Wahrheit entstehen lässt. Wenn etwas dagegen direkt kommuniziert wird, entsteht immer auch ein „Gegensinn“ des Gesagten.¹⁵ Durch die Ironie kann man dieses Problem umgehen und die Entstehung eines Gegensinnes vermeiden, was zu einer stärkeren Gewichtung des Gesprochenen führen kann.¹⁶

Beispiel – Ironie

Zwei Kollegen haben Zeitdruck, weil sie zu einem Meeting müssen. Einer schaut auf die Uhr und sagt: „Ach, wir haben ja noch ewig Zeit.“

2.3.2 Sarkasmus

Hinter Sarkasmus verbirgt sich die Absicht, jemanden zu verspotten oder zu verhöhnen. Er kann auf zwei verschiedene Arten gebraucht werden, entweder auf direkte Weise oder, unter Zuhilfenahme von Ironie, auf indirekte Weise.

Im Folgenden versuchen wir eine genauere Unterscheidung der beiden Phänomene Sarkasmus und Ironie zu finden. Da sie gemeinsam auftreten können, werden die Begriffe irrtümlicher Weise oftmals synonym verwendet, wobei Ironie lediglich ein rhetorisches Mittel, Sarkasmus hingegen eine Aussage darstellt.

Vertiefend kann gesagt werden, dass Ironie selbstreferenziell ist und der Seite der Mitteilung zugeordnet werden kann, wohingegen Sarkasmus als fremdreferenziell zu bezeichnen ist und der Seite der Information, die vermittelt wird, zugewiesen wird. Allein schon deshalb kann es so etwas wie „Selbstironie“ geben, jedoch keinen „Selbstsarkasmus“.¹⁷

¹⁴ Rável: Humor als Kommunikationsmedium, S. 95.

¹⁵ vgl. Rável: Humor als Kommunikationsmedium, S. 95, zitiert nach: J.W. Goethe: Die Wahlverwandtschaften, Berlin, 1963, 2. Teil, 4. Kapitel.

¹⁶ vgl. Rável: Humor als Kommunikationsmedium, S. 95.

¹⁷ vgl. Rável: Humor als Kommunikationsmedium, S. 97-98.

Beim Sarkasmus erfolgt auch eine „Betonung der Invarianz oder Wahrhaftigkeit des eigenen Standpunkts. (...) [So kann er] zu einem überzeugenden Instrument der Kritik werden (...) [und] ist demnach das bevorzugte Instrument für humoristisch-kritische (...) Kommunikationsformen, wie Spott oder Satire.“¹⁸

Beispiel – Direkter Sarkasmus

„So wie du fährst, können wir ja gleich bei einem Crash-Car-Derby mitmachen.“

Beispiel – Indirekter Sarkasmus (also, mit Ironie)

„Ach, du kannst aber exzellent Auto fahren.“

2.3.3 Zynismus

Das Wort Zynismus geht auf das griechische Wort *kynismós* (die ‚Hündigkeit‘) und den Kynismus, die Weltanschauung und Lehre der Kyniker im antiken Griechenland, zurück. Der wohl bekannteste Bestreiter dieser Theorieform war Diogenes, der durch seine selbstaufgelegte *hündische* Lebensweise gezielt Konventionen in der Gesellschaft brechen wollte.

Heute sind als Zynismus Ansichten oder Verhaltensweisen zu bezeichnen, die durch Spott oder Hohn moralische Aspekte ignorieren, diese auf komische Weise als unbedeutend darstellen und dadurch oft Emotionen und Bedürfnisse anderer Personen oder Personengruppen bewusst übergehen. Daher wird er meist als pietätlos betrachtet.

„Andererseits wird dem Zynismus gerade dadurch, dass er die konventionelle (möglicherweise heuchlerische) Moral in Frage stellt, zugeschrieben, achtenswerte Ziele zu haben.“¹⁹ Somit kann er als Protestform für nicht legitime kulturelle Regeln dienen. Daraus ergibt sich, dass der Standpunkt des Zynismus, im Gegensatz zu Ironie und Sarkasmus, offen bleibt, da er sowohl moralisch als auch unmoralisch sein kann. Während Ironie selbstreferenziell und Sarkasmus fremdreferenziell ist, reflektiert Zynismus diese Tatsache wiederum erneut, woraus

¹⁸ Rável: Humor als Kommunikationsmedium, S. 98-99.

¹⁹ Rável: Humor als Kommunikationsmedium, S. 101.

sich ergibt, dass er „als eine Form selbstreferentieller (...) Reflexion fremdreferentieller (...) Sachverhalte verstanden werden“²⁰ kann.

Beispiel – Zynismus

„Es muß Arme geben, damit die Reichen das Gebot der Nächstenliebe überhaupt erfüllen können.“²¹

2.3.4 Satire

Während die Ironie versucht das *Wahre* zu vermitteln, ohne dabei gegensinnige Gedanken entstehen zu lassen, setzt sich die Satire mit dem Gegenteil, nämlich der Vermittlung des *Falschen*, auseinander. Damit ist gemeint, dass Satire ablehnenswerte, zum Beispiel sozialkritische, Gegenstände thematisiert und versucht – so wie die Ironie auch – das Aufkommen eines Gegensinns durch indirektes Kommunizieren zu vermeiden. Daraus kann abgeleitet werden, dass die Satire in einer engen Verbindung zur Moral steht.

Sie bedient sich dabei einer geschickten Strategie, die, durch den bewussten Verzicht auf direkte Äußerungen, nicht erkennen lässt, ob das Gesagte *wahrhaftig* oder *falsch* ist. So wird versucht, anschließende Kommunikation zu umgehen, was wiederum vermeiden soll, dass die ausgeübte Kritik erneut kritisiert wird. Hierfür stellt sich der Sarkasmus als besonders geeignete Form heraus, weil durch ihn auf verhöhrende und indirekte Art und Weise kommuniziert werden kann und er die eigene Haltung als unfehlbar präsentiert.²²

Beispiel – Satire

Als Beispiel für Satire dient sowohl folgende Überschrift, als auch der zugehörige Artikel zur Überwachung des Handys von *Angela Merkel* durch die *NSA*, veröffentlicht vom Satire-Blog *Der Postillon*.

²⁰ Räwel: Humor als Kommunikationsmedium, S. 102.

²¹ Aus einem Hirtenbrief der Bischöfe Spaniens, 1954.

²² vgl. Räwel: Humor als Kommunikationsmedium, S. 105-107.

„Dank NSA-Überwachung: International gesuchte Terroristin ‘Angela Merkel’ festgenommen.“²³

2.3.5 Parodie

Die Parodie ist eine der am längsten existierenden Arten humoristischen Handelns. Sie beschreibt eine gezielte Nachahmung eines, dem Gesprächspartner vertrauten, Originals. Bei der Bezugsquelle kann es sich um literarische oder künstlerische Werke, aber auch Begebenheiten oder Personen handeln. Wichtig ist hierbei, dass die ausschlaggebenden Charakteristika des Originals beibehalten oder überzeichnet dargestellt werden, da ansonsten die Korrelation zur Vorlage verloren geht und die Parodie misslingen kann.²⁴

Tiefgehend kann bei der Parodie davon gesprochen werden, dass sich ihre Kommunikation auf einer Beobachtungsebene zweiter Ordnung abspielen muss. Des Weiteren muss man die Frage stellen, welche weiteren Voraussetzungen vorhanden sein müssen, damit Parodie entstehen kann. So kann sie nicht auf das Nachahmen und Abwandeln von Vorlagen reduziert werden, da ansonsten jeglicher Text, der ein Zitat beinhaltet, als Parodie bezeichnet werden müsste. Daraus folgt, dass sie nur unter gewissen Prämissen gegeben sein kann, wie zum Beispiel der Lustigkeit oder auf Basis der Moral, wenn sie zur Vermittlung von satirischen Inhalten benutzt wird.²⁵

Beispiel – Parodie

An dieser Stelle könnte man auch eine der vielen filmischen Parodien nennen, die einem bei dieser Thematik in den Sinn kommen. Der Übersichtlichkeit wegen zitieren wir hier jedoch das Kindergedicht *Ein sehr kurzes Märchen* von *Michael Ende*.

²³ Der Postillon: Dank NSA-Überwachung: International gesuchte Terroristin "Angela Merkel" festgenommen, 25.10.2013, URL: <http://www.der-postillon.com/2013/10/dank-nsa-uberwachung-international.html>, Stand: 13.11.2013.

²⁴ vgl. Brockhaus Wissensservice: Parodie (Literatur), 01.01.2012, URL: <https://hsa.brockhaus-wissensservice.com/brockhaus/parodie-literatur>, Stand: 14.11.2013.

²⁵ vgl. Räwel: Humor als Kommunikationsmedium, S. 110-112.

„Hänsel und Knödel,
die gingen in den Wald.
Nach längerem Getrödel
rief Hänsel plötzlich: ‚Halt!‘

Ihr alle kennt die Fabel,
des Schicksals dunklen Lauf:
Der Hänsel nahm die Gabel
und aß den Knödel auf.“²⁶

2.3.6 Witz

Der Witz stellt eine der leichter zugänglichen Arten humoristischen Handelns dar und erfreut sich deshalb großer Beliebtheit. Seine Komik ergibt sich aus dem Aufbau einer gewissen Erwartungshaltung, die anschließend abrupt durchbrochen wird. Dieser Bruch ergibt sich durch eine unvorhergesehene Zusammenführung zweier vorher getrennter Gedankenkomplexe.²⁷ Durch diese zwei Hauptkomponenten, Erwartung und Bruch, ergibt sich auch die formale Gliederung eines Witzes in die Abschnitte Exposition und Pointe.

Um das Wesen des Witzes besser erfassen zu können, muss man sich zunächst darüber Gedanken machen, dass die eben beschriebene gedankliche Zusammenführung verschiedener Systeme Kreativität, Fantasie und die Fähigkeit erfordert, mit diesem Mittel auf den Kontext der stattfindenden Kommunikation reagieren zu können. Genau an diesem Punkt setzt das Konzept des Witzes an. Er erhält durch die Exposition seinen eigenen Kontext und ist dadurch von der eigentlichen Kommunikation losgelöst, was dazu führt, dass ein plötzliches Durchbrechen der Erwartungshaltung planbar gemacht wird. Diese Eigenschaft des Witzes ermöglicht nahezu jedem ohne große Anstrengung – die Fähigkeit sich an den Witz erinnern zu können und ein gewisses Maß an Rhetorik vorausgesetzt – humoristisch zu agieren.

²⁶ gefunden auf: Rossipotti Literaturlexikon für Kinder: Parodie, 17.06.2012, URL: http://www.rossipotti.de/inhalt/literaturlexikon/sachbegriffe/parodie.html#Parodien_in_der_Kinderliteratur, Stand: 14.11.2013.

²⁷ vgl. Brockhaus Wissensservice: Witz (Literatur), 01.01.2012, URL: <https://hsa.brockhaus-wissensservice.com/brockhaus/witz-literatur>, Stand: 14.11.2013.

Ergänzend ist anzumerken, dass die Exposition des Witzes oftmals ähnlich oder sogar identisch angeführt werden kann und anschließend lediglich eine Variation der Pointe vorgenommen wird.²⁸ Dieser Sachverhalt lässt sogar verschiedene Gattungen, wie zum Beispiel Blondinenwitze oder Musikerwitze, entstehen.

Beispiel – Witz

„Chef, ich habe morgen meinen Scheidungstermin, ich hätte gerne einen Tag frei.“
„Kommt überhaupt nicht in Frage, für Vergnügungen gibt es bei mir keinen Sonderurlaub.“

2.3.7 Nonsens

Das Wort *Nonsens* bedeutet *Unsinn*, jedoch ist die humoristische Kommunikationsform des Nonsens nicht als sinnlos zu bezeichnen. Er definiert sich zwar dadurch unkritisch und regelrecht *tendenzlos* zu sein, was schlussfolgern lässt, dass er keiner bestimmten Prämisse, wie zum Beispiel die Satire der Prämisse der Moral, untergeordnet ist. Jedoch reflektiert er auf komplexe Weise das ihm innewohnende Verhältnis zwischen Selbst- und Fremdreferenz.

Einen selbstreferenziellen Bezug erhält er insofern, dass er Logik oder Sprache variiert, anstelle zum Beispiel der Pointe bei Witzen, um Lustigkeit entstehen zu lassen. Somit weißt der Nonsens keinen bedeutungsvollen Inhalt auf, sondern erzeugt dafür die Komik in sich.

Das Verstehen des Verhältnisses zwischen Inhalt (Fremdreferenz) und dem selbstreferenziellen Element wird zum Kern einer Reflexion, welche den Nonsens unter anderem vom Absurden oder Grotesken abgrenzt und ihn als humoristische Kommunikationsform auszeichnet.²⁹

Beispiel – Nonsens

„Dunkel war's, der Mond schien helle,
grün war die beschneite Flur,

²⁸ vgl. Räwel: Humor als Kommunikationsmedium, S. 112-114.

²⁹ vgl. Räwel: Humor als Kommunikationsmedium, S. 117-119.

als ein Wagen blitzschnelle,
langsam um die Ecke fuhr.

Drunten saßen stehend Leute,
schweigend ins Gespräch vertieft,
Als ein totgeschoss'ner Hase
Auf der Sandbank Schlittschuh lief.

Und ein blondgelockter Jüngling
mit kohlrabenschwarzem Haar
saß auf einer grünen Kiste,
die rot angestrichen war.

Neben ihm 'ne alte Schrulle,
zählte kaum erst sechzehn Jahr,
in der Hand 'ne Butterstulle,
die mit Schmalz bestrichen war.“³⁰

2.3.8 Slapstick

Das Wort *Slapstick* beruht auf dem Schlagstock als komödiantisches Element, wie er ursprünglich in der *Commedia dell'Arte* zum Einsatz kam. Heute ist dieser noch des Öfteren im Puppentheater zu finden.³¹

Als Slapstick, oder zu Deutsch *Situationskomik*, bezeichnet man Humor, der „auf physischer Komik mit Mimik, Gestik und Bewegung“³² beruht. Diese Art humoristischen Handelns ist stark mit der technischen Entwicklung des Mediums Film verbunden. So erhielt die Verbreitung des Slapsticks, aufgrund der Entstehung des Stummfilms und der Weiterentwicklung von Animationstechniken

³⁰ Autor unbekannt: Dunkel war's, der Mond schien helle, URL: http://de.wikipedia.org/wiki/Dunkel_war%E2%80%99s,_der_Mond_schien_helle, Stand: 15.11.2013.

³¹ vgl. P.M. Welt des Wissens: Was ist Slapstick?, URL: <http://www.pm-magazin.de/r/gute-frage/was-ist-slapstick>, Stand: 21.11.2013.

³² Brockhaus Wissensservice: Slapstickkomödie, 01.01.2012, URL: <https://hsa.brockhaus-wissensservice.com/brockhaus/slapstickkom%C3%B6die>, Stand: 21.11.2013.

zur Erstellung von Zeichentrickfilmen, mehrere Schübe, was dazu führte, dass der Begriff synonym als Bezeichnung für ein ganzes Filmgenre benutzt wird.

Die Lustigkeit des Slapsticks entsteht somit durch die Variation des Körpers (zum Beispiel ungewöhnliche Körperhaltungen, etc.) des Protagonisten, welche wiederum die Erwartungshaltung des Betrachters bricht. So kann Situationskomik im Voraus geplant und in Form eines Filmes oder einer Aufführung erzeugt werden, aber auch durch Zufall, zum Beispiel durch Tollpatschigkeit, in Alltagssituationen entstehen.

Als Betrachter eines Filmes, also als distanzierter Beobachter zweiter Ordnung, können auch stärkste körperliche Deformationen als lustig wahrgenommen werden. Gerät man jedoch durch Immersion beim Film oder durch Empathie bei zufälligem Auftreten von *Slapstick* in die geistige Rolle des Beobachters erster Ordnung, so entsteht anstelle von Komischem eher Groteskes, was Mitleid anstelle von Lachen hervorruft.³³

Beispiel – Slapstick

Kurzer Videoausschnitt aus der US-amerikanischen Fernsehserie *Family Guy*:
<http://www.youtube.com/watch?v=fhXSP2bnnjM> (Stand: 05.01.2014)

2.3.9 Schwarzer Humor

Schwarzer Humor ist als eine Art Sammelbegriff zu verstehen, der sämtliche Formen humoristischen Handelns impliziert, die sich mit tabuisierten Themen wie Tod, Gewalt, Krankheit oder Ähnlichem auseinandersetzen. So kann er zum Beispiel mit Hilfe von Zynismus ausgedrückt werden und/oder einen satirischen Hintergrund besitzen, wenn er Kritik an Ablehnenswertem äußert. Darüber hinaus können für ihn keine moralischen Grenzen gelten, da diese per Definition gebrochen werden, was dazu führt, dass er meist kritisiert und als verwerflich deklariert wird.

Besonders interessant ist der Fakt, dass man durch das Ausdrücken von satirischem Inhalt durch schwarzen Humor sowohl eine moralische Grenze

³³ vgl. Räwel: Humor als Kommunikationsmedium, S. 132-135.

überschreitet, aber dennoch unter einem moralischen Aspekt handelt, weil man auf Missstände aufmerksam machen will.

Betrachtet man den schwarzen Humor genauer, stellt man fest, dass vor allem Theoretiker der sogenannten *relief-theories* (siehe 2.1.2) auf ihn Bezug nehmen. Sie behaupten, Humor sei eine Art Abwehrmechanismus gegenüber sehr ernsten Themenbereichen, durch den eine ernsthafte Auseinandersetzung und die damit einhergehende psychische Belastung umgangen werden kann.³⁴

Beispiel – Schwarzer Humor

„Meine Frau hat jetzt ihr Idealgewicht.“

„Wie viel wiegt sie denn?“

„3,5 Kilogramm inkl. Urne!“

3.0 Komik und Humor im Internet

Zur Ablenkung fünf Minuten in einer kleinen Pause am Schreibtisch, zum Zeitvertreib während man auf die nächste Straßenbahn wartet oder zur Auflockerung einer gemütlichen Runde mit Freunden: Es gibt unzählige Gelegenheiten, um nach lustigen Dingen im Internet zu suchen. Gibt man bei *Google* den Suchbegriff *lustig* ein, erhält man ca. 21 500 000 Ergebnisse.³⁵ Darunter findet man zahllose Bilder, Videos, Witz-Portale, Weblogs, Social-Media-Einträge, Satireseiten und vieles mehr. In diesem Kapitel wird beschrieben, welche komischen Inhalte sich im Netz großer Beliebtheit erfreuen, wie sie präsentiert werden und wie sie sich verbreiten.

³⁴ vgl. Räwel: Humor als Kommunikationsmedium, S. 13.

³⁵ Google, Suchwort: lustig, URL: https://www.google.de/search?q=Lustig&oq=Lustig&aqs=chrome..69j57j69i59l2j0l3.1101j0j7&sourceid=chrome&espv=210&es_sm=91&ie=UTF-8#es_sm=91&espv=210&q=lustig, Stand: 13.11.2013.

3.1 Einfluss des Mediums auf dessen Inhalte

3.1.1 Erstellen von Inhalten

Das Web bietet nicht nur die Möglichkeit die lustigen Informationen passiv als Betrachter zu konsumieren, sondern auch eigenständig komische Inhalte zu erstellen und diese einem Publikum zu präsentieren. Jeder kann das Internet als Bühne für eigene Beiträge nutzen. Es existieren nur wenige Regeln an die sich Verfasser halten müssen, wenn doch, gibt es kaum Möglichkeiten, die Einhaltung dieser zu kontrollieren. Dem Internet fehlt es also oft – im Gegensatz zu traditionellen Medien wie Zeitungen, Fernsehen oder Film – an „Gatekeeper[n] wie Redakteuren, Produzenten usw., die die eingehenden Angebote nach z.B. ästhetischen und/oder ökonomischen Kriterien filtern und davon nur einen kleinen Prozentsatz für eine Massenverbreitung (...) zulassen.“³⁶ Dies hat zur Folge, dass das Netz nicht nur viele qualitativ hochwertige Beiträge enthält, sondern auch regelrecht von Inhalten überflutet wird, die nicht nur nah an der Grenze zu Erlaubtem oder moralisch Einwandfreiem liegen, sondern diese Grenze zum Teil auch weit überschreiten. Ein User auf der Suche nach Komischem, muss sich also mit einem Überangebot an Inhalten auseinandersetzen und eine „qualitative Auswahl“³⁷ der Beiträge treffen, welche seinem Humor entspricht.

3.1.2 Geschwindigkeit

Grundsätzlich bleiben die Eigenschaften von Komik und Humor im Internet bestehen. „Einen dramatischen Wandel gibt es nur in der Geschwindigkeit, mit der im Internet-Zeitalter die Pointen das Publikum erreichen.“³⁸ Mit dieser Geschwindigkeit verändert sich auch das Auftreten der Komik. Sie muss vom Betrachter möglichst schnell aufgelöst werden können, um im Netz Beachtung zu finden.

³⁶ Karin Wehn, Humor als Geburtshelfer. Worüber wir im Internet lachen und welche Kunstformen das hervorbringt, URL: http://fsf.de/data/hefte/ausgabe/52/wehno34_tvd52.pdf, Stand: 14.11.2013.

³⁷ Karin Wehn, Humor als Geburtshelfer. Worüber wir im Internet lachen und welche Kunstformen das hervorbringt, URL: http://fsf.de/data/hefte/ausgabe/52/wehno34_tvd52.pdf, Stand: 14.11.2013.

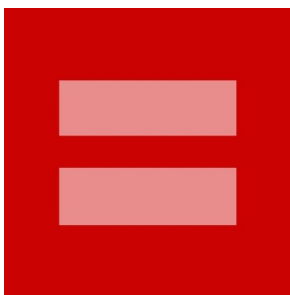
³⁸ Thorsten Firlus-Emmerich, digitaler Zeitgeist: Satire und Humor im Internet, Wirtschafts Woche, URL: <http://www.wiwo.de/technologie/digitale-welt/digitaler-zeitgeist-satire-und-humor-im-internet/6118118.html>, Stand 14.11.2013.

3.1.3 Viralität

Das Wort Viralität, das sich aus dem Wort *viral* beziehungsweise *Virus* ableitet, bezeichnet die eigenständige Verbreitung von Informationen. Ursprünglich kann man Viralität auch als Mund-zu-Mund-Propaganda bezeichnen, durch die Entstehung der sozialen Netzwerke fand dieser Weg der Informationsverbreitung auch seinen Platz im Internet. Dabei werden Inhalte von einzelnen Personen auf Blogs oder in sozialen Netzen veröffentlicht und dann von anderen Usern, die dem Thema zum Beispiel zustimmen oder den Inhalt lustig finden, weiterverbreitet. Diese Beiträge sind dann wiederum im Netzwerk dieses Users sichtbar und haben nun schon mehr Personen erreicht, als sich überhaupt im Netzwerk des Erstellers befinden. So löst ein Inhalt, der den Geschmack vieler Nutzer trifft, eine Art Kettenreaktion aus und kann sich in kürzester Zeit über die ganze Welt verbreiten. Der Urheber kann allerdings zu diesem Zeitpunkt keinen Einfluss mehr auf die Weitergabe und den Inhalt seines Beitrages nehmen.

Es ist nicht selbstverständlich, dass sich jeder Beitrag, den man online stellt, wie ein Lauffeuer im Internet verbreitet. Das Web hält auf allen seinen Kommunikationswegen eine riesige Flut an Information, Bildern und anderen Eindrücken bereit. Diese Reizüberflutung trifft jeden Nutzer, sobald er seinen Browser öffnet. Je mehr er zu sehen bekommt, desto höher ist die Hürde, die genommen werden muss, um seine Aufmerksamkeit zu gewinnen. Beiträge über oft gehörte Witze oder Ähnliches finden kaum Interesse. Um dieses beim Nutzer zu wecken, braucht ein Beitrag also etwas neues, etwas außergewöhnliches oder etwas geheimnisvolles.

Längst ist Viralität im Internet keine zufällige Erscheinung mehr, sondern wird bewusst als Marketinginstrument genutzt. Neben den Werbeabteilungen von großen Firmen wird Viralität zum Beispiel auch für soziale oder gesellschaftliche



Zwecke genutzt. Ein Beispiel dafür ist das Gleichheitszeichen (Abbildung links), das von der *Human Rights Campaign* für die *Stand-for-marriage*-Aktion veröffentlicht wurde. Damit wollte man die Gleichstellung homosexueller und heterosexueller Lebenspartnerschaften unterstützen, die zu diesem Zeitpunkt am obersten

amerikanischen Gericht verhandelt wurde.³⁹ Nachdem sich einige Stars wie zum Beispiel *Beyoncé Knowles* der Kampagne anschlossen und das Gleichheitszeichen als Profilbild in ihren sozialen Netzwerken einstellten, verbreitete sich das Bild wie ein Lauffeuer über den gesamten Globus. Überall änderten Nutzer, die der Aktion zustimmten, ihre Profilbilder um Aufmerksamkeit für dieses Thema zu generieren.

3.2 Komik und Humor als Internet-Mem

Komik und Humor treten im Internet in den verschiedensten Formen auf. Am meisten Aufmerksamkeit erfahren sie derzeit wahrscheinlich durch das Internet-Mem. Diese gelten als „Popkultur des Internets“⁴⁰ und sind inhaltlich sowie in ihrer Verbreitung nur sehr gering eingeschränkt. Als fester Bestandteil des Web 2.0 entstehen Meme nicht durch eine einzelne Person, sondern entwickeln sich durch die Vielzahl der Teilnehmer. Da sich ein großer Bestandteil der Idee unseres Bachelorprojektes innerhalb dieses Phänomens ansiedeln lässt, werden wir dieses genauer untersuchen.

3.2.1 Erklärung Internet-Mem

Das Internet-Mem ist eine Weiterentwicklung des biologischen beziehungsweise philosophischen Begriffs *Mem*. Dieser bezeichnet „eine kulturelle Grundeinheit, die in Form eines Schlagwortes, einer politischen oder religiösen Anschauung, einer Zeremonie, einer Mode usw. durch Imitation von Mensch zu Mensch weitergegeben wird“⁴¹, das heißt es „kann alles sein, was wir durch unsere Wahrnehmung erfassen und in Folge selbst nachmachen können.“⁴² Der Evolutionsbiologe *Richard Dawkins* führte den Begriff in Anlehnung an das Gen in seiner Pulpifizierung *The Selfish Gene* ein, da er starke Gemeinsamkeiten zwischen Memen und Genen sieht. So gilt für beide die evolutionstheoretische

³⁹ vgl. Süddeutsche.de, Phänomene: Lach- und Sachgeschichten, 27.03.2013, URL: <http://gefaelltmir.sueddeutsche.de/post/46415823398/ein-gleichheitszeichen-geht-um-die-welt-weil-die>, Stand: 06.12.2013.

⁴⁰ Erlehmänn & Plomlompom: Internet-Meme, Klappentext.

⁴¹ Brockhaus Wissensservice: Mem (Biologie und Philosophie), 01.01.2012, URL: <https://hsa.brockhaus-wissensservice.com/brockhaus/mem-biologie-philosophie>, Stand: 21.11.2013.

⁴² Erlehmänn & Plomlompom: Internet-Meme, S. 8.

Regel, dass sie sich, finden sie in ihrer Umwelt eine nützliche Verwendung, weiterverbreiten und -entwickeln (mutieren) oder aussterben, wenn das Gegenteil der Fall ist.⁴³

Mittlerweile ist der Mem-Begriff jedoch von der Internetgemeinde adaptiert worden und hat im Bezug auf das World Wide Web eine eigene Bedeutung angenommen. Zunächst wurde die Definition des Begriffs von allen kulturellen Inhalten auf jene beschränkt, deren Popularität mit außergewöhnlicher Geschwindigkeit zunimmt. Dies ist nur möglich, wenn Empfänger eines Inhaltes diesen wiederum selbst weiterverbreiten. Diese Art von Verbreitung wird gemeinhin mit dem Adjektiv *viral* (siehe 3.1.3) bezeichnet.

Die Konkretisierung der Internet-Meme kann im Vergleich zum allgemeinen Verständnis des Begriffs noch weitergeführt werden. So können hier beispielsweise die Gegenstände der Inhalte reduziert werden auf jene, „deren Verbreitung sich über die Eigenheiten des Netzes als Kommunikationsraum zu erklären scheint (...). Kunst, Humor, Spielerei und Trollerei sind die Inhalte, die üblicherweise mit dem Begriff (...) verknüpft werden.“⁴⁴ Als direktes Gegenbeispiel hierzu kann die Verbreitung von Nachrichtenereignissen angeführt werden, die auch mit hohem Tempo stattfindet, jedoch auch wichtige Informationen beinhaltet. Internet-Meme hingegen verbreiten sich flapsig ausgedrückt „einfach so“.

3.2.2 Formen von Internet-Memen

3.2.2.1 Zeichen, Wörter und Wortfolgen

Eine einfache und weit verbreitete Form, mit der lustige Inhalte im Netz vermittelt werden, sind Zeichen, Wörter und Wortfolgen. Ein kurzer Witz, den man auf seiner *Facebook*-Pinnwand teilt oder ein sarkastischer *Tweet* über aktuelles Zeitgeschehen: Damit ist wohl am schnellsten erzählt, was man gerade publik machen möchte. Einzelne *Facebook*-Stati oder *Twitter*-Einträge gelten dabei jedoch erst als Meme, wenn sich diese im Netz verbreiten. Dabei kann sich der Inhalt und das Auftreten des Gegenstandes ändern. Diese Änderungen nehmen im weiteren Verlauf auch Einfluss auf dessen Komik und Humor.

⁴³ vgl. Erlehmman & Plomlompom: Internet-Meme, S. 9.

⁴⁴ Erlehmman & Plomlompom: Internet-Meme, S. 15.

Das einfachste und eines der ältesten Beispiele dieser Gattung sind Emoticons. Das Wort setzt sich aus „emotion“ (engl. für Gefühl) und „icon“ (engl. für Bild) zusammen und bezeichnet den Ausdruck eines Gefühls oder einer Meinung durch die Zeichen der Computertastatur.⁴⁵ Emoticons stellen die Gefühle meistens in Form eines Gesichtsausdruckes dar.

Beispiel – einfache Emoticons

- :-) gute Laune
- :-(schlechte Laune
- :-D Lachen
- ;-(traurig, weinen
- ;-) Augenzwinkern

Emoticons dienen nicht nur zur digitalen Vermittlung von Gefühlen, sondern auch von Anfang an zur Kennzeichnung humoristischer Inhalte. „Die früheste belegte Verwendung westlicher Emoticons findet sich in einer Nachricht aus dem September 1982 von Scott Fahlmann, einem Student an der Carnegie Mellon University in Pennsylvania“⁴⁶, der damals den Vorschlag einbrachte, witzige Inhalte mit witzigen Smileys zu markieren.

Beispiel – Kennzeichnung witziger Inhalte

„Lass mich in Frieden.“

Eine eindeutige Anweisung an den Kommunikationspartner, dass das Gespräch beendet ist.

„Lass mich in Frieden. ;-D“

Hier ist durch das angehängte Smiley zu erkennen, dass der Satz nicht in der Absicht formuliert wurde das Gespräch zu beenden, sondern, dass es sich um eine ironische Bemerkung handelt.

⁴⁵ vgl. Brockhaus Wissensservice: Emoticon, 01.01.2012, URL: <https://hsa.brockhaus-wissensservice.com/brockhaus/emoticon-informatik>, Stand: 06.12.2013.

⁴⁶ Erlehmann & Plomlompom: Internet-Meme, S. 113.

3.2.2.2 Bilder

Grafische Inhalte sind als Form zur Übermittlung von Komik und Humor sehr beliebt. Zunächst ist festzuhalten, dass es an diesem Punkt mehr Sinn macht anstelle einer Definition zur Abgrenzung zu anderen Erscheinungsformen des Humors vielmehr die Gemeinsamkeiten zu analysieren. „Allgemein ist davon auszugehen, dass sich visuelle Formen des Humors von sprachlich vermittelten nur in Bezug auf die Form der Mitteilung unterscheiden.“⁴⁷

Bezogen auf das Internet bieten visuelle Formen die Möglichkeit, den Konsumenten schnell zum Lachen zu bringen. Auf fast allen Portalen ist das Hochladen und Verwalten von Bildern möglich. Mit wenigen Klicks landet ein Foto, das zum Beispiel mit einem Smartphone aufgenommen wurde, in einem



sozialen Netzwerk oder auf dem eigenen Blog. Durch neue Techniken, wie vielen Vorlagen und einfachen Bildbearbeitungsprogrammen, ist künstlerische Begabung keine Voraussetzung um humoristische grafische Inhalte für das Internet zu erstellen. Das Beispiel zeigt eine Fotografie, die an Halloween ihren Weg um die Welt

fand. Darauf zu sehen ist ein Hund, der als Spinne verkleidet ist. Oftmals findet man zum Beispiel auf Blogs eine Sammlung von Bildern zu einem bestimmten Thema oder Ereignis (siehe 3.2.3.2). Hier sind zum Beispiel einige Fotomontagen aus dem Bundestagswahlkampf 2013 zu sehen, die auf einem Blog zum Thema *Merkelraute* (siehe <http://merkelraute.tumblr.com>) veröffentlicht wurden.



⁴⁷ Räwel: Humor als Kommunikationsmedium, S. 127.

Die übergroße Werbeanzeige mit der klassischen Geste von *Angela Merkel* an einer Baustelle am Berliner Hauptbahnhof symbolisiert den, auf die Kanzlerin personalisierten, Wahlkampf der *CDU*.⁴⁸ Die Fotomontagen, die anschließend auf einem Tumblr veröffentlicht wurden, stellen eine Parodie (siehe 2.3.5) auf den Führungsstil der Regierungschefin dar. Im linken Bild ist zum Beispiel der immer schlecht gelaunte *Basilus P. Richfield*⁴⁹ zu sehen, der in der Fernsehserie *Die Dinos* einen autoritären Chef verkörpert und hier mit der Kanzlerin verglichen wird. Auf dem zweiten Bild wird *Merkel* mit dem *Es* verglichen, einem mordenden Charakter von *Stephen King*, der auf der Theorie über *das Es, das Ich und das Über-Ich*⁵⁰ von *Sigmund Freud* basiert. Darin beschreibt das *Es* etwas Unberechenbares im dunklen Teil der menschlichen Seele. Zur Interpretation solcher Fotos braucht man neben einem Sinn für Parodie auch Sinn für schwarzen Humor.

3.2.2.3 Bildmakros

Als Bildmakro bezeichnet man Internet-Meme, die sich aus einer Kombination aus Bild und nachträglich eingefügter Schrift zusammensetzen. In fast allen Fällen besteht der Text aus weißen Versalien, die mit einer schwarzen Kontur versehen sind. Durch den ergänzten Text wird der ursprünglichen Bedeutung des Bildes ein Aspekt angefügt oder er verleiht dem Bild gar einen neuen Sinn.

Bildmakros sind die bekannteste Ausprägungsform des Internet-Mems, was dazu führte, dass der Begriff *Mem* fälschlicherweise oft als Synonym hierfür verwendet wird.⁵¹ Ihre Popularität erklärt zusätzlich die Entstehung etlicher Websites, auf denen Bildmakros im Handumdrehen gestaltet werden können.⁵²

Mit der Zeit haben sich einige wenige Bilder zur Erstellung neuer Inhalte vermehrt durchgesetzt, da sie sich zur Vermittlung von Lustigem aus verschiedenen Themenbereichen als besonders geeignet herausgestellt haben. Zur

⁴⁸ vgl. Spiegel Online: Riesenplakt der CDU: Maxima Merkel, 02.09.2013, URL: <http://www.spiegel.de/politik/deutschland/wahlkampf-riesenplakat-der-cdu-zeigt-haende-mit-merkel-raute-a-919905.html>, Stand: 21.11.2013.

⁴⁹ gefunden auf: Wikipedia: Die Dinos, 12.11.2013, URL: http://de.wikipedia.org/wiki/Die_Dinos#Nebencharaktere, Stand: 21.11.2013.

⁵⁰ vgl. Planet Wissen: Sigmund Freud – Beginn der Psychoanalyse, 12.11.2013, URL: http://www.planet-wissen.de/alltag_gesundheit/psychologie/psychotherapie/sigmund_freud.jsp, Stand: 21.11.2013.

⁵¹ vgl. Erlehmann & Plomlompom: Internet-Meme, S. 73-74.

⁵² z.B. <http://www.mememaker.net>

Veranschaulichung sind die vier nachfolgenden Beispiele solche, deren Kategorien als besonders populär eingestuft werden können.



So wird dieses Bild speziell für Meme verwendet, in denen Erfolge und somit Gründe zur Freude aufgeführt werden.



Das Motiv auf diesem Bild wird als *Bad Luck Brian* bezeichnet und für Fälle benutzt, in welchen jemand besonderes Pech hatte. Zum Teil werden auch, wie hier, unmögliche Begebenheiten dargestellt.



Mit dieser Art von Bildmakro wird sich vorwiegend über Leute mit sogenannten *First World Problems* lustig gemacht.



In der Kategorie dieses Beispiels werden vor allem Diskrepanzen zwischen Gesagtem und den Handlungen von Menschen thematisiert.

Prinzipiell kann jedoch gesagt werden, dass mit jedem beliebigen Bild ein Bildmakro angefertigt werden kann.

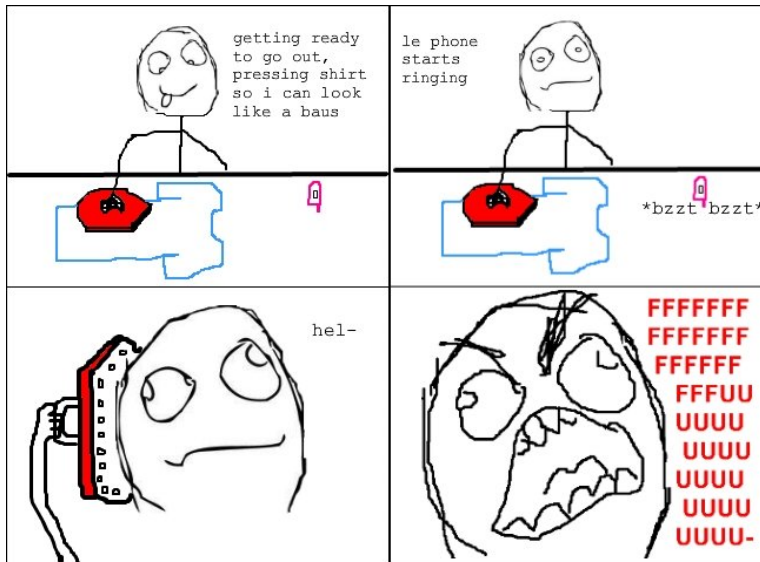
3.2.2.4 MS-Paint-Comics

MS-Paint-Comics zeichnen sich dadurch aus, dass sie oft gemeinschaftlich erstellt werden und in der Regel von alltäglichen Erlebnissen handeln. Der Name entstand wegen des reduzierten und absichtlich amateurhaften Zeichenstils in Anlehnung an das Programm *MS-Paint*, das auf *Microsoft Windows* bereits vorinstalliert ist. Charakteristisch ist auch das häufige Wiederverwenden von Charakteren oder anderen Bestandteilen.

Die Bezeichnung *MS-Paint-Comics* bildet einen Oberbegriff für mehrere Unterkategorien, wie zum Beispiel *Rage-Comics*. Diese erfreuen sich auf einschlägigen Plattformen großer Beliebtheit, was dazu führte, dass eine Reihe an Websites mit Grafikanwendungen entstanden, mit denen man in kurzer Zeit seinen eigenen *Rage-Comic* auf der Basis von mehreren Vorlagen erstellen kann.⁵³ Diese Zeichnungen müssen nicht unbedingt von Wut handeln, sondern tragen ihren Namen eher aufgrund des Characters *Rage Guy*, welcher am häufigsten als Hauptfigur verwendet wird.⁵⁴

⁵³ z.B. <http://ragemaker.net>

⁵⁴ vgl. Erlehmänn & Plomlompom: *Internet-Meme*, S. 83-86.



Typisches Beispiel für den klassischen *Rage-Comic*, bestehend aus drei freien Feldern zur Darlegung des Plots und dem letzten Feld mit *Rage Guy*.



Dieses Beispiel zeigt einen *Rage-Comic*, der weder *Rage Guy* als Hauptfigur enthält, noch mit dem klassischen Bild endet. Dennoch ist die Bildfolge anhand der oben genannten Kriterien eindeutig als *Rage-Comic* zu identifizieren.

3.2.2.5 Diagramme

Da lustige Diagramme einen wesentlichen Bestandteil unseres Bachelorprojektes verkörpern, haben wir diese genauer untersucht und in Punkt 4.0 ausgegliedert. Aus Gründen der Vollständigkeit führen wir Diagramme an dieser Stelle trotzdem als Form von Internet-Memen auf.

3.2.2.6 Videos

Im Internet werden auch häufig Videos auf verschiedene Art und Weise adaptiert, weiterverarbeitet und anschließend verbreitet, was schlussfolgern lässt, dass Internet-Meme offensichtlich auch in Form von Videos auftreten. Diese bezugnehmenden Weiterentwicklungen von ursprünglichen Originalen verbreiten sich dann sowohl intern, also innerhalb von Videohostingportalen wie *Youtube* und *Vimeo*, als auch extern, über die Verbreitung der URL zu den jeweiligen Videoinhalten.

An dieser Stelle macht es Sinn die verschiedenen Methoden, mit denen neue Inhalte erstellt werden, genauer zu betrachten. Zum Beispiel werden Videos beziehungsweise Videosequenzen selber nachgedreht und anschließend ins Netz gestellt. Als bekannteste Vertreter dieser Mem-Gattung sind die Beiträge im Netz zum Musikvideo *Gangnam Style* des südkoreanischen Rappers *PSY* und die vielen Variationen des *Harlem Shake* Internet-Phänomens zu nennen.

Eine weitere Variation stellen Videos dar, zu denen absichtlich falsche Untertitelung oder gar eine komplette Neuvertonung hinzugefügt wird. Hier kann das Video *Lord of the Weed – Sinnlos in Mittelerde*⁵⁵ genannt werden, in dem durch Neuvertonung von Ausschnitten aus *Der Herr der Ringe* eine Art Parodie erstellt wurde, indem zum Beispiel die Dialoge durch platte, politisch unkorrekte Unterhaltungen, die oftmals vom Rauchen von Marihuana handeln, ausgetauscht und zusätzlich mit unpassenden und lustigen Hintergrundgeräuschen versehen wurden. Inzwischen existieren vier Teile mit einer beachtlichen Gesamtspieldauer von 1:10:00.

Des Weiteren gibt es eine bestimmte Reihe von Videos, bei denen Leute gefilmt werden, während sie ein anderes Video oder Ähnliches betrachten. Dabei stehen die Reaktionen dieser Personen im Mittelpunkt. Eines der ältesten Videos dieser Gattung ist dasjenige, in dem ein kleiner Junge mit Hilfe des kleinen Spaß-Computerspiels *Maze Game*⁵⁶ erschreckt wird.⁵⁷

Als letztes sei hier noch eine Videomanipulationstechnik zur Erstellung von Internet-Memen genannt, bei der kleine oder große Videoschnipsel extrahiert und

⁵⁵ Lord of the Weed – Sinnlos in Mittelerde, URL: <http://www.youtube.com/watch?v=Cl7eyvt9fzs>, Stand: 16.12.2013.

⁵⁶ Maze Game, URL: http://www.maniacworld.com/maze_game.htm, Stand: 16.12.2013.

⁵⁷ Scary Maze Prank – The Original, URL: <http://www.youtube.com/watch?v=oh87njiWTmw>, Stand: 16.12.2013.

in einem neuen Video (annähernd) unendlich oft wiederholt werden. Dies geschieht entweder mit Hilfe von sich loopenden GIF-Animationen oder mit Videos auf *YouTube*, in denen der Inhalt so oft geloopt wird, bis die maximal erlaubte Videodauer erreicht ist. Ein gutes Beispiel hierfür ist die *Baker Cat*⁵⁸, bei der sogar mitgestoppt wird, wie lange man das sich wiederholende Video bereits betrachtet.⁵⁹

Diese Darstellung umfasst natürlich nicht alle Möglichkeiten zur Erstellung von Video-Internet-Memen, jedoch erhält man einen ausreichenden Überblick über die Erscheinungsformen dieses Phänomens.

3.2.3 Ökosysteme zur Verbreitung von Komik und Humor

Damit Internet-Meme oder auch andere komische Inhalte entstehen und wachsen können, benötigen sie ein geeignetes Umfeld. *Erlehmman & Plomlompom* führten zur Beschreibung dieses Umfeldes den Begriff des *Internet-Ökosystems*⁶⁰ ein. Dabei handelt es sich meistens um soziale Netzwerke, Blogs und Foren. Diese bezeichnen allerdings keine in sich geschlossenen Systeme, sondern sind oft technisch und konzeptionell miteinander verbunden.

Die populärsten dieser Websites konzentrieren sich jedoch lediglich auf die Verbreitung der Inhalte. In nur wenigen Fällen, wie zum Beispiel *SMS VON GESTERN NACHT*, können Nutzer aktiv bei der Erstellung der lustigen Inhalte mitwirken. Meistens werden hierfür lokale Programme oder Online-Generatoren verwendet, mit denen Meme nach festen Schablonen und Vorlagen erstellt werden können.

Es besteht die Möglichkeit die einzelnen Ökosysteme anhand verschiedener Eigenschaften⁶¹ zu analysieren. Dazu zählen Privatsphäre, Regeln, Archivierung, Machtstruktur, Diskussionsstruktur, Medialität und kommerzielle Ausrichtung.

⁵⁸ Baker Cat, URL: <http://belarr.com/bakercat>, Stand: 16.12.2013.

⁵⁹ vgl. Erlehmman & Plomlompom: *Internet-Meme*, S. 175-183.

⁶⁰ vgl. Erlehmman & Plomlompom: *Internet-Meme*, S. 49.

⁶¹ vgl. Erlehmman & Plomlompom: *Internet-Meme*, S. 49.

3.2.3.1 Soziale Netzwerke

Facebook

„Facebook (...) [ist eine] Internetplattform für die Pflege sozialer Netzwerke“⁶², welche vom gleichnamigen in Menlo Park (Kalifornien) ansässigen Unternehmen *Facebook Inc.* betrieben wird. Sie ist die am zweithäufigsten besuchte Webadresse Deutschlands⁶³ und hat derzeit 1,11 Milliarden⁶⁴ monatlich aktive User. *Facebook* kann als eine Art Allround-Tool für verschiedenste digitale Kommunikationsarten im Web gesehen werden, was wahrscheinlich auch seine Beliebtheit erklärt. Es können Texte, Bilder, Links, Musik und Videos mit dem eigenen Netzwerk geteilt werden. Ein Chat ist integriert, mit welchem man sich in Echtzeit, sowohl mit einer einzelnen Person, als auch mit mehreren Personen unterhalten kann. Des Weiteren können auch Gruppen für die interne Kommunikation bestimmter Netzwerke (zum Beispiel Vereine, Bands, Kommilitonen, Kollegen etc.) angelegt werden. In diesen Gruppen können wiederum Umfragen durchgeführt oder Dokumente ausgetauscht werden. Durch dieses umfassende Angebot an verschiedenen Kommunikationsmöglichkeiten innerhalb einer Plattform verdrängt *Facebook* zunehmend andere Anbieter.

Im Bezug auf Humor im Web stellt *Facebook* einen wichtigen, wenn nicht den wichtigsten Verbreitungskanal dar. Deshalb achten viele Anbieter von humoristisch motivierten Portalen auf eine gut und unkompliziert funktionierende



Facebook-Integration. In dieser Grafik ist zum Beispiel ein Post eines Users zu sehen, der auf Inhalte des Spaß-Portals 9GAG verweist. Dieser Beitrag wurde jedoch nicht explizit von diesem User erstellt, sondern automatisch generiert, da er auf *Facebook* eingeloggt war,

während er auf der Website von 9GAG bei diesen zwei Inhalten den eingebundenen Like-Button angeklickt hat. Auffallend ist auch, dass diese

⁶² vgl. Brockhaus Wissensservice: Facebook, 01.07.2013, URL: <https://hsa.brockhaus-wissensservice.com/brockhaus/facebook>, Stand: 17.12.2013.

⁶³ Alexa: Top Sites in Germany, URL: <http://www.alexa.com/topsites/countries/DE>, Stand: 17.12.2013.

⁶⁴ Focus Online: Kommt der große Facebook-Exodus?, 07.05.2013, URL: http://www.focus.de/digital/internet/facebook/tid-31040/weniger-nutzer-bei-zuckerbergs-netzwerk-kommt-der-grosse-facebook-exodus_aid_979611.html, Stand: 17.12.2013.

automatisch generierten Posts in attraktiver Form inklusive Vorschaubild und Bildunterschrift dargestellt werden.

Des Weiteren erscheint interessant, dass *Facebook* im Bezug auf humoristische Inhalte fast ausschließlich zur Verbreitung, jedoch fast nie zur Erstellung benutzt wird.

Twitter

„Twitter (englisch für Geschnatter, Vogelgezwitscher), [ist] ein Microblogging Dienst, der dem Prinzip der sozialen Netzwerke folgt.“⁶⁵ Microblogging ist eine Unterart des herkömmlichen Bloggens, bei der die Blogeinträge auf das Wesentliche, also das Übermitteln einer Kernbotschaft, reduziert werden. Bei *Twitter* hat man dazu pro *Tweet* (umgangssprachlich für einen Blogeintrag bei *Twitter*) eine maximale Anzahl von 140 Zeichen zur Verfügung. Diese Einschränkung wirkt sich auch auf den Humor innerhalb dieses sozialen Netzwerkes aus.

Aktuell zählt das Netzwerk 900 Millionen registrierte Mitglieder.⁶⁶ Bei *Twitter* liegt der Fokus auf kurzen Textnachrichten, aber auch Bilder und Videos können veröffentlicht werden. Die Beiträge jedes Mitgliedes werden chronologisch auf dessen eigener Seite angezeigt. Die Autoren können ihre Kurzmitteilungen mit Hilfe eines sogenannten *Hashtags* markieren, welcher durch eine vorangestellte Raute gekennzeichnet wird (Beispiel: #tvduell, Hashtag des Fernsehduells zwischen SPD-Kanzlerkandidat *Peer Steinbrück* und Amtsinhaberin *Angela Merkel*). Durch diese Markierungen mit *Hashtags* können alle *Tweets* zu einem Thema gebündelt werden.

Neben gewöhnlichen Statusbeiträgen finden sich auf *Twitter* viele Kommentare zum aktuellen Tagesgeschehen. Oft werden mediale Ereignisse in Echtzeit aufgegriffen und auf satirische Weise kommentiert. Aufgrund der hohen Frequenz von Themenwechseln im Internet und der begrenzten Anzahl an Zeichen müssen die Pointen den Nutzer schnell erreichen.⁶⁷ Ist ein Gag erfolgreich und bringt Menschen zum Lachen, verbreitet er sich durch die von *Twitter* zur

⁶⁵ vgl. Brockhaus Wissensservice: Twitter, 01.01.2012, URL: <https://hsa.brockhaus-wissensservice.com/brockhaus/twitter>, Stand: 09.12.2013.

⁶⁶ Twopcharts, 09.12.2013, URL: <http://twopcharts.com/twitteractivitymonitor>, Stand: 09.12.2013.

⁶⁷ vgl. Wirtschaftswoche: digitaler Zeitgeist, 31.01.2012, URL: <http://www.wiwo.de/technologie/digitale-welt/digitaler-zeitgeist-satire-und-humor-im-internet/6118118.html>, Stand: 09.12.2013.

Verfügung gestellten Funktionen wie dem *Retweeten* (den gleichen *Tweet* erneut auf der eigenen Seite veröffentlichen) oder dem Einbetten auf externen Seiten ziemlich schnell.

Beispiel Tweet



3.2.3.2 Weblogs

Ein *Weblog* (Kunstwort aus *Web* und *Logbuch*, Kurzwort: *Blog*) ist eine Art Tagebuch, das von einem Autor auf einer speziell dafür vorgesehenen Website geführt wird. Die verschiedenen Einträge werden in chronologischer Reihenfolge angezeigt und können zum Teil von den Lesern kommentiert werden.⁶⁸ Das Erstellen von Blogs ist dank einfacher Installation von dafür vorgesehener Software wie zum Beispiel *WordPress* sehr einfach. *Weblogs* existieren zu allen möglichen Themen und werden von unterschiedlichen Autorengruppen geführt, zum Beispiel von Privatpersonen, Unternehmen, berühmten Persönlichkeiten etc.

In der Onlinewelt existieren auch sehr viele *Blogs* mit komischen Inhalten, von denen wir im Folgenden zwei bestehende Arten beziehungsweise Seiten in Bezug auf unser Projekt analysieren werden.

Tumblr

Das Wort *Tumblr* bezeichnet nicht nur den Bloggingdienst von *Yahoo*, sondern hat sich inzwischen auch zu einer eigenen Kategorie von Komik im Netz weiterentwickelt. Auf einem *Tumblr* werden aktuelle Geschehnisse oder

⁶⁸ vgl. Brockhaus Wissensservice: Weblogs, 01.01.2012, URL: <https://hsa.brockhaus-wissensservice.com/brockhaus/weblog>, Stand: 09.12.2013.

bestehende Sachverhalte aus dem öffentlichen Leben kommentiert und durch den Kakao gezogen, wobei immer die Beiträge mehrerer Autoren zu einem Thema gesammelt werden. Diese *Weblogs* behandeln nicht nur überregionale Geschehnisse, sondern enthalten oftmals auch spezielle Inhalte für bestimmte Personengruppen (zum Beispiel Berufe, Hobbys) oder Personen aus bestimmten Regionen. Die Pointen sind dann oft nur mit Insiderwissen zu verstehen.

Als Stilmittel für diese Blogs haben sich Fotomontagen und GIF-Animationen durchgesetzt. Wörter spielen in der Regel nur eine untergeordnete Rolle und werden nur einleitend oder ergänzend innerhalb solcher Beiträge verwendet. Die Pointe liegt meistens im Bild. Der Humor lässt sich so nahe moderner Theorien einordnen (siehe 2.1.2) und fällt vor allem in die Genres Sarkasmus und Zynismus.

Die Fotomontagen aus Punkt 3.2.2.2 zur *Merkelraute* der Bundeskanzlerin sind beispielsweise aus einem *Tumblr* (<http://merkelraute.tumblr.com>). Zunächst hatte wohl eine Person die Idee, das Foto der Werbeaktion zu verfremden und dies online zu stellen. Dabei bleibt unklar, ob schon mit dem ersten Bild Kritik an der Kanzlerin geübt werden sollte, oder ob der Ersteller gedankenlos gehandelt hat.

27TH MAR 2013 | 1 NOTE

WHEN YOU HAVE YOUR FIRST RIEGELE BEER



Trifft nun ein solches Bild den Zeitgeist, findet es schnell Nachahmer. Die daraufhin entstandenen Variationen werden wiederum auf *Tumblr* oder ähnlichen Systemen gesammelt. Dieses Ökosystem hat in der Regel eine als kurz einzuschätzende Lebensdauer, da sobald das behandelte Thema keine mediale Beachtung mehr findet, auch der Hype um den Blog abebbt.

Bei unseren Recherchen haben wir auch ein Beispiel mit regionalem Bezug zur Stadt Augsburg.

burg gefunden. Unter dem Titel *When you really live in Augsburg*⁶⁹ werden die Eigenheiten der Fuggerstadt mit GIF-Animationen aus Film und Fernsehen kommentiert. Folgender Beitrag versucht eine heimische Brauerei lächerlich zu machen.

SMS VON GESTERN NACHT

„Erinnerst du dich an die SMS, die du gestern Nacht nicht mehr hättest abschicken sollen? ...wir schon! Wir veröffentlichen eure Kurznachrichten, die zu gut, witzig oder krass sind, um nur von euch alleine gelesen zu werden.“⁷⁰ So beschreiben die Macher von *SMS VON GESTERN NACHT* ihren Weblog. Das Prinzip: Personen, die lustige Nachrichten in Ihren Chatverläufen haben, können diese einreichen. Nach einer Prüfung durch Autoren des Blogs werden diese im Anschluss veröffentlicht. Dann können Besucher die Nachrichten lesen, bewerten und kommentieren. Die veröffentlichten Nachrichten können auch nach verschiedenen Kriterien gefiltert angezeigt werden. Die erfolgreichsten Einträge werden regelmäßig in einem Buch zusammengefasst und publiziert. Die Veröffentlichung findet anonym durch das Abändern der Namen statt.

Die Website hat eine sehr gute Integration in den Social-Media-Bereich. Es ist sehr einfach einzelne Beiträge auf *Facebook*, *Twitter* oder per E-Mail weiterzuverbreiten. Zusätzlich können sie mit Hilfe eines Codeschnipsels auf jeder anderen Internetseite eingebunden werden. Weitere Aufmerksamkeit erfährt die Seite durch Zusammenarbeit mit Online-Zeitungen. *Süddeutsche.de* veröffentlicht zum Beispiel in regelmäßigen Abständen die witzigsten Einträge.

Das Besondere an *SMS VON GESTERN NACHT* ist, dass die Inhalte sowohl auf einer Seite erstellt, als auch präsentiert werden. Mit Hilfe eines integrierten Generators können Nachrichten nach einem festen Schema gestaltet und den Redakteuren zur Kontrolle zugeschickt werden. Der Vorteil: Die Redakteure müssen die eingereichten Nachrichten nur nach inhaltlichen Kriterien prüfen und haben keinen Aufwand mit der Gestaltung der Beiträge. Neben sozialen und gesellschaftlichen Punkten werden die Nachrichten vor allem auf Originalität und

⁶⁹ vgl. *When you really live in Augsburg*, 27.03.2013, URL: <http://whenyoureallyliveinaugsburg.tumblr.com/page/3>, Stand 17.12.2013.

⁷⁰ Anna Koch und Axel Lilienblum, *SMS von gestern Nacht: FAQ*, 17.12.2013, URL: <http://www.smsvongesternnacht.de/faq>, Stand 17.12.2013.

Glaubwürdigkeit geprüft. Laut den Nutzungsbedingungen der Seite werden beim Einsenden der Vorschläge die Rechte an die Macher der Seite übertragen.

Beispiele SMS VON GESTERN NACHT



9GAG

9GAG⁷¹ bezeichnet sich selbst im Kopfbereich der Website als „your best source of fun“ und belegt derzeit im deutschlandweiten Ranking der meistbesuchten Webauftritte Platz 173.⁷² Der Name entstand in Anlehnung an die Tatsache, dass anfangs immer neun lustige Inhalte untereinander dargestellt wurden.

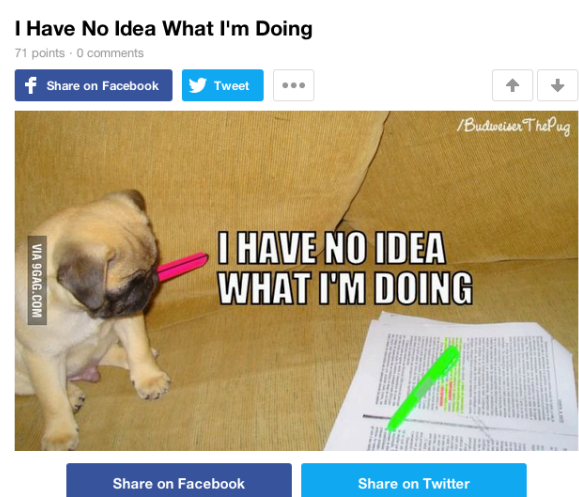
⁷¹ 9GAG, URL: <http://9gag.com>, Stand: 20.12.2013.

⁷² Alexa: Top Sites in Germany, URL: <http://www.alexa.com/topsites/countries;6/DE>, Stand: 2012.2013.

Im Gegensatz zu *SMS VON GESTERN NACHT* wird *9GAG* vorwiegend für Konsum, Verbreitung und Organisation von Inhalten genutzt, jedoch nicht für deren Erstellung. Dies brachte den Betreibern viel Kritik von Nutzern anderer Plattformen ein, auf denen gemeinschaftlich Internet-Meme erstellt werden, da viele dieser Beiträge auch bei *9GAG* hochgeladen wurden. Diese Verärgerung rührt auch verstärkt daher, dass sämtliche hochgeladenen Inhalte mit dem Logo versehen werden, was fälschlicher Weise suggeriert, dass die Inhalte von *9GAG*-Nutzern erstellt wurden.

9GAG zeichnet sich aufgrund seines auf Konsum und Verbreitung ausgerichteten Konzepts durch eine gute *Facebook*- und *Twitter*-Integration aus. So können sich Nutzer unkompliziert mit ihrem *Facebook*-Konto anmelden, um Inhalte hochzuladen, oder, direkt von *9GAG* aus, einen Beitrag auf der eigenen *Facebook*-Pinnwand zu veröffentlichen. Trotz dieser Maßnahmen im Bezug auf Upload und Weiterverbreitung besitzt die Seite durch ihre statischen Inhalte ein geringes Potenzial an Interaktionsmöglichkeiten. Es gibt lediglich die Funktion Posts zu kommentieren, welche jedoch erneut komplett über *Facebook* abgewickelt wird.

Das Buch *Internet-Meme* der *kurz & geek*-Reihe des *O'Reilly Verlags* ordnet *9GAG* unter der Kategorie mit dem bezeichnenden Namen *Mem-Wiederkäuer* ein. Der schlechte Ruf, der dieser Plattform anhaftet, wirkt sich jedoch in Anbetracht der hohen Besucherzahlen nicht wesentlich auf deren Erfolg aus.



3.3 Zusätzliche Formen

Komik und Humor treten im Internet natürlich auch in Formen auf, die sich nicht innerhalb von Memen einordnen lassen. Meme, die sich unter anderem durch ihre Viralität und ihr Entstehen durch die Community auszeichnen, spielen für unser Bachelorprojekt eine wichtige Rolle. Aus diesem Grund haben wir uns bei der Analyse der bestehenden Systeme auf diesen Aspekt konzentriert. Zur Vollständigkeit führen wir jedoch auch andere beliebte Präsentationsformen von Komik und Humor im Internet auf.

Satiremagazine und Zeitungen

In Online-Magazinen wie *Titanic* (<http://www.titanic-magazin.de>) oder dem *Postillon* (<http://www.der-postillon.com>) werden Artikel veröffentlicht, die zum Beispiel aktuelles Geschehen aus Politik und Wirtschaft auf satirische Weise kommentieren.

Witzeseiten

Diese Seiten enthalten Sammlungen von Witzen zu speziellen oder allgemeinen Themen. Jedoch präsentieren sie ihre Inhalte nur statisch und erlauben so keine Interaktion. Viele solcher Internetseiten existieren schon längere Zeit und werden oft nicht mehr gepflegt.

4.0 Profilierung lustiger Diagramme

Das Wort Diagramm lässt sich aus dem Griechischen ableiten und bedeutet soviel wie *Umriss* oder *geometrische Figur*. Diese Abbildungen dienen der grafischen „Veranschaulichung von Zahlen, (statistischen) Daten sowie logischen Beziehungen und Größenbeziehungen zwischen Objekten. Diagramme dienen oft der Ergänzung von Tabellen oder der Darstellung ihrer Inhalte.“⁷³ Vorrangig werden Diagramme für ernsthafte Zwecke in Lehre, Wissenschaft oder anderen Bereichen verwendet.

⁷³ Brockhaus Wissensservice: Diagramm, 01.01.2012, URL: <https://hsa.brockhaus-wissensservice.com/brockhaus/diagramm>, Stand: 28.12.2013.

Entgegen ihrer ursprünglichen Verwendungsweise können Diagramme aber auch zur Übermittlung von komischen oder humoristischen Inhalten benutzt werden. Die Online-Redaktion *Süddeutsche.de* gebraucht sie unter Anderem zur Auflockerung bestimmter Themen oder Rubriken. Im Internet existieren immer mehr Seiten wie *www.graphitti-blog.de* oder *www.funnycharts.com*, die die lustigen Schaubilder sammeln und präsentieren. Allerdings bieten diese Seiten dem Besucher gar keine oder nur einen sehr eingeschränkte Möglichkeit interaktiv an der Entstehung und Weiterentwicklung der Diagramme teilzunehmen.

Im Folgenden werden wir die generelle Komik lustiger Diagramme näher erläutern sowie verschiedene Arten von Diagrammen nach bestimmten Kriterien profilieren.

4.1 Generelle Komik

Da im Anschluss eine Profilierung einzelner Diagramme mit Augenmerk auf deren speziellen Eigenschaften vorgenommen wird, soll hier vorab geklärt werden, was auf alle von uns untersuchten, lustigen Grafiken zutrifft.

Zum einen bergen alle lustigen Diagramme völlig unabhängig von deren Inhalt, ein gewisses Maß an Komik in sich. Da es sich hier um die grafische Darstellungsform handelt, die in der Regel benutzt wird, um Daten, Informationen oder Sachverhalte zu veranschaulichen, zeichnet sich das Diagramm durch einen wissenschaftlichen Charakter aus. So erzeugt alleine das Betrachten eine Erwartungshaltung an einen (vermeintlich) nüchternen Inhalt. Besteht dieser Inhalt dann nicht aus einer Darstellung von ernsthaften Fakten, sondern handelt es sich um eine lustige oder schwachsinnige Botschaft, so wird die Erwartungshaltung an das Diagramm gebrochen und es entsteht dadurch bereits – unabhängig vom eigentlichen Witz – Komik.

Zum anderen kann gesagt werden, dass sämtliche der untersuchten Diagramme nach dem selben Prinzip aufgebaut sind. Jede der Grafiken enthält eine Überschrift, die klar macht, von welcher Thematik nachfolgend die Rede ist. Darunter befindet sich dann die Grafik, aus deren Legende, Proportionen usw. die eigentliche Lustigkeit hervorgeht. Diese Art humoristisch zu kommunizieren erinnert stark an den *Witz* (siehe 2.3.6), der aus einer Exposition, also einer

Einleitung, die ihren eigenen Kontext mit sich bringt, und einer anschließenden Pointe besteht. In unserem Fall entspricht die Überschrift des Diagramms der Exposition, da hier der Kontext mitgegeben wird, der zum Verstehen der nachfolgenden Grafik, die wiederum die Pointe enthält, benötigt wird.

So kann festgehalten werden, dass lustige Diagramme durch die Diskrepanz zwischen wissenschaftlicher Darstellungsform und belustigender Aussage ohnehin eine Art *Grundkomik* besitzen und die Kommunikationsform des Humors durch die Zusammensetzung aus Exposition und Pointe nahe dem *Witz* einzuordnen ist.

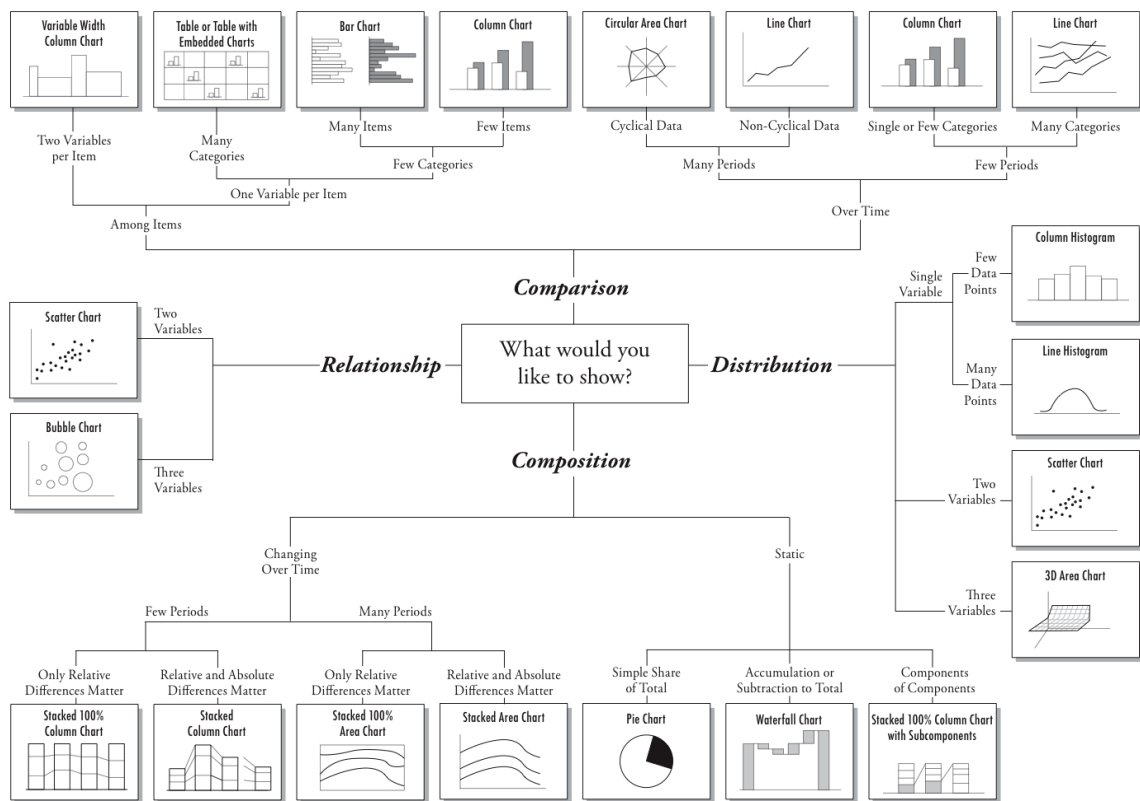
4.2 Bewertungskriterien

Um herauszufinden, welche Arten von Diagrammen sich wie gut für unser Projekt eignen, werden wir unterschiedliche Typen in jeweils drei verschiedenen Punkten profilieren:

Beschreibung

Hier legen wir fest, welche Art von Diagramm vorliegt. Je nachdem in welcher Form die Daten bei der Erstellung des Schaubildes vorliegen, kann der Autor eines Diagrammes zwischen verschiedenen Darstellungsformen wählen. Als Hilfestellung zur Einordnung benutzen wir die nachfolgend abgebildete Illustration von *A. Abela*. Zusätzlich werden wir in diesem Punkt den im Diagramm vermittelten Inhalt betrachten und zum Beispiel analysieren, wie Proportionen, Beziehungen und zeitliche Entwicklungen visualisiert werden.

Chart Suggestions—A Thought-Starter



Humor und Komik

Unter diesem Punkt wird hergeleitet, wie im jeweiligen Fall der einzelnen Grafiken Humor erzeugt wird und welche Weise/n humoristischen Handelns verwendet wird/werden. Anschließend wird überprüft, wie sich der angewandte Humor nach dem Schema aus Punkt 2.3 einordnen lässt beziehungsweise, da die Arten des Humors oftmals in Kombination auftreten, aus welchen Bestandteilen er sich zusammensetzt.

Potenzielle Interaktivität

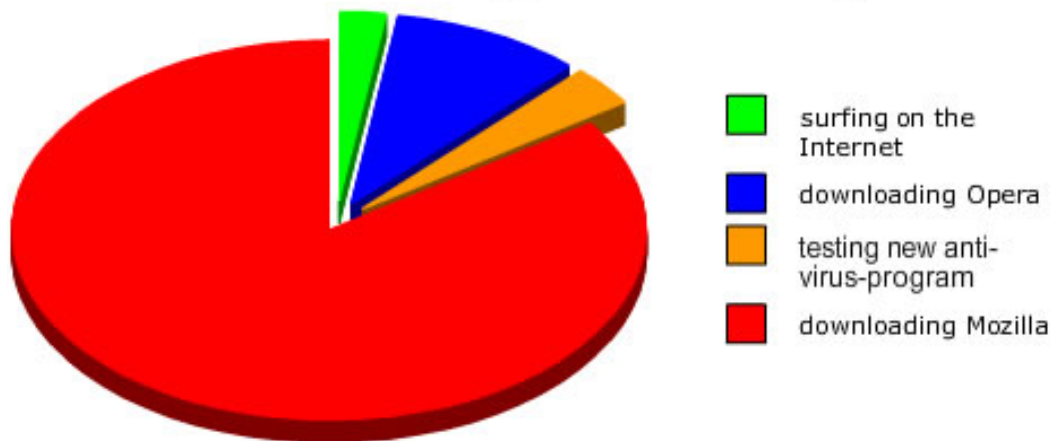
In diesem Punkt untersuchen wir, welche Diagramme sich als geeignet erweisen, die Nutzer einer Webanwendung interaktiv an deren Entstehung teilhaben zu lassen. Hier stellt ein Punkt die Komplexität eines Schaubildes dar, also ob es für den Nutzer leicht verständlich ist. Ein zweites Kriterium ist, ob sich die verschiedenen Sektoren zur Abstimmung eignen, also wie sich eine Verschiebung der Daten auf eine Darstellung des Diagramms auswirkt. Zusätzlichen Einfluss auf die Interaktivität hat der Themenbereich sowie die Formulierung der Überschrift.

Fühlt sich ein Betrachter durch die Überschrift direkt angesprochen, zum Beispiel in Form einer persönliche Frage, erhöht das die Wahrscheinlichkeit, dass sich dieser beteiligt. Gleiches gilt für den Fall, dass das Thema den Nutzer direkt betrifft oder es sich in dessen Interessenbereich befindet.

4.3 Profilierung

4.3.1 Diagramm 1

Reasons for using Internet Explorer



Beschreibung

In diesem klassischen Kreisdiagramm werden verschiedene Gründe aufgeführt, aus welchen Gründen man den Webbrowser *Internet Explorer* der Firma *Microsoft* verwendet. Typisch für ein Kreisdiagramm werden diese Komponenten als Teil eines Ganzen präsentiert. Mit ca. 80 Prozent besagt der größte dieser Anteile, dass dieser Browser lediglich dazu verwendet wird, um den Webbrowser der Firma *Mozilla* herunterzuladen. Zwei weitere Teilbereiche des Diagramms stehen ebenfalls für Gründe, die in der Realität gegen die Verwendung dieses Browsers sprechen. Letztendlich besagt laut dieser Grafik lediglich ein Anteil von fünf Prozent, dass der Browser auch zum Surfen im Internet benutzt werden kann.

Komik und Humor

Bei genauerer Analyse des Humors dieses Diagramms zeigt sich erneut, dass die unterschiedlichen Weisen humoristischen Handelns eher selten allein auftreten. Hier haben wir es zum Beispiel mit einer Vermischung zu tun, bei der Spott ausgeübt und durch Sarkasmus ausgedrückt wird, wobei dieser wiederum in Ironie verpackt ist. Der Sarkasmus zeigt sich vor allem in der Diskrepanz der Überschrift zu den vier Bestandteilen des Diagramms, da anstatt wirklicher Gründe, die für den *Internet Explorer* sprächen ironischer Weise, lediglich ihn angreifende sowie verspottende Antworten angegeben sind.

Potenzielle Interaktivität

Der Kontakt mit dem Diagramm findet innerhalb des Internets statt, weswegen davon ausgegangen werden kann, dass die meisten Betrachter über die Thematik der verschiedenen Browser im Bilde sind. Sollte der User gerade den *Internet Explorer* nutzen oder eine der anderen Antwortmöglichkeiten auf ihn zutreffen, fühlt er sich vielleicht sogar direkt angesprochen. In diesem Beispiel wird die Frage in der Überschrift allerdings nicht direkt an den Betrachter gestellt. Damit sich dieser stärker angesprochen fühlt, könnte man die Frage zum Beispiel wie folgt umformulieren: „What do you do when you use Internet Explorer?“

4.3.2 Diagramm 2



Beschreibung

Hier sehen wir ein Kreisdiagramm, das in seiner Gänze die Zeitspanne angibt, welche Toaster benötigen um Brot zu rösten. Die Teilwerte geben Auskunft darüber, wie man sich zwischenzeitlich beschäftigt. So wird behauptet, dass ca. fünf Prozent dieser Zeit dafür verwendet wird, um benötigte Utensilien vorzubereiten, ca. drei Prozent der Zeit genutzt wird, um die Küche ein wenig zu putzen und man die restliche Zeit (ca. 92 Prozent) den Toaster anstarrt.

Komik und Humor

Die Komik dieses Diagrammes ergibt sich aus der Widersprüchlichkeit, die die Überschrift gegenüber des größten Teilwertes der Grafik aufweist. Der Widerspruch rührt daher, dass (vermeintlich) Handlungen aufgezählt werden, die man in der genannten Zeitspanne vollzieht. Jedoch ist die hauptsächlich ausgeführte Handlung lediglich das Anstarren eines Toasters, was genau genommen keine aktive Tätigkeit darstellt. Zusätzlich schwingt hier eine gewisse Parodie auf jene Alltagssituationen mit, bei deren Beschreibung unmittelbar ein Bild vor dem inneren Auge entsteht und einen so damit konfrontiert, wie sinnlos man manchmal seine Zeit verschwendet. Des Weiteren kann hier unter Umständen auch ein wenig Situationskomik entstehen, wenn man sich – in Gedanken – selber beim Anstarren des Toasters beobachtet.

Potenzielle Interaktivität

In diesem Fall ist definitiv ein Potenzial an möglicher Interaktivität vorhanden. Viele Menschen können sich in dieser alltäglichen Situation wiederfinden und könnten somit durch ihre eigenen Erfahrungen bei der Erstellung eines solchen Diagrammes mitwirken. Lediglich die Überschrift sollte in einen Fragesatz umformuliert werden, da dadurch der Betrachter stärker angesprochen wird und sich eher zum Mitmachen eingeladen fühlt.

4.3.3 Diagramm 3

Was wir tun, wenn es an der Haustür klingelt



Beschreibung

Dieses Kreisdiagramm beschreibt, was wir tun, wenn es an der Haustür klingelt. Wie meist bei lustigen Diagrammen bleibt unklar, wie die Daten erhoben wurden und ob sie repräsentativ sind. Laut Diagramm öffnen ca. 80 Prozent Prozent der Befragten die Haustüre nicht und bleiben anstatt dessen still stehen, in der Hoffnung, dass niemand hört, dass jemand zu Hause ist. Ungefähr 15 Prozent der Leute müssen sich erst eine Hose anziehen bevor sie die Türe öffnen können und der Rest von ungefähr fünf Prozent öffnet die Haustüre ganz herkömmlich.

Komik und Humor

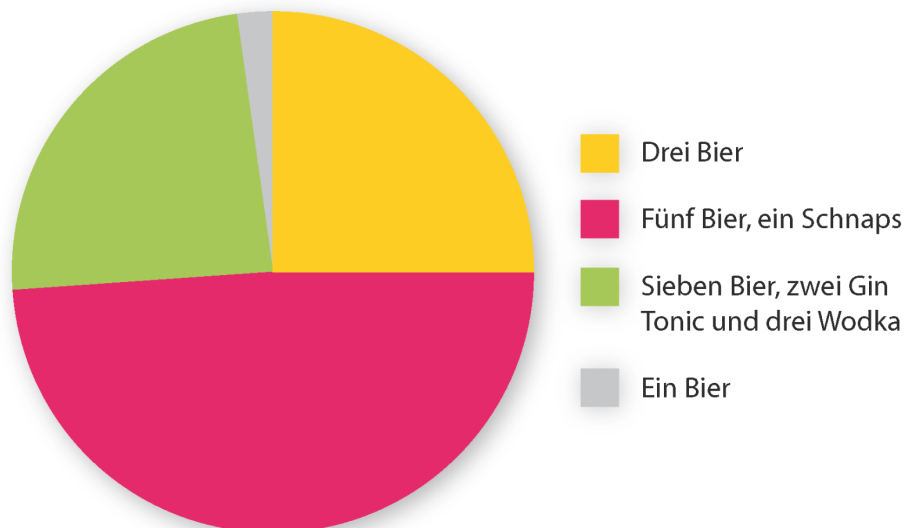
Die Komik des Diagramms ist objektiv, weil die Antworten teilweise von den Erwartungen und Normen in der Gesellschaft abweichen. Die Komik wird zusätzlich durch den großen prozentualen Unterschied zwischen der zu erwartenden und der ungewöhnlichsten Antwort befeuert. Den Humor des Diagramms kann man innerhalb des Witzes einordnen, da sich beim Lesen des Titels eine Erwartungshaltung aufbaut, die anschließend gebrochen wird. Die Antworten werden aufgrund des Inhaltes und deren prozentualen Gewichtung innerhalb der Parodie eingeordnet.

Potenzielle Interaktivität

Baut man den Titel des Diagramms in eine persönliche Frage um, würde der Betrachter direkter angesprochen und somit stärker zum agieren eingeladen werden (zum Beispiel „Was tust du, wenn es an der Haustür klingelt?“). Da sich die Pointe des Schaubildes schnell auflöst und der Witz so leicht zu verstehen ist, kann davon ausgegangen werden, dass ein Betrachter eher mitabstimmen würde, um an der lustigen Sache mitzuwirken, als einen ernsthaften wissenschaftlichen Beitrag zu liefern. Da der Gegenstand des Diagramms nicht auf eine bestimmte Zielgruppe zugeschnitten ist, sondern ein großes Publikum anspricht, ist die Voraussetzung für eine erfolgreiche Verbreitung in anderen Ökosystemen gegeben.

4.3.4 Diagramm 4

Wie viel „nur noch ein Bier“ sind



Beschreibung

Hier wird mit Hilfe eines Tortendiagrammes veranschaulicht, wie viele Getränke man in der Regel noch zu sich nimmt, nachdem man mit der Aussage „nur noch ein Bier“ schon eine maximale Anzahl genannt hat. Wie viele das für verschiedene Bevölkerungsanteile genau sind, wird in der Grafik aufgeschlüsselt. So sollen laut

Diagramm ca. 45 Prozent der Befragten damit in Wirklichkeit „Fünf Bier, ein Schnaps“ meinen.

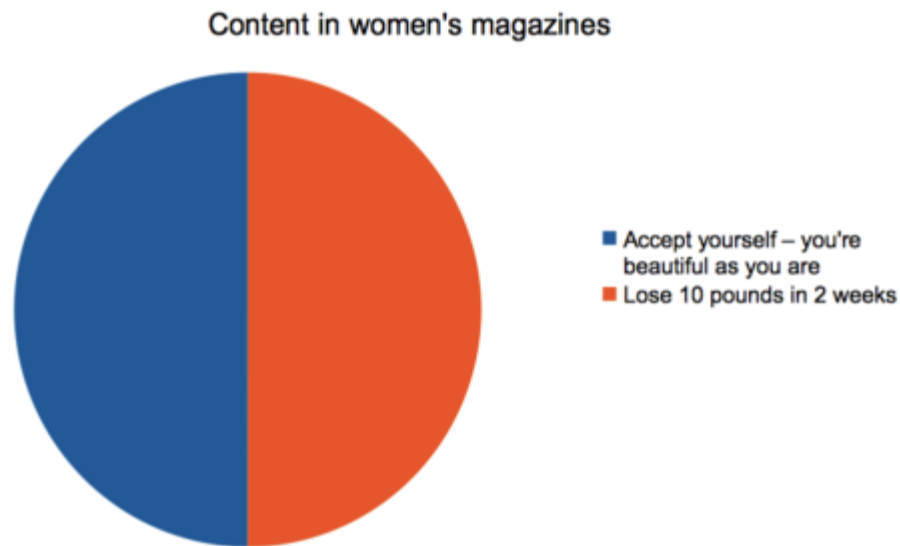
Komik und Humor

Die Komik dieses Diagrammes liegt darin, dass in der Überschrift von „nur noch ein[em] Bier“ die Rede ist, jedoch im Diagramm der Prozentsatz an Leuten, die damit auch wirklich die Anzahl von einem Bier meinen bei lediglich 5% liegt. So wird die im Voraus aufgebaute Erwartungshaltung beim genaueren Betrachten des Diagramms gebrochen. Zusätzlich wird hier eine Situation beschrieben, die wahrscheinlich jeder so oder so ähnlich bereits erlebt hat. Es handelt sich hierbei um eine Art Parodie auf das Leben an sich. Das Original, welches parodiert wird, stellt in diesem Fall die Realität dar, also jene spezielle Situation beim geselligen Beisammensein mit Freunden, bei der auch Alkohol konsumiert wird. Das Original wird dann in überzeichneter Form wiedergegeben („Fünf Bier, ein Schnaps“).

Potenzielle Interaktivität

Die potenzielle Interaktivität dieses Diagrammes ist als relativ hoch einzustufen. Da eine Situation beschrieben wird, bei der sich die meisten Menschen an Szenen aus ihrem eigenen Leben erinnert fühlen, kann wohl jeder nachvollziehen, was hier genau gemeint ist. Somit bleibt die erste Interaktionshürde bereits außen vor. Des Weiteren sind die verschiedenen „Antwortmöglichkeiten“ so gestaltet, dass jeder leicht einen Beitrag dazu leisten könnte, indem er selbst mitabstimmt. Lediglich die Überschrift hätte man in einen Fragesatz – wie etwa: „Was meinst du, wenn du sagst...“ – umwandeln können, wodurch sich der Betrachter direkter angesprochen fühlen würde.

4.3.5 Diagramm 5



Beschreibung

Diese Grafik beschreibt die prozentuale Aufteilung des Inhaltes von Frauenmagazinen. Dabei werden nur zwei Arten von Themen erfasst. Solche, die das Selbstbewusstsein fördern wollen und Frauen vermitteln, dass sie sich so akzeptieren sollen wie sie sind. Im Gegensatz dazu steht der zweite Teil, der sich damit beschäftigt wie man innerhalb von zwei Wochen zehn Pfund abnehmen kann. Beide Inhalte bekommen im Diagramm die gleiche Gewichtung also, 50 Prozent. Da es sich ausschließlich um eine proportionale Darstellung handelt, wurde als Darstellungsform die des Kreisdiagrammes gewählt.

Komik und Humor

Das Diagramm strahlt eine subjektive Komik aus, da zwischen den beiden Antworten ein Widerspruch besteht. Auf der einen Seite wird den Damen erklärt, dass sie sich, so wie sie sind, schön fühlen sollen, auf der anderen Seite werden die Leserinnen zum Abnehmen animiert. Humoristisch kann die Grafik als Parodie auf die zahlreichen Frauenmagazine mit den immergleichen Inhalten eingeordnet werden.

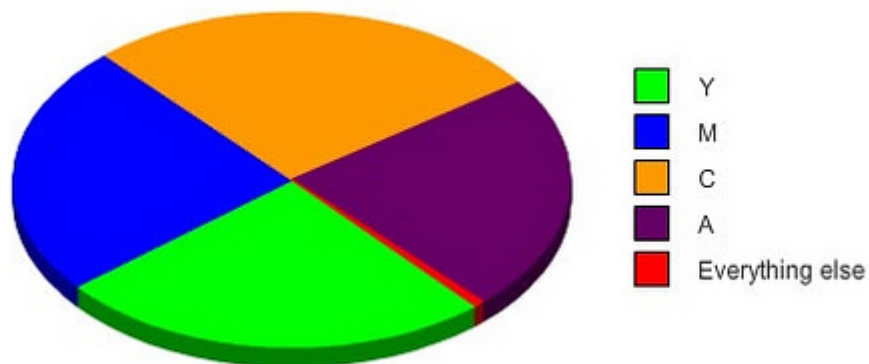
Potenzielle Interaktivität

In der gezeigten Form ist die potenzielle Interaktivität der Grafik stark eingeschränkt. Die Überschrift suggeriert die Darstellung einer Tatsache, auf die

der Nutzer mit seinem Verhalten keinen Einfluss nehmen und somit auch keinen eigenen Beitrag liefern kann. Zusätzlich basiert die Komik dieses Diagramms auf den 50/50-Proportionen der Teilstücke und kann somit schlecht abgeändert werden. Zusätzlich wird der Betrachter auch nicht direkt angesprochen.

4.3.6 Diagramm 6

Lyrics of YMCA that people know



Beschreibung

In diesem Kreisdiagramm sehen wir aufgeschlüsselt, welche Teile des Songtextes des Liedes *Y.M.C.A.* der Pop-Gruppe *Village People* in den Köpfen der Bevölkerung verankert sind. Das Diagramm besteht zu ca. 95 Prozent aus den vier Anteilen, die sich aus den Buchstaben Y, M, C und A zusammensetzen und zu ca. fünf Prozent aus dem Teilwert mit der Betitelung „alles andere“.

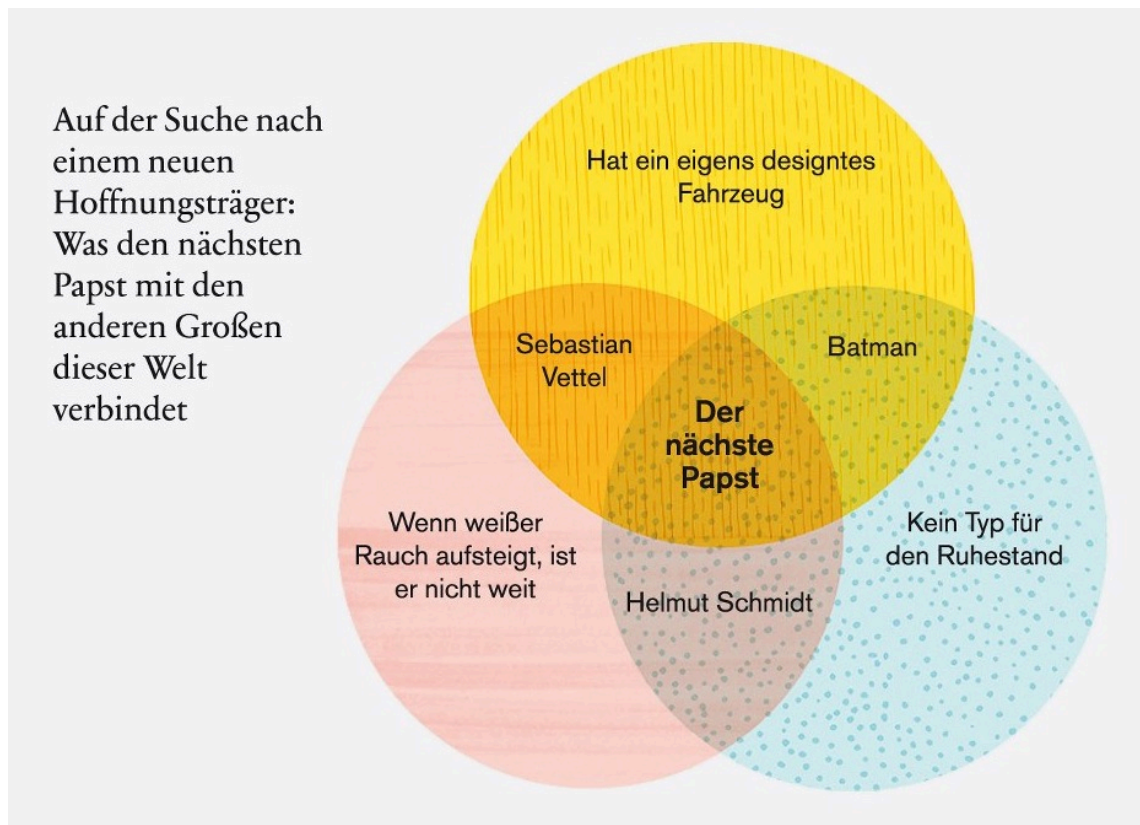
Komik und Humor

Die Komik dieses Diagramms erklärt sich aus der Diskrepanz zwischen der in der Überschrift suggerierten, noch folgenden Aufzählung von Liedtextausschnitten und der Tatsache, dass nachfolgend keine Auflistung erfolgt. Es werden lediglich die vier im Refrain des Liedes oft wiederholten Buchstaben Y, M, C, A und ein nur fünf Prozent ausmachender Anteil mit „alles andere“ aufgeführt. Da der Autor des Diagrammes wahrscheinlich die Intention verfolgte, mit der Grafik aufzuzeigen, wie schwachsinnig der Text dieses Liedes in seinen Augen ist, handelt es sich hierbei um Sarkasmus als Art des humoristischen Handelns.

Potenzielle Interaktivität

Die Fähigkeit zur Interaktivität dieses Diagramms kann als mittelmäßig eingestuft werden. Zwar könnte theoretisch jeder, aufgrund der enormen Bekanntheit des Liedes, einen Beitrag dazu leisten, jedoch würde das Hinzufügen von einzelnen Textpassagen durch unterschiedliche Betrachter das Diagramm keineswegs lustiger machen. Zusätzlich würde dadurch wahrscheinlich das Verhältnis der Teile zueinander im Wesentlichen unbeeinflusst bleiben. Des Weiteren müsste auch in diesem Fall die Überschrift in einen Fragesatz umformuliert werden, sodass der Betrachter einen leichteren Zugang finden kann.

4.3.7 Diagramm 7



Beschreibung

Auf der Abbildung oben ist ein Schnittmengendiagramm (auch Venn-Diagramm genannt) zu sehen. Bei dieser Art von Diagrammen geht es um die „schematische

Darstellung von Mengen und deren Verknüpfungen bzw. Relationen.“⁷⁴ Um wie in diesem Fall solche Diagramme für lustige Zwecke zu nutzen, werden klassische mathematische Mengen durch Eigenschaften, Sachverhalte oder andere Dinge ersetzt. Kombiniert man diese, bilden die Schnittmengen zum Beispiel Personen oder Dinge ab, auf die alle sich überschneidenden Eigenschaften zutreffen. Dieses Diagramm wurde auf *Süddeutsche.de* veröffentlicht, um die Berichterstattung zur Papstwahl im Jahr 2013 humoristisch zu begleiten.

Komik und Humor

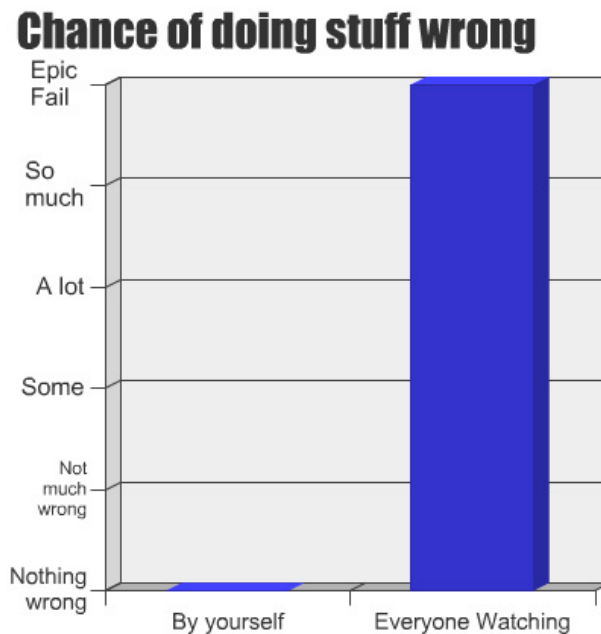
Die Komik dieses Diagramms besteht hauptsächlich aus der großen Diskrepanz zwischen den unterschiedlichen Mengen und den Antwortmöglichkeiten. Zudem wird die Erwartungshaltung gebrochen, denn die Verbindung zwischen *Batman*, einem *Formel-1-Rennfahrer* und dem *Papst* ist gedanklich als äußerst abwegig einzustufen. Betrachtet man den Humor des Diagramms, lässt er sich innerhalb des Nonsens eingliedern, enthält aber auch parodistische Elemente.

Potenzielle Interaktivität

Das oben abgebildete Diagramm funktioniert nur als statischer Witz. Jede Veränderung innerhalb des Diagramms würde auch die Pointe verändern oder vollständig zu Nichte machen. Es gibt also keine Möglichkeit einen Nutzer interaktiv an der Entstehung und Weiterentwicklung teilhaben zu lassen. Möglichkeiten für eine interaktive Nutzung für diese Art von Diagrammen wären das Verbreiten in sozialen Netzwerken oder ein Generator zur Erstellung von Schnittmengendiagrammen. In diesem Fall würde die Entstehung des Schaubildes wieder in der Hand einer einzelnen Person liegen und nicht durch die Beteiligung einer großen Masse stattfinden.

⁷⁴ Brockhaus Wissensservice: Venn-Diagramm, 01.01.2012, URL: <https://hsa.brockhaus-wissensservice.com/brockhaus/venn-diagramm-0> , Stand: 27.12.2013.

4.3.8 Diagramm 8



Beschreibung

Dieses Diagramm zeigt an, wie groß die Chance unter bestimmten Bedingungen ist, einen Fehler zu begehen. Es wird die Beziehung zwischen der Gewichtung des Fehlers und der Anzahl der Zuschauer betrachtet. Die Einstufung der Gewichtung geht von null (kein Fehler) bis sechs (totales Versagen). Die Skala der Zuschaueranzahl betrachtet zwei Fälle. Entweder es sieht keiner zu oder es sehen alle zu. Beim ersten Fall erhebt sich kein Balken, also passiert kein Fehler. Beim zweiten Abschnitt geht der Balken bis an den oberen Rand, was totales Versagen bedeutet. Daraus lässt sich die Hauptaussage des Diagramms, schlimme Fehler passieren nur, wenn jeder zusieht, ableiten.

Komik und Humor

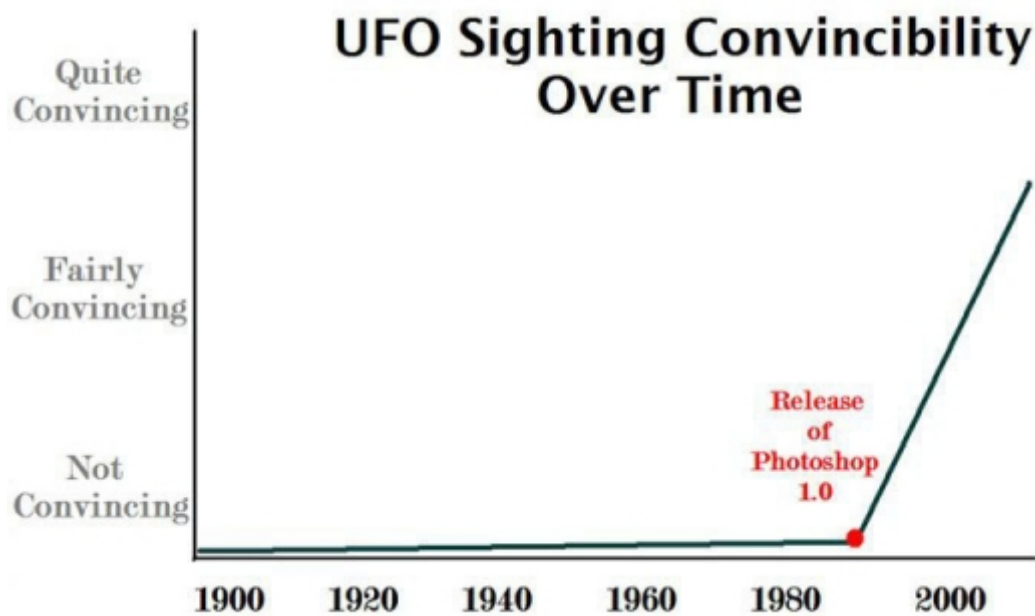
Die Komik des Schaubildes basiert auf dem übertriebenen Unterschied zwischen den beiden x-Werten. Den Humor kann man innerhalb der Parodie einordnen, da hier vertraute Situationen als Vorlage genommen und anschließend in überspitzter Form veranschaulicht werden.

Potenzielle Interaktivität

Bei dieser Art von Diagramm könnte man die Zuschauer über die einzelnen Relationen abstimmen lassen. Die Höhe der Balken berechnet sich dann aus dem

Mittelwert der Stimmen. Allerdings besteht die Möglichkeit, bei der Abstimmung auf zwei Kriterien achten zu müssen, eine Hürde für den Nutzer darstellt. Um dies zu vereinfachen kann das Thema in Form und Fragestellung umbauen. Zum Beispiel könnte die Frage „Wie hoch ist das Risiko, dass du einen Fehler machst, wenn alle Leute um dich herum auf dich achten?“ lauten, hier wären die Antwortmöglichkeiten beschränkt auf die y-Werte der Grafik. Um die x-Werte als Antwort zu erhalten, kann die Frage wie folgt gestellt werden: „Wann passiert dir ein Epic Fail?“

4.3.9 Diagramm 9



Beschreibung

Das Liniendiagramm zeigt die Glaubwürdigkeit von UFO-Sichtungen über einen bestimmten Zeitraum. Auf der x-Achse des Schaubildes befindet sich ein Zeitstrahl, der in etwa den Zeitraum vom Jahr 1900 bis heute anzeigt. Auf der y-Achse ist die Glaubwürdigkeit der Sichtungen in die drei übergeordneten Werte *Quite Convincing* (völlig glaubwürdig), *Fairly Convincing* (einigermaßen glaubwürdig) und *Not Convincing* (nicht glaubwürdig) untergliedert. Die eingezeichnete Linie markiert die Unglaubwürdigkeit von UFO-Sichtungen bis zum Erscheinen der ersten Version des Bildbearbeitungsprogramms *Photoshop*. Ab diesem Zeitpunkt nimmt die Glaubwürdigkeit kontinuierlich zu.

Komik und Humor

Die Komik des Diagramms ist objektiv, da der Verlauf des Zeitstrahls von der Norm abweicht. Die Pointe liegt darin, dass die UFO-Sichtungen nur deswegen glaubwürdiger sind, weil die erste Version von *Photoshop* erschienen ist und es seitdem sehr viel einfacher ist, Fotomontagen zu erstellen. Die humoristische Form ist hier ein klassischer Witz.

Potenzielle Interaktivität

Da das Diagramm in der bestehenden Form eine Entwicklung über einen bestimmten Zeitraum darstellt, ist der Zeitstrahl statisch und kann nicht von Nutzern beeinflusst werden. Stellt man dem Schaubild die Frage: „Wie glaubwürdig sind aktuelle UFO-Sichtungen?“, könnten die Nutzer die y-Werte des Diagramms verändern. Da die Komik allerdings genau an der Entwicklung des Zeitstrahles liegt, würde eine größere Veränderung die Lustigkeit des Bildes negativ beeinflussen. Leute, die sich aktiv mit UFO-Sichtungen und *Photoshop* beschäftigen, dürften sich durch das Diagramm zwar stärker angesprochen fühlen, durch die generelle Lustigkeit spricht das Bild aber wohl auch die breite Masse an Internetnutzern an.

5.0 Fazit

Ziel der vorliegenden Arbeit war es, einen Einblick in die zugrundeliegenden Themenbereiche zu erhalten, auf denen die Idee unseres Bachelorprojektes aufbaut. Zu diesem Zweck haben wir die Entstehung und Beschaffenheit von Komik und Humor analysiert und uns mit dessen Auftreten und Verbreitung im Internet beschäftigt. Des Weiteren haben wir eine Profilierung mehrerer lustiger Diagramme aus dem Internet vorgenommen, indem wir deren Humor und ihr Potenzial für Interaktivität untersucht haben.

Dabei haben wir festgestellt, dass die allgegenwärtigen Begriffe Komik und Humor oftmals fälschlicher Weise synonym verwendet werden. Tatsächlich ist jedoch Komik die Sache des Gegenstandes und Humor die Sache des Betrachters. Bei den verschiedenen Humorarten haben wir bemerkt, dass diese keineswegs

leicht voneinander abzugrenzen sind, da sie gemeinsam gebraucht und vermischt werden können. Durch diese Verstrickungen kann es zum Beispiel sein, dass Satire mit Hilfe von Sarkasmus ausgedrückt wird, welcher wiederum durch Ironie formuliert werden kann.

Zur Betrachtung von Komik und Humor im Internet haben wir uns zuerst mit den grundlegenden Einflüssen des Mediums auf dessen Inhalte beschäftigt, die sich durch hohe Verbreitungsgeschwindigkeit und eine oft gemeinschaftliche jedoch oft auch unkontrollierte Erstellung von neuen Inhalten auszeichnen. Durch diese Erkenntnisse sind wir auf den Begriff des Internet-Mems gestoßen, welcher der Unterhaltung dienende und sich auf virale Weise verbreitende Inhalte beschreibt. Innerhalb dieser Erscheinung lassen sich auch die lustigen Diagramme unseres Bachelorprojektes einordnen.

Das Umfeld, in dem Internet-Meme wachsen und sich verbreiten, bezeichnet man als Mem-Ökosystem. Herkömmliche Systeme beschäftigen sich oft nur mit der Darstellung und Verbreitung von Inhalten. Diese müssen meist über komplizierte Umwege auf externen Websites oder mit Programmen erstellt werden. Im Gegensatz dazu sollen die lustigen Inhalte in unserem Bachelorprojekt durch die Beteiligung der Nutzer entstehen. Das bedeutet, dass sowohl Erstellung, Betrachtung und Verbreitung der Inhalte gebündelt auf einer Seite ermöglicht werden. Um eine *virale* Verbreitung zu erlauben, sollte eine möglichst enge Social-Media-Integration vorhanden sein. Die starke Verwurzelung zu *Facebook*, *Twitter* und Co. unterstützt nicht nur die Publikation der Diagramme, sondern leitet dessen Betrachter auch auf die Website weiter. Das Besondere an unserem Projekt ist die Interaktivität der Diagramme. Im Gegensatz zu klassischen Seiten erzeugen wir keinen statischen Inhalt, sondern generieren diesen aus den gesammelten Daten. Jedes Schaubild kann sich jederzeit wieder verändern. Somit werden Komik und Humor in die Hände der Nutzer gelegt.

Des Weiteren haben wir innerhalb einer Profilierung lustige Diagramme aus dem Internet in Bezug auf ihre potenzielle Interaktivität untersucht, um so festzustellen, welche Arten sich besonders gut beziehungsweise besser als andere für unser Vorhaben eignen. So hat sich herauskristallisiert, dass sich Kreisdiagramme, die sich vor allem mit Themen beschäftigen, zu denen möglichst viele Leute einen Bezug herstellen können, besonders gut eignen.

Die detaillierte Auseinandersetzung mit den verschiedenen Themenbereichen ermöglicht uns eine ganzheitliche Sicht auf Vorkommen und Verbreitungswege von Komik und Humor im Internet. Die gewonnenen Erkenntnisse bilden eine fundierte Grundlage für Konzeption und praktische Umsetzung unseres Projektes.

6.0 Literaturverzeichnis

Helmut Bachmaier

Texte zur Theorie der Komik, Reclams Universal-Bibliothek Nr. 17656, Phillip Reclam jun. GmbH & Co. KG, Stuttgart, 2005

Jörg Räwel

Humor als Kommunikationsmedium, UVK Verlagsgesellschaft mbH, Konstanz, 2005

Erlehmman & Plomlompom

Internet-Meme – kurz & geek, O'Reilly Verlag GmbH & Co. KG, Köln, 1. Auflage, 2013

Brockhaus Wissensservice

F.A. Brockhaus / wissenmedia in der inmediaONE] GmbH, Gütersloh/München,
URL: <http://www.brockhaus-wissensservice.com>

Zeit Online

Humor Analyse: „Loriot war ein Dichter“, 24.08.2011, URL: <http://www.zeit.de/kultur/2011-08/loriot-interview-sprachwissenschaftler> , Stand: 15.11.2013

P.M. Welt des Wissens

Was ist Slapstick?, URL: <http://www.pm-magazin.de/r/gute-frage/was-ist-slapstick>,
Stand: 21.11.2013

Karin Wehn

Humor als Geburtshelfer – Worüber wir im Internet lachen und welche Kunstformen das hervorbringt, URL: http://fsf.de/data/hefte/ausgabe/52/wehno34_tvd52.pdf,
Stand: 14.11.2013

Thorsten Firlus-Emmerich

Wirtschaftswoche, Digitaler Zeitgeist: Satire und Humor im Internet, 31.01.2012,
URL: <http://www.wiwo.de/technologie/digitale-welt/digitaler-zeitgeist-satire-und-humor-im-internet/6118118.html>, Stand: 14.11.2013

Süddeutsche.de

Phänomene: Lach- und Sachgeschichten, 27.03.2013, URL: <http://gefaelltmir.sueddeutsche.de/post/46415823398/ein-gleichheitszeichen-geht-um-die-welt-weil-die>,
Stand: 06.12.2013

Spiegel Online

Riesenplakt der CDU: Maxima Merkel, 02.09.2013, URL: <http://www.spiegel.de/politik/deutschland/wahlkampf-riesenplakat-der-cdu-zeigt-haende-mit-merkel-raute-a-919905.html>, Stand: 21.11.2013

Planet Wissen

Sigmund Freud – Beginn der Psychoanalyse, 12.11.2013, URL: http://www.planet-wissen.de/alltag_gesundheit/psychologie/psychotherapie/sigmund_freud.jsp,
Stand: 21.11.2013

Alexa

Top Sites in Germany, URL: <http://www.alex.com/topsites/countries/DE>,

Stand: 17.12.2013

Twopcharts

Twitter activity monitor, URL: <http://twopcharts.com/twitteractivitymonitor>,

Stand: 09.12.2013