

## Komischer Diskurs: kognitiv und kulturbedingt

Im vorliegenden Beitrag werden einzelne Forschungsergebnisse vorgestellt, die den Besonderheiten der deutschen Lachkultur gewidmet sind. Die Forschung beruht auf den Grundlagen der Pragmatik und erfolgt mithilfe des integrativen Ansatzes, sodass kontextuelle, inhaltliche, funktionale und strukturelle Textmerkmale behandelt werden. Ein bedeutsamer Gegenstand auf dem weiten Feld der Diskurse war und ist der Bereich des Komischen (des Humors, des Witzes, der Satire). Im Artikel werden relevante Kriterien (soziologische, psycholinguistische, kommunikative, pragmatische, gendersensible etc.) akzeptiert, die die Ausprägung humorvoller Elemente in der deutschen Sprache und Kultur widerspiegeln. Die Analyse des komischen Diskurses konzentriert sich auf die Interaktion zwischen dem Informationssender, der in der Aussage eigene Absichten übermittelt, und dem Informationsempfänger, der seinerseits Informationen mit Bezug auf Hintergrundkenntnisse interpretiert. Komischer Diskurs wird in einem breiten gesellschaftlichen Kontext betrachtet. Das kognitive Korrelat eines komischen Diskurses ist das grundlegende System von Kenntnissen über eine Situation und deren Planung, Produktion und Akzeptanz. Der Untersuchung liegen inhaltskomische Texte aus Internetquellen, die die Einstellung der Menschen durch Kommentare nicht nur zur inhaltskomischen Texte als Unterhaltungsmittel, sondern auch zu Situation und Phänomenen widerspiegeln. Die inhaltskomischen Texte werden als Kennzeichen der deutschen Lachkultur bezeichnet. Die komische Wirkung im Text beruht auf Kommunikationserwartungen, auf Variierungen der Realität, auf Jonglieren mit Gegenständen, Sachverhalten, Fakten und auf Widerspiegelung menschlicher Anpassung in allen Bereichen der Zielsprachkultur.

**Schlüsselwörter:** komischer Diskurs, inhaltskomischer Text, komische Wirkung, Kommunikationserwartungen

### Comic Discourse: Cognitively and Culturally Determined

This article presents the research results that are dedicated to the peculiarities of the German laughter culture. The research is based on the foundations of pragmatics and is carried out using the integrative approach so that contextual, content, functional and structural features of the text are addressed. A significant subject in the broad field of discourse was and still is the area of the comic (humor, jokes, satire). The article accepts relevant criteria (sociological, psycholinguistic, communicative, pragmatic, gender-sensitive, etc.) that reflect the expression of humorous elements in the German language and culture. The analysis of comic discourse focuses on the interaction between the sender of information, who conveys his own intentions in the statement, and the recipient of information, who in turn interprets information in terms of background knowledge. Comic discourse is viewed in a broad social context. The cognitive correlate of a comic discourse is the basic system of knowledge about a situation and its planning, production and acceptance. The study focuses on comic texts from Internet sources that reflect people's attitudes through comments not only on comic texts as a means of entertainment, but also on situations and phenomena. The comic texts are described as a hallmark of the German laughter culture. The comic effect in the text is based on communication expectations, on variations in reality, on juggling with objects, issues, facts, and the reflection of human adaptation in all areas of the target language culture.

**Keywords:** comic discourse, comic text, comic effect, cognitive correlate, communication expectations

**Author:** Oksana Zubach, Lesya Ukrainka Volyn National University, 13 Voli Avenue, 43025 Lutsk, Ukraine, e-mail: [subach@ukr.net](mailto:subach@ukr.net)

**Received:** 27.5.2024

**Accepted:** 5.10.2024

## 1. Einleitung

Bei der Untersuchung des erkenntnistheoretischen Themas Diskurs, das dem Bereich der Logik zuzuordnen ist, verdienen dessen sprachliche Funktionalität und Gestaltung unter den besonderen Aspekten des Einflusses lingualer und extralingualer Faktoren besondere Beachtung. Unter Diskurs verstehen wir ein System, das alle Bereiche und Aspekte von Kommunikation, Denk- und Verhaltensweisen des Menschen einschliesst, wobei wir grundsätzlich zwischen (streng) wissenschaftlichem Diskurs und Alltagsdiskurs (z. B. in Politik, Medien, Religion, Bildung etc.) unterscheiden.

Der Begriff „Diskurs“ umfasst mit seinen (Text-)Inhalten den gesamten Prozess sozialer Interaktion. Ein Verständnis von Diskurs ist dann möglich, wenn dieser in einem breiten gesellschaftlichen Kontext betrachtet wird und folgende Faktoren berücksichtigt: „[...] Kontext, soziale Bedingungen der Produktion (*Social conditions of production*) und Bedingungen der Interpretation (*Social conditions of interpretation*)“, sowie „Interaktion von Prozessen der Produktion (*Process of production*) und der Interpretation (*Process of interpretation*), der Text als Ergebnis“ (Samokhina 2010: 38, Fairclough 1995: 25). Die relevanten, für die Beschreibung jeder Art von Diskurs unverzichtbaren Komponenten sind: „(1) Text der Nachricht, (2) situativer Kontext (Zeit und Ort der Handlung), (3) Adressant und Adressat, (4) Ziele und Vorgaben, (5) Kommunikationsbereich, (6) Genre, (7) Referenzraum der Nachricht, (8) Kommunikationsraum der Nachricht. Diese Bestandteile bilden die Struktur von Diskurs und dessen Spezifik. Die zwei Akteure Adressant und Adressat („Sender und Empfänger“) sind Grundelemente jeglicher Kommunikation, ihre Interaktion ermöglicht überhaupt erst die Bildung und Nutzung von Texten. [...]. Diskurs ist keine bloße Abstraktion, sondern eine echte funktionale und kommunikative Formation“ (Samokhina 2010: 33–35). Ein Diskurs entfaltet sich im diskursiven Kontext, dessen folgende Komponenten unterschieden werden: „ontologischer Kontext – Zeit, Ort, physische Umgebung der Kommunikation, Anwesende/Beobachter; Code und Kommunikationskanal; kommunikativer Kontext – Kommunikatoren, ihre kommunikative Kompetenz, Ziele, Strategien und Taktiken; sozialer Kontext – biosoziale Rollen, Status von Kommunikatoren, institutionelle Aspekte der Kommunikation; kultureller Kontext – kulturelle und soziohistorische Aspekte der Kommunikation; psychophysiologischer Kontext – geistiger und körperlicher Zustand der Kommunikatoren; kognitiver Kontext – Wissen der Kommunikatoren übereinander, kognitives Verhalten der Kommunikatoren“ (Bezuhla 2007: 73).

Festzustellen bleibt, dass eine wichtige Voraussetzung für das Komische die Entstehung (Schaffung) einer Doppelwelt ist, in der „vor dem Hintergrund der üblichen, erwarteten, stereotypen (gewohnten, bekannten) Welt eine andere mit verschobenen Orientierungen entsteht. Daher impliziert die Natur des Komischen die Manifestation einer bestimmten Abnormalität“ (Samokhina 2010: 77). Das Komische beruht auf „einem Vorstellungscontrast; [...] insofern dieser Kontrast komisch und nicht anders wirkt“ (Freud 2010: 230). Bergson betont, dass eine Situation immer dann

komisch ist, wenn sie (gleichzeitig) zwei völlig unabhängige Ereignisreihen hervorbringt und gleichzeitig auf zwei ganz verschiedene Arten gedeutet werden kann (Bergson 1900/1972). Das Komische gilt als eine nur beim Menschen vorkommende „Form der Wahrnehmung“ (Berger 1998: 17). Berger konstatiert: „Die Erfahrung des Komischen ist universell. Komische Kulturen können dagegen sehr stark differieren“ (Berger 1998: 85). Berger meint damit, dass Humor und Lachen universell auftreten, jedoch von Kultur zu Kultur unterschiedlichen Gewändern. Etwas, das in dieser Kultur als komisch angesehen wird, kann in jener womöglich aus einem völlig anderen Blickwinkel betrachtet werden. Humor ist demnach gekennzeichnet durch kulturelle Unterschiede und deren Interaktion. Schwarz zeichnet das Komische durch Widersprüche, Übertreibung und Verfremdung, Überraschungs- und Aufklärungseffekt aus (vgl. Schwarz 2008: 33). Zu den Ausdrucksformen des Komischen zählt Schwarz Ironie, Schadenfreude, Spott und Hohn, Parodie und Satire, Sarkasmus und Zynismus (vgl. Schwarz 2008: 41).

Unter der Bezeichnung komischer Diskurs ist ein Text zu verstehen, der über ein bestimmtes, sowohl „sprachliches als auch außersprachliches Inventar der Verwirklichung einer dominanten tiefkomischen (Lach-)Intention verfügt, die sich über Lach- und Spielkommunikation dynamisch entfaltet“ (Kharchenko 2010: 121). Der komische Diskurs gilt für zwei Gruppen der Zielkultur als relevant, wobei „die eine Gruppe den gesellschaftlichen Nutzen der Komik betont [...], die andere Gruppe den Nutzen des Komischen für das Individuum [...]“ (Kohlmayer 2017: 130).

Der Forschungsmethodik liegt ein kognitiv-diskursiver Ansatz zu Grunde, der die Besonderheiten der diskursiven Umsetzung sprachlicher Phänomene sowie der Gesetzmäßigkeiten hinsichtlich ihrer Funktionsweise in Text und Diskurs untersucht. Bei der Analyse kamen diskursive Analysemethoden zum Einsatz: mit Hilfe der diskurstypologischen Analyse wurden die genrebildenden Merkmale des inhaltskomischen Textes und seines gesellschaftlichen Kontextes in den Blick genommen. Die Intent-Analyse wurde akzeptiert, um die Intentionen des Sprechers hinsichtlich humorvoller Kommunikation aufzudecken. Die Elemente der kognitiven Modellierung waren an der Aufklärung des kognitiven Mechanismus der Inkongruenz beteiligt. Zur Untersuchung der Besonderheiten des Verlaufs humorvoller Kommunikation kam eine pragmatische Methode zur Anwendung: Die interpretative Textanalyse zwecks Identifizierung der humorvollen Wirkung innerhalb des Textes. Zudem erfolgte eine Komponentenanalyse zur Identifikation sprachlicher Komponenten inhaltskomischer Texte. Die stilistische Methode diente der Analyse des Systems stilistischer Mittel zur Umsetzung komischer Texte, die ethnolinguistische Methode wiederum ermöglichte es, die ethnokulturelle Originalität der Mentalität der deutschen Lachkultur sowie die Mittel ihrer Markierung im inhaltskomischen Text aufzudecken. Zum Material der Studie gehörten inhaltskomische Texte aus Internetquellen. Sie spiegeln unserer Auffassung nach die Einstellung der Menschen durch Kommentare nicht nur zu inhaltskomischen Texten als Unterhaltungsmittel, sondern auch zu Situationen und Phänomenen wider.

## 2. Konfrontation im komischen Diskurs wegen etwas lachen bzw. für etwas lachen

Das Lachen ist „also universal. Dies impliziert auch eine weltumspannende Geltung für das Komische respektive für das, was vom Menschen als komisch empfunden wird, für das, was das Lachen hervorruft“ (Kohlmayer 2017: 125). Wirth stellt fest: „Das Lachen entdeckt die Nichtigkeit im Gültigen und die Gültigkeit im Nichtigten. Aufgrund dieser Erkenntnisleistung wird es auch zum Instrument der Wahrheit“ (Wirth 1999: 48). Erst im 18. Jahrhundert beginnt eine begriffliche Differenzierung zwischen „laugh at“ und „laugh about“, also Be- und Auslachen, was schließlich zu einer Trennung des „Komischen“ vom „Lächerlichen“ führt (Geier 2006: 149). Beattie definiert das Komische als „Mischung aus Gleichheit und Verschiedenheit“ (Beattie 1975: 599). Mit dem Komischen „als das dem Schönen und Guten Entgegenstehende – hat sich vor allem die Ästhetik beschäftigt, indem sie das Komische als Kontrast zum Erhabenen definiert. Bis ins kulturelle Zeitalter der Renaissance war das Komische kein ästhetischer, sondern ein moralischer, religiöser oder politischer Begriff“ (Oelmüller 1967: 8).

Ein komischer Diskurs basiert stets auf dem speziellen Hintersinn eines inhaltlich-komischen Textes, denn diese sind als „bedeutsame Form sozialer Handlung“ (Landwehr 2001: 168) zu verstehen. Das Komische beruht auf „einem Vorstellungskontrast; [...] insofern dieser Kontrast komisch und nicht anders wirkt. [...] Dies bedeutet, dass etwas als komisch empfunden wird, sobald es nicht unseren Erwartungen entspricht“ (Freud 2010: 230):

*Was es so alles gibt*

*Wer vor 18 Monaten*

*1,158,40 Euro in Aktien der Commerzbank investiert hat:  
musste sich 18 Monate über fallende Kurse ärgern und  
hat heute noch stolze 215,28 Euro übrig.*

*Wer vor 18 Monaten*

*1,158,40 Euro in Krombacher Bier investiert hat:  
war ständig heiter  
hatte viel Spaß  
hat ein Stück Regenwald gerettet  
und hat heute noch*

*(Achtung jetzt kommt`s).....*

*Leergut in Wert von 233,30 Euro!!!!!!!*

*Wenn ich das bloß Vorher gewusst hätte!* (<https://kekememes.de/picture/was-es-so-alles-gibt-wer-vor-18-monaten-1-Arxy6OLR7>).

Die komische Wirkung beruht auf Konventionen, auf standardisierten Kommunikationserwartungen der Menschen und zumindest latenten Variierungen der Realität (*Commerzbank, Bier Krombacher*) und Stereotypen (*Bank – prachtvoll bleiben 215,28 Euro, Bier – leerer Behälter im Wert von 233,30 Euro*). Es erscheint verwunderlich, ein wenig schräg, wie es umgangssprachlich heißt, Gewinne bzw. den Profit einer Bank

(*Bank – Preise*) mit dem Gewinn durch den Genuss des Biertrinkens (*Bier – Spaß und Fröhlichkeit, Bier – Waldschutz, Bier – Lehrgut, Bier – Wert*) in einen vergleichenden Zusammenhang zu bringen. Doch gerade dieses gewagte, scheinbar völlig widersinnige Jonglieren mit Gegenständen, Sachverhalten, Fakten, die nichts miteinander gemein haben, erzeugt Verblüffung und wirkt dadurch sehr komisch und abgefahren, wie es im deutschen „Neusprech“ so schön heißt.

Durch komische Texte wird ein komischer Diskurs reproduziert. Neumeister unterscheidet zwei Arten komischer Texte: „die einen werden aus der Sache, die anderen aus dem Wort gezogen. [...] Lächerlich in der Sache ist, was aus einer irgendwie verzerrten Nachahmung gemacht werden kann. [...] Lächerlich in den Worten aber ist das, was aus dem Witz des Wortes oder des Satzes hervorgeht“ (Neumeister 1996: 45): *Wenn der Benz bremst, brennt das Benzbremslicht* (<https://www.nachhilfe-team.net/lernen-leicht-gemacht/zungenbrecher/>). Die komische Wirkung entsteht durch Zungenbrecher, die nicht nur die Aussprache und die Artikulationsorgane, sondern auch das menschliche Gehirn und die Konzentration fordern. Zungenbrecher haben dieselben Laute und Lautfolgen zum Üben. Redewendungen sind logisch aufgebaut und enthalten in ihrem Inhalt kulturelle Elemente (*Benz – eine deutsche Automarke, ein Symbol der Autoindustrie*). Die klare und schnelle Aussprache von Zungenbrechern ruft sofort ein Lächeln oder Lachen sowie positive Emotionen hervor und bildet eine schnelle Reihe assoziativer Reaktionen.

Der Begriff „komisch“ wird im Alltag in zwei verschiedenen Bedeutungen verwendet: „Einerseits bezeichnen wir das als komisch, was uns zum Lachen bringt oder belustigend ist, andererseits das, was als sonderbar oder seltsam betrachtet wird. [...] Das Komische betrifft einerseits das zum Lachen bringende, gleichzeitig aber auch das von den Normen abweichende“ (Gottwald 2009: 42). Das Komische ist „kein logischer, kein ethischer, kein (im engeren Sinne) ästhetischer Konflikt, es hat mit den Alternativen Wahr–Falsch, Gut–Böse, Schön–Hässlich nichts zu tun; sie können in ihm aufscheinen, aber er geht nicht in ihnen auf“ (Plessner 1941: 104). Allen Bestimmungen des Komischen, ob „philosophischen, psychologischen oder poetologischen, ist gemeinsam, dass das Komische als Deviation, als Abweichung von der Norm begriffen wird, wobei es nicht nur auf das ‚Daß‘, sondern auf das ‚Wie‘ der Abweichung ankommt“ (Wirth 1999: 3). Bergson stellt fest, dass komisch eine Situation immer dann sei, wenn sie gleichzeitig zwei völlig unabhängige Ereignisreihen hervorbringt und gleichzeitig auf zwei ganz verschiedene Arten gedeutet werden kann (vgl. Bergson 1988: 67):

*Genervt*

*Macht Rapunzel ihr Fenster auf, kommt der Traumprinz*

*Macht Bella ihr Fenster auf, kommt Edward*

*Mache ich mein Fenster auf, kommen die Mücken* ([https://debeste.de/52739/Genervt-](https://debeste.de/52739/Genervt-Macht-Rapunzel-ihr-Fenster-auf,-kommt-der)

*Macht-Rapunzel-ihr-Fenster-auf,-kommt-der*).

Die komische Wirkung entsteht durch symbolische Wiedergabe von Informationen über die Werte von Parallelwelten, wobei die Welt des Märchens mit ihren Hauptfiguren

(*Traumprinz, Rapunzel*) und die Welt der Realität durch Eigennamen (*Bella, Edward*) besondere Aufmerksamkeit erregt. Der Titel des Textes ist eine geformte Reaktion auf den Inhalt des Textes, der auf den emotionalen Zustand einer Person (*Genervt*) hinweist. Das Entstehen der komischen Wirkung erfolgt durch die Trias „Sprachlust, Norm und Kreativität“ (Morgenstern 1983: 20).

Komik hat „grundsätzlich ein subversives Element und unterläuft Normen und Konventionen“ (Neale/Krutnik 1990: 3). Gottwald nimmt in Kauf, dass im Komischen die jeweilige Sicht auf das Abseitige, Normabweichende, Marginale deutlich wird. Gleichzeitig zeigen sich die Grenzen der Vernunft, „durch die das Ausfallende zum Ausfallenden“ (Gottwald 2009: 17, Ritter 1989: 90) wird:

*Wie der Lateiner sagt – im Wein liegt die Wahrheit!*

*Wir müssen nur noch rausfinden in welcher Flasche ...!* (<https://debeste.de/281767/Im-Wein-liegt-die-Wahrheit-Jetzt-m-sen-wir-nur-noch>).

Das Komische liegt in der Wirkung der Aussage auf den Verfasser (*der Lateiner*) und seine aphoristische Äußerung. Bemerkenswert ist die Verwendung des Modalverbs (*müssen*), das den Hang des Menschen zur Suche nach der Wahrheit (*nur noch rausfinden*) zum Ausdruck bringt. Es ist klammheimliche Freude zu spüren, dass der wahre Geist des Weines offenbar erst durch den Genuss vieler Flaschen dieses edlen Getränks aufgespürt werden kann. Das verheißt viele Stunden bacchantischen Genusses des seligmachenden Rebensafts und die Hoffnung wird spürbar, dass der wahre Geist erst in der letzten Flasche gefunden werden möge. Auffällig ist, dass sich ein neuer autorisierter inhaltskomischer Text durch Substitution von Elementen bilden lässt (*Im Wein ist Wahrheit, im Bier ist Freiheit, im Wasser sind Bakterien* (*Benjamin Franklin*)) (<https://de.quotes.pics/zitat/2953>).

### 3. Inhaltskomische Elemente im komischen Diskurs

Schon bei Kant wird das Komische zu einer ästhetischen und damit teleologischen Erscheinung und bekommt einen epistemologischen Status (wie auch in den Inkongruenz- oder Kontrasttheorien allgemein): „Das Komische ist nicht nur ein physiologischer oder psychologischer Prozess, es beinhaltet eine spezifische Wirklichkeitswahrnehmung“ (Berger 1998: 29). Die komische Erfahrung bietet „eine spezielle ‚Diagnose‘ der Welt. Sie ‚sieht hindurch‘ durch die Fassaden der ideologischen und soziologischen Ordnung und enthüllt andere Wirklichkeiten, die dahinter warten“ (Berger 1998: 44), die gewohnte Ordnung wird quasi bewusst und vorsätzlich auf den Kopf gestellt.

Der komische Diskurs beruht auf relevanten Kriterien, die die Konzentration oder Ausprägung eines humorvollen Elements in der Zielsprachkultur widerspiegeln:

**1. Das soziologische Kriterium.** Es spiegelt die Prozesse menschlicher Anpassung im sozialen Bereich der Zielsprachkultur wider.

*Neulich überfiel mich ein Räuber. Er schrie: „Geld oder Leben?“*

*Ich erwiderte: „Ich bin verheiratet. Welches Geld? Welches Leben?“*



... und wir umarmten uns und weinten zusammen ... Es war sehr traurig (<https://debeste.de/42297/Neulich-berfiel-mich-ein-R-uber>).

Die komische Wirkung entsteht durch permanente Konfrontation von Vorurteilen über den *Räuber* und den *verheirateten Mann*. Die Dimension sozialer Ziele und Absichten ermöglicht uns, Aktivitäten der Kommunikatoren sofort zu rezipieren und durch die Spiegelung des Selbst im Erleben des Mitmenschen zum Gegenstand zu machen. Die Anwendung der Methoden des hochironischen und damit urkomischen „Selbstschutzreflexes“ (*Ich bin verheiratet. Welches Geld? Welches Leben?*) im Zusammenspiel mit dem subjektiven Handeln des Räubers, der Mitgefühl für den verheirateten Mann (*umarmten uns, weinten zusammen*) zeigt, wirkt so burlesk und verwunderlich, dass man hier zutreffend und alltagssprachlich formuliert von einer saukomischen Situation sprechen kann. Bemerkenswert ist einerseits die Demontage von Stereotypen, andererseits die Unterschätzung geistiger Werte (*Welches Leben?*). Die Auslassungszeichen [...] sind Platzhalter für die Phantasie des Lesers, seine eigenen Gedanken zum Ungesagten zu entwickeln. Aufschlussreich ist: das männliche Geschlecht, hier vertreten durch Täter und Opfer, findet in einem bewegenden Moment in einer gemeinsamen „Opferrolle“ zusammen, in der die Verantwortung für das „Leid“ des (vermeintlich starken) Mannes wehleidig dem anderen (vermeintlich schwachen) Geschlecht zugeschoben werden kann.

**2. Das psycholinguistische Kriterium.** Es offenbart den Grad der assoziativen Wahrnehmung und die Spezifik der Reaktionen auf Begriffe in der Zielsprachkultur.

*Wenn Getränke sprechen könnten:*

*Kaffee: „Du schaffst das!“*

*Wein: „Entspann dich, du musst gar nichts!“*

*Tequila: „Du bist eine geile Sau und kannst dir alles erlauben!“* (<https://www.pinterest.de/pin/76279787429995470/>).

Die komische Wirkung entsteht durch die Prinzipien der logischen und psychologischen Strukturierung des Textes. Die sprachlichen Elemente des inhaltskomischen Textes (*Kaffee, Wein, Tequila*) repräsentieren die Gruppe der aufputschenden bzw. alkoholhaltigen Getränke, die sowohl die menschliche Psyche als auch den emotionalen Zustand des Individuums beeinflussen. Die Verwendung des Imperativs im Text (Appell) und die Form der Anrede (Du) adressieren die aufgeputschten oder entspannten Reaktionsweisen des menschlichen Körpers nach dem Genuss entsprechender Getränke und deren Wunderwirkungen.

**3. Das kommunikative Kriterium.** Es antizipiert Prozesse traditioneller Kommunikation (Gespräche, Konversationen, Dialoge etc.) in der Zielsprachkultur. Ein übliches Merkmal eines inhaltskomischen Textes ist seine kommunikative Funktion, die sich auf das Wissen einer Person über die Welt und die Kultur bezieht. Der inhaltskomische Text ist informativ und durch kulturelle Elemente geprägt, weil nach Heydenreich das Lächerliche bzw. Komische als „unmittelbare Wirkung der Freiheit werde“ (Heydenreich 1797: 19).

*Ich bin Veganerin, trinke keinen Alkohol und dusche immer kalt.  
Ich finde es toll, wenn man so offen über seine psychischen Probleme reden kann* (<https://debeste.de/284406/Ich-bin-Veganerin,-trinke-keinen-Alkohol-und-dusche-immer>).

Die Äußerung (Ursache) der strikten Einhaltung gesellschaftlich aufoktrozierter Normen bezüglich eines gesunden Lebensstils (*Veganerin, trinke keinen Alkohol, dusche immer kalt*) trifft auf eine merkwürdige Reaktion (Wirkung): die krasse, scheinbar vollkommen unerwartete, widersinnige, absurde Antwort durch negative Interpretation des doch gemeinhin als positiv anerkannten Lebensstils (*finde es toll, offen über seine psychischen Probleme reden*). Hier trifft „krass“ auf „krass“, „Spartanerin“ auf „Hedonistin“. Die jeweilige Lebensweise erscheint als Witz, als Unmöglichkeit, ein solches Leben zu führen. Das hier aufgegriffene Thema spiegelt vollkommen gegensätzliche Einstellungen sozialer Gruppen zu Ernährungsweisen wider.

**4. Das pragmatische Kriterium.** Es koordiniert die Mechanismen der Entwicklung der Sprachkompetenz und kann Mehrdeutigkeiten im Verständnis oder in der Interpretation von in Witzen, Anekdoten, Fabeln etc. enthaltenen Informationen zulassen.

*Wo ist das Schei\*ß Kochbuch?  
Hab ich weggeworfen, war auf spanisch.  
Auf spanisch? Bist du irre? Wie kommst du darauf?  
Da stand was von EL Zucker und EL Mehl drin* (<https://debeste.de/402981/Wo-ist-das-Schei-Kochbuch>).

Komische Wirkung entsteht durch die gegensätzlichen Motive *Alltäglicher Fluch* („Schei\*\*\*“) – *Kochbuch* und *Selbsverständliches – Missverständliches* (*Mengenangaben: EL für den Esslöffel*). Sie wird noch verstärkt durch die Kombination von Elementen des inhaltskomischen Textes, die explizit negative Emotionen provozieren und durch ein Asterisk-Zeichen (*Schei\*ß*) Aufmerksamkeit erregen sollen. Die Verwendung nur notdürftig dieses \*Sternchens sorgt für zunächst Irritation, entlarvt sich jedoch alsbald als wütender Fluch auf die Suche nach etwas. Die an Dummheit nicht zu überbietende Interpretation der Mengenbezeichnung *EL* als einem Wort aus dem Spanischen setzt diesem Witz gewissermassen die „Krone der Einfältigkeit“ auf und hinterlässt vor unserem geistigen Auge das Bild eines fassungslosen Suchenden, der am Ende weder das Kochbuch noch dessen Verlust, sondern nur noch die Idiotie des Wegwerfenden beklagt. Die einfachste Konstruktion dieses Witzes erinnert an das, was man auch einen Kalauer nennt: einfältig, flach, nur für ein müdes Lächeln tauglich.

**5. Das Gender-Kriterium.** Es veranschaulicht die Merkmale des Adressaten (Alter, Geschlecht, Einstellung zum Geschlecht etc.).

*Weil Männer tagsüber nicht ihre Stimme gegen ihre Frauen erheben dürfen,  
müssen Sie es nachts kompensieren, indem Sie laut schnarchen!!!* (<https://debeste.de/329005/Weil-M-nner-tags-ber-nicht-ihre-Stimme-gegen-ihre-Frauen>).



Die komische Wirkung entsteht durch die vermeintlich zutreffende Darstellung üblicher (von Gegensätzen geprägter) zwischenmenschlicher Beziehungen *Mann contra Frau*. Die nach allgemeiner Ansicht vorherrschende, doch nie bewiesene Angewohnheit von Frauen, durch Erhebung ihrer Stimme dem Manne im Befehlston Anweisungen zu geben (*Stimme erheben*) steht im Kontrast zum vermeintlich schweigsamen, unterwürfigen Mann, der seinen Widerspruch zwar nur nonverbal, jedoch höchst lautstark kundtut und so seine Konkurrenzfähigkeit unter Beweis stellt. Und zwar durch eine Gewohnheit, die, vielleicht hervorgerufen durch anatomische Besonderheiten, nicht immer vom Menschen selbst zu verantworten ist. Zu ergänzen ist noch, dass auch die Zeit-Zeichen des inhaltskomischen Textes und ihre stereotype Verteilung nach Geschlecht (*tagsüber – Frauen, nachts – Männer*) komisch wirken. Klassische Stereotype werden in diesem Witz zuhauf bedient.

**6. Das Emotionen-Kriterium.** Es hält die Aufmerksamkeit des Kommunikatoren unter Spannung und ruft bestimmte Emotionen mit Bezug auf den Textinhalt hervor.

*Ich: „4 Brötchen bitte!“*

*Verkäuferin: „Wenn Sie 3 nehmen, gibt es 1 umsonst.“*

*Ich stehe jetzt hier, und überlege wer hier von uns beiden der Vollidiot ist ... (<https://debeste.de/396435/Ich-4-Br-tchen-bitte-Verk-uferin-Wenn-Sie-3-nehmen>).*

Die komische Wirkung entsteht, wenn auf der kognitiven Ebene des Witzes kommunikative Normen gestört werden. Damit ist das Verhalten der Verkäuferin gemeint, die sich beim Verkauf von 4 Brötchen, für die die 3+1-Aktion gilt, einen Spaß erlauben möchte. Andererseits liegt hier eine Störung der Erwartungsnorm durch den Käufer vor, der nicht zum Spaß bereit scheint und die Situation als unverständlich (*Ich stehe jetzt hier, und überlege*) und sogar beleidigend (*Vollidiot*) empfindet. Er fühlt sich schlichtweg verarscht. Die Auslassungspunkte symbolisieren den Gedankenfluss und weisen auf das „Danach“ hin.

#### 4. Ritualisierte Interaktionsordnung im komischen Diskurs

In der Wahrnehmung des Komischen manifestiert sich „unsere Freiheit, Abstand zu nehmen und über alle Arten von Schwächen und Ungereimtheiten zu lachen – einschließlich unserer eigenen“ (Gerth 1994: 19). Und „demnach ist etwas komisch, wenn Erwartungen (z. B. Kleiderordnung, Verhaltensweisen, Rituale) gestört und Konventionen gebrochen werden und infolgedessen etwas Gegensätzliches auftritt“ (Hutcheson 1971: 24). Plessner differiert genauer. Er trennt das Komische an sich vom Komischen in sozialen Zusammenhängen: „Was eine Gesellschaft komisch findet, worüber sie lacht, das wechselt im Laufe der Geschichte, weil es zum Wandel des Normbewusstseins gehört. Das Komische selbst hingegen ist kein Sozialprodukt, und das Lachen, das ihm antwortet, kein Warnungssignal, keine Strafe (zu der es in einer Gesellschaft werden kann), sondern eine elementare Reaktion gegen das Bedrängende des komischen Konflikts“ (Plessner 1941: 99):

*Man nehme:  
etwas Durchgeknalltes,  
eine Prise Bekloppt,  
nen Haufen Chaos,  
einen Becher unbehandeltes Spontan,  
drei Schnipsel Ironie,  
fünf Stängel Humor,  
zwei Teelöffel Frech,  
eine Packung Sonnenschein,  
zehn Esslöffel Lieb ...  
schmecke das Ganze mit reichlich Charme ab.  
... und fertig ist meine Wenigkeit!* (<https://www.spruechetante.de/sprueche-sammlung/index.php/meine-wenigkeit/>).

Die komische Wirkung wird durch die ritualisierte Interaktionsordnung der Rezeptelemente (*Man nehme, schmecke das Ganze mit reichlich Charme ab*) und die Bezeichnung von Mengen (*eine Prise, nen Haufen, eine Packung usw.*) hervorgehoben. Im Mittelpunkt des Interesses stehen Schlüsselwörter, die den Begriff Humor (*Humor, Ironie*) als Primär-Code und die Prinzipien seiner Entstehung (*Spontan, Chaos, Lieb*) als Sekundär-Code aktualisieren. Wir betrachten die funktionale Seite des Rezepts als Stimulans-Funktion, die Grenzen und Wirkung des sozialen Konsens markiert (*und fertig ist meine Wenigkeit*).

Die Analyse des komischen Diskurses konzentriert sich auf die Interaktion zwischen dem Informationssender, der in der Kommunikation bewusst oder unbewusst Aussagen eigene Absichten übermittelt („sendet“) und dem Informationsempfänger, der in der Lage ist, Informationen mit Bezug auf Hintergrundkenntnisse zu interpretieren:

*Drei Kinder stritten sich um einen Apfel.  
Da sagte die Mutter: „Den bekommt, wer mich respektiert, mich fürchtet und mir gehorcht“.  
Das sagte eins der Kinder: „Gehen wir spielen. Das ist Papas Apfel“* (<https://debeste.de/366713/Drei-Kinder-stritten-sich-um-einen-Apfel>).

Die komische Wirkung wird durch primäre Lebenswirklichkeit hervorgehoben und signalisiert normkonformes Verhalten und normbrechende Haltung. Das Komische des Textes entschlüsselt den Code menschlichen Verhaltens durch Schlüsselemente *Apfel, Papas-Apfel*, für die Apfel als Zeichen positiver Emotionen, als Symbol für Versuchung und als Signal an Zeichensender gilt. Die dialogische Form des inhaltskomischen Textes spiegelt den Kommunikationsprozess zwischen Individuen (*Kinder, Mutter*) wider. Bemerkenswert ist der Wechsel zu Mäßigung, Loslassen und Konzentration auf etwas Anderes in der Reaktion der Kinder (*Gehen wir spielen*) nach der Erklärung der Mutter zu den drei Bedingungen für den Erhalt eines Apfels (*mich respektiert, mich fürchtet und mir gehorcht*), die die Spannung der Kinder lösten und sie mit der Situation versöhnten. Evas Apfel bekommt eben Adam, so sagt schon die Bibel. Die Kinder wollen ihn gar nicht haben. Ein überraschender Aspekt: Der Witz als biblische Variation.

Das kognitive Korrelat eines komischen Diskurses ist das grundlegende System von Kenntnissen über eine Situation und deren Planung, Produktion und Wahrnehmung.

Zur Produktion eines komischen Diskurses bedarf es eines Bedürfnisses oder Anlasses zur komischen Präsentation einer Situation, eines Komik-Rezipienten, eines inhaltskomischen Textes über die akuten Themen der Zielkultur, eines Komik-Produzenten (Komiker, Humoristen, Komödianten etc.):

*Nennen Sie mir 3 Wörter, die Sie motivieren.... Lehrer zu werden?  
Juli... August... Dezember...* (<https://debeste.de/394489/Nennen-Sie-mir-3-W-rter,-die-Sie-motivieren>).

Die komische Wirkung entsteht durch die Widerspiegelung der Distanz zwischen dem Imaginären und dem Realen im Bereich *Beruf des Lehrers*. Bemerkenswert ist die Zahl 3, das in der Idiomatik der deutschen Sprachkultur (*Alle guten Dinge sind drei*) auf etwas Gutes hinweist. Die Auslassungspunkte nach Bezeichnung des Monats zeugen von einer Denkpause an einen langen, traumhaften Urlaub.

Im komischen Diskurs sind soziale Werte oder menschliche Erfahrungen im sprachlichen und kulturellen Zielraum in mündlicher oder schriftlicher, dialogischer oder monologischer Form ein Signal für ein komisches Weltverständnis, das zum Lachen, Nachdenken und zur Interaktion der Kommunikatoren anregt:

*Sie: „Und was machst du so beruflich?“  
Er: „Ich arbeite mit Tieren.“  
Sie: „Awww, wie süß!“  
Walter (37), Metzger (<https://debeste.de/witze/metzger/5>).*

Hier arbeiten Euphemismus, Illusion und Missverständnis Hand in Hand. Die komische Wirkung zeigt sich in der beschönigenden, wirklichkeitsverbergenden Tätigkeitsbeschreibung des Metzgers gegenüber einer Frau, die völlig falsche Vorstellungen bei ihr weckt und letztlich zu einem für sie verborgen bleibenden Missverständnis führt. Der Witz an der Geschichte ist das Spiel mit zwar völlig zutreffenden Worten, jedoch in die Irre führenden Deutungen. Bewusst führt der Metzger die Frau verbal auf eine falsche Spur, die nicht zum Verständnis seiner Tätigkeit führt, sondern sie verbergen will. Der Hinweis auf das Alter des Metzgers soll einen Hauch von Seriosität in die ganze Sache bringen, als stamme die *Story* aus dem richtigen Leben, doch sie ist „nur“ konstruiert und spiegelt dennoch die reale Welt wider, in der Sprache allzuoft die Wahrheit verschleiert, was zum Teil wahrhaftig ernsthaft komisch ist.

Arend kommt zu dem Ergebnis, dass es zwar keine Komik ohne (implizites) Lachen gibt, sehr wohl aber Lachen ohne Komik. Lachen und Komik werden dabei als Diskurse verstanden (vgl. Arend 2002/2003). Deshalb ist „beim Komischen auch nicht der Stoff das Entscheidende, sondern die Anspielung – also der Bezug zur Ordnung –, die er enthält“ (Ritter 1989: 77). Dies ist möglich, weil das Komische ambivalent ist und dadurch eine „doppelte Wirklichkeitswahrnehmung“ (Vischer 1967: 122) ermöglicht:

*Eine Mutter zu ihrem Sohn: Du, ein Vögelchen hat mir gezwitschert, dass du kiffen sollst.  
Sohn: Was, ich soll kiffen? Wer von uns beiden spricht denn hier mit Vögeln* (<https://www.boersennews.de/community/diskussion/ms-biontech/70423/up/63619111/>).

Die komische Wirkung wird durch die Kommunikation zwischen Eltern und Kindern über das sensible Thema *Drogensucht* erzielt. Die Elemente des Textes idiomatischer Herkunft (*Du hast einen Vogel! – verrückt*) und das Suffix *-chen* (*Vögelchen*) werden zum Verringern der Spannung im Gespräch zwischen *Mutter und Sohn* verwendet. Aber die Pluralform des Nomens *mit Vögeln* behandeln wir als Mittel zum Selbstschutz des Sohnes.

## 5. Schlussbemerkungen

Der komische Diskurs wird von den Rezipienten leicht erkannt, weil er Menschen durch bekannte oder wiedererkennbare Motive verbindet. Er ist Ausdruck eines eigentümlichen Wortspiels im Inhalt des Textes und hat die Tendenz, unlogische innergesellschaftliche Phänomene zu verdichten. Der Fokus seiner Funktionalität liegt auf der Vermeidung oder Entstehung von Konflikten bzw. in deren Lösung. Das kognitive Merkmal des komischen Diskurses manifestiert sich in der Schaffung einer eigenen oder subjektiven Welt, in der komische Bedeutungen, positive Emotionen und das Bedürfnis nach Reflexion vorherrschen. Die funktionale Spezifik komischen Diskurses offenbart sich nicht nur durch sprachliche und nichtsprachliche Elemente des Komischen und die strukturell-semantische Spezifik der inhaltskomischen Texte, sondern auch durch stereotype Darstellungen, die die Mentalität der Nation und deren Assoziationen zum Gegenstand haben. Die komische Wirkung entsteht auf sprachlichen und kulturellen Ebenen der Sprache. Der komische Diskurs ist ein Modell nicht ernsthafter Kommunikation und ein Mittel zur Beeinflussung sprachlich-kreativen Verhaltens der Kommunikatoren. Die komische Inkongruenz ist Folge von Normenverstößen auf verschiedenen Ebenen humorvoller Kommunikation.

## Literaturverzeichnis

- AREND, Elisabeth. *Lachen und Komik in Giovanni Boccaccios Decameron*. DFG – Projektnummer 5356226, 2002/2003. <https://gepris.dfg.de/gepris/projekt/5356226?context=projekt&task=sowDetail&id=5356226&> 15.3.2024.
- BEATTIE, James. „On Laughter and Ludicrous Composition. Essays [1764/1776]“. *The Philosophical and Critical Works of James Beattie*. Bd. 1. Hrsg. Fabian Bernhard. Hildesheim: Georg Olms Verlag AG, 1975. Print.
- BERGER, Peter L. *Erlösendes Lachen. Das Komische in der menschlichen Erfahrung*. Berlin, New York: Verlag De Gruyter, 1998. Print.
- BERGSON, Henri. *Das Lachen. Ein Essay über die Bedeutung des Komischen. Aus dem Französischen von Roswitha Plancherel-Walter. Nachwort von Karsten Witte*. Frankfurt am Main: Luchterhand [*Le rire*, 1900], 1988. Print.
- BERGSON, Henri. *Das Lachen. Ein Essay über die Bedeutung des Komischen*. Zürich: Verlag der Arche, 1901/1972. Print.
- BEZUHLA, Lilia. *Verbalizatsiia implitsytnykh smysliv u nimetskomovnomu dialohichnomu dyskursi*. Kharkiv: V.N. Karazin Kharkiv National University, 2007. Print.
- FAIRCLOUGH, Norman. *Critical Discourse Analysis: The Critical Study of Language*. London, New York: Longman – Addison-Wesley Publishing Company, 1995. Print.

- FREUD, Sigmund. *Der Witz und seine Beziehung zum Unbewußten. Der Humor*. Frankfurt am Main: Fischer Taschenbuch Verlag, 2010. Print.
- GEIER, Manfred. *Worüber kluge Menschen lachen. Kleine Philosophie des Humors*. Reinbek: Verlag Rowohlt, 2006. Print.
- GERTH, Klaus. „Das Komische“. *Praxis Deutsch* 21/5 (1994): 19–26. Print.
- GOTTWALD, Claudia. *Lachen über das Andere. Eine historische Analyse komischer Repräsentationen von Behinderung*. Bielefeld: transcript Verlag, 2009. Print.
- HEYDENREICH, Karl Heinrich. *Grundsätze der Kritik des Lächerlichen mit Hinsicht auf das Lustspiel nebst einer Abhandlung über den Scherz und die Grundsätze seiner Beurtheilung*. Leipzig: bei Friedrich August Leupold, 1797. Print.
- HUTCHESON, Francis. *Reflections upon Laughter. And Remarks upon the Fable of the Bees*. London: Creative Media Partners, LLC, 2022. Print.
- KHARCHENKO, Oleg. „Amerykanskyi dyskurs komichnoho ta yoho linhvokohnityvni osoblyvosti“. *Visnyk Kharkivskoho natsionalnoho universytetu imeni V. N. Karazina* 897 (2010): 120–125. Print.
- KOHLMAYER, Rainer. *Deutsche Sprachkomik. Ein Überblick für Übersetzer und Germanisten*. Frankfurt am Main: Peter Lang, 2017. Print.
- LANDWEHR, Achim. *Geschichte des Sagbaren. Einführung in die historische Diskursanalyse*. Tübingen: Edition Diskord, 2001. Print.
- MORGENSTERN, Christian. *Galgenlieder. Der Gingganz*. München: Deutscher Taschenbuch Verlag (DTV), 1983. Print.
- NEALE, Steve und Frank KRUTNIK. *Popular Film and Television Comedy*. London, New York: Routledge, 1990. Print.
- NEUMEISTER, Sebastian. „Die Praxis des Lachens im Decameron“. *Semiotik, Rhetorik und Soziologie des Lachens. Vergleichende Studien zum Funktionswandel des Lachens vom Mittelalter zur Gegenwart*. Hrsg. Lothar Fietz, Joerg O. Fichte und Hans-Werner Ludwig. Tübingen: Max Niemeyer Verlag, 1996, 65–81. Print.
- OELMÜLLER, Willi. „Einleitung“. *Über das Erhabene und Komische und andere Texte zur Ästhetik*. Hrsg. Hans Blumenberg, Jürgen Habermas, Dieter Henrich und Jacob Taubes. Frankfurt am Main: Suhrkamp, 1967, 7–36. Print.
- PLESSNER, Helmut. *Lachen und Weinen. Eine Untersuchung nach den Grenzen menschlichen Verhaltens*. Arnheim: Van Loghum Slaterus, 1941. Print.
- RITTER, Joachim. „Über das Lachen [1940]“. *Subjektivität*. Frankfurt am Main: Suhrkamp, 1989, 62–92. Print.
- SAMOKHINA, Viktorija. *Zhart u suchasnomu komunikatyvnomu prostori Velykoi Brytanii i USA: tekstualnyi ta dyskursyvnyi aspekty*. Kyiv: Taras Shevchenko National University of Kyiv, 2010. Print.
- SCHWARZ, Gerhard. *Führen mit Humor. Ein gruppenspezifisches Erfolgskonzept*. Wiesbaden: Gabler Verlag, 2008. Print.
- VISCHER, Friedrich Theodor. *Über das Erhabene und Komische und andere Texte zur Ästhetik*. Frankfurt am Main: Suhrkamp, 1967. Print.
- WIRTH, Uwe. *Diskursive Dummheit. Abduktion und Komik als Grenzphänomene des Verstehens*. Heidelberg: Winter, 1999. Print.

#### ZITIERNACHWEIS:

- ZUBACH, Oksana. „Komischer Diskurs: kognitiv und kulturbedingt“, *Linguistische Treffen in Wrocław* 26, 2024 (II): 317–329. DOI: 10.23817/lingtreff.26-19.