

Inhaltsverzeichnis

Einleitung	5
1. Begriffsklärungen.....	8
1.1. Etymologie	8
1.2. Witz, Komik und Humor.....	9
1.3. Witz, Anekdote und Schwank	12
2. Theorie des Komischen	17
2.1. Historische Entwicklung.....	17
2.1.1. Platon	17
2.1.2. Aristoteles.....	18
2.1.3. Cicero	19
2.1.4. Christliche Theoretiker.....	22
2.1.5. Thomas Hobbes	26
2.1.6. Francis Hutcheson.....	27
2.1.7. Immanuel Kant.....	28
2.1.8. Jean Paul	29
2.1.9. Georg Wilhelm Friedrich Hegel.....	30
2.1.10. Henri Bergson.....	31
2.1.11. Sigmund Freud.....	34
2.2. Bestandsaufnahme: Zentrale Theorien des Komischen.....	39
2.2.1. Inkongruenztheorie	40
2.2.2. Aggressionstheorie	43
2.2.3. Entspannungstheorie.....	45
2.2.4. Semantische und Interaktionistische Theorien.....	46
3. Der Witz im allgemeinen und seine Eigenschaften	49
3.1. Bauprinzipien des Witzes	49
3.2. Das Verhältnis des Witzes zu Humor und Lachen	51
3.3. Aggression im Witz	53
3.4. Normabweichung im Witz.....	56
3.5. Kommunikative Aspekte des Witzes.....	58
4. Der politische Witz	64
4.1. Eigenschaften des politischen Witzes	64
4.2. Funktionen des politischen Witzes	69
4.2.1. Die Unterhaltungsfunktion	70
4.2.2. Politische Funktionen	70
4.2.3. Psychische Funktionen.....	80
4.2.4. Soziale Funktionen.....	86

5. Der politische Witz im Nationalsozialismus	90
5.1. Die Rahmenbedingungen des politischen Witzes im Nationalsozialismus	90
5.1.1. Die Rechtsnormen.....	90
5.1.2. Die Verfolgungsinstanzen	93
5.2. Die Praxis des politischen Witzes im Nationalsozialismus.....	96
6. Der Witz aus der Sicht der Kommunikationswissenschaft.....	107
6.1. Der Zusammenhang von Witz und Kommunikationswissenschaft	108
6.1.1. Der Kommunikationsbegriff	109
6.1.2. Der Witz als Gegenstand der Kommunikationswissenschaft....	115
6.2. Funktionen der Massenkommunikation und des Witzes	116
6.2.1. Der Begriff der Funktion.....	116
6.2.2. Die drei zentralen Funktionen des Journalismus:.....	118
6.2.3. Soziale und politische Funktionen der Massenmedien	120
6.2.3.1. Soziale Funktionen (vgl. Burkart 1998: 372 ff)	121
6.2.3.2. Politische Funktionen (vgl. Burkart 1998: 379 ff).....	123
6.3. Anwendung kommunikationswissenschaftlicher Theorien auf den Witz.....	125
6.3.1. Wirkungsforschung	125
6.3.2. Der Wirkungsbegriff.....	127
6.3.3. Theoretische Ansätze der Wirkungsforschung	130
6.3.3.1. Die Stimulus-Response-Theorie.....	130
6.3.3.2. Die Arbeiten der Hovland-Gruppe	133
6.3.3.3. Konsistenztheoretische Ansätze.....	137
6.3.3.4. Der two-step-flow of communication	139
6.3.3.5. Der Nutzenansatz.....	141
6.3.3.6. Die Agenda-Setting-Hypothese	144
6.3.3.7. Der dynamisch-transaktionale Ansatz.....	147
6.4. Zusammenfassung.....	149
Resümee	152
Literaturverzeichnis.....	154