

# Inhaltsverzeichnis

<b>Einleitung</b> .....	<b>5</b>
<b>1. Begriffsklärungen</b> .....	<b>8</b>
1.1. Etymologie.....	8
1.2. Witz, Komik und Humor.....	9
1.3. Witz, Anekdote und Schwank.....	12
<b>2. Theorie des Komischen</b> .....	<b>17</b>
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
<b>3. Der Witz im allgemeinen und seine Eigenschaften</b> .....	<b>49</b>
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
<b>4. Der politische Witz</b> .....	<b>64</b>
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

<b>5. Der politische Witz im Nationalsozialismus.....</b>	<b>90</b>
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
<b>6. Der Witz aus der Sicht der Kommunikationswissenschaft.....</b>	<b>107</b>
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
<b>Resümee .....</b>	<b>152</b>
<b>Literaturverzeichnis.....</b>	<b>154</b>