

Deutscher Pressewitz und seine gesellschaftskritische Funktion

Die Massenmedien sollten in erster Linie wegen ihrer besonderen Rolle, die sie einerseits für die Gesellschaft und andererseits für ein Individuum spielen (Dürscheid, Siegert 2007), besprochen werden. Die sog. Massenkommunikation dient dazu, den Kontakt unter den Menschen als Gesprächspartnern innerhalb unterschiedlicher sozialen Gruppen zu ermöglichen. Die produzierten Texte sollen demzufolge allgemein verständlich sein, damit es keine Kommunikationsstörungen gibt und das von den Autoren gemeinte Ziel erreicht werden kann. Im Rahmen der Gesellschaftskommunikation wird ein sog. kollektives Hintergrundwissen angestrebt (vgl. Pfohlmann 2004):

Durch die Entstehung der Massenmedien ist eine neue Beziehung zur Realität entstanden. In den Worten von Margot Berghaus „Einerseits bleibt zwar der Glaube an die Realität erhalten, aber andererseits glaubt man jetzt nicht mehr, dass alle Menschen und Kulturen die Realität gleich erfahren. Die Auffassung ist, dass jeder gleichsam ein Recht auf seine eigene Realität hat.“

Der jeweilige Leser bzw. Hörer oder Zuschauer hat demzufolge Recht darauf, sich aufgrund des Gelesenen, Gesehenen oder Gehörten seine eigene Meinung zu bilden und die sich um ihn herum befindende Realität auf die nur für ihn typische Art und Weise wahrzunehmen und zu interpretieren und was darauf folgt – zu gestalten. Die geltende Maxime der Pressefreiheit wird aber oft missbraucht, was mit dem sich auf dem Markt der Medien ereignenden Kampf um den Leser/Hörer/Zuschauer verbunden ist. An dieser Stelle soll ein Witz¹ besprochen werden, in dem deutlich die Information vermittelt wird, wie die Presse ihre Aufgaben versteht. Die Presse wird in den Witzen als Zerrspiegel verstanden, der alles wiedergibt, was geschieht, aber nicht immer objektiv, sondern auf seine eigene, vor allem mit den Zielen der Redaktion zusammenhängende Art und Weise. Man kann an dieser Stelle einen Witz als Beispiel anführen:

- (1) Zwei Freunde gehen im Park spazieren. „Ich möchte nur wissen, sagt der eine, was für ein Denkmal das ist“ „Dann hau ihm die Nase ab“, meint der andere „dann kannst du es morgen in der Zeitung lesen“

Die Journalisten lassen zwar u.a. keine andere Meinung zu derselben Sache zu, sind aber trotzdem nicht wegzudenken:

¹ Alle Witze, die nicht aus den Zeitungen stammen, wurden in den Witzsammlungen im Internet gefunden, d.h. www.LinkFun.net., www.witze.net., www.Spitzenwitze.de, www.wz-newsline.de

(2) Meine Schwiegermutter ist wie eine Tageszeitung – sie glaubt alles zu wissen und erscheint täglich.

In der Medienlandschaft spielen die Tageszeitungen eine besondere Rolle. Einerseits ist es die Nachrichtenfunktion und andererseits – die Unterhaltung. Als jeden Tag zugängliche und zu kaufende Zeitung kann diese Art Presse einen starken Einfluss auf die Bildung der Weltanschauung dank der Präsentation der täglichen Ereignisse von der ganzen Welt haben, was aber nicht nur die einzige zu erfüllende Aufgabe ist. Der Leser soll sich auch bei der Lektüre amüsieren und entspannen, deshalb werden dort auch witzige Geschichten gedruckt. Meistens sind es Witze, die unterschiedliche Themen berühren und mit verschiedenen Zielscheiben zusammenhängen. Es sind vor allem kurze witzige Texte über Männer und Frauen, wo vor allem die Frau als dummes und unsympathisches, einer Hexe gleichendes Wesen dargestellt wird,

(3) Erwin kommt betrunken nach Hause. Vor der Tür steht seine Frau mit einem Besen in der Hand. „Hallo, Maudi!“ lallt er mit breitem Grinsen, „willst du fegen oder wegfliegen?“²

das der Mann bei der ersten Gelegenheit loswerden will, z.B.

(4) Der Zauberkünstler ruft ins Publikum „Und als Höhepunkt dieses Abends möchte ich eine Frau verschwinden lassen.“ Stimme aus der zweiten Reihe: „Geh rauf, Lisa!“.

(5) In welcher Zeitung steht: „Mann warf seine Frau aus dem Fenster?“ – In der BILD-Zeitung. Und in welcher Zeitung steht „Frau warf ihren Mann aus dem Fenster?“ – In „Schöner Wohnen“.

Als Pressewitzfiguren erscheinen Blondinen, die die Dummheit verkörpern sollen

(6) Aus dem Tagebuch einer Blondine: „Komisch, dass jeden Tag genauso viel passiert, dass die Zeitung voll wird.“

(7) Wie nennt man eine Blondine mit einer Gehirnhälfte? – Reich beschenkt!³

(8) Zwei Blondinen treffen sich. Die eine prahlt: „Ich habe gestern einen Rekord geschlagen!“ „Wieso?“ fragt die andere „Ich habe ein Puzzle nur in 3 Wochen gemacht, obwohl auf der Packung geschrieben steht 3-5 Jahre!“⁴

und Vertreter verschiedener Berufsgruppen, u.a. Ärzte, die ihre Patienten missachten

(9) Kommt ein Mann zum Arzt und lässt sich gründlich untersuchen. Der Arzt verschreibt ihm daraufhin Moorbäder. „Helfen die denn auch?“ will der Mann wissen „Das nicht, aber Sie gewöhnen sich schon mal an die feuchte Erde“⁵,

Lehrer, die am besten nicht zur Arbeit erscheinen sollten

² DER SPIEGEL, 27/1996

³ DER SPIEGEL, 27/1996

⁴ Skript 1. hängt mit dem richtigen Verstehen der Aufschrift „3-5 Jahre“ als Alter von 3-5 Jahren, wobei es im Skript 2. um die Interpretation als Zeitdauer geht. Mit dem ersten Skript sind folgende Elemente verbunden, d.h. Alter (3-5 Jahre), richtiges Verstehen, Merkmal /normal / bzw. /nicht dumm/. Das Skript 2. und seine Elemente, d.h. Zeitdauer (3-5 Jahre), falsches Verstehen, Merkmal /dumm/ stehen in einer Opposition zum Skript 1.

⁵ Badische Zeitung, 13.02.2010, badische-zeitung.de,

(10) Was haben Lehrer und Gewitterwolken gemeinsam? – Wenn sie sich verziehen, wird der Tag schöner.⁶

oder Jäger, die während einer Jagd nur an das Schießen denken

(11) Streifen zwei Jäger durch das Unterholz, als plötzlich einer der beiden zusammenbricht. Er scheint nicht mehr zu atmen, seine Augen sind verdreht. Der andere Jäger greift nach seinem Handy und wählt den Notruf. „Ich glaube, mein Freund ist tot!“, schreit der Jäger. „was soll ich machen?“ In der Leitstelle versucht man den Mann zu beruhigen: „Regen Sie sich nicht auf, wir werden Ihnen helfen. Stellen Sie erst mal sicher, dass er wirklich tot ist.“ Am anderen Ende der Leitung herrscht einen Augenblick Stille, dann fällt ein Schuss. „Erledigt“, sagt der Jäger, „was jetzt?“⁷

und letztendlich auch Beamte, die bei der Arbeit nur Zeitungen lesen und schlafen

(12) Müller, warum kommen Sie erst jetzt zur Arbeit? – Weil Sie gestern gesagt haben, ich soll meine Zeitung gefälligst zu Hause lesen.

(13) Morgens 7 Uhr. Die Ehefrau stellt dem Beamten das Frühstück vor die Nase, inklusive Zeitung. Sie essen, er liest die Zeitung, keiner sagt etwas, 3 Stunden später sitzt er immer noch am Tisch, liest die Zeitung, nickt ab und zu ein, schaut manchmal aus dem Fenster. Da sagt die Frau „Sag mal, Schatz, musst du heute gar nicht ins Büro fahren?“ Er springt erschrocken auf „Mist, ich dachte, ich wäre längst da“

Zur Verfügung steht dem Witzautor also ein breites Spektrum der Motive, Figuren und Themen. Man darf nicht außer acht lassen, dass die Witze fiktive Texte sind (Oring 2006), ganz unabhängig von der Zielscheibe. Zahlreiche sprachliche Mittel, die dabei zum Ausdruck und zum Erzielen des Komischen dienen, u.a. Wortspiele, Übertreibungen, Polysemie, Homonymie, Homophonie werden mit viel Kenntnis eingesetzt, damit sich auf diese Weise aus dem gesamten Kontext ein gut durchdachter, witziger, kurzer Text mit scharfer und treffender Pointe ergibt. In der Skripttheorie wird von Raskin der Begriff der **Ambiguität**⁸ eingeführt. Darunter wird der **Doppelsinn** verstanden, der in einem Witztext eine besondere Funktion hat. Dank der Doppeldeutigkeit werden verschiedene Interpretationen ermöglicht. Beim Lesen oder Hören eines solchen Textes greift man gewöhnlich zur ersten Bedeutungsvariante. Erst beim weiteren Lesen oder Hören des Textes stellt sich heraus, dass eine zweite Bedeutungsvariante mit im Spiel ist. Somit wird eine andere Interpretation zugelassen. So ist es im Falle des folgenden Witzes, wo die Bedeutung der Wortgruppe **Schuppen haben** auffällt, die mit einer der Bedeutungen von **Schuppe**⁹ 'kleines hartes

⁶ Westdeutsche Zeitung, 17.05.2010 von: www.wz-newsline.de Stand von 17.07.2010

⁷ Badische Zeitung, 13.02.2010, badische-zeitung.de.

⁸ Neben der Ambiguität wird von Raskin auch der Begriff **Widerspruch** genannt

⁹ **Schuppe**, die; -, -n [mhd. schuop(p)e, ahd. scuobba, scuoppa, urspr. ► = abgeschabte Fischschuppe, ablautende Bildung zu schaben]: **1.** *kleines hartes Plättchen auf dem Körper mancher Tiere (z. ► B. der Fische, Reptilien, Schmetterlinge)*: die silbrig glänzenden -n des Fisches. **2.** *(bei manchen Pflanzen vorhandenes) einer Schuppe (1) ähnelndes Gebilde*: die -n eines Tannenzapfens. **3.** *etw., was einer Schuppe (1) ähnelt, nachgebildet ist*: die schimmernden -n seines Harnischs. **4. a)** *Hautschuppe*; **b)** *Kopfschuppe*. **5.** **es fällt jmdm. wie -n von den Augen (jmdm. wird etwas plötzlich klar, jmd. hat plötzlich eine Erkenntnis; nach Apg ► 9, 18; bestimmte Augenkrankheiten wurden früher mit Schuppen verglichen, die die Augen bedecken).*

© Duden - Deutsches Universalwörterbuch 2001

Plättchen auf dem Körper mancher Tiere (z.B. der Fische, Reptilien, Schmetterlinge)‘ zusammenhängt, gar nicht sofort richtig assoziiert wird, sondern mit der weiteren, d.h. ‘a) Hautschuppe; b) Kopfschuppe‘:

(14) Treffen sich zwei Fische. „Kannst du mir deinen Kamm leihen?“ – „Nein, keinesfalls, du hast doch Schuppen!“¹⁰

Dasselbe kann in Bezug auf die Wortgruppe *bei der Bank arbeiten* festgestellt werden, da es hier eher um eine übertragene Bedeutung geht, die mit der „Arbeit“ eines Holzwurmes zusammenhängt, nämlich mit dem Zerfressen des Holzes, aus dem eine Bank gemacht wurde:

(15) Sagt ein Holzwurm stolz zum anderen: „Mein Sohn arbeitet bei der Bank“¹¹

Die in den Medien erscheinenden Witze haben neben der unterhaltenden die sog. sozialisierende Funktion, denn sie vermitteln mithilfe der versteckten Informationen und Gedanken, die als die sog. Hintergrundbotschaft verstanden werden können, konkrete Rollenmuster, allgemein geltende Normen und Werte, obwohl diese im Zerrspiegel präsentiert werden und erst von dem Leser bzw. Hörer entschlüsselt werden müssen.

Die Voraussetzung für das Witzverstehen ist **die sog. Humorkompetenz** (vgl. Marhenke 2003), die der Sprachkompetenz gleichgestellt wird. Erst die individuellen und kulturellen Unterschiede zwischen den an der Scherzkommunikation beteiligten Gesprächspartnern entscheiden über **die Humorperformanz**. Es wird dabei darauf geachtet, wer worüber lacht, d.h. ob die Zugehörigkeit zu einer bestimmten sozialen Gruppe die Art der Witze, ihre Struktur¹² (Thema, Motiv, Zielscheibe und Pointe) und auch die Sprache beeinflusst.

Wenn man über **Pressewitze** spricht, dann kann es zweierlei verstanden werden – es kann einerseits um die Witze **über** die Presse gehen und andererseits um solche, die **in** der Presse zu finden sind. Eine sehr interessante Erscheinung auf dem deutschen Markt der Tagespresse ist die BILD-Zeitung, über die recht viele Witze entstanden sind. Diese hängen sowohl damit zusammen, was in dieser Zeitung zu lesen ist als auch damit, wie es präsentiert wird und mit welchen Mitteln die Informationen gesammelt werden.

Bei der Gestaltung der Presseartikel werden nicht selten sogar allgemein verbindliche Menschenrechte verletzt, indem die Boulevardzeitungen ausgedachte Informationen aus verschiedenen Lebensbereichen übermitteln, weil vor allem durch die besprochenen Skandale aus der Welt der „schönen und reichen“ neue Leser erst von der „Klasse“ der jeweiligen

¹⁰Westdeutsche Zeitung, 18.06.2010, von: www.wz-newsline.de Stand von 17.07.2010

¹¹Westdeutsche Zeitung, 6.04.2010, von: www.wz-newsline.de Stand von 17.07.2010

¹² Dazu hat sich zum ersten Mal Raskin (1985) geäußert, der auf die Semantik der witzigen Texte und deren Struktur hinweist.

Zeitung überzeugt und demzufolge gewonnen werden. Es gibt unter den deutschen Zeitungen eine, die zum Thema der Witze geworden ist – die schon erwähnte BILD-Zeitung:

(16) „Guten Tag, Sie sprechen mit dem Verlag der BILD-Zeitung. Sollten Sie noch so eine unglaubliche Geschichte für uns haben, werden wir sie sicherlich als Schlagzeile gegen Sie verwenden. „

(17) „Guten Tag, Sie haben gerade den Verlag der BILD-Zeitung angerufen. Sie haben mit Toten gesprochen? Sie sind dem Sandmann begegnet? Oder haben Sie gar weiße Mäuse über dem Horizont fliegen sehen? Dann sind Sie genau bei uns richtig.“

(18) Einen besseren Witz als die Schlagzeilen der BILD-Zeitung gibt es nicht.

(19) In der BILD-Zeitung stand neulich, dass ein Chefarzt mit 2,5Promille aus dem OP gezerrt wurde. Rausgekommen ist die Sache allerdings erst, als er während der Operation sein Frühstück einnehmen wollte und die Schwester sagte „Doc, das ist nicht Ihr Blutwurstbrötchen. Die Niere tun wir lieber wieder rein, ok?“

(20) Lieber eine BILD-Zeitung als gar kein Klopapier.

(21) Der Kannibale mag auch Menschenauflauf. „Die Deutschen sind kein bisschen besser als wir“, rief der Kannibale aus, als er in der BILD-Zeitung las, dass es in Hamburg schon wieder einen Menschenauflauf gegeben hatte.

(22) In welcher Zeitung steht: „Mann warf seine Frau aus dem Fenster?“ – In der BILD-Zeitung. Und in welcher Zeitung steht „Frau warf ihren Mann aus dem Fenster?“ – In „Schöner Wohnen“

Die Boulevardpresse wird dafür kritisiert, dass sie alles Mögliche tut, um ihre Leser an sich zu binden. Es werden u.a. sogar Geschichten ausgedacht, was auch in den Witzen angesprochen wird, was wiederum davon zeugt, dass die Leser sich doch nicht beirren lassen, denn die Witze haben doch auch ihre Autoren. Auch Journalisten werden dabei nicht außer acht gelassen und erscheinen als Zielscheiben in den Witzen.

(23) „Kennen Sie den Herrn da drüben?“ „Ja, das ist der Redakteur Weber von der Abendzeitung.“ „Und die flotte Blondine an seiner Seite?“ „Ich glaube, eine Nachtbeilage!“

Dabei wird mit der Sprache so gespielt, dass wir es mit der Doppeldeutigkeit und zugleich mit der Bedeutungsübertragung des Wortes *Nachtbeilage* zu tun haben, das hier im Sinne von 'eine Frau, die in der Nacht neben dem Redakteur liegen wird' gebraucht wird.

Für das Verstehen des Witzes und seine beabsichtigte Wirkung sind vier Bereiche von Bedeutung – sprachliches Wissen, kulturelles Wissen, das sog. Common Sense-Wissen und das Kontextwissen (vgl. Cui 2008). Die Sprachkenntnisse bzw. deren Fehlen determinieren das Verstehen des sprachlichen Kontextes eines witzigen Textes, wobei sich das erwähnte

Common Sense-Wissen auf die außersprachliche Realität bezieht und somit kulturelles Wissen impliziert.

Der Ausgangspunkt für diesen Typ der witzigen Texte sind Stereotypen und Klischees.

Es kommt aber manchmal auch zur Vermischung der Motive in den Witzen, wo z.B. das Ethnische miteinbezogen wird,

(24) Ein Mann geht im Central Park in New York spazieren. Plötzlich erblickt er ein Mädchen, das von einem Kampfhund angegriffen wird. Er läuft hin und beginnt einen wilden Kampf mit dem Hund. Endlich kann er den Hund töten, das Mädchen befreien und ihr das Leben retten. Ein Polizist hat die Situation beobachtet. Er geht auf den Mann zu und sagt „Sie sind ein Held – morgen steht in der Zeitung: mutiger New Yorker rettet dem Mädchen das Leben“ Dieser erwidert: „Ich bin kein New Yorker!“ „Oh“ sagt dann der Polizist „dann steht morgen in der Zeitung: mutiger Amerikaner rettet dem Mädchen das Leben“ „Ich bin kein Amerikaner“ Verblüfft schaut der Polizist den Mann an und fragt: „Was sind Sie dann?“ „Ich bin Pakistani“. Am nächsten Morgen steht folgende Schlagzeile in der Zeitung:
„Islamischer Extremist tötet amerikanischen Hund. Verbindungen zu dem Terrornetzwerk vermutet.“

An diesem Beispiel können wir sehr genau sehen, wie scharf die Kritik an der Presse als Informationsquelle ausgeübt wird. Es geht in erster Linie darum zu zeigen, was die Manipulation innerhalb der Medien ist und zweitens kann darauf hingewiesen werden, welche Bedeutung die Stereotype und Vorurteile bei der Gestaltung der informativen Texte haben können, denn sogar ein kurzer Bericht über eine Heldentat kann zum politischen Text werden, ohne dass es Gründe dafür gibt, denn allein die Nationalität des Helden des Tages entscheidet darüber, in welchem Licht und mit welcher Schärfe das Ereignis wiedergegeben wird.

Man kann an dieser Stelle auch politische Witze nennen, die von den Politikern selbst erzählt werden und als Selbstironie verstanden werden können. Als Beispiel dient der von Berlusconi auf dem Kongress der Europäischen Volkspartei in Bonn erzählte Witz,

(25) Berlusconi, US-Präsident Obama, der Papst und ein junger Assistent des Papstes sind an Bord eines abstürzenden Flugzeugs. Es sind nur drei Fallschirme an Bord. Obama nimmt den ersten mit der Begründung: „Ich bin der wichtigste Mann der Welt.“ Berlusconi nimmt den zweiten und sagt dazu: „Ich bin der intelligenteste Mann der Welt.“ Der Papst sagt zu seinem Mitarbeiter, er solle jetzt den letzten Fallschirm nehmen, denn er sei noch jung. Darauf entgegnet dieser: „Wir haben noch zwei Fallschirme, Heiliger Vater. Berlusconi hat meinen Rucksack genommen.“¹³

in dem drei weltbekannte Persönlichkeiten angesprochen werden – der Papst, der US-Präsident und der erzählende Berlusconi selbst. Diese auf dem Kongress präsentierte Geschichte sorgte vor allem für Heiterkeit und somit wurde das Ziel erreicht – die Atmosphäre eines politischen Treffens wurde auf diese Weise lockerer.¹⁴

¹³Süddeutsche.de 10.12.2009, Stand vom 17.07.2010

¹⁴Vgl. *Kongress in Bonn. Berlusconi und der Witz mit dem Fallschirm*, 10.12.2009, von: www.sueddeutsche.de, Stand von: 17.07.2010

In der Presse erscheinen auch Witze aus dem Bereich des schwarzen Humors, wo auf Kosten anderer gespielt wird und wo die menschliche Schwäche und Würde missachtet werden, wie z.B.

(26) „Papa, warum steht Oma seit einem Jahr am Fenster?“ „Sei ruhig, mein Kind, das ist wegen der Rente.“

(27) Wie heißt ein Liliputaner, wenn er mehr als fünf Kinder hat? – Ein Fruchtzweig.

(28) In der BILD-Zeitung stand neulich, dass ein Chefarzt mit 2,5Promille aus dem OP gezerrt wurde. Rausgekommen ist die Sache allerdings erst, als er während der Operation sein Frühstück einnehmen wollte und die Schwester sagte „Doc, das ist nicht Ihr Blutwurstbrötchen. Die Niere tun wir lieber wieder rein, ok?“

(29) Der Kannibale mag auch Menschauflauf. „Die Deutschen sind kein bisschen besser als wir“, rief der Kannibale aus, als er in der BILD-Zeitung las, dass es in Hamburg schon wieder einen Menschauflauf gegeben hatte.

(30) In welcher Zeitung steht: „Mann warf seine Frau aus dem Fenster?“ – In der BILD-Zeitung. Und in welcher Zeitung steht „Frau warf ihren Mann aus dem Fenster?“ – In „Schöner Wohnen“.

Interessant scheinen diese witzigen Texte zu sein, in denen die Zukunft der Presse zum Zielscheibe wird. Im Vordergrund steht dann in solchen Witzen nur ihre „praktische“ Anwendung im Haushalt, nicht ihre informative, sozialisierende bzw. unterhaltende Funktion.

(31) Fragt der Mann vom Meinungs-Forschungsinstitut den Herrn des Hauses: „Was glauben Sie, wird eines Tages das Fernsehen die Tageszeitungen verdrängen?“ „Ganz bestimmt nicht! Das würde mit der Zeit zu kostspielig, mit einem Fernsehgerät nach Fliegen zu schlagen!“

(32) Eine Fliege zu der anderen: „Weißt du, weshalb Radio und Fernsehen niemals die Zeitung ersetzen werden?“ „Nein.“ „Weil man uns damit nicht totschiessen kann!“

Die Presse als eines der Medien hat eine nicht zu unterschätzende Funktion zu spielen, obwohl sie manchmal im Vergleich zu den anderen, sich stärker und schneller an die sich ständig entwickelnde Welt der elektronischen Berichtübertragung anpassenden Kommunikationsmitteln weniger beachtet wird und den Kampf um den Leser verliert, denn dieser macht die rasche Entwicklung mit und wegen der ständig ihm davon laufenden Zeit schnell, knapp und präzise informiert werden will. Auf dem Markt wird um den Leser gekämpft – einerseits mit den neuen Formaten und andererseits mit Art und Weise, auf die die Informationen übermittelt werden.

Katarzyna Sikorska-Bujnowicz

Niemiecki żart prasowy/żart o prasie jako narzędzie krytyki społecznej

W świecie współczesnych mediów prasa nadal odgrywa znaczącą rolę w przekazywaniu informacji ze świata polityki, kultury, nauki i życia społecznego. Obok funkcji poznawczej ma ona za zadanie wprowadzić elementy rozrywki – w postaci karykatury, żartów rysunkowych czy krótkich śmiesznych tekstów, piętnujących ludzkie zachowania, przedstawiających w krzywym zwierciadle rzeczywistość, w której żyjemy. Ciekawą rzeczą jest znaczenie niemieckiego określenia *Pressewitz*, które może być rozumiane jako `żart prasowy` oraz `żart o prasie`. Niniejszy artykuł jest próbą udzielenia odpowiedzi na pytanie, jaką rolę odgrywają żarty prasowe w kształtowaniu obrazu rzeczywistości poprzez ośmieszające przedstawienie zjawisk społecznych, ludzkich zachowań i postaw oraz jaki obraz funkcjonowania prasy pojawia się jako temat żartów.

Literatur

Cui P. (2008), *Deutscher und Chinesischer Humor – eine kontrastive Studie zu deutschen und chinesischen ethnischen und Familienwitzen*, Bremen

© Duden - *Deutsches Universalwörterbuch* 2001

Dürscheid Ch., Siegert G. (2007), *Memo zu Medien und Kommunikationsformen*. Von: memo-medien.pdf auf: www.sagw.ch, Stand von 17.07.2010

Freud S. (1905 /1985), *Der Witz und seine Beziehung zum Unbewußten*, Frankfurt

Freud S. (1927/1982), *Der Humor. Studienausgabe Bd.IV*, Frankfurt

Kwiatkowska A., Dzereń-Głowacka S. (Hrsg) (2008), *Humor. Theorie – praktyka – zastosowania. Odcienie humoru*, Piotrków Trybunalski

Kwiatkowska A., Dzereń-Głowacka S. (Hrsg) (2009), *Humor. Theorie – praktyka – zastosowania. Odcienie humoru*, Piotrków Trybunalski

Lixfeld H. (1984), *Witz und soziale Wirklichkeit. Bemerkungen zur interdisziplinären Witzforschung*. In: *Fabula. Zeitschrift für Erzählforschung* 25,3,4, S.183-213

Marhenke D. (2003), *Britischer Humor im interkulturellen Kontext*, Braunschweig

Oring E. (2006), *Politisch korrekte Polackenwitze*. Von: www.berlinergazette.de, Stand vom 18.07.2010

Pfohlmann O. (2004), *Von Medien und Menschen. Über neue Einführungen in Medientheorie und –kunde von Rainer Leschke, Margot Berghaus, Friedrich Kittler und Dietrich Kerlen*. Von www.literaturkritik.de, Nr.2, Februar 2004, Literaturwissenschaft und Literaturkritik

Raskin V. (1985), *Semantic Mechanism of Humour*, Dordrecht

Röhrich L. (1977), *Der Witz. Figuren, Formen, Funktionen*, Stuttgart

INFORMACJE O AUTORZE

Imię i nazwisko:

Katarzyna Sikorska-Bujnowicz

Tytuł naukowy:

dr

Jednostka macierzysta:

Katedra Językoznawstwa Niemieckiego i Stosowanego UŁ, Zakład Językoznawstwa Niemieckiego

Adres służbowy:

90-114 Łódź, ul. Sienkiewicza 21

Adres prywatny:

95-070 Aleksandrów Łódzki, ul. Sikorskiego 5 m 3