

Faculté de philosophie, arts et lettres

Der Einfluss von individuellen und textinhärenten Faktoren auf die Wahrnehmung von Humor in Sitcoms, insbesondere Friends

Auteur : Aure Vannieuwenhuyze

Promoteur : Ferran Suñer Munoz

Année académique 2021-2022

Master [120] en langues et lettres modernes, orientation germaniques, à finalité langues des affaires

ABSTRAKT

Die vorliegende Studie beschäftigt sich mit den individuellen und textinhärenten Faktoren, die die Wahrnehmung von Humor in Sitcoms, insbesondere *Friends*, beeinflussen. Zur Beantwortung dieser Forschungsfrage wurden eine quantitative und eine qualitative Studie durchgeführt, in denen der Einfluss einer Reihe von Faktoren auf die Behandlung von acht Szenen aus der Serie *Friends* untersucht wurde. Zu diesem Zweck wurde ein Fragebogen mit acht Szenen aus *Friends* 107 Teilnehmern vorgelegt, von denen 52 französischsprachig, 31 chinesischsprachig und 24 englischsprachig waren.

Im Allgemeinen stellte sich heraus, dass sowohl der kulturelle Hintergrund der Teilnehmer als auch die Häufigkeit, mit der *Friends* von den Teilnehmern gesehen wurde, die Wahrnehmung des Humors in der Serie beeinflusst. Tatsächlich zeigen die Ergebnisse, dass verschiedene kulturelle Hintergründe Humor nicht auf die gleiche Weise wahrnehmen. Außerdem führt die Vertrautheit mit der Serie dazu, dass die Teilnehmer die Serie humorvoller finden, im Gegensatz zu denjenigen, denen die Serie nicht so vertraut ist. Die Ergebnisse deuten jedoch darauf hin, dass die Durchführung eines Austauschs in einem englischsprachigen Land sowie die Dauer des Austauschs, das Genre, das Englischniveau und Lachen im Hintergrund keinen Einfluss auf die Wahrnehmung von Humor haben.

Schlüsselwörter: individuelle Faktoren, textinhärente Faktoren, Wahrnehmung von Humor, Serie, *Friends*

Danksagung

Die Fertigstellung meiner Masterarbeit wurde durch eine Reihe von Personen ermöglicht, die mir während des gesamten Prozesses auf die eine oder andere Weise geholfen haben.

Zunächst einmal möchte ich meinem Promotor, Herr Professor Ferran Suñer, bedanken, denn dank seiner Hilfe konnte ich Erfahrungen sammeln, die es mir ermöglichten, diese Studie selbstständig durchzuführen. Professor Suñer hat mir eine solide Ausbildung in der deutschen Sprache und in der Linguistik vermittelt, die für mich bei der Erstellung dieser Arbeit von entscheidender Bedeutung war. Ich danke auch Nathan Uyttendaele, der mir bei der Erstellung der Statistiken in dieser Arbeit geholfen hat. Ich möchte auch Bailing He danken, der mir bei der Erstellung meines Fragebogens für die Chinesen geholfen hat und der mir auch bei der Verteilung des Fragebogens in China geholfen hat. Für die Verteilung meines Fragebogens in England möchte ich auch meinen Lehrern an der Royal Holloway in London danken, den Professoren Kosecki, OHara und Talahite-Moodley.

Ich möchte mich auch bei einigen Personen bedanken, die mich während des gesamten Studien- und Schreibprozesses begleitet, unterstützt und motiviert haben. Ich denke dabei unter anderem an meine Mutter, meine Freunde und Mitbewohnern, aber vor allem an meine Mitbewohnerin Maëlle Letertre, die zur gleichen Zeit wie ich eine Masterarbeit schrieb. Während wir unsere Masterarbeit schrieben, unterstützten Maëlle Letertre und ich uns gegenseitig.

Inhaltsverzeichnis

1	EINLEITUNG	1
2	HUMOR.....	4
2.1	DEFINITION DES HUMORS.....	4
2.2	DIE INKONGRUENZTHEORIE.....	8
2.2.1	Die Zweideutigkeit	11
3	FAKTOREN, DIE DEN HUMOR BEEINFLUSSEN	12
3.1	DAS GESCHLECHT	13
3.2	DER KULTURELLE HINTERGRUND	17
3.2.1	Die östliche Kultur.....	19
3.2.1.1	China.....	19
3.2.2	Die westliche Kultur	22
3.2.2.1	Amerika und das Vereinigte Königreich	22
3.2.2.2	Die frankophonen Länder	24
3.3	DAS SPRACHNIVEAU	25
4	SITCOM.....	30
4.1	DIE DEFINITION DER SITCOM	31
4.2	HUMOR IN SITCOM	34
4.3	LACHEN IM HINTERGRUND	40
4.4	FRIENDS.....	44
4.4.1	Rachel Green	45
4.4.2	Monica Geller	46
4.4.3	Phoebe Buffay	46
4.4.4	Ross Geller.....	47
4.4.5	Joey Tribbiani	48
4.4.6	Chandler Bing.....	48
4.5	HUMOR IN FRIENDS.....	49
5	DIE STUDIE.....	54
5.1	FORSCHUNGSFRAGEN UND HYPOTHESEN.....	55
5.2	DIE HAUPTSTUDIE.....	58
5.2.1	Probanden	58
5.2.2	Material und Verfahren.....	64
5.2.3	Datenanalyse.....	69
6	ERGEBNISSE	70
6.1	QUANTITATIVE ANALYSE	70
6.1.1	Deskriptive Statistiken.....	70
6.1.1.1	Die kulturellen Unterschiede	70
6.1.1.2	Die Unterschiede zwischen den Geschlechtern	72
6.1.1.3	Die Auswirkungen der Durchführung eines Aufenthalts in einem englischsprachigen Land	73
6.1.1.4	Niveau der englischen Sprache.....	76
6.1.1.5	Friends bereits gesehen haben.....	77
6.1.1.6	Lachen im Hintergrund.....	78
6.1.2	Lineare Regression	79
6.1.2.1	Faktoren, die die Wahrnehmung von Humor beeinflussen	79
6.1.2.2	Faktoren, die die Wahrnehmung von Humor in Bezug auf die einzelnen Szenen beeinflussen	81
6.1.3	Weitere Analysen zu den Einflussfaktoren auf die Wahrnehmung von Humor.....	93
6.1.3.1	Der Einfluss des kulturellen Hintergrunds auf die Wahrnehmung von Humor	93
6.1.3.2	Der Einfluss von Lachen im Hintergrund auf die Wahrnehmung von Humor	95
6.1.3.3	Der Einfluss, der Häufigkeit, mit der Friends angesehen wurde, auf die Wahrnehmung von Humor.....	95
6.1.3.4	Der Einfluss des Alters auf die Wahrnehmung von Humor.....	97
6.1.3.5	Der Einfluss, Friends schon gesehen zu haben, auf die Wahrnehmung von Humor	98
6.1.3.6	Die Untersuchung der Wahrnehmung von Humor in den verschiedenen Szenen	98
6.2	QUALITATIVE ANALYSE	99
6.2.1	Szene 1	100

6.2.2	Szene 2.....	101
6.2.3	Szene 3.....	102
6.2.4	Szene 4.....	103
6.2.5	Szene 5.....	104
6.2.6	Szene 6.....	105
6.2.7	Szene 7.....	106
6.2.8	Szene 8.....	107
7	DISKUSSION.....	108
8	FAZIT UND AUSBLICK.....	118
9	LITERATURVERZEICHNIS.....	122
10	ANHANG.....	137

1 Einleitung

Im Rahmen der vorliegenden Studie sollen die verschiedenen Faktoren analysiert werden, welche die Wahrnehmung von Humor in einer der bekanntesten US-amerikanischen Sitcoms, *Friends* (Kauffman et al., 1994 -2004), beeinflussen. Laut Knox und Schwind (2019) gilt *Friends* als eine der bedeutendsten Sendungen in der Geschichte des Fernsehens und der Medienkultur. In verschiedenen Studien wurden die Techniken untersucht, die verwendet wurden, um die Sitcom humorvoll zu gestalten (z.B. Butler, 2019; Smith, 2009; Mills, 2022). In keiner jedoch wurden die Auswirkungen dieser Techniken auf die Zuschauer betrachtet. Somit stellt sich die Frage, ob die Popularität von *Friends* nur von den Techniken abhängt, mit denen die Sitcom humorvoll gestaltet wird, von den Amerikanern und der amerikanischen Kultur oder ob auch andere Faktoren wie zum Beispiel eine Rolle spielen. Infolge der wachsenden Popularität von Sitcoms im Allgemeinen und *Friends* im Besonderen haben sich Wege zur Expansion des amerikanischen Marktes eröffnet. Tatsächlich hat sich gezeigt, dass das Genre der Sitcom nicht länger nur auf die amerikanische Kultur beschränkt, sondern mittlerweile ein fester Bestandteil der westlichen Populärkultur geworden ist (Dhaenens & Van Bauwel, 2012). Während ihr Erfolg in Amerika offensichtlich ist, lässt sich dies anhand von Studien nicht für andere westliche oder gar östliche Länder belegen. Aufgrund des subjektiven Charakters von Humor ist es daher interessant zu untersuchen, ob Unterschiede in der Wahrnehmung des Humors von *Friends* bestehen, die einerseits kulturell bedingt sind, andererseits aber auch andere Faktoren berücksichtigen, die eine Rolle spielen könnten.

Zum Thema Humor wurden zahlreiche Studien durchgeführt. Allerdings zielten diese hauptsächlich darauf ab, die in Witzen und nicht in Sitcoms verwendeten Techniken zu verstehen. Über die Wahrnehmung von Humor in Sitcoms, insbesondere *Friends*, ist wenig bekannt, und es ist unklar, welche individuellen und textinhärenten Faktoren diese Wahrnehmung von Humor beeinflussen. Allerdings wurde ein breites Spektrum von Publikationen und Theorien über Humor im Allgemeinen veröffentlicht (z.B. Martin, 2017; McGraw, 2016; Raskin, 1985; Ross, 1999). Da in dieser Studie Humor behandelt wird, ist zunächst eine Betrachtung der Theorien zu diesem Thema sinnvoll. Humor ist im täglichen Leben allgegenwärtig. Tatsächlich gibt jeder Tag Anlässe zum Lachen, sei es beim Anschauen eines Films oder bei einem Gespräch mit Freunden. Da jedoch nicht alle Menschen über dieselben Dinge lachen, entstehen unterschiedliche Meinungen darüber, was lustig ist und was nicht. Tatsächlich scheint Humor nicht von allen Menschen auf die gleiche

Weise wahrgenommen zu werden. Obwohl Simpson und Weiner (1989) vorschlagen, dass Humor als die Eigenschaft einer Handlung, einer Rede oder eines Schriftstücks definiert werden kann, die Amüsement, Exzentrik, Scherz oder Vergnügen hervorruft (Simpson & Weiner, 1989), ist Humor komplexer, als es seine Definition vermuten lässt. Tatsächlich erweist es sich als unmöglich, einen universellen Sinn für Humor zu definieren, da der Sinn für Humor laut Mills (2005) ein sehr persönliches und subjektives Merkmal darstellt. In Studien zur Wahrnehmung von Humor ist daher in Betracht zu ziehen, dass Humor nicht auf alle Menschen die gleiche Wirkung erzielt.

Aus diesem Grund besteht Interesse, Faktoren zu untersuchen, die den Grund dafür darstellen, dass Humor weder universell ist noch bei allen Menschen auf Zustimmung stößt. Die Eigenschaft, witzig zu sein, hängt somit nicht nur von der Quelle - dem Text, dem Bild usw. -, sondern auch vom der Zielgruppe - dem Leser oder Zuschauer - ab (Reyes et al., 2012). Dementsprechend existiert zwar eine beträchtliche Menge an Publikationen zum Thema Humor, aber nur wenige, in denen eingehend der Frage nachgegangen wird, welche Auswirkungen externe Faktoren auf die Wahrnehmung von Humor haben können (z.B. Aycicegi-Dinn et al., 2018; Hay, 2001; Schwarz et al., 2015; Martin & Ford, 2018). Daher wurden in dieser Studie sowohl textinhärente Faktoren, also Inkongruenz und Gelächter im Hintergrund, als auch individuelle Faktoren wie kultureller Hintergrund, Sprachniveau und Geschlecht untersucht. Die Humorforschung hat bewiesen, dass die Inkongruenztheorie als Referenzmodell im Bereich des Humors gilt (Martin, 2007). Jedoch hat sich herausgestellt, dass dieses Argument nuanciert werden muss, da auch ohne einen Überraschungseffekt, der nach dieser Theorie der Wahrnehmung von Humor vorausgesetzt wird, die Quelle als lustig bewertet werden kann (Warren & McGraw, 2016). Darüber hinaus wirkt das Lachen im Hintergrund als ein weiterer textinhärenter Faktor, der für Sitcoms typisch ist. Es wird eingesetzt, um das Publikum zum Lachen zu animieren (Brewer, 2018), auf Ungereimtheiten hinzuweisen und zu betonen, dass andere gelacht haben (Mills, 2022). Allerdings tritt der erwünschte Effekt nicht automatisch ein (Brewer, 2018).

Neben der Untersuchung der textinhärenten Faktoren besteht ein weiteres Ziel dieser Studie darin, die individuellen Faktoren zu erforschen, welche die Wahrnehmung von Humor beeinflussen. Diese Faktoren können auch Hindernisse bei der Wahrnehmung dessen, was witzig ist und was nicht, darstellen. In diesem Rahmen wird auch das Geschlecht berücksichtigt. Die Forschung zeigt, dass Männer und Frauen sich nicht nur in ihrem Denken und Sprechen

unterscheiden (Crawford, 2003), sondern auch in der Art und Weise, wie sie Humor verwenden und wahrnehmen (Schwarz et al., 2015). Aufgrund der Stellung der Frau in der Gesellschaft ist es ihr nicht erlaubt, sich in Bezug auf Humor voll auszudrücken, was zu Unterschieden in Bezug auf Humor führt (Kramarae, 1981; Hay, 2001). Jedoch ist zu bemerken, dass die Frauenbewegung den Humor dazu genutzt hat, sich den gesellschaftlichen Normen, die ihnen auferlegt werden, zu widersetzen (Crawford, 1995). Da es nur wenige aktuelle Studien zu den Unterschieden in der Wahrnehmung von Humor bei Männern und Frauen gibt, könnte die Untersuchung dieses Faktors bestätigen, ob weiterhin geschlechtsspezifische Unterschiede in Bezug auf Humor bestehen.

Das Hauptinteresse dieser Studie besteht also darin, zu untersuchen, welche Faktoren die Wahrnehmung von Humor in der Serie *Friends* beeinflussen. Dementsprechend liegt der Fokus dieser Arbeit auf folgender Fragestellung: „Der Einfluss von individuellen und textinhärenten Faktoren auf die Wahrnehmung von Humor in Sitcoms, insbesondere *Friends*“.

Die vorliegende Arbeit ist in acht Teile gegliedert. Der erste Teil enthält die Definition von Humor sowie die Theorie der Inkongruenz und Mehrdeutigkeit, um einen Überblick darüber zu erhalten, auf welche Weise Humor Menschen zum Lachen bringt. Im zweiten Teil werden die drei Faktoren Geschlecht, kultureller Hintergrund und Niveau behandelt, um festzustellen, inwieweit sie Humor und die Wahrnehmung von Humor beeinflussen. Im folgenden Abschnitt werden zunächst die Sitcom und der darin enthaltene Humor erörtert, bevor auf die Serie *Friends* und den Einsatz von Humor in dieser Sitcom eingegangen wird. Der Einfluss von Faktoren auf die Wahrnehmung von Humor, der in der Theorie analysiert wurde, in der Serie *Friends* wird betrachtet. Zu diesem Zweck liegt der Fokus der Abschnitte 5 und 6 auf der Methodik der durchgeführten Studie sowie der Präsentation der Ergebnisse der quantitativen und qualitativen Analyse. Im siebten Abschnitt werden die Daten zusammengeführt, um einen Überblick bezüglich der Antwort auf die Forschungsfrage zu erhalten. Schließlich werden ein Fazit gezogen sowie eine eingehendere Untersuchung des Themas für weitere Studien zu diesem Thema vorgeschlagen, um diese Arbeit abzuschließen.

2 Humor

In diesem ersten Abschnitt werden der Humor im Allgemeinen sowie die auf diesen Begriff zutreffenden Definitionen behandelt. Zudem wird in diesem Kapitel die Inkongruenztheorie erläutert und vertieft, um ihre Bedeutung für die Wahrnehmung von Humor hervorzuheben. Das Ziel besteht darin, ein tieferes Verständnis des Themas zu erlangen, bevor eine empirische Studie durchgeführt wird. Nachdem die Wahrnehmung von Humor im Mittelpunkt der Studie in dieser Arbeit steht, ist es von entscheidender Bedeutung, den Begriff des Humors zu definieren. Um die Faktoren zu analysieren, welche die Wahrnehmung von Humor beeinflussen, lag es zudem nahe, ebenso die Inkongruenz aufgrund ihrer Stellung als Referenzmodelle im Bereich des Humors zu behandeln.

2.1 Definition des Humors

Humor wird als eine Form der Kommunikation und der sozialen Interaktion aufgefasst. Somit kann er als ein universelles menschliches Merkmal betrachtet werden (Raskin, 1985). Raskin (1985) vertritt die Ansicht, dass Humor als teils natürliche, teils erlernte Fähigkeit angesehen werden kann, die daher in ihrer Bedeutung anderen grundlegenden menschlichen Eigenschaften wie Sprache oder Logik gleichkommt. Korostenskienė und Lieponytė (2018) fügen hinzu, dass Humor in Abhängigkeit von spezifischen sozialen Situationen, verschiedenen Hintergründen usw. unterschiedlich wahrgenommen werden kann. Dennoch beeinträchtigt dies nicht die Vorstellung, dass Humor als eine ausschließlich menschliche Eigenschaft betrachtet wird. Jeder Mensch, unabhängig von Geschlecht, sozialem Status, Religion, Ethnie usw., besitzt die Fähigkeit, Humor wahrzunehmen und darüber zu lachen (Korostenskienė & Lieponytė, 2018). Darüber hinaus wird die Universalität des Humors durch den Umstand verstärkt, dass gleiche Dinge oft von einer Mehrheit der Menschen als lustig bewertet werden. Ebenso stellt sich heraus, dass Humor nicht nur als ein menschliches Merkmal wahrgenommen wird, das sowohl einzigartig als auch universell ist, sondern auch in Alltagssituationen vorherrscht (Korostenskienė & Lieponytė, 2018).

Es besteht kein Zweifel daran, dass der Humor in allen menschlichen Gesellschaften voll integriert ist. Martin (2007) weist darauf hin, dass an einem einzigen Tag auf verschiedenen Wegen und zu unterschiedlichen Zwecken viele Formen von Humor kommuniziert werden. Die Massenmedien werden genutzt, um einen Teil dieses Humors zu verbreiten.

Radiomoderatoren erzählen oft Witze, und auch im Fernsehen wird durch Sitcoms, Bloopers, Stand-ups, Werbespots usw. ständig Humor verbreitet. Die Massenmedien stellen jedoch nicht die einzigen Orte dar, an denen Humor zu finden ist. Denn Humor kann auch in Reden, Predigten und politischen Vorträgen Humor eingesetzt werden (Martin, 2007).

Ein Großteil des Humors und der Lacher, die dem alltäglichen Leben entstammen, haben ihren Ursprung nachweislich in den Beziehungen zu anderen Menschen (Martin & Kuiper, 1999). Dabei ist anzumerken, dass diese Art von Humor in fast allen Arten von formellen und informellen Interaktionen zu beobachten ist, darunter Gespräche zwischen Liebhabern, Freunden, Arbeitskollegen, Studenten, Geschäftspartnern, Ärzten und Patienten und sogar zwischen völlig Fremden, die in der Bäckerei in der Schlange stehen (Martin, 2007). Norrick (1993) fügt hinzu, dass Humor, der in alltäglichen Interaktionen verwendet wird und somit der Kommunikation dient, primär in Form von Wortspielen, Sarkasmus, Anekdoten und Witzen zum Ausdruck kommt. Darüber hinaus hebt Martin (2007) hervor, dass der in alltäglichen sozialen Interaktionen ausgedrückte Humor in drei Hauptkategorien unterteilt werden kann: Witze, spontaner Konversationshumor und zufälliger oder unbeabsichtigter Humor.

Um den Begriff Humor besser zu verstehen, werden die verschiedenen Definitionen näher betrachtet, die mit diesem Begriff gleichgesetzt werden. Im Oxford English Dictionary wird Humor zunächst als „that quality of action, speech, or writing which excites amusement; oddity, jocularity, facetiousness, comicality, fun“ definiert (Simpson & Weiner, 1989, S. 486). Weiterhin wird ausgeführt, dass es sich bei Humor ebenso um „the faculty of perceiving what is ludicrous or amusing, or of expressing it in speech, writing, or other composition; jocose imagination or treatment of a subject“ (Simpson & Weiner, 1989, S. 486) handelt. Mounes (2010) hebt jedoch hervor, dass es schwierig ist, festzulegen, was als lustig gilt und was nicht. Denn es ist nicht ungewöhnlich zu hören, dass sich ein Witz im Anschluss an die eigene Erzählung als nicht lustig erweist. Daher besteht die Notwendigkeit, zu verstehen, wodurch die Lustigkeit eines Witzes, einer Situation oder eines Gesprächs definiert wird, und zu untersuchen, inwiefern Unterschiede erkennbar sind oder ob die Forscher insgesamt die gleiche Ansicht bezüglich Humors teilen.

Im Laufe der Geschichte haben viele Forscher und Philosophen versucht, eine universelle und zufriedenstellende Definition dessen zu formulieren, was Humor ist, angefangen von seiner

Entstehung bis hin zur Erklärung der mentalen Prozesse, die zu seiner Entstehung führen (Gogová, 2016). Im Vergleich der Definitionen werden jedoch Widersprüche und Inkonsistenzen deutlich. Dies liegt daran, dass in den Definitionen der Schwerpunkt auf zwei unterschiedliche Sichtweisen gelegt wird, entweder auf die Absicht des Sprechers oder auf die Interpretation des Publikums. Berger (1976) beispielsweise griff das Lachen in seiner Definition auf, sodass er die Interpretation des Publikums als wesentlich ansieht. Nach seiner Definition stellt Humor „a specific type of communication that establishes an incongruent relationship or meaning and is presented in a way that causes laughter“ dar (Berger, 1976, S. 113). Im Gegensatz dazu konzentriert sich Winick (1976, S.125) sich eher auf die Absicht des Sprechers und definiert Humor oder im vorliegenden Fall den Witz daher auf folgende Weise: „any type of communication that has a witty or funny intent that is known in advance by the teller“.

Insgesamt zeigt sich, dass Definitionen, die auf der Reaktion des Publikums und nicht auf der Absicht des Sprechers beruhen, leichter anzuwenden sind. So gestaltet es sich schwierig, die Absicht eines Sprechers nur auf der Grundlage von Daten nachzuvollziehen (Hay, 2001). Auch ist sie schwieriger zu interpretieren, während, das Lachen ein Mittel darstellen kann, um die Wahrnehmung von Humor zu signalisieren (Berger, 1976). Jedoch ist zu berücksichtigen, dass Lachen zwar ein Hinweis darauf, ob ein Witz gut oder schlecht ankommt, sein aber auch andere Dinge signalisieren kann (Hay, 2001). Daher nuancieren Martin und Ford (2018) die Definition von Humor, indem sie hervorheben, dass das Erleben oder Ausdrücken eines Witzes, einer Unterhaltung, einer Situation usw., die als lustig und unterhaltsam angesehen wird, immer mit einer emotionalen Reaktion sowie mit stimmlichen und verhaltensbezogenen Reaktionen, insbesondere Lachen und Lächeln, einhergeht. Daher hat sich ergeben, dass Lachen von einer emotionalen Reaktion begleitet sein muss, um die Lustigkeit des Witzes zu bestätigen (Hay, 2001). Je nach Schwerpunktsetzung konzentrieren sich die durchgeführten Studien auf einen der beiden Aspekte. Dementsprechend werden einige die Absicht des Sprechers als Auswahlkriterium berücksichtigen, wenn sie beispielsweise den Grad der Unterstützung von Humor untersuchen, während andere eher Kenntnis von Ereignissen benötigen, die vom Publikum als lustig charakterisiert wurden.

Darüber hinaus ist zu erwähnen, dass Witze und Humor im Allgemeinen oft als eng miteinander verbunden angesehen werden. So hat sich herausgestellt, dass beide Begriffe sich überschneiden. Im Humor werden verschiedene Mittel wie wörtliche Rede, Bilder oder andere

Ausdrucksmittel eingesetzt, um den Zuhörer zum Lachen zu bringen (Findlay, 1998). Witze hingegen werden nach Long und Graesser (1988) als alles, was mit dem Ziel getan oder gesagt wird, absichtlich Belustigung hervorzurufen, definiert. Daraus ergibt sich die Ähnlichkeit von Humor und Witz. Zudem wird mit beidem denselben Zweck verfolgt. Jedoch wichtig zu betonen, dass es zwischen den beiden Begriffen eine Nuance gibt. Long und Graesser (1988) belegen, dass Witze kontextunabhängig und eigenständig sind und somit in vielen verschiedenen Gesprächskontexten erzählt werden können. *Canned jokes*, also gelernte Witze wie narrative Witze oder Rätsel, zählen zu diesen kontextfreien Witzen (Hay, 2001). Obwohl sie das Publikum zum Lachen bringen sollen, sind Witze also spezifischer und können jederzeit verwendet werden, denn sie sind kontextunabhängig. Humor im Allgemeinen unterscheidet sich von Witzen, da er je nach Situation kontextabhängig sein kann.

Aufgrund seiner definitorischen Ansätze wurde der Humor in drei Theorien eingeteilt: kognitive, soziale und psychoanalytische. Humor erweist sich, wie Gogova (2016) betont, als eine kognitive Erfahrung, die intern sowohl die soziale als auch die kulturelle Realität neu definiert. Dies äußert sich ganz einfach in einem fröhlichen Gemütszustand, der sich durch Lachen äußern kann. Demnach lassen sich die Überlegenheitstheorien, Inkongruenz- und Lösungsprozesse sowie die Befreiungs- oder Erleichterungstheorien unterscheiden (Gogova, 2016). Dabei ist zu berücksichtigen, dass diese Theorien unter leicht abweichenden Namen zu finden sind. Diese verschiedenen Theorien unterscheiden sich insbesondere in den Gründen, warum bestimmte Situationen als lachhaft angesehen werden (Monro, 1988). Auf diese Weise können Nuancen in die Definition von Humor eingebracht werden. Freud (1928) behauptete, dass Humor als Abwehrmechanismus gegen negative Emotionen, Hindernisse oder Hilflosigkeit eingesetzt wird. Daraus folgt, dass Lachen ein Mittel ist, um überschüssige Nervenenergie freizusetzen, und Alternativen zu Angst, Sorge, Traurigkeit oder Wut bietet, wie in der Entlastungstheorie definiert (Martin und Ford, 2018). In der Überlegenheitstheorie hingegen wird Humor eher als eine Möglichkeit definiert, sich selbst besser zu fühlen, indem sich über die Missgeschicke und Fehler anderer lustig gemacht wird (Martin, 2007). Bardon (2005) fügt hinzu, dass diese Theorie darauf hindeute, dass Humor von denjenigen eingesetzt werde, die glauben, mehr Weisheit zu besitzen als andere. Die Ziele dieser Art von Humor werden nach sozialen oder politischen Gesichtspunkten ausgewählt, wie beispielsweise nach Fragen der Ethnie oder des Geschlechts (Krikmann, 2006). Eine weitere Möglichkeit, Humor zu definieren, scheint die Inkongruenztheorie zu sein. In diesem Fall würde Humor als etwas Lustiges verstanden werden, das inkongruent, überraschend, besonders oder ungewöhnlich ist

oder nicht den Erwartungen der Menschen entspricht (Martin, 2007). Die letztgenannte Theorie stellt wahrscheinlich eine der am häufigsten verwendeten Theorien zur Beschreibung von Humor dar (Xue & Kuang, 2017).

2.2 Die Inkongruenztheorie

Nach Ansicht von Martin (2017) stellt die Inkongruenztheorie das Referenzmodell im Bereich des Humors dar. So handele es sich bei der Wahrnehmung der Inkongruenz um das Kriterium für die Bestimmung des humorvollen Charakters einer Sache (Martin, 2007). Warren und McGraw (2016) legen nahe, dass sich diese Theorie auf die Verwendung von etwas Unerwartetem oder Überraschendem bezieht, mit dem Ziel, einen Text humorvoll zu gestalten. Daraus geht hervor, dass das Lachen aufgrund der Unangemessenheit von etwas, im Vergleich zu den konventionellen Modellen, hervorgerufen wird (Xue & Kuang, 2017). Durch das unpassende Element wird in gewissem Maße die Kohärenz der Geschichte des Witzes, wie der Empfänger sie interpretiert hat, gestört und der Geschichte ein anderer Dreh gegeben. So wird also betont, dass dieser Unterschied zwischen den beiden Geschichten, der vom Rezipienten wahrgenommenen und der neu interpretierten, ist, zur Belustigung führt. Diese Theorie bildet die Grundlage des Humors und wurde in den letzten 250 Jahren von zahlreichen Philosophen und Theoretikern vorgeschlagen (Martin, 2007).

Laut Norrick (2003) analysierte Kant als Erster den auf Inkongruenz beruhenden Humor, der aus der Enttäuschung einer erzwungenen Erwartung resultiert. De Jongste (2020) teilt die Auffassung von Kant, dass Inkongruenz beobachtet wird, wenn die Erwartungen eines Zuhörers bezüglich des Verlaufs eines Ereignisses nicht erfüllt wurden, was in seiner Enttäuschung resultiert. In Ritchie (2003) zeigt sich jedoch, dass der Humor nicht von der durch die Inkongruenz hervorgerufenen Enttäuschung herrührt:

Laughter arises from the view of two or more inconsistent, unsuitable, or incongruous parts or circumstances, considered as united in one complex object or assemblage, or as acquiring a sort of mutual relation from the peculiar manner in which the mind takes notice of them (Ritchie, 2003, S. 48).

Schopenhauer (1969) bekräftigt Ritchie's Aussage in Morrealls (1987, S.52):

The cause of laughter in every case is simply the sudden perception of the incongruity between a concept and the real objects which have been thought through it in some relation, and laughter itself is just the expression of this incongruity (Morreall, 1987, S. 52).

Somit kann behauptet werden, dass Humor entsteht, wenn eine Diskrepanz oder ein Schock zwischen den Sinneswahrnehmungen und dem Vorwissen über diese Sache vorliegt.

Jedoch sollte nicht unerwähnt bleiben, dass, während Inkongruenz im Allgemeinen als notwendig für Humor angesehen wird, sie an sich nicht ausreichend ist. So muss darauf hingewiesen werden, dass nicht alle Inkongruenzen humorvoll sind. Beispielsweise ist es inkongruent, von einem Auto angefahren zu werden. Dennoch wird der Vorfall nicht als lustig wahrgenommen (Martin, 2007). Warren und McGraw (2016) teilen die Ansicht von Martin (2007), dass die Inkongruenz und so der Begriff der Überraschung fehlen. Das legt nahe, dass der Überraschungseffekt daher nicht spezifisch genug ist, in dem Sinne, dass jeder überrascht werden kann, ohne notwendigerweise eine lustige Situation zu schaffen.

Aus diesem Grund fügen einige dieser Theorie eine Nuance hinzu, indem sie, wie Suls (1983), erwähnen, dass die Inkongruenz plötzlich auftreten muss, oder, wie Pien und Rothbart (1976) betonen, in einem spielerischen und nicht bedrohlichen Kontext stattfinden muss. Auf diese Weise ergibt sich, dass alle inkongruenten Situationen, insbesondere die oben genannte, nicht als lustig angesehen werden. Darüber hinaus wird der Gedanke berücksichtigt, dass, damit die Inkongruenz lustig ist, sie auch aufgelöst werden muss. Das führt unter anderem dazu, dass der Witz erfasst wird (Martin, 2007).

Shultz (1972) behauptet daher, die Inkongruenz in einem Witz entstehe bei der Einführung von Informationen, die nicht mit dem ursprünglichen Verständnis des Witzes vereinbar sind. Dadurch muss der Zuhörer oder Leser im Kontext des Witzes nach der Mehrdeutigkeit suchen, um den Witz anders zu interpretieren und somit der Pointe des Witzes einen Sinn zu geben. Offensichtlich ist Mehrdeutigkeit in verschiedenen Formen anzutreffen: phonologisch, lexikalisch, Homonyme, Synonyme, unkonventioneller Sprachgebrauch, Hyperbeln,

Metaphern usw. stellen also Mittel dar, um Lachen zu provozieren. Daher ist zu betonen, dass sich die Inkongruenztheorie auf die Manipulation des Geistes konzentriert, nicht auf das eher zufällige oder gelegentliche Lachen, das durch verschiedene Situationen hervorgerufen werden kann (Larkin-Galinanes, 2017). Nach Ross (1999) scheint die Mehrdeutigkeit weitgehend charakteristisch für die Inkongruenz zu sein, die vom Humor mit dem Ziel eingesetzt wird, das Publikum absichtlich in die Irre zu führen. Das folgende, von Ritchie (2003, S. 62) gelieferte Beispiel stellt Shultz' Idee (1972) dar:

- A lady went into a clothing store and asked "May I try on that dress in the window?"
- "Well," replied the sales clerk doubtfully, "don't you think it would be better to use the dressing room?" (Ritchie, 2004: 62)

Die Pointe scheint zunächst unpassend, denn sie ist nicht mit dem ersten Teil des Witzes vereinbar. Um in der Lage zu sein, den Witz zu verstehen, ist es notwendig, die Zweideutigkeit herauszuarbeiten, die hier im Verständnis des Wortes *window* liegt. Zunächst wird dieses Wort als der aktuelle Standort des Kleides interpretiert, während sich hier zeigt, dass dem Wort auch eine andere Bedeutung zugeschrieben werden kann, nämlich der Ort, an dem der Käufer das Kleid anprobieren möchte. Die zweite Bedeutung des vom Angestellten eingeführten Wortes ermöglicht so die Auflösung der Inkongruenz und damit das Verständnis des Witzes. In seiner Studie weist Raskin (1985) nach, dass Humor entsteht, wenn der Text zumindest teilweise mit zwei verschiedenen Skripten kompatibel ist, die in ihrer Bedeutung gegensätzlich sein müssen, wie im obigen Beispiel der Fall. So lässt sich festhalten, dass das Verstehen eines Witzes die Fähigkeit zur Problemlösung beinhaltet, weil der Empfänger in der Lage sein muss, das neue Skript oder den neuen Rahmen zu identifizieren, mit dem die Inkongruenz gelöst werden kann (Ruch, 2008). Ross (1999) zufolge verstößt Humor auf diese Weise daher gegen eine wichtige Regel des Sprachgebrauchs - die Wichtigkeit, zu versuchen, so klar wie möglich zu kommunizieren, um Missverständnisse oder Fehlinterpretationen zu vermeiden.

Suls (1983) schlägt ebenfalls ein zweistufiges Modell wie das von Shultz (1972) vor, indem er jedoch eine Nuance ergänzt (siehe Abbildung 1). In seiner Studie stellte er fest, dass der Zuhörer bei einem Witz eine Vorhersage über das wahrscheinliche Ergebnis treffen muss. Wenn die Pointe nicht mit dieser Vorhersage übereinstimmt, reagiert der Hörer überrascht und sucht nach einer kognitiven Regel, die ihm hilft, den Inhalt des Witzes zu verstehen. Nachdem die

kognitive Regel gefunden wurde, wird die Inkongruenz aufgehoben, was den Hörer zum Lachen bringen kann. Daraufhin erweist sich der Witz als lustig. Sollte keine kognitive Regel gefunden werden, kann die Inkongruenz nicht beseitigt werden, sondern bleibt bestehen, was keinen Humor hervorruft (Martin, 2007). So lässt sich argumentieren, dass Humor eher durch die Beseitigung oder Auflösung der Inkongruenz entsteht als durch ihre bloße Anwesenheit.

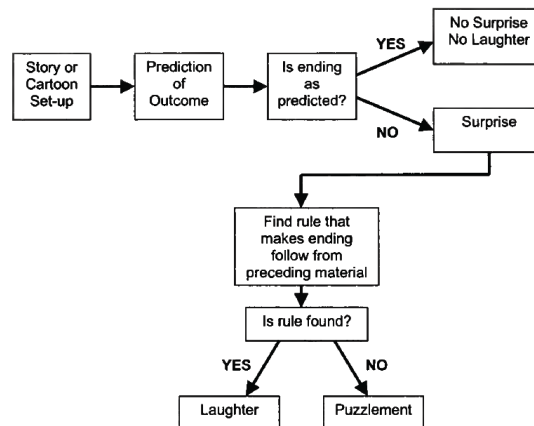


Abb. 1. Suls (1983) Zwei-Ebenen-Modell der Inkongruenzauflösung

Quelle: Martin (2007, S.65)

Weiter soll darauf eingegangen werden, dass es, wie Warren und McGraw (2016) hervorheben, der Inkongruenz an Allgemeingültigkeit mangelt. So stellt sich heraus, dass beispielsweise eine Filmszene oder ein YouTube-Video nicht unbedingt aufhören, lustig zu sein, wenn sie mehrfach angesehen wurden. Selbiges ist scheinbar auch auf Witze übertragbar. Obwohl die Pointe bereits bekannt ist, kann sie sich weiter als lustig erweisen. Daraus geht hervor, dass die Filmszene, das YouTube-Video oder der Witz trotz des bekannten Überraschungsmoments und der Tatsache, dass der Zuschauer weiß, was er zu erwarten hat, den humorvollen Charakter nicht verliert. Darüber hinaus lässt sich sogar sagen, dass ein Witz witziger ist, wenn seine Pointe leichter vorhersehbar ist (Warren & McGraw, 2016).

2.2.1 Die Zweideutigkeit

Bereits an früherer Stelle dieser Arbeit wurde gezeigt, dass in der Inkongruenztheorie die Manipulation des Geistes verwendet wird, um den Überraschungseffekt zu erzeugen (Larkin-Galinanes, 2017). Daher ist offensichtlich, dass eines der sprachlichen Mittel, die seit langem als wesentlich für die meisten Arten von Humor anerkannt sind, die Ambiguität ist (Goatly, 2012). Goel und Dolan (2001) greifen Goatlys (2012) Ansicht auf, dass absichtliche Zweideutigkeit nachweislich eines der Hauptmerkmale, wenn nicht sogar das einzige, von

verbalem Humor darstellt. Sie argumentieren jedoch, dass es sich bei dem entscheidenden Element, das einen Witz lustig macht, nicht um die Zweideutigkeit selbst, sondern vielmehr die Disambiguierung von Wörtern mit mehreren Bedeutungen handelt. Goel und Dolan (2001) haben in ihrer Studie in den Vordergrund gestellt, dass die Disambiguierung in der Pointe liegt, die auf diese Weise das Überraschungsmoment bringt.

Kagan (2020) fügt hinzu, dass bei verbalem Humor unter Verwendung von Ambiguität darauf geachtet wird, dass die beiden möglichen Bedeutungen des Wortes mit dem Text vereinbar sind. So hat sich herausgestellt, dass der Zuhörer den Text zunächst nach einem Skript verarbeitet und dann merkt, dass etwas nicht klar ist. Die daraus resultierende Bedeutung ist nicht ausreichend. Er geht einen Schritt zurück und erkennt schließlich, dass auch eine zweite Interpretation möglich und mit einem alternativen Skript kompatibel ist. Dann wird ersichtlich, dass sich beide Skripte bei dem fraglichen Text überschneiden. Daraus lässt sich ableiten, dass in vielen Fällen die auffälligere Lesart die natürliche oder erwartete Interpretation sein wird, und die zweite die absurde oder unerwartete Alternative darstellt. Obwohl sprachliche Ambiguität im strengen Sinne des Wortes für die Entstehung dieser Art von Dualität oder Opposition nicht zwingend erforderlich ist, ist es dennoch festzustellen, dass sie ein sehr wirkungsvolles Werkzeug für die Schaffung von Humor ist (Kagan, 2020).

Angesichts der Bedeutung der Inkongruenztheorie in der Literatur zum Thema Humor scheint es, dass die Inkongruenz ein Element darstellt, das bei der Untersuchung der Faktoren, die die Wahrnehmung von Humor beeinflussen, zu berücksichtigen ist. Anstatt sich jedoch mit der im Drehbuch der Serie vorhandenen Inkongruenz zu befassen, untersucht die Studie stattdessen das vorherige Ansehen der Serie, um festzustellen, ob das Wissen um die Inkongruenz das Publikum davon abhält, *Friends* humorvoll zu finden.

3 Faktoren, die den Humor beeinflussen

Dieses Kapitel beinhaltet die Analyse der verschiedenen Theorien bezüglich der Faktoren, die die Wahrnehmung von Humor beeinflussen. Obwohl Mittel eingesetzt werden, um einen Text, eine Serie und vieles mehr humorvoll zu gestalten, stellt sich heraus, dass individuelle Faktoren zu betrachten sind. Infolgedessen ist zu berücksichtigen, dass äußere Faktoren, die jedem Individuum eigen sind, die Rezeption von Humor beeinträchtigen können. Das Ziel besteht

darin, ein Verständnis des Themas zu erlangen, bevor eine empirische Studie vorgenommen wird. Darauf aufbauend wird in diesem Abschnitt gezeigt, dass das Geschlecht einen der den Humor beeinflussenden Faktoren darstellt. Im darauffolgenden Abschnitt werden die Auswirkungen verschiedener kultureller Hintergründe auf die Wahrnehmung von Humor erläutert. Das Kapitel schließt mit einer Diskussion über das Sprachniveau ab, um zu untersuchen, ob in der Studie Unterschiede hinsichtlich der Wahrnehmung von Humor erkennbar sein könnten oder nicht.

3.1 Das Geschlecht

In diesem Abschnitt ist die Frage nach dem Geschlecht bei der Untersuchung der Faktoren, die die Wahrnehmung von Humor beeinflussen, von besonderem Interesse, da sich herausgestellt hat, dass Unterschiede zwischen Männern und Frauen beobachtet werden können. Wie Mary Crawford (2003) hervorhebt, scheinen Frauen und Männer unterschiedlich zu denken und zu sprechen, wie einige sehr populäre Bücher nahelegen, die sich mit der Interpretation des Sprechens und Verhaltens von Frauen und Männern beschäftigen, beispielsweise das Buch *Men are from Mars, women from Venus* von Gray (2012). Aus diesem Grund ist es unerlässlich, bei der Untersuchung der Wahrnehmung von Humor den Faktor Geschlecht zu berücksichtigen.

Aus der Sicht von Hay (2001) wurde festgestellt, dass Frauen oft als unlustig oder humorlos betrachtet werden. Das bedeutet, dass Frauen nicht in der Lage sind, Humor zu produzieren oder ihn überhaupt zu genießen. Auch Lakoff (1973) weist darauf hin, dass Frauen offenbar keine Witze erzählen. Jedoch lässt sich die mangelnde Verwendung von Humor bei Frauen begründen. Freud (1905) hat in seiner Studie aufgebracht, dass Frauen nicht das Bedürfnis haben, Humor zu verwenden, da sie weniger starke Gefühle haben, die sie ausdrücken können. Grotjahn (1975) legt nahe, dass das Erzählen von Witzen als aggressiver Akt angesehen wird, was den Grund dafür darstellt, dass Frauen keine Witze erzählen. Goodman (1992) weist darauf hin, dass Frauen nicht die besten Witze erzählen, obwohl sie oft im Mittelpunkt der Pointen stehen, die in Witzen erzählt werden. Diese Tendenz wird jedoch durch verschiedene Untersuchungen in Frage gestellt, in denen der Humor von Männern und Frauen in verschiedenen Kontexten getestet wurde.

Einer der Gründe, warum Männer und Frauen Humor nicht auf die gleiche Weise wahrnehmen, besteht darin, dass sie die Welt unterschiedlich wahrnehmen, was dazu führt, dass sie unterschiedliche Interessen an Witzen haben (Kramarae, 1981). Darüber hinaus sollte nicht unerwähnt bleiben, dass Frauen in einer Gesellschaft leben und arbeiten, in der Männer als dominant wahrgenommen werden. Dies liefert eine Erklärung dafür, warum Frauen die Interessen der Männer in Bezug auf Witze anerkennen, während es umgekehrt nicht unbedingt der Fall ist. Kramarae (1981) weist darauf hin, dass dies wahrscheinlich die Grundlage für die Behauptung sei, dass Frauen keinen Sinn für Humor haben. Jenkins (1985, S.135) teilt diese Ansicht und bekräftigt sie, indem er diese Unterschiede hinterfragt:

I wondered why it was that when a man tells a joke and women don't laugh, we are told we have no sense of humor, but when a woman tells a joke and men don't laugh, we are told we are not funny (Jenkins, 1985, S. 135).

Daraus lässt sich ableiten, dass Frauen den männlichen Humor verstehen müssen, da sie sonst als humorlos gelten, während Männer den weiblichen Humor nicht verstehen müssen. Coser (1960) bemerkt außerdem, dass Frauen nicht aufgrund des von ihnen produzierten Humors als humorvoll angesehen würden, sondern aufgrund der Tatsache, dass sie auf Humor reagieren und ihn genießen.

Die Studie von Hay (2001) hebt weiterhin hervor, dass Frauen in gemischten Gesellschaften von humorvollen Bemerkungen absehen sollten. Tatsächlich muss ein Bewusstsein dafür herrschen, dass es in manchen Kulturen für eine Frau nicht vernünftig erscheint, eine lustige Bemerkung zu machen, weil diese aufdringlich oder aggressiv wirken könnte, was für eine Frau inakzeptabel wäre. Daraus folgt, dass Frauen in den betreffenden Kulturen versuchen, Humor nur außerhalb gemischter Gruppen zu verwenden (Pollio & Edgerly, 1976). Aus diesem Grund ist es wichtig zu beachten, dass viele Studien zu Gender und Humor verzerrt sind, weil in ihnen der Humor in der Öffentlichkeit untersucht wird (Crawford, 1989). Zwar ist es einfacher, Szenen von Humor in der Öffentlichkeit zu sammeln als spontane Witze im privaten Bereich. Dennoch kann es aufgrund des Humorverhaltens von Frauen in einer gemischten Gruppe vorkommen, dass das Humorverhalten von Frauen nicht für sie typisch ist, sondern durch die Anwesenheit von Männern beeinflusst wird.

Schwarz et al. (2015) beweisen in ihrer Studie über verschiedene Arten von humorvoller Werbung, dass sich Männer und Frauen in der Bewertung von Humor unterscheiden. Darin wurde behauptet, dass diese Unterschiede auf die geschlechtsspezifische Sozialisation sowie die Tatsache zurückzuführen sind, dass Männer und Frauen in den westlichen Gesellschaften jeweils unterschiedliche Rollen erfüllen müssen. Schwarz et al. (2015) versuchen zu erläutern, dass die sozialen Erfahrungen von Männern und Frauen unterschiedlich sind, was zum einen die Art und Weise beeinflussen könnte, wie sie humorvolle Botschaften wahrnehmen, und zum anderen ihre unterschiedlichen Interpretationen von Humortypen. Mulkay (1988) weist in diesem Zusammenhang jedoch darauf hin, dass Humor ein Mittel sein kann, um Normen zu durchbrechen, verborgene Bedürfnisse auszudrücken oder auch unorthodoxe Perspektiven auf bestimmte Themen zu schaffen. Schwarz et al. (2015) halten es jedoch für sehr unwahrscheinlich, dass die meisten Gesellschaften in der Vergangenheit Frauen erlaubten, ihre Bedürfnisse offensiv zu äußern, während Männer aufgrund ihrer dominanten Rolle in der Gesellschaft dazu ermutigt wurden. Frauen hingegen wurden als unterwürfig und sensibel für die Gefühle anderer wahrgenommen (Schwarz et al., 2015).

In diesem Sinne stellt sich heraus, dass Männer und Frauen nicht auf die gleiche Weise auf die verschiedenen Arten von Humor reagieren. Schwarz et al. (2015) schrieben, dass Männer dazu neigen, satirischen Humor wesentlich positiver zu bewerten als Frauen, die im Gegensatz zu Männern eher sentimentale Komik zu mögen scheinen. Darüber hinaus wurde in dieser Studie ebenfalls hervorgehoben, dass Männer Humor bevorzugen, der auf Herabsetzung abzielt, während Frauen eher zu Humor tendieren, der ein Gefühl der Erregung oder Sicherheit auslöst (Schwarz et al., 2015). Greenwood (2010) fügt hinzu, dass Männer eine Vorliebe für schwarze Comedy-Genres besitzen. Zsila et al. (2021) regen an, dass es sich bei Männern um eher regelmäßige Zuschauer von Sitcoms handele, während Frauen eher gelegentliche oder Nicht-Zuschauer darstellen, obwohl beide Geschlechter Spaß an Sitcoms haben können.

Ebenso wird ersichtlich, dass neben den Unterschieden in der Bewertung von Humor auch geschlechtsspezifische Unterschiede in der Verwendung von Humor existieren. Myers et al. (1997) führten eine Studie durch, um herauszufinden, wie sich 48 Männer und 88 Frauen in ihrem Humorgebrauch unterschieden. Mit der Studie wurde belegt, dass Männer nach eigener Einschätzung Humor häufiger als Frauen einsetzten und diesen Einsatz als effektiver als den der Frauen bewerteten. Darüber hinaus teilt White (1988) die Auffassung von Schwarz et al. (2015), dass soziale Normen für die in der Humorstudie wahrgenommenen Unterschiede,

insbesondere in ihrer Verwendung, verantwortlich sind. Rowe (1951) geht davon aus, dass Frauen, die darauf konditioniert sind, sich nicht zu beschweren, keine Einwände gegen Männer zu erheben und die damals geltenden sozialen Normen zu akzeptieren, auch nur ungern gegen die damals geltenden sozialen Normen verstießen.

Bereits an früherer Stelle dieser Arbeit wurde herausgearbeitet, dass Humor genutzt werden kann, um Normen zu brechen (Mulkay, 1988), was sich mit Crawford's (1995) Ansicht deckt, dass Frauen Humor nutzen, um sich den dominanten Konstruktionen von Weiblichkeit zu widersetzen, die insbesondere von Rowe (1951) gesehen wurden. Crawford (2003) unterstützt diese Ansicht, indem sie feststellt, dass Humor kollaborativ sowie integrativ ist, wodurch ein Gefühl der Gruppenidentität und Solidarität entwickelt wird, was den ersten Schritt von politischem und sozialem Wandel darstellt.

Auf diese Weise versuchen Frauen, die Art und Weise, wie Vorbilder verstanden werden, zu verändern, um neu zu definieren, was es bedeutet, eine Frau zu sein. Der von den Frauen eingesetzte Humor dient dazu, die konventionelle Weiblichkeit zu bestätigen und gleichzeitig als Ort des Widerstands gegen diese zu fungieren (Crawford, 1995). Daraus lässt sich schließen, dass die durch die Frauenbewegung hervorgerufenen sozialen und politischen Veränderungen, sich ebenso im weiblichen Humor niederschlagen. Darüber hinaus hat sich herausgestellt, dass die Humorforschung, bevor der Feminismus entstand und einen Kontext für eine kollektive Identität als Frauen schuf, zeigte, dass sowohl Frauen als auch Männer gegen Frauen gerichteten Humor mochten (Crawford, 2003). Seit dem Einfluss der Frauenbewegung auf die westliche Gesellschaft in den letzten Jahrzehnten ist jedoch zu beachten, dass sich ein unverwechselbarer Humor entwickelt hat, der ein gefürchtetes Werkzeug für politischen Aktivismus sein kann (Crawford, 2003). Es handelt sich also nicht mehr nur um einen Humor, der auf Solidarität abzielt, sondern auch um den Wunsch, eine kollektive Gruppenidentität zu schaffen, die bei der Mobilisierung für einen sozialen Wandel hilfreich ist (Liss et al., 2000). Zur Veranschaulichung dieser Theorie hebt Crawford (2003) hervor, dass die kollektive Identität der Feministinnen primär durch für alle sichtbare Werbung zum Ausdruck gebracht wird. Das Beispiel dieser Werbung besteht darin, sich mit zwei von Hollander (1994) entworfenen Schildern über die vermeintliche Männerbesessenheit von Frauen lustig zu machen. Das erste verbreitet die Botschaft „What men hope women are saying when they go to the washroom together“ und stellt zwei Frauen dar, die sich mit der Geschicklichkeit ihrer Liebhaber brüsten. Der zweite antwortet mit den Worten „What they are really saying“ und

zeigt die tatsächliche Unterhaltung der beiden Frauen, die tatsächlich sagen: „Do you think cake is better than sex? What kind of cake?“ (Hollander, 1994).

3.2 Der kulturelle Hintergrund

Im folgenden Abschnitt wird die Frage der kulturellen Unterschiede bei der Untersuchung der Wahrnehmung von Humor behandelt. Dabei ist anzumerken, dass verschiedene Studien durchgeführt wurden, um kulturelle Unterschiede im Allgemeinen zu untersuchen. Der kulturelle Hintergrund im Zusammenhang mit Humor ist jedoch noch nicht ausreichend erforscht worden.

In dieser Arbeit wurde bereits herauskristallisiert, dass Humor universell ist und in allen menschlichen Kulturen vorkommt (Fry, 1994). Jedoch ist zu bemerken, dass sich Humor als kulturabhängig erweist, was zu Unterschieden in der Wahrnehmung von Humor führen kann. Gogova (2016) hebt hervor, dass es sich bei Humor um ein soziales Phänomen handle, das nicht nur allgemeine Themen und aktuelle Ereignisse aufgreife, sondern auch kulturelle Besonderheiten, die für bestimmte Gesellschaften charakteristisch seien. Humor spiegelt ebenso die Mentalität der Bevölkerung und ihre Wahrnehmung der Außenwelt wider (Gogova, 2016). Darüber hinaus lässt sich feststellen, dass auch kulturspezifische historische Grundlagen im Humor verwendet werden können, wodurch das Verständnis der Mitglieder der jeweiligen Kultur eingeschränkt werden kann. Wenn das Publikum nicht mit dem sozialen und kulturellen Umfeld innerhalb der humoristischen Rede vertraut ist, ist es nicht in der Lage, die vermittelten semantischen Informationen korrekt zu entschlüsseln. Es handelt sich hierbei daher um eine Hervorhebung dessen, was in einem kulturellen Hintergrund als angemessen gilt, in einem anderen jedoch nicht unbedingt angemessen sein muss (Strawhorn, 2014). Ruch und Forabosco (1996) ergänzen, dass sich Kulturen nicht nur in ihren Humortraditionen unterscheiden, sondern auch in der Häufigkeit, in der verschiedene Arten von Humor wie sexueller oder absurder Humor verwendet werden. Aus diesem Grund kann die Bestimmung der Angemessenheit eines bestimmten Themas für Personen, die nicht aus dieser Kultur stammen, eine große Herausforderung darstellen. Ebenso sollte nicht außer Acht gelassen werden, dass für das richtige Verständnis eines Witzes eine kulturelle Kompetenz erforderlich ist (Aycicegi-Dinn et al., 2018).

Als weiteres Element ist die dem Humor eigene Eigenschaft hervorzuheben, Kommunikation zu erleichtern, indem er die soziale Atmosphäre entspannter und harmonischer gestaltet. Seine mehrdeutige Natur ermöglicht es ihm jedoch auch, kulturspezifisch zu sein, was wiederum die Kommunikation behindern kann. Davies (2011) unterstützt diese Auffassung, indem er argumentiert, dass selbst dumme Witze, die angeblich universell seien, wie beispielsweise Witze, in denen sich über Ausländer, Einfaltspinsel oder andere Menschen am Rande der Gesellschaft belustigt wird, in Wirklichkeit kulturell spezifiziert sind. Aus der Sicht von McGraw und Warner (2016) weist fast jede Nation eine eigene Zielgruppe auf, wenn sie sogenannte dumme Witze kreiert. Davies (2011) veranschaulicht dies anhand folgender Beispiele: Die Engländer nehmen die Iren ins Visier und haben Spaß daran, sich über sie lustig zu machen, während in Frankreich ihre Zielgruppe die Schweizer oder auch die französischsprachigen Belgier sind. Dabei ist wichtig anzumerken, dass viel Humor auf kulturellem Wissen basiert, was dazu führt, dass die Menschen die kulturellen Bedeutungen und Konnotationen in den Witzen entschlüsseln müssen, um die Bedeutung des Witzes vollständig zu verstehen (Bell & Attardo, 2010). Daher kann sich die Interpretation von Humor als komplexer erweisen, wenn der kulturelle Faktor berücksichtigt wird. Dies kann zu Fehlinterpretationen oder Missverständnissen führen, woraus eine schlechte Informationsaufnahme resultiert (Dai & Liu, 2018).

An dieser Stelle ist zu erwähnen, dass unter dem Begriff Kultur im weitesten Sinne die Gesamtheit der Lebensweise der Menschen verstanden wird, einschließlich der Überzeugungen, Bräuche, Institutionen und der Sprache, die Merkmale des Lebens der menschlichen Gemeinschaft darstellen (Dai & He, 2002). Jede Kultur wird daher als unterschiedlich und mit ihren eigenen Besonderheiten betrachtet. Auf diese Weise ist die Wahl des Themas der Witze entscheidend, da es in einer anderen Kultur möglicherweise nicht als lustig empfunden wird und sogar als beleidigend oder unangebracht bewertet werden kann (Carey, 2014). Wie Martin und Ford (2018, S. 30) zusammenfassen, kann Humor abhängig vom kulturellen Hintergrund unterschiedlich erlebt werden:

Humor is a universal human activity that most people experience many times over the course of a typical day and in all sorts of social contexts. [...] At the same time, there are obviously important cultural influences on the way humor is used and the situations that are considered appropriate for laughter (Martin & Ford, 2018, S. 30).

Andererseits kann der Schwerpunkt auf die Möglichkeit gelegt werden, die Fähigkeiten zu erwerben, die es ermöglichen, den spezifischen Humor eines kulturellen Hintergrunds zu entschlüsseln, der sich von dem eigenen unterscheidet. In diesem Zusammenhang weist Vaid (2006) darauf hin, dass eine Erweiterung des kulturellen Wissens oder eine Veränderung der kulturellen Identität infolge einer Akkulturation die Wahrnehmung des Humors in der betreffenden Kultur verändern könnte. Daraus ergibt sich, dass ein Sprachaustausch oder ein längerer Aufenthalt in einem anderen Land die Wahrnehmung des Humors in der Kultur dieses Landes beeinflussen könnten. Chen und Dewaele (2021) vertreten jedoch nicht diese Ansicht, da sie in ihrer Studie nachgewiesen haben, dass das Leben in einem Land, das nicht dieselbe Kultur teilt, unabhängig von der Dauer des Aufenthalts dort keinerlei Unterschiede in der Bewertung von Humor hervorruft. So wurden, unabhängig von der Dauer des Aufenthalts im Land, ob einen Monat oder vierzig Jahre, keine Unterschiede zwischen Amerikanern, die im Vereinigten Königreich gelebt haben, und solchen, die keine besonderen Erfahrungen im Vereinigten Königreich gemacht haben, beobachtet. Diese Beobachtungen bestätigen somit die Ansicht von Hammer (2017), die nahelegt, dass ein langfristiger Aufenthalt in einem fremden Land nicht zwangsläufig mit einer Akkulturation einhergeht. Chen und Dewaele (2021) schränken dies jedoch ein, indem sie argumentieren, dass von amerikanischen Muttersprachlern, die bereits in qualitativ hochwertige interkulturelle Interaktionen, insbesondere humorvolle Interaktionen, mit britischen Muttersprachlern investiert haben, angenommen werde, dass sie für bestimmte typische Merkmale des britischen Humors empfänglicher seien.

3.2.1 Die östliche Kultur

3.2.1.1 China

Humor existiert nachgewiesenermaßen nicht erst seit kurzem, sondern schon seit langer Zeit. So hat sich herausgestellt, dass die Westler den Humor beispielsweise seit der Zeit des antiken Griechenlands willkommen heißen (Martin & Ford, 2018). Apte (1985) fügt dem hinzu, dass Humor aufgrund seines positiven und unterhaltsamen Charakters eingesetzt wird. Dabei ist jedoch zu berücksichtigen, dass Humor nicht immer so positiv wahrgenommen wird, wie es bei westlichen Menschen der Fall ist. Wie bereits erwähnt, unterscheidet sich der Sinn für Humor von einem kulturellen Hintergrund zum anderen. Jiang et al. (2019) weisen darauf hin, dass die

Wahrnehmung von Humor im Westen und im Osten, insbesondere in China, unterschiedlich zu sein scheint.

China liegt im Hinterland und seine feudale Gesellschaft besteht wesentlich länger als in allen anderen westlichen Ländern. Dabei ist zu beachten, dass dies die chinesischen Schriftzeichen in Bezug auf Selbstbeherrschung, Selbstreflexion, Demut und Geduld geprägt hat (Jiang et al., 2019). Aus der Sicht von Dai und Liu (2018) kann die Wahrnehmung von Humor bei modernen Chinesen durch mehrere Elemente beeinflusst werden. Eines dieser Elemente ist zum Beispiel der Konfuzianismus, der Wert auf Tugend und das ethische Konzept legt. Tatsächlich stellten Jiang et al. (2019) fest, dass der Konfuzianismus in den letzten 2000 Jahren dazu tendierte, Humor abzuwerten. Lin (1974, S.31) bestätigt dies, indem er beschreibt, wie der Humor verachtet wurde:

Confucian decorum put a damper on light, humorous writing, as well as on all imaginative literature, except poetry. Drama and the novel were despised as unworthy of a respectable scholar's occupation..... This puritanical, austere public attitude has persisted to this day (Lin, 1974, S. 31).

Ausgehend von der Idee des Konfuzianismus wurden die Chinesen also zurückhaltend gegenüber Humor, weil sie befürchteten, dass dies ihren sozialen Status beeinträchtigen könnte. In diesem Sinne stellte sich heraus, dass ein Gentleman nicht lachen durfte, um Würde und soziale Förmlichkeit zu demonstrieren (Yue, 2010). Liao (2007) fügte hinzu, dass ein Mann ernst sein müsse, um respektiert zu werden. Aus Yues (2011) Untersuchungen geht hervor, dass die Chinesen nur zu bestimmten Zeiten, über bestimmte Themen und nur mit bestimmten Personen lachen. Obwohl der Humor seit dem Fall der Qing-Dynastie in der chinesischen Gesellschaft an Bedeutung gewonnen hat, übt der Konfuzianismus weiterhin einen Einfluss auf die Wahrnehmung von Humor aus (Davies, 2011). Tatsächlich scheint es, dass die Chinesen nach wie vor stark von kulturellen Vorurteilen zu Ungunsten des öffentlichen Humors beeinflusst werden (Davies, 2011).

Der Konfuzianismus stellt jedoch nicht die einzige Strömung des chinesischen Denkens dar, die die Einstellungen der Chinesen zum Humor beeinflusst hat (Yue, 2010). Yue (2011, S. 464) unterstreicht, dass der Daoismus im Gegensatz zum Konfuzianismus Humor als „an attempt of having witty, peaceful and harmonious interaction with nature“ betrachtet. Aufgrund dieser

beiden Philosophien ist die Einstellung der Chinesen zum Humor ambivalent, denn sie wissen nicht, ob sie ihn schätzen oder missbilligen sollen (Yu, 2011). In seiner Studie hebt Yu (2011) hervor, dass sich diese Ambivalenz auf drei verschiedene Arten im Verhalten der Chinesen gegenüber dem Humor widerspiegelt. Die erste besteht darin, dass die Chinesen Humor schätzen, obwohl sie sich selbst nicht als Inhaber dieser Eigenschaft des Humors betrachten. Zweitens wurde festgestellt, dass Humor nicht typisch für einen orthodoxen Chinesen ist, da der Konfuzianismus Humor mit intellektueller Oberflächlichkeit und sozialer Informalität gleichsetzt. Drittens erweist sich Humor nicht als wichtig, außer für diejenigen, die sich damit auskennen, wie zum Beispiel professionelle Entertainer. Dies wurde durch die Umfrage von Yu (2011) bestätigt, die zeigte, dass die Chinesen zwar behaupten, dass Humor im Alltag wichtig sei, sich selbst jedoch nicht als humorvoll bezeichnen. Laut Yue et al. (2016) neigen die Chinesen zudem dazu, Humor als etwas anzusehen, das nur Humoristen besitzen. Dies spiegelt sich in der traditionellen Erziehung der Chinesen wider, worin der Schwerpunkt eher auf die Familie und das Land gelegt und auf diese Weise die Interessen des Einzelnen den öffentlichen Vorteilen unterstellt werden. Daran lässt sich feststellen, dass Moral und sozialer Erziehung im chinesischen Humor ein hoher Stellenwert zukommt. Somit zeigt sich, dass Humor als Satire, als Predigt oder zur Förderung der sozialen Harmonie eingesetzt wird. Dai und Liu (2018, S.1357) liefern ein Beispiel, um dies zu belegen:

Guo : Is there a lobster 2 feet long ?

Yu : Sir, wait for a moment please, and I will replay to you later. I'm sorry, sir, there is only a lobster 2.2 feet long. .

Guo : Hum ! What a broken restaurant it is, not even having a 2-foot-long lobster. Give me a dish of shredded potatoes!

Anhand des obigen Beispiel lässt sich veranschaulichen, wie Ironie nicht nur eingesetzt wird, um eine humorvolle Atmosphäre zu schaffen, sondern auch, um soziale Bildung zu vermitteln. Hier geht es darum, die Wichtigkeit zu betonen, nicht übermäßig zu versuchen, das Gesicht zu wahren. In dieser Situation kann Guo es sich nicht leisten, einen Hummer zu bestellen und behauptet, er wolle unbedingt einen Hummer von 2 Fuß Länge und nicht von 2,2 Fuß Länge, um sein Gesicht wahren zu können. Auf diese Weise gibt er die Schuld dem Restaurant, weil sie ihm nicht liefern können, was er verlangt. Dai und Liu (2018) erläutern, dass das Ziel hier darin besteht, absichtlich Schwierigkeiten zu schaffen, um sein Gesicht wahren zu können.

3.2.2 Die westliche Kultur

Die Menschen im Westen betrachten im Gegensatz zu denen im Osten den Humor als ein natürliches Merkmal des Lebens, das sie täglich und wann immer möglich einsetzen (Apte, 1985). Grant (1924) ist der Meinung, dass der Humor von den Menschen im Westen schon seit der Zeit von Platon und Aristoteles geschätzt wird. Tatsächlich wurde Humor bereits damals als natürlicher Ausdruck von Spaß, Vergnügen und Freude in der sozialen Interaktion zwischen Menschen beschrieben und wahrgenommen.

3.2.2.1 Amerika und das Vereinigte Königreich

Im 19. und frühen 20. Jahrhundert erlebte der Humor in Amerika einen Aufschwung und war daher in der amerikanischen Gesellschaft allgegenwärtig. Zu den vielfältigen Formen des Humors zählen darunter Zeitungen, Zeitschriften, Bücher, Aufführungen, Witzewettbewerbe, Skulpturen, Spielzeug usw. (Apte, 1985). Dabei ist zu bemerken, dass Amerika von der Abenteuerlust durchdrungen war, die heute Teil des traditionellen amerikanischen Geistes ist und bei den Amerikanern eine offene und wagemutige Persönlichkeit geformt hat. Darüber hinaus hat sich herausgestellt, dass die amerikanische Kultur dazu neigt, die Gleichheit aller Menschen zu betonen. Demnach ist es egal, ob es sich um Gott, den Präsidenten oder einen gewöhnlichen Menschen handelt - alle können als Stoff für Humor dienen. Außerdem hat sich herausgestellt, dass der amerikanische Humor im Gegensatz zum chinesischen Humor eine Rolle bei der Linderung von psychischem Stress spielt (Dai & Liu, 2018). Somit ist davon auszugehen, dass das Spektrum an Themen, über die gewitzelt werden kann, bei den Amerikanern gegenüber den Chinesen wesentlich breiter ist. Dai und Liu (2018, S.1357) führen folgendes Beispiel an, um dies zu erklären:

Mother (in a very low voice): Tommy, your grandfather is very sick. Can't you say something nice to cheer him up a bit.

Tommy: Grandfather, would not you like [sic] to have soldiers at your funeral?

Der Dialog stellt ein gutes Beispiel für den amerikanischen Humor dar. Zum Verständnis des Witzes muss man sich bewusst sein, dass eine Beerdigung in Amerika zeremonieller ist, wenn Soldaten anwesend sind. Der Witz konzentriert sich also auf seine Wirkung und nicht auf den

Inhalt, da es darum geht, den Menschen in der Umgebung, in diesem Fall dem Großvater, eine Freude zu bereiten. Darüber hinaus ist zu beobachten, dass das Thema Tod im Humor verwendet werden kann, ohne dass dies problematisch ist.

An dieser Stelle stellt sich die Frage, ob Länder gleicher Muttersprache (L1) den Humor auf gleiche Weise verwenden und wahrnehmen. Obwohl sowohl Amerika als auch das Vereinigte Königreich Englisch als L1 haben, scheint es, dass sie sich in Bezug auf die Kultur unterscheiden. In diesem Zusammenhang greifen Duhaime et al. (1996) teilweise die Meinung von Carey (2014) auf, dass es schwierig sein kann, Humor sinnvoll einzusetzen, weil nicht alle Kulturen auf die gleiche Weise auf Witze reagieren. Daher ist zu beachten, dass sich die amerikanische und die britische Kultur in Bezug auf die Themen, bei denen Humor eingesetzt werden kann, unterscheiden. Duhaime et al. (1996) argumentieren in ihrer Studie, dass die folgenden Themen und ihre Reihenfolge in der amerikanischen Kultur eine positive Reaktion hervorrufen: Sex, der menschliche Körper, Geld, sozialer Status usw. Die Themen und ihre Reihenfolge variieren in der britischen Kultur: Sex, soziale Klasse und Rasse, Intelligenz usw. Daran wird deutlich, dass die beiden Kulturen nicht über dieselben Themen lachen.

Darüber hinaus verweist Reimann (2010) darauf, dass der britische Humor nicht nur von Natur aus ironisch und satirisch, sondern auch tief in der Sprache, Kultur und Gesellschaft verwurzelt ist. *Mr. Bean* (Atkinson & Curtis, 1990-1995) stellt übrigens ein Beispiel für die britische Komödie dar, die ein Gleichgewicht zwischen Gags, einfachen visuellen Possen und britischem Sarkasmus in seiner vollen Entfaltung verkörpert. Chen und Dewaele (2021) fügen hinzu, dass der britische Humor auf ungerührte Weise einen intensiven Einsatz von Sarkasmus und Ironie zeigt. Kopper (2021) nennt als Beispiel britische Karikaturen, die verwendet wurden, um sich über die USA, die nicht am Ersten Weltkrieg teilgenommen hatten, lächerlich zu machen. Auf diese Weise wird deutlich, dass Ironie und Spott als freundliche Scherze zwischen gleichberechtigten Parteien betrachtet werden und in Konflikten als Vermittler fungieren können.

Ein weiteres Beispiel, das belegt, dass es kulturelle Unterschiede zwischen der britischen und der amerikanischen Kultur gibt, entstammt dem Evening Standard (2021) in dem Artikel von Chen und Dewaele (2021). Das Beispiel stammt von Justin Bieber, einem kanadischen Sänger, der seine Meinung über den britischen Humor äußert: „I don't have a clue as to what's been going on for the past 20 minutes. I'm from Canada. I don't get all this humour. I don't know if

you're making fun of me? I just don't get British humour.“ Daraufhin versicherte der britische Moderator dem Gast, dass er nur „take the mickey“ wolle, mit anderen Worten, dass er sich über seinen Gast lustig mache, was diesen nur noch mehr mit der mysteriösen Verwendung des Wortes „mickey“ verwirrte. Zusätzlich wurde, wie Chen und Dewaele (2021) zeigten, darauf hingewiesen, dass es den Amerikanern tendenziell an Sarkasmus fehlte, der in den Sätzen der Briten täglich präsent ist.

Dies kann durch die Beobachtung von Unterschieden zwischen britischen und amerikanischen Sitcoms ergänzt werden. Tatsächlich zeigt sich, dass die britische Sitcom als eine Frage der sozialen Klasse wahrgenommen wird und offen über sogenannte skandalöse Themen spricht, die in der amerikanischen Sitcom nicht unbedingt vorhanden sind (Mills, 2022). Es scheint, dass die Sitcom in Großbritannien als Instrument wahrgenommen wird, das die Möglichkeit bietet, Ideen und Meinungen zu äußern, die durch das Klassensystem und den Sinn für Dekoration reguliert werden. Daher weist Mills (2022) darauf hin, dass *The Office* (Silverman et al., 2005 - 2013), eine britische Serie, einen Humor verbreitet, den Amerikaner nicht unbedingt erreichen, der sie nicht anspricht. Dies deutet jedoch nicht darauf hin, dass sie die Serie nicht für eine gute Sitcom halten. Es stellt sich vielmehr heraus, dass die Amerikaner der Ansicht sind, dass sie nicht die richtigen Fähigkeiten besitzen, um den britischen Humor zu verstehen. Anders ausgedrückt lässt sich argumentieren, dass der kulturelle Hintergrund einen echten Einfluss auf das Verständnis des Humors ausübt, denn die amerikanischen Befragten waren der Ansicht, dass sie keinen Zugang zu den Formen der Kultur haben, die in *The Office* (Silverman et al., 2005 -2013) vertreten sind.

3.2.2.2 Die frankophonen Länder

Reimann (2010) argumentiert, dass in vielen europäischen Ländern wie Frankreich und Belgien surrealistischer und schräger Humor sowie Witze, die ernste Themen wie Tod, Krankheit und Ehe auf die leichte Schulter nehmen, bevorzugt werden. Im Vergleich dazu mögen Engländer eher auf Wortspielen basierende Witze. Amerikaner bevorzugen Witze, die ein Gefühl der Überlegenheit beinhalten, indem sie eine Person auf die Schippe nehmen. Es gibt jedoch nur wenige Studien über die Wahrnehmung von Humor in den französischsprachigen Ländern.

3.3 Das Sprachniveau

Gemäß Martin (2007) stellt Humor ein allgegenwärtiges, universelles und schwer fassbares Phänomen dar, das in allen Gesellschaften und Kulturen anzutreffen ist. Darüber hinaus wird festgestellt, dass er eine Reihe von sozialen, kognitiven und emotionalen Funktionen erfüllt. Spontaner verbaler Humor wie Witze, Sticheleien, Wortspiele usw. ist täglich in Gesprächen präsent. Aus dieser Tatsache ergibt sich, dass der Zweck von Humor nicht nur darin besteht, zu unterhalten und zu amüsieren, sondern auch Solidarität, Zugehörigkeit, Gruppenidentität usw. zu schaffen und aufrechtzuerhalten (Shively, 2013). Chen und Dewaele (2021) fügen hinzu, dass Humor als soziales Schmiermittel gesehen werden kann, da er für die Kommunikation von entscheidender Bedeutung ist. Aus diesem Grund stellt die Fähigkeit, Humor in einer zweiten Sprache (L2) zu verwenden und zu verstehen, ein wichtiges Merkmal beim Erlernen einer L2 dar, weil es leicht zu Missverständnissen kommen kann. Dennoch muss betont werden, dass sein schwer fassbarer und mehrdeutiger Charakter die beabsichtigte Wirkung, nämlich zu unterhalten, beeinträchtigen kann. Daraus ergibt sich also, dass Humor nicht nur in L1, sondern noch mehr in L2 sprachliche und pragmatische Probleme verursachen kann (Chen & Dewaele, 2021).

Wie bereits erwähnt, sind Sprache, kultureller Hintergrund und Humor bei der Untersuchung der Faktoren, die die Wahrnehmung von Humor beeinflussen, eng miteinander verbunden. Das liegt daran, dass die Sprache ein Mittel darstellt, um Ideen, Emotionen oder auch Wünsche zu kommunizieren (Sapir, 1921). Whorf (1940) argumentiert in seiner Studie zudem, dass die Kultur die Sprache formt und bestimmt. Dies bedeutet, dass die Sprache von den kulturellen Hintergründen abhängt, in die sie eingebettet ist. Holmes (2001) führt ein Beispiel an, indem er erklärt, dass dem Wort „Reis“ verschiedene Bedeutungen zugeordnet werden können. Einerseits bedeutet es ein Getreide aus dem Fernen Osten und damit die verschiedenen Arten von Reis. Andererseits bezieht es sich auf die Art und Weise, wie er gekocht wird. Dadurch wird deutlich, dass die Sprache es jedem ermöglicht, die eigene Kultur zu vermitteln (Schiffman, 2002). Dai und Liu (2018) ergänzen, dass die Sprache nicht nur Kultur vermitteln, sondern auch ein Mittel darstelle, mit dem Humor ausgedrückt werden könne. Zwar benötigt Humor nicht immer Sprache, um dem Publikum vermittelt zu werden, wie etwa in der britischen Fernsehserie *Mr. Bean* (Atkinson & Curtis, 1990-1995), doch ist Sprache eines der Mittel, die verwendet werden.

Wenn Sprache eingesetzt wird, um Humor zu vermitteln, greifen Witze oft auf Inkongruenzen zurück, um Lacher zu erzeugen, wie Warren und McGraw (2016) gezeigt haben. Infolgedessen erweist es sich als wesentlich, Inkongruenzen erkennen und auflösen zu können, um den Humor verstehen zu können, bevor beurteilt werden kann, ob der verwendete Humor gefällt oder nicht (Carrell, 1997). Aus diesem Grund sind gute Sprachkenntnisse erforderlich (Aycicegi-Dinn et al., 2018). So muss klar sein, dass eine mangelnde Beherrschung der L2 ein Hindernis für das Verständnis von Humor in der betreffenden L2 darstellen könnte. Aycicegi-Dinn et al. (2018) sind der Meinung, dass das Verstehen eines Witzes in einer Fremdsprache eine zusätzliche Herausforderung darstelle, die darin bestehe, Wörter im Kontext des Satzes richtig zu interpretieren. Der L2-Lerner müsse sich zum einen die Mühe machen, den Witz zu verstehen, was sich als kompliziert erweisen könne und somit den humorvollen Charakter des Witzes beeinträchtige. Denn eine Konzentration, die hauptsächlich auf die Bedeutung von Wörtern und Satz gerichtet ist, kann die Wahrnehmung des Humors in den Hintergrund drängen (Aycicegi-Dinn et al., 2018). Somit kann argumentiert werden, dass ein Witz in L1 aus linguistischer Sicht als weniger kompliziert zu verstehen angesehen werden kann, was einen stärkeren Fokus auf die Wahrnehmung von Humor ermöglicht. Andererseits bestünde die Möglichkeit, dass L2 im Vergleich zum Niveau des Lernenden zu kompliziert ist, was ihn sogar daran hindern würde, die Bedeutung der Wörter und des Witzes zu verstehen. Auf diese Weise ist es unmöglich, dass der durch den Witz vermittelte Humor wahrgenommen wird (Aycicegi-Dinn et al., 2018).

Interessanterweise belegt die Studie von Aycicegi-Dinn et al. (2018) jedoch, dass bei einem hohen Kompetenzniveau in L2 Witze in derselben L2 als lustiger empfunden werden als Witze in L1. Um diese Ergebnisse zu erzielen, ist es jedoch wichtig, dass das Niveau der L2 hoch ist. In der Studie von Aycicegi-Dinn et al. (2018) wird festgehalten, dass Witze in L1 als lustiger bewertet werden als Witze in L2, wenn das Niveau der L2 nicht hoch genug ist. Bei einem mittleren Niveau in L2 werden die Witze ebenso lustig bewertet, als wären sie in L1. Aus den Ergebnissen wird geschlossen, dass ein niedrigeres Niveau in L2 daher die Bewertung des Humors von Witzen in L2 beeinflussen kann. Darüber hinaus deuten die Ergebnisse der Studie von Aycicegi-Dinn et al. (2018) darauf hin, dass ein hohes Kompetenzniveau in L2 die Wahrnehmung von Humor günstig beeinflusst. Dies lässt sich durch das Erfolgserlebnis erklären, das sich aus den fachlichen Kompetenzen ergibt, die für die Wahrnehmung von Humor in L2 erforderlich sind (Poveda, 2005). Die Bewertung von Humor würde mit anderen Worten mit der Anstrengung zusammenhängen, die es ermöglicht, einen Witz in einer L2 zu entschlüsseln.



Abb. 2. Der Einfluss von Sprachkenntnissen auf den Humor

Quelle: Eigene Darstellung

Darüber hinaus untermauert die qualitative Studie von Alm (2013) über die Aktivität des Podcast-Hörens von Schülern das Argument von Aycicegi-Dinn et al. (2018). In dieser Studie werden die Gefühle von Stolz und Zufriedenheit hervorgehoben, die Schüler empfinden, wenn es ihnen gelingt, Humor zu verstehen. Diese Theorie wird als Leistungs- und Zufriedenheitstheorie bezeichnet und besteht darin, zu erklären, warum sich Witze manchmal als lustiger erweisen, wenn sie in eine Fremdsprache übersetzt werden. So ist es offensichtlich, dass einfache Witze bei Muttersprachlern weniger Anklang finden, während sie von Nicht-Muttersprachlern als lustiger empfunden werden könnten. Im umgekehrten Fall liegen Witze mit einem ausreichend schwierigen und anspruchsvollen Niveau außerhalb der Komfortzone von Nicht-Muttersprachlern. Infolgedessen werden diese als weniger humorvoll wahrgenommen (Shively 2013). Chiaro (2008) fügt sogar hinzu, dass Lernende einer L2 Wörter mit mehreren Bedeutungen, die in Witzen derselben Sprache verwendet werden, nicht wirklich schätzen. Dies ist der Komplexität, die korrekte Bedeutung dieser Wörter in Abhängigkeit vom Kontext des Witzes zu interpretieren, geschuldet.

Als weiterer Punkt wird daher angesprochen, dass die leichte Verständlichkeit eines Witzes ebenfalls eine Rolle bei der Wahrnehmung von Humor spielen soll. Cunningham und Derks (2005) haben lange Zeit vorgeschlagen, dass die Beziehung zwischen dem Verständnis eines Witzes und dem wahrgenommenen Humor ein umgekehrtes „U“ darstelle (siehe Abb. 3). Denn angeblich liegt der Fall so, dass zu einfache oder auch zu schwierige Witze als weniger humorvoll gewertet werden als solche, die sich im optimalen „Sweet Pot“ für Humor befinden. Das bedeutet folglich, dass Humor als lustig empfunden wird, wenn das Verständnisniveau des Witzes weder zu hoch noch zu niedrig ist (Cunningham & Derks, 2005). Somit stellt sich heraus, dass ein Witz mit einem zu hohen Schwierigkeitsgrad das Verständnis des Witzes beeinträchtigt, während ein zu einfacher Witz zu Langeweile führt. Das folgende Beispiel unterstützt diese Idee, indem es zeigt, dass der Humor von Kindern als zu einfach angesehen

wird, als dass er Erwachsenen humoristisch gefallen könnte. Jedoch sollte klar sein, dass der Schwierigkeitsgrad oder die Einfachheit von der Wissensgrundlage und der Erfahrung des Einzelnen abhängt.



Abb. 3. Schematische Darstellung der Beziehung zwischen wahrgenommenem Humor und dem Sprachniveau anhand der Kuznet-Kurve

Quelle : Eigene Darstellung

Obwohl diese Theorien jedoch intuitiv sind und korrekt erscheinen, unterstützen nur wenige experimentelle Belege diese Ideen. Raskin (2008) stellt fest, dass die Theorie der Kultiviertheit positiv mit der Komplexität des Humors korreliert. Tatsächlich wird Humor häufig verschärft, wenn er ein höheres Maß an Bezügen enthält, die auf seltenen, weniger bekannten, komplexen oder auch subtilen Konzepten beruhen (Raskin, 2008). Wicker et al. (1981) ergänzen, dass die Witzigkeit eines Witzes positiv mit der Inkongruenz korreliert, also dem Überraschungseffekt und der Auflösung, nicht jedoch mit der Schwierigkeit. Infolge ist eine umgekehrte U-Funktion nicht repräsentativ für die Beziehung zwischen Witzigkeit und Schwierigkeit. Dennoch argumentieren Cunningham und Derks (2005) in ihrer Studie, dass ein Zusammenhang zwischen der Leichtigkeit des Verstehens und dem Humor besteht. So zeigte sich, dass je kürzer die Latenzzeit bis zur Erkennung ausfällt, dass es sich bei einer Nachricht um einen Witz handelt, desto eher wurde der Witz als lustig angesehen. Eine kurze Latenzzeit bedeutet, dass der Witz schnell verstanden wurde und der Schwierigkeitsgrad daher nicht hoch war. Daraus resultiert, dass trotzdem ein Zusammenhang zwischen dem Schwierigkeitsgrad eines Witzes und dem wahrgenommenen Humor beobachtet werden könnte.

In ihrer Studie teilen Chen und Dewaele (2021) die Meinung von Cunningham und Derks (2005). Tatsächlich belegen die Ergebnisse, dass die befragten englischen Muttersprachler die beiden in der Studie vorgeschlagenen Videoclips als lustiger und leichter verständlich bewerten

als die L2-Lerner des Englischen. Ein Grund für diese Ergebnisse liegt darin, dass die Muttersprachler nicht mit so vielen lexikalischen und syntaktischen Schwierigkeiten konfrontiert sind wie die L2-Lernenden. Das bedeutet, dass Muttersprachler in der Lage waren, relevante Bedeutungen, Konzepte und soziokulturelle Informationen leichter und damit schneller zu verarbeiten als L2-Lernende. Bell und Attardo (2010) teilen diese Ansicht, indem sie darauf hinweisen, dass die Unfähigkeit der L2-Lerner, die Sprache auf der Lokutionsebene zu verarbeiten, einer der Gründe dafür sei, dass sie Humor weniger wahrscheinlich schätzen als Muttersprachler. Es bleibt jedoch dabei, dass keine signifikante lineare Beziehung zwischen der Englischkompetenz von Muttersprachlern und der Bewertung von Witz zwischen den beiden in der Studie vorgeschlagenen Videoclips gefunden wurde. Chen und Dewaele (2021) legen daher nahe, dass die sprachliche Komplexität nicht in die Bewertung von Humor durch Muttersprachler eingreift. Denn obwohl sie eines der beiden Videos als weniger leicht verständlich empfanden, brachten beide Videos sie gleichermaßen zum Lachen. Daraus ergibt sich, dass für Muttersprachler, deren im Humor verwendete Sprache die L1 ist, bei der Untersuchung der Wahrnehmung von Humor noch weitere Faktoren berücksichtigt werden müssen.

Bell (2007a) hebt ein besonderes Anliegen bezüglich der Wahrnehmung von Humor bei L2-Lernenden hervor. So kann beobachtet werden, dass diese zwar nicht in der Lage sind, einen Witz vollständig zu verstehen, dass sie den Humor aber dennoch genießen können. Darüber hinaus bestätigen die Ergebnisse der Studie von Chen und Dewaele (2021), dass sich L2-Lernende mit nicht ausreichend hohem Kompetenzniveau in L2 auf andere nichtsprachliche Elemente verlassen, um den sprachlich komplexen Humor zu entschlüsseln. Bell (2007a) fügt hinzu, dass von diesen anderen Elementen der Gesichtsausdruck und die Stimme Lachen auslösen können, unabhängig davon, ob der Witz verstanden wurde oder nicht. Daher kann argumentiert werden, dass ein vollständiges Verständnis der L2 nicht erforderlich ist, um Humor wahrzunehmen. Nach Bell (2007b, S. 377) wird dieses Lachen als „unqualified laughter“ bezeichnet, da das Lachen in diesem Fall nur das Erkennen des Witzes und nicht das Verstehen desselben erfordert. Darüber hinaus führt Hay (2001) an, dass es für die Fähigkeit, eine humorvolle Äußerung zu interpretieren, von entscheidender Bedeutung ist, dass der Hörer den humoristischen Rahmen erkennt, den Humor versteht und schätzt. Der humoristische Rahmen ermöglicht dem L2-Lerner also zu erkennen, dass der Zweck der Äußerung darin besteht, lustig zu sein. Das Lachen, der Gesichtsausdruck, die Liefergeschwindigkeit, die lächelnde Stimme usw. bilden Teile dieses humoristischen Rahmens (Shively, 2013). Auf diese

Weise kann Humor auch dann wahrgenommen werden, wenn das Sprachverständnis nicht optimal ist. Um den Witz vollständig zu verstehen, ist jedoch ein Verständnis der lexikalischen wie grammatikalischen Bedeutung des Witzes notwendig. Dennoch kann die Wahrnehmung von Humor zusätzliches Wissen erfordern, das mit der Zielkultur assoziiert wird (Yus, 2004). Denn, wie Chiaro (1992, S.5) betont: „The concept of what people find funny appears to be surrounded by linguistic, geographical, diachronic, sociocultural and personal boundaries.“ Die Fallstudie von Bell (2006) bestätigt dieses Argument, indem sie einen Unterschied zwischen dem Humor, den eine thailändische Englischlernende wahrnimmt, und dem von amerikanischen Befragten feststellt. Hierin wurde herausgefunden, dass das Thema des Witzes, übergewichtige Menschen, in Thailand im Gegensatz zu Amerika nicht als humorvoll empfunden wird.

Daraus geht hervor, dass eine hohe Kompetenz in der L2 nicht immer ausreicht, um Humor richtig wahrzunehmen. Vielmehr sind soziokulturelle Kenntnisse erforderlich, um bestimmte Referenzen interpretieren zu können (Chen & Dewaele, 2021). Aufgrund dieser Tatsache kann Humor jedoch eine Herausforderung für L2-Lernende darstellen, auch für solche mit einem hohen Kompetenzniveau (Shively, 2013). Es erweist sich daher als unerlässlich, dass ein hohes L2-Niveau auch mit einer Exposition gegenüber derselben L2 kombiniert wird, um die Fähigkeit zu entwickeln, Humor in L2 zu verstehen. Shardakova (2010) liefert in ihrer Studie ein Beispiel, um dieses Argument zu verdeutlichen. Demnach waren L2-Lerner des Russischen mit der Möglichkeit, im Ausland zu studieren, in der Lage, mehr Humor zu produzieren als diejenigen, die keine Erfahrung mit einem Auslandsaufenthalt aufwiesen. Dies ist darauf zurückzuführen, dass sich mit den Konversationswitzen im Land der L2 vertraut gemacht werden muss, um in derselben L2 Humor entwickeln zu können.

4 Sitcom

Im Rahmen dieses Kapitels erfolgt eine Analyse des Genres Sitcom, das, wie Mills (2005) hervorhebt, die am weitesten verbreitete und bemerkenswert populäre Form der Komödie darstelle. Obwohl das Genre der Sitcom sehr erfolgreich ist, überrascht es dennoch, dass nur wenige Forschungsarbeiten zu Sitcoms im Besonderen existieren. Daher besteht das Ziel dieser Studie darin, einen Beitrag zur Sitcom-Forschung zu leisten, indem zunächst das Genre der Sitcom definiert und dann die Schlüsselkomponenten identifiziert werden, die zur Erzielung

von Humor verwendet werden. Der darauffolgende Abschnitt, befasst sich ausschließlich mit einer der Schlüsselkomponenten der Sitcom, den Lachern im Hintergrund. Da in der Masterarbeit die Wahrnehmung von Humor in der Serie *Friends* thematisiert wird, schließt das Kapitel mit einem Überblick über *Friends* und seine verschiedenen Charaktere sowie einer Analyse des in der Serie verwendeten Humors.

4.1 Die Definition der Sitcom

Die Sitcom, insbesondere die amerikanische, existierte bereits, bevor das Fernsehen zum Massenmedium avancierte. Die Sitcom wurde im Radio geboren, noch bevor das Fernsehen nach dem Zweiten Weltkrieg einen Aufschwung erlebte. Darüber hinaus hat sich herausgestellt, dass die Sitcom bis heute fortbesteht, obwohl das Fernsehen als Massenmedium an Bedeutung verliert (Butler, 2019). Wie Butler (2019) ausführt, stellt sich heraus, dass viele das Genre der Sitcom lieben. Tatsächlich zeichnet sich jede Zuschauergeneration durch bestimmte Sitcom-Figuren, Referenzsätze oder auch Lieder aus, die tief in ihrem Gedächtnis verankert sind. Das amerikanische Publikum beispielsweise erinnert sich lebhaft an Sprüche wie „Bazinga!“ (Lorre & Prady, 2007- 2019) von Sheldon Cooper oder „Ay!“ (Marshall, 1974 - 1984) von Fonzie (Butler, 2019). Gleiches gilt für Titelsongs, die sich großer Beliebtheit erfreuen, wie „I'll be there for you“ aus *Friends* (Kauffman et al., 1994). Jedoch ist ebenso zu beobachten, dass Sitcoms nicht überall beliebt sind, weil sie von vielen gehasst werden. Tatsächlich wurde festgestellt, dass einige das Lachen im Hintergrund als falsch empfinden und den Humor als unauthentisch und unhaltbar charakterisieren (Butler, 2019).

Angeichts der Bedeutung der Sitcom ist zu untersuchen, was genau das Genre der Sitcom ausmacht. Laut dem Cambridge Academic Content Dictionary (o. D.) wird die Sitcom folgendermaßen definiert: „a television series in which the same characters are involved in amusing situations in each show.“ Jedoch ist zu beachten, dass gemäß Wiliam (2005) eine falsche Vorstellung von Sitcoms verbreitet wird. Demnach bestehen Sitcoms aus Witzen, was nicht der Fall ist. Clarke-Jervoise (2005) fügt hinzu, dass bei der Definition berücksichtigt werden muss, dass die Zuschauer Sitcoms nicht mit dem Ziel anschauen, 100 % Realität zu sehen. Die verschiedenen Ansichten von Wiliam (2005) und Clarke-Jervoise (2005) unterstreichen, dass eine klare und einfache Definition von Sitcoms nicht offensichtlich und es somit wichtig ist, den Begriff zu differenzieren. Darüber hinaus ergänzt Wiliam (2005), dass

bei der Definition einer Sitcom auch die Erzählung, die Charaktere und die Darstellung berücksichtigt werden müssen, während Clarke-Jervoise (2005) die Auffassung vertritt, das Ziel von Sitcoms bestehe darin, die Zuschauer zum Lachen zu bringen, und es hebe sich daher von der Realität ab. Im Gegensatz zu Clarke-Jervoise (2005) weist Berman (1987) jedoch darauf hin, dass es für Sitcoms bedeutsam ist, eine Verbindung zu den Zuschauern zu haben. Daher werden Figuren geschaffen, die dem Publikum ähneln sollen, um das Publikum zu repräsentieren, damit es sich mit den Figuren identifizieren kann. Nach Coopers (1997) Ansicht müssen Sitcom-Figuren daher vier Grundbedürfnisse des Publikums erfüllen: universelle Emotionen, neue Informationen, Konfliktlösung und Vollendung. Auf diese Weise verkörpern die Figuren Emotionen, die bei den Zuschauern ein Gefühl der Wiedererkennung hervorrufen.

Darüber hinaus scheint es laut Mills (2022) offensichtlich, dass der Hauptzweck einer Sitcom darin besteht, lustig zu sein. In der Tat definiert sich eine Sitcom durch ihren humorvollen Inhalt, der das Publikum anzieht, das den Drang zum Lachen verspürt (Rubin, 1981). Curtis (1982) vertritt im Gegensatz zu Wiliam (2005) die Meinung, dass eine Fernsehserie, die keine Witze enthält, nicht als Sitcom angesehen werden kann. Mills (2022) bestätigt, dass der komische Impetus Teil der Sitcom ist, was bedeutet, dass die Sitcom durch ihre Verbindung mit Komik definiert wird. Es ist jedoch wichtig zu betonen, dass die Sitcom im Gegensatz zu einer Stand-up-Comedy oder einer Comedy-Show, in der der Komiker einen Witz nach dem anderen reißt, eine Geschichte erzählt. Mills (2005) argumentiert ebenfalls, dass das subjektive Urteil des Zuschauers ausschlaggebend dafür ist, ob eine Fernsehserie als Sitcom klassifiziert wird oder nicht. Jedoch hat sich herausgestellt, dass Sitcoms mit charakteristischen Merkmalen verbunden werden können, beispielsweise Lachen im Hintergrund, Drehstil, Dauer, Programmgestaltung, Schauspieler, Performance-Stil oder Erzählstruktur (Mills, 2005). Diese Merkmale können nicht mit anderen Genres als der Sitcom in Verbindung gebracht werden, wodurch die Sitcom definiert werden kann.

Aufgrund der unterschiedlichen Sichtweisen auf Sitcoms besteht Interesse, die klassische Definition der Sitcom zu untersuchen:

a half-hour series focused on episodes involving recurrent characters within the same premise. That is, each week we encounter the same people in essentially the same setting. The episodes are finite; what happens in a given episode is generally closed off, explained, reconciled, solved at the end of the half hour . . . Sitcoms are generally

performed before live audiences, whether broadcast live (in the old days) or filmed or taped, and they usually have an element that might almost be metadrama in the sense that since the laughter is recorded (sometimes even augmented), the audience is aware of watching a play, a performance, a comedy incorporating comic activity. The most important feature of sitcom structure is the cyclical nature of the normalcy of the premise undergoing stress or threat of change and becoming restored . . . This faculty for the 'happy ending' is, of course, one of the staples of comedy, according to most comic theory (Mintz, 1985, S.114-15).

Laut dieser Definition sind drei Aspekte zu berücksichtigen. Der erste stellt den Rahmen der Sitcom dar, der sich auf die wiederkehrenden Orte und Figuren konzentriert. Der zweite Aspekt umfasst die Ästhetik der Sitcom sowie die Künstlichkeit des Textes. Der dritte Aspekt beschreibt die Erzählweise der Sitcom und verweist auf die sich wiederholende Natur der Geschichten (Mills, 2022). Diese Definition trifft jedoch nicht nur auf Sitcoms, sondern auch auf andere Genres wie Drama-Serien zu. In der Tat ist es nicht möglich, anhand dieser Elemente zwischen den beiden Genres zu unterscheiden.

Daher ist Lacey's (2000) Auffassung, dass sechs Aspekte berücksichtigt werden müssen, um die Sitcom von anderen Genres unterscheiden zu können, von entscheidender Bedeutung. Diese sechs Aspekte enthalten Setting, Figuren, Erzählung, Ikonografie, Berühmtheiten und Stil. Des Weiteren stellt sich heraus, dass die Figuren und die Erzählung die wichtigsten Aspekte der Sitcom darstellen, auf die sich die Definitionen also stützen müssen. Mills (2022) fügt hinzu, dass das offensichtliche und bedeutende Merkmal der Sitcom, das nicht in den sechs Aspekten von Lacey (2000) enthalten ist, aber die Sitcom von anderen Genres abhebt, der komische Impuls ist. Auf diese Weise wird deutlich, dass die nützlichste Definition der Sitcom darin besteht, dass das Genre der Sitcom eine Form der Sendung darstellt, die ihre komische Absicht in den Vordergrund stellt. Die anderen Aspekte der Sitcom - ihre Dauer, ihr häusliches Umfeld, ihre Charaktertypen und ihr Drehstil - werden daher als Konventionen verstanden, durch die dieser komische Impuls zum Ausdruck kommt. Sie stellen also nicht die Ursache dieses komischen Impulses dar, sondern vielmehr dessen Ergebnisse (Mills, 2022).

Ebenso sollte hinzugefügt werden, dass die Sitcom im Laufe ihrer Geschichte oft zu nationalen Diskursen über Identitätspolitik beigetragen hat, indem sie zeigte, was es bedeutete, ein Amerikaner, eine Frau, ein Mann, ein Reicher, ein Armer, ein Afroamerikaner usw. zu sein

(Butler, 2019). Dhaenens und Van Bauwel (2012) fügen hinzu, dass Sitcoms häufig kontroverse oder sensible soziale und politische Themen aufgreifen, wie zum Beispiel Waffenkontrolle oder Homo-Ehe. Somit kann die Sitcom als ein wichtiges kulturelles Phänomen anerkannt werden. Wells-Lassagne (2015) weist jedoch darauf hin, dass Sitcoms ebenso für ihr Interesse an Belanglosigkeit bekannt sind. Die Sitcoms greifen die unbedeutendsten Details des täglichen Lebens auf, um ihren Humor in der Banalität des Alltags zu verankern. Im Gegensatz zur Science-Fiction werden in Sitcoms keine lebensbedrohlichen Vorfälle oder Weltrettungen dargestellt (Wells-Lassagne, 2015). Außerdem darf nicht vergessen werden, dass Sitcoms, obwohl sie sensible und kontroverse Themen behandeln, dazu neigen, ein ideales Bild von Amerika darzustellen, sowohl durch die Charaktere als auch durch die Moralvorstellungen, die in den Sitcoms vermittelt werden. Austerlitz (2014, S.8) erklärt dies in seinem Buch *A History in 24 episodes from I Love Lucy to Community*:

The sitcom, emerging at the tail end of the 1940s alongside the television itself, bore witness to the conformism borne of the horrors of the Second World War. A generation forged in the fire of the war sought placidity and sameness on the homefront: stable nuclear families, a nation of identically constructed Levittowns. Television was a product of the same enforced consensus. It would mirror America, not necessarily as it was, but as it should be: peaceable, middle-class, eternally unchanging (Austerlitz, 2014, S. 8).

4.2 Humor in Sitcom

Angesichts des komischen Impulses, der für die Definition von Sitcoms ausschlaggebend ist, ist es von entscheidender Bedeutung zu verstehen, wie Humor in Sitcoms vorkommt. Butler (2019) schlägt vor, dass eine Möglichkeit, Sitcoms von anderen Sendungen zu unterscheiden, darin besteht, ihre archetypischen Figuren und wiederkehrenden Situationen zu untersuchen. Tatsächlich enthält dieses Genre bestimmte die für Sitcoms typische Grundcharaktere und -situationen. Smith (2009) empfiehlt die folgende Liste, in der er die Situationen als Prädikate und Charaktermischungen bezeichnet. Obwohl die Bezeichnungen vertraut und bekannt sind, spiegeln sie die Handlungsstränge vieler Sitcom-Episoden wider. Der Grund dafür liegt darin, dass Prädikate schwierige, gefährliche oder auch verwirrende Situationen darstellen, die Humor erzeugen können (Smith, 2009). Smith (2009) argumentiert, dass Sitcoms eine Reihe von schwierigen Situationen enthalten, deren jeder Situation innewohnende Inkongruenz eine

komische Spannung erzeugt. Darüber hinaus fügt Smith (2009) hinzu, dass es wichtig sei, über die Beziehungen zwischen den Figuren nachzudenken, anstatt einen Klempner als Figur in die Handlung einzubauen, weil Klempner beispielsweise als lustig angesehen werden. Obwohl manche Charaktere grundsätzlich lustig sind, sind manche Charaktere einfach nur normal und außerhalb des Kontexts weniger lustig. In diesem Fall ist es wichtig zu betonen, dass Lachen auftritt, wenn beide Kriterien erfüllt werden, somit wenn Prädikate und Interaktionen mit anderen Figuren vorhanden sind.

In der folgenden Tabelle werden einige klassische Beispiele für Prädikate aufgeführt, die in Sitcoms verwendet wurden. *The Big lie* steht für eine Situation, in der eine Hauptfigur in einem Moment der Schwäche eine Lüge erzählt, um jemanden zu beeindrucken oder zu verletzen. Die erste Lüge führt oft zu einer zweiten oder dritten Lüge, die mit jedem Mal größer wird als die erste. Dadurch entgleitet der Figur die Situation aus den Händen, was zu Gelächter führt (Smith, 2009). Ein weiteres Beispiel trägt den Titel *Time Bomb*, was so viel wie Zeitbombe bedeutet. Unter diesem Begriff werden Handlungsstränge zusammengefasst, in denen die Charaktere darum kämpfen, ein unmögliches Ziel zu erreichen und dabei eine Frist einzuhalten (Butler, 2019). Darüber hinaus bedeutet *role reversal in character mixes*, dass ein Charakter gezwungen wird, eine Rolle zu übernehmen, die seiner Natur widerspricht. Auf diese Weise wird dieser mit Hindernissen, Verpflichtungen usw. konfrontiert, die er nicht erfüllen kann, zum Beispiel ein junger Vater, der sich plötzlich um drei Kleinkinder kümmern muss. Daraus wird ersichtlich, dass die Beziehungen zwischen den Figuren sowie bestimmte Situationen genutzt werden, um die Menschen zum Lachen zu bringen.

<i>Predicaments</i>	<i>Character mixes</i>
The big lie	Role reversal
The big secret	Fish out of water
The misunderstanding	Odd coupling
A rock and a hard place	Sex
The surefire scheme	Pretense
Something that rocks the boat	
Time bomb	
Trapped in a space	
Sex	
The dead body	

Abb. 4. Smiths Liste der Sitcom-Situationen und Charakterkombinationen

Quelle : Butler (2009, S.25) überarbeitet auf der Grundlage der Studie von Smith (2009)

Nach Smith (2009) entsteht Humor aus der Inkongruenz, die durch schwierige Situationen in Sitcoms hervorgerufen wird. Tatsächlich ist, wie bereits in Kapitel 2 erläutert, eine der wichtigsten Theorien, auf denen Humor basiert, die der Inkongruenz. Im Übrigen gilt, wie Kant ([1790] 1931, S. 223) in seinem Werk feststellt: „Laughter is an affection arising from the sudden transformation of a strained expectation into nothing.“ Daraus folgt, dass in Sitcoms Inkongruenzen zwischen dem sozialen Verhalten oder den physischen Eigenschaften der Charaktere beobachtet werden können (Kamm & Neumann, 2015). Mills (2022) argumentiert, dass das Vergnügen des Lachens durch die Überraschung verwechselbarer Erwartungen erzeugt wird und dass das Lachen den mündlichen Ausdruck dieser Überraschung darstelle. Korostenskienė und Lieponytė (2018) teilen diese Ansicht und zeigen, dass die Umwälzung des natürlichen Ablaufs in einer erwarteten Situation genutzt wird, um Humor zu suggerieren. Insofern wird eine Idee in dem gegebenen Kontext zunächst als richtig oder vernünftig dargestellt und erfährt dann eine Veränderung, sodass diese Idee nicht mehr akzeptiert erscheint und unerwartet wird. Beispielsweise wird nicht erwartet, dass jemand seinen besten Freund verlässt, aber das Verlassen des besten Freundes stellt eine Umkehrung des natürlichen Ablaufs der erwarteten Situation dar. Daher gelingt es Sitcoms, durch unangemessene Rahmungen von Situationen, Handlungen und Erfahrungen eine ständige Diskrepanz zu erzeugen, die humorvolle Inkongruenzen und Ambivalenzen hervorbringt (Kamm & Neumann, 2015). Darüber hinaus wurde beobachtet, dass in einer Reihe von Sitcoms ein solcher Humor verwendet wird, wie beispielsweise in *Family Guy* (Smith et al., 1999 -heute). In der Tat werden in der Sitcom häufig kurze Szenen eingebaut, die nichts mit der Erzählung der Episode zu tun haben, mit dem Ziel, aufgrund der Unerwartetheit Lacher zu erzeugen (Mills, 2022). Dabei ist jedoch zu beachten, dass reine, nicht narrativierte Inkongruenz, anstatt Humor zu erzeugen, zu Verwirrung und Unverständnis auf Seite der Zuschauer führen könnte (Mills, 2022). Darüber hinaus wird nicht jede Art von Inkongruenz als lustig empfunden, insbesondere nicht in Horrorfilmen, in denen das Überraschungsmoment eher Angst auslöst. Aus diesem Grund muss verstanden werden, warum und wie Sitcoms Inkongruenzen nutzen, um Menschen zum Lachen zu bringen.

Es scheint also, dass Sitcoms die Zuschauer dazu ermutigen, Inkongruenzen als lustig und nicht als schockierend oder verwirrend zu lesen (Mills, 2022). Aus diesem Grund wird im Hintergrund Gelächter eingesetzt, um den humorvollen Charakter der Szene zu markieren. Mit der Verwendung von Inkongruenzen, um sowohl bei Horrorfilmen als auch bei Sitcoms eine Wirkung auf den Zuschauer zu erzielen, werden generische Hinweise gegeben, um spezifische

Reaktionen des Publikums auf die in Sitcoms vorkommenden Inkongruenzen zu fördern (Mills, 2022). Der erwartete Effekt unterscheidet sich, denn der eine bringt das Publikum dazu, sich zu fürchten, während mit Sitcoms Lachen hervorgerufen werden soll. Außerdem ist es wichtig zu erwähnen, dass die Ungereimtheiten verstanden und nicht langsam aufgedeckt werden, wie es in Horrorfilmen der Fall ist. Aus diesem Grund sind die Texte und Schnitte von Sitcoms so gestaltet, dass sie die Enthüllung betonen, das heißt, den Moment, in dem die Inkongruenz am deutlichsten wird (Mills, 2022).

Mills (2022) weist auf eine weitere Theorie hin, die in Sitcoms verwendet wird, um bei den Zuschauern Lachen zu erzeugen: die Cue-Theorie. Im Zentrum der Inkongruenztheorie befindet sich die Analyse des Witzes. Jedoch bestehen Sitcoms nicht nur aus Witzen. Tatsächlich besteht eine Sitcom auch aus vielen komischen Momenten sowie einer ganzen Reihe anderer narrativer und ästhetischer Faktoren mit der Fähigkeit, Lachen beim Publikum zu erzeugen. Es ist daher offensichtlich, dass eine ausschließliche Analyse des Witzes bedeuten würde, die anderen in der Sitcom verwendeten Elemente zu ignorieren. Darüber hinaus erfordert es eine narrative Rechtfertigung, um Witze in eine Sitcom einbauen zu können (Mills, 2022). Es geht schließlich nicht darum, einen Witz zu erzählen, ohne unbedingt einen Kontext darum herum zu haben. Es hat sich herausgestellt, dass einige gute Witze nicht in die Drehbücher aufgenommen wurden, weil sie den realen Aspekt der Erzählung und der Charaktere störten (Feuer et al., 1984). Die von Mills (2022) entwickelte Cue-Theorie belegt, dass die Art und Weise, wie Witze in Sitcoms funktionieren, nicht so wichtig ist. Tatsächlich stellt sich heraus, dass die Art und Weise, wie Sitcoms ihre Absicht, lustig zu sein, signalisieren, von grundlegender Bedeutung für die Untersuchung des Humors in Sitcoms ist. So wurde festgestellt, dass eine der Möglichkeiten, die komischen Absichten zu signalisieren, im Werbematerial und in den Eröffnungstiteln der Sitcoms anzutreffen sind. Komische Momente werden im Vergleich zu narrativen Momenten beispielsweise in Trailern hervorgehoben (Mills, 2022). Die Serie *Friends* hob schon vor ihrer Ausstrahlung die komischen Möglichkeiten in ihrem Trailer hervor und spielte die Romanze zwischen Ross und Rachel herunter, die in der Serie dennoch eine wichtige Rolle spielt. Daraus geht hervor, dass die Titel und Eröffnungssequenzen von Sitcoms direkt widerspiegeln, dass es sich nicht um eine Dokumentation, Nachrichtensendung usw. handelt, da der komödiantische Impuls deutlich hervorgehoben wird. Diese Unterscheidung wird im Laufe der Sitcom mehrfach durch den für dieses Genre typischen Dreh- und Darstellungsstil wiederholt (Mills, 2022).

Zusätzlich ist ein Element, das als Sitcom-spezifisch erscheint, um den humoristischen Charakter der Sitcom zu verdeutlichen, das Lachen im Hintergrund. Auf diese Weise wird signalisiert, dass es sich um einen spezifischen komischen Moment handelt. Auch dient es dazu, dem Zuschauer die komische Absicht der Episode zu wiederholen (Mills, 2022). Doch obwohl die Sitcom einen bestimmten Drehstil verwendet oder die Absicht signalisiert, lustig zu sein, kann die Reaktion des Publikums nicht garantiert werden. Mills (2022) führt an, dass eine Sitcom darauf hinweisen kann, dass andere sie lustig fanden, was eine Garantie für den komödiantischen Erfolg der Sitcom sein kann. Aus diesem Grund ist das Lachen im Hintergrund das wichtigste generische Merkmal der Sitcom. Das Lachen im Hintergrund verkörpert live die Reaktion des Publikums beim Anschauen der Serie und zeigt somit, dass echte Menschen den humorvollen Charakter der Sitcom wahrgenommen haben (Mills, 2022).

Daraus geht hervor, dass in Sitcoms ein weiteres Element eingesetzt wird, um Lachen zu erzeugen: die Verwendung von Stereotypen. Tatsächlich belegen Korostenskienė und Lieponytė (2018) in ihrer Studie, dass Familienbeziehungen wie beispielsweise Ehebeziehungen humorvolle Themen darstellen, derer sich Sitcoms bedienen. Darüber hinaus wurde festgestellt, dass der Humor in Sitcoms die Frau in den Mittelpunkt stellt. Tatsächlich scheint es so zu sein, dass die Wahrnehmung der Frau durch die Witze, die von Männern und Frauen selbst gemacht werden, auf die einer dummen Person reduziert wird (Korostenskienė & Lieponytė 2018). Es wird ersichtlich, dass die Frau als unfähig dargestellt werden, sich um das Familienbudget zu kümmern, ständig um ihr Gewicht besorgt ist usw. Jedoch stellt sich heraus, dass einige Sitcoms zwar weiterhin das stereotype Bild der dummen, von ihrem Mann abhängigen Frau unterstützen, diese aber mittlerweile als mit Männern gleichberechtigt wahrgenommen und nicht länger als Opfer von Witzen betrachtet wird. In der Tat beweisen Wells-Lassagne (2015), dass die sozialen Normen, die Sitcoms propagieren, schnell durch die auftauchenden progressiven Werte untergraben werden. Infolgedessen wurden Serien wie *The Mary Tyler Moore Show* (Brooks & Burns, 1970 -1977) oder *Alice* (Allen et al., 1976 -1985) dazu gebracht, als stark und aktiv wahrgenommene Frauen in den Mittelpunkt zu stellen, deren Bedarf an männlicher Unterstützung nicht mehr gegeben war.

Demnach werden mehrere Elemente eingesetzt, um den humoristischen Charakter von Sitcoms zu gewährleisten. Um die verschiedenen Sitcoms untereinander analysieren und die verwendeten Elemente untersuchen zu können, schuf Berger (1976) Humorkategorien, mit denen der Humor in den Sitcoms kodiert werden konnte. Die Humortechniken in Sprache,

Logik, Identität und Handlung wurden kategorisiert (siehe Tabelle 1). Darüber hinaus wird jede Technik in einer weiteren Tabelle im Anhang 1 definiert.

Language	Logic	Identity	Action
Allusion	Absurdity	Parody	Peculiar face†
Irony	Coincidence	Rigidity	Peculiar music†
Puns	Conceptual surprise†	Malicious pleasure†	Clumsiness†
Repartee	Outwitting†	Condescension*	Repulsive behavior
Ridicule	Caught out*	Deceitful behavior*	
Wit*	Misunderstanding	Self-deprecation*	

Tabelle 1. Neue Typologie von Sitcoms - 4 Kategorien/22 Techniken auf der Grundlage der Studie von Berger (1976)

Quelle : Juckel et al. (2016, S.589)

In ihrer Studie analysierten Juckel et al. (2016) die drei Sitcoms *The Big Bang Theory* (Lorre & Prady, 2007 -2019), *Family Guy* (Smith et al., 1999 -heute) und *The Office* (Silverman et al., 2005 -2013), um die Bandbreite an Techniken zu beleuchten, die Sitcoms einsetzen, um humorvoll zu sein. Die Ergebnisse der Studie von Juckel et al. (2016) ergaben, dass *The Big Bang Theory* (Lorre & Prady, 2007 -2019) hauptsächlich Humortechniken aus den Kategorien Sprache und Identität einsetzt, was bedeutet, dass die Sitcom den Großteil ihres Humors aus den witzigen Dialogen und den Eigenheiten der Charaktere bezieht. Die Sitcom *Family Guy* (Smith et al., 1999 -heute) hingegen nutzt vor allem Parodie, Absurdität und abstoßendes Verhalten, was darauf hindeutet, dass ein Großteil des Humors auf der Überlegenheitstheorie basiert, indem die moralischen und sozialen Normen der anderen verspottet werden. Schließlich weist *The Office* (Silverman et al., 2005 -2013) eine stärkere Verwendung von Anspielungen, List und Täuschung auf. Daher kann angedeutet werden, dass ein großer Teil des Humors aus dem Schabernack der Arbeitsbeziehungen stammt. *The Office* (Silverman et al., 2005 -2013) verwendet somit regelmäßig einen böartigen Humor. Bei der Analyse lässt sich erkennen, dass die in Sitcoms verwendeten Humortechniken im Allgemeinen die Anspielung, die Überraschung und die Parodie sind. Dadurch kann festgestellt werden, dass sich die signifikanten Kategorien und Techniken an den beiden wichtigsten Humorthorien - Überlegenheit und Inkongruenz - orientieren (Juckel et al., 2016).

4.3 Lachen im Hintergrund

Das Lachen im Hintergrund wurde in dieser Arbeit bereits als ein wesentliches Merkmal des Humors in Sitcoms erwähnt. Es zeigt sich, dass das in Sitcoms vorhandene Hintergrundlachen häufig als von einer Maschine stammend wahrgenommen wird, die vorab aufgenommene Lacher abspielt mit dem Ziel, Lacher hinzuzufügen, um die humorvollen Momente zu intensivieren (Brewer, 2018). Diese Lacher werden als *canned laughter* bezeichnet. Es hat sich jedoch auch herausgestellt, dass einige Sitcoms keine *canned laughter* verwenden, sondern auf ein Publikum zurückgreifen, das live auf den in der Sitcom vorhandenen Humor reagiert. Die Lachspur wird von Clark und Spohr (2002, S. 328) wie folgt definiert: „Audience reactions. Added or enhanced during the dubbing stage. Primarily used for situation comedies.“ Das Ziel dieser Lacher ist es also, das Publikum zu ermutigen, über die in den Sitcoms vorhandenen Witze zu lachen, und so den vom Publikum wahrgenommenen Spaß zu erhöhen (Brewer, 2018). Wie Wells-Lassagne (2015) argumentiert, dienen die Lachspuren nur als Erinnerung daran, dass es sich um Kunstgriffe handelt, die von den Sitcoms mit dem Ziel eingesetzt werden, Lachen zu provozieren. Korostenskienè und Lieponytè (2018) fügen jedoch eine Nuance hinzu, die besagt, dass die Hintergrundlacher eingesetzt werden, um dem Zuschauer die Möglichkeit zu geben, nicht unbedingt leicht zu erkennende Skriptgegensätze zu identifizieren. Auf diese Weise wird das Lachen im Hintergrund als Leitfaden für den Hörer verwendet, um die humorvollen Momente im Text jeder Episode zu erkennen.

Darüber hinaus führt Mills (2022) an, dass Lachspuren als Beweis für die Präsenz von Humor in Sitcoms angesehen werden. Tatsächlich stellen die Lachspuren eine Reaktion der Zuschauer auf komische Ereignisse dar, die nicht die Reaktionen eines bestimmten Individuums, sondern die einer ganzen Menge einfangen. Es ist wichtig zu erwähnen, dass, wenn ein individuelles Lachen auf einer Lachspur zu hören ist, dann wird dieses als zu unverwechselbar angesehen, was nahelegt, dass es bei der endgültigen Ausstrahlung entfernt wird. Ebenfalls ist zu bemerken, dass ein Lachen am falschen Ort nicht behalten wird. Das deutet darauf hin, dass bestimmte Zeiten als geeignet für Lachen angesehen werden, andere hingegen nicht (Mills, 2022). Lachen außerhalb dieser Momente wird daher in der Endfassung der Sitcom weder erlaubt noch akzeptiert. Daher repräsentiert das Lachen im Hintergrund das Publikum als eine Masse von Reaktionen, die Verständnis für das Lustige signalisieren. Auf diese Weise widerspricht das Lachen im Hintergrund der Vorstellung, dass Humor auf Individualismus beruht und den Kern der Persönlichkeit eines jeden Menschen ausmacht (Wickberg, 1998).

Tatsächlich scheint es so zu sein, dass das Lachen im Hintergrund alternative Lesarten eines komischen Textes ignoriert und den Zuschauern suggeriert, dass Spaß daran gefunden werden kann, dem Rest der Menge zu folgen. Der Erfolg von Sitcoms hängt also von der Eindeutigkeit des Gelächters ab, das den Zuschauern nicht die Möglichkeit lässt, die Sitcoms auf verschiedene Arten zu lesen. Mills (2022) ergänzt jedoch, dass die Einbeziehung der Publikumsmeinung in den Text der Sitcom lediglich in der Kenntnis der kollektiven Meinung des Publikums besteht, ohne den Zuschauer daran zu hindern, sich eine eigene Meinung zu bilden. Mills (2022) behauptet, dass die Einbeziehung des Publikums in Sitcoms die Position des Publikums explizit mache, was dem Zuschauer die Möglichkeit gebe, zu bemerken, wenn das Publikum anders reagiere.

Mills (2022) ist der Auffassung, dass das Publikum die Lachspur in Sitcoms nur dann wahrnehme, wenn die Sitcom nicht als lustig angesehen werde. Jedoch stellen die Lacher zwar eine Antwort auf Inkongruenzen und Mehrdeutigkeiten im Text dar, bieten aber nicht die Möglichkeit, diese aufzulösen. Das Lachen im Hintergrund ermöglicht es, diese hervorzuheben und eine alternative Lesart anzubieten. (Mills, 2022).

Es hat sich herausgestellt, dass einige Sitcoms wie *The Office* (Silverman et al., 2005 -2013) oder *Flight of the Conchords* (Bobin et al., 2007 -2009) nicht aus Hintergrundlachen bestehen, was sie von den Merkmalen traditioneller Sitcoms unterscheidet. Es scheint jedoch, dass sie sich nur schwer in das Genre der Sitcoms einordnen lassen. Peacock (2006) argumentiert, dass dieser Unterschied zeigt, dass die Sitcom als vielfältiger und nicht durch die Definition einer traditionellen Sitcom abgegrenzt wahrgenommen werden kann. Da es jedoch nur wenige Untersuchungen zu den Unterschieden zwischen Sitcoms mit und ohne Lacher gibt, kann nicht gesagt werden, ob die Zuschauer Sitcoms mit Lachern im Hintergrund anders lesen als Sitcoms ohne Lacher.

Obwohl Peacock (2006) betont, dass die Sitcom nicht unbedingt durch eine Definition abgegrenzt wird, sollte klar sein, dass eines der offensichtlichsten Merkmale der Sitcom, das sich insbesondere für viele als das langweiligste herausstellt, der Lachtrack ist (Butler, 2019). Tatsächlich erwähnt Butler (2019), dass nichts das Genre der Sitcom besser von anderen Fernsehgenres unterscheidet als das Lachen im Hintergrund. Es stellt sich heraus, dass andere Seifenopern und Shows keine Lachspur besitzen. Butler (2019) behauptet, dass die Lachspuren verwendet werden, um eine Lachreaktion beim Publikum hervorzurufen, was die Sendung auf

diese Weise beliebter mache. Darüber hinaus zeige sich, dass sich die Menschen beim Lachen in einer Menschenmenge wohler fühlen würden als beim Lachen alleine. Lachen gilt zudem als ansteckend, sodass die Zuschauer automatisch auf das Lachen anderer reagieren (Butler, 2019). Wenn sich jedoch ergibt, dass der Zuschauer das Lachen als von einer Gruppe stammend wahrnimmt, der er nicht angehört, dann kann das Lachen den gegenteiligen Effekt haben und die Sitcom weniger humorvoll machen. Butler (2019) argumentiert, dass das Lachen nicht authentisch erscheine, wenn der Zuschauer den Humor der Sitcom nicht wahrnehme. Außerdem ist es wichtig zu beachten, dass das Lachen im Hintergrund ebenfalls kulturell kodiert ist und möglicherweise nicht den kulturellen Werten des Zielpublikums entspricht (Butler, 2019).

Obwohl Lacher von einem authentischen Publikum stammen können und daher als authentisch gelten, können sie in der Postproduktion auch leicht verbessert werden. Mills (2022) weist darauf hin, dass Lachen aus verschiedenen Gründen verbessert werden kann, beispielsweise wenn ein Witz nicht ausreichend vom Publikum aufgenommen wurde oder um eine geringere Zuschauerzahl bei einer späten Aufnahme zu kompensieren. Daraus ergibt sich, dass die in Sitcoms wahrgenommenen Lacher nie eine Aufnahme sind, die genau dem entspricht, was während der Aufnahme tatsächlich im Studio passiert ist. Darüber hinaus zeigt sich, dass das Publikum während der Aufzeichnung von den Teammitgliedern stimuliert wird. Harris (2008) erklärt:

I find the multi-camera audience incredibly distracting because it's such an inauthentic environment. There's a guy there that's telling them to laugh really loud and saying, 'OK, everybody, this is the fourth time you've seen it, but remember, you've never heard these jokes before, and the louder you laugh the more you'll hear yourself when you're on TV, and here's some chocolate (Harris, 2008).

Obwohl es sich bei den Hintergrundlachen nicht um *canned laughter* handelt, ergibt sich daraus, dass die Hintergrundlacher nicht unbedingt spontan oder authentisch sind. Zwar können sie nicht unbedingt als konstruiert angesehen werden, aber sie sind auch keine völlig spontane Reaktion des Publikums auf den von der Sitcom suggerierten Humor. Es zeigt sich jedoch, dass die Lacher dennoch ein authentisches Umfeld schaffen (Bore, 2011). Newman (2011) vertritt die Ansicht, dass das Lachen im Hintergrund von Sitcoms zwar nicht authentisch, aber dennoch plausibel ist und eine echte Reaktion des bei den Dreharbeiten anwesenden Publikums darstellen könnte. In der amerikanischen Sitcom *How I met Your Mother*

(Rhonheimer et al., 2005 -2014) wird hingegen ein anderer Ansatz verfolgt, da die Produzenten selbst eine aufgezeichnete Lachspur hinzufügen, die somit keineswegs eine authentische Reaktion des Live-Publikums darstellt (Bore, 2011). Laut der Studie von Cai et al. (2019) konnte jedoch nachgewiesen werden, dass Lachspuren einerseits eine bedeutende Rolle bei der Wahrnehmung von Humor spielen und andererseits ein Unterschied zwischen sogenannten spontanen und vorab aufgezeichneten Lachern zu beobachten ist. So stellte sich heraus, dass Witze, denen eine Spur mit spontanem Lachen hinzugefügt wurde, als lustiger empfunden wurden als solche mit einer Spur mit gestelltem Lachen. Daraus lässt sich ableiten, dass spontane Lacher also einen größeren Einfluss auf Sitcoms ausüben als vorab aufgezeichnete Lacher.

Eine Lachspur gilt als erfolgreich, wenn ein Zuschauer das Gefühl teilt, Teil des lachenden Publikums zu sein, und wenn er sich veranlasst fühlt, sich dem amüsierten Zustand des Publikums anzuschließen, wodurch er den Eindruck erweckt, Teil des Publikums zu sein (Butler, 2019). Bore (2011) bestätigt, dass eine wesentliche Funktion der Lachspur darin besteht, dem Zuschauer das Gefühl zu vermitteln, dass er nicht allein ist und andere diesen Moment mit ihm teilen und mit ihm lachen. Medhurst und Tuck (1982, S.45) bekräftigen diesen Gedanken, indem sie hervorheben, dass die Sitcom „invites the viewer to feel at one with the few dozen people s/he can hear laughing, and by extension with millions of others across the country“. Scannell (1996) fügt sogar hinzu, dass im Gegensatz zu einigen Sendungen, die versuchen, in die privaten Räume der Zuschauer einzudringen, Sitcoms die Zuschauer in das Studio einladen. Smith (2005) deutet ebenfalls an, dass die Zuschauer hinter dem Bildschirm weniger lachen würden, als wenn sie bei der Aufzeichnung live dabei wären, so als ob sie einer Show beiwohnten. Dementsprechend kann durch das Lachen im Hintergrund diese Stimmung wiederhergestellt werden. Obwohl das Lachen im Hintergrund das Gefühl vermittelt, ein soziales Erlebnis zu teilen, argumentieren Kritiker auch, dass es gleichzeitig vorschreibt, wann gelacht werden muss (Smith, 2008). Wenn der Zuschauer bei den Lachspuren nicht lacht, ist er infolgedessen der Einzige, der nicht lacht (Mills, 2005).

Es ist jedoch wichtig zu bemerken, dass Hintergrundlachen eine Missbilligung durch die Zuschauer offenbart (Brewer, 2018). Trotz der Missachtung, die sie hervorrufen, ist das Hintergrundlachen in Sitcoms weiterhin präsent. Tatsächlich ist wichtig zu betonen, dass Lachen ansteckend ist (Butler, 2019), was beweist, dass der Zuschauer nicht anders kann, als Reaktion auf das in den Lachspuren vorhandene Gelächter zu lachen. Tatsächlich argumentiert

Brewer (2018), dass der Mensch fast unweigerlich zum Lachen gebracht wird, wenn er hört oder sieht, dass jemand lacht, was Butlers (2019) Ansicht, dass Lachen ansteckend sei, bestätigt. Dadurch kann es vorkommen, dass der Zuschauer auf bestimmte Situationen mit Lachen reagiert, die unter normalen Umständen nicht unbedingt ein Lachen hervorrufen würden. Somit lässt sich feststellen, dass die Lachspur den Zuschauer hinsichtlich seiner Reaktion auf den Humor in der Serie täuscht und seine tatsächliche Wertschätzung für den Humor beeinflusst. Brewer (2018) erwähnt daher, dass die Lachspur im Hintergrund somit die Autonomie des Publikums beeinträchtigt. Daraus folgt, dass das Publikum also nicht mehr wirklich nach seinem eigenen Willen handelt, sondern beeinflusst wird, so zu reagieren

4.4 *Friends*

Im vorliegenden Abschnitt werden die Serie und die Hauptfiguren, die in der Sitcom vorkommen, betrachtet. Zunächst einmal ist *Friends* eine bekannte amerikanische Sitcom von David Crane und Marta Kauffman. Die Serie wurde zehn Jahre lang, vom 22. September 1994 bis zum 6. Mai 2004, auf NBC ausgestrahlt (Knox & Schwind, 2019) und besteht aus insgesamt zehn Staffeln mit 236 Episoden (Qiu, 2019). Sie war ein großer Erfolg, denn sie erreichte in den ersten zehn Staffeln jeweils mehr als zwanzig Millionen Zuschauer und gewann zahlreiche Preise (Knox & Schwind, 2019). *Friends* ist eine Komödie, deren Hauptfiguren sechs junge Menschen darstellen, die zu Beginn der Serie in ihren Zwanzigern sind, drei Mädchen und drei Jungen: Rachel, Monica, Phoebe, Joey, Ross und Chandler (Knox & Schwind, 2019). Sie teilen sich benachbarte Wohnungen in Manhattan. Monica und Ross sind Geschwister und kennen Rachel seit ihrer Schulzeit. Phoebe war anfangs Monicas Mitbewohnerin, zog dann aber wieder zu ihrer Großmutter, weil sie Monicas Besessenheit von Sauberkeit und Ordnung nicht ertragen konnte. Chandler und Ross lernten sich an der Universität kennen und sind seitdem gute Freunde. Was Joey betrifft, so schloss er sich der Freundesgruppe an, als er Chandlers Mitbewohner wurde. Seitdem sind sie beste Freunde. Es scheint also, dass die Serie das Leben jedes Einzelnen thematisiert: ihr Lachen, ihre Probleme, ihre Karrieren, ihre Freundschaft, die Liebe usw. Skovmand (2008, S.9) fügt hinzu, dass *Friends* „a haven in an adult world full of demands, sexual, careerwise and otherwise-a haven in which the six singles are encapsulated in a bubble of security“ darstellt.

Darüber hinaus heben Cobb et al. (2018) hervor, dass selbst Jahre nach der Erstaussstrahlung die weltweite Popularität der Serie *Friends* ungebrochen ist, während andere Sitcoms, die zu dieser Zeit ausgestrahlt wurden, heute nicht länger existieren. Darüber hinaus hat sich herausgestellt, dass die Serie nicht nur angloamerikanisch ist, sondern sich auch weltweit verbreitet hat und die beliebteste amerikanische Fernsehsendung der Chinesen ist (Tan, 2011). Jedoch hat sich ebenso gezeigt, dass *Friends* nicht überall beliebt ist und aufgrund des Sexismus und der Homophobie, die in der Serie vorkommen, Kritik erfährt (Baxter-Wright, 2017). Dennoch wurde trotz ihrer weltweiten und anhaltenden Popularität nur wenig über die Sitcom *Friends* geforscht.

Angesichts des Humors in Sitcoms, der auch auf der Interaktion zwischen den Figuren beruht, soll eine Beschreibung der Figuren und ihrer Beziehung zueinander vorgenommen werden. Diese Beschreibung soll jedoch keine detaillierte Analyse jeder einzelnen Figur darstellen, sondern vielmehr die notwendigen Grundlagen in Bezug auf die Figuren und die in der Serie behandelten Themen liefern, um die Art und Weise, wie der Humor in die Serie eingebracht wird, besser verstehen zu können (Quaglio, 2009).

4.4.1 Rachel Green

Ein Großteil des Humors in Bezug auf diese Figur rührt daher, dass sie zu verwöhnt und unerfahren ist, um ohne Hilfe in einer erwachsenen Welt zu leben (Knox & Schwind, 2019). In einer Folge stellt sich zum Beispiel heraus, dass Rachel noch nie ihre Wäsche gewaschen hat und nicht weiß, wie sie das tun soll. Ross muss ihr zeigen, wie es geht. Ihre Unerfahrenheit ermöglicht es dem jungen Publikum, sich mit ihr zu identifizieren, und stellt ein Beispiel für den Humor in der Serie dar.

Es stellte sich auch heraus, dass die Scheidung ihrer Eltern eine Rolle in der Serie spielt und für komische Zwecke genutzt wird. In der Episode „The One with the Two Parties“ (Lembeck, 1996b, S02F22) können Rachels Eltern nicht im selben Raum sein, was dazu führte, dass eine Geburtstagsparty in Monicas Wohnung und eine andere zur selben Zeit in der Wohnung von Joey und Chandler stattfindet. Rachel musste also zwischen den beiden Feiern hin- und herwechseln. Obwohl der Humor auch durch den klassischen Streich, das Verstecken, Hin- und Herlaufen, Türemschlagen usw. läuft, beruht die komische Situation hauptsächlich auf

Rachels emotionalem Dilemma, die zwischen ihren Eltern gefangen ist und versucht, es beiden recht zu machen.

Daraus geht hervor, dass Rachels komische Figur nicht beabsichtigt ist, insofern als sie Humor, beispielsweise Witze, nicht absichtlich einsetzt, um das Publikum und die anderen Figuren zum Lachen zu bringen.

4.4.2 Monica Geller

Monica ist Ross' jüngere Schwester und war in der Sekundarschule übergewichtig, weshalb sie von ihren Klassenkameraden und Freunden in der Sekundarschule verspottet wurde (Quaglio, 2009). Sie hat ein kompliziertes Verhältnis zu ihrer Mutter, die ihre Handlungen stets kritisiert. Außerdem arbeitet sie als Restaurantleiterin. Während des größten Teils der Serie lebt sie mit Rachel in einer Wohnung. Nach mehreren Liebesbeziehungen geht Monica schließlich mit Chandler aus und gründet später sogar eine Familie (Quaglio, 2009).

Sie wird als die rechte Figur der Serie und die Säule, die alle Charaktere miteinander verbindet, wahrgenommen. Der von Monica suggerierte Humor rührt jedoch von ihrem Bedürfnis her, immer alles unter Kontrolle zu haben und ihre Freunde zu dominieren. Der Humor erscheint daher in Form von leichter Kritik an der Aufdringlichkeit oder dem Fehlverhalten der anderen. Des Weiteren betonen Knox und Schwind (2019), dass die Serie durch die Figur Monica auf diese Weise einen Aspekt der Weiblichkeit dekonstruiert, nämlich den des mütterlichen Typs. Tatsächlich neigt Monica dazu, sich um die Menschen zu kümmern, wie es beispielsweise bei Rachel zu Beginn der Serie der Fall war. Es stellt sich also heraus, dass die Frau nicht mehr aufgrund ihrer widerspenstigen Seite dem Humor dient, sondern vielmehr durch die mütterlichen und fürsorglichen Qualitäten Monicas. Ihre Besessenheit, ihr Perfektionismus und ihre Konkurrenzfähigkeit bilden ebenfalls die Grundlage für Monicas Humor.

4.4.3 Phoebe Buffay

Phoebes Familienbeziehungen sind kompliziert, denn sie ist mit vierzehn Jahren von zu Hause ausgezogen, nachdem ihre Mutter Selbstmord begangen hatte und ihr Stiefvater erneut im Gefängnis saß. Sie arbeitet als Masseurin und singt schräge Lieder im Central Perk, dem Café,

das sie oft besuchen (Quaglio, 2009). Phoebe ist für ihre unerwarteten Kommentare und Reaktionen bekannt, die für den Humor in der Serie sorgen. Knox und Schwind (2019) bestätigen, dass Phoebe als exzentrische Figur dargestellt wird, die in ihren Gesprächen absurden Humor verwendet. Die folgende Zeile spiegelt diesen Charakterzug gut wider, als Rachel sich dafür entschuldigt, dass sie sich wie ein Baby verhalten hat: „That's ridiculous, Rachel, we were all babies once“ (Halvorson, 2000, S07F06). Darüber hinaus setzt sie bei der Aufarbeitung ihrer traumatischen Vergangenheit Humor ein, indem sie unter anderem etablierte Running Gags etabliert, die den Selbstmord ihrer Mutter nutzen, um Sympathie oder Vorteile zu erlangen (Knox & Schwind, 2019). Phoebe stellt einen Charakter dar, der aus der Reihe tanzt und in seiner eigenen Welt lebt. Diese mag nicht sofort sympathisch erscheinen, aber im Laufe der Serie wird das Publikum mit dieser Figur und ihrem Sinn für Humor vertraut gemacht (Knox & Schwind, 2019).

4.4.4 Ross Geller

Ross stellt aufgrund seines Studiums als Paläontologe den gebildetsten Charakter der Serie dar. Er hat jedoch Beziehungsprobleme. Seine Ex-Frau Carol, mit der er einen Sohn hat, verlässt ihn zu Beginn der Serie wegen einer Frau. Später geht er mit Rachel aus, für die er seit seiner Kindheit schwärmt. Nach einer Trennung von Rachel heiratet er schließlich eine andere Frau, Emily, doch die Beziehung endet schließlich. Ein One-Night-Stand mit Rachel führte zur Geburt von Emma, und die beiden trafen sich in der letzten Staffel von *Friends* wieder (Quaglio, 2009).

Obwohl Mills (2005) nahelegt, dass Ross als verweichlichter Charakter wahrgenommen wird, argumentieren Knox und Schwind (2019), dass Ross eher gegen bestimmte Aspekte traditioneller Männlichkeit kämpft. Dies verdeutlicht insbesondere sein verzweifelter Kampf, eindeutig heterosexuell zu erscheinen. Tatsächlich zeigt die Episode „The One with the Nap Partners“ (Halvorson, 2000, S07F06), dass Ross und Joey entdeckt haben, dass man ein besseres Nickerchen machen kann, wenn man sich auf dem Sofa aneinander kuschelt. Zwar sind sie zunächst schockiert und beschämt, aber es stellt sich heraus, dass sie ihre Ängste, die auf alten Diskursen über angemessenes Verhalten für heterosexuelle Männer beruhen, ignorieren und zu Nickerchen-Kumpels werden (Knox & Schwind, 2019). Das Gelächter der anderen angesichts dieser Situation richtet sich nicht gegen sie, da sie keine männlichen Männer

repräsentieren, sondern gegen ihre eigenen Unsicherheiten in Bezug auf ihre Erwartungen an Männlichkeit (Knox & Schwind, 2019).

Darüber hinaus wird Ross auch als altmodisch und uncool dargestellt, was sich auch im Humor der Serie gegenüber dieser Figur widerspiegelt. Zudem ist er ungeschickt und unsicher im Umgang mit Frauen.

4.4.5 Joey Tribbiani

Joey ist ein unverbesserlicher Aufreißer und hat nie wirklich eine dauerhafte Beziehung gehabt. Er ist Schauspieler und bekam schließlich eine wichtige Rolle in der Serie *Days of Our Lives*, in der er Dr. Drake Ramorey spielte, was aber nicht die ganze Serie über anhielt. Außerdem wird er als wenig intelligent dargestellt und seine Sprüche in der Serie unterstreichen diesen Charakterzug. Der folgende Ausschnitt veranschaulicht diesen Charakterzug, den Joey in einer der Episoden zeigt. In dieser Szene (Bright, 1997, S04F07) geht Joey mit zwei Frauen aus und Chandler versucht ihn davon zu überzeugen, dass er sich für eine der beiden entscheiden sollte:

Chandler: All right look, I think it's time for you to settle down. Y'know? Make a choice, pick a lane.

Joey: Who's Elaine?

Joeys Charakter strahlt eine kindliche Unschuld und Verspieltheit aus, die ihn sympathisch erscheinen lässt.

4.4.6 Chandler Bing

Chandler hat Schwierigkeiten mit Frauen. Es fällt ihm schwer, sie um ein Date zu bitten, aber auch, mit ihnen Schluss zu machen, wenn er es möchte. Es stellt sich heraus, dass er Humor als Abwehrmechanismus benutzt und oft selbstironische Kommentare abgibt. Am Ende geht er jedoch mit Monica aus und gründet mit ihr eine Familie. Außerdem teilt er sich fast während der gesamten Serie eine Wohnung mit seinem besten Freund Joey. Was seine Arbeit betrifft, arbeitet er in einer Datenverarbeitungsfirma, aber niemand weiß wirklich, worin sein Job besteht (Quaglio, 2009).

Knox und Schwind (2019) merken an, dass diese Figur während der gesamten Serie Sarkasmus, Ironie und Selbstironie verwendet. Sein Humor zeichnet sich also durch einen geistreichen verbalen Stil aus, der auf Punchlines oder auch dem folgenden Aufhänger „Could I be anymore [...]“ (Kauffman et al., 1994 -2004) basiert. Chandler ist sich des Sinns für Humor und dessen Einsatz in sozialen Interaktionen vollkommen bewusst (Knox & Schwind, 2019). In der Tat werden alle Charaktere durch Chandlers Sarkasmus und Trockenheit beurteilt. Dennoch stellt sich heraus, dass Chandlers sarkastischer Humor nicht unbedingt zynisch bleibt, da auf das Lachen oft Umarmungen, usw. folgen.

4.5 Humor in *Friends*

Die Serie *Friends* stützt sich bei der Gestaltung ihres Humors auf die moralischen und sozialen Fragen, die die 1990er Jahre durchdrungen haben. Tatsächlich werden die Themen gleichgeschlechtliche Ehe, künstliche Befruchtung, Leihmütter und vieles mehr angesprochen (Quaglio, 2009). Somit greift die Sitcom persönliche Anliegen auf, die die Zuschauer ansprechen. Daher ist es wichtig zu erkennen, dass der Humor nicht in einem sozialen Vakuum geschaffen wird, sondern Situationen heraufbeschwört, die von den Figuren erlebt werden und eine Facette der amerikanischen Kultur widerspiegeln.

Darüber hinaus muss hervorgehoben werden, dass etwa 80 % der Amerikaner Christen sind, was den Stellenwert des Christentums in der amerikanischen Kultur bestimmt. Im Übrigen hat sich herausgestellt, dass viele englischsprachige Witze auf das Christentum Bezug nehmen (Dai & Liu, 2018). In *Friends* lassen sich sogar Hinweise auf die biblische Geschichte finden. Das folgende Beispiel einer Szene aus *Friends* (Bright, 1995, S02F03) stellt dies dar:

[Scene: at Monica and Rachel's]

[...]

Joey: Hold it, hold it. I gotta side with Chandler on this one. When I first moved to the city, I went out a couple of times with this girl, really hot, great kisser, but she had the biggest Adam's apple. It made me nuts.

Chandler: (to Ross) You or me?

Ross: I got it. Uh, Joey, women don't have Adam's apples.

Joey: You guys are messing with me, right?

All: Yeah.

[...]

In Amerika stellt sich heraus, dass die meisten Menschen mit der Geschichte von Adam und Eva aus der Bibel vertraut sind. Die Amerikaner kennen Adam, Eva, Eden, die verbotene Frucht und auch den Adamsapfel, den die Menschen besitzen. Es scheint jedoch, dass Joey nichts über diese Geschichte weiß und sich unwissend verhält. Somit beeinträchtigen kulturelle Unterschiede möglicherweise die Wahrnehmung des Humors in dieser Szene. Es könnte sein, dass andere Kulturen nicht über das nötige religionsgeschichtliche Wissen verfügen, um diese Szene zu verstehen, und daher nicht in der Lage sind, den Humor richtig wahrzunehmen (Dai & Liu, 2018).

Ebenso hat sich gezeigt, dass die Serie *Friends* nicht nur kulturelle Bezüge herstellt, sondern auch englische Idiome verwendet, um der Sprache eine humorvolle Note zu verleihen (Dai & Liu, 2018). Das folgende Beispiel (Burrows, 1995, S01F18) veranschaulicht dies:

[Scene: Monica and Rachel's, Rachel, Monica, and Phoebe are there.]

[...]

Rachel: Can you believe what a jerk Ross was being?

Monica: Yeah, I know. He can get really competitive.

Phoebe: Ha. Ha, ha.

Monica: What?

Phoebe: Oh, hello, kettle? This is Monica. You're black.

Monica: Please! I am not as bad as Ross.

[...]

An dieser Stelle verwendet Phoebe eine Variante des Idioms, die sich von der Redewendung „The pot calling the kettle black“ ableitet. Diese Redewendung wird als Reaktion auf jemanden verwendet, der einen anderen für einen Fehler kritisiert, den er selbst hat. Daher versteht das amerikanische Publikum schnell, dass „the pot“ Monica etwas vorgaukelt (Dai & Liu, 2018). Tatsächlich sagt sie über Ross, dass er wettbewerbsfähig ist, obwohl sie selbst wettbewerbsfähig ist. Es kann jedoch sein, dass dieser Ausdruck für Zuschauer anderer

Herkunft schwer zu verstehen ist, da das Idiom in dieser Kultur möglicherweise nicht geläufig ist (Dai & Liu, 2018). Darüber hinaus kann es vorkommen, dass selbst Englischlernende dieses Idiom nicht kennen, zumal es sich um eine Variante des Idioms handelt. Die Verwendung dieses idiomatischen Ausdrucks kann daher die korrekte Wahrnehmung des Humors in dieser Szene beeinträchtigen.

Qiu (2019) weist darauf hin, dass eine der Techniken, die in der Serie *Friends* eingesetzt wird, um den Zuschauern die Möglichkeit zu geben, den Humor in der Serie wahrzunehmen, der Mangel an Informationen in einem Gespräch ist, um so Missverständnisse hervorzurufen. In dieser Situation stellt sich heraus, dass die Unfähigkeit, die Kommunikation zu vervollständigen, dazu führt, dass die Zuschauer lachen. Im folgenden Dialog (Burrows, 1996, S01F01) ist Ross, der schon immer heimlich in Rachel verliebt war, überglücklich, dass sie zugestimmt hat, mit ihm auszugehen. Monica weiß jedoch nicht, was gerade passiert ist, und kann Ross' Freude nicht nachvollziehen. Ross gibt in seiner Antwort nicht genug Informationen, damit sie ihn verstehen kann, was das Publikum zum Lachen bringt, da die Zuschauer wissen, warum er glücklich ist.

[Scene: After saying goodnight to each other, Monica went back to her room. Ross and Rachel were the only people in the living room.]

[...]

Ross: Mmm. (They both reach for the last cookie) Oh, no-

Rachel: Sorry-

Ross: No no no, go-

Rachel: No, you have it, really, I don't want it-

Ross: Split it?

Rachel: Okay.

Ross: Okay. (They split it.) You know you probably didn't know this, but back in high school, I had a, um, major crush on you.

Rachel: I knew.

Ross: You did! Oh.... I always figured you just thought I was Monica's geeky older brother.

Rachel: I did.

Ross: Oh. Listen, do you think- and try not to let my intense vulnerability become any kind of a factor here- but do you think it would be okay if I asked you out? Sometime? Maybe?

Rachel: Yeah, maybe...

Ross: Okay... okay, maybe I will...

Rachel: Goodnight.

Ross: Goodnight.

(Rachel goes into her room and Monica enters the living room as Ross is leaving.)

Monica: See ya.... Waitwait, what's with you?

Ross: I just grabbed a spoon. (Ross exits and Monica has no idea what that means.)

[...]

Darüber hinaus legen Cobb et al. (2018) nahe, dass die sechs Hauptfiguren von *Friends* es der Serie ermöglichen, ein breites Spektrum humoristischer Themen, komischer Situationen und Arten von komischen Darbietungen abzudecken. Zudem neigt Klika (2018) dazu, *Friends* als Gruppenshow zu charakterisieren, die aus Figuren besteht, die sich nicht nur als individuelle Persönlichkeiten, sondern auch als Mitglieder einer eigenen sozialen Gruppe definieren. Der Humor erweist sich also als aus dem Bewusstsein der Figuren, Teil einer Gruppe zu sein, abgeleitet. In der Episode „The One with all the Embryos“ (Bright, 1998, S04F12) findet zwischen Chandler und Joey auf der einen und Monica und Rachel auf der anderen Seite ein Wettbewerb statt, um herauszufinden, welches Duo das andere besser kennt. In dieser Szene werden die urkomischen Fragen und Antworten von einem nicht-diegetischen Lachen begleitet, aber auch durch das energetische und engagierte Spiel der Schauspieler hervorgehoben. Tatsächlich sind ihr Ausdruck, ihre Körperhaltung usw. ebenfalls Teil des Humors in dieser Szene. Darüber hinaus basiert der Humor auch auf dem Vorwissen der Figuren, indem beispielsweise die individuellen Charaktereigenschaften der einzelnen Figuren berücksichtigt werden (Cobb et al., 2018). Zwar wurden in *Friends* zu Beginn der Serie insbesondere skurrilen Inszenierungen, Genreparodien usw. genutzt. Im Laufe der Serie hat sich die komödiantische Sensibilität eher in Richtung eines stärker charakterorientierten Ansatzes verschoben (Cobb et al., 2018).

Die Analyse einer Szene aus *Friends* verdeutlicht, dass die Serie nicht nur die Inkongruenz, sondern auch den von Cobb et al. (2018) erwähnten charakterorientierten Ansatz nutzt, um den Moment humorvoll zu gestalten. Die analysierte Szene entstammt „The one where Chandler doesn't like dogs“ (Bright, 2000b, S07F08) und handelt von Ross, der Monicas Wohnung

betritt, als diese gerade kocht, während die anderen ein Spiel spielen. Ross ist begeistert und sagt: „Hey everybody! Happy Thanksgiving!“, wird aber von allen mit einem energischen „Psst“ begrüßt, was Ross überrascht und er antwortet: „What, are we keeping Thanksgiving a secret this year?“. Es stellt sich also heraus, dass das Drehbuch einen Witz verwendet, der auf der Inkongruenz von Ross‘ Reaktion auf den „Psst“ basiert (Knox & Schwind, 2019). Darüber hinaus basiert der weitere Verlauf des Drehbuchs auf den komödiantischen Sensibilitäten der Hauptfiguren. Tatsächlich werden im folgenden Dialog verschiedene Charaktereigenschaften der Figuren hervorgehoben, wie das folgende Beispiel (Bright, 2000b, S07F08) veranschaulicht:

[...]

Ross: What? That’s like insanely easy!

Chandler: Nah, it’s a lot harder than it sounds. You always forget at least one ... or in some cases ... 14!

Monica: It’s a stupid game, and I wasn’t playing against other people, so, technically, I didn’t lose!

[...]

Der Dialog hebt die Ross zugeschriebenen spezifischen Eigenschaften hervor, der intellektuellen Stolz zeigt, wird aber direkt von Chandler in die Schranken gewiesen. Letzterer scheut sich übrigens nicht, Monica im Vorbeigehen einen kleinen Seitenhieb zu verpassen, woraufhin diese direkt antwortet, indem sie auf ihre Charaktereigenschaft, die Konkurrenzfähigkeit, verweist. Knox und Schwind (2019) fügen hinzu, dass das Lachen im Hintergrund auf die Vertrautheit des Publikums mit Monicas Charakterzug verweist und so ihre Unfähigkeit, eine Niederlage einzugestehen, anerkennt. Im weiteren Verlauf des Drehbuchs werden weiterhin die spezifischen Charakterzüge der einzelnen Figuren hervorgehoben, insbesondere Phobes Antwort „Oh, I got tired of naming states. So I decided to list the types of celery, and I have one: regular celery.“ Diese Zeile unterstreicht Phobes Rolle als schräge Freundin und ihren freien Geist, denn sie zieht es vor, eine andere Version des Spiels zu spielen, bei dem sie Gemüse aufzählt, und entscheidet sich für ein Gemüse, das keine verschiedenen Sorten hat. Eine weitere Möglichkeit, die Serie humorvoll zu gestalten, besteht darin, dass die Charaktere glaubwürdig sind und auf diese Weise den Eindruck vermitteln, dass diese Szene

tatsächlich hätte stattfinden können, was dem Zuschauer das Gefühl gibt, er hätte Teil dieser Interaktionen sein können.

Bereits früher in dieser Arbeit wurde erwähnt, dass *Friends* das nicht-diegetische Lachen auf der Tonspur nutzt, um die Humorwahrnehmung der Zuschauer zu beeinflussen (Knox & Schwind, 2019). Weiterhin scheint es nach mehreren Sichtungen, dass das Hintergrundlachen in *Friends* einen Teil der Klanglandschaft der Serie bildet und auch zur Strukturierung und zum Aufbau einer Atmosphäre dient (Knox & Schwind, 2019). Darüber hinaus bietet die Lachspur eine Unterstützung von Inklusion und Vertrautheit, die es dem Publikum zu Hause ermöglicht, Teil der Erfahrung auf dem Bildschirm zu werden.

Da die vorliegende Studie die Wahrnehmung von Humor in der Serie *Friends* analysiert, war es angebracht, die in der Theorie wahrgenommenen Elemente hervorzuheben, die von *Friends* verwendet werden, um die Serie humorvoll zu gestalten. Um eine klare Vorstellung des Erläuterten erhalten, wurde ein Schema erstellt, in dem die in *Friends* verwendeten Elemente bezüglich Humor zusammenfasst werden:

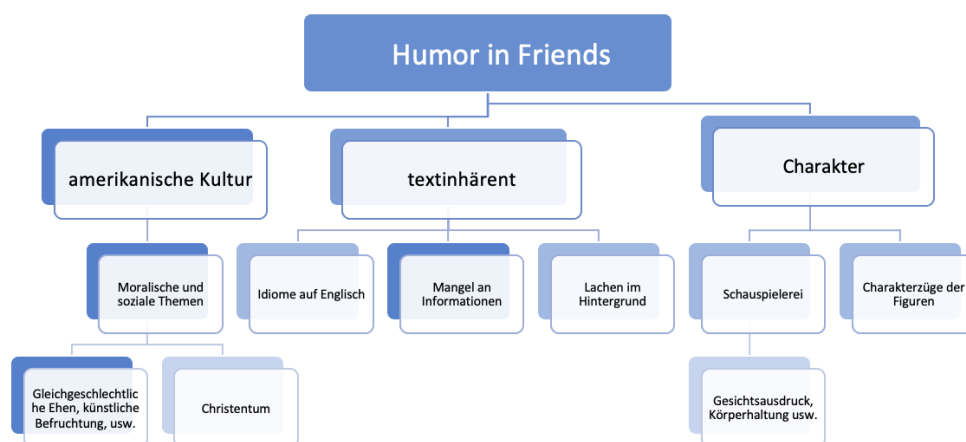


Abb. 5. Schema mit den Techniken, die im *Friends*-Humor verwendet werden

Quelle: Eigene Darstellung

5 Die Studie

Ziel dieser Studie ist es, die Humorwahrnehmung anhand verschiedener individueller und textinhärenter Faktoren zu untersuchen, wie kultureller Hintergrund, Englischkenntnisse, Geschlecht, ob man in einem englischsprachigen Land gelebt hat, ob man die Serie *Friends* bereits gesehen hat oder nicht und das Lachen im Hintergrund der Serie. Anhand eines

ausgehändigten Fragebogens können Faktoren mit tatsächlichem Einfluss auf die Wahrnehmung des Humors der Zuschauer analysiert werden.

5.1 Forschungsfragen und Hypothesen

Die vorliegende Studie zielt darauf ab, die folgende Forschungsfrage zu beantworten:

- Inwieweit beeinflussen individuelle und textinhärente Faktoren die Wahrnehmung von Humor in Sitcoms, insbesondere *Friends*.

Diese Frage greift das Hauptziel der Studie auf, dem Verständnis über die Einflussfaktoren auf die Wahrnehmung von Humor. Genauer gesagt wird untersucht, ob die Wahrnehmung von Humor von verschiedenen definierten Merkmalen abhängig ist: kultureller Hintergrund, Englischkenntnisse, Geschlecht, davon, ob man einen Aufenthalt in einem englischsprachigen Land absolviert oder ob man *Friends* schon einmal gesehen hat oder nicht. Darüber hinaus haben sich weitere Teilaspekte als relevant herausgestellt. Die Unterforschungsfragen lauten wie folgt:

- Inwiefern beeinflusst das Geschlecht die Wahrnehmung von Humor in der Serie *Friends*?
- Inwiefern beeinflusst das Englischniveau die Wahrnehmung des Humors in der Serie *Friends*?
- Inwiefern beeinflusst ein absolvierter Aufenthalt in einem englischsprachigen Land die Wahrnehmung des Humors in der Serie *Friends*?
- Inwiefern beeinflusst die Zugehörigkeit zu einer bestimmten Kultur die Wahrnehmung des Humors in der Serie *Friends*?

Zusätzlich wurde im Rahmen dieser Studie die Frage untersucht, inwiefern der textinhärente Faktor, das charakteristische eingespielte Lachen im Hintergrund einen Einfluss auf die Wahrnehmung von Humor spielt. Daraus ergibt sich daher eine zusätzliche Forschungsunterfrage:

- Inwiefern beeinflusst das Lachen im Hintergrund die Wahrnehmung von Humor in der Serie *Friends*?

Um die Bedeutung der Inkongruenztheorie für die Wahrnehmung von Humor zu untersuchen, ist es außerdem notwendig, zwei weitere individuelle Faktoren zu berücksichtigen. Es ist wichtig zu erfahren, ob die Teilnehmenden der Studie die Serie *Friends* schon einmal gesehen haben und wenn ja, wie oft sie sie bereits gesehen haben (gestaffelt in: Einige Folgen, einige Staffeln, die ganze Serie einmal, die ganze Serie mehrmals). Darüber hinaus ist es angesichts der Tatsache, dass der Fragebogen auf bestimmte Szenen abzielt, interessant zu untersuchen, welchen Einfluss das Kennen dieser bestimmten Szene auf die Wahrnehmung des Humors hat. Daraus ergeben sich drei weitere Forschungsunterfragen:

- Inwiefern beeinflusst das Sehen der Serie *Friends* die Wahrnehmung von Humor in der Serie?
- Inwiefern beeinflusst die Häufigkeit, mit der die Serie *Friends* gesehen wird, die Wahrnehmung des Humors in der Serie?
- Inwiefern beeinflusst es die Wahrnehmung von Humor in der Serie *Friends*, wenn die abgefragte Szene im Fragebogen bereits bekannt ist?

In dieser Studie wird vorgeschlagen, den in Sitcoms verwendeten Humor auf der Grundlage des Einflusses bestimmter Faktoren auf die Wahrnehmung von Humor zu gestalten. Aus dem zuvor dargestellten theoretischen Hintergrund ergeben sich daher mehrere Hypothesen:

- Die individuellen Faktoren des Teilnehmers werden die Wahrnehmung des Humors in der Serie *Friends* aufgrund des soziokulturellen Aspekts des Humors beeinflussen:
 - Die eigenen Sprachkenntnisse der Teilnehmer wirken sich auf ihre Wahrnehmung von Humor aus. Bessere English Sprachkenntnisse führen zu einer besseren Wahrnehmung und Bewertung von Humor. Je höher das englische Sprachniveau des Teilnehmers ist, desto eher wird er die Serie *Friends* als humorvoll bewerten. Umgekehrt gilt: Je niedriger das englische Sprachniveau, desto eher wird der Teilnehmer *Friends* als weniger humorvoll bewerten.

- Die Wahrnehmung und Bewertung von Humor wird durch den kulturellen Hintergrund der Teilnehmer beeinflusst. Teilnehmer mit westlichem Kulturhintergrund werden die Serie *Friends* als humorvoller bewerten.
- Die Wahrnehmung von Humor wird durch eine Auslandserfahrung beeinflusst. Teilnehmer, die einen Aufenthalt in einem englischsprachigen Land absolviert haben, finden *Friends* witziger als Teilnehmer, die keinen Aufenthalt gemacht haben.
- Ein langfristiger Kontakt mit einem kulturellen Hintergrund führt zu einer besseren Wahrnehmung und Bewertung von Humor in der zweiten Sprache (L2). Teilnehmer, die länger in einem englischsprachigen Land gelebt haben, beurteilen die Serie *Friends* als humorvoller als diejenigen, die keinen Aufenthalt in einem englischsprachigen Land durchgeführt haben oder deren Aufenthalt kürzer gedauert hat.
- Männer haben ein besseres Humorempfinden als Frauen. Die männlichen Teilnehmer schätzen die Serie *Friends* als humorvoller als die weiblichen ein.
- Die textinhärenten Faktoren werden die Wahrnehmung des Humors in der Serie *Friends* durch die Teilnehmer aufgrund des konzeptuellen Aspekts des Humors beeinflussen:
 - Lachen im Hintergrund signalisiert den humorvollen Charakter einer Szene. Das Lachen im Hintergrund beeinflusst, die Wahrnehmung des Humors von Teilnehmenden in der Serie *Friends*. Die Teilnehmer werden *Friends* aufgrund des Gelächters im Hintergrund als humorvoller empfinden.
 - Die Verwendung des Überraschungseffekts, der in der Inkongruenztheorie behandelt wird, ist in der Komik wesentlich, um Lachen hervorzurufen. Teilnehmer, die noch nie *Friends* gesehen haben, finden die Serie *Friends* lustiger im Gegensatz zu solchen, die *Friends* bereits gesehen haben und nicht mehr dem Überraschungseffekt unterliegen.

In der Forschungsfrage und den verschiedenen Hypothesen wird dementsprechend darauf abgezielt, den Einfluss der unabhängigen Variablen auf die abhängige, in diesem Fall die Wahrnehmung von Humor, zu testen, wie aus der Abbildung (siehe. Abb. 6) hervorgeht:

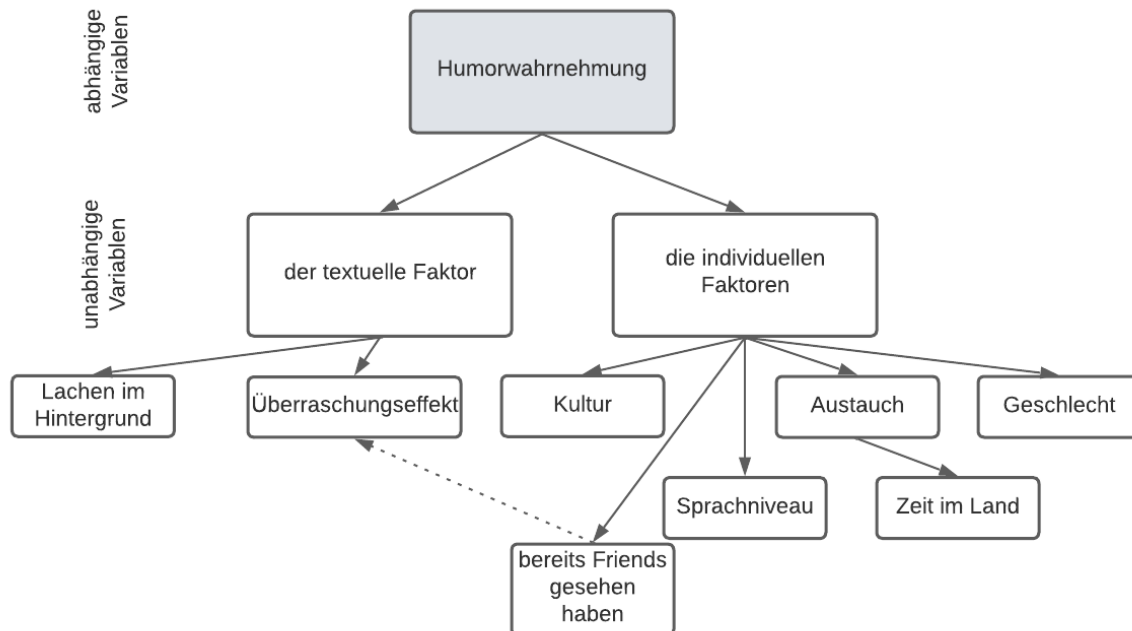


Abb. 6. Schema der abhängigen und unabhängigen Variablen.

Quelle: In Anlehnung an Pérez-Sobrinó et al. (2019, S.969)

5.2 Die Hauptstudie

In der Hauptstudie soll analysiert werden, welche Faktoren die Wahrnehmung von Humor in der Serie *Friends* beeinflussen. Zu diesem Zweck wurden Szenen aus *Friends* über einen Fragebogen mit den Teilnehmern getestet.

5.2.1 Probanden

Der Fragebogen zur Beantwortung der verschiedenen Forschungsfragen wurde insbesondere an Studenten, aber auch an akademisches Personal aus drei verschiedenen kulturellen Hintergründen verteilt. Es stammte aus dem französischsprachigen (Belgien und Frankreich), dem englischsprachigen (UK/US) und dem chinesischen Kulturkreis. Die Teilnehmer sind entweder Muttersprachler, deren L1 Englisch ist, oder Englischlernende und zwischen 18 und 51 Jahren alt ($M = 25,17$, $SD = 5,671$). Es ist jedoch zu beachten, dass nur zwei Personen im

Alter von 51 Jahren und sehr wenige Teilnehmer im Alter von 32 bis 51 Jahren teilnehmen (9 %) und die Stichprobe hauptsächlich zwischen dem Alter von 19 bis 32 Jahren verteilt und überwiegend aus weiblichen Probanden zusammengesetzt ist (75 %).

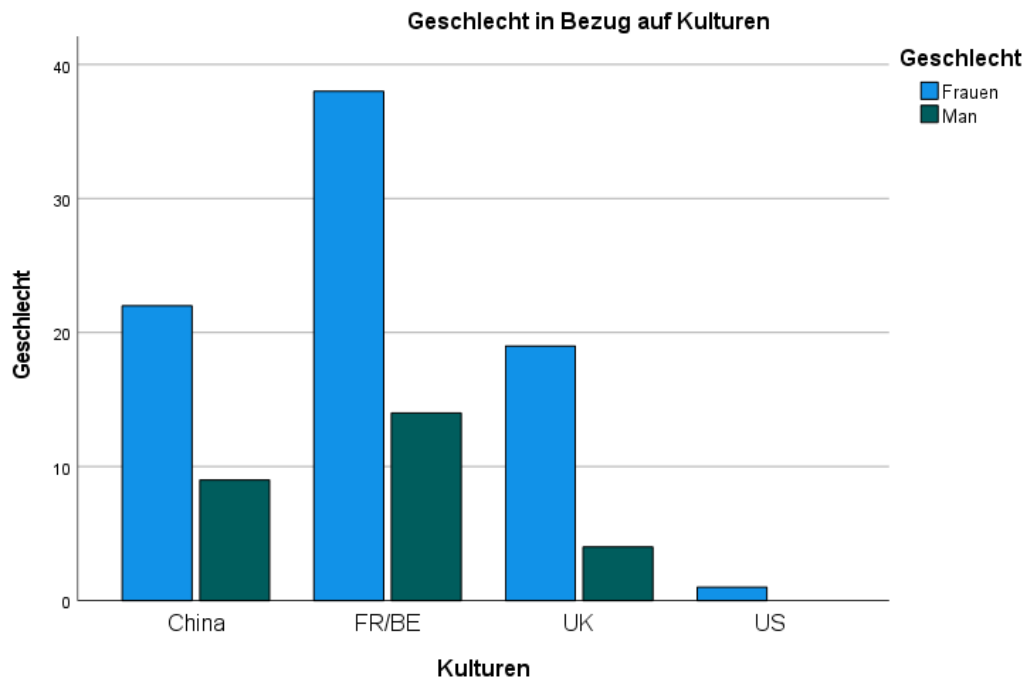


Abb. 5. Verteilung der chinesischen, französischsprachigen, britischen und amerikanischen Frauen und Männer

Nationalität	Sprache	Weiblich	Männlich	Insgesamt	Alter
Belgien/ Frankreich	Französisch	38	14	52	Zwischen 18 und 46
China	Chinesisch	22	9	31	Zwischen 20 und 51
UK	Englisch	19	4	23	Zwischen 19 und 51
US	Englisch	1	0	1	33
Insgesamt		80	27	107	

Tabelle 2. Übersichtstabelle der Stichprobe der Hauptstudie

Die belgischen und französischen Teilnehmer sind alle französischsprachig und schätzten ihr Englischniveau von A1 bis C2 anhand der Tabelle (siehe. Anhang 2) ein, die dem Fragebogen zu diesem Zweck hinzugefügt war. Es konnte jedoch festgestellt werden, dass eine große

Mehrheit an B2- und C1-Niveaus vorliegt. Bei den chinesischen Teilnehmern reichte das Niveau ebenfalls von A1 bis C2, mit einer Mehrheit bei B2 und C1.

Englisches Niveau* kultureller Hintergrund					
		Kultureller Hintergrund			
		China	Belgien/ Frankreich	UK/US	Insgesamt
Englisches Niveau	A1	1	3	0	4
	A2	2	5	0	7
	B1	7	8	0	15
	B2	8	14	0	22
	C1	10	17	0	27
	C2	3	5	24	32
Insgesamt		31	52	24	107

Tabelle 3. Übersicht der Sprachniveaus von Stichproben aus verschiedenen kulturellen Hintergründen

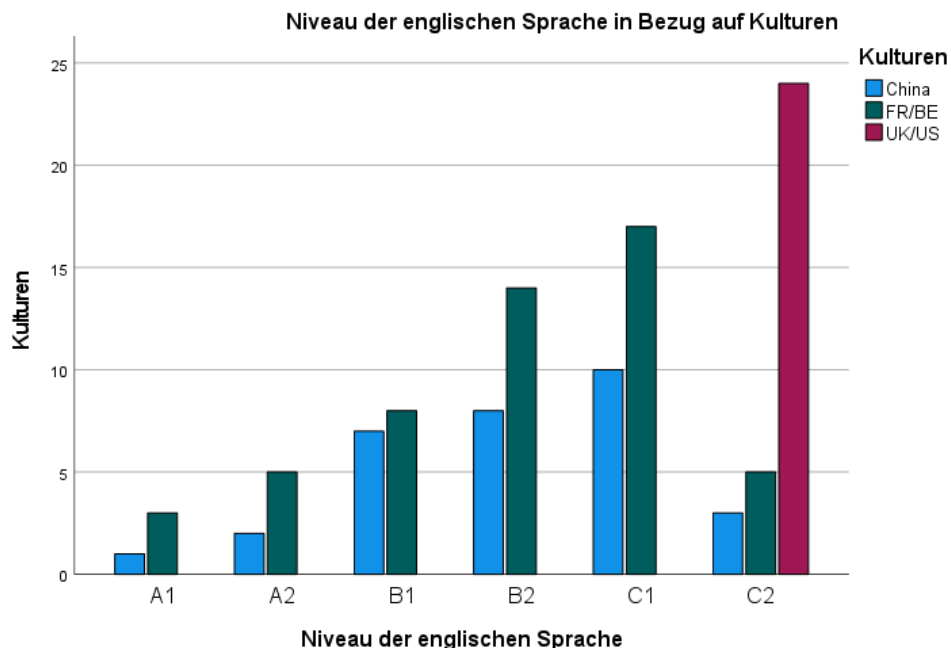


Abb. 6. Verteilung der Sprachniveaus in den verschiedenen kulturellen Hintergründen

In der Stichprobe fällt außerdem auf, dass ein Großteil der Teilnehmer nicht an einem Aufenthalt in einem englischsprachigen Land teilgenommen hat (63 %) und daher nicht mit einer englischsprachigen Kultur in Berührung gekommen ist. Weiterhin wurden ersichtlich,

dass in der französischsprachigen Stichprobe 14 von 52 Personen einen Aufenthalt absolviert haben. In Bezug auf die englischsprachige Kultur haben 19 von 24 Teilnehmern einen Aufenthalt in einem englischsprachigen Land absolviert. Es hat sich jedoch herausgestellt, dass nur zwei der englischsprachigen Befragten tatsächlich an einem Aufenthalt in einem englischsprachigen Land teilgenommen hatten, da die anderen englischsprachigen Befragten antworteten, dass sie ihr ganzes Leben in einem englischsprachigen Land gelebt hätten. Nach der Analyse der Antworten scheint es, dass die Frage von den englischsprachigen Befragten falsch interpretiert wurde, die antworteten, sie hätten einen Austausch gemacht, obwohl sie in Wirklichkeit in einem englischsprachigen Land lebten (siehe Tabelle 4). Im Gegensatz dazu haben in der Stichprobe der chinesischen Teilnehmer nur sieben von 31 Personen einen Aufenthalt in einem englischsprachigen Land absolviert.

Austausch* kultureller Hintergrund					
		Kultureller Hintergrund			
		China	Belgien/ Frankreich	UK/US	Insgesamt
Austausch	Ja	7	14	19	40
	Nein	24	38	5	67
Insgesamt		31	52	24	107

Tabelle 4. Übersicht der Durchführung des Aufenthalts von Teilnehmern aus verschiedenen kulturellen Hintergründen

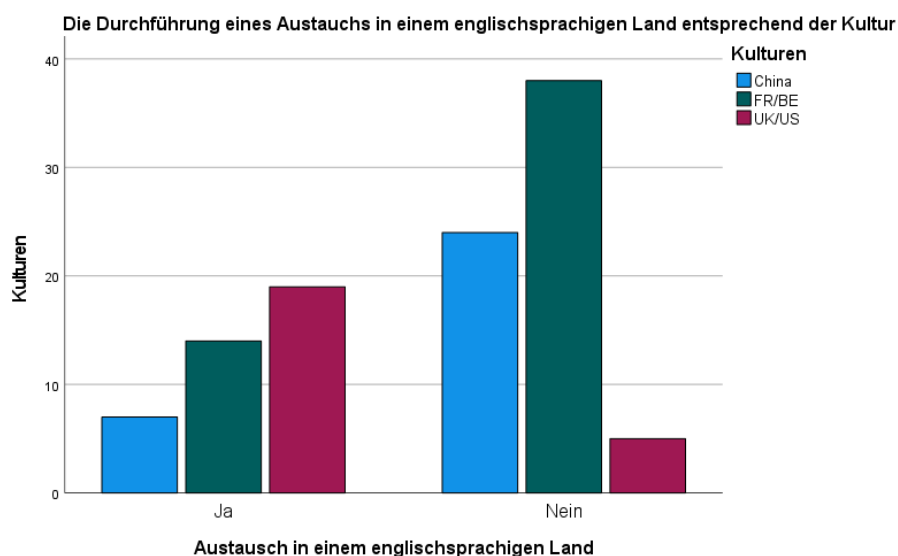


Abb. 7. Durchführung eines Austauschs in einem englischsprachigen Land von Teilnehmern aus verschiedenen kulturellen Hintergründen

In der befragten Stichprobe konnte weiterhin beobachtet werden, dass einige Teilnehmer für eine gewisse Zeit in einem englischsprachigen Land gelebt haben, sei es im Rahmen eines Aufenthalts oder nicht. In der Stichprobe der aus China stammenden hatten 27 Teilnehmer nicht

oder weniger als sechs Monate in einem englischsprachigen Land gelebt, während nur drei Teilnehmer sechs bis zwölf Monate und ein Teilnehmer länger als ein Jahr in einem englischsprachigen Land gelebt hatte. Die Mehrheit der französischsprachigen Teilnehmer, die nicht oder höchstens sechs Monate in einem englischsprachigen Land gelebt haben (45 von 52 Teilnehmern), hat sich in einem englischsprachigen Land aufgehalten. Aus den Antworten der anderen französischsprachigen Befragten geht hervor, dass fünf über einen Zeitraum von sechs bis zwölf Monaten und nur ein Jahr oder länger geblieben sind. Von den englischsprachigen Befragten hatten, wie bereits erwähnt, nur zwei in einem anderen englischsprachigen Land als ihrem Herkunftsland, einer für null bis sechs Monate und der andere für ein Jahr oder länger, gelebt. Die anderen englischsprachigen Teilnehmer hatten ihr ganzes Leben in einem englischsprachigen Land verbracht.

kultureller Hintergrund* Leben in einem englischsprachigen Land		Leben in einem englischsprachigen Land				
		Ganzes Leben	0-6 Monate	6-12 Monate	1 Jahr und länger	Insgesamt
Kultureller Hintergrund	China	0	27	3	1	31
	Frankreich/Belgien	0	45	5	2	52
	UK/US	22	1	0	1	24
Insgesamt		22	73	8	4	107

Tabelle 5. Übersicht der Dauer eines Aufenthalts in einem englischsprachigen Land von Teilnehmern aus verschiedenen kulturellen Hintergründen.

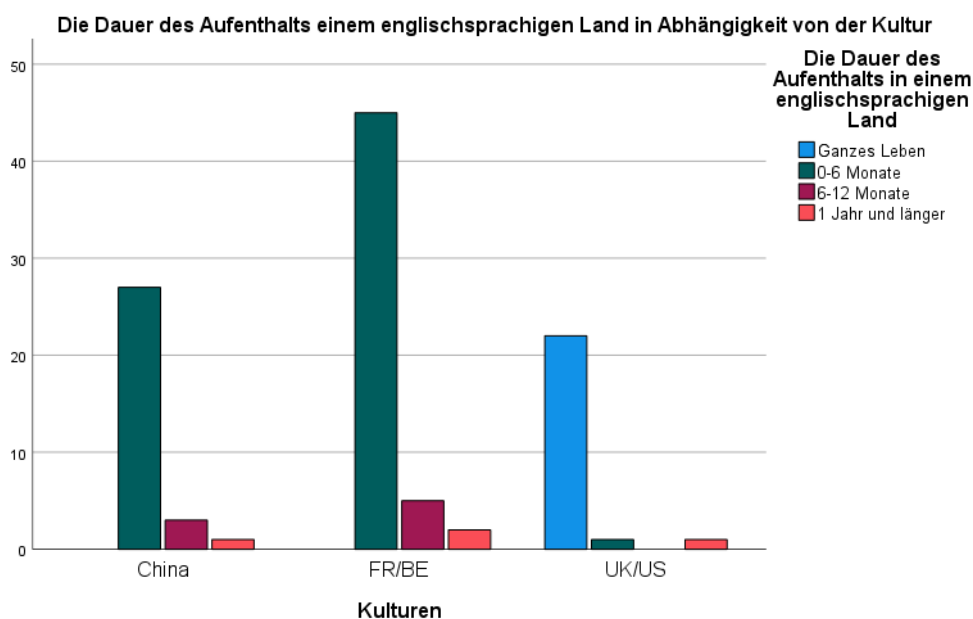


Abb. 8. Die Dauer eines Austauschs in einem englischsprachigen Land von Teilnehmern aus verschiedenen untersuchten Kulturen.

Darüber hinaus wurde in dieser Studie auch berücksichtigt, ob die Befragten die Serie *Friends* schon einmal gesehen hatten oder nicht. Es wurde festgestellt, dass von den chinesischsprachigen Teilnehmern 20 von 31 *Friends* noch nicht gesehen hatten. Bei den französischsprachigen Teilnehmern hatten 45 von 52 *Friends* bereits gesehen. Die englischsprachigen Befragten (UK und US) hatten alle *Friends* schon einmal gesehen.

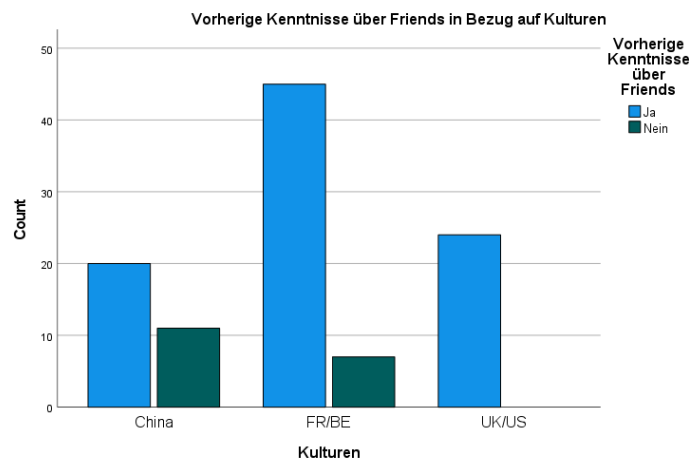


Abb. 9. Die Vorkenntnis der *Friends*-Serie der Teilnehmer aus den verschiedenen untersuchten Kulturen

Es wurde ebenfalls untersucht, in welcher Frequenz oft die Serie angeschaut wurde. Es zeigt sich, dass von den chinesischsprachigen Teilnehmern, die *Friends* bereits gesehen haben, zwölf nur ein paar Episoden gesehen haben, vier mehrere Staffeln, zwei haben die Serie einmal und drei mehrmals komplett gesehen. In Bezug auf die Antworten der französischsprachigen Stichprobe ist festzustellen, dass fünf einige Episoden und drei einige Staffeln gesehen haben. Es stellt sich heraus, dass die französischsprachigen Teilnehmer dazu neigen, die Serie mindestens einmal vollständig gesehen zu haben, da zwölf von 52 Befragten die Serie *Friends* einmal vollständig und 25 sie mehrmals vollständig gesehen haben. Die englischsprachigen Teilnehmer hingegen haben alle *Friends* gesehen. In der Tat haben neun Teilnehmer nur einige Episoden und zwei nur einige Staffeln gesehen. Vier englischsprachige Teilnehmer haben die Serie einmal vollständig gesehen, während neun von 24 Teilnehmern die ganze Serie mehrmals gesehen haben.

kultureller Hintergrund* Frequenz		Frequenz					Insgesamt
Kultureller Hintergrund		Nicht gesehen	Einige Episoden	Einige Staffeln	Die ganze Serie einmal	Die ganze Serie mehrmals	
	China	10	12	4	2	3	31
	Frankreich/Belgien	7	5	3	12	25	52
	UK/US	0	9	2	4	9	24
Insgesamt		17	26	9	18	37	107

Tabelle 6. Übersicht der Häufigkeit, mit der die Serie *Friends* von den Teilnehmern der verschiedenen untersuchten Kulturen gesehen wird.

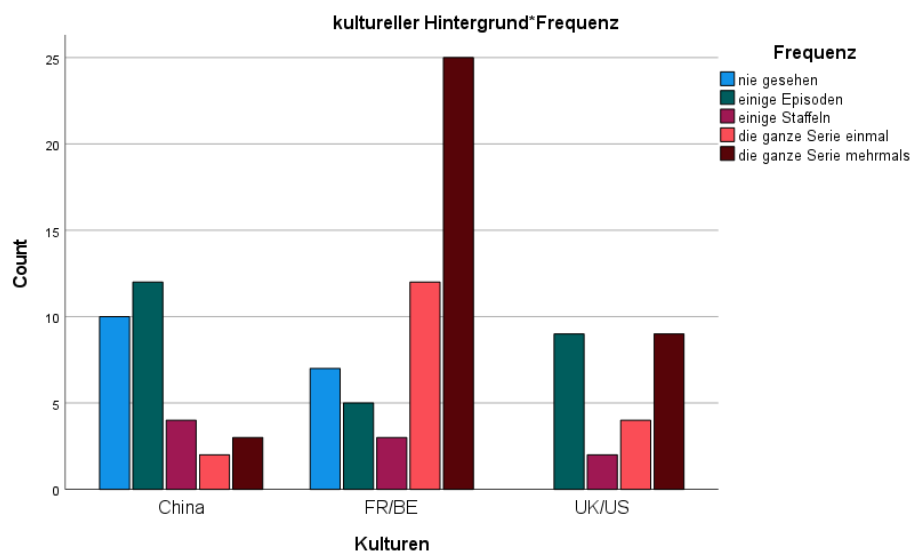


Abb. 12. Die Verteilung des Ansehens der Serie *Friends* durch die Teilnehmer der verschiedenen untersuchten Kulturen.

5.2.2 Material und Verfahren

In der Hauptstudie wurden drei Arten von Fragen verwendet: Multiple-Choice-Fragen, eine offene Frage und eine Likert-Skala (siehe Anhang 3). Zu Beginn jeder Seite des Fragebogens wurden die Befragten gebeten, sich eine Szene aus *Friends* anzusehen, die zuvor auf YouTube ausgewählt wurde. Die Videos wurden im Vorfeld auf eine chinesische Seite hoch- und heruntergeladen, da YouTube in China nicht zugänglich ist. Außerdem waren die Szenen in English, daher wurden diese nicht mit Untertiteln versehen, um das Verständnis der Szenen nicht zu beeinflussen. Aus diesem Grund wurden die Teilnehmer auch angewiesen, keine Online-Übersetzer oder Wörterbücher zu verwenden. Im Anschluss an das Anschauen wurde

mit der ersten offenen Frage klargestellt, ob sie die Szene schon einmal gesehen wurde oder nicht, um die Inkongruenz zu testen. Anschließend sollte in der zweiten Frage der Grad der Witzigkeit der soeben gesehenen Szene angegeben werden. Die Skala reicht von Punkt 1 bis Punkt 5, wobei Punkt 1 die Szene als überhaupt nicht lustig und Punkt 5 die Szene als sehr lustig bezeichnete. Mit der nächsten offenen Frage wurden die Teilnehmer aufgefordert, ihre Antwort auf der Likert-Skala zu erklären. Es sollte erläutert werden, warum sie die Szene lustig fanden oder nicht. Es wurden Beispiele für recht vage Antworten gegeben, um einen Anhaltspunkt dafür zu bieten, welche Form als Antwort erwartet wurde. Die folgenden Beispiele wurden genannt, wenn die Befragten die Szene lustig fanden: Wortspiel, Charaktere, die Serie bereits gesehen haben usw., und die folgenden Beispiele wurden notiert, wenn die Szene nicht lustig war: Kultur, Sexismus usw. Genauere Beispiele wurden nicht genannt, um die Antwort der Stichprobe nicht zu beeinflussen. Darüber hinaus wurde diese offene Frage in den Fragebogen mit aufgenommen, um eine quantitative Analyse zu ermöglichen die genauere Angaben zu den Gründen liefern kann, die die Teilnehmer beeinflussen. In der letzten Frage zu der jeweiligen Szene wurden die Probanden gebeten, zu beurteilen, ob das Gelächter im Hintergrund der Szene ihre Wahrnehmung von Humor beeinflusst hat oder nicht. Das Lachen im Hintergrund soll den Zuschauer zum Lachen animieren, daher war es wichtig, die Meinung der Befragten zu diesem Thema zu erfahren.

Die Szenen wurden nach dem Zufallsprinzip ausgewählt, allerdings wurden zwei Szenen (Szene drei mit Joey und Chandler und Szene fünf mit Rachel und Ross) unter Berücksichtigung des ernsteren Themas, das sie behandeln, ausgewählt: die Untreue. Es sollte nicht auf das Thema an sich getestet werden, sondern ob ein ernsteres Thema einen Einfluss auf die Humorwahrnehmung der Teilnehmer hat oder nicht. Die acht Szenen aus *Friends* wurden nach dem Zufallsprinzip in die Fragebögen eingefügt. Die folgenden wurden ausgewählt:

- 1) Die erste Szene stammt aus der Episode der siebten Staffel von *Friends* „The One With Monica’s Thunder“ (Bright, 2000, S07F01). Sie spielt wenige Minuten, nachdem Chandler Monica einen Heiratsantrag gemacht hat. Ross kommt in Monicas Wohnung und erfährt die gute Nachricht. Monica ruft derweil die frohe Botschaft auf dem Balkon aus. Es kommt zu einer Verwechslung zwischen dem, was Monica schreit, und dem, was Ross gehört hat. Tatsächlich schreit Monica „I’m

engaged, I'm engaged“, während Ross dachte, es sei ein Kind, das „I'm gay, I'm gay“ schreit. (<https://youtu.be/aPuiIF5snuc>)

- 2) Die zweite Szene stammt aus der *Friends*-Episode „The One With The Baby Shower“ (Bright, 2002, S08F20) aus der achten Staffel. In dieser Szene wird ein Gespräch zwischen Rachels Mutter und Rachel während Rachels Babyshower gezeigt. Rachel ist in Panik, weil sie nicht weiß, wie sie sich um ein Kind kümmern soll, und ihre Mutter schlägt ihr vor, eine Nanny zu engagieren, wie sie es getan hat, als Rachel noch ein Baby war. Daraufhin erzählt Rachel ihr, dass ihre Nanny nett war und ihr sogar Spanisch beigebracht habe. Rachel sagt, sie erinnere sich an den spanischen Ausdruck „Tu madre es loca“, was auf Deutsch „Deine Mutter ist verrückt“ bedeutet. Ihre Mutter versteht das nicht und antwortet: „Was für eine nette Frau.“ Kleine Anmerkung: Die Übersetzung dieses Satzes wurde den Befragten nicht zur Verfügung gestellt, als sie die Szene sahen. (https://youtu.be/4yn_JUvs-0A)
- 3) Die dritte Szene stammt aus der siebten Episode der vierten Staffel von *Friends* „The One Where Chandler Crosses The Line“ (Bright, 1997, S04F07). In dieser Szene wird deutlich, dass Chandler Gefühle für Joeys Freundin Kathy besitzt und sie sogar geküsst hat. Daraufhin reagiert Chandler, indem er die Möbel in ihrer Wohnung erneuert, um Joey eine Freude zu machen. Als Joey in die Wohnung zurückkehrt, erzählt er, dass er glaubt, dass Kathy sich mit einem anderen treffe. Obwohl er Angst vor Joeys Reaktion hat, gesteht Chandler Joey schließlich, dass er die Person ist, die Kathy hinter Joeys Rücken sieht. (<https://youtu.be/kQPKi1O6qvI>)
- 4) Diese Szene gehört zur siebten Episode aus der neunten Staffel von *Friends* „The One With Ross' Inappropriate Song“ (Halvorson, 2002, S09F07). In dieser Szene schafft es Ross als Erster, Emma, das Kind von Ross und Rachel, zum Lachen zu bringen. Rachel, die sich dafür interessiert, wie Ross das erreicht hat, ist angewidert, als sie erfährt, dass er dafür das Lied „Baby's Got Back“ von Sir Mix-A-Lot benutzt hat. Als Rachel später versucht, Emma zum Lachen zu bringen, gelingt ihr das nicht und sie beginnt, das Lied zu singen, das sie für ein Kind als ungeeignet erachtet hatte. Natürlich funktioniert das und Ross ertappt sie dabei, als sie das Lied singt. Danach singen Ross und Rachel dem Baby das ganze Lied vor und führen eine

provokante Tanzeinlage auf, als der Rest der Gruppe sie überrascht.
(<https://youtu.be/oGSujhUIov8>)

- 5) Die fünfte Szene wurde aus der sechzehnten Episode „The One With The Morning After“ (Burrows, 1997, S03F16) der dritten Staffel von *Friends* ausgewählt. In dieser Episode wacht Ross mit Chloe an seiner Seite auf, während Rachel ihm eine Entschuldigungsnachricht auf seinem Anrufbeantworter hinterlässt und erwähnt, dass sie zu ihm nach Hause komme, damit sie sich wieder vertragen können. Ross schafft es jedoch nicht, Chloe rechtzeitig loszuwerden und versteckt sie hinter der Tür, als Rachel eintrifft. Sie möchte wieder mit Ross zusammenkommen, der zustimmt, während sich eine andere Frau hinter seiner Tür versteckt. Im Nachhinein stellt sich heraus, dass Rachel die ganze Geschichte von Gunther erfahren hat, der im Central Perk arbeitet und mit Chloes Mitbewohner befreundet ist. Später, als Phoebe, Monica, Joey und Chandler im Schlafzimmer sind, stürmen Rachel und Ross in die Wohnung. Die anderen werden, ohne dass sie es wissen, gezwungen, in diesem Zimmer zu bleiben. Unterdessen streiten sich Ross und Rachel, nachdem sie entdeckt haben, dass Chloe noch in der Wohnung war, als sie wieder zusammenkamen. (<https://youtu.be/wizgxRBfVTY>)
- 6) Die ausgewählte Szene stammt aus der ersten Episode „The One With Ross' New Girlfriend“ (Lembeck, 1995, S02F01) der zweiten Staffel von *Friends*. In dieser Episode gelingt es Monica, Phoebe davon zu überzeugen, ihr einen neuen Haarschnitt zu schneiden. Obwohl Phoebe sich zunächst sträubt, weil sie befürchtet, Monicas strengen Maßstäben nicht zu genügen, willigt sie schließlich ein. Monica bittet Phoebe, ihr die Haare wie Demi Moore zu schneiden. Phoebe verdirbt die Frisur jedoch, indem sie Demi Moore mit dem Schauspieler Dudley Moore verwechselt und Monica somit einen kurzen, maskulinen Haarschnitt verpasst, der überhaupt nicht dem entspricht, was sie erwartet hatte.
(<https://youtu.be/PL1j8UQJ2Qg>)
- 7) Eine weitere Szene aus der zweiten Staffel von *Friends* wurde ausgewählt, diesmal aus der Episode 16 mit dem Titel „The One Where Joey Moves Out“ (Lembeck, 1996, S02F16). In der Episode wird die Geburtstagsfeier von Monicas und Ross' Vater inszeniert. Die Gespräche auf der Party beinhalten hauptsächlich das Thema

„the twinkie from the City“ von Richard, dem Freund von Monicas Vater. Alle äußern ihre Meinung über diese unbekannte Frau und sind sich nicht bewusst, dass sie in Wirklichkeit Monica ist. Daraufhin beschließen Richard und Monica, die Wahrheit über ihre Beziehung zu enthüllen. Dies scheint Monicas Mutter jedoch nicht zu gefallen, und der Zeitpunkt ist ungünstig, da zur gleichen Zeit der Geburtstagskuchen gebracht wird. (<https://youtu.be/laMEzEVQlq0>)

- 8) Die letzte Szene entstammt der fünfzehnten Episode „The One With The Girl Who Hits Joey“ (Bright, 1999, S05F15) aus der fünften Staffel von *Friends*. Hier erfährt die gesamte Gruppe von der Beziehung zwischen Monica und Chandler, weswegen sie sich nicht mehr verstecken müssen. Allerdings beginnt Chandler aufgrund seiner Beziehung und den Witzen über die langfristigen Beziehungen seiner Freunde in Panik zu geraten. Er versucht, mit Monica darüber zu sprechen, aber begeht den Fehler, ihre Beziehung als beiläufig darzustellen, weswegen Monica wütend wird. Um seinen Fehler aufzuklären und sich zu entschuldigen, versucht er, eine große Geste zu machen und stellt Monica vor allen Beteiligten einen Heiratsantrag. Monica lehnt ab, was Chandler erleichtert. (<https://youtu.be/y5wzOeX9j18>)

Am Ende des Fragebogens wurde den Probanden eine letzte Frage gestellt. In ihr wurde in der Form der Multiple-Choice-Frage gefragt, ob nach Einschätzung der Befragten das Lachen im Hintergrund den in der Serie *Friends* wahrgenommenen Humor generell beeinflusse.

Der Fragebogen wurde in zwei verschiedenen Fassungen erstellt und verteilt. Eine erste Version wurde mit MicrosoftForms erstellt und über verschiedene Kanäle an die belgischen und englischen Teilnehmer ausgegeben, darunter soziale Netzwerke (hauptsächlich Facebook), E-Mails an Studenten und akademisches Personal der drei Universitäten Université Catholique de Louvain, Humboldt Universität und Royal Holloway sowie an Bekannte und durch mündliche Gespräche. Anschließend wurde über MicrosoftForms eine zweite Version des Fragebogens mit den chinesischen Links zu den Videos erstellt, damit die in China lebenden Teilnehmer darauf zugreifen konnten. Diese zweite Version wurde von Bailing He an die chinesischen Studierenden und per E-Mail an die chinesischen Studierenden der Humboldt-Universität weitergeleitet. Der Fragebogen wurde mit einer Erklärung der Studie und einem Text über die Anonymität der Erhebung eingeleitet. In diesem Text wurde auch darauf hingewiesen, dass

durch jede Antwort auf dem Fragebogen die Zustimmung der Teilnehmer zur Teilnahme bestätigt wurde.

5.2.3 Datenanalyse

Die Datenanalyse wurde in verschiedenen Schritten durchgeführt. Nachdem die Antworten der Teilnehmer analysiert worden waren, wurden sie zunächst mithilfe des Programms Excel manuell kodiert. Anschließend wurde diese Datei in das Statistikprogramm SPSS importiert, durch das eine Reihe von Analysen vorgenommen wurde.

Der Zweck der Kodierung besteht hier darin, eine quantitative Studie durchzuführen. Nachdem die Teilnehmer gebeten wurden, eine schriftliche Antwort zu geben, wurde die Genauigkeit ihrer Antwort kodiert. Diese Genauigkeit wurde auf traditionelle Weise kodiert, indem jedem Datenelement ein bestimmter Wert zugewiesen wurde (siehe Anhang 4).

Die Daten wurden zunächst deskriptiv analysiert. Datenverteilungen wie die Wahrnehmung des Humors von Szenen aus der Serie *Friends* in Abhängigkeit von kulturellen Hintergründen (französischsprachig, englischsprachig und chinesischsprachig), dem Geschlecht, der Durchführung eines Aufenthalts und seiner Dauer, dem Sprachniveau, der Tatsache, dass man *Friends* bereits gesehen hat, und der Häufigkeit, mit der die Serie gesehen wurde, sowie das Lachen im Hintergrund wurden berechnet und in Form eines Diagramms und einer Tabelle dargestellt. Die Daten wurden anschließend inferenzanalytisch ausgewertet. Es wurden lineare Regressionen durchgeführt, um die Beziehung zwischen der abhängigen Variable, der Wahrnehmung von Humor, und den unabhängigen Variablen im Allgemeinen sowie in jeder einzelnen Szene zu untersuchen. Um eine lineare Regression durchführen zu können, wurde ein Mittelwert der Antworten von 1 bis 5 auf der Likert-Skala über die acht Szenen hinweg gebildet. Lineare Regressionen wurden auch verwendet, um die Beziehung zwischen einigen unabhängigen und der abhängigen Variable genauer zu analysieren, unter anderem wurde auf einen Tukey-Test für die Ermittlung der Spannweite zurückgegriffen. Darüber hinaus wurde ein Bonferroni-Test durchgeführt, um die als humorvollste wahrgenommene Szene zu ermitteln.

Schließlich wurde eine qualitative Analyse durchgeführt, in der jede schriftliche Antwort der englisch-, chinesisch- und französischsprachigen Teilnehmer untersucht wurde, um zu verstehen, welche Faktoren die Wahrnehmung des Humors in den verschiedenen Szenen der Serie *Friends* beeinflussen.

6 Ergebnisse

6.1 Quantitative Analyse

6.1.1 Deskriptive Statistiken

In den Tabellen und Grafiken in diesem Abschnitt werden die Wahrnehmung von Humor in der Serie *Friends* bei den Teilnehmern in Bezug auf die verschiedenen untersuchten Variablen statistisch beschrieben.

6.1.1.1 Die kulturellen Unterschiede

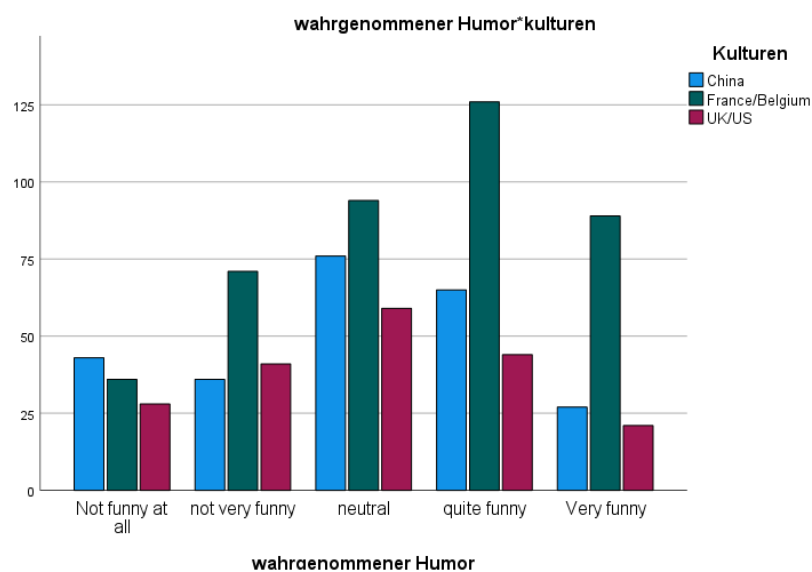


Abb. 13. Überblick über den Einfluss der verschiedenen untersuchten Kulturen auf die Wahrnehmung von Humor in der Serie *Friends*

Wahrgenommener humor*kultureller Hintergrund					
		Kultureller Hintergrund			
		China	Belgien/Frankreich	UK/US	Insgesamt
Wahrgenommener Humor	Not funny at all	43	36	28	107
	Not very funny	36	71	41	148
	Neutral	76	94	59	229
	Quite funny	65	126	44	235
	Very funny	27	89	21	137
Insgesamt		247	416	193	856

Tabelle 7. Überblick über den Einfluss der verschiedenen untersuchten Kulturen auf die Wahrnehmung von Humor in der Serie *Friends*

In der obigen Grafik und Tabelle werden die Ergebnisse der Humorwahrnehmung der französischsprachigen, englischsprachigen und chinesischen Teilnehmer in den acht verschiedenen Szenen veranschaulicht. Es lässt sich feststellen, dass Chinesen den Humor der Serie *Friends* im Vergleich zu den beiden anderen Kulturen, der französischsprachigen und der englischsprachigen, generell als weniger lustiger empfinden. Interessant ist auch, dass die Ergebnisse der Humoreinschätzung der französischsprachigen Teilnehmer im Vergleich zu chinesischsprachigen und englischsprachigen deutlich höher ausfallen. Es scheint also, dass die französischsprachige Kultur den Humor deutlich mehr als die beiden anderen Kulturen wahrnimmt. Das geht daraus hervor, dass sich beobachten lässt, dass von 416 Antworten 126 als „quite funny“ und 89 als „very funny“ ausfielen, was bedeutet, dass 51,7 % der französischsprachigen Befragten die Szenen aus *Friends* als „quite funny“ oder „very funny“ bewerteten. Dies steht im Gegensatz zu den Ergebnissen der chinesischen Befragten, von denen lediglich 37,3 % die Szenen als „quite funny“ oder „very funny“ empfunden haben. Diese Beobachtung ist auch bei den englischsprachigen Teilnehmern festzustellen und erweist sich in dieser Gruppe sogar als niedriger als bei den chinesischen Befragten, denn nur 33,7 % bewerteten die Szenen als „very funny“ oder „quite funny“. Es ist daher auffällig, dass die chinesische und die englischsprachige Kultur in Bezug auf die Bewertung des Humors vergleichbar sind, während es sehr deutlich ist, dass die französischsprachige Kultur den Humor in der Serie *Friends* als witziger bewertet.

6.1.1.2 Die Unterschiede zwischen den Geschlechtern

Um den Einfluss anderer Faktoren auf die Wahrnehmung von Humor in der Serie *Friends* zu untersuchen, wurden weitere deskriptive Statistiken erstellt. Angesichts der Tatsache, dass in der Theorie hervorgehoben wird, dass ein Unterschied zwischen Männern und Frauen in Bezug auf Humor beobachtet werden kann, ist es daher lohnenswert, diesen Faktor bei der Untersuchung der Wahrnehmung von Humor zu berücksichtigen.

Wahrgenommener humor*Geschlecht		Das Geschlecht		
		Mann	Frau	Insgesamt
Wahrgenommener Humor	Not funny at all	83	24	107
	Not very funny	103	45	148
	Neutral	175	54	229
	Quite funny	180	55	235
	Very funny	99	38	137
Insgesamt		640	216	856

Tabelle 8. Übersicht über den Einfluss des Geschlechts auf die Wahrnehmung von Humor in der Serie *Friends*

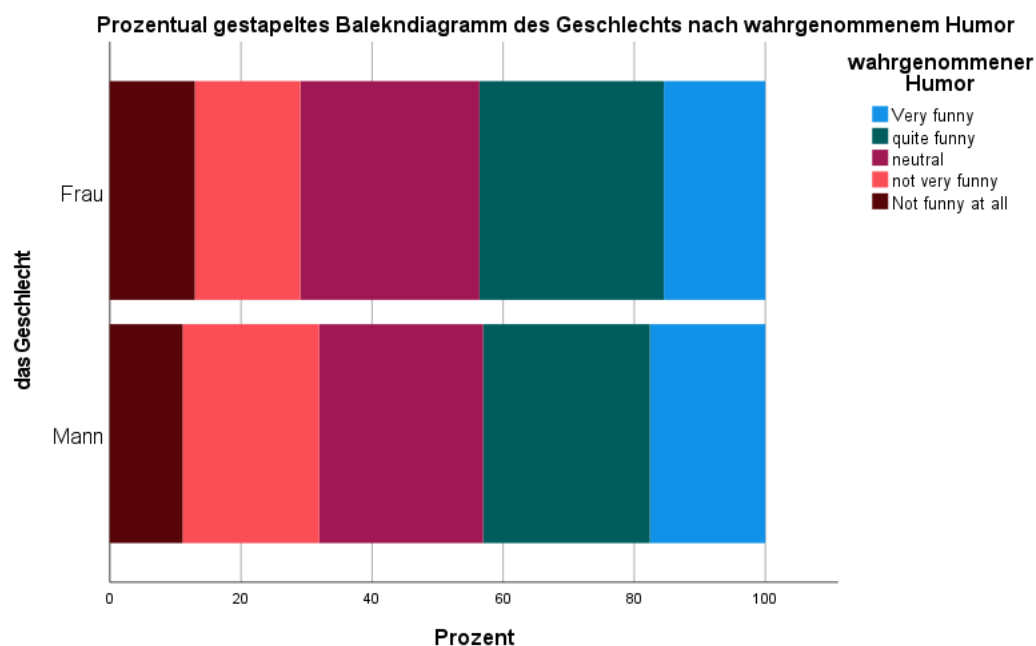


Abb. 10. Überblick über den Einfluss des Geschlechts auf die Wahrnehmung von Humor in der Serie *Friends*

Zunächst ist aufgefallen, dass ein Histogramm den Unterschied zwischen männlichen und weiblichen Antworten nicht erkennen lässt, da die Anzahl der weiblichen im Vergleich zu der der männlichen Antworten zu groß ausfällt. Um die Unterschiede mithilfe der deskriptiven

Statistik zu interpretieren, wurde daher ein Stacked-Bar-Chart erstellt. Aus dieser Tabelle und dem obigen Diagramm lässt sich ableiten, dass keine offensichtlichen Unterschiede zwischen den Antworten der männlichen und weiblichen Befragten vorliegen. Die Zahlen belegen, dass 43,6 % der weiblichen Stichprobe die Szenen als „very funny“ und „quite funny“ bewerteten, während 43,1 % der männlichen Stichprobe die Szenen als „very funny“ oder „quite funny“ bezeichneten. Auf der Basis der Zahlen lässt sich zeigen, dass ein Unterschied zwischen männlichen und weiblichen Befragten nicht festgestellt werden kann.

Tatsächlich legen die Zahlen offen, dass 29,1 % der befragten Frauen die Szenen als „not funny at all“ oder „not very funny“ bewerteten, während dies auf 31,94 % der Männer zutrifft. Auf Basis der Daten scheint es naheliegend, dass es keinen Trend in die eine oder andere Richtung zu geben, was hervorhebt, dass das Geschlecht also keinen Einfluss auf die Wahrnehmung von Humor zu haben scheint.

6.1.1.3 Die Auswirkungen der Durchführung eines Aufenthalts in einem englischsprachigen Land

Es steht nun fest, dass das Geschlecht keinen Einfluss auf die Wahrnehmung des Humors in der Serie *Friends* zu haben scheint. Nun soll anhand von deskriptiven Statistiken untersucht werden, welche Rolle die Erfahrung eines Aufenthalts in einem englischsprachigen Land für die Wahrnehmung von Humor spielen kann.

Wahrgenommener humor*Aufenthalt im Ausland				
		Aufenthalt im Ausland		
		Ja	Nein	Insgesamt
Wahrgenommener Humor	Not funny at all	45	62	107
	Not very funny	57	91	148
	Neutral	90	139	229
	Quite funny	82	153	235
	Very funny	46	91	137
Insgesamt		320	536	856

Tabelle 9. Übersicht über den Einfluss der Durchführung des Teilnehmeraufenthalts auf die Wahrnehmung von Humor in der Serie *Friends*

Der Aus den Tabellen ist ersichtlich, dass ein Austauschaufenthalt keinen Einfluss auf die Wahrnehmung von Humor hat, verglichen mit jemandem, der keine

Auslandsaufenthalts Erfahrung hat. Die Analyse des Staked-Bar-Diagramms und der Tabelle ergab, dass 31,9 % der Befragten, die einen Aufenthalt in einem englischsprachigen Land absolviert haben, die Szenen als „not very funny“ oder „not funny at all“ bewerteten, während 28,5 % der Befragten, die keinen Aufenthalt in einem englischsprachigen Land absolviert haben, die Szenen als not very funny“ oder „not funny at all“ bewerteten.

Ein Blick auf die deskriptiven Statistiken zeigt außerdem, dass die Befragten, die einen Aufenthalt in einem englischsprachigen Land durchgeführt haben, die Szenen sogar als weniger lustig empfanden als die, die keinen Aufenthalt in einem englischsprachigen Land durchgeführt haben. Gemäß den Ergebnissen der deskriptiven Analyse beurteilten 40 % der Stichprobe, die einen Aufenthalt in einem englischsprachigen Land durchgeführt hatten, die Szenen als „very funny“ oder „quite funny“, während 45,5 % der Stichprobe, die keinen Aufenthalt in einem englischsprachigen Land durchgeführt hatten, diese Meinung teilten. Unter Berücksichtigung der statischen Ergebnisse kann angenommen werden, dass ein Aufenthalt in einem englischsprachigen Land keinen Einfluss auf die Wahrnehmung des Humors in der Serie *Friends* hat.

Obwohl es scheint, dass ein Aufenthalt in einem englischsprachigen Land keine Auswirkungen hat, ist es dennoch interessant zu untersuchen, ob ein Unterschied in der Wahrnehmung von Humor in Abhängigkeit von der Dauer des Aufenthalts vorliegt. Auf diese Weise lässt sich analysieren, ob die Dauer eines Aufenthalts einen Faktor darstellt, der bei der Untersuchung der Humorwahrnehmung berücksichtigt werden sollte.

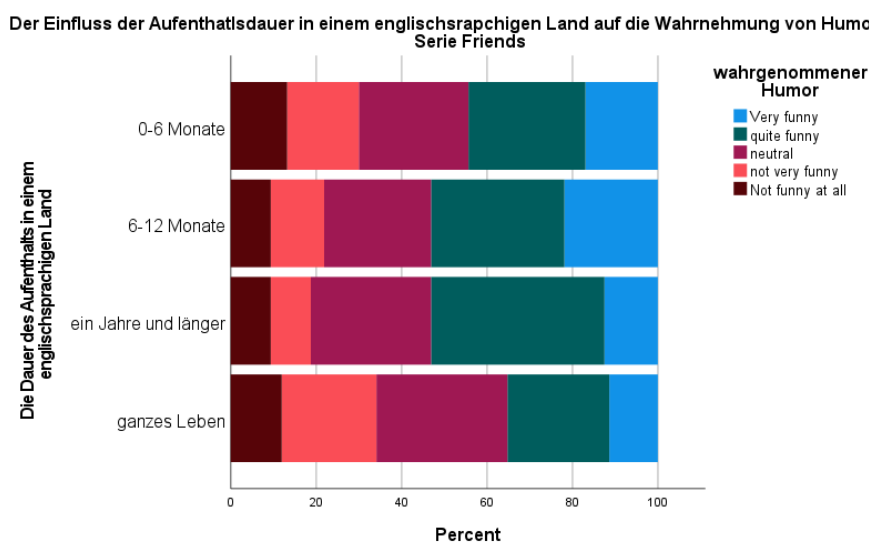


Abb. 15. Die Übersicht des Einflusses der Dauer eines Aufenthalts in einem englischsprachigen Land auf die Wahrnehmung von Humor in der Serie

In der folgenden Grafik wird veranschaulicht, dass Befragte, die sechs Monate bis ein Jahr oder ein Jahr oder länger in einem englischsprachigen Land gelebt haben, die Szenen eher als „very funny“ oder „quite funny“ beurteilen als Befragte, die ihr ganzes Leben lang in einem englischsprachigen Land gelebt haben oder einen Aufenthalt von weniger als sechs Monaten gemacht haben. Tatsächlich belegen die Zahlen, dass 35,2 % der Befragten, die ihr ganzes Leben in einem englischsprachigen Land verbracht haben, die Szenen als „very funny“ oder „quite funny“, während 34,1 % dieser Stichprobe sie als „not funny at all“ oder „not very funny“ bezeichneten. Die Ergebnisse der Stichprobe, die weniger als sechs Monate in einem englischsprachigen Land gelebt habe, fielen vergleichbar aus. Tatsächlich weisen sie darauf hin, dass 44,3 % der Befragten, die weniger als sechs Monate in einem englischsprachigen Land gelebt haben, die Szenen als „very funny“ oder „quite funny“ bewerteten, während 29,9 % eher der Meinung waren, dass die Szenen „not funny at all“ oder „quite funny“ waren. Es stellte sich jedoch heraus, dass der Unterschied bei den Teilnehmern, die sechs bis zwölf Monate in einem englischsprachigen Land gelebt hatten, am deutlichsten war. Die Statistik zeigt, dass 53,1 % der Teilnehmer, die zwischen sechs und zwölf Monaten in einem englischsprachigen Land lebten, Szenen als „very funny“ oder „quite funny“ empfanden, während 21,9 % der gleichen Gruppe den Humor als „not funny at all“ oder „not very funny“ bewerteten. Darüber hinaus lag ein größerer Unterschied bei den Befragten vor, die sich ein Jahr oder länger in einem englischsprachigen Land aufgehalten hatten. Tatsächlich fanden 53,1 % der Befragten, die ein Jahr oder länger in einem englischsprachigen Land gelebt hatten, die Szenen „very funny“ oder „quite funny“ im Gegensatz zu 18,8 %, die sie als „not funny at all“ oder „not very funny“ bewerteten.

Daher ergibt sich, dass eine längere Dauer des Aufenthalts in einem englischsprachigen Land eine Rolle bei der Wahrnehmung von Humor spielt. Es muss jedoch betont werden, dass die Ergebnisse auch zeigen, dass es für die Wahrnehmung von Humor keine Rolle spielt, ob eine Person ihr ganzes Leben in einem englischsprachigen Land verbracht hat und somit Teil der englischsprachigen Kultur ist. Wenn sie jedoch sechs Monate bis ein Jahr oder länger in einem englischsprachigen Land gelebt hat, fällt der Anteil der Antworten „very funny“ und „quite funny“ höher aus. Daraus lässt sich schließen, dass ein Aufenthalt von mindestens sechs Monaten in einem englischsprachigen Land notwendig ist, um die Serie *Friends* als lustiger zu empfinden.

6.1.1.4 Niveau der englischen Sprache

Die deskriptiven Statistiken deuten darauf hin, dass ein Aufenthalt einen Einfluss haben kann, wenn er mindestens sechs Monate dauert. Nachdem die englischsprachige Kultur *Friends* nicht humorvoll zu find scheint, wirkt sich die Akkulturation nicht auf die Wahrnehmung des Humors in der Serie *Friends* aus. Ein weiterer Faktor, der bei einem Aufenthalt berücksichtigt werden muss und daher untersucht werden sollte, ist das Sprachniveau der Probanden.

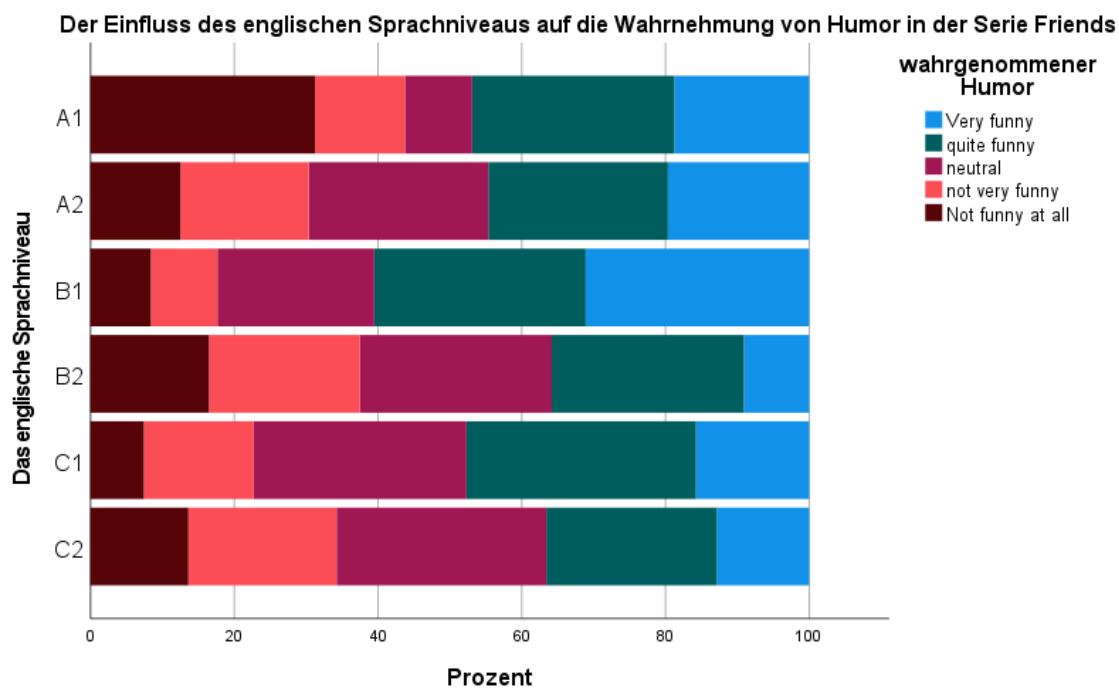


Abb.16. Der Überblick über den Einfluss des englischen Sprachniveaus auf die Wahrnehmung von Humor in der Serie

Laut der Grafik (siehe. Abb. 16) scheint es, dass Befragte mit Englischkenntnissen auf A1-Niveau eher dazu neigen, Szenen weniger lustig zu finden. Befragte mit dem Sprachniveau A2 tendieren mutmaßlich dazu, die Szenen etwas lustiger zu finden. Mit steigendem Sprachniveau scheint es jedoch, dass die Szenen als lustiger empfunden werden, insbesondere bei Niveau B1 oder C1. Die Befragten mit B2 oder C2 zeigten jedoch keine wirkliche Tendenz, die Szenen lustig oder nicht lustig zu finden.

Daher lässt sich als Haupttrend festhalten, dass ein niedrigeres Sprachniveau dazu führt, dass die Serie *Friends* als weniger lustig empfunden wird. Bei Befragten mit höheren Englischkenntnissen ist zu erkennen, dass die Szenen als lustiger wahrgenommen werden. Die

Beziehung zwischen der Wahrnehmung von Humor und dem Sprachniveau ist jedoch nicht linear. Tatsächlich zeigen die Ergebnisse für die Niveaustufen B1 und C2, dass genauso viele Befragte die Szenen als lustig oder nicht lustig empfanden. Es stellt sich also heraus, dass anhand der Ergebnisse keine allgemeine Tendenz aus diesen Ergebnissen hervorgeht.

6.1.1.5 *Friends* bereits gesehen haben

Wie theoretisch nachgewiesen wurde, spielt Inkongruenz bei der Wahrnehmung von Humor eine Rolle. Warren und McGraw (2106) weisen jedoch darauf hin, dass das Vorwissen über einen Witz, eine humorvolle Serie usw. nicht unbedingt den humorvollen Charakter beeinträchtigt. Daher ist es interessant, zu untersuchen, wie es sich auf die Wahrnehmung von Humor auswirkt, wenn *Friends* bereits bekannt ist und somit der Überraschungseffekt wegfällt.

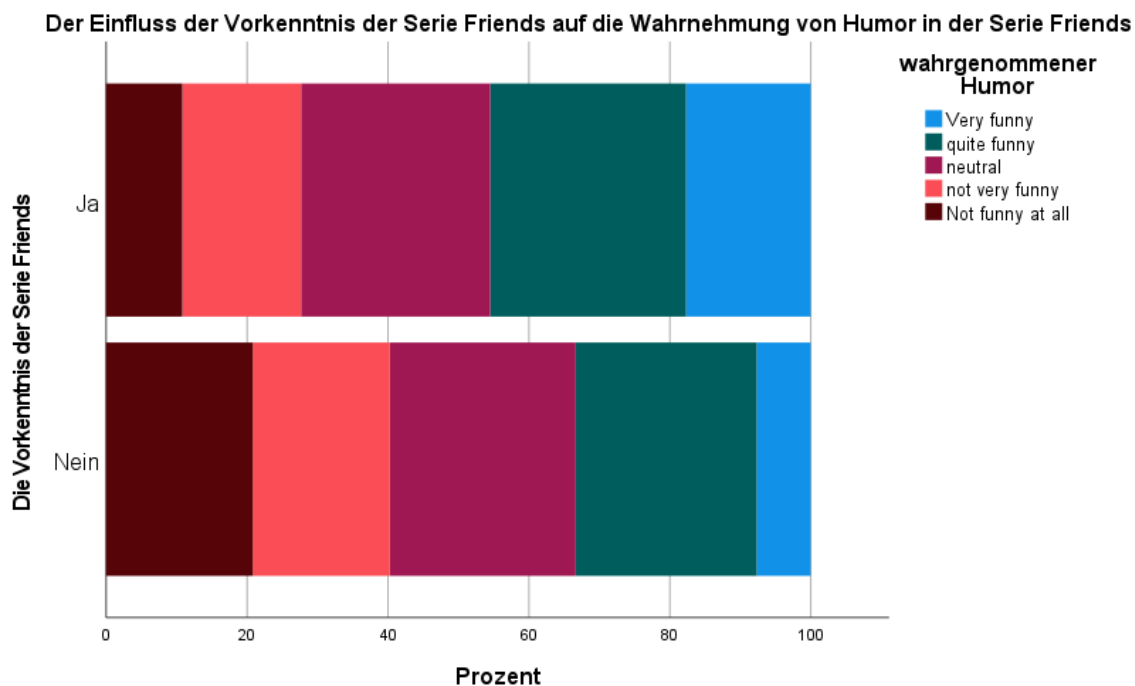


Abb. 17. Der Überblick über den Einfluss des Vorwissens über die Serie *Friends* auf die Wahrnehmung des Humors in der Serie

Durch das Stacked-Bar-Diagramm wird veranschaulicht, dass Befragte, die *Friends* bereits gesehen haben, die Szenen tendenziell lustiger finden als solche, auf die dies nicht zutrifft. Außerdem kann beobachtet werden, dass Befragte, die *Friends* noch nie gesehen haben, die Szenen als weniger lustig empfinden als Befragte, die *Friends* schon einmal gesehen haben. Auf diese Weise hat die Inkongruenz keinen Einfluss auf die Wahrnehmung des Humors in *Friends*.

Um die Beziehung zwischen der Wahrnehmung von Humor und Inkongruenz weiter zu untersuchen, wurde die Häufigkeit, mit der *Friends* geschaut wurde, untersucht. Dies ist notwendig, um feststellen zu können, ob ein tieferes Wissen über die Serie die Wahrnehmung von Humor beeinflusst oder nicht. Eine tiefere Kenntnis der Serie bedeutet, dass die Befragten nicht mehr von Inkongruenz beeinflusst werden können. Auf diese Weise kann die Bedeutung der Inkongruenz in der Serie *Friends* getestet werden.

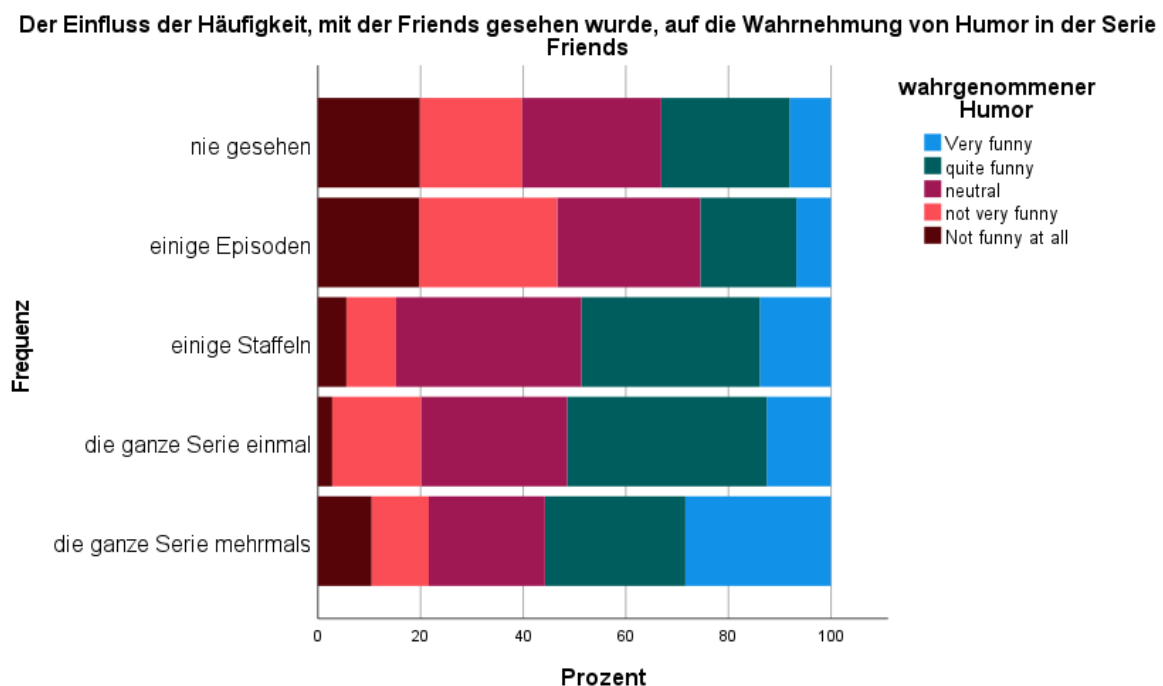


Abb. 18. Die Übersicht des Einflusses der Häufigkeit, mit der *Friends* gesehen wird, auf die Wahrnehmung des Humors in der Serie

Durch die in der Grafik dargestellten Ergebnisse wird unterstrichen, dass die Befragten die Szenen umso lustiger fanden, je bekannter ihnen die Serie war und je öfter sie sie gesehen hatten. Wenn die Befragten *Friends* nicht oder nur ein paar Episoden gesehen hatten, tendierten sie dazu, die Szenen nicht als lustig wahrzunehmen. Die Inkongruenz scheint also keinen Einfluss auf die Wahrnehmung des Humors in der Serie *Friends* zu haben.

6.1.1.6 Lachen im Hintergrund

Obwohl die individuellen Faktoren der Teilnehmer bei der Untersuchung der Humorwahrnehmung berücksichtigt werden müssen, besteht auch ein textinhärenter Faktor, der die Wahrnehmung des Humors in der Serie *Friends* beeinflussen kann. Dabei handelt es sich um das Hintergrundlachen. In der Tat wird das Hintergrundlachen in der Serie *Friends* als Indikator für den humorvollen Charakter einer Szene verwendet.

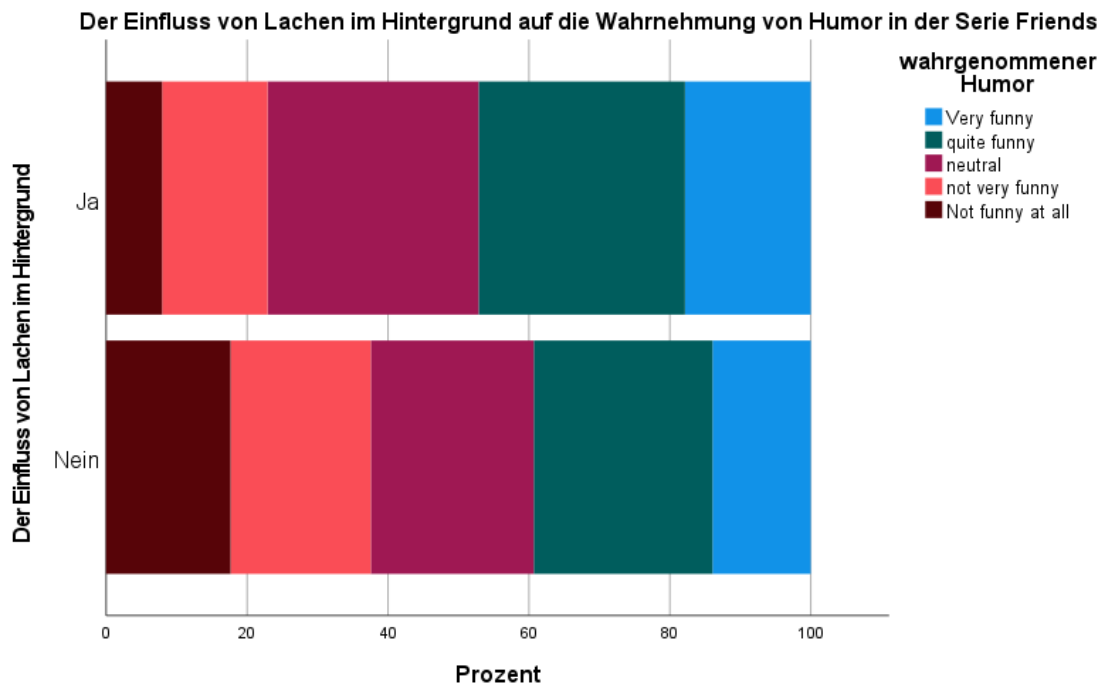


Abb. 19. Die Übersicht des Einflusses von Lachen im Hintergrund auf die Wahrnehmung von Humor in der Serie *Friends*

In der obigen Grafik wird verdeutlicht, dass nach Meinung der Stichprobe das Hintergrundlachen einen Einfluss auf den Grad der empfundenen Witzigkeit der Szene hat. Sind die Befragten jedoch der Meinung, dass das Lachen weniger Einfluss hat, werden die Szenen als weniger lustig empfunden. Demnach scheint es, dass Lachen in der Serie *Friends* ein Faktor zu sein, der tatsächlich Einfluss auf das Humorempfinden der Teilnehmenden hat und auf diese Weise der Stichprobe das Lachen nahelegt.

6.1.2 Lineare Regression

6.1.2.1 Faktoren, die die Wahrnehmung von Humor beeinflussen

Um die Ergebnisse zur Wahrnehmung von Humor weiter zu interpretieren, wurde eine lineare Regression angewendet. Bei dieser Analyse konnte festgestellt werden, dass das R-Quadrat (R^2) 0,357 betrug, was bedeutet, dass nur 35,7 % der Variabilität zwischen den Antworten bezüglich der Unterschiede im wahrgenommenen Humor erklärt werden können. Die restlichen 64,3 % konnten durch die Daten nicht erläutert werden. Daher werden etwa 35,7 % der Varianz in der Wahrnehmung von Humor durch Alter, Geschlecht, Englischkenntnisse, kulturellen Hintergrund, Erfahrung mit einem Aufenthalt in einem englischsprachigen Land, Dauer des Aufenthalts in einem englischsprachigen Land, vorheriges Ansehen der Serie *Friends* und die

Häufigkeit dieses Ansehens, vorheriges Ansehen der untersuchten *Friends*-Szene und Lachen im Hintergrund erklärt. Außerdem weist die Varianzanalyse (Anova) ein $p < 0,001$ auf, was beweist, dass einige Variablen in dieser Analyse signifikant sind.

Um herauszufinden, welche Variablen die Wahrnehmung von Humor beeinflussen, ist es notwendig, nur die Werte mit einem $p < 0,05$ zu betrachten. Ein Prädiktor mit einem niedrigen p-Wert würde eine signifikante Ergänzung des Modells darstellen. Aus diesem Grund wurden alle Variablen, die keine Signifikanz aufweisen entfernt. Obwohl sich der kulturelle Hintergrund mit einem p-Wert von 0,055 als nicht signifikant erwies, wurde diese Variable beibehalten, weil sie nahe an der Signifikanzschwelle von 0,05 lag und somit eine Rechtfertigung für das Vorgehen vorliegt (siehe. Tabelle 10).

Coefficients^a

		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	3,272	,165		19,797	<,001
	Culture1=China	,306	,193	,184	1,588	,115
	Culture1=FR/BE	,330	,170	,219	1,941	,055
	Frequency=haven't seen	-,772	,210	-,375	-3,673	<,001
	Frequency=some episodes	-,819	,184	-,466	-4,440	<,001
	Frequency=some seasons	-,102	,253	-,038	-,402	,688
	Frequency=the whole series once	-,117	,190	-,058	-,614	,541

a. Dependent Variable: Response

Tabelle 10. Die Ergebnisse der linearen Regression

Anhand der Ergebnisse lässt sich nachweisen, dass nicht nur der kulturelle Hintergrund eine Rolle bei der Wahrnehmung von Humor spielt, sondern auch die Häufigkeit, mit der die Stichprobe *Friends* gesehen hat (nie, einige Episoden, einige Staffeln, die ganze Serie einmal, die ganze Serie mehrmals). Aus dieser Tabelle (s. Tabelle 10) lässt sich ableiten, dass die Häufigkeit des Sehens der Serie mit dem Humorempfinden der Stichprobe bei der Serie *Friends* zusammenhängt. Je häufiger die Serie gesehen wurde, umso lustiger wird diese empfunden. Die Studie zeigt, dass das durchschnittliche Niveau des wahrgenommenen Humors bei den Teilnehmern, die die gesamte Serie nur einmal gesehen haben, 0,117 Einheiten weniger auf der Likert-Skala beträgt, verglichen mit dem durchschnittlichen Niveau des wahrgenommenen Humors bei den Teilnehmern, die die gesamte Serie mehrmals gesehen haben. Das durchschnittliche Niveau des wahrgenommenen Humors ist sogar noch niedriger für die Befragten, die nur einige Folgen gesehen haben oder die Serie nie gesehen haben. Aus dieser Tabelle ist ersichtlich, dass das durchschnittliche Niveau des wahrgenommenen Humors bei den Befragten, die nur einige Episoden von *Friends* gesehen haben, um 0,819 niedriger ist und

bei den Befragten, die *Friends* noch nie gesehen haben, um 0,772 niedriger ist als das durchschnittliche Niveau des wahrgenommenen Humors bei denjenigen, die die Serie mehrmals komplett gesehen haben.

Danach ist in Bezug auf die Kultur der Teilnehmer festzustellen, dass das durchschnittliche Niveau des wahrgenommenen Humors bei den französischsprachigen Teilnehmern auf der Likert-Skala um 0,330 Einheiten höher liegt und bei den chinesischen Teilnehmern um 0,306 Einheiten, verglichen mit dem durchschnittlichen Niveau des wahrgenommenen Humors bei den englischsprachigen Teilnehmern. Es lässt sich also feststellen, dass die französischsprachigen Teilnehmer die Szenen aus *Friends* als humorvoller wahrnehmen als die englischsprachigen oder chinesischen Teilnehmer.

6.1.2.2 Faktoren, die die Wahrnehmung von Humor in Bezug auf die einzelnen Szenen beeinflussen

Zwar spielen der Einfluss des kulturellen Hintergrunds und die Häufigkeit, mit der die Serie *Friends* gesehen wird, eine Rolle bei der Wahrnehmung von Humor im Allgemeinen, aber bei der Analyse der acht Szenen unabhängig voneinander können dennoch weitere Faktoren hinzukommen. Es ist daher nicht mehr notwendig, die Antworten auf der Grundlage des Durchschnitts der acht Antworten jedes Befragten zu untersuchen. Denn bei dieser Analyse werden die Antworten jedes Befragten auf jede Frage einzeln berücksichtigt. Mit anderen Worten, es wird die Wahrnehmung des Humors der 107 Antworten in Bezug auf die verschiedenen Variablen für jede Szene analysiert.

Szene 1

Bei der durchgeführten linearen Regression wurde festgestellt, dass das R-Quadrat (R^2) 0,323 betrug, was bedeutet, dass nur 32,3 % der Variabilität zwischen den Antworten bezüglich der Unterschiede im wahrgenommenen Humor erklärt werden können. Die restlichen 67,7 % konnten durch unsere Daten nicht erklärt werden. Dementsprechend werden 32,3 % der Varianz in der Wahrnehmung von Humor durch Alter, Geschlecht, Englischkenntnisse, kulturellen Hintergrund, Erfahrung mit einem Aufenthalt in einem englischsprachigen Land, Dauer des Aufenthalts in einem englischsprachigen Land, vorheriges Ansehen der Serie *Friends* und die Häufigkeit dieses Ansehens, vorheriges Ansehen der untersuchten *Friends*-

Szene und Lachen im Hintergrund erklärt. Aus den Ergebnissen geht hervor, dass in der ersten Szene die folgenden Variablen: Alter; Häufigkeit, mit der die Teilnehmer *Friends* gesehen haben; kultureller Hintergrund und Lachen im Hintergrund signifikant waren und eine Rolle bei der Wahrnehmung von Humor spielten.

Auf diese Weise zeigen die Ergebnisse dieser Szene, dass je öfter der Teilnehmer die Serie *Friends* gesehen hat, desto humorvoller nimmt er Szene 1 wahr. Tatsächlich ist der wahrgenommene Humor von Befragten, die die Serie nur einmal komplett gesehen haben, um 0,308 niedriger als der wahrgenommene Humor von Befragten, die die Serie mehrmals komplett gesehen haben. Außerdem ist der wahrgenommene Humor der Befragten, die einige Staffeln gesehen haben, um 0,626 niedriger, während der wahrgenommene Humor der Teilnehmer, die einige Episoden gesehen haben, um 0,939 niedriger ist als der wahrgenommene Humor der Teilnehmer, die die Serie mehrmals komplett gesehen haben. Der größte Unterschied wurde zwischen den Teilnehmern, die *Friends* nie gesehen hatten, und denjenigen, die die Serie mehrmals komplett gesehen hatten, beobachtet. Der wahrgenommene Humor der Teilnehmer, die *Friends* nie gesehen haben, ist um 1,32 niedriger als der der Teilnehmer, die die Serie mehrmals komplett gesehen haben. Es lässt sich also sagen, dass Szene 1 umso witziger wahrgenommen wird, je häufiger die Serie gesehen wurde. Das Ansehen der Serie und die Häufigkeit, mit der sie gesehen wurde, erweist sich also als ein Einflussfaktor für die Wahrnehmung von Humor in Szene 1.

Zwar hat die Häufigkeit, mit der die Serie geschaut wurde, eine Bedeutung für die Wahrnehmung von Humor in Szene 1, das ist aber nicht der einzige Faktor, der eine Rolle spielt. Zusätzlich stellte sich heraus, dass eine andere Variable einen Einfluss auf die Wahrnehmung von Humor zu haben scheint: Das Alter. Es zeigte sich, dass jedes Mal, wenn ein Teilnehmer ein Jahr älter wurde, der wahrgenommene Humor im Vergleich zum Vorjahr um die Einheit 0,035 abnahm. Daraus lässt sich schließen, dass die Teilnehmer die Szenen umso weniger lustig finden, je älter sie sind. Demnach würden die Teilnehmer dieser Studie in 10 Jahren *Friends* um 0,35 Einheiten weniger lustig finden als heute.

Es erwies sich weiterhin, dass das für *Friends* typische Lachen im Hintergrund einen Einfluss auf die Wahrnehmung des Humors in dieser Szene hat. Falls das Lachen im Hintergrund als Einfluss auf den Humor beurteilt wird, dann ist der wahrgenommene Humor um 0,453 Einheiten höher als der wahrgenommene Humor, wenn das Lachen keine Rolle bei der

Wahrnehmung von Humor spielt. Darüber hinaus ist es wichtig zu erwähnen, dass dieses Ergebnis angesichts der Tatsache, dass die in dieser Studie verwendete Likert-Skala von 1 bis 5 reicht, recht repräsentativ ist und daher berücksichtigt wird. Es kann also hervorgehoben werden, dass das Lachen im Hintergrund somit eine wichtige Rolle bei der Wahrnehmung von Humor in Szene 1 spielt.

Die letzte Variable, die bei der Wahrnehmung des Humors in Szene 1 berücksichtigt wurde, ist der kulturelle Hintergrund. Wie bereits erwähnt, zeigen die Ergebnisse, dass die Teilnehmer mit englischsprachigem Hintergrund den niedrigsten Humor wahrnahmen. Die französischsprachige Stichprobe hingegen empfand Szene 1 als am humorvollsten. Aus den Zahlen geht hervor, dass der wahrgenommene Humor der französischsprachigen Teilnehmer um 0,541 höher ist als der der englischsprachigen Teilnehmer. Außerdem ist der von der chinesischen Kultur wahrgenommene Humor in Szene 1 um 0,446 Einheiten niedriger als der von den englischsprachigen Teilnehmern. Das bedeutet, dass die chinesischen Teilnehmer Szene 1 etwas weniger lustig fanden, als die französischsprachigen, aber lustiger als die englischsprachigen.

Szene 2

Die Analyse ergibt, dass das R^2 0,348 betrug, was bedeutet, dass 34,8 % der Variabilität zwischen den Antworten bezüglich der Unterschiede im wahrgenommenen Humor erklärt werden können. Die restlichen 65,2 % können durch unsere Datenerhebungen nicht erklärt werden. Somit werden etwa 34,8 % der Varianz in der Wahrnehmung von Humor durch Alter, Geschlecht, Englischkenntnisse, kulturellen Hintergrund, Erfahrung mit einem Aufenthalt in einem englischsprachigen Land, Dauer des Aufenthalts in einem englischsprachigen Land, vorheriges Ansehen der Serie *Friends* und die Häufigkeit dieses Ansehens, vorheriges Ansehen der untersuchten *Friends*-Szene und Lachen im Hintergrund erklärt. Darüber hinaus zeigt die Varianzanalyse (Anova) ein $p < 0,001$, was darauf hindeutet, dass einige Variablen in dieser Analyse signifikant sind. Daraus wurde gefolgert, dass auch die Ergebnisse bezogen auf Szene 2 weiter untersucht werden sollten.

Coefficients ^a					
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	Sig.
		B	Std. Error	Beta	
1	(Constant)	1,786	,199		8,973
	LaughterGeneral=Yes	,473	,211	,193	2,238
	SeenScene=Yes	1,191	,213	,483	5,605

a. Dependent Variable: Perceived humor

Tabelle 11. Die Ergebnisse der linearen Regression, die in der Studie über die Faktoren der Humorwahrnehmung in Szene 2 durchgeführt wurde.

Auf der Grundlage der Ergebnisse der linearen Regression wird deutlich, dass in Szene 2 folgende Variablen signifikant sind: Das Lachen im Hintergrund und ob die Szene bereits gesehen wurde oder nicht. Wie es bereits in Szene 1 beobachtet werden konnte, scheint das Lachen im Hintergrund auch in Szene 2 die Humorwahrnehmung zu beeinflussen. Tatsächlich ist der wahrgenommene Humor in Szene 2 insgesamt höher, wenn das Lachen im Hintergrund als relevant für die Humorwahrnehmung eingeschätzt wird, als wenn das Lachen als nicht relevant für den wahrgenommenen Humor eingeschätzt wird. Darüber hinaus ist aus den Zahlen ersichtlich, dass es eine Rolle spielt, ob man Szene 2 schon einmal gesehen wurde. Es lässt sich fundiert zeigen, dass der wahrgenommene Humor um 1,191 höher war, wenn Szene 2 bereits gesehen worden war.

Szene 3

Bei der Untersuchung von Szene 3 wurde R^2 zu 0,186 berechnet, was bedeutet, dass hier nur 18,6 % der Variabilität zwischen den Antworten bezüglich der Unterschiede im wahrgenommenen Humor erklärt werden können. Die restlichen 81,4 % konnten durch die hier erhobenen Daten nicht erklärt werden. Daher werden etwa 18,6 % der Varianz in der Wahrnehmung von Humor durch Alter, Geschlecht, Englischkenntnisse, kulturellen Hintergrund, Erfahrung mit einem Aufenthalt in einem englischsprachigen Land, Dauer des Aufenthalts in einem englischsprachigen Land, vorheriges Ansehen der Serie *Friends* und die Häufigkeit dieses Ansehens, vorheriges Ansehen der untersuchten *Friends*-Szene und Lachen im Hintergrund erklärt. Außerdem legt die Varianzanalyse (Anova) einen p-Wert von 0,89 fest, was zeigt, dass keine der hier untersuchten Variablen in dieser Szene signifikanten Einfluss auf die Wahrnehmung des Humors zu haben scheint. Dennoch wurden die Daten trotz eines $p > 0,05$ getestet, um zu sehen, ob eine Variable dennoch einen Einfluss auf die Wahrnehmung von Humor haben könnte. Die lineare Regression ergibt, dass eine Variable signifikant war.

Die Ergebnisse deuten darauf hin, dass die Variable, die die Wahrnehmung von Humor in Szene 3 beeinflusst, das Lachen im Hintergrund ist. Wenn das Lachen als humorbeeinflussend eingestuft wird, ist der wahrgenommene Humor in Szene 3 um 0,787 höher, verglichen mit dem Lachen im Hintergrund das nicht als humorbeeinflussend eingestuft wird. Darüber hinaus wurde festgestellt, dass die Daten redundant waren, obwohl zwischen Hintergrundlachen im Allgemeinen und Hintergrundlachen in jeder Szene unterschieden wurde. Aus diesem Grund wurde sich auf das Hintergrundlachen im allgemeinen beschränkt und das Hintergrundlachen bezogen auf jede Szene vernachlässigt. Die folgende Tabelle bestätigt, dass sich die Antworten zum Lachen im Hintergrund allgemein und zum Lachen im Hintergrund für jede Szene nicht unterscheiden.

LaughterGeneral=Yes * Laughter=yes Crosstabulation			
Count		Laughter=yes	
		,00	1,00
LaughterGeneral=Yes	,00	0	402
	1,00	454	0
Total		454	402
			856

Tabelle 12. Die Ergebnisse der linearen Regression, die in der Studie über die Faktoren der Humorwahrnehmung in Szene 3 durchgeführt wurde.

Es ist daher ersichtlich, dass es sich hierbei um keine individuellen Variablen handelt, die die Wahrnehmung des Humors in dieser Szene beeinflussen. Tatsächlich haben der kulturelle Hintergrund, die Englischkenntnisse, das Alter, das Geschlecht, die eines Aufenthalts in einem englischsprachigen Land und die Dauer dieses Aufenthalts, das vorherige Ansehen von *Friends* und die Häufigkeit dieses Ansehens sowie das vorherige Ansehen der untersuchten *Friends*-Szene keinen Einfluss auf den Humor der Szene 3. Die Zahlen offenbaren, dass der textinhärente Faktor, das Lachen im Hintergrund, die Wahrnehmung des Humors in Szene 3 beeinflusst.

Szene 4

In Szene 4 kann R^2 mit 0,203 berechnet werden, was bedeutet, dass nur 20,3 % der Variabilität zwischen den Antworten bezüglich der Unterschiede im wahrgenommenen Humor erklärt werden können. Die restlichen 79,7 % konnten durch die hier erhobenen Daten nicht erklärt werden und werden durch andere Variablen beeinflusst. Daher werden 20,3 % der Varianz in

der Wahrnehmung von Humor durch Alter, Geschlecht, Englischkenntnisse, kulturellen Hintergrund, Erfahrung mit einem Aufenthalt in einem englischsprachigen Land, Dauer des Aufenthalts in einem englischsprachigen Land, vorheriges Ansehen der Serie *Friends* und die Häufigkeit dieses Ansehens, vorheriges Ansehen der untersuchten *Friends*-Szene und Lachen im Hintergrund erklärt. Die Varianzanalyse (Anova) legt ein p-Wert von 0,144, was einer Signifikanz der einzelnen Variablen auf die Wahrnehmung von Humor widerspricht. Trotz der Ergebnisse des Anova-Tests wurden die Daten getestet, um zu untersuchen, ob eine Variable dennoch einen Einfluss hat, insbesondere angesichts der Reaktionen, die in der qualitativen Analyse der Antworten beobachtet wurden. Die lineare Regression wies auf die Signifikanz einer Variable hin: Das vorherige Ansehen der untersuchten *Friends*-Szene. Es erscheint, dass diese Variable von entscheidender Bedeutung für die Wahrnehmung des Humors in Szene 4 ist.

Die Ergebnisse unterstreichen, dass wenn Szene 4 bereits zuvor von der Stichprobe gesehen wurde, der in Szene 4 wahrgenommene Humor um 0,784 Einheiten als lustiger eingestuft wurde als bei der Stichprobe, die die Szene zuvor nicht gesehen hatte. Anhand dieser Ergebnisse konnte bewiesen werden, dass die anderen individuellen Faktoren wie Alter, Geschlecht, Englischkenntnisse, kultureller Hintergrund, Erfahrung mit einem Aufenthalt in einem englischsprachigen Land, Dauer des Aufenthalts in einem englischsprachigen Land, vorheriges und häufiges Ansehen der Serie *Friends* und der textinhärente Faktor, das Lachen im Hintergrund, keine wichtige Rolle bei der Wahrnehmung des Humors dieser Szene spielen. Die Inkongruenztheorie, die die Bedeutung des Überraschungseffekts im Humor hervorhebt, um Lachen zu erzeugen, wird in dieser Szene also in Frage gestellt. In der Tat ist es wichtig zu bemerken, dass die vorherige Kenntnis der Szene 4 wesentlich für die Wahrnehmung des Humors in Szene 4 ist, was nahelegt, dass der Überraschungseffekt hier keinen positiven Einfluss auf den Humor der Zuschauenden hat.

Szene 5

Die Analyse von Szene 5 ergab, dass R^2 0,370 betrug, was darauf hindeutet, dass nur 37 % der Variabilität zwischen den Antworten bezüglich der Unterschiede im wahrgenommenen Humor anhand meiner Daten erklärt werden können. Die restlichen 63 % können also nicht durch die Daten erklärt werden. Es muss daher hervorgehoben werden, dass etwa 37 % der Varianz in der Wahrnehmung des Humors in Szene 5 durch das Alter, das Geschlecht, die

Englischkenntnisse, den kulturellen Hintergrund, die Erfahrung eines Aufenthalts in einem englischsprachigen Land, die Dauer des Aufenthalts in einem englischsprachigen Land, das vorherige Ansehen der Serie *Friends* und die Häufigkeit dieses Ansehens, das vorherige Ansehen der untersuchten *Friends*-Szene und das Lachen im Hintergrund zu erklären ist. Außerdem stellte sich bei der Varianzanalyse (Anova) ein p-Wert von unter 0,001 heraus, was zeigt, dass die betrachteten Variablen in dieser Szene signifikant sind und somit einen echten Einfluss auf die Wahrnehmung von Humor haben. Aus diesem Grund ist es interessant zu untersuchen, welche Variablen den humorvollen Charakter der Szene beeinflusst haben.

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1,503	,276		5,444	<,001
	LaughterGeneral=Yes	,768	,210	,322	3,652	<,001
	Culture1=China	,317	,287	,121	1,107	,271
	Culture1=France/Belgium	,744	,266	,312	2,796	,006
	SeenScene=Yes	,797	,215	,324	3,700	<,001

a. Dependent Variable: Perceived humor

Tabelle 13. Die Ergebnisse der linearen Regression, die in der Studie über die Faktoren der Humorwahrnehmung in Szene 5 durchgeführt wurde

Es wurde eine lineare Regression durchgeführt, um die Variablen zu analysieren, die eine Rolle bei der Wahrnehmung von Humor in Szene 5 spielen. Die Ergebnisse legen offen, dass das vorherige Anschauen der Szene, der kulturelle Hintergrund und das Lachen im Hintergrund die Wahrnehmung von Humor in dieser Szene beeinflussen. Ähnlich wie bei Szene 4 lässt sich also feststellen, dass der wahrgenommene Humor in Szene 5 höher war, wenn die Szene zuvor von der Stichprobe angesehen wurde. An dieser Stelle zeigen die Ergebnisse, dass wenn die Szene bereits zuvor gesehen worden war, der wahrgenommene Humor um 0,797 Einheiten höher war als der von den Befragten wahrgenommene Humor, die die Szene noch nie gesehen hatten.

Darüber hinaus ergibt sich aus der linearen Regression, dass der kulturelle Hintergrund auch in Szene 5 eine Rolle spielt. Es ist sogar möglich, einen Unterschied zwischen der chinesischen, der englischsprachigen und der französischsprachigen Kultur in Bezug auf die Wahrnehmung von Humor zu erkennen. Dabei wird deutlich, dass die Ergebnisse für die chinesische Kultur nicht signifikant sind, während die Ergebnisse für die französischsprachige Kultur signifikant sind. Daher wird die Variable in weiteren Untersuchungen berücksichtigt. Die Ergebnisse zeigen, dass der von der französischsprachigen Kultur wahrgenommene Humor um 0,744 Einheiten höher liegt, während der von der chinesischen Kultur wahrgenommene Humor im Vergleich zur amerikanischen Kultur um 0,317 Einheiten höher ist. Auf diese Weise erweist

sich die französischsprachige Kultur als diejenige, die den Humor in Szene 5 am stärksten wahrnimmt.

Die letzte Variable, die sich auf die Wahrnehmung von Humor in Szene 5 auswirkt, ist das Lachen im Hintergrund. Wenn die Stichprobe der Meinung ist, dass das Lachen im Hintergrund die Wahrnehmung von Humor beeinflusst, dann ist der wahrgenommene Humor in Szene 5 um 0,768 Einheiten höher, als wenn dies nicht ihrer Meinung entspricht. Auf diese Weise lässt sich schlussfolgern, dass die Stichprobe, wenn sie das Lachen im Hintergrund positiv in Bezug auf den Humor bewertet, den Humor in der Szene höher einschätzt.

Szene 6

Um die Wahrnehmung in Szene 6 und die verschiedenen Variablen zu analysieren, wurde eine lineare Regression durchgeführt. Die Ergebnisse zeigten, dass R^2 einem Wert von 0,235 zugeordnet werden konnte, was bedeutet, dass 23,5 % der Variabilität zwischen den Antworten bezüglich der Unterschiede im wahrgenommenen Humor erklärt werden können. Die restlichen 76,5 % konnten durch die erhaltenen Daten nicht erklärt werden. Daher werden 23,5 % der Varianz in der Wahrnehmung von Humor durch Alter, Geschlecht, Englischkenntnisse, kulturellen Hintergrund, Erfahrung mit einem Aufenthalt in einem englischsprachigen Land, Dauer des Aufenthalts in einem englischsprachigen Land, vorheriges Ansehen der Serie *Friends* und die Häufigkeit dieses Ansehens, vorheriges Ansehen der untersuchten *Friends*-Szene und Lachen im Hintergrund erklärt. Bei der Varianzanalyse (Anova) wurde jedoch festgestellt, dass p einen Wert von 0,055 hat, was bedeutet, dass die Variablen in dieser Szene nicht signifikant sind und somit keinen Einfluss auf die Wahrnehmung des Humors in dieser Szene haben. Trotzdem wurde ein Test durchgeführt, um herauszufinden, ob eine Variable dennoch einen Einfluss auf die Wahrnehmung von Humor hat. Dabei wurde festgestellt, dass zwei Variablen sich als signifikant herausstellten.

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4,105	,209		19,602	<,001
	Exchange=Yes	-,465	,229	-,192	-2,032	,045
	Frequency=Haven't seen	-,729	,329	-,228	-2,215	,029
	Frequency=some episodes	-1,081	,283	-,396	-3,825	<,001
	Frequency=Some seasons	-,276	,417	-,086	-,662	,510
	Frequency=the whole series once	-,595	,317	-,190	-1,879	,063

a. Dependent Variable: Perceived humor

Tabelle 14. Die Ergebnisse der linearen Regression, die in der Studie über die Faktoren der Humorwahrnehmung in Szene 6 durchgeführt

Aufgrund der Zahlen (siehe Tabelle 14) lässt sich sagen, dass nicht alle Variablen statistisch signifikant sind, mit Ausnahme des Aufenthalts im Ausland und der Häufigkeit, mit der die Stichprobe *Friends* gesehen hat (nie, einige Folgen, einige Staffeln, die ganze Serie einmal, die ganze Serie mehrmals). Es zeigt sich also, dass der wahrgenommene Humor um 0,465 Einheiten höher war, wenn die Stichprobe, die keinen Aufenthalt in einem englischsprachigen Land gemacht hatte, als wenn die Stichprobe einen Aufenthalt gemacht hat. Es lässt sich demnach nachweisen, dass die Teilnahme an einem Aufenthalt nicht zu einer besseren Wahrnehmung von Humor führt.

Weiterhin hat es sich herausgestellt, dass die Häufigkeit, mit der die Stichprobe die Serie *Friends* gesehen hat, die Wahrnehmung des Humors in Szene 6 beeinflusst. Es scheint, dass die Serie mehrmals komplett gesehen zu haben, zu einer besseren Bewertung des wahrgenommenen Humors führt. In diesem Sinne wurde der wahrgenommene Humor von den Teilnehmern, die die Serie nur mehrmals komplett gesehen hatten, besser bewertet. Außerdem ist der wahrgenommene Humor der Stichprobe, die einige Staffeln von *Friends* gesehen hat, um 0,276 niedriger, während der wahrgenommene Humor der Befragten, die nur einige Episoden gesehen haben, um 1,081 Einheiten niedriger ist als bei der Stichprobe, die die gesamte Serie mehrmals gesehen hat. Es lässt sich daher eine deutliche Tendenz zugunsten des mehrmaligen Ansehens der gesamten Serie erkennen. Die Vertrautheit mit der Handlung, den Charakteren usw. wirkt sich also positiv auf den in Szene 6 wahrgenommenen Humor aus.

Daher bedeutet dies, dass andere individuelle und textuelle Faktoren wie Alter, Geschlecht, Englischkenntnisse, kultureller Hintergrund, Dauer des Austauschs in einem englischsprachigen Land, Ansehen der Serie *Friends*, vorheriges Ansehen der untersuchten *Friends*-Szene und Lachen im Hintergrund keinen Einfluss auf die Wahrnehmung des Humors der Stichprobe in dieser Szene haben.

Szene 7

Bei dieser Analyse wurde R^2 mit 0,316 berechnet, was bedeutet, dass 31,6 % der Variabilität zwischen den Antworten in Bezug auf die Unterschiede im wahrgenommenen Humor erklärt werden können. Die restlichen 68,4 % können durch die Daten nicht erklärt werden. Daher werden etwa 31,6 % der Varianz in der Wahrnehmung von Humor durch Alter, Geschlecht, Englischkenntnisse, kulturellen Hintergrund, Erfahrung mit einem Aufenthalt in einem

englischsprachigen Land, Dauer des Aufenthalts in einem englischsprachigen Land, vorheriges Ansehen der Serie *Friends* und die Häufigkeit dieses Ansehens, vorheriges Ansehen der untersuchten *Friends*-Szene und Lachen im Hintergrund erklärt. Aus der Varianzanalyse (Anova) erhalte ich einen p-Wert von 0,002, was zeigt, dass die Variablen in dieser Szene sehr signifikant sind und somit einen echten Einfluss auf die Wahrnehmung von Humor haben. Aufgrund dieser Ergebnisse ist es sinnvoll die einzelnen Variablen, die einen Einfluss auf das Humorempfinden haben weiter zu definieren.

Coefficients ^a						
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	3,029	,292		10,387	<,001
	Seen=No	-,732	,342	-,223	-2,140	,035
	LaughterGeneral=Yes	,528	,219	,214	2,412	,018
	SeenScene=Yes	1,199	,265	,474	4,528	<,001

a. Dependent Variable: Perceived humor

Tabelle 15. Die Ergebnisse der linearen Regression, die in der Studie über die Faktoren der Humorwahrnehmung in Szene 7 durchgeführt wurde.

Die Variablen, die sich als einflussreich für die Wahrnehmung des Humors in Szene 7 erwiesen, sind die folgenden: Bereits zuvor *Friends* gesehen zu haben, die Szene bereits zuvor gesehen zu haben und das Lachen im Hintergrund. Die Ergebnisse unterstreichen, dass es entscheidend ist, die Serie oder sogar die Szene vorher gesehen zu haben, um den Humor in Szene 5 besser wahrnehmen zu können. Die Zahlen zeigen, dass der wahrgenommene Humor in der Stichprobe, die *Friends* noch nie gesehen hat, um 0,732 Einheiten niedriger ist als in der Stichprobe, die die Serie schon einmal gesehen hat. Darüber hinaus stellt sich heraus, dass die Ergebnisse denselben Trend für die Befragten zeigen, die die Szene bereits zuvor gesehen haben. Tatsächlich wurde der wahrgenommene Humor von den Befragten, die die Szene bereits gesehen hatten, um 1,199 Einheiten lustiger eingeschätzt als von der Stichprobe, die die Szene noch nie gesehen hatte. Es fällt auf, dass die Vertrautheit mit dem, was in der Szene passiert, für eine bessere Wahrnehmung des Humors spricht.

Darüber hinaus hat sich herausgestellt, dass das Vorhandensein von Lachen im Hintergrund die Wahrnehmung von Humor in Szene 7 fördert. Wenn das Lachen im Hintergrund als Einfluss auf die Wahrnehmung von Humor bewertet wird, wird der wahrgenommene Humor in dieser Szene um 0,528 Einheiten lustiger eingeschätzt, als wenn das Lachen keinen Einfluss auf die Wahrnehmung von Humor hat. Es zeigt sich also, dass das Lachen im Hintergrund auf diese

Weise in Szene 7 wichtig ist, da es die Zuschauer beeinflusst, die Szenen als lustig zu empfinden.

In diesem Sinne kann daraus gefolgert werden, dass die anderen individuellen Faktoren keine Rolle bei der Wahrnehmung des Humors in der Szene spielen: Alter, Geschlecht, Englischkenntnisse, kultureller Hintergrund, Aufenthalt in einem englischsprachigen Land, die Dauer dieses Aufenthalts und die Häufigkeit, mit der sie *Friends* gesehen haben.

Szene 8

Die Zahlen aus der Analyse von Szene 8 legen nahe, dass 31,6 % der Variabilität zwischen den Antworten zu den Unterschieden im wahrgenommenen Humor in dieser Szene erklärt werden können. Es ergibt sich also, dass 31,6 % der Varianz in der Wahrnehmung des Humors durch Alter, Geschlecht, Englischkenntnisse, kulturellen Hintergrund, Aufenthalt in einem englischsprachigen Land, Dauer des Aufenthalts in einem englischsprachigen Land, Anschauen von *Friends* und Häufigkeit, Anschauen der Szene und Lachen im Hintergrund erklärt werden kann. Aus der Varianzanalyse (Anova) geht hervor, dass p einen Wert von 0,026 hat, was darauf hindeutet, dass die Variablen signifikant sind und die Wahrnehmung des Humors in dieser Szene beeinflussen.

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2,886	,178		16,232	<,001
	SeenScene=Yes	,653	,232	,265	2,819	,006

a. Dependent Variable: Perceived humor

Tabelle 16. Die Ergebnisse der linearen Regression, die in der Studie über die Faktoren der Humorwahrnehmung in Szene 8 durchgeführt wurde

Es wird deutlich, dass die Variable, die die Wahrnehmung des Humors der Teilnehmer in Szene 8 beeinflusst ist, die Szene bereits zuvor gesehen zu haben. Die Ergebnisse der linearen Regression weisen darauf hin, dass es für die Wahrnehmung von Humor wichtig ist, Szene 8 bereits gesehen zu haben. Tatsächlich empfindet die Stichprobe, die diese Szene schon einmal gesehen hat, die Szene um 0,653 Einheiten lustiger im Vergleich zu der Stichprobe, die sie noch nie gesehen hat. Der Humor in dieser Szene ist nur durch das Anschauen der Szene gerechtfertigt. Es erweist sich also als wichtig, die Szene bereits gesehen zu haben, um mit der

Geschichte, den Figuren, den Beziehungen zwischen den Figuren usw. vertraut zu sein. Daraus ergibt sich, dass es notwendig sein kann, die Szene mindestens einmal vorher gesehen zu haben, um bestimmte Aspekte besser zu verstehen, die bei der ersten Sichtung nicht unbedingt wahrgenommen wurden.

Daher spielen andere individuelle und textinhärente Faktoren bei der Wahrnehmung des Humors der Szene keine Rolle: Alter, Geschlecht, Englischkenntnisse, kultureller Hintergrund, Aufenthalt in einem englischsprachigen Land, Dauer des Aufenthalts in einem englischsprachigen Land, vorheriges Anschauen von *Friends* und die Häufigkeit des Anschauens, sowie Lachen im Hintergrund.

Zusammenfassend lässt sich sagen, dass sich nach der Analyse der verschiedenen Szenen mithilfe einer linearen Regression weitere Variablen als einflussreich auf die Wahrnehmung von Humor erwiesen haben. Wie bereits in der ersten linearen Regression festgestellt wurde, spielen der kulturelle Hintergrund und die Häufigkeit, mit der die Serie gesehen wird, eine Rolle bei der Wahrnehmung von Humor. Die Ergebnisse verdeutlichen, dass die französischsprachige Kultur die Szenen als humorvoller empfindet als die chinesische oder englischsprachige Kultur. Neben der Häufigkeit, mit der *Friends* gesehen wird, scheint auch die Variable, ob eine bestimmte Szene gesehen wurde, eine wichtige Rolle bei der Wahrnehmung des Humors zu spielen, denn diese Variable erwies sich bei der Analyse der acht Szenen fünfmal als signifikant. Es deutet also darauf hin, dass die Wahrnehmung verbessert wird, wenn die Stichprobe *Friends* bereits gesehen hat, und noch weiter verbessert, wenn die Stichprobe die Szene schon einmal gesehen hat. Es hat auch den Anschein, dass es ein wichtiger Faktor ist, *Friends* gesehen zu haben. Offensichtlich wird der Humor umso positiver wahrgenommen, je vertrauter die Stichprobe mit der Handlung ist.

Weiterhin wurde festgestellt, dass Lachen im Hintergrund ebenfalls fünf von acht Mal als signifikant eingestuft wurde. Daraus lässt sich schlussfolgern, dass diese die Wahrnehmung des Humors in der Serie *Friends* beeinflusst. Die Variablen Alter und Aufenthalt wurden jeweils einmal in den Ergebnissen angezeigt, was bedeutet, dass sie einen Einfluss auf die Wahrnehmung haben, auch wenn dieser geringer ausfällt als bei anderen Variablen.

6.1.3 Weitere Analysen zu den Einflussfaktoren auf die Wahrnehmung von Humor

6.1.3.1 Der Einfluss des kulturellen Hintergrunds auf die Wahrnehmung von Humor

Bei genauerer Betrachtung der einzelnen Variablen lassen sich weitere Informationen ableiten, die in dieser Studie ebenfalls von Interesse sind. Aus einer linearen Regression und mit einem Tukey-Spannweitentest lassen sich detailliertere Informationen über jede unabhängige Variable, in diesem Fall den kulturellen Hintergrund, ableiten.

In einem ersten Schritt wurde eine lineare Regression durchgeführt, die nur den kulturellen Hintergrund berücksichtigt. Die Ergebnisse der Varianzanalyse (ANOVA) dieser Analyse ergeben einen p-Wert von $<0,001$, was bedeutet, dass sich die Wahrnehmung von Humor in Abhängigkeit von der Kultur des Befragten signifikant ändert.

Coefficients ^a					
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	
Model		B	Std. Error	Beta	t
1	(Constant)	2,943	,089		33,169
	Culture1=China	,045	,118	,016	,379
	Culture1=France/Belgium	,444	,107	,178	4,136
					Sig.
					<,001
					,705
					<,001

a. Dependent Variable: Perceived humor

Tabelle 17. Die Ergebnisse der linearen Regression

Die Ergebnisse der Regression heben hervor, dass das durchschnittlich wahrgenommene Humorniveau in der französischsprachigen Kultur (Belgien und Frankreich) auf der Likert-Skala um 0,444 Einheiten höher liegt als in der englischsprachigen Kultur (UK und USA). Darüber hinaus lässt sich feststellen, dass das durchschnittliche Humorniveau, das von der chinesischen und der englischsprachigen Kultur wahrgenommen wird, den vorherigen Ergebnissen ähnelt. In der Tat zeigt sich, dass das durchschnittlich wahrgenommene Humorniveau auf der Likert-Skala für die chinesische Kultur im Vergleich zum durchschnittlich wahrgenommenen Humorniveau der englischsprachigen Kultur (UK / US) nur 0,045 Einheiten höher liegt. Daher zeigt ein Vergleich des durchschnittlich wahrgenommenen Humors zwischen den drei Kulturen, dass es signifikante Unterschiede gibt. Es hat sich herausgestellt, dass das durchschnittlich wahrgenommene Niveau für mindestens eine Kultur im Vergleich zu den anderen beiden signifikant unterschiedlich ist.

Als eine weitere Analyse, wurde ein Tukey-Expansionstest vorgenommen. Beim Tukey-Test weist die Varianzanalyse (ANOVA) dieser Studie einen p-Wert von 0,015 auf, woraus sich ableiten lässt, dass sich die Wahrnehmung von Humor in Abhängigkeit vom kulturellen Hintergrund des Befragten ändert. Mit Hilfe des Tukey-Tests ist ein paarweiser Vergleich von Variablen möglich.

Multiple Comparisons

Dependent Variable: Response
Tukey HSD

(I) Culture 1	(J) Culture 1	Mean Difference (I-J)	Std. Error	Sig.	95% Confidence Interval	
China	FR/BE	-,39508	,16638	,050	-,7907	,0005
	UK/US	,05444	,19936	,960	-,4196	,5285
FR/BE	China	,39508	,16638	,050	-,0005	,7907
	UK/US	,44952 [*]	,18094	,038	,0193	,8797
UK/US	China	-,05444	,19936	,960	-,5285	,4196
	FR/BE	-,44952 [*]	,18094	,038	-,8797	-,0193

*. The mean difference is significant at the 0.05 level.

Tabelle 18. Die Ergebnisse der linearen Regression

Aus den Ergebnissen des Tukey-Tests geht hervor, dass sich der durchschnittliche Humor, der in China wahrgenommen wird, signifikant von dem in Frankreich und Belgien unterscheidet. Darüber hinaus unterscheidet sich der in Großbritannien und Amerika wahrgenommene durchschnittliche Humor signifikant von dem in Frankreich und Belgien wahrgenommenen durchschnittlichen Humor. Es gibt jedoch keinen signifikanten Unterschied zwischen dem durchschnittlich wahrgenommenen Humor in der chinesischen und der englischsprachigen Kultur. In der Tat erweist es sich als schwierig, eine wirkliche Unterscheidung zwischen den beiden Kulturen zu treffen. An dieser Stelle kann geschlussfolgert werden, dass die französischsprachige Kultur einen Einfluss auf die Wahrnehmung des durchschnittliche empfundenen Humors hat.

Im vorliegenden Fall wird daher gezeigt, dass der kulturelle Hintergrund der Grund für die Unterschiede in der Humorwahrnehmung sein kann, wenn die Merkmale der Befragten mehr oder weniger ähnlich sind, das heißt, wenn ein mehr oder weniger gleicher Anteil von Männern und Frauen den Fragebogen beantwortet hat, sie sich in denselben Altersgruppen befinden, der gleichen sozialen Schicht angehören usw. Falls die Stichproben vergleichbar sind und somit ein Großteil der anderen untersuchten beeinflussenden Variablen entfallen, könnte der kulturelle Hintergrund der Grund für die Unterschiede in der Wahrnehmung von Humor sein.

6.1.3.2 Der Einfluss von Lachen im Hintergrund auf die Wahrnehmung von Humor

Um die Beziehung zwischen der Wahrnehmung von Humor und dem Lachen im Hintergrund weiter zu untersuchen, wurde ein Tukey-Expansionstest durchgeführt. Die Varianzanalyse (ANOVA) dieser Studie ergibt jedoch einen p-Wert von 0,775, was beweist, dass sich die Wahrnehmung von Humor in Abhängigkeit vom Hintergrundlachen nicht ändert, da der p-Wert $>0,05$ und sich diese Variable somit als nicht signifikant herausgestellt hat.

6.1.3.3 Der Einfluss, der Häufigkeit, mit der *Friends* angesehen wurde, auf die Wahrnehmung von Humor

Zur genaueren Untersuchung des Einflusses der Häufigkeit, mit der *Friends* gesehen wurde, auf die Wahrnehmung von Humor wurde auch hier mit einem Tukey-Expansionstest gearbeitet. Zunächst weist die Varianzanalyse (ANOVA) dieser Studie einen p-Wert von $<0,001$ auf, was hervorhebt, dass sich die Wahrnehmung von Humor mit der Häufigkeit, mit der die Stichprobe die Serie *Friends* gesehen hat, verändert. Nachfolgend wurde der Tukey-Test verwendet, um die Variablen paarweise zu vergleichen.

Multiple Comparisons

Dependent Variable: Response
Tukey HSD

		Mean Difference (I-J)	Std. Error	Sig.	95% Confidence Interval	
(I) Have you seen :	(J) Have you seen :				Lower Bound	Upper Bound
haven't seen	some episodes	,15752	,20853	,943	-,4216	,7367
	some seasons	-,60049	,27561	,196	-1,3659	,1649
	the whole series once	-,59355	,22611	,073	-1,2215	,0344
	the whole series several times	-,70409*	,19589	,004	-1,2481	-,1601
some episodes	haven't seen	-,15752	,20853	,943	-,7367	,4216
	some seasons	-,75801*	,25857	,033	-1,4761	-,0399
	the whole series once	-,75107*	,20500	,004	-1,3204	-,1817
	the whole series several times	-,86162*	,17109	<,001	-1,3368	-,3865
some seasons	haven't seen	,60049	,27561	,196	-,1649	1,3659
	some episodes	,75801*	,25857	,033	,0399	1,4761
	the whole series once	,00694	,27295	1,000	-,7511	,7650
	the whole series several times	-,10360	,24849	,994	-,7937	,5865
the whole series once	haven't seen	,59355	,22611	,073	-,0344	1,2215
	some episodes	,75107*	,20500	,004	,1817	1,3204
	some seasons	-,00694	,27295	1,000	-,7650	,7511
	the whole series several times	-,11055	,19213	,978	-,6441	,4230
the whole series several times	haven't seen	,70409*	,19589	,004	,1601	1,2481
	some episodes	,86162*	,17109	<,001	,3865	1,3368
	some seasons	,10360	,24849	,994	-,5865	,7937
	the whole series once	,11055	,19213	,978	-,4230	,6441

*. The mean difference is significant at the 0.05 level.

Tabelle 19. Die Ergebnisse der linearen Regression

Anhand der Ergebnisse des Tukey-Tests wurde der Vergleich zwischen den verschiedenen Häufigkeiten, mit denen *Friends* gesehen wurde, durchgeführt. Nach erster Begutachtung weisen die Ergebnisse darauf hin, dass der durchschnittlich wahrgenommene Humor der Befragten, die *Friends* noch nie zuvor gesehen haben, sich nicht signifikant von dem durchschnittlich wahrgenommenen Humor der Befragten unterscheidet, die nur einige Episoden, Staffeln oder die gesamte Serie einmal gesehen haben, denn der p-Wert ist größer als 0,05. Es wurde jedoch nach weiteren Analysen festgestellt, dass sich der durchschnittlich wahrgenommene Humor der Befragten, die *Friends* noch nie zuvor gesehen haben, signifikant von dem durchschnittlich wahrgenommenen Humor der Befragten, die die gesamte Serie mehrmals gesehen haben, unterscheidet, da bei diesen beiden Variablen ein p-Wert kleiner als 0,05 berechnet wurde.

Im Anschluss an die Ergebnisse des Tukey-Tests wurden weitere Vergleiche angestellt. Es konnte weiterhin nachgewiesen werden, dass der durchschnittlich wahrgenommene Humor der Befragten, die nur einige Episoden von *Friends* gesehen haben, sich nicht signifikant von dem durchschnittlich wahrgenommenen Humor der Befragten, die *Friends* noch nie zuvor gesehen haben, unterscheidet. Im Gegensatz dazu wurde festgestellt, dass sich der durchschnittlich wahrgenommene Humor der Befragten, die nur einige Folgen *Friends* gesehen haben, signifikant vom durchschnittlich wahrgenommenen Humor der Befragten unterscheidet, die einige Staffeln, die ganze Serie einmal oder die ganze Serie mehrmals gesehen haben.

Der Vergleich der Ergebnisse des Tukey-Tests beweist, dass der durchschnittlich wahrgenommene Humor der Befragten, die einige Staffeln *Friends* gesehen haben, sich nicht signifikant von dem durchschnittlich wahrgenommenen Humor der Befragten unterscheidet, die *Friends* nie gesehen haben, die die gesamte Serie einmal oder mehrmals gesehen haben. Hingegen wurde gezeigt, dass sich der durchschnittlich wahrgenommene Humor der Befragten, die einige Staffeln *Friends* gesehen haben, signifikant von dem durchschnittlich wahrgenommenen Humor der Befragten unterscheidet, die einige Episoden der Serie gesehen haben.

Weiterhin unterscheidet sich der durchschnittlich wahrgenommene Humor der Befragten, die die Serie *Friends* einmal komplett gesehen haben, nicht signifikant von dem wahrgenommenen durchschnittlichen Humor der Befragten, die *Friends* nie gesehen haben, die Serie *Friends* mehrmals komplett gesehen haben oder die einige Staffeln gesehen haben. Jedoch weicht der

durchschnittlich wahrgenommene Humor der Befragten, die die Serie *Friends* einmal komplett gesehen haben, signifikant von dem durchschnittlich wahrgenommenen Humor der Befragten ab, die nur ein paar Folgen gesehen haben.

Schließlich ergibt sich aus den Ergebnissen des Tukey-Tests, dass der durchschnittlich wahrgenommene Humor der Befragten, die die Serie *Friends* mehrmals vollständig gesehen haben, sich nicht signifikant von dem durchschnittlich wahrgenommenen Humor der Befragten unterscheidet, die die Serie *Friends* einmal vollständig oder einige Staffeln gesehen haben. Daraus folgt zusätzlich, dass der durchschnittlich wahrgenommene Humor der Befragten, die die Serie *Friends* mehrmals komplett gesehen haben, sich signifikant von dem durchschnittlich wahrgenommenen Humor der Befragten unterscheidet, die *Friends* nie oder nur einige Staffeln gesehen haben.

Zusammenfassend lässt sich als Haupttendenz aus dieser Analyse ableiten, dass ein signifikanter Unterschied zwischen dem durchschnittlich wahrgenommenen Humor von Befragten, die die gesamte Serie *Friends* mehrmals gesehen haben, und Befragten, die die Serie nie gesehen haben, zu beobachten ist. Es kristallisiert sich heraus, dass es zwei Gruppen gibt, die sich voneinander abheben: Die Gruppe derjenigen, die die Serie mehrmals komplett, einmal oder einige Staffeln gesehen haben und die Gruppe derjenigen, die nur einige Episoden oder nie gesehen haben. Daher kann gesagt werden, dass je häufiger die Befragten *Friends* gesehen haben und somit die Serie kennen, desto humorvoller beurteilen sie die Serie. Eine Vermutung ist, dass sie die Serie mehrmals sehen, weil sie sich unter anderem von dem darin wahrgenommenen Humor angesprochen fühlen. Im Gegensatz zu den Befragten, die *Friends* nie oder nur einige Episoden gesehen haben, haben diese die Serie nie begonnen oder nicht fortgesetzt, weil ihnen der wahrgenommene Humor nicht gefiel.

6.1.3.4 Der Einfluss des Alters auf die Wahrnehmung von Humor

Um den Einfluss des Alters auf die Wahrnehmung des durchschnittlichen Humors genauer zu untersuchen, wurde eine lineare Regression erstellt. Die Varianzanalyse (ANOVA) dieser Studie ergab einen p-Wert von 0,185, was zeigt, dass sich die Wahrnehmung des Humors mit dem Alter des Teilnehmers ändert, aber nicht signifikant, da der p-Wert bei $>0,05$ liegt.

6.1.3.5 Der Einfluss, *Friends* schon gesehen zu haben, auf die Wahrnehmung von Humor

In Anbetracht der vorherigen Ergebnisse, die gezeigt haben, dass das vorherige Anschauen von *Friends* die Wahrnehmung von Humor bei der Analyse von Szenen beeinflusst, wurde eine lineare Regression durchgeführt, die nur diese Variable berücksichtigt hat. Die Varianzanalyse (ANOVA) dieser Studie ergab zunächst einen p-Wert von 0,021, was darauf schließen lässt, dass sich die Wahrnehmung von Humor verändert, je nachdem, ob die Stichprobe *Friends* bereits gesehen hat oder nicht.

Coefficients ^a					
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	
Model		B	Std. Error	Beta	t
1	(Constant)	2,799	,175		16,027
	Haveyoueverseenthese seriesFriends=Yes	,449	,191	,223	2,343

a. Dependent Variable: Response

Tabelle 20. Die Ergebnisse der linearen Regression

Aus der Tabelle geht hervor, dass das durchschnittliche Niveau des wahrgenommenen Humors bei den Befragten, die *Friends* mindestens einmal in ihrem Leben gesehen haben, auf der Likert-Skala um 0,449 Einheiten höher ist als das durchschnittliche Niveau des wahrgenommenen Humors bei den Befragten, die *Friends* noch nie zuvor gesehen haben. Das bedeutet, dass der Vergleich des durchschnittlich wahrgenommenen Humors zwischen denjenigen, die *Friends* bereits gesehen haben, und denjenigen, die es nicht haben, einen signifikanten Unterschied ergibt. Es kann daher nachgewiesen werden, dass die Befragten, die *Friends* bereits gesehen haben, die Serie tendenziell witziger finden als diejenigen, die sie noch nie gesehen haben.

6.1.3.6 Die Untersuchung der Wahrnehmung von Humor in den verschiedenen Szenen

Um die Unterschiede im wahrgenommenen durchschnittlichen Humor zwischen den verschiedenen Szenen genauer zu analysieren, wurde ein Bonferroni-Test durchgeführt. Die Varianzanalyse (ANOVA) dieser Studie zeigt einen p-Wert von <0,001, was darauf hindeutet, dass sich der wahrgenommene durchschnittliche Humor je nach *Friends*-Szene signifikant

ändert. Der hier verwendete Bonferroni-Test ermöglicht einen paarweisen Vergleich der Variablen (siehe Anhang 5). Darüber hinaus hilft die unten stehende Grafik der deskriptiven Statistik bei der Interpretation der Daten.

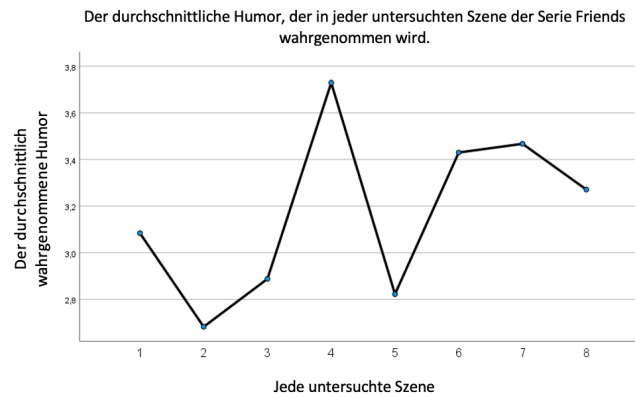


Abb. 20. Die Übersicht über den durchschnittlichen Humor in jeder untersuchten Szene der Serie *Friends*

Die Ergebnisse des Bonferroni-Tests und des Diagramms der deskriptiven Statistik lassen erkennen, dass sich der durchschnittlich wahrgenommene Humor in den Szenen 1, 2, 3, 5 und 8 signifikant von den anderen Szenen unterscheidet. Es fällt jedoch auf, dass sich der durchschnittlich wahrgenommene Humor in Szene 8 nicht signifikant vom durchschnittlich wahrgenommenen Humor in den Szenen 6 und 7 unterscheidet. Daraus ergibt sich also, dass die Szenen, die als weniger lustig wahrgenommen werden, die Szenen 2, 5, 3 und 1 sind, während sich die Szenen 4, 7, 6 und 8 als die lustigsten herausstellen, obwohl Szene 8 hinsichtlich der Ergebnisse eher zwischen den beiden Gruppen liegt. Auf der Grundlage der Ergebnisse kann angenommen werden, dass Elemente, die in den Szenen vorhanden sind, zu Unterschieden im durchschnittlich wahrgenommenen Humor führen. Um in der Lage zu sein, die Elemente zu bestimmen, die zu Unterschieden in der Humorwahrnehmung der verschiedenen Szenen führen, wurde eine qualitative Analyse durchgeführt.

6.2 Qualitative Analyse

Diese Analyse zielt darauf ab, genauere Informationen darüber zu erhalten, warum Unterschiede in der Wahrnehmung von Humor in verschiedenen Szenen beobachtet werden konnten. Zu diesem Zweck wurden die qualitativen Antworten analysiert, die die Teilnehmer auf die offene Frage als Erklärung für ihre Antwort auf der Likert-Skala gegeben hatten. Auf

diese Weise werden die Faktoren hervorgehoben, die die Wahrnehmung des Humors der Teilnehmer in der Serie *Friends* beeinflussen.

6.2.1 Szene 1

Die Analyse der Antworten zu dieser Szene ergibt, dass die Charaktere an sich eine beträchtliche Rolle bei der Wahrnehmung von Humor spielen. Zum einen geht es um die Art und Weise, wie die Schauspieler spielen, zum anderen aber auch um die Bindung, die das Publikum zu ihnen hat. Auf diese Weise stellt sich heraus, dass ein wesentlicher Faktor bei der Wahrnehmung von Humor die Tatsache ist, dass die Serie bereits zuvor gesehen wurde und daher eine Vertrautheit mit jeder der Figuren besteht. Die Bindung, die das Publikum zu jeder Figur aufbaut, spielt eine grundlegende Rolle. Manche ziehen nicht einmal den Witz an sich in Betracht, sondern beurteilen die Komik der Szene ausschließlich über die Gewohnheiten, die Mimik, die Reaktionen usw. der Figuren. Es wird darauf hingewiesen, dass jede Figur ihre eigenen Merkmale hat und dass dies einer der Hauptgründe ist, warum die Teilnehmenden *Friends* als humorvoll empfinden. Das folgende Beispiel belegt dies: Monicas Überreaktion in der Szene stellt eine charakteristische Eigenschaft der Figur dar und ist einer der Gründe, warum die Befragten am meisten gelacht haben.

Darüber hinaus behaupten einige, dass sie die Serie und diese Szene so gut kennen, dass sie sie einfach nur lustig finden können. Aus diesen Ergebnissen lässt sich schließen, dass die Tatsache, dass die Szene bekannt ist und der Witz voraussehbar ist, keinen Einfluss auf die Rezeption von Humor hat. Dennoch zeigt sich, dass das Wortspiel „I'm engaged - I'm gay“ für die Wahrnehmung des Humors in dieser Szene ebenso wichtig ist. Tatsächlich erwies sich der Witz an sich als eine wichtige Rolle in dieser Szene.

Die Gründe, die das Humorempfinden verminderten, waren der Witz an sich, da er als homophob eingestuft wurde. Außerdem wird in dieser Szene die Idee der Heirat aufgrund der überwältigenden Reaktion Monicas idealisiert, was den Stereotyp der Heirat verstärkt und bei den Befragten nicht auf Zustimmung stieß. Es hat sich herausgestellt, dass sich die Einstellung der Menschen heutzutage ändert und sexistische oder homophobe Witze nicht als witzig empfunden werden. Weiterhin waren einige Befragte der Meinung, dass die Ehe ein viel zu ernstes Thema sei, als dass sich darüber lustig gemacht werden sollte, wie es in der Szene der

Fall ist. Es stellte sich zusätzlich heraus, dass ein weiterer wichtiger Faktor, der gegen die Wahrnehmung von Humor sprach, das Sprachniveau war. Einige waren nicht in der Lage, das Gesagte zu verstehen, oder verstanden den Witz falsch. Darüber hinaus zeigte sich auch, dass einige durch das Lachen im Hintergrund gehindert wurden, den Humor der Szene richtig einzuschätzen.

6.2.2 Szene 2

Die qualitative Analyse der zweiten Szene verdeutlicht, inwiefern der Witz für die Wahrnehmung von Humor wichtig ist oder nicht. Obwohl der Witz bei der Mehrheit der Befragten als gut wahrgenommen wurde, sind andere der Meinung, dass die Einfachheit des Witzes den humorvollen Charakter des Witzes beeinträchtigt. Es stellt sich weiterhin heraus, dass der Witz zu vorhersehbar war, was sich wiederum negativ auf die Wahrnehmung des Humors der Befragten auswirkt. Ein Element, das sich als äußerst wichtig erwiesen hat und ein Hemmnis für die Wahrnehmung des Humors in dieser Szene darstellt, ist die Unverständlichkeit des Witzes. Denn obwohl die Szene auf Englisch ist, ist der Witz auf Spanisch, was zu Missverständnissen führte. Es erweist sich jedoch, dass, obwohl der Witz nicht unbedingt verstanden wird, einige dennoch in der Lage sind, die Szene als humorvoll zu empfinden. Daraus lässt sich schließen, dass der Witz nicht der einzige Faktor ist, der die Stichprobe dazu veranlasst hat, die Szene als lustig zu bewerten.

Aus den Antworten geht hervor, dass die Situation an sich als humorvoll bewertet wurde. Einerseits bringt das Unverständnis der Mutter über den Sarkasmus, den Rachel ihr gegenüber an den Tag legt, die Stichprobe zum Lachen. Andererseits ist, wie die Analyse von Szene 1 bereits gezeigt hat, das Vorwissen über die Serie von entscheidender Bedeutung für die Wahrnehmung des Humors von *Friends*. Um den Humor von Szene 2 zu beurteilen, scheint es notwendig zu sein, den Kontext zu kennen, der die konfliktreiche Beziehung zwischen Rachel und ihrer Mutter beinhaltet. Obwohl es möglich ist, die Situation anhand des Witzes zu erraten, scheint es, dass die Mehrheit der Teilnehmenden den Witz nicht verstanden haben, da ihnen der Kontext nicht bekannt ist. Darüber hinaus wird in den Antworten zu Szene 2 noch einmal die Frage nach den Charakteren, ihren Eigenschaften und der Bindung an sie aufgeworfen, um den Humor der Szene richtig wahrnehmen zu können.

Das Lachen im Hintergrund wirkt sich auch auf die Wahrnehmung des Humors in dieser Szene durch die Teilnehmer aus. Wegen der gemischten Meinung ist es jedoch nicht möglich, eine klare Aussage darüber zu treffen, ob der Einfluss des Lachens im Hintergrund zugunsten oder zuungunsten der Wahrnehmung von Humor gewirkt hat.

6.2.3 Szene 3

Die Ergebnisse der qualitativen Analyse der Antworten für die dritte Szene hinsichtlich der Frage, warum der Humor bewertet wurde oder nicht, zeigen die folgenden Tendenzen. Zunächst wurde der ernste Charakter des Gesprächs zwischen Joey und Chandler von einigen wörtlich genommen und wirkte sich somit negativ auf die Wahrnehmung aus, einige nehmen ihn hingegen nicht wörtlich. Einerseits wurden die ernsten Themen des Fremdgehens und des Eigentums der Frau als hinderlich für die Wahrnehmung von Humor empfunden, andererseits erwies sich die Gegenüberstellung des ernsten Tons des Gesprächs und Joeys Witze als Schlüsselement für den Humor der Szene. Darüber hinaus bestätigt die Analyse, was bereits in der Analyse der vorherigen Szenen gezeigt wurde, dass die Kenntnis der Charaktere und ihrer Eigenschaften die Wahrnehmung von Humor positiv beeinflusst.

Die Meinung über die in dieser Szene gefundenen Witze ist umstritten. Zeilen wie „The line is a dot to you[...]“, „[...]from now on the appartement is empty to me[...]“, „[...]and just so you know I made the bread for you[...]“ sind erfolgreich, während einige diesen Humor als zu einfach und kindisch empfinden und den Humor der Szene nicht richtig einschätzen können. Außerdem hat sich herausgestellt, dass die Ungereimtheiten in den Witzen den Humor beeinflusst haben. Das folgende Beispiel eignet sich, um darzustellen, wie die Inkongruenz in der Szene eingesetzt wurde, um die Befragten zum Lachen zu bringen: Joey sagt, er finde es schlimmer, dass Chandler seine Freundin geküsst habe, als dass er mit ihr geschlafen habe. Diese Antwort erwies sich als widersprüchlich zu dem, was die Befragten dachten, was dazu führte, dass sie die Szene als lustig wahrnahmen. Allerdings wurde auch angemerkt, dass die Witze vorhersehbar waren, was sich negativ auf die erhoffte humorvolle Wirkung des Witzes auswirkt.

In der qualitativen Analyse der Antworten zu Szene 3 wurden zwei Elemente festgestellt, die es nicht erlauben, die Szene als lustig zu betrachten. Zum einen stellte sich heraus, dass das Lachen im Hintergrund angesichts des ernsten Themas, das in der Szene angesprochen wird,

als störend empfunden wurde. Andererseits wurde die erfolgreiche Wahrnehmung des Humors in der Szene durch die Unfähigkeit behindert, aufgrund eines fehlenden Vokabulars alles zu verstehen, was in der Szene gesagt wurde.

6.2.4 Szene 4

Aus den Antworten geht hervor, dass die Unangemessenheit des Liedes, das dem Baby Emma vorgesungen wird, sich als Schlüsselement für den Humor in dieser Szene erweist. Einerseits war die Wahl des Liedes unerwartet und der Überraschungseffekt wirkte sich positiv auf die Wahrnehmung des Humors in der Szene aus. Andererseits wurde der Aspekt der Moral in Frage gestellt, insbesondere aufgrund der sexuellen Anspielungen im Lied. Obwohl nicht alle dieser Meinung sind, ist die Mehrheit der Befragten der Meinung, dass das Baby und das Lachen des Babys sie zum Lachen gebracht haben. Es kann hinzugefügt werden, dass die Niedlichkeit des Babys neben der obszönen Natur des Liedes eine positive Meinung zugunsten der Wahrnehmung von Humor hervorgerufen hat. Daraus lässt sich schließen, dass das Unerwartete und der Kontrast die Wahrnehmung von Humor beeinflussen.

Ein weiteres Element, das sich in Szene 4 als humorvoll erwies, ist der peinliche Moment am Ende der Szene, als die anderen Charaktere Rachel und Ross dabei erwischten, wie sie ihrem Baby dieses Lied vorsingen. In der Tat entpuppt sich das bei Rachel und Ross verursachte Unbehagen als amüsant. Zudem wirkt es witzig, dass Ross sagt, Rachel sei die einzige, die dieses Lied singt, mit den Worten „Please Rachel, this is so inappropriate“. Aus diesen Interpretationen lässt sich ableiten, dass das unerwartete Auftauchen der anderen Figuren und das Unbehagen, das aus dieser Szene spricht, die Probanden dazu bringt, den Humor dieser Szene wahrzunehmen. Jedoch stellte sich der sich wiederholende Charakter der Szene als hinderlich für die Wahrnehmung des Humors heraus. In der Tat wurde der Witz von einigen Teilnehmern als langatmig empfunden, was für den Humor kontraproduktiv wäre.

Wie die anderen Szenen bewiesen haben, beeinflusst es die Wahrnehmung von Humor in der Serie, wenn die Szene bereits bekannt ist. Aus den Antworten geht hervor, dass das Verständnis von Ross' Witz „we were on a break“ zu Beginn der Szene eine vorherige Kenntnis der Beziehung zwischen Ross und Rachel voraussetzt, um den Humor richtig wahrnehmen zu können. Darüber hinaus spielt auch das Wissen über die Figuren eine Rolle bei der

Wahrnehmung von Humor, da Ross als ernst und intellektuell bekannt ist und daher die Tatsache, dass er singt, bei der Stichprobe Lachen hervorruft.

Ein weiteres Argument für die Wahrnehmung von Humor, das aus den Fragebögen hervorgeht, ist das Verständnis der Szenen. Interessanterweise stellte sich heraus, dass die Szenen in Bezug auf L2 verständlich sind, wodurch die Befragten den Humor der Szene verstehen konnten. Darüber hinaus wurde auch angeführt, dass das Lachen im Hintergrund eine Hilfe beim Verständnis der Szene und ein Anhaltspunkt für den Humor ist. Dennoch waren nicht alle Teilnehmer dieser Meinung und meinten, dass das Lachen zu viel sei und den Humor beeinträchtige.

6.2.5 Szene 5

Diese Szene ist sehr emotional durch den Streit zwischen Ross und Rachel über die Untreue von Ross. Obwohl das ernste und emotionale Thema dieser Szene die Wahrnehmung des durchschnittlichen Humors der Befragten beeinträchtigte, stellte sich heraus, dass das Missverständnis auf dem die Szene beruht, den Humor der Befragten hervorrief. Es muss allerdings beachtet werden, dass die heteronormativen Ideen, die in dieser Szene für den Humor verwendet wurden, von den Befragten als unbequem empfunden wurden. Bemerkenswert ist jedoch, dass Phoebe, Chandler, Joey und Monica, die das Gespräch auf der anderen Seite der Tür belauschen, die Stichprobe ebenfalls zum Lachen bringen. Einige betrachten diesen Teil der Szene sogar als das charakteristische Element, das in dieser Szene zum Humor führt. Die Antworten verdeutlichen, dass der Kontrast zwischen einem ernsten Thema und humorvollen Elementen eine erfolgreiche Kombination für eine gute Wahrnehmung von Humor ist. Darüber hinaus bildet das Wissen über die Charaktere und ihre Eigenschaften hier die Grundlage für Humor, wie zum Beispiel Phobes unerwartete Kommentare. Weiterhin belegen die Antworten, dass Humor auch dann auftritt, wenn die Teilnehmer sich auf die Figuren beziehen können und an der Handlung der Szene beteiligt sind. Das folgende Beispiel aus Szene 5 veranschaulicht diese Aussage: Chandler und Joey geben Ross bessere Antworten vor und fühlen mit Ross mit. Daraus geht hervor, dass sich die Befragten in die Lage dieser beiden Figuren versetzt fühlen, was bei der Wahrnehmung von Humor eine Rolle spielt.

Aus den Antworten wird ersichtlich, dass der Überraschungseffekt in dieser Szene ebenfalls eine Rolle spielt. Die Befragten haben nicht damit gerechnet, dass Ross Rachel die Zeitung

zurückgibt, damit sie ihn erneut schlagen kann, was sie zum Lachen brachte. Darüber hinaus wurde festgestellt, dass der Sarkasmus in Rachels Erwidern von großer Bedeutung ist, da er einen Kontrast zur ernsten Seite des Streits bildet. Die Sätze „You sure had a hell of a time at the wake“ und „Oh, that is so sweet. I think I'm falling in love with you all over again“ wurden geschätzt. Dennoch sind nicht alle Befragten in der Lage, die Witze und das Gesagte zu verstehen, sodass sie den Humor der Szene nicht richtig wahrnehmen konnten.

Es wurden zwei Argumente gegen den Humor in dieser Szene angeführt. Zum einen sind die Lacher nicht unumstritten und obwohl sie nach Meinung einiger den Humor unterstützen, halten andere sie angesichts der komplexen Situation, die in der Szene dargestellt wird, für unangemessen. Andererseits ist es wichtig zu betonen, dass der kulturelle Hintergrund eine Rolle bei der Wahrnehmung des Humors in dieser Szene spielt. Es zeigt sich nämlich, dass die chinesische Kultur diese Szene nicht als humorvoll empfindet.

6.2.6 Szene 6

Die Ergebnisse der qualitativen Analyse von Szene 6 belegen erneut, dass das Wissen über die Serie entscheidend für die Wahrnehmung des Humors in der Szene ist. Es wird deutlich, dass die Charaktere und ihre jeweiligen Eigenschaften den Humor der Szene beeinflussen. Die Szene unterstreicht Phoebes Angewohnheit, in ihrer eigenen Welt zu leben, losgelöst von der Realität, und Monicas Kontrollzwang. Diese Charaktereigenschaften führen bei Phoebe zu einem Missverständnis zwischen Demi und Dudley Moore, das in Monicas misslungenem Haarschnitt resultiert, was bei den Befragten Humor hervorruft. Das Ergebnis des Haarschnitts und Monicas Reaktion, die keine Kontrolle über das Geschehene hat, wird ebenfalls als humorvoll empfunden. Zwei Elemente erweisen sich jedoch als kontraproduktiv für den Humor der Szene. Das erste Element besteht daraus, dass es wichtig ist, den Bezug zu Demi und Dudley Moore zu haben, um den Humor der Szene wahrzunehmen. Das zweite Element betrifft die Assoziation eines Kurzhaarschnitts mit einem Mann, was dazu führt, dass ein Haarschnitt einem bestimmten Geschlecht zugeordnet wird, was als nicht witzig empfunden wurde.

Ein weiteres Argument lautet, dass das Lachen im Hintergrund den Humor der Szene nicht unterstützen. Sie scheinen den Witz weniger relevant zu machen. Darüber hinaus führt das Ergebnis in Bezug auf den Witz und die humorvolle Situation der Szene dazu, dass der Witz zu einfach und erwartet zu sein scheint, was nicht auf Humor hindeutet. Es sollte auch nicht

unerwähnt bleiben, dass das Verständnis der L2 in dieser Szene durch die Sprachkenntnisse der Teilnehmer begrenzt ist, was einige Befragte daran hinderte, den Humor, der von der Szene ausgeht, wahrzunehmen.

6.2.7 Szene 7

Aus der Analyse der Ergebnisse geht hervor, dass es wichtig ist, dass die Figuren den Befragten vertraut sind. Um den Humor der Szene wahrnehmen zu können, ist es wichtig, die Beziehungen zwischen den Mitgliedern der Familie Geller zu kennen, insbesondere zwischen Monica und ihrer Mutter. Die Serie bereits gesehen zu haben, erweist sich daher als wichtiger Faktor, da einige den Humor der Szene aufgrund des unbekannten Kontextes nicht wahrnehmen können.

Ein Element, das sich bereits bei der Analyse der anderen Szenen als wichtig herauskristallisiert hat, ist der Überraschungseffekt, der in dieser Szene mehrfach eingesetzt wird. Ein Beispiel, in dem sich der Überraschungseffekt als humorvoll erwiesen hat, ist, als Monicas Vater erfährt, dass Richards „Twinkie“ in Wirklichkeit seine Tochter Monica ist. Dieser Effekt tritt auch auf, als Monica ihrer Mutter gegenüber folgende Bemerkung macht: „[...] right before you felt up mom“, was in der Stichprobe als humorvoll wahrgenommen wurde. Außerdem folgt auf diese Bemerkung direkt die unerwartete Ankunft der Geburtstagstorte, die alle in Verlegenheit und Unbehagen versetzt, ohne dass sie etwas sagen können, was von der Stichprobe ebenfalls als humorvoll empfunden wurde. Es kann auch hinzugefügt werden, dass die Gegenüberstellung des Kontexts der Geburtstagsparty mit Monicas ernstem Gespräch mit ihren Eltern über ihre Beziehung, die sie mit Richard hat, die Befragten sehr amüsiert hat. Ein weiterer und letzter unerwarteter Moment in dieser Szene der zum Humor beitrug, war die Ankunft des Vaters mit dem Baseballschläger mitten in der Offenbarung des Paares Monica/Richard sowie Ross‘ Antizipation, den Schläger so schnell wie möglich aus den Händen seines Vaters zu entfernen. Daraus lässt sich schließen, dass der Überraschungseffekt in dieser Szene eine wichtige Rolle für die Wahrnehmung des Humors gespielt hat.

Es kann hinzugefügt werden, dass die Reaktion der Eltern, insbesondere von Monicas Mutter, auf die Entdeckung ihrer Beziehung zu Richard nicht von allen Befragten als witzig empfunden wurde. Dabei spielte es eine entscheidende Rolle, dass die Szene Stereotypen über die Beziehungen zwischen Männern und Frauen hervorruft und eine extreme und konventionelle

Reaktion der Eltern hervorhebt, die alles ablehnen, was von der Norm abweicht. Darüber hinaus ergab die Analyse auch, dass die Teilnehmer den Humor der Szene als zu vorhersehbar einstufen, was den Überraschungseffekt vereitelte und somit die Wahrnehmung des Humors beeinträchtigte. Die Unverständlichkeit des Englischen zeigt sich auch hier als problematisch, da sie den in der Szene wahrgenommenen Humor beeinträchtigt. Tatsächlich lässt sich feststellen, dass das Wort „twinkie“ nicht von allen Teilnehmern verstanden wird und auf diese Weise ein Hindernis für die richtige Wahrnehmung des Humors darstellt.

6.2.8 Szene 8

Eine qualitative Analyse wurde auch für Szene 8 durchgeführt und bestätigt auch hier, dass das Vorwissen über die Serie einen großen Einfluss auf die Wahrnehmung des Humors in den Szenen im Allgemeinen hat. Jede Figur hat ihre eigenen Charakteristika und in Szene 8 ist es notwendig Chandlers Persönlichkeit zu kennen, um den Humor in der Szene zu verstehen. Die Szene baut darauf auf, dass Chandler keine Erfahrung mit Frauen hat und wie er mit der Situation umgeht. Der Heiratsantrag, mit dem er sich entschuldigt, ist daher umso humorvoller. Befragte, die die Szene nicht bereits gesehen hatten, erwähnten, dass der Humor ohne Kenntnis des Kontextes nicht richtig wahrgenommen werden könne. Darüber hinaus wurde in den Antworten hervorgehoben, dass, obwohl einige der Meinung waren, dass der Heiratsantrag unangenehm sei, andere zum Lachen gebracht wurden. Das Stereotyp des Freundes, der sich nicht binden will, gegenüber der Freundin, die von der Ehe besessen ist, wurde jedoch von einigen Befragten als nicht witzig eingeschätzt. Darüber hinaus geht hervor, dass die Darstellung von Chandler in der Verlegenheit angesichts von Monicas ablehnender Antwort und der anderen, die sich über ihn lustig machen, nicht als lustig empfunden wurde.

Ein weiteres Element, das bei der Analyse der Wahrnehmung von Humor in Szene 8 berücksichtigt werden muss, sind die Witze. Insbesondere konnte festgestellt werden, dass der folgende Witz „two divorces and Joey“ von den Befragten als unerwartet beurteilt wurde, was sie zum Lachen brachte. Darüber hinaus wird der Witz „let’s get married“ am Ende der Szene mehrfach von den anderen benutzt worden, um sich für eine einfache Sache zu entschuldigen und Chandlers Reaktion auf den Streit mit Monica zu ironisieren. Die Wiederholung dieses Witzes hat sich als vorteilhaft für den wahrgenommenen Humor erwiesen. Es lässt sich auch

erwähnen, dass die Sprachebarriere erneut ein Hindernis für das Verständnis und damit auch für die Wahrnehmung des Humors in der Szene war.

7 Diskussion

Um die Wahrnehmung des Humors in der Serie *Friends* in Abhängigkeit von textinhärenten und individuellen Faktoren zu untersuchen, wurden Szenen aus dieser Serie anhand einer quantitativen und einer qualitativen Studie analysiert. Zu diesem Zweck wurde ein Fragebogen mit acht Szenen aus *Friends* in englischer Sprache 107 Teilnehmern vorgelegt, von denen 52 französischsprachig, 31 chinesischesprachig und 24 englischsprachig waren.

Die Hauptforschungsfrage zielt darauf ab, den Einfluss von individuellen und textinhärenten Faktoren auf die Wahrnehmung von Humor in der Serie *Friends* zu verstehen. Im Allgemeinen hat diese Studie gezeigt, dass zwei Variablen die Wahrnehmung von Humor bei den Befragten beeinflussen. Dabei handelt es sich um den kulturellen Hintergrund und die Häufigkeit, mit der *Friends* geschaut wurde. Zunächst zeigte sich, dass die Ergebnisse, die Humor dem kulturellen Hintergrund in Verbindung bringen, teilweise mit den Ergebnissen von Dai und Liu (2018), Quaglio (2019), Yue (2011) und Reimann (2010) übereinstimmen. Die Ergebnisse zur Häufigkeit, mit der *Friends* geschaut wurde, weisen auf Unstimmigkeiten in der von Warner und McGraw (2016) angesprochenen Inkongruenztheorie hin.

Zunächst verdeutlicht die Studie, dass individuelle Faktoren eine Rolle bei der Wahrnehmung des Humors in der Serie *Friends* spielen. Tatsächlich wirkt sich der kulturelle Hintergrund signifikant auf die Wahrnehmung des Humors aus. Dennoch widersprechen die Ergebnisse teilweise denen von Yue et al. (2016) und Jiang et al. (2019b), wonach ein Unterschied in der Humorwahrnehmung zwischen Orient und Okzident festgestellt werden kann. Obwohl die Ergebnisse zur Bestätigung führen, dass Unterschiede in der Wahrnehmung von Humor zwischen Orient und Okzident festgestellt werden können, gilt diese Aussage nicht für die beiden in dieser Studie getesteten Kulturen des Okzidents. Tatsächlich entsprechen die Ergebnisse teilweise der Theorie von Reimann (2010), dass es Unterschiede in der Wahrnehmung von Humor zwischen der amerikanischen, der französischsprachigen und der britischen Kultur gibt. Die Ergebnisse heben hervor, dass die französischsprachige Kultur den Humor von *Friends* mehr schätzt als die chinesische und die englischsprachige Kultur. Darüber

hinaus sollte aufgrund des Mangels an amerikanischen Befragten die hier getestete englischsprachige Kultur eher als die britische Kultur angesehen werden. Da die Serie *Friends* den amerikanischen Humor widerspiegelt, kann man davon ausgehen, dass die amerikanische und die französischsprachige Kultur sich in Bezug auf den Humor ähnlich sind. Die Ergebnisse dieser Arbeit decken sich jedoch nicht mit der Studie von Yue (2011), die besagt, dass Chinesen im Gegensatz zu Westlern Humor verachten. Sie unterstreichen, dass nicht von einem einheitlichen Sinn für Humor für alle westlichen Länder ausgegangen werden kann. Die Studie ergab, dass sich der von der englischsprachigen und damit britischen Kultur wahrgenommene Humor kaum von dem in der chinesischen Kultur wahrgenommenen Humor unterscheidet. Beide Kulturen scheinen den Humor von *Friends* gleichermaßen als wenig lustig wahrzunehmen. Daraus lässt sich schließen, dass es kulturelle Unterschiede bei der Wahrnehmung von Humor in der Serie *Friends* gibt, dennoch erscheint das Urteil, dass westliche Länder Humor mögen, während östliche Länder ihn verachten, nicht angemessen zu sein. Diese Ergebnisse stehen jedoch im Widerspruch zu der Behauptung von Tan (2011), dass *Friends* die beliebteste amerikanische Serie der Chinesen ist. Da der in dieser Serie verwendete Humor in der chinesischen Kultur nicht geschätzt wird, erscheint die Argumentation, *Friends* werde von den Chinesen gemocht, eher nicht plausibel. Zusätzlich zu diesen Beobachtungen wurden auch die Kommentare der Teilnehmer zu denjenigen Elementen, die die Wahrnehmung des Humors in der Serie *Friends* beeinflussen, genauer betrachtet. Ergebnis ist die Bestätigung, dass das Element, das die Wahrnehmung des Humors in der Serie *Friends* am häufigsten behindert, das Thema ist, auf dem die Szenen ihren Humor aufgebaut haben.

Es ist darauf hinzuweisen, dass diese kulturellen Unterschiede in der Wahrnehmung des Humors zwischen Französischsprachigen einerseits und Chinesisch- und Englischsprachigen (Britten) andererseits wahrscheinlich in den Themen liegen, auf denen der amerikanische Humor in *Friends* basiert, und vor allem in der Art und Weise, wie die Kulturen diese Themen auffassen. Die Ergebnisse der qualitativen Analyse scheinen zu bestätigen, dass die in der Serie angesprochenen Themen nicht von allen Kulturen gleichermaßen wahrgenommen werden. Es stellte sich heraus, dass einige Themen als zu ernst, sexistisch oder auch homophob bewertet werden. Diese Beobachtungen decken sich mit den Theorien von Reimann (2010), Yue (2011) und Dai und Liu (2018), die betonen, dass die im Humor geschätzten Themen je nach Kultur unterschiedlich sind. Die Ergebnisse der linearen Regression zeigen, dass nicht alle acht Szenen als humorvoll wahrgenommen wurden. Darüber hinaus bestätigt die qualitative Analyse ebenfalls, dass nicht alle Szenen von den Teilnehmern als humorvoll eingestuft wurden, und

ermöglicht die Feststellung, dass dies im Zusammenhang mit dem jeweils angesprochenen Thema der Szenen steht. Der homophobe Charakter des Witzes in Szene eins, oder der Streit und die Täuschung in Szene fünf beeinflussen die humoristische Qualität des Gezeigten. Es wurde in dieser Arbeit jedoch herausgearbeitet, dass dies in einigen Kulturen nicht unbedingt zu Ungunsten des Humors wirkt. Denn obwohl die Themen von allen untersuchten Kulturen als ernst angesehen werden, stellt die Ernsthaftigkeit des Themas nicht unbedingt ein Hindernis für Humor dar. So stimmen die Ergebnisse der Studie mit dem Argument von Dai und Liu (2018) überein, dass Amerikaner über alle Themen lachen und dass ihre Bandbreite an Humorthemen größer ist als die der Chinesen. Es kann hinzugefügt werden, dass die Humorthemen der amerikanischen Kultur auch vielfältiger sind als die der britannischen. In der französischsprachigen Kultur hingegen können ernste Themen die Grundlage für Humor sein. Daher lässt sich sagen, dass der Unterschied zwischen der französischsprachigen und amerikanischen Kultur einerseits und der chinesischen und englischsprachigen Kultur andererseits in der Art und Weise der Behandlung ernster Themen liegt. Aus den Ergebnissen dieser Arbeit geht hervor, dass die französischsprachige Kultur dazu neigt, ernste Themen ins Lächerliche zu ziehen. Dies entspricht der Theorie von Reimann (2010), der die Verwendung ernster Themen wie beispielsweise dem Tod im französischsprachigen Humor hervorhebt. Daraus folgt, dass ernste Themen nicht nur in der amerikanischen, sondern auch in der französischsprachigen Kultur leichtfertig hingenommen werden. Dies steht im starken Kontrast zur britischen und chinesischen Kultur, in der diese Themen ernst genommen werden. Diese Ergebnisse veranschaulichen Baxter-Wrights (2017) Behauptung, dass *Friends* aufgrund des in der Serie vorhandenen Sexismus und der Homophobie nicht bei allen Menschen beliebt ist. Aus den Ergebnissen der qualitativen und quantitativen Analyse lässt sich also schließen, dass der Unterschied zwischen der chinesischen, der amerikanischen, der britischen und der französischsprachigen Kultur nicht in den ernsten Themen an sich liegt, sondern in der Art und Weise, wie die Kulturen diese wahrnehmen.

Diese Analyse bestätigt nur teilweise die Hypothese, dass die westliche Kultur den Humor in der Serie *Friends* mehr schätzt als die chinesische Kultur. Zwar scheint die chinesische Kultur den Humor der Serie in der Tat nicht positiv wahrzunehmen, dies gilt jedoch auch für die britische Kultur. Es lässt sich daraus also nicht schließen, dass die westliche Kultur den Humor von *Friends* positiver wahrnimmt als die chinesische Kultur. Obwohl die Ergebnisse Übereinstimmungen von Studien über kulturelle Unterschiede in der Wahrnehmung von Humor zeigen, muss hier genau differenziert werden.

Ebenso wie der kulturelle Hintergrund den Humor beeinflusst, ist es auch vorstellbar, dass eine längere Auslandserfahrung – in diesem Fall in einem englischsprachigen Land – Lernenden mit unterschiedlichem Hintergrund hilft, den in der Serie *Friends* manchmal stark kulturell konnotierten Humor positiver aufzufassen. Die hier vorgestellten Ergebnisse konnten jedoch keinen Zusammenhang zwischen Auslandserfahrung und einer positiveren Wahrnehmung des Humors in den Szenen der Serie *Friends* aufzeigen. Zwar deuten die deskriptiven Statistiken dieser Arbeit darauf hin, dass ein Aufenthalt in einem englischsprachigen Land die Wahrnehmung von Humor beeinflusst, wenn er mindestens sechs Monate dauert, doch die durchgeführte lineare Regression und die qualitative Analyse konnten keinen signifikanten Einfluss dieser Variablen belegen. Diese Ergebnisse bestätigen die Studien von Chen und Dewaele (2021), wonach das Leben in einem Land mit einer anderen Kultur – unabhängig von der Dauer des Aufenthalts – keine Unterschiede in der Wahrnehmung von Humor bewirkt. Es kann daher angenommen werden, dass möglicherweise durch einen Austausch der Gebrauch der Sprache hauptsächlich im akademischen Kontext stattfindet, und somit Humor eher nicht vorkommt. Darüber hinaus ist es auch möglich, dass die Teilnehmer während ihres Aufenthalts nicht genügend Kontakt mit fremdsprachigen Personen hatten, sondern mehr mit anderen Austauschschülern. Dies kann dazu geführt haben, dass die Austauschschüler nicht mit der englischsprachigen Kultur in Berührung kamen, sondern eher mit den unterschiedlichen Kulturen der anderen Erasmusstudenten.

Für den Fall, dass die Teilnehmer, die an Erasmus teilgenommen haben, keinen Kontakt mit der englischsprachigen Kultur und keine Interaktionen hatten, die Humor beinhalteten, kann kein Unterschied zu denjenigen festgestellt werden, die keinen Austausch durchgeführt haben. Tatsächlich zeigen die Ergebnisse keinen nennenswerten Unterschied zwischen denjenigen, die an Erasmus teilgenommen haben, und denen, die dies nicht getan haben. Laut Analyse dieser Studie kann daher weder die Hypothese, dass ein Austausch in einem englischsprachigen Land die Wahrnehmung von Humor beeinflusst, noch dass ein längerer Aufenthalt in einem englischsprachigen Land die Wahrnehmung von Humor beeinflusst, bestätigt werden.

Auch führt ein Austausch üblicherweise zu einem besseren Sprachniveau in der Landessprache, dies ist aber nicht immer der Fall. Es lässt sich nicht unmittelbar aus der Austauschvariable schließen, ob das Sprachniveau eine Rolle bei der Wahrnehmung von Humor spielt oder nicht. Von Interesse ist daher auch, ob ein besseres Sprachniveau die Wahrnehmung von Humor

beeinflusst. Die deskriptiven Statistiken dieser Arbeit weisen darauf hin, dass bei niedrigeren Englischkenntnissen (A1 und A2) der Humor als weniger lustig empfunden wird. Es gibt jedoch keine lineare Beziehung, nach der Humor umso lustiger wahrgenommen wird, je höher das Sprachniveau ist. Es scheint jedoch, dass Personen mit Niveaustufen B1 und C2 die Szenen lustiger finden als diejenigen mit anderen Niveaustufen, ein Trend ist aus diesen Ergebnissen aber nicht ersichtlich. Die qualitative Analyse dieser Arbeit konnte jedoch die Theorie von Bell (2007a) bestätigen, wonach die Wahrnehmung von Humor möglich ist, ohne den Inhalt des Gesagten aufgrund eines zu niedrigen Sprachniveaus zu verstehen. Aus diesem Grund lassen die Ergebnisse den Schluss zu, dass der humoristische Rahmen wie zum Beispiel das Lachen im Hintergrund oder die schauspielerische Leistung, ebenfalls eine Rolle bei der Wahrnehmung von Humor spielt. Die Ergebnisse der qualitativen Analyse dieser Arbeit bestätigen, dass der humoristische Rahmen tatsächlich relevant ist, da sowohl die schauspielerische Leistung als auch das Lachen im Hintergrund Einfluss haben. Grundsätzlich gilt, dass Gesten und äußere Elemente oft helfen, die allgemeine Bedeutung zu verstehen, auch wenn nicht jedes Wort verstanden wird.

Andere Ergebnisse dieser Studie belegen jedoch, dass nicht alle Befragten Rachels spanischen Witz in Szene zwei oder den Witz „the twinkie in a city“ in Szene sieben verstanden haben, was gegen eine positive Wahrnehmung des Humors in der Szene spricht. Daher kann der humoristische Rahmen zwar bei der Wahrnehmung von Humor helfen, aber das vollständige Verständnis des Gesagten erweist sich als wichtig, um eine Szene als lustig beurteilen zu können. Es kann davon ausgegangen werden, dass einige Befragte sich auf die Sprache beschränken und nicht versuchen, über die Sprachbarriere hinaus zu sehen.

Darüber hinaus unterstützt die qualitative Analyse dieser Studie die Theorie des umgekehrten U nach Cunningham und Derks (2005), wonach ein sprachliches Niveau, das zu leicht oder zu schwierig ist, nicht als lustig empfunden wird. Tatsächlich ergaben die Ergebnisse dieser Arbeit, dass einige Witze in der Serie *Friends* als zu einfach eingestuft werden, um als lustig empfunden zu werden, und andere als zu schwierig, um verstanden zu werden. Daraus folgt also, dass ein minimales (aber nicht zu hohes) Niveau an sprachlicher Schwierigkeit erforderlich ist, um den Humor als lustig zu empfinden. Dieses Niveau hängt aber von den Englischkenntnissen des Einzelnen ab. Die qualitative Analyse dieser Arbeit ergibt, dass das niedrige Sprachniveau der Befragten sie daran hindert, Inkongruenzen zu entschlüsseln und somit ein Hindernis für die richtige Wahrnehmung von Humor darstellt, womit auch die

Forschung von Aycicegi-Dinn et al. (2018) bestätigt wird. Da jedoch kein signifikanter linearer Zusammenhang zwischen Englischkenntnissen und der Bewertung des Humors beobachtet wurde, kann die in dieser Studie aufgestellte Hypothese, dass höhere Englischkenntnisse zu einer besseren Wahrnehmung des Humors der Serie *Friends* führen, nicht bestätigt werden.

Ein weiterer individueller Faktor, der in dieser Studie untersucht wurde, ist der Unterschied zwischen Männern und Frauen in Bezug auf die Wahrnehmung von Humor. In der Literaturübersicht erklären Schwarz et al. (2015) und Zsila et al. (2021), dass Männer und Frauen unterschiedliche Ansichten von Humor haben. Diese Studie lieferte jedoch Ergebnisse, die das Gegenteil belegen. Hiernach ergaben sich keine signifikanten Unterschiede zwischen männlichen und weiblichen Befragten: Männer empfanden den in den *Friends*-Szenen verwendeten Humor nicht als lustiger als Frauen. Auch eine umgekehrte Tendenz wurde nicht beobachtet. Somit zeigt sich jedoch, dass Frauen entgegen der Behauptung von Hay (2001) nicht humorlos sind und keine von Männern abweichende Meinung über Humor haben.

Unter Berücksichtigung der statistischen Ergebnisse kann davon ausgegangen werden, dass die von Schwarz et al. (2015) diskutierten sozialen Normen, nach denen Frauen nicht humorvoll sein dürfen, nicht mehr aktuell sind. Ein möglicher Grund für diesen Unterschied ist, dass sich das Bild der Frau in der Gesellschaft verändert hat und dass die Studien über die Verwendung von Humor durch Männer und Frauen nicht mehr aktuell genug sind, um darauf hinzuweisen, dass keine Unterschiede mehr zu beobachten sind. Es zeigt sich in der Analyse dieser Arbeit, dass die Darstellung der Frau als vom Mann dominiert und ohne das Recht, sich auszudrücken, nicht mehr zeitgemäß ist. Stattdessen besitzen Frauen heute im Gegensatz zu früher das Recht, Humor zu verwenden und ihn als eine Eigenschaft wahrzunehmen, die ihnen eigen ist. Die Beziehung der Frauen zum Humor veränderte sich im Laufe der Zeit, insbesondere mit der Frauenbewegung, die immer größer und wichtiger wird. Diese Arbeit zeigt auf, dass eine für einen sozialen Wandel kämpfende kollektive Identität gegenwärtig immer wichtiger wird, weshalb es möglich ist, dass die Vision von Humor und die Wahrnehmung von Humor im Jahr 2022 anders aussehen als in der Vergangenheit. Die Ergebnisse widerlegen daher die Annahme, dass Männer eine bessere Humorwahrnehmung haben als Frauen.

Ziel dieser Studie ist es neben der Untersuchung von individuellen Faktoren, die die Wahrnehmung von Humor beeinflussen, auch den Einfluss von textinhärenten Faktoren auf die Wahrnehmung von Humor zu analysieren. Von Interesse in dieser Studie ist also insbesondere,

ob textinhärente Faktoren die Wahrnehmung von Humor in der Serie *Friends* beeinflussen. Fraglich ist hier daher, ob sich Inkongruenz als unabdingbar für eine bessere Wahrnehmung von Humor erweist. Um die Inkongruenztheorie zu testen, nach der der Überraschungseffekt von inkongruenten Elementen zum Lachen führt, wurden die Beziehungen zwischen der Wahrnehmung von Humor und dem vorherigen Ansehen der Serie sowie zwischen der genannten Wahrnehmung und dem vorherigen Ansehen der konkreten Szenen untersucht. Die Ergebnisse dieser Studie belegen die These von Warren und McGraw (2016), dass das Wissen um die Inkongruenz nicht daran hindert, Humor positiv wahrnehmen zu können. Daher widersprechen die Ergebnisse dieser Studie der von Martin (2007) mit der in der Inkongruenztheorie behaupteten Notwendigkeit eines Überraschungseffekts um Lachen hervorzurufen.

Die qualitative Studie dieser Arbeit bestätigt die Inkongruenztheorie teilweise, widerspricht ihr aber auch in gewissen Teilen. Einerseits zeigen die in dieser Studie vorgestellten Ergebnisse, dass unerwartete Stürze und die Verwendung unpassender Elemente – wie das Lied, das Emma vorgesungen wird – das Lachen der Teilnehmer hervorrufen. Darüber hinaus hat die qualitative Analyse aufgezeigt, dass Szenen nicht als lustig empfunden wurden, wenn die Pointe des Witzes vorhersehbar war. Andererseits wurde in der quantitativen Analyse deutlich, dass es für eine bessere Wahrnehmung des Humors unerlässlich ist, die Serie oder die bestimmte Szene bereits gesehen zu haben. Die Ergebnisse verdeutlichen, dass das Wissen über das folgende Geschehen den Humor einer Szene nicht hemmt. Im Gegenteil lässt sich anhand der Ergebnisse der linearen Regression sogar feststellen, dass die Szenen im Allgemeinen als umso witziger empfunden werden, je länger die gesamte Serie geschaut wird.

Aus diesen Ergebnissen lässt sich ableiten, dass zusätzliche Elemente zum Überraschungseffekt notwendig sind, um den Humor der Szenen richtig wahrzunehmen. Es stellte sich heraus, dass der Überraschungseffekt nicht unbedingt notwendig ist. Es scheint, dass eine Kenntnis der Charaktere und ihrer Beziehungen zueinander entscheidend ist, um die Szenen zu verstehen und um den Humor, der aus ihnen hervorgeht, wahrzunehmen. Je öfter die Serie gesehen wurde, desto besser können die Charaktere und ihre Eigenschaften eingeschätzt werden. Die qualitative Analyse zeigt, dass eine Affinität zu den Figuren für die richtige Wahrnehmung des Humors entscheidend ist. Dies unterstützt Bermans (1987) Sitcom-Theorie, wonach die Zuschauer sich auf die Figuren der Serie beziehen können müssen, um den Humor zu verstehen.

Daher lässt sich sagen, dass die Theorie der Inkongruenz bestätigt wird, aber dennoch differenziert werden muss. In Bezug auf einzelne Witze lässt sich feststellen, dass sie als witzig empfunden werden, wenn die Pointe nicht erwartet wird. Es scheint jedoch, dass auch bei vorherigem Sehen der Szene, wenn also der Witz bereits mindestens einmal gehört worden war, der humorvolle Charakter nicht gehemmt wurde. Dies kann zum einen daran liegen, dass der Zuschauer den Witz und seine Pointe nicht unbedingt im Gedächtnis behalten hat, sodass der Überraschungseffekt ein zweites Mal eintreten konnte. Andererseits wurden neue Elemente erfasst, die beim ersten Hören bzw. Sehen nicht wahrgenommen wurden, wodurch ein weiterer Überraschungseffekt – der beim ersten Mal nicht beobachtet wurde – auftreten und den Zuschauer zum Lachen bringen konnte. Betrachtet man die Theorie der Inkongruenz jedoch in Bezug auf die allgemeine Wahrnehmung von *Friends*, dann führt die Tatsache, dass man *Friends* nicht gesehen hat, nicht dazu, dass man die Serie lustiger findet. Im Gegenteil erweist sich die Unkenntnis bezüglich der Figuren, ihrer Charaktere und der Beziehungen zwischen ihnen als kontraproduktiv für die Wahrnehmung des Humors.

Aus diesen Ergebnissen geht hervor, dass die Hypothese, dass Teilnehmer, die *Friends* noch nie gesehen haben, die Serie witziger finden, somit nicht bestätigt werden kann. Zudem bestätigen die Ergebnisse dieser Arbeit die These von Martin (2017), dass der Überraschungseffekt in der Tat ein wichtiger Faktor ist, der bei der Pointe eines Witzes berücksichtigt werden muss. Im Zusammenhang von Serien aber gilt, dass eine Vertrautheit mit einer bestimmten Serie durch mehrmaliges Anschauen sich günstig auf die Wahrnehmung des Humors in dieser Serie auswirken kann.

In Bezug auf den zweiten textinhärenten Faktor, das Lachen im Hintergrund, zeigen die Ergebnisse der deskriptiven und qualitativen Analyse zwar, dass ein Einfluss auf die Wahrnehmung des Humors gegeben ist, die lineare Regression weist jedoch darauf hin, dass dieser nicht signifikant ist. Dennoch kann ein Unterschied bei der Analyse der linearen Regressionen, die für jede Szene durchgeführt wurden, beobachtet werden. In einigen Szenen wurde festgestellt, dass Lachen einen signifikanten Einfluss hat.

Mehrere Gründe können als Erklärung für Unterschiede in den einzelnen Szenen herangezogen werden. Die qualitative Analyse hat gezeigt, dass Lachen als störend empfunden werden kann, wenn das Thema zu ernst ist. Denn empfinden die Zuschauer das Thema nicht als lustig, wirkt ein solches Lachen wie ein Versuch das Urteil der Zuschauer zugunsten einer humorvolleren

Einschätzung zu beeinflussen. Dennoch wird zum Teil die so erzeugte Diskrepanz zwischen der Ernsthaftigkeit der Szene und ihrer humorvollen Seite als lustig empfunden, wenn auch das Lachen aufgrund des zu ernsten Themas in solchen Fällen nicht direkt genossen werden kann. Damit diese Diskrepanz von den Zuschauern als humorvoll empfunden wird, darf das Thema der Szene jedoch nicht als zu ernst angesehen werden, um darüber lachen zu können. Tatsächlich wurde in dieser Arbeit bereits zuvor aufgezeigt, dass manche Kulturen nicht über jedes Thema lachen. Dennoch schätzten diejenigen Befragten, die die Verwendung ernster Themen als akzeptabel für Humor bewerteten, die Gegenüberstellung des ernsten Charakters der Szene und des Lachens im Hintergrund, um sie humorvoll zu gestalten.

Es stellt sich also heraus, dass das Thema, auf dem der Humor basiert, von der Kultur nicht als zu ernst angesehen werden darf, damit sich das Lachen auf den in der Szene wahrgenommenen Humor auswirken kann. Eine mögliche Erklärung hierfür ist, dass das Lachen im Hintergrund nur die Grundmeinung des Befragten darüber, ob die Szene lustig ist oder nicht, bestätigt. Denn wenn die Szene als humorvoll eingestuft wird, dann unterstützen die Lacher diese Idee und unterstreichen den humorvollen Charakter der Szene etwas mehr. In Fällen dagegen, in denen die Szene nicht von Anfang an als lustig eingestuft wird, beeinflussen die Lacher die Meinung der Befragten in Richtung einer weniger humorvollen Beurteilung der Szene. In diesen Fällen wird das Lachen als nervig empfunden. Es scheint also, dass das Lachen im Hintergrund die Meinung des Zuschauers über den in der Serie wahrgenommenen Humor nicht im eigentlichen Sinne beeinflusst, sondern vielmehr die grundsätzliche Meinung, die der Zuschauer hatte, bestätigt.

Wichtig zu betonen ist das Ergebnis der qualitativen Analyse, dass das Lachen hilft, den Humor wahrzunehmen, wenn das Verständnis der L2 nicht optimal ist. Wie Mills (2022) ausführt, dient Lachen als Marker für lustige Momente. Dadurch haben die Zuschauer weniger Schwierigkeiten zu verstehen, wenn etwas lustig ist. Die Ergebnisse der Arbeit bestätigen also, dass der humoristische Rahmen nützlich ist und die Wahrnehmung von Humor beeinflussen kann – und dies gilt auch dann, wenn die L2 nicht verstanden wird.

Die Hypothese dieser Studie, dass das Lachen im Hintergrund den Teilnehmer dahingehend beeinflusst, *Friends* lustig zu finden, konnte nicht bestätigt werden. Die Lacher im Hintergrund dienen vielmehr dazu, die Meinung des Zuschauers hinsichtlich der Beurteilung einer Szene als

humorvoll oder nicht zu bestätigen. Sie dienen jedoch auch dazu, humorvolle Momente in der Szene anzuzeigen, wenn das L2-Niveau kein gutes Verständnis des eigentlichen Textes zulässt.

Grundsätzlich ist diese Arbeit als Beleg dafür zu sehen, dass die Wahrnehmung des Humors in der Serie *Friends* in erster Linie von der Kultur des Zuschauers abhängt. Genauer gesagt wird die Wahrnehmung des Humors dadurch beeinflusst, wie das im Humor verwendete Thema in Abhängigkeit von der Kultur des Zuschauers wahrgenommen wird. In ähnlicher Weise beeinflusst auch die Häufigkeit, mit der die Serie *Friends* bereits gesehen wurde, die Wahrnehmung des Humors in der Serie. Tatsächlich führt die Vertrautheit mit der Serie dazu, dass der Humor in der Serie besser wahrgenommen wird.

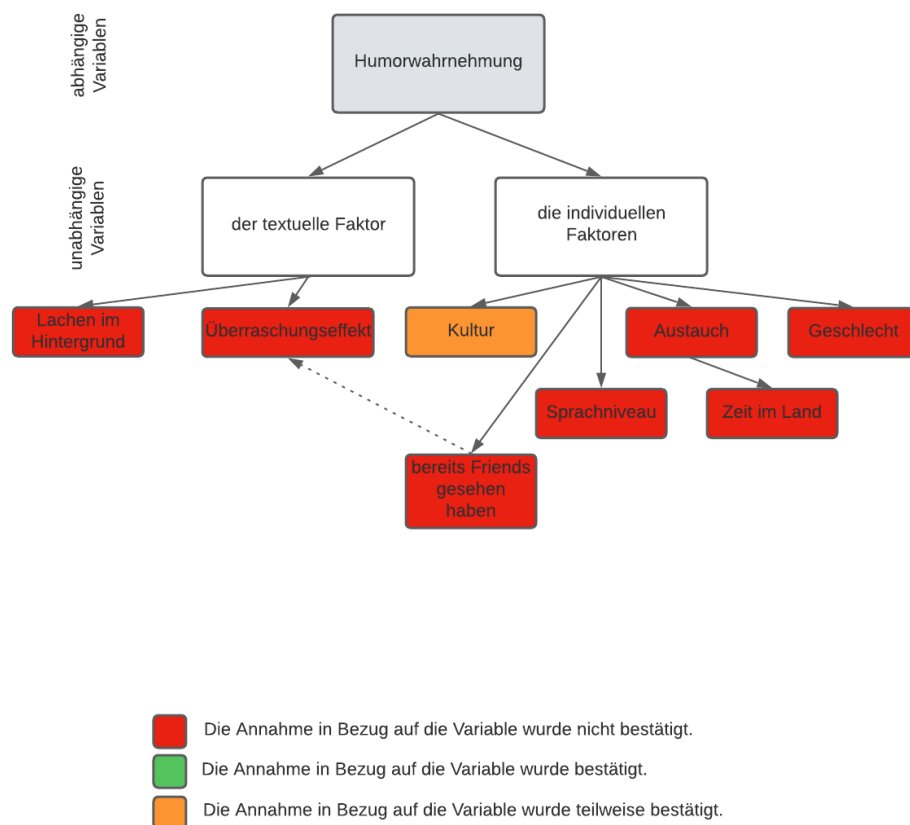


Abb. 21. Schema der abhängigen und unabhängigen Variablen je nach den Ergebnissen

Quelle: In Anlehnung an Pérez-Sobrinó et al. (2019, S.969)

8 Fazit und Ausblick

Die vorliegende Studie ging der Frage „Der Einfluss von individuellen und textinhärenten Faktoren auf die Wahrnehmung von Humor in Sitcoms, insbesondere *Friends*“ nach. Zur Beantwortung dieser Forschungsfrage wurden eine quantitative und eine qualitative Studie durchgeführt, in denen der Einfluss einer Reihe von Faktoren auf die Behandlung von acht Szenen aus der Serie *Friends* untersucht wurde.

Unter Berücksichtigung der statistischen Ergebnisse lässt sich vermuten, dass die Wahrnehmung des Humors in der Serie *Friends* je nach Kultur der Teilnehmer variiert, da in der französischsprachigen Kultur alle Themen als humorvoll empfunden werden, während dies in der englischsprachigen und der chinesischen Kultur nicht der Fall ist. Die Serie *Friends* verwendet eine Vielzahl von Themen als Grundlage für ihren Humor, dazu gehören beispielsweise homophobe und sexistische Witze. Es hat sich jedoch gezeigt, dass nicht alle untersuchten Kulturen diese Themen als humorvoll erachten. Tatsächlich greift die französischsprachige Kultur im Humor auf den zweiten Grad zurück, was es ihnen ermöglicht, über eine Vielzahl von Themen zu lachen, unabhängig von deren Ernsthaftigkeit. Dies ist jedoch bei der englischsprachigen und der chinesischen Kultur nicht der Fall. Überraschenderweise deuten die Ergebnisse in Bezug auf andere individuelle Faktoren darauf hin, dass das Sprachniveau, das Geschlecht und ein beliebig langer Aufenthalt in einem englischsprachigen Land, nicht zu einer besseren Wahrnehmung des Humors in der Serie *Friends* führen.

Ein Blick auf die statistischen Ergebnisse zeigt auch, dass hinsichtlich der Inkongruenztheorie zu differenzieren ist. So hat die vorliegende Studie gezeigt, dass der Überraschungseffekt in den Szenen von *Friends* diese humorvoll gemacht hat. Es wurde jedoch auch deutlich, dass es für die Wahrnehmung des Humors in der Serie entscheidend ist, die Serie bereits mehrmals gesehen zu haben, auch wenn dies den Überraschungseffekt beeinträchtigt. Denn hilfreich ist es, mit den Figuren und ihren Eigenschaften, den Beziehungen zwischen den Figuren usw. vertraut zu sein, um den Humor in vollem Umfang wahrnehmen zu können. Es stellt sich also heraus, dass der Überraschungseffekt nicht unbedingt notwendig ist, um eine Szene humorvoll zu machen, die Vorkenntnis der Serie dagegen ist sehr wohl voraussetzend. Die Studie zeigt auch, dass Lachen im Hintergrund im untersuchten Fall keinen relevanten Einfluss auf die

Wahrnehmung von Humor hat – obwohl in der Theorie Gegenteiliges behauptet wird. Es gelingt diesem Lachen nicht, eine negative Meinung über Humor in eine positive umzuwandeln.

Die Ergebnisse dieser Studie leisten zwar einen wichtigen Beitrag zur Untersuchung der Wahrnehmung von Humor in Sitcoms und insbesondere der Wahrnehmung von Humor in der Serie *Friends*, es sind jedoch auch einige Einschränkungen zu verzeichnen.-Es scheint daher, dass weitere Studien notwendig sind, um den Grenzen dieser Studie vorzubeugen und die verschiedenen Hypothesen, die in dieser Studie aufgestellt wurden, zu bestätigen oder zu widerlegen. Die in dieser Studie verwendete Methode ist eine Offline-Methode, und als solche weniger geeignet, um die Wahrnehmung von Humor zu untersuchen. Zwar hatten die Teilnehmer die Möglichkeit, die Bewertung von Humor auf einer Likert-Skala anhand einer offenen Antwort zu erläutern, doch waren die Antworten nicht unbedingt immer klar und detailliert-. So könnte diese Studie mit einer anderen Methode wiederholt werden. Eine Reihe von Interviews mit den Befragte, könnte die Ergebnisse bezüglich der Bewertung des Humors in den untersuchten Szenen genauer beschreiben und erläutern. Auf diese Weise wäre es möglich gewesen, die Gründe für das Empfinden der Szenen als nicht lustig, besser zu verstehen.

Zudem wurde die Variable Sprachniveau der Teilnehmer nicht objektiv ermittelt. Denn die Teilnehmer wurden gebeten, ihre eigenen Sprachkenntnisse einzuschätzen. Es ist daher möglich, dass einige Teilnehmer ihre Kompetenzen unter- oder überschätzten. Vor diesem Hintergrund ist zu fragen, ob das tatsächliche Sprachniveau entgegen den Ergebnissen dieser Arbeit vielleicht doch einen relevanten Einflussfaktor bedeutet. Die Variable des Sprachniveaus könnte also verzerrt sein. Zudem stammte bei den Befragten mit Englischkenntnissen C2 mit 23 von 32 Teilnehmern mehr als die Hälfte aus dem Vereinigten Königreich. Der kulturelle Hintergrund könnte die Ergebnisse bezüglich des Einflusses des Sprachniveaus auf die Wahrnehmung von Humor beeinflusst haben.

Eine der Begrenzungen dieser Studie liegt auch in der Auswahl der Szenen. Diese wurden zufällig ausgewählt, wodurch die Szenen sehr unterschiedliche Themen behandeln. Damit war die Feststellung, ob die als problematisch angesehenen Themen immer als solche eingeschätzt werden, unabhängig von den äußeren Elementen, die in der Szene vorhanden sind, unmöglich. Eine weitergehende Forschung könnte sich auf die Auswahl der Szenen konzentrieren, anstatt

eine zufällige Auswahl zu treffen. Möglich wäre zum Beispiel die Auswahl von Szenen mit unterschiedlichen Sprachniveaus, um feststellen zu können, ob das Sprachniveau die Wahrnehmung von Humor beeinflusst. Außerdem könnte die Theorie von Cunningham und Derks (2005), dass zu einfache oder zu schwierige Witze nicht als lustig empfunden werden, weiter bestätigt oder widerlegt werden. Dadurch wäre es auch möglich, den Einfluss der sprachlichen Schwierigkeit auf andere Elemente zu untersuchen, die verwendet werden, um Szenen humorvoll zu gestalten, wie beispielsweise Gesichtsausdrücke, Schauspiel usw.

Darüber hinaus hat diese Studie ergeben, dass die in den Szenen angesprochenen Themen bei der Wahrnehmung von Humor in verschiedenen kulturelle Hintergründen eine übergeordnete Rolle spielen. Die Themenwahl stellt daher ein interessantes Forschungsthema dar. In den Szenen könnten also verschiedene, zuvor ausgewählte Themen behandelt werden, um herauszufinden, welche Themen für die britische und die chinesische Kultur nicht humorfreundlich sind. Außerdem wäre es interessant zu untersuchen, ob die französischsprachige und die amerikanische Kultur Grenzen bei den als humorvoll empfundenen Themen haben oder ob sie wirklich über alle Themen lachen. Zudem könnte eine größere Stichprobe amerikanischer Teilnehmer hilfreich sein, um festzustellen, ob die amerikanische Kultur in Bezug auf die Wahrnehmung von Humor tatsächlich der französischsprachigen Kultur ähnlich ist. Dies könnte ein wichtiger Ansatz für zukünftige Forschungsarbeiten sein und dazu beitragen, kulturelle Unterschiede in der Wahrnehmung von Humor aufzuzeigen.

Ein Mehrwert könnte auch das Vergleichen der Serie *Friends* mit anderen Sitcoms oder anderen Serien bieten. Auf diese Weise könnte untersucht werden, ob das Lachen im Hintergrund im Vergleich zu anderen Serien ohne ein solches Lachen wirklich keinen Einfluss hat. Darüber hinaus könnte festgestellt werden, ob bei Sitcoms die gleichen Faktoren die Wahrnehmung von Humor beeinflussen wie bei anderen Fernsehserien. Zudem könnte sich eine weitere Untersuchung stärker auf mögliche Unterschiede zwischen der Serie *Friends* und einer neueren Sitcom konzentrieren. Angesichts der jungen Stichprobe in dieser Studie könnte die Serie *Friends* zu alt sein, da sie 1994 veröffentlicht wurde. Aus diesem Grund könnte es sein, dass eine neuere Serie, die thematisch beliebter ist, als lustiger empfunden wird. So wurde in der Studie von Chen und Dewaele (2021) erwähnt, dass die soziale Dynamik der Serie *Yes, Prime Minister*, die erstmals in den 1980er Jahren ausgestrahlt wurde, von den älteren Teilnehmern aufgrund des Erscheinungsjahres besser verstanden wurde. Es ist möglich, dass die

Unterschiede in Gesellschaft und Mentalität zwischen den verschiedenen Jahren die Wahrnehmung von Humor beeinflussen.

Um die Wahrnehmung von Humor in Sitcoms genauer zu untersuchen, wäre es auch interessant, diese Studie fortzusetzen und andere Sprachen oder Teilnehmer aus anderen Kulturen zu testen. So könnte festgestellt werden, ob es Ähnlichkeiten zwischen anderen Kulturen gibt und ob eine allgemeine Aussage über den Westen und den Osten gemacht werden kann. Zudem könnte hiermit genauer geprüft werden, ob das Sprachniveau die Wahrnehmung von Humor im Gegensatz zum kulturellen Hintergrund nicht beeinflusst.

9 Literaturverzeichnis

- Alm, A. (2013). Extensive listening 2.0 with foreign language podcasts. *Innovation in Language Learning and Teaching*, 7(3), 266–280.
<https://doi.org/10.1080/17501229.2013.836207>
- Andrew, R. (2010). Intercultural communication and the essence of humour. *Journal of the Faculty of International Studies, Utsunomiya University*, 29, 23–34.
- Apte, M. L. (1985). *Humor and Laughter: An Anthropological Approach* (Paper edition). Cornell University Press.
- Atkinson, R., & Curtis, R. (Produzierende). (1990, 1995). Mr. Bean. In *Tiger Aspect Productions*. ITV.
- Austerlitz, S. (2014). *Sitcom: A History in 24 Episodes from I Love Lucy to Community*. Chicago Review Press.
- Aycicegi-Dinn, A., Şişman-Bal, S., & Caldwell-Harris, C. (2018). Are jokes funnier in one's native language? *HUMOR*, 31(1), 5–37. <https://doi.org/10.1515/humor-2017-0112>
- Bardon, A. (2005). The Philosophy of Humor. In M. Charney, *Comedy: A Geographic And Historical Guide*. Praeger Publishers Inc.
- Baxter-Wright, D. (2017, Januar 11). *11 actually pretty shocking things Friends couldn't get away with today*. Cosmopolitan.
<http://www.cosmopolitan.co.uk/entertainment/a38817/11-times-Friends-sexist-homophobic/>
- Bell, N., & Attardo, S. (2010). Failed humor: Issues in non-native speakers' appreciation and understanding of humor. *Intercultural Pragmatics*, 7(3).
<https://doi.org/10.1515/iprg.2010.019>
- Bell, N. D. (2006). Interactional adjustments in humorous intercultural communication. *Intercultural Pragmatics*, 3(1), 1–28. <https://doi.org/10.1515/IP.2006.001>

- Bell, N. D. (2007a). How native and non-native English speakers adapt to humor in intercultural interaction. *International Journal of Humor Research*, 20(1).
<https://doi.org/10.1515/HUMOR.2007.002>
- Bell, N. D. (2007b). Humor comprehension: Lessons learned from cross-cultural communication. *International Journal of Humor Research*, 20(4).
<https://doi.org/10.1515/HUMOR.2007.018>
- Berger, A. A. (1976). Anatomy of the Joke. *Journal of Communication*, 26(3), 113–115.
<https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.1976.tb01913.x>
- Berman, R. (1987). *How television sees its audience: A look at the looking glass*. Sage Publications.
- Bobin, J., Smiley, S., & Miller, T. (Produzierende). (2007, 2009). Flight of the Conchords [TV-Serie]. In *Dakota Pictures*. HBO.
- Bore, I.-L. K. (2011). Laughing together? TV comedy audiences and the laugh track. *Velvet Light Trap*, 68. Gale Academic OneFile.
<https://link.gale.com/apps/doc/A267807717/AONE?u=anon~49a968bd&sid=googleScholar&xid=01f3436d>
- Brewer. (2018). Don't Make Me Laugh!: Morality, Ethics, and the Laugh Track. *Studies in American Humor*, 4, 10. <https://doi.org/10.5325/studamerhumor.4.1.0010>
- Bright, K. (Produzierende). (1995, Oktober 5). The One Where Heckles Dies [TV-Serie]. In *Friends*.
- Bright, K. (Produzierende). (1997, November 13). The One Where Chandler Crosses the Line [TV-Serie]. In *Friends*.
- Bright, K. (Produzierende). (1998, Januar 15). The One with the Embryos [TV-Serie]. In *Friends*.
- Bright, K. (Produzierende). (1999, Februar 18). The One with the Girl Who Hits Joey [TV-

- Serie]. In *Friends*.
- Bright, K. (Produzierende). (2000a, Oktober 12). The One with Monica's Thunder [TV-Serie]. In *Friends*.
- Bright, K. (Produzierende). (2000b, November 23). The One Where Chandler Doesn't Like Dogs [TV-Serie]. In *Friends*.
- Bright, K. (Produzierende). (2002, April 25). The One with the Baby Shower. In *Friends*.
- Brooks, J., & Burns, A. (Produzierende). (1970, 1977). The Mary Tyler Moore Show [TV-Serie]. In *Entreprises MTM*. CBS.
- Burrows, J. (Produzierende). (1995, März 2). The One with All the Poker [TV-Serie]. In *Friends*.
- Burrows, J. (Produzierende). (1996, April 16). The One Where Monica Gets a Roommate [TV-Serie]. In *Friends*.
- Burrows, J. (Produzierende). (1997, Februar 20). The One with the Morning After. In *Friends*.
- Butler, J. G. (2019). *The Sitcom* (1. Aufl.). Routledge.
<https://doi.org/10.4324/9781315724454>
- Cai, Q., Chen, S., White, S. J., & Scott, S. K. (2019). Modulation of humor ratings of bad jokes by other people's laughter. *Current Biology*, 29(14), R677–R678.
<https://doi.org/10.1016/j.cub.2019.05.073>
- Cambridge Academic Content Dictionary*. (o. J.). Abgerufen 7. Mai 2022, von
<https://dictionary.cambridge.org/fr/dictionnaire/anglais/sitcom>
- Carey, R. (2014). A closer look at laughter in academic talk: A reader response. *Journal of English for Academic Purposes*, 14, 118–123.
<https://doi.org/10.1016/j.jeap.2014.03.001>
- Carrell, A. (1997). Joke competence and humor competence. *International Journal of Humor*

Research, 10(2), 173–186.

Chen, X., & Dewaele, J.-M. (2021). “We are not amused”. The appreciation of British humour by British and American English L1 users. *Language & Communication*, 79, 147–162. <https://doi.org/10.1016/j.langcom.2021.05.002>

Chiaro, D. (1992). *The language of jokes: Analysing verbal play*. Routledge.

Chiaro, D. (2008). Verbally expressed humor and translation. In V. Raskin (Hrsg.), *The Primer of Humor Research* (Bd. 8, S. 569–608). Mouton de Gruyter. <https://doi.org/10.1515/9783110198492.569>

Clark, B., & Spohr, S. J. (2002). *Guide to postproduction for TV and film: Managing the process* (2. ed). Focal Press.

Clarke-Jervoise, S. (2005, Juni 14). [Persönliche Kommunikation].

Cobb, S., Ewen, N., & Hamad, H. (2018). *Friends Reconsidered: Cultural Politics, Intergenerationality, and Afterlives*. *Television & New Media*, 19(8), 683–691. <https://doi.org/10.1177/1527476418778426>

Cooper, D. (1997). *Writing great screenplays for film and television*. ARCO. <https://www.amazon.com/Writing-Great-Screenplays-Film-1997-08-22/dp/B01F9QADBK>

Coser, R. L. (1960). Laughter among Colleagues †. *Psychiatry*, 23(1), 81–95. <https://doi.org/10.1080/00332747.1960.11023205>

Crawford, M. (1989). Humor in Conversational Context: Beyond Biases in the Study of Gender and Humor. In R. K. Unger (Hrsg.), *Representations: Social Constructions of Gender* (1. Aufl., S. 155–166). Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781315223810-14>

Crawford, M. (1995). *Talking Difference: On Gender and Language*. SAGE Publications Ltd. <https://doi.org/10.4135/9781446250594>

- Crawford, M. (2003). Gender and humor in social context. *Journal of Pragmatics*, 35(9), 1413–1430. [https://doi.org/10.1016/S0378-2166\(02\)00183-2](https://doi.org/10.1016/S0378-2166(02)00183-2)
- Cunningham, W. A., & Derks, P. (2005). Humor appreciation and latency of comprehension. *Humor*, 18(4). <https://doi.org/10.1515/humr.2005.18.4.389>
- Curtis, B. (1982). Aspects of Sitcom. In J. Cook (Hrsg.), *BFI Dossier 17: Television sitcom* (S. 4–12). British Film Institute.
- Dai, J., & Liu, Q. (2018). Interpretation of Humor between Chinese and Americans from the Angle of Culture in *Friends*. *Journal of Language Teaching and Research*, 9(6), 1356. <https://doi.org/10.17507/jltr.0906.27>
- Dai, W., & He, Z. (2002). *A New Concise Course in Linguistics for Students of English*. Shanghai Foreign Language Education Press.
- Davies, C. (2011). Jokes and Targets. *Indiana University Press*.
<https://iupress.org/9780253223029/jokes-and-targets/>
- De Jongste, H. (2020). *Playing with Mental Models*. <https://www.bol.com/nl/nl/p/playing-with-mental-models/9200000130743837/>
- Dhaenens, F., & Van Bauwel, S. (2012). Queer Resistances in the Adult Animated Sitcom. *Television & New Media*, 13(2), 124–138.
<https://doi.org/10.1177/1527476411412397>
- Duhaime, C. P., Laroche, M., & Muller, T. E. (1996). *Le comportement du consommateur, 2e édition par Duhaime, Kindra, Laroche, Muller*. G. Morin.
- Evening Standard. (2021). *Justin Bieber confused by British humour*.
<https://www.standard.co.uk/showbiz/celebrity-news/justin-bieber-confused-by-british-humour-7831580.html>
- Feuer, J., Kerr, P., & Vahimagi, T. (Hrsg.). (1984). *MTM: „quality television“*. BFI Pub.
- Findlay, M. S. (1998). *Language and Communication: A Cross-Cultural Encyclopedia*. ABC-

CLIO.

- Freud, S. (1928). Humour. *The International Journal of Psychoanalysis*, 9, 1–6.
- Fry, W. F. (1994). The biology of humor. *Humor - International Journal of Humor Research*, 7(2). <https://doi.org/10.1515/humr.1994.7.2.111>
- Goatly, A. (2012). *Meaning and humour*. Cambridge University Press.
- Goel, V., & Dolan, R. J. (2001). The functional anatomy of humor: Segregating cognitive and affective components. *Nature neuroscience*, 4(3), 237–238.
- Gogová, L. (2016). Ethnic humour in a multicultural society. *Ars Aeterna*, 8(2), 12–24. <https://doi.org/10.1515/aa-2016-0006>
- Goodman, L. (1992). Gender and humour. In F. Bonner, L. Goodman, R. Allen, L. Janes, & C. King (Hrsg.), *Imagining women: Cultural representations and gender*. Polity Press.
- Grant, M. A. (1924). *The ancient rhetorical theories of the laughable: The Greek rhetoricians and Cicero* (Nummer 21). University of Wisconsin.
- Gray, J. (2012). *Men are from Mars, women are from Venus: The classic guide to understanding the opposite sex*. Harper.
- Greenwood, D. (2010). Of Sad Men and Dark Comedies: Mood and Gender Effects on Entertainment Media Preferences. *Mass Communication and Society*, 13(3), 232–249. <https://doi.org/10.1080/15205430903186526>
- Grotjahn, M. (1975). *Beyond laughter: Humor and the subconscious* (1. McGraw-Hill paperback ed). McGraw-Hill.
- Halvorson, G. (Produzierende). (2000, November 9). The One with the Nap Partners. In *Friends*.
- Halvorson, G. (Produzierende). (2002, November 14). The One with Ross' Inappropriate Song [TV-Serie]. In *Friends*.

- Hammer, K. (2017). Bilingual cogito: Inner speech in acculturated bilinguals. *International Journal of Bilingual Education and Bilingualism*, 22(5), 576–592.
<https://doi.org/10.1080/13670050.2017.1285862>
- Harris, N. P. (2008, Februar 29). *Personal interview*. [Persönliche Kommunikation].
- Hay, J. (2001). *Gender and Humour: Beyond a Joke*.
- Hollander, N. (1994). *T-shirt advertisement* [Funny Times 9].
- Holmes, J. (2001). *An introduction to sociolinguistics* (2. ed). Pearson Education Limited.
- Jenkins, M. (1985). *What's so funny? Joking among women*. 135–151.
- Jiang, T., Li, H., & Hou, Y. (2019a). Cultural Differences in Humor Perception, Usage, and Implications. *Frontiers in Psychology*, 10.
<https://www.frontiersin.org/articles/10.3389/fpsyg.2019.00123>
- Jiang, T., Li, H., & Hou, Y. (2019b). Cultural Differences in Humor Perception, Usage, and Implications. *Frontiers in Psychology*, 10, 123–123.
- Juckel, J., Bellman, S., & Varan, D. (2016). A humor typology to identify humor styles used in sitcoms. *HUMOR*, 29(4). <https://doi.org/10.1515/humor-2016-0047>
- Kagan, O. (2020). Humor creation and the ambiguity of morpho-syntactic phenomena. *Russian Linguistics*, 44(1), 59–78. <https://doi.org/10.1007/s11185-020-09220-3>
- Kamm, J., & Neumann, B. (Hrsg.). (2015). *British tv comedies: Cultural concepts, contexts and controversies*. Routledge.
- Kant, I. (1931). *Critique of judgement* (J.H. Bernand (trans.)). Macmillan.
- Kauffman, M., Crane, D., Bright, K., Burrows, J., & Silveri, S. (Produzierende). (1994, 2004). *Friends* [[TV-Serie]]. In *Warner Bros. Television Studios*. NBC.
- Knox, S., & Schwind, K. H. (2019). *Friends: A Reading of the Sitcom* (1st ed. 2019 edition). Palgrave Macmillan.
- Kopper, A. (2021). The use of humour in diplomatic tweets: The affiliative potential of

- ridicule. *Cooperation and Conflict*, 56(3), 309–327.
- <https://doi.org/10.1177/0010836720975458>
- Korostenskienė, J., & Lieponytė, A. (2018). Funny as it may be: Humour in the American sitcoms I Love Lucy and Modern Family. *Studies About Languages*, 0(33), 57–73.
- <https://doi.org/10.5755/j01.sal.0.33.20097>
- Kramarae, C. (1981). *Women and men speaking: Frameworks for analysis*.
- Krikmann, A. (2006). Contemporary Linguistic Theories of Humour. *Journal of Folklore*, 33, 27–58.
- Lacey, N. (2000). *Narrative and genre: Key concepts in media studies*. New York : St. Martin's Press. <http://archive.org/details/narrativegenreke0000lace>
- Lakoff, R. (1973). Language and woman's place. *Language in Society*, 2(1), 45–79.
- <https://doi.org/10.1017/S0047404500000051>
- Larkin-Galinanes, C. (2017). An Overview of Humor Theory. In *The routledge handbook of language and humor* (Routledge handbooks in linguistics). Routledge.
- Lembeck, M. (Produzierende). (1995, September 21). The One with Ross' New Girlfriend. In *Friends*.
- Lembeck, M. (Produzierende). (1996a, Februar 15). The One Where Joey Moves Out [TV-Serie]. In *Friends*.
- Lembeck, M. (Produzierende). (1996b, Mai 2). The One with the Two Parties [TV-Serie]. In *Friends*.
- Liao, C. C. (2007). One aspect of Taiwanese and American sense of humour: Attitudes toward pranks. *J. Humanit. Res*, 2, 289–324.
- Lin, Y. T. (1974). Introduction to Chinese wit and humor. In *CHINESE WIT & HUMOR* (1st edition). Sterling Publishing Company.
- Liss, M., Walker, A., & Crawford, M. (2000). *Development and validation of the Gender*

Collectivity Scale. he Eleventh Annual Conference on Women and Gender,
University of Connecticut.

Long, D. L., & Graesser, A. C. (1988). Wit and humor in discourse processing. *Discourse Processes*, 11(1), 35–60. <https://doi.org/10.1080/01638538809544690>

Lorre, C., & Prady, B. (Produzierende). (2007, 2019). The big bang theory [TV-Serie]. In
Warner Bros. Television. CBS.

Marshall, G. (Produzierende). (1974, 1984). *Happy Days* [TV-Serie]. ABC.

Martin, R. A. (2007). *The psychology of humor: An integrative approach*. Elsevier Academic Press.

Martin, R. A., & Ford, T. E. (2018). *The psychology of humor: An integrative approach*
(Second edition). Academic Press, an imprint of Elsevier.

Martin, R. A., & Kuiper, N. A. (1999). Daily occurrence of laughter: Relationships with age,
gender, and Type A personality. *Humor*, 12(4).
<https://doi.org/10.1515/humr.1999.12.4.355>

Medhurst, A., & Tuck, L. (1982). The gender game. *BFI Dossier 17: Television Sitcom*, 43–
55.

Mills, B. (2005). *Television Sitcom*. British Film Institute.

Mills, B. (2022). *The Sitcom*.

Mintz, L. (1985). Situation Comedy. In B. G. Rose & R. S. Alley, *TV genres: A handbook
and reference guide* (S. 107–129). Greenwood Press.

Monro, D. (1988). Theories of Humor. In L. Behrens & L. J. Rosen, *Writing and reading
across the curriculum*. Scott, Foresman.

Morreall, J. (1987). *The Philosophy of laughter and humor*. State University of New York
Press. <http://books.google.com/books?id=l9JZAAAAMAAJ>

Mounes, S. (2010). *The influence of culture on the learners understanding of cultural specific*

jokes a comparative study.

Mulkay, M. J. (1988). *On humour: Its nature and its place in modern society*. Polity Press ; B. Blackwell.

Myers, S. A., Ropog, B. L., & Rodgers, R. P. (1997). Sex Differences in Humor.

Psychological Reports, 81(1), 221–222. <https://doi.org/10.2466/pr0.1997.81.1.221>

Newman, M. Z. (2011). *Notes on the Laugh Track | Antenna*.

<https://blog.commart.wisc.edu/2011/11/09/notes-on-the-laugh-track/>

Norrick, N. R. (1993). *Conversational joking: Humor in everyday talk*. Indiana University Press.

Norrick, N. R. (2003). Issues in conversational joking. *Journal of Pragmatics*, 35(9), 1333–1359. [https://doi.org/10.1016/S0378-2166\(02\)00180-7](https://doi.org/10.1016/S0378-2166(02)00180-7)

Peacock, S. (2006). In Between Marion and Geoff. *Journal of British Cinema and Television*, 3(1), 115–121. <https://doi.org/10.3366/JBCTV.2006.3.1.115>

Pien, D., & Rothbart, M. K. (1976). Incongruity and Resolution in Children's Humor: A Reexamination. *Child Development*, 47(4), 966–971.
<https://doi.org/10.2307/1128432>

Pollio, H. R., & Edgerly, J. W. (1976). Comedians and comic style. In *Humor and laughter: Theory, research, and applications* (S. 215–242). Transaction Publishers.

Poveda, D. (2005). Metalinguistic activity, humor and social competence in classroom discourse. *Pragmatics*, 15(1), 89–108. <https://doi.org/10.1075/prag.15.1.04pov>

Qiu, J. (2019). Pragmatic Analysis of Verbal Humor in *Friends*—Based on Cooperative Principle. *Theory and Practice in Language Studies*, 9(8), 935.
<https://doi.org/10.17507/tpls.0908.06>

Quaglio, P. (2009). *Television Dialogue: The sitcom Friends vs. natural conversation* (Bd. 36). John Benjamins Publishing Company. <https://doi.org/10.1075/scl.36>

- Raskin, V. (1985). *Semantic Mechanisms of Humor* (Springer Netherlands). Reidel.
- Raskin, V. (Hrsg.). (2008). *The Primer of Humor Research* (Bd. 8). Mouton de Gruyter.
<https://doi.org/10.1515/9783110198492>
- Reyes, A., Rosso, P., & Buscaldi, D. (2012). From humor recognition to irony detection: The figurative language of social media. *Data & Knowledge Engineering*, 74, 1–12.
<https://doi.org/10.1016/j.datak.2012.02.005>
- Rhonheimer, J., Mamann-Greenberg, S., Harris, C., & Cordray, R. (Produzierende). (2005, 2014). How I met your mother [TV-Serie]. In *20th Century Fox Television*. CBS.
- Ritchie, G. (2003). Incongruity and its resolution. In *The Linguistic Analysis of Jokes*. Routledge.
- Ross, A. (1999). *The language of humour* (reprinted). Routledge.
- Rowe, K. (1951). *The Unruly Woman Gender and the Genres of Laughter*.
<https://utpress.utexas.edu/books/rowunr>
- Rubin, A. M. (1981). An Examination of Television Viewing Motivations. *Communication Research*, 8(2), 141–165. <https://doi.org/10.1177/009365028100800201>
- Ruch, W. (2008). Psychology of humor. In *Psychology of humor* (S. 17–100). De Gruyter Mouton. <https://doi.org/10.1515/9783110198492.17>
- Ruch, W., & Forabosco, G. (1996). *A cross-cultural study of humor appreciation: Italy and Germany*. <https://doi.org/10.1515/humr.1996.9.1.1>
- Sapir, E. (1921). *Language: An Introduction to the Study of Speech*. Harcourt Brance & Company. <https://books.google.be/books?id=ofgrAAAAYAAJ>
- Scannell, P. (1996). *Radio, television and modern life: A phenomenological approach* /. Blackwell,.
- Schiffman, H. F. (2002). *Linguistic culture and language policy*. Routledge.
- Schopenhauer, A. (1969). *The world as will and representation*. Dover Pub.

- Schwarz, U., Hoffmann, S., & Hutter, K. (2015). Do Men and Women Laugh About Different Types of Humor? A Comparison of Satire, Sentimental Comedy, and Comic Wit in Print Ads. *Journal of Current Issues & Research in Advertising*, 36(1), 70–87.
<https://doi.org/10.1080/10641734.2014.912599>
- See Kam Tan. (2011). Global Hollywood, Narrative Transparency, and Chinese Media Poachers: Narrating Cross-Cultural Negotiations of *Friends* in South China. *Television & New Media*, 12(3), 207–227.
<https://doi.org/10.1177/1527476410372094>
- Shardakova, M. (2010). How to be funny in a second language: Pragmatics of L2 humor. *Mnemosynon. Studies on language and culture in the Russophone world: A collection of papers presented to Dan E. Davidson by his students and colleagues*, 288–310.
- Shively, R. L. (2013). Learning to be funny in Spanish during study abroad: L2 humor development. *The Modern Language Journal*, 97(4), 930–946.
<https://doi.org/10.1111/j.1540-4781.2013.12043.x>
- Shultz, T. R. (1972). The role of incongruity and resolution in children's appreciation of cartoon humor. *Journal of Experimental Child Psychology*, 13(3), 456–477.
[https://doi.org/10.1016/0022-0965\(72\)90074-4](https://doi.org/10.1016/0022-0965(72)90074-4)
- Sigmund, F. (1905). 1986. *Der Witz und seine Beziehung zum Unbewußten*, Fischer Taschenbuch-Verlag, Frankfurt am Main.
- Silverman, B., Daniels, G., Gervais, R., Merchant, S., Klein, H., Kwapis, K., Lieberstein, P., Celotta, J., Novak, B. J., Kaling, M., Forrester, B., & Sterling, D. (Produzierende). (2005, 2013). The Office [TV-Serie]. In *Deedle-Dee Productions*. NBC.
- Simpson, J. A., & Weiner, E. S. C. (1989). *The Oxford English Dictionary* (2. Aufl., Bd. 7, S. 486). Claredon Press.

- Skovmand, M. (2008). *The culture of post-narcissism: Post-teenage, pre-midlife singles culture in Seinfeld, Ally McBeal and Friends*. 89–100.
- Smith, E. S. (2009). *Writing television sitcoms* (Rev. and expanded ed). Penguin Group.
- Smith, J. (2005). The Frenzy of the Audible: Pleasure, Authenticity, and Recorded Laughter. *Television & New Media*, 6(1), 23–47.
<https://doi.org/10.1177/1527476404268114>
- Smith, J. (2008). *Vocal tracks: Performance and sound media*. University of California Press.
- Smith, S., Sharpe, J., & Vallow, K. (Produzierende). (1999, heute). Family Guy [TV-Serie].
In *20th Century Fox Television*. Fox.
- Strawhorn, M. (2014). Inside Jokes: English Language Humor From the Outside. *Master's Theses*. <https://repository.usfca.edu/thes/103>
- Suls, J. (1983). Cognitive Processes in Humor Appreciation. In P. E. McGhee & J. H. Goldstein (Hrsg.), *Handbook of Humor Research* (S. 39–57). Springer New York.
https://doi.org/10.1007/978-1-4612-5572-7_3
- Susskind, D., Bullock, H., & Allen, R. S. (Produzierende). (1976, 1985). Alice [TV-Serie]. In *Warner Bros. Television*. CBS.
- Vaid, J. (2006). 6. Joking Across Languages: Perspectives on Humor, Emotion, and Bilingualism. In A. Pavlenko (Hrsg.), *Bilingual Minds* (S. 152–182). Multilingual Matters. <https://doi.org/10.21832/9781853598746-008>
- Warren, C., & McGraw, A. P. (2016). Differentiating what is humorous from what is not. *Journal of Personality and Social Psychology*, 110(3), 407–430.
- Wells-Lassagne, S. (2015). Short and sweet? Structuring Humor and Morality in American Sitcoms. *Angles. New Perspectives on the Anglophone World*, 1, Article 1.
<https://doi.org/10.4000/angles.2096>
- White, C. (1988). Liberating laughter: An inquiry into the nature, content, and functions of

- feminist humor. In B. Bate & A. Taylor, *Women Communicating: Studies of Women's Talk* (Ablex Pub. Corp., S. 3).
- Whorf, B. L., . (1940). *Science and linguistics*. Technology Review; /z-wcorg/.
- Wickberg, D. (1998). *The Senses of Humor: Self and laughter in modern America* (1 Printing, Cornell Paperbacks). Cornell University Press.
- Wicker, F. W., Thorelli, I. M., Barron, W. L., & Willis, A. C. (1981). Studies of mood and humor appreciation. *Motivation and Emotion*, 5(1), 47–59.
<https://doi.org/10.1007/BF00993661>
- Wiliam, S. (2005, Juni 8). [Persönliche Kommunikation].
- Winick, C. (1976). The Social Contexts of Humor. *Journal of Communication*, 26(3), 124–128. <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.1976.tb01915.x>
- Xue, Z., & Kuang, C. H. (2017). GRICE'S MAXIMS IN HUMOUR: THE CASE OF „HOME WITH KIDS“. *English Review: Journal of English Education*, 6.
<https://doi.org/10.25134/erjee.v6i1.770>
- Yue, X. D. (2010). Exploration of Chinese humor: Historical review, empirical findings, and critical reflections. *Humor - International Journal of Humor Research*, 23, 403–420. <https://doi.org/10.1515/HUMR.2010.018>
- Yue, X. D. (2011). The Chinese ambivalence to humor: Views from undergraduates in Hong Kong and China. *Humor - International Journal of Humor Research*, 24.
<https://doi.org/10.1515/humr.2011.026>
- Yue, X., Jiang, F., Lu, S., & Hiranandani, N. (2016). To Be or Not To Be Humorous? Cross Cultural Perspectives on Humor. *Frontiers in Psychology*, 7.
<https://www.frontiersin.org/articles/10.3389/fpsyg.2016.01495>
- Yus, F. (2004). *Pragmatics of humorous strategies in El Club de la Comedia* (S. 320–344).
<https://doi.org/10.1075/pbns.123.25yus>

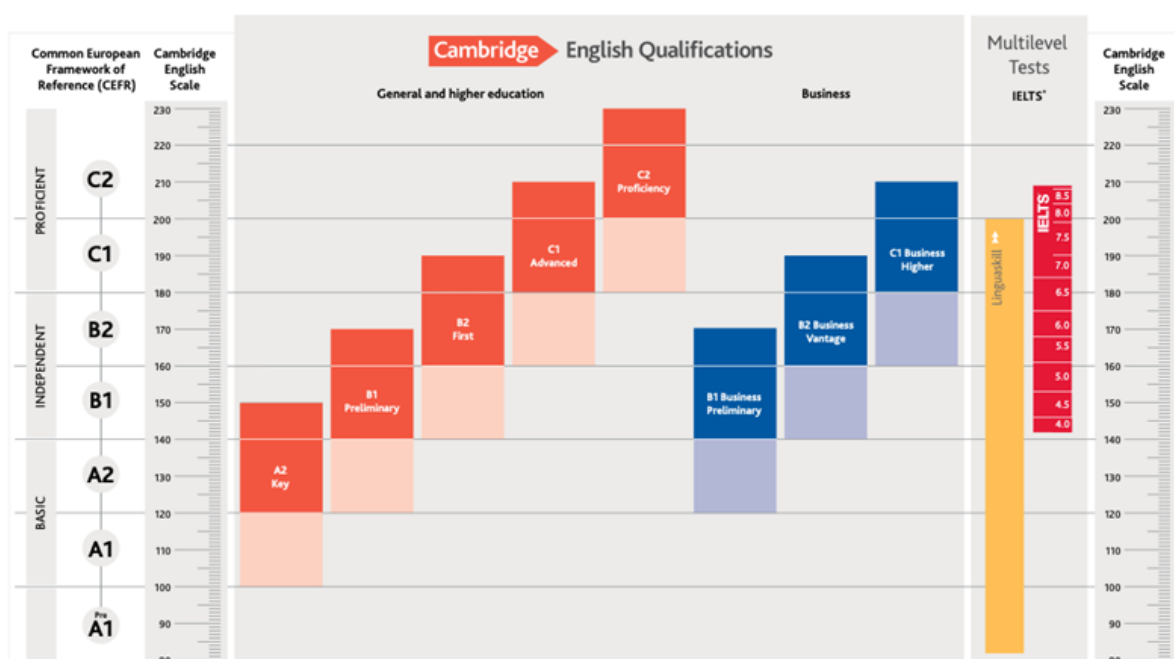
Zsila, Á., Urbán, R., Orosz, G., & Demetrovics, Z. (2021). The association of animated sitcom viewing with humor styles and humor types. *HUMOR*, 34(3), 393–409.
<https://doi.org/10.1515/humor-2020-0055>

10 Anhang

Anhang 1: Definitionen der Techniken, die in der neuen Typologie des Humors in Sitcoms verwendet werden, aus dem Artikel von Juckel et al. (2016, S.588).

Humor Technique	Short Description
Absurdity	Nonsense, a situation that goes against all logical rules
Allusion	Indirect reference
Caught out	Unexpectedly get caught while wrongdoing or saying something reprehensible
Clumsiness	Lacking dexterity or grace
Coincidence	A coincidental and unexpected occurrence
Conceptual surprise	Misleading the audience by means of a sudden unexpected change of concept
Deceitful behavior	Being deliberately misleading, concealing or distorting the truth
Irony	Saying one thing and meaning something else or exactly the opposite of what you're saying
Malicious pleasure	Taking pleasure in other people's misfortune; victim humor
Misunderstanding	Misinterpreting a situation
Outwitting	Outsmarting someone or the establishment
Parody	Imitating a style or a genre of literature or other media
Peculiar face	Making a funny face, grimace
Peculiar music	Funny, unusual music (when not as part of program structure)
Pun	Playing with the meaning of words
Repartee	Verbal banter, usually in a witty dialogue
Repulsive behavior	Offensive, aversive, disgusting behavior
Ridicule	Making a fool of someone, verbally or nonverbally
Rigidity	Someone who thinks along straight lines, who is conservative and inflexible
Self-deprecation	Expressing something negative about oneself
Wit	Ingenious humor

Anhang 2: Tabelle von der folgenden Website <https://www.cambridgeenglish.org/fr/exams-and-tests/cefr/>, die im Fragebogen verwendet wurde, um den Teilnehmern die Möglichkeit zu geben, ihr Englischlevel zu bestimmen.



Anhang 3: Ein Beispiel für die Fragen, die den Teilnehmern für die acht untersuchten Szenen aus *Friends* gestellt wurden.

10

Have you ever seen this scene? *

Monica - "I'm Engaged!!!"

Partager

Regarder sur YouTube

☐ Yes

☐ No

11

How do you rate the humour in this scene? *

1 2 3 4 5

not funny at all = 1 very funny = 5

☐ ☐ ☐ ☐ ☐

12

Can you explain why you find this scene funny (pun, characters, because you know the show, etc.) or not funny (culture, sexism, etc.)? *

Entrez votre réponse

13

Do you find that the laughter in the background influences the perceived funiness ? *

☐ Yes

☐ No

Anhang 4: Kodierung von den Ergebnissen der Hauptstudie

Liste der verschiedenen Codierungen für die Analyse in SPSS je nach den erzielten Ergebnisse

Kultur 1:

- [1] = CH
- [2] = FR (Belgien & Frankreich)
- [3] = EN (UK & US)

Kultur 2:

- [1] = CH
- [2] = FR (Belgien & Frankreich)
- [3] = EN (UK)
- [4] = EN (US)

Geschlecht:

- [1] = Frau
- [2] = Mann
- [3] = Andere

Niveau der englischen Sprache:

- [1] = A1
- [2] = A2
- [3] = B1
- [4] = B2
- [5] = C1
- [6] = C2

Erasmus-Erfahrung in einem englischsprachigen Land:

- [1] = Ja
- [2] = Nein

Dauer des Aufenthalts in einem englischsprachigen Land :

- [1] = das ganze Leben
- [2] = 0-6 Monate
- [3] = 6-12 Monate
- [4] = ein Jahr und länger

Vorkenntnisse aus der Serie *Friends*:

- [1] = Ja
- [2] = Nein

Die Häufigkeit, mit der *Friends* angesehen wurde:

- [1] = nie gesehen
- [2] = einige Episoden
- [3] = einige Staffeln
- [4] = die gesamte Serie einmal
- [5] = die gesamte Serie mehrmals

Das vorherige Ansehen der Szene:

- [1] = Ja
- [2] = Nein

Das Lachen im Hintergrund beeinflusst die Wahrnehmung des Humors in der Serie im Allgemeinen:

- [1] = Ja
- [2] = Nein

Das Lachen im Hintergrund beeinflusst die Wahrnehmung des Humors in der untersuchten Szene:

- [1] = Ja
- [2] = Nein

Humor:

- [1] = not funny at all
- [2] = not funny
- [3] = neutral
- [4] = funny
- [5] = very funny

Anhang 5: Die Ergebnisse des Bonferroni-Tests, der durchgeführt wurde, um die Unterschiede im wahrgenommenen durchschnittlichen Humor zwischen den verschiedenen untersuchten Szenen zu analysieren.

Pairwise Comparisons						
Measure: MEASURE_1						
(I) scene	(J) scene	Mean Difference (I-J)	Std. Error	Sig. ^b	95% Confidence Interval for Difference ^a	
					Lower Bound	Upper Bound
1	2	,402 [*]	,125	,049	,001	,803
	3	,196	,134	1,000	-,232	,625
	4	-,645 [*]	,119	<,001	-1,026	-,264
	5	,262	,124	1,000	-,136	,659
	6	-,346	,127	,218	-,754	,063
	7	-,383	,129	,104	-,797	,031
	8	-,187	,127	1,000	-,595	,222
2	1	-,402 [*]	,125	,049	-,803	-,001
	3	-,206	,165	1,000	-,735	,324
	4	-1,047 [*]	,140	<,001	-1,496	-,598
	5	-,140	,145	1,000	-,605	,325
	6	-,748 [*]	,142	<,001	-1,202	-,293
	7	-,785 [*]	,155	<,001	-1,281	-,289
	8	-,589 [*]	,144	,002	-1,051	-,127
3	1	-,196	,134	1,000	-,625	,232
	2	,206	,165	1,000	-,324	,735
	4	-,841 [*]	,151	<,001	-1,327	-,356
	5	,065	,131	1,000	-,354	,485
	6	-,542 [*]	,146	,009	-1,011	-,073
	7	-,579 [*]	,131	<,001	-,999	-,160
	8	-,383	,147	,294	-,854	,088
4	1	,645 [*]	,119	<,001	,264	1,026
	2	1,047 [*]	,140	<,001	,598	1,496
	3	,841 [*]	,151	<,001	,356	1,327
	5	,907 [*]	,146	<,001	,439	1,374
	6	,299	,125	,511	-,101	,699
	7	,262	,129	1,000	-,152	,675
	8	,458 [*]	,132	,021	,036	,880
5	1	-,262	,124	1,000	-,659	,136
	2	,140	,145	1,000	-,325	,605
	3	-,065	,131	1,000	-,485	,354
	4	-,907 [*]	,146	<,001	-1,374	-,439
	6	-,607 [*]	,135	<,001	-1,039	-,176
	7	-,645 [*]	,138	<,001	-1,088	-,202
	8	-,449 [*]	,136	,036	-,883	-,014
6	1	,346	,127	,218	-,063	,754
	2	,748 [*]	,142	<,001	,293	1,202
	3	,542 [*]	,146	,009	,073	1,011
	4	-,299	,125	,511	-,699	,101
	5	,607 [*]	,135	<,001	,176	1,039
	7	-,037	,138	1,000	-,480	,405
	8	,159	,142	1,000	-,296	,614
7	1	,383	,129	,104	-,031	,797
	2	,785 [*]	,155	<,001	,289	1,281
	3	,579 [*]	,131	<,001	,160	,999
	4	-,262	,129	1,000	-,675	,152
	5	,645 [*]	,138	<,001	,202	1,088
	6	,037	,138	1,000	-,405	,480
	8	,196	,134	1,000	-,232	,625
8	1	,187	,127	1,000	-,222	,595
	2	,589 [*]	,144	,002	,127	1,051
	3	,383	,147	,294	-,088	,854
	4	-,458 [*]	,132	,021	-,880	-,036
	5	,449 [*]	,136	,036	,014	,883
	6	-,159	,142	1,000	-,614	,296
	7	-,196	,134	1,000	-,625	,232

Based on estimated marginal means

^a. The mean difference is significant at the ,05 level.

^b. Adjustment for multiple comparisons: Bonferroni.

