

Peiling Cui

Deutscher und Chinesischer Humor

Eine kontrastive Studie



PETER LANG
EDITION

1. Einleitung

1.1 Motivation und Zielsetzung

Als Germanistikstudentin mit dem Chinesischen als Muttersprache hatte ich die Möglichkeit, gleichzeitig zwei Sprachen und die damit verbundenen Denk- und Verhaltensweisen, die sich in vieler Hinsicht voneinander unterscheiden, kennen zu lernen. Dabei ist mir als ein interessantes Phänomen aufgefallen, dass Menschen mit verschiedenen Sprach- und Kulturhintergründen häufig über unterschiedliche Witze, Figuren oder Gegenstände lachen. Ein Souvenir aus Mallorca fand ich z.B. nicht so witzig wie der deutsche Freund, nur weil eine Dschunke in dem Bild dargestellt war. Erst später ist es mir klar geworden, dass die Dschunke für ein typisches chinesisches Segelschiff steht, was vielen Chinesen aber nicht bekannt ist. Ein ehemaliger deutscher Lehrer von uns entdeckte immer Wortpaare im Chinesischen, die bei ähnlicher Aussprache ganz verschiedene Bedeutungen haben, z.B. 答辯 (dábàn¹, *eine Arbeit mündlich verteidigen*) vs. 大便 (dàbiàn, *Stuhlgang haben*), oder 练习生字 (liànxí shēngzì, *neue Vokabeln üben*) vs. 练习生子 (liànxí shēngzǐ, *üben, Söhne/Kinder zu kriegen*).

Andererseits gibt es auch Fälle, bei denen die Chinesen etwas lustig finden, was den Deutschen aber ganz normal scheint. Wir hatten z.B. einen netten und intelligenten Gastprofessor, der wegen des Alters kaum Haare auf dem Kopf hatte. Er heißt aber „Schönhaar“. Über diesen Namen mussten viele chinesische Studenten lachen, als der Professor sich bei der ersten Seminarsitzung vorgestellt hatte. Ein Erlebnis, das ich bis heute nicht vergessen kann, hat mit einer alten chinesischen Geschichte

1 Die Aussprache der chinesischen Schriftzeichen wird durch die Pinyin-Umschrift dargestellt, die auf dem lateinischen Alphabet basiert und seit 1958 in der VR China benutzt wird (Qian 1995: 16). Das Hochchinesische ist eine Tonsprache, d.h. jede Silbe wird in einem so genannten Ton gesprochen. Es sind insgesamt fünf Töne zu unterscheiden. Wenn man die Silbe „a“ als Beispiel nimmt, können die ersten vier Töne jeweils durch ā, á, ǎ und à dargestellt werden. Der leichte Ton wird meistens nicht markiert. In dieser Arbeit wird für alle chinesischen Schriftzeichen außer den Eigennamen für Orte und Personen ihre Pinyin-Umschrift mit Tönen angegeben.

zu tun. Sie handelt von einem faulen Mann², der einmal zufällig einen Hasen gesehen hat, als dieser aus einem Wald neben dem Feld des Mannes gesprungen war und sich dann auf einem Baumstamm zu Tode stürzte. Der Mann war sehr glücklich, weil er umsonst etwas zum Essen bekommen hatte. Von da an wartet er jeden Tag an demselben Ort auf weitere Hasen, statt in seinem Feld zu arbeiten. Als ich meinen deutschen Bekannten diese Geschichte erzählt habe, fingen sie mit einer heißen Diskussion über die Erlaubnis zum Hasenessen an, statt sich über die Geschichte zu amüsieren.

Lachen ist ein universales menschliches Verhalten, genau wie Sprechen, Laufen oder Weinen. Aber über welche Sachen wir lachen, kennt kulturelle Grenzen oder auch individuelle Grenzen, denn jeder lacht auf Grund seiner eigenen Kenntnisse oder Lebenserfahrungen. Goethe schrieb in den „Wahlverwandtschaften“: „Durch nichts bezeichnen die Menschen mehr ihren Charakter als durch das, was sie lächerlich finden“ (zitiert nach Lentz et al. 2001: 126). Da die Individuen ihre Lebenserfahrungen aber auch in einer gemeinsamen Gesellschaft oder Kultur machen, gibt es neben einem universell gültigen individuellen Lachen gleichzeitig auch kulturspezifisches Lachen (vgl. ein Interview von W. Fry in der Zeitschrift „Psychologie Heute“, Heft 190/2005³). In gewissem Sinne kann man aus den Witzen in einer Gesellschaft Erkenntnisse über die entsprechende Kultur oder die Mentalität der Menschen gewinnen. Der Witz stellt ein wichtiges konzeptuelles und methodologisches Instrument für die Beförderung der Kulturkenntnisse dar (vgl. Apte 1985: 16).

In der vorliegenden Arbeit wird eine Vergleichsstudie zu deutschen und chinesischen Witzen durchgeführt, und zwar am Beispiel der ethnischen und der Familienwitze. Zu der ersten Kategorie gehören die Witze, in denen eine spezielle (oft negative) Eigenschaft der Menschen aus einer Region dargestellt wird (vgl. Davies 1990: 1), z.B. die Ostfriesenwitze im Deutschen oder die Schottenwitze im Englischen. Die Familienwitze beschäftigen sich vor allem mit speziellen Eigenschaften der Familienmitglieder oder den Beziehungen zwischen ihnen in familiärem Zusammenhang, z.B. Witze über die Schwiegermutter oder über die Beziehung zwischen Vater und Sohn.

In dieser Arbeit wird zuerst versucht, die Frage zu beantworten, warum Witze aus einer anderen Kultur nicht witzig oder verständlich sind. Danach werden

2 Diese Geschichte hat den chinesischen Titel „守株待兔(shǒu zhū dài tù)“ und stammt ursprünglich aus den philosophischen Schriften „韩非子(Hánfēizi)“, die im dritten Jahrhundert v. Chr. von dem damaligen Politiker und Philosophen 韩非(Hán Fēi) erstellt wurden (Chen 2010).

3 Psychologie Heute Compact: Lebensfreude - 7 Strategien der Lebenskunst. Weinheim: Beltz Verlag.

Ähnlichkeiten und Unterschiede zwischen deutschen und chinesischen Witzen herausgearbeitet, damit die Leser Einsichten in die Humorkultur der beiden Länder bekommen und Missverständnisse in der Kommunikation zwischen Deutschen und Chinesen in gewisser Hinsicht vermieden werden können.

1.2 Theorie, Korpus und Methode

Die Untersuchung wird auf Grund der Semantischen Skript Theorie über Humor – *SSTH* (Raskin 1985) und deren Erweiterung der Generellen Theorie des Verbalen Humors – *GTVH* (Attardo/Raskin 1991) durchgeführt. Nach dem Hauptgedanken der *SSTH* lässt sich ein Witztext auf zwei verschiedene Weisen interpretieren, die im Zusammenhang mit der Witzanalyse auch als zwei Skripten bezeichnet werden. Das eine Skript entspricht der Erwartung des Lesers/Hörers von der Geschichte im Witztext, während das andere Skript auf das reale Geschehen verweist, das der Witztext am Ende dem Leser/Hörer zeigt. Nach der *SSTH* sind die beiden Skripte einerseits miteinander verbunden, andererseits stehen sie in Opposition zueinander. In der *GTVH* werden zusätzlich neben der Skriptopposition fünf weitere Faktoren eingeführt, die zur Beschreibung eines Witztextes beitragen⁴. In dieser Arbeit werden vier Faktoren aus der *GTVH* für die Witzanalyse gewählt: Die Zielscheibe, die Skriptopposition, die Situation und die Erzählform. Als Zielscheibe werden die Personen bezeichnet, die im Witz präsentiert und verlacht werden. Mit der Skriptopposition werden die Eigenschaften, die den Zielscheiben im Witz zugeschrieben werden, analysiert. Die Situation bezieht sich vor allem auf die Aktivitäten, den Ort oder andere Rahmenbedingungen, die im Witz dargestellt werden. Als Erzählform gilt die Gattung, in der der Witzinhalt ausgedrückt wird. Neben diesen vier Aspekten wird noch ein anderer Parameter, das Hintergrundwissen des Lesers/Hörers eingeführt. (Darunter versteht man die verschiedenen Wissensarten, die der Leser/Hörer beim Bilden seiner Erwartung von dem Witzgeschehen benutzt hat.)

Das Korpus besteht aus ungefähr 1200 ethnischen und Familienwitzen, die vier Webseiten und zwei neu veröffentlichten Witzbüchern⁵ jeweils im Deutschen bzw.

4 Eine genaue Erläuterung der beiden theoretischen Ansätze siehe Kapitel 3 und 4.

5 Die vier chinesischen Webseiten für Witz und Humor sind: <http://joke.tom.com>, <http://www.sunvv.com>, <http://www.haha365.com> und <http://www.jokes.cn.com>. Die beiden chinesischen Witzbücher sind jeweils im Jahre 2002 bzw. 2003 erschienen. Die vier deutschen Webseiten sind: <http://www.witz-des-tages.de>, <http://www.dein-witz.de>, <http://www.witzdestages.net> und <http://www.witzcharts.de>. Die beiden Witzbücher wurden 2003 bzw. 2005 veröffentlicht.

im Chinesischen entnommen wurden. Die Entscheidung für aktuelle Witze liegt an deren enger Verbundenheit mit der Zeit. Als ein kulturelles und soziales Phänomen bezieht sich Witz meistens auf die aktuellen Ereignisse oder Themen in einer Gesellschaft. Deshalb ist es nötig, die neu erschienenen Witze zu untersuchen, wenn man die chinesische und die deutsche Gesellschaft bzw. Kultur in der Gegenwart kennen lernen will. Bei der Zusammenstellung des Korpus wurde auch eine Umfrage unter 20 Deutschen und 20 Chinesen durchgeführt. Dabei sollte jede/jeder Befragte zumindest drei Witze, die sie/er gut kannte, aufschreiben. Es stellte sich heraus, dass die meisten Teilnehmer weniger als drei Witze kannten. Außerdem sind alle von ihnen beigetragenen Witze identisch mit denen, die aus dem Internet ausgewählt worden waren. Aus diesem Grund wurden die Beispiele nur den Webseiten und den neueren Witzbüchern entnommen.

Die Forschung selbst wird nach der induktiven Methode durchgeführt. Dabei werden alle gesammelten Witze nach den oben genannten fünf Aspekten analysiert. Die Ergebnisse werden gemäß den verschiedenen Faktoren zusammengestellt, diskutiert und zwischen den beiden Sprachen verglichen.

1.3 Struktur

Diese Arbeit besteht aus sieben Kapiteln. Kapitel 1 gilt als Einleitung und gibt einen Überblick über die gesamte Arbeit. In Kapitel 2 werden zuerst die Grundbegriffe im Chinesischen bzw. im Deutschen, die mit dem Phänomen Witz zusammenhängen, erläutert. Anschließend werden die Geschichte und der aktuelle Stand der Witzforschungen in Deutschland und in China vorgestellt. Kapitel 3 befasst sich mit der Analyse der grundlegenden Eigenschaften des Witzes – Abhängigkeit von den Menschen, Zeiten und Kulturen bzw. Gegensätzlichkeit zwischen den Erwartungen des Lesers/Hörers auf der einen Seite und dem realen Geschehen im Witz auf der anderen Seite. In Kapitel 4 werden die verschiedenen Faktoren, die auf die Analyse und den Vergleich der Witze angewendet werden, ausführlich dargelegt. Kapitel 5 und 6 stellen die empirischen Teile dieser Arbeit dar, die sich mit der konkreten Analyse der ethnischen und der Familienwitze bzw. dem Vergleich zwischen dem Deutschen und dem Chinesischen beschäftigen. Im letzten Kapitel werden die Untersuchungs- und Vergleichsergebnisse zusammengefasst. Außerdem wird ein Ausblick auf die zukünftigen Forschungen in diesem Bereich gegeben.