

Wochenkommentar 46/2023 von Matthias Zehnder

Warum wir mit unseren Medien so wenig zu lachen haben



Bild: KEYSTONE/AP/SWR/Hugo Jehle

Vicco von Bülow alias Loriot in einer seiner Sendungen auf dem roten Sofa im SWR-Sendung.

Wer heute Zeitung liest, Radio hört oder die Fernsehnachrichten einschaltet, hat nicht viel zu lachen: Kriege, Krisen und Katastrophen prägen die journalistischen Medien. Und das, nachdem wir drei Jahre ganz im Bann einer Pandemie verbracht haben. Kein Wunder wird der Anteil der so genannten News-Deprivierten grösser, also jener Menschen, die den Nachrichten den Rücken zukehren und keine journalistischen Medien mehr konsumieren. In der Schweiz machen sie bereits zwei Fünftel aller Menschen aus. Aber warum kommt Humor in unseren Medien kaum vor? Warum haben Mediennutzer:innen auch in guten Tagen so wenig zu lachen? Warum nimmt kein Medium das Bedürfnis ihrer Nutzer nach einem Lächeln im Alltag ernst? Ich vermute: Weil schwere Texte leichter zu schreiben sind und die optimierten Produktionsprozesse moderner Medien kaum Platz für Humor bieten. Mein Wochenkommentar darüber, warum mehr Humor den Medien und ihren Nutzern gleichermassen gut tun würde.

Auf dem Lesetisch in meinem Wohnzimmer liegen jeweils die neuesten Ausgaben der «Zeit», des «Spiegel», des «Atlantic» und ähnlicher Lesestoff, etwa «Uninova», das Magazin der Universität Basel und natürlich das Schweizer Medienmagazin «Edito». Nach einem anstrengenden Arbeitstag ist es erholend, sich in einen langen Artikel vertiefen zu können oder in einem spannenden Magazin zu blättern, ohne ständig von Pushmeldungen aus der Spur geworfen zu werden. In den letzten Wo-

chen, nach Tagen voller Meldungen über Krieg und Katastrophen, hatte ich immer häufiger das Bedürfnis, am Abend nicht noch einmal schwere Kost zu lesen. Ich hätte gerne einmal gelacht oder wenigstens gelächelt. Allerdings geben mir die journalistischen Medien auf meinem Lesetisch nur sehr selten zu lachen. Warum eigentlich?

Jetzt sagen Sie vielleicht: «Die Welt ist, gerade jetzt, ein Jammertal, die Medien spiegeln die Welt, also bleibt nicht viel anderes als zu jammern.» Doch auch in friedlichen Zeiten konzentrieren sich die Medien gerne auf die schlechten Nachrichten. Sie wissen ja: nur bad News sind good News. Wir kennen die Aufmerksamkeitsmechanismen zur Genüge, ich habe darüber ein ganzes Buch geschrieben: Nachrichten, die von Gefahren und Bedrohungen handeln, die uns schrecken und erschrecken, holen mehr Aufmerksamkeit. Geben uns die Medien deshalb so wenig zu lachen? Ich habe mich wie weiland Timm Thaler auf die Suche nach dem Lachen gemacht.

Der Hohlspiegel im «Spiegel»

Die Leserinnen und Leser des Nachrichtenmagazins «Der Spiegel» lassen sich in zwei Gruppen einteilen: die eine Gruppe hält das Heft in der rechten Hand und blättert mit der linken Hand von vorne nach hinten im Heft, die andere Gruppe hält das Magazin in der linken Hand und blättert von hinten nach vorne im «Spiegel». Die erste Gruppe beginnt die Lektüre mit der Politik, die zweite Gruppe beginnt mit dem «Hohlspiegel». Das ist eine der ganz wenigen wirklich lustigen Rubriken in den journalistischen Medien deutscher Sprache: Sie bietet jede Woche eine Handvoll lustiger Druck- und Sprachfehler. Kein Pennälerhumor, eher das, was man als Studienrätinnenhumor bezeichnen könnte – also genau das richtige für Sie und mich.

Da finden sich Schlagzeilen wie «12 von 8 Menschen sind von Mathe überfordert» oder «Auto fährt nach Kollision mit E-Bike davon» oder «Ampel einigt sich beim Verkehr». Es sind Schreib- und Sprachfehler, die mir zuverlässig ein Lächeln auf die Lippen zaubern. Bloss: es ist eine einzige Spalte, also ein Drittel einer Seite, in einem Magazin von im Schnitt 130 Seiten. Davon abgesehen haben «Spiegel»-Leser wenig zu lachen: Wer in deutscher Sprache ernsthaften Journalismus betreibt will, muss offenbar ernst bleiben.

Lesevergnügen zur Leserbindung

Ausnahmen von dieser Regel gibt es nur ganz wenige. Meine Grossmutter hatte «Readers Digest» abonniert. Ich erinnere mich, dass ich als Junge immer in den kleinen Heften geblättert und die lustigen Seiten gelesen habe. Ich habe deshalb beim Verlag nachgefragt, ob es diese Seiten immer noch gibt. Die Antwort: «In der Tat spielen humorige Rubriken wie «Lachen» und «Menschen» seit Jahrzehnten eine wichtige Rolle in der Themenmischung unseres Hefts», schreibt «Reader's Digest».

Mehrere Leserbefragungen hätten bestätigt, dass diese Inhalte eine «lieb-gewonnene Tradition» geworden seien. Unterhaltsames zwischen den manchmal schweren Gesundheitsartikeln und dramatischen Geschichten trage «zur Auflockerung und damit zum Lesevergnügen» bei. Darüber hinaus nutze der Verlag die Rubriken auch als Instrumente zur Leserbindung, indem originelle Einsendungen, seien es Witze oder Anekdoten, honoriert werden.

«Watson» macht «Spass»

Eine der wenigen Ausnahmen in der Schweiz ist «Watson»: Das Online-Nachrichtenportal hat ein eigenes Ressort «Spass». Hier finden sich Rubriken wie «Fail Dienstag» mit Bildern und Videos aus dem Internet, die kleine Unfälle und andere Beweise menschlichen Scheiterns zeigen. Das Besondere daran: Oft finden sich mehr (und lustigere) Bilder und Videos in den Leserkommentaren als im redaktionellen Beitrag selbst. Die Rubrik «Cute News» hat sich ganz den sprichwörtlichen Jöh-Bildern verschrieben und zeigt Fotos von Tierbabys und anderen Herzlichkeiten. «Picdump» zeigt eine aktuelle Auswahl von im Internet kursierenden Memes. Wenn Sie also einmal wissen möchten, wie das grosse weite Netz auf Aktualitäten reagiert, konsultieren Sie diese Rubrik. Journalistisch am interessantesten sind sicher die regelmässigen Zusammenstellungen aktueller Karikaturen: «Watson» ist meines Wissens das einzige Medium, das regelmässig gute Überblicke über politische Karikaturen und Cartoons gibt – auch bitterböse Zeichnungen zum Krieg in der Ukraine sind darunter.

Ich bin offensichtlich nicht der einzige, der regelmässig das Ressort «Spass» von «watson» konsumiert. Maurice Thiriet, der Geschäftsführer von «watson», sagt auf Anfrage: «Die Unterhaltung und damit auch der Humor sind einer der drei inhaltlichen Grundpfeiler des Redaktionskonzepts und journalistischen Vollprogramms von «watson».» Auch im Markenkern, im Markenversprechen und damit im Angebot im Werbemarkt sei der Humor ein wichtiges Distinktionsmerkmal gegenüber anderen Anbietern. «Und ja, das zahlt sich aus.» Er bestätigt damit indirekt meine Vermutung: wenn der Humor ein «wichtiges Distinktionsmerkmal» ist, dann bedeutet das: es gibt kaum andere Angebote, die sich durch Humor auszeichnen. Die These scheint sich zu bestätigen: Wer journalistische Medien konsumiert, hat kaum etwas zu lachen.

Ist ernsthafter Journalismus gleich ernster Journalismus?

Bloss: Warum ist das so? Warum scheint der seriöse Journalismus im deutschsprachigen Raum den Humor zu scheuen wie der sprichwörtliche Teufel das Weihwasser? Denn auch ausserhalb der angesprochenen Rubriken haben Leserinnen und Leser wenig zu lachen mit den hiesigen Medien. Ganz offensichtlich verstehen Medien unter ernsthaftem Journalismus ernsten Journalismus.

Das war nicht immer so. Erich Kästner und Kurt Tucholsky sind nur zwei bekannte Namen von Journalisten aus der Zeit der Weimarer Republik, die es verstanden haben, ernsthafte Gedanken in leichte Gewänder zu kleiden und die Menschen im deutschen Reich mit einem Lachen zum Denken zu bringen. Die letzten Überreste davon finden sich heute nur noch in den Karikaturen eines Peter Gut oder eines Chappatte. Ausserhalb der bitterbösen witzigen Zeichnungen ist der Humor von stromlinienförmigem Bierernst aus den Medien vertrieben worden. Die meisten Nachrichten lesen sich so, als handelte es sich um das Skript von Leon Huber, der die Nachrichten mit grösster Gleichmut zu verkünden pflegte. Selbst als im Mai 1981 Vermummte die «Tagesschau» stürmten und sich hinter ihm mit einem Transparent aufbauten, blieb er unbewegt.

Selbst Lorient gab kaum zu Lachen

Ein Sprecher vom Schlag eines Leon Huber ist die perfekte Besetzung für

eine Nachrichtensendung. Es wäre aber wohl keine gute Idee, das ganze Fernsehprogramm im Stil von Leon Huber zu gestalten. Genau das aber machen viele Medien. Zwar handeln die Texte nicht mehr nur von den Kriegen und Konflikten auf dieser Welt. Zu den am besten gelesenen Seiten gehören Stoffe rund um das Leben und die Gesundheit. Aber auch diese Texte lesen sich oft so, als wären ihre Autorinnen und Autoren bei Leon Huber in die Schule gegangen.

Selbst der 100. Geburtstag von Lorient diese Woche gab kaum Anlass zu lachen, sondern war vielmehr Thema von tiefschürfenden Analysen über den Humor im Allgemeinen und denjenigen der Deutschen im Besonderen. Zitat aus der «NZZ» über Lorient's legendäre Nudelszene: «Pathos und Pasta sind hier in einer Szenerie männlicher Urängste zusammengebracht, wie sie sich Sigmund Freud nicht besser hätte ausdenken können. Wenn Lorient auf seiner Fernsehcouch sitzt, dann liegt in Wahrheit das erweiterte deutsche Sendegebiet auf einer ebensolchen. Damals war es so, und es ist so geblieben.» Das mag durchaus klug sein, lustig ist es nicht.

Die Menschen verabschieden sich von den Medien

Jetzt fragen Sie sich vielleicht, warum der alte Mann so lautstark darüber jammert, dass ihm die Medien kaum Anlass zu Heiterkeit geben. Nichts liegt mir ferner, als einer persönlichen Befindlichkeit Ausdruck geben zu wollen. Mein Thema sind die Medien. Und den journalistischen Medien kommen zusehends die Nutzer abhanden. Die Zahl der so genannten «News-Deprivierten» hat in den letzten Jahren kontinuierlich zugenommen. So wird in Mediennutzungsanalysen jene Gruppe bezeichnet, die über alle Medienkanäle hinweg von einer «Unterversorgung an Nachrichten» geprägt sind, wie es das Forschungszentrum Öffentlichkeit und Gesellschaft (fög) der Universität Zürich definiert. Es sind also Menschen, die Nachrichten stark unterdurchschnittlich konsumieren und wenn, dann hauptsächlich über soziale Medien. Die Gruppe dieser «News-Deprivierten» ist in den letzten Jahren kontinuierlich grösser geworden. Heute ist es mit 42,7 % die mit Abstand grösste Gruppe von Mediennutzern in der Schweiz. Ihr Anteil hat sich seit 2009 mehr als verdoppelt. Bei den 16- bis 29-Jährigen gehören mit 56 % bereits mehr als die Hälfte der jungen Menschen zu dieser Gruppe.

Analysen zeigen, dass viele der Nachrichtenverweigerer sich nicht den Nachrichten als solchen verweigern. Sie fühlen sich durch die vielen schlechten Nachrichten überwältigt und mit den Problemen, über die berichtet wird, alleine gelassen. Die Analysen des fög zeigen in der Gruppe zwei interessante Punkte:

- 1) ein grosses Interesse für positiven und für konstruktiven, also lösungsorientierten Journalismus.
- 2) eine ablehnende Reaktion auf Monotonie und immer gleiche Perspektiven.

Was die Nachrichtenmüdigkeit anfacht

In der Pandemie haben die meisten Medien sich genau umgekehrt verhalten: bis zu 70 % der Berichterstattung widmete sich Themen rund um Corona; die dabei transportierten Perspektiven waren alles andere als vielfältig. Die Forscher des fög folgern, dass diese einseitige Aufmerksam-

keitskonzentration die «Nachrichten-Müdigkeit der Nutzer:innen anfa-
chen» könne.

Wenn uns unsere Medien also nichts zu lachen geben, schaden Sie sich
dabei vor allem selbst, weil sie Ton und Perspektive der Berichterstattung
auf die eines Nachrichtensprechers einengen und kaum andere Zugänge
zu ihren Inhalten schaffen. Dass ernsthafter Journalismus im deutsch-
sprachigen Raum immer ernst sein will, schadet ihm also selbst. Bleibt
die Frage: Warum scheuen die Medien den Humor? Ich sehe zwei Grün-
de dafür.

1) Die Umkehrung der Tolstoi-These

Leo Tolstoi eröffnet seinen Roman «Anna Karenina» mit folgendem Satz:
«Alle glücklichen Familien sind einander ähnlich, jede unglückliche
Familie ist unglücklich auf ihre Weise.» In der Berichterstattung ist es
genau umgekehrt: Alle Meldungen über Unglücke sind einander ähnlich,
jeder lustige Inhalt ist lustig auf seine Weise. Es ist mit anderen Worten
viel einfacher, in einer Newsfabrik ernste Nachrichten am Fliessband für
ein breites Publikum zu produzieren als lustige Inhalte. Denn Humor ist
individuell und verlangt nach gutem Kunsthandwerk. Das verträgt sie
schlecht mit den auf Skalierung optimierter Produktionsmitteln mo-
derner Medienkonzerne und ihrem Multi-Channel-Ansatz.

2) Humor ist schwieriger als man denkt

Ich gebe Ihnen, wie Sie wissen, jede Woche einen Buchtipp, ein Buch, das
ebenso intelligent wie unterhaltend ist. Diese Woche habe ich den neuen
Roman von Charles Lewinsky vorgestellt: «Rauch und Schall» heisst das
Buch. Die Geschichte: Der alte Goethe leidet unter einer Schreibblockade
und muss sich, ausgerechnet, von seinem Schwager Vulpius helfen lassen,
einem Schreiber von Trivialromanen. Im Buch findet sich folgender wun-
derbarer Dialog der beiden ungleichen Schreibhandwerker:

Vulpius sagt: «Tragödien werden sehr viel weniger nachgefragt, was ich
bedauere.»

Goethe: «Weil Sie lieber traurige Dinge schreiben?»

Vulpius: «Weil Tragödien leichter zu schreiben sind. Man kann dort Feh-
ler der Konstruktion hinter grossen Worten verstecken. Wenn man eine
Heldin dramatisch sterben lässt, fassen alle Hände nach den Taschen-
tüchern, das ist nicht weiter schwierig. Aber bis man den Zuschauer dazu
gebracht hat, Lachtränen zu vergiessen ...» (S. 109)

Schwere Texte sind leicht

Das ist, vermute ich, des Pudels Kern: Es ist einfach, die Kümmerlich-
keit eines Gedankens in grossen Worten zu verbergen. Die Leserin, den
Leser zum Lachen zu bringen, das ist schwer. Das ist das paradoxe daran:
Schwere Texte zu schreiben ist leicht, leichte Texte zu schreiben dagegen
ist schwierig. Leider sieht das die deutsche Kultur anders. Sie fasst bis
heute Kästner und Tucholsky mit spitzen Fingern an und empfindet herz-
haftes Lachen als Störung des Kulturbetriebs.

Schon Immanuel Kant war sich aber der Bedeutung des Lachens bewusst. Der grosse deutsche Denker, dem nun definitiv niemand seine Ernsthaftigkeit absprechen würde, schrieb in seiner «Kritik der Urteilskraft»: «Voltaire sagte, der Himmel habe uns zum Gegengewicht gegen die vielen Mühseligkeiten des Lebens zwei Dinge gegeben: die Hoffnung und den Schlaf. Er hätte noch das Lachen dazu rechnen können; wenn die Mittel es bei Vernünftigen zu erregen nur so leicht bei der Hand wären, und der Witz oder die Originalität der Laune, die dazu erforderlich sind, nicht so selten wären.»

Genau das ist wahrscheinlich das Problem: die Mittel, das Lachen bei Vernünftigen zu erregen, sind nicht so leicht bei der Hand, wie jene, die Aufmerksamkeit durch Entsetzen zu erregen. Das ist wahrscheinlich die Ursache dafür, dass sich unsere Medien immer nur im Ton von Nachrichtensprechern an uns wenden. Ich bin aber sicher: Wenn sie uns auch ab und zu Anlass zu Heiterkeit geben würden und es uns ermöglichen würden, dem Druck des Alltags und den deprimierend schlechten Nachrichten mit einem herzhaften Lachen zu begegnen, wir hätten weniger Menschen, die sich den journalistischen Medien verweigern würden. Anders gesagt: Wir müssen das Lachen einfach ernster nehmen.

Basel, 17. November 2023, Matthias Zehnder mz@matthiaszehnder.ch

PS: Nicht vergessen – [Wochenkommentar abonnieren](#). Dann erhalten Sie jeden Freitag meinen Newsletter mit dem Hinweis auf den neuen Kommentar, einen Sachbuchtipp, einen Tipp für einen guten Roman, das aktuelle Fragebogeninterview und mein persönlicher Tipp für ein gutes, digitales Leben. Einfach [hier klicken](#). Und wenn Sie den Wochenkommentar unterstützen möchten, finden Sie [hier](#) ein Formular, über das Sie spenden können.

PPS: Wenn Sie den Wochenkommentar nur hören möchten, gibt es auch eine Audioversion. Hier der Link auf die [Apple-Podcast Seite](#) oder direkt auf die Episode:

Quellen

fög – Forschungszentrum Öffentlichkeit und Gesellschaft (Hg.) (2023). Jahrbuch Qualität der Medien 2023. Schwabe. <https://doi.org/10.24894/978-3-7965-4894-9>

Lewinsky, Charles (2023): Rauch und Schall. Roman. Zürich: Diogenes 2023

Zehnder, Matthias (2017): Die Aufmerksamkeitsfalle. Wie die Medien zu Populismus führen. Basel: Zytglogge 2017

Spenden für den Wochenkommentar ist jetzt so einfach wie bezahlen im Hofladen



**Bequem mit
TWINT bezahlen**



Scannen Sie den QR-Code mit Ihrer TWINT App.



Geben Sie den Totalbetrag ein und bestätigen Sie Ihre Zahlung.

Sie möchten lieber über einen Einzahlungsschein spenden? Kein Problem:

https://www.matthiaszehnder.ch/wp-content/uploads/2023/04/Spende_EZ_Wochenkommentar.pdf