

Humor als Geburtshelfer

Worüber wir im Internet lachen und welche neuen Kunstformen das hervorbringt

Karin Wehn

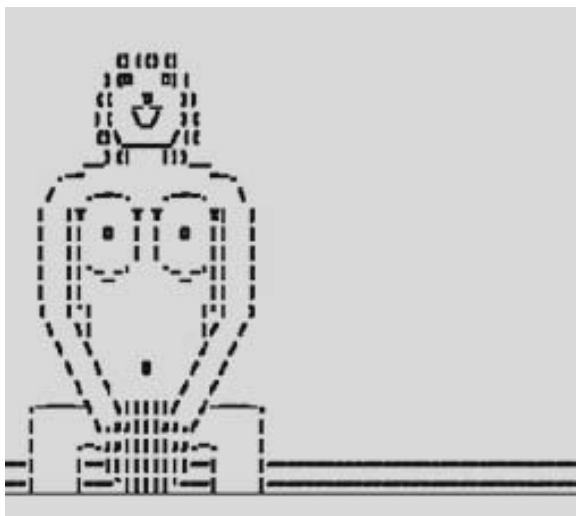
Dank erschwinglicher Hard- und Software sowie breitbandiger Verbindungen kann sich im Internet jeder äußern und auch an traditionellen Gatekeepern wie Fernsehredakteuren vorbei ein großes Publikum erreichen. Besonders populär sind kurze und humorvolle Formen, die entsprechend den technischen Möglichkeiten teils eine ganz eigene Ästhetik (z. B. Interaktivität) aufweisen.

Anmerkung:

*

Links zu allen Beispielen sind am Ende des Textes zu finden.

Demjenigen, der sich humorvoll im Netz äußern möchte, steht ein umfangreiches Repertoire menschlicher Kulturtechniken zur Verfügung. Dementsprechend differenziert sind auch die Formen humorvoller Äußerungen. Sie reichen von Sprachwitzen, SMS-Sprüchen, ASCII-Art (das sind Bilder, die mit dem Inventar der 256 Zeichen des ASCII-Zeichensatzes produziert wurden), Karikaturen, Fotomontagen, Cartoons, Comics, Tönen bis hin zu Filmen.



ASCII-Porno *The Encounter*

Eine qualitative Auswahl muss man jedoch selbst treffen. Angesichts der Menge ist auch die Bresche, die man in den Dschungel Internet schlägt, subjektiv und stets nur ein möglicher Pfad. Worüber eine Person lachen kann oder nicht, hängt von persönlichen Dispositionen, Moralvorstellungen und nicht zuletzt dem Alter ab.

Jeder kann zum Autor werden

Sprachlicher Humor konnte auch schon in der Vergangenheit per Mund-zu-Mund-Propaganda und per traditioneller Medien wie Brief oder Telefon von praktisch jedem realisiert und verbreitet werden. Mit den technischen Innovationen durch die Digitalisierung, insbesondere im Bereich der Hardware, Software und Übertragungstechnologien, sind sowohl die Möglichkeiten für Privatpersonen, visuellen oder bewegten Humor zu erzeugen, als auch damit eine größere Öffentlichkeit zu erreichen, selbstverständlich geworden.

Anders als bei den traditionellen Medien ermöglicht kostengünstige und einfach handhabbare Software es prinzipiell jedem mit einem PC und Internetzugang, zum Sender im Internet zu werden (eine späte Realisierung von Bertolt Brechts *Radiotheorie* und von Hans Magnus Enzensbergers *Baukasten zu einer Theorie der Medien*). Mit Adobe Photoshop etwa lassen sich professionelle Fotomontagen erstellen. Die Animationssoftware Adobe

Flash erzeugt kleinformatige Zeichentrickfilme. Video-Komprimierungssoftware (wie z. B. Windows Media oder Quicktime) reduziert die Dateigröße von Videofilmen – zwar mit Qualitätsabstrichen – auch für Modemanforderungen.

Fertige Inhalte können per E-Mail verbreitet oder auf privaten oder kommerziellen Homepages (z. B. Atom.com) veröffentlicht werden. Videoportale wie YouTube, Dailymotion oder Blip.TV stellen eine unkomplizierte Abspielplattform dar, auf der User ihre Kreationen hochladen können. Verglichen mit den traditionellen Medien Film und Fernsehen fehlen im Internet Gatekeeper wie Redakteure, Produzenten usw., die die eingehenden Angebote nach z. B. ästhetischen und/oder ökonomischen Kriterien filtern und davon nur einen kleinen Prozentsatz für eine Massenverbreitung in TV oder Kino zulassen. Die häufig behauptete Demokratie, teils sogar Anarchie des Netzes, ist für Unbekannte von Vorteil, um sich Gehör zu verschaffen. Aber sie hat auch eine Schattenseite: Das Netz ist buchstäblich verstopft mit jeder Menge Durchschnittsware und „Müll“, da keine Qualitätskontrolle stattfindet, die die Spreu vom Weizen trennt. Erste Instanzen, die sich dieser Aufgabe annehmen, sind Formate wie *Ehrensinf*⁶, ein Magazin zu Kuriositäten aus dem Internet, die (werk-)täglich in knackig und schwungvoll moderierten Dialogen ihre neuesten Lieblingslinks präsentieren.



Die charmante Katrin, ehemalige Moderatorin bei *Ehrensinf*

Humoristische Formen im Internet

Eine grundsätzliche Unterscheidung kann zunächst getroffen werden zwischen Humor, der für andere Medien konzipiert war und im Internet nur zweitverwertet wird, und zwischen Humor, der originär und ausschließlich für das Internet produziert worden ist. Zum ersten Typ gehören z. B. Cartoons und Karikaturen aus Zeitungen, die auf Webseiten erneut ausgestellt werden. Zum zweiten Typ gehören z. B. Webtoons oder ASCII-Art wie auch animierte oder Real-Kurzfilme, die im Netz als Stream oder Download zur Verfügung stehen (vgl. z. B. mehrfach preisgekrönte Kurzfilme wie *And the Cat Came Back*, *La*

Révolution des Crabes, *KJFG No. 5*, *Au Bout Du Monde* oder Ausschnitte aus der Rede des Komikers Stephen Colbert beim Korrespondenten-Dinner im Weißen Haus).



KJFG No. 5 und Stephen Colbert während seiner Rede beim Korrespondenten-Dinner im Weißen Haus

Besonders typische humoristische Formen im Internet sind Karikaturen, Parodien, schwarzer Humor und Trash.



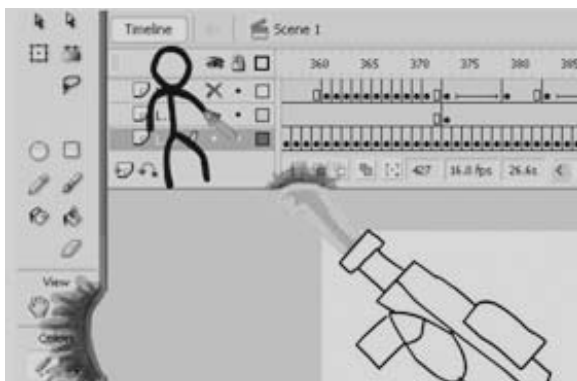
Karikatur von Angela Merkel

Karikaturen und Parodien

Karikaturen sind komische, verzerrende und überzeichnete Darstellungen von Menschen oder Sachverhalten, die diese der Lächerlichkeit preisgeben, häufig mit einem politischen Hintergrund.

Eine Parodie hingegen bezieht sich in der Formulierung des Literaturwissenschaftlers Frank Wunsch „immer auf eine Vorlage (ein Original, einen Bezugstext), die sie teilweise repetiert, aber gleichzeitig auch verändert oder adaptiert, was zu einer komischen Wirkung führt“ (Wunsch 1999, S. 11).

Ein typisches Beispiel dafür ist *Amanda Doll*, eine Parodie auf Verkaufssendungen. Darüber hinaus gibt es unzählige andere Parodien auf andere TV-Genres, z. B. auf Krimis, Western, Science-Fiction, Adventure, Promi-Talkshows, Sitcoms, Gameshows oder Krankenhausserien. Weiterhin verspottet werden Stars, Celebrities und Politiker wie Britney Spears, Bill Gates, Hillary Clinton oder Ereignisse, die die Medien beherrschen. Besonders beliebt sind auch Parodien auf das Netz, seine Produkte, Probleme und Persönlichkeiten. Es gibt ganze Serien, die den Napster-Skandal und die Reaktionen der Band Metallica darauf auf die Schippe nehmen (Camp Chaos: *Napster Bad*) oder Verhöhnepipelungen des Betriebssystems Windows (*Windows RG Build 207*) oder der Software Adobe Flash (Alan Becker: *Animator vs. Animation*).



Amanda Doll und *Animator vs. Animation*

Genauso häufig werden aber auch Kinofilme und Computerspiele parodiert: So erschließt sich der Humor des Coca-Cola-Werbespots von der britischen Produktionsfirma Nexus erst, wenn man die Computerspielserie *Grand Theft Auto* kennt.



Szene aus dem Coca-Cola-Werbespot, eine Parodie von Nexus

Parodien können verschiedene Funktionen erfüllen, z. B. Schwächen und Unzulänglichkeiten eines Werks durch karikierende Imitation aufdecken (kritische Parodie), mit einem scharfen, fanatischen und schmähenden Angriff auf Verfasser und Werk das Ziel verfolgen, diese der Lächerlichkeit preiszugeben und das eigene Überlegenheitsgefühl zu stärken (polemische Parodie), oder einfach nur ein harmloses Spiel aus Lust an komischer Abwandlung des Stoffes (komische Parodie) sein.

Dabei sollte bei allem Spott nicht vergessen werden, dass das parodierte Werk Parodien häufig erst zum Glänzen bringt. Die Parodien selbst sind oft zeitgebunden, ohne eigenen Gestaltungswert und nur noch von kulturhistorischem Wert (politische Videos: wie die JibJab-Parodien *This Land* und seine Folgeanimation *Good to Be in BC* mit den ausgeschnittenen Köpfen von den Präsidentschaftskandidaten Bush und Kerry, die während des Wahlkampfes 2004 mehr als 80 Mio. Views erhielt).

Die hohe Anzahl an Parodien im Netz erklärt sich sicher auch dadurch, dass bei einer Länge von 2 bis 5 Minuten keine Zeit für lange Expositionen ist: Kurzfilme im Internet müssen sofort zum Punkt kommen, müssen Zeichen setzen, die sofort verstanden werden. Parodien, wenn sie funktionieren, bieten einen solchen Rahmen, der leicht an das Weltwissen der User anschließbar ist. Viele Parodien funktionieren entweder über stark schematisiertes Gattungswissen zu TV-Genres oder über aktuell in den Medien be- und verhandelte Themen (Politik, Industrie, Musik und Film), die daher noch im Kurzzeitgedächtnis der User präsent sind, oder aber sie reflektieren das Medium selbst. Komik entsteht durch die Diskrepanz zwischen Form und Inhalt und durch die nur vom Original aus verständliche Abwandlung derselben. Parodien haben also einen hochgradig ikonischen Charakter.

Schwarzer Humor und Trash

Ein früher und legendärer Webpionier, der durch innovativen Content im Netz eine steile Karriere machte, war Joe Shields. Bevor er durch seine Animationen und seine Joe-Cartoon-Seite zum Millionär wurde, war er zwar kein Tellerwäscher, aber ein brotloser und unbekannter T-Shirt-Zeichner. Er erfand den *Frosch im Mixer* (*A Frog in A Bender*), eine interaktive Flash-Animation mit Ton. Der Schauplatz ist ein Mixer mit zehn verschiedenen Stufen, in dem ein fatter Frosch träge im Wasser herumzappelt und den User anfangs noch arrogant mit einer verzerrten Stimme provoziert: „What are you looking at? You ain't got the balls. No balls.“ Das Prinzip ist einfach, das grausame Ende vorhersehbar: Der User hat die Aufgabe, den Mixer per Click auf die Maustaste zu bedienen, die Stufe ist rechts groß im Bild eingeblendet. Solange der User keine weitere Stufe anklickt, gehen Bewegung und Dialog in Endlosschleife weiter. Während bei den unteren Stufen der Frosch nur träge auf die Rotationen des Geräts reagiert, spritzt bei den höheren Stufen Blut, es fliegen Knochen und Augen durch die Gegend, auf höchster Stufe platzt der Frosch, es endet mit totaler Apokalypse. Die gesamte Animation war nur 378 KB groß, um die Jahrtausendwende geeignet, dass sie auch von damals gängigen 56K-Modem-Benutzern angeschaut werden konnte.

Ein Fan des *Frosch im Mixer* erstellte eine komprimierte Raubkopie und verschickte diese als E-Mail-Attachment. Der Erfolg dieser elektronischen Mund-zu-Mund-Propaganda – eine im Netz nicht zu unterschätzende Form der Verbreitung – platzierte Joe Cartoons Webseite in die weltweiten Top-500 mit über 500.000 Zugriffen (*Hits*) täglich und machte ihren Schöpfer zum Star.

Shields kopierte seine lukrative Idee zahlreiche Male: Hamster in der Mikrowelle, Hamster in einem Aquarium voller Piranhas, Hunde, an einen fahrenden Lastwagen angebunden – oder man kann seinen Boss malträtiert. Alle Animationen funktionieren nach dem eben beschriebenen Prinzip, dass der User klicken muss, um die Stärke und Intensität zu variieren und die Handlung voranzutreiben. Manchmal haben sie noch eine unerwartete Schlusspointe. Gewinner gibt es keine.

Im Netz werden noch weitere Tabubereiche durch den Kakao gezogen, die in Film und Fernsehen seltener möglich wären. Es gibt Serien über einen sich prügelnden und Drogen verteilenden Jesus (*Jesus and His Brothers*), Gott und den Teufel in einer Talkshow mit wechselnden Celebrities, die die User am Ende in den Himmel oder die Hölle schicken können (*The God & Devil Show*), oder über eine kettenrauchende Nonne, die fluchend Kunstgemälde kommentiert (*Sister Randy*). Amerikanische Legenden werden dekonstruiert wie z. B. ein ständig alkoholisierte Abraham Lincoln (*Hard Drinking Lincoln*).

Fäkalien, Erbrochenes, Sex, Gewalt, insgesamt eine Dekonstruktion von Wertmaßstäben: Führt man sich vor Augen, dass ein US-amerikanisches Publikum besonders in Bezug auf Sexualität und Religion sehr viel wertkonservativer ist als ein europäisches Publikum, fallen die dargestellten Handlungen noch stärker ins Gewicht.

Schwarzer Humor arbeitet mit absurdem Schrecken, grausiger Komik, makabrer Lächerlichkeit oder krassem Zynismus, der sich nicht in die gütige Weltweisheit des Humors auflöst, sondern aus Gruseln und Grauen durch Übersteigerung ins Groteske noch Komik erzeugt. Aus dem Spiel mit Tabubereichen wie Verbrechen, Krankheit und Tod in zynisch-paradoxe Weise entsteht eine Diskrepanz von Stoff und Behandlung, deren unangemessenes Verhältnis Schock und Komik zugleich auslöst. Häufig vergessen wird, dass es sich dabei nicht um ein neues Phänomen handelt. Schwarzer Humor hat schon eine lange Tradition in anderen Künsten wie Literatur, Film und Fernsehen (man denke etwa an Jonathan Swift und Samuel Beckett in der Literatur oder an Monty Python und *Pulp Fiction* im Film). Aktuelle TV-Beispiele sind *South Park* und *Celebrity Deathmatch*.

Es gibt eine Fülle von Seiten, die den als „Extreme“, „Dirty Toons“, „Sick & Twisted“ oder „Outrageous“ bezeichneten Webtoons gewidmet sind: Sehr populär ist auch das Foltern oder Töten von Stars wie Arnold Schwarzenegger Britney Spears oder Bill Gates in *Assasins*. Meist wird bei diesen Collage-Animationen ein Foto des Kopfes überdimensional groß in eine Flash-Animation eingebaut, was den karikierenden Effekt verstärkt. Die am intelligentesten gemachte und auch erfolgreichste Animation dieser Art sind die *Happy Tree Friends*, eine Serie mit einminütigen Folgen, die im Internet bekannt wurde und mittlerweile als Füller weltweit bei MTV läuft.



Eine typische Szene aus den *Happy Tree Friends*

„In the future, everyone will be famous for 15 minutes“

Des Weiteren gibt es bei YouTube zahllose Amateurvideos, über Fahrrad fahrende Dalmatiner, Katzen, die Klavierspielen (*Nora the Piano Cat*), Peinlichkeitsvideos, die berühmte Mentos-Pepsi-Installation, die eindrucksvoll verdeutlicht, was passiert, wenn man eine Packung Mentos in eine Pepsi-Cola-Flasche wirft (*Experiment #144*).

Brooke Allison Brodack, alias Brookers, ist eine junge amerikanische „virale“ Komödiantin, die durch ihre kurzen Videos, die sie bei Lip-Synching und Head-Banging häufig im Kinderzimmer gemeinsam mit ihrer Schwester zeigte, bekannt wurde (vgl. z. B. *My United States Of... WHATEVA*). Die Videos wurden mehr als 45 Mio.-mal angeschaut und verschafften ihr diverse Aufträge im Fernsehen. Außerdem wurde Brookers von der Zeitung „New Yorker“ als der erste richtige YouTube-Star bezeichnet.



Brookers beim Head-Banging

Viele humoristische Formen im Internet weisen ein gemeinsames Merkmal auf: Interaktivität, d. h. die Möglichkeit für den User, aktiv in den Verlauf einzugreifen, wobei der Grad der Interaktivität jeweils unterschiedlich ist. *Sendofix* ist ein besonders raffiniertes Beispiel für eine animierte, personalisierte Grußpostkarte, auf der der Sender die Sender- und Empfänger-Charaktere selbst gestalten, mit einem Hintergrund und Musik versehen kann (alles im pixeligen Stil von Computerspielen der 1980er-Jahre) und zum Ende eine Frage stellt, die mit „ja“ oder „nein“ beantwortet werden kann. *Sendofix* hat den zusätzlichen Kick, dass der Empfänger nicht weiß, dass der Sender seine Antwort zugeschickt bekommt.

Animationen mit Computerspielen

Auch durch das Internet erst entstandene neue Kunstformen wie Machinima – in denen Computerspiele, vor allem Ego-Shooter, als preiswerte 3-D-Animationssoftware für die Produktion von Filmen zweckentfremdet werden – werden für humorvolle Ausdrucksformen genutzt. So etablierte die New Yorker Gruppe ILL Clan, eine der kreativsten Machinima-Gruppen, in ihrem Machinima-Erstling *Apartment Huntin'* die beiden Holzfäller Larry und Lenny Lumberjack als Protagonisten, die in allen Filmen der Gruppe vorkommen. Die Slapstick-Komödie schickte Larry und Lenny auf Apartmentsuche in New York. Für den Film bediente sich der ILL Clan bei den Standardmodellen, die der Ego-Shooter *Quake 1* zur Verfügung stellt, veränderte zunächst nur die Skins (Oberflächen) der Figuren und auch die Spielumgebung blieb als Handlungsort weitgehend unverändert. Anscheinend sorgten die – für *Quake*-Fans sofort wiedererkennbaren – Charaktere für Lachanfalle bei *Quake*-Spielern. Der Film machte die Gruppe sofort bekannt.

Bei seinen jüngeren Produktionen betrat der ILL Clan erneut Neuland und begründete ein interessantes Subgenre von Machinima: Livemachinima (z. B. *On the Campaign Trail*). Bei dieser Form, die konsequent die Vorteile der Echtzeitanimation von Machinima nutzt, kommt den fünf passionierten Computerspielern ihre langjährige Erfahrung in der Film- und Animationsbranche sowie als Straßen-Performance-Künstler zugute.

Falschmeldungen und Gerüchte per E-Mail

Ein Hoax (engl. für Schwindel, Betrug) ist eine E-Mail, die an einen großen Adressatenkreis gesendet wird. Hoaxes erkennt man daran, dass der Empfänger aufgefordert wird, die E-Mail an möglichst viele Menschen weiterzuleiten, die Betreff-Zeile häufig den Begriff „Virus Warnung“ oder Ähnliches enthält, dessen Wirkung meist als sehr drastisch dargestellt wird und die Dinge beinhaltet, zu denen ein Computervirus nicht wirklich in der Lage ist (z. B. Hardware beschädigen).

Häufig wird eine namhafte Firma oder Organisation als Quelle genannt, um die Glaubwürdigkeit zu erhöhen. Überhaupt nicht witzig war scheinbar der japanische Bonsai-Kitten-Hoax im Jahr 2005. Auf dieser bebilderten Webseite konnte man eine Anleitung zur Produktion von Bonsai Kittens als Ersatz für ein Haustier nachlesen und diese auch bestellen. Kleine Kätzchen wurden in eine Glasflasche gesteckt und über eine in die Flasche gebohrte Röhre ernährt. Nach einigen Wochen waren sie entsprechend der Form der Flasche deformiert. In einer entsetzten E-Mail wurden Leser aufgefordert, die Bonsai Kittens zu boykottieren. Trotz massiver negativer Kritik stellte sich die Webseite als ein von Studierenden des Massachusetts Institute of Technology gefakter Hoax heraus.



Die Herstellung von Bonsai Kittens

Schlechte Scherze wie dieser haben mitunter einen didaktischen Zeigefinger: Sie sollen aufzeigen, dass man Nachrichten nicht unreflektiert mit einem Mausklick an sein ganzes Adressbuch weiterschickt. Eine aktuelle Liste der gängigen Hoaxes ist auf der Webseite der TU Berlin nachzulesen.

Unterhaltung gehört für User zu den wichtigsten Gratifikationen des Internets. Man könnte sogar so weit gehen, dass neue Medien sich erst durch Unterhaltung und nicht durch Nachrichten oder Information durchsetzen. Es ist folglich davon auszugehen, dass Humor neben Sex ein Katalysator für technologische Entwicklungen im Internet und in anderen neuen Medien ist.

Eine gängige Empfehlung für die Gestaltung von Onlineangeboten lautet daher, dass immer auch Unterhaltungsaspekte integriert werden sollten: Witz, Originalität, Skurrilität, Ästhetik etc.

Zusammenfassend kann man weiterhin festhalten, dass es sich bei Humor im Internet um kurzweilige Zeitgeist-Phänomene handelt, die auf aktuelle Ereignisse Bezug nehmen (können), aber vermutlich keinen bleibenden Wert haben. Nun könnte man – wie auch schon häufiger geschehen – darüber spekulieren, ob ein James Joyce, Stanley Kubrick oder Alfred Hitchcock des WWW noch geboren werden muss. Dies ist meines Erachtens aber die falsch gestellte Frage. Niemand setzt sich am Arbeitsplatz vor den Bildschirm und will sich konzentriert mit einem Kunstwerk auseinandersetzen. Angesichts der Nutzungsgewohnheiten und der technischen Rahmenbedingungen ist Humor im Internet kurz und pointiert. Es ist eine Abwechslung oder ein Kommunikationsanlass während der Arbeit, für die Mittagspause oder ein Anlass für kurze Kontaktaufnahme und -pflege mit Freunden.

Humor im Internet tendiert zu kurzen, interaktiven und spielerischen Formen, was sich besonders gut an den humorvollen Formen zeigen lässt, die konkret für das Internet produziert wurden. Humor im Internet wird von Unbekannten wie von Stars gleichzeitig produziert und ist besonders auf den Wissenshorizont und auf die Rezeptionserwartungen von jugendlichen Zielgruppen zugeschnitten, bei denen Nonsense-Humor besonders gut ankommt. Da jugendliche Zielgruppen das Netz sehr viel stärker nutzen als ältere, erstaunt die Humorlandschaft im Internet nicht.

Links:

A Frog in A Blender.
Joe Cartoon. USA 2000.
Abrufbar unter:
http://joecartoon.atom.com/cartoons/67-frog_in_a_blender

Amanda Doll. Bob Hord.
USA 2003. Abrufbar unter:
http://www.atom.com/funny_videos/amanda_doll/

And the Cat Came Back.
Cordell Baker. Kanada 1988.
Abrufbar unter:
<http://www.youtube.com/watch?v=bETCusT5kNM>

Animator vs. Animation.
Alan Becker. USA.
Abrufbar unter:
http://www.youtube.com/watch?v=phVwMt_q9SE

Apartment Huntin'. ILL Clan.
USA 1999. Abrufbar unter:
<http://www.youtube.com/watch?v=QeNz7wefw0M>

Assasins. Torture Bill Gates.
N.N. Abrufbar unter:
<http://www.newgrounds.com/portal/view/7206>

Atom. Abrufbar unter:
<http://www.atom.com>

Au Bout Du Monde.
Konstantin Bronzit. Frankreich 1999. Abrufbar unter:
<http://www.youtube.com/watch?v=C0m-ghlssPo>

Coca-Cola. Nexus.
Abrufbar unter:
<http://www.youtube.com/watch?v=IFOFcF1Vmv0>

Ehrensenf. Carola-Sayer und Rainer Bender.
Abrufbar unter:
<http://www.ehrensenf.de/>

Experiment #144. EepyBird.
Revver. Abrufbar unter:
<http://www.revver.com/video/393729/experiment-144-super-soaking-fountain/>

Good to Be in BC. JibJab
2004. Abrufbar unter:
http://sendables.jibjab.com/originals/good_to_be_in_dc

Happy Tree Friends. Mondo Media.
Abrufbar unter:
<http://www.happytreefriends.com>

Hard Drinking Lincoln.
Mondo Media.
Abrufbar unter:
<http://www.mondominishows.com/index.php?IdEpisode=235&episode-seriesPage=0&series=16>

Hoax Service Online.
TU Berlin. Abrufbar unter:
<http://hoax-info.tubit.tu-berlin.de/hoax/>

Jesus and His Brothers.
Mondo Media. Abrufbar unter:
<http://www.mondominishows.com/index.php?IdEpisode=457>

KJFG No. 5. Alexey Alexejew. Ungarn 2007.
Abrufbar unter:
http://www.youtube.com/results?search_query=kjfg+5&search_type=&q=0&oq=kjfg#

La Révolution des Crabes.
Arthur de Pins. Frankreich 2004. Abrufbar unter:
http://www.arthurdepins.com/crabes_film.htm

My United States Of ...
WHATEVA. Brookers.
Abrufbar unter:
<http://www.youtube.com/watch?v=SLbFDMpLZDs>

Napster Bad. Camp Chaos.
USA 2000. Abrufbar unter:
http://www.snarkrocket.com/blog-archives/2006/05/napster_bad_sue_all_the_world.html

Nora, the Piano Cat.
The Sequel. N.N.
Abrufbar unter:
<http://www.youtube.com/watch?v=v0zqQAp7EYw>

On the Campaign Trail.
Excerpts. ILL Clan.
USA 2004. Abrufbar unter:
<http://www.archive.org/details/CampaignExcerptsLO>

Sendofix. Zwobakk.
Abrufbar unter:
<http://www.zwobakk.de/sendofix/>

Sister Randy. Dan Hanna.
Abrufbar unter:
<http://www.sisterrandy.com/>

Stephen Colbert at the Correspondent's Dinner at the White House.
USA 2006. Abrufbar unter:
http://www.youtube.com/results?search_query=stephen+colbert+white+house+press+correspondents+dinner&search_type=&q=2&oq=stephen+colbert

The God & Devil Show.
Mondo Media. Abrufbar unter:
<http://www.mondominishows.com/index.php?IdEpisode=621>

This Land. JibJab 2004.
Abrufbar unter:
http://sendables.jibjab.com/originals/this_land

Windows RG Build 207.
Jamesweb. Abrufbar unter:
<http://www.newgrounds.com/portal/view.php?id=27549>

Literatur:

Wunsch, F.:
„Die Parodie“. Zu Definition und Typologie. Hamburg 1999

Dr. Karin Wehn ist Medienwissenschaftlerin, Kuratorin für Filmfestivals und freie Journalistin. Sie studierte in Siegen und Ulster (Nordirland) Englische Sprachwissenschaft, Angewandte Sprachwissenschaft, Englische Literaturwissenschaft und Neuere deutsche Literaturwissenschaft. Derzeit arbeitet sie als Freelancer.

