

Freiburger Arbeitspapiere zur germanistischen Linguistik 23

"Wasch labersch du?" - Komische Vagheit in der Ethno-Comedy

Die Internet-Komik des Tedros "Teddy" Teclebrhan und ihre Rezeption durch Jugendliche

Helga Kotthoff und Daniel Stehle

Zuerst 2014 erschienen in Simon Meier et al. (Hrsg.): Dialog und (Inter)Kulturalität. Theorien, Konzepte, empirische Befunde. 217-237. Tübingen: Narr.

Abstract

In diesem Aufsatz geht es um die unter Jugendlichen populäre Internet-Komik von Tedros „Teddy“ Teclebrhan. Sein erster, von der Realitätsanbindung her vage gehaltener Sketch, greift bereits den inzwischen in den Medien etablierten Hypertypus des bildungsfernen, proletenhaften Migranten auf, der als Comedy-Figur schon verankert ist. Eine Umfrage zum Integrationstest führt den Mann als extrem ungebildeten Sprecher eines Kiezdeutschen mit schwäbischem Einschlag vor und lädt indirekt auch zum Lachen über den Einbürgerungstest und Fernsehrituale der Straßenbefragung ein. Im Aufsatz verbinden wir die Analyse des Internettexzes und der darauf bezogenen Kommentare als situierte soziale Phänomene (Wolff 2006). Komische Textualität und Intertextualität leben von vielfältigen Bezugssystemen, die in der Rezeption allerdings nicht alle aktiviert werden müssen. Auch wenn massenmediale Komik-Sketches durchschaubare Hypertypen vorführen, kann eine Rezeption nicht verhindert werden, in der Stereotypen bestätigt und nicht unterlaufen werden. Wir versuchen Annäherungen an die spezifische Vagheit des Komischen.

Kontakt:

helga.kotthoff@germanistik.uni-freiburg.de

danielstehle@web.de

1. Einleitung

Seit gut zwei Jahrzehnten ist die Lebenssituation in der deutschen Einwanderungsgesellschaft ein beliebtes Thema für Komik und Humor. Filme nehmen sich der Thematik von Inter- und Multikulturalität aus unterschiedlichen Perspektiven des Komischen schon viel länger an (Hess-Lüttich 2003, El Hissy 2012).

Das Genre „Ethno-Comedy“ hat sich auf Bühnen und in Fernsehen und Radio längst etabliert. Kaya Yanar erreichte bereits vor mehr als fünfzehn Jahren mit seiner Show „Was guckst Du!“ (Sat 1) ein fernsehendes Massenpublikum. In den achtziger Jahren hatte das Kabarett „Knobi-Bonbon“ schon politisch kritischere Töne im Bezug auf die deutsche Integrationspolitik angeschlagen. Heute sind die Gattungen „Ethno-Comedy“ und Kabarett mit Migrationsthemen erheblich diversifiziert (Kotthoff 2013). Während Bülent Ceylan vor 40 000 Menschen in der Frankfurter Commerzbankarena auftritt und sein Bühnenego in der Selbstbewitzelung als „kleinen Türk“ bezeichnet, schlagen beispielsweise Django Asül und Serdar Somuncu kritischere Töne zu verschiedenen politischen Themen der Bundesrepublik an (nicht nur dem der Einwanderung). Uns interessiert hier die Inszenierung des Hypertypus des bildungsfernen, jungen, männlichen Migranten, wie er etwa von Kaya Yanar mit der Figur des „Hakan“ verkörpert wird und von Bülent Ceylan als „Hassan“.

Neben die Radio-, Bühnen- und Fernseh-Komik, die von der linguistischen Medienforschung beachtet wurde (stellvertretend sei El-Hissy 2012 genannt), ist in den letzten Jahren die des Internets getreten. Tedros Teclebrhan erfreut beispielsweise mit seiner Figur des Antoine eine überwiegend junge, wachsende Internetfangemeinschaft. Der Unterschied zu den oben Genannten liegt – neben dem Medium des Internets – vor allem darin, dass er die Kontextualisierung der migrantisch aufgemachten Figur (in einem Komikrahmen oder nicht) im Unklaren lässt (Kotthoff/Jashari/Klingenberg 2013, 20)¹.

In diesem Aufsatz wollen wir auch diskutieren, wie jugendliche Rezipient(inn)en Teclebrhans Sketche und Figuren im Internet kommentieren und wie sie ihren Umgang mit der Internetkomik in ihrem Alltag bekunden. In der Kommunikationskultur von Jugendlichen spielt das Internet eine große Rolle (Leister/Röhle 2011, Brommer/Dürscheid 2012). Die Kommentare zu Ethno-Comedy-Videos auf *youtube.com* und *facebook.com* nutzen wir für einen Zugriff auf die methodisch schwierig zu rekonstruierende Rezeption von Komik, die sich in der Medienforschung schon oft darauf beschränkt hat, im Labor bei Komikdarbietungen Lachstärken verschiedener Populationen zu messen und zu vergleichen (dazu auch Cantor 1976 und Bussemer 2003).

¹ Darja Klingenberg hat die Autorinnengruppe auf den Komiker aufmerksam gemacht und in dem Buch den Teil über Teclebrhan verfasst.

2. Hypertypisierung und „overdoing culture“

Im Folgenden werden zuerst einige Konzepte umrissen, die einer sozialkonstruktivistischen Herangehensweise an die Gattung Ethno-Comedy von Nutzen sind.

Mit Berger und Luckmann (1966) sehen wir Typisierung als einen generellen Prozess der Wissenskonstruktion. Jedes Verstehen muss Typisches erfassen und von Sonderformen absehen können. Jede Kategorienbildung fußt auf der Erfassung des Typischen, wie es auch von der Prototypensemantik gezeigt wird. Der Volkskundler Bausinger unterscheidet kaum zwischen Typisierung und Stereotypisierung. Letzterer sei diese Reduzierung eigen „[...] ein wichtiges Instrument der Erkenntnis, der Orientierung - und sie ist so fest in der Sprache angelegt, dass sie schon deshalb nicht vermeidbar ist“ (Bausinger 2000, 17). In interkulturellen Situationen vereinfachen und erschweren Stereotypisierungen die Konfrontation mit Fremdem. „Die Typisierung ist ein Moment der Entlastung - sie vermittelt das Gefühl, man habe das Fremde verstanden, obwohl man ihm in vielen Fällen nur einen Namen verpasst hat“ (Bausinger 2000, 25). In den Sozialwissenschaften bezeichnet der Begriff „Stereotyp“ in der Regel eine vereinfachende, generalisierende Reduzierung einer Vorstellung auf ein verfestigtes Muster und ein bewertendes Urteil. Ein Individuum lernt Stereotype als Ausdruck einer öffentlichen Meinung eines Milieus, unabhängig von seiner persönlichen Erfahrung. Ein Stereotypus ist partiell tatsachenwidrig (Ewen/Ewen 2009) und basiert auf Klischeevorstellungen. Hess-Lüttich (2003, 5) führt verschiedene Fernsehsendungen an, die Klischeevorstellungen von „den Ausländern“ verbreiten und/oder unterlaufen.

Prozesse der Stereotypisierung machen sich Witz, Karikatur und Comedy zu Nutze, indem sie gezielt überspitzen, bestimmte Züge von Figuren und Situationen überstilisieren und somit zum Hypertypus machen. Ein möglicher Diskriminierungseffekt wohnt dem zwar inne (beispielsweise dem von Ceylan aufgeführten Hypertypus des „Türkebab“, dazu Haberl 2013), kann aber auch mit der Absicht des Durchschauens dargeboten werden, wie es Ethno-Komiker auch für ihre Figuren der bildungsfernen jungen Männer behaupten:

„Gelacht wird nunmehr weniger über ‚die Anderen‘, als vielmehr über das Stereotyp in uns selbst bzw. in unserem Verhalten und unserem Denken“ (Koch 2008, 212).

Das Gelingen dieses Potentials transkultureller Comedy, starre Klischees aufzuweichen, hängt von vielen Faktoren ab, z.B. davon, wie die Comedians ihre Performance gestalten, von der Figurenauswahl, den Konstellationen und der Gestaltung der Figuren im Bezug auf Sympathiewerte.

Während wir im Alltag mit Typen und Stereotypen operieren, die die Kommunikation ermöglichen und/oder erleichtern können und sich in bestimmten Kontexten als unzulässig vereinfacht und diskriminierend erweisen, haftet dem Hypertypus das Moment der bemerkbaren Überstilisierung an (Kotthoff 2009, 1). Oft geht mit dem Hypertypus ein Erheiterungseffekt einher, weil parodistisches Überzeichnen das von Bergson (1900) dem Humor zugeschriebene Moment der „Mechanisierung des Lebendigen“ besitzt. Man muss allerdings in der Rezeption die Hyperstilisierung nicht

bemerken, da sie immer auf Wissen und Haltung basiert, die in der Rezeption aktiviert werden (oder auch nicht).

Für die Analyse von transkultureller Komik bietet sich generell eine handlungstheoretische Vorgehensweise an, wie sie u.a. Straub (2006) und Hess-Lüttich et al. (2009) vorschlagen. Diese soll ermöglichen, „die wissenschaftliche Erfahrungs- und Erkenntnisbildung auf jene Aspekte der Sinn- und Bedeutungsstruktur unseres Handelns, seiner Voraussetzungen, Ergebnisse und Folgen zu konzentrieren, die kulturell (mit-) konstituiert sind“ (Straub 2006, 15). Die Sicht auf Kultur im Sinne eines „doing culture geht von sozialer Praxis aus, in der kulturelles Wissen hergestellt, aktualisiert und verändert wird. Kultur dient einerseits als gegebenes Symbolsystem und Orientierungsmuster, auf welches sich Personen beziehen (Hess-Lüttich et al. 2009). Die Kontexte von Sprachhandlungen sind somit einerseits kulturell geprägt (S. 15); andererseits werden sie praktisch vollzogen (Hörning/Reuter 2004, 15), was als „doing culture“ fassbar ist (Kotthoff 2004, 4). Transkulturelle Comedy setzt Zugehörigkeit relevant, spielt mit kulturellen Wissensbeständen und Wertungen, rückt die Relevanz von Kulturalität in den Vordergrund der Interaktion; mit Überzeichnungsverfahren eines „overdoing culture“ können kulturelle Wissensbestände komisch in Szene gesetzt werden.

3. Sketch-Komik und ihre Lesarten

Tedros Teclebrhans (alias „Teddy“) Produkte lassen sich am treffendsten als Sketche bezeichnen. Dabei treten Darsteller in eine thematisch gebundene Szene und agieren in einer Performance vor einem Publikum mit Körper und Stimme.

Sketche können auf eine oder mehrere Pointen hinauslaufen oder von Typen- und Situationskomisierung leben. Zentrale Elemente der Sketchperformance sind hypertypisierte Zeichnungen der Figuren und der lebensweltlichen Ausschnitte, darunter Überzeichnungsverfahren der Sprechstile der Figuren (Kotthoff 2004, 6). Diese werden auch über stereotype Details evoziert, die die Semiotik der Szene prägen. Handy, Jogginghose, Körpergestaltung, Sprech- und Bewegungsstil werden im Fall von Teclebrhans Migrantenfigur zu sprechenden Identitätsanzeigen, die sich gegenseitig zum Hypertypus aufschaukeln („overdoing“ als Steigerung des ethnomethodologischen „doing“). Der Grad der Typisierung ist viel höher als beispielsweise in Spielfilmen, denn die Szenen müssen aus sich heraus ohne weitere Einleitung und Erklärung verständlich sein. Alle Details sind wie im Witz als Kontextualisierungsverfahren vielsagend (Kotthoff 1998). Sie tragen zur Mikro-Ökologie der Szene bei.

Wie in der Ethnomethodologie üblich, wird der Text in seiner methodischen Herstelltheit rekonstruiert. Wir reden keinem entgrenzten Textbegriff das Wort, sondern sehen den Text als sozial situiertes Phänomen (Wolff 2006, 256), für den eine bestimmte Einbettung in ein Handlungsfeld (das Internet) organisiert wurde. Im Internet kann der Text kommentiert werden, was ihn also anreichert und mit Verstehenshinweisen weiter ausstattet. Rezipienten erwarten in den Medien sowieso einigermassen „offene,“ interpretationsbedürftige Texte. Wolff (2006, 259) greift auf Eco 1992 zurück, um zu verdeutlichen, dass ein Autor interpretative Rätsel in seinen Text so integriert, das sie ein kompetenter Leser der angezielten interpretativen Gemeinschaft in erwartbarer

Weise auflösen wird. Teclebrhans Interview zielt auf unterschiedliche interpretative Gemeinschaften. Einige will er hinter das Licht führen, damit andere sich genau darüber echauffieren können.

3.1. Tedros Teclebrhans youtube-Hit

Am 8. Mai 2011 stellt Tedros Teclebrhan alias "Teddy" ein Video auf die Internetplattform *youtube* und wird damit über Nacht zum gefeierten Internetstar. Seine "Umfrage zum Integrationstest (was nicht gesendet wurde)" wird in kurzer Zeit zum *youtube*-Hit, zählt bis heute mehr als 23 Millionen Aufrufe und wurde mehr als 50 000 Mal kommentiert (Stand: Februar 2014). Sie zeigt Antoine, einen dunkelhäutigen Typen mit weißem Muskelshirt und Oberlippenbart, der auf der Straße von einem Reporter gebeten wird, Fragen zum Integrationstest zu beantworten. Antoine hält "Angelo Merte" für den amtierenden Bundeskanzler, Hitler für dessen Vorgänger, Luxemburg für die Hauptstadt von Deutschland und sich selbst für integriert, weil er Bier trinkt und seine Frau nicht mehr schlägt. Dabei zeichnete Teclebrhan seine Figur "Antoine" scheinbar so gut, dass viele das Video anfangs für echt hielten. Reaktionen im Internet reichen von "Exekution" bis "Oskarnominierung". Das Video polarisierte in Wahrnehmung und Bewertung.

Titel: "Umfrage zum Integrationstest (was nicht gesendet wurde)"

Untertitel: "Das ist Deutschland!" Protagonist: Tedros Teclebrhan, Reporter: Adrian Draschoff

Hochgeladen am: 08.05.2011 Quelle: <http://www.youtube.com/watch?v=vcAN-Efb57I> Febr. 2014

Szene am Anfang, transkribiert in Orientierung an GAT 2, <http://agd.ids-mannheim.de/gat.shtml>

Re: Reporter, An: Antoine

01 Re: [tschuldigung? TSCHuldigung,
02 kann ich SIE mal kurz was fragen?
03 An: [((telefoniert)))
04 (ins Telefon) WArte. ich bin FERNsehen.
05 WArT mal. da isch FERNsehen. WArT kurz. WArte.
06 An: (zum Reporter, Telefon am Ohr) ja HEY,
07 Re: HAY;
08 wir haben hier n paar FRAGEN zum [integrationStest; äh
09 An: [ja ja ja.
10 Re: dürfen wir die [kurz STEllen,
11 An: [zu WAS?
12 Re: integrationStest;
13 An: tse-ts=JAja: (-) klar. klar;
14 An: (ins Telefon) WArte kurz; eh?
15 Re: sind so n PAAR ganz allgemeine fragen;
16 ganz EINFach. ähm. (-)
17 ERStE wär zum beispiel.
18 WER ist deutschlands bundeskanzler?
19 An: (.hh) de wa:r (.hh) des isch de:r;(-)
20 (ins Telefon) boah sei RUHig. WArte, (-)

in Distanzbeziehungen nicht benehmen. Antoine kennt keine Höflichkeitsformen, wird zeitweise sogar aggressiv (hör auf mich zu verarschen), wie das Stereotyp des männlichen Secondos es will (50, 58, 59). Die Ehre ist ihm wichtig (60), vor allem vor Frauen (was erneut ein Stereotyp bestätigt). Er kennt nur die Umgangsformen der Straße, der Clique und die eines bizarren Ehrkodexes.

Der Protagonist Antoine ist mit einigen sprachlichen Merkmalen des „Kiezdeutschen“ ausgestattet, eines vor allem von Jugendlichen verwendeten Soziolekts, der sich an den Ethnolekt der eingewanderten Generation der Arbeitsmigranten anlehnt, welche nur über eingeschränkte Deutschkompetenz verfügten (Wiese 2012, Simsek 2012, Kotthoff 2013). Einige Phänomene dieses „Kiezdeutschen“ (auch in Anlehnung an Feridun Zaimoglu „Kanak Sprak“ genannt) sollen im Folgenden kurz genannt werden:

- Falsche Genera: *den frage* (53), *ein mauer* (54)
- Falsche Partizipien: *gefällt* (55)
- Präpositionen fehlen oder sind falsch: *ich bin fernsehen* (4), *kannst du mir helfen für den frage* (53), *nächste mal* (197)
- Besondere Diskursmarker: *alter* (59), *ey* (50, 57, 170, 185, 186), *boah* (20, 104, 192, nicht im Art. wiedergegeben)
- Falsche Kollokationen: *ich sag alle fragen grad richtig ey* (107, nicht im Art. wiedergegeben)
- Falsche Possisivkonstruktionen: *wen sein frau von brad pitt* (nicht im Artikel wiedergegeben)

Der mediale Ethnolekt entspricht nur partiell dem in der Alltagswelt angetroffenen (Androutopoulos 2007, Siegel 2013); auch Teclebrhan hält z.B. Kodewechsel ins Türkische oder eine andere Migrantensprache aus dem Slang seines Antoine heraus (wie alle Ethno-Komiker im Fernsehen, cf. Kotthoff 2013). Allerdings wird er über schwäbelnde Anteile und allgemeinsprachliche Phänomene wie die Interjektion „ey“ authentisiert. Er verwendet häufig den stimmlosen, postalveolaren Frikativ, wo Silben im Hochdeutschen auf „st“ enden: 'isch', 'kannsch', 'willsch', allerdings auch da, wo sie im Schwäbischen nicht üblich sind, wie in „wasch“ im Titel. Der Protagonist bleibt durchgängig bei einem kumpelhaften und schlichten Stil, zu dem auch asyndetische Satzverbindungen gehören: „isch normal, ich schlag mein frau“ (nicht im Artikel wiedergegeben). Er wird als Ghetto-Jugendlicher entworfen, der nur über eingeschränkte Registerkenntnisse verfügt, sich auf „Kanak Sprak“ und sonstige Jugendsprachen kapriziert hat und im schwäbischen Raum seine sprachliche Akkulturation erlebt hat.

3.3. Protagonistengestaltung

Im Sketch ist die Figurenstilisierung ein Frühwarnsystem ihrer Identität. Ein dunkelhäutiger, glatzköpfiger, junger Mann läuft mit federndem Schritt auf die Kamera zu, in der einen Hand eine Einkaufstüte mit der Aufschrift 'New Yorker', in der anderen Hand sein Smartphone am Ohr. Er trägt eine Camouflage-Jogginghose, weiße Turnschuhe, weißes Feinrippunterhemd und eine große Uhr am linken Handgelenk. Schnell wird klar, mit wem man es hier zu tun hat: Es wird das Bild des bildungsfernen Proleten mit Migrationshintergrund (dunkelhäutig) überstilisiert, der

Freizeitkleidung präferiert (Jogginghose) und Geschäften nachgeht (Telefon am Ohr) und einem bestimmten Männlichkeitsideal naheifert (durchtrainierter, im Unterhemd zur Schau gestellter Körper, Glatze). Der blondierte Oberlippenbart der Figur ist multivokal; er kann auf das Haarefärben als für Männer neues Modephänomen verweisen. Man kann ihn auch als Persiflage auf Integrationsbemühungen (blonder Oberlippenbart als typisch deutsche Erscheinung) oder als Zeichen von Disharmonie deuten (dunkles Kopfhaar, blondes Barthaar). Nichtsprachliche Zeichen der Körpersemiotik laden zu vielschichtigen Lesarten ein.

Die Gestik der ausladenden Bewegungen und der Art, sich das Mobiltelefon schräg unter das Kinn zu halten, die an den Umgang mit einem Funkgerät erinnert, wirkt exzentrisch. Auch die Mimik, der skeptische Blick bezüglich der Fragen, die Angestrengtheit beim gemeinsam am Telefon mit dem Kumpel ausgetragenen Überlegen der Antworten, die naive Freude und der enthusiastische Ausdruck über die scheinbar richtigen Trivialantworten wirken kindlich. Und dennoch ist die Überzeichnung der Gesamtsituation und des Typus nicht so klar gerahmt, wie in einer Comedy, die bereits als Genre eingeführt wird. Der Titel des Videos benennt nur dessen Inhalt: eine "Umfrage zum Integrationstest". Bei den meisten Zuschauern dürfte damit die Rezeption des Videos in Richtung Ernst gelenkt werden. Straßenumfragen tauchen in der heutigen Medienlandschaft zahlreich auf. Dabei wird mit dem Genre oft auch in wöchentlichen Comedysendungen vom Typ "Freitag Nacht News" des Fernsehsenders RTL gespielt (Keppler 2006). Beispielsweise wird den Umfrageteilnehmern die falsche und komisch wirkende Antwort durch geschicktes Fragen quasi in den Mund gelegt. Aber auch seriöse Umfragen zu aktuellen gesellschaftlichen Themen erfreuen sich großer Beliebtheit. Nicht selten jedoch bergen auch diese ernstgemeinten Umfragen ein gewisses Komikpotential in sich, wenn Teilnehmer ihr kurioses Wissen und Verhalten preisgeben. Die vorliegende Umfrage setzt Wissen um diese Mediengattung voraus. Ein Reporter spricht einen Passanten auf der Straße an, mit der Bitte, diesem Fragen zum Integrationstest stellen zu dürfen. Das Schema gleicht der klassischen Straßenumfrage zu aktuellen gesellschaftliche Themen. Die Fragen des Reporters stammen aus dem Einbürgerungstest, der im Jahr 2006 zu heftigen politischen Debatten geführt hat und schließlich im Jahr 2008 mit einer bundeseinheitlichen Regelung eingeführt wurde. Je nach Textwissen können unterschiedliche Prätexte erfasst werden, wie der des Integrationstests, der der Straßenumfragen und der der Comedy-Figur des einfach gestrickten Migranten. Die Parodie funktioniert auf mehreren Ebenen gleichzeitig über Anspielung (Müller 1994)

Der sich entwickelnde Dialog folgt einem Frage-Antwort-Schema, das für Umfragen typisch ist. Es wird ein Skript aufgebaut, welches zwar nicht wie beim Witz auf eine Schlusspointe hinausläuft, jedoch von mehreren kleinen Pointen lebt. Spätestens die absurde Antwort auf die erste Frage nach dem Bundeskanzler von Deutschland kontextualisiert die Erwartung auf weitere absurde Antworten. Zusammen mit der äußeren Gestaltung des Protagonisten und dessen spezifischer Sprechweise wird das Bild des bildungsfernen Migranten plastisch; die Spannung für weitere seltsame Reaktionen bezüglich der Integrationsfragen steigt.

Am Schluss bekennt sich Antoine auch noch zum Integrationstest; gleichzeitig wird deutlich, dass er gar nicht verstanden hat, was das genau ist und das Wort kaum aussprechen kann(178). Er gibt Allgemeinplätze von sich („isch immer gut“) und begeistert sich für die teure Kamera.

Szene 3 (Schluss)

167 Re FINDen sie denn dass de-
168 der integrationstest SINN macht;
169 SOLte man den einführen?
170 An: haja SUpEr ey:.
171 du musch IMmer gucken,
172 dass du in DEUTSCHland wo du LEBSCH,
173 respektier dein LAND weisch,
174 respektier den MENSCH,
175 und TESCHT, (--)
176 wie HEISST des wort da;
177 Re: integration,
178 An: inte(gr)ation.
179 des isch IMmer gut weisch. (-)
180 tss isch immer GUT wenn du weisch woHIN,
181 wenn du wenn ic- GU(ck)mal,
182 wenn ich nicht WEISS dass hier ein ein gerÄT isch,
183 dann lauf ich daGEgen;
184 wenn ich weiß ich muss vorBEI,
185 dann geh isch vorBEI ey:.
186 (ins Telefon) was LABert der ey. boah:.
187 aber GEile kamera ha?
188 die isch TEUer ha?
189 die isch TEUer gell?
190 Re: jaja. is ganz (? ?)
191 An: jajA.
192 boah ey ich muss GEHN,=
193 =ich muss den ANrufen ey.
194 Re: alles KLAr;
[vielen DANK;
195 An: [(?alles klar?)
196 kein DING ey:,
197 nächschte mal wenn du mich siesch NOCHmal ne,
199 haha bye:;

„Was labert der, ey“ gesprochen zu dem Kumpel am Handy, aber im Angesicht des reporters wurde inzwischen zu einer jugendsprachlichen Zitatformel, die auch in Studentenzirkeln verbreitet ist..

3.4. Die vielen Gesichter von Tedros Teclebrhan

Tedros Teclebrhan ist mit seinem Video "Umfrage zum Integrationstest" zum gefeierten *youtube*-Star avanciert. Ihm gelingt das Spiel mit einer etablierten Komikfigur. Seine spezifische Redeweise, die Mischung aus Kiezsprache und Schwäbisch mit dem geringen Höflichkeitsspektrum, verleiht der Figur einen hohen Typisierungswert. Kleidung und Accessoires

bedienen das Klischeebild des bildungsfernen Migranten, der blondierte Oberlippenbart tritt vor dem Hintergrund der dunklen Hautfarbe als hergestellte Besonderheit hervor. Das fortgesetzte Handy-Gespräch bedient das Stereotyp des Jugendlichen, der nicht mehr vom Gerät loskommt. Er kann aus dem dauernden Kontakt mit seinen Cliquesmitgliedern nicht heraustreten. Mimik und Gestik unterstreichen den unbedarften Charakter der Figur, die trotzdem auf viele sympathisch wirkt. Die gesamte Semiotik will hier beachtet werden (cf. Hess-Lüttich 2003).

3. 5. Die Vagheit des Komischen

Die ZuschauerInnen müssen entscheiden, ob das Ganze ist, wofür es sich ausgibt, oder eine Art von Comedy darstellt. Das Video gibt Hinweise in beide Richtungen und beutet diese Spannung aus. Anders als beispielsweise bei Kaya Yanar, dessen Sketche schon im Programm als solche ausgewiesen sind und dessen Figuren als Kunstfiguren mit unterschiedlicher Realitätsanbindung gestaltet sind (cf. Kotthoff 2013), muss der Zuschauer hier genau hinsehen und seine Annahmen über die Welt zum Anschlag bringen. Die Kontextualisierungshinweise in Richtung Spaß (absurde Antworten, öffentliche Bekenntnis seine Frau zu schlagen usw.) sind zahlreich, aber man kann sie wegen der Rahmungsunsicherheit übersehen.

Komisches wird anders verarbeitet als Alltägliches:

„Imagine you saw a dog looking at a newspaper and moving her head as if she were reading. You would be faced with a mild dilemma. On the one hand you would know from everything else you had experienced in life that dogs, no matter how clever, simply cannot do that, and you would reject that interpretation. Experiences like this have what I am calling a “pseudo-plausibility” (the dog looked as if she were reading the newspaper), while at the same time we know such interpretations to be absurd or incongruous, for they lie outside the range of everything else we know about the world.” (Chafe 2007, 9)

Chafe (2007: 9) führt verschiedene Humorforscher (z.B. Freud) an, die mit Konzepten wie „Pseudo-Plausibilität“ oder „local logic“ arbeiten, um zu klären, dass die Abweichung von der Realität nicht beliebig ist. Beim hier diskutierten Video spielt zunächst der zugeschriebene Echtheitswert die zentrale Rolle. Kann in Deutschland ein junger Migrant, der des Deutschen weitgehend mächtig ist, nicht wissen, dass Berlin die Hauptstadt ist und Angela Merkel die Kanzlerin? Insofern kehrt sich der Test um. Für wie dumm kann man eine Figur wie „Teddy“ halten? Die Frage nach Fiktion oder Nicht-Fiktion spielt in die von Plausibilität und Pseudo-Plausibilität hinein. Überzeichnung gilt als Kontextualisierung von Fiktion. Aber die Unterschiede zwischen Stereotypus und Hypertypus sind schmal; je nach Annahme über die Welt hält man den dummen Migrant für möglich oder für unmöglich. Je nachdem aktiviert man dann weitere Bedeutungsebenen, wie etwa die, der Sinn des Videos könne darin liegen, den Einbürgerungstest und die Rituale der Straßenumfragen zu ironisieren (so in Kotthoff/Jashari/Klingenberg 2013, 16ff.). Der Sketch könnte solche Rituale persiflieren. Die Komik des Sketches ist also viel komplexer als die des lesenden Hundes (Chafes Beispiel). Neben den vielen Prä- und Subtexten, die man aktivieren kann oder auch nicht, treten

auch noch die Bewertungen: die der Figur Antoine (als Typus oder Hypertypus oder anders gesagt als Realität oder Persiflage), die der Umfrage (als Typus oder als Hypertypus) oder die des Integrationstest mit den beiden Lesarten der realen Repräsentation oder der komischen Überzeichnung.

Auf sein erfolgreiches Internetvideo "Umfrage zum Integrationstest" folgten weitere Videos auf *youtube*, in denen Teclebrhan auch in anderen Rollen zu sehen ist. Schließlich gewann er im September 2011 ein Internetvoting und war fortan mit "Teddys Show" auf dem Sender ZDF.neo präsent. Herzstück der Sendung sind dabei sicherlich die zahlreichen Spielfilme, in denen Teclebrhan in verschiedene Rollen schlüpft: Der Zuschauer stößt dabei auf "Lohan Cohen", einen selbst ernannten Superstar aus den USA, den indisch angehauchten "Percy", der scheinbar unter einem Vaterkomplex leidet, den bereits bekannten "Antoine Burtz", der in der Show zumeist als Reporter auftritt und seine Frage dabei so ähnlich stellt, wie er im bereits betrachteten Beispiel Antworten gibt und schließlich "Ernst Riedler", den überzeugten Schwaben, der am Stammtisch seinen latenten Rassismus zum Besten gibt. Eine ähnliche Figuren findet sich z.B. bei Ceylans Hausmeister Mompfred.

Migrantische Ghetto-Jungmänner können als mediale Comedy-Figuren von vielen Rezipienten aufgerufen werden. Kaya Yanar hat in „Was guckst Du?!“ einen Hakan gegeben, einen prolligen Discoeinlasser. Bülent Ceylan mimt die Figur „Hassan,“ der oft „produzier misch net“ von sich gibt und durch Sprache und Inhalt als schlicht und aggressiv ausgewiesen wird. Die Kunstfigur "Tiger von Kreuzberg", verkörpert durch Cemal Atakan (Drehbuchautor: Murat Ünal), weist noch mehr Gemeinsamkeiten zu "Antoine" auf. Auch Atakan und Ünal verwenden hauptsächlich die Internetplattform *youtube*, um ihren "Tiger" einem größeren Publikum bekannt zu machen. In zahlreichen Videoclips begegnet dem Zuschauer ein hypertypisierter Kiezprolet, der aus seinem Alltag in Kreuzberg erzählt (dazu Kotthoff 2009, 2013). Auch sprachlich liegen die beiden Figuren trotz einiger Unterschiede nahe beisammen: Tiger weist viele der Merkmale des berlinischen "Kiezdeutschen" auf. Auch er kennt keine stilistische Variation und spricht sein Publikum und andere in den Sketchen auftretenden Figuren durchgehend mit "du" an. Tiger verwendet allerdings andere Diskursmarker (sehr viel "kumma") und lässt des Öfteren türkische Wörter in seine Sprache einfließen. Beide verbinden Kiezdeutsch mit dialektalen Elementen (hier Schwaben, dort Berlin). Das äußere Erscheinungsbild von "Tiger" ähnelt dem von "Antoine": Jogginghose, weiße Turnschuhe, Kapuzenpullover, Wollmütze und Lederjacke machen das Bild des Kiezproleten plastisch. "Tiger" praktiziert laufend einen "bösen Blick", während er von kleinkriminellen Machenschaften erzählt. Beide agieren auf der Straße. Weitere Videos (siehe <http://www.youtube.com/user/TeddyComedy>) zeigen Antoine auch meist auf der Straße, aber auch bei der Arbeit oder zu Hause. Antoine richtet sich dabei immer an den Reporter aus dem bereits gesehenen Video, der ihn fortan in einem dokumentarischen Filmprojekt begleitet. Tigers Aktionsraum ist immer die Straße; dabei spricht er direkt in die Kamera und damit zu den ZuschauerInnen und gibt ihnen Ratschläge zum Leben auf der Straße. Zusammengefasst lässt sich sagen, dass Teclebrhan mit "Antoine" und Atakan/Ünal mit "Tiger" ähnliche Strategien verfolgen: Die Sketche funktionieren über ein ambivalentes Gesamtbild, das rund um die Figuren erzeugt wird. Sie werden mit Sachverhalten wie etwa dem Integrationstest

oder schulischen Anforderungen konfrontiert, denen sie nicht genügen, die sie aber auch decouvrieren. Die Sketche erzielen ihre komischen Effekte über Text und Kontext. Die Figuren sind beide Schlaumeier, bei denen deutlich wird, dass sie mit ihrem eigenwilligen Ghetto-Stil gut zurechtkommen und aus den Zumutungen des Alltags in Deutschland etwas für sich herauszuholen wissen. Wer die Figuren ‚für bare Münze‘ nimmt, entlarvt sich mit seinen Klischeevorstellungen selbst.

Zeitungsartikel und Interviews mit den Herstellern haben längst weitere Interpretationshilfen gegeben. Im Fall von Teclebrhan lohnt sich noch der Blick auf die Kommentare der Rezipienten, die ansatzweise erhellen, wer was in der transkulturellen Komikproduktion empörend und/oder lustig findet.

4. Zur Rezeption

Medienprodukte, auch solche des Internets, treten in einem medialen Verbund auf. Zum Primärprodukt des Films treten sekundäre, wie Interviews mit Schauspielern und Regisseuren, die wiederum Verstehensanleitungen für das Primärprodukt beinhalten und seine Wahrnehmung beeinflussen. Im Folgenden betrachten wir Zeitungsausschnitte und Interviews, die im Zuge des Aufstiegs von Tedros "Teddy" Teclebrhan entstanden sind. Dabei fällt als Erstes auf, dass viele der Artikel immer wieder die Herkunft des Schauspielers betonen (wie es bei allen Ethno-Komikern üblich ist): aus Eritrea stammend, mit seiner Mutter und seinen Brüdern nach Deutschland geflohen, im süddeutschen Mössingen (bei Tübingen) aufgewachsen (z.B. <http://www.taz.de/!100590/>). Vom "schwäbischen Afrikaner" und „schwarzen Schwaben“ ist die Rede (http://campus.region-stuttgart.de/files/magazines/no3/die_welt_veraendern_No3.html). Eine lebensweltlich verankerte Authentisierung gehört offensichtlich noch immer zu dem Bedingungsgefüge eines Humors, dessen Grundlage 'overdoing culture' ist" (Kotthoff 2009, 11). Teclebrhan zeigt sich verärgert darüber, dass seine Geschichte oft auf seinen Migrationshintergrund reduziert wird. "Ich bin Künstler, ich arbeite an meiner Schauspielerei" (www.teddy-show.de/tl_files/Presse/StadtAnzeiger.pdf).

Die politische Ebene, die in seiner Satire im hier diskutierten Beispiel gesehen werden kann, simplifiziert er: "Ich finde es lustig, wenn kulturelle Unterschiede aufeinanderprallen, wenn man im ersten Moment gar nicht lacht, bis einem das Missverständnis aufgeht" (ebd.) und "Ich bin Schauspieler, kein Politiker" (<http://www.cafebabel.de/article/37826/youtube-integrationstest-kanzler-angelo-sketch.html>).

Zur Wirkung seines Videos kommentiert er, das viele es anfänglich für echt hielten: "Ich habe die Antworten ganz bewusst ad absurdum geführt. Völlig überzogen. Jeder weiß ja, dass es in Deutschland eine Bundeskanzlerin gibt. Und kaum jemand würde öffentlich sagen, er schlägt seine Frau zu Hause" (ebd., www.cafebabel.de). Über seine Figur Antoine äußert er sich so: "Ich finde Antoine so geil, weil er zu sich steht. Er macht alles falsch, ist aber irgendwie sympathisch" (<http://www.taz.de/!100590>). Über seine Figuren sagt er generell, dass er nicht mit dem Zeigefinger an sie rangehe und er versucht, sie zu authentisieren: „Ich erzähle nur das, was mir widerfährt, was ich mag, und was ich nicht mag“ (ebd., www.taz.de). Damit setzt er sich mit den Figuren in eins, wie wir es auch von anderen Komikern kennen (z.B. Mario Barth). In den Sekundärmedien authentisiert er die Figuren weiter: "Es ist wichtig sich selbst nicht zu ernst zu

nehmen" (ebd., www.taz.de). Er zeigt Haltung: "dass ich mich nicht über Leute lustig mache. Ich erzähle etwas über die Eigenarten von Menschen. Ich mag es nicht, eine Figur plakativ zu spielen. Ich fände es interessant, wenn einer äußerlich ein Nazi ist, aber im Inneren ein ganz Lieber. Ich mag diese Gegensätze" (Teclebrhan, in: www.stuttgarter-nachrichten.de, 26/08/2012).

Wie bringen sich die RezipientInnen mit ihren Lesarten der Figuren und Szenen ein? Und was geben sie von sich zu erkennen? Diesen Fragen nähern wir uns über eine Internetrecherche von *youtube* und *facebook*- Kommentaren.

Die ZuschauerInnen beurteilen den Sketch, beziehen sich auf ihn und auch auf andere Kommentare. Der youtube-Kanal von Teclebrhan (<http://www.youtube.com/user/TeddyComedy>) umfasst 55 vom Künstler hochgeladene Videos. Bis heute (Stand: Febr. 2014) zählen diese Videos insgesamt über 66 Millionen Aufrufe. Über 400 000 User haben den Kanal abonniert und erhalten dadurch Nachrichten über Updates und neue Videos.

Das analysierte Video generierte bis Februar 2014 fast 23 Millionen Aufrufe. Über 110 000 User bewerteten das Video über die „like“-Funktion als positiv, ca. 8000 User bewerteten in dieser Option das Video mit negativ. Außerdem wurde es über 56 000 kommentiert. Allein diese Zahlen geben einen ersten Aufschluss darüber, wie populär der Künstler Teclebrhan inzwischen geworden ist. Seine Figuren reizen die Zuschauer zu Bewertungen und Kommentaren. Welche Rückschlüsse lassen sich aus den Kommentaren zum Video Teclebrhans ziehen?

4.1. Kommentarkategorien

Zuerst teilen wir die Kommentare in drei Kategorien ein: a) Zitate, b) Wertungen, c) Diskussion: echt/unecht?

Zu a) Zitate

Ein Großteil der Kommentare fällt unter diese Kategorie. Die NutzerInnen zitieren ihre Lieblingsstelle bzw. ihren Lieblingssatz und bewerten das Video damit als positiv:

- 'der hat mich an den eiern :D haha zu geil / bei uns is normal ich schlag meien frau :D'
- 'Der will mich verarschen altaaaa ^^'
- 'Du, war des Hitler der vor der Angelo? XD'

Diese Art, über Zitate seinen Zuspruch zu äußern, kommt nach einer groben Sichtung der 56 000 Kommentare am häufigsten vor. Die Jugendsprachforschung (dazu Spreckels 2014) hat schon vielfältig gezeigt, dass das Generieren von Sprüchen und das Aufgreifen von Redeweisen ein Modus ist, der Medienkonsum und Alltag verbindet.² In irgendeiner Weise ist mit dem Zitieren von Sprüchen Anerkennung für das Produkt verbunden, dem sie entnommen wurden.

Daniel Stehle hat viele Sprüche von "Antoine" als geflügelte Worte unter Jugendlichen gehört. Ob auf Partyveranstaltungen, in der Straßenbahn oder im Umfeld von Schülern und Studierenden – immer wieder konfrontieren sich junge Leute mit: "Was labersch du?"; die Gegenfrage: "Hasch du

überhaupt gelernt?" lässt dann meist nicht auf sich warten.

Zu b) Wertungen

Insgesamt überwiegen die positiven Wertungen, was sich bereits in der Gegenüberstellung der "like/dislike" (110 000 + zu 8 000 -) Klicks ausmachen ließ:

Positive Kommentare Performance-Bewertung

- 'ich liebe diesen kerl. -er ist zumindest ehrlich!!!'

Das zeigt, dass der Figur ein Sympathiewert und Authentizitätswert zugeschrieben werden.

- ' Ich kann jetzt nach 1 1/2 jahren immer noch drüber lachen :D'

Das deutet auf Mehrfachrezeption hin, die das Internet eher erlaubt als viele andere Medien. Der Komikgenuss scheint auf Neuheit nicht angewiesen zu sein, sondern kann sich vielfältig auf die Performance beziehen.

- ' Wow, du hast es echt sooo drauf "teddy"! Bin sprachlos, du machst das total gut! :) SO gut, dass viele denken es sei echt und manche sich freuen, weil sie glauben sie seien die wenigen intelligenten, die herausgefunden haben, dass es ein "fake" ist. Dabei ist das schauspielkunst auf dem höchsten niveau! Super! Mehr davon!'

Der Nutzer erfreut sich an der Ambivalenz der Rahmung des Sketches und genießt sowohl sein Potential, Rezipienten an der Nase herumzuführen, als auch seine eigene Schlaueheit.

Negative Kommentare:

- 'schon traurig, dass die deutsche Jugend derartige Videos ansieht und dadurch verblödet wird...'

Hier findet sich im Hintergrund eine Ethnotheorie der Ansteckung. Wenn das Video blöd ist, wird auch der Betrachter von der Blödheit angesteckt.

- 'Propaganda hoch zehn. Absichtlich so ein verkoksten Ausländer rausgesucht der natürlich total ungebildet ist. Und nur Müll redet. Aber den Ausländer der alles gewusst hat den filmt man natürlich nicht...Nein das wäre zu UNINTERESSANT für die Leute in You Tube....PS: Ich find das Video null witzig...'

Auch hier wird das Video für authentisch gehalten. Der Kommentator zieht den kritischen Schluss, dass das Video leider dazu einlade, sich über einen Migranten lustig zu machen.

- ' Er hat den Bogen ueberspannt... Schoen ironisch ja, nur viel zu uebertrieben.'

Der Rezipient bemängelt die Figurenperformance als übertrieben.

- ' Ich lach mich schlapp. Dumm wie gequirlte Schifferscheiße, aber Handy und Krafthemd nebst Raspelbirne. Tolle Zukunftsaussichten für unsere Kinder. OH, MEIN GOTT'

Hier wird "Antoine" als echte Person gesehen und der Betrachter fühlt sich in seinen Vorurteilen bestätigt.

- ' das traurige ist das wir wirklich so idioten in deutschland leben haben. ignorante menschen wie

diesen sollte das Leben in Deutschland verboten werden. Die sollen hingehen wo sie hergekommen sind!!! kein Wunder das unsere Nation verblodet. Eine große Schande ist das!!!

Kommentierende erkennen zwar, dass es sich um einen Sketch handelt, nehmen die Figur allerdings wiederum als Anlass, eigene Ressentiments zu bestätigen. Die Negativkommentare bewerten die Figur auch nicht alle als Bona-fide-Figur.

Zu c) Diskussion: echt/unecht

Die Diskussion über die Echtheit des Videos nimmt einen großen Teil der Kommentare ein. Selbst über 1 1/2 Jahre nach Veröffentlichung und nachdem zahlreiche weitere Videos von Teclebrhan mit weiteren Figuren ins Netz gestellt wurden, stellt sich für viele die Frage: "Ist das echt?"

- ' hmpf.....klar is das en Fake...aber das besste daran ist ,das die Warscheinlichkeit das es echt sein könnte sehr hoch ist'

- also wenn das nicht gestelt ist ist das der Hammer!!!!

- ' ey leute das is ECHT!!'

- ' an alle klugscheißer da draußen: natürlich ist es wichtig, obs fake is oder nicht... im titel wird immerhin suggeriert, dass es real ist. man nimmt das video ja ganz anders wahr, wenn man weiß, dass alles nur gespielt ist. aber immerhin ist der typ gut getroffen.'

- ' bevor ich auf seinen kanal gegangen bin, glaubte ich es wär echt :D'

- ' Schaut ma die Videos an welche von diesem Kanal noch hochgeladen wurde ;) Aber dass hier so viele drauf rein fallen spricht doch wirklich für den guten Teddy :)'

- ' Also wenn es fake ist, dann ein sehr guter. Der Typ kommt so echt rüber ...'

- ' also es sind tatsächlich viele hinweise auf einen sog. "fake" vorhanden, trotzdem muss ich sagen wenns wirklich gespielt ist, ist das verdammt gut...oder ums in anderen worten zu sagen: der hat mich immer an den eiern ehh xD'

Die Kommentare bestätigen die These, dass sich der Erfolg des Video zu einem großen Teil daraus speist, dass die Ungewissheit zwischen Spiel und Ernst zu entscheiden, eine eigene Spannung auslöst. Die Figur gibt Hinweise in beide Richtungen: individueller Charakter, Sprechweise mit ethno- und regiolektalen Komponenten, treffende Überzeichnung von Mimik und Gestik. Die kommunikative Gattung "Umfrage" gibt dem Video seinen authentischen Anschein. Dagegen stehen die absurden Antworten, die Figur mit dem blondierten Schnurrbart und die Einordnung des Videos als "Comedy" mit dem Hinweis, um wen es sich bei dem Protagonisten handelt.

4.2. Wer sind die Rezipienten?

Schaut man sich über *youtube* die Profile der Personen an, die einen Kommentar zu dem Video hinterlassen haben, lässt sich nur schwer eine genaue Aussage über deren Geschlecht, Alter, Herkunft oder Bildungsstand machen. Dies liegt daran, dass die meisten Benutzer nur wenige bis

keine persönlichen Angaben zu ihrer Person machen; und selbst wenn sie dies tun, lassen sich die Angaben kaum verifizieren. Daher können im Folgenden nur einige Tendenzen beschrieben werden. Nach Sichtung von ca. 200 Profilen ergibt sich folgendes Bild: Der Hauptteil der Personen, die das Video positiv kommentiert haben, befindet sich im jugendlichen Alter (11-17 Jahre) ist männlich und kommt aus Deutschland. Insgesamt lässt sich eine Altersspanne von ca. 11 - 32 Jahren ausmachen. Rezipientinnen sind dabei, aber der männliche Anteil überwiegt. In den Videos, welche die youtube-Nutzer zu ihren Profilen hinzugefügt hatten, waren besonders häufig solche zu sehen, die aus den Bereichen Musik (v.a Rap), Computerspiel und Sport (v.a. Fußball) stammen. Dies unterstreicht die Aussage, dass der Großteil der Personen, denen das Video gefällt und welche dies auch per Kommentar zum Ausdruck bringen, männlich und jugendlichen Alters ist. Die vielen orthographischen Mängel, die in den Kommentaren zum Vorschein kommen, könnten einen zu der Annahme verleiten, sie verfügten nur über einen geringen Bildungsstand. Jedoch haben Grammatik und Orthografie bei der Schnellebigkeit im Netz v.a unter Jugendlichen einen eher geringen Stellenwert. Insgesamt lässt sich über diese Methode nur eine erste Tendenz zur Beschaffenheit der "Fangemeinde" von "Teddy" formulieren. Die Aussagen unterliegen den genannten Vorbehalten und dienen somit nur als erster Anhaltspunkt.

Auf der offiziellen *facebook*- Seite von Teclebrhan (<https://www.facebook.com/Teddy.Comedy>) sind knapp 440 000 "gefällt mir"-Angaben, welche mit den "like"-Angaben auf *youtube* vergleichbar sind (Stand Febr. 2014). Dies unterstreicht wiederum seine bereits erlangte Popularität. Des weiteren vermerkt die Seite knapp 9 000 Personen, welche "über die Seite sprechen". Das bedeutet, dass diese Personen Inhalte der Seite kommentiert oder auf ihrem eigenen Profil mit anderen geteilt haben. Interessanterweise erhält man weitere Statistiken zu diesen 9 000 Personen, welche "über die Seite sprechen": Die größte Altersgruppe dieser Personen liegt zwischen 18-24 Jahren. Die Stadt, aus der die meisten Personen kommen, ist Stuttgart (Teclebrhan ist dort aktiv).³

Teclebrhan erstellt auf seiner *facebook*-Seite zahlreiche Beiträge, welche aus Fotos, Terminankündigungen, neuen Videos, Dankesbekundungen und weiteren Information bestehen. Diese Beiträge werden von seinen "Fans" zahlreich kommentiert. Auch hier lohnt es sich, einen Blick auf die Profile der Personen zu werfen, die auf seiner Seite in Erscheinung treten. Der Vorteil hierbei, im Gegensatz zu den *youtube*-Profilen, ist, dass die Personen meist mehr Angaben über sich preisgeben und diese aufgrund der Vernetzung und der sozialen Kontrolle durch deren "Freunde" mit höherem Wahrheitswert ausgestattet sind. Schon allein anhand der Namen (die in den meisten Fällen den wirklichen Vor- und Nachnamen entsprechen) lässt sich erkennen, dass der weibliche Anteil der Rezipienten deutlich höher ausfällt, als es über die Recherche bei *youtube* der Fall war. Außerdem fällt auf, dass zahlreiche Nachnamen auf einen Migrationshintergrund schließen lassen. Nach einer Sichtung von über 200 Profilen, die auf der Seite Teclebrhans in Erscheinung traten, hat sich das Bild der "Fangemeinde", wie es sich über dieselbe Methode bei *youtube* dargestellt hat, diversifiziert: Die Altersspanne der "Fans" ist weitaus größer als zuerst vermutet. Der Jüngste war 10, der Älteste 52 Jahre alt. Das Bildungsniveau ist ebenfalls sehr breit gefächert; Schüler aller

3 Die Seitenbetreiber erhalten noch weitaus ausführlichere statistische Information zum Personenkreis, welcher ihre Seite besucht. Jeder Besucher, der die "gefällt mir"-Funktion benutzt, wird dabei erfasst. Dies ergibt ein ausführliches Bild zu Alter, Herkunft und Geschlecht der Personen und deren jeweiligen Aktivitäten auf der Seite. Meine Anfrage nach einem Einblick in diese Daten blieb leider unbeantwortet.

Schularten, Azubis, Angestellte, Selbstständige, Studenten - alle Gruppen waren vertreten.

Dies alles lässt darauf schließen, dass Tedros Teclebrhan es mit seinen Figuren geschafft hat, ein breites Publikum anzusprechen. Zunächst konnten einige sich über den „dummen Ausländer“ mokieren; mit seinen weiteren Produktionen lud er zu einer solchen möglichen Perspektive allerdings nicht mehr ein. Zunächst war die Frage nach Fiktion oder alltäglichem Medienprodukt wichtig. Bei den einen wurden Stereotypen hervorgerufen, die anderen konnten sich als schlauer erleben. Im Laufe weiterer Produktionen realisiert jede/r, dass er/sie es mit einem Künstler zu tun hat.

5. Schluss

Teclebrhan nimmt eine besondere Stellung in der Medienlandschaft rund um transkulturellen Humor ein. Eine mit „Antoine“ vergleichbare Figur ist die des „Tiger von Kreuzberg“ (cf. Kotthoff 2009). Immer lebt der Humor vom Gesamtbild der Figur, deren Sprechstilistik und Inhalten, weniger von klassischen Pointen. In beiden Beispielen wird etwas vordergründig als ernst ausgegeben, was sich bei genauer Betrachtung als Ironie und Komik entpuppt.

Die sekundären Medien leisten einen wichtigen Beitrag zur Ansiedlung der Figur. Es zeigte sich, dass in den Medien immer wieder die Herkunft Teclebrhans genannt wird; ein Zeichen dafür, dass ethnische Scherzen durch die eigene Lebenswelt legitimiert (und auch essentialisiert) werden muss. Auffällig war auch, dass Teclebrhan diese Art der Legitimation selbst wenig bemüht.

Die inhaltliche *youtube*-Recherche zeigte, dass viele Zuschauer Spaß daran haben, dass die Rahmenansiedlung des Scherzes nicht unmittelbar klar ist. Diese Kommentare treten mit dem Video im Verbund auf. Zuschauer erfreuen sich an den als bescheidener empfundenen Lesarten der anderen. Die Recherche via facebook fördert zu Tage, dass Teclebrhan mit seinen Figuren ein breites Publikum erreicht und dass Menschen unabhängig von Alter, Geschlecht, Bild und Herkunft seine Videos schauen, kommentieren und verbreiten.

Ob als „Antoine“, „Percy“ oder „Ernst Riedler“, die spezielle Art von „overdoing culture“, wie Teclebrhan sie betreibt, zwischen Ernst und Spiel, Subtilität und Überzeichnung, gibt den Blick frei auf die Machart von Kultur und die verschiedenen Diskursstrategien, die bei der Einordnung bzw. Abgrenzung zum „wir“ bzw. „ihr“ eine Rolle spielen.

Die Transkriptionskonventionen richten sich an GAT 2 aus (<http://agd.ids-mannheim.de/gat.shtml>).

Literatur:

Androutsopoulos, Jannis K. (2007): „Ethnolekte in der Mediengesellschaft. Stilisierung und Sprachideologie in Performance, Fiktion und Metasprachdiskurs.“ In: Fandrych, Christian und Salverda, R. (Hrsg.): Standard, Variation und Sprachwandel in germanischen Sprachen. Tübingen: Narr, S. 113-155.

- Berger, Peter/Luckmann, Thomas (1966): Die soziale Konstruktion der Wirklichkeit. Reinbek: Rowohlt.
- Bergson, Henri (1900): Le Rire. Essay sur la Signification du Comique. Paris. Dt. 1948: Das Lachen. Ein Essay über die Bedeutung des Lachens. Meisenheim am Glan.
- Brommer, Sarah; Dürscheid, Christa (2012): Mediennutzung heutiger Jugendlicher: Generation Facebook? In: Neuland, Eva (Hg.) Sprache der Generationen. Mannheim, 271-293.
- Cantor, Joanne R. (1976): What's funny to whom? Journal of Communication 26,3, 164-172.
- Chafe, Wallace (2007): The Importance of Not Being Earnest. Amsterdam: John Benjamins.
- El Hissy, Maha (2012): Getürkte Türken. Karnevaleske Stilmittel im Theater, Kabarett und Film deutsch-türkischer Künstlerinnen und Künstler.
- Ewen, Elizabeth und Stuart (2009): Typen & Stereotype. Berlin: Parthas Verlag.
- Freud, Sigmund (1905/1985): Der Witz und seine Beziehung zum Unbewußten. Frankfurt. Fischer.
- Günthner, Susanne (2013): Doing culture, in Jahrbuch Deutsch als Fremdsprache 38 (2012), 30-48.
- Haberl, Tobias (2013): Verstehen Sie Spaß? Magazin der Süddeutschen Zeitung, Heft 3. z-magazin.sueddeutsche.de/texte/anzeigen/39357 (13. 2. 2014)
- Hellberg, Aisha (2013): „Ich jage Dich mit dem Duden durchs Ghetto“. Sprachideologie und Sprachreflexion in *schülerVZ*-Gruppen. In: Helga Kotthoff/Christine Mertzluft (Hrsg.): Jugendsprachen: Stile, Texte, Identitäten. Frankfurt: Peter Lang (im Druck)
- Hess-Lüttich, Ernest (2000): Migrationsdiskurs im Kurz- und Dokumentarfilm. Peter von Guntens They teach you how to be happy und Pepe Danquarts Schwarzfahrer. In Stefan Hofer et al.: (Hg.): Von Goethe bis Hyperfiction. Festschrift für Michael Böhler. Zürich: Gingko (Internet)
- Hess-Lüttich, Ernest (2003): Interkulturelle Medienwissenschaft und Kulturkonflikt. Linguistik online 14, 2.
- Hess-Lüttich, Ernest (2009): Vorwort. In Hess-Lüttich, Ernest et al. (2009): Kommunikation und Konflikt. Kulturkonzepte der interkulturellen Germanistik. Frankfurt: Peter Lang, 5-19.
- Koch, Lars (2008): Das Lachen der Subalternen: Die Ethnocomedy in Deutschland. In: Waltraud (Wara) Wende (ed.): Wie die Welt lacht. Lachkulturen im Vergleich. Würzburg: Königshausen & Neumann, 208-224.
- Keppler, Angela (2006): Konversations- und Gattungsanalyse. In: Jörg Bergmann/Ruth Ayaß (Hrsg.): Qualitative Methoden der Medienforschung. Hamburg: Rowohlt, 293-324.
- Kotthoff, Helga (2004): Overdoing culture. Sketch-Komik, Typenstilisierung und Identitätskonstruktion bei Kaya Yanar. In: Karl Hörnig/Julia Reuter (eds.): Doing culture. Neue Positionen zum Verhältnis von Kultur und sozialer Praxis. Bielefeld: Transcript-Verlag, 184-201.
- Kotthoff, Helga (2009): Ethno-Comedy zwischen Unterlaufung und Bestätigung von Stereotypen. Potentiale für den Deutsch-Unterricht. In: Nauwerck, Patricia (Hrsg.): Mehrsprachigkeit im Unterricht. Festschrift für Ingelore Oomen-Welke. Freiburg: Filibach, 37-55.
- Kotthoff, Helga (2013): Jede Minderheit hat ein Recht auf Diskriminierung. Sprachliche und soziale Verhältnisse in der transkulturellen Alltags- und Medienkomik. In: Kotthoff, Helga/Jashari, Shpresa/Klingenberg, Darja (2013): Komik (in) der Migrationsgesellschaft. Konstanz: UVK, 61-133.
- Kotthoff, Helga/Jashari, Shpresa/Klingenberg, Darja (2013): Komik (in) der Migrationsgesellschaft. Konstanz: UVK.

- Leistert, Oliver/Röhle, Theo (2011): Generation Facebook. Bielefeld: Transcript.
- Müller, Beate (1994): Komische Intertextualität. Trier: WVT.
- Siegel, Vanessa (2013): Präpositionalphrasen ohne Präpositionen? Zur syntaktischen Reduktion im ‚Türkendeutschen‘. FRAGL 13.
- Şimsek, Yazgül (2012): Türkendeutsch. München: Waxmann.
- Spreckels, Janet (2014): „Alles hab ich meiner kleinen Schwester zu verdanken“ – Humoristisch-subversive Medienaneignungen Jugendlicher. In: Helga Kotthoff/Christine Mertzluft (Hrsg.): Jugendsprachen: Stile, Texte, Identitäten. Frankfurt: Peter Lang, 163-189.
- Straub, Jürgen (2006): Kultur. In Straub, Jürgen et al. (Hrsg.): Interkulturelle Kommunikation und Kompetenz. Stuttgart: Metzler.
- Wiese, Heike (2012): Kiezdeutsch. Ein neuer Dialekt entsteht. München: Beck.
- Wolff, Stephan (2006): Textanalyse. In: Jörg Bergmann/Ruth Ayaß (Hrsg.): Qualitative Methoden der Medienforschung. Hamburg: Rowohlt, 245-273.
- Zijderveld, Anton C. (1976): Humor und Gesellschaft. Eine Soziologie des Humors und des Lachens. Granz/Wien/Köln: Styria (ndl. Originalausgabe: "Sociologie van de zotheid". Meppel 1971).

Internetquellen:

- http://campus.region-stuttgart.de/files/magazines/no3/die_welt_veraendern_No3.html
- <https://www.facebook.com/Teddy.Comedy>
- <http://www.stuttgarter-nachrichten.de> (26/08/2012)
- <http://www.taz.de/!100590/>
- http://www.teddy-show.de/tl_files/Presse/StadtAnzeiger.pdf
- <http://www.youtube.com/user/TeddyComedy>
- <http://www.youtube.com/watch?v=vcAN-Efb57I>