

El Jueves – eine Satirezeitschrift für Spanien aus Barcelona

Hartmut Nonnenmacher
(Freiburg im Breisgau)

■ 1 Einleitung

An der großen Bedeutung, welche der seit 1977 wöchentlich erscheinenden Zeitschrift *El Jueves* für Geschichte und Gegenwart der spanischen Comic-Kultur zukommt, kann kein Zweifel bestehen. Einerseits sind Episoden bedeutender Comic-Serien der letzten drei Jahrzehnte wie etwa *Maki Navaja* von Ivá und *Quotidiania delirante* von Miguelanxo Prado zunächst in *El Jueves* veröffentlicht worden.¹ Andererseits bietet die Zeitschrift wichtigen Comic-Künstlern, die durch ihre Mitarbeit an ästhetisch anspruchsvollen Alben bekannt geworden sind, eine zuverlässige Verdienstmöglichkeit: Das ist etwa der Fall von Kim, der die älteste Serie von *El Jueves*, nämlich *Martínez el Facha* zeichnet,² oder auch des argentinischen Szenaristen Carlos Trillo, der zusammen mit dem Zeichner von *Torpedo*, Jordi Bernet, für *El Jueves* bis zu seinem Tod im Mai 2011 regelmäßig die Episoden von *Clara de noche* produzierte. Mag man auch *Martínez el Facha* und vor allem *Clara de noche* nicht unbedingt als Glanzwerke der Comic-Kunst ansehen, so ermöglichte es der regelmäßige Verdienst durch die Veröffentlichungen in *El Jueves* doch zum Beispiel Kim, das auf dem Comic-Salon von Barcelona 2010 vielfach preisgekröntes Album *El arte de volar* nach einem Szenario von Antonio Altarriba zu zeichnen, oder Carlos Trillo, das Szenario für ein Album wie das von Mandrafina gezeichnete und im Jahr 2000 bei Norma Editorial veröffentlichte *El Iguana* zu schreiben, das auf innovative Weise die Tradition des lateinamerikanischen Diktatorenromans fortführte. *El Jueves* verschafft also vielen spanischen und auch hispanoamerikanischen Comic-Künstlern eine materielle Basis, die es

1 Vgl. dazu den Artikel zu *El Jueves* in López Socasau (1998: 89).

2 Vgl. dazu Moreno (1996: 39) sowie zur Darstellung des Franquismus und seiner Nostalgiker in *Martínez el Facha* Nonnenmacher (2006: 181–182).

ihnen ermöglicht, anderweitig an ästhetisch anspruchsvolleren, finanziell jedoch weniger einträglichen Projekten zu arbeiten. Dabei ist *El Jueves* keineswegs eine traditionelle Comic-Zeitschrift, wie es sie Anfang der 1980er Jahre in Spanien zu Dutzenden gab³ und heute fast gar nicht mehr gibt. Zweierlei unterscheidet *El Jueves* von Comic-Zeitschriften, wie es etwa *El Víbora* oder *Cimoc* gewesen waren: Zum einen gibt es in *El Jueves* keine Fortsetzungsserien im eigentlichen Sinn, da Serien, in denen regelmäßig dieselben Figuren auftreten, wie etwa *Martínez el Facha* oder *Clara de noche*, dennoch in narrativ jeweils in sich abgeschlossenen zwei- bis dreiseitigen Episoden veröffentlicht werden. Zum anderen nimmt *El Jueves* in satirischer und humoristischer Form Bezug auf die gesellschaftliche und politische Tagesaktualität. Die Zeitschrift wird deshalb von spanischen Comic-Forschern als „semanario de humor satírico“⁴ oder als „revista de humor gráfico“⁵ eingestuft. Auf Deutsch könnte man sie als Satirezeitschrift klassifizieren.

Das besondere Profil dieser spanischen Satirezeitschrift, gerade auch im Hinblick auf die Inanspruchnahme des Mediums Comic, lässt sich sicherlich am besten im Vergleich zu Satirezeitschriften aus anderen Ländern herausarbeiten. Einen solchen Vergleich von *El Jueves* mit *Le Canard enchaîné* aus Frankreich und *Titanic* aus Deutschland wollen wir im ersten Abschnitt dieses Beitrags vornehmen. Im zweiten Abschnitt soll es dann um die Frage gehen, welche Funktion *El Jueves* in der Comic-Metropole Barcelona einnimmt und inwiefern die Tatsache, dass die Redaktion von *El Jueves* ihren Sitz in Barcelona – und nicht etwa in Madrid – hat, sich auf die Darstellung von Katalonien, Katalanen und katalanischem Nationalismus in der Satirezeitschrift auswirkt.

■ 2 Eine Satirezeitschrift für Spanien: Das Profil von *El Jueves* im europäischen Vergleich mit *Titanic* und *Le canard enchaîné*

Humor und Satire sind transmediale Phänomene, die in den unterschiedlichsten konkreten Medien ihren Ausdruck finden können: Vom oralen oder semi-oralen Live-Auftritt eines Komikers oder eines Büttenredners über Komödien-Aufführungen im Theater und verschiedene Arten von

3 Vgl. dazu Altarriba (2000: 317–318) und Lladó (2001: 17–60).

4 Vgl. dazu das entsprechende Kapitel in Lladó (2001: 18–25).

5 1996 konstatiert Mar Moreno: „Hoy, *El Jueves* es la única revista de humor gráfico que ha logrado sobrevivir“ (Moreno, 1996: 38). Vgl. zu den Vorläufern von *El Jueves* Altarriba (2000: 313–314) und zu *El Jueves* selbst Altarriba (2000: 317).

Druckerzeugnisse – darunter Satirezeitschriften – bis hin zu diversen audiovisuellen Formaten reicht das Spektrum. Dabei scheinen Humor, Komik und Satire allerdings besonders kulturspezifisch zu sein. Hierfür sprechen jedenfalls Phänomene wie etwa die spanische Filmkomödienreihe *Torrente*, die zwar in Spanien selbst sogar die Zuschauerzahlen von Hollywood-Blockbustern übertrifft,⁶ sich jedoch gleichzeitig als nicht „exportierbar“ erweist.⁷ Einen analogen Fall in Deutschland stellen etwa die Filmkomödien von Til Schweiger dar. Die vergleichende Analyse von Satirezeitschriften aus verschiedenen Ländern dürfte also auch aufschlussreiche Schlaglichter auf die unterschiedlichen Humorkulturen werfen.

Als Pionier einer solchen vergleichenden Humorforschung kann der Anglist Hans-Dieter Gelfert mit seiner Monographie *Max und Monty. Kleine Geschichte des deutschen und englischen Humors* gelten. Allerdings zeigt die Studie von Gelfert auch, wie problematisch das Unterfangen ist, zwei komplexe und weitläufige nationale Humorkulturen mitsamt ihrer geschichtlichen Entwicklung *in toto* beschreiben zu wollen. So werden z.B. im Kapitel über „Deutsche[n] und englische[n] Humor heute“⁸ des 1998 erschienenen Buches zwar Harald Schmidt und Dieter Hildebrandt erwähnt, die Zeitschrift *Titanic* jedoch nicht. In sehr viel bescheidenerer Weise wollen wir hier mit dem Vergleich der Charakteristika einer spanischen, einer französischen und einer deutschen Satirezeitschrift lediglich Indizien für mögliche Unterschiede der Humorkulturen in diesen drei Ländern sammeln. Wir stützen uns dabei auf Ausgaben der drei Zeitschriften, die etwa zur gleichen Zeit Ende März 2010⁹ erschienen sind, um auch einen inhaltlichen und thematischen Vergleich zu ermöglichen.

Doch zunächst seien einige allgemeine Angaben zu Geschichte, Verbreitung und Charakteristik der drei Periodika vorausgeschickt. *Le canard enchaîné* erscheint wöchentlich als großformatige Zeitung (360 x 570 mm) mit jedoch nur acht Seiten Umfang. Gegründet wurde der *Canard* bereits 1915 und er erscheint im ersten Jahrzehnt des 21. Jahrhunderts nach wie

6 Vgl. dazu Pohl (2008: 432–433), Sánchez (2009: 131–132 und 144) sowie Scholz (2005: 254–266).

7 „*Torrente, el brazo tonto de la ley* wurde nur mit mäßigen Zuschauerzahlen nach Frankreich und Griechenland gebracht, was nicht weiter verwunderlich ist, da es für Nicht-Kenner der spanischen Kultur durchaus schwierig ist, die vielen, *sehr* spanischen Details und Referenzen wahrzunehmen, geschweige denn, über sie zu lachen.“ (Scholz, 2005: 264)

8 Gelfert (1998: 160–165).

9 Konkret handelt es sich um: *Le canard enchaîné*, Numéro 4665, 24 mars 2010; *El Jueves*, Número 1713, Del 24 al 30 de marzo de 2010; *Titanic*, April 2010.

vor in einer erstaunlich hohen Auflage von circa einer halben Million Exemplaren, nachdem er im politischen Wendejahr 1981 sogar den historischen Spitzenwert von 730.000 Exemplaren im Jahresdurchschnitt erreicht hatte.¹⁰ Allerdings ist der *Canard* keine reine Satirezeitschrift, sondern gewissermaßen drei Zeitungen in einer, wie Laurent Martin konstatiert: „un journal d’information, (lui-même partagé entre culture et politique), un journal d’opinion et un journal satirique.“ (Martin, 2001: 534) Dieser heterogene Charakter geht auf die Hinwendung zum Enthüllungsjournalismus in den 1960er Jahren zurück: „Die Skandale, die die junge V. Republik begleiten, veranlassen den *Canard*, sich inhaltlich auf die Veröffentlichung politisch brisanter Dokumente zu verlegen. Neben Humor und Satire nimmt der politische Teil der Zeitschrift immer mehr Raum ein.“ (Bucher, 1992: 110)¹¹ Mit der Aufdeckung politischer Skandale übernahm der *Canard* vor allem in den 1970er Jahren¹² in Frankreich eine Funktion, die in Deutschland phasenweise dem Nachrichtenmagazin *Spiegel* und im Spanien der 1990er Jahre der damals neu gegründeten Tageszeitung *El Mundo* zukam. Zur ideologischen Ausrichtung des *Canard* resümiert Laurent Martin in seiner Geschichte des „journal satirique“:

Tout au long de son histoire, *Le Canard enchaîné* a cultivé quelques détestations qui sont devenues des sortes de réflexes identitaires, détestation de l’armée, de la police, de la magistrature, de l’État, de l’Église. (Martin, 2001: 532)¹³

Die deutsche Satirezeitschrift *Titanic*, deren Redaktion ihren Sitz in Frankfurt am Main hat, wurde 1979 gegründet und erscheint seither monatlich im DIN-A-4-Zeitschriftenformat und in Farbdruck mit einem Umfang von 67 Seiten. Die Auflage beläuft sich 2011 laut <<http://www.titanic-magazin.de/impresum.html>> auf fast 100.000 Exemplare.

Den gleichen Umfang von 67 Seiten und nahezu das gleiche Druckformat weist auch die spanische Zeitschrift *El Jueves* auf, deren erste Ausgabe am 27. Mai 1977, also drei Wochen vor den ersten demokratischen Wahlen nach vier Jahrzehnten Diktatur, erschienen war und die seitdem wöchentlich publiziert wird. Die Auflage schwankte in der Vergangenheit

10 Die Auflage liegt im Jahr 2010 bei über einer halben Million laut <<http://www.st-just.com/bios/canard.htm>>. Zur Auflagenentwicklung seit der Gründung 1915 bis zum Jahr 2000, für das eine Auflage von 460.000 angegeben wird, vgl. Martin (2000: 43, 48, 51, 52).

11 Vgl. zum „tournant des années 1960“ auch Martin (2001: 529).

12 Vgl. dazu Martin (2000: 52).

13 Vgl. zur linken Einstellung der Zeitschrift auch Bucher (1992: 110).

zwischen 100.000 Exemplaren im Jahr 1980 und 200.000 zu Anfang der 1990er Jahre.¹⁴ Mar Moreno (1996: 39) spricht 1996 in einem Artikel, der anlässlich des Erscheinens der 1000. Ausgabe von *El Jueves* veröffentlicht wurde, von einer Auflage von 150.000 Exemplaren und 700.000 Lesern, die mehrheitlich männlich und zu 80% zwischen 15 und 35 Jahren alt seien.

Blickt man auf die Auflagenzahlen der drei Zeitschriften, so springt ein erster Unterschied zwischen ihnen ins Auge: Der *Canard enchaîné* hat mit einer halben Million Exemplaren für circa 60 Millionen Franzosen die stärkste relative Verbreitung und damit wohl auch den stärksten gesellschaftlichen Einfluss. An zweiter Stelle folgt *El Jueves* mit circa 150.000 Exemplaren für ungefähr 45 Millionen Spanier, während *Titanic* mit 100.000 Exemplaren für über 80 Millionen Deutsche das minoritärste der drei Blätter ist. Die relativ geringe Verbreitung von *Titanic* hängt sicher auch mit dem akademisch-intellektuellen Zielpublikum dieser Zeitschrift zusammen: Ein zweiseitiges Pastiche auf eine Borges-Erzählung, wie es in der *Titanic*-Ausgabe von September 2010 anlässlich der Einladung Argentiniens als Gastland zur Frankfurter Buchmesse unter dem Titel „Die Bibliothek von Schwafel“ (vgl. Fischer / Ziegelwagner, 2010) veröffentlicht wurde, wäre im *Canard* kaum und in *El Jueves* ganz sicher nicht vorstellbar.

Auch in Bezug auf das Alter sticht der zu Beginn des Ersten Weltkriegs gegründete *Canard enchaîné* als besonders traditionsreiche Zeitschrift hervor, während *El Jueves* und *Titanic* gleichermaßen Kinder des kulturellen und politischen Umbruchs der 1970er Jahre sind. Die Geschichte der Satirezeitschriften spiegelt hier in gewisser Weise die politisch-gesellschaftliche Entwicklung der drei Länder: Während in Frankreich viele demokratische Traditionen der III. Republik bis heute prägend sind, markierte in Spanien die Überwindung des Faschismus in den 1970er Jahren und in Deutschland die Abrechnung der ersten Nachkriegsgeneration mit althergebrachten autoritären Traditionen in den 1960er und 1970er Jahren eine tiefe Zäsur, aus der auch eine neue Art politischer Satire hervorging.¹⁵ Auch in Frankreich führte allerdings die 68er-Revolution dazu, dass dem *Canard* mit der 1970 gegründeten Zeitschrift *Charlie-Hebdo* eine aggressivere und gröber gestrickte Konkurrenz erwuchs.¹⁶

14 Laut <<http://orcajohumor.blogspot.com/2010/09/el-jueves-y-wikipedia.html>>.

15 Ein Vorläufer von *Titanic* war dabei die zwischen 1962 und 1982 erscheinende Zeitschrift *Pardon*.

16 Vgl. dazu Martin (2001: 535): „La comparaison avec Charlie-Hebdo, fondé en 1970 sur les décombres de Hara-Kiri, serait défavorable au Canard, plus installé, plus prudent,

Ebenso wenig wie der *Canard* in Frankreich kann *Titanic* in Deutschland einen „Alleinvertretungsanspruch“ als Satirezeitschrift erheben: Die zu Zeiten der DDR entstandene Satirezeitschrift *Eulenspiegel* hat auch nach der Vereinigung der beiden deutschen Staaten ihren treuen Leserstamm im Osten bewahrt und soll heute sogar eine höhere Auflage als *Titanic* aufweisen.¹⁷ Wenn es eines Belegs dafür bedürfte, dass zwei Jahrzehnte nach der Wiedervereinigung noch kulturelle Unterschiede zwischen Ost- und Westdeutschland fortleben, wäre die Koexistenz zweier Satirezeitschriften, die für zwei unterschiedliche Humorkulturen stehen, in dieser Hinsicht sicherlich besonders schlagend.

In Spanien dagegen ist *El Jueves* die einzige Satirezeitschrift von nationaler Bedeutung,¹⁸ neben der es lediglich einige kleinere Zeitschriften mit jeweils nur regionaler Verbreitung in Madrid, Andalusien, Galicien und dem Baskenland gibt.¹⁹ In gewisser Weise spiegelt sich hier also die Föderalisierung Spaniens durch den „Estado de las autonomías“ auch auf dem Markt für Satirezeitschriften wider.

Nachdem wir auf externer Ebene die Stellung der drei Zeitschriften in ihrem jeweiligen Land verglichen haben, soll nun eine interne semiotische Analyse deren unterschiedliche Machart aufzeigen. Entscheidend für den Charakter einer Satirezeitschrift ist die Korrelation von ikonischen und

moins polémique; on cite Cabu déplorant le manque d'agressivité du vieil hebdomadaire satirique et qui place dans Charlie des dessins que refuse la direction du Canard en raison de leur audace. Les responsables du Canard répliquent en insistant sur la différence de dimension et même de nature entre les deux journaux : Le Canard enchaîné [...] a une obligation de rigueur ; le mauvais goût et la grossièreté de Charlie ne conviendraient pas aux lecteurs du Canard.“

- 17 Laut <[http://en.wikipedia.org/wiki/Titanic_\(magazine\)](http://en.wikipedia.org/wiki/Titanic_(magazine))>. Zur DDR-Geschichte des *Eulenspiegel* vgl. <<http://www.eulenspiegel-verlag.de/ueber-uns-1.html>>, zum Werk einzelner Karikaturisten aus seinem Umkreis vgl. Neyer (2008). Die heutige Homepage der Zeitschrift ist zugänglich über <<http://www.eulenspiegel-zeitschrift.de/>>. Eine Liste nicht nur deutscher Satirezeitschriften findet sich auf <http://de.wikipedia.org/wiki/Liste_von_Satirezeitschriften>.
- 18 Vgl. dazu Ramos (2007: 158): „*El Jueves* es la única revista de humor gráfico sobre la actualidad que se edita en España“. Seit Anfang 2012 versucht allerdings eine neu gegründete Publikation mit dem Titel *Mongolia*, sich ebenfalls als spanienweite Satirezeitschrift zu etablieren (vgl. dazu Mariño, 2012).
- 19 Vgl. dazu die Liste spanischer Satirezeitschriften auf <<http://www.ciberniz.com/prensa.htm>>: Dort werden drei andere Zeitschriften mit jeweils nur regionaler Verbreitung in Madrid, Andalusien und Baskenland genannt. Seit 2007 gibt es außerdem in Galicien eine galicischsprachige regionale Satirezeitschrift namens *Retranca* (vgl. dazu <<http://revistaretranca.blogspot.com/>>).

symbolischen Zeichen, das Verhältnis von Bild und Schrift also. Dass von den drei Zeitschriften der *Canard enchaîné* den höchsten Anteil an Schrift aufweist, springt unmittelbar ins Auge. Daneben finden sich im *Canard* auch zahlreiche Karikaturen, das heißt gezeichnete Einzelbilder, die mit Schrift kombiniert sind: In der Nummer 4665 vom 24. März 2010 sind es insgesamt 40 auf acht Seiten. Dagegen findet sich in dieser Ausgabe nur ein einziger Comic-Strip (auf Seite 7), das heißt eine mit Schrift kombinierte Bildabfolge, und kein einziges Foto. Logischerweise kommt deshalb im *Canard* der Wortkomik²⁰ gegenüber anderen Formen von Komik besondere Bedeutung zu. Die Schlagzeile auf der Titelseite zum Beispiel beruht stets auf einem Wortspiel:²¹ In der Ausgabe vom 24.3.2010 ist es der *Calembour*²² „Un Grenelle, des gros nuls“, mit dem auf den 2007 von Sarkozy ins Leben gerufenen „Grenelle de l’environnement“, eine Art Runder Tisch zur Umweltpolitik, angespielt wird. Während diese Art von Wortspielen auch im Medium der Mündlichkeit funktionieren würde, nutzt der *Canard* teilweise sogar Formen der Wortkomik, die nur im Medium der Schrift funktionieren: So gibt es seit Langem schon eine Rubrik mit dem Titel „Le mur du çon“, deren Benennung sich auf humoristische Weise die Tatsache zunutze macht, dass im Französischen ein Phonem oft durch mehrere mögliche Grapheme wiedergegeben werden kann – kein Wortspiel im eigentlichen Sinn also, sondern quasi ein „Buchstabenspiel“ mit den beiden Wörtern „son“ und „çon“.²³

In *Titanic* dagegen überwiegen visuelle gegenüber skripturalen Anteilen: Auch hier gibt es allerdings relativ wenige regelrechte Comic-Strips,²⁴ dafür häufig Karikaturen²⁵ sowie auffällig viele, zumeist montierte oder manipulierte Fotos.²⁶ Doch auch schriftliche Formate nehmen keinen geringen Raum ein, so etwa auf den ersten Seiten die „Briefe an die Leser“. Gelegentlich finden sich in der Ausgabe vom April 2010 sogar relativ lange Texte (20–23, 27–30, 31–33).

20 Vgl. dazu das Kapitel „Le comique de mots“ in Bergson (1946: 78–100).

21 Vgl. dazu die Monographie zum Wortspiel im *Canard* von Hausmann (1974).

22 Vgl. zum „calembour“ Bergson (1946: 92). Außerdem Koch / Krefeld / Oesterrreicher (1997: 121): „Der *calembour* ist eine chronische Franzosenkrankheit.“

23 Es handelt sich dabei um einen Spezialfall dessen, was Hausmann (1974: 30) unter Rückgriff auf die *Rhétorique générale* von Jacques Dubois als „Metagraphie“ bezeichnet: „phonologisch identische aber graphemisch divergierende, also homophone Sequenzen“. Entsprechende Beispiele aus dem *Canard* sind aufgelistet in Hausmann (1974: 44–47).

24 In der Ausgabe vom April 2010 zum Beispiel auf den Seiten 18–19 und 34–36.

25 Zum Beispiel S. 21, 40, 41, 42, 44, 49, 51, 63–65, 67 und passim.

26 Zum Beispiel S. 11, 24, 25 und viele mehr.

Demgegenüber gibt es wie stets in *El Jueves* so auch in der Nummer 1713 von Ende März 2010 nur wenige und fast immer kürzere Texte.²⁷ Von allen drei hier analysierten Zeitschriften ist die spanische sicher diejenige mit dem höchsten Anteil an Visualität. Dabei ist eine klare Dominanz von meist zwei- oder dreiseitigen Comic-Strips zu konstatieren. Auch Karikaturen finden sich in nicht geringer Zahl, Fotos hingegen kommen eher selten vor,²⁸ was *El Jueves* von *Titanic* unterscheidet.

In allen drei Zeitschriften nimmt Werbung keinen oder nur geringen Raum ein. Im *Canard* gibt es gar keine,²⁹ in *Titanic* nur wenig und wenn, dann ausschließlich von affinen Medien.³⁰ In *El Jueves* gibt es Anzeigen für teilweise pornografisches Handy-Zubehör (auf S. 25 und 33), für *El-Jueves*-T-Shirts auf Seite 9, eine Englisch-Lernmethode auf Seite 17 und für die Automarke SEAT auf Seite 68, obwohl insgesamt im Vergleich zu anderen Zeitschriften Werbeanzeigen auch hier selten sind.³¹

Wichtig für die Wiedererkennbarkeit einer Satirezeitschrift sind Rubriken, die sich in allen Ausgaben wiederholen. So prangert der *Canard* seit Langem schon ihm besonders wenig intelligent erscheinende Verhaltensweisen oder Äußerungen in einer oben bereits erwähnten Rubrik mit dem Titel „Le mur du çon“ an.³² Neuerdings ist „le journal de Carla B.“, also das angebliche Tagebuch der Präsidentengattin, zur festen Rubrik avanciert (vgl. Numéro 4665: 8). Das originellste Format in *Titanic* sind wohl die „Briefe an die Leser“,³³ die schon 1990 von den beiden Sprachwissenschaftlern Helmut Glück und Wolfgang Werner Sauer für ihre sprachkriti-

27 „Editorial“ auf S. 3, außerdem auf 10 und 57–59.

28 Zum Beispiel in einer Facebook-Parodie mit Fotos auf Seite 4.

29 Vgl. dazu Bucher (1992: 110): „Der *Canard enchaîné* ist heute die einzige französische Zeitschrift, die sich ausschließlich durch den Verkauf finanziert. Um jede Art von finanzieller Abhängigkeit zu vermeiden, hat die Leitung des Blattes es grundsätzlich abgelehnt, Anzeigenpläne zu vergeben.“

30 So für die TV-Satiresendung *heute-show* auf Seite 2, für die Zeitschrift *konkret* auf Seite 7, für den Verlag *Reprodukt* auf Seite 9, für die *taž* auf Seite 62. Auf Seite 12 finden sich Hinweise auf Veranstaltungen von *Titanic*-Autoren.

31 Vgl. dazu Moreno (1996: 38): „El Jueves (...) ha sobrevivido siempre de las ventas en los kioscos, sin apenas publicidad.“

32 Diese Rubrik erscheint nicht in allen Ausgaben: In der Nummer 4665 vom 24. März 2010 fehlt sie, doch wird zum Beispiel in der Nummer 4738 vom 17. August 2011 Brigitte Bardot auf Seite 8 attestiert, sie habe „le mur du çon“ mit einem Brief schamlos durchbrochen („franchi sans vergogne“), in dem sie sich über die ihrer Meinung nach unwürdige Behandlung eines bissigen Hundes echauffert hatte.

33 In der Ausgabe von April 2010 auf den Seiten 6 bis 12.

schen Attacken gegen den etablierten Kulturbetrieb gelobt wurden.³⁴ Für die Benennung dieser Rubrik wurde die übliche Richtung, die Leserbriefe zu nehmen pflegen, umgekehrt – die Umkehrung oder „inversion“ ist ja, so hatte schon Bergson festgestellt, eine von drei grundlegenden Techniken, um Situationskomik zu erzeugen (Bergson, 1946: 68). Daneben findet sich in *Titanic* auch die „Humorkritik“, in der humoristische Erzeugnisse jeder medialen Art besprochen werden, als besonders intellektuelle und halb ernste Rubrik.

In *El Jueves* haben viele der traditionellen Serien natürlich im Prinzip auch den Charakter von Rubriken. In der Nummer 1713 wären neben den eingangs bereits zitierten „Martínez el Facha“ (22–23) und „Clara de noche“ (54–55) in dieser Hinsicht zum Beispiel auch „La Parejita“ (31), „Seguridasosía“ und „El profesor Cojonciano“ (40–41) zu nennen. Nicht das Format von Comic-Strips haben die „Recortes de la prensa seria“ (16), die absurd klingende Meldungen aus den verschiedensten Presseorganen aufgreifen, sowie die alternativen Titelbilder, die am Ende des Hefts (66–67) unter der Überschrift „teníamos más portadas“ abgedruckt sind. Diese Rubrik gibt es, mit leichten Varianten in der Benennung, schon seit der Gründung der Zeitschrift. So schreibt Mar Moreno 1996: „Del primer *El Jueves* quedan apenas dos o tres cosas: las historias de Martínez, *El facha*, las cuatro cubiertas de *Portada no hay más que una pero teníamos más...*“ (Moreno, 1996: 39).

Um eine abschließende Antwort auf die Frage geben zu können, inwiefern sich die Strategien zur Erzeugung komischer Effekte in den drei Satirezeitschriften unterscheiden oder gleichen, wäre eine tiefergehende Untersuchung notwendig als sie hier möglich ist. Auch stellt sich dabei zunächst die Frage, ob die jeweilige Zeitschrift nur komisch sein will, das heißt rein satirisch ausgerichtet ist, oder ob – und falls ja inwiefern – sie sich auch Funktionen nicht-satirischer Presseorgane zu eigen macht. Fast alle Funktionen von Zeitschriften und Zeitungen lassen sich den beiden Bereichen des Informierens und Kommentierens zuordnen, wobei Kommentare ernsthaft oder scherzhaft-satirisch sein können. Während in einer normalen Tageszeitung die Funktion des Informierens dominiert und daneben sowohl ernsthaftes als auch scherzhaft-satirisches Kommentieren – man denke an Karikaturen und Glossen – eine untergeordnete Rolle spielen, dominiert in einer Satirezeitschrift das scherzhaft-satirische Kommentieren, was nicht ausschließt, dass auch Anteile ernsthaften Informie-

34 Vgl. Glück / Sauer (1990: 151 und 160–161).

rens und Kommentieren auftreten können. Im Fall unserer drei Beispiele sind solche Anteile an ernsthafter Berichterstattung und Kommentierung im *Canard enchaîné* sicherlich am stärksten ausgeprägt.³⁵ Teilweise gibt es ernsthafte Kommentierung auch in *El Jueves*, vor allem im Editorial: In Nummer 1713 werden dort unter der allerdings ironischen Überschrift „Díaz Ferrán, ese incomprendido“ die wirtschaftlichen Misserfolge des damaligen Vorsitzenden des spanischen Arbeitgeberverbandes mit seinen eigenen Unternehmungen rekapituliert. In der Rubrik „teletipo“ werden Ereignisse aus der Medienwelt in halb ernstem, halb satirischem Ton kommentiert (10). Insgesamt betrachtet, scheint *Titanic* am wenigsten ernsthafte Anteile zu enthalten: Immerhin findet sich aber in der Ausgabe von April 2010 eine zweiseitige sarkastisch-böse Abrechnung mit den Ideen des Sozialforschers Meinhard Miegel (20–23). Auch die „Humorkritik“ ließe sich als Ausnahme anführen, doch sind dort die Gegenstände oft recht ernsthafte Besprechung selbst wieder Komik und Humor. Man mag aus dieser Beobachtung die Schlussfolgerung ziehen, dass Vermischung von Ernst und Satire, und vielleicht in übergreifenderem Sinne Tragikomik als solche, in der französischen und in der spanischen Kultur akzeptabler sind als in der deutschen, welche stärker auf einer strikten Trennung beider Bereiche besteht.

In allen drei Zeitschriften basiert Komik oft auf intermedialen Bezügen. Dabei lassen sich jedoch Unterschiede feststellen sowohl hinsichtlich der Art und Weise der Bezugnahme als auch hinsichtlich der Medien, auf die besonders häufig Bezug genommen wird. So werden im *Canard enchaîné* häufig Zitate aus anderen Presseorganen auf sarkastische Weise kommentiert, zum Beispiel in Nummer 4665 unter der Überschrift „Cinq colonnes à la urne“ auf Seite 1 und in der Rubrik „Vite dit“ auf der letzten Seite. Dabei handelt es sich zumeist um intermediale Einzelreferenzen, nicht aber um Systemreferenzen, das heißt um Bezugnahmen auf das semiotische System anderer Medien.³⁶ Eine solche stellt zum Beispiel die Parodie-

35 Vgl. dazu Hausmann (1974: 5): „Der *Canard enchaîné* will wie die meisten Zeitungen informieren und kommentieren. Er scheint daneben auch zu amüsieren. Das heißt, es stehen ihm zwar, wie allen Zeitungen, denen es um Kommunikation mit dem Leser geht, als Instrumente für diese Kommunikation Bild und Sprache zur Verfügung, er macht aber offensichtlich einen von den anderen ‚seriösen‘ Zeitungen abweichenden Gebrauch von diesen Mitteln. Kennzeichnend dafür ist auf der Seite der *Abbildung* die Karikatur, auf sprachlicher Ebene das *Wortspiel*.“

36 Vgl. zur Definition dieser Begriffe Rajewsky (2002: 11): Intermediale Bezüge seien „Verfahren der Bedeutungskonstitution eines medialen Produkts durch Bezugnahme

rung von Formaten, Diskursen und Gestaltungsmitteln anderer Medien dar, welche in *Titanic* und *El Jueves*, die hierfür aufgrund ihrer stärker visuellen Ausrichtung besser geeignet sind, häufig zur Erzeugung komischer Effekte verwendet wird. So finden sich in der *Titanic*-Ausgabe von April 2010 zum Beispiel jeweils eine Parodie auf Bundeswehr-Werbung (48), auf ein vorgeblich einfühlsames Interview in einer Zeitschrift (66), auf einen reißerischen Beitrag über den Geschlechterkampf in einer Illustrierten (46–47), auf das „Focus“-Tagebuch des neuen Chefredakteurs dieses Nachrichtenmagazins (38–39) sowie auf eine dem Landleben gewidmete Zeitschrift namens „LandRatte“ (13–17). Eine kritisch-sarkastische Auseinandersetzung mit zumeist aus anderen Presseorganen zusammengetragenen Zitaten findet ähnlich wie in *Le canard enchaîné* auch in *Titanic* statt, zum Einen natürlich in den bereits erwähnten „Briefen an die Leser“, zum Anderen auch in deutlich längeren essayistischen Texten (20–23 und 31–33). In *El Jueves* richtet sich die parodistische Verve stärker als in *Titanic* auf die audiovisuellen Medien und auf das Internet. So wird in Nummer 1713 die irrtümliche Festnahme einer Gruppe katalanischer Feuerwehrleute, welche die französische Polizei für ETA-Aktivisten hielt, mit der Abwandlung des Plakats eines berühmten Films von Louis de Funès, der hier jetzt „Le gendarme y los bomberos“ (14) heißt, visuell kommentiert.³⁷ Auf Seite 15 findet sich eine Anspielung auf den Musiksender MTV, auf Seite 19 kritisiert eine eher ernst als komisch gemeinte Bildabfolge unter dem Titel „Lo que nunca sale por la tele“ die Ausklammerung von Themen wie alltäglichem Rassismus und Diskriminierung von Behinderten aus der TV-Berichterstattung, und die als Ex-Frau des Toreros Jesulín in den letzten Jahren zum Star der „programas de cotilleo“, also der Klatsch-Talkshows im spanischen Fernsehen aufgestiegene Belén Esteban wird gleich mehrmals karikiert und in ihrer Ausdrucksweise parodiert (5 und 37). Schließlich findet sich auf Seite 4 eine auch mit Fotomontagen operierende Parodie auf eine Facebook-Seite und am Ende des Heftes über drei Seiten hinweg eine zeichnerisch das Google-Design parodierende Bildabfolge, die sich mit verschiedenen Aspekten der omnipräsenten Suchmaschine auseinandersetzt (63–65). Von allen drei Satirezeitschriften ist in *El Jueves* das Internet also am stärksten präsent, was ein Indiz dafür sein

auf ein Produkt (= Einzelreferenz) oder das semiotische System (= Systemreferenz) eines konventionell als distinkt wahrgenommenen Mediums“.

37 Über denselben Vorfall wird in Nummer 4665 des *Canard enchaîné* auf Seite 5 in einem Artikel mit der Überschrift „La police met le feu à des pompiers catalans“ berichtet.

mag, dass die spanische Zeitschrift auch heute noch eine besonders junge Leserschaft hat.³⁸

Es fällt auf, dass in allen drei Satirezeitschriften spezifisch spanische bzw. deutsche oder französische Themen im Vordergrund stehen. So wird auf der Titelseite der Nummer 1713 von *El Jueves* mit der Schlagzeile „Díaz Ferrán es un puto desastre“ und einer Karikatur auf den mit seinen eigenen Unternehmungen wenig erfolgreichen damaligen Vorsitzenden des spanischen Arbeitgeberverbandes angespielt. Fast die ganze erste Seite der Nummer 4665 des *Canard enchaîné* ist den Auswirkungen gewidmet, die das Wahldebakel der französischen Rechten bei den kurz zuvor in Frankreich durchgeführten Regionalwahlen hat. Und auch in der *Titanic*-Ausgabe von April 2010 dominieren spezifisch deutsche Themen, wie etwa auf der Rückseite des Heftes deutlich wird, wo mittels einer Fotomontage der kurz zuvor öffentlich gefeierte 80. Geburtstag von Helmut Kohl mit dem zu „Demenzradio Nichtwissen“ abgewandelten neuen Rundfunksender „D-Radio Wissen“ in Verbindung gebracht wird. Die Titelseite derselben *Titanic*-Ausgabe greift dagegen das im Frühjahr 2010 wichtigste transnationale Thema auf, das auch an anderer Stelle im Heft³⁹ sowie in den zeitgleich erscheinenden Ausgaben von *El Jueves*⁴⁰ und *Le Canard enchaîné*⁴¹ seinen Niederschlag findet, die Serie von Missbrauchsskandalen in der katholischen Kirche nämlich.

Diese *Titanic*-Titelseite von April 2010, die einen Priester in zweideutiger Haltung vor dem am Kreuz hängenden Christus zeigt, hatte 18 Strafanzeigen wegen „Volksverhetzung“ und „Beschimpfung von Bekenntnissen“ zur Folge, doch lehnte die Staatsanwaltschaft Frankfurt die Einleitung eines Strafverfahrens unter Hinweis auf die Meinungsfreiheit ab.⁴² Schon 1995 hatte sich die Satirezeitschrift den Zorn und eine Anzeige der Deut-

38 1996 sollen 80% der Leserschaft zwischen 15 und 35 Jahren alt gewesen sein (Moreno, 1996: 39).

39 Auf Seite 11 der *Titanic*-Ausgabe von April 2010 findet sich eine Werbeparodie, die auf dieses Thema anspielt, und auf den Seiten 31–33 ein längerer „Besinnungsaufsatz“ von Gerhard Henschel unter dem Titel „Kirchen wohin?“.

40 Die Nummer 1713 von *El Jueves* ist übersät von Anspielungen auf übergriffige Priester, so z.B. auf den Seiten 12, 13, 21, 39 und 67.

41 Auf Seite 7 der Nummer 4665 des *Canard* wird unter der Überschrift „Le pervers père du Vatican“ ein Überblick über das als wenig erbaulich dargestellte Wirken des pädophilen Gründers der „Legionäre Christi“ gegeben. Flankiert wird der Artikel von zwei Karikaturen, die ebenfalls Priester mit Pädophilie in Verbindung bringen.

42 Vgl. dazu den Bericht der Tageszeitung *Die Welt* vom 23.4.2010 (<<http://www.welt.de/vermischtes/article7304597/Verfahren-gegen-Titanic-Cover-abgelehnt.html>>).

schen Bischofskonferenz zugezogen, nachdem sie auf dem Titelbild der Ausgabe von Oktober 1995 unter der Überschrift „Spielt Jesus noch eine Rolle?“ eine Fotomontage mit einem Kruzifix als Toilettenpapierhalter veröffentlicht hatte.⁴³ Überhaupt scheinen regelmäßige juristische Auseinandersetzungen über die Statthaftigkeit der Veröffentlichungen von Satirezeitschriften geradezu konstitutiv für deren Status als Instanzen publizistischer Gegenmacht zu sein. So veröffentlichte etwa der *Canard enchaîné* 1989 im Kontext einer Tarifaueinandersetzung bei Peugeot die „feuilles d’impôt“ Jacques Calvets, des damaligen Vorstandsvorsitzenden des Automobilkonzerns, aus denen hervorging, dass dieser innerhalb von zwei Jahren eine Gehaltserhöhung von 46 % erhalten hatte. Nach Prozessen durch mehrere Instanzen wurde die französische Satirezeitschrift bzw. zwei ihrer Journalisten 1993 wegen Verletzung der Privatsphäre von der französischen Justiz zu Geldstrafen von 10.000 und 5000 Francs verurteilt. Erst 1999 kam es zum Freispruch durch den Europäischen Gerichtshof für Menschenrechte im Namen der „liberté d’expression“ und damit zum Abschluss der „affaire Calvet“.⁴⁴

Am Übelsten von der Justiz ihres Landes mitgespielt wurde jedoch den Satirikern von *El Jueves*, als sie im Juli 2007 anlässlich der Einführung einer Geburtenprämie von 2500 Euro pro Neugeborenem durch die Regierung Zapatero auf ihrer Titelseite Thronfolger Felipe beim Geschlechtsakt mit seiner Gattin Letizia zeigten und ihm qua Sprechblase folgende Worte in den Mund legten: „¿Te das cuenta? ¡Si te quedas preñada esto va a ser lo más parecido a trabajar que he hecho en mi vida!“⁴⁵ Aufgrund dieses Titelbildes wurde die gesamte noch nicht ausgelieferte Auflage der Nummer 1573 von *El Jueves* beschlagnahmt⁴⁶ und die beiden verantwortlichen Redakteure im November 2007 schließlich wegen „injurias al Príncipe“, wegen Beleidigung des Thronfolgers also, zu je 3000 Euro Geldstrafe verurteilt.⁴⁷ Begründet wurde die Verurteilung vom Gericht unter anderem mit dem für eine Demokratie recht fragwürdigen besonderen Schutz gegen

43 Vgl. dazu Seim (1998).

44 Vgl. zu dieser Affäre Martín (2001: 519–521).

45 Abgebildet ist das verbotene Titelbild z.B. in Ramos (2007: 153).

46 Es handelte sich nicht um die erste Beschlagnahme in der Geschichte von *El Jueves*, jedoch um die erste nach Inkrafttreten der demokratischen Verfassung von 1978: Von den ersten beiden Beschlagnahmungen waren die 1977 erschienenen Nummern 1 und 7 der damals gerade neu gegründeten Zeitschrift betroffen gewesen (vgl. dazu Ramos, 2007: 158).

47 Vgl. zum Verlauf der Affäre Lázaro (2007a, 2007b) und Ramos (2007).

Beleidigungen, unter den das spanische Strafgesetzbuch nicht nur den König, sondern auch sein gesamtes Umfeld inklusive seiner Vorfahren und Nachkommen stellt.⁴⁸

Besonders tabuisiert sind also in Spanien, Frankreich und Deutschland, so mag man anhand der unterschiedlich motivierten juristischen Verfolgung der drei Satirezeitschriften folgern, jeweils unterschiedliche Institutionen und Phänomene: Während im republikanisch-laizistischen Frankreich mit Monarchie und Katholizismus so gründlich aufgeräumt wurde, dass hier am ehesten die Verletzung der Privatsphäre gesellschaftlich einflussreicher Individuen strafrechtlich verfolgt wird, stellen in Deutschland der immer noch große Einfluss der eng mit dem Staat verflochtenen Amtskirchen und in Spanien die rechtliche Sonderstellung des Königshauses jeweils die größte juristische Bedrohung für die Satirezeitschriften dar.

Letztlich aber haben wohl allen drei Satirezeitschriften die Auseinandersetzungen mit der Justiz mehr genutzt als geschadet,⁴⁹ wurde durch sie doch nicht nur gegenüber ihrer eigentlichen Leserschaft, sondern auch gegenüber dem großen Publikum ihr Ruf als nonkonformistische und ikonoklastische Publikationen öffentlich bestätigt. Dieser Ruf aber macht einen Gutteil der Attraktivität einer Satirezeitschrift aus und wird von ihr mit Sorgfalt gepflegt.

Hinzugefügt sei noch, dass im Falle des *Canard enchaîné* die „affaire Calvet“ nicht durch eine satirische Attacke im eigentlichen Sinne ausgelöst wurde, sondern durch einen für den Enthüllungsjournalismus typischen Akt.

Dagegen stellte sich sowohl durch die von der spanischen Justiz inkriminierte Titelkarikatur auf den Thronfolger in *El Jueves* als auch durch die Darstellung eines katholischen Priesters in zweideutiger Haltung vor dem Kruzifix auf dem *Titanic*-Titelblatt von April 2010 erneut die von Tucholsky einst so apodiktisch beantwortete Frage: „Was darf Satire?“. Beide Titelkarikaturen bezogen dabei ihre satirische und skandalisierende Kraft aus dem gleichen Muster: In beiden Fällen nämlich wurden Personen, wel-

48 *In extenso* zitiert werden die entsprechenden Gesetzesartikel 490 und 491 des „Código penal“ in Ramos (2007: 151).

49 So erklärte etwa der ehemalige Protokollchef des spanischen Königshauses Sabino Fernández Ramos mit Blick auf die Beschlagnahmung der Ausgabe von *El Jueves* mit der angeblichen Beleidigung des Kronprinzen auf dem Titelbild: „mucha gente no estaba enterada de lo que aparecía en *El Jueves* mientras que con esta medida la revista se agotó y se agotará también la próxima semana.“ (zitiert nach Ramos, 2007: 161) Auch die spanische Presse vertrat mehrheitlich ähnliche Positionen (vgl. dazu Ramos, 2007: 164–165).

chen den gesellschaftlichen Konventionen zufolge eigentlich besonderer Respekt gebührt, bei sexuellen Handlungen gezeigt. Im Fall des *Titanic*-Titels wurde die sexuelle Handlung nicht offen gezeigt, sondern nur suggeriert, wodurch der eigentliche Tabubruch im Kopf des Betrachters stattfand. Nicht zuletzt deshalb war hier eine juristische Verfolgung schwerer zu bewerkstelligen. Freud kommentierte diese Art von Komik in *Der Witz und seine Beziehung zum Unbewußten* wie folgt:

Jede Entblößung, zu deren Zuschauer [...] wir von Seite eines Dritten gemacht werden, gilt gleich einem Komischmachen der entblößten Person. [...] [Es] ergeben sich aus dem Bereiche des Sexuellen und Obszönen die reichlichsten Gelegenheiten zum Gewinnen komischer Lust [...], insofern der Mensch in seiner Abhängigkeit von körperlichen Bedürfnissen gezeigt (Herabsetzung) oder hinter dem Anspruch der seelischen Liebe die leibliche Anforderung aufgedeckt werden kann (Entlarvung). (Freud, 1958: 191)

In diesem Sinne wurde der spanische Thronfolger auf dem Titelblatt von *El Jueves* „herabgesetzt“ und der Priester auf dem Titelblatt von *Titanic* „entlarvt“.

Abschließend soll noch einmal hervorgehoben werden, dass der Anteil von Comics in *El Jueves* sehr viel größer ist als in *Canard enchaîné* und *Titanic* und dies somit eines der wichtigsten Spezifika der spanischen Satirezeitschrift im europäischen Vergleich darstellt. Dabei kann – eine von Harald Weinrich (1964) für die Kategorisierung von Tempusformen eingeführte Dichotomie aufgreifend⁵⁰ – zwischen erzählenden und besprechenden Comics unterschieden werden.⁵¹ Denn es gibt in *El Jueves* neben erzählenden Bildgeschichten häufig auch besprechende Bildkommentare, so in Nummer 1713 etwa auf Seite 19 in der TV-Kritik „Lo que nunca sale por la tele“ oder gleich zu Beginn auf den Seiten 2 und 3, wo das rein skripturale Editorial über die zweifelhaften Geschäftspraktiken des Präsidenten des Arbeitgeberverbandes durch einen piktoral-skripturalen Kommentar in Comic-Form flankiert und ergänzt wird.⁵² Dass die größte spanische

50 Vgl. insbesondere das Kapitel „Besprechen und Erzählen“ (Weinrich, 1964: 47–51).

51 Interessante Beispiele für besprechende Comics finden sich auch in einer 2010 erschienenen Sonderausgabe der französischen politischen Monatszeitschrift *Le Monde diplomatique* in Comic-Form, so etwa eine von Fabrice Néaud gezeichnete und geschriebene argumentative Auseinandersetzung mit homophoben Äußerungen des Politikers Christian Vanneste (Halimi, 2010: 12–17).

52 Ein Beispiel für einen solchen piktoral-skripturalen Kommentar findet sich auch unten in Abb. 3.

Satirezeitschrift sich im Kontrast vor allem zu ihrem sehr viel skripturaler ausgerichteten französischen Pendant so nachhaltig des visuellen Mediums des Comics bedient, lässt sich wohl darauf zurückführen, dass die spanische Populärkultur insgesamt aufgrund der im europäischen Vergleich erst spät erfolgten Massenalphabetisierung⁵³ stärker auf Visualität und Oralität bzw. auf Audiovisualität basiert denn auf Skripturalität.

■ 3 Eine Satirezeitschrift aus Barcelona: Die Darstellung von Katalonien, Katalanen und katalanischem Nationalismus in *El Jueves*

Spätestens in den 1960er Jahren war Barcelona als Sitz der wichtigsten Verlage und von Agenturen wie „Selecciones ilustradas“, die einen lukrativen Export von massenhaft hergestellten Auftragszeichnungen ins Ausland betrieben,⁵⁴ zum Zentrum der spanischen Comic-Szene geworden. Anekdoten und Episoden aus dieser Blütezeit der Comic-Produktion in Barcelona sind inzwischen in Alben wie *Los Profesionales* und *Rambla arriba, Rambla abajo* von Carlos Giménez⁵⁵ und *El invierno del dibujante* von Paco Roca⁵⁶ selbst bereits wieder zum Stoff für Comics geworden und wurden jüngst auch durch den Film *El gran Vázquez* mit Santiago Segura als Hauptdarsteller in der Rolle des Comic-Zeichners Vázquez auf die Kinoleinwände gebracht. Dass seit 1980 die wichtigste spanische Comic-Messe, der „Salón del Cómic“, in der katalanischen Hauptstadt stattfindet, hat die Stellung Barcelonas als Zentrum der spanischen Comic-Szene noch weiter gefestigt. Insofern ist es wenig erstaunlich, dass auch eine so stark auf Comic-Strips basierende Zeitschrift wie *El Jueves* in Barcelona gegründet wurde und dort bis heute ihren Sitz hat. Im Vergleich etwa mit Frankreich, wo die Redaktion des *Canard* selbstverständlich in der politischen Hauptstadt residiert, ist der im wahrsten Sinne des Wortes „exzentrische“ Sitz von *El Jueves* jedoch bemerkenswert und allemal ein Indiz für die Bizepha-

53 Vgl. dazu Todd (1990: 131–144, insbesondere die Karten auf 132 und 142).

54 Vgl. dazu das Kapitel „L’Espagne, exportatrice mondiale de B.D.“ in Moliterni (1989: 186–190), wo die Agentur „Selecciones ilustradas“ als „véritable usine à bande dessinées“ bezeichnet wird.

55 Vgl. zur autobiographischen und historischen Dimension dieser zwischen 1982 und 1987 entstandenen Alben Nonnenmacher (2006: 190–194) sowie zum Aspekt der Autoreferentialität Nonnenmacher (2007: 269–272).

56 In diesem 2010 erschienenen Album stehen Comic-Zeichner aus dem Umkreis des in Barcelona ansässigen Verlags Editorial Bruguera im Mittelpunkt (vgl. Roca, 2010).

lität des spanischen kulturellen Lebens.⁵⁷ Inwiefern wirkt sich diese regionale Verwurzelung nun aber auf die Inhalte der Satirezeitschrift aus? Werden Themen wie Katalonien, Katalanen, Katalanisch und katalanischer Nationalismus überhaupt in *El Jueves* dargestellt – und falls ja, auf welche Weise?

Das witzige Spiel mit Stereotypen über Bewohner bestimmter Regionen hat in der Humorkultur der meisten Länder seinen festen Platz. Dabei gilt die strukturalistische Grundregel, dass sich Bedeutung – in diesem Fall diejenige regionaler Identitäten – erst aus der Differenz zum Anderen ergibt: So glossieren in Deutschland Kabarettisten gerne liebevoll gepflegte regionale Feindschaften wie die zwischen Franken und (eigentlichen) Bayern oder zwischen Badenern und „unsymbadischen“ Schwaben und im französischen Film *Bienvenu chez les ch'tis* von 2008 wird ein strafversetzter Südfranzose mit den im äußersten Norden Frankreichs angesiedelten „ch'tis“ und ihrem für ihn schwer verständlichen Akzent konfrontiert. Auch in der spanischen Humorkultur spielen Regionalklischees seit altersher eine wichtige Rolle: Man denke nur an das Duell Don Quijotes mit dem kampfeslustigen und die spanische Sprache allenfalls radebrechenden „vizaíno“ im achten Kapitel des berühmten Romans. Und für eine so typisch spanische Dramengattung wie das Sainete ist das Auftreten von Figuren verschiedener regionaler Herkunft mit entsprechender sprachlicher Charakterisierung geradezu konstitutiv: So erscheinen etwa in dem 1924 in Madrid mit großem Erfolg uraufgeführten und 1951 von Luis Buñuel in seinem mexikanischen Exil unter dem Titel *La hija del engaño* verfilmten Sainete *Don Quintín el amargao* von Carlos Arniches und Antonio Estremera neben „castizos“ aus der spanischen Hauptstadt auch stets zu Scherzen aufgelegte Andalusier⁵⁸ und vom Heimweh geplagte Galicier.⁵⁹ Beides sind Eigenschaften, die bis heute stereotyp mit den Bewohnern dieser Regionen assoziiert werden.⁶⁰

57 Vgl. dazu Dumont (2011: 13): „Les pays très centralisés, comme la France ou l'Iran, se sont dotés d'une armature urbaine macrocéphale, où la capitale politique est dominante dans toutes les fonctions: économiques, financières, universitaires et culturelles. D'autres pays, comme l'Espagne ou la Bolivie, ont une urbanisation bicéphale, dominée par deux villes (Madrid et Barcelone, La Paz et Santa Cruz); l'Allemagne est pour sa part organisée en un réseau urbain plus équilibré reliant plusieurs villes [...]“

58 Vgl. Arniches / Estremera (1924: 34–36 und 65).

59 Vgl. Arniches / Estremera (1924: 22–23).

60 Vgl. dazu z.B. hinsichtlich der Galicier die Aussagen aus dem *Extra Ibérico* von *El Jueves* vom Juli 2000: „¡Y de la famosa morriña! ¿Es que solo los gallegos sienten morriña cuando están fuera? [...] Los gallegos son unos sufridores, eso es lo que son.“ (*El Jueves*,



Abb. 1: Titelseite
von *El Jueves*
Nr. 1017
(Nov. 1996).

Auch *El Jueves* verschmätzt das gelegentliche Spiel mit Regionalklischees nicht: So wurde auf der Titelseite der im November 1996 kurz nach dem Amtsantritt Aznars erschienenen Nummer 1017 die Forderung katalanischer Nationalisten nach einer eigenen Fußballnationalmannschaft mit einer Karikatur kommentiert (Abb. 1), auf der Aznar im Fußballtrikot von „Castilla y León“ und Jordi Pujol im Trikot von „Catalunya“ zu sehen sind. Zwischen ihnen steht König Juan Carlos in der Rolle des Schiedsrichters, welcher offenbar durch Werfen einer Münze versucht hat, den Anstoß auszulosen, und nun mit vorwurfsvoller Geste zu Pujol sagt: „A

Nummer 1206: 38) Und über die Andalusier heißt es auf der folgenden Seite, sie seien „unos graciosos“.

ver, Jordi, si cada vez que lanzo la moneda te la quedas tú no hay manera de empezar el partido.“ Hier wird also auf witzige Weise auf das Klischee angespielt, das den Katalanen wohl am hartnäckigsten anhaftet, nämlich auf den ihnen angeblich eigenen Geiz.

In dem im Juli 2000 erschienenen Sonderheft (Nummer 1206) von *El Jueves* mit dem Themenschwerpunkt „Extra Ibérico“ spielen Stereotypen über die Bewohner der verschiedenen spanischen Regionen, darunter auch Katalonien, an verschiedener Stelle eine Rolle. So hält etwa auf Seite 12 der König eine Rede über seine Untertanen, in der es heißt:

Los andaluces son unos vagos, los madrileños son unos chulos, los canarios son tranquilotes, los catalanes son tacaños, los vascos son fanfarrones, los aragoneses son cabezones, los castellanos son secos, los gallegos son indecisos.

Auf den Einwand seines „mayordomo“, er solle nicht das eigene Nest beschmutzen – „¿Qué hace? ¡Está tirando piedras sobre su propio tejado!“ –, antwortet der König schließlich: „Yo nací en Roma“. Hier tritt also wieder das Klischee vom geizigen Katalanen auf, in einer Reihe allerdings mit ebenfalls wenig schmeichelhaften Klischeevorstellungen über die Bewohner anderer spanischer Regionen. Gleiches gilt für eine Doppelseite im „Extra Ibérico“ (38/39), auf der unter dem Titel „Los sambenitos que nos cuelgan según donde hayamos nacido“ mittels jeweils eines kurzen ironischen Textes und einer Karikatur Galicier, Andalusier, Basken, Madrilenen, Kastilier, Valencianer und Katalanen charakterisiert werden. Am Ende der meisten dieser Texte wird ein „chiste de Lepe“ erzählt, also ein Witz über die Bewohner der andalusischen Kleinstadt Lepe, welcher deren Intelligenz zumeist in wenig günstigem Licht erscheinen lässt. So heißt es am Ende des kurzen Textes über die Kastilier: „¿Sabes por qué los leperos al subir a un avión se dan diez golpes? Porque ven unas letras muy grandes que dicen DC-10.“ Dieses Frage-Antwort-Spiel gehört zu der Kategorie von Witzen, in denen „Dialekte und regionale Sprachformen [...] direkt zur Zielscheibe des Spotts werden“ (Koch / Krefeld / Oesterreicher, 1997: 118). Konkret wird im zitierten Beispiel auf den andalusischen „ceceo“ angespielt, der die „leperos“ „DC-10“ als „dese diez [scil. golpes]“ verstehen lässt.⁶¹ Die „chistes de Lepe“ sind die in Spanien sicherlich vitalste jener *mutatis mutandis* auch in anderen Ländern verbreiteten Witztraditio-

61 Einen analogen, auf einer anderen Eigenart des andalusischen Dialekts, nämlich auf der dort häufigen Liquida-Vertauschung, basierenden Witz findet man in Koch / Krefeld / Oesterreicher (1997: 19).

nen, welche Bewohner einer bestimmten Region (oder Stadt) zum Ziel des Verlachens machen.⁶²

Im kurzen Text über die Andalusier auf der Doppelseite aus *El Jueves* über Regionalklischees wird nun interessanterweise am Ende kein „chiste de Lepe“ erzählt, stattdessen heißt es hier: „En Andalucía lo mejor es contar un chiste sobre catalanes.“ Und dieser Witz nimmt wieder die angebliche skrupellose Geldgier der Katalanen aufs Korn:

Va un catalán a poner un telegrama para comunicar la muerte de un familiar. 'Jordi fallecido', escribe. 'Lo mínimo son cinco palabras', le dice el encargado. 'Así que puede poner tres más, que le vamos a cobrar lo mismo.' Y entonces va el otro y escribe a continuación: 'Vendo Opel Corsa'.

Auch die Karikatur des Katalanen auf derselben Doppelseite (Abb. 2) zeigt einen alten Geizhals, der sich an einen Sack „Pesetes“ klammert, und im begleitenden Text wird wieder vor allem auf den Geiz der Katalanen – zum Beispiel auf „los chistes sobre catalanes, todos alrededor de la pela“ – angespielt, daneben auch auf „el topicazo ése de que es muy difícil hacerse amigo de un catalán, aunque si lo consigues ya tienes un amigo para siempre.“

Neben der Witztradition der „chistes de Lepe“ gibt es also auch eine Witztradition der „chistes sobre catalanes“, die um das Regionalklischee des katalanischen Geizes kreisen und bei der auch *El Jueves* gelegentlich Anleihen macht, wie die eben zitierten Beispiele zeigen. Letztlich allerdings – so das mit einem Zitat von Ortega y Gasset garnierte Resümee von A. Romero, des Gestalters dieser Doppelseite – trafen Regionalklischees zumindest heutzutage ohnehin nicht mehr zu:

Conclusión: cá uno es cá uno, 'yo soy yo y mi circunstancia', y todos vestimos vaqueros y bebemos Coca-Cola y estamos en la misma "zona euro". Eso de los tópicos regionalistas o nacionalistas es una cosa pasada de moda, hombre. (Nummer 1206: 39)

In ernsthafterem Ton beschäftigt sich Ramón de España, ein Autor, der gelegentlich auch Szenarien für Comic-Alben schreibt,⁶³ im Leitartikel des „Extra Ibérico“ mit der Konstruktion und Pflege regionaler Eigenarten in Spanien. Er übt dabei deutliche Kritik am Differentialismus der regionalen Nationalismen, allerdings nicht speziell am katalanischen:

62 Vgl. dazu Koch / Krefeld / Oesterreicher (1997: 114).

63 So zum Beispiel für das von Keko gezeichnete und 1997 bei Ediciones Glénat veröffentlichte Album *El amor duele*.

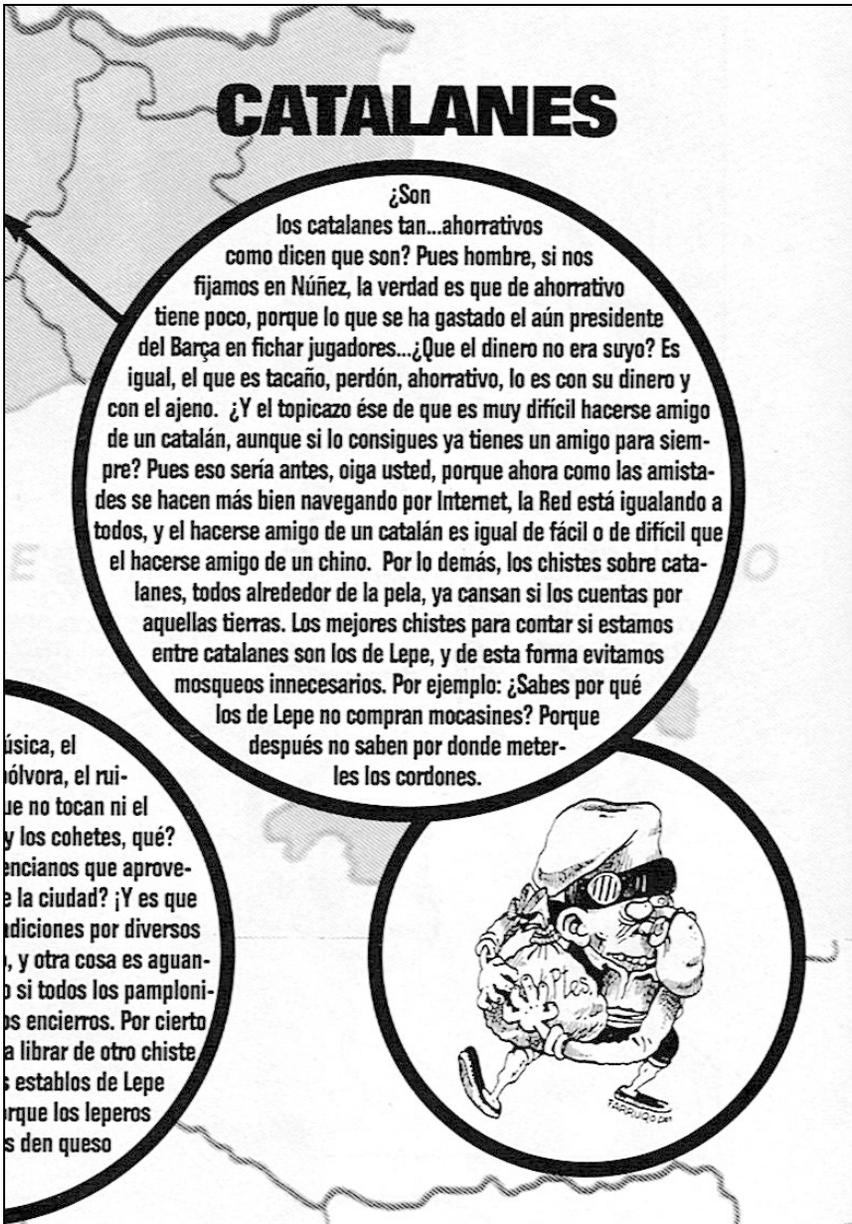


Abb. 2: Auszug aus *El Jueves* Nr. 1206 (Juli 2000).

Hoy día, España sólo es diferente de puertas adentro. Somos unos auténticos maestros en el arte de detestar al vecino más próximo. El que tiene idioma propio lo usa como arma arrojadiza contra el que tiene más cerca. El que no tiene idioma propio, se lo inventa y aquí paz y después gloria. El caso es ser diferente. (Número 1206: 8)

Zumeist jedoch finden sich im „Extra Ibérico“ ausgewogene satirische Attacken auf spanische Zentralisten einerseits und regionale Nationalisten andererseits. So sagt auf Seite 35 ein arroganter Katalane: „Yo lo que digo es que si somos más guapos, más cultos y más ricos... ¿Qué os cuesta reconocerlo? ¡Sed honestos, cuyons!“, während daneben eine herablassende Zentralistin erklärt: „¡Que haya bilingüismo! Donde sólo hay catalán ponemos castellano, y donde sólo hay castellano... Bueno, ¿Quién no entiende el castellano? ¡Bilingüismo!“

Und auf Seite 101 proklamieren unter der Überschrift „[España] No es un país homogéneo“ in einer Karikatur ein Katalane „És català tot el que viu i treballa a Catalunya“, ein Galicier „¡Eu falo galego!“, ein Baske „Gora Euskadi Askatuta“ und – als ironischer Kontrapunkt – ein Andalusier „¡Viva er Beti manque pierda!“, also die Devise des Fußballvereins „Betis de Sevilla“. Gleich unter dieser Kritik an regionalpatriotischer Phrasendrescherei ruft in einem weiteren Einzelbild unter der Überschrift „[España] No es tolerante“ ein empörter Mann die dem kurz vor dem Bürgerkrieg ermordeten rechtsgerichteten Politiker José Calvo Sotelo zugeschriebene zentralistische Parole „¡Antes roja que rota!“, weil er offenbar von einem anderen in einer Minderheitensprache – in welcher bleibt unklar – begrüßt worden ist, worauf dieser erstaunt entgegnet: „Oiga, que yo sólo le he dicho Buenos días en mi lengua materna“. Hier richtet sich die satirische Spitze klar gegen den in die Nähe des Faschismus gerückten Zentralisten, der überempfindlich auf die Verwendung einer Minderheitensprache reagiert.

An dieser äquidistanten Haltung von *El Jueves* zu „nacionalistas“ und „españolistas“, das heißt zu regionalen Nationalisten und Zentralisten, hat sich seit 2000, dem Jahr, in welchem das Sonderheft „Extra Ibérico“ veröffentlicht wurde, bis heute wenig geändert. Deutlich wurde dies zum Beispiel bei der von heftiger Polemik zwischen spanischen und katalanischen Nationalisten aufgeheizten Debatte um das Stierkampfverbot in Katalonien im Sommer 2010. Unter der Überschrift „Animaladas“ ging der Verfasser des „Editorial“ von *El Jueves* im Mitte August 2010 erschienenen Heft Nummer 1733 gleichermaßen auf Distanz zu beiden Seiten:

Es cierto que algunos políticos nacionalistas, a los que el maltrato animal les importa un bledo, y de hecho hablan incluso de proteger los denominados *correbous*, han podido aprobar esta propuesta sólo por cuestiones identitarias. Pero allá ellos. Esto no tiene (no tendría) nada que ver con la política ni con los nacionalismos. El maltrato animal debe desaparecer por una simple cuestión moral. (Número 1733: 3)



Abb. 3: Auszug aus *El Jueves* Nr. 1733 (August 2010).

In der dem schriftlichen Kommentar vorangestellten besprechenden Bilderfolge von Manel Fontdevila (Auszug in Abb. 3) richtet sich die Kritik vor allem gegen den „rollo identitario“, der „odio a los toros“ mit „odio a España“ gleichsetze. Die Rede eines Gegners des Stierkampfverbots – „¿Prohibir los toros? ¿Y destruir esa labor de orfebrería que fue la transición? El equilibrio territorial es delicado, y si empezamos con ataques a nuestros signos de identidad...“ – wird mit folgendem Kommentar versehen: „Aquí, pase lo que pase, siempre vamos a parar al mismo sermónico rancio tan olor a laca...“ (Nummer 1733: 2) Ähnlich wie schon zehn Jahre zuvor im „Extra Ibérico“ wird auch hier die Fragwürdigkeit von nationalen Identitätskonstruktionen in Frage gestellt, wenn der gezeichnete Kommentator des besprechenden Comics von Manel Fontdevila fragt:

¿Qué coño es signo identitario? ¿Algo que nos gusta a todos? ¡A todos! En un país donde dos personas son incapaces de mirar a la vez el mismo canal de la tele! ¡Signos de identidad! ¡Eternos! ¡Intocables! ¡El rey! ¡La paella! ¡Julio Iglesias! Este rollo ‘esto es lo español, esto no’ ¿Quién lo decide? ¿Dónde dan el carnet? (Número 1733: 3)

Es bleibt also festzuhalten, dass *El Jueves* bei der satirischen Thematisierung von Konflikten zwischen Nationalisten verschiedener Regionen und spanischen Zentralisten zumeist auf eine Äquidistanz zu beiden Seiten achtet. Eine besondere Beschäftigung mit dem katalanischen Nationalismus, etwa aufgrund des Sitzes der Zeitschrift in Barcelona, ist nicht zu erkennen. Als Ausnahme, welche diese Regel bestätigt, sei ein im Dezember 2010 auf der Internetseite von *El Jueves* veröffentlichter Artikel genannt, in dem unter der Überschrift „Montan, por fin, la tienda donde si hablas en castellano no te atienden“ und dem Untertitel „Éxito de afluencia de turistas llegados a Barcelona con predisposición por escandalizarse“ in ironischem Ton über die angebliche Eröffnung eines Ladens berichtet wird, der es sich zur Aufgabe gemacht habe, Touristen aus dem Rest Spaniens die Gelegenheit zu bieten, sich das weit verbreitete Vorurteil über katalanische Verkäufer, die sich weigern, mit ihnen Spanisch zu sprechen, bestätigen zu lassen.⁶⁴

Insgesamt betrachtet spielen die Erscheinungsformen der Auseinandersetzung zwischen „nacionalismos periféricos“ und „españolismo“ in der Satirezeitschrift *El Jueves* jedoch eine deutlich geringere Rolle als im Mainstream „ernsthafter“ spanischer Medien. Als Beleg hierfür mag gelten, dass von den mehr als 1000 Titelseiten der zwischen 1977 und 1997 veröffentlichten Hefte von *El Jueves* gerade einmal vier den katalanischen Nationalismus thematisieren.⁶⁵ Dies ist als Ausdruck der linken politischen Grundhaltung dieser Zeitschrift zu verstehen, welche den „rollo identitario“ des Konflikts zwischen einzelnen Regionen und dem Zentralstaat als prinzi-

64 Auf <http://www.eljueves.es/2010/12/20/montan_por_fin_tienda_donde_hablas_castellano_atienden.html>.

65 Vgl. dazu Aparici (1997): Auf der Titelseite von Nummer 747 aus dem Jahr 1991 mit der Überschrift „¿Passa con las independencias?“ fordert Jordi Pujol an einem Schlagbaum Felipe González zum Vorzeigen des Reisepasses auf. Auf der Titelseite von Nummer 791 aus dem Jahr 1992 halten Prostituierte einem katalanischen Nationalisten, welcher ein Plakat mit der Aufschrift „Freedom for Catalonia“ trägt, ein anderes entgegen, auf dem „Freedom to fuck“ steht. Auf der Titelseite der Nummer 874 aus dem Jahr 1994 ist Pujol als Bettler vor dem Palacio de la Moncloa zu sehen. Die Titelseite von Nummer 1017 aus dem Jahr 1996 schließlich, auf der es um die Forderung nach „selecciones autonómicas“, also eigenen Fußballmannschaften für die „comunidades autónomas“ geht, wurde oben schon ausführlich besprochen.

piell zweitrangig gegenüber den Konflikten zwischen sozialen Schichten ansieht.⁶⁶ Gleichzeitig wird jedoch peinlich genau darauf geachtet, nicht durch womöglich missverständliche Kritik an regionalen Nationalisten in die Nähe der mit der spanischen Rechten assoziierten Zentralisten zu rücken. Der Dramatisierung von Konflikten zwischen peripheren Nationalisten und spanischem Zentralstaat, die viele auf der rechten Seite des politischen Spektrums angesiedelte spanische Medien in paradoxem Zusammenspiel mit den regionalen Nationalisten selbst betreiben,⁶⁷ setzt *El Jueves* somit eine ausgeprägte Strategie der Entdramatisierung entgegen.⁶⁸ ■

■ Bibliographie

- Altarriba, Antonio (2001): *La España del tebeo. La historieta española de 1940 a 2000*, Madrid: Espasa Calpe.
- Aparici, Miquel (ed.) (1997): *El Jueves: 20 años de portadas. 1977–1997*, Barcelona: Ediciones El Jueves.
- Arniches, Carlos / Estremera, Antonio (1924): *Don Quintín el Amargao o El que siembra vientos... Sainete en dos actos, divididos en cinco cuadros en prosa, original*. Madrid.

66 Prägnant zum Ausdruck kommt diese Haltung im Kommentar eines Lesers von *El Jueves* zu dem im vorigen Abschnitt zitierten Artikel über die „tienda donde si hablas castellano no te atienden“, mit dem nationalistische Vorurteile verspottet werden: “Todas esas rencillas entre naciones son artimañas orquestadas por el poder para mantener al populacho en vilo y en estado de crispación interna y así desviar la atención de lo que realmente importa. Lo realmente relevante son las clases sociales. Yo soy un currela y, como tal, tengo mucho más en común con otro currela (ya sea de Madrid o de Pernambuco) que con un empresario, un aristócrata, un rentista o un niño de papá de mi barrio. Que no os confundán, por favor, vuestros enemigos son los que dirigen el cotarro, no los que cogen el metro para ir a trabajar cada día (ya sea en Barcelona, en Madrid o en Bilbao) ni los que apoyan al equipo de fútbol opuesto al tuyo. Vuestros enemigos son los BANQUEROS, POLÍTICOS Y SANGUIJUELAS. [...] Si odias a catalanes, españoles, vascos, estás cayendo en la trampa y haciendo exactamente lo que quieren que hagas.” (<http://www.eljueves.es/2010/12/20/montan_por_fin_tienda_donde_hablas_castellano_atienden.html>)

67 Vgl. dazu z.B. einen in der Tageszeitung *Público* veröffentlichten Kommentar über den Sprachenkonflikt in Katalonien des Schriftstellers Isaac Rosa, der mit dem Satz beginnt: „En demasiadas ocasiones da la sensación de que el nacionalismo español y el catalán forman una sociedad de auxilios mutuos.“ (Rosa, 2011: 8)

68 Der Autor dankt Ediciones El Jueves für die Erlaubnis zum Abdruck der Abbildungen.

- Bergson, Henri (1946 [1899]): *Le rire. Essai sur la signification du comique. Soixante-septième édition*, Paris: Presses Universitaires de France.
- Bucher, Claudia (1992): „Die politische Satirezeitschrift *Le canard enchaîné*“, in: Reichardt, Rolf (Hrsg.): *Französische Presse und Pressekarikaturen 1789–1992*, Mainz: Verlag H. Schmidt, 107–110.
- Dumont, Gérard-François (2011): „Fausses évidences sur la population mondiale“, *Le Monde diplomatique*, juin, 13–14.
- Fischer, Leo / Ziegelwagner, Michael (2010): „Die Bibliothek von Schwafel“, *Titanic*, September, 30–31.
- Freud, Sigmund (1958): *Der Witz und seine Beziehung zum Unbewußten*, Frankfurt am Main: Fischer Taschenbuch Verlag.
- Gelfert, Hans-Dieter (1998): *Max und Monty. Kleine Geschichte des deutschen und englischen Humors*, München: Beck.
- Glück, Helmut / Sauer, Wolfgang Werner (1990): *Gegenwartsdeutsch*, Stuttgart: Metzler.
- Halimi, Serge (ed.) (2010): *Le Monde diplomatique en Bande dessinée*. Hors-Série.
- Hausmann, Franz Josef (1974): *Studien zu einer Linguistik des Wortspiels. Das Wortspiel im „Canard enchaîné“*, Tübingen: Max Niemeyer Verlag.
- Koch, Peter / Krefeld, Thomas / Oesterreicher, Wolf (1997): *Neues aus Sankt Eiermark. Das kleine Buch der Sprachwitze*, München: Beck.
- Lázaro, Julio M. (2007a): „Dos humoristas de ‘El Jueves’ serán juzgados por injurias al Príncipe“, *El País*, 31 de agosto.
- (2007b): „‘El Jueves’ pasó la “delgada línea” de la sátira al insulto“, *El País*, 17 de noviembre.
- Lladó, Francisca (2001): *Los cómics de la transición. El boom del cómic adulto 1975–1984*, Barcelona: Glénat.
- López Socasau, Federico (1998): *Diccionario básico del cómic*, Madrid: Acento.
- Mariño, Henrique (2012): „Revista Mongolia: ‘Mucha gente ha sepultado el papel antes de tiempo’“, *Público*, 27. März <www.publico.es/culturas/427294/revista-mongolia-mucha-gente-ha-sepultado-el-papel-antes-de-tiempo> (27.3.2012).
- Martin, Laurent (2000): „Pourquoi lit-on *Le Canard Enchaîné* ?“, *Vingtième siècle. Revue d'histoire* 68, 43–54.
- (2001): *Le Canard enchaîné ou les Fortunes de la vertu. Histoire d'un journal satirique. 1915–2000*, Paris: Flammarion.

- Moliterni, Claude (ed.) (1989): *Histoire mondiale de la bande dessinée*, Paris: Horay.
- Moreno, Mar (1996): „En Medio, como El Jueves“, *Cambio 16*, Número 1291, 19 agosto, 38–39.
- Neyer, Hans Joachim (Hg.) (2008): *“Eulenspiegel” – Klassiker der ostdeutschen Karikatur*, Hannover: Wilhelm-Busch-Gesellschaft.
- Nonnenmacher, Hartmut (2006): „La memoria del franquismo en el cómic español“, in: Winter, Ulrich (ed.): *Lugares de memoria de la Guerra Civil y el franquismo. Representaciones literarias y visuales*, Madrid / Frankfurt am Main: Iberoamericana / Vervuert, 177–208.
- (2007): „Autoreferentialität und narrative Metalepsen im französischen und spanischen Comic“, in: Leinen, Frank / Rings, Guido (Hg.): *Bilderwelten – Textwelten – Comicwelten. Romanistische Begegnungen mit der Neunten Kunst*, München: Martin Meidenbauer, 265–285.
- Pohl, Burkhard (2008): „Kino in Spanien“, in: Bernecker, Walther L. (Hrsg.): *Spanien heute. Politik, Wirtschaft, Kultur*. 5., vollständig neu bearbeitete Auflage, Frankfurt am Main: Vervuert, 423–441.
- Rajewsky, Irina O. (2002): *Intermedialität*, Tübingen / Basel: Francke.
- Ramos, Fernando (2007): „El secuestro de *El Jueves* y las injurias periodísticas a la corona, un injustificable ataque a la libertad de expresión“, *Ámbitos* 16, 151–186. (im Netz auf <http://grupo.us.es/grehcco/ambitos_16/09ramos.pdf>).
- Roca, Paco (2010): *El invierno del dibujante*, Bilbao: Astiberri.
- Rosa, Isaac (2011): „¿Recortes? ¡Defendamos la lengua!“, *Público*, 14.9., 8.
- Sánchez, Sergi (2009): „Programa doble para un cine incierto“, in: Gracia, Jordi / Ródenas de Moya, Domingo (eds.): *Más es más. Sociedad y cultura en la España democrática, 1986–2008*, Madrid: Iberoamericana, 121–151.
- Scholz, Annette (2005): *Joven Cine español de Autores. Der zeitgenössische spanische Autorenfilm zwischen Industrie und Kunst*, Berlin: Wissenschaftlicher Verlag.
- Seim, Roland (2008): *Kruzifix! Blasphemie in der Popkultur* (veröffentlicht auf <<http://www.telos-verlag.de/seiten/ibkamuenchen.htm>>).
- Todd, Emmanuel (1990): *L’invention de l’Europe*, Paris: Éditions du Seuil.
- Weinrich, Harald (1964): *Tempus. Erzählte und besprochene Welt*, Stuttgart: Kohlhammer.

- Hartmut Nonnenmacher, Albert-Ludwigs-Universität, Romanisches Seminar, Platz der Universität 3, D-79085 Freiburg im Breisgau, <hartmut.nonnenmacher@romanistik.uni-freiburg.de>.

Resum: La primera part d'aquesta contribució es dedica a les característiques de la revista satírica i humorística *El Jueves*, creada l'any 1977 i publicada a Barcelona. En comparació amb els seus equivalents a França i Alemanya –*Le canard enchaîné* i *Titanic*– el periòdic espanyol conté la quantitat més elevada d'elements visuals i menys continguts textuals, i també hi trobem el nombre més elevat de còmics. La segona part de l'article analitza la manera com es presenten en *El Jueves* el nacionalisme català i els catalans en general. De tant en tant la revista utilitza elements humorístics basats en estereotips regionals però sempre manté una posició d'equidistància vers els nacionalismes espanyol i català, intentant per aquest posicionament de minvar els conflictes que poden resultar de l'enfrontament d'aquests corrents nacionalistes. ■

Summary: The first part of this contribution focuses on the characteristics of the Barcelona-based magazine of humor and satire, *El Jueves*, which was founded in 1977. Compared to its French and German counterparts – *Le canard enchaîné* and *Titanic* – this Spanish magazine has a particularly high level of visual content in relation to script and also contains the greatest amount of comic strips. The second part discusses the way Catalan nationalism and Catalans in general are portrayed in *El Jueves*. Occasionally the magazine resorts to humor based on regional stereotypes but still maintains an equidistant position to both Spanish and Catalan nationalism, in an attempt to deflate the conflicts brought about by the clash of these different nationalistic elements in Spain. [Keywords: *El Jueves*; *Le canard enchaîné*; *Titanic*; magazine of humor and satire; comic strips; stereotypes about Catalans; Spanish humor based on regional stereotypes] ■