

Indholdsfortegnelse

1. Indledning	3
2. Begrebsafklaring	5
2.1. Hitlertainment	5
2.1.1. Dæmoniseringen af Hitler	5
2.1.2. Banaliseringen af Hitler	6
2.1.3. Ambivalensen over for Hitler	8
2.1.4. Ubehaget ved Hitler	10
2.2. Vergangenheitsbewältigung	11
3. Teori	13
3.1. Det kulturelle ikon og icon-work	13
3.2. Populærkultur og Spaßgesellschaft	16
3.3. Erindringskultur	18
3.3.1. Kulturel hukommelse	20
3.3.2. Social hukommelse	20
3.4. Udviklingen af Hitler-humor	21
3.5. Humor og satire	25
4. Metode	27
4.1. Hermeneutik	27
4.2. Fortællerforhold og jeg-fortæller	27
4.3. Fremstillingen af Hitler	29
4.4. Tidsperspektivet	29
4.5. Humor i romanen	30
4.6. Satire	30

4.7.	Erindringskultur	30
4.8.	Hitler som ikon	31
5.	Analyse	32
5.1.	Hitlersketcher	32
5.1.1.	<i>Obersalzberg - Sport</i>	32
5.1.2.	<i>@therealfuehrer - Haul Hitler BDFM-Einkauf</i>	35
5.1.3.	<i>Delkonklusion</i>	37
5.2.	Forfatteren Timur Vermes	38
5.3.	Resume af romanen <i>Er ist wieder da</i>	38
5.4.	Fortællerforholdet	39
5.5.	Fremstillingen af Hitler	42
5.6.	Tidsperspektivet	44
5.7.	Humor i romanen	45
5.8.	Satire i romanen	47
5.9.	Ikonet Hitler	50
5.10.	Erindringskultur	52
5.10.1.	<i>Erindringskultur i Er ist wieder da</i>	52
5.10.2.	<i>Udgivelsen af Er ist wieder da</i>	55
6.	Samtidsbillede	58
7.	Konklusion	61
8.	Litteraturliste	63

1. Indledning

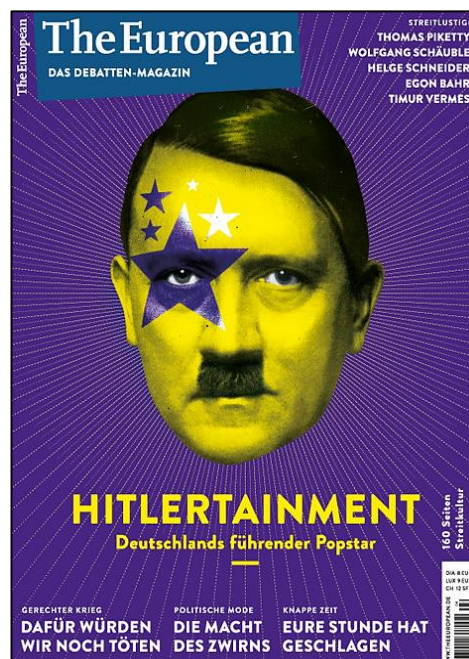
Navnet, der kan starte adskillelige diskussioner om etik, humor og fortiden: Adolf Hitler. Nogle diskussioner omhandler spørgsmålet: Hvordan kan man grine af en person, der har ført så megen ondskab med sig i verdenen? Hitler burde blive foragtet og langt fra blive grint af. Trods kendskabet til Hitlers gerninger og konsekvenserne af dem, bliver han stadig brugt i flere sammenhænge og det er anvendelsen af Hitler, der skaber spørgsmålene: Hvorfor gør man stadig brug af Hitler? Og hvorfor oplever vi, at det at gøre grin med Hitler er morsomt?

Adolf Hitler har siden sit indtog i politik i 1920'ernes Tyskland skabt sig stor omtale i såvel Tyskland som i resten af verdenen. Hitlers ideologi bar præg af stærke holdninger, der havde radikale konsekvenser for dem, som ikke passede ind i hans ideologi. Hitler er både i og efter sin levetid blevet udsat for forskellige former for satire og kritik, hvor eksempler som Charlie Chaplins berømte film *The Great Dictator*, webtegneserien *Hipster Hitler* og tegneserien *Adolf. Äch bin wieder da!* af Walter Moers kan nævnes. Disse er kun nogle enkelte eksempler på brugen af Hitler inden for satire blandt adskillelige tilfælde, som kan pålægges en tendens inden for populærkulturen, hvor Hitler optræder som et ikon, der laves sjov med. Hitler har som ikon optrådt i forskellige medier såsom bøger, film, tv-serier, tegneserier, reklamer et cetera, hvor han bliver benyttet som et led i underholdning. Eksempelvis blev Hitler brugt i en reklame for kondomer, hvor Hitlers klassiske sideskilling og det lille overskæg blev placeret på en sædcelle for at angive, at ved brug af et kondom, kan man undgå endnu en Adolf Hitler. Hitler er som ikon særdeles karikeret med sideskilling og det smalle overskæg, hvilket bliver benyttet i adskillige sammenhænge og der forekommer en generel forståelse om, at hvis disse to elementer forekommer sammen, er der tale om Adolf Hitler.

Den historiske person Adolf Hitler blev født d. 20. april 1889 og døde d. 30. april 1945, 56 år gammel. Inden for dette tidsspand gik han fra at være en simpel mand til at være det Tredje Rigets kansler (Haffner 1978, 7). Hitler levede et distanceret liv, hvor tilnærmelsesvis ingen kom tæt ind på ham og hvor kærligheden til kvinder ikke spillede en større rolle. Hitler er en person i verdenshistorien, der viste meget lidt tegn på menneskelighed, siden han ikke havde nære relationer og han havde overlegne og nedladende forhold til kvinder. Denne mangel på menneskelighed har givet anledning til den efterfølgende dæmonisering af Hitler (ibid., 12). Krigen tog hårdt på Hitlers helbred og efter attentatet d. 20. juli 1944 udtalte han sig:” Wenn mein Leben beendet worden wäre, wäre es für mich persönlich, das darf ich sagen, nur eine Befreiung von Sorgen,

schlaflosen Nächten und einem schweren Nervenleiden gewesen“ (ibid., 32). Et år herefter havde Hitler problemer med at holde fronterne og i forbindelse med den tabte krig valgte han d. 30. april 1945 at tage sit eget liv (ibid., 31).

For at tyde Hitlertainment fænomenet og Hitlers rolle som et led af fin- og populærkulturen udgav debatmagasinet *The European* i 2014 sit fjerde nummer under titlen *Hitlertainment. Deutschlands führender Popstar*. På forsiden er et billede af Adolf Hitler, der skal lede tankerne hen imod opfattelsen af Hitler som en moderne popstjerne i Tyskland (Pfeffer 2014, 61). Ud over denne opfattelse er der et negativt ladet synspunkt på Hitler, hvor han forekommer som personificeringen af det onde. Debatten rejser spørgsmålet om, hvad det egentlig fortæller om det tyske samfund, når Hitler bruges som en dukke i populærkulturen?



<http://kiosk.theeuropean.de/products/hitlertainment-4-2014>

Der er en distinkt ambivalens i fremstillingen af Hitler, da den svinger imellem forsøget på en historisk præcis fremstilling på den ene side og en humoristisk fremstilling til benyttelse i populærkulturen på den anden, hvorfor debatten i *The European* forsøger at udrede, hvad ambivalensen fortæller om tyskerne (ibid.).

Til trods for sin officielle status som død genopstår Adolf Hitler i Timur Vermes' roman *Er ist wieder da* (2012). Romanen fortælles ud fra Hitlers synspunkt og denne måde at bruge Hitler som fortæller er en nyere vinkel og input til Hitlertainment. Timur Vermes' anvendelse af Hitler-ikonet er interessant at undersøge, da romanen falder inden for både populærkulturen såvel som den tyske erindringskultur, hvilket vil være undersøgelses-feltet i denne opgave, hvortil følgende problemformulering er udformet: **På hvilken måde kan fremstillingen af Hitler-ikonet i romanen *Er ist wieder da* af Timur Vermes, blive opfattet som et opgør med Hitlertainment?**

2. Begrebsafklaring

I dette kapitel redegøres for fænomenerne Hitlertainment og Vergangenheitsbewältigung, der begge er væsentlige for undersøgelsen af romanen *Er is wieder da*. Det er relevant at undersøge fænomenet Hitlertainment i Timur Vermes' roman, da han forsøger at gøre op med dette fænomen. Vergangenheitsbewältigung benyttes, da der ud fra romanen kan stilles spørgsmålstejn ved fænomenets succes i det tyske samfund. Begge fænomener refereres til på deres originalsprog, da der i en oversættelse kan opstå en ikke ønsket forstyrrelse, hvorfor de forekommer på tysk og vil refereres således i resten af specialet.

2.1. Hitlertainment

Debatmagasinet *The Europeans* fjerde udgave fra 2014 "Hitlertainment. Deutschlands führender Popstar" vil blive benyttet til at skabe et fundament for det videre arbejde med fænomenet. I de følgende afsnit vil de respektive artikler fra magasinet indgå i en tematisk gennemgang af debatten med følgende tematikker; dæmoniseringen af Hitler, banaliseringen af Hitler, ambivalensen over for Hitler og ubehaget ved Hitler.

2.1.1. Dæmoniseringen af Hitler

Dæmoniseringen af Hitler har fundet sted i adskillige årtier og siden Hitlers vej til magten er han blevet fremstillet som en djævel eller dæmon. Fremstillingen af Hitler som noget ondt er blevet den traditionelle fremstilling og anskuelse af ham. I nyere tid er der opstået et modstykke til denne fremstilling af Hitler, hvor han bliver menneskeliggjort frem for dæmoniseret. Menneskeliggørelsen af Hitler kunne opleves i Oliver Hirschbiegels film *Der Untergang* fra 2004, hvor Hitler blev vist fra en personlig og svækket vinkel.

Opførelsen af Hitler-monsteret stiller journalist og forfatter Timur Vermes sig kritisk over for i sit debatindlæg "Das Monster von nebenan" (2014). Ifølge Vermes eksisterer to sideløbende versioner af Adolf Hitler, hvor der på den ene side eksisterer den historiske person Adolf Hitler og på den anden side eksisterer en såkaldt medie-Hitler. Den sidstnævnte version af Hitler bliver dæmoniseret og han skal derfor bære skylden for det Tredje Rige og Holocaust i stedet for den historiske person Adolf Hitler (Vermes 2014, 64). Journalisten Daniel Erk er enig i Vermes' opfattelse af de to versioner af Hitler, hvor han tilføjer, at den nyere version af Hitler er som et spøgelse: "Ein medialer Wiedergänger, dem jede Widersprüchlichkeit genommen wurde" (Erk 2012, 10). Medie-Hitler er opstået som et produkt af det tyske skyldsspørgsmål og bruges til underholdning inden for populærkulturen. Skylden for Anden Verdenskrigs grusomheder skulle ifølge blandt andre 68-generationen placeres hos nogen, hvilket Vermes opstiller sådan: "Von

2,5 Millionen entnazifizierte Personen wurden gerade mal 1,4 Prozent als Hauptschuldige identifiziert – auf diese Menge konnten sich Alliierte und Deutsche problemlos einigen. Die Verantwortung lag also bei diesen 1,4 Prozent, und der Superskurke war Hitler” (Vermes 2014, 64). Hitler er blevet superskurken i forbindelse med krigen og der har været en ansvarsforskubelse fra tyskernes side, da de har projiceret skylden over på skurken Hitler. Tyskernes udsagn om at Hitler havde udført de frygtelige gerninger står som springbræt til den dæmoniserede Hitler, der eksisterer i dag.

Dæmoniseringen af Hitler kan forekomme i forskellige aspekter af hverdagen. Det kan forekomme i respektive medier, reklamer, vittigheder, men også i folks frygt. Ifølge Vermes fungerer dæmoniseringen som et hjælpemiddel for frygten og skammen i tyskernes bevidsthed, da dæmoniseringen har været med til at sikre, at tyskerne atter kunne se hinanden i øjnene og koeksistere efter krigen (ibid.), hvorfor Hitler kan forstås som en sydebuk. Fremstillingen af Hitler som et monster har været med til at muliggøre Hitlertainment, fordi ”Hitler ist als Erzählfigur, als ’größter Massenmörder der Geschichte’, als ‚das personifizierte Böse‘ verwendbar, weil wir genau wissen, dass es in der Realität keine Menschen gibt, die böser wären“ (ibid.). Hitler står som den ondeste person i verdenshistorien og ved andre ondsindede personer er det ikke et spørgsmål om, hvor onde de er, men nærmere et spørgsmål om, hvor meget Hitler de er. Dette kan forklares som en form for Hitler-barometer i forhold til, hvor meget personens handlinger er lig med Hitlers ondskab.

Opfattelsen af Hitler som et monster er nært forbundet med Tysklands bearbejdelse af fortiden, da Hitlers ideologi førte til Holocaust, hvilket er et både centralt og ømt emne inden for den tyske erindringskultur. 68er-generationen krævede i sin tid svar på deres spørgsmål om det Tredje Rige, men trods svar på deres spørgsmål er dæmoniseringen stadig blevet tilbage. Vermes understreger problemet ved at bevare Hitler-monsteret i tyskernes bevidsthed således, at hvis der fortsættes med dæmoniseringen af Hitler, vil dæmoniseringen torpederede bearbejdelsen af fortiden. Frygten for Hitler er stadig tilstedeværende og denne frygt skaber et ubehag ved Hitlertainment, der indikerer, at bag Hitler-humor findes intet morsomt (ibid., 65).

2.1.2. Banaliseringen af Hitler

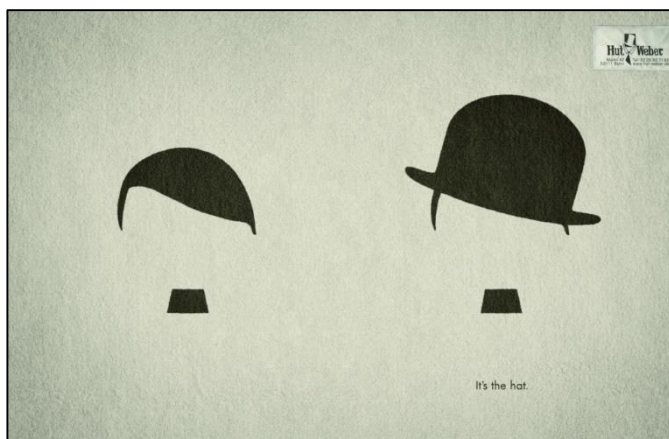
Som modstykke til dæmoniseringen bliver banalisering af Hitler brugt i større grad, hvorfor Helmut Ortner (2014) beskriver banaliseringen som en katalysator for opfattelsen af Hitler som en popstjerne (Ortner 2014, 62). Banaliseringen af Hitler forekommer eksempelvis i Dani Levys film *Mein Führer – Die wirklich wahrste Wahrheit über Adolf*

Hitler fra 2007. Fremstillingen af Hitler i filmen eksemplificerer den lettere tilgang til både Hitler samt nationalsocialismen. De historiske hændelser, såsom propagandaen eller nationalsocialisternes forbrydelser, bliver komprimeret, simplificeret og tilsløret for at kunne gøre Hitler og nationalsocialismen let sælgelig (ibid.). Ønsket om at gøre Hitler sælgelig er et bevis på banaliseringen og ydermere et bevis på Hitlers tilhørsforhold til konsumkulturen inden for populærkulturen (ibid.). Når Hitler bruges til underholdning er „Diese Banalisierung des Bösen (...) nicht bloß ein Nebeneffekt, der zwangsläufig passiert, wenn man so komplexe Geschehnisse wie Nationalsozialismus und Holocaust auf 90 Kino-minuten, eine Zeitungsseite, eine Pointe oder eine Stunde Fernsehen zusammenstreichen muss“ (Erk 2011, 10). Komplexiteten vedrørende Hitler og det, der ligger bag ham i forhold til historie og bearbejdelsen af den er svær at få reduceret til en forstående og sammenhængende helhed. Banaliseringen af Hitler modtages som en mulighed for tyskerne til at konversere frit om skylden og skammen i forhold til det usigelige ved Anden Verdenskrig.

Som tidligere nævnt er Hitler ikke længere kun den historiske person, men også en medialiseret Hitler, der kan ses som et led af populærkulturen og ifølge Ortner er han ”zur popkulturellen Ikone des Bösen mutiert” (Ortner 2014, 62). Dette vil sige, at Hitler-ikonet igennem populærkulturen er forvandlet til det onde selv og igennem banalisering står ikonet som hovedansvarlig for Holocaust og som ansigtet udadtil for det national-socialistiske styre. Chefredaktøren fra satiremagasinet *Titanic* har udtalt sig, at deres udgivelser sælger bedre, hvis Hitler kommer på forsiden. Heri bliver Hitler benyttet til enten samfundskritik eller til at lave sjov med det nuværende samfund (Starck 2014, 66). Michelle Starcks afsluttende kommentar til Hitlers rolle i konsumkulturen er, at ”Hitler ist eine Marke und ein Markt. Beides garantiert Umsatz” (ibid.), hvilket viser, at Hitler har opnået en anden dimension end sin hidtil politiske karriere. For når Hitler garanterer salg bliver han i større grad inddraget i reklamebranchen, hvor der er flere eksempler på brugen af Hitler i reklamer. Disse reklamer har oftest et budskab, som skal på simplest vis indikere, at her er tale om en afskyelighed, hvilket opnås nemt igennem den minimalistiske form af Hitler-ikonet: En sideskilning og et smalt overskæg.

En anden måde at benytte Hitler-ikonet er enten i sketcher eller i parodier. For at skabe en succesfuld sketch eller parodi på Hitler skal de almen kendte karakteristika af hans personlighed og udseende inddrages, da modtageren nemt skal kunne genkende ham. Eksempelvis er det rullende ”R” en essentiel del af en Hitlersketch og ydermere er Hitlers gestik og mimik nødvendige for at opnå en autentisk fremførelse af Hitler.

Orich & Strzelczyk mener, at Hitler-humor bliver brugt til både at underholde og til at chokere, hvilket kunne ses i forbindelse med den tyske hatteproducent Hut Webers reklame fra 2008.



(Erk 2012, 90)

Hut Weber brugte den minimalistiske form af Hitler-ikonet med en sideskilling og et overskæg, for ved siden af at have det samme ikon med en bowlerhat. Dette ikon skulle lede tankerne hen imod Charlie Chaplin og under Chaplin-ikonet stod sloganet "It's the hat". Formålet med sloganet var at vise, at "ein Hut den Gesamteindruck eines Menschen grundlegend verändere" (Erk 2012, 90) og chokfaktoren i reklamen opstår ved brugen af Hitler-ikonet. Erk opstiller tre faktorer, der ligger til grund for benyttelsen af Hitler i reklamer: For det første er Hitlers kendetegn nemt genkendelige; en sideskilning og det lille overskæg. For det andet, stort set alle verdenen over ved, hvem Adolf Hitler er og hvad han stod for og for det tredje, fordi han står som det ultimative onde (ibid., 91). Hvis alle tre faktorer er opfyldt ved personen, som ser reklamen, vil de være med til at chokere, vække afsky og måske endda få personen til at se det humoristiske i reklamen, hvilket dog varierer fra person til person.

2.1.3. Ambivalensen over for Hitler

De to førnævnte fænomener står som to poler i tyskernes opfattelse af Hitler og har medført en ambivalens, hvor der veksles imellem benyttelsen af "den onde" eller "den sjove" Hitler.

Det nutidige forhold til Hitler er præget af en fascination af det onde ved ham, men fascinationen har også et truende element, der kommer til udtryk igennem de historiske hændelser. Vekslen imellem fascinationen og det truende ved Hitler fører til ambivalensen siden tyskerne "wollen nichts mit ihm zu tun haben und können uns doch

nicht davon abwenden. Wir wünschen es aus unserer Welt und benötigen doch seine Anwesenheit” (Ortner 2014, 63). Ambivalensen er ydermere præget af vekslen imellem følelsen af afsky over for Hitler og ønsket om at benytte ham i humoristiske sammenhænge, hvilket Barbara Zehnpfennig forholder sig kritisk til i sit debatindlæg ”Der Hitler in uns” (Zehnpfennig 2014, 68). Hadet til den historiske person Hitler er stærkt og tyskerne har et ønske om at kunne lade Hitler være blot en del af historien, men det tilbagevendende had til ham er også med til at sikre hans tilstedeværelse i deres bevidsthed (ibid., 69). En foregående debat i Tyskland kan være med til at eksemplificere den tyske ambivalens over for Hitler. I 2014 blev der debatteret om, hvorvidt Adolf Hitlers bog *Mein Kampf* skulle blive gentrykt eller ej, da den bayerske stat ville miste sine rettigheder til bogen (Ortner 2014, 62). Der var en frygt i forbindelse med en genudgivelse af bogen,

So gefährlich scheinen die in ihm niedergelegten Gedanken zu sein, dass jeder möglichen Kontamination des Lesers durch die Gedankenwelt Hitlers mittels staatlichen Verbots vorgebeugt werden muss. Diese Angst vor der dämonischen Verführung, die von dem Buch ausgehen könnte, verträgt sich nun allerdings schlecht mit der Banalität, die ihm andererseits attestiert wird (Zehnpfennig 2014, 68-69).

Ambivalensen kommer til udtryk ved de forskellige meninger om bogen, da man så en mulig djævelsk forførelse ved en genudgivelse af *Mein Kampf* og forførelsen bliver bekæmpet med den førnævnte banalisering og ifølge Zehnpfennig ”wäre [es] schön, wenn man sich hier einmal entscheiden könnte. Entweder ist das Buch dumm und ungefährlich, oder es ist raffiniert und brandgefährlich“ (ibid., 69). Der bør gøres op med, hvor farlig bogen egentlig er og om det overhovedet er farlig. For imellem linjerne sættes der ikke kun spørgsmålstejn ved bogen, men også ved tyskerne, hvor Zehnpfennig mener, at ”Dieser Spuk hat schnell wieder vorbei zu sein, wollen wir uns nicht dem Verdacht aussetzen, aus der Geschichte nun aber auch nichts gelernt zu haben“ (ibid., 68). Spørgsmålet er om tyskerne har lært nok af historien, således de ikke atter bliver forført af Hitler igennem bogen, hvilket hun mener tyskerne har. Debatten gik på bogens genudgivelse eller ej. Det bør her nævnes, at bogen er blevet genudgivet med kommentarer dertil.

Den egentlige grund til ambivalensen er stadig uklar, men der ligger muligvis et ønske om en tysk national stolthed bagved. Tyskland vil gerne passe ind sammen med de andre europæiske lande, som hver især kan fremstå som stolte nationer, men dette forbyder tyskerne dem selv og holder fast i fortiden:” Denn bei den Deutschen, so die unterschwellige, durch Hitler scheinbar bestätigte Suggestion, wendet sich das Nationale gleich ins Verbrecherische. Dieses Verbrecherische ist andererseits wieder von einsamer

Größe, es ist das Böseste, was die Welt je sah” (ibid.). Når tyskerne holder fast i fortiden, bliver den nationale stolthed koblet sammen med noget forbryderisk, eftersom tyskerne sidst havde en udbredt national stolthed under det Tredje Rige. Det har været en nødvendighed at foragte denne negative indstilling til fortiden og ved at latterliggøre Hitler, bliver det nemmere for tyskerne at bekæmpe det negative og tilmed skabe en distancering til deres fascination af Hitler (ibid.).

2.1.4. Ubehaget ved Hitler

Den sidste tematik inden for Hitlertainment er ubehaget, som ligger under overfladen på Hitler-humoren. Hitlertainment er et fænomen, som henviser til brugen af Hitler i en underholdende kontekst og Hitler-ikonet kan blive brugt på forskellig vis. Det kan være en tv-udsendelse om Hitler af Guido Knopp eller Hitlers medvirkende i den amerikanske tv-serie *The Simpsons*, men bag de forskellige optrædener ligger noget ubehageligt for adressaten. Fremstillingerne af Hitler kan variere: Eksempelvis vil en udsendelse af Guido Knopp forsøge at fremstille et så historisk korrekt billede af Hitler som muligt, hvorimod brugen af Hitler i *The Simpsons* vil være for at latterliggøre Hitler. Ubehaget opstår hos adressaten, da han er klar over, hvad der gemmer sig bag Hitler-ikonet. Det er nemlig den barske realitet om Holocaust, som på sin vis forskubbes, men dog stadig ligger i adressatens bevidsthed.

Starck (2014) stiller sig kritisk over for brugen af Hitlersketcher, da Hitler til tider bliver brugt i sketcher, der kompromitterer de svage i samfundet, hvilket efterfølgende sælges som Hitler-satire (ibid., 67). Når de svage i samfundet bliver sammenlignet med minoriteterne fra Hitlers tid (jøderne, de homoseksuelle, de psykisk syge blandt andre), bliver det grusomme fra fortiden koblet sammen med problemer fra samtiden, hvilket skaber et ubehag hos tilskueren. Minoriteterne blev sendt til koncentrationslejre og blev dræbt og det er denne skæbne, som Starck finder forkert at sammenkoble i samtidens Hitler-sketcher. Starck er af den holdning, at Hitler ikke bør blive brugt til underholdning, da hun ikke finder det muligt at kunne adskille Holocaust fra Hitler. Der vil altid være nogle historiske træk i sketcherne, som ikke er helt stuerene og det er netop dette Starck finder problematisk og mener efterlader en grim bismag hos den enkelte tilskuer (ibid.).

I relation til dæmoniseringen af Hitler-ikonet er Hitler igennem tiden blevet mere utroværdig, hvilket skal forstås således, at hvordan Hitler egentlig var som person, bliver ændret i popkulturelle sammenhænge. Timur Vermes er af den overbevisning, at Hitler er på vej til at blive en politisk spotskurk, men ”Hitlertainment löst noch ein besonderes Unbehagen aus” (Vermes 2014, 65). Ubehaget kommer til udtryk på forskelligvis, hvoraf

en af de mest fremtrædende er diskussionen om man egentlig må bruge Hitler i humoristiske sammenhænge? Et eksempel hertil er Dany Levys film *Mein Führer – die wirklich wahrste Wahrheit über Adolf Hitler*, hvor Hitler blev brugt på en humoristisk og nedladende måde, hvortil spørgsmålet ”må man det?” blev knyttet. Bag spørgsmålet ligger et komplekst forhold til fortiden, der stadig bearbejdes af tyskerne og ”Das Unbehagen am Hitlertainment kommt, weil wir ständig an die Verbrechen erinnert werden – und an deren unzureichende Aufarbeitung” (ibid.). Så længe Hitler bliver brugt til underholdning vil hans gerninger være i tyskernes bevidsthed, hvilket er med til at sikre følelsen af et ubehag.

2.2. Vergangenheitsbewältigung

I efterkrigstiden var det svært for tyskerne at diskutere og tale om det Tredje Rige og Holocaust, hvilket i de efterfølgende 25 år førte til en tavshed omkring emnet grundet en dårlig samvittighed og ydermere skulle der gøres op med udsagnet ”Davon haben wir nicht gewusst” (Großbölting 2013). Der er forbundet noget ubehageligt med det Tredje Rige og det var først i 1970’erne at tavsheden blev brudt ved blandt andet 68’er-generationens kritik af deres forældregeneration og ved spørgsmål om forældrenes rolle i det Tredje Rige. Begrebet *Vergangenheitsbewältigung* opstod for at tyskerne skulle kunne bearbejde og diskutere Tysklands fortid, der indtil da var blevet forholdt tavs. Formålet med *Vergangenheitsbewältigung* er ”die Überwindung einer schmerzhaften Erinnerung um einer gemeinsamen und freien Zukunft willen” (Assmann 2006, 71). Netop denne bearbejdelse af den svære fortid spillede en stor rolle i både offentlige samt private diskurser i BRD i tidsperioden 1945-90, hvorimod i det tidligere DDR var der en afstandtagen til fortiden med et fokus på det socialistiske styres fremtid (Orich & Strzelczyk 2011, 298). Det opsplittede Tyskland blev bredt anset som straffen for nationalsocialisternes kriminelle handlinger under Anden Verdenskrig og ved Tysklands forening blev en form for frygt over for et stærkt og samlet Tyskland skabt, der måske ville glemme sin nationalsocialistiske fortid i den opståede genforeningsrus (Fischer and Lorenz 275; Niven 4 if. Orich & Strzelczyk 2011, 298). I den efterfølgende tid for Tysklands forening opstod forskellige ophedede debatter vedrørende den nu samlede forståelse og bearbejdelse af den tyske fortid, da der udkom kontroversielle bøger, film, udstillinger osv., deriblandt filmen *Schindler’s List* (1993) og Daniel Goldhagens bog *Hitler’s Willing Executioners* (1996), som var med til bearbejde den tyske fortid og særdeles tyskernes forhold til det Tredje Rige (Orich & Strzelczyk 2011, 298).

At grine af Hitler er for flere medlemmer af krigsgenerationen en provokation,

hvorimod den 68'er-generation, som ikke havde været en del af det Tredje Rige, havde en større distance til problematikken og oplevede derfor i mindre grad at være behersket af kulturelle og morale afgrænsninger (ibid., 299). Provokationen var også med til at skabe et nyt billede af tyskerne, som et "democratic and liberal society in which the Nazi past and its lessons continue to shape present-day culture and national identity within a newfound "normality," which displays a new confidence in the nation's efforts to define itself and its past" (ibid., 300). Dermed ment, at den nationalsocialistiske fortid og bearbejdelsen af den har været med til at skabe et demokratisk og liberalt samfund, samt et nyt forhold for tyskerne til deres nationalitet.

Den tysk-tyrkiske komiker Serdar Somuncus karbaretshow *Aus dem Tagebuch eines Massenmörders – Mein Kampf* fra 1996 latterliggjorde Hitler og spillede en afgørende rolle i forhold til dannelsen af den lettere og humoristiske tilgang til Hitler (ibid., 309). Humor blev brugt som et stærkt medium for at inddrage tredje generationen i debatten om Vergangenheitsbewältigung (ibid.). Somuncus holdning til Hitler-humor er således, at humor og latter skal generere en dybere indsigt i den nationalsocialistiske ideologi og hertil tilføjer han, at "Hitler plus Macht ist grausam, aber Hitler minus Macht ist eine Komödie" (ibid., 310). Dermed ment, at det er nødvendigt at bearbejde Hitler og hans arv igennem latter, for at Tyskland kan løsrive sig fra deres fortid.

I tiden efter Anden Verdenskrig og fremadrettet er Hitler blevet opfattet som det absolutte onde, derfor har det været anset som nærmest forræderisk at have positive opfattelser af Hitler (Nolte 2014, 70). Nolte pointerer, at Hitler gjorde noget godt for Tyskland trods den nutidige opfattelse af, at han kun førte ondskab med sig. Hitler var med til at samle et splittet Tyskland efter Første Verdenskrig og han var med til at ophæve bestemmelserne i Versaillestraktaten (ibid.). Nolte mener, at bearbejdelsen af historien har været med til at skabe en forståelse for, at det Hitler gjorde for Tyskland også havde en positiv betydning for et splittet Tyskland. Der opstod dog et tabu i Tyskland kort tid efter nederlaget under Anden Verdenskrig i henhold til Hitler, hvor han førhen blev set som en befrier, til efterfølgende at være den mest forhadte person i historien (ibid.). Igennem Vergangenheitsbewältigung valgte tyskerne at hellige sig til udsagnet "du darfst nicht vergessen", hvilket var med til at skabe spørgsmålene om skyld og forpligtigelse over for fortiden (Großbölting 2013).

3. Teori

I dette kapitel vil der som udgangspunkt være gennemgang af teorier, der skal understøtte det videre arbejde med romanen *Er ist wieder da* (2012). Hertil vil Bent Sørensen og Helle Thorsøe Nielsens forklaring på kulturelle ikoner og icon-work benyttet for at skabe baggrund for videre analyse af Hitler-ikonet. Som en videreførelse af ikon teorien vil der være en gennemgang af populærkulturen og Spaßgesellschaft til at underbygge forståelsen af romanen og Hitlertainment som dele af populærkulturen. Aleida Assmanns teori om hukommelse og erindring bliver benyttet for at understøtte analysens vinkel på romanen som et led af den tyske erindringskultur. Som optakt til afsnittet om humor forekommer en ganske kort gennemgang af Hitler-humorens udvikling, hvorefter benyttelsen af humor vil blive forklaret ud fra John Morrealls opfattelse af dette. Som en afrunding på teorikapitlet vil der være en teoretisk gennemgang af satire ud fra Megan LeBoeufs tre satirekriterier.

3.1. Det kulturelle ikon og icon-work

I artiklen „Cultural Iconity – An Emergent Field“ (2015) fra tidsskriftet Akademisk Kvarter beskæftiger Bent Sørensen og Helle Thorsøe Nielsen sig med begrebet kulturelt ikon. Deres beskrivelse af et kulturelt ikon er som følger:

A commercialized, yet sacralized visual, aural or textual representation anchored in a specific temporal/historical and spatial/geographical context, broadly recognized by its recipients as having iconic status for a group of human agents within one or several discursive fields/communities (Sørensen & Nielsen 2015, 6).

Dette vil sige, at ikoner bliver fremstillet kommercielt som tekster, simplificerede billeder og lydige repræsentationer (Sørensen 2006, 2). Et sakraliseret ikon er ophøjelsen og idealiseringen af ikonet, hvilket har den virkning, at ikonets positive sider trækkes frem.

I forhold til kulturelle ikoner er det relevant at spørge, hvorfor vi har dem og hvad de udtrykker. Sørensen (2006) forklarer behovet for ikoner som ”an expression of our longing for something beyond our own subject-hood, a desire to idolise. This need is no longer fulfilled in traditional religious ways, but has become transferred onto other manifestations of the extraordinary” (ibid., 2-3). Ikonerne bliver idoliseret og på sin vis tilbudt som man indenfor religion tilbeder guder, men siden sekulariseringen og religions mindre betydning i samfundet, er vi nødt til at finde noget andet og/eller andre at tilbede og idolisere, hvor kulturelle ikoner overtager rollen som det tilbudte.

I forhold til Adolf Hitler har dæmoniseringen af ham haft indvirkning på opfattelsen af Hitler-ikonet, hvorfor ikonet ikke udelukkende kan blive opfattet som et positivt ikon, men snarere som en idealisering, der udtrykker sig igennem Hitlers personificering som

det onde. De kulturelle ikoner opnår deres status som ikon på forskellige diskursive områder, hvilket vil sige, at individer forstår ikoner ud fra deres kulturelle kontekster. En del af det kulturelle ikon kan bestå af visuelle komponenter eller illustrationer af almenkendte karakteristika (Sørensen & Nielsen 2015, 8). Et eksempel på denne form kan være Adolf Hitlers smalle overskæg eller en sideskilning, der begge er klassiske symboler på ham. Desuden kan andre aspekter, såsom et objekt, et fænomen, et sted, repræsentationer af en person eller en historisk epoke/ tidspunkt, have indflydelse på, hvordan det kulturelle ikon udformer sig (ibid., 6).

Ifølge Claus Leggewie mobiliserer ikoner ”kollektive Affekte, binden öffentliche Aufmerksamkeit und modellieren individuelle und kollektive Erinnerungen“ (Leggewie 2009, 9-10). Hermed menes, at ikoner kan vække kollektive følelser ved individer, hvor en samlet gruppe har det samme billede og opfattelse af et bestemt ikon. Ikoner har både en kollektiv og en individuel indflydelse, hvilket derfor sikrer fælles erindringer som en gruppe, samt som individ. Ikoner har disse egenskaber, eftersom de bliver vist i et bredt omfang og ofte på intensiv og vedvarende vis, hvilket forekommer, fordi ikoner ofte bliver genkendt (ibid.).

Det kulturelle ikon Adolf Hitler er letgenkendeligt i flere dele af verdenen og i sin minimalistiske form består ikonet af en mørk sideskilning og et smalt overskæg. Hitler-ikonet er så karakteristisk, at der ikke er behov for de ydre liggende aspekter, som egentlig bliver forbundet med Hitler, såsom hagekorset eller at heile. På romanens forside er Hitlers billede blevet brugt i en minimalistisk form med den klassiske sideskilning, hvor hans overskæg bliver dannet via ordene i titlen. En anden måde, hvorpå romanen spiller sammen med ikonet Hitler er prisen på romanen i Tyskland, som lyder på 19,33 euro. Der refereres her til året, hvor Hitler kom til magten og skaber derfor en sjov sammenhæng mellem historien og ikonet.

Ved brugen af det kulturelle ikon gør forbrugeren det, man kan kalde *icon-work*. Sørensen definerer icon-work som “an interactive process, which allows anyone to become a textual agent or producer, to manipulate existing iconic textual images, or create new additions to the bank of already existing iconic representations of a given cultural icon” (Søren 2007 if. Sørensen & Nielsen 2015, 6), hvilket vil sige, at alle kan tilføje elementer til et kulturelt ikon, alle kan være med til at forme ikonet og alle kan sætte ikonet sammen med stadig andre kontekster. I processen fra at have eksempelvis Hitler som en person til et kulturelt ikon, mister personen kontrollen over sit eget billede (Sørensen 2006, 1). Derfor har ingen individer bestemmelsesret over tilføjelser til eller fortolkninger af ikonet. I analysen undersøges der, til hvilket formål Timur Vermes

benytter Hitler-ikonet; vil han genfortolke ikonet eller forsøger han at ødelægge det?

Ikonet befinder sig i en kontekst, dette kan eksempelvis være det tyske samfund, hvor der igennem icon-work kan forekomme en kritik af benyttelsen af ikonet, dette kan eksempelvis være i romanen *Er ist wieder da*. Ikonet arbejder synkront i konteksten og fortsætter med at eksistere i konteksten, så længe nogen benytter icon-work til at viderebringe det eller indtil nogen vælger at ødelægge ikonet, hvilket også er muligt via icon-work. Ikonet kan også blive anskuet diakront i forhold til konteksten, hvor der fokuseres på udviklingen af ikonet igennem tiden.

Tiden har stor indvirkning på kulturelle ikoner, eftersom nogle kulturelle ikoner har en kort levetid, hvor andre varer ved og udvikler sig over generationer. Statussen som ikon kan blive overtaget af en anden person, hvis ikonet ikke videreudvikler sig i den kulturelle kontekst (Sørensen & Nielsen 2015, 9). Ifølge Leggewie fungerer ikoner som ”Schlüsselbilder für Epochen und Zäsuren, gliedern historische Narrative und Generationen“ (Leggewie 2009, 10), hvilket vil sige, at et ikon kan være nøglebillede for en bestemt periode således, at billeder fra den bestemte tidsperiode bliver vækket, når et individ tænker på perioden. Eksempelvis er 1970’erne forbundet med ABBA og 1980’erne med Madonna, som alle udgav musik i disse respektive perioder. Tidsaspektet i henhold til Adolf Hitler er, at han kan stå som ikon for Anden Verdenskrig, da de fleste mennesker opfatter Hitlers person som ikonisk for denne periode. Selvom kulturelle ikoner kan være symboler på historiske perioder, er de ikke nødvendigvis adækvate afbildninger af historiske personligheder og begivenheder, siden ”Ikonen nicht nur zeigen, sondern auch verbergen” (ibid.). Ikoner kan være et symbol på noget, men når opmærksomheden bliver rettet imod, hvad ikonet symboliserer, kan andre elementer blive skjult. I kølvandet på *Iconic Turn* og udviklingen af de digitale medier er det blevet lettere at falde i en billedfælde.

Auf der einen Seite traut man Bildern als wahrnehmungsnahen Zeichen, die den Betrachter gewissermaßen anspringen, qua *Fotobeweis* spontane Evidenz zu, also die Beglaubigung, dass etwas so und nicht anders (gewesen) ist. Gleichzeitig herrscht der pauschale Täuschungsverdacht, digitale Bilder, die kinderleicht zu bearbeiten sind, könnten durch nachträgliche Bearbeitung manipuliert worden sein (ibid., 11)

En billedfælde er, hvis et individ tror, at et bestemt fotobevis er oprigtigt alene fordi det ser autentisk ud. Dog ligger muligheden for, at billedet er blevet manipuleret, hvorfor det er nødvendigt at forholde sig kritisk over for billeder i henhold til en analyse, idet de tekniske muligheder udvikler sig, således at man ikke længere kan se, hvorvidt der er manipuleret eller ændret på billeder.

Et andet relevant aspekt ved analysen af kulturelle ikoner er sted. Opfattelsen af de

mere genkendelige kulturelle ikoner, såsom Che Guevara, kan være forskellige eller sågar modstridende i forskellige dele af verdenen og i forskellige kulturelle grupper (Sørensen & Nielsen 2015, 9-10). Kulturelle ikoner kan være relativt lokale og vil derfor kun blive opfattet som et kulturelt ikon i en begrænset kulturel kontekst, hvorimod globalt kendte figurer bliver i et bredere omfang anset som værende kulturelle ikoner i adskillige kulturelle kontekster verdenen over. Et hjælpemiddel til at udbrede visse figurer og begivenheder, som kulturelle ikoner, er internettet (ibid., 10).

3.2. Populærkultur og Spießgesellschaft

Popbegrebet har i længere tid været brugt teoretisk og empirisk inden for musik-, kunst- og litteraturvidenskaben, men i henhold til historie, sættes der stadig spørgsmålstejn ved brugen af popbegrebet inden historievidenskaben (Geisthövel 2012). Trods dette spørgsmål om brugen af pop, bliver historie i den vestlige verden "ein Gegenstand populärkultureller Repräsentation, Produktion und Konsumtion" (Korte & Paletschek 2009, 9). Den populærkulturelle tilgang til historien giver adressaten mulighed for at slappe af og på den måde lege med historien, hvilket også gør sig gældende med fænomenet Hitlertainment. Historie har spillet en stor rolle i Tyskland og den bliver brugt i forskellige medier, såsom underholdningslitteratur, museer, i biografen, i fjernsynet og på internettet (ibid.). Denne beskæftigelse med historien i populære medier kommer til udtryk igennem den tyske erindringskulturelle kontekst, hvor der inden for det historiske forskningsfelt fokuseres på, hvordan erindring bliver dannet, hvordan nationer og grupperes identiteter bliver præget af erindringen og hvordan fortiden spiller sammen med samtiden (ibid., 10).

Begrebet populærkultur er svært at definere, da teori om populærkulturen er forholdsvis ny og fordi der ikke er en bestemt teori, men snarere indførelser i populærkulturen (Hügel 2003, 1). Definitionen på populærkulturen defineres ud fra de trukne grænser imellem populærkulturen og højkulturen, men til tider overlapper de to kulturer hinanden. De to kulturers overlapninger hænger sammen med det postmodernes anvendelse af artefakter fra kunsten og det populære i sammenhænge, hvor deres udtryk forekommer mere ens (ibid., 11). Det vil sige, at postmodernismen kan opfattes som basis for den videre populærkultur. Sammensmeltningen af højkulturen og populærkulturen kan ses flere steder i samfundet, hvor eksempelvis tenoren synger på et fodboldstadium eller at der spilles en rockkoncert i en kirke. Højkulturen (tenoren og kirken) bliver smeltet sammen med populærkulturen (fodboldstadium og rockkoncert), da "Unsere Kultur ist gerade in den letzten fünfzig Jahren bestimmt durch ein Aufeinanderzubewegen

von Hoch- und Populärer Kultur, von Kunst und Unterhaltung“ (ibid.). Uden dikotomisk opfattelse af højkulturen og populærkulturen bliver populærkulturen defineret ud fra faktummet, at det ikke er højkulturen (ibid. 13). Populærkulturen kan sammenlignes med massekulturen, men disse to er ikke så simple at sætte lighedstegn imellem, da det populærkulturelle ikke udelukkende er skabt for at få en kommerciel profit (Korte & Paletschek 2009, 14).

Populærkulturen er underholdning og i 1980'erne og 1990'erne var der i Tyskland en glæde i alle former for underholdning, hvilket særdeles kom til udtryk i underholdning, der blev kendt som fænomenet *Spaßgesellschaft* (Orich & Strzelczyk 2011, 300). Inden for dette fænomen blev der stillet skarpt ind på Adolf Hitler, hvor han blev brugt som et ikon i underholdning og for latterliggørelse. I Tyskland opstod ønsket om at være en "normal" nation, hvor der var plads til humor og at gøre grin med diverse elementer af deres ellers tunge fortid, hvilket i særdeleshed blev gjort ved at fokusere på Adolf Hitler (ibid.). Hitler blev billedet på tyskernes ønske om at kunne løsrive sig fra fortidens byrde, som Hitlers diktatur havde medført. Hitler-humor i det moderne Tyskland, er udsprunget af 1990'ernes *Spaßgesellschaft* og

All of these trends – the obsession with the Nazi past, generationally motivated memory contests over this historical era and its legacy, and the emergence of the *Spaßgesellschaft* – together account for the increased representation of Adolf Hitler in popular culture and often comical modes, Hitler humor being their epitome (ibid.)

Der ligger derfor forskellige aspekter til grund for den måde, hvorpå Hitler bliver brugt inden for underholdning og ifølge Margit Fröhlich har Adolf Hitler ikke været brugt i tidsperioden 1945-1990 i spillefilm, da der i Tyskland har været et "unausgesprochene Bildtabu" (Fröhlich 14 if. Orich & Strzelczyk 2011, 301). På grund af tabuet og de pålagte kulturelle regler ville der være moralske tvivlsspørgsmål om, hvorvidt det var velanset at skulle portrættere Adolf Hitler i en spillefilm (Orich & Strzelczyk 2011, 301). Men op igennem 1990'erne valgte enkelte tyske instruktører, forfattere og kunstnere at stille sig overfor tabuet for at afvikle det. Et eksempel på dette oprør imod de kulturelle regler er Oliver Hirschbiegels film *Der Untergang* (2006), hvor debatten især gik på filmens menneskeliggørelse af Hitler karakteren og ydermere en debat om, hvorvidt det var egnet eller ej at have Hitler oppe på det store lærred (ibid.).

I forbindelse med *Spaßgesellschaft* har professor Jürgen Wertheimer udtalt sig om konsekvenserne af dette fænomen. Wertheimer undrer sig særdeles over den voksende mangel på kritik i det tyske samfund og "Spaß ist für Wertheimer (...) das Gegenteil von Kritikbewusstsein" (Christmann 2001). Tyskerne har mistet deres kritiske udgangspunkt overfor humoristiske fremstillinger i forhold til, hvad de ser i fjernsynet eller hvad de

læser. Derved opstår tendensen til at gøre aspekter af samfundet harmløse og ydermere opstår ønsket om at barnliggøre samfundet, hvor ingen rigtig vil tage det voksne ansvar, som kræves. Wertheimer kalder dette for en fordummelse af tyskerne, som forsøger at flygte fra det alvorlige og det seriøse, hvilket kan sammenkobles med Hitlertainment; Tyskerne vil i langt højere grad grine af Hitler, fremfor at tage alvorlige og nødvendige diskussioner op om Hitler og Holocaust.

Inden for populærkulturen findes forskellige koncepter, såsom underholdning, konsumkultur og massekultur, der hver især bærer en funktion inden for populærkulturen. Det vil sige, at når der refereres til konsumkultur inden for populærkulturen, er der tale om artefakter, der styrer imod produktion. De respektive koncepter inden for populærkulturen er derfor situationsbestemte, hvorfor ikke alle koncepter er relevante ved samme analyse. I forbindelse med dette speciale vil konceptet underholdning være essentielt at inddrage, da der i analysen vil være fokus på Adolf Hitler som et ikon for underholdning.

Konceptet underholdning inden for populærkulturen kan opfattes således:

Popular Culture has emerged as one of the main sites of investigations within contemporary mass communication research and cultural studies. Most of that work is concerned with fiction, particularly in television, and with other forms of expression, which generally go under the heading of 'entertainment' (Dahlgren 1992 if. Hügel 2003, 16).

Dette vil sige, at populærkulturen beskæftiger sig med fiktion i forskellige former for udtryk, der kan klassificeres som underholdning. Når der fokuseres på underholdning inden for populærkulturen, er udgangsvinklen, hvad der sker i underholdningsprocessen, som følgende kan udvides med hvorfor og hvordan (Hügel 2003, 18).

Ordet underholdning rummer "Unterhalt, Instandhaltung bis zu Gespräch und Zeitvertreib" (ibid., 73). Underholdning opfattes derfor som et kommunikativt koncept inden for populærkulturen. Forståelsen af underholdning har gennemgået en udvikling fra det 18. århundredes opfattelse af underholdning som konversation, til det 20. århundredes benyttelse af underholdning i massemedierne. Begrebet underholdning lader sig derfor skelne som "Unterhaltung als Kommunikations-weise, als Funktion der Massenmedien, als soziale Institution und als ästhetische Kategorie" (ibid., 74). De nævnte kategoriseringer indebærer det kommunikative, men kommer dog til udtryk på forskelligvis. Underholdning kan derfor forstås som kommunikativ proces, der skaber et forhold imellem recipienter og det afsendte.

3.3. Erindringskultur

Erindringskulturen har været en del af den videnskabelige diskurs, den politiske diskurs, medierne og hverdagssproget siden 1990'erne frem til i dag og kan forklares som "einen

formalen Oberbegriff für alle denkbaren Formen der bewussten Erinnerung an historische Ereignisse, Persönlichkeiten und Prozesse zu verstehen, seien sie ästhetischer, politischer oder kognitiver Natur” (Cornelißen 2012). Dette vil sige, at erindringskultur kan forstås som en overkategori for flere klassificeringer inden for hukommelsesteori.

I adskillelige år efter Anden Verdenskrig blev den tyske fortid holdt tavs og denne holdning til fortiden var problematisk for Tyskland, da det ikke gav tyskerne mulighed for at komme videre efter krigen (Assmann 2013, 10). I de sidste tre årtier har Tyskland arbejdet videre på erindringskulturen med stor lidenskab og energi, hvilket kan ses i deres opførelser af museer, programmer og arrangementer (ibid., 11). Men med denne energi og bearbejdelse af den tyske fortid opstår i dag spørgsmålet om, hvor stor en rolle erindring skal spille i fremtiden og om tyskerne overhovedet skal fortsættes med at forholde sig til fortiden? Harald Welzer taler for, at den hidtidige intensitet vedrørende den tyske fortid (Holocaust, Hitler osv.) vil aftage, da den fjerde og femte generation efter Holocaust vil miste sit greb til de historiske hændelser, da de ikke har nogen personlig relation til hverken perioden eller dens hændelser (ibid.). Dette leder op til en ny problematik, for når alle øjenvidner uddør, hvad vil der ske med perioden? Bliver tidsperioden blot et kapitel i historiebøgerne eller vil man fortsat forsøge at forholde sig til den? (ibid., 12). Fremtiden for erindringskulturen er usikker, da det ikke vides med sikkerhed, hvad de kommende generationer vil bruge erindringskulturen til og hvordan den vil komme til udtryk i samfundet. Dog allerede nu kan det ses, at erindringskulturen er kommet i andre hænder, hvor de benytter de digitale og sociale medier som andre platforme til at bearbejde fortiden (ibid., 14).

Mediernes udvikling har haft indvirkning på de erindringskulturelle forandringer, da eksempelvis Holocaust og Anden Verdenskrig er blevet medialiseret. Igennem de digitale medier og den digitaliserede verden er der opstået et nyt og mere transnationalt perspektiv på fortiden og erindringskulturen. Leggewie kommenterer internettets rolle i forbindelse med erindringskultur som følger: ”Das Internet ist damit ein Monomedium individualisierter Massenkommunikation, das sich vor allem durch sein originäres Interaktionspotenzial von den klassischen elektronischen Massenmedien abhebt” (Leggewie 2009, 22). Kommunikationsformatet har ændret sig fra at mødes ansigt til ansigt, til nu at være langt mere digitaliseret og igennem internettet opstår muligheden for at kommunikere med langt flere og nå ud til flere forskellige lokationer i verdenen, hvorfor kommunikationen kan ses som massekommunikation. Bearbejdning af historien forekommer i film, dokumentarer, bøger og til tider i historieundervisning og ”Die dort angestoßenen Debatten werden dann im Netz fortgesetzt und vertieft“ (Großbölting

2013). Det vil sige, at der er sket ændringer i forbindelse med den informationstekniske udvikling inden for erindringsformer og funktioner, hvor erindringskulturen førhen blev tingsliggjort i form af monumenter eller mindesmærker, vil det i fremtiden være udpræget virtuelt og visualiseret (Großbölting 2013). Med den nye medialiserede erindringskultur er det interessant at undersøge erindringskultur i forhold til romanen *Er ist wieder da*, da romanen kan opfattes som et led af den tyske erindringskultur. Ydermere forekommer enkelte træk fra debatten om den tyske erindringskultur i romanen, hvorfor dette vil blive undersøgt ud fra Assmanns hukommelsesmodi.

3.3.1. Kulturel hukommelse

Denne form for hukommelse er baseret på medierne, institutioner, materielle sager og symbolske former, såsom tekster, billeder, monumenter, ritualer eller fester. Assmann bruger et citat af Sir Thomas Browne til at forklare den kulturelle hukommelse:

Unsere Väter finden ihre Gräber in unseren kurzen Gedächtnissen, uns so werden auch wir bald in unseren Nachfahren begraben sein. Grabsteine bleiben kaum noch vierzig Jahre stehen. Generationen vergehen schneller als Bäume, und selbst alte Familien überleben keine drei Eichen (Assmann 2006, 51).

Glemsel er en essentiel del af at eksistere og det er nødvendigt at glemme for at skabe udvikling i samfundet og samtidigt kan for smertefulde passager i historien være nødvendige at glemme (ibid.). Den kulturelle hukommelse står som modstykke til glemslen, da denne er fuld af erindringer, som ikke forgår, selv når dets ejer er uddød. På grund af hukommelsens viden bliver det derfor også muligt at kunne forstå en tætliggende tidsperiode, som ikke kan opleves gennem personers erindringer (ibid., 28). Assmann skriver, at "Museum und Archiv ebenso wie Forschungsbibliothek sind kulturelle Orte, an denen eine Gesellschaft die Überreste und Spuren der Vergangenheit aufbewahrt, nachdem diese ihre lebendigen Bezüge und Kontexte verloren haben" (ibid., 54). Den kulturelle hukommelse fungerer som samfundets materielle bærer, men når elementerne ikke er i deres brugskontekst, må specialister bruge disse "tavse vidner" fra fortiden til at forstå, hvordan og hvorfor folk brugte de respektive elementer. For at opsummere, kan den kulturelle hukommelse forstås som "die Voraussetzung für überlebenszeitliche Kommunikation und mit ihr die Möglichkeit für kontinuierliche Selbst- und Fremdbegegnungen von Menschen im geschichtlichen Wandel der Zeit" (ibid., 61). Den kulturelle hukommelse vil derfor overgå et menneskes levetid og har derfor muligheden for at blive mødt af mennesket igennem tidens gang.

3.3.2. Social hukommelse

Ifølge Karl Mannheim bliver individer imellem 12 og 25 år præget af deres livserfaringer

sådan, at de derigennem skaber deres personlighed (Assmann 2006, 26). Et individ vil blive integreret i historiske processer enten som observatør, aktør eller offer for den overordnede dynamik i processerne. Individer vil på bestemte alderstrin blive påvirket af bestemte vigtige passager igennem historien og netop disse erfaringer og oplevelser er med til at skabe en årgangskohorte på tværs af individer, som sammen deler holdninger, verdensbilleder, overbevisninger og kulturelle tolkningsmønstre (ibid.). Derfor spiller generationsbegrebet en væsentlig rolle i forbindelse med den sociale hukommelse, da generationer deler "eine Gemeinsamkeit der Weltauffassung und Weltbemächtigung" (ibid.). Ifølge Heinz Bude vil en generations forhold til fortiden være adskilt fra både tidligere og efterfølgende generationer, da generationer er "ereignisnahe und erfahrungsoffene Vergemeinschaftungen von ungefähr Gleichaltrigen" (ibid., 26-27). Dette vil sige, at hver generation udvikler sin egen tilgang til fortiden og lader sig ikke påvirke af den foregående generation.

Dynamikken i samfundets hukommelse bliver bestemt igennem veksling af generationer (ibid., 27). Ved hvert generationsskifte, hvilket sker efter en periode på cirka 30 år, vil det respektive samfunds erindringsprofil forskubbe sig markant. Assmann nævner, at bestemmende eller repræsentative holdninger, som førhen befandt sig i centrum af samfundet, bevæger sig ud i periferien. Vekslen i generationerne er essentielt i forbindelse med fornyelse og forandringer inden for et samfunds hukommelse og for at kunne bearbejde traumatiske eller ydmygende erindringer. Dette kan eksemplificeres med Tysklands tavshed over for Anden Verdenskrigs grusomheder, hvilket først blev først blev ført frem i 60'erne, hvor den lange tavshed blev brudt af den næste generations krav på svar om fortiden. Den yngre generation var med til at styrke den kulturelle hukommelse ved at opføre monumenter, produktioner af film om disse svære temaer, samt andre offentlige former for erindringskultur (ibid.). Denne form for offentlig erindringskultur, hvor traumatiske eller ydmygende begivenheder bliver bearbejdet, sker efter reglen først efter et tidsinterval mellem 15 og 30 år, da det ellers vil være for tidligt for samfundet og vil blot rive op i gamle sår (ibid., 28). Eftersom der skal komme denne korte tidsbegrænsning, hvor der er plads til et generationsskifte, ses her det karakteristiske ved den sociale hukommelse, nemlig at det kan opfattes som samfundets korttids-hukommelse (ibid.). Selvom der findes bøger, fotoalbum og lignende, formår de ikke at livlig gøre denne hukommelse, da det skal ske igennem personlige konversationer.

3.4. Udviklingen af Hitler-humor

I forbindelse med udviklingen af Hitler-humor vil der være en kort skitsering af de

respektive årtier fra Hitlers vej til magten i 1930'erne og så fremdeles til i dag.

At gøre grin med Hitler fører nogle essentielle spørgsmål med sig, som ifølge Daniel Erk, er nødvendige at stille sig selv: Er det egentlig sjovt? Og i så fald, hvorfor er det sjovt? Disse spørgsmål bør den enkelte stille sig selv, da der bag Hitler-humor ligger den tætte forbindelse til det tabubelagte emne Holocaust (Erk 2011, 100). Men trods emnet bør det ikke holde tyskerne, eller andre, tilbage for at grine af Hitler, tværtimod, for latteren og vittighederne fungerer som ventiler for den anspændthed og oplevelse af en trussel, der har sat sig fast i tyskernes bevidsthed (ibid., 102-103).

For at forstå udviklingen af Hitler-humor er det nødvendigt, ganske kort, at inddrage den tid, hvor Adolf Hitler kom til magten i 1933. Da Hitler kom til magten var det komikere, der gjorde andre opmærksomme på, at hændelserne i Tyskland var forkerte. Et eksempel herpå er Charlie Chaplins film *The Great Dictator* (1940), der krævede amerikanernes opmærksomhed på grusomhederne i det nationalsocialistiske styre. I 1933 blev al form for politisk satire om det nazistiske regime og dets ledere anset som forræderi og med indførelsen af "Law against Malicious Attacks on the State and the Party and in Defense of Party Uniforms" blev det muligt for nationalsocialisterne at anklage kritikere af styret (Herzog 2006, 66-67). I blot det første år blev 3.744 anklaget for at have brudt loven, men da nationalsocialisterne ikke fandt loven hård nok, blev den udvidet med fængselsstraf i 1934 (ibid.).

En måde at bruge humoren imod Hitler var ved at vende Hitlers ideologi om den ariske race; den høje, blonde, muskuløse mand med de blå øjne, imod Hitler selv, da det stod i en skarp kontrast til både Hitler, Goebbels og Goerings figur, som var lave, spinkle, med brunt hår og mørke øjne. Kontrasten blev brugt i latterliggørelsen af dem og det nationalsocialistiske styre (ibid., 120). Den voldsomme måde fra det nationalsocialistiske styres side at håndtere satire og Hitler-humor på, førte i de efterfølgende år til tavshed inden for Hitler-humor og satire. Ydermere var der i de tidlige 1950'ere i Tyskland opstået et ønske om, ikke længere at se tilbage på det der var, men snarere at vende blikket fremad og derved komme videre fra det Tredje Rige og Hitler (Erk 2011, 106).

I 1960'erne opstod uro i Tyskland, da den yngre generation krævede svar på deres spørgsmål vedrørende deres forældres rolle i det Tredje Rige og Anden Verdenskrig. De havde særdeles spørgsmål om medansvaret i krigen og hvem der således skulle bære skylden for krigen (ibid., 107). Ved at vende blikket atter mod det Tredje Rige og Hitler gav det således også mulighed for en tid med Hitler-humor. I 1968 udkom filmen *The Producers* af Mel Brooks, som var med til at genoplive Hitler-humoren uden for Tyskland. Filmen fremstillede nationalsocialisterne som feminine, latterlige og småskøre,

hvilket derved stod i skarp kontrast til andre monstrøse og grusomme fremstillinger af dem. Trods filmens popularitet og vækning af Hitler-humor var tiden derefter noget tøvende angående Hitler-humor (ibid., 108).

Op igennem 1970'erne var der en vedvarende tvivl angående Hitler-humor, hvilket kunne opleves ved en bogmesse i Frankfurt i 1973. Der havde den schweiziske komiker Billy Frick iført sig et Hitler-kostume som et led i et samarbejde med satiremagasinet *Pardon*, ”um die laufende Hitler-Nostalgie zu persiflieren und die Publikumsreaktionen zu testen” (ibid., 114). Frick blev først ført væk af tre betjente, men blev løsladt et par timer senere og han ankom til bogmessen med en blandet modtagelse. På selve messen oplevede han enkelte folk grine og endda enkelte applauderede, men hans optræden var dog ikke uden konfrontationer. En mand konfronterede ham og valgte i protest at hælde sennep ud over ham. Mandens reaktion var ifølge Frick ikke særlig slem, da han havde forventet værre reaktioner fra folk (ibid., 114-115). De forskellige reaktioner på Fricks optræden i Frankfurt eksemplificerer, hvordan Tyskland befandt sig på et mellemstadium ”zwischen einer noch von Altnazis durchsetzten und teilweise obrigkeitshörigen Gesellschaft einerseits und einer respektlosen Folgegeneration, der nichts heilig und keine Provokation zu gewagt war“ (ibid., 115). De to generationer stod på hver sin side af historien; forældregenerationen havde været en del af det Tredje Rige, hvorimod børnene stod i efterkrigstiden og ikke vidste, hvordan de skulle forholde sig til samfundet og deres forældre. Erk argumenterer for, at individerne, der grinte af Fricks optræden var den yngre generation, da de ved deres distance kunne se det humoristiske i optrædenen, hvorimod den ældre generation fandt det provokativt og valgte derfor at tie (ibid., 116).

I marts 1981 valgte det tyske satiremagasin *Titanic* at komme ind på Hitler-humor, eftersom fandt dette emne betydeligt tabubelagt og i deres optik var der behov for et tabubrød (ibid., 117). I deres udgivelse var nogle temmelig grafiske billeder på forsiden af magasinet, hvor Hitler sidder på en motorcykel iført tøj fra en koncentrationslejr med et hagekorsarmbind, mens han råber ”Geil Hitler! ”. Udover Hitler var også en kvinde med bare bryster og flag med hagekors samt en ortodoks jøde med SS-runer på sin hat. Ifølge Erk var denne udgivelse ikke gunstig for det tyske samfund og dets forhold til fortiden, da *Titanic* lagde ”die Finger erheblich unerbitterlicher in die klaffenden Wunden der deutschen Erinnerungskultur“ (ibid.). Trods *Titanics* forsøg på at skabe en debat vedrørende Adolf Hitler og afnazificeringen af Tyskland blev deres udgivelse opfattet som en respektløs og uforskammet tilgang til fortiden, hvorfor det tilnærmelsesvis var for provokerende (ibid., 118).

I 1995 udgav tegneren Achim Greser en tegneserie ved navn *Der Führer privat* i

magasinet *Titanic*. Tegneserien beskæftigede sig med den daværende mainstream og myterne om Hitlers hverdag (ibid. 122). Selvom tegneseriens billeder omhandler Hitlers hverdag, politik og historie, handler tegneserien i langt højere grad om tyskernes forhold til Hitler. Greser var derfor med til bekæmpe spekulationer og hemmeligheder vedrørende Adolf Hitler, hvilket derfor efterlod et spejlbillede af Tyskland, frem for billedet af en dæmoniseret Hitler (ibid., 123). Udover Gresers Hitler-tegneserie var Walter Moers' *Adolf, die Nazi-Sau*, som også blev udgivet i *Titanic* i 1997. I Moers' tegneserie optræder Adolf Hitler som en eftertænksom person, der reflekterer over sit liv og sine handlinger under krigen (ibid., 124). Dog har tegneserie-Hitler og den historiske Adolf Hitler ikke meget tilfælles og "Vielmehr ist dieser Adolf bereits das Abziehbild des Hitler aus der Popkultur, die Inkarnation des Bösen, das eindimensionale Pandämonium, die mythische Figur" (ibid., 125). Hitler i tegneserien er derfor et billede på dæmoniseringen af Hitler-ikonet, som i sin endimensionelle form gør grin med den historiske person Adolf Hitler.

I 2000'erne laver det tyske comedyshow *Switch Reloaded* nogle sketcher baseret på den tyske serie *Stromberg*, blot med Adolf Hitler i hovedrollen, som en lettere kikset personlighed. Sketcherne er med til at latterliggøre Hitler og har haft stor succes i Tyskland med Michael Kessler i rollen som Hitler. Men da filmen *Mein Führer – die wirklich wahrste Wahrheit über Adolf Hitler* af Dany Levi udkom i 2007 skabte det en del debat i Tyskland. Filmen fremstillede Adolf Hitler som en sølle Fører, der havde brug for en jødes hjælp til at holde taler og igennem flere mere ydmygende scener med Hitler opstod spørgsmålet om Levi var gået for vidt og om man kunne tillade sig at lave sådan sjov med Hitler. Men "The intense reactions to Levi's film can be explained in terms of the continuing high-low dichotomy of cultural production – cartoons, YouTube videos, or TV sketches do not cause the same stir as a feature film" (Gölz 2012, 178). Selvom de to fremstillinger af Hitler er med til at banalisere ham og latterliggøre ham, så er deres måder at blive perciperet på med til at fastholde debatten om Hitler-humor.

I 2010'erne bliver Hitler nyfortolket i forbindelse med et andet fænomen fra popkulturen; Hipsteren. På hjemmesiden "www.hipsterhitler.com" bliver Hipsteren og Hitler fusioneret, hvilket skaber Hipsterhitler. Denne form for Hitler-humor bruger meget ironi, som er et træk fra Hipsteren. Ironien kommer til udtryk på eksempelvis Hitlers T-shirts; i en af tegneserierne bærer Hitler en T-shirt hvor der står "I love juice". Udtalelsen af "juice" falder sammen med det engelske ord for jøder, "jews", hvor ironien derfor kommer igennem sætningens udtalelse, da det lyder som om Hipsterhitler elsker jøder.

Som en afsluttende kommentar til Hitler-humor og dets udvikling, kan der knyttes følgende citat: "While Hitler humor emerged from the desire to mix entertainment with

the culture of memory, laughter at Hitler burgeoned firmly within the discursive framework of *Vergangenheitsbewältigung* – as a response to *and* an active engagement with this cultural discourse” (Orich & Strzelczyk 2011, 302). Det vil sige, at Hitler-humor opstod i et ønske om at koble underholdning sammen med den tyske erindringskultur og det at grine af Hitler er blevet en del af diskursen omkring *Vergangenheitsbewältigung*.

3.5. Humor og satire

Et af de undersøgende underspørgsmål til min problemformulering er, hvordan humor har en indvirkning på Hitler-ikonet og Hitlertainment. Som baggrund for en generel forståelse af humor og dets benyttelse anvendes bogen *Comic Relief* (2009) af John Morreall. Et andet element af humoren i analysen vil være brugen af satire i romanen, hvor tre kriterier (ironi, kritik og underforståethed) er med til at danne satire og som derfor vil blive brugt i analysen til at fastlægge satiriske passager i romanen.

At bruge leg er ikke kun noget børn bruger, da voksne på sin vis ”leger” når de ser noget sjovt i fjernsynet, hvor de egentlig har en distance dertil. Distancen hjælper også med at gøre noget sjovere, fordi individet ved, at selve situationen ikke ville være lige så sjov eller sjov overhovedet, hvis de befandt sig selv i den (Morreall 2009, 53). Med denne opfattelse kan der klart kobles sammen med Adolf Hitler og Hitler-humor, netop fordi vi i dag har en distance i form af tid, der er med til at distancere os for de egentlige hændelser tilbage i 1930’erne og 1940’ernes Tyskland. Det er tidens gang, som muliggør legen og arbejdet med foruroligende situationer fra fortiden. Det der førhen blev anset som værende uhyggeligt eller mærkeligt vil i en nyere kontekst være morsomt. Til denne pointe mener Steve Allen, at ”tragedy plus time equals comedy” (ibid.). Humor og komedie kan derfor forstås som en befriende faktor, da den åbner for op muligheden for at snakke eller at udføre det, som i samfundet bliver set som enten tabubelagte eller problematiske (ibid., 56). Latter smitter og spreder sig nemt i en gruppe, hvilket er blevet benyttet inden for sitcoms, der benytter sig af ”laugh tracks”, som er latter, der lægges ind over optagelserne for netop at indikere, at den pågældende scene eller episode er morsom og bør grines af (ibid., 44-45).

Satire står som en del af humor, da satire bruges med henblik på at kunne kritisere og gøre personer, situationer eller tilstande humoristiske. Satire er en form for humor, der

”has the ability to point out the deficiencies in certain human behaviors and the social issues which result from them in such a way that they become absurd, even hilarious, which is therefore entertaining and reaches a wide audience” (LeBoeuf 2007, 1).

Hermed menes, at satire forsøger at ramme nogle mangler ved problemer i samfundet og

derved forsøger at gøre dem humoristiske, hvilket gør satire til et indflydelsesrigt værktøj imod politiske og sociale problemer. Igennem globaliseringen og den mere avancerede teknologi er det blevet muligt at dele en problematik med resten af verdenen, hvilket gør, at det fremstillede problem bevæger sig fra at være nationalt til internationalt. Til tider kan satire beskytte forfatteren imod kritik, netop fordi satirens humor kun er antydende og ikke bliver fremstillet åbenlyst som forfatterens holdninger til en samfundsmæssig eller politisk problemstilling (ibid.).

Satire lader sig definere ud fra tre kriterier: kritik, ironi og underforståethed. Kriteriet kritik består i at kritisere en form for menneskelig adfærd, hvor hensigten er at overbevise et publikum om, at indholdet i satiren er spottende og fremmer derfor en form for social forandring. Kriteriet ironi bruges humoristisk inden for satire, for at understrege problemerne med en specifik adfærd. Underforståethed er det sidste kriterium til at definere satire, som benyttes, da satire ikke gør brug af en åbenlys repræsentation og kommer ikke til en udtrykkelig afgørelse. Derimod dekonstruerer den kritiserede adfærd sig i satiren, siden det er tydeligt absurd, hvilket skyldes at det overdrives i fremstillingen eller tages ud af sin normale kontekst (ibid., 2).

4. Metode

I dette afsnit vil jeg redegøre for metoderne, der vil blive brugt til at analysere romanen *Er ist wieder da* af Timur Vermes. Jeg vil ud fra syv analysepunkter analysere Vermes' stillingtagen til Hitlertainment og hans kritik af brugen af Hitler-ikonet i det moderne Tyskland. Analysepunkterne er som følger: fortællerforholdet, fremstillingen af Hitler, tidsperspektivet, humor i romanen, satire og erindringskultur.

4.1. Hermeneutik

Ordet hermeneutik stammer fra det græske ord *hermēneúein* og betegner kunsten af den adækvate interpretation (Becker 2010, 221). Inden for hermeneutikken er en hermeneutisk grundregel, at en tekst skal forstås ud fra delene af dens helhed og at disse dele skal samles ud fra det hele. Dette bliver betegnet som den hermeneutiske cirkel. For at forstå den store helheds sammenhæng, må enkelte elementer blive afgrænset. Omvendt bliver positionen af de enkelte dele og deres betydning bestemt ud fra deres forhold til den store helheds sammenhæng. Der findes et paradoks i den hermeneutiske cirkel, da læseren eller fortolkeren er nødsaget til på forhånd at have dannet bekendtskab med en tekst eller et tema, for at kunne videreudvikle sin tekstforståelse eller forståelse af temaer. En anden model inden for hermeneutikken er den hermeneutiske spiral. Denne spiralformede bevægelse benytter tre begreber til at forklare det hermeneutiske arbejde: forforståelse, forståelse og interpretation. Når læseren eller fortolkeren læser en tekst, ved han ikke nok, hvis det skal lykkes ham at lave en udførlig analyse. Derfor skal han benytte sin forforståelse til analysen af teksten, hvilket er med til at skabe hans forståelse af en tekst. Spiralen er uendelig, da læseren eller fortolkeren altid ville kunne tilføje elementer til sin analyse, hvilket er med til at skabe en dybdegående analyse. I forbindelse med undersøgelsen af Hitlertainment i dette speciale er flere teoretiske perspektiver indsamlet, for at danne baggrund for en analyse af romanen *Er ist wieder da* og dermed forstå meningen med romanen.

4.2. Fortællerforhold og jeg-fortæller

Til at danne baggrund for min analyse af fortællerforholdet i romanen har jeg brugt *Einführung in die Roman-Analyse* af Jost Schneider (2003). Dette analysepunkt fokuserer på Hitler som fortæller og hvordan han kan dreje sin fortælling til sin fordel. Inden for narratologi undersøges der, hvordan forfatteren skaber relation imellem den fiktive fortæller, de fiktive figurer og den egentlige læser. Igennem en dybere analyse af

fortællerforholdet bliver disse relationer tydeliggjorte. I skønlitterære tekster er det essentielt at finde frem til hvem fortælleren af historien er og hvordan den kan blive kategoriseret; eksempelvis redegøre for om fortælleren er en tredje eller første persons fortæller og om fortælleren står som observerer eller aktiv deltager.

Ved analysen af fortællerforholdet skelnes der imellem tre ytringsinstanser; den empiriske forfatter, den ideale forfatter og den fiktive fortæller (Schneider 2003, 53). I forbindelse med analysen i dette projekt, vil der kun blive fokuseret på den empiriske forfatter og den fiktive fortæller. Den empiriske forfatter er den egentlige forfatter af romanen og er, så at sige, en person af kød og blod. I forbindelsen med den videre analyse af romanen *Er ist wieder da* er den empiriske forfatter Timur Vermes. Ved denne analyse af forfatteren vil der gerne forekomme en biografisk gennemgang af hans person og eventuelle værker (ibid.). Den fiktive fortæller bliver af og til forvekslet med den empiriske forfatter, særdeles, hvis romanen skrives ud fra en jeg-fortæller. Derfor er det essentielt at distancere disse to fra hinanden igennem analysen, hvor der i *Er ist wieder da* er en fortælling fortalt ud fra Adolf Hitlers synspunkt.

Der er tale om en jeg-fortæller i romanen *Er ist wieder da*, hvilket kræver en kort redegørelse for analyse af en jeg-fortæller situation. En jeg-fortæller skriver/fortæller om sit liv og egne oplevelser i et helt eller delvist retrospektiv (ibid., 55). Jeg-fortælleren kan også gøre brug af en indre monolog, der fungerer som et overgangsfænomen imellem det bevidste og det ubevidste i romanen, hvilket ”will die Gedanken, Empfindungen und Wahrnehmungen einer Figur oder eines Erzählers in statu nascendi einfangen und dokumentieren” (ibid., 58). Den indre monolog står i første person og er reflekterende over episoder i handlingen. Ved jeg-fortælleren er det også nødvendigt at distancere fortælleren fra forfatteren, da disse ikke nødvendigvis er den samme eller at de deler samme holdninger til det fortalte i romanen. Med en jeg-fortæller kan der også stilles spørgsmålstegn ved fortælleren udgangspunkt og fortælleren troværdighed, hvorfor der bør undersøges, om fortælleren er upålidelig igennem sin fortælling. Den upålidelige fortæller defineres som en fortæller, ”hvis udsagn og troværdighed på den ene eller den anden måde undergraves af fiktionens mønstre. [Han] er derfor upålidelig, alene fordi han begår fejl, fx ved at bedømme en person eller en sag forkert” (Thurah 2010, 41). Den upålidelige fortæller kan være med til at skabe spænding i fortællingen, eftersom læseren som udgangspunkt har tiltro til fortælleren, men med en usikkerhed skabes en spænding til slutningen på romanen.

4.3. Fremstillingen af Hitler

Dette afsnit vil have fokus på Vermes' fremstilling af Hitler. Hitlers ageren vil blive sat i relation til hans omgivelser. Formålet med dette afsnit er at give et indblik i Timur Vermes' fremstilling af Adolf Hitler, hvilket vil blive understøttet via enkelte eksempler fra romanen.

4.4. Tidsperspektivet

Einführung in die Roman-Analyse vil blive brugt til analysen af tidsperspektivet i romanen, hvor der fokuseres på tidsperiodernes sammenspil med humoren i romanen, da der opstår nogle samfundsmæssige sammenstød på grund af tidsforskellen imellem Hitler og det moderne samfund. Det er relevant at komme ind på tid i analysen, da fortælleren, Adolf Hitler, på sin vis befinder sig i to forskellige tider; sin egen tid (1945) og samtiden (2011). Hitler skal finde fodfæste i den nye tid og det er disse sammenstød imellem de to tidsperioder, der er med til at skabe de humoristiske og samfundskritiske elementer i romanen.

Inden for analyse af tidskonceptionen differentieres der imellem *fortalt tid* og *fortælle tid*. Hvor fortalt tid er tiden fortællingen strækker sig over, er fortælle tid tidspunktet, der fortælles fra eller det tidsrum, hvori der fortælles (Thurah 2010, 67). Flere steder i romanen refereres til en anden tidsperiode end den tid, hvor fortælleren befinder sig, hvilket skaber en ikkelinear tidslinje. Perioderne, den historiske tid 1945 og samtiden, overlapper ikke hinanden, men trods alt er det relevant at fastlægge begreberne fortalt tid og fortælle tid i analysen. I henhold til fortællingen bør der også fastlægges, hvorvidt fortælleren har enten *bagudsyn* eller *medsyn*, der begge har indvirkning på fortællingen. Bagudsyn er når fortælle tiden ligger senere end den fortalte tid og medsyn er når fortælle tiden og den fortalte falder sammen (ibid.).

Inden for tidskonception skal der klargøres, hvorvidt romanen fortælles kronologisk, anakronistisk eller akronisk. Med den kronologiske tidskonception bliver romanen gengivet i handlingernes naturlige rækkefølge, hvilket er med til at gøre tidskonceptionen særdeles overskuelig. Det kan dog være uoverskueligt, hvis tidsspannet er uden eksplicitte tidsangivelser (Schneider 2003, 34-35). Den anakronistiske tidskonception gengiver fortællingens begivenheder igennem en ombyttet rækkefølge, hvilket kan medføre en mystificeret eller spændingsopbyggende handling (ibid., 35). Slutteligt er der den akroniske tidskonception, der ikke har nogen naturlig form for rækkefølge af

begivenheder i fortællingen. Denne tilgang tager udgangspunkt i filosofi og psykologi med et opgør med idealet om en naturlig rækkefølge, hvilket ifølge denne retning er en illusion (ibid.).

4.5. Humor i romanen

I teorikapitlet er der gjort rede for, hvordan humor benyttes samt, hvad der kan ligge til grund for humor. Humoraspektet vil blive analyseret således, at der fokuseres på, hvilken humor der er tale om i romanen og ydermere forsøge at klargøre og forstå, hvorfor nogle passager/episoder i bogen kan opfattes humoristiske. Humoren i romanen er tæt knyttet til tidsperspektivet, hvorfor der kan være overlapninger imellem de to analysepunkter.

4.6. Satire

Romanen kan forstås som satire, der ikke kun kritiserer det moderne mediesamfund, men samtidigt også tyskerne og det tyske samfunds tendens til at bruge Hitler på en lettere måde. LeBeoufs tre kriterier for satire er kritik, ironi og underforståethed og de vil blive inddraget i analysen af romanen. Enkelte eksempler på satiren i romanen vil blive udvalgt, for at vise, hvilke elementer af det tyske samfund, som Timur Vermes forsøger at kritisere igennem satiren. Udover at se på enkelte eksempler, vil hele romanen og dens kritiske satire blive sat i en samfundsmæssig kontekst, hvor der fokuseres på formålet med Vermes' kritik.

4.7. Erindringskultur

Romanen kan ses som et led af den tyske Vergangenheitsbewältigung og erindringskultur, hvorfor den bør blive analyseret som et led af disse i forhold til historien. Der vil blive fokuseret på Aleida Assmanns hukommelsesmodi (kulturel og social hukommelse) og hvordan de kommer til udtryk igennem romanen, hvilket vil blive eksemplificeret igennem udvalgte passager fra romanen. Udover at analysere romanen ud fra Assmanns hukommelsesmodi vil romanen også blive sat i samfundsmæssig kontekst, hvor udgivelsen af romanen vil blive forstået som et led af den tyske erindringskultur og Vergangenheitsbewältigung.

4.8. Hitler som ikon

Via Bent Sørensen og Helle Thorsøe Nielsens teori om kulturelle ikoner og icon-work vil jeg analysere benyttelsen af og omgangen med Hitler-ikonet i *Er ist wieder da*. Ikonicitet spiller ind på flere af mine analysepunkter, hvorfor analysen af Hitler-ikonet ikke blot vil være begrænset til det enkelte analysepunkt, men vil være en gennemgående teori i de respektive analysepunkter. Analysen af Timur Vermes' brug af icon-work og Hitler-ikonet i sin roman vil blive analyseret i håb om at finde frem til Vermes' stillingtagen til Hitlertainment-fænomenet.

5. Analyse

Metoderne fra det forgangne kapitel vil blive brugt som baggrund for analysen af romanen *Er ist wieder da* af Timur Vermes (2012). Som indledning til analysen af romanen, bliver et par Hitlersketcher analyseret for at binde den fiktive verden i romanen sammen med verdenen uden for romanen. Romananalysen består af syv analysepunkter; fortællerforhold, fremstillingen af Hitler-figuren, tidsperspektivet, humor i romanen, satire i romanen, Hitler-ikonet og erindringskultur. De syv punkter skal være med til at besvare problemformuleringen om, på hvilken måde fremstillingen af Hitler-ikonet i romanen kan opfattes som et opgør med Hitlertainment.

5.1. Hitlersketcher

For at vise, hvilke kulturelle fænomener Vermes refererer til i sin roman, vil der blive gjort rede for enkelte Hitlersketcher. Skuespilleren og komikeren Michael Kessler bliver nævnt i romanen og bliver brugt for at danne bindeled imellem romanen og verdenen uden for den. Ved at nævne komikere udenfor romanen dannes et billede af Hitlertainment fra verdenen uden for romanen og redegør for tyskernes opfattelse af Hitler-ikonet. Ydermere vil en Hitlersketch af satirikeren Jan Böhmermann blive benyttet for at have et nyere eksempel på en Hitlersketch.

I romanen bliver Hitler i første omgang ikke genkendt som sig selv, men som ””der andere Stromberg. Der aus Switsch”” (Vermes 2012, 61). De unge mænd i romanen genkender ham som komikeren og skuespilleren Michael Kessler fra det tyske comedyshow *Switch Reloaded*, der blev sendt 2007-2012 på den tyske kanal ProSieben. Der har været forskellige sketcher, men i relation til Hitler er det den tilbagevendende sketch *Obersalzberg*, der af format minder om det tyske show *Stromberg*, som bliver analyseret.

En nyere Hitlersketch er fra satirikeren Jan Böhmermanns sketchserie *@therealfuehrer*. Jan Böhmermann er et kendt ansigt inden for tysk satire, som til tider befinder sig på grænsen af det grove, hvilket kan ses i forbindelse med den nylige Erdogan-sag. I serien *@therealfuehrer* spiller Böhmermann Adolf Hitler, forkortet til Adi, som med sin egen YouTube-kanal videoblogger (vlogger), om trivielle hverdagsaspekter, såsom litteratur eller indkøb.

5.1.1. *Obersalzberg - Sport*

Sketchen *Sport* blev sendt d. 30. juli 2009 på ProSieben. I sketchen holder Adolf Hitler og nogle kolleger kaffepause og snakken falder på sport, eftersom en af kollegerne er begyndt til fodbold. Hitler henvender en joke om vigtigheden i at bruge benene indenfor

sport mod en kollega med amputerede ben, hvilket manden ikke finder morsomt. Hitler forsøger senere at komme med på fodboldholdet, men da der er ikke plads på holdet får han en plads på kollegaen Tanjas løbehold i stedet for. I en form for interview i sit kontor taler Hitler om, hvordan kvindekroppen ikke er skabt til fysiskkrævende sport, men snarere bør danse ballet og spille badminton. I næste klip ses en udmattet Hitler, der ikke kan følge med Tanja, der synes at være i væsentlig bedre form end Hitler. Da hun spørger om de skal tage den mere med ro, finder Hitler på flere undskyldninger for, hvorfor han ikke løber så godt. Afslutningsvis fortæller Hitler, at Tyskland ikke ville klare sig bedre, hvis han/de var bedre til at udøve sport (ProSieben 2009).

I relation til fænomenet Hitlertainment forekommer enkelte af de nævnte temaer fra redegørelsen af fænomenet. Banaliseringen af Hitler forekommer særdeles tydeligt i denne sketch, da Hitler bliver fremstillet som en meget overdreven og akavet person. Hitlers akavede personlighed kommer til udtryk igennem hans mimik og gestik, hvor han med sine overdrevne armbevægelser og fjogede ansigtsudtryk bliver i langt højere grad fremstillet som en klovn end den egentlig seriøse Adolf Hitler. Hagekorset er fremtrædende i denne sketch; det er på kopperne og på Hitlers joggingtøj, hvilket bliver gjort for at afmystificere symbolet og ikke blot lade det stå som et mystisk symbol fra fortiden. Det popkulturelle kan anes i Hitlers joggingtøj, der er i sort, hvid og rød (farverne fra det Tredje Riges flag) og med et matchende halstørklæde med et broderet hagekors derpå, som et udtryk for konsumkulturen. Mode bliver her brugt til at signalisere, hvor Hitler står politisk. Michael Kessler har i et interview med magasinet *The European* udtalt sig om brugen af de forbudte symboler, der sættes i relation til nationalsocialismen:” Also beim Obersalzberg tauchten die ständig auf. Es gibt den Hakenkreuzen-Teppich, die Hakenkreuz-Schreibmaschinentaste, die Hakenkreuz-Abdrücke der Stiefel. Wir haben extra übertrieben, um das Symbol zu entmystifizieren und ins Lächerliche zu ziehen“ (Kessler 2014, 74). Produktionen bag sketchen *Obersalzberg* har igennem deres vedvarende benyttelse af symbolet forsøgt at afmystificere de forbudte symboler og derved vise, at symbolet i sig selv ikke kan gøre noget og forsøger dermed at trække symbolet fra noget skræmmende over i det latterlige.

Hitler bliver latterliggjort i sketchen igennem fremstillingen af ham som en fjoget person med manglende forståelse for sine egne grænser. Hitlers manglende indsigt i sine grænser ses i skoven, hvor han ikke er i god nok form til at løbe, selvom han lige før har udtalt sig, at kvinder ikke har den fysik det kræver for at løbe. Hans udsagn kontra hans handlinger står som klare modsætninger, hvor Hitlers udsagn bliver latterliggjort og seeren har derfor muligheden for at grine af Hitler og hans manglende kompetencer. Han

bliver trukket ned som en svag person, som bliver et offer for sine udtalelser om, hvor svage kvinder er fysisk. Da han ikke er i stand til at præstere det samme som en kvinde, er han pludselig under kvinden, hvilket ikke var hans intention. Det overdramatiske kropssprog i form af fægtende arme og meget tunge åndedræt indikerer, at han ikke er i stand til at løbe selvom han insisterer:” Ich kann immer!” (ProSieben 2009, 03:34). Der opstår en konflikt imellem det Hitler siger og hvad han egentlig kan præstere, hvilket for seerne er med til at banalisere og latterliggøre Hitler.

Michael Kessler heiler i sketchen i en samtale om fodbold, hvor Hitler siger ”Von rechts bin ich öh bin ich immer besser” (ProSieben 2009, 01:51) og retter sin højre arm op. Programmet har valgt at lægge et laugh track ind over sketchen for at markere, at der er tale om vittighed, som seerne bør grine med på. Når nogen griner af en Hitlersketch, eller anden form for Hitler-humor, er der ifølge Michelle Starck noget ubehageligt ved denne form for ”humor”, da der i hendes optik ikke er noget morsomt ved Adolf Hitler. Skuespilleren Michael Kessler har udtalt sig om Hitler-humor og de bagvedliggende problematikker. Kessler kan godt sætte sig ind i Starcks tankegang om ubehaget bag ved humoren, såsom Holocaust, og ifølge Kessler kan man ikke bearbejde Holocaust igennem den tyske comedy (Kessler 2014, 74). Kessler er overvejende enig med Starcks opfattelse af ubehaget ved Hitler-humor, da han er samme opfattelse af, at Holocaust ikke er morsomt, men Holocaust bør ikke forhindre Hitler-humor, da

Man kann die Person Adolf Hitler bloßstellen, sie zu einer Witzfigur machen. So dass alle mit dem Finger auf ihn zeigen und sagen: Was für ein Idiot, war für ein Arschloch! Wir haben uns bei ‚Obersalzberg‘ auch immer bemüht, dass er eine Sau ist, also am Ende jemanden verrät oder die Bombe hochgehen lässt (ibid.).

Her nævner Kessler dæmoniseringen af Hitler og hvordan seerne har muligheden for at bruge Hitler som en sydebuk og kalde ham en idiot. Den medialiserede Hitler bliver set som et monster og skal bære den projicerede skyld og skam fra den tidligere generation af tyskere. Tyskerne valgte efter krigen at aflaste deres samvittighed ved projiceringen af deres skyldfølelse over på Hitler, frem for at de bearbejde den selv.

Hitler-ikonet kommer til udtryk igennem Hitlers let genkendelige karakteristika (sideskilning og overskæg) samt symboler som hagekorset, der kan knyttes til Hitler. Hitler-ikonet bliver brugt til både at banalisere og dæmonisere Hitler, hvorfor det kan udledes, at *Switch Reloadeds* sketchserie *Obersalzberg* benytter ikonet som hidtil. Det vil sige, at de benytter ikonet til både latterliggørelsen af Hitler samt til fremstillingen af Hitler som et monster. Hitlertainment bruger Hitler både som en klovn og som en skurk, hvilket Hitler-ikonet er i denne sketch: Han er nedladende over for kvinder og handicappede, men er også selv svagere end dem han nedgør. Sketchen forsøger på

samme tid at gøre grin med Hitler og nationalsocialismen samt at fremstille Hitler som en gemen person.

Kessler påpeger i interviewet, at det er essentielt for deres arbejde med sketcherne at indbringe Vergangenheitsbewältigung og den tyske erindringskultur i deres arbejde. Kesslers forældre finder ikke hans Hitlersketcher morsomme, siden de selv tilhører krigsgenerationen. Kessler understreger, at "Die Gefühle der älteren Generationen muss man immer reflektieren und mit dem Thema vorsichtig umgehen. Bei jungen Leuten ist das überhaupt kein Thema" (ibid., 75). Det er derfor essentielt at inkorporere tyskernes forskellige tilgange til historien i deres sketcher, da den ældre generation har et tættere tilhørsforhold til den historiske periode end de yngre generationer har, eftersom den yngre generation har en anden relation til denne periode i historien.

5.1.2. @therealfuehrer - Haul Hitler BDM-Einkauf

Hitlersketchen *Haul Hitler BDM-Einkauf* blev uploadet på ZDF-showet *Neo Magazins* YouTube-kanal d. 5. november 2014. Jan Böhmermann spiller Adolf Hitler, som igennem sketchen kalder sig selv for Adi, og vil i sketchen gerne vise sine seneste indkøb fra BDM til sine følgere. Sketchen starter ud med en lille introduktionsvideo, hvor Adi forsøger at køre på et skateboard uden succes, mens sangen "Best Day Of My Life" spiller som underlægnings-musik. Overgangen til sketchen sker med et sløret billede og med teksten "Haul Hitler #88 by Adi Hitler @therealfuehrer" (ZDFneo 2014, 0:10). Adi har handlet ind i BDM og vil gerne dele sine indkøb med sine 88 millioner følgere, som han takker yderst følelses-ladet ved at vifte hænderne foran ansigtet for at undgå at græde. Han vil nu vise sine indkøb og det første er parfumen *Germania* fra BOSS, som lugter "Groß Deutsch. Riecht bisschen wie früher Ernst Röhm nach dem Duschen" (ZDFneo 2014, 0:55-1:02). Efterfølgende gentager han „oh mein Gott“ op til flere gange for at vise sin begejstring for luftfriskeren Wunderbaum. Blandt Adis andre indkøb er en fodfil til hans problemer med tør hud under fødderne og en pakke Always bind, som her er en pakke røde armbind med et hagekors på og en pakke med hesteklistremærker blot fordi han ikke kunne gå forbi dem. Som sidste kommentar beder Adi folk give ham en højre arm i vejret, hvis seerne kan lide hans video og hvis de ikke kan lide videoen, kan de efterlade deres adresse, så Gestapo lettere kan finde dem (ZDFneo 2014).

Denne Hitlersketch benytter Hitler-ikonet på tilnærmelsesvis samme måde som i *Obersalzberg* sketcherne, da Jan Böhmermann her bruger Hitler-ikonet til at lave sjov med både Adolf Hitler og tyske youtubere. Det første indtryk man får af Hitler er, at han med sin mislykkede tricks på skateboard og sine selvcentrerede videoer, er en morsom

person. Denne fremstilling af Hitler med et klodset kropssprog og en fjollet personlighed, stiller sketchen på niveau med Kesslers sketch, der ligeledes bruger Hitler som en klovn. I henhold til Hitler-ikonet er Böhmermann iført en uniform med enkelte medaljer og med hagekorset, han har den klassiske sideskilning, det smalle overskæg og har en meget særpræget accent med det rullende R, hvilket alle står som ikoniske karaktertræk på Hitler. Efterfølgende bliver han præsenteret som "Adi Hitler", hvor kælenavnet er med til at danne billedet af Hitler, som en sød og nærmest barnlig person, frem for den historiske person, der var ansvarlig for forbrydelser mod menneskeheden.

I relation til Sørensens teori om icon-work kommer Jan Böhmermanns arbejde med Hitler-ikonet til udtryk i hans genfortolkning af ikonet i en nyere kontekst, som er udtryk for banaliseringen af ikonet og bruges til underholdning. Böhmermann bruger Hitler-ikonet til at udstille forskellige aspekter af den tyske mediekultur. I denne sketch laver Böhmermann satire på tyske youtubere, der uploader såkaldte "haul videoer" (haul videoer refererer til videoer på YouTube, hvor en person har købt forskellige ting, som de viser frem til deres følgere). Böhmermann gør derved brug af LeBoeufs tre satiriske kriterier (kritik, ironi og underforståethed) til at understrege, hvor irrelevante og fjollede sådanne indkøbsvideoer er og gør derfor grin med konsumkulturen.

Igennem sketchen bruger Böhmermann ordspil og allusioner, der bevæger sig imellem den moderne kontekst og med elementer af Hitlers tidsperiode. Selve titlen på sketchen "Haul Hitler" er et ordspil, som minder om Fører-hilsenen "Heil Hitler", der er til stede både i udtalt form, men også som tallet 88. Tallet 88 referer til Fører-hilsenen "Heil Hitler" og da det ottende bogstav i alfabetet er H, bliver Heil Hitler forkortet til 88. Igennem sketchen bruger Böhmermann tallet i forhold til hvor mange følgere han har og bruger #88 til at fremhæve det nationalsocialistiske aspekter af sketchen. Adis indkøb er alle købt i BDM, som er en allusion på det tyske indkøbscenter DM og initialerne BDM henviser til den nationalsocialistiske masseorganisation Bund Deutscher Mädel.

Sketchens setup er bygget op som en videoblog (forkortes vlog), hvor Hitler fremviser sin indkøb og kommer med enkelte kommentarer til, hvor han netop valgte de produkter. Igennem videoen popper små sjove kommentarer og bannere op, som for eksempel "süüüüüüüß <(^.^<" eller "Hier gibt's viele amazing Pferdestickers --->", som er med til at skabe en humoristisk stemning i selve vloggen, da hele setuppet med Hitlers vlog forekommer modstridende med den historiske person. Bannerne og kommentarerne kommer løbende i videoen og er med til at sikre videoens autenticitet som vlog, da denne

type kommentarer for de fleste YouTubere¹ er en naturlig del af en vlog. De førnævnte kommentarer er med til at videreføre det banaliserede billede af Hitler og i langt højere grad give ham personligheden, der står i stærk kontrast til den historiske person. Det feminine aspekt af Adis personlighed kommer til udtryk flere gange igennem hans gestik, eksempelvis ved hans viften med hænderne for ikke at græde eller hans begejstrede viften med hænderne for at indikere, at han finder en Wunder-Baum fantastisk. Böhmermann benytter icon-work til fortolke Adolf Hitler i en moderne kontekst og bruger ikonet til at banalisere Hitler.

Sketchen eksemplificerer konsumkulturen indenfor populærkulturen, hvor der fokuseres på produkter. Hvert produkt Adi har købt kan blive fortolket og forstået ud fra en historisk Hitler-kontekst, hvilket vil sige, at alle indkøb er vinklet således, at de kan relateres til Hitler. Eksempelvis luftfriskeren ”Lebensraum”, hvis navn henviser til Hitlers ekspansionspolitik, der med et enkelt sprøjt giver følelsen af frihed og ifølge Hitler ”riecht wie kurz vor Moskau” (ZDFneo 2014, 1:23-1:30). Hitler købte en trimmer fra Braun, der skal trimme hans ikoniske overskæg. De forskellige indkøb kan relateres til den historiske person Adolf Hitler og komikken i sketchen opstår ved at forbinde den historiske kontekst med den aktuelle og kommercielle kontekst.

5.1.3. Delkonklusion

Som en opsummering på arbejdet med de to ovenstående Hitlersketcher *Sport* fra Switch Reloaded og *Haul Hitler BDM-Einkauf* fra Jan Böhmermans sketchserie *Haul Hitler* kan det udledes, at Hitlersketcherne er særdeles præget af banaliseringen af Hitler-figuren. Sketchernes holdning til Hitler-figuren er derfor med til at bevare billedet af Adolf Hitler som en klovn, der bør gøres grin med, frem for den reelle historiske person. Sketcherne kan blive forstået som led af populærkulturen og særdeles underholdningsbranchen, hvor der fokuseres på at underholde seerne. Det er ydermere et tegn på populær- og ironikulturen, hvor intet længere fremstår som ”helligt”, da der kan gøres grin med alt. De respektive sketcher kan opfattes som et led af Hitlertainment-fænomenet og dets tilgang til Hitler-ikonet i form af banaliseringen af Hitler. Den korte analyse af Hitlersketcherne danner basis for det videre arbejde med Timur Vermes’ roman *Er ist wieder da* således, at sketcherne står som eksempler på brugen af Hitler-ikonet på en både humoristisk samt satirisk måde.

¹ En YouTuber er en person, som jævnligt uploader videoer til deres Youtube-kanal.

5.2. Forfatteren Timur Vermes

Timur Vermes blev født i 1967 i Nürnberg som søn af en tysk mor og en ungarsk far. Han studerede historie og politik i Erlangen og endte med at arbejde som journalist. Siden 2009 har han arbejdet som anonym forfatter på fire bøger (Vermes 2012). Timur Vermes' debutroman *Er ist wieder da* fra 2012 fik stor salgssucces og var på Spiegels bestsellerliste i adskillige uger og blev efterfølgende udgivet i over 30 lande (Vermes 2014, 65). Succesen er i efteråret 2015 blevet bragt til det store lærred, hvor romanen blev filmatiseret med Oliver Masucci i hovedrollen som Adolf Hitler. Ved romanens udgivelse i 2012 var den en stor succes og kom hurtigt på bestsellerlister og i sommeren 2013 var der blevet solgt over 700.000 eksemplarer, 150.000 lydbøger og romanen er blevet oversat til 27 sprog (Großbölting 2013). Ved romanens udgivelse blev den først ignoreret af kritikerne, trods dens succes. Enkelte kaldte den for smagløs eller politisk naiv, men deres kommentarer stoppede ikke succesen (ibid.).

5.3. Resume af romanen *Er ist wieder da*

I romanen vågner Hitler forvirret op i 2011 midt i Berlin. Uforstående om at der er gået knap 70 år og med troen om at krigen stadig hænger går han igennem Berlins gader, indtil han kommer til kiosk. Kioskejereren tror, at Hitler er en skuespiller og vælger at hjælpe Hitler og får skabt kontakt til produktionsselskabet Flashlight. De vælger at ansætte ham, fordi han minder om den ægte Hitler, hvortil de får ham indlogeret på et hotel. Chefen for Flashlight, fru Bellini, vil sikre Hitler en karriere inden for fjernsyn og skaffer ham sekretæren Vera Krömeier som hjælp. Hitler ser muligheder i at viderebringe sin politik igennem et tv-show, da han atter vil erobre magten. Hitlers taler er meget kritiske over for det moderne Tyskland og talerne er en kæmpe succes og bliver uploadet til YouTube. Succesen er stor og flere millioner ser Hitlers taler fra programmet. Trods Hitlers stærke kritik i sine taler bliver han stadig set som en skuespiller og får positiv kritik, der fører til en nominering til en Grimme-Preis, som er en stor pris inden for underholdning. Flashlight har valgt at producere Hitlers eget show, som går hen og bliver en stor succes, hvor politikere taler om relevante temaer. Slutteligt bliver Hitler overfaldt af neonazister, hvilket er med til at skabe Hitlers image som en bekæmper imod højreekstremisme. Mens han er indlagt på hospitalet bliver han tilbudt en plads i hvert parti inden for tysk politik, hvilket han dog ikke har i sinde, da han hellere vil starte sit eget parti. Hitler bliver ydermere kontaktet af et forlag, som gerne vil udgive en bog skrevet af ham, hvilket han siger ja til, da der her også er mulighed for at viderebringe sin ideologi.

5.4. Fortællerforholdet

Fortællerforholdet er relevant at analysere, eftersom fortælleren er en del af den verden, som romanen skaber. Romanen indledes således: ”Das Volk hat mich wohl am meisten überrascht“ (Vermees 2012, 7), hvilket fastlægger fortælleren som en jeg-fortæller grundet det reflek-sive pronomen ”mich”. Historien bliver fortalt retrospektivt, siden fortælleren erindrer, hvad der skete dengang, han vågnede op: „Ich erinnere mich, ich bin erwacht, es dürfte früher Nachmittag gewesen sein“ (ibid., 10). I starten er fortællerens identitet stadig ukendt, men løbende gives hentydninger til, hvilken personlighed det drejer sig om. Nogle eksempler herpå kan være observationerne om, at han ikke længere befinder sig i førerbunkeren eller Rigskancelliet og at fortæller-jeget aftenen før havde været sammen med Eva (i dette tilfælde er der tale om Eva Braun). Trods hentydningerne er det først på side 13 i romanen, at fortælleren afslører sin identitet som ”[der] Führer des Deutschen Reiches” (ibid., 13) og han nævner først sig selv ved navn på side 90 ”Hitler (...) Adolf Hitler, Reichskanzler des Großdeutschen Reiches a.D.” (ibid.,90). Eftersom historien bliver fortalt ud fra Adolf Hitlers synsvinkel er fortælleren personbundet, hvilket vil sige, at læseren kun får viden fra selve fortælleren og ikke fra andre personer i romanen, hvorfor handlingen kun kan blive beskrevet ud fra hans erfaringer. Hvis romanen var blevet fortalt ud fra en tredjepersonfortæller ville historien have været noget anderledes, da der ikke ville have været mulighed for at læse Hitlers tanker, intentioner og iagttagelser. Siden der benyttes en personbundet fortæller i romanen, er det nødvendigt at inddrage en analyse af fortællerens pålidelighed, da fortælleren kan blive opfattet som upålidelig.

En fortæller er upålidelig, hvis han bedømmer en person eller en sag forkert eller hvis hans udsagn bliver farvet af sine egne holdninger. Adolf Hitler fortæller sin historie retrospektiv ud fra sit naive udgangspunkt, hvilket skal forstås sådan, at han i starten ikke kan begribe den moderne verden, men i løbet af romanen udvikler han sig og får til sidst en forståelse for den nye tid. Fortællerens manglende viden er med til at skabe sammenstød imellem fortælleren selv og de moderne tyskere og det er disse sammenstød, som er med til at skabe humoren i romanen. Selvom fortællerens manglende fornemmelse er med til at danne det humoristiske i romanen, er det også med til at sikre fortællerens upålidelighed, da han ikke altid kan bedømme situationerne ud fra den kontekst, som de udspringer fra. Fortælleren har ofte en bagtanke med sine handlinger, hvilket har indvirkning på opfattelsen af ham. Fortælleren bliver eksempelvis opfattet som en imødekommende og sympatisk person over for de tyskere han møder, men egentlig udspringer

hans sympati ud fra tanken om, hvor overvældende det må være for dem alle at møde Føreren: ”Es ist praktisch unmöglich für eine Frau, nicht etwas zu fühlen, wenn sich der Befehlshaber der gewaltigsten Armee der Welt in ihrer Nähe aufhält” (ibid., 91). Eftersom fortælleren kan være manipulerende, er læseren nødt til at gøre op med sig selv om, det fortælleren skriver er sandt eller falsk. Det er muligt for fortælleren at manipulere læseren igennem sin fortællestil og dermed sikre sig læserens sympati for hans sag.

Siden læseren er med inde i Hitlers hoved, bliver læseren alvidende i forhold til fortælleren og hans ideer. Læseren kan sammen med fortælleren stille sig kritisk over for tyskerne og det tyske samfund. Fortælleren ”spiller et spil” med tyskerne, forstået på den måde, at fortælleren forstår at udnytte de tiljublende folk og hans opnåede popularitet til sin egen fordel, hvilket muliggør fortællerens ønske om at genvinde magten i Tyskland. Læseren har med sit indblik i fortællerens intentioner mulighed for at distancere sig fra handlingen og kritisere tyskernes tilbedelse af Hitler i romanen.

Historien er fortalt af en mand fra 1945 og han har flere kommentarer til den nye og moderne verden, da der ud fra hans synsvinkel er flere elementer, som han mener har taget en forkert drejning. Et eksempel på et af hans mere forundrende møder med moderne teknologi er første gang han ser et fladskærmsfjernsyn. Hitler kendte godt til fjernsynet fra 1945, men designet har ændret sig en del og hertil kommenterer han: ”Ich hatte zuerst angenommen, die flache, dunkle Scheibe in meinem Raum sei wohl eine Art wunderliches Kunstwerk“ (ibid., 71). I hans optik kunne det lige så godt have været et maleri fremfor et fjernsyn og denne beskrivelse ville læseren ikke have fået med, hvis fortællingen ikke var fortalt ud fra Hitlers synsvinkel.

Hitler kan ikke huske, hvordan han er kommet til Berlin, men han kan dog svagt erindre, at han viste sin gamle pistol til Eva, men derudover kan han ikke huske mere om aftenen, som han husker til at være sket dagen forinden. Fortælleren ved ikke, hvordan eller hvorfor han er genopstået i Berlin og læseren kan sammen med fortælleren undre sig over, hvorfor netop Adolf Hitler er genopstået. Grundet sin forvirring om, hvor han befinder sig, vælger fortælleren at orientere sig om sine omgivelser, hvor hans grundighed og fornemmelse for detaljer fremstår. Fortælleren lægger mærke til de mindste detaljer, såsom at der vokser ukrudt omkring ham og at en vandpyt indikerer regn igennem en længere periode (ibid., 11-12). Disse egenskaber bruger fortælleren også igennem sin fortælling og i sin fortællestil, hvor han har øje for flere detaljer og er særdeles iagttagende. Fortællingen bliver derfor præget af Hitlers tilgang til de mindste detaljer.

Fortællerens opfattelse af sig selv er præget af en overdreven selvsikkerhed: ”’Sie sind echt jut!’ ’Ich weiß.‘“ (ibid., 86). Ydermere er han arrogant over for folkene omkring

sig:” Auch dieser jüngere Mann schien mich nicht erkannt zu haben. Es gab hier schon wieder keinen Deutschen Gruß, die Reaktion sah aus, als habe er nur fast einen x-beliebigen, herkömmlichen Passanten gerammt“ (ibid., 16-17). Fortælleren er meget overrasket over, at den unge mand ikke genkender ham som Føreren og giver ham den tyske hilsen, da han er den overbevisning, at alle vil vide hvem han er.

Et interessant aspekt af fortællerforholdet er Timur Vermes' valg af Hitler som en jeg-fortæller, da det rejser spørgsmålet: Hvorfor Adolf Hitler? Hitler fortæller romanen som en udefrakommende person, der igennem sine kommentarer og iagttagelser kritiserer det nutidige samfund. Men hvis der ses på Hitlers gerninger igennem hans levetid, kan der ydermere stilles spørgsmålstejn ved hans ret til at kritisere samfundet, når han har flere millioner menneskeliv på sin samvittighed. Når Vermes benytter Hitler som jeg-fortæller i sin roman opstår et problem i forhold til Hitler-ikonet, da afstanden til ikonet bliver formindsket når læseren kommer ind i Hitlers hoved. Når læseren har adgang til Hitlers tanker, ser læseren ikke længere ikonet ude fra, men kommer ind bag facaden og befinder sig inden i ikonet. Når læseren er bag facaden på ikonet, er det ikke muligt at projicere over på ikonet som førhen. I en anmeldelse fra *The New York Times* skriver journalisten Daniel Torday, at “The most striking and provocative feature of the narrative, in fact, is not the decision to resurrect Hitler but the choice to use him as a first-person narrator — to risk telling us more about Hitler than could be known” (Torday 2015). Ved at bruge Hitler som jeg-fortæller, fortæller Vermes mere om Hitler end han egentlig kan vide, hvilket viser, at Vermes har sat sig ind i den historiske person Adolf Hitler. En historie fortalt ud fra Hitlers synspunkt kan læseren finde problematisk, da der opstår en følelse for sympati over for fortælleren, hvilket ikke alle finder passende. Tyskerne har måske mere brug for dæmoniseringen af Hitler-ikonet for at kunne projicere skyld og skam over på ikonet, fremfor at have sympati med Hitler. Vermes har udtalt sig, at dæmoniseringen har været med til at skabe balance i både Tyskland og i dets relation til andre nationer. Eftersom tyskerne har gjort brug af dæmoniseringen af Hitler og gjort ham til syndeboek for Anden Verdenskrig i adskillige år, har de efterfølgende kunnet se dem selv i øjnene og komme videre (Vermes 2014, 64). Når Hitler nu bruges som fortæller og opnår sympati fra læserens side, opstår ubehaget ved Hitler som fortæller hos læseren overfor sig selv, idet han genfinder sig selv i Hitlers hoved. For bag ved det sjove og banaliseringen af Hitler er de historiske hændelser, der medfører ubehaget. Når Vermes har valgt Hitler som en fortæller bliver Hitlers gerninger derfor bevaret i folks bevidsthed. Ubahaget i valget af Hitler som en jeg-fortæller gør fortællerforholdet og fortællestilen kontrovers.

5.5. Fremstillingen af Hitler

Som tidligere beskrevet, vågner Hitler op i Berlin i året 2011 lettere forvirret over hvor han befinder sig. Han forsøger hastigt at adaptere sig til sine omgivelser og han fastslår, at han befinder sig i Berlin. Hitlers personlighed er som i 1945 og han har ønsket om at genvinde magten i Tyskland og få genindført nationalsocialismen. De fleste af tyskerne tror, at Hitler i virkeligheden er en genial skuespiller, som portrætterer Hitler meget troværdigt via *method acting*. Han bliver eksempelvis mødt med disse spørgsmål ved sit første møde med sin sekretær, Vera Krömeier, som spørger Hitler:

'Is det Messed Ekting?' 'Verzeihung?' 'Na det, wat der de Niro ooch macht. Und der Patschino. Messed Ekting. Wo man so janz drinne is in seine Rolle?' 'Sehen Sie, Frau Krömeier' (...) 'ich weiß nicht genau, wovon Sie reden' (ibid., 125).

Hitler forstår sig ikke på Krömeiers spørgsmål om de skuespillerevner, som hun tror han besidder, da han ikke ser sig selv som en skuespiller, men som Føreren, Adolf Hitler.

Hitler er særdeles seriøs angående politik, da han forsøger at generobre magten i Tyskland. Hitler får øje for de nye medier, såsom fjernsynet og internettet, ser han store muligheder i medierne, da de kan bruges til at viderebringe hans nationalsocialistiske propaganda:” Und dann stellte sie mit eine der erstaunlichsten Errungenschaften aus der Geschichte der Menschheit vor: der Computer” (ibid., 127). Hitler bruger også flere situationer til at nævne sin holdning om tyskeren som overlegen i forhold til andre nationaliteter, hvilket kunne ses i forbindelse med hans beskrivelse af opfinderen Douglas Engelbart. Han opfandt musen til en computer, hvilket Hitler mener skyldes hans tyske aner, da ”sein germanisches Blut wallt in der Wärme auf, und er erfindet prompt dieses Mäusegerät. Also: fantastisch” (ibid., 129). Hvis han har muligheden for at fremstille tyskerne som overlegne udnytter han sine chancer.

Selvom Hitler bliver fremstillet som en seriøs og distanceret person, giver han igennem sine tanker læseren et indblik i hans bekymringer vedrørende Tysklands velbefindende og sikkerhed. Hitler fremstiller det således, at det er en af hans største bekymringer, men som tidligere nævnt, kan hans synsvinkel blive stillet spørgsmålstegn ved, da han til tider er en upålidelig fortæller. Spørgsmålet er, om det virkelig er en af hans største bekymringer eller om det er en måde at skabe sympati fra læserens side. Hitler mener selv, at det virker mindre nødvendigt at skulle bekymre sig om tyskernes sikkerhed, da der ikke er tegn på krig, hvilket var tilfældet i 1945 (ibid., 20).

Hitler vil rigtig gerne have styr på alt, for dermed at have kontrol over situationer. Det plager ham, at han ikke kan få svar på, hvorfor netop han er blevet valgt til at vende tilbage og ikke andre fra den tyske historie (ibid., 48-49). Med sin tendens til at være

bedrevidende og overlegen, overbeviser Hitler sig selv om, at svaret på spørgsmålet må være, at skæbnen er skyld i, at han er vendt tilbage. Hitler får igennem sin indre monolog skabt et billede af sig selv som, den engang store frelser af tyskerne, som endnu engang må tage nogle svære valg og bringe smertelige ofre for sit folk. Herigennem får han fremstillet sig som en helt, der skal igennem en del prøvelser før det vil lykkes ham at redde Tyskland, hvorfor han forsøger at fremstå både selvopofrende og sympatisk. Men Hitlers rejse bliver denne gang alene, da han ikke har sin hjælpere ved sin side, hvilket egentlig passer ham fint, da ”Der Starke ist am mächtigsten allein. Wie ehemals galt dies auch in dieser Stunde, jetzt mehr denn je. Hatte ich doch nunmehr Klarheit. Alleine hatte ich das Volk zu retten. Alleine die Erde und alleine die Menschheit“ (ibid., 53-54). Ifølge Hitler selv står han bedre som ene mand og skal redde Tyskland og hele menneskeheden fra dem selv, hvor han, i sin egen forståelse, skal være frelseren endnu engang.

En problematik i forbindelse med fremstillingen af Hitler i romanen er, at læseren kan have sympati over for Hitler. Men denne sympati forsøger Vermes at bryde, ved at inddrage de grusomme historiske begivenheder ind i romanen, hvilket eksempelvis sker ved Hitlers refleksioner over jøder i Tyskland: ”Der deutsche Jude war auch nach sechzig Jahren nachhaltig dezimiert. Etwa 100000 zählte man noch, gerade ein Fünftel des Vorkommens von 1933 – das Bedauern darüber hielt sich in Grenzen, was logisch schien, aber nicht unbedingt zu erwarten gewesen war“ (ibid., 147). Med sådan en kommentar bliver Hitlers holdning over for jøder tydeliggjort og det bliver klart, at hans holdning er lig med den historiske Adolf Hitlers tankegang. I forbindelse med dæmonisering af Hitler og ubehaget ved ham, bliver det ubehagelige ved Hitler-ikonet trukket frem og læseren bliver endnu engang gjort opmærksom på Holocaust og resultatet heraf, hvilket kan ses ved det lave antal tyske jøder i Tyskland. Hitler-ikonet bliver fremstillet meget lig den historiske person Adolf Hitler, hvilket har stor betydning for Hitler-ikonet, da det sakraliserede ved ikonet bliver ødelagt. Ikonet bliver genfortolket og videreført af Vermes og snarere end at vise det simplificerede og endimensionelle Hitler-ikon, vælger Vermes at fremhæve dimensioner af den historiske korrekte Adolf Hitlers holdning til de tyske jøder og dermed minde læseren om, hvorfor Hitler egentlig blev dæmoniseret til at starte med og ydermere vise læseren, at der ikke er noget morsomt ved Adolf Hitler.

5.6. Tidsperspektivet

Romanens fortalte tid begynder d. 30. august 2011. Datoen er angivet meget præcis eftersom Hitler finder en avis og ”Dort stand der 30. August. 2011” (Vermes 2012, 20). Den seneste konkrete tidsangivelse er ”späten November” (ibid., 371), hvilket er tidspunktet for Hitlers overgreb af nogle højreekstreme skinheads. Efterfølgende vågner han op på et hospital og er der ind i december, hvilket Hitler fastlægger igennem sin kommentar:” Draußen im Flure haben sie eine umfangreiche Weihnachtsdekoration angebracht. Sterne, Tannenzweige und dergleichen mehr. An den Adventssonntagen gibt es Glühwein“ (ibid., 392). Ud fra disse sammenslutninger af tidsangivelser fra romanen kan det fastlægges, at den fortalte tid strækker sig fra sent august 2011 til december 2011. Fortællertiden er det tid historien fortælles i, hvilket i dette tilfælde er ubevidst, men siden romanen fortælles retrospektivt kan det udledes, at romanen er fortalt efter selve handlingerne, som det er blevet fastslået slutter december 2011. Til sidst i romanen bliver Hitler kontaktet af en kvinde fra ukendt forlag, som udtaler sig:” ich denke, es ist an der Zeit, dass der Führer wieder einmal ein umfassendes Zeugnis seiner Weltsicht darlegt” (ibid., 388). Det kan tænkes, at den romanen som kvinden beder Hitler om at skrive, er selve romanen *Er ist wieder da*, hvorfor romanen starter hvor den slutter og

Tidsperspektivet er tæt forbundet med det humoristiske aspekt, da sammenstødene imellem to tidsperioder er med til at skabe humoristiske passager. Hitlers kommentarer kan blive opfattet som humoristiske, da tidsforskellen imellem den tid som Hitler kommer fra (1945) og den tid han er vågnet op i (2011) er basis for to kontekster; Hitlers kontekst, som er skabt ud fra hans egen periode og læserens kontekst, som er indstillet på den moderne verden. Kommentarerne bærer præg af et sammenstød af, hvad der er mærkværdigt for Hitler, men som for de moderne tyskere er normalt, hvilket giver humoristiske observationer. Et eksempel herpå kan være Hitlers første møde med en dreng, som han er overbevist om er medlem af Hitlerjugend: ”jedenfalls wandte sich der größte nun zu seinen Kammeraden um, wodurch ich seinen Namen lesen konnte, den ihm seine Mutter auf das geradezu grellbunte Sportleibchen gewirkt hatte. ’Hitlerjunge Ronaldo! Wo geht es zur Straße?’“ (ibid., 15). Det humoristiske ligger i at læseren ved, at der er tale om en almindelig sportstrøje, som kan fås med forskellige fodboldstjerners navne på ryggen. Der er ikke tale om en passioneret mor, der har syet trøjen med deres barns navn på, men dette ved Hitler ikke, da han ikke er vandt i denne tid og kultur. Ydermere at kalde barnet for ”Hitlerjunge” har også et humoristisk tvist, da han ikke er klar over, at Hitlerjugend ikke længere eksisterer.

5.7. Humor i romanen

Siden jeg har valgt at analysere romanens humor, vil der i det følgende afsnit være en gennemgang af humoren i romanen *Er ist wieder da*. For at kunne give et indblik i, hvorfor Adolf Hitler kan blive opfattet som en underholdende figur, vil eksempler på humoren i romanen blive benyttet, for at give et indblik i det humoristiske aspekt.

Et af de humorskabende elementer i romanen er kommunikationen imellem Hitler og andre personer. Humoren opstår på baggrund af de forskellige opfattelser af Hitler, som bliver forstået på to måder: den ene er ud fra Hitlers eget synspunkt, hvor han naturligvis mener, at han er den sande Hitler, hvorimod den anden opfattelse af Hitler er af folkene omkring ham, som ser ham som en lettere skør skuespiller, som lever sig meget ind i sin karakter. Med disse to meget adspredte opfattelser af Hitler, er kommunikationen imellem Hitler og dem han møder igennem romanen ofte præget af misforståelser. Desuden har folkene omkring Hitler en form for indforståethed om, hvordan samfundet hænger sammen og hvordan man bør forholde sig til Hitler-ikonet. Et sigende afsnit fra romanen, hvor denne indforståethed kommer til udtryk, er i situationen, hvor Hitler har holdt en tale for ledelsen af *Flashlight*. Fru Bellini vil gerne ansætte Hitler, men de skal dog have fastlagt en ting: ”Wir sind darüber einig, dass das Thema 'Juden', nicht witzig ist!’ 'Da haben Sie absolut recht’, pflichtete ich ihr bei, fast erleichtert. Da war tatsächlich endlich mal jemand, der wusste, wovon er sprach“ (ibid., 96). Fru Bellini har en anden opfattelse af temaet jøder end Hitler har og de taler derfor forbi hinanden. Fru Bellini mener, at folk ville finde det stødende, hvis han lavede sjov med jøderne, hvorimod Hitlers opfattelse af temaet jøderne som ikke morsomt bunder ud i et stort problem med jøderne. Ydermere er Hitler glad og lettet, da han tror, at fru Bellini har samme holdning som han selv og derfor ”ved” hun, hvad hun taler om. Denne talen forbi hinanden imellem personerne er med til at skabe de morsomme aspekter i romanen, da læseren kan bruge sin alvidende position over for de intetanende tyskere i romanen. Et lidt anderledes eksempel, dog med samme funktion i form af talen forbi hinanden, er Hitlers samtale med Sensenbrink om Hitlers mangel på et pas:

„Sie haben keinen Pass? Keinen Personalausweis? Wie gibt’s denn so was?’ ‚Ich habe nie einen gebraucht.’ ‚Waren Sie denn nie im Ausland?’ ‚Aber sicher. Polen, Frankreich, Ungarn ...’ ‚Ja gut, das ist ja innerhalb der EU ...’ ‚Oder in der Sowjetunion.’ ‚Und da kamen Sie ohne Pass rein?’ Ich überlegte kurz. ‚Ich kann mich nicht erinnern, dass mich jemand danach gefragt hätte’, antwortete ich gewissenhaft (ibid., 107).

Hitler og Sensenbrink taler forbi hinanden, hvilket atter er morsomt for læseren. Men denne form for humor har det omdiskuterede ubehag i sig (jf. 2.1.4. Ubahaget ved Hitler), da Hitler her taler om sine militæriske indtog i de respektive lande og ikke hans eventuelle

ferierejser dertil. Ubehaget er derfor nært knyttet til rædslerne forbundet med Anden Verdenskrig og Holocaust, hvilket ligger under overfladen på denne humoristiske samtale. Daniel Erks udsagn om, at humor knyttet til Holocaust og krigen fungerer som en ventil for læseren, der igennem humor letter et anspændende tryk ved læseren, kan drages ind i denne sammenhæng. Generelt igennem romanen bevæger humoren sig på et niveau, hvor der kan stilles spørgsmålstejn ved humorens grovheder og om Vermes er gået for vidt med sin benyttelse af Hitler-ikonet.

Ud over den mislykkede kommunikation som et aspekt af humoren i romanen, er Adolf Hitlers manglende viden om det moderne Tyskland med til at skabe morsomme episoder. Han vælger i langt højere grad at tænke logisk frem for at visualisere sig, at det er sådan den moderne verden er sat sammen. Et eksempel herpå kan være Hitlers møde med nogle drenge, som går i en form for hip hop tøj, hvilket Hitler beskriver således: ”Das Erbgut dieser Familie schien nicht zu unterschätzen, die beiden trugen die alten Sachen von noch größeren, offenbar wahrhaft gigantischen Brüdern auf. Hemden wie Bettlaken, unvorstellbar große Hosen“ (ibid., 60). Hitler tænker, at drengene har nogle særdeles store søskende, eftersom de går i så stort tøj og dette kan vinkles på to måder; på den ene side kan det ses som en lettere form for satire, der kritiserer de unges tøjstil, mens det på den anden side kan opfattes som en måde at gøre grin med Hitler på, da han ikke ved noget om moderne tøjstil og kender slet ikke til hip hop miljøet. Om det er det ene eller det andet tilfælde, så vil læseren dog stadig finde episoden morsom, for Hitlers observation er trods alt en morsom kommentar, da læseren kan sætte sig ind i hans tankegang om nogle tilnærmelsesvis kæmper, der går rundt i drengenes ellers løse tøj.

Hitlers holdning til andre nationaliteter end tyskere ligner den historiske figurs holdning, hvilket vil sige med en nedladende holdninger over for alle, der ikke er tyskere. Hitlers første egentlige samtale med tyrkere sker i renseriet ”Blitzreinigung’s-Service Yilmaz”, hvor han afleverer sin uniform til rensning. Hitler reflekterer over navnet Yilmaz og konkluderer, at ”Ein ’Yilmaz’ zeugte allenfalls vom mehr oder weniger zufriedenstellenden Betrieb eines ältlichen Eselkarrens“ (ibid., 57). Her bliver tyrkerne set ned på og bør, ifølge Hitler, hellere arbejde med en æselkærre fremfor med rensning af tøj, da en lavere stilling i samfundet er mere passende for tyrkere. Hitlers holdning over for tyrkerne bliver endnu tydeligere, da han afholder sin første tale i Ali Wizgürs show, hvor han kommer ind på tyrkere og deres plads i det tyske samfund: ”Es ist wahr, dass der Türke kein Kulturschöpfer ist und auch dass er keiner mehr wird. (...) Ab heute, 22.45 Uhr, scherzt die Hausmaus über die Feldmaus, der Dachs über den Rehbock und der Deutsche über den Türken“ (ibid., 161-163). Tyrkerne bliver her rakkert ned af Hitler, da

de ikke kan blive opfattet som en kulturskaber og ydermere mener Hitler, at tyskerne bør gøre grin med tyrkerne og ikke kun dem selv. Hitler får dog en del kritik af den tyrkiske komiker Ali Wizgür, som langt fra er imponeret over Hitlers optræden og føler sig snydt i forhold til deres aftale om, hvad Hitler skulle komme ind på i sin tale. Wizgür selv gør grin med udlændinge i sit program og når Hitler bliver tilføjet til dette program og ligeledes kritiserer udlændinge, viser det, hvor lidt tanke der lægges i fjernsynsudsendelserne. Sammensætningen af de to personer forekommer arbitrær og så længe en udsendelse har en underholdende værdi vil det blive sendt. Hitlers taler bliver forstået, eller nærmere misforstået, som humoristiske optrædener, hvorimod det er hans sande holdning til tyrkerne, der kommer til udtryk (Gebauer 2015, 243).

5.8. Satire i romanen

Da romanen har visse satiriske elementer, finder jeg det relevant at analysere satiren heri og finde frem til, hvilket formål Timur Vermes bruger satire. Igennem romanen bliver flere aspekter af det moderne tyske samfund kritiseret ud fra Hitlers synsvinkel. Nogle af disse kritikpunkter vil blive draget ind i analysen, for at eksemplificere Vermes' kritik af det moderne samfund.

I romanen forsøger Hitler at tilpasse sig det moderne samfund, men dette sker ikke uden nogle forunderlige sammenstød imellem den viden han har fra sin egen tid og den indforståethed han oplever i den nyere tid, som han befinder sig i. Hitler kender dog til nogle af de mere moderne apparater fra deres tidligere form, eksempelvis radioen og fjernsynet, men han kan ikke helt finde sig tilfreds med deres moderne udgave. I den tidligere periode af sin tilbagekomst befinder Hitler sig i en kiosk, hvor han finder sit fodfæste og får dannet sig et overblik over den "nye" verdenssituation. Kioskejeren stiller en radio til rådighed for Hitler, så han kan få informationer ud over aviserne i kiosken. Hitler beskriver radioen som ringe i forhold til dens størrelse og dens program, da det befandt sig langt fra Den Stortyske Radiofonis rutiner fra 1940 (Vermes 2012, 32). Kritikken af radioen består i, at Hitler for det første ikke kan forstå, hvad de siger i radioen og for det andet kan han ikke døje musikken, som han blot opfatter som støj. Radioen er kun støj for ham og han giver op på den og sidder tilbage ganske chokeret over, hvilken udvikling dette apparat har gennemgået og trods udviklingen ikke er blevet bedre. Hvor radioen før stod for at videregive informationer og propaganda, kan Hitler nu ikke genkende apparatet han møder i den moderne tid, når han sammenligner den nyere version med den radio han kender fra sin egen tid. I henhold til satirens tre kriterier (kritik, ironi og underforståethed) spiller underforståethed også en rolle fra læserens side.

Læseren ved, at både radioprogrammer og musik har udviklet sig særdeles siden 1940'erne og derfor giver det en naturlig underholdende virkning, når Hitler ikke forstår sig på hverken radioen, radioværternes udtalelse eller musikken.

Eftersom Hitler finder radioen ubrugelig til sit formål om at til skaffe sig viden om den moderne verden, finder han sig nødsaget til at bruge aviserne, ”deren vorrangigstes Ziel eine wahrhafte geschichtliche Aufklärung nie gewesen ist und selbstverständlich auch heute nicht sein konnte” (ibid.). Hitler indikerer hermed, at han er utilfreds med journalisme og ikke finder det som en oprigtig kilde til sandfærdige informationer. Hitler har fundet flere punkter, som beskriver hans kritik både af journalistikken samt Tysklands generelle udvikling fra 1945 til 2011. Han finder ud af at han er død, formentlig ved selvmord, men her får han vendt det til en kritik af journalistikken og journalisternes duelighed inden for deres arbejdsområde, da han trods alt sidder som en levende person og ikke er død. Det forekommer dog også en anelse ironisk og usandsynligt, at journalisterne skulle vide noget om, at Adolf Hitler skulle befinde i Berlin i 2011, hvilket står i kontrast til Hitlers tidligere kommentar: ”dann erwartete sie von mir, entweder 122 Jahre alt zu sein oder, was wahrscheinlich war, seit Langem tot” (ibid., 25). Ifølge Hitler er der meget dumhed på tryk og han mener, at tyskerne bør være meget selektive i forhold til deres nyheder, da de ellers ville blive vanvittige. Vurderingen af journalistikken som videregive af ligegyldige informationer kan forstås som kritik, der oprindeligt kommer fra forfatteren Timur Vermes, men er blevet videregivet igennem Hitler-figuren i romanen.

Efter Hitlers møde med Sensenbrink og Sawatzki bliver Hitler indlogeret på et hotel og på værelset gør han sig for første gang bekendtskab med det moderne fjernsynsapparat. Fjernsynet har dog ændret sig i form en del siden Hitler så det i 1936 og han opfattede fladskærmsfjernsynet mere som kunst og en skjorteholder end som et fjernsynsapparat (ibid., 71). Det er først ved en rengøringskones indgriben, at fjernsynet bliver tændt og Hitler får at se, hvad der egentlig bliver sendt i fjernsynet og for ham var det skuffende oplevelse. Hitler starter på kanal et og tænder for et kokkeprogram, hvilket skaber forvirring for ham: ”Ich sah einen Koch, der Gemüse klein hackte. Ich konnte es nicht glauben: Eine derart fortschrittliche Technik wurde entwickelt und genutzt, um einen lächerlichen Koch zu begleiten?“ (ibid., 72). Hitler kan ikke forstå, hvorfor de viser en kok i fjernsynet, når der ligger en klar mulighed for at benytte det til propaganda. Netop denne kommentar til fjernsynets muligheder vender således fokuset tilbage på Hitlers egentlig agenda om at overtage magten og genskabe det Tredje Rige, men herudover er Hitlers kommentarer til fjernsynet et led i en kritisk stillingtagen til mediet. For han finder

ikke andet end kokkeprogrammer og intetsigende reality programmer, der alle forekommer Hitler irrelevante og ”So hatte ich mir die neue, moderne Welt nicht vorgestellt” (ibid., 73). Hitler har nu stiftet bekendtskab både med radioen og fjernsynet og lige lidt er han imponeret og stiller derfor sig selv spørgsmålet: ”Hier gab es nur Kauderwelsch-Radio und Kochfernsehen. Welche Wahrheit sollte hier schon verheimlich werden?” (ibid., 75). Det er interessant, at denne kritik af både radioen og fjernsynet ender ud i et spørgsmål om, hvorvidt der forsøges at skjule noget når der langt fra sendes programmer med et fornuftigt indhold, men snarere sendes intetsigende programmer. De intetsigende programmer kan kobles sammen med Jürgen Wertheimers kommentar om Spaßgesellschaft og hvordan der er en fordummelse i forbindelse med mediernes mangel på oplysende indhold i fjernsynsudsendelserne, hvilket har indskrænket den kritiske holdning til det medierne viser (jf. 3.2. Popkultur og Spaßgesellschaft). Fjernsynet bruges til at videregive ligegyldige informationer og kritikken er rettet imod tv-kanalerne, som sender disse programmer. Deres mangel på en informationsrig udsendelse er en skam, da fjernsynet bærer en stor mulighed for at videregive informationer til seerne. I romanen finder Hitler dog en nyhedsudsendelse, men selv har opstår forvirring grundet bannerne i bunden af skærmen, så ”man währenddessen genauso gut die Bänder verfolgen könnte oder umgekehrt. Fest stand, dass man, wenn man allem folgen wollte, unweigerlich einen Hirnschlag erleiden musste“ (ibid., 77). For læseren fremstår denne kommentar lettere humoristisk, da den er en smule overdreven i henhold til at få et slagtilfælde af at læse bannere i bunden af skærmen. Men selve kommentaren er også sjov, fordi læseren kan sætte sig ind i Hitlers tankegang og problematikken i både at skulle lytte til nyhedsværten og prøve at læse bannere i bunden af skærmen.

En anden form for kritik går nærmere ud til folks dovenskab, da Hitler gør sig nogle iagttagelser i forhold til et blæseinstrument, som en mand bruger i haven. Hitler udtaler sig som følger: ”Ein faszinierender Apparat von immenser Blasekraft, er war wohl nötig geworden, weil die Evolution in der Zwischenzeit eine widerstandsfähigere Form von Laub hervorgebracht hatte“ (ibid., 122). Dette kan forstås som en kritik af tyskerne og deres dovenskab og det fremstår nærmest tragikomisk, at en mand er nødt til at bruge en blæser for at fjerne blade, der nemt kan fjernes med en rive. Verdes bruger her Hitler-ikonet som et spejl over for tyskerne selv, som skal vise tyskerne, hvordan de egentlig agerer i samfundet. Ikonet bliver derfor brugt til at kritisere og fremmedgøre den kontekst, som det befinder sig i. Ifølge germanisten Carsten Jakobi er der sket en udvikling i Hitler-satire, da ”die heutigen Hitler-Satiren und -Karikaturen nicht mehr eine satirische Kritik an Hitler selbst sind, sondern eher eine Auseinandersetzung mit dem öffentlichen

Diskurs über Hitler, der heutzutage gepflegt wird“ (Jakobi 2015). Jakobi mener hermed, at Hitler-satire er gået fra at handle om satire på den historiske person Hitler, til at kritisere den offentlige diskurs om Hitler. Dette gør sig også gældende for *Er ist wieder da*, da det ikke er personligheden Hitler, som er udsat for satiren, men det tyske mediesamfund og deres måde at benytte Hitler-ikonet. Problemet med mediesamfundet kommet både til udtryk igennem Hitlers kommentarer, som beskrevet i dette afsnit, men det kommer også til udtryk igennem fremstillingen af Hitler. Hitler vender tilbage og får her muligheden for at optræde i en comedy-udsendelse, hvor han bliver tiljublet som en dygtig Hitler-imitator, hvilket viser, at ”unsere heutige Medienwelt vollkommen undifferenziert alles verwertet und verwurstet” (Jakobi 2015). På den ene side kritiserer romanen den tyske mediekultur, som anvender materiale uden at stille sig kritisk nok over det. På den anden side kritiserer den det tyske samfunds tendens til at benytte Hitler-ikonet i flæng.

Satire bruges til at latterliggøre og udlevere mennesker for at vise deres dumhed eller ugerninger. Ved første øjekast virker det som om personen, der bliver fremstillet som dum, er Adolf Hitler, da han ikke passer ind i den nye tidsperiode og med sin fortid som rigskansler har gjort adskillige ugerninger. Men igennem romanen bliver det tydeligt, at kritikken ikke er rettet imod Hitler, men imod tyskerne og det moderne mediesamfund. Igennem Hitler-ikonet skriver Vermes om elementer af den tyske mediekultur, som han finder problematiske. Men ved at bruge Hitler-ikonet opstår den ambivalensen ved fremstillingen af Adolf Hitler i romanen (jf. 2.1.3. Ambivalensen over for Hitler), da der opstår et misforhold mellem de ufatteligt store ugerninger af den historiske person Hitler og de kritiserede aktuelle forhold. Ambivalensen er derfor en vekseln imellem at Hitler har ret i sine kommentarer og at det samtidigt er svært at give Hitler ret.

5.9. Ikonet Hitler

I romanen har forfatteren Timur Vermes brugt Hitler-ikonet til at give et kritisk syn på det moderne Tyskland. I Vermes' optik findes der ikke noget morsomt ved Adolf Hitler, hvorfor han vælger at bruge ikonet til at kritisere den kontekst, hvori det anvendes. Vermes bruger ikonet til at kritisere den populærkulturelle anvendelse af Hitler-ikonet, hvor ikonet bliver brugt som et led i underholdning.

Ved anvendelsen af Hitler-ikonet i romanen *Er ist wieder da* er det muligt for læseren at tro, at romanen fungerer som et led i populærkulturen og at Vermes benytter ikonet i en kommerciel sammenhæng, men ved at tænke nærmere over, hvad Vermes beskriver og kritiserer, bliver det tydeligt, at der er tale om samfundssatire.

I forhold til populærkulturen bliver det tydeligt, at Vermes bruger ikonet fra dens ikonografiske udtryk i minimalistisk stil på forsiden af romanen, eftersom forsiden har Hitlers klassiske sideskilning og det smalle overskæg, som danner titlen på romanen. De to elementer til sammen giver læseren et klart billede af, hvem der er tilbage i romanen: Adolf Hitler. Det Tredje Rige og nationalsocialismen fremkaldes med Hitler som fortæller, men læseren lærer ikke noget nyt om Hitler i romanen, da Hitler-ikonet er blevet en abstrakt figur. Det nye i forbindelse med romanen er Hitlers møde med den moderne verden. Som tidligere nævnt anvendes Hitler-ikonet igennem romanen til at kritisere det tyske mediasamfund, som synes udelukkende at være interesseret i seertal og underholdning frem for indhold. Denne kritik er dog kun en mindre del af romanen og ifølge Moritz Schramm har Vermes placeret den historiske person Adolf Hitler i 2011 for at danne et ironisk perspektiv på det moderne Tyskland (Schramm 2013). Det moderne Tyskland modtager comedy uden den nødvendige kritiske distance, hvilket Vermes udtaler sig om i et interview med den danske avis Politiken:

Men det ville slet ikke være vigtigt at genkende den ægte Hitler - det vigtige ville være at genkende hans ord. Denne chance har alle figurerne i bogen, og hver og en svigter. Ikke af dumhed eller nedrigthed eller overbevisning, men af letsindighed, indbildskhed, ligegyldighed (Wivel 2013)

Vermes vil derfor med sin roman vise, at det er irrelevant om tyskerne i romanen genkender Hitler som den rigtige Adolf Hitler eller ej, for ingen ville ved deres fulde sanser påstå, at Adolf Hitler var enten genopstået eller kommet dertil via en tidsrejse, hvorfor det er Hitlers taler og ageren, som bør blive sat spørgsmålstegn ved. Denne mangel på kritik over for indhold nævner også Moritz Schramm således, at "Enhver substans synes at være gledet i baggrunden, og det enkelte menneske er næsten ikke længere i stand til at fokusere på indholdsdimensionen" (Schramm 2013).

Med Hitler som en jeg-fortæller (jf. 5.4. Fortællerforholdet) kan læseren ikke undgå at identificere sig med fortælleren, eftersom læseren er med inde i hans hoved. Læseren er fanget i Hitlers synsvinkel og læseren "ist nicht mehr nur Beobachter, er ist Partei. Er sitzt in einem Kopf, in dem er nie sitzen wollte, und er stellt fest, dass man's da überraschenderweise ganz gut aushält" (Das Gupta 2012). Dæmoniseringen af Adolf Hitler har været gennemgående i den tyske kultur, hvorfor læseren vil tage afstand til Hitler når han læser romanen og ifølge Vermes var der i langt større grad tale om bekvemmelighed fra tyskernes side: "Hitler konnte offensichtlich auch freundlich, klug und charmant wirken. Das ist der Punkt, mit dem wir uns ziemlich schwertun. Ein monströser Hitler macht es uns einfach" (ibid.). Vermes viser læseren, at Hitler ikke var et monster hele tiden.

5.10. Erindringskultur

Aleida Assmanns teori om erindringsmodi og forståelse af erindringskulturen vil i dette analysekapitel blive anvendt til at forstå erindringskulturen, som forekommer i romanen, samt forståelsen af erindringskulturens relevans i relation til romanens udgivelse

5.10.1. *Erindringskultur i Er ist wieder da*

I analysen af erindringskulturen i romanen vil Aleida Assmanns erindringsmodi, social og kulturel hukommelse, blive benyttet. Den tyske Vergangenheitsbewältigung og erindringskultur kommer til udtryk igennem Hitlers samspil med andre personer i romanen. Som baggrund for de to begrebers fremstilling i romanen vil enkelte passager fra romanen blive udvalgt som baggrund for analysen.

Efter Hitlers tilbagevenden er hans første møde med tyskerne noget blandet. Nogen tror, at han er en komiker og andre opfatter ham ikke rigtig som noget særligt. Dog er en lille observation med til at give et indblik i den tyske Vergangenheitsbewältigung, eftersom ”Ein älterer Herr ging an mir vorbei, kopfschüttelnd” (Vermes 2012, 17). Manden ryster sandsynligvis på hovedet på grund af Hitlers udseende. For når nogen klæder sig ud som Hitler og på åben gade er det oftest for at gøre grin med ham, men ikke alle vil finde det morsomt og især ikke krigsgenerationen. I forbindelse med kritikken af anvendelsen af Hitler forekommer også en passage i romanen, hvor spørgsmålet om hvorvidt man må gøre grin med Hitler. Dette sker i kiosken, hvor Hitler finder fodfæste i den nye verden, da en kunde spørger ”’Aber darf man das?’ ,Was?’ fragte der Krämer. ,Na, in der Uniform.’ ,Was gibt es am deutschen Soldatenrock auszusetzen?’ fragte ich argwöhnisch und auch mit leichtem Ärger im Tonfall“ (ibid., 40). Hermed trækker Vermes det svære spørgsmål om Hitler-humor med ind i romanen og konfronterer Hitler med denne opfattelse. Siden det er blevet gjort ulovligt at bære en nazistuniform og andre symboler forbundet med Hitler og nationalsocialismen (hagekors, *Mein Kampf*, SS-runer) forekommer det naturligt, at nogen i romanen ville spørge om man kan tillade sig at bære uniformen i fuldt offentlighed. Men kioskeindehaveren svarer dog tilbage, at uniformen ikke har noget hagekors på den og derfor overtræder den egentlig ikke lovgivningen om disse symboler. Hitler står på sidelinjen og er ude af sig selv, da han slet ikke forstår hvor dette kommer fra og situationen bliver noget lettere humoristisk med hans kommentarer eftersom de taler forbi hinanden angående uniformen. Hitler tror, at de taler om uniformens tilstand, men egentlig taler de om den lovgivning, der forbyder national-socialistiske symboler.

Hitlers første bekendtskab er kioskejeren, som hjælper ham med tøj og husly, men

derudover hjælper han Hitler med at skabe kontakt til produktionsfirmaet *Flashlight*. Kioskejereren har fra starten af været meget imponeret over Hitlers ”fremstilling” af Adolf Hitler og hans fascination kan forstås som et eksempel på, hvor langt Tyskland og tyskerne er kommet i deres forhold til fortiden. Kioskejerens begejstring kan eksempelvis ses ved mødet mellem Joachim Sensenbrink, Frank Sawatzki fra *Flashlight* og Hitler: ”Das ist er! Der ist klasse. Der Wahnsinn! Da können Sie alle anderen in der Pfeife rauchen” (ibid., 63). Kioskejereren er særdeles begejstret over Hitlers talent og han har en tilnærmelsesvis tilbedende holdning til Hitler, fordi han er så talentfuld og god til at immitere Adolf Hitler.

Kapitel 29 i romanen omhandler problematikken med Hitler-ikonet over for den tyske Vergangenheitsbewältigung og erindringskultur. I kapitlet møder Hitler sin sekretær, Vera Krömeier, der har valgt at sige sin stilling op på grund af hendes bedstemors relation til Holocaust. Krömeiers bedstemor er jøde og mistede sin familie under Anden Verdenskrig og på grund af sit personlige forhold til krigen kan hun ikke se noget morsomt i Hitlers taler, der opfattes som satire af alle andre. Krömeier har forklaret sin bedstemor, at hun arbejder for Hitler

Und den ist die so stinksauer, die Oma hat ’nen richtigen Wutausbruch jekricht. Und se fängt ooch noch zu weinen an, und se sagt, det det nicht witzig ist, wat Sie machen. Det es da nichts zu lachen jibt. (...) Und ick hab ihr jesagt, det det allet Satire ist. Det Sie det machen, damit det nicht mehr vorkommt. Aber sie sacht, det is keene Satire. Sie sagt, det Sie einfach detselbe sagen wie der Hitler früher ooch. Und det die Leute früher auch jelacht haben (ibid., 310-311)

Bedstemoderen har anvendt den sociale hukommelse til at videregive sin viden om fortiden til Krömeier, da bedstemoderen står som øjenvidne fra det Tredje Rige. Det er interessant, at bedstemoderen nævner, at dengang havde Hitler sagt det samme og folk havde tiljuble ham, hvorfor der bliver sat lighedstegn imellem tyskerne i 1930’erne og i dag. Ved at sætte lighedstegn imellem tyskerne fra to forskellige tidsperioder opfattes det som en kritik af de moderne tyskere, da de ikke lader til at have lært af historien. Tyskerne kan naturligvis ikke vide, at der i romanen er tale om den ægte Adolf Hitler, da dette ville være umuligt, men det interessante ved denne kritik er, at trods tyskernes intense arbejde med erindringskulturen og Vergangenheitsbewältigung lader de ikke til at være kommet videre end tyskerne i 1930’erne, da de igen er blevet manipuleret. Frøken Krömeier og Hitler har en diskussion om den tyske historie i forbindelse med det Tredje Rige og dets jødeforfølgelse, da bedstemorens familie blev sendt til en koncentrationslejr og dræbt. Det eneste, der består som et minde om bedstemoderens familie er et fotografi, hvilket er et udtryk for Assmanns andet hukommelsesmodi, den kulturelle hukommelse. Dette hukommelsesmodus vil eksistere selv når krigsgenerationens er bortgået, da tingene kan

fortælle om en forgangentidsperiode.

Der er opstået en generationskløft imellem frøken Krömeier og hendes bedstemor, da de begge har forskellige syn på både Adolf Hitler og Hitler-ikonet. Krömeier finder Hitlers sketcher morsomme og er stolt af at arbejde sammen med ham, hvilket kan fortolkes som tredje generationens holdning til Hitler. De har ikke haft nogen personlige oplevelser med Hitler, hvorfor de bedre kan distancere sig fra ham. Hvorimod bedstemoderen, med sine særdeles nære oplevelser med Hitlers nationalsocialisme, ikke kan forstå det morsomme i, hvad hun langt fra opfatter som humor og satire. Men da bedstemoderen vælger at fortælle sin historie til sit barnebarn giver hun sin viden og derved også sin hukommelse videre til den næste generation og ved at dele sine erindringer bliver Krömeier mere bevidst om sit forhold til både Hitler, men samtidigt også til Holocaust:” der Irrtum is, det eener überhaupt auf die Ide ejekommen is, man müsste die Juden umbringen! Und die Ziegeuner! Und die Schwulen! Und alle, die ihm nicht in den Kram passen“ (ibid., 314-315). Krömeiers holdning til den historiske person Hitler bærer præg af dæmoniseringen af Hitler, eftersom hun opfatter ham som hovedansvarlig for Holocaust. Der kan sættes lighedstegn imellem Krömeiers holdning til Hitler og den holdning amerikanerne opdagede, da de i oktober 1944 ankom til den tyske by Aachen. Saul K. Padover skriver om sit møde med tyskerne som følger:

wir haben mit vielen Menschen gesprochen, wir haben jede Menge Fragen gestellt, und wir haben keinen einzigen Nazi gefunden. Jeder ist ein Nazigegner. Alle Leute sind gegen Hitler. Sie sind schon immer gegen Hitler gewesen. Was heißt das? Es heißt, daß Hitler die Sache ganz allein, ohne Hilfe und Unterstützung irgendeines Deutschen durchgezogen hat (Heer 2005, 5).

Amerikanerne blev mødt af tyskere, som ikke ville stå ved deres forhold til Hitler og nationalsocialismen, hvilket på sin vis også ses i samtiden. Når tyskerne fortsætter med at projicere skyld og skam over på Hitler-ikonet, er projiceringen udtryk for et problem ved ikonet og anvendelsen af det.

Som tidligere nævnt, anvender Vermes Hitler-ikonet til at nedbryde ikonet, hvilket han ydermere gør i dette kapitel. Hitler bliver anvendt til at forklare, at han umuligt kunne være ene om at bære skylden og skammen for det Tredje Rige: ”Es wurde ein Führer gewählt, auf eine Weise, die sogar im heutigen Sinne als demokratisch gelten muss. Es wurde ein Führer gewählt, der in unwiderlegbarer Klarheit seine Pläne offengelegt hatte. Die Deutschen haben ihn gewählt. Ja, sogar Juden“ (ibid., 318). Vermes forklarer hermed igennem fortælleren Hitler, at tyskerne valgte Adolf Hitler på demokratisk vis og med viden om, hvilken ideologi og politik han førte. Her bruges Hitler-ikonet til at kritisere den dæmonisering af ikonet, som er holdt fast i siden efterkrigstiden. Hitler uddyber sine

kommentarer med, at ”Es gab entweder ein ganzes Volk von Schweinen. Oder das, was geschehen ist, war keine Schweinetat, sondern der Wille des Volkes“ (ibid.). Tyskerne valgte Hitler og derfor kan det Tredje Rige ikke alene være Hitler-”monsterets” skyld, men snarere er det en kollektiv skyld og skam, som tyskerne bør se i øjnene og konfrontere, hvilket Vermes forklarer igennem Hitler i romanen.

Vermes har valgt at forholde sig tro til Adolf Hitlers historiske personlighed, hvilket vil sige, at han ikke ønskede at lave om på Hitler og få ham til at passe ind i det popkulturelle ikon. Dette kommer eksempelvis til udtryk i romanen, da Hitler finder ud af, at hans sekretær frøken Krömeier er delvist jøde: ”Wenn der Rest des genetischen Materials gut genug ist, kann der Körper einen bestimmten jüdischen Anteil verkraften, ohne dass jener sich auf Charakter und Rassemerkmale auswirkt” (Vermes 2012, 36-317). Hitler har stadig det samme syn på jøderne nu som i 1945. Når Vermes vælger at forholde sig tro til Hitlers personlighed og politiske holdninger skyldes det Vermes’ holdning til Hitler og hvordan man ikke bør opfatte ham som en underholdende personlighed (Vermes 2012).

Romanen slutter med Hitlers ønske om at danne et nyt parti med sloganet: ”Es war nicht alles schlecht. Damit kann man arbeiten” (ibid., 396). Hitlers udsagn spiller sammen med Assmanns opfattelse af den sociale hukommelse som samfundets kortidshukommelse. Hitler er kommet til en tid, hvor tredje og fjerde generation efter Anden Verdenskrig ikke har et forhold til krigen og Holocaust, hvorfor de nærmest har ”glemt” det. Når Hitler-ikonet er blevet anvendt inden for populærkulturen kan der opstå en historisk amnesi i forhold til Hitlers gerninger og hans betydning for Tyskland (Gebauer 2015, 245).

5.10.2. Adgivelsen af Er ist wieder da

Den tyske erindringskultur udsprang af en længere årrække med tavshed over visse aspekter inden for det nationalsocialistiske rige, såsom Hitler og Holocaust, men ved at sætte spørgsmålstejn ved fortiden blev det muligt at skabe en åben debat om fortiden. Romanen *Er ist wieder da* er skrevet adskillige år efter det Tredje Rige og Adolf Hitler, hvilket betyder, at der efterfølgende har været flere generationer. Generationsskiftene er med til at skabe dynamik i samfundet og denne distance til de egentlige hændelser kan stå som både en positiv såvel som en negativ effekt. Distanceringens positive effekt er, at Tyskland og tyskerne har mulighed for at lægge historien fra sig og i langt større grad fokusere på deres fremtid. Men netop dette er også den negative effekt, for hvis der tages helt afstand til historien glemmer tyskerne ofrene for nationalsocialismen, hvortil Daniel Erk skriver, at ”Zu viele Menschen sind gestorben, zu viel Leid ist geschehen, und das

vor noch gar nicht langer Zeit" (Erk 2012, 8-9). Dermed ment, at adskillelige mennesker mistede livet under Hitlers regeringsperiode og flere millioner døde på grusom vis i koncentrationslejre og det er denne skam, som tyskerne på den ene side er nødsaget til at fortsat erindre. Tyskerne har dog heller ikke fuldstændig mulighed for at slippe fortiden, da der er blandt andet opført mindesmærker, monumenter og museer til at informere om fortiden, hvilket er udtryk for den kulturelle hukommelse. De forskellige elementer vil stå flere årtier endnu og kan i fremtiden informere og forklare om en anden tid, hvor Adolf Hitler regerede Tyskland med en streng antisemitisk politik.

Vermes har udtalt sig følgende om dæmoniseringen af Hitler: "Es gibt natürlich Menschen, die gerne ein bequemes Monster hätten, dem sie die Schuld zuschieben können" (Heidemann 2012). Ifølge Vermes har tyskerne skabt et Hitler-monster igennem deres bearbejdelse af historien, som har båret skylden for Holocaust alene. Denne ansvarsforskubbelse har gjort fortiden mere bekvem for tyskerne, eftersom de ikke skulle bære skylden sammen med Hitler, men kunne aflaste den på ham som en sydebuk. Men når Vermes vælger at benytte Hitler i sin roman, tvinger han læseren til at se på monsteret og forstå, hvorfor det er blevet til et monster.

I artiklen "Warum wir über Hitler auch lachen sollten" interviewer Kerstin Bücker forfatteren Vermes. Vermes udtaler, at de lever i et frit land, hvorfor man også har retten til at grine af Hitler. Vermes understreger, at "[Hitler] ist der Mann, der eine Menge kranker Vorschläge gemacht hat, aber umgesetzt haben sie die Deutschen, und das oft erschreckend gewissenhaft" (Bücker 2014). Dette vil sige, at det vigtige i forståelsen af Hitlers rolle i forbindelse med Anden Verdenskrig er, at Hitler ikke bør opfattes som den eneste person, der skal bære skylden.

Vermes bliver spurgt om hans oplevelser med folk fra krigsgenerationen og deres reaktioner på romanen, hvortil Vermes svarer, at den værste reaktion fra den generation har været "Das kann man nicht machen" (ibid.). Vermes har ved sine møder med krigsgenerationen forsøgt at forstå deres tankegang og spurgte derfor ind til, hvorfor man ikke kunne tillade sig det, hvor svaret ofte blev "Das geht eben nicht" (ibid.), hvilket for Vermes ikke er nogen begrundelse, men snarere et forsøg på at skåne ofrene for krigen. Timur Vermes' roman *Er ist wieder da* blev udgivet i 2012 og er blevet udgivet i adskillelige lande siden da og er i efteråret 2015 blevet filmatiseret. I forbindelse med romanens filmatisering opstod atter spørgsmålene om Hitler-humor og om man kan tillade sig at grine af Hitler eller om man bør fremstille ham som en mere historisk præcis person. I forhold til erindringskulturen er det for de overlevende stadig en pinsel, at de stadig skal mindes om fortiden og skal forholde sig til den, da det for dem ville være bedre

(og nemmere) at lade fortiden ligge. Ydermere finder krigsgenerationen det sjældent morsomt at bruge Adolf Hitler som en underholdningsfigur i film, tv eller bøger.

Vermes vil have læseren til at stå på den rigtige side af historien, hvilket vil sige, at læseren vil være i stand til at reflektere over romanens budskab. Budskabet går på brugen af Hitler-ikonet i Tyskland og hvordan Hitler ikke bare kan bruges til at alt, for han er en vigtig personlighed i den tyske historie, som gjorde nogle grusomme gerninger. Derfor bør tyskerne ikke, ifølge Vermes, bruge Hitler-ikonet til den simple underholdning, men snarere lære af fortiden.

6. Samtidsbillede

På baggrund af min analyse vil jeg i dette afsnit fastlægge samtidsbilledet af diskussionen om Hitler-humor. Diskussionens omdrejningspunkt er spørgsmålet, om hvorvidt man kan tillade sig at grine af Hitler, når man betænker sig det Tredje Riges følger. Ydermere kan man stille spørgsmålet, om man kan tillade sig at grine af Hitler, når man burde bearbejde fortiden.

I forhold til spørgsmålet om Hitler-humor kommer journalisten Daniel Erk ind på emnet i sin bog *So viel Hitler war selten* (2012). Ved spørgsmålet om man må grine af Hitler svarer Erk med et modspørgsmål ”Warum denn nicht? Was genau soll, inhaltlich, das Problem sein – jenseits der Angst vor dem Skandal?” (Erk 2012, 101). Ifølge Erk er der ikke noget problem i at gøre grin med Hitler, men han understreger dog, at man ikke bør gøre grin med Holocaust (ibid.). Problemet med at lave sjov med Holocaust er, at man kunne komme til at grine af ofrene for Holocaust, hvilket ikke er ønskværdigt. Hvis man griner af Holocaust, kan man støde folk, som stadig har en personlig tilknytning til det Tredje Riges forbrydelser. I forhold til om det er tilladt at grine af det Tredje Rige, svarer Erk, at det bør man betinget. Baggrunden for Erks svar skyldes måske, at der er aspekter af det Tredje Rige, som ikke bør gøres grin med, såsom Holocaust.

I forbindelse med sin særdeles kritiserede film *Mein Führer - Die wirklich wahrste Wahrheit über Adolf Hitler* (2007) har den jødiske instruktør Dani Levy sagt følgende om sit syn på Hitler-humor: „Lachen ist in diesem Fall eine Form der Heilung, der Verarbeitung und der Prävention. Es gibt keinen Grund, Hitler heute mit (Ehr)Furcht und Grauen zu begegnen“ (Albers 2008). Ifølge Levy er det nødvendigt at grine af Hitler, for Hitler bør ikke blive opfattet hverken med frygt eller ærefrygt, da det er muligt for tyskerne at hele igennem en lettere tilgang til Hitler. ”Lachen darf man über fast alles - es kommt auf die Art des Lachens und auf die Perspektive an. Über Opfer des Krieges zu lachen, finde ich abwegig. Humor ist jedoch eine sehr persönliche Sache” (ibid.). Dermed mener Levy, at hvad man kan grine af er subjektivt, men det er forkert for ham at lave sjov med ofrene for krigen.

Debatten om Holocaust i forhold til Hitler-humor ligger i periferien og det kan diskuteres, hvorvidt det vil være succesfuldt at bringe Holocaust ind i debatten om, hvad man bør grine af. For der ligger naturligvis på den ene side muligheden for misforståelser af vittigheder, men på den anden side, hvis Holocaust ikke bliver lavet sjov med, som det gør sig gældende for Hitler, vil det ikke blive bearbejdet. Det kan dog også være ønskværdigt at undgå, da flere mistede livet under Holocaust, hvorfor hele emnet er mere

sensitivt, hvilket Daniel Erk stiller sig kritisk over for, da Holocaust-vittigheder er som "ein Ventil für die erlebte und erlittene Anspannung und Bedrohung" (Erk 2012, 102-103). Ifølge Erk er det ikke vittighederne der gør grin med ofrene for Holocaust, men snarere gøres der grin med den forsigtige tilgang til emnet. Tilgangen til temaet og hvordan det behandles, bliver kritiseret og vittigheder om Holocaust fungerer således som en form for provokation over tavsheden, hvilket samtidigt har gjort sig gældende over for Hitler.

Germanisten Carsten Jakobi har udtalt sig om Hitler-humor i form af Hitler-satire i et interview med SWR2. Ifølge Jakobi bruger vi humor som et våben, da vi griner af det vi ikke kan lide; i dette tilfælde Hitler. Igennem satire sker en formindskelse af det, der gøres grin med, hvorfor Jakobi rejser et nyt spørgsmål, om "eine politische oder moralische Verkleinerung Hitlers oder seiner Verbrechen stattgefunden" (Jakobi 2015). Jakobi stiller sig derfor kritisk over for Hitler-satires succesfuldhed, da han er i tvivl om det er muligt at have en succesfuld formindskelse af Hitler, eftersom han har haft en stor indflydelse på Tyskland.

I en radioudsendelse fra Bayern 2 kommenterer professor i historie Magnus Brechtken på spørgsmålet, om man må grine af Hitler eller ej. Udsendelsen blev sendt d. 8. oktober 2015, hvilket var datoen for premieren på filmatiseringen af Vermes' roman. Ifølge Brechtken har

Komik einen aufklärerischen Effekt, weil man tatsächlich stark darüber nachdenkt und das ist eigentlich der Weg, den man über den Humor gehen kann, dass man versucht einen Zugang zu finden, sich dann stärker über ernstere Themen aufklären, mit diesem Thema zu beschäftigen (BR2 2015, 03:05-03:20)

Dette vil sige, at komik og humor skal benyttes for at skabe nye tilgange til svære temaer, såsom Hitler og Holocaust. Hitler-humor vil derfor være oplysende, da der igennem humoren bliver gjort opmærksom på problematikkerne i forbindelse med Hitler-figuren. Man forsøger derfor at latterliggøre den historiske figur Hitler igennem humoristiske fremstillinger. Brechtken understreger vigtigheden i at drage paralleller imellem den periode, hvor Hitler kom til magten og vores samtid, da der er nogle enkelte fællestræk, som den enkelte bør være opmærksom på. Dengang i Tyskland var der overvejende tiljubel og fascination af Hitler, som blev forstærket igennem hans propaganda. Brechtken mener derfor, at tyskerne i dag tiljubler Hitler, men på en anden måde, da denne tiljubel er forbundet med latterliggørelsen af Hitler-figuren. Brechtken påpeger i denne sammenhæng, at romanen *Er ist wieder da* er en oplysende tekst, da den sætter en diskussion om humorens grænser i gang.

Oliver Berben, producer på filmen *Er ist wieder da*, har i forbindelse med radio udsendelsen fra Bayern 2 kommenteret på Hitler-humors nære forhold til ofrene for Holocaust. Berben forklarer, at teamet bag filmen talte om temaet hver dag for at sikre sig, at alle var indforstået med problematikken og fik talt om deres tanker og holdninger til temaet. Ifølge Berben er det op til den enkelte at gøre op med sig selv, om diskussionen om Hitler-humor og om man kan tillade sig at grine af Hitler er en behjælpelig eller skadende diskussion, da det for nogen river op i gamle sår, hvor det for andre er et lettere tema. Berben er fastsat på, at det hverken hjælper eller skader, hvis man vælger at holde diskussionen om Hitler tavs, da det ville være et tilbageskridt i forhold til den tyske Vergangenheitsbewältigung, hvorfor Tyskland vil stå med en uvidende fjerde og femte generation. Berbens afsluttende kommentar til diskussionen om Hitler-humor er, at

es gibt nichts was man nicht darf in dem Sinne, niemand wird gezwungen sich das anzusehen. (...) Es ist eine Auseinandersetzung damit, die versucht die Menschen zu erreichen und sie aufzurütteln und vor allem auch die, die sich nicht so in dieser Art und Weise, vielleicht in der letzten Generation, damit auseinandergesetzt haben (Berben i: Bayern 2 2015, 22:15-22:40).

Dermed mener Berben, at den enkelte kan vælge at undgå Hitler-humor, hvis de ikke kan lide denne form for humor. Teamet bag filmen forsøger at nå de individer, som måske ikke har bearbejdet fortiden, da de førhen var nødsaget til at forholde sig tavse omkring det ømme emne for at kunne skabe basis for en fremtidig diskussion.

Ifølge Michelle Starck virker ”lachen (...) bekanntermaßen befreiend. Es befreit von der Geschichte, der damit einhergehenden Verantwortung, und mittlerweile entkrampft es das ‚gestörte‘ Verhältnis zur eigenen Nation“ (Starck 2014, 67). På den ene side er der i underholdningsbranchen muligheden for at grine sig fri fra historien, da ingen har lyst til at blive mindet om grusomhederne ved Holocaust, men på den anden side er der muligheden for at komme væk fra den standhaftige Vergangenheitsbewältigungsdiskurs.

Med de respektive inputs fra forskellige synspunkter på Hitler-humor har det været muligt at give et indblik i samtidsbilledet om Hitler-humor kontra Timur Vermes' stillingtagen til Hitlertainment-fænomenet. Spørgsmålet, om man kan tillade sig at grine af Hitler, står stadig åbent, da der ikke er et endegyldigt svar herpå. Det lader dog til, at der i højere grad nu er en velvilje over for Hitler-humor end førhen.

7. Konklusion

Problemformuleringen i dette speciale lyder: *På hvilken måde kan fremstillingen af Hitler-ikonet i romanen Er ist wieder da af Timur Vermes, blive opfattet som et opgør med Hitlertainment?* Ud fra mit arbejde med Timur Vermes' roman *Er ist wieder da* kan jeg konkludere, at Vermes har gjort brug af et lettere kontroversielt træk i forhold til sit valg af Adolf Hitler som fortælleren i sin roman. Hitler anvendes som satirisk fortæller for at kritisere tyskernes mediesamfundet samt deres forhold til Hitler-ikonet. Ifølge Vermes bør Hitler-ikonet ikke blive anvendt til at latterliggøre eller banalisere Hitler, da der ikke er noget morsomt ved ham. Vermes vælger derfor at lade læseren komme ind i hovedet på Hitler, hvorfor læseren kommer ind bag ikonet og kan derfor ikke projicere skyld eller skam over på Hitler. Fortælleren bliver fremstillet med en humoristisk vinkel, da han er kommet fra en anden tidsperiode, men trods det humoristiske i romanen ligger samtidigt det grusomme i Hitlers personlighed under overfladen. Vermes bruger det kulturelle ikon Hitler som et led af sin kritik af det tyske mediesamfund samt tyskernes brug af Hitler-ikonet. Det var George Santayana, der udtalte sig, at "Those who cannot remember the past are condemned to repeat it" (Santayana 1905), hvilket kommer til udtryk i Timur Vermes' roman, hvor det moderne Tyskland har en lettere tilgang til Adolf Hitler og anvendelsen af ham som et underholdningsikon. Hitler er blevet til en klovn inden for populærkulturen og ved hjælp af icon-work har Vermes forsøgt at kritisere dette ikon, da der efter hans mening ikke er noget morsomt ved Hitler. Trods tyskernes bearbejdelse af fortiden lader de ikke til at have lært nok af deres historie, hvilket kommer til udtryk i romanen ved Hitlers hurtigt voksende popularitet. Tyskerne har ikke været kritiske nok over for brugen af Hitler-ikonet, hvilket Vermes har forsøgt at tydeliggøre igennem sin satiriske roman.

Hitler-ikonet bliver brugt til at holde et spejl op foran tyskerne for at vise dem deres fejl og mangler. I første del af romanen står Hitler som en kritisk fortæller, der kritiserer diverse aspekter af mediesamfundet i Tyskland: De ligegyldige tv-udsendelser med kokke og talkshows, de dårlige og uforstående radio-udsendelser og de dårligt skrevne aviser. Efterfølgende bruges fortælleren Hitler til at kritisere brugen af Hitler-ikonet i sin kontekst, hvilket her er i Tyskland, hvorfor Hitler fungerer på et metaniveau. Dette skal forstås således, at Hitler-ikonet i romanen bliver brugt til at kritisere konteksten uden for romanen og kontekstens brug af Hitler-ikonet. Anvendelsen af Hitler-ikonet har på samme måde som Hitler-humor udviklet sig og har bevæget sig fra at gøre grin med Adolf Hitler til at blive brugt som et effektivt redskab til at kritisere samfundsmæssige

problematikker, såsom mediesamfundets mangel på kritiske refleksioner.

Daniel Erk skriver, at ”Hitler macht weiter, Hitler ist überall – und scheinbar nicht totzukriegen” (Erk 2011, 7). Hitler er som sagt ikke til at slå ihjel, da der stadig er en fascination af ham, hvilket gør, at han stadig er til stede i tyskernes bevidsthed og i det tyske samfund. Hitler er en personlighed, som tyskerne ikke kan undgå, da han har haft stor betydning for deres historie og dertil ligger også fascinationen, der er med til at opretholde hans karakter i deres bevidsthed.

Ud fra Aleida Assmanns teori om hukommelsesmodi og erindringskultur kan jeg konkludere, at de både kulturel og social hukommelse kommer til udtryk i romanen. Den sociale hukommelse kommer til udtryk ved frøken Krömeiers samtaler med sin bedstemor, der fortæller om hvordan tiden var under Hitler, hvorfor Krömeier stiller spørgsmålstejn ved fortælleren Hitlers job. Den kulturelle hukommelse kom til udtryk ved ting, som var tilbage til at fortælle om fortiden, hvilket eksempelvis var et foto af Krömeiers oldeforældre. I relation til erindringskulturen og Hitler-ikonet bliver Hitler brugt til at oplyse læseren om fortiden. Når Hitler pointerer, at tyskerne valgte ham, genopstår ubehaget ved ham, siden tyskerne tvinges til at se fortiden i øjnene og erkende, at de valgte ham på demokratisk vis.

Timur Vermes har forsøgt at gøre op med Hitlertainment fænomenet igennem sin roman ved at anvende Hitler-ikonet. Hitlertainment er præget af både banaliseringen og dæmoniseringen af Hitler, hvorfor der opstår en ambivalens i forhold til fremstillingen af ham. Hitlersketcher er med til at banalisere Hitler-ikonet ved deres fremstilling af Hitler som en klovn og fjollet person. Satirikeren Jan Böhmermann banaliserer Hitler, men derudover bruger han Hitler-ikonet til at udføre satire mod elementer af det tyske samfund, eksempelvis i *Haul Hitler – BDM Einkauf* bruger han, ligesom Vermes, Hitler-ikonet til at kritisere elementer af det tyske mediesamfund. Der kan derfor ses en tendens, hvor Hitler-ikonet frem for kun at banalisere og latterliggøre Hitler benytter Hitler-ikonet til samfundskritik. Hitler-ikonet anvendes i romanen til samfundskritik og satire, hvilket er lig Böhmermanns anvendelse af ikonet.

Adolf Hitler har udviklet sig fra at være en historisk person til at være et populærkulturelt ikon, der anvendes til underholdning. Timur Vermes har forsøgt at gøre op med denne brug af ikonet ved at minde læseren om, at Adolf Hitler ikke blot er et ikon, men at der er en historisk person inde bagved, der langt fra var underholdende. Hitler-ikonet er ikke til at ødelægge, da det forekommer i adskillige medier, men ved at kritisere ikonet opstår den nødvendige diskussion om anvendelsen af ikonet.

8. Litteraturliste

Primärlitteratur

Vermes, Timur (2012): *Er ist wieder da*. Eichborn Verlag, Köln.

Sekundärlitteratur

Bøger

Assmann, Aleida (2006): *Der lange Schatten der Vergangenheit. Erinnerungskultur und Geschichtspolitik*. C.H. Beck, München.

Assmann, Aleida (2013): *Das neue Unbehagen an der Erinnerungskultur. Eine Intervention*. C.H. Beck, München.

Becker, Sabine (2006): *Grundkurs Literaturwissenschaft*. Reclam, Stuttgart.

Erk, Daniel (2012): *So viel Hitler war selten. Die Banalisierung des Bösen oder Warum der Mann mit dem kleinen Bart nicht totzukriegen ist*. Wilhelm Heyne Verlag, München.

Haffner, Sebastian (1978): *Anmerkungen zu Hitler*. Kindler Verlag, München.

Heer, Hannes (2005): *'Hitler war's'. Die Befreiung der Deutschen von ihrer Vergangenheit*. Aufbau-Verlag, Berlin.

Hügel, Hans-Otto (2003): *Handbuch Populäre Kultur*. J.B. Metzler Verlag, Stuttgart.

Korte & Paletschek (2009): *History Goes Pop. Zur Repräsentation von Geschichte in populären Medien und Genres*. Transcript Verlag, Bielefeld.

LeBoeuf, Megan (2007): *The Power of Ridicule: An Analysis of Satire*. Rhode Island, Senior Honors Projects.

Leggewie, Claus (2009): „Zur Einleitung: Von der Visualisierung zu Virtualisierung des Erinnerns“, i: Meyer, Eric (2009): *Erinnerungskultur 2.0*. Frankfurt am Main, Campus Verlag GmbH.

Morreall, John (2009): *Comic Relief. A Comprehensive Philosophy of Humor*. Wiley-Blackwell, West Sussex.

Neuhaus, Stefan (2014): *Grundriss der Literaturwissenschaft*. Narr Francke Attempto Verlag, Tübingen.

Orich, Annika und Florentine Strzelczyk (2011): „Steppende Nazis mit Bildungsauftrag“: Marketing Hitler Humor in Post-Unifications Germany i: Jill E. Twark, *Strategies of Humor in Post-Unification German Literature, Film and Other Media*, Cambridge Scholars Publishing, 292-329.

Schneider, Jost (2003): *Einführung in die Roman-Analyse*. Wissenschaftliche Buchgesellschaft, Darmstadt.

Thurah, Thomas (2010): *Tekstanalyse og litterær metode*. København, Nordisk Forlag A/S.

Artikler

Albers, Sophie (2008): „Dürfen wir über Nazis lachen?“

<http://www.stern.de/kultur/film/atze-schroeder-in--u-900--duerfen-wir-ueber-nazis-lachen--3737404.html> besøgt d. 31. maj 2016.

Cornelißen, Cristoph (2012): „Erinnerungskulturen“

https://docupedia.de/zg/Erinnerungskulturen_Version_2.0_Christoph_Corneli%3%9Fen besøgt d. 31. maj 2016.

Christmann, Holger (2001): „Die Spaßgesellschaft und ihre Folgen“

<http://www.faz.net/aktuell/feuilleton/gesellschaft-die-spassgesellschaft-und-ihre-folgen-130081-p2.html> besøgt d. 31. maj 2016.

Das Gupta, Oliver (2012): „Wir haben zu viel vom gleichen Hitler Humor“. Interview med Timur Vermes, *Süddeutsche Zeitung*, 13. december

<http://www.sueddeutsche.de/kultur/bestseller-autor-timur-vermes-wir-haben-zu-viel-vom-gleichen-hitler-1.1548976> besøgt d. 31. maj 2016.

Gebauer, Mirjam (2015): „The Pop-Icon Hitler as a Trope of Critical Reflection on Media Society: The World’s Most Recognisable Face”, i: *Akademisk Kvarter*. Vol. 10. Forår 2015, Aalborg Universitet.

Heidemann, Britta (2012): „Hitler im Roman - Timur Vermes’ Debut mit ‚Er ist wieder

da““ <http://www.derwesten.de/kultur/hitler-im-roman-timur-vermes-debut-mit-er-ist-wieder-da-id7196933.html> besøgt d. 31. maj 2016.

Jakobi, Carsten (2015): „Darf man über Hitler lachen?“ Interview med Carsten Jakobi i: SWR2 radio <http://www.swr.de/swr2/kultur-info/die-grenzen-von-humor-und-satire/-/id=9597116/did=15662736/nid=9597116/100fyr7/index.html> besøgt d. 31. maj 2016.

Nolte, Ernst (2014): „Das Tabu brechen“ i: *The European: Hitlertainment. Deutschlands führender Popstar*. 4. Udgave.

Ortner, Helmut (2014): „Der 08/15-Hitler“ i: *The European: Hitlertainment. Deutschlands führender Popstar*. 4. Udgave.

Pfeffer, Sebastian (2014): „Hitlertainment” i: *The European: Hitlertainment. Deutschlands führender Popstar*. 4. Udgave.

Santayana, George (1905): “Reason in Common Sense” bind 1 af *The Life of Reason*, kapitel 12 http://www.gutenberg.org/files/15000/15000-h/vol1.html#CHAPTER_XII_FLUX_AND_CONSTANCY_IN_HUMAN_NATURE besøgt d. 31. maj 2016.

Schramm, Moritz (2013): „Underholdende satire med Hitler i centrum” i: *Kristeligt Dagblad* <http://www.kristeligt-dagblad.dk/boganmeldelse/underholdende-satire-med-hitler-i-centrum> besøgt d. 31. maj 2016.

Starck, Michelle (2014): „Deutsche Zustände“ i: *The European: Hitlertainment. Deutschlands führender Popstar*. 4. Udgave.

Sørensen, Bent (2006): “Sacred and Profane Icon-Work: Jane Fonda and Elvis Presley,” <http://people.hum.aau.dk/~bent/Texts/Sacredandprofaneicon-workOulu.doc> besøgt d. 31. maj 2016.

Sørensen, Bent; Nielsen, Helle Thorsøe (2015): „Cultural Iconicity: An Emergent Field”, i: *Akademisk Kvarter*. Vol. 10. Forår 2015, Aalborg Universitet.

Torday, Daniel (2015): “‘Look Who’s Back,’ With a Resurrected Adolf Hitler” i: *The New York Times*: http://www.nytimes.com/2015/05/10/books/review/look-whos-back-with-a-resurrected-adolf-hitler.html?_r=0 besøgt d. 31. maj 2016.

Vermes, Timur (2014): „Das Monster von nebenan“ i: *The European: Hitlertainment. Deutschlands führender Popstar*. 4. Udgave 2014.

Wivel, Peter (2013): „Hitler er et godt tilsætningsstof”. Interview mit Timur Vermes i: *Politiken* 26. maj 2013:
<http://apps.infomedia.dk.zorac.aub.aau.dk/Ms3E/ShowArticle.aspx?outputFormat=Full&Duid=e3cedd00> besøgt d. 31. maj 2016.

Videoklip

BR2 (2015): Tagesgespräch: Er ist wieder da: Darf man über Hitler lachen? Sendt d. 10. oktober 2015 <http://www.br.de/radio/bayern2/gesellschaft/tagesgespraech/hitler-er-ist-wieder-da-buch-film-satire-100.html> besøgt d. 31. maj 2016.

Tischer, Wolfgang (2012): Timur Vermes im Interview: Er ist wieder da - Hitler ist nicht komisch <https://www.youtube.com/watch?v=Am81MBJxFQw> besøgt d. 31. maj 2016.

ProSieben (2009): *Obsersalzberg Sport*. Sendt d. 30. juli 2009 i: *Switch Reloaded* <http://www.prosieben.de/tv/switch-reloaded/video/33-obersalzberg-sport-clip> besøgt d. 31. maj 2016.

ZDFneo (2014): @therealfuehrer Haul Hitler BDM-Einkauf. Uploadet til Youtube d. 5. november 2014 <https://www.youtube.com/watch?v=BU4wJPqzstQ> besøgt d. 31. maj 2016.

Hjemmesider

Geisthövel, Alexa (2012): *PopHistory. Perspektiven einer Zeitgeschichte des Populären* <http://www.hsozkult.de/conferencereport/id/tagungsberichte-4034> besøgt d. 31. maj 2016.

Großbölting, Thomas (2013): *Geschichtskonstruktion zwischen Wissenschaft und Populärkultur* <http://www.bpb.de/apuz/170164/geschichtskonstruktion-zwischen-wissenschaft-und-populaerkultur?p=all#footnode14-14> besøgt d. 31. maj 2016.