

Auch Singapur hat seinen Anti-Helden lieb gewonnen

Cartoons in Asien

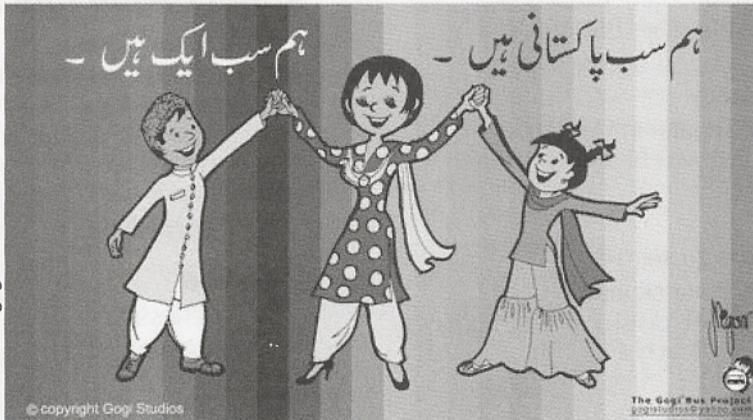
von Jörg Becker

Comics, Karikaturen und witzige Zeichnungen, also Cartoons, leisten weder einem Analphabetentum Vorschub, noch sind sie ausschließlich Medienprodukte für Kinder, noch sind sie im Medienbusiness ökonomisch uninteressant und noch erst recht sind sie amerikanischen Ursprungs. Und so gesehen könnte man mit guten Gründen auch nach den ersten Comic-Vorläufern in Asien suchen.

Guckt man in eine amerikanische Geschichte der Comics, so begegnen einem als erste Comics ganz sicherlich die »Katzenjammer Kids« von 1897. Und nimmt man eine deutsche Geschichte der Comics in die Hand, so beginnt diese natürlich mit »Max und Moritz« von 1865. Cartoons zeigen folgende Elemente: Sie sind entweder karikaturistisch oder satirisch, spielerisch, bisig-witzig, humorvoll und fröhlich, und sie erzählen Geschichten in Bilderabfolgen. Und so gesehen könnte man mit guten Gründen nach den ersten Comic-Vorläufern auch in Asien suchen. So gibt es in der indischen Moghulenkunst die karikaturistische Zeichnung einer korpulenten adeligen Dame von Dekkan unter dem Titel »Die fette Begum« (1625), der chinesische Künstler Zhu Da parodiert die kaiserlichen Beamten seiner Zeit als stolze Pfauen (1690), und im zwölften Jahrhundert finden sich bei dem japanischen Mönch Toba skurrile Darstellungen mit Furz- und Peniswettbewerben. Heftchen mit sentimentalen chinesischen Bilder Geschichten aus dem letzten Drittel des 19. Jahrhunderts — im typischen Querformat von 12,5 * 9 cm und äußerlich unseren »Sigurd-Heftchen« aus den 50er Jahren vergleichbar — sind nach wie vor im Druck und finden unter chinesischen Arbeitern auch heute noch begeisterte Leser.

Konferenz über asiatische Comic-Kunst in Singapur

Die in Singapur ansässige und hochoffizielle *Media Development Authority* (www.mda.gov.sg) wusste recht genau, was sie tat, als sie Anfang September 2004 in Singapur zu einer Konferenz über asiati-



sche Comic-Kunst eingeladen hatte. Ohne materielle Ressourcen lebte der Stadtstaat Singapur stets von Handel und Verkehr. Doch seit der Nationale Computer-Rat 1992 mit seinem Grünbuch über die Zukunft der Informationstechnologien für Singapur die Vision einer »intelligenten Insel« ausgerufen hatte, investierte dieses Land Unsummen in den Handel und Verkehr mit Telekommunikation, Internet und Massenmedien. In diesem Handel mit elektronischen Bits spielen Cartoons eine immer größere Rolle. Hat die nach Zahl der Exemplare und

des Umsatzes milliardenschwere Manga-Comic-Industrie aus Japan in Kombination mit japanischer Informationstechnologie inzwischen eine japanische Industrie von Animationsfilmen hervorgebracht, die Studios wie das von Walt Disney in Kalifornien altmodisch und klein aussehen lässt, so wollen nun viele südasiatische Länder genau im Windschatten dieses japanischen Welterfolges mitsegeln.

Mit Japan mitsegeln, aber auch dagegen ankämpfen. Nicht nur Singapur will das. »Japan hat den Krieg gewonnen, wir haben inzwischen fast unsere Identität verloren« sagt emphatisch Miel Prudencio Ma, Chef-Karikaturist bei der renommierten *The Straits Times* von Singapur. Miel teilt nicht nur Ohrfeigen in Richtung Japan, sondern auch Ohrfeigen in Richtung USA aus. Und wer Singapur und seine Freundschaft und Verbundenheit mit den USA kennt, weiß, dass Kritik an den USA fast ungenügend ist. Aber seit dem 9. November 2001 und seit dem Irak-Krieg gelten auch in Singapur alte Gewissheiten nur noch gebrochen. In einer seiner Anti-Kriegs-Karikaturen hat

Der Autor ist Politik- und Kommunikationswissenschaftler, Geschäftsführer des KomTech Instituts für Kommunikations- und Technologieforschung in Solingen.

Miel eine Napoleonbüste auf der Lafette einer Kanone gezeichnet. Über dem Bild steht nur die Schrift »BUSHNAPARTE«. In seinem Vortrag fügt er hinzu: »Wir warten auf sein Waterloo«.

Da in Singapur mehr als 80 Prozent aller Comics japanische Mangas sind und sich ein kläglicher Rest auf Comics aus Malaysia und Taiwan verteilt, gleicht der Kampf gegen Japan dem gegen Goliath. Ähnlich wie Miel sieht das auch Lim Li Kok, Geschäftsführerin des seit 1983 rührigen Comic-Verlages *Asiapac Books* und zugleich Chefin des *National Book Development Council in Singapore* (www.asiapachbooks.com). *Asiapac* hat mehr als 400 Comic-Bücher für »gehobene Ansprüche« publiziert, so eine weltweit erfolgreiche Philosophieserie mit Titeln wie »Die Kunst des Krieges« von Sun Tsu oder »Die Weisheiten des Konfuzius«. »In der gegenwärtigen Ökonomie«, doziert Lim Li Kok ebenso wie das Grünbuch der Regierung von 1992, »ist Wissen der alles entscheidende Faktor für den individuellen wie auch den Geschäftserfolg«. Dass die Wissensökonomie des 21. Jahrhunderts Geschäftsleute mit einer starken Ich-, nicht aber länger mit einer traditionellen Kollektiv-Persönlichkeit benötigt, weiß Frau Lim Li Kok gut. Ihr frecher Kinder-Comic »Mr. Kiasu« zeigt einen Helden, der »alles und einfach noch mehr will«. Rief der durchaus anti-autoritäre und hedonistische Held Kiasu in Singapur zunächst den geballten Zorn aller Pädagogen hervor, so hat inzwischen auch das offizielle Singapur seinen Anti-Helden lieb gewonnen.

Cartoons mit einem pro-sozialem Anliegen

Ähnlich vielen TV-Soaps so haben auch Cartoons in Asien sehr häufig ein pro-soziales Anliegen. Sie wollen erziehen und aufklären. Für diesen Ansatz steht nicht nur Nigar Nazar, die einzige weibliche Cartoonistin aus Pakistan, sondern auch Lat aus Malaysia, der jugendliche Yandhie Dono Pratopo aus Singapur mit seinen Comic-Plakaten im Manga-Stil (www.hexavibe.com), die zum Blutspenden aufrufen oder Fang Cheng aus China. Kommen Fang Chengs Karikaturen zwar witzig, aber doch

Quelle: www.hexavibe.com

»zahn« daher, half ihm sein nur lebenswürdiger Spott während der Kulturrevolution nicht viel. Während er in den sechziger Jahren des letzten Jahrhunderts in China Berufsverbot hatte, stieg er später zum *Senior Art Editor* der Zeitung *People's Daily* auf. In Pakistan heißt Nigar Nazars Cartoon-Heldin, ein junges Mädchen, Gogi (www.gogicomics.com). Seit kurzem sieht man Nazars Gogi-Cartoons auch auf öffentlichen Bussen in Islamabad. Sie thematisieren schwierige Politikfelder wie saubere Umwelt und Kinderrechte, aber auch ein so sensibles Feld wie sexuelle Belästigung.

Wie Gogi aus Pakistan, so kämpft auch Lats äußerst beliebter Comic-Held »Kampung Boy« aus Malaysia um nationale Eintracht, ethnische Harmonie und Heimatliebe und dafür, dass das traditionelle malaysische Dorfleben seine Authentizität und Ursprünglichkeit angesichts einer bedrohlichen Moderne in Form eines transnationalen Metallkonzerns nicht verliert. Lat aus dem malaysischen Ipoh — mit vollem Namen eigentlich Dato Mohd Nor bin Khalid — ist der heimliche Held dieser Konferenz der *Media Development Authority*. Junge Kunststudenten stehen bei ihm in der Pause Schlange. Sie haben Exemplare seines seit 1979 in Singapurs mächtigem Berita-Verlag

erscheinenden Comic-Bestsellers »Kampung Boy« in der einen Hand und bitten ihn um sein Autogramm. In der anderen Hand aber haben sie eine große Zeichenmappe mit unzähligen eigenen Cartoons. Sie hoffen auf Aufmerksamkeit und einen wohlwollenden Kommentar ihres »großen Meisters«.

Diese Aufmerksamkeit bekommt zum Beispiel der junge Student Sonny Liew mit seinem *Phantasy- und Underground-Comic* »Malinky Robot« (www.sonnyliew.com). Im Heft »Stinky Fish Blues« erleben die Freunde Atari und Oliver im dreiköpfigen Stadtviertel San-ya ihre seltsamen Abenteuer zwischen dauernd stinkendem Fisch, Schule schwänzen, Arbeitern und Fäulnis. Atari mit seinen beiden nach links oben und rechts oben schräg abstehenden Chinesenzöpfen ist ein chinesischer Punk à la Robert Crumb. Die *Media Development Authority* kann mit dieser Konferenz zufrieden sein: Mit Cartoonisten wie Sonny Liew entdeckt dieses Land seine eigene Comic-Kunst. ●

