

Christina Meyer

„Noch besser, bunter und mehr davon“: Comicproduktion und Comicästhetik im 19. Jahrhundert

2018

<https://doi.org/10.25969/mediarep/11964>

Veröffentlichungsversion / published version
Sammelbandbeitrag / collection article

Empfohlene Zitierung / Suggested Citation:

Meyer, Christina: „Noch besser, bunter und mehr davon“: Comicproduktion und Comicästhetik im 19. Jahrhundert. In: Hans-Joachim Backe, Julia Eckel, Erwin Feyersinger u.a. (Hg.): *Ästhetik des Gemachten: Interdisziplinäre Beiträge zur Animations- und Comicforschung*. Berlin: de Gruyter 2018, S. 151–175. DOI: <https://doi.org/10.25969/mediarep/11964>.

Erstmalig hier erschienen / Initial publication here:

<https://doi.org/10.1515/9783110538724-007>

Nutzungsbedingungen:

Dieser Text wird unter einer Creative Commons - Namensnennung - Nicht kommerziell - Keine Bearbeitungen 4.0/ Lizenz zur Verfügung gestellt. Nähere Auskünfte zu dieser Lizenz finden Sie hier:

<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/>

Terms of use:

This document is made available under a creative commons - Attribution - Non Commercial - No Derivatives 4.0/ License. For more information see:

<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/>

Christina Meyer

„Noch besser, bunter und mehr davon“

Comicproduktion und Comicästhetik im 19. Jahrhundert

Abstract: Ziel des vorliegenden Beitrags ist es, die Gemachtheit populärer Comics, die in den Sonntagsbeilagen amerikanischer Zeitungen im späten 19. Jahrhundert entstanden sind, aufzufächern, und zwar mit Blick auf Produktions- und Rezeptionsprozesse. Anhand der beiden erfolgreichsten Zeitungscomicserien aus den Jahren 1895 bis 1897 – *Hogan’s Alley* und *McFadden’s Row of Flats* – werden zentrale Aspekte der Comicproduktion nachgezeichnet, wie z.B. die Arbeitsbedingungen der Künstler, der den Zeichnern für die Comicgestaltung bereitgestellte Raum einer Zeitungsseite, oder andere an der Produktion beteiligte Personen, und ästhetische Mechanismen, mit denen die Serien arbeiten, untersucht. Es wird argumentiert, dass *Hogan’s Alley* und *McFadden’s Row of Flats* eine Ästhetik des Seriellen entfalten, die drei miteinander verbundene Darstellungsoperationen beschreibt: das Gestaltungsprinzip der variierenden Wiederholung, expansive Präsentationsverfahren der Dopplung und Verzweigung, und die Rekursivität, d.h. die wiederholte Offenlegung der eigenen ästhetischen Operationen und medialen Bedingtheit in den wöchentlichen Comicseiten. Die durch diese ästhetischen Verfahren ermöglichten Konsumtionspraktiken möchte dieser Beitrag exemplarisch durchleuchten.

Einleitung

Populäre Zeitungscomicserien, die in der amerikanischen Massenpresse in den 1890er Jahren entstanden sind, unterlagen Wettbewerbsbedingungen zum einen als ein Angebot der Zeitungen und zum anderen als ein Angebot im Netzwerk anderer Medienoptionen und zeitgenössischer kultureller (Freizeit-)Angebote (wie z.B. Film, Vaudeville-Shows oder Freizeitparks wie Coney Island in New

PD Dr. Christina Meyer, Universität Hamburg, Institut für Anglistik und Amerikanistik, Überseering 35, 22297 Hamburg, E-Mail: christina.meyer@uni-hamburg.de

 Open Access. © 2018 Christina Meyer, publiziert von De Gruyter.

 Dieses Werk ist lizenziert unter der Creative Commons Attribution-NonCommercial-NoDerivatives 4.0 Lizenz.
<https://doi.org/10.1515/9783110538724-007>

York).¹ Die Wettbewerbssituation setzte die Zeitungscomics, wie Frank Kelleter und Daniel Stein zusammenfassen, „unter erhöhten Distinktions- und Innovationsdruck“ (2009, 98). Die Comicserien, die in den Sonntagsbeilagen erschienen sind, konkurrierten nicht nur mit anderen Beiträgen in den Zeitungen und mit anderen Kulturangeboten, sondern auch mit sich selbst (in diesem Zusammenhang siehe auch Jahn-Sudmann/Kelleter 2012, 215). Vor diesem Hintergrund möchte der vorliegende Beitrag am Beispiel der beiden populären und konkurrierenden Zeitungscomicserien *Hogan’s Alley* und *McFadden’s Row of Flats*, die den Leser_innen von Joseph Pulitzers *World* und William Randolph Hearsts Sonntagsausgabe des *New York Journal* von 1895 bis 1897 präsentiert wurden, die Produktionsprozesse der Serien und ihre ästhetischen Gestaltungsprinzipien diskutieren.² Ziel der Untersuchung ist es, die Gemachtheit der populären Comics im 19. Jahrhundert aufzufächern. Nach einigen allgemeinen Beobachtungen zu den Fertigungsweisen der farbigen Zeitungscomics ab 1892 werden anhand von Beispielseiten aus den Comicserien *Hogan’s Alley* und *McFadden’s Row of Flats* die ästhetischen Mechanismen und die durch sie generierten Konsumtionsoptionen erklärt.³ Es wird argumentiert, dass die Zeitungscomics eine Ästhetik des Seriellen entfalten, die hier verstanden wird als drei miteinander verknüpfte Darstellungsoperationen: 1) das Gestaltungsprinzip der variierenden Wiederholung; 2) die expansiven Verfahren der Dopplung, Mutation, Ausweitung und Verzweigung – damit sind z.B. Comicfiguren gemeint, die aus den jeweiligen Ursprungsserien hinaustreten und in andere Serien proliferieren und/oder als Zentralfiguren in einer neuen Serie etabliert werden; 3) die Markierung der eigenen ästhetischen Präsentationsverfahren sowie medialen Beschaffenheit als Mittel der Selbstbeschreibung der eigenen Fortsetzbarkeit (vgl. Kelleter 2012, 14; siehe auch Jahn-Sudmann/Kelleter 2012, 207).

1 Die Massenpresse ist eine Presse, die nicht nur schneller, billiger und massenhaft produziert und verteilt wurde, sondern auch ein größeres (heterogenes) Lesepublikum erreichte. Zu den Änderungen im Zeitungs- und Zeitschriftenmarkt im 19. Jahrhundert siehe Gossel 2010; Lehuu 2000; Spencer 2007.

2 Es ist einigen wenigen Sammler_innen und Comicliebhaber_innen zu verdanken, dass diese kulturellen Artefakte des ausgehenden 19. Jahrhunderts überlebt haben, denn die Lebensdauer der Comicseiten war relativ kurz. Sie wurden nach dem Lesen zum Beispiel zweckentfremdet und zum Einwickeln von Lebensmitteln genutzt (vgl. Allen 1993, 108; Baker/Brentano 2005).

3 Ein Teil der *Hogan’s Alley*- und der *McFadden’s Row*-Serien, die hier besprochen werden, ist online über die Bibliothek der Ohio State University zugänglich: http://cartoons.osu.edu/digital_albums/yellowkid/1895/1895.htm (letzter Zugriff: 29. Mai 2017).

Rahmenbedingungen

Die Geschichte der amerikanischen Zeitungscomics, die in den farbigen Sonntagsbeilagen der Massenpresse gedruckt wurden, beginnt in der *Progressive Era*, einer Phase, die als Höhepunkt der Industrialisierung und als Umbruchphase bezeichnet werden kann (vgl. Brands 2002). Ferner waren die letzten Dekaden des 19. Jahrhunderts eine, wie Joseph Campbell schreibt, „fiercely competitive, and intolerant time“ (Campbell 2001, 8). Die zahlreichen Zeitungen und Zeitschriften konkurrierten nicht nur miteinander, sondern auch mit Produkten, Artefakten und Praxen aus anderen Kulturfeldern – in erster Linie mit Angeboten aus der Unterhaltungsindustrie und mit Freizeitaktivitäten „from nickelodeons to vaudeville shows to professional sporting events“ (Juergens 1966, 48) wie Pulitzers Biograf George Juergens bemerkt. Die Zeitungen mussten also etwas Neues/Anderes anbieten, wenn sie Gewinn machen und konkurrenzfähig bleiben wollten. Ein, wenn nicht *der*, entscheidende Erfolgsfaktor der *New York World* von Joseph Pulitzer war die 1893 eingeführte *farbige* Wochenendbeilage.⁴ Mit dem Gedanken, neue Leser_innen an die Zeitung zu binden und die Auflagenhöhe zu steigern, entwarf Morrill Goddard, damaliger Chefredakteur für die Sonntagsausgabe von Pulitzers *World*, die Idee, wöchentlich eine kolorierte Beilage zu publizieren.⁵ Am 21. Mai 1893 wurde das erste – vierseitige – *Colored Supplement* auf den Markt gebracht.⁶ Es zeigte eine Illustration (in Farbe) über das New Yorker Stadtleben auf der Titelseite und bestand aus Cartoons mit zwei oder mehr Panels, aus kurzen Geschichten, Gedichten und Sprichwörtern, und aus

4 Zeitungsverleger haben schon früher Extrabeilagen herausgegeben, doch in Farbe und regelmäßig jedes Wochenende erschienen die Beiblätter erst in den 1890er Jahren. Bereits ab 1892, ein Jahr vor Eröffnung der Weltausstellung in Chicago, druckte die Chicagoer Zeitung *Inter Ocean* ein farbiges *Illustrated Supplement* (vgl. hierzu West 2012).

5 Joseph Pulitzer kann als Wegbereiter moderner Massenkommunikation bezeichnet werden; er hat das amerikanische Zeitungswesen bedeutend verändert. In Biografien über Joseph Pulitzer wird immer wieder betont, dass die *World* innerhalb kürzester Zeit zu einem gewaltigen Erfolg wurde (vgl. Brian 2001; Juergens 1966; siehe auch Gossel 2010). 1893 erreichte die Zeitung eine Auflage von 600.000 und ließ damit die bis dahin dominierenden billigen Tageszeitungen wie *New York Herald*, die *Sun* und die *Tribune* weit hinter sich. Der Zeitungsbaron William Randolph Hearst kam 1895 nach New York und übernahm die Zeitung von Pulitzers Bruder Albert. Kurz nach der Übernahme begann Hearst, Ideen der *World* zu kopieren; u.a. führte er farbige Beilagen für die Sonntagsausgabe des *Journal* ein.

6 Die erste Ausgabe ist vollständig erhalten und liegt im Archiv der Billy Ireland Cartoon Library and Museum in Columbus, Ohio. Einen Überblick über die Sammlung der Zeitungscomics aus den Jahren 1893–1900 findet sich online unter: <http://ead.ohiolink.edu/xtf-ead/view?docId=ead/xOhCoUCR0001.xml> (letzter Zugriff: 26. Mai 2017).

reißerischen Skandalberichten. Drei Jahre später hatte Pulitzers Sonntagsausgabe der *World* drei Extrabeilagen: das *Sunday Magazine*, die *Woman's World* und das *Comic Weekly*. Das Comicsupplement diente als Umschlag, in den die anderen Sektionen der Zeitungen eingefügt wurden. So war das erste, auf das die Leser_innen am Sonntagmorgen stießen, die bunt bebilderten Comicseiten.⁷ In Tom De Havens fiktionalem Bericht über die Zeitungslandschaft des späten 19. Jahrhunderts – *Funny Papers* (1985) –, fasst die Erzählerfigur die (Aus-)Wirkungen der Sonntagscomicbeilage zusammen. *The Comic Weekly*, erklärt der Erzähler,

was the paper's latest kicker, an eight-page Sunday wrapper full of text jokes, punks, and limericks swiped from local music halls, plus large crowded line drawings that burlesqued city life in wishy-washy pastels. The funny papers. Something new, something different and easy to swallow, like minute tapioca and the Hershey bar. (De Haven 1985, 23)

Pulitzers *Comic Weekly* war riesig (ca. 46x55cm) –, und es war grell und farbenfroh und günstig (die Sonntagsausgaben waren für 5¢ erhältlich). Die Frontseiten zeigten meist ein satirisches Comictableau mit tagespolitischer Relevanz.⁸ Formalästhetisch bot die Comicbeilage in Pulitzers Zeitung aber nicht nur ganz- oder halbseitige Comictableaus an, sondern darüber hinaus Einzelcartoons (in Farbe oder monochrom) sowie ein- oder mehrzeilige Comicsequenzen in gerahmten oder nicht gerahmten Panels (die vertikal, horizontal oder diagonal arrangiert bzw. kreisförmig, L-förmig oder puzzle-artig ineinander verschränkt waren); ferner enthielt es Songs, kurze illustrierte Gags (manchmal in Versform) und so genannte *Children's Corner*-Spalten. Es gab Comics mit Tieren, Kindern, Flugmaschinen und anderen Fortbewegungsmitteln, abstrakten Gegenständen und fantastischen Wesen, u.v.m. Das Ziel war, etwas für jeden Geschmack anzubieten.

Die Comics – zumindest die großformatigen farbigen Tableaus – wurden zunächst auf Papier oder auf glattem Karton gezeichnet, und gingen dann, nachdem sie graviert wurden, für die massenmediale Vervielfältigung in den Druckraum zu den Farbpressen. Diese *pre-prints* (von denen nicht viele erhalten sind)

⁷ Schon in den 1870er Jahren experimentierten die Zeitungen mit Farbtafeln und boten zu den Feiertagen spezielle „colored wrappers“ (Anon. 1876, 10) an. Diese Beilagen zeigten Nachdrucke von Bildern, deren Qualität ich aber leider nicht beurteilen kann, da mir während meiner Recherchen nur schwarz-weiß Kopien vorlagen.

⁸ Ich benutze den Begriff Tableau immer dann, wenn ich auf eine Komposition einer ganzen oder halben Zeitung comicseite hinweisen möchte, die ohne offensichtliche Panelrahmungen und gezielte Sequenzleser_innenführung operiert; die Comictableaus der *Hogan's Alley*- und *McFadden's Row*-Serien, auf die ich noch zu sprechen kommen werde, zeichnen sich durch ein „überquellendes Simultangeschehen“ (Kelleter/Stein 2009, 95) aus, wie Frank Kelleter und Daniel Stein es nennen (zur Zerstreungsästhetik der Serien vgl. auch Balzer 2010b, bes. 28–31).

zeigten häufig Instruktionen für die Verantwortlichen im Druckraum, damit diese wussten, was in welcher Farbe erscheinen und wo Platz für Änderungen oder Hinzufügungen gelassen werden sollte. Ein *pre-print* einer Comicseite aus der *McFadden's Row*-Serie zeigt zum Beispiel sowohl den Hinweis „Please rub out the lead pencil lines“ als auch die Ankündigung „AN INITIAL LETTER WILL GO IN HERE IT WILL BE DONE MONDAY MORN“ (Outcault, 1896d, o.S.) – mit dem „letter“ sind die die Illustration begleitenden Narrativkolumnen gemeint, die im Comicendprodukt, das am Sonntag in der Zeitung gezeigt wurde, in Form von Tagebucheinträgen verfasst sind.⁹ Abgesehen davon, dass solche *pre-prints* im direkten Vergleich mit der in einer Sonntagsbeilage gedruckten Endversion einer Comicseite die vorgenommenen (kompositorischen oder inhaltlichen) Änderungen erkennbar machen, zeigen sie das Prozesshafte der Comicproduktion und verdeutlichen, dass die farbigen Comicseiten nicht allein das Produkt eines einzelnen Zeichners waren. Mit dem Erscheinen von Comics in den farbigen Beilagen der Stadtzeitungen (Einzelcomics und Comicserien) entwickelten sie sich zu einem kommerziellen Massenmedium, das kapitalistischen Wettbewerbsbedingungen unterlag. Comicproduktion war Ende des 19. Jahrhunderts ein hartes Geschäft. Die Zeichner mussten schnell arbeiten und immer wieder neue Ideen aufs Papier bringen, bevor die Maschinen die Arbeit der Vervielfältigung übernahmen. In seinem Werk *In the Shadow of No Towers* (2004) hat sich der Comickünstler Art Spiegelman mit der Frage beschäftigt wie die Zeichner der Jahrhundertwende unter dem enormen Zeit- und Innovationsdruck, dem sie ausgesetzt waren, arbeiten konnten. In selbstironischer Weise schreibt Spiegelman: „How did the newspaper cartoonists of the early twentieth century manage it [sprich, jede Woche und später jeden Tag, eine neue Comicfolge zu produzieren]? Was there amphetamine in Hearst's water coolers“? (Spiegelman 2004, o.S.; zur Formkondensierung des Erzählformats zu Beginn des 20. Jahrhunderts siehe Brinker/Meyer 2017). 1902 reflektierte der Journalist George Clark über die Arbeitsbedingungen von Zeitungszeichnern:

Hasty and necessarily coarse engraving, stereotyping on the eightminute-per-plate order, cylinder presses run at high speed, poor paper, and cheap, gray ink are the bugbears of the newspaper artist's existence. These are the factors over which he has no control. They are determined by the very nature of the newspaper business, and the artist is forced to bow to the inevitable and adapt himself to the conditions imposed upon him. (Clark 1902, 70)

⁹ Die Kapitalisierungen sind aus der schwarz-weiß Vorzeichnung für eine *McFadden's Row*-Episode übernommen. Eine digitalisierte Version des *pre-prints* findet sich online unter: <http://www.loc.gov/pictures/item/2003674039/> (letzter Zugriff: 28. Mai 2017).

In ähnlicher Weise argumentierte der Journalist und Kritiker Ralph Bergengren, indem er schrieb, dass die Comics in der Massenpresse nicht nur „hastily produced“, sondern auch von den Redakteuren „hastily accepted“ wurden (Bergengren 1906, 270). Anders formuliert: „quickness predominates“ (Bergengren 1906, 270). Bergengren und Clark setzten sich kritisch mit den Arbeitsbedingungen von Zeitschriften- und Zeitungssillustrator_innen der Presse am Ende des 19. Jahrhunderts auseinander. Sie waren besorgt und warnten vor den Konsequenzen, die die Produktionsbedingungen auf das Leben der Künstler_innen haben könnten. Deadlines regulierten die Arbeitszeiten und -weisen. Jede Woche mussten zunächst vier-, später achtseitige Sonntagscomicbeilagen gefüllt werden (ganz zu schweigen von den anderen Seiten in den Zeitungen). Künstlern wie Charles Saalburg, Edward T. Powers, John B. Lowitz, Richard F. Outcault, George B. Luks und Edward Kemble (und anderen), die alle ab 1895/96 Comicserien etablierten (und die über mehrere Monate oder Jahre liefen), standen halbe oder ganze Zeitungseiten zur Verfügung, die jede Woche mit neuen Aspekten zu ihren Serien gefüllt wurden, ohne dabei den Wiedererkennungswert zu verlieren. Ab Mittwoch, spätestens Donnerstag warb Pulitzer, und später auch Hearst, mit den Wochenausgaben der Zeitung für die Inhalte der nächsten Sonntagscomicbeilage (die Werbeanzeigen waren selbst meist eine halbe Seite groß und wurden von Künstlern wie Saalburg oder Luks gezeichnet; vgl. Meyer 2019).

Ganzseitige Panelcomics oder Comictableaus zu zeichnen, war eine kreative, aber auch anstrengende Arbeit; die fertigen Seiten zu reproduzieren und dann zu verbreiten war hingegen eine schnelle und relativ kostengünstige Angelegenheit, dank der neuen Vielfachfarbpresen und der Syndizierung. Einmal produziert konnten die Comicseiten dupliziert und in der Stadt und über die Stadtgrenzen hinaus verkauft werden, und zwar in exakt derselben Form. In seinem Essay für den *Atlantic Monthly* schrieb Ralph Bergengren, dass die Comicbeilagen der Massenzeitungen „a total circulation of several million readers“ erreichten (Bergengren 1906, 271). Populäre Comicseiten wurden syndiziert und in anderen Zeitungen abgedruckt; war Rudolph Dirks' 1897 ins Leben gerufene *Katzenjammer Kids*-Serie die erste, die auch nach Kanada syndiziert wurde, so gab es bereits 1896 überregional verbreitete Comicserien.¹⁰ Die erste Episode der *McFadden's Row of Flat*-Serie, die am 18. Oktober 1896 in der Sonntagscomicbeilage *American Humorist* in Hearsts Zeitung erschienen ist, wurde wenige Tage später in leicht abgeänderter Form in der *Denver Evening Post* gezeigt. Die Serie (ebenso wie *Hogan's*

¹⁰ Vgl. Gabriele und Moore (2009), die über die Syndizierung von amerikanischen Comics nach Kanada schreiben. Zu den amerikanischen Zeitungssyndikaten des 19. Jahrhunderts als Distributionsweg und Zirkulationsmittel siehe Johannsmeier 1997.

Alley) war über die Stadtgrenzen hinaus bekannt und bei den Zeitungsleser_innen äußerst beliebt (vgl. Meyer 2019).

Mit den Zeitungscomics in den Sonntagsblättern haben die zwei prominentesten New Yorker Zeitungsverleger der Zeit, Joseph Pulitzer und William Randolph Hearst, eine neue Form der Unterhaltung geschaffen und damit Zugangsbedingungen, die eine breite Käufer_innenschicht anlockten (vgl. Kelleter/Stein 2009); das Leser_innenreservoir dieser Populärprodukte setzte sich aus einem diffusen Adressatentum zusammen: aus Leser_innen der Mittelschicht, aber vor allem aus Leser_innen der Arbeiterklasse, die die billigen Zeitungen auf der Straße kauften. Leser_innenbriefe der Zeit, Tagebucheinträge und (Auto-)Biografien belegen darüber hinaus, dass die Sonntagszeitungen mit Nachbar_innen und Freund_innen geteilt wurden und dass die Zeitungscomics jung bis alt ansprachen (vgl. Meyer 2019).¹¹ Für Nichtmuttersprachler_innen waren die Seiten schon aufgrund des visuellen Spektakels ein rhythmisch wiederkehrendes Lesevergnügen. Abgesehen davon, dass die sonntäglichen Comics groß und bunt waren und sie zu einem sehr günstigen Preis verkauft wurden, generierten und förderten sie verschiedene Medienkompetenzen und gewährten zahlreiche Vergnügungsmöglichkeiten.

Von Beginn an standen die Comics in den Sonntagsbeilagen unter einem ständigen Innovations-, oder anders gesagt, Überbietungsdruck. Dieser Druck, d.h. permanent „noch besser, bunter und mehr davon“ (Balzer 2010b, 15) zu produzieren und damit die Leser_innen bei Laune zu halten und potenzielle Käufer_innen anzulocken – und das wöchentlich –, zeigt sich nicht nur in der ansteigenden Seitenzahl der Comicbeilagen (von 4 auf 8 Seiten), den vielen Farbvariationen (ermöglicht durch stetig weiterentwickelte Farbdrucktechniken) und dem größeren Anteil von Seiten, die vollständig in Farbe gedruckt wurden (1893 waren es lediglich die Frontseiten, später dann auch die *centerspreads*, und allmählich alle Comics), sondern auch in der Ästhetik der Comics. Vor diesem Hintergrund möchte ich am Beispiel der beiden konkurrierenden Comicserien *Hogan's Alley* und *McFadden's Row* das Gestaltungsprinzip der variierenden Wiederholung erklären, um anschließend einerseits die expansiven Darstellungsverfahren, mit denen die Serien operieren, zu erläutern, und andererseits die wiederholte Offenlegung der eigenen ästhetischen Mechanismen in den wöchentlichen Comicseiten herauszuarbeiten.

¹¹ Wie viele Leser_innen die Zeitungscomics konsumiert haben, ist nicht zu bestimmen. Die damalige Fachpresse dieser Zeit (wie z.B. *Ayer & Son's American Newspaper Annual*, beispielhaft N.W. Ayer & Son 1896), Statistiken und Eigenangaben der Zeitungen geben lediglich einen Eindruck über mögliche Verkaufs- und Abonnent_innenanzahlen.

Comicästhetik

Ab Mai 1895 lieferte der Zeichner und Karikaturist Richard Felton Outcault halb- oder ganzseitige Comictableaus mit einem glatzköpfigen Jungen in einem langen Hemd, der ein Vagabundleben in den *tenements* von Manhattan in New York City führt und dabei allerlei Schabernack betreibt. Im Frühjahr 1896 entwickelte sich aus den zunächst unregelmäßig erscheinenden Folgen eine Serie im Wochenrhythmus. In den ersten Comics variierte das Hemd des Protagonisten farblich noch, und auch das Setting schien noch nicht festzustehen. Dies zeigt sich in den unterschiedlichen Überschriften, mit denen die Seiten ausgestattet waren (mal wurde das namenlose Kind in einem Tableau gezeigt, das mit „Shantytown“ betitelt war, dann gab es Comictableaus ohne Ortsangabe, und mal erschien die Bezeichnung „Hogan’s Alley“, um den Schauplatz der Geschehnisse zu markieren). Ab 1896 wurde dann das kahlköpfige Kind regelmäßig mit einem Hemd in der Farbe Gelb gezeigt, auf dem Sätze in Umgangssprache (und in – orthografisch – nicht korrektem Englisch) zu sehen waren. Die Abenteuer wurden außerdem mit dem immer wiederkehrenden Überschriftteil „Hogan’s Alley“ ausgestattet (vgl. Balzer 2010a). Mitte des Jahres 1896 wurde das Kind Mickey Dugan getauft, doch besser bekannt war (und ist) die Figur unter dem Namen Yellow Kid. Die Yellow Kid-Geschichten waren eine der ersten populären Comicserien in Farbe.¹² Im Oktober übernahm ein anderer Zeichner die populäre *Hogan’s Alley*-Serie (George Benjamin Luks), da Outcault von Pultizers Konkurrent, William Randolph Hearst, abgeworben wurde, um für die Sonntagscomicbeilage seiner Zeitung eine neue/andere Yellow Kid-Serie zu entwickeln.¹³ Ab Mitte Oktober 1896 fand man zwei konkurrierende Versionen des Yellow Kid in den zwei führenden New Yorker Zeitungen des späten 19. Jahrhunderts: die eine lief weiter unter dem bekannten Titel *Hogan’s Alley* (in Pultizers *World*); die andere Yellow Kid-Serie war mit *McFadden’s Row of Flats* betitelt (in Hearsts *Journal*). Die *McFadden’s Row*-Serie entstand in Kollaboration mit dem Schriftsteller Edward Waterman Townsend,

¹² Zur Entstehungsgeschichte der Yellow Kid-Comics siehe Balzer/Wiesing 2010; vgl. auch Kelleter/Stein 2009; zu den Gründen für die Popularität der Yellow Kid-Comicfigur vgl. Meyer 2019.

¹³ Outcault hat jedoch nicht aufgehört, Comics für Pultizers *Comic Weekly* zu produzieren. Er beendete lediglich die Arbeit an der *Hogan’s Alley*-Serie, da Hearst ihm für eine neue Yellow Kid-Serie mehr Geld geboten hatte (vgl. Meyer 2019). Outcault hat aber weiterhin Zeichnungen für Pultizers Zeitung geliefert. In selbst-ironischer Weise hat Outcault in einem Comic, der in *Fourth Estate* gedruckt wurde, über die doppelte Arbeitsbelastung reflektiert (siehe Outcault 1896e, 8–9). Zu den Machtkämpfen zwischen Pulitzer und Hearst und zu den Streitigkeiten bezüglich der Yellow Kid-Comicfigur siehe Gordon 1998.

der die begleitenden Narrativkolumnen für die Yellow Kid-Comics lieferte; die Narrativkolumnen dienten klar als Abgrenzungsmerkmal zur *Hogan's Alley*-Serie in Pultizers Zeitung, die ohne Begleittext operierte (vgl. Meyer 2019).¹⁴ Im Januar 1897 schickte Outcault den Jungen dann für ein halbes Jahr auf Reisen, und zwar in *Around the World with the Yellow Kid* (diese Serie lief bis Mai 1897 in Hearsts *Journal*). Begleitet wurden die Illustrationen von Outcault von einem in Briefromanform geschriebenen Text von Rudolph Edgar Block, verantwortlicher Herausgeber der Sonntagsbeilage zu der Zeit.

Die Yellow Kid-Zeitungscomicserien sind gleichzeitig kommerzielles Produkt und Ausdruck ästhetischer Erfahrung der *Progressive Era*. Sie sind kulturell bedingte und Kultur stiftende Textformen, die politische Auseinandersetzungen ebenso reflektieren wie historische Veränderungsprozesse. Die Comictableaus sind nicht nur eingebunden in die Zeit, sondern diese Zeit ist zugleich auch ihr Thema. Nicht nur Wahlkämpfe und politische Korruption werden visuell-verbal dokumentiert (und kommentiert), sondern auch gesellschaftspolitische Themen wie z.B. Immigration, Erziehung und Bildung, Familie, Klassenzugehörigkeit und Diskriminierungen; auch Freizeitaktivitäten und amerikanische Feiertage werden in den Seiten thematisiert. Die Großstadt New York dient als Folie für die visuell-verbale Darstellungen von gesellschaftlichen Missständen und Spannungen (ohne diese jedoch zu lösen; vgl. Meyer 2019). Die Bezugnahmen auf die außer-textuelle Wirklichkeit hat die Funktion, den Leser_innen ‚Situationsbilder‘ bereitzustellen, auf die sich die zeitgenössischen Erfahrungen projizieren lassen. Und dies wiederum steigert das Lesevergnügen.

Dass die Yellow Kid-Zeitungscomics im Geflecht kultureller Diskurse wirksam wurden und neue Konfigurationen von Wissen vermitteln konnten, liegt in ihrem Gestaltungsprinzip begründet. Um mit Kelleter und Stein zu sprechen, es ist ein Prinzip der „Variation und Improvisation innerhalb eines festen Handlungsgerüsts“ (Kelleter/Stein 2009, 103–104; vgl. auch Gardner 2012, bes. S. 1–28). Es geht um die Etablierung von Mustern und Erwartungshaltungen, die mit der nächsten Episode erfüllt werden. Jede Woche wurde das Lesepublikum mit einem vertrauten Figurenensemble vor der Kulisse New Yorks konfrontiert (die serielle Struktur der Comics ergibt sich selbstverständlich auch aus der Periodizität des Trägermediums – die Zeitung, die jede Woche erscheint). Allerdings

¹⁴ Als Pulitzer und Hearst ab Oktober 1896 konkurrierende Yellow Kid-Comicserien publizierten, waren die beiden Künstler der jeweiligen Yellow Kid-Comicserien (Richard Outcault und George Luks) damit beauftragt, nicht nur ganz- und/oder halbseitige Tableaus zu zeichnen, sondern auch andere Yellow Kid Arbeiten anzufertigen, von denen einige auch in den Wochentagsausgaben der Zeitungen oder samstags erschienen sind.

zeichnet sich eine populäre Serie nicht nur durch „die wiederholte Aufführung lieb gewonnener Figurenkonstellationen und gekannter Handlungsmuster aus“, denn es kann „nicht immer dieselbe Geschichte in gleicher Form [erzählt werden], wenn sie populär bleiben [...] möchte“ (Kelleter 2012, 23). In Anlehnung an die von Umberto Eco 1985 vorgelegte Arbeit zur Ästhetik von Serialität halten Andreas Jahn-Sudmann und Frank Kelleter fest, „dass Serien einerseits von Schematisierung und Verlässlichkeit leben, andererseits konstant unter Variationsdruck stehen“ (Jahn-Sudmann/Kelleter 2012, 206). Dies möchte ich am Beispiel von drei Nebenfiguren in den Yellow Kid-Serien diskutieren und zeigen, dass sich die serielle Ästhetik der Yellow Kid-Comictableaus nicht nur in Form von Darstellungsverfahren der Wiederholung zeigt, sondern auch in Form von expansiven Verfahren wie zum Beispiel Dopplungen und serienübertretende Wucherungen sowie durch die Offenlegung der eigenen medialen Beschaffenheit.

Während seiner Arbeit an der *Hogan's Alley*-Serie in Pultizers *World* entwickelte Richard Outcault neben der zentralen Figur des Yellow Kid einige andere Elemente, wie zum Beispiel Tiere (eine Katze, ein Papagei, eine Ziege) und weitere Anwohner_innen der Hogan's Alley (Kinder und Erwachsene), die neben dem Yellow Kid jeden Sonntag zu finden waren. Zu den wiederkehrenden – und leicht erkennbaren – Figuren zählen: „Kitty Dugan and her theatre hat; Liz, whose beauty has captivated the Dugan kid; little Molly Brogan, whose face always wears an expression of astonishment“, und einige andere. Alle diese „funny little people“ (Outcault 1896c, 27) sind aufgrund des einfachen Erscheinungsbilds für die Leser_innen leicht identifizierbar, oder wie Outcault schrieb: „at a glance“ (Outcault 1896c, 27). Als George Luks ab Oktober 1896 die populäre *Hogan's Alley*-Serie in Pultizers *World* weiterzeichnete, übernahm er einige der Originalmitglieder der Besetzung (unter anderem behielt er Liz und Kitty und Tiere wie den Papagei, die Ziege und die Katze), fügte aber auch neue Figuren hinzu und etablierte sie als Wiederholungselemente der Serie. Dazu zählen zum Beispiel ein namenloser Junge in einer Flugmaschine, der Handstandakrobat namens Alfy, ein Polizist namens Nelse, ein Säbel schwingender Bandit namens Buster, und einige mehr. Diese und andere Figuren in den jeweiligen Folgen zu suchen ist Teil des Konsumvergnügens der wöchentlichen Yellow Kid-Comicserien. Die auffälligsten Figuren in diesem Ensemble dürften die Zwillinge namens George und Alex sein, die hier als Beispiel für die Analyse von expansiven Darstellungsverfahren dienen sollen. George und Alex sind quasi Klone des Yellow Kid – sie tragen ebenfalls gelbe, lange Hemden, sind glatzköpfig und haben ein breites Grinsen auf ihren Gesichtern (siehe Abb. 1 und 2). Sie entwickeln sich langsam zu zentralen Figuren der *Hogan's Alley*-Serie, bis sie schließlich heraus-treten und eine eigene Comicserie erhalten (*Little Nippers*, ebenfalls von Luks

gezeichnet). Gleichzeitig fungieren sie als Überleitungsfiguren für die von Luks ab Ende 1897 ins Leben gerufene neue Comicserie mit dem Titel *Mose's Incubator* – in dieser Serie betreibt ein Huhn eine magische Maschine, in der jede Woche neue Zwillingspaare (tierisch, menschlich, pflanzlich oder abstrakt) entstehen (vgl. Luks 1898, 5).¹⁵



Abb. 1: Alex und George (Luks 1896c, 5 [Detail]).

¹⁵ Die Leser_innen dieser Serie wurden dazu animiert, sich Namen für die jeweils neuen Paare auszudenken und ihre Vorschläge an die Zeitung einzusenden – man konnte ein Preisgeld gewinnen.



Abb. 2: Alex und George (Luks 1896g, 4 [Detail]).

Outcault hat die Entwicklung der *Hogan's Alley*-Serie, die er ursprünglich für Pultzers Zeitung zeichnete, sehr wohl verfolgt und Luks Änderungen und Neuerungen wahrgenommen, vor allem die Einführung der Yellow Kid-Zwillinge George und Alex (siehe Abb. 3 und 4). In mehreren seiner Comics, die in Hearsts Zeitung gedruckt wurden, kopiert er diese Zwillingsfiguren und integriert sie in seine Comics zum Zweck der Parodie (vgl. Outcault 1897a, 4; Outcault 1897b, 4). Bei Outcault werden Alex und George auf jede nur erdenkliche Weise malträtiert (über Feuer gehangen, erhängt, plattgewalzt, usw.). Die Art und Weise, wie die Zwillinge in Outcaults Comics gequält werden, mag lustig anzuschauen sein, und die Figuren sind unterhaltsam, weil sie auch die in den Episoden dargestellten Szenen sarkastisch kommentieren. Dass sie auch als ‚interserielle‘ Elemente der gegenseitigen Beobachtung fungieren ist nur dann erkennbar, wenn man die

Comictableaus in beiden Sonntagsbeilagen konsumiert und man mit der Entstehungsgeschichte des Yellow Kid und dem Wettstreit zwischen den konkurrierenden Zeitungen mit ihren jeweiligen Yellow Kid-Comicserien vertraut war. Dass sie darüber hinaus sowohl ironischer Verweis auf die Strahlkraft und das Eigenleben der Yellow Kid-Comicfigur sind, die sich außerhalb des Trägermediums Zeitung in allerlei zwei- und dreidimensionalen Formen vervielfacht hat, und selbstironischer Verweis auf die sich ausbreitenden Figuren Alex und George in Theater und Werbung, ist nur dann verständlich, wenn zum einen die transmediale Expansion des Yellow Kid und zum anderen die Proliferationen von Alex und George bekannt waren.



Abb. 3: Alex und George (Outcault 1897a, 4 [Detail]).

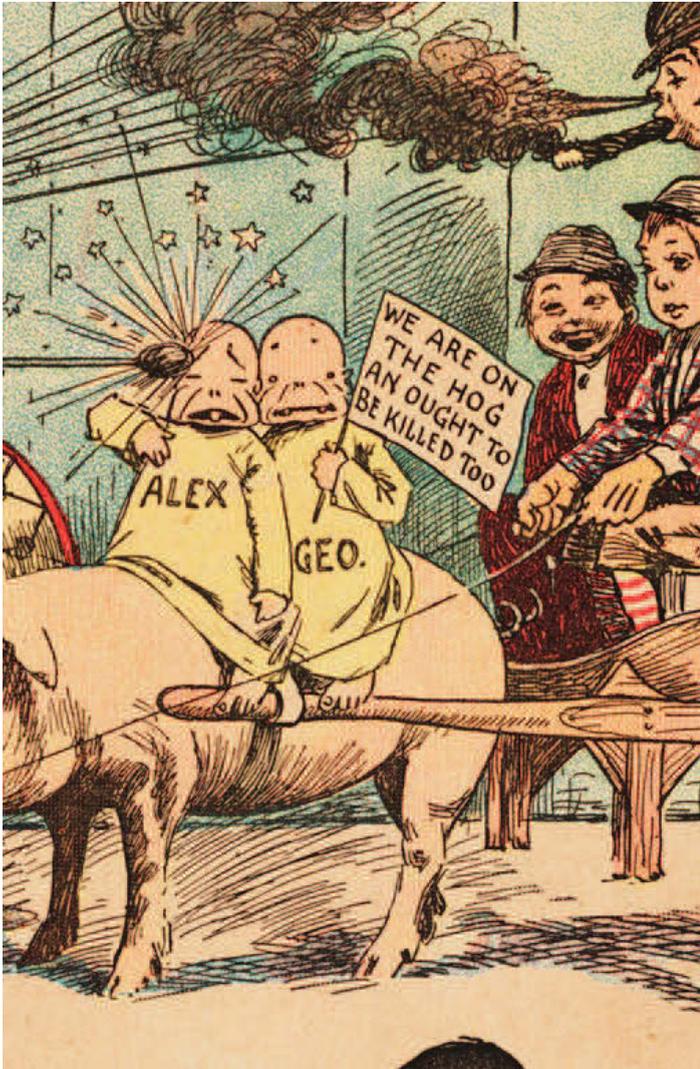


Abb. 4: Alex und George (Outcault 1897b, 4 [Detail]).

Neben diesen Zwillingsfiguren werden durch ‚Requisiten‘ wie z.B. Nebenfiguren oder Tiere, die um das Yellow Kid herum platziert sind, weitere Konsumtionspraktiken ermöglicht. Am Beispiel der oben genannten Comicfiguren Alfie und des namenlosen Flugmaschinenjungen möchte ich die Frage, wie diese Nebendarsteller_innen in den Episoden und zwischen den Episoden der *Hogan's Alley*

Serie operieren, beantworten. In der Forschung wird üblicherweise der Fokus auf den Protagonisten der Comicserie(n) gelegt: Mickey Dugan, das Yellow Kid. Wie Jens Balzer notiert, hat dieser Junge im langen Hemd

die Aufgabe [...], zwischen den einzelnen Szenen einen Zusammenhang herzustellen, der die Leser an die Serie bindet, ohne dass bei dessen Unkenntnis das Verständnis der einzelnen Seiten erschwert wäre – also ohne die Szenen als Episoden einer Geschichte zusammenzuschließen, die das Publikum vollständig wahrzunehmen hätte. (Balzer 2010b, 23)

Balzer schreibt weiter: „Den Zusammenhang stiftet der Yellow Kid als Überschneidung zwischen den einzelnen Bildern, die man wahrnehmen kann aber nicht muss“ (Balzer 2010b, 23; siehe auch Balzer 2010a). Ähnlich wie die Erkennbarkeit des Yellow Kid werden die ‚Requisiten‘ in Luks’ *Hogan’s Alley*-Serie in einer Weise geschaffen, die es den Leser_innen leicht macht, sie in jeder Episode zu identifizieren. Sowohl der glatzköpfige Mickey Dugan mit Sprüchen auf seinem gelben Hemd als auch die Nebenfiguren wie Alfy und der namenlose Flugmaschinenjunge sind Darstellungsverfahren der variierenden Wiederholung. Beide Nebenfiguren stellen spielerische Referenzpunkte dar, um Verknüpfungen zu früheren und/oder zu zukünftigen Episoden der Serie zu schaffen; die einzelnen Folgen der Serie sind aber auch weiterhin als Einzelvergnügungsprodukt genießbar. Was genau tun Alfy und der Flugmaschinenjunge? Vom 25. Oktober 1896 an erscheint die Handstand-Figur Alfy in Luks’ *Hogan’s Alley*-Serie; Alfy beschreibt sich selber als „DE HARLEM ACTUR“ (Luks 1896c, 5). Mittels Sprechblasen, seiner Kleidung oder der ihn direkt umgebenden Gegenstände und Häuserwände erläutert Alfy sein eigenes Tun in der jeweiligen Szene sowie das der anderen, sein außergewöhnliches akrobatisches Talent und seine Aufgabe innerhalb der Comicserie. In der Folge „A Hot Election Day in Hogan’s Alley“ sieht man Alfy sagen: „SAY! I’VE BEAN IN DIS SAME POSISSHUN EVER SINCE LAST SUNDAY“ (Luks 1896b, 4). In der Episode eine Woche zuvor, die auf der Titelseite der Sonntagscomicbeilage abgelichtet wurde, gab es in der Tat einen Handstand-Jungen, der in exakt der gleichen akrobatischen Pose an exakt derselben Stelle auf der Zeitungsseite (am oberen linken Rand) platziert ist – so als ob Luks die Figur von einer in die nächste Folge einfach abgepaust hätte; während Alfys Position die gleiche ist, ist das Setting der beiden Folgen leicht verändert und auch die Tageszeit ist eine andere. In „The Great Baby Show in Hogan’s Alley“ (25. Oktober 1896) ist es Tag, in „A Hot Election Day in Hogan’s Alley“ (1. November 1896) ist es Nacht. Aufgrund der Wortkommentare, die in der Nähe seines Kopfes in die Seite eingeschrieben sind, ist dieses Element auch für die Leser_innen, die die vorherige Episode nicht kennen/nicht gelesen haben, verständlich, als impliziter Rückbezug, der die Vorstellung, dass Alfy sich für 7 Tage/Nächte nicht be-

wegt hat, erlaubt. Alfy kommentiert damit gleichzeitig sein Tun in einer einzelnen Folge und seine Daseinsfunktion in der gesamten *Hogan's Alley*-Serie (nämlich, im Handstand zu existieren und durch die Serie zu turnen). In der „Horse Show“-Episode deuten die Worte von Alfy zukünftige Ereignisse an: „WAIT TILL YOU SEE ME IN ME SAILOR SUET!“ (bis dahin hat Luks die Figur in einem rot-weiß karierten Hemd, einer kurzen Hose und braunen Schuhen gezeigt). Die Verwirklichung der Ankündigung eines zukünftigen Ereignisses (die Ausstattung mit neuer Kleidung) findet zwei Episoden später in der Folge „Thanksgiving Day in Hogan's Alley“ statt; ab da wird Alfy in seiner blauen Segleruniform gezeigt (Luks 1896e, 4) (siehe Abb. 5).



Abb. 5: Alfy, der Handstandakrobat (Luks 1896f, 4 [Detail]).

Ich benutze Alfy hier exemplarisch, um die Darstellungsverfahren der variierenden Wiederholung aufzuzeigen und die unterschiedlichen Lesearten, die durch diese Figur ermöglicht werden, zu veranschaulichen: Alfy funktioniert sowohl auf der strukturellen Ebene der ganzen Serie als auch als Einzelelement auf der Handlungsebene einer Folge, indem er seine Kleidung und seine akrobatische Aufführung diskutiert (z.B. sagt er über den Effekt seines Kopfstands in der schneebedeckten Winterlandschaft: „DIS IS A NEW WAY UF PUTTIN ICE ON YER HED“, Luks 1896h, 4). In einer anderen Episode („Snowball Battle in Hogan’s Alley“) wird diese doppelte Funktion explizit: Dort präsentiert sich Alfy statt in der Handstandstellung in einer aufrechten, an einen Holzbalken geklammerten Position; mit Hilfe einer Sprechblase adressiert er die Zeitungsleser_innen und informiert sie einerseits über seine Arbeit als Segler und andererseits über den ‚Fehler‘ der Darstellung seiner selbst: „SAY! I OUTER BE STANDIN ON ME HED, BUT I KUDNT RESIST DIS TEMTASHUN IT MAKES ME TINK I’M AT SEE, EN I’M IN A STORM GOIN UP DE MAST TU PULL IN DE TOP SEL“ (Luks 1896g, 4). Indem er betont, dass er ‚eigentlich‘ auf dem Kopf stehen müsste, markiert Alfy die Abweichung von der typischen Handstandposition im Comictableau. Somit stellt Alfy seine eigene Rolle als wiederkehrendes (variierendes) Handstand-Akrobatik-Element in der *Hogan’s Alley*-Serie selbstreflexiv dar.

Als zweites Beispiel möchte ich die Darstellungsmechanismen von Luks Flugmaschinenjungen analysieren – diese wiederkehrende Figur funktioniert etwas anders als Alfy, wie ich zeigen werde. Nachdem die „NEW FLYIN’ MACHINE“ eines namenlosen Jungen in der Folge „The Great Baby Show in Hogan’s Alley“ vorgestellt wurde (am 25. Oktober 1896), minimierte Luks die Größe des Jungen und der Flugmaschine in der nächsten Episode, die mit „A Hot Election Day in Hogan’s Alley“ betitelt ist (vom 1. November 1896). Während die Größe des Handstand-Akrobaten Alfy in jeder einzelnen Episode gleich bleibt (und damit auch eine Arbeitserleichterung für Luks darstellte), scheint sich der Junge mit seiner Flugmaschine von einer Episode zur nächsten zu bewegen. Alfy ist ein überwiegend statisches, der Junge mit seiner Flugmaschine dagegen ein bewegliches Element, was allein schon durch das Fortbewegungsmittel, in dem er sich befindet, impliziert wird. Der Flugmaschinenjunge macht die zeitliche Qualität der seriellen Comictableaus sichtbar, die auch durch die deiktischen Äußerungen in den Sprechblasen oder Kommentarboxen neben dem Jungen (wie z.B. „since“, „till“ oder „dese days“ u.ä.) deutlich wird. In der Folge „A Genuine Horse Show in Hogan’s Alley“ (vom 8. November 1896) wird der Junge mit der Flugmaschine etwas weiter im Vordergrund der Seite gezeigt, mit der Ankündigung: „I’M IMPROVIN DIS FLYIN MASHIN ALL DE TIME“ (Luks 1896c, 5) (siehe Abb. 6).



Abb. 6: Namenloser Junge-mit-Flugmaschine (Luks 1896c, 5 [Detail]).

Die Maßnahmen zur Verbesserung der Flugmaschine werden seit seiner ersten Einführung durch den stetigen Zuwachs von Ballons von Folge zu Folge visualisiert; allerdings scheinen sie nicht besonders wirkungsvoll zu sein, denn in einer der nächsten Episoden ist die Flugmaschine kaputt, und der Junge ist im freien Fall (suggeriert durch Bewegungslinien sowie durch die lockeren Ballonseile, an denen der Junge zum Teil noch hängt); er verspricht aber: „I’LL PERFEKT DIS MACHINE ONE UV DESE DAYS YET“ (Luks 1896d, 4). In der darauffolgenden

Episode der *Hogan's Alley*-Serie ist der Junge mit einer Flugmaschine in der oberen rechten Ecke der Zeitungsseite zu finden, so als wenn er sich vom Geschehen entfernen würde – am 20. Dezember 1896 ist er verschwunden, um eine Woche später wieder in Form eines winzigen schwarzen ‚Flecks‘ im Hintergrund der Szene zu erscheinen; in „New Year's Celebration in Hogan's Alley“ sieht man den Jungen in einer v-förmigen Flugmaschine vor dem gelbglänzenden Mond; er scheint sich wieder stärker in den Vordergrund zu bewegen, doch es dauert noch eine ganze Weile, bis die regelmäßigen Leser_innen der Serie das Resultat der zuvor angekündigten Verbesserungsmaßnahmen tatsächlich sehen. Erst am 16. Mai 1897 wird der Junge mit seiner neuen, veränderten Flugmaschine in groß gezeigt – sie ist so fortschrittlich stabil, dass sie in der Lage ist, eine kleine Gruppe von Kindern zu halten, die der Junge irgendwo aufgelesen hat. Der Junge in seiner Maschine, mit der er durch den Raum und durch die Zeit der jeweiligen Comicseite und -serie navigiert, und der Handstand-Akrobat Alfy sind sowohl intraserial als auch interserial operierende Darstellungskomponenten (vgl. Meyer 2019; in diesem Zusammenhang siehe auch Jahn-Sudmann/Kelleter 2012, zu intraserialer und interserialer Überbietung in populären Serien). Diese und andere Nebenfiguren laden die Leser_innen zu multiplen und unterschiedlichen Beschäftigungen mit den Comictableaus ein.

Als drittes und letztes Beispiel der serienästhetischen Darstellungsverfahren in *Hogan's Alley* möchte ich auf die Figur ‚Fatty‘ hinweisen (der Name taucht zum ersten Mal auf in Luks 1896c, 4). In George Luks' „New Year's Celebration in Hogan's Alley“-Folge vom 27. Dezember 1896 ist am unteren rechten Zeitungsrand eine pausbäckige, korpulente, männliche Person platziert – bekleidet mit einem gelben Hut und einem gelben Mantel –, die nur zur Hälfte für die Leser_innen sichtbar ist. Die andere Körperhälfte fehlt. In der zugehörigen Sprechblase setzt sich die Person mit ihrem Halb-Dasein auseinander, indem sie sagt: „I'M SO FAT DEY KUD ONEY GIT HAF OF ME ON DIS PAGE“ (Luks 1896h, 4) (siehe Abb. 7). Diese visuell-verbale Darstellung soll lustig sein, weil der abgeschnittene Körper den verbalen Kommentar illustriert, aber das ist nicht alles. Durch das mündliche Sprechblasennarrativ und die Halbkörperpräsentation dieser Figur wird die Aufmerksamkeit auf die Größe und das Randgebiet der Zeitungsseite gelenkt – oder anders formuliert: die materiellen Abgrenzungen der Zeitungen werden in den Vordergrund gerückt (vgl. Meyer 2017). Durch die Figur werden ästhetische Mechanismen als eben solche markiert; das Medium Comic beschreibt oder beobachtet sich in diesem Fall selbst (hierzu auch Kelleter 2012).



Abb. 7: ‚Fatty‘ (Luks 1896h, 4 [Detail]).

Hinzugefügt sei, dass diese Figur in jeder *Hogan's Alley*-Folge anders operiert und durch sie stets neue Andockmöglichkeiten angeboten werden. Manchmal spricht die Person, manchmal nicht; in einer Episode dient sie dazu, ihr eigenes Erscheinungsbild zu thematisieren (vgl. Luks 1897, 4). In einer anderen Folge kommentiert Fatty die Ereignisse in der diegetischen Welt von *Hogan's Alley* und/oder

adressiert in selbstreflexiver Weise seinen Platz innerhalb des Zeitungslayouts und Seitendesigns; und manchmal dient er dazu, eine extra-textuelle Person zu repräsentieren (u.a. Charles F. Bates, auch „Fatty“ Bates genannt). Jede Wiederholung dieser voluminösen Figur in der *Hogan's Alley*-Serie bringt eine Variation oder eine konzeptionelle Neukonfiguration, so dass die Bedeutung und Funktion von Fatty immer wieder neu betrachtet werden muss. Durch Fatty und die anderen Nebendarsteller_innen wird deutlich, dass die Gemachtheit der Yellow Kid-Comictableaus nicht allein durch serienästhetische Verfahren (wie z.B. wiederkehrende Darstellungselemente in – leicht – abgewandelter Weise) beschrieben ist, sondern sich auch durch rekursive Strategien auszeichnet, durch die die mediale Beschaffenheit der Serie(n) – und der einzelnen Comicseiten – selbstreflexiv offengelegt wird (zu *recursive seriality* siehe Gardner 2012, 21). Dies beinhaltet auch die wechselseitigen Beobachtungen der konkurrierenden Yellow Kid-Comicserien zum Beispiel durch den Hauptdarsteller in beiden Serien, aber auch mittels der Nebenfiguren wie Alex und George.

Ausblick

Der Fokus in diesem Beitrag lag auf den Produktions- und Rezeptionsprozessen von populären Comics, die in den Sonntagsbeilagen amerikanischer Zeitungen im späten 19. Jahrhundert entstanden sind. In meinen Ausführungen zur seriellen Ästhetik der Zeitungscomicserien *Hogan's Alley* und *McFadden's Row of Flats* und die durch die Darstellungsoperationen ermöglichten Konsumtionspraktiken bin ich auch auf den Protagonisten Mickey Dugan zu sprechen gekommen, doch hier bedarf es weiterer Analysen. Es ist zum Beispiel zu überlegen, inwiefern das Yellow Kid die Wettbewerbsbedingungen ‚verkörpert‘ und als zentrales, standardisiertes, wiederkehrendes Darstellungselement eingesetzt wird, um zum einen die Konkurrenz- oder Überbietungsstrategien der beiden Comicserien zu visualisieren und kommentieren, und zum anderen um die eigene mediale, serielle Beschaffenheit zu verhandeln. In diesem Zusammenhang wäre es auch spannend, die narrativen Strategien der Begleittexte in der *McFadden's Row*-Serie wie z.B. oszillierende Fokalisierungen und die ‚instabile‘ Erzählerfigur genauer zu betrachten. Dies würde es erlauben, die Gemachtheit der Comicserien noch weiter zu entfalten und die Konsumtionspraktiken, die in den Yellow Kid-Comictableaus ermöglicht werden, genauer zu bestimmen. Auch wäre es interessant zu schauen, wie die hier nur angedeuteten expansiven Verfahren weiter funktionieren – ich denke hier zum Beispiel auch an die zahlreichen inter- und extra-

textuellen Bezüge, mit denen die Yellow Kid-Comicserien (und andere Comics aus der Zeit) arbeiten.

Zum Schluss dieses Beitrags möchte ich noch einmal auf das „mediale Selbstbewusstsein“ (Kelleter/Stein 2009, 95–96), das für alle sichtbar in die Comic-tableaus eingeschrieben und eingezeichnet ist, zurückkommen. Nicht nur die Nebenfiguren wie Alfy oder Fatty weisen auf die – mediale – Beschaffenheit ihrer selbst und der Comicseiten hin. Auch formal-kompositorische Grenzübertretungen steuern dazu bei, diese hervorzuheben, denn häufig vermischten sich die Beiträge in den Sonntagsbeilagen, mit dem Resultat, dass es interessante Überlappungen gab. In Richard Outcaults „The Residents of Hogan’s Alley Visit Coney Island“ vom 24. Mai 1896 wird das Geschehen von Schlagzeilen wie „The Poor Conductor“, „Baseball in 1896“ und „How To Find Murderers“ oder Kurzartikeln zu anderen Themen und Lokalnachrichten flankiert, und diese wiederum werden von Elementen der Yellow Kid-Episode durchkreuzt bzw. überlagert (vgl. Outcault 1896a, 6). In einer weiteren Folge mit dem Titel „The Great Bull Fight in Hogan’s Alley“ übertreten die Eskapaden des Yellow Kid und die Streiche seiner Freund_innen gar die eigene Seite und ragen in die gegenüberliegende Seite der Zeitungsdoppelseite hinüber (vgl. Outcault 1896b, 6–7). Diese Übertretungen werden in den Comicseiten selbst exponiert, und zwar in doppelter Weise: zum einen als in Klammern gesetzte Information im Titel der Überschrift – „(continued on page 7)“ – und zum anderen in der dargestellten Szene der Folge, in Form eines Sprechblasenkommentars: „HULLY CHEE LOOK AT CHIMMIE ON DE ODDER PAGE“ (Outcault 1896b, 6–7). Die Blickrichtung des Jungen, der diese Worte spricht, trägt darüber hinaus dazu bei, die Rezipient_innen zu einer seitenübergreifenden Lesart einzuladen.¹⁶ Ob solche Seitenübertretungen von vornherein so geplant waren und wie viel Gestaltungsspielraum den Mitarbeiter_innen des Druckraums gelassen wurde, ist nicht mehr nachweisbar. Es ist auch gut möglich, dass der ‚fliegende‘ Chimmie nachträglich auf die andere Seite der Zeitungsdoppelseite eingezeichnet wurde, denn wie oben angedeutet, durchliefen die Comics der Massenpresse verschiedene Prozesse bis sie in einer Sonntagsbeilage erschienen. Fest steht, dass die amerikanischen Zeitungscomics der Jahrhundertwende die eigene Gemachtheit mit ausgestellt haben bzw. durch ihre

16 Auch in anderen Seiten der Comicbeilage wurden Querverweise zu anderen Teilen der Zeitung eingefügt, so zum Beispiel in Walt McDougalls *The Checkered Game of Life* für die *World* am 4. August 1895; dort ist der kreis(el)-förmig angelegte Titelseitencomic mit einer Zusatzinformation versehen – „See accompanying article in one of the supplements“ –, so dass der_in Leser_in eingeladen wurde, in anderen Sektionen der Zeitung nach weiteren Ausführungen zu dem Thema des Comics zu suchen.

Darstellungsverfahren selbst-beobachtend markierten. Die interessanten Reibungspunkte, die hierdurch sowie durch die repetitive Redundanz von formelhafter Einfachheit und ästhetischer Komplexität entstehen, gilt es nun weiter zu analysieren.¹⁷

Literaturverzeichnis

- Allen, Irving Lewis (1993): *The City in Slang: New York Life and Popular Speech*. New York: Oxford University Press.
- Anon. (1876): „The Graphic Christmas Number“. *New York Daily Tribune*, 23. Dezember: 10.
- Baker, Nicholson/Margaret Brentano (2005): *The World on Sunday: Graphic Art in Joseph Pulitzer's Newspaper (1898–1911)*. New York: Bulfinch Press.
- Balzer, Jens (2010a): „„Hully Gee, I'm a Hieroglyphe“: Mobilizing the Gaze and the Invention of Comics in New York City, 1895“. In: Jörn Ahrens/Arno Meteling (Hg.): *Comics and the City*. New York: Continuum. 19–31.
- Balzer, Jens (2010b): „Hey, schau einmal her! Ein gelber Junge!“. In: Jens Balzer/Lambert Wiesing (Hg.): *Outcault: Die Erfindung des Comic*. Berlin: Ch. A. Bachmann. 13–34.
- Balzer, Jens/Lambert Wiesing (Hg.) (2010): *Outcault: Die Erfindung des Comic*. Berlin: Ch. A. Bachmann.
- Bergengren, Ralph (1906): „The Humor of the Colored Supplement“. *The Atlantic Monthly* 98 (August): 269–273.
- Brands, Henry William (2002): *The Reckless Decade: America in the 1890s*. Chicago: The University of Chicago Press.
- Brian, Denis (2001): *Pulitzer: A Life*. New York: John Wiley & Sons.
- Brinker, Felix/Christina Meyer (2017): „Comics“. In: Thomas Hecken (Hg.): *Handbuch: Popkultur*. Stuttgart: J.B. Metzler. 198–202.
- Campbell, Joseph W. (2001): *Yellow Journalism: Puncturing the Myths, Defining the Legacies*. Westport: Praeger.
- Clark, George E. (1902): „Art in the Daily Newspaper“. *Brush and Pencil* 10 (2): 65–77.
- De Haven, Tom (1985): *Funny Papers*. New York: Viking.
- Gabriele, Sandra/Paul S. Moore (2009): „The *Globe* on Saturday, the *World* on Sunday: Toronto Weekend Editions and the Influence of the American Sunday Paper, 1886–1895“. *Canadian Journal of Communication* 34 (3): 337–358.
- Gardner, Jared (2012): *Projections: Comics and the History of 21st-Century Storytelling*. Palo Alto: Stanford University Press.

¹⁷ Dieser Aufsatz basiert auf Ergebnissen meines Buchprojekts zur Comicfigur des Yellow Kid, das voraussichtlich 2019 erscheinen wird. Dank der mir gewährten Fördermittel durch die Deutsche Forschungsgemeinschaft (DFG) war es mir möglich, weitere Archive in den USA zu besuchen (z.B. die *Billy Ireland Cartoon Library and Museum* in Columbus, Ohio) und Originalcomicseiten zu sehen. Mein Dank gilt auch den Mitgliedern der DFG Forschergruppe „Ästhetik und Praxis populärer Serialität“.

- Gordon, Ian (1998): *Comic Strips and Consumer Culture: 1890–1945*. Washington: Smithsonian Institution Press.
- Gossel, Daniel (2010): *Medien und Politik in Deutschland und den USA: Kontrolle, Konflikt und Kooperation vom 18. bis zum frühen 20. Jahrhundert*. Stuttgart: Franz Steiner Verlag.
- Jahn-Sudmann, Andreas/Frank Kelleter (2012): „Die Dynamik serieller Überbietung: Amerikanische Fernsehserien und das Konzept des Quality-TV“. In: Frank Kelleter (Hg.): *Populäre Serialität: Narration—Evolution—Distinktion: Zum seriellen Erzählen seit dem 19. Jahrhundert*. Bielefeld: transcript. 205–224.
- Johanningsmeier, Charles (1997): *Fiction and the American Literary Marketplace: The Role of Newspaper Syndicates, 1860–1900*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Juergens, George (1966): *Joseph Pulitzer and the New York World*. Princeton: Princeton University Press.
- Kelleter, Frank (2012): „Populäre Serialität. Eine Einführung“. In: Frank Kelleter (Hg.): *Populäre Serialität: Narration—Evolution—Distinktion: Zum seriellen Erzählen seit dem 19. Jahrhundert*. Bielefeld: transcript. 11–46.
- Kelleter, Frank/Daniel Stein (2009): „Great, Mad, New: Populärkultur, serielle Ästhetik und der frühe amerikanische Zeitungscomic“. In: Stephan Ditschke/Katerina Kroucheva/Daniel Stein (Hg.): *Comics: Zur Geschichte und Theorie eines populärkulturellen Mediums*. Bielefeld: transcript. 81–117.
- Lehuu, Isabelle (2000): *Carnival on the Page: Popular Print Media in Antebellum America*. Chapel Hill: University of North Carolina Press.
- Luks, George Benjamin (1896a): „The Great Baby Show in Hogan’s Alley“. *The World*, 25. Oktober, „Comic Weekly“: Titelseite.
- Luks, George Benjamin (1896b): „A Hot Election Day in Hogan’s Alley“. *The World*, 1. November, „Comic Weekly“: Titelseite.
- Luks, George Benjamin (1896c): „A Genuine Horse Show in Hogan’s Alley“. *The World*, 8. November, „Comic Weekly“: 5.
- Luks, George Benjamin (1896d): „The Masquerade Ball in Hogan’s Alley“. *The World*, 15. November, „Comic Weekly“: 4.
- Luks, George Benjamin (1896e): „Thanksgiving Day in Hogan’s Alley“. *The World*, 22. November, „Comic Weekly“: 4.
- Luks, George Benjamin (1896f): „The Great Prize Fight in Hogan’s Alley“. *The World*, 6. Dezember, „Comic Weekly“: 4.
- Luks, George Benjamin (1896g): „A Snowball Battle in Hogan’s Alley“. *The World*, 20. Dezember, „Comic Weekly“: 4.
- Luks, George Benjamin (1896h): „New Year’s Celebration in Hogan’s Alley“. *The World*, 27. Dezember, „Comic Weekly“: 4.
- Luks, George Benjamin (1897): „A Cuban Filibustering Expedition in Hogan’s Alley“. *The World*, 17. Januar, „Comic Weekly“: 4.
- Luks, George Benjamin (1898): „Mose’s Incubator – New Twins Hatched Each Week“. *The World*, 30. Januar, „Comic Weekly“: 5.
- McDougall, Walt (1895): „The Checkered Game of Life“. *The World* 4. August, unbetitelt. Comicbeilage: Titelblatt.
- Meyer, Christina (2017): „Serial Entertainment/Serial Pleasure“. In: Frank Kelleter (Hg.): *Media of Serial Narratives*. Columbus: Ohio State University Press. 74–89.
- Meyer, Christina (2019): *Modern Mass Entertainment: The Serial Unfolding of the Yellow Kid*. Columbus: Ohio State University Press. In Vorbereitung.

- N.W. Ayer & Son (1896): *N.W. Ayer & Son's American Newspaper Annual: Containing a Catalogue of American Newspapers, a List of All Newspapers of the United States and Canada, 1896*. Denton: University of North Texas Library.
<http://digital.library.unt.edu/ark:/67531/metadc9239/> (letzter Zugriff: 30. Mai 2017).
- Outcault, Richard Felton (1896a): „The Residents of Hogan's Alley Visit Coney Island“. *The World*, 24. Mai, „Colored Supplement“: 6.
- Outcault, Richard Felton (1896b): „The Great Bull Fight in Hogan's Alley (Continued on Page 7)“. *The World*, 23. August, „Comic Weekly“: 6–7.
- Outcault, Richard Felton (1896c): „The Sunday World's Hogan's Alley Folk on the Stage at Weber & Fields's Broadway Music Hall“. *The World*, 6. September, „Sunday Magazine“: 27.
- Outcault, Richard Felton (1896d): ohne Titel. New York: unveröffentlichte Comicvorzeichnung.
<http://www.loc.gov/pictures/item/2003674039/> (letzter Zugriff: 28. Mai 2017)
- Outcault, Richard Felton (1896e): „R.F. Outcault, of the New York Journal Finds Life ,One Grand Sweet Song', With the ,Yellow Kid' Venues as an Inspiration“. *The Fourth Estate*, 24. Dezember: 8–9.
- Outcault, Richard Felton (1897a): „The Crowd Gets Up an Election Bonfire and the Yellow Kid Plays Nero“, *New York Journal*, 7. November, „American Humorist“: 4.
- Outcault, Richard Felton (1897b): „Thanksgiving Day in Ryan's Alley“, *New York Journal*, 21. November, „American Humorist“: 4.
- Spencer, David R. (2007): *The Yellow Journalism: The Press and America's Emergence as a World Power*. Evanston: Northwestern University Press.
- Spiegelman, Art (2004): *In the Shadow of No Towers*. New York: Pantheon.
- West, Richard Samuel (2012): „Secret Origins of the Sunday Funnies: How the Comics Supplement Was Born“. In: Peter Maresca (Hg.): *Society is Nix: Gleeful Anarchy of the Dawn of the American Comic Strip, 1895–1915*. Palo Alto: Sunday Press Books. 11.