

MEANWHILE

**Bernhard Fuchs
(Burnbjøern)**



**Diplomarbeit, schriftlicher Teil
Sommersemester 2019
Universität für angewandte Kunst Wien**

Betreuung:
Univ.-Prof. Oliver Kartak
Mag. Katharina Uschan
Mag. Sabine Dreher
Mag. Christoph Abbrederis

MEANWHILE

Inhaltsverzeichnis

4 Kurzbeschreibung

6 Motivation

8 Generation Goldfisch

10 Rechergea

- **Comic Strips**

- **Pantomime Comics**

- **Youtube / Meanhwile in Russia**

15 Prozess

16 Titel

16 Medium/ Struktur

18 Analyse Strips

21 Umsetzung

- **Risographie**

- **Farben Raster**

- **Soybot /Self Publishing**

- **Burnnjoern**

26 Quellen

Kurzbeschreibung

Eine von Microsoft Canada, 2015 geführte Studie¹ über die Auswirkungen des Smartphones besagt- Im Jahr 2000 konnte sich der Durchschnittsmensch zwölf Sekunden lang konzentrieren. 2016 waren es nur noch acht Sekunden. Ein Goldfisch schafft neun. Diese Studie habe ich zum Anlass genommen, Comic Strips zu zeichnen, die in der besagten Zeitspanne lesbar sind.

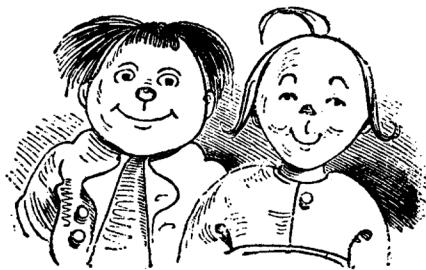
Bei den für diese Diplomarbeit gefertigten Strips handelt sich um Bildgeschichten, die in ihrer absurden, bösen und bitteren Art, Alltagssituationen, und politische Geschehnisse verarbeiten.

Die Storys sind simpel gezeichnet, wild zusammengewürfelt und ohne Text. Letzterer Punkt ermöglicht es die Geschichten unabhängig von Herkunft oder Sprache zu verstehen. Sie erinnern an Youtube Clips wie z.B. „Meanwhile in Russia“, und „Only in China“. Wild gemischte Komplikations von amateur Videos und Überwachungs Aufnahmen, die Kuriositäten, Unfälle und absurde Alltassituationen zeigen.

Der Titel der Publikation bezieht sich unter anderem auf eine jener Youtube Clip Reihen.

¹ <https://www.telegraph.co.uk/science/2016/03/12/humans-have-shorter-attention-span-than-goldfish-thanks-to-smart/> (abgerufen am 25.05.19)

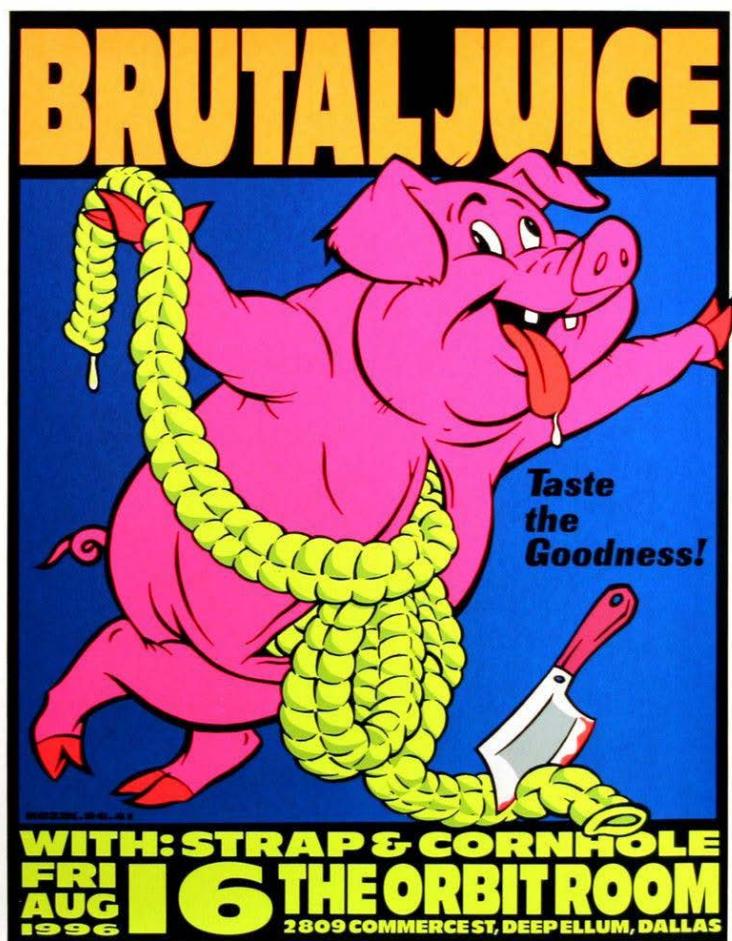




Motivation

Schon als Kind haben mich die Bildgeschichten von Wilhelm Busch fasziniert. Ich war begeistert von ihrer frechen und kruden Art und der klaren Erzählweise. Ich konnte mir die Zeichnungen immer wieder anschauen und neues in ihnen entdecken. Natürlich habe ich als Kind wie die meisten anderen Kinder auch sehr gerne gezeichnet, anders als viele Kinder hab ich jedoch nie damit aufgehört. Der naive kindliche Zeichenstil ist mir geblieben ebenso wie das Interesse für Bildgeschichten, Comics und Zeichentrick. Viele Personen meiner Generation sind humoristisch von den „Simpsons“ und „Southpark“ geprägt, jedoch waren es die Konzertplakate von Frank Kozik, die mich zum Weiterzeichnen motiviert haben. Die von amerikanischen vintage Comics und Popart inspirierten Poster verbanden Niedliches mit Brutalem. Kozik´s Poster schaffen es mit einem Bild eine ganze Geschichte zu erzählen. Zudem wurden sie für die Konzerte meiner damaligen Lieblingsbands angefertigt. Das war natürlich ein Ansporn selbst Konzertplakate zu gestalten. Inspiriert von Kozik hatte ich den Anspruch, Motive zu finden, die den Betrachter auf den ersten Blick fesseln und eine kurze Geschichte oder einen Witz erzählen. Meist durch die Situation, in der sich die oder der Abgebildete wiederfindet. Über die Jahre habe ich zum Medium der „Artzines“, persönliche, meist in kleiner Auflage selbst produziert und publizierte Künstlermagazine gefunden. In diesem Format habe ich abstrakte Zeichnungen mit eben solchen konkreten Bildgeschichten und Comics kombiniert habe. Dadurch ist der Wunsch sequenzieller Geschichten immer größer geworden. Nachdem ich eine Reihe von Comics gezeichnet habe, kristallisierte sich das Bedürfnis heraus Minicomics zu zeichnen, welche meist nur aus 4-8 Bildern bestehen und ohne Worte funktionieren. Ziel dabei ist es eine Geschichte auf Ihre Essenz zu reduzieren. Auerdem müssen die einzelnen Bilder gut geplant sein um die gewünschte Pointe verständlich darstellen zu können.





34/600

Oben, Gigposter von Frank Kozik (1996)

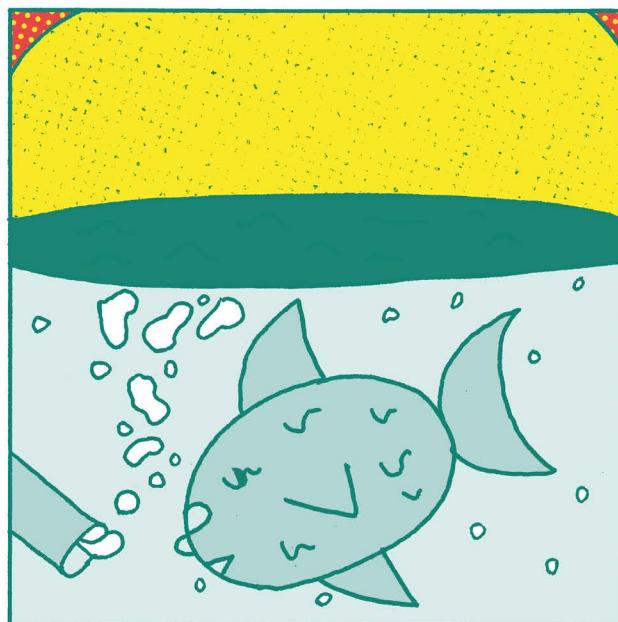
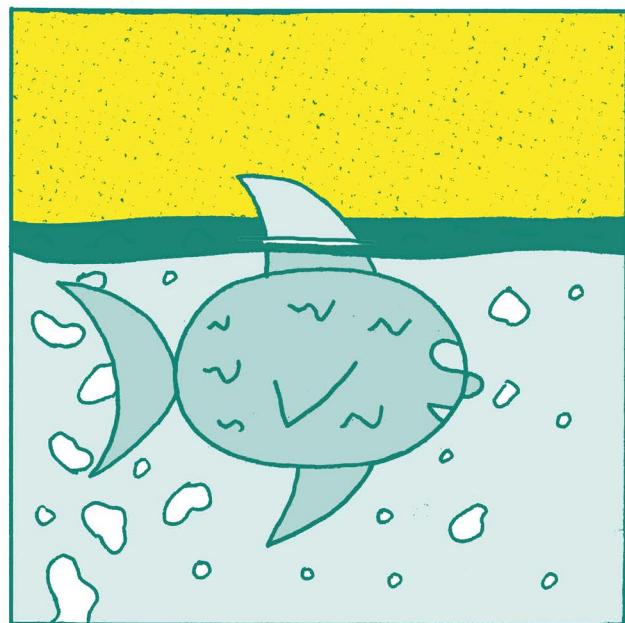
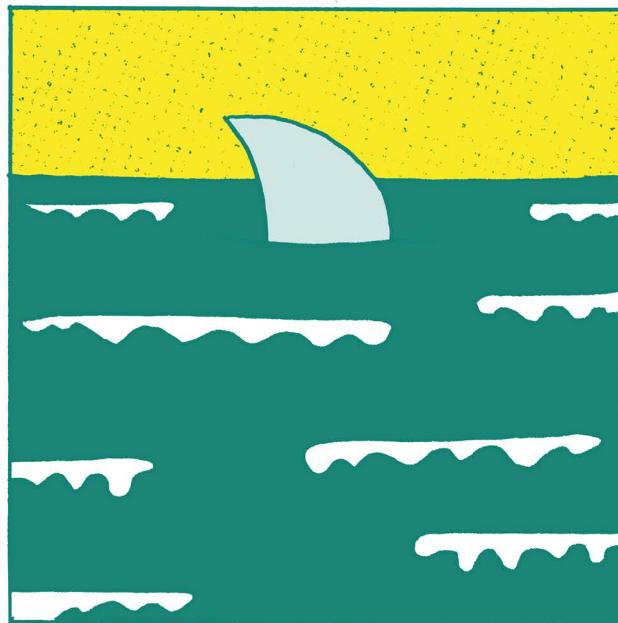
Links oben, Max und Moritz von Wilhelm Busch

Links unten, Milhouse aus „the Simpsons“ von Matt Groening

Generation Goldfisch

2 <https://onlinemarketing.de/news/aufmerksamkeit-goldfisch-mythos>
(abgerufen am 25.05.19)

Die von Microsoft geführte Studie „Generation Goldfisch“ besagt dass wir immer weniger konzentrationsfähig sind. Wir leben in einer Zeit voller Impulse die uns ständig ablenken, seien es Werbungen, Telefonate und SMS, oder das neurotische Kontrollieren des Email Postfachs, das Smartphone als ständiger begleiter und nicht zu vergessen die Ablenkung durch Social Media. (Gerade eben habe ich ohne es zu merken, Facebook geöffnet und bin geistesabwesend durch die Timeline gescrolled.) Die Studie zeichnet mit ihrem Goldfischvergleich, (zur Erinnerung- die Aufmerksamkeitsspanne eines Goldfisch´s beträgt 9 Sekunden, unsere nur noch 8 Sekunden, tendenz sinkend) ein drastisches Bild. Tatsache ist jedoch, wir können uns zwar nicht mehr besonders lang konzentrieren, sind jedoch Multitasking fähiger geworden. Wir arbeiten an vielen Projekten simultan², währenddessen beantworten wir Emails, sind unterwegs und scrollen eben durch unsere Instagram Timeline. In Sekundenschnelle entscheiden wir ob uns etwas zusagt oder nicht. Da wir in einer Reizüberfluteten Welt leben, muss unsere Aufmerksamkeit erst erobert werden. Bereits im Schulumunterricht werden daher vermehrt Spiele und Videos eingebaut, Information wird Häppchenweise vermittelt unabhängig von unserer Digitalen Demenz erzieht spielerisches Lernen bessere Ergebnisse als trockener Unterricht.



Recherche

Im Zuge meiner Arbeit habe ich mich rückbesonnen welche Zeichner und Zeichnerinnen, Geschichten, Filme und Künstler inspirierend für mich waren. Es war sehr erfrischend Wilhelm Busch's Max und Moritz wieder zu lesen. Die bösen Scherze der Beiden haben es mir schon sehr früh angetan. Natürlich sind die Reime eine Bereicherung und tragen zur Popularität der Publikation bei. Interessanterweise würden die Zeichnungen aber auch ohne Text auskommen. Sie sind übersichtlich, klar gegliedert und pointiert gezeichnet.

Der Britische Künstler Glen Baxter (*1944) verbindet Zeichnungen mit Bildunterschriften, deren absurder Witz erst durch die Kombination aus Text und Bild entsteht. Humoristisch ist er bei Monthly Python zu verorten.

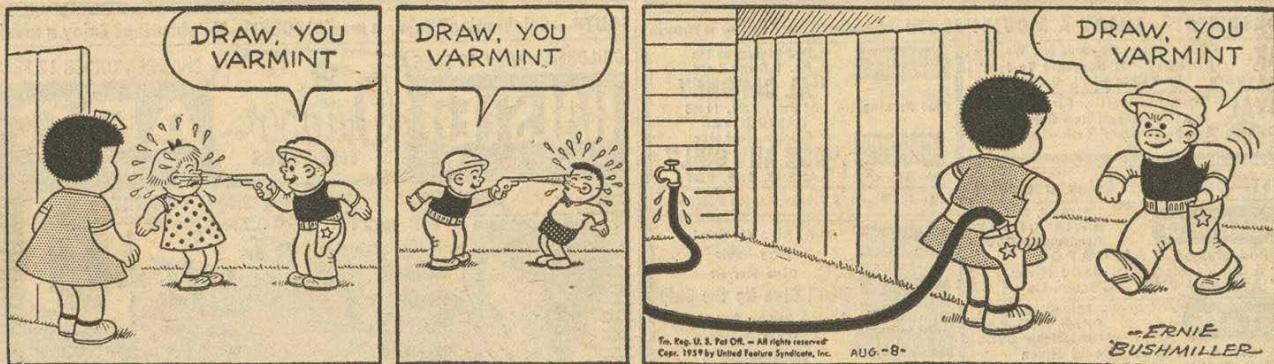
Der spanier Joan Cornellà (*1981) hingegen verzichtet auf Text bei seinen 6 Bilder Comics. Die Geschichten sind nihilistisch, absurd und enden meist mit einem Lachen wo es nichts zu Lachen gibt.

Nadine Redlich's (*~1982) ambient comics, zeigen die Schönheit banaler Situationen und deren Rythums.

Ernie Bushmiller (1905) hat mit seiner Jahrelangen Tätigkeit als Comicstrip Zeichner eine klare Form entwickelt, eine Pointe auf den Punkt zu bringen. Seine Zeichnungen sind skeletthaft, alles Üppige und Unnötige wird eliminiert. Nur das Wesentliche bleibt stehen. So schafft

NANCY

By Ernie Bushmiller



Ernie Bushmillers Nancy, August 8th 1959

er es eine perfekte Lesbarkeit zu erlangen. In seinen 65 Jahren als Zeichner wurde die Figur, Nancy zu seiner treuesten Begleiterin der er von 1938 bis zu seinem Tod im Jahre 1982, 16.000 Folgen widmete. in Ihrer Blütezeit erschien Nancy zeitgleich in ca. 500 amerikanischen und ca. 100 Europäischen Zeitungen.

Ernie Bushmiller's Nancy war unglaublich populär wurde jedoch nicht ernst genommen. Der Zeichenstil wurde als einfach und die Gags als einfältig und naiv kritisiert. Erst nach seinem Tod bekam er erneute Aufmerksamkeit, gerade wegen seines einfachen und klar gegliederten Zeichenstils, dem Einsatz und Auswahl von Text und Begriffen und der Pflege der einzelnen Charaktere.

Verweise ich noch auf das Buch „How To Read Nancy: The Elements of Comics in Three Easy Panels“. Darin wird ein 3 teiliger Nancy Strip von Ernie Bushmiller in all seine Einzelteile zerlegt. Anhand 44 Beispiele formaler und inhaltlicher Natur wird erklärt wie ein Gag- basierter Comic Strip funktioniert. Es gibt einen ausgezeichneten Einblick in die Arbeitsweise Ernie Bushmillers der in seinen Zeichnungen nichts dem Zufall überlassen hat.

Comic Strips

3 Friederike Stadlmann: Comics. Die Entwicklung der Bildgeschichten von Altamira bis Asterix. Verlag Kammer für Arbeiter und Angestellte, Wien 1964, S. 64.

4 Eckart Sackmann: Comics sind nicht nur komisch. Zur Benennung und Definition. In: Eckart Sackmann (Hrsg.): Deutsche Comicforschung 2008.

Die ersten Comic Strips entstanden mit dem Aufkommen der großen Tageszeitungen Ende des 19. Jahrhunderts in Amerika. Neben Witzen und Kreuzworträtsel wurden auch Comic Strips eingeführt. Der Prototyp des modernen Comics ist „The Yellow Kid“ von Richard Felton Outcault. Die Unterprivilegierten der amerikanischen Gesellschaft konnten sich mit ihm, und seinen Versuchen, dem Elend zu entkommen identifizieren³. Zusätzlich machte „The Yellow Kid“ Comic-Strips in den (amerikanischen) Zeitungen populär, so dass viele Verlage nach Zeichnern für ihre Zeitungen Ausschau hielten⁴. Comic Strips haben anders als die politische Karikatur einen unterschwelligeren oder fiktiveren Zugang zu Aktuellen Gebenheiten, seien sie politischer oder kultureller Natur.

Während Comic Strips aus den Online Zeitungen verschwunden sind, beziehungsweise diese darin nie Einzug gehalten haben, finden sie auf Instagram und auch Facebook ein geignetes Medium. Vor allem aber Instagram, eine Soical Media App in der die Sprache der Bilder im Vordergrund steht, scheint prädestiniert für das Verbreiten von Bildgeschichten. Dank einer neuen Funktion auf dieser Plattform, die erlaubt Bildserien hochzuladen, werden sequenzielle Strips, bei denen man sich von Bild zu Bild swipen kann immer populärer. Ein Paradebeispiel wären die „Oh No!“ Strips von Axel Norris. Wöchentlich füttert er seine halbe Million Follower mit lustigen 3 Panel Geschichten. Ohne eine Plattform wie die genannte, wäre eine solche Reichweite, bzw. Popularität nur viel schwerer zu erreichen.

Die Application Instagram schafft das was bildorientierte Plattformen wie Tumblr, Deviant Art und Flickr nicht geschafft haben. Ihr gelingt es abseitige Fotografie, Illustration und Kunst einem breiteren Publikum zugänglich zu machen.



Künstler wie David Shrigley werden immer populärer. Die Selfpublishing Szene ist so groß wie nie zuvor und motiviert immer neue Zeichner und Zeichnerinnen ihre Arbeit zu zeigen. Ein Austausch findet auf den zahlreichen Zine, Kunstbuchmessen und im Internet statt.

Die beschriebene Entwicklung hinterlässt den Eindruck, dass es ein erneutes Interesse an Illustration und sequenzieller Zeichnung gibt.

Pantomime Comics

Comics ohne Worte haben den Vorteil dass sie unabhängig von Sprache verständlich sind. Sie setzen eine klare Verständlichkeit des Abgebildeten voraus und müssen anderes strukturiert werden als klassische Comics oder Graphic Novels. Ein sehr bekanntes Beispiel für Pantomime Comics sind Sicherheitsdatenblätter die wir alle aus dem Flieger kennen, sie erklären uns auf eine sehr klare Art und ohne Worte, wie wir uns im Notfall verhalten müssen. Otto Neurath und Gerd Arntz haben mit den Isotype Piktogrammen eingängige und universal verständliche Sprache entwickelt. Sie zeigen uns sehr gut wie durch Reduktion und ohne Text Information vermittelt werden kann.

5 https://en.wikipedia.org/wiki/Pantomime_comics
(abgerufen am 25.05.19)

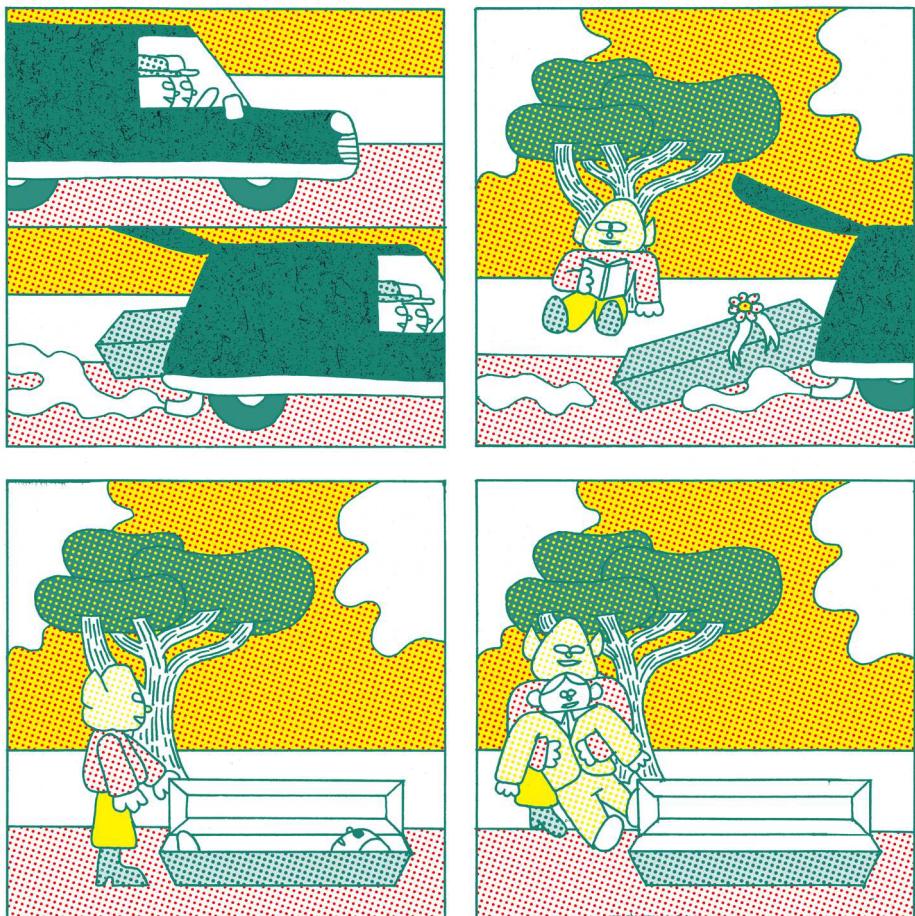
Vor allem Graphic Novels sind oft sehr textlastig, die Bilder rücken teils in den Hintergrund, und dienen als visuelle Stimulation.

Während wortlose Comics von Joan Cornellà kurz und grafisch reduziert gehalten und mit kurzer Pointe sind tun sich bei den langen Geschichten von Jim Woodring spannende visuelle Welten auf. Der spanische Zeichner Sergio Aragones bekannt für seine Strips im Mad Magazine hat es in seinem 1991er Interview mit dem Comic Jurnal so ausgedrückt⁵: „What happens is like a supersimplification. Something you can say with words, you have to eliminate all the words until it can be told in a little story without words. You just think a little longer. But it becomes rewarding in the end because everybody can understand your cartoons no matter what your nationality. And that, to me, has been always a big thing—to do cartoons that everybody can understand, every age, every nationality. It is different. It's like in the theater. You have regular theater, and you have pantomime, like Marcel Marceau or Alejandro Jodorowsky. And I apply that to cartooning and it works.“ Persönlich finde ich es für meine Arbeit spannend, dass man den Betrachter auf falsche Fährten locken, Redewendungen oder politische Begebenheiten illustrieren kann ohne sie zu benennen.

Youtube / Meanwhile in Russia

6 [https://www.youtube.com/
user/MeanwhileInRUSSIA](https://www.youtube.com/user/MeanwhileInRUSSIA)

Auf Youtube findet man eine große Anzahl von länderthematischen Kompilationen wie „Meanwhile in Russia“⁶ oder „Only in China“. Diese bestehen aus Amateurvideos und Aufnahmen von Überwachungskameras. Darin zu sehen sind Kuriositäten wie Arbeitsunfälle, waghalsige Automanöver, extreme Sportbetätigungen und fragwürdige Freizeitbeschäftigungen wild aneinander gereiht. Die Filme geben einen unverblümten, aber auch sehr einseitigen Blick auf die jeweilige Gesellschaft und sprechen beim Betrachter vor allem die schadenfrohe und voyeuristische Seite an.

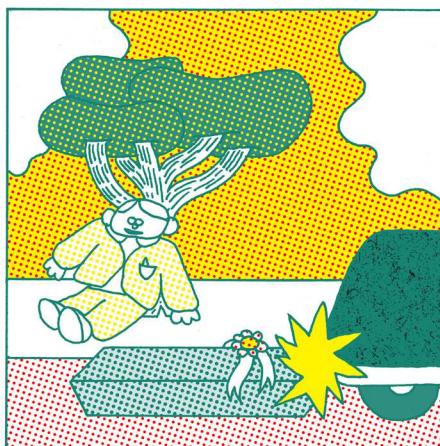
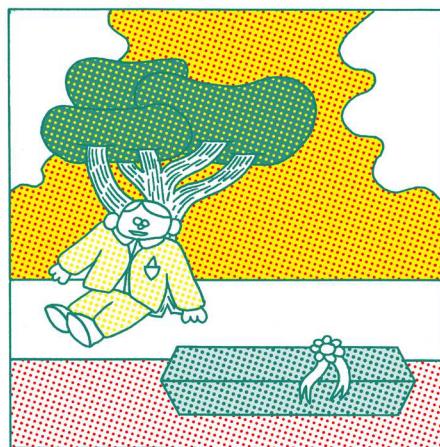
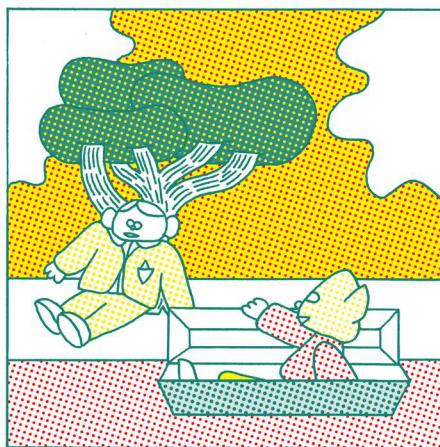


Prozess

Die Inspiration für die Geschichten nehme ich aus Beobachtung alltäglicher Situationen, Nachrichten, politischen Geschehnissen, Internet Memes und Youtube Clips.

Ich stelle mir diverse Situationen vor und überlege, wie ich mit ihnen eine Geschichte erzählen kann. Headlines aus Boulevardblättern („Sarg verschwunden während Begräbnis“) dienen zuweilen als Inspirationsquelle. Andere Strips funktionieren auch seriell, so zum Beispiel die Cowboy Serie. Ausgangspunkt ist ein Geschichte, diese kann durch Rollentausch immer wieder neu erzählt werden. Durch die Repetition entsteht eine zusätzliche Pointe.

Oft funktioniert eine Story im Kopf, auf Papier dann plötzlich nicht mehr, weil die Darstellung zu komplex ist oder die Pointe dann doch zu exzentrisch oder zu flach ist. So ein missglückter Strip kann aber irgendwann auch wieder bearbeitet werden oder lässt sich mit einer anderen Geschichte kombinieren.



Titel & Cover

„Meanwhile...“ ist ein gängiger Comic Terminus um von einer Situation in die nächste zu springen und ist somit ein optimaler Namensgeber für das Buch. Dass „Meanwhile“ das Wort „Mean“, also gemein, beinhaltet war für mich nicht ausschlaggebend, jedoch ein erfreulicher und passender Umstand. Zudem ist meine Arbeit von der Youtube Kompilation „Meanwhile in Russia“ beeinflusst.

Das Cover ist von Kinderbüchern aus den 50er Jahren inspiriert. Es ist klar gegliedert mit einem hangeschriebenen zentrierten Titel an der oberseite, darunter eine mit einer Illustration in einem Quadratischen Rahmen. Die Illustration zeigt 2 Kinder die sich einen Spaß mit einem Polizisten erlauben. Sie soll einen ersten Impuls an potentielle Interessenten senden. Auf der Rückseite gibt es eine weitere Illustration zu sehen, die die Story in einem fortgeschrittenen Stadion zeigt, ein hinweis auf den narrativen Charakter des Buches.

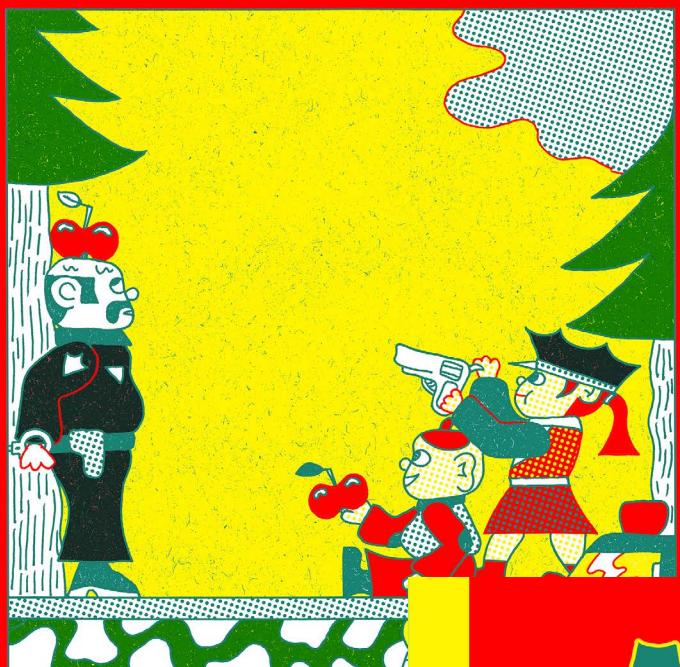
Der Einband ist aus 300g Karton mit zwei umgeschlagenen Laschen, welche zur Verstärkung dienen. Der Titel ist gesiebdruckt, die Illustration eine aufgeklebte Risographie und korrespondiert visuell und haptisch mit dem Kern.

Medium/ Struktur

Ich habe mich für ein Buchformat entschieden, da ich der Meinung bin, dass die Strips als Kollektion oder Kompilation am besten zu konsumieren sind. Die Strips können aus 4 bis 12 Bildern bestehen, ab und an schleicht sich eine Einzelseite ein. So sind die Seiten abgeschlossen und vermeiden Verwirrung. Die Reihenfolge der Strips unterliegt einer symmetrischen und rythmischen Systemik, die ich mir immer wieder zu brechen erlaube. Einige Strips sind seriell und werden im Buch verteilt. Dramaturgisch beginnt es provokant und wird dann wechselhaft. Einen Höhepunkt gibt es nicht, da es eine Kompilation und nicht eine durchgehende Geschichte ist.

Im Heft finden sich ca. 45 Strips die sich auf ca. 70 Seiten ausbreiten. Die Strips werden mit Farbigen Flächen und Rastern hinterlegt, so sind die Seiten bunt und unterstreichen ihren Popcharakter.

Eine erste Auflage von 80 Stück drucke ich risographisch.



MEAN WHILE

VIENNA 2



BURNBJOERN

Analyse der Strips

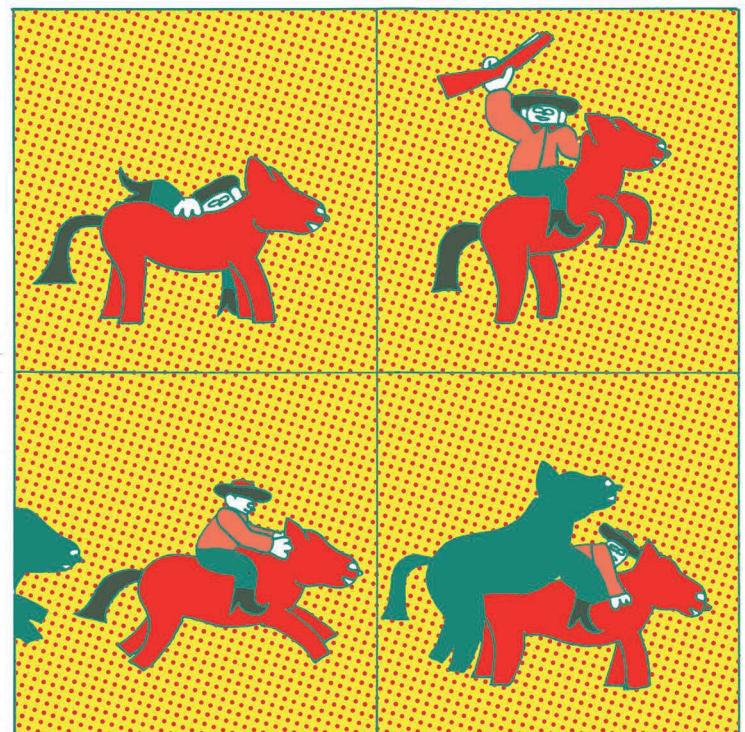
Überraschung:

Die Geschichte lockt auf eine falsche Fährte und wartet mit einer Überraschung auf.



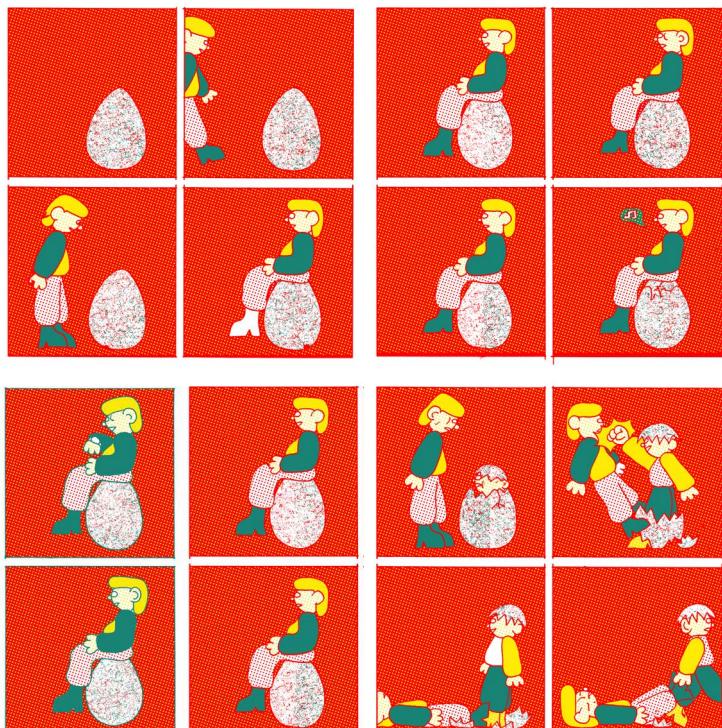
Slapstick

Der Protagonist findet sich in einer unerwarteten Situation wieder, in der er den Kürzeren zieht.



Monotonie:

Eine Situation wird in die Länge gezogen und überstrapaziert.



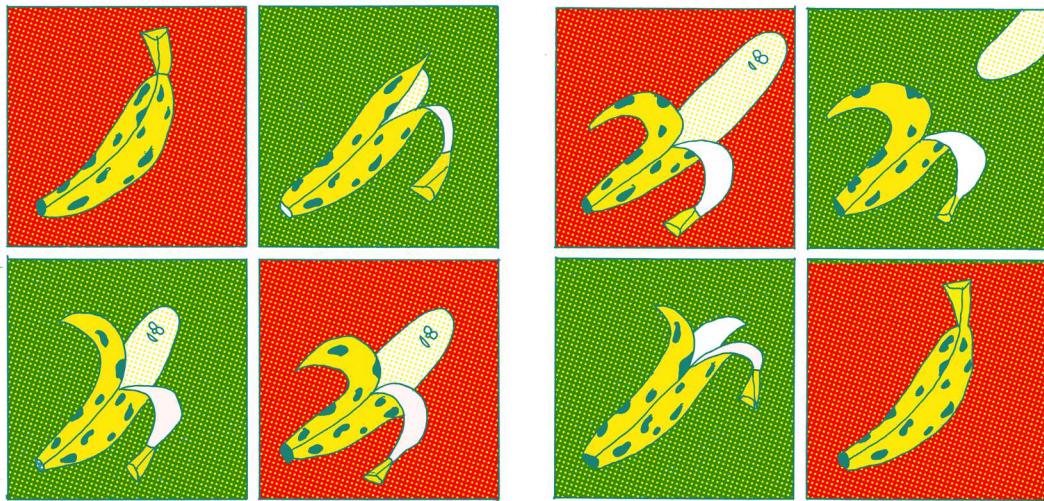
Absurdität:

Eine Situation beginnt klassisch wie man sie erwartet, doch dann werden die Rollen der Protagonisten vertauscht.



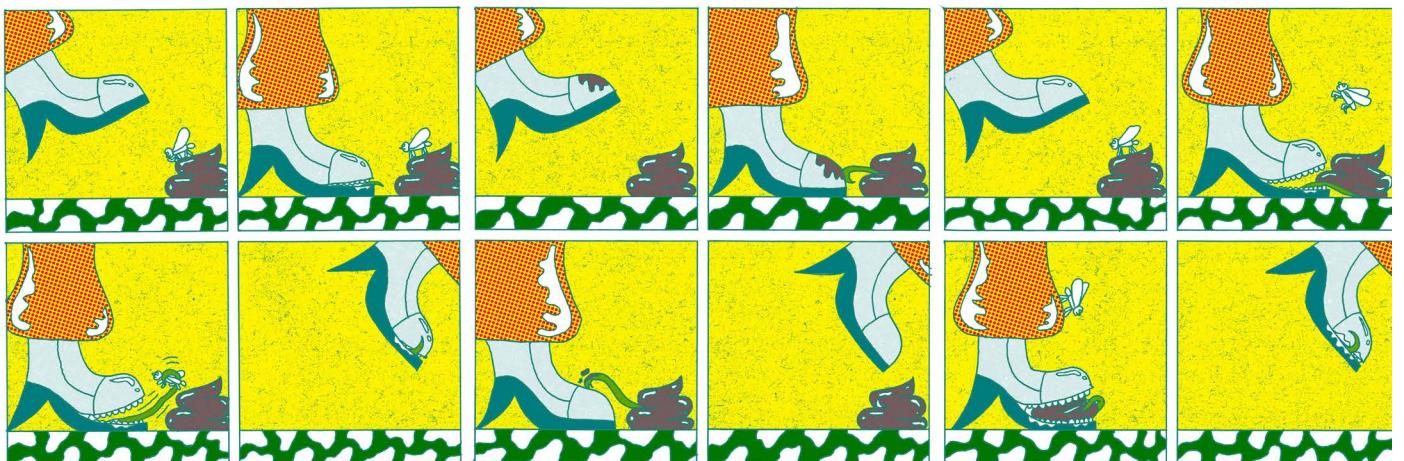
Ambient:

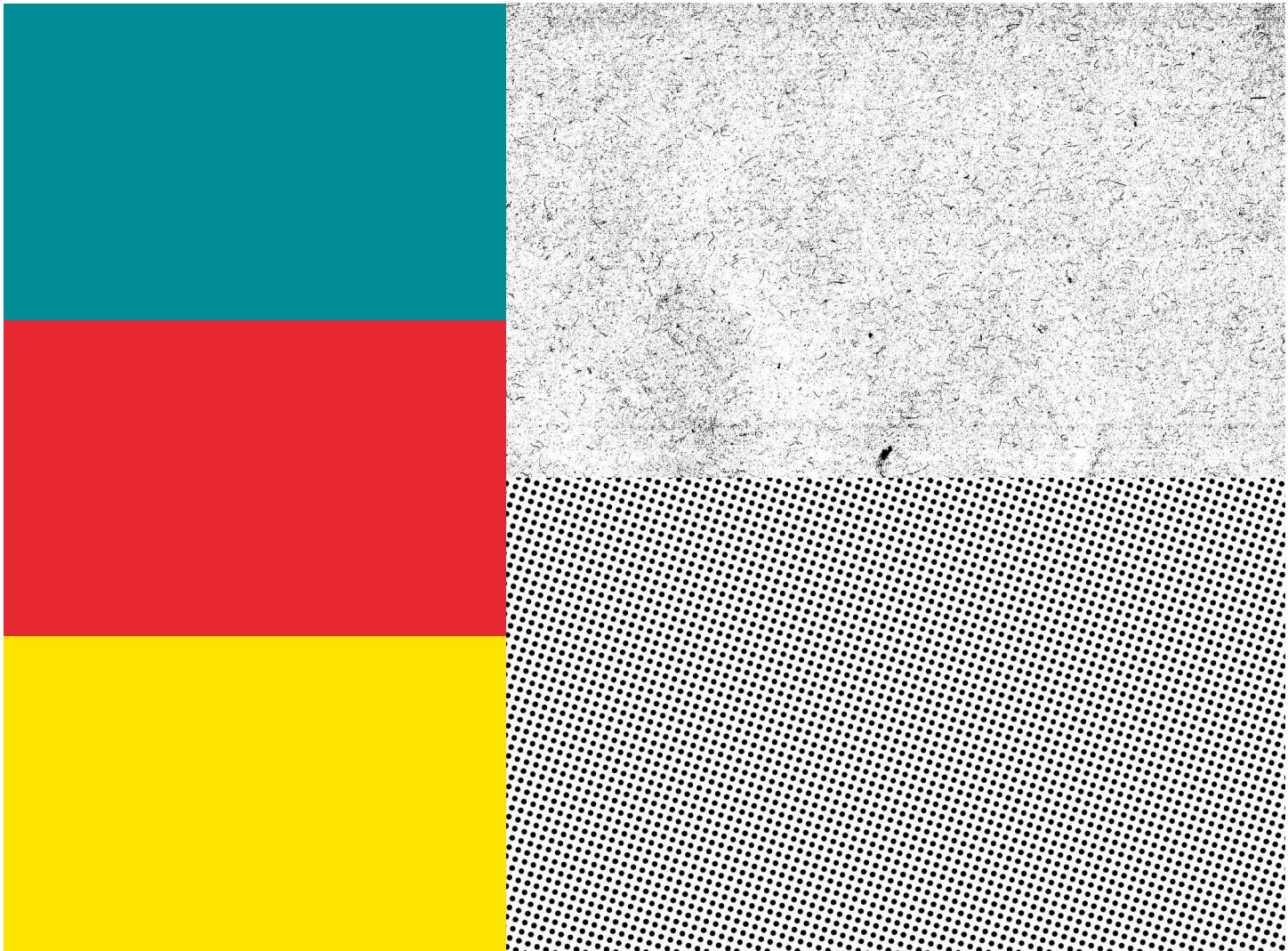
Es wird ein Albauf in Form einer Metamorphose dargestellt.



Bildserie:

Eine Situation wiederholt sich, in fast identen Ausführungen





Umsetzung

Ich verwende 2 verschiedene Raster, einen klassischen generiertes Punktraster in diversen Größen und Winkeln, sowie ein Rauschen das an Mezzotinto erinnert.

Die Bilder sind auf 3 Farben reduziert, so können die Strips unabhängig miteinander assoziiert werden und haben einen besseren Wiedererkennungswert. Da die erste Auflage risographiert wird orientiere ich mich am Farbspektrum des Risographen. Die Drucktechnik ist nicht zu 100% passgenau das verleiht den Zeichnungen eine Lebhaftigkeit und einen Vintage Charakter es werden Assoziationen zu den Anfängen der Comicstrips erweckt. Die Farben sind lasierend und können mittels Überdruck neue Mischfarben erzeugen.z

Zusätzlich zum Buch wird es eine Auswahl der Strips als risographierte Kunstdrucke zu erwerben geben.

Risographie

Wie vorhin erwähnt wird das Buch mit deinem Risographen hergestellt. die Risographie ist ein Schablonendruckverfahren das mit der Mimeo-graphie und dem Siebdruck verwandt ist. Risographen sind eigentlich Schnelldrucker oder Schablonendrucker. Der Name Risograph leitet sich vom größten Hersteller, der japanischen Firma „Riso Kagaku“ ab. Diese waren sehr populäre Office Drucker in den 80ern und frühen 90ern. Sie wurden dann jedoch vom Laserdrucker abgelöst. Seit den späten 00er Jahren erlebt die Risographie eine Renaissance. Die als Office Maschine konzipierten Drucker, gebaut um schnell und günstig kleine und mittelgroße einfarbige oder zweifarbige Auflagen zu produzieren, werden nun vor allem von Kreativen geschätzt und zweckentfremdet verwendet. Ein Grund dafür ist das spezielle Riso Farbspektrum. Farben wie Fluor Pink, Weiß, oder Metallic gold die nur im Offset oder Siebdruck möglich sind, und dort entweder sehr kostspielig, oder nur in großen Auflagen zu produzieren sind, können problemlos mittels Risographen gedruckt werden. Zudem ermöglicht der Risograph autonomes Arbeiten. Mit ein bisschen technischem Geschick und kleinem Budget kann schnell eine private Werkstatt



Soybot - Riso Workshop im Salon für Kunstbuch, 21er Haus - 2016



eingerichtet werden. Alle Prozesse angefangen von Gestaltung, Druck und Fertigung einer Publikation können somit selbst gefährtigt werden. Das unabhängige Arbeiten führt zu spannenden Ergebnissen und unterstützt eine vitale Selbpublishing Szene.

Wie alle Drucktechniken legt auch die Risographie eine starke Eigenästhetik an den Tag. Die Rasterungen sind größer als im Offset, die Farbintensität kann variieren und eine Passgenauigkeit kann nicht immer gewährleistet werden. Das gibt dem dabei entstehenden Druck eine besondere Lebendigkeit, polarisiert jedoch in der Druckwelt.



Riso Prints in leuchtenden Farben

SOYBOT / Self Publishing

Soybot ist ein in Brigittenau ansässiges Risographie Studio und Mikroverlagshaus. Es wurde 2010 von Malin Schoenberg, Lena Goldsteiner, Marie Fegerl, Gerhard Jordan und mir im Kollektiv gegründet und hat sich über die Jahre inhaltlich und praktisch verändert. Während anfangs hauptsächlich eigene Publikationen mit Fokus auf Illustration produziert wurden hat sich Soybot über die Jahre immer mehr nach außen hin geöffnet. Soybot publiziert Buch und Zineprojekte von externen Künstlern und Künstlerinnen, gibt Risographie und Zeichenworkshop, organisiert Ausstellungen, Zinefairs und macht Design Jobs im kulturellen Sektor. Das Soybot Druckstudio, ermöglicht kreative Risographieprojekte umzusetzen und bei Druckprozessen eingebunden zu werden. Immer wieder werden Zine und Artbook Fairs auf der ganzen Welt besucht, dadurch ist Soybot gut in der Self-publishing Welt vernetzt. Soybots Punklikationen sind sehr impulsiv, bunt und exzentrisch. Der aktuelle Katalog ist thematisch zwischen Esoterik, Sci-Fi und Street Art zu verorten. Die Publikationen erscheinen meist in einer Auflage von 50-150 Stück da sie meist einmalig gedruckt werden gelten sie als Sammlerstücke. Neben Zine Fairs können die Druckwerke in spezialisierten Shops weltweit oder im World Wide Web erworben werden.

Die erste Auflage von „Meanwhile“ wird im Eigenverlag publiziert. Da Soybot eine spezielle Nische bedient, und ich mit „Meanwhile“ auch ein Publikum ausserhalb dieser Nischen erreichen möchte, mache ich mich auf die Suche nach einen Verlag für eine 2. Auflage. „Page Five Publishing“ aus Prag die neben dem Verlag noch einen Art-book Store betreiben und bekannt für ihre sehr detailveriebten Publikationen zwischen Architektur, Street art, Illustration und Design hat schon Interesse gezeigt. Ebenso auch der in Ljubljana ansässige Verlag „Look Back And Laugh“, hat mittlerweile Interesse an der Publikation bekundet.



Zines vnn Soybot

Zielgruppe

„Meanwhile“ spricht ein jugendliches oder jung gebliebenes Publikum, mit Sinn für schwarzen Humor, an. Ich denke, dass die Bildgeschichten durch ihre einfache, schnelle Lesbarkeit und ihren Stripcharakter auch gut in Tageszeitungen oder auf Social Media Seiten wie Instagram und Facebook funktionieren um eine breite Masse zu erreichen. Klar sind die Comics auch für die Generation Golfisch gedacht, die sich ständig von allem ablenken lässt und keine Geduld für längere Geschichten hat.

Quellen

Literatur

- **HOW TO READ NANCY - The Elements of Comics in Three Easy**
Paul Karasik - Mark Newgarden - 2017
- **Joan Cornellà - Zonzo - 2015**
- **Glen Baxter - Returns to Normal - 1992**
- **Risomania - The new spirit of printing - 2017**
- **Friederike Stadtmann: Comics. Die Entwicklung der Bildgeschichten von Altamira bis Asterix. Verlag Kammer für Arbeiter und Angestellte - 1964**
- **Eckart Sackmann: Comics sind nicht nur komisch. Zur Benennung und Definition. In: Eckart Sackmann (Hrsg.): Deutsche Comicforschung 2008**

Online

- <https://www.telegraph.co.uk/science/2016/03/12/humans-have-shorter-attention-span-than-goldfish-thanks-to-smart/>
- <https://onlinemarketing.de/news/aufmerksamkeit-goldfisch-mythos>
- https://en.wikipedia.org/wiki/Pantomime_comics

Abbildungen

Alle Abbildungen ohne Bildunterschrift stammen aus „Meanwhile“

