

SZENE WHATCHER

No. 247

5. September 2006

Das Flyer-Zine der trivialen Szene und
Anzeiger für triviales Entertainment seit 1995



Rauchzeichen aus England

Momentan weiss der Freund der genialen *Tom und Jerry*-Zeichentrickfilme, deren beste Exemplare aus der Mitte des vorigen Jahrhunderts stammen, nicht, worüber er mehr lachen soll, über die Filme selbst oder über die britische Bürokratie, zwischen deren Räder die genialen Filmwerke heuer geraten sind. Man möchte zuerst vermuten, dass die dortige Regulierungsbehörde für die Unterhaltungsindustrie (Office of Communications, Ofcom) nach nunmehr über 60 Jahren den zum Teil derben Schlagabtausch der Protagonisten ihrem zarten Nachwuchs nicht mehr zumuten will, aber weit gefehlt! Einem (!) lauterem, nicht näher identifizierten Inselbewohner war nämlich aufgefallen, dass das anthropomorphe Getier in einigen Szenen der Filme dem Tabakgenuss frönt und zur Zigarette bzw. zur Zigarre

© Turner Broadcasting Company



Im Fadenkreuz Ihrer Majestät: Rauchende Zeichentrick-Mäuse.

greift. Da die Richtlinien der Ofcom u. a. die Unterbindung von raucherfreundlichen Szenen in Kinderfilmen vorsieht, haben die Ordnungshüter die Turner Broadcasting Company, auf deren Kinderkanal Boomerang *Tom und Jerry*-Folgen ausgestrahlt werden, aufgefordert, diesem schädlichen cinematographischen Rauchvergnügen nachträglich Einhalt zu gebieten.

Turner hat natürlich sofort artig bestätigt, dass man keinesfalls Kinder zum Rauchen animieren wolle und sogleich devot Abhilfe zugesichert. Seitdem werden an den Schneidetischen in den Studios über 1.500 klassische Hanna-Barbera Kartoons, neben *Tom und Jerry* auch Streifen der Serien *The Flintstones* und *Scooby-Doo*, nach Rauchszenen durchforstet und selbstverständlich an die Bedürfnisse der britischen Aufpasser angepasst - sprich: zensiert! Bei zwei *Tom und Jerry*-Shorts - *Tennis Chumps* (1949) und *Texas Tom* (1950) - wurden bereits aus Tabak gefertigte Artikel, die laut Ofcom das Rauchen «glamorisieren» korrigiert oder umgangssprachlich ausgedrückt: übermalt!

«Wir durchsuchen den gesamten Katalog.» bestätigte Yinka Akindede, die Sprecherin der Turner Broadcasting Company in Europa, brav, «Das ist ein freiwilliger Schritt, den wir auf Grund der sich wandelnden Zeiten machen.» Allerdings verschwieg sie nicht, dass die Ofcom den Konzern zu einer sorgfältigen Revision des Filmmaterials aufgefordert hatte. Die US-amerikani-

sche Mutter von Turner Broadcasting äusserte sich erfreulicherweise bislang nicht zu dieser Narretei.

Schon klar, dass man sich beim Lesen solcher Meldungen erstmal an den Kopf fasst und fragt, ob vielleicht der 1. April ist oder ob denn nun alle so langsam durchgeknallt sind, aber die Realität scheint tagtäglich Zeugnis über die ausgelebten Verwirrtheiten geistig Schwacher abzulegen. Das Internet lacht zwar in zigttausend Einträgen über die verschrobene Inselbewohner und selbst eingefleischte Nikotingegner versetzte die Überreaktion der Behörde in Erstaunen, «Wir können doch nicht die Geschichte neu erfinden, indem wir Hollywood-Klassiker nachträglich verändern», sagte Amanda Sandford, die Sprecherin der Organisation *Ash*, der britischen Tageszeitung *Daily Mirror*, aber die Filme sind für die Insel erst einmal zensiert.

Und an diesem Punkt wird's im Grunde auch erst richtig interessant, denn inwieweit sind denn die Gewohnheiten der Menschen, beispielsweise aus dem vorigen Jahrhundert, in der heutigen Zeit noch akzeptabel und darstellbar? Wird, nachdem Maurice de Bevere (Morris) bereits in den 80ern den Glimmstengel seines Cowboys *Lucky Luke* durch einen lächerlichen Strohhalm ersetzte, nun auch *Pop-eye* auf seine Pfeife verzichten müssen? Und was ist mit den cinematographischen Meisterwerken aus der Zeit des kulturellen Reichtums? Werden jetzt alle Szenen, in denen sich Humphrey Bogart eine Kippe ansteckt, künftig retouchiert? Werden wir Filme wie *Juke Girl* (Regie: Curtis Bernhardt), in denen die Schauspieler zum Rauchen aufgefordert wurden, weil's so kalt während des Drehs war und man permanent den Atem vor dem Mund der Akteure sah, nie mehr zu sehen bekommen, weil ein paar überreizte Engländer die Vergangenheit zensieren wollen?

Die Verdrängung des Zeitgeistes und die Verfälschung der Geschichte stehen offenbar überall auf dem Wunschzettel und so bastelt sich jeder die Welt, wie er sie gern hätte. Künstlerische Werte werden schnell für ein paar Pennies geopfert - Turner Broadcasting sollte sich schämen! Man kann nur hoffen, dass diese Entwicklung auf dem fern gelegenen Eiland stecken bleibt und nicht auf das Festland überspringt. Aber ein Brite brachte es mit einem Eintrag im Organ *Grinder*, dem Forum der Zeitung *Guardian*, auf den Punkt: «Jetzt müssen wohl auf allen Fotos und allen Filmen mit (Winston) Churchill die Zigarren wegretouchiert werden.»



Rauchverbot für Humphrey Bogart?
Neu drehen oder retouchieren?

Jubiläums-Spezialausgabe von Das sagte NUFF!

Das Magazin, das im Outfit der deutschen DC- und Marvel-Hefte vergangener Zeiten daher kommt, befasst sich vornehmlich mit den Ausgaben jener Serien, die viele von uns auf Grund ihrer bescheidenen redaktionellen Bearbeitung und ihrer interpretativen Übersetzung zum konzentrierten Englischlernen antrieben. Weniger allerdings, um dem Englischlehrer zu imponieren,



sondern vielmehr um die amerikanischen Originale von *Spider-Man*, *Daredevil*, *Superman*, *Batman* und Co. lesen zu können, die man einfach im örtlichen PX, wenn man in der glücklichen Lage war einen in erreichbarer Nähe zu haben, erwerben konnte.

Für all jene, die die deutschen Lizenz-Ausgaben vom Verlag «Supermann» über *Hit Comics* (BSV) bis hin zum Williams Verlag verschlungen haben, ist *Das sagte NUFF!* schlicht und einfach die Erleuchtung und

ein absolutes Muss, mit erschöpfenden Antworten auf ewig quälende Fragen, die den Leser zweifelsohne von der Pupertät bis ins Rentenalter hinein selbst im Schlaf verfolgt haben. Die Detailfreudigkeit der Auflistungen und die sorgfältige Recherche sind vorbildlich und fesseln selbst Gelegenheitsinteressierte ob der zum Teil absolut kuriosen Schilderungen und Enthüllungen. Die 1-Jahres-Jubi-Ausgabe, die #5, geht auf DC-Titel wie *Superman*, *Horror*, *Schock*, *Grüne Laterne* und *Shazam!* ein.

Das sagte NUFF, herausgegeben von Daniel Wamsler, #5, € 7, 48 Seiten s/w, Infos und Bezug über www.williams-marvels.de oder jakubkurtzberg@web.de
Very Highly recommended!

Der Krieg geht weiter

Mit *All Star Batman #2* von Frank Miller/Jim Lee setzt Panini die bahnbrechende Story um den *Dunklen Ritter* und *Robin* fort. Diese Nummer beinhaltet die Originalausgaben drei und vier (... Fortsetzung folgt) und verspricht eine derartige Dynamik, dass einem beim Lesen der Atem wegbleibt! Ausserdem werden zahlreiche Seiten auf Grund ihrer überwältigenden Realität und Ausdrucksstärke künftig die Wände etlicher Fanboys (!) zieren. Übrigens: *Supie* wird auf den Wahnsinn in *Gotham City* aufmerksam! Nichts für schwache Nerven!

All Star Batman #2, 52 Seiten, Prestige-Format, € 5,95 (und jeden Cent wert!), www.paninicomics.de
Extremely highly recommended!

Zeichenwettbewerb Nur für Realisten

Comic-Zeichnern, die sich nicht nur für Fantasiewelten und Abenteuerszenarien begeistern können, bietet sich jetzt die Gelegenheit in die Welt der Arbeit und der Gewerkschaften einzutauchen und unter dem Thema «Solidarität und Arbeitswelt - gemeinsam sind wir stark»

einen Comic aus dem realen Arbeitsleben zu kreieren. Der Comic-Preis namens *Carl & Carl*, benannt nach Carl Legien, der u. a. den Posten des ersten Vorsitzenden der Generalkommission der Gewerkschaften (1890) bekleidete, und Carl Barks, dem genialen Künstler, der u. a. mit den Alltagsdarstellungen der Comic-Figur *Donald Duck* über Jahrzehnte die US-amerikanische Arbeitswelt karikierte, wird von der IG BCE Industriegewerkschaft Bergbau, Chemie, Energie gestiftet und mit insgesamt € 2.000 Preisgeldern in diesem Jahr erstmals vergeben. Bis zum 30. November 2006 müssen die ein- bis sechsseitigen Beiträge der dreiköpfigen Jury vorliegen, eine spätere Verwertung der Arbeiten ist optional.

Der Comic gewinnt zwecks Darstellung sozialer Aspekte und komplizierter technischer Abläufe immer mehr an Bedeutung und kommt auch in der Werbung immer öfter zur Anwendung. Leider präsentiert er sich am Kiosk und im Fachhandel momentan eher als schwächelndes Medium mit zumeist flachen Inhalten.

Infos auf www.kommunikationswerkstatt.de/carlundcarl oder über Societät Kopietz-Sommer, 07946-94 24 55.

Berliner Roman-Boutique verstärkt Antiquariatshandel

Als Reaktion auf den weitgehend eingebrochene Handel mit Comic-Neuware hat sich Peter Skodzik, der Eigentümer der Berliner *Roman-Boutique*, dem ältesten Comic-Fachgeschäft Deutschlands, entschlossen, den Handel mit antiquarischen Comics auszubauen. Entsprechend umfangreich waren innerhalb der letzten Monate Skodziks Ankauf-Aktivitäten, mit dem Ergebnis,



dass bereits jetzt ein ansehnliches Angebot zur Verfügung steht.

Bislang ist nur der direkte Verkauf im Laden möglich, der Versand über Liste ist zwar im Gespräch, aber noch nicht beschlossene Sache. Es empfiehlt sich, die gesuchten Artikel ggf. vorher telefonisch abzufragen oder eine Suchlisten-Bearbeitung zu vereinbaren.

Roman-Boutique, Martin-Luther-Strasse 95, 10825 Berlin-Schöneberg, schräg ggü. vom Rathaus Schöneberg, tel 030-216 51 59; U-Bahn Linie 4, Bus 104 und M46; Öffnungszeiten Mo.-Di. 10-19 Uhr, Mittwoch geschlossen, Do.-Fr. 10-19 Uhr, Sa. 10-14 Uhr.

Impressum

Szene WHatcher #247, September 5, 2006 • © Joachim Heinkow
Herausgeber: Joachim Heinkow • Luisenstrasse 32, 12209 Berlin-Lichterfelde
tel 030-768 051 26 • 0171-681 74 11

Redaktion: Gaby & Joachim Heinkow

eMail: heinkow@gmx.de • Internet: <http://www.szene-watcher.de>

© der Abbildungen bei den Verlagen bzw. Zeichnern oder Fotografen. Alle Beiträge, wenn nicht anders gekennzeichnet, von Joachim Heinkow. Szene WHatcher erscheint im Internet und in der Berliner Szene. Für unverlangt eingesandte Beiträge wird keine Haftung übernommen. Eine Verwertung der urheberrechtlich geschützten Beiträge und Abbildungen, insbesondere durch Vervielfältigung und/oder Verbreitung, ist ohne vorherige schriftliche Zustimmung des Herausgebers unzulässig und strafbar, soweit sich aus dem Urheberrecht nichts anderes ergibt. Die Meinung der Mitarbeiter gibt nicht unbedingt die des Herausgebers wieder.