



universität
wien

Diplomarbeit

Titel der Diplomarbeit

„Hybridkultur auf Umwegen?“

Transkulturelle Prozesse anhand der Rezeption indischer
Populärkultur in Arequipa/Peru

Verfasserin

Petra Hirzer

angestrebter akademischer Grad

Magister der Philosophie (Mag.phil.)

Wien, im April 2009

Studienkennzahl: A 307

Studienrichtung lt. Studienblatt: Kultur- und Sozialanthropologie

Betreuerin: Univ.-Doz. Dr. Elke Mader

„Wenn wir an die Zukunft der Welt denken, so meinen wir immer den Ort, wo sie sein wird, wenn sie so weiter läuft, wie wir sie jetzt laufen sehen, und denken nicht, dass sie nicht gerade läuft, sondern in einer Kurve, und ihre Richtung sich konstant ändert.“

*Ludwig Wittgenstein
Vermischte Bemerkungen*

Für Marcus und meine Familie

Inhaltsverzeichnis

Vorwort	3
Einleitung	5
 1. Globalisierung – Eine Welt im Wandel.....	 9
1.1 Exkurs zum Kulturbegriff.....	10
1.2 Transkulturalität, damals und heute.....	12
1.3 Global – Globalität – Globalisierung.....	13
1.4 Weltgesellschaft im Cheeseburger-Kostüm?.....	15
1.5 Über flows und scapes	16
1.6 Das Summa Summarum der kulturellen Globalisierung.....	19
 2. Hybridität und Raum – zur Verortung kultureller Prozesse.....	 21
2.1 Exkurs zum translokalen Kulturbegriff	23
2.2 Vom Konzept der Glokalisierung.....	24
2.3 Hybrid – Hybridität - Hybridisierung	25
2.4 Eine Reise in den Bhabha'schen „third space“	27
2.5 Ein Pop-Kosmopolit in der Welt der Massenmedien	28
2.6 Zwischen Medium und Subjekt der Begierde	30
 3. Fankultur vs. Hybridkultur – über die Bedeutung der Medien	 33
3.1 Medien und ihre Wirkung, damals und heute.....	34
3.2 Exkurs zu Cultural Studies und Popular Culture.....	36
3.3 Der Kreislauf der Medienkultur.....	38
3.4 Medientexte intertextuell	39
3.5 Fan culture and Popular Culture	41
3.6 Fans online und offline	43
3.7 Aneignungsmechanismen einer globalisierten Welt	45
3.8 Über Performanz und Wahrnehmung hybrider Fankulturen	46
 4. Hindi-Film & Fans – Bollywood als translokales Medienprodukt.....	 49
4.1 Exkurs zur indischen Filmproduktion	51
4.2 Zu Bollywood und Hollywood	52
4.3 Hindi- Film & Genres, damals und heute	54
4.4 Auf der Suche nach dem Dealmaker	56
4.5 Song & Dance.....	59
4.6 Über Fans, Stars und Shah Rukh Khan	60
4.7 Bollywood geht um die Welt.....	62

5. Von der Theorie zur Praxis – das empirische Forschungsprojekt	69
5.1 Über das „Was“ – Peru im Bollywood-Fieber?.....	69
5.2 Über das „Wie“ – Zu Methodik und Auswertungsverfahren	71
5.3 Über das „Wer“ – Eine erste Bestandsaufnahme	74
5.4 Exemplarische Kurzportraits zweier InterviewpartnerInnen.....	76
5.6 Ein Tag mit India-Aqp/Hamesha Dosti	80
6. Cine hindú – Peru auf den Spuren von Shah Rukh Khan &Co	83
6.1 Über die Geschichte von India-Aqp&Co	83
6.2 Begriffsbestimmung: cine hindú vs. Bollywood	87
6.3 Bollywood im Verkauf	89
6.4 Hindi-Film (Erst-)Erfahrung.....	91
6.5 Bin ich ein Fan?	95
6.6 Popularität allgemein	99
7. Rezeption der Repräsentation – Die Wahrnehmung der Inhalte	103
7.1 (Frei-)Raum für Assoziationen	103
7.2 Über die Wahrnehmung der Stars.....	107
7.3 ...und Shah Rukh Khan	110
7.4 Traditionell vs. Modern	113
7.5 Qualitätsmerkmal Hindi-Film.....	116
7.6 Film vs. Kultur.....	119
7.7 Über Grenzziehung und Gemeinsamkeiten	122
7.8 Männer- und Frauen (Ab-)Bilder	125
8. Performanz – Zur Inszenierung von Fankultur	129
8.1 Partizipation und Interaktion Offline.....	130
8.2 Repräsentation Offline und die Darstellung nach Außen	133
8.3 Partizipation und Interaktion Online	134
8.4 Repräsentation Online seitens der Fangemeinde.....	136
8.5 Repräsentation Online auf individueller Ebene	138
9. Resümee mit Weitblick	141
Anhang	143
Bibliographie	143
Internetquellen.....	148
Filmographie	148
Bilderverzeichnis.....	149
Interviewleitfaden.....	150
Abstract und Lebenslauf	153

Vorwort

Diese Arbeit entstand im Rahmen des Projektes „*bolly-global*“ am Institut für Kultur- und Sozialanthropologie der Universität Wien unter der Leitung von Univ.Do. Dr. Elke Mader, der ich vorweg ein herzliches Dankeschön für ihre Unterstützung und Betreuung aussprechen möchte. Ohne ihre umfangreiche Hilfe wären dieses Diplomarbeitsprojekt und der damit zusammenhängende Feldforschungsaufenthalt in Peru nicht realisierbar gewesen. Auch den Mitgliedern der Fan-Communities in Arequipa und bereitwilligen InterviewpartnerInnen sei an dieser Stelle gedankt.

Zudem möchte ich nun einige formale Anmerkungen zur vorliegenden Arbeit festhalten. Aus Gründen der Wissenschaftlichkeit wird in den Ausführungen ein unpersönlicher Schreibstil bevorzugt. Weiters war ich einerseits unter Zuhilfenahme des Binnen-I um eine gendergerechte Schreibweise bemüht, habe jedoch an manchen Stellen zu Gunsten der Übersichtlichkeit oder Leserlichkeit auf die Nutzung desselben verzichtet. In diesen Fällen sind, falls nicht explizit anders vermerkt, mit der Nennung der männlichen Form selbstverständlich auch alle Personen des weiblichen Geschlechts inkludiert. Im Kontext der Datenauswertung bezieht sich der Begriff der InterviewpartnerInnen auf beiderlei Geschlechter, thematisch bedingt wird hier je nach Analysekategorie in männliche und weibliche Befragte differenziert und entsprechend gekennzeichnet.

Die Zitate der InterviewpartnerInnen wurden zum Großteil wortwörtlich und ohne grammatikalische Korrekturen übernommen, allerdings befindet sich in der jeweiligen Fußnote eine *indirekte* deutsche Übersetzung des Inhalts meinerseits.

April 2008

Einleitung

Bollywood existiert in vielen Variationen – und mindestens ebenso variantenreich sind auch seine Rezipienten. Der Hindi-Film hat bereits seit Jahrzehnten ein überaus breitgefächertes und territorial nicht eingrenzbare Zielpublikum, welches auch abseits der indischen Diaspora bzw. der Non-Resident-Indians (NRI) sehr ausgeprägt ist. Sowohl im deutsch- als auch spanisch- und englischsprachigen Raum hat sich die indische Filmindustrie so weit etabliert, dass sie eine breite Masse an Bewunderern hervorbrachte – welche sich oft nicht nur mit dem bloßen Filmgenuss zufrieden geben, sondern sich vielmehr durch die Adaption jener medial vermittelten Repräsentationen indischer Populärkultur in die eigene Alltagswelt auszeichnen. Sowohl die Film- und Medien-, als auch die Kulturwissenschaft bzw. Medienanthropologie haben sich in den letzten Jahren, wenn auch aus unterschiedlichen Blickpunkten, eben jener Thematik immer intensiver angenähert.

Das Interesse der folgenden Analyse gilt sowohl der Hinwendung zu bereits bestehenden Konzepten im Kontext von transnationalen Prozessen, Medienrezeption und Fankultur, als auch der Rezeption eben jener indischen Populär- oder Kinokultur und seiner phänomenologisch lokalspezifischen Ausprägung. Besonders in Peru machte sich in den letzten Jahren, begünstigt durch mediale transnationale Prozesse, eine intensive Hinwendung zu Aspekten des Hindi-Films bemerkbar. Im Zuge dieser Diplomarbeit wurde während eines dreimonatigen Forschungsprojekts in Arequipa im Süden Perus eine Vielzahl an qualitativem Datenmaterial erhoben, wobei der Feldforschung bereits vorab eine Kurzanalyse der im Internet präsenten Fanggemeinschaften voranging. In der folgenden Abhandlung wird innerhalb der Thematik des indischen Kinos der virtuelle Raum als soziale Bühne und die lokale Gemeinschaft als soziale Akteure fokussiert, denn erst an der Schnittstelle dieser beiden Ebenen als (Frei-)Räume sozialer Praktiken ergibt sich die Analyse eines global bedeutenden lokalen Phänomens.

Diese Arbeit ist dabei nicht als Nachschlagewerk gedacht, sondern widmet sich mit einem klaren Analyserahmen der spezifischen Thematik indischer Populärkultur im translokalen Kontext. Die einzelnen im diskursiven Prozess der Auseinandersetzung mit Theorie und Datenmaterial entstandenen Abschnitte sind *bedingend* aufeinander aufbauend – und können dementsprechend nur in der Gesamtheit der Abhandlung betrachtet werden. Die

Kapitel sind dabei grob zwei Teilen zugeordnet, einerseits dem theoretisch-analytischen Rahmen (Kap. 1- 4) und andererseits der empirische Datenerhebung, Auswertung und Zusammenfassung (Kap. 5- 8).

Bevor wir uns im Einzelnen mit der Analyse des erhobenen Datenmaterials und dem Medienprodukt Bollywood auseinandersetzen, müssen einige der „theoriegeschwängerten“ Begriffe und Konzepte zum besseren Verständnis der Thematik vorweg dargelegt, sowie der Gang der theoretisch fundierten Argumentation erklärt werden. Die Begriffe „Kultur“, „Hybridisierung“ und „transkulturell“ als *termini ombrello* eines omnipräsent angedachten kulturellen Wandels müssen allem voran ebenso definiert werden, wie es innerhalb der Globalisierungsdebatte einige weitreichende Irrtümer zu dekonstruieren gilt. Globalisierung, Kultur und Medienrezeption leuchten hinsichtlich medialer Veränderungsprozesse als Schlagworte im Raum, wobei sich jedoch zunehmend schwer klare Demarkationslinien zwischen Kulturen feststellen lassen. In der Analyse der Neukonstruktion des Kulturbegriffes hinsichtlich der Verabschiedung eines statischen, homogenen Bewusstseins von Kultur stehen neben James Clifford und Clifford Geertz die Überlegungen von Arjun Appadurai und Ulf Hannerz im Zentrum, deren Erkenntnisse schlussendlich die Zündflamme für eine Auseinandersetzung mit der medial bedingten *Neuverortung* kultureller Prozesse *jenseits* statischer (National-)Grenzen bilden. Die Bedeutung des Lokalen und Globalen steht im Fokus, wobei hier das Konzept der Glokalisierung im Sinne eines „*global denken – lokal handeln*“ seine Notwendigkeit innerhalb der Diskussion findet. Zudem geht es um die Frage, ob weltweite kulturelle Austauschprozesse schlussendlich zu einer dem Kulturimperialismus unterstellten Einheitskultur führen, und hybride Prozesse der Vermischung kulturelle Differenzen mehr und mehr eliminieren.

Diese ersten beiden Kapitel liefern uns im Grunde Erklärungsmodelle für ein globales Phänomen in einer „*Welt der Globalisierung*“ und dienen im Zuge des dritten Kapitels als Wegbereiter für eine Auseinandersetzung mit der Bedeutung der Medien innerhalb dieses kulturellen Wandels. Medien konstruieren Wahrnehmung – und die globale Konnektivität, nicht zuletzt begünstigt durch die Reichweite des Internets, verlinkt auch entfernteste Regionen der Peripherie miteinander. Innerhalb eines Kreislaufs der Medienkultur steht jedoch stets die Frage nach dem Rezipienten im Raum. An dieser Stelle bekommt auch die Arbeit der Cultural Studies ihren Platz, sowie eine detaillierte Auseinandersetzung mit dem

Konstrukt „*Fankultur*“ allgemein, das wohl eine der sichtbarsten Artikulationen innerhalb der Rezeption medial vermittelter Inhalte darstellt.

Kapitel vier beschäftigt sich vorerst einleitend mit dem Medienprodukt Bollywood an sich, wobei sowohl Aspekte der indischen Filmproduktion, als auch einige spezifische Besonderheiten der Filminhalte selbst angerissen werden. Da die Arbeit nicht in der breitgefächerten Thematik des indischen Films im Konkreten mündet, sondern vielmehr der Rezeption im spezifischen lokalen Kontext gewidmet ist, werden gängige Themen wie allgemeine Daten und Zahlen zu Bollywood und indischer Filmproduktion nur peripher behandelt. Die Auseinandersetzung mit Bollywood soll in diesem Rahmen als Anhaltspunkt für die Analyse der empirischen Daten dienen – und ist abseits medientheoretischer Aspekte primär auf ein Verständnis der lokalen Fankultur gerichtet.

Der möglicherweise polemische Titel dieser Arbeit zielt nun auf die Frage ab, ob man Fankultur in ihren verschiedenen räumlichen Ausprägungen sowie im Kontext damit einhergehender globaler Aneignungsmechanismen *per se* als Hybridkultur bezeichnen kann. Dazu fließen also einerseits medientheoretische Überlegungen zu Fankultur und Medienrezeption, als auch ein Blick auf eine lokal-spezifische Fangemeinde um indische Populärkultur mit ein. Hierbei ist insbesondere die Fan-Community *India-Aqp* (siehe Abbildung 1) durch ihre mediale Transparenz auf YouTube und MSN ins Zentrum des Interesses gerückt. Die den zweiten Teil dieser Arbeit bestimmende und in der Analyse des Datenmaterials vorherrschende Forschungsfrage lautet hierbei: Wie werden die Inhalte indischer Populärkultur von den Mitgliedern peruanischer Fan-Communities rezipiert – und in welcher Form in die eigene Alltagswelt integriert?

Im Zuge der Datenerhebung wurden teilstrukturierte Leitfadeninterviews durchgeführt, wobei ein überwiegender Teil der Befragten der lokalen Fan-Community zugehörig und somit an aktiven Tanz- und Gemeinschaftsritualen im Kontext des Fan-Seins beteiligt ist. Dazu gehört zudem die Teilnahme an einer virtuellen Gemeinschaft, die sich sowohl als MSN-Group manifestiert, als auch im Network-Programm Hi5 präsent ist.

Während zu Beginn in Kapitel fünf die formalen Kriterien der Feldforschung – Methodik, Zielgruppe und Beschreibung des Forschungsprojektes – beleuchtet werden, stehen im Verlauf der Analyse (beginnend mit Kapitel sechs) eine deskriptive Bestandsaufnahme der

im thematischen Kontext relevanten Aspekte im Zentrum, sowie die Frage nach der tatsächlichen Popularität des indischen Kinos vor Ort.

Dies führt uns in weiterer Folge zu einer Differenzierung in zwei unterschiedliche, jedoch einander überlappende, Analysekatoren in den Kapiteln sieben und acht. Auf der einen Seite steht hierbei die inhaltsspezifische Wahrnehmung im Zentrum, deren Fokus auf Stars, Filminhalten, Qualitätskriterien oder auch Selbst- und Fremdzuschreibungen seitens des Zielpublikums liegt. Hierbei postulieren wir bereits eine Form der Bedeutungsgebung, die im Verlauf der Arbeit nochmals näher erläutert werden wird. Auf der anderen Seite steht nun die performative Ebene als zweite Kategorie im Raum, die ihrerseits als spezielles Merkmal von Fankultur skizziert – und als omnipräsente Artikulation innerhalb der Rezeption indischer Populärkultur im Fall der vorliegenden Datenerhebung zu betrachten ist.

1. Globalisierung – Eine Welt im Wandel

*„Das Alte stürzt, es ändert sich die Zeit,
Und neues Leben blüht aus den Ruinen.“*

Friedrich Schiller

Globalisierung kam nicht über Nacht. Trotzdem gehört dieser Begriff wohl zu einem der umstrittensten und meist verwendeten Wörter unserer Zeit. Nicht selten werden dabei, sowohl im alltäglichen als auch wissenschaftlichen Diskurs, Versuche einer Definition unternommen, meist jedoch ohne die verschiedenen Dimensionen, die hinter diesem komplexen Phänomen liegen – seien sie nun ökonomischer, ökologischer oder kultureller Natur –, in ihrer Gesamtheit zu berücksichtigen bzw. mitzudenken. Die Notwendigkeit einer Diskussion von „Globalisierung“ steht also außer Frage, genauso wie eine Auseinandersetzung mit den verschiedenen Auswirkungen auf lokaler, nationaler und globaler Ebene – im jeweiligen interessensgeleiteten theoretischen Diskurs. Eine wichtige Rolle spielen hierbei freilich sowohl politische Machtverhältnisse, Ressourcen, Technologien und Netzwerke, als auch individuelle Aneignungsmechanismen.

In der Disziplin der Kultur- und Sozialanthropologie wird im Kontext der Globalisierungsdebatte weit weniger die ökonomisch-politische Analyse, als die Frage nach lokal-spezifischen soziokulturellen Veränderungen fokussiert, eingeschlossen die Fragen nach der Positionierung eines Individuum in einer multimedialen Welt der Massenkommunikation und „Mehrörtigkeit“. In diesem Sinne gilt es Begrifflichkeiten wie Kultur, global, lokal – oder auch „glokal“ – mit Blick auf aktuelle Veränderungen bzw. Veränderungsprozesse neu zu verhandeln.

„With expanded communication and intercultural influence, people interpret others, and themselves, in a bewildering diversity of idioms – a global condition of what Mikhail Bakhtin called >heteroglossia<¹. This ambiguous, multivocal world makes it increasingly hard to conceive of human diversity as inscribed in bounded independent, cultures. Difference is an effect of inventive syncretism. (Clifford 1988:22f)

¹ Bakhtin versteht unter diesem Begriff die Polyvalenz einer Äußerung aufgrund der vielen sozialen, historischen, meterologischen und physiologischen Bedingungen, die auf selbigen Einfluss haben können. (Balme 1995:26)

James Cliffords Konzept des “inventive syncretism” impliziert jene Sicht des kulturellen Wandels die, *“dynamisch ist und eine grundsätzliche Offenheit der Kultur sowie einen kreativen Umgang mit disparaten, heterogenen kulturellen Produkten voraussetzt”* (Balme 1995:16) Clifford nimmt damit bereits einige Aspekte wie die Positionierung des Individuums in einer deterritorialisierten Welt und die Frage nach kultureller Differenz vorweg, die im weiteren Verlauf dieses Textes noch ausführlicher diskutiert werden.

Faktum bleibt, dass sich in Hinblick auf den allgegenwärtigen kulturellen Wandel zunehmend schwer klare Demarkationslinien zwischen Kulturen feststellen lassen – und der Begriff der „Kultur“ selbst einer eindeutigen diskursiven Beleuchtung bedarf.

1.1 Exkurs zum Kulturbegriff

Eine formale Abhandlung über den Begriff der „Kultur“ würde wohl beachtlich mehr erfordern, als im Umfang dieses Textes möglich ist, und soll auch hier nicht das Ziel sein. Es sei jedoch gesagt, dass der Terminus eine historische Diskontinuität im Kontext von verschiedensten Theorietraditionen aufweist wie kaum ein anderer. Man denke hierbei als Beispiel an die lange Zeit omnipräsenten Dichotomien von Kultur und Natur im Sinne des (anthropologischen) Strukturalismus unter Levi-Strauss etc. Zentral ist hierbei, Kultur als eine Analysekategorie zu verstehen, unabhängig davon ob „Kultur“ nun deskriptiv, semiotisch, normativ oder pragmatisch konzipiert und verstanden wird. Wesentlich an dieser Stelle – und wohl auch im Gesamtdiskurs der Kultur- und Sozialwissenschaft – ist Clifford Geertz‘ Verständnis eines semiotischen Kulturbegriffs. Dem Gedankengut Max Webers folgend, sieht er den Menschen als ein Wesen, das in selbstgesponnene Bedeutungsgewebe verstrickt ist, wobei er Kultur *als* dieses Gewebe ansieht. *„Ihre Untersuchung ist daher keine experimentelle Wissenschaft, die nach Gesetzen sucht, sondern eine interpretative, die nach Bedeutungen sucht.“* (Geertz 1983:9)

Gehen wir noch einen Schritt zurück. Der traditionelle anthropologische Kulturbegriff geht bekanntlich auf den Einfluss Johann Gottfried Herders zurück, der ihn Ende des 18. Jahrhunderts durch soziale Homogenisierung, Ethnische Fundierung und interkulturelle

Abgrenzung² definiert hat. (Vgl. Welsch 1997:67f) Dieses klassische Kulturmodell ist jedoch, so Welschs Kritik, „*nicht nur deskriptiv falsch, sondern auch normativ gefährlich und unhaltbar.*“ (1997:69) Moderne Kulturen halten weder den Kriterien von homogen bzw. statisch stand, noch erklären sie sich (falls sie das überhaupt jemals getan haben) durch territoriale Grenzen. Ein derart organisches Konstrukt von (Einzel-)Kultur wurde spätestens mit dem elementaren Paradigmenwechsel³ der Fünfziger Jahre des zwanzigsten Jahrhunderts in der Disziplin der Kultur- und Sozialanthropologie aufgeweicht und weitergedacht. Auch der vielzitierte, im postkolonialen Diskurs bedeutende Homi Bhabha (2007:7) bemerkt dies, wenn er schreibt:

“Konzepte wie homogene nationale Kulturen, die auf Konsens beruhende und nahtlose Übermittlung historischer Traditionen oder “organisch” gewachsene ethnische Gemeinschaften werden – als Basis kulturellen Vergleichs – derzeit grundlegend neu definiert”

Ein traditionelles Kulturkonzept funktioniert mit Blickpunkt auf moderne, ins sich hochgradig differenzierte Gesellschaften nicht. Kulturen enden eben *nicht* an nationalstaatlichen Grenzen, sondern durchdringen einander in einem ständigen Prozess von Migration und der Verdichtung von (transkulturellen) Netzwerken!⁴ „*Zentralen Stellenwert [...] hat ein heterogener, prozessualer Kulturbegriff [...]*“, so Gingrich. (1999:201) Dies bringt uns jedoch zu einer weiteren wichtigen Frage: Was bedeutet nun „transkulturell“ angesichts einer globalisierten Welt?

² Welsch versucht die drei Kennzeichen Herders wie folgt zu erklären: „Erstens solle eine Kultur das Leben des betreffenden Volkes im ganzen wie im einzelnen prägen und jede Handlungen und jedes Objekt zu einem unverwechselbaren Bestandteil gerade *dieser* Kultur machen. [...] Zweitens solle Kultur immer Kultur eines Volkes sein. [...] Drittens ergibt sich daraus eine entschiedene Absetzung nach außen: Jede Kultur solle, als Kultur *eines* Volkes, von den Kulturen *anderer* Völker spezifisch unterschieden und abgegrenzt sein.“ (Welsch 1997:67f) Nach Nünning (2005:11) setzte unter dem Einfluss Herders jedoch ein Prozess der Relativierung ein, der es fortan erlaubte, von Kulturen (im Plural) als Ausdruck verschiedener Lebensweisen auch innerhalb einer Gesellschaft zu sprechen. Erst aus diesem Verständnis entwickelte sich der anthropologische Kulturbegriff.

³ Gemeint ist hierbei die „anthropologische Postmoderne“ Mitte des 20. Jh. und die damit einhergehende Anerkennung von Prozesshaftigkeit, regionalen und globalen Interaktionen sowie des selbstreflexiven Dialoges mit anderen Kulturen. (Vgl. Gingrich 1999:201)

⁴ Vgl. auch Welsch 1995

1.2 Transkulturalität, damals und heute

Das Schlagwort „transnational“⁵ beschreibt einen (ge)wichtigen Moment innerhalb der gesamten Globalisierungsdebatte. Massenmigration, das verstärkte Aufheben von Entfernungen bzw. die Möglichkeit der globalen Vernetzung lässt alte Nationalstaats- (und auch Kultur-)Konzepte in einem neuen transnationalen Licht erscheinen, und bedarf der Beleuchtung einiger grundlegender theoretischer Annahmen.⁶ Hannerz (1996:6) bemerkt dazu: „*In the transnational arena, the actors may now be individuals, groups, movements, business enterprises, in no small part it is this diversity of organization that we need to consider*“

Hannerz betont im Wesentlichen zwei Aspekte, welche *cultural organization* im aktuellen Diskurs schwieriger gestalten, einerseits „*the mobility of human beings themselves*“ und andererseits „*the mobility of meanings and meaningful forms through the media*“.(1996:19) Damit nähern wir uns bereits dem Terminus der Transkulturalität. Wie in der Debatte um den Kulturbegriff bereits angesprochen, kann nicht mit der Vorstellung homogener Einzelkulturen operiert werden. Folgt man den Überlegungen von Welsch, so bezeichnet „transkulturell“ die externe über nationalstaatliche Grenzen hinausgehende Vernetzung von Kulturen, sowohl auf der Makroebene von Gesellschaften, als auch der Mikroebene der Individuen. (Vgl. Welsch 1997:71f, 1995) Dies ist seiner Ansicht nach historisch betrachtet keinesfalls neu, da, wie er beispielhaft skizziert, die deutsche Kultur ohne Blick auf andere Traditionen wie die Römische oder Griechische gar nicht erst rekonstruierbar wäre. Dabei betont Welsch (1997:71) gleichermaßen die Relevanz eines derartigen Konzeptes hinsichtlich neuer Medien und Technologien. Er fasst also zusammen: „*Transkulturalität ist in erster Linie eine Folge der inneren Differenzierung und Komplexität der modernen Kulturen. Diese umfassen [...] eine Vielzahl von Lebensformen und Kulturen, die einander auch durchdringen oder auseinander hervorgehen können.*“

Sein Verständnis von aktuellen kulturellen Begebenheiten bildet ein Gegenstück zum lange Zeit von verschiedensten Seiten favorisierten Konzept des Multikulturalismus, welches mit Themen wie kulturellem Verständnis, Akzeptanz und Konfliktvermeidung in

⁵ „trans“, Präf. Lat „über“ Quelle: <http://www.koeblergerhard.de/der/DERT.pdf>

⁶ Beck (1997:34) spricht hier von einer Transformation von Nationalstaat zu Transnationalstaat.

Zusammenhang gebracht wurde. Das Multikulturelle, in diesem Kontext als aneinander-grenzende Mosaiksteinchen gefasst, reproduziert allerdings noch die teils veraltete Idee eines homogenen, in sich geschlossenen kulturellen Systems – geschwängert mit einer omnipräsenten Fülle an „shared meanings“⁷. In Zeiten medial geprägter transkultureller Prozesse sind derartige Konzepte unbrauchbar. Man könnte auch so weit gehen zu sagen, dass „*That image of a cultural mosaic, where each culture would have been a territorial entity with clear, sharp enduring edges, never really corresponded with realities. There were always interactions, and a differusion of ideas, habits, and things, even if at times we have been habituated to theories of culture and society which have not emphasized such truths*“ (Hannerz 1996:18)

In der Transkulturalität verändert sich also der Modus der Vielfalt, (so auch Wittgenstein⁸). Transkulturell impliziert folglich die Entstehung kultureller Austauschprozesse, die Entstehung kultureller Netzwerke,⁹ die Entstehung von etwas Neuem. Wellen kultureller Transformation schlagen um sich – und wir befinden uns inmitten eines Prozesses der kulturellen Globalisierung.

1.3 Global – Globalität – Globalisierung

Globalisierung ist weiters keineswegs ein Phänomen der Neuzeit, wie Ulf Hannerz (1996:18) bereits bemerkte: „*Globalization [...] is not brand new, it can move back and forth, it comes in many kinds, it is segmented, and it is notoriously uneven; different worlds, different globalizations.*“ In diesem Sinn erscheinen Versuche der Bestimmung des historischen Ursprungs von Globalisierung, wie sie beispielsweise Marx und Wallerstein mit dem modernen Kapitalismus bzw. kapitalistischen Weltsystem des 15. Jahrhunderts oder Giddens mit der im 18. Jahrhundert einsetzenden Modernisierung postulierten¹⁰, redundant, ohne damit die gegenwärtige und historische Präsenz und Bedeutung derselben schmälern zu wollen. Im aktuellen Diskurs hinsichtlich transnationaler und transkultureller Prozesse steht die Sinnhaftigkeit eines derartigen Unterfangens immer wieder zur Diskussion. Inda und Rosaldo beziehen sich in der Einführung ihres Readers

⁷ Vgl. auch Inda, Rosaldo 2002:10

⁸ Hier zitiert nach Welsch, auf Wittgenstein Bezug nehmend. (1996,1997:71)

⁹ Welsch 1997:71

¹⁰ Vgl. dazu Beck 1997:44

“Anthropology of Globalization” speziell auf die Definitionen von David Harvey (1989) und Anthony Giddens (1990), wobei beide Ansichten subsumiert zu folgender Überlegung führen: „*All told, globalization can be seen as referring to those spatial-temporal processes¹¹, operating on a global scale, that rapidly cut across national boundaries, drawing more and more of the world into webs of interconnection, integrating and stretching cultures and communities across space and time, and compressing our spatial and temporal horizons. It points to a world in motion, to an interconnected world, to a shrinking world*“(2002:9)

Die beiden AutorInnen sprechen damit einige wichtige Punkte an, welche es im Folgenden zu durchdenken gilt: Die Bedeutungsverminderung nationaler Grenzen, die immer intensiver werdende Konnektivität sowie die notwendige Neukonzeption von Zeit und Raum.

Einen interessanten Beitrag im Kontext der Begrifflichkeiten leistet Ullrich Beck mit seiner Unterscheidung zwischen den Termini „Globalität“ und „Globalisierung“. Während ersteres den Fokus auf die medial durchdrungene globale Ordnung richtet, bestimmt er im Unterschied dazu Globalisierung als dialektischen Prozess, welcher „*transnationale soziale Bindungen und Räume schafft, lokale Kulturen aufwertet und dritte Kulturen [...] hervor treibt.*“ (ebd. 1997:30) Der Begriff der Globalität bezeichnet damit eine bereits existierende Weltgesellschaft¹², in der die Vorstellung geschlossener Räume fiktiv wird. (1997:27f) Wieder einmal ist lange nicht die Rede von kulturellem Zerfall und kultureller Vereinheitlichung – und wir nähern uns mehr und mehr der Bedeutsamkeit einer Analyse auf individueller (lokaler) Ebene.

Ein weiteres Mal hat James Clifford das Wort: “*Twentieth century identities no longer presuppose continuous cultures or traditions. Everywhere individuals and groups improvise local performances from (re)collected pasts, drawing on foreign media, symbols and languages. This existence among fragments has often been portrayed as a process of ruin and cultural decay, perhaps most eloquently by Claude Lévi-Strauss in Tristes Tropiques (1955)... But [this] ... assumes a questionable Eurocentric position at the ‘end’ of a univied human history [...] (Clifford 1988:14f)*

¹¹ Veränderungen der Diskurse von Raum und Zeit bilden nach Giddens den Motor für den Globalisierungsprozess. (Vgl. Inda, Rosaldo 2002:8)

¹² Weltgesellschaft definiert sich durch die Gesamtheit sozialer Beziehungen die *nicht* in nationalstaatliche Politik integriert oder durch sie bestimmt sind. (Vgl. Beck 1997:28)

1.4 Weltgesellschaft im Cheeseburger-Kostüm?

Nachdem einige der zentralen Begrifflichkeiten diskutiert wurden, unternehmen wir nun einen Versuch, uns gedanklich zu positionieren und den Fokus auf (vermeintliche) Auswirkungen der Globalisierung zu richten: Veränderung der Weltwirtschaft, politische Machtverhältnisse und das oft beschworene Szenario einer „McDonaldisierung“ – all dies steht in unserer internationalisierten Welt der Massenkommunikation in äußerst unreflektierter Form auf hohem Podest. Auf eine reine „Verwestlichung“ – im Sinne der übersteigerten Einflussnahme Europas, Australiens und vor allem Amerikas – zu pochen, trifft jedoch keineswegs den Kern der Sache, nicht zuletzt da hierin die Einflussnahme bestimmter regionaler Zentren negiert wird. Wir sprechen also nicht mehr von einem „*one-way-western-imperialism*“, sondern viel mehr von „*the West permeating the Rest and vice versa*“ (Vgl. Inda, Rosaldo 2002:22) und der Aufhellung des postmodern modernen Zentrum-Peripherie-Diskurses¹³.

Globale Waren-, Kommunikations- und Technologieströme kommen nicht daran vorbei, dass sie auf lokale KundInnen und AbnehmerInnen angewiesen sind – deren Lebenswelten zugleich verformt und verändert werden, wie sie auch ihrerseits dem Globalisierungsprozess lokale und regionale Bedingungen aufprägen. (Vgl. Gingrich 1999:11) Neben der Bedeutung des „Globalen“ steht also per se die Akzentuierung des „Lokalen“, wie auch Beck mit dem bereits erwähnten Begriff der Weltgesellschaft bereits mitgedacht hat.

Die Negierung einer McDonaldisierung spricht für eine der Kernaussagen der Cultural Theory, deren Anhänger Appadurai, Featherstone und Albrow – um nur einige zu nennen – eben *keine* Idee einer kulturellen Homogenisierung postulieren, sondern vielmehr den zweifelsfrei widersprüchlichen, bei näherer Betrachtung aber durchwegs schlüssigen Prozess der Glokalisierung im Sinne von „global denken – lokal handeln“ in den Raum stellen. (Vgl. Beck 1997:62f) Keine Globalisierung funktioniert ohne Lokalisierung, dazu jedoch später.

Ausmaß und Grenzen der Globalisierung lassen sich nach Beck hinsichtlich der drei Parameter Ausdehnung im Raum, Stabilität über die Zeit sowie (soziale) Dichte der transna-

¹³ Die Thematik von Zentrum und Peripherie ist unter anderem auch bei Ulf Hannerz' kultureller Komplexitätsanalyse von Bedeutung. Näheres dazu siehe Kreff 2003:122ff

tionalen Netzwerke, Bindungen und Bilderströme neu formulieren. Beck dazu: „*Die Besonderheit des Globalisierungsprozesses heute (und wohl auch in Zukunft) liegt in der empirisch zu ermittelnden Ausdehnung, Dichte und Stabilität wechselseitiger regional-globaler Beziehungsnetzwerke und ihrer massenmedialen Selbstdefinition sowie sozialer Räume und jener Bilder-Ströme auf kultureller, politischer, wirtschaftlicher, militärischer und ökonomischer Ebene.*“ (Beck 1997:31)

In diesem Sinne betont er die immer intensivere Verdichtung von Netzwerken und die Omnipräsenz der Selbstwahrnehmung eines Individuums in dieser nationalstaatlichen Grenzen trotztenden Transnationalität. „[...] *neu ist die unausgrenzbare Wahrnehmung transkultureller Anderer im eigenen Leben*“ (ebd. 1997:31) Ebenso der cultural theory folgend postuliert Robertson in diesem Zusammenhang: „*Die Vorstellung, dass man die gegenwärtige Welt, ihre Zusammenbrüche und Aufbrüche verstehen könne, ohne die Ereignisse aufzugreifen, die unter den Stichwörtern „politics of culture, cultural difference, cultural homogeneity, ethnicity, race and gender“ bearbeitet werden, erscheint absurd*“ (Vgl. Robertson 1995:145 zitiert nach Beck 1997:90f)

All dies führt uns immer wieder zu einem Punkt, nämlich der innerhalb des Globalisierungsprozesses keinesfalls vernachlässigbaren Bedeutung des „Lokalen“ und seiner BewohnerInnen, die ihrerseits Bedingungen konstruieren und Bedeutungen prägen – und nicht wie oft propagiert von einer (westlichen) Weltkultur unterjocht werden. So bemerkt Hannerz (1992b) ganz zu Recht: „*Homo sapiens is the creature who ‘makes sense’.*“ Der Terminus „Weltkultur“ bleibt hierbei jedoch das Schlagwort, suggeriert er doch noch zu sehr einen Universalismus, den es zu untersuchen gilt.

1.5 Über flows und scapes

Führt uns der Begriff der Weltgesellschaft mehr und mehr zu einer einheitlichen Weltkultur oder anders ausgedrückt *one-world-culture*? Die bisherigen Überlegungen – rufen wir uns nur den Begriff der Globalität bei Ullrich Beck ins Gedächtnis – implizieren selbiges nicht, allerdings bedarf es hier weiterer Erklärungen. Ulf Hannerz und Arjun Appadurai liefern im Kontext dieser Debatte eine weitere Perspektive, die den Menschen innerhalb eines allgegenwärtigen kulturellen Flusses situiert und innerhalb dessen als kreativ han-

delndes Individuum definiert. Ausschlaggebender Faktor ist, wie wir von Hannerz bereits erfahren haben, die ständige Zunahme von Mobilität¹⁴, sei es nun seitens des Individuums selbst oder auf globalen Bedeutungstransfer bezogen, die das Miteinanderverbundensein¹⁵ von Kulturen begünstigt und zu einer Weltkultur konstruiert. „*Cultral interrelatedness increasingly reaches across the world. More than ever, there is now a global ecumene.*”¹⁶ (Hannerz 2002:38)

Kultur strömt also über den gesamten Erdball – und kulturelle Kontaktzonen weiten sich aus. Hannerz wurde sehr stark von Fredrik Barth beeinflusst, dessen Kulturanalyse komplexer Gesellschaften sich im Wesentlichen auf den Weber’schen Aspekt der Sinn- und Bedeutungszuweisung der jeweiligen AkteurInnen im Kontext prozessualer Kulturvorgänge bezieht.¹⁷ Beide eruieren Gesellschaft also als *sinnhafte* Konstruktion, was sich in Hannerz’ Modell der cultural flows widerspiegelt. Er erklärt: „*The cultural flow thus consists of the externalizations of meaning which individuals produce through arrangements of overt forms, and the interpretations which individuals make of such displays – those of others as well as their own.* “ (ebd. 1992b:4)

Hannerz sieht Kultur also als Bedeutungen und Netzwerke von Perspektiven, wobei sich durch die Interpretationen von Individuen – die sich durch ihren Beitrag als soziale Wesen konstituieren – ein kultureller Fluss bildet. Aufgrund dieses weltweiten Austausches von Bedeutungen kann Kultur nicht länger als primär territorial verankert betrachtet werden. Anders ausgedrückt entsteht eine durch Diversität gekennzeichnete „Weltkultur“ als globales Netzwerk sozialer Beziehungen, jenseits nationaler Grenzen. Dabei bestimmt er zwei sich ständig überlappende und schließlich den kulturellen Prozess bildende Verortungen von Kultur. Einerseits ein Set aus gegebenen *public meaningful forms*, sowie auf der anderen Seite *overt forms*, deren Bedeutung sich erst durch individuelle Interpretationen konstruiert.¹⁸

¹⁴ Siehe Kapitel 1.2

¹⁵ Wie bereits gehört ist die Konnektivität von lokalen Kulturen für Hannerz zwar keinesfalls neu, wird jedoch durch den aktuellen (kulturellen) Wandel hinsichtlich Medien- und Luftfahrttechnologien begünstigt.

¹⁶ Hannerz greift damit auf den von Kroeber verwendeten Begriff *oikoumenè* („culture of all humanity“) zurück, der von den Griechen bereits zur Bezeichnung der gesamten bewohnten Welt dienlich war. Er definiert *ecumene* als eine offene Landschaft bzw. einen offenen Kulturpool, der im Kontrast zum mosaikartigen Verständnis von Kultur bzw. als Alternative zur Weltsystemtheorie zu betrachten sei. (Vgl. Kreff 2003:117)

¹⁷ Näheres dazu siehe Kreff 2003:96f

¹⁸ Vgl. Hannerz 1992b:3f

„People [...] manage meanings from where they are in the social structure. At any one time, the individual is surrounded by a flow of externally available, culturally shaped meaning which influences his ordering of experiences and intentions. [...] The perspective is the device which organizes the attention and interpretation which an individual gives to externally carried meaning, as well as his production of such meaning.“(Hannerz 1992b:65) Wie auch Kreff sehr treffend formuliert, ist Hannerz’ Modell einer der detailliertesten Versuche, das Zusammenwirken von Gesellschaften abseits vorherrschender ökonomisch-politischer Analysen zu erklären. (Vgl. Kreff 2003:102)¹⁹

Doch auch Appadurai liefert hierzu einen prägnanten Beitrag. Er unterscheidet innerhalb des globalen kulturellen Flusses fünf verschiedene Dimensionen, welche perspektivische Konstrukte darstellen und unter den jeweiligen historischen, linguistischen und politischen Bedingungen (der jeweiligen Akteure) anders reflektiert werden. Dazu gehören: *Technoscapes, Financescapes, Mediascapes, Idoscapes* sowie *Ethnoscapes*.²⁰ (1992:301) Appadurais Landschaften sind reflexive Bausteine „imaginisierter Welten“ die von Menschen gelebt und mit Bedeutungen versehen werden. *„These landscapes thus are the building blocks of what [...]I would like to call imagined worlds²¹, that is, the multiple worlds that are constituted by the historically situated imaginations of persons and groups spread around the globe.“* (2002:51) Besonders dieser Ansatz ist in den weiteren Überlegungen nicht außer Acht zu lassen, da Appadurai gerade technologische Veränderungen (Massenmedien) als Schlüsselkomponente einer globalen Ordnung betrachtet. So schreibt er: *„Mediascapes refer both to the distribution of the electronic capabilities to produce and disseminate information (newspapers, magazines, television stations, and film-production studios), which are now available to a growing number of private and public interests throughout the world, and to the images of the world created by these media.“* (Appadurai 1992:52)

¹⁹ Egal wie genau seine Kategorisierung auch sein mag, sie ist freilich nicht frei von Kritik. Näheres dazu siehe Kreff 2003:102ff

²⁰ Dieser Ansatz ist jedoch auch nicht frei von Kritik, Hepp bezeichnet Appadurais scapes zwar als fein ausgearbeitet, analytisch genügen sie ihm allerdings durch ihre unscharfe Trennung voneinander nicht, um kulturelle Globalisierung in all seinen Dimensionen zu erfassen. (Vgl. Hepp 2004:133)

²¹ Erweitert in dem Sinne Benedict Andersons Begriff der „*imagined communities*“ auf in *imagined world* lebenden Individuen. „*imagined worlds, that is, the multiple worlds which are constituted by the historically situated imaginations of persons and groups spread around the globe.“* Appadurai 1992:296f

Die durch (Massen-)Medien verdichtete Imaginationstätigkeit des Individuums ist also Hauptmerkmal moderner Gesellschaften. Wichtig sind hierbei (und dies bezieht auch die Überlegungen von Hannerz mit ein) die Dekonstruktion des Kulturbegriffs hinsichtlich aktueller Veränderungen und die Betonung des interpretationsfähigen Individuums auf lokaler Ebene im transnationalen Raum.

1.6 Das Summa Summarum der kulturellen Globalisierung

Fassen wir kurz die bereits gesammelten Facetten einer globalisierten Welt zusammen: Der Prozess der Globalisierung ist im Wesentlichen zu komplex, um als reine Verwestlichung kategorisiert zu werden, nicht zuletzt da weitaus mehr Welten existieren, die ihrerseits vielfach miteinander verlinkt sind. Diese Dimension der Globalisierung kommt auch bei der (transkulturellen) Rezeption indischer Populärkultur in Südamerika, die im weiteren Verlauf dieses Textes fokussiert wird, zum Ausdruck. Theorien einer globalen Vernetzung dekonstruieren einen ausschließlich westlichen Kulturimperialismus und verweisen auf die Aufweichung nationaler Grenzen. Transkulturalität und transnationale Prozesse bilden den Grundstock einer mit neuen Technologien verwobenen und vom lokalen in den globalen Kontext vernetzten Welt, wobei derartige Perspektiven einer Weltgesellschaft den Menschen als kreativ handelndes Individuum und als aktiven Rezipienten betonen, der durch sein freies Interpretationsinstrumentarium Bedeutungen konstruiert. Kreff (2003:103) dazu: „*Indem Menschen ihren Beitrag zum kulturellen Fluss liefern, konstituieren sie sich als Individuen und soziale Wesen.*“ Vor allem die Kommunikation (bzw. Mobilität), die heute alle kulturellen Grenzen überschreitet, führt zu einer Vielzahl imaginierter Welten in diesem Prozess des Wandels. Es bleibt uns also nur noch die Frage nach der (Neu-)Verortung dieser Prozesse.

2. Hybridität und Raum – zur Verortung kultureller Prozesse

„Je suis un hybrid“
Peter Greenaway²²

Eine zentrale Frage im Kontext der Neubewertung des Raumes im Sinne der *cultural flows* ist jene nach der Verortung kultureller Prozesse. Ist das Individuum als Teil einer lokal begrenzten Subwelt des globalen Ganzen situiert? Sind wir nur hybride Versatzstücke einer mediengeprägten globalen Ordnung? Und wie konstituiert sich das Verhältnis von translokalem Raum und sozialem Akteur? In dem Bewusstsein, dass Kultur weder homogen, noch geschlossen oder statisch ist, verändert sich unser Blickpunkt hin zu gegenwärtigen globalen Aktivitäten, jedoch unter der bereits vielfach postulierten Bedeutung des Lokalen. Wir sprechen also von einer globalen Transformation, die es in ihrem jeweiligen spezifischen Raum-Zeit-Kontext zu betrachten gilt. Die Entwurzelung der Kultur auf die im ersten Kapitel bereits hingewiesen wurde ist nach Inda und Rosaldo (2002:11) nur eine Seite der großen Globalisierungs-Medaille. „*The other half is that the deterritorialization of culture is invariably the occasion for the reinsertion of culture in new time –space contexts.[...]cultural flows do not just float ethereally across the globe but are always reinscribed [...] in specific cultural environments.*“

Wesentlich sind dabei medienbedingte Veränderungsprozesse bzw. die im Fokus der Analyse von Andreas Hepp stehende „Globalisierung der Medienkommunikation“, die eben jene Verdichtung von transnationalen kommunikativen Prozessen inkludiert. Weltweite Informationsströme entbinden Kulturen von Ort und Zeit – und wir befinden uns in transnationalen sozialen Räumen, deren bemerkenswertestes Kennzeichen das Aufheben von Entfernungen darstellt. Transnational meint demgemäß, dass neue Lebens und Handlungsformen entstehen, „*deren innere Logik sich aus dem Erfindungsreichtum erklärt, mit denen Menschen „entfernungslose“ soziale Lebenswelten und Handlungszusammenhänge errichten und aufrechterhalten*“ (Beck 1997:63f)

Wenden wir uns in dieser durch „Entfernungslosigkeit“ geprägten (massen-)medialen Welt nochmals Appadurais mediascapes zu, die seiner Ansicht nach eine globale Ordnung (mit-)konstruieren. Diese medialen Landschaften implizieren sowohl Medienkon-

²² Pilard 1987:94 zitiert nach Schneider 2002

sum als auch Medienproduktion als soziale, in Zeit und Raum eingebettete Praxen, die immer mit Hegemonie und Subversion verbunden sind. Stellt sich die Frage, wie diese Umdeutung in der transkulturellen Debatte zu handhaben ist bzw. durch welche Konzepte sie – unter Berücksichtigung der Idee eines kreativen Medienrezipienten – greifbar wird. Mit der Verbreitung des Internets kommt es schließlich zwangsläufig zu einer Neuinterpretation des Begriffes „Raum“, nicht zuletzt, da damit der Verdichtung von Netzwerken²³ und Kommunikationsräumen die Krönung gesetzt wurde.

*„Trotz der vielfachen Zunahme kommunikativer Konnektivitäten hat sich eine weltweite kulturelle Nähe [im Sinne des McLuhan’schen globalen Dorfes] nicht etabliert. Umfassende kulturelle Konflikte bestehen nach wie vor, wenn auch nicht mehr zwangsläufig entlang der Grenzen von Nationalstaaten“*²⁴ (Hepp 2004:130)

Wenn wir diese anfänglichen Überlegungen subsumieren, wird zu allererst klar, dass die Bedeutung des Lokalen zweifelsfrei nicht ausgeblendet werden kann, und diese uns obendrein zu mehr Orten des kulturellen Wandels führt als bisher angenommen. Es kommt innerhalb des Lokalen notwendigerweise zur Interpretation und Re-Interpretation seitens des Rezipienten, dabei jedoch immer unter dem jeweiligen kulturellen Mindsetting²⁵.

Inda und Rosaldo dazu: *„Third World consumers faced with an imported text, media or otherwise, will not simply or necessarily absorb its ideologies, values, and life-style positions. Rather, they will bring their own cultural dispositions to bear on such a text, interpreting it according to their own cultural codes“* (2002:16)

Nicht nur das “Eigene”, sondern auch das “Andere” steht schließlich zur Debatte – sowohl hinsichtlich prozessualer (lokaler) Aneignungsmechanismen, als auch im Kontext von global geprägten Fragen nach Identität bzw. Identifikation.

²³ Vom Lokalen offen und losgelöste Netzwerke in denen Entfernungen irrelevant werden, spielen auch bei Hannerz eine wesentliche Rolle, da sich erst über deren Analyse kulturelle Prozesse auf der Ebene des Einzelnen beschreibbar machen. (ausführlicher siehe Kreff 2003:102ff)

²⁴ Hier noch einmal der Verweis auf Ullrich Becks Begriff der Weltgesellschaft, mithilfe dessen er das übliche nationalstaatlich geprägte Denken dekonstruiert und kulturelle Diversität erkennt.

²⁵ Hannerz postulierte ähnliches mit seinem Konzept der „overt forms“ und public meaningful forms“ siehe Kapitel 1.6

2.1 Exkurs zum translokalen Kulturbegriff

Dass Kultur weder statisch noch homogen ist, wurde nun bereits hinlänglich diskutiert. Andreas Hepp liefert jedoch einen interessanten Beitrag in dieser Thematik, indem er eine neue Begrifflichkeit einführt, nämlich jene besonders hinsichtlich der Neukonstitution des Raumes relevante Artikulation des „Translokalen“. Für Hepp (2004:169) steht keine grundlegende Deterritorialisierung von „Kultur“ als oberste Prämisse im Raum, da man nicht behaupten kann, es gäbe *keinen* für Kultur relevanten Zusammenhang zu ihrer örtlichen Ausprägung. Allerdings problematisiert er die gedankliche Einheit, die damit Kultur als In-sich-Geschlossenes System thematisiert. Seine Gegenüberstellung des territorialen und translokalen Kulturverständnisses basiert im Wesentlichen auf folgende Aspekte: *Innenorientierung vs. Außenorientierung, Endogenität vs. Exogenität, Organität vs. Hybridität*²⁶, *Authentizität vs. Übersetzung* und *Identität vs. Identifikation*. Im Mittelpunkt dieser Überlegungen steht die Frage nach dem „Eigenen“ und dem „Anderen“ – sowie den damit einhergehende (Aneignungs-) Mechanismen.

„Kulturen sind also zunächst einmal in dem Sinne translokal zu begreifen, dass sie über das Lokale hinausgehende Klassifikationssysteme und diskursive Formationen der alltäglichen Bedeutungsproduktion darstellen. Diese Translokalität wird durch Kommunikation erreicht, d.h. dadurch, dass Menschen in einer kommunikativen Beziehung zueinander stehen und einen fortlaufenden Prozess der Kommunikation Kultur aufrecht erhalten“ (Hepp 2004:173)

Interessant an Hepps Überlegungen ist auch das Konzept von „Orten des Grenzgebietes“²⁷ als lokale Besonderheiten, in denen Ressourcen anderer Kulturen bzw. unterschiedlicher kultureller Kontexte neu rezipiert werden. Durch einen Verdichtungs- oder Übersetzungsprozess werden diese erst kulturell nutzbar gemacht. „[...] *das spezifische einer translokalen Kultur ist die 'Einzigartigkeit' ihrer kulturellen Übersetzung*“ (ebd. 2004:171)

²⁶ Hepp operiert hier mit einem sehr prozesshaften Verständnis von Hybridisierung als Vermischung von Ressourcen eines unterschiedlichen Kontextes.

²⁷ Er bezieht sich dabei auf Marc Augés Begriff der „Nicht-Orte“, die Momente des transkulturellen Übergangs markieren. (Vgl. 2004:172)

Damit kommt er dem im weiteren Verlauf dieses Textes noch an Relevanz gewinnenden Theorie des „third space“ bereits sehr nahe. Abschließend bleibt zu sagen, dass bei einem translokalen Kulturbegriff freilich auch beachtet wird, dass Kulturen (in logischer Konsequenz) stets lokal rückgebunden sind. Die Frage nach Lokalität (und Raum) steht zur Debatte und wird mit dem Konzept der „Glokalisierung“ weiterdiskutiert.

2.2 Vom Konzept der Glokalisierung

Da „glokal“ – eine hybride Wortkreation aus den Begriffen global und lokal – bereits seit Beginn der Diskussion um kulturelle Globalisierungsprozesse als prägnantes Schlagwort im bereits geöffneten Raum oszilliert, bedarf es an dieser Stelle nun einer intensiveren Auseinandersetzung mit diesem Begriff. Wie bereits erwähnt geht es bei Globalisierung auch immer um Lokalisierung und Bedeutungstransformation im lokalen Raum. Das Lokale sollte als Aspekt des Globalen verstanden werden, wobei die aufeinandertreffenden lokalen Kulturen inhaltlich neu gedeutet werden müssen. (Vgl. Beck 1997:90)²⁸ In diesem Sinne schlägt Robertson – der an anderer Stelle bereits auf die Notwendigkeit einer Auseinandersetzung mit Aspekten wie cultural difference, cultural homogeneity et cetera hingewiesen hat – den Begriff der Glokalisierung als Ersatz für kulturelle Globalisierung vor.

Man könnte also sagen: Perspektiven des Globalen artikulieren sich im lokalen Raum. In diesem Sinne weist Beck auch auf ein Paradoxon hin, in dem globale Kultur nur als wechselseitiger Prozess verstanden werden kann, und in dem widersprüchliche Elemente *in ihrer Einheit* begriffen und entschlüsselt werden. Erst durch die Akzentuierung des Globalen wird die „Soziologie der Globalisierung“ empirisch möglich.²⁹

„Globalisierung – scheinbar das Ganz-Große, das Äußere, das, was am Ende noch dazu kommt und alles andere erdrückt – wird fassbar im Kleinen, Konkreten, im Ort, im eigenen Leben, in kulturellen Symbolen, die alle die Signatur des „Globalen“ tragen.“(ebd. 1997:91) Global denken – Lokal handeln, so lautet also die Prämisse.

²⁸ Beck spricht hier von einem „clash of localities“ (1997:90)

²⁹ Beck 1997:91, weiters spricht er von einer „Soziologie der Globalisierung“ als polemische Kritik an der seiner Ansicht nach bis heute verinnerlichten Nationalstaatspräsenz innerhalb der Sozialwissenschaften. (Vgl. 1997:49)

2.3 Hybrid – Hybridität - Hybridisierung

„Toyota – testen sie das Hybridauto der Zukunft“³⁰

Ob in Werbung, Kunst oder Wissenschaft, als Gegenbegriff zur Modernisierung oder Behelfskategorie in der Genderdebatte – hybrid scheint das Schlagwort moderner Welten geworden zu sein. In Zusammenhang mit der Neubewertung des Raumes ist die Frage nach der Verortung kultureller Prozesse wie bereits angedeutet eine vielschichtige, wobei schließlich auch hier der Terminus der Hybridität als Schlüsselkomponente seine Notwendigkeit findet. Aufgrund der historischen Diskontinuität, sowie variabler Referenzbereiche dieses Begriffes, ist es unerlässlich, einen Blick in die Geschichte zu wagen – und sich Herkunft und Anwendungsvielfalt bewusst zu machen. Bernd Schulte bringt dies äußerst pragmatisch auf den Punkt: „Ob man hybrid noch für ein „dirty word“ hält oder nicht, spielt prinzipiell so lange keine Rolle, wie ausgeschlossen ist, dass historische Altlasten nicht per definitionem für erledigt erklärt werden [...]“ (1997:246)

Die Etymologie von hybrid (lat. *hybrida*: Mischling, Bastard)³¹ ist nicht restlos bestimmbar, allerdings steht der aus der Biologie entlehnte Verwendungszweck für eine „Vermischung zweier oder mehrerer deutlich unterschiedlicher Elemente, die zusammen ein Neues ergeben.“ (Nünning 2005:67) Young zufolge wurde hybrid als Bezeichnung für Menschen erstmals 1913 als „the crossing of people of different races“ bestimmt. (Vgl. Fludernik 2006:21) Faktum ist, dass das Konzept der Hybridität aufgrund vormals rassistischer Konnotationen äußerst kontrovers diskutiert wird, was den Zugang zu den Dimensionen seiner Begrifflichkeit nicht erleichtert. Nach Nünning entstand in den Rassenlehren des 19. Jahrhunderts jene kulturelle Metapher, die dem Begriff der Hybridität noch heute mitschwingt.³² „Als rassistisch gefärbte Argumentationsfigur und zugleich angstbesetztes und verführerisches Phantasma sexueller Kontakte zwischen verschiedenen Rassen findet sich Hybridität in den Debatten über die Sklaverei („miscegeneration“), in der Typenlehre und Eugenik sowie in antisemitischen und nationalsozialistischen Texten.“ (2005:68)

³⁰ http://www.hybrid-zukunft.at/hybrid_technologie.php

³¹ Hybrid: 1601, from L. *hybrida*, var. of *ibrida* "mongrel," specifically "offspring of a tame sow and a wild boar," of unknown origin but probably from Gk. and somehow related to hubris. A rare word before c.1850
Quelle: <http://www.etymonline.com/index.php?term=hybrid>

³² Vgl. auch Fludernik 2006:10

Kommen wir jedoch wieder zurück in die Gegenwart. Nach Schneider kann man den Begriff, der trotz historischer Bedeutungsprägungen auch heute der Beschreibung unterschiedlichster Phänomene dienlich ist, in naturwissenschaftliche, technikwissenschaftliche, soziologische, ästhetische, philosophische, linguistische oder medientheoretische *Diskurse des Hybriden* trennen. (2002:17)

Dabei ist die Präsenz von Hybridität im Sinne eines Zustandes der „Vermischtheit“ in den wenigsten aktuellen Debatten zu verleugnen, nicht zuletzt da gerade in der Technik – man rufe sich nur die eingangs erwähnte Produktwerbung Toyotas ins Gedächtnis – auch ständig Effizienzsteigerung durch das Verbinden hochwertiger Produkte propagiert wird.³³ Hybridität, und das suggeriert im Grunde auch schon der Begriff an sich, verliert damit den durch die 1980er geprägten prozessualen Charakter, und wird vielmehr als Zustand begriffen. Im Kontext der Verortung von Kultur stellt sich nun die Frage, ob man, wie von vielen Seiten vorgeschlagen, die Welt angesichts des globalen kulturellen Wandels per se als hybrid bezeichnen kann. Fludernik dazu: „*Hybridity comes to function as a key concept of cultural diversity in which racist „impurity“ has been reinscribed as subversive multiplicity and as progressive (but not unidirectional) agency*” (2006:21)

Kulturelle Hybridität als reines Vermischungsphänomen zu betrachten wäre zweifelsfrei nicht mehr als eine Tautologie und in dem Sinne redundant, da wir schließlich (wie die bisherigen Überlegungen zum Kulturbegriff zeigen) von einem permanente Kulturwandel ausgehen. Sinnhaftigkeit bekäme es, wenn man nach unterschiedlichen Graden hybrider Intensität differenziert, „*die von Faktoren kulturellen Wandels wie Diffusion, Überlagerung, Eroberung, Kolonisierung et cetera determiniert werden*“, so Schulte. (2002:249)

Die Existenz von kultureller Hybridität steht außer Frage, doch wie wir damit umgehen ist ungewiss. (Vgl. Bronfen 1997:18) Wie bereits erwähnt scheint an diesem Punkt eine simple Idee der Vermischung kultureller Elemente aufgrund globaler Aktivitäten unzulänglich, und im Grunde jeder Logik trotzend, da historisch betrachtet *jede* Kultur dem Einfluss anderer ausgesetzt und dadurch beeinflusst wurde. Diesem Gedankengang weiter folgend könnte man sogar sagen, dass *keine* „hybriden Kulturen“ an sich, sondern nur

³³ Schon in McLuhans „*Understanding Media*“ führt eine Kreuzung zweier Medien zu einer Effizienzsteigerung, wobei derartige Kreuzungen für ihn gleichzeitig bedeutende Umbruchphasen in der Medienlandschaft darstellen. (Vgl. Schneider 2002:28f) „*Von hybrid spricht McLuhan als eine Form von Energie, aus der sich Neues entwickelt*“ (ebd. 2002:34)

„hybride Phänomene“ der Akkulturation bzw. Aneignung existieren. Diese sind gekennzeichnet durch den prozesshaften Charakter der kulturellen Hybridisierung, der sowohl das „Andere“ als auch das „Eigene“ mit reflektiert – und mit eben jenem dynamischen Kulturbegriff untrennbar verbunden ist. Damit entfernen wir uns jedoch eindeutig von einer sozialdarwinistisch angehauchten Dichotomie „rein vs. hybrid“ und betonen die Eigenständigkeit einer Neukonstruktion.³⁴ Dies führt auch zu weiteren, gerade im postkolonialen Diskurs favorisierten Aspekten, wobei hier im Speziellen ein kurzer Abriss von Homi Bhabhas Konzept des „*third space*“ als „Raum der Hybridität“ seinen Platz findet.

2.4 Eine Reise in den Bhabha'schen „third space“

Gayatri Chakravorty Spivak, Edward Said und Homi K. Bhabha sind bekannt als die führenden und einflussreichsten postkolonialen Theoretiker unserer Zeit. Besonders letzterer hat gerade in der Diskussion um hybride Prozess mit seiner Arbeit über „the location of culture“ eines der einflussreichsten Werke verfasst. So schreibt Bronfen: „*Es ist Homi Bhabha, der am prägnantesten die Problematik, die sich um die „Verortung von Kultur“ in kollektiven Identitäten dreht, auf den Punkt gebracht hat.*“ (1997:7)

Bhabhas Konzept des „dritten Raumes“ beschreibt die Beziehung zwischen den Kulturen, „*die das Ambivalente der Bezugnahme zwischen migrantischer oder postkolonialer Kultur und ihrem Gegenstück in den Metropolen reflektiert.*“ (Castro Varela, Dhawan 2005:97) Für ihn sind dritte Räume Orte der Hybridität, in denen kulturelle Symbole neu verhandelt, mit neuen Bedeutungen versehen und somit neu interpretiert werden, womit er versucht, eine klare Grenze zu Multikulturalismus und kultureller Diversität der Kulturen zu setzen. (Vgl. Bhabha 2000:58) Er spricht also von einem Ort, in dem die Konstitution von Identität und Alterität „*als unlösbare und wechselseitige Durchdringung von Zentrum und Peripherie, Unterdrücker und Unterdrücktem modelliert wird.*“ (Nünning 2005:68)

Ganz im Sinne postkolonialer Theorietradition, deren intensivere Bearbeitung den Rahmen dieses Textes erheblich sprengen würde, sieht Bhabha Hybridität als Form des Wi-

³⁴ Wichtig im Kontext der Debatte um den Hybriditätsbegriff ist auch Bachtins Theorie des Romans, der zwar das Hybride sehr wohl als Gegenbegriff zu Rein, Absolut, Puristisch und sogar Zentralistisch verstand, gleichermaßen jedoch auf hybrid als Kategorie pochte die, wenn sie sich in Kulturen habitualisiert, im kulturellen Bewusstsein nicht im Sinne eines vermischten Elementes sondern als eigenständige Form wahrgenommen wird. (Vgl. Schneider 2002:21)

derstandes gegen koloniale Vorherrschaften, das heißt sein Fokus liegt permanent auf der Machtebene zwischen dominanten und unterworfenen Kulturen. Sein vielzitiertester und wichtiger Beitrag steht jedoch keinesfalls frei von Kritik, nicht zuletzt da er mit seinem Konzept *alle* Kulturen in einem kontinuierlichen Prozess der Hybridität situiert – was in der Diskussion um die Begrifflichkeit an sich bereits als nicht zielführend eruiert wurde. (Vgl. auch Castro Varela, Dhawan 2005:100) Bedeutend an seinem Ansatz ist aber die Betonung der Prozesshaftigkeit von Hybridität, durch den *cultural identity* und *cultural difference* in seinen Nicht-Orten erst möglich werden. Lassen wir ihm das letzte Wort:

„Eben jener Dritte Raum konstituiert, obwohl „in sich“ nicht repräsentierbar, die diskursiven Bedingungen der Äußerung, die dafür sorgen, dass die Bedeutung und die Symbole von Kultur nicht von allem Anfang an einheitlich und festgelegt sind und dass selbst ein und dieselben Zeichen neu belegt, übersetzt, rehistorisiert und gelesen werden können“ (Bhabha 2000:57)

2.5 Ein Pop-Kosmopolit in der Welt der Massenmedien

Es geht in unseren Überlegungen also keinesfalls um eine hybride Globalkultur, sondern viel mehr um Individuen, die einerseits als Teil lokal begrenzter Subwelten des globalen Ganzen in einen Prozess der Hybridisierung gebettet, und andererseits als aktive Entscheidungsträger konstituiert sind. Zum Begriff der Subkultur bemerkt Ulf Hannerz:

„The entities we routinely call cultures are becoming more like subcultures within this wider entity, which all that this suggests in terms of fuzzy boundaries and more or less arbitrary delimitation of analytical units. To grasp this fact of globalization, in its wide range of manifestations and implications, is the largest task at present confronting a macroanthropology of culture.“ (1992b:218)

Im Fokus einer Untersuchung liegen damit jene Aspekte des cultural flows innerhalb einer Subkultur, die sich von anderen flows der gleichen Gesellschaft unterscheiden – wobei die jeweiligen Bedeutungsflüsse in einem ständigen Prozess der Überlappung begriffen sind (Vgl. Kreff 2003:102-114) und eine Entstehung neuer, hybrider Räume und lokal spezifischer Aneignungsmechanismen zur Folge hat.

Summa Summarum bedeutet das: „*Indem sich lokale Verortungen vielfältiger und dichter über transnationale Räume vernetzen und sich ihnen gegenüber öffnen, differenziert sich das Individuelle als (postmodernes) hybrides Subjekt am Schnittpunkt einer Vielfalt von Diskursen (inklusive virtueller Projektionsflächen) situiert, zunehmend aus dem es einbettenden, umfassenden lokalisierenden Einheit heraus, um sich auf einer translokalen Ebene anderen, zum Teil erheblich distanzieren kulturellen Verortungen anzunähern.*“ (Kreft 2003:207)

Mit der Erwähnung von virtuellen Projektionsflächen greift Kreft einen Aspekt der Globalisierung auf, welcher im Verlauf dieses Textes bereits des Öfteren, wenn auch nur peripher, mitgedacht wurde: die Bedeutung der (Massen-)Medien. Die globale Vernetzung bietet dem aktiven Rezipienten nun mehr Möglichkeiten als je zuvor – und transkulturelle Ströme (flows) kreieren ein neues Bewusstsein. Auch die Medienforschung stellte in ihren Anfängen hierzu die Frage, ob in diesem globalen Netzwerk die Individualität zugunsten einer kollektiven Identität zum Sterben verurteilt ist. Doch das McLuhan'sche „global village“ wurde spätestens mit der Erkenntnis eines kreativ handelnden kulturellen Akteurs dekonstruiert, der seine Identität (mit)bestimmt.

Jenkins bemerkt dazu: „*Ethnographers have found that the same media content may be read in radically different ways in different regional or national contexts, with consumers reading it against the backdrop of more familiar genres and through the grid of familiar values.*“ (2006:156f) Versuchen wir in unseren Überlegungen den technische Kommunikationsmedien nutzenden, kulturellen und sozialen Akteur als Weltbürger zu betrachten, der global (kosmopolitisch) denkt – aber lokal handelt. In dem Sinne „*[...] a pop cosmopolitan, someone whose embrace of global popular media represents an escape route out of the parochialism of her local community.*“ (Jenkins 2006:152)

Für Jenkins stellt der Begriff des *pop cosmopolitanism* eine Möglichkeit der Darstellung der Folgen transkultureller Ströme populärer Kultur auf neue Formen von „*global consciousness and cultural competency.*“ (ebd. 2006:156) Doch was wird – auch im Sinne von Stuart Halls Modell des Encoding-Decoding – nun auf welche Weise interpretiert, angeeignet, weiterverarbeitet bzw. neukonstruiert? Wo konstruiert sich Gemeinschaft – und wie entstehen translokale Fankulturen? Folgen wir Appadurai mit den Worten „*transnational cultural flows emerge from many centres and flow into many peripheries*“,

der die Gesamtheit dieser Ströme innerhalb und zwischen westlichen und nicht-westlichen Ländern ebenfalls unter dem Begriff des „*pop cosmopolitanism*“ zu einem konzeptionellen Ganzen erfasst.³⁵

2.6 Zwischen Medium und Subjekt der Begierde

Fassen wir an dieser Stelle ein weiteres Mal zusammen: In einer „Welt der Globalisierung“ verschwimmen die Grenzen von lokal und global zusehends, und „glokale“ Phänomene gewinnen mehr und mehr an Bedeutung. Durch die Möglichkeit der unbegrenzten Netzerkennung entstehen hybride Versatzstücke zwischen Massenkommunikation und Individualkommunikation – und die Frage nach der Ausformung bestimmter Aneignungsmechanismen, sowohl auf medialer als auch lokaler Ebene, steht hierbei ebenso im Zentrum, wie die Frage nach der Versatilität von damit einhergehenden Identitätskonzeptionen. Hepp postuliert in diesem Zusammenhang:

„Teil der Globalisierung ist mit transnationalen Breitbandkabeln, der Satellitentechnik und dem Internet die Globalisierung der Medienkommunikation selbst. Greifbar wird diese Globalisierung der Medienkommunikation als die weltweite Zunahme von kommunikativen Verbindungen bzw. Konnektivitäten – als das Entstehen vielfältiger, ineinander verschränkter 'Netzwerke der Medien'“ (2004:8)

Mit dieser „Globalisierung der Medienkommunikation“ geht also ein kultureller Wandel im Alltagsdiskurs des Menschen einher, der dem Einzelnen auch mehr Möglichkeiten bietet als je zuvor. Nehmen wir nur indisches Kino als Beispiel, so wird jetzt im Zeitalter des Internets möglich, was bis vor kurzem undenkbar schien.

„Bollywood ist als transkulturelles Produkt seiner geographischen Herkunft entbunden worden, und hat einen neuen Wirkungsort gefunden. Die dabei stattfindende Aneignung Bollywoods beinhaltet, so wie jede transkulturelle Bewegung allgemein, auch eine Translokalisierung“ (Lobinger 2003:63 zitiert nach Pestal 2007:70) Translokalisierung beschreibt in dem Sinne also eine Anpassung transkultureller Prozesse an die eigene Kultur, die eine Form von Hybridisierung (oder Verheimatlichung so Lobinger) zur Folge hat. Diese cooperate hybridity äußert sich freilich in vielerlei Hinsicht, wird aber im Kontext

³⁵ Vgl. Larkin 2002:345

dieses Textes speziell in der Analyse einer (g)lokalen Fankultur sichtbar – und in Folge empirisch fassbar.

Die soziokulturellen Veränderungen innerhalb einer derartigen Subkultur, die (möglicherweise) damit einhergehende Konstruktion und Veränderung von Geschlechterstrukturen und die subjektive Heroisierung transkultureller Versatzstücke als Identifikationsmechanismen stehen dabei im Brennpunkt der Thematik. Demgemäß steht das Individuum als sozialer Akteur auf einer multimodalen Bühne der Selbstdarstellung und Fremdwahrnehmung – und kann nur in seiner spezifischen Form (auf lokaler Ebene) greifbar werden. Die Analyse einer breitgefächerten (glokalen und in dem Sinne hybriden) Fankultur – sowohl als medienanthropologisches Forschungsprojekt, als auch lokal-performativer Diskurs rückt immer näher – wodurch sich allerdings auch einige weitere theoretische Fragestellungen und bisher ungeklärte Begrifflichkeiten erschließen.

3. Fankultur vs. Hybridkultur – über die Bedeutung der Medien

“Fans are the most visible part of the audience for popular cultural texts and practices”

(Storey 1996:123)

Die Diskussion um Globalisierung und Hybridisierung der ersten beiden Kapitel eröffnet uns sozusagen die Rahmenbedingungen für eine intensivere Auseinandersetzung mit einerseits Prozessen der Medienrezeption und ihrer Bedeutung im alltäglichen Diskurs, bzw. andererseits der Sicht auf eine lokal-performative Maschinerie der ‚Aneignung von‘ bzw. ‚Identifikation mit‘ transkulturellen Erzeugnissen. Mediennutzung – als soziale Praxis konstituiert – ist gleichermaßen Produktion wie Aneignung, und immer, wie wir bereits gehört haben, binnen ökonomischer, politischer und kultureller Veränderungsprozesse zu sehen. Neben den Zusammenhängen von Medien, Medienkultur und Fankultur steht schließlich zwangsläufig auch die Frage der Motivation des Rezipienten im Raum. Können neue technologisch begünstigte Möglichkeiten bzw. translokale Prozesse das Verständnis gegenüber anderen Kulturen verbessern? Oder ist es nur die selektive Inbesitznahme und Neukonstruktion (Hybridisierung) von Kulturelementen im Sinne der eigenen Interessen, im Sinne eines Fans, die im Zentrum steht? Und welche Räume der Artikulation müssen bei all dem mitgedacht werden? Immer noch situieren wir uns als Pop-Kosmopoliten der Welt der Massenmedien – Hannerz polemische Kritik dazu: *„Cosmopolitanism often has a narcissistic streak.“*

In den folgenden Überlegungen werden einerseits die Macht der Medien, andererseits Formen der Medienrezeption beleuchtet, was uns zwangsläufig zu Aspekten wie Populärkultur und deren medialer Repräsentationen, sowie der Arbeit der Cultural Studies und ihrer Vertretern führt. Bevor man sich jedoch mit Medienrezeption und ihren Folgen im Konkreten auseinandersetzt, muss geklärt werden, worüber hierbei eigentlich gesprochen wird.

3.1 Medien und ihre Wirkung, damals und heute

Eine medientheoretische Abhandlung über den Begriff des Mediums selbst würde wohl zahlreiche Bücher füllen. Bevor man sich allerdings mit Medienwirkung oder Medienrezeption auseinandersetzt, müssen dem Begriff im Sinne einer kausalen Notwendigkeit normative Kriterien der Handhabung zugeschrieben werden, nicht zuletzt da sich dank technologischer Veränderungsprozesse eine Vielzahl neuer Diskurse ergeben hat.

„War anfangs der Blickwinkel klar auf ein Medium – nämlich das der Zeitung bzw. die Presse – beschränkt, hat nach dem Zweiten Weltkrieg zuerst das Radio, dann das Fernsehen umfassend an Bedeutung gewonnen. Seit den 1990er Jahren schließlich gilt das Internet³⁶ als Motor der Globalisierung der Medienkommunikation.“ (Hepp 2004:28)

Nach Herbert Marshall McLuhan sind Medien bekanntlich die Ausweitungen des Menschen. Mit diesem doch breitgefächerten Medienbegriff sind seine Überlegungen – von der Gutenberg Galaxis bis zu ihrem Ende durch die elektronischen Medien – erfüllt von der bereits in Kapitel 1 erwähnten Idee eines globalen Dorfs. Dieses „*global village*“ (1989) signalisierte für ihn quasi einen Rückschritt zur Stammesorganisation, bedingt durch die Entstehung eines globalen Netzwerks, dessen Hauptkriterium zwangsläufig homogener Natur ist. Damit hat McLuhan die kommunikative Bedeutung einer neuen medialen Ordnung – obwohl von der Zeit des Internets noch Jahre entfernt – gründlich überschätzt, erinnern wir uns nur an Appadurai und dessen Betonung der *Vielschichtigkeit* der Kulturen durch Medien. Positiv an seiner Erkenntnis ist die Wirkung technischer Kommunikationsmittel auf gesellschaftliche Entwicklungen zu bemerken, deren Interpretation jedoch bereits früher falsifizierbare Argumentationslinien mit sich zog. In den 1940er Jahren etablierte sich durch die Ideen von Max Horkheimer und Theodor W. Adorno und deren Kulturindustrie-Theorem die sogenannte Kritische Theorie im Sinne kulturtheoretischer Medienforschung. Kulturwaren produzierende Industrien würden zu einer geschlossenen Weltkultur *„die die Welt mit standardisierten Produkten versorge,*

³⁶ Interessant an dieser Stelle auch ein kurzer Exkurs zur Entstehungsgeschichte des Internet: Hervorgehend aus dem 1969 entstandenen Projekt ARPANET des US-Verteidigungsministeriums kam es 1993 zur Veröffentlichung des ersten grafikfähigen Webbrowsers (Mosaic). Was anfangs nur den Universitäten vorbehalten war, wurde in wenigen Jahren einer breiten Öffentlichkeit zugetragen (Datenquellen: <http://www.mediahistory.umn.edu/timeline/1960-1969.html>; <http://www.mediahistory.umn.edu/timeline/1960-1969.html>)

wodurch sich letztlich eine globale Kultur entwickle“ und kulturelle Differenz mehr und mehr verschwindet. (Hepp 2004:45)

Dass dies auch nur im Ansatz eine mögliche Zukunftsperspektive darstellt, wurde im Zuge der in den ersten beiden Kapiteln behandelten Thematiken hinlänglich widerlegt. Hepp fasst für uns jedoch noch einmal zusammen: „*Die Theorie der Kulturindustrie ist also kein Ansatz, der es ermöglicht, medial vermittelte Translokaliät zu fassen. Vielmehr handelt es sich dabei um einen Ansatz, der die Auflösung der Lokalität in einer kulturindustriellen Totalität postuliert.*“ (2004:53) Zudem unterstützen beiderlei Ansätze einen Mythos der Omnipotenz von Medien, welcher der Realität kaum angemessen scheint – und der in den weiteren Überlegungen sogar beinahe völlig dekonstruiert wird. Die Idee von manipulativen Botschaften (magic bullet Konzepten), die mit diesem Mythos einhergeht, und die (man denke nur an die Propagandaindustrie des Nazi-Reichs) den Menschen innerhalb einer beeinflussbaren Masse von biologischen Reizen folgenden Schafen (Stimulus-Response)³⁷ situiert, unterschätzt das einzelne Individuum als kreativ denkendes und handelndes Wesen bzw. Bedeutungsgeber – und überschätzt deutlich die Wirkung der Medien. An diesem Punkt empfiehlt sich ein Blick auf Arbeiten der Cultural Studies, die genau an diesem Punkt ansetzen.

Vorab sei jedoch noch einmal postuliert: Medien konstituieren Wahrnehmung... „*the media (in which I include all those communicative technologies, ranging from handwriting to television and electronic mail, that allow people to get messages across to one another without face-to-face co-presence) have not only become more effective in reaching across space. In their growing variety, they have also increased their capacity for handling different symbolic modes, one by one or in combination*“ (Hannerz 1996:19) ...und Medien führen zu einer Transformation der Alltagsdiskurse. Doch in ihrem Zentrum steht dennoch ein Mensch.

Wir sind also nicht bei “Medienwirkung” im Sinne von Auswirkungen der Medien auf den Menschen, sondern dabei wie selbige *mit* Medien umgehen, wie sie Inhalte rezipie-

³⁷ Stimulus-Response Modell (S-R-Modell der behavioristischen Psychologie) als Theorie der Massenkommunikation wird oft auch als „Hypodermic-Needle-Theory“ oder „Transmission-Belt-Theory“ beschrieben, und bedeutet, „dass sorgfältig gestaltete Stimuli jedes Individuum der Gesellschaft über die Massenmedien auf die gleiche Weise erreichen, jedes Gesellschaftsmitglied die Stimuli in der gleichen Art wahrnimmt und als Ergebnis eine bei allen Individuen identische Reaktion erzielt wird.“ (Schenk 2007:24)

ren, und was dies für Veränderungen auf alltäglicher Ebene mit sich bringt.³⁸ Dies lenkt uns zwangsläufig zum Begriff der Populärkultur – und genau hier setzt die Arbeit der Cultural Studies an.

3.2 Exkurs zu Cultural Studies und Popular Culture

Medienproduktion und Medienkonsum sind – auch im Kontext der Cultural Studies³⁹ – als soziale (Alltags)Praktiken zu betrachten, die immer innerhalb politischer und kultureller Veränderungen situiert sind. Seit ihren Anfängen in den 1970er Jahren untersuchten die Cultural Studies mittels ethnografischer transdisziplinärer Methoden die Rezeption und Aneignung von Medien im Alltagsdiskurs – unter dem Aspekt globaler kultureller Zusammenhänge und Machtdiskursen.⁴⁰ (Vgl. Hepp1997:9) Namhaft dabei ist freilich das BCCCS (Birmingham Centre for Contemporary Cultural Studies), welches lange Jahre unter der Leitung von Stewart Hall, ihrem wohl bekanntesten und einflussreichsten Vertreter, stand. (Vgl. Fiske 1987:8) Einer der wichtigsten durch die Cultural Studies geprägten Begriffe ist jener der Populärkultur, der als Gegenbegriff zu Hochkultur die Gesamtheit aller kulturellen Erzeugnisse und Alltagspraktiken miteinschließt. Synonym könnte man vermutlich auch den Begriff der Massenkultur verwenden, allerdings erscheint dieser Terminus – und das nicht nur im Hinblick auf die bereits diskutierten Aspekte von kulturellem Wandel und Lokalisierung des Einzelnen – problematisch, suggeriert er doch zu sehr eine Idee von wogend, geschossen, oder homogen.

Storey schreibt in Zusammenhang zur Populärkultur: „*Although cultural studies cannot (and should not) be reduced to the study of popular culture, it is certainly the case that the study of popular culture is central to the project of cultural studies. Cultural studies also regard culture as political in a quite specific sense – as a terrain of conflict and contestation. It is seen as a key site for the production and reproduction of the social relations of everyday life.*“ (1996:2)

³⁸ Näheres zur Geschichte der (Medien-)Wirkungsforschung und dem aktiven Medienrezipienten siehe Winter Rainer „*Der Produktive Zuschauer*“ (1995)

³⁹ Der marxistische Hintergrund der Cultural Studies geht vor allem auf Louis Althusser und Antonio Gramsci zurück, näheres siehe Storey 1996:3f sowie Fiske 1987:284f

⁴⁰ Details zur Geschichte der Cultural Studies und historische Schwerpunktverlagerungen der Forschung siehe Storey 1996:3ff

Nebst der transdisziplinären Herangehensweise steht also wie bereits erwähnt auch immer die Frage nach Machtdiskursen als herausragendes Kennzeichen der Arbeit der Cultural Studies im Zentrum, was uns wieder zu Produktion und Rezeption von Medien(texten) führt.

Das Verhältnis der Cultural Studies zu Medienkommunikation ist innerhalb einer kritischen Kulturanalyse situiert, deren vorherrschendes Gedankengut stark von der Idee abweicht, Menschen seien von den Ideologien einer Bewusstseinsindustrie gefangen und durch manipulative Medien geprägt. Besonders der bereits erwähnte Soziologe Stuart Hall versuchte durch sein Modell des Encoding-Decoding bzw. seiner Rezeptions- und Aneignungsstudien zu zeigen, dass die von der Kulturindustriethese Horkheimer und Adornos so negativ konnotierten populären Medien *„auch Potential für eine produktive Lebensgestaltung bieten und damit Orte der Auseinandersetzung um Wirklichkeitsdefinitionen sind.“* (Vgl. Hepp 1997:11) Sein Modell sieht ab von der kausalen Wirkung medial vermittelter bzw. im Kommunikationsfluss fixierter Ideologien und Bedeutungen, und situiert sich dahingegen innerhalb eines komplexen Prozesses von Sendern zu Empfängern. Kommunikation bedeutet für ihn also die Übertragung von Nachrichten, die in diesem Prozess seitens des Senders codiert und seitens des Empfängers dekodiert werden, wobei sich die gesendeten (encodierten) Bedeutungen nicht notwendigerweise mit den Decodierten decken müssen. So gesehen werden Inhalte erst konstruiert – und der einzelne Rezipient als Bedeutungsgeber festgemacht.

“[...] meanings and messages are not simply transmitted, they are always produced: first by the encoder from the raw material of everyday life; second, by the audience in relation to its location in other discourse. Each moment is ‘determinate’ operating in its own conditions of production.“ (Storey 1996:11)

Signifikant an den Arbeiten der Cultural Studies bzw. hier im speziellen Stuart Halls, ist also der Grundgedanke der Bedeutungsproduktion durch einen aktiven Rezipienten, was für weitere medientheoretische Überlegungen hinsichtlich bereits erwähnter Aneignungsmechanismen keinesfalls unwichtig ist.

3.3 Der Kreislauf der Medienkultur

Produktion – Konsumption – Produktion

Knüpfen wir also an Halls Modell des aktiven Entscheidungsträgers an, so ist Mediennutzung keine passive Übernahme, sondern vielmehr ein „Sich-zu-Eigen-Machen“ von Medieninhalten. Im Zentrum steht nun allerdings die Frage, wie Medienkultur (im Sinne medial vermittelter Kultur) spezifisch im Detail fassbar gemacht werden kann. Situier in einem dialektischen Prozess der Produktion von Medienprodukten und der aktiven Ebene der Konsumption (Vgl. Storey 1996:5) spielen hierbei einerseits die Überlegungen Henry Jenkins' mit seinem Begriff der „*media convergence*“⁴¹, als auch John Fiskes Differenzierung in einander überlappende finanzielle und kulturelle Ökonomien eine wesentliche Rolle.

Erstere beschreibt diesen wechselseitigen Verlauf als nicht nur Mensch und Maschine, sondern auch vermittelte Inhalte erfassend. Als Machtebenen dieses Prozesses fokussiert er auf der einen Seite die *corporate convergence* als „*the concentration of media ownership in the hands of a smaller and smaller number of multinational conglomerates who thus have a vested interest in insuring the flow of media content across different platforms and national borders*“⁴², und auf der anderen Seite *grassroot convergence* als die zentrale Rolle des Konsumenten im Spiel um die Produktion und Rezeption von medialer Kultur. Diese beiden Mächte vereint ergeben einen multidirektionalen Fluss von Kulturgütern, der innerhalb zeitlicher Begrenzungen die Portale für transnationale Kontaktzonen eröffnet. Mit anderen Worten „*the rapid flow of images across national borders in an age of media convergence, a flow that is facilitated both by commercial strategies [...] and by grassroots tactics*“, (Vgl. Jenkins 2008:154f) wobei genau diese „images“ seitens des Konsumenten sowohl de- als auch rekontextualisiert werden.

John Fiske hat im Kontext dieser Thematik bereits 1987 einen wichtigen Beitrag geleistet, indem er ganz in der Tradition der Cultural Studies die populäre Fernsehkultur in „finan-

⁴¹ Ergänzend hier Jenkins Stellungnahme: „*Media convergence is more than simply the digital revolution; it involves the introduction of a much broader array of new media technologies that enable consumers to archive, annotate, transform, and recirculate media content. Media convergence is more than simply a technological shift; it alters the relationship between existing technologies, industries, markets, genres, and audiences.[...] Yet, media convergence is also sparking creative innovation in almost every sector of popular culture; [...]*“ (2008:155)

⁴² Jenkins 2008:155

zielle“ und „populäre Ökonomie“ (bzw. finanzielle und kulturelle Ökonomie Vgl. Hepp 2004:185) zerteilte, und somit den Medienrezipienten als Schlüsselfigur innerhalb der medialen Zirkulation von Bedeutungen situiert. Er schreibt: *“For culture is a process of making meanings in which people actively participate; it is not a set of preformed meanings handed down to and imposed upon the people. [...] The mass-produced text is produced and circulated by capitalist institutions for economic gain and is therefore imprinted with capitalist ideology. But the mass-produced text can only be made into a popular text by the people, and this transformation occurs when the various subcultures can activate sets of meanings and insert those meanings into their daily cultural experience.”* (1987:319)

In seiner Artikulation der „kulturellen Ökonomie“ gibt es also im eigentlichen Sinne keine Konsumenten, da die Rezipienten innerhalb ihrer eigenen Produktion von Vergnügen und Bedeutungen mehr oder minder selbstbezüglich handeln. Allerdings ist dieser aktive Prozess – nicht nur im Kontext von „televisual texts“ – gleichzeitig auch als hegemonial durchdrungen zu verstehen. (Vgl. Hepp 2004:185)

Der (er)schaffende Mensch als *homo faber* – als Nutzer und Bedeutungsgeber, als Genießer, als Konsument (und Kapitalist) und als soziales Mosaikstück – prägte die bisherigen Überlegungen. Im Verständnis dieses Textes sind wir nun bei einem Kreislauf von Produktion, Konsumtion und Produktion angelangt, wobei sich eine weitere Analyse in den verschiedensten Dimensionen eröffnet, nicht zuletzt auf der (Produktions-)Ebene der global agierenden Unternehmen und deren Auswirkungen auf Netzwerke und Machtstrukturen. Auf individueller Ebene stehen wir jedoch immer noch unter dem Einfluss von medialer Populärkultur, wo die Bedeutung von Medientexten und deren Beschaffenheit an sich als weiterer Aspekt zu untersuchen ist.

3.4 Medientexte intertextuell

Kommen wir an dieser Stelle noch einmal auf den Begriff der Populärkultur zurück, der im Kontext der Cultural Studies den Gegenbegriff zu elitär-intellektueller Hochkultur darstellt. Für Fiske impliziert die Erforschung der Populärkultur die Erforschung der Zirkulation von Bedeutungen, wobei der populäre medial vermittelte Text dabei die Rolle

des Mittlers einnimmt – und damit als die (kulturelle) Ressource der Populärkultur feststeht.⁴³ (Vgl.1997:56) Er unterscheidet hierbei drei Formen medialer Texte: Erstens *primäre Texte* als ursprüngliche Kulturwaren (nehmen wir ein Paar Jeans als Paradebeispiel), zweitens *sekundäre Texte*, die wie Werbung, Kritiken, Zeitungsartikel et cetera auf erstere direkten Bezug nehmen, und zu guter Letzt *tertiäre Texte*, die im Fluss des Alltagslebens verhaftet sind. Mit anderen Worten ist es das große WIE – die Art und Weise von Handlungen, Unterhaltungen bzw. das „Sich aneignen“ – das schließlich das Konglomerat Medienrezeption enthüllt. Denn jeder dieser Texte ist in seiner Eigenständigkeit unvollständig, und kann nur in der intertextuellen Zirkulation als Set von Bedeutungen fassbar werden. Die einzelnen Texte der Populärkultur sind laut Fiske aus dem Grund defizitär zu betrachten, da sie einerseits durch Kurzlebigkeit, und andererseits durch den repetitiven Charakter geprägt sind.

„Denn es sind nicht nur die Bedürfnisse der Industrie, die eine ununterbrochene Reproduktion der Kulturwaren erfordern, sondern auch die Kräfte der Populärkultur. Das Defizit des einzelnen Textes und die Betonung der ununterbrochenen Zirkulation von Bedeutungen heißt, dass die Populärkultur sich durch Repetition und Serialität auszeichne, die es ihr u.a. ermöglicht, sich auf einfache Weise in die Routinen des Alltagslebens einzupassen.“ (Fiske 1997:57)

Eine Untersuchung der einzelnen Texte ohne die jeweils anderen Ebenen zu integrieren ist, so Fiske (1997:57ff), wie die Unterscheidung zwischen Text und Leben, sie kann nur intertextuell erforscht werden – denn sie existiert nur in der beschriebenen Zirkulation.

Im Grunde sprechen wir hier über eine semi-autonome kulturelle Ökonomie, deren Publika (d.h. deren Rezipienten im Alltagsdiskurs) eigene Bedeutungen (und Vergnügen) konstituieren, indem sie sich selbst in Produzenten verwandeln, die medialen Texte als Ressourcen verwenden. (Vgl. Hepp 2004:185) Denn es liegt bekannter Weise wenig Lustbarkeit darin, bereits bestehende Bedeutungen unbedacht zu akzeptieren. *„Das Vergnügen leitet sich sowohl aus der Macht und dem Prozess her, ihren Ressourcen bestimmte Bedeutungen zuzuschreiben, als auch aus der Ansicht, dass diese konstituierten Bedeutungen die unseren sind und im Gegensatz zu ihnen stehen.“* (Fiske 1997:58) Es resultiert

⁴³ In seinen Überlegungen bezieht sich Fiske auf die Argumentationslinie Pierre Bourdieus, dessen Unterscheidung zwischen Populärkultur und Hochkultur die Verweigerung ersterer gegenüber jeder Distanz zwischen Ästhetik und dem Alltag darstellt. (Fiske 1997:58)

also aus der Interpretation populärer Texte – und die wohl bemerkenswerteste und auch sichtbarste Form dieser (lustgeleiteten) Rezeption (und Produktion) bildet wohl die Fankultur bzw. der Fan an sich.

3.5 Fan culture and Popular Culture

Kommen wir an dieser Stelle nochmals auf das zu Beginn dieses Kapitels erwähnte Zitat von John Storey zurück: *“Fans are the most visible part of the audience for popular cultural texts and practices”* Der Begriff “Fan” ist gleichermaßen seiner etymologischen Bedeutung⁴⁴ in den meisten Abhandlungen jedoch als fanatisch – und damit im Kontext exzessiven grenznahen Verhaltens – charakterisiert. Determiniert als stereotypisiertes passives Opfer der Massenmedien und ohne die passende Distanzhaltung zum Objekt der Begierde, versuchen sich auch hier die Cultural Studies als Retter in der Not, um dieser Art von romantizierender oder auch nostalgischer Skizzierung ein Ende zu setzten.⁴⁵ Das Publikum offizieller (Hoch-)Kultur kennzeichnet sich dahingegen durch seine vermeintliche Fähigkeit zur Selbstkontrolle und respektvollen Distanz. (Storey 1996:125)

Auch in der Analyse von Fankultur sind Henry Jenkins und John Fiske wohl die führenden Namen. Laut Fiske sind Fans aktive Nutzer von kulturellem Kapital und produzieren Äquivalente zur offiziellen Kultur. Mit anderen Worten dient Fankultur also dazu, die Lücken der offiziellen Kultur auszugleichen. Innerhalb der populären Kultur gibt es gewisse Elemente die losgelöst – und vom aktiven Rezipienten zu einer quasi Sub-Populärkultur konstruiert und zur Alltagswelt werden. Die Mechanismen dieser kulturellen Ökonomie im Sinne der Konsumption von Sekundärtexten erfassen das Individuum, wie bereits gehört, nicht nur als bloßen Konsumenten, sondern bestimmen ihn als *„actively contributing to the social circulation of their meanings of the primary text.”* (ebd.1989:174)

Fiskes Ansatz zur Analyse von Fankultur ist darüber hinaus geprägt durch einige wesentliche Annahmen. Was für ihn einen Fan ausmacht, ist auf der einen Seite der kausal be-

⁴⁴Abk. engl. Fanatic: c.1525, *“insane person,”* from L. fanaticus *“mad, enthusiastic, inspired by a god,”* originally, *“pertaining to a temple,”* from fanum *“temple,”* related to festus *“festive”* Current sense of *“extremely zealous,”* especially in religion, is first attested 1647. The noun is from 1650, originally in religious sense, of Nonconformists. Quelle: <http://www.etymonline.com/index.php?search=fan&searchmode=none>

⁴⁵Vgl. Storey 1996:124, zu Fan und Fanatismus siehe auch Jenkins 2004:12ff

gründete Exzess⁴⁶ mit dem „Fan-sein“ per se einhergeht, und andererseits die damit verbundene markante Grenzziehung gegenüber Anderem.

“Fandom is characterized by two main activities: discrimination and productivity. Fans draw sharp and intolerant lines between what, or who, they are fans of and what they are not.[...] Their fandom spurs them into producing their own texts. [...] The flip-side of this creativity of course is retrospective „rewriting“ – the what-would-have-happened-if script can be just as productive as the predictive one. In this way, fan gossip fills in the gaps in the texts” (Fiske 1989:147)

Inwieweit dies im Kontext lokaler Fankulturen tatsächlich verifizierbar ist, sei an dieser Stelle noch dahingestellt.

Henry Jenkins hingegen widmet sich in *„Textual Poachers“* der unhaltbaren Negativzuschreibung von Fans, indem er selbst als Fan und Wissenschaftler in die Community von *Star Trek*-Fans eintaucht. Wichtig an seiner Analyse – abseits dessen, was bereits in den Raum gestellt wurde – ist, dass „Fan-Sein“ auch immer mit einer organisierten Form der Artikulation bzw. Kommunikation zusammenhängt, so schreibt er: *„Organized Fandom is, perhaps first and foremost, an institution of theory and criticism, a semistructured space where competing interpretations and evaluations of common texts are proposed, debated, and negotiated and where readers speculate about the nature of the mass media and their own relationship to it.”* (Jenkins 1992:86)

In der Dimension einer *interpretive community* – auch hier die Betonung des aktiven Rezipienten mitgedacht – kreiert sich eine Subszene innerhalb der lokalen Gesellschaft. (Vgl. ebd. 2004:2) Im Grunde sprechen wir nun ein weiteres Mal über Räume von (kultureller) Artikulation und knüpfen an diesem Punkt hinsichtlich Überlegungen zu Fankultur online und offline an – und wie diese in einem praxisgeleiteten Diskurs anzuwenden sind.

⁴⁶ *„Being a fan involves active, enthusiastic, partisan, participatory engagement with the text.”* (Fiske 1989:146)

3.6 Fans online und offline

Was also einen Fan als populäre Rezeptionsfigur auszeichnet, wurde im Grunde bereits im Zuge der intertextuellen Herangehensweise Fiskes beleuchtet. Das „reading and re-reading“ als fundamentale Etappe im Kreislauf der Medienkultur schafft Bedeutungen, und kann im Kontext der Analyse von Fankultur nicht außer Acht gelassen werden. *„Re-reading thus shifts the reader’s attention from ,what will happen‘ to ,how things happen’, to question of character relations, narrative themes, the production of social knowledges and discourses.“* (Storey 1996:128) In diesem Zusammenhang stellen sich jedoch auch unzählige Fragen. Nach welchen Gesichtspunkten kann man die Einstellung sowie die Aktivitäten von Fans untersuchen? Was genau ist der Reiz von Fankultur? Und im Kontext dieses Texts von Bedeutung: auf welchen Ebenen manifestiert sie sich?

Genauso wie Kultur nicht statisch ist, unterliegt in logischer Konsequenz eine Fankultur ebenso ständigen Veränderungen bzw. flows. Sie existiert in ihren vielschichtigen Ausprägungen parallel zu sich ständig erweiternden technischen Erneuerungen, was die globale Popularität des Internets und die damit zusammenhängende, mit den Jahren immer stärker werdende Frequentierung freilich miteinschließt. Fankulturen lassen sich also, das bereits Gehörte subsumierend, als Gefüge von lokalen Gruppen beschreiben, deren medial vermittelte, translokale Sinnhorizonte die Konstruktion einer alternativen Kultur ermöglichen, die gegen die primären sozialen Erfahrungen gerichtet ist. Laut Hepp ist der gemeinsame Nenner diverser im Kontext der Analyse von Fankulturen situierter Publikationen der 90er Jahre jener Aspekt⁴⁷, dass Fans eben *nicht* ein simpler Fanatismus unterstellt werden kann, sondern *„Fankulturen komplexe Formen gegenwärtiger Vergemeinschaftung darstellen, und Fan-Sein mit einem Set spezifischer Aktivitäten verbunden ist.“* (Hepp 2004:402)

Die aus variablen Kontexten stammenden medialen Repräsentationen – auch hier steht die globale Präsenz Bollywoods, seiner Filme, Musik und Tanzeinlagen, als Paradebeispiel für sich – bilden schließlich das Kristallisationsmaterial für lokale Gemeinschaftsbildung, indem die jeweiligen medienvermittelten Ressourcen in einem aktiven Prozess vom Publikum angeeignet werden. Dieses Set von Aktivitäten wird von Hepp durch die Existenz lokaler Events untermauert, welche sozusagen die Knotenpunkte ihrer vorgestellten Ge-

⁴⁷ Hier der Verweis auf die Arbeit von Fiske und Jenkins in Kapitel 3.2;3.3

meinschaft bilden – währenddessen innerhalb der Fankultur als lokales Gefüge durch die Medienrezeption per se eine translokale Konnektivität herrscht.⁴⁸ Fassen wir diese Gedanken spezifischer Fan-Aktivitäten vorerst plakativ unter „*Fankultur Offline*“ zusammen.

Alleinig dieser Begriff enthüllt jedoch weitere Unklarheiten: Auf der einen Seite muss geklärt werden, welchen Einfluss eine umfassende Konnektivität durch das Internet auf die Gründung der „subversiven“ lokalen Gemeinschaft und deren Aktivitäten ausübt, und andererseits, wie sich der Einzelne als Teil einer – nehmen wir an, bereits existierenden – lokalen Gemeinschaft unter dem Aspekt des „Fan-Seins“ sowohl in seinem direkten, als auch seinem indirekten Umfeld – mit anderen Worten lokal und global bzw. lokal und virtuell – repräsentiert, darstellt und verändert.

Wagen wir nun einen Schritt vom realen zum virtuellen Raum: Durch das Internet hat sich Fankultur gravierend verändert. Das Publikum ist allgemein sichtbarer und transparenter, was jedoch auch die Frage aufwirft, wie sich nun die (möglichen) Übergänge von online zu offline (und vice versa) markieren lassen. (Vgl. Fuchs 2007:71f) Jenkins hat uns bereits darauf aufmerksam gemacht, dass mit „Fan-Sein“ auch immer ein kollektiver Akt des Teilens medialer Repräsentationen einhergeht – der sich auf verschiedenen Ebenen manifestiert. Internet, und damit eingeschlossen die globale Vernetzung, führte in den letzten Jahren mehr und mehr zur Bildung thematisch fokussierter Online-Communities, gekennzeichnet durch die verschwindende Notwendigkeit regionaler Nähe. Dass eine virtuelle Gemeinschaft nicht zwangsläufig alle lokalen Ausprägungen in Form einer Offline Community besitzt, steht in Zusammenhang mit der Omnipräsenz und Dichte von Repräsentationsformen im Internet. Man denke hierbei nur als ein Beispiel an unzählige Chatrooms, Foren oder Blogs zu Fernsehserien aller Art, die in ihrem Bestehen wiederum durch eine gewisse (globale) Normierung (Formate, Vorgaben, Funktionen etc. betreffend) gekennzeichnet sind.

Allerdings – und das haben die bisherigen Überlegungen bereits verdeutlicht – ist das Individuum an sich in einer Multimodalität verfestigt, deren Auswirkungen auf Wahrnehmung und Handeln stets lokal-spezifisch zu erfassen sind. Wir situieren damit Fankultur unter dem Aspekt des Einzelnen auf lokaler Ebene, stellen aber anhand der technolo-

⁴⁸ Vgl. Hepp 2004:402f

gischen Möglichkeiten, die das Internet bietet, die globale Aktivität des „Fan-Seins“ als weitere Analyseebene in den Raum. Network-Programme wie Facebook, StudiVz (im deutschsprachigen Raum) oder Hi5 bieten beispielsweise die Möglichkeit eines „medialen Exhibitionismus“, einer offenen Darlegung des Fan-Seins innerhalb eines Netzwerks von Fans und Nicht-Fans. Doch auch hier sind wir in letzter Konsequenz wieder auf der Ebene des einzelnen Individuums, das Entscheidungen trifft über Akzeptanz oder Ablehnung – und das seinen medienreichen Alltag (mit-)konstruiert.

Fassen wir noch einmal zusammen: *„Fandom is not just about consumption, it is also about the production of texts – songs, poems, novels, fanzines, videos ect. – made in response to the professional media texts of fandom.“* (Storey 2006:127) Dies führt uns zu jenen Aneignungsmechanismen, die im Verlauf der bisherigen Ausführungen bereits innerhalb eines Prozesses der Hybridisierung verortet wurden.

3.7 Aneignungsmechanismen einer globalisierten Welt

In unseren Überlegungen haben wir uns bereits von alten Konzepten wie dem Stimulus-Response-Modell verabschiedet und dem aktiv handelnden Individuum mit Hilfe der Cultural Studies einen hohen Stellenwert im Rahmen der Bedeutungsproduktion zuerkannt. Selbst die Rezeption von Medieninhalten *an sich* ist keine bloße Übernahme von Inhalten, sondern ein Prozess des „Sich-Zu-Eigen-Machens“, wobei der Begriff der „Aneignung“ keinesfalls eine Assimilation der Inhalte impliziert. (Vgl. Hepp 2004:259) Im Gegenteil ist es viel eher eine Auseinandersetzung mit medialen Repräsentationen auf alltäglicher Ebene, die mit einer Interpretation und Umdeutung seitens des Rezipienten einhergeht.

Erinnern wir uns an dieser Stelle an Appadurai und seine Überlegungen zu kulturellem Wandel: *„The image, the imagined, the imaginary – these are all terms that direct us to something critical and new in global cultural processes: the imagination as a social practice. [...] The imagination is now central to all forms of agency, is itself a social fact, and is the key component of the new global order.“* (Appadurai 1996:31) Der Umgang mit Medien ist also keinesfalls passiver Natur, Medien (allem voran Film und Video) führen zu Imaginationen und diese steuert unter gewissen Umständen Aktion – wie beispielsweise die Bildung von Gruppen, *„die Dinge und Situationen gemeinsam imaginieren und*

fühlen, was schließlich zu kollektivem, häufig transnationalem Agieren führen kann.“
(Kreff 2003:134)

Was dies nun im Kontext von Fankulturen bedeutet, ist ausgesprochen vielschichtig. Zum einen kann es als *“third space of cooperate hybridity”* bezeichnet werden: Das „Eigene“ wird nicht ausgeblendet und das „Andere“ assimiliert, vielmehr wird im Rahmen von Fan-Praktiken eine neue Wahrnehmung konstruiert, die beiderlei Ebenen gleichermaßen umschließt und im Alltag sichtbar wird. Es stellt sich an dieser Stelle also die Frage, ob eine Fan-Community, bzw. eine auf lokaler Ebene manifestierte Fankultur als eine in einem ständigen Prozess der Aneignung und (Neu-)Konstruktion von Bedeutungen konstituierte Hybridkultur bezeichnet werden kann, deren Ressourcen einerseits medial vermittelt, und andererseits sowohl lokal gelebt, als auch in einem Netz von Online-Kommunikation repräsentiert sind. Eine Hybridkultur auf Umwegen?

Sprechen wir also von Aneignungsmechanismen im globalen Kontext, so inkludiert dies einerseits den Bereich der Wahrnehmung, da die stets innerhalb des Kreislaufs der Medienkultur situierten Medientexte (bzw. mediale Repräsentationen) erst durch den Rezipienten Bedeutung erfahren. Andererseits betrifft es die performative Ebene, die es sowohl im lokalen, als auch virtuellen Raum zu erfassen gilt. Mit anderen Worten bewegen wir uns auf einer Gratwanderung zwischen *virtuellem Raum als sozialer Bühne* und *lokaler Gemeinschaft als soziale Akteure*!

3.8 Über Performanz und Wahrnehmung hybrider Fankulturen

Stuart Hall beschrieb die Veränderung von Fragestellungen in Zusammenhang mit Themen des globalen kulturellen Wandels außerordentlich passend mit: *“[...] from the what to the how of cultural systems”* (1980:30) Die Hannerz'sche Komplexitätsanalyse, cultural flows und globale scapes führten zu der Erkenntnis, dass eine Reihe von Thesen zur Globalisierung – ob nun unter dem Aspekt der Verwestlichung oder jenem der globalen Homogenisierung gesehen – in Frage gestellt, und neue Räume der Verortung deterritorialisierter Kultur aufgespürt wurden. Die damit in Gang gesetzte Auseinandersetzung mit Prozessen der Hybridisierung ist per se vielleicht nicht neu, präsentiert sich jedoch in einer sich ständig verändernden und in Weiterentwicklung begriffenen Medienlandschaft

unter ganz neuen Gesichtspunkten. Dies beinhaltet einen aktiven Prozess der Aneignung von Medieninhalten, was zu zwei einander bedingenden Analysekategorien führt: Erstens die Wahrnehmung des Rezipienten, der als Bedeutungsgeber seinen Teil an der globalen Struktur der Welt beiträgt, und zweitens die performative Ebene im Sinne des Weber'schen Aspekts des sozialen Handelns, die sowohl physische (offline), als auch virtuelle (online) Räume der Performanz miteinschließt. Die transnationale Rezeption von Kulturprodukten und Analyse von Fankultur als deren transparentestes Beispiel steht dabei als leuchtendes Emblem über jeglichen theoriegeleiteten Gedankengängen, wobei die (hybride) Aneignung bestimmter Elemente in die eigene Alltagswelt einen der wesentlichen Kontenpunkt innerhalb der Überlegungen darstellt. In diesem Sinne scheint eine Fankultur im Vergleich zu „Hybridkultur“ untersuchbar zu sein, deren Hauptmerkmal ein prozessuales Sich-Zu-Eigen-Machen (von z.B. Medientexten oder Stars) darstellt. Die Analysekategorien „Wahrnehmung“ und „Performanz“ sind dabei stets nur in ihrer (lokal)spezifischen Ausformung bzw. Dimension der Ausprägung zu erkennen, zu erfassen und zu interpretieren.

Was im Kontext von Wahrnehmung und Performanz also allgemein wichtig erscheint, wird nur mit der kompletten Darlegung des Falles sichtbar. Im Zuge dieser Arbeit steht eine Untersuchung von Bollywood-Fankultur in der im Süden Perus gelegenen Stadt Arequipa im Zentrum. Bollywood bzw. indische Populärkultur ist als translokales Kulturprodukt etabliert. Seine Elemente werden in einem stetigen Prozess der „transnationalen Hybridisierung“ von aktiven Rezipienten auf lokaler Ebene gedeutet und angeeignet. Im Zuge der empirischen Datenerhebung zirkuliert folgende, bereits in der Einleitung postulierte Kernfrage im Raum: *Wie werden die Inhalte indischer Populärkultur von den Mitgliedern peruanischer Fan-Communities rezipiert und in welcher Form in die eigene Alltagswelt integriert?* Was Hybridkultur vs. Fankultur also nun im konkreten Fall heißt, wird erst in der Analyse der vorhandenen Daten sichtbar – dazu jedoch später. Vorab jeglicher Betrachtung des empirischen Datenmaterials rund um Bollywood-Fans in Arequipa und abseits theoretischer Abhandlungen über Medienrezeption etc. wenden wir uns nun dem medial vermittelten Medienprodukt selbst zu – dem populären indischen Film.

4. Hindi-Film & Fans – Bollywood als translokales Medienprodukt

„In Bollywood ist alles möglich. [...] Der Held kann ohne große Anstrengung oder schlimmere Verletzungen gegen zehn Männer gleichzeitig kämpfen und siegen. Die Heldin trägt trendige Miniröcke und führt einen verführerischen Tanz auf, bleibt aber bis zum Abspann Jungfrau. [...] Es gibt nur zwei Regeln: Es muss um Liebe gehen und es muss gesungen werden“

Chopra 2008:16f

Indien, als siebtgrößtes Land der Erde mit 23 offiziellen Amtssprachen, über 2000 Dialekten (Vgl. Chopra 2008:21) und seinen vier Hauptsprachen Hindi, Bengali, Telugu und Tamil, spielt nun bereits seit langen Jahren eine mächtige Rolle im Kampf um cineastische Meisterproduktionen. Mumbai/Bombai und die Wortkreation *Bollywood* ist dabei nur eines von vielen Filmzentren des indischen Kinos, da Hindi jedoch am geläufigsten und viele Filme mit Untertiteln versehen bzw. in verschiedene asiatische und europäische Sprachen synchronisiert wurden, das mit Abstand Populärste. (Vgl. Dudrah 2006:30) Als mächtige Filmzentren zählen unter anderem aber auch *Kollywood* im tamilischen Südinien oder *Tollywood* um Andhra Pradesh.

“Bollywood, the moniker for popular Hindi cinema from Mumbai, India, has become an important catchword in the vocabulary of global South Asian popular culture. Bollywood not only signifies the large number of films made and viewed in the city of Mumbai [...] but also the distribution, subtitling, dubbing and watching of these motion pictures worldwide.” (Dudrah 2006:30)

Googelt man nun nach dem Begriff „Bollywood“ so bringt es die Online-Suchmaschine auf sage und schreibe mehr als 73 Millionen Treffer, davon knapp 2.5 Millionen im deutschsprachigen Raum.⁴⁹ Wie bereits erwähnt, ist Bollywood als transkulturelles (Medien-)Produkt seiner (territorialen) Herkunft entbunden worden – und wird nun vielerorts rezipiert, nicht zuletzt innerhalb der indischen Diaspora, wo der Konsum kultureller Produkte eine Verbindung zum „old country“ auch über große Entfernungen hinweg begüns-

⁴⁹Quelle: <http://www.google.at/search?hl=de&q=Bollywood&btnG=Google-Suche&meta=> und http://www.google.at/search?hl=de&q=Bollywood&btnG=Suche&meta=lr%3Dlang_de (Stand 20.01.08)

tigt, „*however much it was predicated on fantasy and modified by contingent realities.*“ (Kaur 2005:19)

Die Bedeutung des Hindi-Films innerhalb der indischen Diaspora bzw. im Kreise der NRI (Non-Resident-Indians) als wichtige Quelle kultureller Identität steht wohl außer Frage. Identifikationsprozesse, so auch Pestal (2007:83), stützen sich stets auf den Wiedererkennungswert von Sprache, Religion, Bräuche und Tradition. Aber auch der Stolz auf die steigende Popularität von Bollywood im Westen geht damit einher. Die Beziehung von indischer Populärkultur und Diaspora steht jedoch nicht im Kern dieser Arbeit, sondern vielmehr seine immer bedeutsamer werdende globale Reichweite, die uns von China bis Afrika und Lateinamerika um den gesamten Globus führt. So bemerkt auch Kaur (2005:20): *“It is well known that non-Indian populations in numerous other parts of the world, extending from Latin America to Africa and the Middle East, the former USSR and even China, also cheered and applauded popular Indian cinema throughout the twentieth century.”*

Das folgende Kapitel widmet sich nun einigen grundlegenden Aspekten des Hindi-Films und der Bedeutung für sein Publikum. Jenseits filmanalytischer Abhandlungen präsentiert es in einer deskriptiven Herangehensweise wesentliche Punkte für das in der Feldforschung erhobene Datenmaterial. Dass die Feinheiten des indischen Films nicht in ihrer Gesamtheit erfasst werden können, erklärt sich auch ohne filmtheoretisches bzw. filmästhetisches Vorwissen aus sich selbst heraus. Ungeachtet dessen beinhaltet die Auseinandersetzung mit Formen des cineastischen translokalen Kulturtransfers und der verschiedenen Aneignungsmechanismen auf lokaler Ebene einen Blick auf die verschiedenen Besonderheiten des „Medienproduktes Bollywood“. Es führt uns an dieser Stelle auch zu einer Suche nach dem „*Dealmaker*“ für die Popularität der Filme, deren Rezeption im Kontext der Fan-Communities in Arequipa/Peru im Zentrum des empirischen Forschungsprojektes steht. Der Begriff „*Dealmaker*“ bezieht sich dabei auf die Frage nach eben jenem Popularitätsaspekt: Was ist der Schlüssel für den weltweiten Bekanntheits- und Beliebtheitsgrad des indischen Kinos?

Chopra wies im einleitenden Zitat auf die in allen Filmen oszillierende Essenz hin: *Es muss um Liebe gehen und es muss gesungen werden, das sind die Regeln.* Versuchen wir nun, dies anzudenken.

4.1 Exkurs zur indischen Filmproduktion

In absoluten Zahlen gemessen ist die indische Filmproduktion gegenwärtig die größte der Welt und zeichnet sich – seit der Auflösung der zentralen Studios nach der Unabhängigkeit 1947 – durch eine im Unterschied zu Hollywood äußerst heterogene Produktionsstruktur aus. Filme werden hier nicht von einzelnen omnipotenten Studios, sondern von verschiedenen kleinen Produktionsfirmen produziert, die ihrerseits für jeweils eines der Filmelemente zuständig sind. Was hier im Zentrum steht ist also kein narrativer „*all-inclusive-film*“ wie man es aus dem Hause Hollywood gewohnt ist (Vgl. Hepp 2004:219)⁵⁰ Um sich einiger Relationen bezüglich der Produktionskosten von indischen Filmen vorstellen zu können schreibt Tieber: „*Die Kosten für einen Hindi-Film sind deutlich geringer als für einen Hollywood-Film und belaufen sich von 15 Millionen Rupees für einen low-budget Film, bis zu 650 Millionen Rupees⁵¹ für einen Film mit Stars und aufwendigen Song-and-Dance Szenen.*“ (2007:47:f)

Von beispielsweise 200 in Bombai produzierten Filmen werden nur ungefähr 20 erfolgreich, wobei der indische Film als Zielgruppe einerseits die große indische Mittelschicht konstituiert, und andererseits als Exportware innerhalb asiatischer und nordafrikanischer Staaten bzw. Staaten mit einer indischen Diaspora (z.B. Großbritannien) einen bedeutenden Absatzmarkt findet. (Vgl. Tieber 2007:126) Wie jedoch erwähnt kommt es im Zuge medienbegünstigter transnationaler Prozesse zu einer erheblichen Steigerung des Absatzpotentials in verschiedensten regionalen Gebieten – was in logischer Konsequenz auch Einfluss auf das vermittelte Produkt selbst ausübt. Dass sich die Filmästhetik einiger Produktionen stark an westlichen Themen orientiert, wird bereits beim Sichten weniger Filme (beispielsweise *Don* 2006 oder *Dhoom* 2004/06) deutlich. Eine der Kerndebatten hierbei ist die Frage, ob dieser Wandel besonders im Zuge der 90er Jahre mit einem Verlust originärer Elemente einhergeht „*Eine verstärkte Hinwendung zu den dramaturgischen Mustern der amerikanischen Drehbuchliteratur ist in den letzten Jahren zwar feststellbar, die Länge der Filme, die Musiknummern und die Tradition des Hindi-Films stehen einer direkten Übernahme dieser Schemata allerdings entgegen*“ (Tieber 2007: 65)

⁵⁰ Hepp bezieht sich auf M.M. Prasad 1998

⁵¹ Entspricht in Etwa neun Millionen Euro. Quelle: <http://kursinfo.banca.com/CurrencyCalculator.html?lang=de>

Damit weist Tieber einerseits bereits auf ein Merkmal des indischen Films hin, der sich im Gegensatz zur Kinotradition anderer Länder durch eine außergewöhnlich lange Filmdauer (von durchschnittlich drei Stunden) kennzeichnet. Andererseits betont er auch die damit zusammenhängenden Song&Dance Sequenzen, die im Hindi-Film traditionsgemäß von großem Stellenwert sind – und in den folgenden Überlegungen dementsprechend mit einzubeziehen sind.

Faktum ist, dass die indische Filmproduktion daran interessiert ist, ihren Produkten einen möglichst großen Absatzmarkt zu bieten. Dabei den Weltmarkt hinreichend zu füttern impliziert jedoch eine Gratwanderung zwischen „indisch“, aber nicht „zu indisch“ – auf den Spuren kultureller Authentizität und allgemeiner Verständlichkeit in Narration und Ästhetik. (Vgl. auch Pestal 2007:104) In Folge entstehen hybride Versatzstücke wischen Bollywood und Hollywood (um die beiden Großen zu nennen) bzw. mit anderen Worten zwischen indischem Populärkino und westlichen Rezeptionsmaßstäben. Einerseits passen sich z.B. AkteurInnen westlichen Schönheitsidealen an, und andererseits gewinnen in der Adaption westlicher Erscheinungsformen *special effects* à la Matrix an Bedeutung. Doch nicht nur die Dichotomie Bollywood vs. Hollywood steht hierbei im Zentrum, sondern auch die massive Gewichtigkeit weiterer großer Filmtraditionen. Bedeutsam ist hierbei besonders die chinesische Filmtradition, die ihrerseits sowohl auf Hollywood als auch auf indisches Populärkino machtvoll wirkt.

Andere Lebenswelten üben also gleichermaßen Einfluss auf das lokale Produkt aus, wie selbiges seinerseits Lebenswelten verändert. Bevor wir uns jedoch damit auseinandersetzen, was dies für den Hindi-Film im Konkreten bedeutet, müssen wir den Gegenstand der Diskussion normativ festlegen.

4.2 Zu Bollywood und Hollywood

Ein eindrucksvolles Zitat des Superstars Shah Rukh Khan⁵² soll den folgenden Exkurs zu Bollywood und Hollywood einleiten: „*Ich fände es gut, wenn wir so groß würden wie Hollywood. Aber wenn man jemanden, sagen wir Goliath, etwas entgegengesetzten kann, dann klingt es doch besser, wenn man David genannt wird, und nicht Doliath.*“ (zitiert

⁵² Abk. SRK

nach Pestal 2007:28) Damit bringen wir ein vielschichtig problematisiertes Thema zur Diskussion, in dessen Kern die pejorative Konnotation des Terminus „Bollywood“ als Hybridwort und somit kontrovers behaftetes Konstrukt situiert ist. Der Begriff wird häufig als Synonym für populäres indisches Kino verwendet, wobei durch die hybride Wortkreation häufig eine Assoziation mit der Kinohochburg Hollywood gezogen wird. Birgit Pestal weist in ihrer Studie darauf hin, dass der Begriff unter anderem auch deshalb problematisch in der Handhabung sei, da mit der wortbedingten Betonung Mumbai/Bombais die vielen weiteren bereits erwähnten Filmzentren Indiens außer Acht gelassen werden, obwohl deren Produkte ebenso unter selbigen Sammelbegriff fallen. (Vgl. Pestal 2007:26) Die Herkunft des Terminus an sich ist nicht gänzlich unumstritten, deutet jedoch auf den Krimiautor H.R.F. Keating hin, der ihn – dem Sprachguru der New York Times William Safire folgend – erstmals 1976 gebrauchte. (Vgl. Chopra 2008:20)

Oft beschrieben als einerseits das *“parodic and cheeky echo of the North American film industry, a mimicry that is both a response and a dismissal”* (Gopal 2008:3) bzw. andererseits als *“a ‘copy’, or ‘a rip off’ of mainstream Hollywood storylines”* (Dudrah 2006:142) gilt der Begriff sowohl unter westlichen Akademikern oder Reportern, als auch im Feld der Rezipienten teilweise als verpönt. Der Vorwurf des Diebstahls westlicher Elemente scheint an dieser Stelle jedoch zu simpel – man denke hierbei nur an die hybriden Filmproduktionen Hollywoods à la Quentin Tarantino, der seinerseits ebenso Geborgtes wie vermeintlich Eigenes in seinen Filmen verarbeitet.

Davon abgesehen stellt sich hierbei vielmehr die Frage, was das Publikum (*the adoring audience*)⁵³ mit dem Begriff assoziiert. Beinhaltet er indische Populärkultur in ihrer Gesamtheit und wird er in Verbindung mit indischer Lebensart konstituiert? Oder steht der Terminus als reines deskriptives Schlüsselwort im Schatten Hollywoods? All dies gilt es an erster Stelle empirisch anhand des tatsächlichen Publikums zu erfassen.

Nach Pestal (2007:27) werden in der Literatur hauptsächlich die Begriffe „All Indian Cinema“, „Mainstream Hindi-Movie“, bzw. indischer Komerzfilm verwendet. In den weiteren Abhandlungen steht also unter Berücksichtigung der von verschiedenen Seiten postulierten Negativkonnotationen jedoch nichts der synonymen Verwendung von Bollywood,

⁵³ An dieser Stelle sei nochmals auf die theoretischen Abhandlungen bezüglich Medientheorie und Aneignungsformen im Sinne eines aktiven Rezipienten in Kapitel drei hingewiesen.

indischem Kino, indischer Populärkultur et cetera im Wege, ob nun als kleiner Bruder Hollywoods oder als eigenständiges Kulturgut betrachtet.

Fragt man sich nach der wohl größten Gemeinsamkeit Bolly- und Hollywoods, so ist Lobingers Antwort jene, dass beide Kinoformen sowohl Sehnsüchte erwecken, als auch befriedigen. (Vgl. Lobinger 2003 in Pestal 2007:23) Hinsichtlich der vielseitigen Differenzen lässt sich nebst offensichtlichem (wie beispielsweise der omnipräsenten Song&Dance-Sequenzen) die Artikulation der Charaktere feststellen, die im indischen Film – im Gegensatz zu Hollywoods zielgerichteten psychologisch motivierten Figuren – stets als RepräsentantInnen bestimmter Ideen und Werte angelegt sind.⁵⁴ Das Liebesfilm-Genre als universelles all-time-favorite beider Kinos steht an dieser Stelle ebenfalls zur Debatte. Wo im klassischen Hollywoodfilm nur einer von mehreren Handlungssträngen einer Liebesgeschichte gewidmet ist, steht dessen Allgegenwärtigkeit in verschiedensten Ausprägungen im Bollywoodfilm im Zentrum. (Tieber 2007:23) Dies bringt uns jedoch zwangsläufig zu der Frage, wie man bzw. *ob* man mit einem hollywoodgeschwängerten Genre-Denken auch die Filme Indiens kategorisieren kann.

4.3 Hindi- Film & Genres, damals und heute

In vielen indischen Filmen von damals und heute finden sich direkte oder indirekte (dialogspezifische) Verweise auf die beiden großen Epen Mahabharata und Ramayana. Ein religiöser Hintergrund ist damit nicht zu leugnen, genauso wie eine „Emotionalität“ die in vielen Bollywood-Filmen fokussiert wird. Allerdings kann man – wie bei jedem regionalen Kino – nicht alle Repräsentationsformen in einem gemeinsamen Pot vermischen. Einzig die Suche nach bestimmten Konstanten, bzw. die Frage nach einem „*Classical Bollywood Style*“ wie sie von Tieber gestellt wird, steht im Raum. Dazu jedoch später.

Kommen wir vorerst kurz zur Thematik der Genres zurück, die im Kontext der Diskussion um die Betonung romantikbezogener Handlungsstränge angerissen wurde. Dem vermeintlichen Universalismus entgegen führt Dudrah in „*Sociology goes to the movie*“ unter Berücksichtigung verschiedener Autoren einen Kategorisierungsversuch durch, der die

⁵⁴ Claus Tieber dazu: „Der indische Film zeigt wenig Interesse an psychologisch motivierten Individuen, sondern zeigt lieber Typen, Repräsentanten, Verkörperungen von Ideen und Werten.“ (2007:32)

verschiedenen Bollywood-Filme historisch betrachtet in sechs in sich ausdifferenzierte Genres unterteilt, welche im Folgenden stichwortartig skizziert werden: (Dudrah 2006:175ff)

1. *Devotional Films*: Sind mythologisch motiviert wobei ein religiöser Bezug im Zentrum steht. Besondere Prägnanz findet dieses Genre in der Stummfilmära.
2. *Historical Films*: Erfährt mit der Erfindung des Tonfilms größere Bedeutung, die Storylines basieren auf realen Charakteren der indischen Geschichten und Legenden
3. *Social Films/Topicals*: Sind vor allem zwischen 1977-60 im Zuge der Unabhängigkeitskämpfe wichtig, soziale Themen wie Familie, Liebe, Gesetz, Beziehungen gewinnen an Bedeutung.⁵⁵
4. *Muslim Social Films*: Ist eigentlich eher als Subkategorie der Social Films zu betrachten, wobei diese Form in den 60ern besonderen Stellenwert hatte.
5. *Masala Films*: Dieses Genre vereint Stunts, Familienmelodrama, Romantik et cetera, mit anderen Worten alle Aspekte indischer Populärkultur und ist im Zuge der 90er Jahre bedeutsam. „*At their worst masala films are kitsch rubbish but at their best they are enthralling entertainment and have audiences reeling with laughter and tears from one minute to the next*“ (Dudrah 2006:178)
6. *Romantic Genre*: Obwohl sich Romantik durch die Geschichte des indischen Films zieht ist besonders dieses Genre im Moment dominant.

Wir können also einen klaren Unterschied zwischen frühen und späten, modernen und traditionellen Bollywood Filmen feststellen – was uns auch in der Analyse der Feldforschungsdaten in zahlreicher Form begegnen wird.

Nach einem wirtschaftlichen Rückschritt in den 80ern und der damit einhergehenden Dominanz eher actionlastiger Filme, kommt es also Mitte der 90er zu einem erneuten Kinoboom, mit dem auch die Rückkehr romantischer und familientauglicher Filme, die bis heute die indische Filmlandschaft dominieren, einhergeht. (Tieber 2007:122) Die Themen namhafter Filme der letzten Jahre – nehmen wir *Kabhi Khushi Khabie Gham*, *Salaam Namaste* oder *Kabhi Alvida Naa Kehna* als Beispiele – zeigen auch, dass durch den transnationalen Einfluss im Kontext eines ästhetischen Wandels mehr und mehr konservative Rollenbilder und Stereotype neu ausbalanciert und verhandelt werden.⁵⁶

⁵⁵ Nach Gopal ist dieses Genre eher in den 50ern von Bedeutung, näheres siehe 2008:15

⁵⁶ Vgl. Pestal 2007:83

„Inhaltlich gesehen müsste man aus Sicht der Medienpsychologie bemerken, dass viele neuere Bollywood-Filme Probleme thematisieren, die durch den Bruch mit Konventionen entstehen. Daneben ist auffällig, dass es hier oft starke kulturelle Werte oder Normen, sowie starke (patriarchale) Familienstrukturen gibt.“ (Pestal 2007:113)

Wie bereits erwähnt, stellt Claus Tieber nun die Frage in den Raum, was einen „*Classical Bollywood Style*“ ausmachen würde, und wagt sich auf eine Spurensuche der Konstanten. Das klassischste Merkmal einer Vielzahl indischer Filme ist wohl der Blick der Kamera und die Direktadressierung des Publikums in einer sehr emotional angelegten Filmsprache, wo beispielsweise im Hollywoodfilm der Zuseher viel eher als allwissender Voyeur situiert ist – und das Kino selbst sich in seiner Machart mehr oder weniger unsichtbar macht. Mit diesem Gedanken bestimmt Tieber den Hindi-Film als „Kino des selbstbewussten Exhibitionismus“, wobei die verwendeten Stilmittel in einem klassischen Hollywood Film zweifelsfrei gegen die Norm verstoßen würden. *„Eine stilistische Norm für Hindi-Filme jedoch gibt es nicht. Dies ist der größte Unterschied der beiden Filmindustrien.“* (Tieber 2007:66)

4.4 Auf der Suche nach dem Dealmaker

Was macht nun die Popularität des indischen Films aus? Oder mit anderen Worten – was unterscheidet ihn von anderen cinematographischen Traditionen? Ein Kennzeichen des indischen Films ist mit Sicherheit seine emotionale Filmsprache. Es geht nicht darum, Geschichten immer wieder neu zu erfinden, sondern bereits bekannte Themen in unterschiedlichen Formen zu variieren. (Vgl. Pestal 2007:50) Dies wird durch die Eigenheiten von Kameraführung und Filmaufbau ohne Zweifel begünstigt. Zur Gestaltung von Ästhetik und Figuren bemerkt Chopra (2008:17): *„Die Handlung von Bollywood-Filmen ist überfrachtet, aber unkompliziert. Hindi-Filme sind überwiegend Moralitäten mit Schauspielern, die Archetypen verkörpern.“* Das Schlagwort der Moral steht hierbei im Zentrum, und soll im Folgenden als besonderes Kennzeichen des einerseits sehr sexualisierten, und andererseits durchaus konservativen (neuen) Hindi-Films angeschnitten werden.

Filmküsse gelten – nicht explizit und per se verdammt, aber doch zumindest einem ungeschriebenen Gesetz folgend – noch heute als Tabu, werden jedoch in ihrer Umsetzung in den letzten Jahren mutiger inszeniert bzw. geschickt umgangen (Vgl. Pestal 2007:46) Das häufig thematisierte Kussverbot, ideologisch betrachtet auf die Bestimmungen von öffentlichem und privatem Raum in Indien zurückgehend, gilt auf der anderen Seite jedoch auch als ein bewusstes Kriterium der Unterscheidung zu westlichen Filmen. Der Zurschaustellung erotisierter weiblicher (und seit den 90ern auch männlicher) Körper hingegen ist ein gängiges Stilmittel, welches beispielsweise im Kontext von „*Wet sari Scenes*“ zur Schau gestellt in vielerlei Hinsicht Sex-Szenen westlicher Filme ersetzt. (Vgl. Tieber 2007:38ff) So schreibt auch Pestal, dass Bollywoods ambivalente Haltung zu sexuellen Dingen mitunter in den Songsequenzen thematisiert ist. (2007:51)

„In einem Land, in dem die arrangierte Ehe die Norm darstellt und die Liebesheirat als westlich gilt, erfährt das utopische Potential der Liebe besondere Betonung. Dies mag einer der Gründe für die Dominanz des Themas im Hindi-Film sein.“ (Tieber 2007:23) Er bestimmt in diesem Zusammenhang zwei Motive, die sich durch die Geschichte des Hindi-Films ziehen – und sich heute wie damals großer Beliebtheit erfreuen. Auf der einen Seite steht hier das Liebesdreieck zwischen einer Frau und zwei Männern bzw. häufiger noch einem Mann und zwei Frauen (*the Love Triangle*) wie es beispielsweise in dem Filmuniversum von *Devdas* (org.1955/2002) zur Schau gestellt wird. Auf der anderen Seite steht das Motiv des „*Lost and found*“ bzw. die Geschichte von Familienmitgliedern die getrennt, im Verlauf des Films jedoch wieder zueinander finden. Dies führt uns auch zu dem zentralsten Ort indischer Filme – der Familie.⁵⁷ Ein Ort an dem Werte verhandelt, Generationenkonflikte ausgetragen und an dem Tradition und Moderne unausweichlich aufeinandertreffen. Und im Zentrum von all dem – ob nun als heterosexuelle Paarbeziehung definiert bzw. im Kontext von Familie oder Nation arrangiert – steht die Liebesgeschichte. (Vgl. Tieber 2007:23ff)

Tieber weist ebenfalls auf eine weitere Analogie im indischen Film hin, die den männlichen Held in der Beziehung zu seiner Mutter gleichzeitig in Beziehung zur indischen Nation verweist. *„Es ist die Frau, die leidende Mutter, welche die indischen Werte verkör-*

⁵⁷ : Familie ist jedoch nicht im traditionellen Westlichen Stil mit der Neugründung durch ein Ehepaar verbunden, sondern konstituiert sich durch die Zuwanderung der Braut zur Familie des Mannes. (Vgl. Tieber 2007:25)

pert und die indische Nation repräsentiert.“ (2007:29) Damit sind wir peripher wieder bei jenen Identifikationsmechanismen, die die Rezeption indischen Kinos innerhalb Indiens (bzw. der indischen Mittelschicht) und NRIs erklärt – nicht jedoch seine Popularität *ab-seits dessen* hinlänglich erfasst.

Dringen wir also noch einen Schritt tiefer in die Filmwelt indischen Kinos ein. Die Diege-se Bollywoods ist sehr durch die Rolle des Zufalls bestimmt, in der die Protagonisten im Diskurs unmotivierter Handlungen oft nicht Herr ihres Schicksals sind – eine Welt, die *„viel unorganisierter und viel irrationaler ist, als die im westlichen Film dargestellte.“* (Tieber 2007:58) Dies führt uns zur oft postulierten Frage des Realismus vs. Idealismus der im indischen Film behandelten Themen, die jedoch nur im Kontext des Publikums an sich gestellt werden kann. Im Zuge einer Studie zu *„the Young Audience and Hindi Films“* schreibt Shakuntala Banaji, dass sich die Freude am indischen Film anhand ihrer empirischen Erkenntnisse sehr vielschichtig zeigt – und sich nicht zuletzt durch Aspekte wie *„melodrama, music, lyrics, spectacular dances, colorful costumes, fashion, slapstick comedy, exotic settings and charismatic heroes and heroines“* (Banaji 2006:168) konstituiert ist.

Die Filmwelt wird also nicht einfach angenommen, sondern ist bereits so konstruiert, dass sie dem Zuseher die Fähigkeit zur Imagination abverlangt. *„[...]viewers appear to develop their own pathways through particular relevance for their lives and appeal to their imaginations.“* (Banaji 2006:167) Dies führt uns zwangsläufig wieder zurück zu den bereits besprochenen Überlegungen hinsichtlich Appadurais *imagined worlds* und die Idee des aktiven Medienrezipienten in einer globalisierten Welt. Die Besonderheiten des Bollywoodfilms wie sie Banaji eruieren konnte – angefangen mit seinem Starsystem, seiner eindringlichen Musik und auch seiner narrativen Erzählstruktur – lassen das Publikum in aller Welt über Aneignung oder Ablehnung entscheiden. Mit Sicherheit ist also die Frage nach dem Dealmaker in der wachsenden Popularität Bollywoods vielschichtig zu beantworten, einen nicht unwesentlichen Teil trägt jedoch zweifelsfrei die Funktion und Eigenständigkeit der Song & Dance-Sequenzen bei, welche, wie bereits gehört, einen fixen Bestandteil (fast) aller Hindi-Filme darstellen, und im Folgenden einer näheren Betrachtung unterzogen werden.

4.5 Song & Dance

Song & Dance Sequenzen sind innerhalb der Diegese als eigenständig zu betrachten, wobei das Hauptmerkmal auf dem narrativen Aspekt gerichtet ist. Im Sinne einer Erzählerstimme können die Texte der Lieder nicht immer den singenden Figuren zugeordnet werden, sondern stellen in ihrer Form einen (publikumsgerichteten) Kommentar zum Geschehen dar. (Tieber 2007:62) Oder mit anderen Worten: „Bollywood films use singing and dancing to *show* you the story.“ (Dudrah 2006:48)

Heute beinhaltet der durchschnittliche Hindi-Film ungefähr sechs Songs, im Vergleich dazu waren in *Indrasabha* aus dem Jahr 1932 noch 71 Lieder. (Vgl. Chopra 2008:17) Mit dem Beginn der Tonfilm-Ära wurde das Musical in Filmen aller Welt populär. Einen Hindi-Film aufgrund seiner Tanzsequenzen allerdings als Musical zu beschreiben, bzw. in die Genre-Kategorie des Musicals zu verfrachten ist insofern nicht zutreffend, da diese als integrative Teile in *allen* Genres des indischen Films eine Rolle spielen. (Vgl. Gopal 2008:2) Zentral hierbei ist der Moment des Träumens und der Metaphorik, in dem Landschaften, Farben und Kostüme an Bedeutung gewinnen – und die Logik von Zeit, Raum und Handlung filmtechnisch bewusst verletzt wird. „[...] *they are often fantasies for the protagonists as well as the audience,*“ und fungieren dabei nicht selten als metaphorische Brücke der Thematisierung von Tradition vs. Modern. (Vgl. Dudrah 2006:50) Wir befinden uns also in einer ganz besonderen diegetischen Darstellung, in der die ohnehin narrative Haltung des indischen Films zu ihrer vollen Entfaltung kommt. (Vgl. Pestal 2007:53) Diese zusätzliche Narrationsform verlinkt den Film mit der Tradition und Religiosität Indiens, und komplettiert ihn in gewissem Sinne zu einem fantastischen Abbild der Realität. (Vgl. Dudrah 2006:48)

„Songs, music and dance are integral to the narrative and its progression in Bollywood movies, and are essential aesthetic features of the films. They draw on a stock of Indian cultural and social references which are elaborated through aural and visual spectacles.“ (Dudrah 2006:63)

Was ist aber nun das besondere an jenen Song&Dance-Sequenzen, die bereits wagemutig als ein wesentlicher Dealmaker (unter mehreren) postuliert wurden? Oft spielen die Sequenzen und die dazu gehörende Musik so große Rolle, dass sie über den Erfolg oder

Misserfolg entscheiden, und manchmal bereits lange vor Erscheinung des Films populär sind. Ein Grund dafür liegt mit Sicherheit in ihrer universellen Verständlichkeit – auch über kulturelle und sprachliche Barrieren hinweg. Der Schauspieler Jaaved Jaaferi dazu: „*You watch a film and don't understand Hindi; you don't understand the rites and rituals in a particular wedding ceremony because you come from a different tradition. But the music, that's fine. That is why we have songs and dances.*” (zitiert nach Tieber 2007:63)

Die Art der Musik stellt hierbei wieder ein ganz eigenes Kapitel dar, das jedoch im Groben durch eine komplexe Vermischung verschiedenster Stile gekennzeichnet ist. Was abgesehen davon im Zentrum steht – wie auch später in der Analyse der empirischen Datenerhebung sichtbar – ist die Eigenständigkeit der Songs, das sogenannte „*afterlife of the song-dance sequences*“, dass eine Zirkulation und Bedeutungsgrundlage auch abseits von Zeit, Raum und filmischer Diegese ermöglicht. (Gopal 2008:3) An dieser Stelle gilt es auch anzudenken, die Song&Dance-Sequenzen als (einen) Schlüssel für den „*repeat viewing value*“ des indischen Films zu betrachten. Tanz und Musik haben sich zu Zeiten der DVD(-Piraterie) zu einem quasi eigenständigen „Genre“ entwickelt, dass selbständig einen großen Absatzmarkt findet. Inwieweit dies bzw. die Fähigkeit zur eigenständigen Existenz auch abseits des Films für das „*adoring audience*“ von Relevanz ist, kann nur im lokalen Diskurs erkannt werden. Zweifelsfrei ist jedoch der Stellenwert des Protagonisten innerhalb und außerhalb der Songs von großer Relevanz – seine Tanz- und Schauspielkunst, und sein Image als Star.

4.6 Über Fans, Stars und Shah Rukh Khan

Mit dem Aufkommen der Social Films etablierte sich gleichzeitig eine weitere Besonderheit des indischen Kinos – sein spezifisches Starsystem. Analytisch betrachtet, lassen sich Filmstars jeglicher Art in ein *On* - und ein *Off* -Screen Image trennen, wobei beiderlei Teile aufs Engste miteinander verbunden sind. Ersteres wird durch alle relevanten Filmrollen eines Schauspielers im Laufe seiner Karriere bestimmt, was allerdings durch die Summe aller öffentlich verbreiteten Informationen auch Privatleben eines Stars betreffend – ob nun Brad Pitt, Kurt Cobain oder Hrithik Roshan – durch das Off-Screen Image ergänzt wird. (Tieber 2007:94)

Im indischen Film konstituiert sich das Ansehen eines Stars jedoch beinahe ausschließlich durch seine Filme. Viele bereits groß in der Öffentlichkeit stehende SchauspielerInnen haben einen spezifischen Persönlichkeitswert entwickelt, wobei die dargestellten Figuren in mehreren Filmen die gleichen Vornamen tragen welche – wie im Fall von Raj Kappor und der Figur des Raj/Raju – auch oft dem realen Vornamen des Darstellers entsprechen. In den 70er und 80er Jahren dominierte dabei der Superstar Amitabh Bachchan in der Rolle des „angry young man“, dessen Figur des Vijay in beinahe 20 Filmen präsentiert wurde. (Vgl. Gopal 2008:2 sowie Tieber 2007:96) Stars werden in dem Sinne mit ihrem On-Screen Image in einem Ausmaß gleichgesetzt, das zwar prinzipiell auch mit hollywood’schen Maßstäben verglichen werden kann, jedoch wie kaum etwas anderes als die ausschlaggebende Schlüsselkomponenten sowohl in der Filmproduktion, als auch in Vertrieb und Vorführung der Filme funktioniert.⁵⁸ So schreibt auch Tieber: *„Was die Bedeutung von Stars für Finanzierung und Erfolg eines Film sowie die Stellung von Stars in der Gesellschaft betrifft, so übertrifft das indische Starsystem das amerikanische bei weitem“* (2007:94f)

Ein Mitgrund für die Komplexität des indischen Starsystems ist freilich auch die nicht mit Hollywood vergleichbare Genre-Diskussion die bereits angesprochen wurde. *„In one Bollywood film it is possible to include all the Western film genres – musical, romantic, comedy, action, thriller, tragedy, and melodrama.“* (Dudrah 2006:48) Wo im großen nordamerikanischen Kino ein Schauspieler oft einem bestimmten Genre zugetan ist, spielt ein Bollywood Superstar jegliche Rolle – ob nun einen liebestollen Professor oder einen gesuchten Terroristen.

Stars sind in Indien also nationale Ikonen und werden teilweise wie Götter verehrt. Wie bereits erwähnt entscheidet das Staraufgebot eines Films erheblich über dessen Erfolg – jedoch bestimmt das Publikum wer vom simplen Akteur zum Megastar des Bollywood-Universums avanciert. Einer der bestbezahltesten und weltweit wohl berühmtesten hierbei ist der eingangs bereits zitierte Megastar Shah Rukh Khan. Nach 15 Jahren und über 50 Filmen ist er ein moderner Gott Indiens geworden, der „Bollywood“ wie ein Gigant übertrifft – und in Medien ohne ironischen Unterton als „King Khan“ bezeichnet wird. (Vgl. Chopra 2008: 22)

⁵⁸ Siehe auch Dudrah 2006:83f

Bekannteste Filme Shah Rukh Khans in den letzten Jahren sind unter anderen *Kuch Kuch Hota Hai* (1998), *Mohabbatein* (2000), *Kabhi Khushi Kabhie Gham* (2001), *Devdas* (2002) *Kal Ho Naa Ho* (2003), *Veer Zaara* (2004), *Om Shanti Om* (2007) oder *Rab Ne Bana Di Jodi* (2008)

Weltweit bekannt durch seine Filme – aber auch durch Werbeverträge mit Pepsi und Airtel Communications, die ebenfalls als Schlüsselrolle für die Entstehung der „Marke Shah Rukh Khan“ fungieren (Vgl. Chopra 2008:215), ist der selbst als Produzent und Schauspieler agierende Megastar von den verschiedensten Seiten als *key player* innerhalb globaler Veränderungen konstituiert. Dudrah (2006:86f) geht sogar soweit, ihn aufgrund seiner raumübergreifenden Bedeutung als globales Produkt zu bezeichnen, was uns in Folge zwangsläufig zu der Frage nach Shah Rukh Khan als Culture-Broker bringt. Trägt der Star als Medium zum besseren Verständnis diverser Kulturen bei? Und ist er als aktuelles Bollywood-Inventar und spezifischer Dealmaker innerhalb der (transnationalen) Rezeption indischer Populärkultur zu begreifen?

Der Weg von Indien bis Afrika und Lateinamerika ist gepflastert mit heroisierenden Versatzstücken im Kontext des Superstars und seiner Kollegen, die Menge an themenrelevanten Internetseiten ist kaum überschaubar, die Filme werden vielerorts rezipiert – und die Art und Weise der Aneignung ist in sich genauso ausdifferenziert wie es der Hindi-Film an sich ist.

4.7 Bollywood geht um die Welt

Kommen wir an dieser Stelle nochmals zu einem der Kerngedanken der bisherigen Überlegungen. Peripherie und Peripherie sind vielfach miteinander verlinkt – und sogenannte „*peripheral flows*“ (Vgl. Inda, Rosaldo 2004:24) sind gerade im Kontext der Rezeption indischer Populärkultur außerhalb Diaspora & Co in völlig anderen kulturellen Kontexten von Relevanz. Anupama Chopra fasst an dieser Stelle nochmals zusammen: „*Hindi-Filme diktieren Dresscodes, Sprache, Rituale und Sehnsüchte für den Software-Ingenieur aus Silicon Valley ebenso wie für einen Dorfbewohner im entlegensten indischen Bundesstaat Bihar. Neue Technologien haben dafür gesorgt, dass sich der Bollywood-Kult derart*

verbreiten konnte – DVD, Sateliten-TV und das Internet haben auch in solchen Ländern Fans angelockt, in denen Hindi-Filme nicht im Kino gezeigt werden“ (2008:18f)

Ein ausgezeichnetes Beispiel für die globale Reichweite des Hindi-Films ist die Forschung von Brian Larkin, dessen Feldarbeit bei den Hausa in Nigeria die globale Zirkulation zwischen non-western countries in den Fokus stellt – eine seiner Ansicht nach zeitweilen unterschätzte Ebene innerhalb der Globalisierungsdebatte. Seit über 50 Jahren genießt hier der indische Film, seine Musik und seine Geschichten große Popularität, sowie einen dominanten Stellenwert im Alltagsleben der Hausa. *“Indian films have been reworked and incorporated to form an integral part of contemporary Hausa social life”* (Larkin 2002b:350f) Ideen, Werte und Ästhetik einer anderen Kultur werden verinnerlicht und in gewisser Form neu konstruiert. So werden beispielsweise die Liebeslieder der Hindi-Filme ihrem Kontext entrissen, und von religiösen Sängern mit einem auf den Propheten Mohammed fokussierenden neuen Text versehen. (Larkin 2002b:373)

Larkin (2002:351) stellte sich diesbezüglich also die Frage, was den nigerianischen Zuseher nun dazu bewegt, sich mit einer derart differenten Kultur zu identifizieren bzw. neue Versionen von Mode, Schönheit, Liebe und Romantik zu adaptieren. So schreibt er, dass die Darstellung indischer „Tradition“ wie Heirat, Dorfleben, Familie et cetera zwar unterschiedlich zu dem der Hausa ist, sich jedoch auf einen ähnlichen kulturellen Background in Abwendung von westlichen Kriterien stützt. Der Stellenwert von Familie und Verwandtschaft als Schlüsselkomponente für die Motivation der Protagonisten ist innerhalb von klaren Regeln situiert, wobei die strenge Geschlechtertrennung und die Abwendungen von sexuellen Handlungen hierbei nur die prägnantesten Beispiele sind. *„These generic conventions provide a market difference from Hollywood films, and many Hausa viewers argue that Indian films “have culture” in a way that American films seem to lack.”* (ebd. 2002:357)

Diese Überlegungen sind jedoch immer innerhalb ihres lokal-spezifischen Umfeldes zu betrachten. *„Bollywood’s continued presence in places such as Latin America, the Caribbean, Southeast Asia, and North Africa must be theorized differently.”* (Gopal 2008:7f)

Die Rezeption von Bollywood impliziert nicht nur die bloße Auseinandersetzung mit den Filmprodukten an sich, sondern steht in direkter Beziehung zur Konsumption einer Vielzahl themenverwandter Kulturgüter. Angefangen bei den weltweit großen Absatzmarkt findenden Alben der Filmmusik, Magazinen, Poster und Postkarten, bis hin zur „*countless number of electronic pages on the worldwide web with Bollywood pictures and texts which incorporate fanzines for the adoration of favorite films, actors and actresses*“ (Dudrah 2006:31)

Zudem führt Rezeption stets in gewisser Form zu Aneignung und Adaption, was sich – wie auch das Beispiel der Hausa in Nigeria zeigt – ebenfalls im lokalen Raum artikulieren kann. Dies kann jedoch in seinem Bestehen nur phänomenologisch erfasst werden, was uns schließlich zur Rezeption indischer Populärkultur in Peru führt. Nach umfangreichen theoretischen Überlegungen zum „*Medienprodukt und Medienphänomen Bollywood*“ kommen wir nun zur detaillierten Ausführung der empirischen Fallstudie.



Abbildung 1: Logo Hamesha Dosti/India Aqp

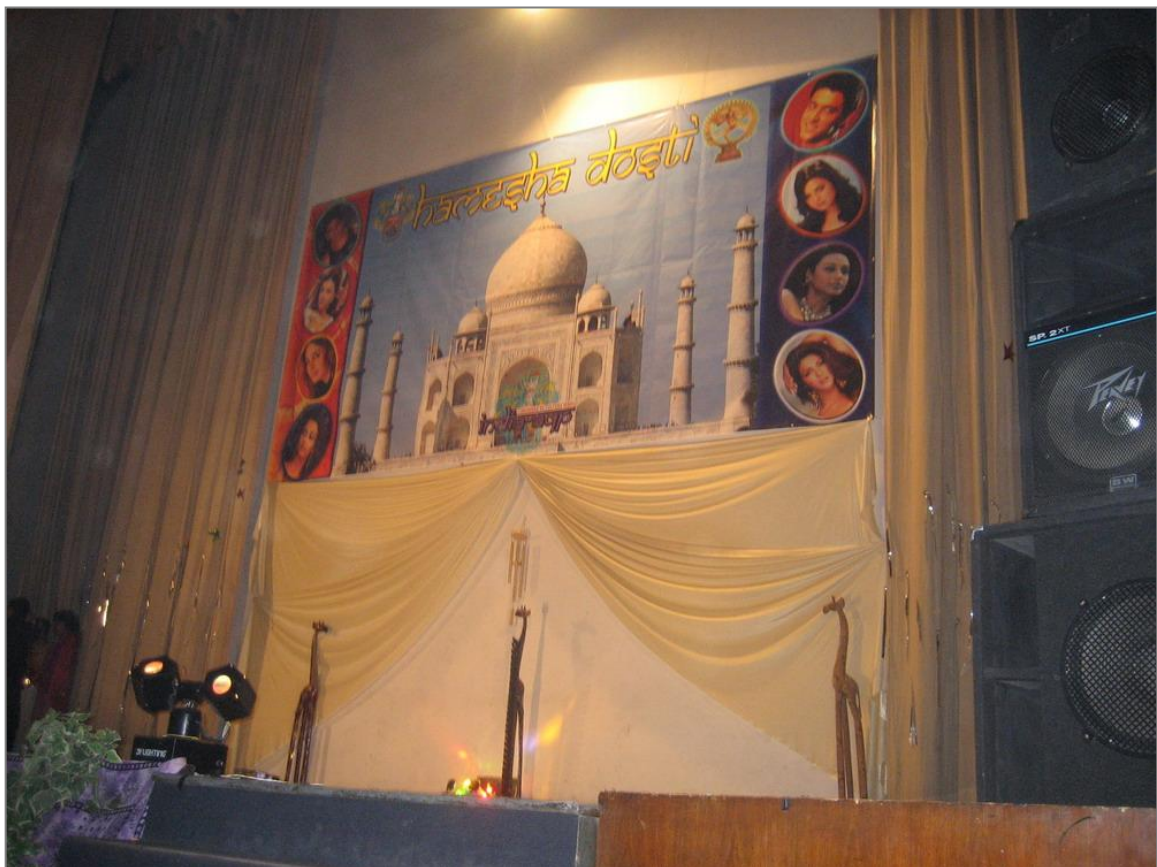


Abbildung 2: Bühne des zweiten Megavento der Gruppe Hamesha Dosti

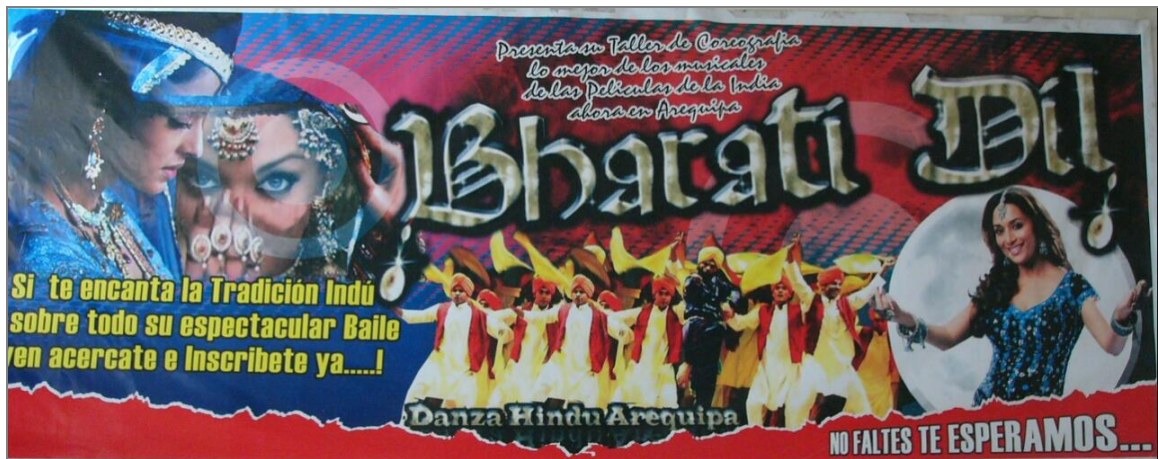


Abbildung 3: Logo Bharati Dil



Abbildung 4: Teilnehmerinnen an einer Präsentation der Gruppe Bharati Dil



Abbildung 5: TeilnehmerInnen an einer Präsentation der Gruppe



Abbildung 6: Präsentation der Gruppe Hamesha Dosti an der UNSA



Abbildung 7: Tanzproben der Gruppe Hamesha Dosti



Abbildung 8: Tanz- und Kostümprobe der Gruppe Barati Dil

5. Von der Theorie zur Praxis – das empirische Forschungsprojekt

„*Lo mas hindú possible*“

Auf die Bedeutung von Bollywood bzw. populärem indischen Kino im transnationalen Kontext wurde in den theoretischen Ausführungen bereits hingewiesen. Die Bollywood-Fankulturen reichen über die ganze Welt und sind speziell im südamerikanischen Peru durch die mediale Transparenz der dortigen Communities ins Zentrum des Interesses gerückt. Beginnend mit einer Sichtung und Analyse der medialen Repräsentation der Gruppe *India-Aqp* (sowohl bei MSN als auch YouTube) wurde im Zuge eines dreimonatigen Feldforschungsprojektes in Arequipa eine qualitative Datenerhebung durchgeführt. Im Moment sind keine weiteren ethnographischen Studien über Bollywood-Fankulturen in Peru vorhanden, parallel zur Datenerhebung in Arequipa wurden jedoch ähnliche Leitfadeninterviews in der Stadt Trujillo nördlich von Lima erhoben.

Bevor das erhobene Datenmaterial nun einer intensiven Beleuchtung hinsichtlich der theoriegeleiteten Überlegungen unterzogen wird, muss geklärt werden, mit welcher spezifischen Fragestellung und Methodik das Feld erforscht wurde – und auf *was* und *wen* konkret sich das Datenmaterial bezieht.

5.1 Über das „Was“ – Peru im Bollywood-Fieber?

Wenn wir nun versuchen uns räumlich zu orientieren, so befinden wir uns einerseits in der „weißen Stadt“ Arequipa im Süden Perus, und andererseits in den virtuellen Weiten des world wide web – auf einer empirischen Spurensuche rund um indische Populärkultur und seine Fans. Die Bedeutung von Bollywood Fankultur in seiner medialen und lokalen Ausformung und die Rezeption indischer Populärkultur im Sinne von Aneignung und Neukonstruktion medial vermittelter Repräsentationen durch eine lokale Fangemeinde steht im Zentrum der Analyse, und soll Aufschluss über Wahrnehmung und soziales Handeln geben. Im Kern steht also die Frage, *wie die Inhalte indischer Populärkultur von den Mitgliedern peruanischer Fan-Communities rezipiert – und in welcher Form in die eigene Alltagswelt integriert werden.*

Dies schließt also sowohl die Rezeption auf Individualebene, als auch das Verhalten auf lokaler Ebene ein dem – wie in den theoretischen Abhandlungen bereits angesprochen – eine Aufspaltung der Repräsentationsebenen Online und Offline beinhaltet ist. Um sich dem Phänomen Bollywood in Peru zu nähern wurden qualitative Leitfäden als Hilfestütze für eine umfangreiche Datenerhebung innerhalb der breitgefächerten Thematik entwickelt. (siehe Kapitel 5.2)

Die Themen, die im Verlauf der Forschung angesprochen wurden haben sich in ihrer Ausprägung (und im Sinne der gewählten Methodik) den Verhältnissen vor Ort angepasst, wobei die angesprochenen themenspezifischen Aspekte im Folgenden kurz und stichwortartig skizziert werden. Dies soll jedoch nur einen ersten Überblick über die Thematik liefern, der Gesprächsleitfaden in seiner Gesamtheit befindet sich als Anhang am Ende des Textes.

- *Spontane Assoziation mit dem Begriff Bollywood* (Schlagwörter)
- *Auseinandersetzung mit Film und Kino allgemein*
- *Auseinandersetzung mit Hindi-Film zu Beginn* (Wie bzw. durch wen kam es zur Auseinandersetzung mit der Thematik, Ersterfahrungen)
- *Interesse an Hindi-Film allgemein* (Genre, vorkommende Themen, Besonderheiten)
- *Wahrnehmung der Unterschiede bezüglich Hindi-Film und Anderen*
- *Vorstellung von Geschlechterrollen* (beinhaltet hier auch die Grenzziehung Peru-Indien)
- *Eigenbezug zu Bollywood* (Deklaration als Fan, Identifikation mit Stars, Ausmaß der Beschäftigung mit der Thematik)
- *Auseinandersetzung mit Schauspielern* (auch in Relation zu Hollywood) *und Einstellung zu Shah Rukh Khan*
- *Tanz und Tanzaktivitäten* (sowohl allgemein und indischer Tanz, als auch Hervorhebung von Besonderheiten, Bedeutung von Präsentation)
- *Partizipation in der Fan-Community* (Erfahrung, Wertschätzung)
- *Auseinandersetzung mit dem Medium Internet*
- *Kultureller Background des Befragten* (Identifikation und Grenzziehung)

5.2 Über das „Wie“ – Zu Methodik und Auswertungsverfahren

Die methodische Vorgehensweise folgte dem pluralistischen Ansatz der ethnographischen Feldforschung und der *grounded theory*. Letzere verweist auf ein in der qualitativ-interpretativen Sozialforschung in den letzten Jahren immer weiter verbreitetes Verfahren, bei dem der Fokus der empirischen Forschung nicht auf bereits vorgefertigten theoretischen Annahmen, sondern in einem einander überlappenden Prozess von Theorie und Feldarbeit begründet ist. In der auf Anselm Strauss zurückgehenden Methode liegt der Ausgangspunkt also nicht bei Hypothesen, auch wenn eine genaue Kenntnis der Theorie unverzichtbar ist. „Theoretische Konzepte, die in einer Untersuchung entwickelt werden, werden im Zuge der Analyse von Daten *entdeckt* und müssen sich an den Daten *bewähren* – andere Kriterien gibt es nicht. Auch am Ende eines Forschungsprojekts wird daher der Weg zu den Daten immer wieder neu beschritten, der Analyseprozess ist triadisch und zirkulär [...] zugleich.“ (Hildebrand 2008:32)

Die Arbeit vor Ort ist in dem Sinne geprägt durch teilnehmende Beobachtung in den verschiedensten themenrelevanten Bereichen (darunter auch Tanzproben, Gemeinschaftstreffen der Befragten sowie je zwei Präsentationen zweier Communities) und Durchführung sowohl qualitativer teilstrukturierter Leitfadeninterviews, als auch einer Vielzahl informeller Gespräche, die in die Analyse mit einfließen. Die Auswertungsstrategie bezieht sich dabei auf das von Schmidt postulierte Modell zur Analyse von Leitfadeninterviews. *„Leitprinzip dieser Auswertungsstrategie ist der Austausch zwischen Material und theoretischem Vorverständnis.“* (Schmidt 2008:448) Die Auswertung bzw. Codierung aller Daten erfolgte dabei sowohl computergestützt unter der Zuhilfenahme von Atlas.ti, als auch manuell, wobei sich in einem diskursiven Prozess mit Theorie und erhobenem Datenmaterial schlussendlich folgende Kategorien herauskristallisierten:

- Das Bollywood-Phänomen in Arequipa und die diversen Fan-Communities: Geschichte, Begriffsbestimmungen, Ersterfahrung, Selbstwahrnehmung der Interviewten Personen und Popularität allgemein
- Die inhaltliche Rezeption von Filmen, Filminhalten und Schauspielern: Wahrnehmung der Stars und im speziellen Shah Rukh Khan, Unterscheidung Traditionell/Modern, Qualitätskriterien seitens der Befragten sowie Selbst- und Fremdwahrnehmung

- Die performative Ebene der Fanaktivitäten in Arequipa: Adaption der Inhalte in der eigenen Lebenswelt, Bedeutung von Tanzaktivitäten und Präsentation, Bedeutung der Repräsentation im Internet

Die bereits im Kontext der theoretischen Abhandlung über Fankultur und Aneignungsmechanismen postulierte Bedeutung von Wahrnehmung und Performanz unter dem Aspekt mediengeleiteter Rezeption steht nun hier als Analysekategorie der empirischen Daten im Raum. Zum Aspekt der Performanz sei an dieser Stelle noch angemerkt, dass das (soziale) Verhalten auf lokaler Ebene sowohl Interaktions- und Kommunikationsprozesse Online und Offline miteinschließt, als auch im Kontext der Fan-Communities unter den Punkten Partizipation als Betonung der Gemeinschaftlichkeit und Adaption der Medientexte in die persönliche Lebenswelt zur Debatte steht.

Im Zuge der Datenerhebung wurden informelle Gespräche und ca. 30 teilstrukturierte qualitative Befragungen in einem Ausmaß von ungefähr 35 Stunden durchgeführt, wobei von den durchgeführten Interviews aufgrund von Aufnahmebedingungen nur 26 (soweit es möglich war) vollständig transkribiert sind – und in die Analyse mit einbezogen werden. Die Personen wurden entsprechend der chronologischen Reihenfolge der Interviews *numerisch codiert*,⁵⁹ wobei die im weiteren Verlauf der Arbeit gesetzten Verweise sich auf die Seitenanzahl des Originaltranskripts beziehen.⁶⁰ Aus Gründen der Übersichtlichkeit befindet sich in Tabelle 1 eine Aufstellung aller digital erhobenen Interviews in eben erwähnter chronologischer Reihung, die sowohl zwei Expertinneninterviews, als auch die Leitfadeninterviews von 11 männlichen und 13 weiblichen Interviewpartnern und deren Alterszugehörigkeit beinhaltet. Die Interviewpartner DW_A0023 und DW_B0035 werden in der Analyse miteinbezogen, sind jedoch als Expertinneninterviews an entsprechender Stelle gekennzeichnet. Weiters befindet sich in Tabelle 2 und 3 eine Trennung der weiblichen und männlichen Interviewpartner (exklusive der beiden Expertinneninterviews), was bereits einen ersten Einblick über die Zielgruppe der Fan-Communities verschafft. Das Durchschnittsalter beider Geschlechter ist ungefähr 21 Jahre, allerdings ist unter den weiblichen Interviewten ein erheblich größerer Teil jüngerer Alters. Dies spiegelt auch die Erfahrungen und Beobachtungen während der Feldforschung wieder.

⁵⁹ Die Nummerierung bezieht sich auf die automatisierte Zuteilung des Olympus Digital Voice Recorders und wird sowohl in der Transkription als auch in der Bearbeitung aus Anonymitätsgründen beibehalten.

⁶⁰ Dieses liegt auf Wunsch bei der Autorin zur Einsicht bereit.

	Code	Geschlecht	Alter
1	DW_A0017	m	22 Jahre
2	DW_00A18	m	22 Jahre
3	DW_A0021	m	22 Jahre
4	DW_A0023	w	39 Jahre
5	DW_A0024	m	26 Jahre
6	DW_A0025	m	21 Jahre
7	DW_A0026	w	15 Jahre
8	DW_A0027	m	31 Jahre
9	DW_B0028	m	21 Jahre
10	DW_B0029	w	26 Jahre
11	DW_B0031	m	17 Jahre
12	DW_B0032	w	19 Jahre
13	DW_B0033	m	19 Jahre
14	DW_B0035	w	38 Jahre
15	DW_B0036	w	20 Jahre
16	DW_B0037	w	23 Jahre
17	DW_B0038	w	22 Jahre
18	DW_C0039	w	14 Jahre
19	DW_C0041	w	23 Jahre
20	DW_C0042	m	20 Jahre
21	DW_C0044	w	19 Jahre
22	DW_C0046	m	26 Jahre
23	DW_C0047	w	24 Jahre
24	DW_C0049	w	24 Jahre
25	DW_C0050	w	22 Jahre
26	DW_C0051	w	19 Jahre

Tabelle 1: numerische Codierung aller erhobenen Interviews

Code	Geschlecht	Alter
DW_C0039	w	14 Jahre
DW_A0026	w	15 Jahre
DW_B0032	w	19 Jahre
DW_C0044	w	19 Jahre
DW_C0051	w	19 Jahre
DW_B0036	w	20 Jahre
DW_B0038	w	22 Jahre
DW_C0050	w	22 Jahre
DW_B0037	w	23 Jahre
DW_C0041	w	23 Jahre
DW_C0047	w	24 Jahre
DW_C0049	w	24 Jahre
DW_B0029	w	26 Jahre

Tabelle 3: Interviewteilnehmer weiblich

Code	Geschlecht	Alter
DW_B0031	m	17 Jahre
DW_B0033	m	19 Jahre
DW_C0042	m	20 Jahre
DW_A0025	m	21 Jahre
DW_B0028	m	21 Jahre
DW_A0017	m	22 Jahre
DW_00A18	m	22 Jahre
DW_A0021	m	22 Jahre
DW_A0024	m	26 Jahre
DW_C0046	m	26 Jahre
DW_A0027	m	31 Jahre

Tabelle 2: Interviewteilnehmer männlich

5.3 Über das „Wer“ – Eine erste Bestandsaufnahme

Zu Beginn der empirischen Datenerhebung konnten im Raum Arequipa eine Vielzahl an Fanggemeinschaften ausgemacht werden, deren Ursprung in der Community *India-Aqp* zu finden ist. Auch der Großteil der medialen Repräsentationen in YouTube& Co geht auf diese zurück. Aus diversen Gründen (siehe Kapitel 6.1) spaltete sich die 2004 gegründete (Fan/Tanz-)Community in kleinerer Untergruppen auf. Die Zahl der tatsächlichen Mitglieder ist schwer eruierbar, da nicht alle Personen gleichermaßen häufig die Tanzkurse frequentieren. Den Schätzungen einiger InterviewpartnerInnen zufolge beläuft sich die Zahl auf 150-200 Personen insgesamt, wobei durch die teilnehmende Beobachtung bei einigen Gruppen (im speziellen Barathi Dil und Hamesha Dosti) ungefähr 20 aktive Mitglieder (und einer beachtlich größeren Zahl von virtuellen) festgestellt werden konnten, d.h. summa summarum 120 Personen zum Zeitpunkt der Datenerhebung. Die verschiedenen Untergruppen und ihre Verbindungen zueinander werden der Übersicht halber in Abbildung 9 festgehalten:

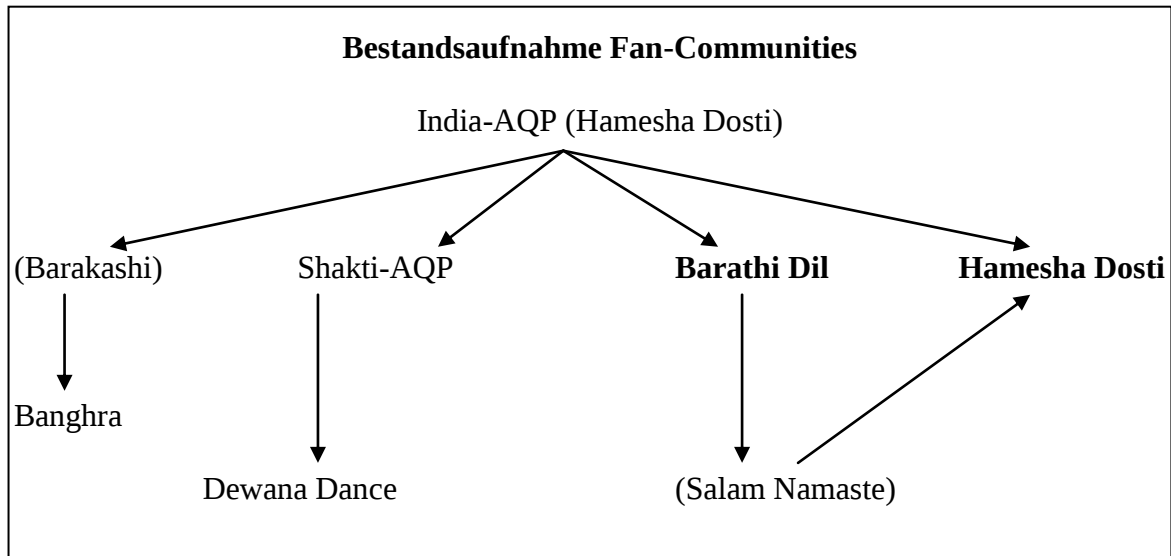


Abbildung 9: Bestandsaufnahme der Fan-Communities zum Zeitpunkt der Datenerhebung

Die InterviewpartnerInnen waren zum Zeitpunkt der Erhebung zu einem Großteil den Einzelgruppen *Bharati Dil* (BD⁶¹) und *Hamesha Dosti* (HD⁶²) zugehörig, die Strukturen haben sich jedoch bereits während der Feldforschung soweit verschoben, dass sich eine Vermischung der Gruppen vollzogen bzw. sich eine Wiedervereinigung zu einer Großgruppe abgezeichnet hatte. Diese Zusammenführung der Untergruppen ist im Verlauf der Auswertung schlussendlich geschehen, allerdings üben diverse temporäre Veränderungen und Diskussionen um die verschiedenen Communities keine Auswirkungen auf das erhobene Datenmaterial und seine Auswertung aus.

Die Auflistung der Communities erscheint in diesem Zusammenhang sinnvoll, da es einerseits bereits Aufschluss über Art und Vielfalt der Aktivitäten im Raum Arequipa gegeben wird – und andererseits die Repräsentation der Gruppen und ihrer expliziten Verbindung zu Indien anhand der Namensgebung erkennbar ist. Da freilich nicht die Gemeinschaft an sich, sondern der Einzelne im Fokus der Analyse steht, werden die verschiedenen Gruppen abgesehen von der Entstehungsgeschichte der Ursprungs-Community nur hinsichtlich ihrer spezifisch-individuellen Bedeutung im Kontext der Fan-Aktivitäten berücksichtigt.

⁶¹ Siehe Abbildung 3: das Logo der Gruppe, sowie Abbildung 4 und 8: Mitglieder während der Tanz- und Kostümproben sowie kurz vor einer Aufführung.

⁶² Siehe Abbildung 1: das Logo der Gruppe, sowie Abbildung 5-7: Mitglieder während der Tanzproben sowie im Kontext einer Präsentation an der UNSA

Bevor nun das erhobene Datenmaterial einer genauen Analyse unterzogen wird, müssen noch einige Basisinformationen geklärt werden. Die Interviewteilnehmer sind zu einem Großteil im Raum Arequipa geboren und gehören – soweit dies beurteilbar ist – der urbanen Mittelschicht an. Davon sind drei viertel Studierende/Schüler an einer der umliegenden Universitäten (hauptsächlich UNSA) bzw. zu einem Teil Studierende mit Teilzeitbeschäftigung. Trotzdem konnte im Zuge der Erhebung nur marginale Sprachkenntnisse im Kontext von Englisch-Basiswissen festgestellt werden. In Relation dazu steht jedoch eine signifikante Hinwendung zu Hindi, obwohl hierbei das Interesse zwar groß ist, tatsächliche sprachliche Fähigkeiten jedoch nur gering vorhanden sind.

Eine Differenzierung in verschiedene Altersgruppen innerhalb der Analyse wurde nicht durchgeführt, da sich das Feld der Befragten in einem relativ kleinen Rahmen von 15-31 Jahren bewegt und zudem keine expliziten altersspezifischen Unterschiede festgemacht werden konnten. Die Auswahl der InterviewpartnerInnen erfolgte nach dem Zufallsprinzip, wobei selbstverständlich eine Balance zwischen männlichen und weiblichen Befragten angestrebt wurde. Dies gestaltete sich im Kontext der Communities *Hamesha Dosti* und *Bharati Dil* als keine große Herausforderung, da zum Zeitpunkt der Datenerhebung die Geschlechterverteilung beider Gruppen ungefähr ausgeglichen war.

5.4 Exemplarische Kurzportraits zweier InterviewpartnerInnen

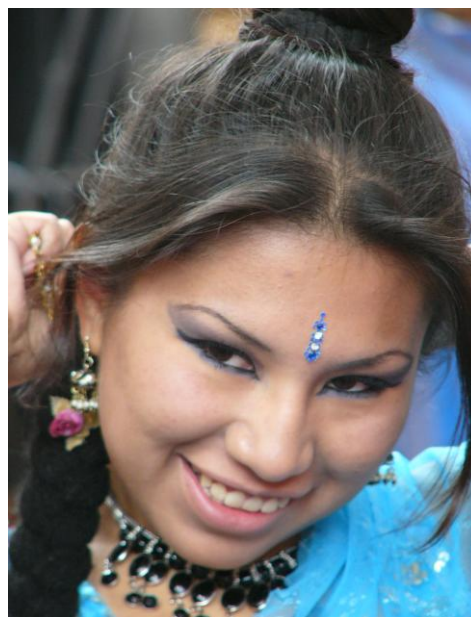


Abbildung 10: Zoila kurz vor einem Auftritt der Tanzgruppe Barathi Dil

Zoila ist 19 Jahre alt, angehende Krankenschwester und lebt seit ihrer Geburt in Arequipa. Auf die Frage nach ihren Hobbies antwortet sie spontan: „*Bailar música hindú, escuchar música hindú, mirar películas hindú. Todo lo que se refiere a la hindú!*“⁶³ In einer ausgesprochen entspannten Interviewsituation erzählt sie sehr fröhlich und gelassen über ihren Bollywood-Alltag und ihre Beziehung zur Community Barathi Dil:

„*A todos nos gusta lo mismo. Tenemos algo en común, nos encanta la música hindú, nos encanta bailarla, escucharla. Con que ya nos gusta la música hindú, todos parecemos iguales. [...] En la comunidad son obviamente todos los chicos fanáticos de la música hindú. Somos amigos, muy amigos, nos entendemos, nos comprendemos, nos reímos, nos divertimos. Es como una segunda familia*“⁶⁴

Bevor sie sich 2007 der Gruppe Barathi Dil anschloss, war sie Teil von India-Aqp. Aufgrund von privaten Problemen mit der Leiterin Señora Liz kam es allerdings zu einer Abspaltung einiger Mitglieder, darunter auch Zoila. Über die aktuelle Situation von Barathi Dil zeigt sie sich allerdings sehr zufrieden und ist auch stolz auf die zahlreichen öffentlichen Präsentationen der Tanzgruppe sowie ihrem persönlichen Repertoire an Choreografien. Sie selbst beschreibt sich als: „*Soy un poco seria, pero muy amigable. Me gusta ser bien social, soy bien alegre, bien divertida con mis amigos, y con las personas que no conozco como que me da vergüenza. Pero si, soy bien alegre.*“⁶⁵ Abbildung 10 zeigt Zoila in einem ihrer indischen Kleiderkurz vor einem Auftritt von Barathi Dil im Juli 2008. Wie bei einem Großteil der InterviewpartnerInnen sind auch bei ihr Tanz und Kostümierung sowie die Präsentation der eigenen Choreographien mit einem sehr hohen Stellenwert behaftet.

Ihren ersten von ca. 50 Bollywood-Film hat Zoila bereits mit 13 Jahren gesehen. Durch Zufall bekam sie *amor contra viento y marea* (Diwale Dulhania Le Jayenge 1995) von ihrem Vater geschenkt – und war vom ersten Moment an verzaubert: „*Por curiosidad lo*

⁶³ Freie Übersetzung des Inhalts: Indische Musik tanzen, indische Musik hören, indische Filme schauen. Einfach alles was mit Hindi zu tun hat.

⁶⁴ Freie Übersetzung des Inhalts: Wir mögen alle das gleiche. Was wir gemeinsam haben ist die indische Musik, sie zu hören und zu ihr zu tanzen. Irgendwie sind wir alle gleich. In der Gemeinschaft sind alle Fans. Wir sind alle Freunde, sehr gute Freunde, wir verstehen uns, wir teilen alles, wir treffen uns und haben Spaß. Es ist wie eine zweite Familie.

⁶⁵ Freie Übersetzung des Inhalts: Ich bin ein wenig ernst, aber sehr kameradschaftlich. Ich bin sozial, fröhlich und sehr lustig mit meinen Freunden, bei Personen die ich nicht gut kenne bin ich ein wenig scheu.

vi, mi gustó, y de ahí me volví aficionada y de ahí a más y más.”⁶⁶ Explizite Lieblingsfilme nennt sie vor allem im Zusammenhang mit Megastar Shah Rukh Khan und Rani Mukherji.

Die Familie ist das wichtigste in Zoilas Leben – gleich dahinter folgt die Leidenschaft zu Indien und indischem Kino. „*Mi familia es lo más importante en esta vida, mi mamá y mi hermana. [...] Y la música hindú, jaja claro.*”⁶⁷



Abbildung 11: Jonathan und Wali (v.l.)

Der 17jährige **Jonathan**, ebenfalls seit einem Jahr Mitglied der Tanzgruppe Barathi Dil, lebt wie die Meisten der InterviewpartnerInnen in Arequipa, gemeinsam mit seinen Eltern und seinen vier Geschwistern. Beiderlei Elternteile sind im Militärspital Arequipa beschäftigt, und auch die Karriereziele des Schülers sind auf eine medizinische Ausbildung an der Universidad Nacional de San Agustín de Arequipa gerichtet.

Jonathan ist seit mehr als einem Jahr aktiv am indischen Tanz beteiligt. Beinahe täglich übt er die indischen Choreographien und verbringt einen Großteil seiner Freizeit im Lokal der Gruppe Barathi Dil. Abbildung 11 zeigt ihn und seinen Freund Wali in einer freien Minute zwischen Tanzproben und Vorbereitung für sein Studium.

⁶⁶ Freie Übersetzung des Inhalts: Ich war neugierig und hab ihn mir angesehen, er hat mir gefallen und von da an war ich ein Fan und wollte immer mehr und mehr sehen.

⁶⁷ Freie Übersetzung des Inhalts: Meine Familie ist das Wichtigste in meinem Leben, meine Mutter und meine Schwester. Und die indische Musik, klar.

Durch *mi familia hindú* (Kabhi Khushi Kabhi Gham 2001) entbrannte vor zwei Jahren seine Leidenschaft für Bollywood, wobei sein Hauptaugenmerk explizit auf dem traditionellen – und seit kurzem auch modernen – indischen Tanz liegt. Aus den ungefähr 50 bislang gesehenen Filmen hebt er besonders *Jab we met* mit Shahid Kapoor und *Om Shanti Om* mit Shah Rukh Khan als Lieblingsfilme hervor. Auch er konstituiert seine Familie als wichtigstes Element in seinem Leben und erzählt über seinen Bezug zu indischem Kino bzw. indischem Tanz:

“Mi mama compro unas películas, ella vió, me dije que eran bien bonitas y so en mi tiempo libre lo mire y me gusto, me gusto demasiado como bailaba Hritik Roshan, Shah Rukh Khan... me he empezado poco a poco. Luego mi mama iba traendo más películas como mi primer amor, amor contra viento y marea, también me gustaban entonces...[...] Y desde ahí poco a poco me gusta lo que es el ritmo hindú.” [...] “Cuando vi la familia hindú, me gustaba los bailes de esa película. Y creo que es lo que me motivó a bailar. Pensaba que no había que había grupos de danza que bailaban este tipo de danza y cuando me enteré, me sorprendí. Dije guau.... hay otras personas que le gustan ese tipo de baile al igual que a mí”⁶⁸

Obwohl Jonathan zu Beginn Mitglied der Comunidad India-Aqp war, fühlt er sich in seiner jetzigen Gruppe sehr gut aufgehoben und ist durch sein Engagement zum fixen Bestandteil von Barathi Dil avanciert.

⁶⁸ Freie Übersetzung des Inhalts: Meine Mama hat einige Filme gekauft und angesehen, und mir gesagt das sie sehr schön sind. In meiner Freizeit habe ich mir dann auch die Filme angesehen und mir hat es unglaublich gefallen wie sie getanzt haben, besonders Hritik Roshan und Shah Rukh Khan. Schritt für Schritt habe ich auch angefangen. Meine Mama hat immer mehr Filme gebracht, z.B. Kush Kush hota hai und Diwale Dulhania Le Jayenge die mir gut gefallen haben. Von da an gefiel mir der indische Rhythmus. Bei Kabhi Kushi Kabhie Gham mochte ich die Tanzszenen. Ich glaube das hat mich motiviert selbst zu tanzen. Ich hätte nie gedacht, dass es Tanzgruppen zu dieser Art von Musik gibt, und als ich hierherkam war ich sehr überrascht. Ich sagte mir Wow, da gibt es noch andere so wie mich, denen so ein Tanz gefällt.

5.6 Ein Tag mit India-Aqp/Hamesha Dosti

Die Fanggemeinschaft Hamesha Dosti (vormals India-Aqp) führt seit ihren Anfängen regelmäßige Treffen durch, in deren Fokus das Erlernen und Praktizieren indischer Tanzschritte steht. Das Lokal der Gruppe befindet sich in der Tanzschule *Relax Body Gym* in der Avenida Independencia im Zentrum der Stadt, und wurde im Verlauf der drei Monate von den Mitgliedern der Community mit Postern der Bollywood-Stars neu dekoriert. Der Ablauf der Tanzproben gestaltete sich dabei folgendermaßen: Je nach individuellen Präferenzen und zeitlichen Freiheiten treffen die Mitglieder zwischen 16 und 18 Uhr im Lokal ein. Tanzproben finden jeden Tag statt, allerdings gibt es bestimmte Tage (zum Zeitpunkt der Datenerhebung Mittwoch, Freitag und Samstag) an denen das Lokal stärker frequentiert wird. Je nach Anzahl der anwesenden Personen wird entschieden, welche Musik getanzt wird bzw. welche Choreografien für zukünftige öffentliche Präsentationen einstudiert werden. Ungefähr 15 Personen sind dabei regelmäßig 3-5-mal in der Woche anwesend, andere wiederum arbeitsbedingt nur am Wochenende. Innerhalb der Mitglieder herrscht dabei ebenfalls eine spezifische Rollenverteilung, die von der Verwaltung der Finanzen bis zur Planung der Auftritte reicht. Einigen Stammmitgliedern obliegt dabei die Rolle der Choreographen, die nach Absprache mit den anderen Mitgliedern eigene Tanzschritte zusammenstellen und die dazugehörige Musik zu den Proben mitbringen. Abbildung 7 zeigt die Vorbereitung für einen Teil der Präsentation an der UNSA, die speziell auf einige der männlichen Tänzer abgestimmt ist. Eine Vorführung besteht jedoch meist aus mehreren aneinandergereihten Teilen, die sowohl aus Paartanz, Gemeinschaftstanz und/oder Einzelperformance bestehen können. Bei der Auswahl der Tänzer stehen meist die persönlichen Präferenzen hinsichtlich der indischen Musik (traditionell oder modern) im Zentrum, was in einigen Fällen auch zu Streitigkeiten innerhalb der Gruppe führt. (siehe Kapitel 6.1)

Vor dem Auftritt an der UNSA (siehe Abbildung 5 und 6) trafen sich die Beteiligten Personen zur Generalprobe im Lokal. Teils schon kostümiert und geschminkt werden die letzten Feinheiten aufeinander abgestimmt, Frisuren neu gekämmt, Saris neu gebunden und Trachten unterschiedlicher Farbe getauscht. Die Nervosität ist bei den sechs TänzerInnen deutlich spürbar, von den restlichen Community-Mitgliedern die währenddessen mit eigenen Tanzproben beschäftigt sind, kommen jedoch unterstützende Zurufe. Die Informationen über die Aufführung sind bei den TänzerInnen recht spärlich und erst auf

dem Weg zum Institut lässt die Nervosität langsam nach. Das Fest an der UNSA dreht sich um den Geburtstag der Stadt Arequipa. Jedes Jahr werden in den zwei Wochen um den 15. August zahlreiche Veranstaltungen organisiert, die verschiedenen Tanzgruppen aus dem Süden Perus die Möglichkeit bieten, ihre einstudierten Tänze einem breiten Publikum zu präsentieren. An der UNSA bleibt der Gruppe Hamesha Dosti ungefähr 15 Minuten, um dem durchgehend jungen Publikum die indischen Choreographien vorzuführen. Rund um den Basketballplatz sind ungefähr 300 Personen versammelt, darunter auch zahlreiche kostümierte TänzerInnen anderer Tanzgruppen. Die sechs DarstellerInnen von Hamesha Dosti werden um ungefähr 19.30 mit großem Applaus empfangen und präsentieren eine Mischung aus traditionellem Paartanz und modernem Hindi-Pop, dessen Elemente aus Filmen wie Krish und Dhoom zusammengestellt wurden. Das Publikum würdigt die Präsentation und farbenprächtigen Kostümierungen mit lauten Zurufen, doch nach den wenigen Minuten des Auftritts und einer kurzen Pause ist bereits die nächste Präsentation an der Reihe. Nach kurzem Feedback von weiteren anwesenden Community-Mitgliedern machen sich die TänzerInnen wieder auf den Weg zurück in die Tanzschule, um sich den Kostümen zu entledigen und wieder zurückzukehren in den peruanischen Alltag.

6. Cine hindú – Peru auf den Spuren von Shah Rukh Khan & Co

*„Si te gustan las películas hindú, su música, su baile,
admiras a Shah Rukh Khan, Hritik Roshan, Aishwarya Rai,
Madhuri Dixit, Kareena Kapoor, Shilpa Shetty, ..etc
entonces aquí en Arequipa hay un lugar ideal para ti”*
India-Aqp⁶⁹

Das folgende Kapitel widmet sich nun den Ergebnissen der empirischen Datenerhebung in einer zunächst deskriptiv angelegten Herangehensweise, wobei einerseits der ethnographische Kontext, und andererseits die Sichtweisen der Einzelnen zu ihrem Fan-Seins fokussiert werden.

Im Ganzen sollen uns die Überlegungen im Kontext der lokalen Fan-Communities in Arequipa zu einem differenzierten Verständnis der Fankultur vor Ort verhelfen, sowie Aufschluss über das Ausmaß der Beschäftigung mit themenrelevanten Inhalten und der Popularität des indischen Kinos generell – sowohl heute als auch in der Vergangenheit – liefern. Die abschließende Frage beschäftigt sich dabei mit einem Blick auf einen (vermeintlichen?) Boom des indischen Kinos vor Ort.

6.1 Über die Geschichte von India-Aqp&Co

In Kapitel fünf wurde bereits anhand der Abbildung 9 die Vielzahl der Fangemeinschaften in Arequipa verdeutlicht, wobei diese in der 2004 gegründeten Community *India-Aqp* einen gemeinsamen Nenner finden. Die Administration sowie zahlreiche Stammmitglieder sind zum Zeitpunkt der Datenerhebung Teil der *Comunidad Hamesha Dosti* (Nachfolger von *India-Aqp*), die sich während der Feldforschung mehrmals die Woche in einem eigens gemieteten Lokal zu Tanzproben zusammenfand. (siehe auch Kapitel 5.6)

Das Interview mit der Leiterin der Gruppe (DW_A0023 Señora Liz) wird innerhalb dieser Analyse als Expertinneninterview betrachtet, da diese als Gründungsmitglied einen beachtlichen Einfluss einerseits auf die Community selbst, und andererseits auf deren Aktivitäten und Veränderungsprozesse ausübt(e). Über den Beginn von India-Aqp bemerkt

⁶⁹ <http://groups.msn.com/COMUNIDADINDIAAQP/HAMESHADOSTI> Freie Übersetzung des Inhalts: Wenn dir indische Filme gefallen, ihre Musik und ihr Tanz, wenn du SRK bewunderst, Hritik Roshan, Aishwarya Rai, Madhuri Dixit, Kareena Kapoor, Shilpa Shetty etc. ... hier in Arequipa gibt es einen Ort für dich.

sie: *“Empezamos hace cuatro años con tan solo cinco personas, cinco personas con este sueño, esta locura pensando siempre en difundir lo que es Bollywood o de las películas hindú, y nos unimos con la finalidad de compartir nuestros gustos y luego poco a poco vía Internet por medio del Messenger conseguir muchos más fanáticos llegando a ser ahora una totalidad de 60 personas, pero también virtuales no, del Perú y algunas afuera del extranjero.”* (DW_A0023:37)⁷⁰

Sie selbst ist verheiratet und besitzt ein eigenes Callcenter in Arequipa. In den letzten vier Jahren wurden unter ihrer Leitung drei *megaventos* (Theater- und Tanzgroßveranstaltungen), eine Vielzahl an Aufführungen im Großraum Arequipa⁷¹, sowie Präsentationen in den Nachbarstädten Puno und Juliaca⁷² organisiert. Von Beginn an stand also indischer Film und ganz besonders indischer Tanz im Zentrum, wobei Señora Liz aus beruflichen Gründen hinsichtlich der Tanzaktivitäten nur so weit involviert ist, als dass sie diverse Treffen organisiert, die wöchentlichen Proben koordiniert bzw. Informationskanäle leitet.

Hierbei werden bereits einige Punkte angesprochen, die es im Verlauf dieser Arbeit noch zu klären gilt, einerseits die Relevanz des Internets und die damit zusammenhängende mediale Repräsentation einer lokalen Fangemeinde – und andererseits die Bedeutung des Tanzes für die Event-TeilnehmerInnen. Señora Liz selbst sieht, unter der präventiven Negierung eines kommerziellen Hintergedankens, ihre Hauptaufgabe in der Popularitätssteigerung der von ihr geleiteten Gruppe bzw. ihrer persönlichen Leidenschaft.

„La principal es coordinar, difundir la música hindú, hacer que esta cultura tan bonita se haga más conocida aquí en Arequipa y también en todo el Perú” (DW_A0023:37)⁷³

Der Wunsch nach einem größeren Bekanntheitsgrad Bollywoods scheint im Kontext der Analyse jedoch nicht nur mit dem Medienprodukt an sich, sondern auch mit der „exhibitionistischen“ Darstellung der Tanzschritte und Choreografien (siehe auch Kapitel 8) ver-

⁷⁰ Freie Übersetzung des Inhalts: Begonnen wurde vor vier Jahren mit fünf Personen, die einen gemeinsamen Traum verfolgten, die Bollywood weiterverbreiten wollten und die sich zusammenfinden wollten, um ihre gemeinsame Leidenschaft zu teilen. Nach und Nach wurden durch das Internet (MSN) mehr Fans aufgespürt, bis die Gruppe aus 60 Mitgliedern, darunter auch virtuellen, sowohl aus Peru als auch dem Ausland bestand.

⁷¹ Spezielle Anlässe hierfür sind Muttertag, der Geburtstag der Stadt bzw. Geburtstag der Comunidad, siehe auch Abbildung 2: Bühne des zweiten *megaventos* von India-Aqp und dem Plakat des Taj Mahal, kleinere Aufführungen fanden beispielsweise bei Veranstaltungen an der UNSA statt (siehe Abbildung 5 und 6)

⁷² Details siehe <http://groups.msn.com/COMUNIDADINDIAAQP/HAMESHADOSTI>

⁷³ Freie Übersetzung des Inhalts: Die Hauptaufgabe besteht in der Verbreitung von Bollywood, damit diese wunderschöne Kultur sowohl in Arequipa, als auch in Peru mehr Anerkennung erfährt.

bunden zu sein. Der Wunsch nach erfolgreichen und „einzigartigen“ Präsentationen, die vor großem Publikum Anerkennung finden, steht bei einem Großteil der Befragten im Zentrum – und bildet auch eine der Schlüsselkomponenten für die im Kontext des indischen Tanzes situierten Fanaktivitäten. Die angeeigneten Inhalte bilden ein kreatives Neukonstrukt des „Eignen“, das beispielsweise im Fall von Hamesha Dosti mit einem Verbot der simultanen Mitgliedschaft in anderen Tanzgruppen einhergeht.⁷⁴ Ein Fan über die Beziehung der Gruppen untereinander: „[...] *en su grupo, en su local somos enemigos así, rivales. Pero en la calle afuera somos amigos. Adentro es otra cosa.*” (DW_A0018:13)⁷⁵

Dies schmälert jedoch keinesfalls die Betonung der Gemeinschaft als Fan innerhalb einer Community, ein Aspekt auf den uns bereits Jenkins' Fananalyse (siehe Kapitel 3.5) aufmerksam gemacht hat. Hier stellvertretend ein Zitat einer Interviewpartnerin im Kontext ihrer Beziehung zur Fangemeinschaft:

“Haber, en la comunidad son obviamente todos los chicos fanáticos de la música hindú. Somos amigos, muy amigos, nos entendemos, nos comprendemos, nos reímos, nos divertimos, es como una segunda familia.[...] Tengo familia en mi casa, mi segunda familia es aquí” (DW_B0032:156)⁷⁶

Im Zusammenhang mit der Präsentation der angeeigneten Tanzschritte und Choreographien kommt es hier aber auch innerhalb einer Gruppe bei der Wahl der Teilnehmer für konkrete Events zwangsläufig zu Unstimmigkeiten da – obwohl kein spezielles Auswahlverfahren – jene Personen teilnehmen, die die beste Darbietung liefern. Bedenkt man die Subjektivität eines derartigen Unterfangens, wird das erneute Streitpotential sehr deutlich. Innerhalb der Comunidad Hamesha Dosti gibt es wie bereits erwähnt einige Stammmitglieder die einerseits als lehrende Choreographen, andererseits jedoch als erfahrenes „Inventory“ bei Vorstellungen eher eingesetzt werden. Mit dieser eher strikten Organisation ist die zweitgrößte Fan-Community im Raum Arequipa, Comunidad Bharati Dil, kaum

⁷⁴ Die offiziellen Auflagen für eine Mitgliedschaft in Hamesha Dosti zusammengefasst: Männer und Frauen jeden Alters, Basiskenntnisse des baile hindú, „buena presencia“ sowie soeben erwähntes Verbot.

⁷⁵ Freie Übersetzung des Inhalts: Bei der Gruppe, in ihrem Lokal sind wir Feinde, Rivalen. Aber auf der Straße sind wir Freunde. Drinnen ist es etwas anderes.

⁷⁶ Freie Übersetzung des Inhalts: In der Community sind wir alle Fans der indischen Musik. Wir sind Freunde, gute Freunde, wir verstehen uns, teilen unsere Leidenschaft, treffen uns und haben Spaß, es ist wie eine zweite Familie. Eine Familie habe ich zuhause, die andere ist hier.

vergleichbar, deren Organisation in einem wesentlich gemeinschaftlicheren und dementsprechend kleineren Rahmen funktioniert.

Betrachtet man die bereits erwähnte familiäre Betonung der Gemeinschaft sowie das allgemeine Leitmotiv von India-Aqp bzw. Hamesha Dosti „*donde los sueños se hacen realidad*“⁷⁷, so erscheinen die bereits angesprochenen Rivalitäten, die schlussendlich in einer Aufspaltung in verschiedene kleinerer Gruppen mündeten, paradox, erklären sich jedoch in einer durchdringenden Auseinandersetzung mit den Mitgliedern aus sich selbst heraus. Durch intensiven (privaten) Kontakt innerhalb der Gemeinschaft und der Vielschichtigkeit des Medienprodukts Hindi-Film an sich (man denke nur an die unterschiedlichen Genres bzw. traditionelle vs. moderne Themen) kommt es zu einem Aufprall von verschiedenen Präferenzen, was nicht nur im Kontext von Fankultur zu einer emotionsgeladenen – aber nicht unüberwindbaren – Mischung führt.

Nach Ansicht der Administration von Hamesha Dosti gibt es im Raum Arequipa auch abseits der Communities eine Vielzahl an Fans, welche vorwiegend aus zeitlichen Gründen nicht an den Tanzkursen teilnehmen. Auch in der Community India-Aqp mit vormals 60 Mitgliedern ist die Tendenz klar ersichtlich, dass eine Vielzahl der interessierten Tänzer durch Studium und Arbeit nicht die Möglichkeit finden, sich einem derart zeitintensiven Hobby zu widmen. Im Rahmen der teilnehmenden Beobachtung im Lokal der Gruppe konnte dies auch anhand der stark schwankenden Frequentierung verifiziert werden. Dies bringt uns jedoch zwangsläufig zur Frage nach der aktuellen Popularität des Hindi-Films – und der Zukunft der diversen Communities.⁷⁸ Mit einem fröhlichen Lächeln auf den Lippen die Zukunftsprognose eines bekennenden Fans:

„*pero yo creo que va a crecer más... porque todavía no se murió el Shah Rukh Khan*“
(DW_A0021:30)⁷⁹

⁷⁷ Freie Übersetzung des Inhalts: Wo deine Träume Wirklichkeit werden.

⁷⁸ Ergänzung zu der bereits in Kapitel fünf angemerkten Réunion der Communities: Dies hat sich durch die Wiedervereinigung mit Salaam Namaste bereits während der Feldforschung angedeutet, im Zuge der Auswertung kam es nun zur Bildung einer erneuten Großgruppe unter dem Namen India-Aqp Hamesha Dosti die einen Großteil der Sub-Gruppen beinhaltet, wobei der Hauptgrund dafür in der Verwirklichung weiterer größerer Events besteht.

⁷⁹ Freie Übersetzung des Inhalts: aber ich glaube es wird noch wachsen... schließlich ist SRK noch nicht tot.

6.2 Begriffsbestimmung: cine hindú vs. Bollywood

Die Problematik der Begrifflichkeit „Bollywood“ und eine empirischen Zuwendung zu damit einhergehenden Identifikationsmechanismen des *adoring audience* selbst, wurden bereits im Zuge der theoretischen Abhandlungen postuliert. In diesem kurzen Unterkapitel geht es also im Wesentlichen darum, wie die Interviewten Personen mit dem Medienprodukt *per se* umgehen, *ob* und *wo* sie Verbindungen setzten, sowie mit welchen Schlüsselkomponenten operiert wird. Dabei wurden unter Zuhilfenahme einer Kreuztabelle folgende Tendenzen festgestellt: Obwohl die Hälfte aller Befragten nicht zwangsläufig einen Unterschied für sich festmacht, lässt sich eine eindeutige Zuwendung zur Bezeichnung „cine hindú“ erkennen. Gründe liegen hierbei einerseits in der Negativkonnotation die dem Begriff als Kontrahenten Hollywoods mitschwingt...

“Bollywood suena como algo copiado de Hollywood, solo que cambiado nada más, no suena algo original es que no me gusta. Si más le daría el cine hindú” (DW_A0021:20)⁸⁰

“Me gusta cine hindú porque bollywood suena más algo ingles, nunca me gusto Bollywood [...]Porque no me gusta? Que Bollywood es un termino que parecería una copia de Hollywood, como algo no autentico es el nombre, es una copia, en cambio cuando vamos a traducirlo en español es cine hindú, nada más” (DW_A0029:117)⁸¹

...andererseits aber auch in dessen Unzulänglichkeit, die verschiedenen in Kapitel vier bereits erwähnten Dimensionen des indischen Kinos – angefangen von Kollywood und Tollywood – mit einzubeziehen. Hierbei ist jedoch anzumerken, dass die Betonung der unterschiedlichen Filmzentren, die notwendigerweise mit einer intensiven Auseinandersetzung mit der Thematik einhergeht, nicht mit dem Ausmaß der rezipierten Filme kontrastiert werden kann, da sowohl bei männlichen, als auch weiblichen Befragten selbige Zahl in einem undefinierbaren Raum von 10 bis 600 gesehenen Filmen liegt. Da die Anzahl der Filme nicht in allen Interviews explizite Erwähnung fand, kann nur ein ungefährender Durchschnitt von 50-100 Filmen genannt werden.

⁸⁰ Freie Übersetzung des Inhalts: Bollywood klingt nach einer Kopie von Hollywood, es klingt nicht authentisch/original, darum gefällt es mir nicht. Ich nenne es lieber indisches Kino.

⁸¹ Freie Übersetzung des Inhalts: Mir gefällt indisches Kino weil Bollywood so englisch klingt, es hat mir nie gefallen. Warum? Weil der Begriff wie eine Kopie Hollywoods erscheint, es ist nicht authentisch, es ist eine Kopie, und wenn wir es ins Spanische übersetzten heißt es indisches Kino, nicht mehr als das.

In einigen Fällen führt jedoch gerade diese Differenzierung bzw. die Betrachtung von „cine hindú“ als omnipräsentem Überbegriff zu einer eindeutigen Präferenz hinsichtlich „Bollywood“ als eigenständigem Kino.

“Buena el cine hindú alberga lo que es este según yo Bollywood y Tollywood y el Kollywood ... son tres derivados no, y de los tres me gusta más Bollywood” (DW_C0049:340)⁸²

“Prefiero Bollywood porque hablando de Bollywood creo que cine hindú se identifican por eso, en cambio cine hindú creo que es muy general, muy abstract.” (DW_A0025:60)⁸³

Der im Kontext der InterviewpartnerInnen allgegenwärtige Aspekt des Tanzes schwingt auch in dieser Argumentation und Differenzierung in Hindi-lastiges Bollywood und Telugu mit ein, wobei eindeutige Präferenzen hinsichtlich ersterem auszumachen sind.

Bollywood wird vom Rezipienten – auch unter dem Aspekt der „Marke Bollywood“, der sowohl Filme, Stars als auch kulturelle Besonderheiten beinhaltet – zudem als wichtige Identifikationsquelle des indischen Kinos enthüllt, wobei der Terminus hierbei gerade wegen der Anlehnung an Hollywood-Kino einen Konkurrenzkampf suggeriert, den es zu überwinden gilt. Dies zeigt auch der ähnlich konstruierte Begriff des „Chollywood“, dem zwar der ironische Unterton einer ruralen peruanischen Kinoproduktion unterliegt, der jedoch gleichermaßen als Identifikations- und Identitätsmaßstab gesetzt wird.

“Por que es una forma de identificares, como decir el cine europeo las películas que pasan en europeo y el cine Perúano el cine Perúano no, o cine americano es una forma de identificar. si yo digo Bollywood hay personas que saben y no saben lo que es Bollywood [...]” (DW_C0041:260)⁸⁴

Im Internet kursiert ebenfalls eine heftige Diskussion um die Unzulänglichkeit der Bezeichnung „cine hindú“ im spanisch-sprachigen Raum, da diese zu sehr einen religiösen Aspekt betont, der mit der Wirklichkeit nicht konform geht. Anstelle dessen wird der

⁸² Freie Übersetzung des Inhalts: indisches Kino beinhaltet drei verschiedene Bereiche, Bollywood, Tollywood und Kollywood, und von diesen dreien gefällt mir Bollywood am Besten.

⁸³ Freie Übersetzung des Inhalts: Ich bevorzuge Bollywood, weil ich glaube, dass sich indisches Kino mit Bollywood identifiziert, dagegen ist indisches Kino etwas sehr verallgemeinerndes und sehr abstrakt.

⁸⁴ Freie Übersetzung des Inhalts: Weil es eine Form der Identifikation ist. Du sagst europäisches Kino für Filme in Europa, peruanisches Kino ist peruanisches Kino, oder auch nordamerikanisches Kino ist eine Form der Identifizierung. Wenn ich Bollywood sage, wissen die Leute worüber ich spreche, oder sie wissen es nicht.

Überbegriff „*cine indio*“ mit der Betonung des Herkunftslandes Indien und der Berücksichtigung auch jener Filmzentren abseits des Mediengiganten „Bollywood“ fokussiert.⁸⁵ Im Kontext der Datenerhebung in Arequipa konnte diesbezüglich jedoch keine Auseinandersetzung seitens der InterviewpartnerInnen (und darüber hinaus) festgestellt werden. Da also eine Balance zwischen den Bezeichnungen „*cine hindú*“ und „Bollywood“ in den Aussagen der verschiedenen Personen durchwegs präsent ist, steht auch hier der synonymen Verwendung innerhalb der weiteren Analyse – allerdings unter Berücksichtigung der vielschichtigen Konnotationen – nichts im Wege.

„el cine hindú es el universo – y la galaxia es Bollywood“ (DW_B0038:233)

6.3 Bollywood im Verkauf

Im Zuge der Datenerhebung wurden ebenfalls informelle Gespräche und teilnehmende Beobachtung im Kontext der Verkaufspopularität von Bollywood, sowie zwei Interviews mit Besitzerinnen von Filmverkaufsständen durchgeführt, deren Erfahrungen im Folgenden kurz näher erläutert werden. Beide „Shops“⁸⁶ haben sich auf den Verkauf von Hindi-Filmen und Poster der indischen Stars spezialisiert, wobei eine der aus Lima importierten Raubkopien inklusive ausgedrucktem Originalcover für umgerechnet 70 Cent (drei *nuevos soles*) zu erwerben ist. Eine der Verkäuferinnen beschreibt:

“un día traje por casualidad una hindú que me dijeron que era bonita y mi hermana me gritó por que has traído esas película si acá no sale por que acá la gente no le gusta ver y mi hermana lo puso adelante para que se vendieran y ya no traigamos nunca más y ella vio que poniendo los musicales la gente se atraía y empezaron a llevar a llevar y empezamos a vender de una manera increíble por que éramos las primeras en arequipa en poner lo que es el cine hindú y de ahí cuando la gente vio que eso podía dar más ingreso en su familia ya creo que abrieron más tiendas” (DW_C0050:362)⁸⁷

⁸⁵ Näheres dazu siehe unter anderem <http://bollywoodvideos.wordpress.com/%C2%BFcine-indio-o-cine-hindú/> (Stand

⁸⁶ „Shop“ bezieht sich hierbei auf einen seitlich neben der Straße eingerichteten Verkaufs-tresen. Wie viele weitere Verkaufsstände es gibt, konnte nicht eruiert werden, da viele der Raubkopien mitunter aus Pappkartons an Straßenecken verkauft werden. Allerdings sind die beiden genannten die einzigen, die sich auf indisches Kino spezialisiert haben.

⁸⁷ Freie Übersetzung des Inhalts: Eines Tages brachte ich durch Zufall einen indischen Film mit, und meine Schwester schrie warum ich diesen Film geholt hätte, wir würden ihn nie verkaufen weil die Leute hier mögen so etwas nicht. Sie gab ihn ganz nach vorne damit er sich schneller verkauft, doch den Leuten gefiel es, wir begannen unglaublich viele zu verkaufen weil wir damals die einzigen in Arequipa waren die indische Filme hatten, und von da an öffneten mehr Geschäfte.

Mit einem Bestand von über 600 verschiedenen Filmen, Premieren der Stars und Song& Dance-Kollektionen ausgestattet, werden an beiden Ständen je nach Andrang pro Tag zwischen 30 und 60 Raubkopien verkauft, was in Anbetracht der zahlreichen weiteren Verkaufsstände zu Filmen aller Art an quasi jeder Straßenecke der Stadt besonders beachtlich erscheint.

In beiden Fällen konstituiert sich der Beliebtheitsgrad eines Films primär über seine Schauspieler, wobei hierbei die Auftritte von Shah Rukh Khan, Amitabh Bachchan, Hritik Roshan, bis hin zu Salman Khan und Ayshwaria Rai den größten Absatz finden. Die von den beiden Verkäuferinnen genannten erfolgreichsten Filmtitel decken sich zu einem sehr großen Teil mit den in den Interviews eruierten Präferenzen der Mitglieder der Fan-Communities – und beinhalten große Namen wie *Devdas* (2002), *Dilwale Dulhania Le Jayenge* (contra viento y marea 1995), *Khabhi Kushi Khabhi Gham* (mi familia hindú 2001), *Kush Kush hota hai* (mi primer amor 1998), *Veer Zara* (2004) oder *Mohabbatein* (2000).

Zusätzlich zu bereits genannten Produkten werden auch diverse Accessoires (Ohringe, Armreifen als Modeschmuck) in beschränkten Mengen verkauft, allerdings erfreuen sich diese beinahe ausschließlich bei den Mitgliedern der verschiedenen Communities an Beliebtheit. Der allgemeine Fokus liegt viel mehr auf den Filmen sowie „*musicales*“ (d.h. separate Song& Dance-Sequenzen), da sich in den letzten Jahren in Arequipa auch eine Vielzahl an Geschäften etabliert hat, deren Hauptaugenmerk auf indische Gewürze, Räucherwerk, Kleidung und Schmuck gerichtet ist – und welche dementsprechend ein zufriedenstellenderes Angebot bieten.

Im Hinblick auf die Zielgruppe beider Shops können jedoch trotz längerer teilnehmender Beobachtung sowie Berücksichtigung der beiden Interviewpartnerinnen, weder Alterstendenzen festgestellt, noch geschlechterspezifische Unterschiede festgestellt werden. Allerdings werden bestimmte Intentionen deutlich, die möglicherweise Aufschluss auf den Grad der Auseinandersetzung mit der Thematik hindeuten. So beschreibt eine der Interviewpartnerinnen beispielsweise, dass ihrer Erfahrung zufolge das Interesse sich über die gekauften Produkte – und auch abseits davon – zu unterhalten, ein tendenziell die weibliche Seite umfassendes Phänomen darstellt, wohingegen sich dem männlichen Publikum ein eher zielgerichtetes Konsumverhalten zuschreiben lässt. Ohne diese Praxis verallgemeinern zu wollen spiegelt dies jedoch auch die Erfahrungen mit den anderen Interview-

partnerInnen innerhalb der Interviewsituation wieder, da trotz allgemeiner Redebereitschaft eine Überschwänglichkeit – gerade im Kontext der Darstellung individueller Lieblingsfilme – speziell bei den weiblichen Personen festgestellt werden kann. Inwieweit dies mit diversen Fanaktivitäten Hand in Hand geht, wird in den nächsten Kapiteln angesprochen.

Wie bereits erwähnt werden jedoch die Shops sehr stark von den Mitgliedern der Fan-Communities frequentiert, wobei beide Verkaufsstände im Verlauf der Forschung auch als Gemeinschaftstreffpunkte ausgemacht werden konnten, die nicht nur dem sichten der neuesten Publikationen, sondern auch dem face-to-face Austausch von Meinungen, Klatsch und Tratsch, sowie dem Transfer von Neuigkeiten über die diversen rivalisierenden Gruppen dienlich sind.

6.4 Hindi-Film (Erst-)Erfahrung

Nach Aussage der Leiterin von Hamesha Dosti existiert der aktuelle Boom um indisches Kino, ausgehend von Lima und Huancayo, in Arequipa seit ungefähr fünf Jahren. Wie in Kapitel 6.3 bereits verdeutlicht, hat sich in den letzten Jahren die Zugangsmöglichkeit zu regionalen Kinoformen durch die Piraterie erheblich verbessert, was mit Sicherheit – bedingt durch bessere Qualität (als vormals Vhs) und größere Wahlmöglichkeit (ebenfalls einzelne Sequenzen betreffend) – auch einen Schlüsselfaktor für dessen wachsende Popularität darstellt. Im Kontext der Ersterfahrungen mit indischem Kino ist festzustellen, dass ein überwiegender Teil der Befragten sich in einem Zeitraum von 2002 bis 2004 bewegt. Dies verifiziert einerseits die eben beschriebene Popularitätswelle – und geht andererseits zeitlich mit der Gründung der Fangemeinschaften einher.

Jedoch fand sich auch abseits der Dvd-piraterie bereits im Peru der 70er Jahre ein Zugang zum indischen Kino, wie eine 38 jährige und in der lokalen Bolly-Szene stark präsente Dame erzählte. Filme wie *Joker* (1985), *Mother India* (madre india 1957) und *Haati Mere Saathi* (mi familia elefante 1971) in schwarz/weiß haben trotz (für heutige Verhältnisse) schlechter Qualität einen nachhaltigen Eindruck hinterlassen. Das Aufkommen von Fernsehen und Video sowie der stetig wachsende Einfluss Hollywoods führten schließlich zu

einer Verminderung der Popularität der erst in den letzten Jahren aufgearbeitet werden konnte. (Vgl. DW_B0035)

Auch das *cine arequipa* (Stadtkino) spielte laut Aussage einiger Befragten zahlreiche Klassiker des indischen Kinos, allerdings wurde nach einer Umstrukturierung der Lokalität auch das Spielprogramm geändert. Eine der Befragten äußert sich dazu mit gemischten Gefühlen: *“En el cine no, son muy raras veces que las pasan y mayormente son las antiguas, madre India, joker, las antiguas que eran muy lloronas. Pero las actuales caso no las pasan. Nuestra intención también era conseguir que si las pasen así publicamente pero no lo hemos podido conseguir todavía”* (DW_A0023:39)⁸⁸

Zum Zeitpunkt der Datenerhebung lässt sich kein offizieller Vertrieb von indischem Kino feststellen. Die Meinungen über das aktuelle Programm hinsichtlich indischer Filme geht innerhalb der InterviewteilnehmerInnen stark auseinander, was auch den geringen Stellenwert von Kino deutlich sichtbar macht. Einzig die Möglichkeit der Sichtung einiger Hollywood-Blockbuster in *saga falabella*, einem nach deutlich westlichen Maßstäben ausgerichteten Shopping- und Kinokomplex, wird von einigen wenigen genutzt, eine intensivere Auseinandersetzung mit Kino im allgemeinen ist allerdings, obwohl das obige Zitat zweifelsfrei den Wunsch nach einem angemessenen Angebot suggeriert, nicht vorhanden. Dies liegt nach eigener Aussage einiger Interviewteilnehmer auch an der preisgünstigen Beschaffung der Raubkopien und der damit einhergehenden Möglichkeit des *widerholten Ansehens*. (zum Aspekt des „repeat viewing value“ siehe Kapitel 4.5) Eine Interviewteilnehmerin über ihren 2002 erstmals gesehenen Film *mi familia elefante*: *„otra vez otra vez otra vez la ponemos“* (DW_A0026:74)⁸⁹

Im Kontext von Ersterfahrungen mit Hindi-Filmen sind die bereits genannten *Joker*, *Madre India* und *mi familia elefante*, sowie *mi familia hindú* am zahlreichsten genannt worden, wobei sich hierbei ein durchgehender roter Faden ausmachen lässt. Interessant ist, dass eine überwiegende Mehrheit der Interviewpartner den bereits erwähnten Film *Joker* tatsächlich vor langer Zeit (bis Mitte der 90er Jahre) als *ersten* Hindi-Film generell gesehen haben, ihn jedoch in vielen Fällen erst Sekundär erwähnen. Der primäre Kontakt

⁸⁸ Freie Übersetzung des Inhalts: Nein, im Kino kommen nur ganz selten Filme, wenn dann die Alten, Mother India, Joker, die Alten die sehr zum heulen waren. Aber die Neuen kommen fast nie. Es war auch unsere Absicht die Filme mehr publik zu machen, aber das haben wir immer noch nicht geschafft.

⁸⁹ Freie Übersetzung des Inhalts: immer und immer und immer wieder haben wir ihn uns angesehen.

wird spontan eher durch Filme wie *mi familia hindú*, *Mohabattein* oder *Asoka* konstituiert – deren Bewunderung auch eine weitere Auseinandersetzung mit indischem Film zur Folge hatte und deren Erwähnung sich in vielen Fällen auch mit genannten Lieblingsfilmen deckt.

Ein weiterer Punkt, der sich als Konstante innerhalb der Hindi-Film Ersterfahrungen ausmachen lässt, ist der sowohl bei männlichen, als auch weiblichen InterviewpartnerInnen hohe Stellenwert der Familie. Oft als oberste Prämisse konstituiert ist diese stark involviert in die Rezeption indischer Populärkultur, wobei auf der einen Seite von etwas weniger wie der Hälfte der Befragten Personen der Einfluss der Geschwister (älter und jünger) hervorgehoben wird. Auch innerhalb der Communities ist auffallend, dass Geschwister nicht selten das kollektive Hobby Tanzen teilen. *“Mi hermana trajo la película porque le dijeron que es una bonita película, porque bailan bonito mi hermana me dijo, y vieron que bailaban bonito, ya pues era la primera vez que mira una película así donde bailaban tantas tantas danzas, que bailaban bien y entonces me ha gustado mucho”* (DW_A0021:21)⁹⁰

Mehr als die Hälfte der Interviewten geben auf der anderen Seite an, durch ihre Eltern den Bezug zu indischem Kino gefunden zu haben. Obwohl sich hierbei zwar zwangsläufig graduelle Unterschiede ergeben, wird ein Großteil der Eltern von den InterviewpartnerInnen als ebenso fanatisch im Kontext von Bollywood charakterisiert. Eine der Befragten betont an dieser Stelle besonders ihren Vater: *“A mi papa cuantos años tiene... ah mi papa ya es mayor debe tener cincuenta y tantos mi papa le gusta ah te diré de repente fue por mi papa dice que de jovencito le gustaba mucho el cine hindú, mucho hasta el anhelaba irse ala India cuando mucho antes de que me tuviera a mí, mucho antes que se casarse era de repente como unos jóvenes que le encantan y quiere de repente conocer la India conocer a las actrices, era igual mi papa no se perdía ni una película como antes todo era cine arequipa en el cine arequipa pasaban las películas* (DW_C0041:262)⁹¹

⁹⁰ Freie Übersetzung des Inhalts: Meine Schwester brachte den Film weil man ihr gesagt hat er sei schön, weil sie schön tanzen, sagte meine Schwester, und wir sahen wie schön sie tanzten. Ja das war das erste Mal, dass ich einen Film gesehen habe wo so viel getanzt wurde, es hat mir sehr gefallen.

⁹¹ Freie Übersetzung des Inhalts: Ah mein Papa ist 40 und ein bisschen, ihm gefällt indisches Kino schon seit er jung ist, schon bevor er mich bekommen hat, bevor er geheiratet hat, wollte er nach Indien, wollte die Schauspielerinnen kennenlernen, er war gleich mein Papa, keinen Film hat er ausgelassen, damals wo sie die Filme im Kino Arequipa gespielt haben.

Verfolgen wir die eingangs erwähnten Zugänge zum indischen Kino nochmals zurück, so scheint dies kein Zufall, da viele der Eltern bereits seit den 70ern indische Musik und indische Tänze rezipieren – und dies an die folgende Generation weitergetragen haben.⁹²

In allen Fällen, in denen explizit eine Aussage hinsichtlich des Motivationsgrundes für die Rezeption indischer Populärkultur genannt wurde, steht also die Familie auf die eine oder andere Art im Mittelpunkt. Betrachtet man sich die durchgehend der urbanen Mittelschicht entstammenden Lebenswelten der Befragten, so ist dies nicht nur im Kontext des cine hindú von Relevanz, sondern als Teil eines kulturellen Mindsettings zu betrachten. Traditionelle, patriarchalische Elemente („*el Machismo*“- Chauvinismus als Alltagsrealität) gepaart mit emanzipatorischem Gedankengut scheinen hierbei Rückschlüsse auf bestimmte Identifikationsmechanismen zu eröffnen.

Die Bedeutung von Familie und Familienstrukturen im indischen Film wird als annehmbarer und vor allem artverwandter Wert empfunden, der trotz oder gerade *wegen* seiner Traditionsgebundenheit heroisiert wird, dies zeigte bereits Larkins Forschung bei den Hausa in Nigeria (siehe Kapitel 4.7). Gehen wir jedoch davon ausgehend noch einen Schritt weiter und betrachten das zu einem Großteil studierende und dementsprechend junge Publikum indischen Kinos in unserem Sampling, so scheint ein zu Beginn leuchtendes Paradoxon hinsichtlich eines kulturellen Wandels, der besonders die peruanische Mittelschicht umfasst, mehr und mehr aufgeweicht. Der Gedanke an eine zumindest zum Teil emanzipierte, studierenden Frau (der eurozentristische Blick aus der Position der Forscherin kann hierbei freilich kaum ausgeblendet werden) in einem (noch) konservativen (wenn auch nicht zwangsläufig traditionsgebundenen) Land, die sich mit im Film dargestellten patriarchalischen Strukturen identifiziert, scheint im ersten Moment ungewöhnlich. Die Identifikation mit den dargestellten Werten hinsichtlich des gemeinsamen Backgrounds ist jedoch nicht unverständlich – und wird durch die universellen Ideale von Freiheit, Romantik und Liebe komplementiert, sowie den bereits in Kapitel vier angesprochenen Konventionsbrüchen, die in aktuellen Hindi-Filmen stark thematisiert werden.

⁹² Deutlich bemerkbar ist dies auch in der Anzahl der rezipierten Filme, die sich in diesen Fällen, dadurch vermutlich begünstigt, durchgehend im dreistelligen Bereich befinden. Höchstzahlen sind hierbei bei DW_B0038 und DW_C0051 mit ungefähr 600 gesehenen Filmen zu bemerken.

6.5 Bin ich ein Fan?

Was einen Fan als Rezeptionsfigur ausmacht, wurde unter Beachtung bereits existierende theoretischer Konzepte in Kapitel drei mit Fokus auf die Arbeiten Jenkins und Fiskes ausführlicher erläutert. Rufen wir uns an dieser Stelle jedoch die Idee des aktiven Medienrezipienten nochmals ins Gedächtnis, so sind auch hier eine Hinwendung zu empirischen Daten und die Beachtung der Sicht des Fans selbst von Nöten. Es geht also einerseits um *Selbstwahrnehmung* und *Selbstdarstellung*, um das Fan-Sein und um die Bedeutung dessen, andererseits aber auch um die Artikulationsebene im Alltag.

An dieser Stelle ist gleich vorweg eine den erhobenen Daten von beinahe allen InterviewpartnerInnen eindeutig zu entnehmende Eigenwahrnehmung als „Fan“ festzumachen. Allerdings steht damit zusammenhängend auch eine Differenzierung in *Fan der Filme* und *Fan des Tanzes* im Raum. Dies findet wiederum in der Wahrnehmung der Schauspieler und Stars einen gemeinsamen Anknüpfungspunkt. Auffallend dabei ist auch die Unterscheidung in traditionelle und moderne Filme (*hindú tradicional y hindú moderno* siehe Kapitel 7.4), wobei eine signifikante Mehrheit erstere Form des indischen Kinos präferiert. Namhafte Filme der Kategorie „hindú tradicional“ sind für die Befragten beispielsweise *mi Familia Hindú*, *Devdas* oder *Mohabattein*, um die am Häufigsten angesprochenen zu nennen. Bei jenen zum größten Teil männlichen Personen, die sich *als Fan* eher mit dem Tanz als mit den Filmen identifizieren, steht hingegen eine eindeutige Hinwendung zu *hindú moderno* (beispielsweise *Krish/Dhoom*) und damit einhergehendem modernerem Tanzstil im Vordergrund, der von den Befragten als *hindi-pop* konstituiert wird. Dies wird jedoch in Kapitel 7.3 näher ausgeführt.

Zum Fan-Sein gehört bei allen InterviewpartnerInnen klar der Besitz von Postern, die auch innerhalb der jeweiligen Communities verschenkt und getauscht werden, mit einem großen Stellenwert behaftet. Von besonderer Erwähnung sind hier Poster des bereits mehrfach angeführten Superstars Shah Rukh Khan sowohl von männlichen, als auch weiblichen Befragten – was in Anbetracht des zweigespaltenen Verhältnisses zu dessen Person interessant erscheint. Obwohl es durch die Reihen der bekennenden Fans sowohl im Kontext von Film als auch Tanz nur bedingt negative Äußerungen über SRK zu vermerken sind, gibt es doch eindeutige Unterschiede in der Wahrnehmung. Dabei wird der Star – dessen Popularität in unserem Sampling omnipräsent und seitens der weiblichen

Personen ungleich intensiver zu erwähnen ist – von einigen als zwar als wichtiges „Inventar“ des indischen Films und mit außergewöhnlichem schauspielerischem Talent beschrieben, jedoch nicht als bester Schauspieler mit explizitem Fokus auf tänzerisches Können konstituiert. Um jedoch gleich vorweg mögliche Vorurteile aus dem Weg zu räumen, ist anhand der Interviews keine geschlechterspezifische Tendenz bezüglich der Ablehnung oder Annahme als Schauspieler festzustellen. Die Thematik um Shah Rukh Khan und das indische Starsystem wird in Kapitel 7.2 detaillierter erläutert.

Was nun das Fan-Sein explizit für die Befragten bedeutet, lässt sich anhand einiger angesprochener Themen subsumieren. Dem Ernst, der dem Thema generell gewidmet wird, schwingt auch das Wissen um eine negative Konnotation des Begriffs Fan im Kontext von Fanatismus und Exzess mit, welches jedoch in den meisten Fällen trotzdem mit einer positiven Relation der eigenen Person gegenüber einhergeht. Über das Fan-Sein generell bemerkt einer der Interviewpartner: *“Estar un fan...Para mi un fan debe ser una persona que no solamente diga que me gusta y de un tiempo acá y al otro tiempo se cambia por otra persona. O por la persona aparezca de moda. eso no debería ser un fan, un fan no debería hacer eso si uno si dice que es fan de SRK debe ser hasta la muerte y si apareció otra mega estrella aparece pero yo sigo con SRK hasta el final”*⁹³ (DW_A0021:33)⁹⁴

Aufschlussreich ist hierbei auch, welchen Aspekten das Fan-Sein gewidmet ist. Eine Interviewteilnehmerin postuliert in diesem Zusammenhang: *“tratar de imitarlos, saber más sobre la India, por sus actores... tratar de saber más sobre ellos”* (DW_B0036:198)⁹⁵

Hier steht einerseits die Betonung von Indien im Zentrum, damit einhergehend jedoch auch die große Bedeutung der Schauspieler, die von den meisten Befragten als wesentliches Element ihres Fan-seins hervorgehoben wird – und uns Rückschlüsse auf die in Kapitel vier bereits erwähnte Bedeutung und Einzigartigkeit des indischen Starsystems ziehen lässt. Schauspieler und deren Privatleben sowie das „Sammeln von Informationen“

⁹³ Auch hier ist eine Identifikation zu indischen Stars (und insbesondere Shah Rukh Khan) deutlich, die bei einem Großteil der InterviewteilnehmerInnen als Qualitätsmerkmal indischen Kinos unerlässlich scheint.

⁹⁴ Freie Übersetzung des Inhalts: Ein Fan sein... Für mich ist ein Fan eine Person, die nicht sagt, dass es ihr gefällt und sich nach kurzer Zeit wieder ändert, je noch Mode, das ist kein Fan, ein Fan so wie jemand sagt er ist Fan von SRK ist das bis zum Tod, und auch wenn ein anderer Megastar auftaucht folge ich SRK bis zum Ende.

⁹⁵ Freie Übersetzung des Inhalts: versuchen sie zu imitieren, mehr über Indien zu wissen, über die Schauspieler... versuchen mehr über sie zu wissen.

stehen also ebenso im Zentrum wie das Sammeln von themenrelevanten Dingen wie Postern etc.

“Ser una fan es mirar todas sus películas, saber de su vida por ejemplo, de Roshan que hace, cuales son sus hobbies, que le gusta hacer...Cual es su vida, quien fue su enamorada, Shahíd por ejemplo cuando termino con Karina, quantos años tiene, todo eso, hacer un seguimiento de su vida personal. Eso es un fan, investigar bastante de los artistas, tener un poster en tu cuarto, te llevantes en la mañana y te ves ahhh jeje... coleccionar sus fotos, saber todo acerca de su vida” (DW_B0029:120)⁹⁶

“Fanática para mi involucra muchas cosas por ejemplo coleccionar todo sobre tu actor favorito, coleccionar todas las película, tener en cd, tener póster, tener fotos, tener ropa, bailar.. ósea completa” (DW_C0050:350f)⁹⁷

Interessant ist, dass auch bei den wenigen Interviewten, deren Eigenwahrnehmung nicht unter einem „Fan-Sein“ konzipiert ist, eine eindeutige Tendenz bzw. Hinwendung zu Fan-Aktivitäten, wie die gerade angesprochene aktive Vervollständigung durch den Tanz. Diese Widersprüchlichkeit innerhalb der eigenen Aussagen ist vermutlich einerseits auf die Differenzierung in Tanz und Film – sowie andererseits auf die pejorative Konnotation des Begriffs „Fan“ im Sinne einer exzessiven, die Kontrolle verlierenden Person zurückzuführen, die eine Selbstdeklaration innerhalb einer Interviewsituation verhindert.

Einen wichtigen Punkt in der Selbstwahrnehmung als Fan nimmt die Bedeutung bzw. Beeinflussung in der Alltagswelt ein. Dabei steht die Betonung der Musik in den meisten Interviews – sowohl bei männlichen, als auch weiblichen GesprächspartnerInnen – an erster Stelle, wie folgende Interviewpartnerin bemerkt:

⁹⁶ Freie Übersetzung des Inhalts: Fan sein heißt alle seine Filme kenne, alles über sein Leben wissen, zum Beispiel Roshan, was er macht, was seine Hobbies sind, was ihm gefällt...sein Leben, mit wem er zusammen war. Oder Shahid, wann mit Karina Schluss war, wie alt er ist, alles das. Sein Leben verfolgen. Das ist ein Fan, alles über die Schauspieler herausfinden, Poster im Zimmer haben, Fotos sammeln...

⁹⁷ Freie Übersetzung des Inhalts: Fanatisch beinhaltet viele Dinge für mich, zum Beispiel alles über deinen Lieblingsschauspieler sammeln, alle Filme sammeln, alles auf CDs haben, Poster, Fotos, Kleidung haben, tanzen... komplett alles.

“Si, me hace sentir bien. A veces cuando estoy triste, me pasa algo así en al universidad, así y encuentro una canción bonita, te sube el animo... si influye bastante” (DW_C0051:383)⁹⁸

Über den generellen Einfluss indischer Populärkultur in ihrer Alltagswelt fasst eine weitere Befragte zusammen: *“Claro, influye, en cierta forma, como te digo en mi cuarto tengo pegado full posters y al lado de mi cama tengo una foto de SRK. A mis mascotas le pongo nombres hindús, Mi gato se llama Shamir, mi gata se llama Rany. Si influye bastante todo lo veo hindú. Hasta mi mail y mi contraseña es todo de Shah Rukh Khan.”* (DW_B0032:153f)⁹⁹

Zudem führt uns dies zu weiteren Fanaktivitäten bzw. Artikulationen im Alltag, die mit den folgenden Zitaten kurz angeschnitten werden – und in den weiteren Kapiteln ausgeführt werden. Dazu gehört einerseits die individuelle Produktion¹⁰⁰ von Fan-Art...

“Es que los poster son muy comunes y generalmente a mi como yo soy fanatica me gusta tener algo único y entonces yo opte por trabajar en el adobe fotoshow y hacerme yo misma mis póster” (DW_C0051:384)¹⁰¹

...und andererseits die intensive Auseinandersetzung mit der fremden Sprache und der damit einhergehendem Stellenwert von Tanz und Musik bzw. Song & Dance.

“Me encantaría aprenderlo [Hindi], sería muy interesante [...] Para saber lo que cantan en sus musicales.. Para entender sus movimientos de danza ya” (DW_A0027:100)¹⁰²

⁹⁸ Freie Übersetzung des Inhalts: Ja ich fühle mich damit besser. Manchmal wenn ich traurig bin oder mir auf der Universität etwas passiert ist spiele ich ein schönes Lied, es belebt dich... ja es beeinflusst mich sehr

⁹⁹ Freie Übersetzung des Inhalts: Klar beeinflusst mich das. Wie ich dir gesagt hab, mein Zimmer ist voll mit Postern, neben meinem Bett hab ich ein Foto von SRK. Meinen Puppen gebe ich indische Namen, mein Kater heißt Shamir, meine Katze Rany. Ja es beeinflusst mich sehr, ich sehe alles indisch. Von meiner Mail bis zum Passwort ist alles zu SRK.

¹⁰⁰ Hier vorweg eine kurze Zusatzklärung: Der Begriff Fan-Art bezieht sich auf die Produktion von Fan-Artikeln wie Collagen, Postern etc. (auch unter Zuhilfenahme von Bildbearbeitungsprogrammen wie Photoshop) Fan-Fiction hingegen bezieht sich auf die Produktion und Veränderung von Texten bzw. mit anderen Worten dem eigenständigen Verfassen von themenbezogenen Geschichten.

¹⁰¹ Freie Übersetzung des Inhalts: Also die Poster sind sehr üblich, aber für mich als Fan ist es wichtig etwas Besonderes zu haben, also mach ich mir mit Photoshop meine eigenen Poster.

¹⁰² Freie Übersetzung des Inhalts: Sehr gerne würde ich Hindi lernen, wäre sehr interessant. Damit ich weiß was sie in den musicales singen. Damit ich die Bewegungen und den Tanz verstehen kann.

Das Übersetzen der jeweiligen Texte nimmt hierbei im Kontext der spezifischen Fanaktivitäten eine große Rolle ein, kann im Zuge der Datenerhebung jedoch nicht mit dem Begriff Fan-Fiction assoziiert werden, da sich in diesem Fall durch die Befragten keine eindeutige Veränderung der Texte bzw. Verfassung eigener Texte ausmachen lässt.

Man könnte meinen, Fiskes Theorie der Abgrenzung mit Fokus auf den exzessiven Fan auch hier im Kontext des *cine hindú* und seiner intensiven Rezeption in Arequipa zur Anwendung zu bringen. Allerdings erscheint dies doch problematisch, da zwar in den seltensten Fällen eine parallele Artikulation des Fan-Seins auszumachen ist, sehr wohl aber eine Positivkonnotation von (Stör-)Elementen, wie sie beispielsweise in Form anderer Filmtraditionen zu finden wären.¹⁰³ Vielmehr scheint die Möglichkeit des kollektiven Teilens im Zuge der Gemeinschaftstreffen und Tanzproben einer Abgrenzung *entgegenzuwirken*.

Die Artikulation des Fan-Seins nach außen erscheint anhand der spezifischen Thematik gerade unter dem Aspekt der Fan-Produkte generell jedoch recht schwierig. Fan-Gegenstände in Relation zu Indien und indischem Kino sind mit einem hohen Stellenwert behaftet, was nicht nur den Besitz von Filmen, Musik, und Postern – sondern auch Kleidung und Accessoires (insbesondere bei den weiblichen Befragten) miteinschließt, die jedoch in der Alltagswelt nicht in der Form nach außen getragen werden können, wie es beispielsweise anhand von Band-T-Shirts et cetera möglich wäre. Inwieweit dies Auswirkungen auf die Tanzaktivitäten bzw. auf die bereits angesprochene Bedeutung der öffentlichen Präsentation selbiger ausübt, bleibt an dieser Stelle noch offen.

6.6 Popularität allgemein

Wie bereits erwähnt wird im Kontext der befragten Mitglieder der Fan-Communities eine spezielle Form des indischen Kinos bevorzugt, die sich unter *hindú tradicional* (traditionelle Filme) zusammenfassen lässt. Der dabei am Häufigsten genannte Lieblingsfilm der Befragten ist mit großem Abstand *mi Familia Hindú* und seinem Haupt-Thema *Bole*

¹⁰³ Angemerkt wurden hierbei an einigen Stellen besonders koreanische „*novelas*“ – die ihrerseits hinsichtlich der Wahrnehmung einiger InterviewteilnehmerInnen ebenso eindeutig von westlichen Maßstäben zu unterscheiden sind. Weitere Erwähnungen beziehen sich auf Jet Li, Jacky Chan und die Betonung asiatischer Kampfkunst.

Chudiyān¹⁰⁴, dahinter folgen *Asoka*, *Veer Zaara*, *Mohabattein* und *Devdas*, deren Musik sowie die Betonung auf die Mehrheit der Filme mit Superstar Shah Rukh Khan in der Hauptrolle. Dies deckt sich ebenfalls mit den Aussagen der genannten Verkäuferinnen. Interessant an dieser Stelle ist auch, *ob bzw. wie* sich das Phänomen Bollywood abseits der Fan-Communities bemerkbar macht, und wie diese vom Publikum wahrgenommen werden.

Besonders interessant ist die Präsenz von semi-professionellen peruanischen Filmproduktionen, die sich abseits (sowie zum Teil mit Hilfe) der Fan-Communities in einer Inkorporation indischer Themen versuchen. Einer der Interviewteilnehmer und ehemaliges Mitglied von India-Aqp, der im Zuge seiner Ausbildung am Instituto Charlie Chaplin (Filminstitut Arequipa) bereits mehrere Produktionen wie beispielsweise „Mónica“ und „Sarah Ellen“ ins Leben gerufen hat, erzählt: *„Esta película con las vampiras hemos hecho con efectos especiales, quedamos tratado de hacer algo así como la película de Dhoom de la India, esa película Dhoom donde parece Hritik Roshan así en algo así quedamos hacer con esa película de Sarah Ellen, ya hemos filmado el 90% de la película ya no, faltan de filmar de 10% , en ese 10 % hay dos musicales, y nos hemos inspirando en las películas como Dhoom, Asoka, cual es la otra...otra película de acción del cine hindú y su musicales para hacer esos musicales lo que vamos en filmar en las escenas.“* (DW_A0024:44)¹⁰⁵ Die Premiere des (Kurz-)Films erfolgte jedoch lange nach Beendigung des Feldforschungsprojektes.

Auf die Frage nach spezifischen lokalen Aktivitäten im Kontext indischer Populärkultur wurden nicht nur die Präsentationen und Tanzkurse der Communities, sondern auch die Existenz der religiösen Bewegung der Hare Krishnas und die Partizipation bei deren Kursen und Veranstaltungen mehrfach erwähnt. *“Si, yo bailo en un grupo de danza hindú tradicional que es los Hare Krishnas y bueno a ellos también les gusta las películas hindú“* (DW_C0049:348)¹⁰⁶ Inwieweit sich diese Gruppe tatsächlich mit indischem Kino auseinandersetzt wurde im Zuge der Datenerhebung nicht berücksichtigt, allerdings ist

¹⁰⁴ http://www.youtube.com/results?search_type=&search_query=kabhi+kushi+kabhi+gham%23&aq=0

¹⁰⁵ Freie Übersetzung des Inhalts: Diesen Vampirfilm haben wir mit Spezialeffekten gedreht, wir wollten etwas machen wie im Film Dhoom aus Indien mit Hritik Roshan. Von Sarah Ellen haben wir schon 90 Prozent fertig, 10 Prozent fehlen noch und da gibt es zwei Musikszenen, wobei uns die indischen Filme Dhoom, Asoka und noch ein indischer Action-Film für die Szenen inspiriert haben die noch gedreht werden.

¹⁰⁶ Freie Übersetzung des Inhalts: Ja, ich tanze in einer traditionellen Tanzgruppe der Hare Krishnas, auch ihnen gefallen die indischen Filme.

seitens der interviewten Personen eine beinahe bewundernde Haltung in Zusammenhang mit der Erwähnung selbiger festzustellen.

Ein Großteil der InterviewpartnerInnen nennt also auch abseits der Communities Rezipienten, welche sich mit der Thematik des indischen Kinos befassen. Als beliebte Gesprächspartner zählen dabei Familienmitglieder, Studien- und Arbeitskollegen, die sich aus zeitlichen Gründen nicht als Tänzer, sehr wohl jedoch als Fan mit Bollywood auseinandersetzen. Über das Ausmaß der Beschäftigung jener Personen kann keine explizite Aussage getroffen werden, allerdings geht mit dem erwähnten Stellenwert der Familie eine intensive familiäre Auseinandersetzung mit Bollywood einher. Dies ist sowohl als Motiv für die Rezeption, als auch für die Weitergabe von themenrelevanten Informationen wesentlich.

Wie bereits erwähnt wurden im Zuge der teilnehmenden Beobachtung auch vier öffentliche Präsentationen der Communities Barathi Dil und Hamesha Dosti besucht, wobei sich hierbei signifikante Unterschiede bezüglich des Publikums feststellen ließen. Die beiden Auftritte von Barathi Dil wurden im Zuge von Veranstaltungen der Stadt Arequipa durchgeführt, in deren Rahmenprogramm sich auch zahlreiche weitere lokale Tanzgruppen (mit Fokus auf traditionelle bolivianische und peruanische Tänze) befanden. Das dementsprechende breitgefächerte (und weniger enthusiastische) Publikum schien weit mehr Wert auf die farbenreichen Kostüme und den exotischen Stellenwert zu legen, als auf die von der Fan-Community ausgefeilten Choreographien. Details zu den Umständen bzw. Feierlichkeiten konnten nicht eruiert werden, da oft den Mitgliedern selbst nur spontan von der Möglichkeit einer Aufführung mitgeteilt wurde – und sich derartige Informationen nur spärlich weitergetragen haben. Die beiden Präsentationen von Hamesha Dosti erfolgten hingegen im Zuge von Feierlichkeiten der UNSA (Universidad Nacional de San Agustín de Arequipa) und wurden dementsprechend von einem wesentlich jüngeren Publikum frequentiert. Die Beobachtungen während der Präsentation ergaben ein vergleichsweise überschwänglicheres – und auch interessiertes Publikum, was auch die Zielgruppe der Interviewten Personen bzw. den in einem Durchschnitt von knapp 21 Jahren situierten Altersbereich widerspiegelt.

Die bisherigen Ausführungen zeigen, dass auch abseits der spezifischen Tanz- und Fan-Communities eine Hinwendung zu indischer Populärkultur festgestellt werden kann, allerdings scheint dabei die Tendenz trotz vergangener Rezeptions-Ströme eher in die Richtung eines jüngeren Publikums zu weisen. Ob an dieser Stelle nun beispielsweise von einem Bollywood-Boom abseits der Communities zu sprechen ist, sei dahingestellt. Faktum ist, dass sich das Phänomen des *cine hindú* in Arequipa als Sub- bzw. Fankultur artikuliert, und die Rezeption in ihrer vollen Bedeutungsentfaltung erst beim einzelnen Individuum sichtbar wird bzw. festzumachen ist.

7. Rezeption der Repräsentation – Die Wahrnehmung der Inhalte

„Bollywood represents an ideal India in the collective imagination, not the real, problematised nation but the shared cultural fantasy of an idealized India that is constantly striven for. [...] Even within the films themselves, the contradiction between the ‘fantasy’ India and the ‘real’ India is constantly left suspended and unresolved.”

(Dudrah 2006:63f)

Die genannten Fan-Communities als Kern der empirischen Datenerhebung und sichtbarste Artikulation des Bollywood-Phänomens in Arequipa bilden nun die Zündflamme einer Analyse der inhaltsspezifischen Rezeption auf individueller Ebene. Erst der Einzelne als Bedeutungsgeber und als globales Subjekt in der translokalen Prozesshaftigkeit eines kulturellen Wandels situiert, gibt uns im Grunde Aufschluss über das Ausmaß der lokal spezifischen Aneignung eines transnationalen Medienproduktes und seiner medial vermittelten Repräsentationen, dessen Besonderheiten ein weiteres mal – nun jedoch aus der Sicht des bekennenden peruanischen Fans selbst – zur Diskussion stehen.

Das empirische Datenmaterial bietet hierfür einen äußerst vielschichtigen Pool an Informationen, der jedoch keinesfalls in seiner Gesamtheit erfassbar ist. Im Verlauf des folgenden Kapitels werden einige im Kontext der theoretischen Ausführungen bzw. im Zuge der Datenerhebung von großer Relevanz erscheinende Aspekte hervorgehoben, wobei nun an dieser Stelle vorweg ein gedankliches Assoziationsspiel einleitend in den Raum gestellt wird.

7.1 (Frei-)Raum für Assoziationen

Wie bereits in Kapitel 5.1 dargestellt, wurde jedem Interviewteilnehmer anfangs der Raum für eine spontane Auseinandersetzung mit den Begriffen *cine hindú* bzw. Bollywood eröffnet, wobei selbige Assoziationen im Zuge einer abschließenden Kontrollfrage am Ende des Gesprächs nochmals wiederholt wurden. Hierbei können jedoch in allen Gesprächen durchgehend nur marginale Veränderungen bezüglich der Sicht auf indisches Kino festgestellt werden, die sich darüberhinaus zum Teil auch bereits in der restlichen

Gesprächssituation im Kontext von spezifischen Betonungen seitens des Interviewten wiederfanden. Einzig die schlussendliche Betonung des kulturellen Aspekts im Zuge einer Beeinflussung durch die Leitfragen ist möglicherweise auffallend, kann aber nicht in einer derart intensiven Ausprägung festgestellt werden, als dass dadurch etwaige Rückschlüsse möglich (oder notwendig) wären. Da sich die Assoziationen aus der Sicht des Fans außerdem äußerst vielschichtig präsentieren, wird im Folgenden versucht, allgemeine Tendenzen angesichts der Häufigkeit bestimmter Begriffe zu eruieren, sowie die damit einhergehenden Erklärungsmodelle der Befragten als mögliche „Dealmaker“ für die spezifische Wahrnehmung des Hindi-Films zu erfragen.

“Amor, porque todas sus películas transmiten el amor. En cada una sea de accion siempre hay una escena donde hay esta el amor” (DW_A0025:58)¹⁰⁷

Als Überbegriff ist die Assoziation mit dem Begriff „Amor – Liebe“ allem voranzustellen, da selbiger in mehr als zwei Drittel aller Fälle von den Personen im Zusammenhang zu Bollywood bzw. indischer Populärkultur Erwähnung findet. Angesprochen wird auf der einen Seite dessen Omnipräsenz in der Mehrheit aller Hindi-Filme, sowie die vielschichtigen Artikulationen, die damit einhergehen, und sich nicht nur auf ein Liebespaar, sondern auch auf Eltern bzw. Familie beziehen.¹⁰⁸ Auf der anderen Seite geht damit jedoch auch eine spezifische Wahrnehmung einher, die einen undifferenzierten Blick zwischen der filmischen Diegese und der echten Welt zu beinhalten scheint, bei näherer Betrachtung jedoch viel mehr einen Idealwert veranschaulicht, sowie den Wunsch, selbiges auch in der eigenen Lebenswelt integriert zu wissen. Lassen wir jedoch das Publikum für sich selbst sprechen:

„Amor siempre existe en todos hacia la familia hacia los padres hacia los hijos, que mas te dije, el romanticismo [...] Creo que es la base para todas las películas” (DW_C0049:358)¹⁰⁹

¹⁰⁷ Freie Übersetzung des Inhalts: Liebe, weil in allen indischen Filmen geht's um die Liebe. In jedem einzelnen selbst einem Action-Film gibt's zumindest eine Szene.

¹⁰⁸ Hier findet sich eine eindeutige Parallele zu den theoretischen Ausführungen bezugnehmend auf Claus Tieber in Kapitel vier, die sich auch in Folge im Kontext von kulturellen Tabus und Stellenwert der Familie verdichtet.

¹⁰⁹ Freie Übersetzung des Inhalts: Liebe existiert in Allem, von der Familie zu den Eltern und Kindern, was noch ja Romantik. Ich glaube, dass ist die Basis für alle Filme.

“El amor, porque el amor que se tienen, que demuestran en las películas es realmente puro, verdadero. Nobleza, porque la gente es de condición humilde, los temas que se dan en las películas no son casos extraordinarios ni cosas inexistentes, son cosas que realmente pasan.” (DW:B0031:148)¹¹⁰

“Por que en las películas casi la mayoría tratar de amor, que se separan, de que de repente se enamoran y como que no pueden por que los papas y de repente la posición social y un montón de cosas que pasan en las películas y que son realmente triste a veces, porque uno se puede identificar con las películas, no” (DW_C0041:259)¹¹¹

Mit großem Abstand stechen bei allen InterviewpartnerInnen außerdem die Schlagwörter *romanticismo/romanticas, danza/baile, tradicion, cultura* und *sentimiento*¹¹² als am Häufigsten genannte Begrifflichkeiten hervor, was anhand der besonderen Aspekte des Hindi-Films (Details dazu siehe Kapitel vier) nicht überraschend ist. Auffallend hierbei ist, dass trotz der Präferenz von modernem indischen Kino bei einigen der männlichen Befragten, die Verteilung der eben genannten Schlagwörter ungefähr ausgeglichen – und keine expliziten geschlechterspezifischen Unterschiede hervorgehoben werden können. Der Tanz als Besonderheit Bollywoods schwingt allerdings dem Großteil der genannten Assoziationen mit und wird im Gespräch immer wieder betont. Interessant ist an dieser Stelle auch die Betonung des kulturellen Aspektes, der bereits unter dem Emblem der Community India-Aqp als *„Comunidad de Cultura Hindú“* grell leuchtet. Von den InterviewpartnerInnen werden in diesem Zusammenhang sowohl die (patriarchalische) Familienstruktur Indiens – meist in Zusammenhang mit der Erwähnung des Films *mi Familia Hindú*, und die Besonderheiten indischer Hochzeitszeremonien (aus einem bewundernden Blickwinkel betrachtet), als auch das von Claus Tieber in Kapitel vier postulierte Tabu von Filmküssen oft thematisiert.

¹¹⁰ Freie Übersetzung des Inhalts: Die Liebe, weil die Liebe die sie haben, die sie in ihren Filmen zeigen ist wirklich pur und wahrhaftig. Nobel, weil die Menschen sehr bescheiden sind, die Themen der Filme sind nicht außergewöhnlich, es keine Dinge die nicht existieren sondern Dinge die wirklich passieren.

¹¹¹ Freie Übersetzung des Inhalts: Weil die Mehrzahl der Filme dreht sich um die Liebe, sich trennen, sich wieder verlieben, und manchmal sind die Dinge wirklich traurig, dass sie nicht zusammenkommen wegen der Eltern, der sozialen Position, man kann sich mit den Filmen identifizieren.

¹¹² Freie Übersetzung des Inhalts: Romantik/romantisch, Liebe, Tanz, Tradition, Kultur und Gefühl

“Conservado en todo aspecto y creo que también es importante demostrar eso por su cultura, en las películas por ejemplo son muy románticos, creo que les gusta expresar lo que sienten, no se quedan callados, son muy respetuosos con las mujeres por demás en las películas no parece o no se besan, no veo muchas escenas apasionadas en el cine hindú...se ve más lo que es respeto, respeto a las mujeres” (DW_A0026:74)¹¹³

“Romanticismo porque todas las películas que yo he visto, siempre habido un toce de romanticismo donde el chico, generalmente nunca la besa a la mujer, jamás la besa. la llega a tocar pero cuando la toca no la toca con morbo, la toca con cariño” (DW_A0021:20)¹¹⁴

Zudem wurden von einer Vielzahl der Befragten Adjektive wie *hermoso*, *dramatico*, *maravilloso*, *entretenido*, *mistico*, *motivador*, *sencillo* und *melancolico*¹¹⁵ als Beschreibungskategorien genannt, sowie Assoziationen mit *Drama*, *Passión*, *Diversión*, *Fuerza*, *Expresión*, *Historia*, *Fantasía*, *Valores*, *Felicidad*, *Lucha*, *Religión*, *Respeto*, *Arte*, *Realismo* bzw. *Acción*¹¹⁶ gezogen, wobei knapp die Hälfte der Begriffe (hier v.a. Kunst, Ausdruckskraft) auch parallel in Verbindung mit der Besonderheit des Song & Dance gesetzt wurde.

Interessant sind hierbei auch die einzelnen spontanen Deklarationen, die das Fan-Sein des Einzelnen nochmals transparent werden lassen...

*“algo hermoso que me pasó, nada más”–“me gusta más que todo, es algo bien”–
“mejores y superbonitas”¹¹⁷*

¹¹³ Freie Übersetzung des Inhalts: Sie sind in jedem Aspekt konservativ, und ich glaube es ist wichtig das sie ihre Kultur zeigen, in den Filmen zum Beispiel, die sind sehr romantisch, ich glaube es gefällt ihnen zu zeigen was sie fühlen, sie bleiben nicht still, sie sind respektvoll gegenüber den Frauen und zeigen nicht wie sie sich küssen, nie habe ich im indischen Kino erotische Szenen gesehen... meist sieht man Respekt, Respekt für die Frauen

¹¹⁴ Freie Übersetzung des Inhalts: Romantik, der Mann küsst niemals die Frau, er behandelt sie liebevoll

¹¹⁵ Freie Übersetzung des Inhalts: hübsch, dramatisch, wunderschön, unterhaltsam, mystisch, motivierend, schlicht und melancholisch

¹¹⁶ Freie Übersetzung des Inhalts: Drama, Leidenschaft, Freude, Kraft, Ausdruck, Geschichte, Fantasie, Werte, Glück, Kampf, Religion, Respekt, Kunst, Realismus und Aktion

¹¹⁷ Freie Übersetzung des Inhalts: etwas wunderbares, dass mir passiert ist – es gefällt mir mehr als alles, es ist etwas Gutes – die Besten und Wunderschönsten

...und ebenfalls zum Teil Rückschlüsse auf besondere Qualitätsmerkmale des indischen Kinos erlauben. Signifikant hierbei ist:

- „*algo afuera de lo común*“ mit der Betonung der Einzigartigkeit
- „*te enseñan valores*“ mit der Betonung auf vermittelte Werte
- „*se centran en su cultura*“ mit der Betonung des kulturellen Aspektes
- „*de todo, es un cine completo*“ mit der Betonung auf Vollständigkeit
- „*me hacen llorar*“ mit der Betonung auf Gefühlsäußerungen

7.2 Über die Wahrnehmung der Stars...

Die Besonderheiten des indischen Starsystems wurden bereits peripher thematisiert, ebenso die aktuelle Omnipräsenz eines in der Literatur wagemutig als „King of Bollywood“ konstituierten Schauspielers. Die Rede ist an dieser Stelle von Megastar Shah Rukh Khan, der schlussendlich auch in unserm Sampling als meistgenannte und meistgeliebte Person hervorsticht. Wie jedoch bereits erwähnt, gibt es innerhalb der Befragten – hier speziell mit Fokus auf Präferenzen hinsichtlich modernem indischen Film – eindeutige Qualitätskriterien über Stars im Allgemeinen und SRK im Besonderen, die diese in schauspielerische Leistung und tänzerische Darbietung aufspalten.

Befassen wir uns vorerst nur mit der Rezeption der Schauspieler allgemein, so ist eine auffallende Tendenz zu vermerken, die den Star – ob nun weiblich oder männlich – als oberste Instanz der Filmrezeption festsetzt, und oftmals weit vor inhaltlichen Kriterien über Annahme oder Ablehnung eines Films entscheiden lässt. (siehe auch Kapitel 4.6) So erklärt eine der InterviewpartnerInnen über einen ihrer Ansicht nach schlechten Film: „*Pero había una [película] que no me gustaba [...] porque aparece SRK solo un ratito, [...] estaba mirando, mirando, esperando.. y al final un ratito de SRK*“ (DW_B0029:120)¹¹⁸

Doch nicht nur die Präsenz der individuellen (Lieblings-)Schauspieler, sondern auch deren Charakterdarstellungen werden einer intensiven Bewertung seitens des Rezipienten unterzogen. Ein Negativkriterium wurde hierbei von mehreren Befragten im Kontext des

¹¹⁸ Freie Übersetzung des Inhalts: Aber es gab einen der mir nicht gefallen hat, weil man SRK nur kurz gesehen hat. Ich habe geschaut und geschaut und gewartet.. und am Ende SRK für einen kurzen Moment

Films *Dublicate* (1998) in den Raum gestellt, der auf intensive Ablehnung durch die doppelte Besetzung Shah Rukh Khans als Held und Bösewicht stieß. Eine der Befragten und bekennender Fan des Schauspielers dazu hier stellvertretend: *“Porque hace doble papel y pienso que no le sale el papel de malo. Como que hace el ridículo no, no actua bien ahí no me gusta”* (DW_C49:346)¹¹⁹

Gedanklich befinden wir uns hierbei wieder bei dem bereits erwähnten On-Screen Image der indischen Stars (Details siehe Kapitel 4.6), das dem Zuseher einerseits abverlangt sich mit Rolle und Person gleichermaßen zu identifizieren (denken wir nur an die Filme von Amitabh Bachchan alias Vijay) und andererseits aber auch ein Wahrnehmungsbild erzeugt in dem genau das der Dealmaker für die Rezeption und Bedeutungsgebung des *adoring audience* zu sein scheint. *„Bueno, me gustan las películas hindú donde los actores son como son, y no tratan de imitar a otras personas.”* (DW_B0039:248)¹²⁰ Damit steht also die Projektion bestimmter den Filminhalten entnommenen Werte und Gedanken auf die Persönlichkeit des Schauspielers im Raum. Eine Thematik, die im Kontext von SRK als Privatperson und Leinwandcharakter detaillierter ausgeführt wird.

Die Betonung der Vollständigkeit im indischen Film steht auch im Kontext der Wahrnehmung der Schauspieler an oberster Stelle, und dient einer Grenzziehung zu anderen Kinos.

„Los actores de la India son más sencillos y más completos porque un actor debe saber cantar, bailar, actuar, deben ser también ser persona. Los de Hollywood solo saben actuar, no saben cantar, no saben bailar. Uno que otro pero la mayoría no. En cambio en la India si...” (DW_B0032:152)¹²¹

Eine Interviewpartnerin bemerkt in diesem Zusammenhang über ihren weiblichen Lieblingsstar Aishwarya Rai:

¹¹⁹ Freie Übersetzung des Inhalts: Er hat eine doppelte Rolle gespielt, auch die Rolle des Bösen. Er war lächerlich, hat nicht gut gespielt, da hat er mir nicht gefallen.

¹²⁰ Freie Übersetzung des Inhalts: Also mir gefallen die Filme, wo die Schauspieler so sind wie sie sind, und nicht versuchen jemanden zu imitieren.

¹²¹ Freie Übersetzung des Inhalts: Die indischen Schauspieler sind viel schlichter, und vollständig, ein Schauspieler muss singen können, tanzen, schauspielern, und außerdem er selbst sein. Im Gegensatz dazu können Hollywood Schauspieler nur spielen, sie können weder singen noch tanzen. Der eine oder andere aber die Mehrzahl nicht. In Indien schon..

“Me encanta como ella actúa con las cámaras, hasta la posición las manos.. para mi es una mujer completa. Para mi es completísima. Baile muy bien, me encanta como baile. Otro es su carisma, ella es muy bien... tiene todo.” (DW_C41:268)¹²²

Ziehen wir an dieser Stelle ein kurzes Resümee über die individuellen Präferenzen der Befragten hinsichtlich indischer Stars und Künstler, so ist Shah Rukh freilich allgegenwärtig – aber lange nicht allein. Beginnend mit den berühmten Schauspielerinnen sind Aishwarya Rai (Miss World 1998) und Madhuri Dixit die hervorleuchtenden Namen, aber auch Preity Zinta, Kajol, Karina Kapoor und Rani Mukerji finden zahlreiche Bewunderung – und Bewunderer. Seitens des (männlichen und weiblichen) Zielpublikums in Arequipa ist die Erwähnung weiblicher Stars jedoch abgesehen von ihren Qualitäten als Tänzerinnen tendenziell durch ein vorherrschendes Schönheitsideal geprägt, dass in vielen Fällen bei den weiblichen Rezipienten auch Auswirkungen auf die eigene Selbst(wunsch-)wahrnehmung hat. Nicht nur der Vergleich mit jenen indischen Schönheiten durch Vertrauenspersonen im Alltag wird angestrebt, sondern auch ein Bedürfnis ausgelebt, in die jeweiligen Rollen zu schlüpfen – was schlussendlich in einer ritualisierten Gesamthandlung von der Verkleidung bis hin zur Präsentation von Tanzchoreographien beinahe exzessiv praktiziert wird.

“De los hombres la mayoría son altos, tienen buen porte, la mayoría tienen ojos grandes y me gusta también su ropa pero la ropa tradicional que tienen” (DW_B0038:218)¹²³

Ob die Gründe für das vorherrschende Schönheitsideal in einer Spurensuche nach Gemeinsamkeiten zum Eigenen mündet, wurde im Zuge der Datenerhebung bzw. anhand der Beobachtungen vor Ort anfangs zwar vermutet, konnte jedoch in Folge nicht verifiziert werden.

Eine der Befragten über ihr Idol Madhuri Dixit: *“Escelente bailarina, la mejor de todas para mi, como actriz también muy muy buena [...] Es muy bonita, tiene su carita típica hindú” (DW_C49:394)¹²⁴*

¹²² Freie Übersetzung des Inhalts: Mir gefällt wie sie mit der Kamera umgeht, bis zur Position der Hände... für mich ist sie die vollkommene Frau. Und sie tanzt gut, ich mag es wie sie tanzt. Und ihr Charisma, sie ist super, sie hat alles.

¹²³ Freie Übersetzung des Inhalts: Die Männer sind meistens groß, haben eine gute Haltung, haben große Augen, und mir gefällt ihre Kleidung, aber nur die traditionelle Kleidung die sie tragen.

Im Falle der männlichen Schauspieler – allen voran Shah Rukh, Hritik Roshan und Shahid Kapoor – sind die Unterscheidungen wesentlich breiter gestreut, wobei sich in der Analyse (im Gegensatz zur Rezeption der Schauspielerinnen) zudem eine unterschiedliche Herangehensweise der männlichen und weiblichen Befragten abzeichnet, sowie unausweichlich ein weiteres mal die Kategorie Tanz in graduellen Ausprägungen transparent wird.

Bevor wir dies jedoch im Kontext von SRK weiter verfolgen, bleibt noch festzuhalten, dass eindeutige Vorlieben für bestimmte Persönlichkeiten in den seltensten Fällen zu einer Abgrenzung führen, sondern die Tendenz einer viel diffundierter gestalteten Fan-Rezeption erscheint, die biographisches Basiswissen genauso mit einschließt, wie Informationen über das Privatleben aller Stars der Bollywood-Galaxie.

7.3 ...und Shah Rukh Khan

Widmen wir uns nun der Leinwandpersönlichkeit und Privatperson Shah Rukh Khan bzw. der Rezeption eben jener beiden (unterschiedlichen) Ebenen im Kontext der Datenerhebung, so zeichnet sich eine untrennbare Verstrickung seitens des Rezipienten ab. Zahlreich mit den Adjektiven *carismatico*, *cariñoso*, *sencillo* oder *romántico* beschrieben, werden nicht selten Verbindungen gezogen zwischen Protagonist und Person – womit in Folge Rückschlüsse auf positive Charaktereigenschaften einhergehen. Dies erklärt einerseits die kontinuierliche Vorliebe für den klassischen romantischen Filmhelden, aber auch das no-go eines Idols in der Rolle des Bösewichts, wie das Beispiel *Duplicate* (1998) bereits veranschaulichte. Interessant ist auch, dass in diesem Zusammenhang trotz großen biographischen Wissens bestimmte von SRK verkörperte Charaktere – signifikante Erwähnungen wären seine durchaus brutal angehauchten Rollen in *Darr* (1993) oder *Baazigar* (1993) – in den Rezeptionsgewohnheiten nicht aufscheinen bzw. vom Zielpublikum quasi ausgeblendet werden. Ob Fan oder nicht – was bleibt ist mit der idealisierenden Betonung auf einen romantischen und humorvollen Helden eine greifbare Positivkonnotation des Stars, sowohl im Film als auch privat.

¹²⁴ Freie Übersetzung des Inhalts: Exzellente Tänzerin, für mich ist sie die Beste von Allen, und auch als Schauspielern ist sie sehr gut. Sie ist außerdem sehr hübsch und hat ein typisch indisches Gesicht.

„Es una persona de caracter fuerte, es bien energico y me parece que es dominante, pero a la vez es muy demonstrativo con su esposo... carismatico es la palabra. Es carismatico con sus fans, con el publico todo eso. Ya tu lo ves y hay algo que te llama atencion no, algo como te inspira.” (DW_B0029:120)¹²⁵

Allerdings darf an dieser Stelle, trotz der Reputation durch positiv rezipierte Leinwandcharaktere, die intensive Verknüpfung mit dem Off-Screen Image der Stars nicht unerwähnt bleiben, das durch Biographien, öffentliche Interviews etc. vermittelt wird, und genauso wie Diskussionen online und offline in die Meinungsbildung mit einfließt. Eine große Projektionsfläche bietet dabei die öffentliche Präsentation familiärer Details, wobei im Fall von SRK besonders Ehefrau und Kinder sowie seine (privaten) Fähigkeiten als verantwortungsbewusster und liebevoller Familienvater zahlreiche Erwähnung finden. Lassen wir das Publikum jedoch für sich selbst – und SRK sprechen:

“para mí es un hombre perfecto. Mejor actor, un padre perfecto, bien maduro, estable, no tiene ciclos, se dedica a su familia, es buen actor.” (DW_B0031:140)¹²⁶

“Aparte de ser al más sencillo de todos los actors, el más lindo, creo que lo que más me gusta son sus películas donde actúa bien romántico, bien cariñoso, bien amoroso. Me encanta eso.” (DW_B0032:152)¹²⁷

“SRK es único, con nadie se puede comparar por que el hace lo que el siente y piensa” (DW_B0039:348)¹²⁸

“Que es el mayor actor para mí, que es el unico actor y que es el unico hombre que hace llorar a otro hombre” (DW_C0050:365)¹²⁹

¹²⁵ Freie Übersetzung des Inhalts: Er ist eine sehr charakterstarke Person, voller Energie. Er scheint mir sehr dominant, aber mit seiner Frau sehr demonstrativ... charismatisch ist das richtige Wort. Er ist charismatisch mit seinen Fans und mit dem Publikum. Du siehst ihn an und etwas erregt deine Aufmerksamkeit und inspiriert dich.

¹²⁶ Freie Übersetzung des Inhalts: Für mich ist er der perfekte Mann. Der beste Schauspieler, ein guter Vater, sehr reif und gefestigt.

¹²⁷ Freie Übersetzung des Inhalts: Abgesehen davon, dass er der schlichteste und hübscheste Schauspieler ist, gefallen mir seine romantischen Filme. Romantisch und liebevoll, das gefällt mir.

¹²⁸ Freie Übersetzung des Inhalts: SRK ist Einzigartig und mit niemandem vergleichbar, er macht was er denkt und fühlt.

¹²⁹ Freie Übersetzung des Inhalts: SRK ist der einzige Schauspieler und der einzige Mann der es schafft, einen anderen Mann zum Weinen zu bringen.

“me encanta su expresión, como se expresa, sus gestos todo todo todo. A pesar que no es un chico físicamente guapo, me parece que no lo es, pero la forma como interpreta lo hace ser atractivo..” (DW_C0049:346)¹³⁰

Fassen wir noch einmal zusammen. Innerhalb der Rezeption indischer Populärkultur ist Shah Rukh Khan allgegenwärtig, seine Person wird jedoch von den InterviewpartnerInnen und Mitgliedern der Fan-Communities nach äußerst vielschichtigen Kriterien beurteilt und dementsprechend unterschiedlich gehandhabt. Werfen wir zunächst einen Blick auf die weiblichen Befragten, so konstituiert sich hierbei zwar die Mehrheit explizit als Fan des Schauspielers, eine eindeutige Präferenz bezüglich seiner physischen Merkmale ist jedoch nicht auszumachen. Mit romantischen Charaktereigenschaften und der Fähigkeit, durch seine Ausdrucksstärke intensive Gefühlsregungen hervorzurufen bleibt sein Status als bester Schauspieler zwar meist erhalten, die Lorbeeren der Attraktivität ernten jedoch weitere große Namen wie der jugendliche Shahid Kapoor und der speziell im *hindú moderno* glänzende Star Hritik Roshan.

“El SRK sie tiene la cara típica, no me gusta mucho, osea el Hritik Roshan si, pro que es alto, sambito... hay no se, pero tiene algo...” (DW_C0041:268)¹³¹

Bei den männlichen Befragten hingegen finden physische Merkmale im Kontext männlicher Stars keine Erwähnung, oft wird sogar die Frage nach derartigen Kriterien belächelt und unter dem Vorwurf der Homosexualität abgetan. Hervorgehoben wird hier ebenfalls im Kontext der bekennenden Fans, die Ausdrucksstärke Shah Rukh Khans, seine romantische Ader sowie sein Talent als Schauspieler. Ungleich intensiver als bei den weiblichen Interviewten (obgleich auch vorhanden) findet sich jedoch die bereits mehrmals erwähnte Unterscheidung von Schauspielkunst und Tanz, wobei tendenziell jene dem *baile moderno* zugewandte Personen zwar SRK als gutes und wichtiges Inventar der Bolly-Welt skizzieren, seine tänzerischen Fähigkeiten jedoch für unbrauchbar erachten. *“Es muy lento, muy simple. Es carismático y sentimental pero en el baile no pasa nada, en el baile Hritik Roshan es mejor, sus bailes son excelentes”* (DW_A0018:17)¹³²

¹³⁰ Freie Übersetzung des Inhalts: Mir gefällt seine Ausdruckskraft, seine Bewegungen, alles. Auch wenn er physisch nicht der hübscheste ist, macht ihn seine Art zu interpretieren sehr attraktiv.

¹³¹ Freie Übersetzung des Inhalts: SRK hat ein typisch indisches Gesicht, das gefällt mir nicht so gut, aber Hritik Roshan ist groß... er hat etwas.

¹³² Freie Übersetzung des Inhalts: Er ist sehr langsam und simpel. Klar ist er charismatisch und sentimental, aber beim tanzen passiert nichts. Hritik Roshan ist der Beste, seine Tänze sind exzellent.

Ein Mitglied der Community Hamesha Dosti, auch bekannt unter dem Namen „*Shah Ruh Juan peruano*“¹³³ und selbstdeklariierter „*fan numero uno*“ erzählt uns abschließend die Geschichte von SRK in einer sehr eigenen Interpretation:

“no se si te habrán contado su historia de SRK, pero dicen que era un actor de segunda y que como no es bajito no estaba destinado hacer una estrella porque era bajito. Entonces justo cuando antes de ser una mega estrella su madre murió y antes de morir su madre hablo con un director de cine que le tomen en cuenta a SRK porque el iba hacer el mejor del cine hindú, y se murió con esas palabras y que paso como un año a dos años después se lanzo al estrellato SRK y ahora es el ídolo de todos, hasta que muera va a ser el boom. Porque hasta ahora no ha perdido su carisma, no ha perdido nada. yo creo que es extraordinario” (DW_A0021:23)¹³⁴

7.4 Traditionell vs. Modern

Es sei hier noch einmal betont, dass von einer überwiegenden Mehrheit der Personen im Sampling eine spezifische Form des indischen Films bevorzugt wird, die unter *hindú tradicional* als Gegenkategorie zu *hindú moderno* zusammenfassbar ist. Aufgrund der Bedeutsamkeit dieser Unterscheidung sowohl im Kontext von Rezeption, als auch im Zusammenhang mit performativen Fanaktivitäten die in Kapitel acht analysiert werden, muss an dieser Stelle dieser Thematik eine detailliertere Auseinandersetzung gewidmet werden.

Hierbei steht jedoch keinesfalls der Film an sich, sondern vielmehr die individuelle Bedeutungszuschreibung seitens des Rezipienten zur Debatte, welchen Wert dieser einer spezifischen Kategorie zu- bzw. aberkennt, und wo hierbei Veränderungen ausgemacht werden. Einer der Hauptunterschiede soll gleich vorweg in den Raum gestellt werden: *“Un cambio bien notorio es el beso, no se daba en la boca solo se daban un abrazo tier-*

¹³³ Siehe auch Abbildung 7, zweite Person von rechts.

¹³⁴ Freie Übersetzung des Inhalts: ich weiß nicht ob sie dir die Geschichte von SRK erzählt haben, aber kurz bevor er zum Megastar wurde ist seine Mutter gestorben, und bevor sie starb bat sie einen Filmemacher SRK doch zu nehmen. Mit diesen Worten ist sie gestorben, und ein zwei Jahre später wurde SRK der Megastar der er jetzt ist, das Idol von allen, und bis er stirbt wird dieser Boom nicht vorbeigehen. Weil solange er sein Charisma nicht verliert ist er außergewöhnlich.

no. *Ahora hay escenas de beso y de cama, es algo muy fuerte*” (DW_00B38:216f)¹³⁵ Wie man dem Zitat entnehmen kann, ist auch hier die tabuisierte Kuss-Szene als signifikante Veränderung von traditionellem zu modernem Film von Relevanz.

An dieser Stelle muss nun jedoch ein grundlegendes normatives Problem in der Bedeutung der Begrifflichkeiten geklärt werden. Die Bezeichnung *hindú tradicional* ließe zwar eine Kategorie von älteren indischen Filmen (erwähnt wurden bereits *Madre India*, *Joker* etc.) vermuten, betrifft in den Aussagen der InterviewpartnerInnen jedoch hauptsächlich Filme von 1995-2005, die zum Teil in den letzten Kapiteln bereits angesprochen wurden. (z.B. *Devdas*, *mi familia hindú*, *Mohabattein* etc.) Man kann hier also nicht mit einer tatsächlichen historischen Komponente operieren, sondern nur individuelle inhaltspezifische Merkmale der Unterscheidung aufspüren.

Seitens der weiblichen Gesprächspartnerinnen wird im Kontext traditioneller Filme auf der einen Seite die Vermittlung traditioneller Werte wie Familie etc. assoziiert, die laut Befragten in modernen Filmen quasi verloren gehen, sowie auf der anderen Seite die Gefühlslastigkeit, wie sie sich in der Expression des Tanzes wiederfindet. Auch die Traditionsgebundenheit, die sich durch spezifische Kleidung wie Saris konstituiert, und im modernen Film durch (modische) Alltagskleidung ersetzt wird, steht im Zuge dessen als omnipräsentes Thema im Raum. Eine der Befragten dazu: *“Me encanta bailar más lo que es el hindú pop. pero me fascinan las tradicionales por los trajes”* (DW_C0050:363)¹³⁶

“La ropa también ha cambiado, antes eran más cubiertas, se tapaban hasta el pecho, pero ahora no. Pero no descubriéndose del todo. No hay desnudos” (DW_B0032:150)¹³⁷

Auch hier wird der Aspekt der Erotik im Hindi-Film explizit zur Erwähnung gebracht, gepaart mit der Wahrnehmung im Film präsentierter Moral- und Wertvorstellungen. Bei den männlichen Befragten werden gleichermaßen Veränderungsprozesse dieser Art (besonders hinsichtlich der Frauenkleidung) angemerkt, jedoch in geringerem Ausmaß und mit weit weniger Enthusiasmus behaftet. In beiden Fällen kann jedoch ein gemeinsamer Nenner festgestellt werden, der auf eine Übertragung bereits genannter Elemente hinsicht-

¹³⁵ Freie Übersetzung des Inhalts: Der wichtigste Unterschied ist der Kuss, nie haben sie sich geküsst sondern sich nur umarmt. Heute gibt es Kuss- und Bettszenen, es ist sehr heftig.

¹³⁶ Freie Übersetzung des Inhalts: Zum tanzen mag ich hindi-pop mehr, aber was mich fasziniert sind die traditionellen Tänze wegen ihrer Kleidung.

¹³⁷ Freie Übersetzung des Inhalts: Die Kleidung hat sich gewandelt. Früher waren sie viel bedeckter, haben sich nicht ausgezogen, waren nicht nackt. Heute schon.

lich des indischen Tanzes und einer Differenzierung in *baile tradicional* und *baile moderno* mündet.

“El baile es lo que más ha cambiado. Antes bailaban pura musica tradicional de la India. Ahora han combinado el pop con la música tradicional se llama hindipop. Esas músicas ahora pasan en las películas actuales. Antes eran puras tradicionales.” (DW_B0032:150)¹³⁸

“Yo pienso que las películas modernas ahora actualmente en el cine hindú han dejado de lado todo lo que son.. en si las coreografía un poquito más de pulir el baile por que antes las películas y en si los baile eran más trabajados. los actores se dedicaban un poquito más de tiempo en sacar las coreografías de la película. En cambio ahora creo que más se dicha en la película que en los bailes” (DW_C0051:375)¹³⁹

“Más interesante es el hindú clásica y tradicional por lo que llevan es más complicado, llevan mucha coordinación con el movimiento de sus maños los pies etc.[...] Me gusta más los bailes tradicionales, los modernos también es bonito no, pero lo tradicional más porque ves más la belleza de la mujer” (DW_A0026:75)¹⁴⁰

Im Kontext des *baile moderno* vs. *baile tradicional* sind die Einstellungen beiderlei Geschlechter sehr zwiegespalten und äußerst breit gefächert, wobei eine Assoziation mit modern/männlich und traditionell/weiblich – obwohl die Tendenz in diese Richtung weist – definitiv zu simpel ist, und die Vielschichtigkeit des Medienprodukts Bollywood sowie die individuelle Entscheidung über Akzeptanz oder Ablehnung des Einzelnen damit negiert wird.

Auch im Kontext der teilnehmenden Beobachtung konnte dieser Aspekt der Differenzierung bzw. Präferenzierung als Schlüssel für vereinzelte Zwistigkeiten in und um die Fan-

¹³⁸ Freie Übersetzung des Inhalts: Der Tanz hat sich am Meisten verändert. Früher gab es mehr traditionelle Musik aus Indien. Heute ist es meist eine Mischung aus Pop und traditioneller Musik, der hini-pop. Das kommt meist in den aktuellen Filmen vor. Früher waren sie rein traditionell.

¹³⁹ Freie Übersetzung des Inhalts: Ich finde die modernen Filme vergessen was sie sind. Früher waren die Tänze viel aufwendiger, die Schauspieler haben sich für die Choreografien in den Filmen mehr Mühe gegeben. Heute ist glaube ich der Film wichtiger als der Tanz.

¹⁴⁰ Freie Übersetzung des Inhalts: Viel interessanter sind traditionelle indische Filme, die Tänze sind viel komplizierter und erfordern mehr Koordination mit den Bewegungen von den Händen bis zu den Füßen. Mir gefallen, obwohl die modernen auch schön sind, die traditionellen Tänze mehr, da siehst du viel mehr die Schönheit der Frau.

Communities bemerkt werden, was im Fall von Salaam Namaste – einer explizit dem modernen Tanz zugewandten und mit einem sehr hohen Männeranteil bestückten Tanzgruppe – schlussendlich den zündenden Faktor für die Gründung der Community und Abspaltung von India-Aqp bedeutete.

Faktum bleibt jedoch, dass sich die Kategorie *hindú tradicional* unter Berücksichtigung des kulturell-traditionellen Aspektes definitiv als Referenzpunkt für Film(-inhalt) und traditionellem indischen Tanz ausmachen lässt, wohingegen das Qualitätskriterium des *hindú moderno* seitens der (meist männlichen) Rezipienten eher auf der Expression und Ausdruckskraft des Tanzes und seiner ausgefeilten Choreographien fokussiert.

Für einige der Befragten impliziert der traditionelle indische Film zudem eine spezifische Assoziation mit Indien und damit zusammenhängend eine eindeutige Abgrenzung zu westlichen Themen modernerer Filme. Das Bewusstsein über den Einfluss von Hollywood bzw. den Einfluss westlicher Themen im Hindi-Film generell wird auf einer alltäglichen Ebene wahrgenommen, die dem indischen Kino seine Einzigartigkeit zu rauben scheint. Im Zuge der Analyse des Datenmaterials kann jedoch keine *eindeutige* Tendenz bzw. Meinung – weder positiv noch negativ konstituiert – festgemacht werden. So bemerkt eine Interviewpartnerin resümierend: “Doom, Doom2 ya esta muy influenciada, que habla más sobre el ingles” (DW_00C41:284)¹⁴¹

7.5 Qualitätsmerkmal Hindi-Film

Nachdem das Starsystem, die Stars und die Wahrnehmung selbiger als Qualitätskriterium *par excellence* für sich selbst spricht, widmen wir uns nun subsumierend jenen Aspekten, die für die Rezipienten und InterviewpartnerInnen bzw. mit anderen Worten vom *adoring audience* von erhöhtem Stellenwert scheinen.

Das Weinen als äußere Gefühlsregung, verursacht durch die dargestellten Themen, wird hierbei ebenso häufig als Qualitätsmerkmal des Hindi-Films angesprochen, wie die vermittelten Werte bzw. Moralvorstellungen unter dem Aspekt der indischen Kultur, wobei beides hier unter dem Fokus des traditionellen Films erscheint.

¹⁴¹ Freie Übersetzung des Inhalts: Dhoom eins und zwei, ja die sind sehr beeinflusst. Da wird das Englische viel mehr behandelt.

Alles in Allem führt uns die bisherige Analyse jedoch zu einer Besonderheit des Hindi-Films die von der Thematik der Vollständigkeit gekennzeichnet ist, wobei sich diese Definition des indischen Kinos als *“cine completo”* in unzähligen Varianten im Datenmaterial unseres Samplings wiederfindet. Eine der InterviewpartnerInnen fasst an dieser Stelle zusammen: *“Haber... es paraíso para mi, de todo, magia, ilusión, imaginación, todo existe ahí... me encanta. Es completo.”* (DW_C0050:373)¹⁴² Dieser Aspekt der Vollständigkeit – der sowohl Song & Dance, spezifische Stars und relevante Inhalte (wie beispielsweise für die Befragten typische Omnipräsenz von Liebe und Romanik) umfasst – wird an vielen Stellen von sowohl männlichen, als auch weiblichen Personen in unterschiedlicher Ausprägung postuliert, und kann hier als explizites Merkmal für die Auseinandersetzung mit indischem Kino im Kontext der Datenerhebung genannt werden.

Der zentrale Stellenwert von Tanz und Musik als definitives Qualitätskriterium steht ebenfalls bereits als Zeichen für sich, wobei auch der damit zusammenhängende Aspekt der Kleidung einen hohen Stellenwert einnimmt. So beschreibt eine Interviewpartnerin: *„que me encantan los bailes. Lo que más me llama la atención es sus trajes, la manera de vestirse, como se pintan las chicas...”* (DW_C0050:360)¹⁴³

Obwohl die Kleidung durchgehend nur seitens der weiblichen Interviewpartnerinnen explizite Erwähnung findet, kann im Zuge der teilnehmenden Beobachtung eine zumindest ähnliche, wenn auch nicht ganz so ausgeprägte Hinwendung zu typisch indischen *“trajes”* bei den männlichen Personen festgestellt werden, die gerade in der Vorbereitungsphase einer öffentlichen Präsentation der einstudierten Choreographien in seiner beinahe rituellen Entfaltung erkennbar ist. Während bei den Frauen (zeit-)aufwendige Schmink- und Verkleidungsszenarien (besonders zeitintensiv hierbei notgedrungen das Binden des Saris, das von beinahe allen Interviewpartnerinnen beherrscht wird) im Gange sind, kam es seitens der männlichen Tänzer ebenso zu langwierigen Anproben, Hair-Styling und Tausch der farbenfrohen Trachten – was uns zwangsläufig wieder zu der intensiven Bedeutung der Präsentationen bzw. Darstellung des Fan-Seins nach außen führt. In die Rollen der Stars zu schlüpfen impliziert auch einen Punkt, der bereits im Kontext des Schönheitsideals (siehe Kapitel 7.2) angesprochen wurde, und an dieser Stelle als

¹⁴² Freie Übersetzung des Inhalts: Für mich ist es das Paradies, Magie, Illusion, Imagination, alles existiert dort... das gefällt mir, es ist komplett.

¹⁴³ Freie Übersetzung des Inhalts: was mir gefällt sind die Tänze. Besonders wie sie sich kleiden, die Kostüme, wie sie sich schminken...

möglicher Dealmaker für die aktive Hinwendung zu den verschiedenen Formen indischen Tanzes fragend in den Raum gestellt. Dies wird in Kapitel acht im Kontext der Fan-Aktivitäten näher erläutert.

Als weiteres Qualitätsmerkmal ist bis dato ebenfalls die Darstellung von Geschichte und Tradition einer fremden Kultur zu nennen, die in ihrer Präsentation im Medienprodukt Bollywood das Interesse der peruanischen Jugendlichen geweckt hat. In diesem Zusammenhang bemerkt eine der Interviewpartnerinnen: „*Porque nos transmiten todos sus tradiciones, sus costumbres, vestimentas, todo lo que llevan allá. Tradicional también te muestran como es la familia allá, la mama siempre esta en la cocina [...] Yo creo que es una forma de conocer aunque no viajemos pero ya conocemos algo.*” (DW_B0029:129)¹⁴⁴

Der Aspekt des Realismus wird hierbei sehr zwiespältig behandelt, wobei der Diegese des Hindi-Films sowohl ein durchscheinender Idealismus zuerkannt, als auch eine Abbildung der Realität unterstellt wird. „*Porque ellos en sus películas tratan de la historia de la India en la realidad. Me gusta conocer un poco más.*” (DW_C51:376)¹⁴⁵

Die Wissensproduktion über eine fremde Kultur durch die in den Filmen dargestellten Werte, Traditionen, Bräuche und Geschichten ist also mit einem hohen Stellenwert seitens der Rezipienten bzw. InterviewpartnerInnen behaftet. Interessant ist hierbei der Aspekt des Realismus, sowie die Unterscheidung von Diegese und realer Welt, die es im Folgenden näher zu untersuchen gilt – ebenso wie das tatsächliche Interesse an einem Indien abseits cineastischer Welten, Stars und Sternchen.

¹⁴⁴ Freie Übersetzung des Inhalts: Sie übermitteln uns ihre Traditionen, ihre Bräuche, ihre Kleidung, alles was sie haben. Sie zeigen dir wie traditionell sie sind, wie die Familie ist, mit der Mutter in der Küche... Ich glaube es ist eine Möglichkeit etwas darüber zu erfahren, auch wenn wir nicht dorthin reisen wissen wir schon ein wenig.

¹⁴⁵ Freie Übersetzung des Inhalts: In den Filmen behandeln sie die wahre Geschichte Indiens. Es würde mir gefallen mehr darüber zu wissen.

7.6 Film vs. Kultur

Bollywood ist nicht das “wahre Indien” wie Dudrah einleitend bemerkte, es ist eines von vielen Indien, ein Ideal, ein Konstrukt, aber auch eine Darstellung des Eigenen. Es stellt sich nun die Frage, inwieweit die Wahrnehmung der Filminhalte einen differenzierten Blick über die dahinterliegende Kultur impliziert bzw. ob damit ein reflektiertes Bild des Eigenen und Anderen verbunden bzw. möglich ist.

Beginnen wir mit der Frage nach der generellen Beachtung des Landes und seiner Kultur, so scheint dies vorerst auf den ersten Blick schnell beantwortet. Der Großteil der Interviewteilnehmer sieht sich mit den im Film vermittelten Moralvorstellungen, Familienstrukturen und universellen Narrationen eng verbunden, was notgedrungen Auswirkungen auf ein primär durch die Filmwelt vermitteltes Bild Indiens darstellt. So bemerkt beispielsweise eine der Interviewpartnerinnen über Besonderheiten und den Grund ihrer persönlichen Vorliebe am Land Indien: *“Los valores que tienen. Los valores como persona, obviamente. Que la gente es bien respetuoso, son gente decente, con educación. Tiene muchas cosas para aprender de ellos.”* (DW_B0036:191)¹⁴⁶

Dies impliziert jedoch keinesfalls eine unüberschreitbare Grenze, die eine Hinwendung zu Land, Kultur und Tradition in ihren vielschichtige(re)n Ausprägungen verhindert. Das Realitätsempfinden über die in einer idealisierenden Form dargestellten Inhalte ist zwar zweifelsfrei spürbar, in einigen Fällen spricht jedoch der Wunsch nach einem Bild abseits der Filme und den damit vermittelten Eindrücken für sich:

“Bueno me gustaría saber como es en realidad India me gustaría saber mucho, su idioma, sus danzas, como verlas en la realidad” (DW_C0039:244)¹⁴⁷

¹⁴⁶ Freie Übersetzung des Inhalts: Die Werte die die Personen haben, sie sind sehr respektvoll, dezent und gebildet. Wir haben viel von ihnen zu lernen.

¹⁴⁷ Freie Übersetzung des Inhalts: Ich würde sehr gerne wissen wie es in Wirklichkeit in Indien ist, über ihre Sprache, ihre Tänze möchte ich mehr erfahren.

“Para ver como en si, si sus costumbres en verdad son, como la reflejan en las película, si son así tan reservadas, así tan como que siempre tienen ahí su costumbres, su cultura o es que ahora los tiempos de hoy lo han cambiado, quisiera saber como están si son así como nosotros o aun siguen así muy apagado, a sus costumbres, a su cultura...”
(DW_C0049:345)¹⁴⁸

Damit befinden wir uns an einem Punkt, an dem ein Interesse an einer fremden Kultur bzw. ein Interesse an der Kultur Indiens zwar vorhanden ist, welches jedoch nicht mit einem spezifischen Wissen kontrastiert werden kann. Auch wenn eine frappante Mehrheit der Befragten sich bereits peripher mit der Thematik befasst, bzw. generell auffallend große Wissbegierde gezeigt hat, ist das tatsächliche Bewusstsein um Geschichte und Kultur Indiens (abseits des Films) nur marginal vorhanden. Natürlich kann hierbei nicht ausgeblendet werden, dass bei einer Vielzahl der Befragten abseits des cineastischen Transfers die Beschaffenheit des Landes innerhalb seiner ökonomischen, armutsspezifischen Probleme und innerhalb eines ähnlichen globalen Wandels situiert, sehr wohl thematisiert wird:

“Ya están cambiando allá. Allá en la India ya creo que están cambiando. en un futuro ya todo será diferente, como todo lugar, en todos los países que somos subdesarrollados, siempre vamos a buscar a americanizarnos, siempre tomamos lo de afuera y no recatamos lo que tenemos” (38:232)¹⁴⁹

“India por lo que yo se es el país más pobre del mundo y no hay mucha economía ahí. Bueno tratan demostrar lo que es bonito en su país” (39:250f)¹⁵⁰

Doch die Gratwanderung zwischen Realität im Film und einer Idealwelt als Realität ist – wie das letzte Zitat stellvertretend skizziert – auch immer durchzogen mit den spezifischen Qualitätsmerkmalen (in diesem Fall der markanten Kleidung) des indischen Kinos. Allgemein nehmen die Begriffe Brauchtum und Kultur einen außergewöhnlich hohen Stellenwert bei den Befragten ein, was uns jedoch schlussendlich zu einer eigenen Form der Defi-

¹⁴⁸ Freie Übersetzung des Inhalts: Um zu sehen wie die Bräuche in Wirklichkeit sind. Ob sie tatsächlich so reserviert sind wie die Filme zeigen, wie sie ihre Bräuche und Kultur leben, oder ob sich mit der Zeit alles geändert hat. Ich würde gerne wissen ob sie so sind wie wir, ob sie auch sehr verschlossen sind.

¹⁴⁹ Freie Übersetzung des Inhalts: Auch in Indien hat sich viel geändert und die Zukunft ist wie in jedem Land ganz unterschiedlich. Besonders arme Länder werden immer versuchen sich zu amerikanisieren.

¹⁵⁰ Freie Übersetzung des Inhalts: Indien ist soviel ich weiß das ärmste Land der Welt, der Wirtschaft geht es nicht gut, also versuchen sie das Schöne an ihrem Land zu zeigen.

tion von Kultur führt. Als weiterführende Fragestellung wäre interessant, inwieweit die Begriffe Kultur oder Brauchtum in der eigenen peruanischen Gesellschaft relevant sind. Wirklichkeit konstituiert sich über Wahrnehmungsprozesse – und diese Wirklichkeit wird durch die Medienrezeption geprägt.

“Tengo fotos de taj mahal, de la India También tengo este recortes del Koran, no los he leído pero las tengo por adorno. Me gusta ese cuadro de la India porque representa al país, donde viven mis actores favoritos. Esta el lugar donde hay las tradiciones que a mi me gustan, los bailes que a mi me gustan. También tengo dos muñecas de la India en mi cuarto. Pero no dejo atrás mis tradiciones, tengo fotos de machupicchu en mi cuarto, mis trajes donde bailaba, con mis trajes de tobas de la selva” (DW_A0025:68)¹⁵¹

“más que todo por las películas pero también me gusto investigar las vidas de los actores” (50:370)¹⁵²

“Es un lugar muy místico hasta donde e escuchado me han dicho que es un lugar donde hay mucha energía, energía positiva. a parte que en India esta todo lo que me gusta, el Bollywood y los actores” (DW_C0049:357)¹⁵³

In letzter Konsequenz stehen also auch hier die Besonderheiten des indischen Films, seine Ausdrucksstärke für das Publikum, seine Stars und damit für die Betreffenden inkludiert auch seine Kultur als Dealmaker im Raum, wobei der Stellenwert der Schauspieler und die damit gezogene Linie zwischen Indien und indischem Kino als prägnantestes Kriterium innerhalb der Rezeption hervorsticht. Auf die Frage, in welchem Land sie gerne Leben würde, wenn sie die Wahl hätte, antwortet beispielsweise eine der Befragten:

¹⁵¹ Freie Übersetzung des Inhalts: Ich hab Fotos vom Taj Mahal in Indien, auch den Koran den ich aber nicht gelesen habe. Mir gefällt das Foto weil es das Land repräsentiert in dem meine Lieblingsschauspieler leben. Und weil es das Land ist in dem die Traditionen die mir so gefallen gelebt werden. Außerdem hab ich noch zwei indische Puppen in meinem Zimmer. Aber damit vergesse ich auch nicht meine eigenen Traditionen, weil ich freilich auch Fotos von Machu Picchu in meinem Zimmer habe, andere Kleindung zum Tanzen und meine Kostüme von zu Hause.

¹⁵² Freie Übersetzung des Inhalts: mehr als alles wegen den Filmen, weil ich alles über die Schauspieler erfahren möchte.

¹⁵³ Freie Übersetzung des Inhalts: Es ist ein sehr mystischer Ort, und man hat mir gesagt es ist ein Ort voller positiver Energie. Ganz abgesehen davon, dass dort in Indien alles ist was mir gefällt, also Bollywood und seine Schauspieler.

“En la India. Quizas por conocer a los artistas que son allí de la India, [...] y para conocer más de su cultura. Me gusta su cultura porque es tan diferente a la cultura de acá, como su manera de vestirse la forma como se casan, ellos adoran a otro dioses...” (DW_A0026:73)¹⁵⁴

Mit der Betonung der indischen Heirat spricht sie damit bereits einen Aspekt an, der in punkto Kultur von einem Großteil der InterviewpartnerInnen als Besonderheit Indiens hervorgehoben – und als eindeutiges Unterscheidungsmerkmal konstituiert wird.

7.7 Über Grenzziehung und Gemeinsamkeiten

Wenn wir über die Betonung der Kultur seitens des Rezipienten sprechen, so inkludiert dies außerdem auch die Bestandsaufnahme thematisierter Gemeinsamkeiten und Differenzen – die uns auf eine Spurensuche zu spezifischen Formen von Fremd- und Selbstwahrnehmung führen. Hierbei ist der Hang zu einer eher konservativen Haltung in Peru und Indien hervorzuheben, in Relation zueinander bzw. im direkten Vergleich verliert jedoch der Grad dessen an Gewicht. Berührungspunkte sind im Fall unseres Samplings also insofern nur sehr gering wahrzunehmen, ganz anders hingegen die Wahrnehmung und mit dem Fan-Sein der Filme einhergehende Positivkonnotation des Anderen. Dazu scheint es sinnvoll, vorerst einige Standpunkte der InterviewpartnerInnen offen in den Raum zu stellen:

“En caso del romanticismo, del romance, de parejas.. es totalmente diferente. solo en el caso del romance por que la pobreza, la mentira, el engaño, la corrupción todo eso es igual aya que acá me parece, pero en el romanticismo, en las cuestiones de respeto a la mujer y la mujer al hombre es diferente” (DW_B0038:232)¹⁵⁵

“se podría decir que en la India la gente siguen su tradiciones que son muy diferentes a los nuestros, ellos tiene su propio estilo de vida que son diferentes a los nuestros” (DW_C0041:280f)¹⁵⁶

¹⁵⁴ Freie Übersetzung des Inhalts: In Indien. Vielleicht um die Künstler die dort leben kennenzulernen. Und um die Kultur besser kennenzulernen. Mir gefällt ihre Kultur weil sie zu unserer so unterschiedlich ist, sie kleiden sich anders, sie heiraten anders, sie verehren andere Götter...

¹⁵⁵ Freie Übersetzung des Inhalts: Große Unterschiede gibt es bezüglich der Romantik. Armut, Lügen, Betrug und Korruption, das ist alles gleich wie hier. Aber die Romantik, der Respekt zwischen Mann und Frau ist anders.

¹⁵⁶ Freie Übersetzung des Inhalts: Man kann sagen, dass die Leute in Indien einfach anderen Traditionen folgen, ihre ganze Lebensweise unterscheidet sich sehr von der Unseren.

“[...]no creo que rompan facilmente a su cultura, ellos aman su cultura. Digamos como acá se casan así con vestillo blanco, en la iglesia, jesus... allá no creo que rompan esa costumbre que tienen ahí de casarse, si es muy diferente.” (DW_A0026:88)¹⁵⁷

“Porque las Personas de Perú somos distintas, somos distintas. Los de allá son más conservadoras, quieren a su país, les gusta sus tradiciones, conservan sus tradiciones. Aquí como te digo poco a poco se esta perdiendo, mucho se dejan influenciar por países ajenos. Miran Chile y quieren ser como chile, Miran Ecuador y quieren ser como Ecuador. Miran a Estados unidos,... no hay identidad nacional. Se supone que si soy Perúana debo ser bien Perúana. No dejarme influenciar por otro país. Y si me dejo influenciar debe ser para algo bueno no para algo malo.” (DW_B0032:158)¹⁵⁸

“Si, obviamente, la gente de ahí no vive, acá la mayoría vive del dinero. Si tu tienes dinero tu eres más. En cambio allá no. [...]Sea lo que seas tu eres una persona, un ser humano, común y corriente, así tengas o no dinero. Son más solidarios, entre ellos mismos se ayudan. Acá son más egoistas” (DW_B0032:163)¹⁵⁹

Die Fremdwahrnehmung von Indien – auch abseits der Frage nach Film vs. realem Indien – übt zweifelsfrei Auswirkungen auf das Selbstbild der Befragten bzw. ihrer Kultur aus. Setzt der Interviewteilnehmer Indien in Relation zu Peru, so wird Ersteres in vielen Punkten als ein Ideal wahrgenommen, welches das Bild der eigenen Lebenswelt in einem hohen Grad verändert, und bei der Mehrheit der Befragten eine eindeutige pejorative Wertung mit sich zieht. So wird, wie die genannten Zitate sehr gut veranschaulichen, die bereits an anderen Stellen mehrfach erwähnte Traditionsgebundenheit bzw. die Darstellung spezifisch interpretierter Formen im *hindú tradicional* als Vergleichsmaßstab gesetzt, dem die zum Großteil katholischen Mittelschichtfamilien nicht standhalten können. Der Kulturverlust Perus wird seitens der Interviewteilnehmer auffallend stark thematisiert, geht aber, wie an

¹⁵⁷ Freie Übersetzung des Inhalts: Ich glaube, dass sie ihre eigene Kultur lieben und nicht zerstören. So wie hier zum Beispiel Jesus verehrt und in der Kirche geheiratet wird. Dort verlieren sie ihre Bräuche, gerade wenn es ums heiraten geht, nicht so einfach. Es ist sehr unterschiedlich.

¹⁵⁸ Freie Übersetzung des Inhalts: In Peru sind wir anders. Die Menschen in Indien mögen ihr Land und ihre Traditionen und bewahren sie. Hier geht das mehr und mehr verloren und der Einfluss anderer Länder wird immer größer. Die Leute schauen auf Chile oder Ecuador oder die USA und wollen sein wie sie, es gibt keine nationale Identität. Aber wenn ich Peruanerin bin, dann bin ich das und will mich nicht von andren beeinflussen lassen. Und wenn, dann müsste das schon etwas Gutes, und nicht etwas Schlechtes sein.

¹⁵⁹ Freie Übersetzung des Inhalts: Klar, hier leben die meisten nur nach dem Geld. Wenn du Geld hast bist du etwas. Das ist dort nicht so. Dort bist du ein menschliches Wesen, ob mit oder ohne Geld. Sie sind viel solidarischer und helfen einander. Hier sind sie viel egoistischer.

dieser Stelle ebenso angemerkt werden muss, allerdings mit einem abseits der Medienrezeption Bollywoods großen Nationalstolz einher. Versetzt man sich hingegen wieder in das stark katholisch geprägte Mindsetting der Befragten, so wirkt die Grenzziehung erst mit Blick auf eine konservative Sozialisation inmitten einer im (auch ökonomischen) Wandel begriffenen Lebenswelt situiert.

Als prägnantester Aspekt steht hierbei die Betonung der indischen Heirat und des damit einhergehenden Familiensystems (u.a. arranged marriage) als Knotenpunkt der Differenz von Peru und Indien im Zentrum, dessen heroisierende Rezeption wiederum im Kontext der lokalen Religiosität kausal begründet ist. Während das vorherrschende aktuelle Beziehungssystem in Peru als „*choque y fuga – amor temporal*“ konstituiert wird, steht diesem, selbiges relativierend, eine der indischen Kultur zugeordnete omnipotente, ewig andauernde und alle Grenzen überwindende Liebe gegenüber, wie sie auch in den Filmen nicht selten propagiert wird.¹⁶⁰

„Por ejemplo en la India no existe el divorcio, porque para casarte tienes que estar bien seguro de amarla. En cambio en otros países se casan cuatro veces creo. Incluso hay otros que cambian de esposa cada rato. Pero en la India no, allí solo te casas una sola vez. Me gusta de la India como se casan, es una forma tan bonita, tan pura, es una entrega total. En cambio en otros país o en el mío también ya no existe eso. En cambio en la India si.”
(DW_B0032:150)¹⁶¹

“Ahí en la India para poder casarte con una chica tienes que ir y hablar con su papa, ganarse su cariño. Es algo más bonito más formal. Algo que casi en otros países no hay”
(DW_B0032:151)¹⁶²

¹⁶⁰ Interessant an dieser Stelle auch der Vergleich mit Larkins Forschung bei den Hausa (siehe Kapitel 4.7)

¹⁶¹ Freie Übersetzung des Inhalts: In Indien gibt's zum Beispiel keine Scheidung, wenn du heiratest musst du dir sehr sicher sein, dass du sie liebst. In anderen Ländern wird oft vier Mal geheiratet glaube ich, oder man wechselt die Ehefrau sehr schnell. Aber in Indien heiratest du nur ein einziges mal. Mir gefällt es wie sie sich verheiraten, es ist eine sehr schöne und pure Form. Das gibt's nur in Indien, auch in meinem Land nicht.

¹⁶² Freie Übersetzung des Inhalts: Wenn du in Indien ein Mädchen heiraten willst, musst du erst die Eltern darum bitten. Das ist eine sehr schöne und formale Form, die es in anderen Ländern so nicht gibt.

“Digamos conocerte te casas y luego no funciona se separan pero en la India ellos se casan, viven y tratan de que funcione y tiene que funcionar, tiene que funcionar. en cambio acá terminan, disparan y ya se casa con otra persona en cambio en la India no se estila eso. (DW_C0041:280f)¹⁶³

7.8 Männer- und Frauen (Ab-)Bilder

Mit dem Fokus auf eine inhaltsspezifische Analyse über den Grad der Auseinandersetzung mit der Thematik des Hindi-Films seitens der InterviewpartnerInnen geht auch zwangsläufig der Umgang mit darin vermittelten Männer- und Frauenbildern einher. Da in den bisherigen Ausführungen bereits eine Vielzahl an Eindrücken (beispielsweise im Kontext des Schönheitsideals) vorweggenommen wurde, wird dieser Teilaspekt nur peripher – und mit dem Fokus auf die vorherrschenden Fremdzuschreibungen – behandelt.

Eine der InterviewpartnerInnen fasst für uns an dieser Stelle nochmals kurz einige Aspekte zusammen:

“Belleza porque las mujeres de la India son las más bonitas del mundo, tienen unos valores que se van perdiendo con el tiempo aun estan ahí esos valores y el sacrificio que ellas hacen. Despues cultura porque es tan bonito ver un pais que se conserve hasta ahora todo eso...” (DW_B0038:216)¹⁶⁴

Auch die bereits genannten dargestellten Moral- und Wertvorstellungen werden von den InterviewpartnerInnen (hier mit expliziter Betonung auf die weiblichen Befragten) intensiv rezipiert und teils auf die eigene Person übertragen, was in den meisten Fällen mit einer sehr konservativen Definition der indischen Frau einhergeht. Deskriptive Adjektive wie *“cubierta – bedeckt“*, *“recatada – sittsam“* oder *„humilde – bescheiden“* sind hierbei keine Seltenheit – und komplementieren ein äußerst traditionsgebundenes Bild, sowie den Blick auf den familiären Stellenwert der Frau im Schatten des männlichen Oberhauptes.

¹⁶³ Freie Übersetzung des Inhalts: Sagen wir du lernst dich kennen, heiratest, es funktioniert nicht und du trennst dich. Aber in Indien ist das anders. Du heiratest und versuchst alles damit es funktioniert, und es funktioniert. Wenn es hier nicht funktioniert trennst du dich und heiratest jemanden anders, in Indien verhält man sich nicht so.

¹⁶⁴ Freie Übersetzung des Inhalts: Indische Frauen sind die schönsten der Welt, auch wenn die Werte die sie haben irgendwann verloren gehen mit der Zeit, sind sie jetzt so wie das Opfer, dass sie bringen noch da. Es ist schön ein Land zu sehen, dass sich seine Kultur bis jetzt bewahrt hat.

Häufig als Hausfrau und Mutter konstituiert werden also sehr gefühlsbetonte Akzente gesetzt, jedoch auch mit einer eindeutigen Betonung der damit einhergehenden (und durch den Film vermittelten) machistischen Strukturen.

„Porque me gustaría ser una mujer como ellos, porque allá son más sueltas”
(DW_B0037:213)¹⁶⁵

“Siempre predomina una actitud hacia el hombre de respetarlo, siempre tienen que respetar al cabeza de la familia, es una tradición allá. [...] una actitud un poquito más machista” (DW_B0029:119)¹⁶⁶

Auch wenn ein traditionelles Frauenbild seitens der InterviewpartnerInnen deutlich wird, schwingt abseits davon ein Verständnis aktueller Veränderungsprozesse mit, demzufolge den modernen Frauen zwar eindeutig mehr Rechte und Freiheiten eingeräumt werden...

“Te digo, ahor las chicas se visten más juvenil con faldas más cortas pero solo es un porcentaje de la poblacion, es solo un porcentaje de las personas que miran eso, pero el otro porcentaje mira las películas hindú le llama la atención de las películas hindú por los trajes, por la cultura” (DW_B0038:221)¹⁶⁷

“Me parecen que son un poco irreales a veces, por que son muy hermosas en cambio cuando yo entro en las paginas de India ósea no las veo así tan maquilladas, tan perfectas. Me parecen muy lindas. [...] Antes eran un poco más rellenitas, más gorditas. Ahora pues son más pues súper delgadas, como todo el mundo quieren ser perfectas. Yo creo que también siempre hay la influencia de otros países.” (DW_C0050:371)¹⁶⁸

¹⁶⁵ Ich würde gerne wie eine indische Frau sein, hier sind die Frauen viel freizügiger

¹⁶⁶ Ein machistisches Verhalten steht immer im Vordergrund, Frauen müssen traditionsgemäß dem Kopf der Familie stets Respekt erweisen.

¹⁶⁷ Freie Übersetzung des Inhalts: Heute haben die Frauen viel jüngere Kleidung und kürzere Röcke an. Aber ich sage dir es ist nur ein kleiner Teil der Personen die das ansehen, die Mehrzahl schaut die indischen Filme unter dem Aspekt der traditionellen Kleidung und der Kultur.

¹⁶⁸ Freie Übersetzung des Inhalts: Manchmal scheinen sie ein wenig unreal, weil sie so wunderschön sind. Wenn ich auf Webseiten zu Indien unterwegs bin sehe ich sie nie so perfekt und schön geschminkt. Sie scheinen mir sehr schön zu sein. Früher waren sie aber ein bisschen dicklicher zu sein. Heute sind sie superschlank, so wie nun mal die ganze Welt versucht perfekt zu sein. Ich glaube das ist überall der Einfluss anderer Länder.

...die andererseits jedoch auch eine diesbezügliche Negativkonnotation moderner Einflüsse im (modernen) indischen Film offenbaren. Diese Zuschreibung beschränkt sich innerhalb der Befragten allerdings rein auf die in Bollywood dargestellten Persönlichkeiten, die nach westlichen Maßstäben adaptiert eine breitere Zuschauergemeinschaft erreichen sollen, und geht nur selten mit Veränderungen der indischen Frau, ihrer Tradition und ihren Werten selbst einher. Diese Tendenz der Wahrnehmung spiegelt wiederum die Bevorzugung des traditionellen Kinos wieder bzw. beleuchtet die Unterscheidung und Wandlung von *hindú tradicional* und *hindú moderno*.

In diesem Kontext werden Veränderungsprozesse bezüglich Kleidung und Auftreten der Frauen in moderneren indischen Filmen wie bereits erwähnt seitens der weiblichen und männlichen Befragten thematisiert, allerdings erscheint dies bei ersteren in erheblich größerem Ausmaß als Störfaktor moderner bzw. Qualitätsmerkmal traditioneller Filme zu wirken.

Interessant an dieser Stelle ist auch die geschlechterspezifische Wahrnehmung der Bollywood-Fangemeinde allgemein. Sowohl von männlichen als auch weiblichen Befragten wird diese – ohne Eingrenzung auf die lokalen Gruppierungen bzw. Fans – mithilfe verschiedener Erklärungsmodelle als weibliches Phänomen abgetan. Ein Interviewpartner bemerkt dazu: „*Porque en este país la mayoría de hombres son un poco machistas y no ven tanto este tipo de cine. Porque más están avocados a los dibujos, ánimes, chinos, japonés... que solo muestran violencia. También películas de Hollywood de adelantes tecnológicos, violentos. Sopongo que por eso. Aparte que aquí si un chico ve este tipo de cine se ve como un poco afeminado*” (DW_B0033:171)¹⁶⁹

Dies ungeachtet ergibt sich in unserem Sampling keine derart simple Konstruktion eines omnipotenten weiblichen Fanpools, nicht zuletzt da seitens der männlichen Befragten gleichermaßen enthusiastische Äußerungen im Kontext des Fan-Seins zu vermerken sind. Zudem kann anhand der Beobachtungen vor Ort eine deutliche Balance zwischen Männern und Frauen innerhalb der Fan-Communities festgestellt werden, die das vorherrschende

¹⁶⁹ Freie Übersetzung des Inhalts: In diesem Land ist die Mehrzahl der Männer ein wenig machistisch und dementsprechend schauen sie diese Form des Kinos nicht. Sie sind eher begeistert von Trickfilmen, Animes, Chinesischen und Japanischen Filmen... die nur Gewalt zeigen. Natürlich auch gewaltlastige Filme aus Hollywood mit neuen Technologien. Ich glaube das ist der Grund. Und abgesehen davon wird ein Mann der diese Kinoform mag, als ein bisschen feminin betrachtet.

Bild nicht verifiziert. Allerdings sind, wie bereits erwähnt, die Präferenzen innerhalb der Rezeption des Medienprodukts sehr variantenreich, wobei seitens der Tänzer eine graduelle Hinwendung zum *baile moderno* im Raum steht.

8. Performanz – Zur Inszenierung von Fankultur

*„Bollywood? Creo que es una de las cosas más maravillosas,
hermosas que pueden existir en el mundo”*
(DW_C0049:358)¹⁷⁰

Als letzte Analysekategorie steht nun die performative Ebene im Raum, die sowohl eine Artikulation des „Fan-Seins“ im virtuellen, als auch realen Raum implementiert. Mit anderen Worten geht es um die teilweise bereits angesprochenen spezifischen Fanaktivitäten in ihrer Gesamtheit sowie in ihren räumlichen Verortungen, wobei auch hier der Fokus dem Einzelnen – jedoch unter Berücksichtigung seiner Teilnahme an einer lokalen Sub- bzw. Fankultur – obliegt. Wie in den theoretischen Abhandlungen verdeutlicht, geht mit Medienrezeption stets eine Adaption der Inhalte an die eigene Lebenswelt einher. Der aktive Rezipient konstruiert Wirklichkeit und fungiert als Bedeutungsgeber in einem Kreislauf der Medien, wobei Fankultur als sichtbarste Form dessen im Raum steht. Fan-Sein inkludiert nun, erinnern wir uns nur an Jenkins und sein Verständnis von Fankultur, seinerseits Aktivitäten, die über die Wahrnehmung der Inhalte hinausgehen, und sich auf verschiedenen Ebenen und Ausprägungen im sozialen Handeln manifestieren. Die Medienrezeption konstruiert mit anderen Worten eine Wirklichkeit, die Inhalte transformiert und Handlungen aktiviert, und die in ihrer spezifischen Artikulation innerhalb ihrer nach außen gerichteten kommunikativen Struktur untersucht und analysiert werden muss. Die Überlegungen drehen sich also wieder um jenen aktiven Prozess der Aneignung von Repräsentationsformen, deren hybride Neukonstruktion seitens des Zielpublikums mehr und mehr eine Fankultur – im Angesicht unserer lokalen Bollywood Fan-Communities – als Hybridkultur zu enttarnen scheint.

Das Individuum auf der bereits erwähnten multimodalen Bühne der Selbst- und Fremddarstellung, oder mit anderen Worten *der virtuelle Raum als soziale Bühne und die lokale Gemeinschaft als soziale Akteure*, steht folglich zur Debatte. Innerhalb zerfließender Grenzen werden dabei sowohl die einzelnen Aktivitäten im privaten Rahmen ein letztes Mal zusammengefasst, als auch die mit dem Fan-Sein parallele Kommunikation nach außen mit eingeschlossen, welche mit jenen bereits mehrfach angesprochen Aneignungsme-

¹⁷⁰ Freie Übersetzung des Inhalts: Bollywood? Eins der wunderschönsten Dinge die es auf dieser Welt gibt.

chanismen untrennbar verbunden ist. Vorweg sei erwähnt, dass seitens der InterviewpartnerInnen sowohl das Internet, als auch die jeweilige Community als wichtige Informationsquellen postuliert werden.

8.1 Partizipation und Interaktion Offline

Resümieren wir vorerst die Fan-Aktivitäten im privaten Raum der InterviewpartnerInnen, so ergibt sich zu Beginn kein außergewöhnliches Bild. Das Sammeln von themenrelevanten Produkten und die Projektion von Idealen und Wertvorstellungen auf das Objekt der Begierde standen bereits innerhalb der theoretischen Abhandlungen als Kennzeichen eines Fans im Raum. Darüber hinaus wurde die face-to-face Auseinandersetzung bzw. der direkte Austausch von Informationen (Gossip – Klatsch und Tratsch) auf lokaler Ebene in der Alltagswelt der Rezipienten bzw. die Kommunikationssysteme innerhalb der Fans kurz beleuchtet. Abgesehen von dieser Form der Interaktion steht nun jedoch ein weiteres Mal die themenspezifische Gruppenbildung im Kontext der Communities zur Debatte, deren gemeinsamer Anknüpfungspunkt in wöchentlichen Bollywood-Tanzkursen bzw. Tanzproben besteht. Widmen wir uns dazu kurz nochmals der Entstehungsgeschichte von India-Aqp, so kristallisiert sich die Bedeutung des Tanzes im folgenden Zitat sehr deutlich heraus:

“A ver que te diré....Empezaron así chicos.. así por Internet, le gustaba dijeron, a quien le gusta, un foro no, empezaron hablar de donde eres de Arequipa aya..., entonces que tal si formamos una comunidad. Y los chicos se encontraron, primera era solo una reunieron de varios amigos y conversaron y después una semana ellos dijeron quien quiere bailar, entonces al otra semana ellos iniciaron un tallá te danza, empezando con unas 10 personas y después de ahí fue creciendo más y más hasta que llego a 60 integrantes, después cada fue a trabajar, fue a viajar y se fue a hacer su vida, ya pues hasta ahora han quedado 25 personas todavía, pero yo creo que va a crecer más ...porque todavía no se murió el SRK...” (DW_A0021:30)¹⁷¹

¹⁷¹ Freie Übersetzung des Inhalts: In einem Forum im Internet hat es angefangen. Einige haben miteinander gesprochen und beschlossen eine Gruppe in Arequipa zu gründen. Sie haben sich als Freunde getroffen, und nach einer Woche kam die Idee auch einen Tanzkurs zu veranstalten. Die Woche darauf begannen die ersten 10 Leute damit, und auch und nach wurden es 60 Mitglieder. Danach kam eine Zeit in der viele aus zeitlichen Gründen nicht kommen konnten und es waren nur noch 25, aber ich glaube es wird wieder wachsen, schließlich ist SRK noch nicht tot...

Damit resümieren wir im Grunde die bisherigen Ausführungen im Kontext der InterviewpartnerInnen und Mitglieder der Fan-Communities, deren sichtbarstes Qualitätskriterium de facto der indische Tanz darstellt. Dies äußert sich in beinahe allen Aspekten der Befragung, angefangen von den Hobbies, bis hin zu kulturellen Merkmalen, Stars und Schauspielern. Eine eindeutige Grenzziehung zu anderen Tänzen ist hierbei im Sampling nicht auszumachen, nicht zuletzt da ein Großteil der Interviewten auch aktiv an anderen (häufig traditionellen) Tänzen teilnimmt. Sehr wohl kann jedoch eine eindeutige Präferenz zu indischem Tanz – wiederum unter der Unterscheidungsprämisse traditionell vs. modern – festgestellt werden, wobei etwaige spezifische Merkmale der einzelnen Tänzer den Rahmen der Arbeit erheblich sprengen würden.

Über die Bedeutung des Tanzens bemerkt eine Interviewteilnehmerin: *“Bailar con mucho empeño, lo bailo con muchas ganas, vivo la canción, me imagino que yo estuviera en la India y bailo.”* (DW_B0032:151)¹⁷²

Wie bereits erwähnt sind die InterviewpartnerInnen zu einem Großteil seit Jahren aktive Mitglieder der Gruppen, wobei die verschiedenen Personen aufgrund zeitlicher Aspekte manchmal nur an bestimmten Wochentagen den Kursen beiwohnen. Dabei sind bereits länger involvierte TänzerInnen als Choreographen auserkoren, die an bestimmten Tagen für die Weitergabe gewisser Tanzschritte verantwortlich sind. Hierbei werden jedoch nicht nur die „pasos“ der Filme¹⁷³ nachgetanzt, sondern auch Präsentationen und Fernsehauftritte der Schauspieler herangezogen, wobei freilich auch individuelle Präferenzen hinsichtlich Schwierigkeitsgrad und Art der Musik zu vermerken sind.

Interessant an dieser Stelle ist jedoch die Adaption der Schritte seitens der Choreografen, die oftmals bemüht sind, eine möglichst einzigartige Darbietung (auch für spätere Präsentationen) zu entwickeln. In diesem Zusammenhang ist auch die Form des *salsa-hindú* zu nennen, die ein Zusammenführen von indischen Tanzschritten und Bewegungen mit Rhythmen des beliebten klassischen Tanzes Salsa beinhaltet. Einer der Choreographen und langjähriges Mitglied von India-Apq/Hamesha Dosti beschreibt:

¹⁷² Freie Übersetzung des Inhalts: Mit viel Eifer tanzen, ich tanze mit Freude, lebe das Lied, und stelle mir vor das ich in tanzend in Indien wäre.

¹⁷³ Beliebte auch hier wieder *mi familia hindú*, *Devdas* und *Mohabattein* im traditionellen Kontext, sowie *Dhoom* und *Krish* unter dem Fokus des Hindi-Pop

“Si, vamos a las presentaciones para hacernos conocidos, para ser el mejor grupo de Arequipa, innovar en trajes, coreografía. Estoy tratando de ayudar, mezclando coreografías con las danzas de acá. No tanto fusión, solo coreografías, osea figuras, desplazamientos... entrada, salida.” (DW_B0033:174)¹⁷⁴

Innerhalb einer ritualisierten Gesamthandlung von Medienrezeption und aktiver Ausübung indischer Tänze kommt es also schlussendlich, wie das Beispiel des *salsa-hindú* elegant veranschaulicht, nicht zu einer reinen Übernahme der heroisierten Elemente, sondern viel mehr zu einer kreativen Adaption bzw. Neukonstruktion nach eigens kreierten Maßstäben seitens der involvierten Personen, wobei das Eigene und das Andere in einem hybriden Prozess situiert etwas vollständig Neues ergeben. Nach welchen Maßstäben bzw. unter welchen Gesichtspunkten dies geschieht, wird erst auf den zweiten Blick deutlich.

Entgegen anfänglicher Annahmen halten sich diverse (lokale) Gruppentreffen abseits der Tanzaktivitäten sehr in Grenzen, was ein weiteres Mal die Intentionen der InterviewpartnerInnen transparent werden lässt. Selbstverständlich muss an dieser Stelle auch das gemeinsame Sichten von Filmen und der Kontakt abseits der Proben als Gemeinschaftsaktivität festgehalten werden, den Schlüssel und Kern bildet jedoch stets der Tanz. Die Identifikation mit der Gruppe wird dabei primär über die gemeinsame Leidenschaft geprägt, wobei hierbei auch die individuellen Präferenzen hinsichtlich Tanz und Musik eine große Rolle spielen. Eine sehr gefühlsbetonte Hinwendung zur jeweiligen Gemeinschaft, wie sie mit der Betonung einer zweiten Familie bereits in ihrer exzessivsten Form veranschaulicht wurde, ist sowohl bei männlichen als auch weiblichen InterviewpartnerInnen zu bemerken. Interessant an dieser Stelle ist jedoch wieder eine Unterscheidung in Tanz und Film, da es besonders seitens der (zum Großteil männlichen) Fans des Hindi-Pop teilweise nur selten zu einer expliziten Rezeption der Filme, sondern primär zu einer reinen Sichtung der Song & Dance Szenen kommt, die in Folge ausschlaggebende Faktoren für die Wahrnehmung der Schauspieler stellen.

Doch die alleinige Interaktion innerhalb der Gruppe scheint im Kontext des Fan-Seins der Befragten zu unbefriedigend – und geht in großem Maße mit dem Wunsch einher, Bolly-

¹⁷⁴ Freie Übersetzung des Inhalts: Ja wir machen Präsentationen damit wir bekannter werden, um die Beste Gruppe in Arequipa zu sein mit immer neuen Kostümen und Choreographien. Ich versuche dabei zu helfen, und arbeite an einer Mischung von Choreografien mit Tänzen von hier. Nicht komplett miteinander verschmolzen, aber ein paar Figuren, das Hinein- und Hinausgehen.

wood so weit als möglich hinaus zu tragen. Eine Form der Kommunikation nach außen, die als Erklärungsmodell einerseits für die eben angesprochene eigenständige Produktion von Tanzschritten und Choreographien, und andererseits für die im Kontext der InterviewpartnerInnen außergewöhnlich hohe Gewichtung öffentlicher Präsentationen fungiert.

8.2 Repräsentation Offline und die Darstellung nach Außen

Das Fan-Sein und die damit einhergehende Bedeutung einer möglichst positiven (öffentlichen) Präsentation des Erlernten bzw. Angeeigneten steht also im Raum. Die Möglichkeit, dabei in die Rolle der verehrten Charaktere zu schlüpfen, wird, wie bereits erwähnt, besonders seitens der weiblichen InterviewpartnerInnen mit einem hohen Stellenwert belegt. Eine der Befragten beschreibt ihre Intentionen als Tänzerin im Gegensatz zu jenen Fans, die sich mit dem bloßen Ansehen der Filme zufrieden geben:

*“Por que al bailar tu te sientes que la estrella, que tu eres la protagonista, por ejemplo cuando estas bailando un tema de Ayshwaria, tu te sientes como Ayshwaria, te sientas ella no, te sientas muy diferente, cuando estas mirando miras y a veces ahh yo quisiera hasta alli bailando...creo que algunas dicen eso y algunos solo estan mirando” (DW_A0026:88)*¹⁷⁵

Auf lokaler Alltagsebene bietet sich jedoch abseits der Fangruppen kaum die Möglichkeit, das Fan-Sein im Kontext des *cine hindú* nach außen zu tragen. Auch wenn beispielsweise die Bewunderung für die traditionelle Kleidung sehr groß ist, und ein Großteil der InterviewpartnerInnen eigens genähte oder gekaufte Kostüme (bzw. im Fall der weiblichen Personen Modeschmuck und Accessoires) besitzt, kommt eine Nutzung dieser Fan-Produkte im Alltag nicht in Frage. Erinnern wir uns an das relativ reservierte Publikum während der Vorführungen von Barathi Dil, so erklärt sich dieser Umstand aus sich selbst heraus. Insofern steht der Wunsch im Raum, nicht nur das tänzerische Können im öffentlichen Raum unter Beweis zu stellen, sondern auch die Möglichkeit zu haben, die persönliche Leidenschaft in ihrem vollen Ausmaß zu präsentieren – und somit in eine Rolle zu

¹⁷⁵ Freie Übersetzung des Inhalts: Wenn du tanzt, dann fühlst du dich wie ein Star, du bist die Hauptdarstellerin. Zum Beispiel wenn du ein Thema von Ayshwaria tanzt, fühlst du dich wie sie, du fühlst dich anders. Wenn du schaust dann machst du nur das, aber manchmal ist es so, du willst einfach tanzen... einige denken so, und andere sehen sich nur die Filme an

schlüpfen, die sich von der peruanischen (Alltags-)Persönlichkeit abhebt. Es führt die Tänzer und Tänzerinnen innerhalb der ritualisierten Praxis (damit eingeschlossen sowohl Tanz, als auch Kostümproben, Schminkszenarien etc.) in einen Als-Ob-Modus, der sowohl als Baustein einer imaginisierten Wirklichkeit konstituiert ist, als auch eine parallele Identität des Eigenen und des Anderen (mit-)konstruiert. Zusammenfassend kann die Repräsentation der Fankultur in Arequipa und des Fans im Einzelnen in einer nach außen mündenden Kommunikation situiert werden, deren positive Reflektion genauso prägnant ist, wie die individuelle Identifikation mit den anzueignenden Versatzstücken medialer Texte.

8.3 Partizipation und Interaktion Online

Der Einfluss des Internets steht anhand der bisherigen Überlegungen zweifelsfrei außer Frage. Seitens der InterviewpartnerInnen als wichtige Informationsquelle im Kontext der Rezeption indischer Populärkultur konstituiert, laufen eine Vielzahl an parallelen (direkten und indirekten) Kommunikationsstrukturen über selbiges Medium, wobei sich die Interaktion mit anderen Fans in unserem Sampling primär via MSN, YouTube und Hi5 gestaltet.

Die Betonung der Gemeinschaft jedoch ist auch an dieser Stelle allem voranzustellen, da wie bereits erwähnt die Administration der Gruppe India-Aqp/Hamesha Dosti in ihrer Funktion auch themenspezifische Informationskanäle leitet. Dies geht über die neuesten Informationen bezüglich indischem Kino und seinen Schauspielern bis hin zu aktuellen Veränderungen bzw. Ereignissen vor Ort, und wird von den Gruppenmitgliedern als informative Wissensquelle, auch abseits formaler Aspekte, erachtet. Sie selbst bemerkt dazu:

“Estoy inscrita en algunas comunidades de Lima, que te mandan informaciones sobre las novedades del cine hindú. De la comunidad India-Perú de Lima, de bollywood-perú y también hay fans de SRK” (DW_A0024:40)¹⁷⁶

¹⁷⁶ Freie Übersetzung des Inhalts: Ich bin bei einigen Gruppen in Lima registriert, die mir oft Informationen über die Neuigkeiten des indischen Kinos schicken. Da gibt es die Community India-Peru aus Lima, bollywood-peru und auch Fans von SRK.

“Si de mensajes si, tenemos correo y se manda mensajes yo. De dos a tres veces por semana, de todos con sus correos les envio mensajes. Por decir si hay un cambio, una novedad, alguna presentacion nueva, por eso envio mensajes” (DW_A0023:41)¹⁷⁷

Als Grundannahme stand zu Beginn eine aktive Teilnahme in bollywoodspezifischen Foren seitens der peruanischen Fans im Raum, was im Verlauf der Datenerhebung bzw. Analyse nicht verifiziert werden konnte, da nur ein sehr geringer Teil der InterviewpartnerInnen sich an Diskussionen beteiligt. Während eine Vielzahl der Befragten zwar zugibt, das eine oder andere durch Google aufgespürte Forum nach News zu durchforsten, werden hauptsächlich sprachliche Barrieren bzw. ein generelles Desinteresse thematisiert. Das Wissen um spanischsprachige Foren ist zwar durchaus vorhanden, abseits einiger weniger Begeisterter (Frauen) wird diese Form der Interaktion selten präferiert. Dies liegt einerseits am Aufkommen der seit 2007 spanischsprachigen Internetseite Hi5, einem international social network program, sowie der unpersönlichen Struktur von Foren allgemein. Hierzu stellvertretend die Aussagen einiger InterviewpartnerInnen über ihre persönlichen Nutzungsgewohnheiten:

“No, antes si hace tiempo....pero no me gusta. A veces hay comentarios.. no a veces hay algunos que se meten para molestar. Y hace comentarios feos, no me agrado y por eso creo que lo dejé. No me interesa mucho.” (DW_A0026:81)¹⁷⁸

“En los foros es casi similar pero lo malo es que no es algo muy personal, en cambio en hi5 conoces amigos rapido, ellos hacen click y rapido se insertan en tu pagina, pero en los foros todo es leer en cambio en hi5 se puede intercambiar” (DW_B0029:125f)¹⁷⁹

“Miramos nuestras fotos, hay fotos de nuestras presentaciones, videos de nuestras presentaciones, y es bonito mirar. Miramos en que nos hemos equivocado, y de ahí tratamos de mejorar” (DW_32:158)¹⁸⁰

¹⁷⁷ Freie Übersetzung des Inhalts: Per e-Mail schicke ich zwei- bis dreimal in der Woche Nachrichten an alle. Wenn es zum Beispiel Neuigkeiten gibt, neue Präsentation usw. dann benachrichtige ich alle.

¹⁷⁸ Freie Übersetzung des Inhalts: Früher schon, aber ich mag es nicht. Manchmal gibt es Leute die stören wollen. Und es gibt hässliche Kommentare, das gefiel mir nicht und deshalb hab ich damit aufgehört.

¹⁷⁹ Freie Übersetzung des Inhalts: In den Foren ist es zwar ähnlich, aber es ist nicht so persönlich. Im Gegensatz dazu kannst du mit Hi5 schnell Leute kennenlernen, du machst klick und schon sind sie auf deiner Seite. Die Foren sind vielleicht zum lesen, aber bei Hi5 kannst du dich austauschen.

¹⁸⁰ Freie Übersetzung des Inhalts: Wir schauen uns die Fotos an, es gibt Fotos und Videos von unseren Präsentationen. Wir schauen was wir zusammengebracht haben und dann versuchen wir uns zu verbessern.

Ein durch Hi5 wesentlich begünstigter Faktor sind (indirekte) transnationale Kommunikationsprozesse, die es den mit einem Profil registrierten Personen erlauben, Kontakte in alle Teile der Welt zu knüpfen. Durch die Möglichkeit einer persönlichen und interessen-geleiteten Gestaltung des Profils entsteht ein Pool an Informationen, der es den Teilnehmern ermöglicht, über propagierte Interessen zu spezifischen Gruppen zusammenzufinden. Die einzelnen Profile übernehmen hierbei aufgrund ihrer Nachrichtenfunktion auch eine interaktive Form der Kommunikation, wobei hier jedoch tatsächliche transnationale Austauschprozesse seitens der InterviewpartnerInnen aufgrund sprachlicher Barrieren nur selten mit direkter Kommunikation verbunden wurden. Hi5 nimmt also allgemein einen großen Stellenwert in unserem Sampling ein, dient jedoch nur bedingt einer aktiven Interaktion. Dazu jedoch später.

Als ein Grund für die Ablehnung der Foren steht zweifelsfrei auch die lokale Gemeinschaft zur Debatte. Durch die Möglichkeit der Interaktion mit Fans offline und den vorhandenen Informationskanälen seitens der Community-Mitglieder scheint die virtuelle Vernetzung innerhalb der lokalen Fangemeinden durch den MSN-Chat als Polster zu fungieren, das weitere Kommunikationsnetz redundant werden lässt. Inwieweit dies tatsächlich der Realität entspricht, kann nur bedingt interpretiert werden. Faktum bleibt jedoch, dass sich – auch wenn die Suche nach Informationen im Internet von hohem Wert ist – keine spezifischen Austauschprozesse im Kontext von Foren eruieren lassen, und die Bedeutung der Online-Partizipation an den Repräsentationen der jeweiligen Fankultur einen ebenso wichtigen Teil einnehmen, wie die Betonung der Gemeinschaft vor Ort.

8.4 Repräsentation Online seitens der Fangemeinde

Auch an dieser Stelle ist gleich vorweg der stetige Wunsch nach einer positiven Repräsentation und Kommunikation nach außen zu bemerken. Die Repräsentationen der Fangemeinde India-Aqp beschränken sich im Wesentlichen auf die Programme Hi5, YouTube und MSN, wobei die 2007 gegründete Msn-group durch die Auflösung des Online-Dienstes allgemein im Jänner 2009 geschlossen wurde. Da sich deren Nutzung in den letzten Monaten nur noch auf marginale Aktualisierungen seitens der Administration beschränkt hat und die private Forumsfunktion kaum mehr in Anspruch genommen wurde, scheint der Schaden nur gering. Die Administration von India-Aqp/Hamesha Dosti erzählt

darüber: *“No tenemos pagina Web, antes si la hizo un chico que se llamaba José pero ya no esta con nosotros, ahora tenemos en hi5 y ahí colocamos fotos de nuestras presentaciones, los eventos y las giras que hicimos también en Juliaca y Puno y de nuestros presentaciones y ensayos, tenemos un aproximado de 600 fotos en el hi5.”* (DW_A0023:36)¹⁸¹

Die Popularität der Hi5 Profile durchdringt eine Vielzahl der Communities, wobei sich deren Interaktion aufgrund bereits beschriebener Differenzen kaum auf direkte Kommunikation seitens der diversen Mitglieder stützt. Die soziale Funktion des Programms, basierend auf einem Konzept von medialen „Freunden“, stellt in seinem Bestehen die Möglichkeit der direkten Kommunikation zweifelsfrei als oberstes Charakteristikum in den Raum, primär gestaltet sich die Kontaktaufnahme bzw. die Kommunikation jedoch über die visuelle Ebene. Die individuelle Gestaltung der Profile durch Musikelemente, Videos, Wallpapers und vor allem Fotos scheint in diesem Sinne mehr einem medialen Exhibitionismus als tatsächlichem Gesprächsaufbau dienlich, wobei im Falle der Communities (Barathi Dil und Hamesha Dosti) im Zuge dieser visuell nach außen gerichteten Kommunikation als Repräsentationsform eine partikuläre Verheimatlichung der durch das indische Kino vermittelten Medientexte zu bemerken ist. Das in Abbildung 1 dargestellte Logo der Gruppe India-Aqp/Hamesha Dosti zeigt hierbei beispielhaft jene Form der Verheimatlichung bzw. Aneignung, die sowohl die Vorzüge der eigenen Stadt (siehe im Hintergrund die weiße Kathedrale als Wahrzeichen Arequipas), als auch die heroisierten Elemente angesichts einer bewunderten indischen Schauspielerinnen, miteinander verbindet. Diese Form der Repräsentation zieht sich auch durch unzählige weitere online präsentierte Elemente der Fanggemeinschaften, wobei zusammenfassend in den eigens erzeugten Fan-Art Produkten stets ein Nebeneinander des Eigenen und Anderen konstruiert wird, das sowohl in farblichen Darstellungen der beiden Landesflaggen Peru und Indiens (auf Textebene), als auch als visuelle Koexistenz der Gruppenmitglieder und geliebten Stars (auf Bildebene) deutlich wird.

Abgesehen von den (neu-)konstruierten Abbildungen stehen zudem die selbst produzierten Videos als wichtige Repräsentationsform im Raum, wobei im Fall von India-

¹⁸¹ Freie Übersetzung des Inhalts: Früher hatten wir eine Homepage die Jose gemacht hat, der ist aber nicht mehr bei uns. Heute haben wir Hi5 wo wir unsere Fotos unserer Präsentationen publizieren sowie die Events und Auführungen die wir in Puno und Juliaca hatten, alles in allem sind es bis jetzt 600 Fotos auf Hi5

Aqp/Hamesha Dosti ungefähr 50 Videos auf YouTube online gestellt wurden. Wie im Kontext der Gruppe India-Aqp bereits bemerkt, sind diese Präsentationen mit einem wichtigen Stellenwert seitens der Gruppenmitglieder behaftet, und dienen einerseits dem Sich-Abheben von andern Fan-Communities durch die eigenen Choreografien, und andererseits dem bereits beschriebenen Nach-Außen-Tragen einer kollektiv gelebten Leidenschaft. Diese Formen der Verheimatlichung sind jedoch nicht nur seitens der Communities, sondern auch auf der Ebene des Einzelnen zu bemerken.

8.5 Repräsentation Online auf individueller Ebene

Auch hier müssen einige der bereits genannten Fanaktivitäten vorerst wiederholt werden. Die Produktion von Fan-Art im Kontext von eigenen Collagen und durch Photoshop bearbeiteter Fotos nimmt besonders seitens der weiblichen InterviewpartnerInnen einen hohen Stellenwert ein. Dies zeigt sich auch in den diversen Repräsentationen Online, sowohl die zahlreichen Hi5-Profile, als auch die Darstellung der eigenen Person im MSN-Messenger betreffend. Ein moderner Cyber-Exhibitionismus, der wie im Fall der Communities auf ein primär visuelles Öffentlich-machen der persönlichen Präferenzen, des Fan-Seins sowie der spezifischen Besonderheiten die damit einhergehen.

Eine Interviewteilnehmerin erklärt sich und ihre Alltagspräferenzen im Kontext von Hi5: *“Bajo fotos. tengo dos, uno donde cuelgo pura foto hindú lo que bailamos... y otro cuelgo mis vidas normales, comunes. Pero claro mi vida Bollywood es cuando estoy acá no, y mi vida normal es no es de acá, es diferente, otro ambiente...”* (DW_C0047:355)¹⁸²

Diese Formen der Online-Identität finden sich abseits der kreativ gestalteten Bildebene auch auf der Textebene wieder, deren gemeinsamer Anknüpfungspunkt stets in Relation zum Medienprodukt Bollywood zu betrachten ist. Mit anderen Worten steht eine Form der Identifikation mit dem Fan-Sein im Raum, die beinahe automatisiert Verbindungen zieht, wie sie beispielsweise im Falle von Nicknames sichtbar werden. Da wie bereits erwähnt kaum aktive Foren-Nutzung in unserem Sampling festgestellt werden konnte, dienen Spitznamen im Internet im Kontext notwendiger Registrierungen (wie YouTube, MSN und

¹⁸² Freie Übersetzung des Inhalts: Ich lade Fotos hoch. Aber ich habe zwei, eines für meine indischen Fotos auf denen wir tanzen, und eines mit meinem normalen Alltagsleben. Ist ja klar, mein Leben mit Bollywood ist wenn ich hier bin, und mein normales Leben ist da draußen. Das ist ganz anders.

Hi5) einer expliziten Repräsentation der Online-Fan-Identität. Die Verbindung zu Schauspielern, (auch die Darstellung der Lieblingsstars als Profilbild wäre an dieser Stelle zu nennen), zu den Namen der Kinder jener beliebten Stars sowie zu den Protagonisten der Lieblingsfilme sind dabei ebenso gewichtig, wie szenische Deklarationen einzelner Aspekte durch Film- bzw. Musikzitate. Subsumierend kann also auch im Zusammenhang mit virtuellen Repräsentationsformen seitens der bekennenden Fans und Mitglieder der Fangemeinschaften eine durch Verheimatlichung und Aneignung der Medienprodukte in die eigene Alltagswelt gekennzeichnete „Identifikation mit Bollywood“ und „Identität als Fan“ festgestellt werden.

9. Resümee mit Weitblick

Auf welche Art und Weise die Inhalte indischer Populärkultur von den Mitgliedern der Fan-Communities in Arequipa/Peru rezipiert werden, wurde im Zuge der Datenanalyse sehr ausführlich behandelt. Dabei sprechen die spezifischen Aneignungsmechanismen, die sowohl im Kontext der Wahrnehmung der Filminhalte, als auch im Zuge einer performativen Ebene von Fanaktivitäten von Bedeutung sind, für sich selbst. Die Zuwendung zum Hindi-Film konstituiert sich einerseits durch Gemeinsamkeiten, wie ein ähnlich konstruiertes kulturelles Mindsetting, andererseits jedoch auch durch eine Form der spezifischen Grenzziehung, die die Besonderheit des indischen Kinos in Relation zu westlichen Traditionen bzw. auch der eigenen peruanischen Tradition setzt. Diese Besonderheiten wurden bereits in den theoretischen Ausführungen in Form des spezifischen indischen Starsystems, der direkten narrativen Erzählstruktur oder der prägnanten Tanzszenarien Bollywoods thematisiert.

Auffallend dabei ist die kulturelle Note, die seitens der InterviewpartnerInnen vergeben wird, und die sich in der Annahme der (traditionellen) indischen Tänze als Schlüsselsubstanz erklärt. Der Stellenwert des Tanzes innerhalb der Rezeption indischer Populärkultur ist im Fall unseres Samplings außergewöhnlich hoch, wobei eine Differenzierung in Filminhalte und Song & Dance Szenen zahlreiche Erwähnung findet. Selbstverständlich findet selbiges in den Stars und Schauspielern einen gemeinsamen Nenner, die als Projektionsflächen und Dealmaker für die Popularität Bollywoods fungieren.

Charakteristikum für die InterviewpartnerInnen und Mitglieder der Fan-Communities ist also die *aktive* Artikulation des Fan-Seins im Alltag, was sich – abseits der Medienrezeption – sowohl im Erlernen und Adaptieren indischer Tanzschritte, deren öffentliche Präsentation, als auch kreative Produktion von Fan-Art auf einer Bildebene im virtuellen Raum äußert. Diese Formen der kreativen Aneignung, sowie einer generellen Verheimatlichung von medial vermittelten Texten als spezifischer Mechanismus von Medienrezeption führen uns abschließend ein letztes Mal zu der Frage, ob man Fankultur im Kontext dieses prozesshaften Phänomens als Hybridkultur bezeichnen kann. Dazu müssen wir uns vorerst die in den theoretischen Ausführungen postulierte Bedeutung des Lokalen zurück ins Gedächtnis führen. Globale Phänomene sind stets in ihrer lokalen Ausprägung und spezifischen Ausformung zu untersuchen, demzufolge kann auch keine omnipotente The-

orie für ein Konstrukt von Fankultur in den Raum gestellt werden. Fans – ob nun im realen und/oder virtuellen Raum – sind stets in einem spezifischen Rahmen situiert, den es in seiner phänomenologischen Ausprägung zu untersuchen und analysieren gilt. Im Falle von Aneignungsmechanismen im Kontext des Fan-Seins spräche eine Tendenz der Hybridisierung bzw. Neukonstruktion und Adaption von wahrgenommenen Medieninhalten zweifelsfrei für sich, allerdings steht für ein Phänomen dieser Art stets eine Sicht auf graduelle Ausprägungen seitens der involvierten Personen auf lokaler Ebene im Raum. Auch wenn Fankultur anhand der bisherigen Überlegungen also nicht generell als Hybridkultur bezeichnet werden kann, ist die Rezeption indischer Populärkultur durch die InterviewpartnerInnen in unserem Sampling stark geprägt durch jene direkten und indirekten Aneignungsmechanismen, sodass wir durchaus von einem hybriden Prozess der Aneignung und Neukonstruktion von bollywoodspezifischen Medientexten ausgehen können. Tatsächlich sprechen wir von einer Hybridkultur auf Umwegen – deren wichtigstes Element der mediengeprägte Rezipient selbst ist.

Abschließend bleibt zu bemerken, dass das erhobene Datenmaterial abgesehen der bereits erörterten Aspekte noch eine Vielzahl an weiteren interessanten Analyseebnen beinhaltet, die jedoch in einer detaillierteren Ausführung nicht in den Rahmen dieser Arbeit fallen. Dazu gehören unter anderem ein differenzierterer Blick auf die Sehgewohnheiten seitens der Rezipienten, die Unterscheidung von Bollywood bzw. indischer Populärkultur und nordamerikanischem Kino, oder auch weitere Qualitätskriterien indischer Tänze im Vergleich.

Anhang

Bibliographie

Alexowitz, Myriam (2003): „Traumfabrik Bollywood. Indisches Mainstream-Kino“ Bad Honnef: Horlemann Verlag

Appadurai, Arjun (1992): „Disjuncture and Difference in the Global Cultural Economy“ In: Featherstone, Mike (Hrsg): „Global Culture. Nationalism, globalization and modernity.“ London: Sage Publications Ltd

Appadurai, Arjun (2002): „Disjuncture and Difference in the Global Cultural Economy“ in: Inda, Jonathan Xavier; Rosaldo, Renato (Hrsg.) (2002): „The anthropology of globalization. A reader“ u.a. Malden/Mass.: Blackwell Publishers Inc.

Atteslander, Peter (2008): „Methoden der empirischen Sozialforschung“ Berlin: Erich Schmidt Verlag 12.Auflage

Ayaß, Ruth; Bergmann, Jörg R. (Hrsg.) (2006): „Qualitative Methoden der Medienforschung“ Hamburg: Rowohlt - Taschenbuch-Verlag

Bachmann, Götz; Wittel, Andreas (2006): „Medienethnographie“ In: Ayaß/Bergmann (2006): „Qualitative Methoden der Medienforschung“ Hamburg: Rowohlt-Taschenbuch-Verlag

Bahl, Anke (1997): „Zischen On- und Offline. Identitäten und Selbstdarstellung im Internet“ München: KoPäd

Balme C.R. (1995): „Theater im postkolonialen Zeitalter. Studien zum Theatersynkretismus im englischsprachigen Raum“, Tübingen

Banaji, Shakuntala (2006): „Reading Bollywood. The Young Audience and Hindi Films“ Basingstoke et al.: Palgrave Macmillan

Bardard, Alan / Spencer, Jonathan (2004): „Encyclopedia of Social and Cultural Anthropology.“ London: Routledge

Barthes, Roland (1972): „Mythologies“ Paris: Éd. du Seuil

Beck, Ulrich (1998): „Was ist Globalisierung? Irrtümer des Globalismus- Antworten auf Globalisierung.“ Frankfurt: Suhrkamp Verlag, 5. Auflage

Beer, Bettina (Hrsg.) (2003): „Methoden und Techniken der Feldforschung“ Berlin: Dietrich Reimer Verlag GmbH

Bhabha, Homi K. (2007): „Die Verortung der Kultur“(dt. Übersetzung) Tübingen: Stauffenburg

Bronfen, Elisabeth; Marius, Benjamin (1997): „Hybride Kulturen. Einleitung zur anglo-amerikanischen Multikulturalismusdebatte“ Tübingen: Stauffenburg

Castro Varela, Maria do Mar; Dhawan, Nikita (2005): "Postkoloniale Theorie: eine kritische Einführung" Bielefeld: transcript Verlag

Chopra, Anupama (2008): "King of Bollywood. Shah Rukh Khan und die Welt des indischen Kinos" Köln: Rapid Eye Movies

Clifford, James. (1988): "The Predicament of Culture: Twentieth Century Ethnography, Literature, and Art" Cambridge/Massachusetts: Harvard UP

Colpe, Carsten (1997): "Synkretismus als Antwort auf die Herausforderung durch das Fremde" in: „Furcht und Faszination – Facetten einer Fremdheit“ Berlin: Akademie Verlag (317-346)

Dissanayake, Ellen (2000): „Art and Intimacy: How the Arts began“, Seattle: Univ. of Washington Press

Drummond, Lee (1996): „American Dreamtime. A Cultural Analysis of Popular Movies, and their implications for a Science of Humanity“ Maryland: Littlefield Adams Books

Dudrah, Rajinder (2006): "Bollywood: Sociology goes to the Movies" London/New Delhi/Thousand Oaks: Sage Publications

Erfurt, Jürgen (Hrsg.) (2005): "Transkulturalität und Hybridität" Frankfurt am Main: Peter Lang GmbH

Featherstone, Mike (Hrsg.) (1990): "Global Culture. Nationalism, globalization and modernity" London: Sage Publications Ltd

Fiske, John (1987): „British Cultural Studies and Television“ in: Allen, Robert C. (Hrsg.) (1987): „Channels of Discourse, Reassembled. Television and Contemporary Criticism“ University of North Carolina Press

Fiske, John (1989): "Understanding Popular Culture" London/New York: Routledge

Fiske, John (1992): "The Cultural Economy of Fandom" in: Lewis, Linda (Hrsg.) (1992): "The Adoring Audience. Fan Culture and Popular Media" London: Routledge

Fiske, John (1997): „Populäre Texte, Sprache und Alltagskultur“ in: Hepp, Andreas (Hrsg.) (1997): „Kultur – Medien – Macht“ Opladen: Westdt. Verlag

Flick, Uwe; Kardorff, Ernst; Steinke, Ines (Hrsg.) (2008): „Qualitative Forschung. Ein Handbuch“ Hamburg: Rowohlt Taschenbuch Verlag 6. Auflage

Fludernik, Monika: "The Constituion of Hybridity: Postcolonial Interventions" In: Fludernik, Monika (Hrsg.): „Hybridity and Postcolonialism“ Tübingen: Stauffenburg-Verl

Fuchs, Bernhard (2007): "Bollywood-Fans meeting online and offline. Filmkultur im Internet, bei Stammtischen und auf Clubbings" ZfK-Zeitschrift für Kulturwissenschaft 2: 69-84

- Geertz, Clifford. (1973). "Thick Description: Toward an Interpretive Theory of Culture". In: "The Interpretation of Cultures: Selected Essays" New York: Basic Books; dt. Übersetzung (1983): "Dichte Beschreibungen" Frankfurt a.Main: Suhrkamp Taschenbuch Verlag
- Gingrich, Andre (1999): "Erkundungen – Themen der ethnologischen Forschung" Wien [u.a.]: Böhlau
- Gopal, Sangita (2008): "Global Bollywood: travels of Hindi song and dance" Minneapolis: University of Minnesota Press
- Gupta, Akhil & Ferguson, James (1997): "Beyond „Culture“: Space, Identity, and the politics of difference." In: Culture, power, place. Explorations in critical anthropology; Duke University Press
- Hall, Stewart (1980a): "Encoding/decoding" In: Hall, Stewart (Hrsg): "Culture, Media, Language" University of Birmingham
- Hall, Stewart (Hrsg) (1980): "Culture, Media, Language" University of Birmingham
- Hall, Stuart (1997): "Representation. Cultural Representations and Signifying Practices" London: Sage Publications
- Hannerz, Ulf (1992a): "Cosmopolitans and Locals in World Culture." In: Featherstone, Mike (Hrsg.): "Global Culture. Nationalism, globalization and modernity." London: Sage Publications Ltd
- Hannerz, Ulf (1992b): "Cultural Complexity. Studies in the Social Organization of Meaning." Columbia University Press. New York
- Hannerz, Ulf (1996): "Transnational Connections. Culture People, Places." London/New York: Routledge
- Hannerz, Ulf (1996a): "The Local and the Global: Continuity and Chance" In: Hannerz, Ulf (1996): "Transnational Connections. Culture, People, Places." London/New York: Routledge
- Hannerz, Ulf (2002): "Notes on the Global Ecumene" in: Inda, Jonathan Xavier; Rosaldo, Renato (Hrsg.) (2002): „The anthropology of globalization. A reader“ u.a. Malden/Mass.: Blackwell Publishers Inc.
- Hepp, Andreas; Winter, Rainer (1997): „Cultural Studies in der Gegenwart“ in: Hepp, Andreas (Hrsg.) (1997): „Kultur – Medien – Macht“ Opladen: Westdt.Verlag
- Hepp, Andreas (Hrsg.) (1997): „Kultur – Medien – Macht“ Opladen: Westdt.Verlag
- Hepp, Andreas (2004): "Netzwerke der Medien. Medienkulturen und Globalisierung" Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften

Hildebrand, Bruno (2008): "Anselm Strauss" in: Flick, Uwe; Kardorff, Ernst; Steinke, Ines (Hrsg.) (2008): „Qualitative Forschung. Ein Handbuch“ Hamburg: Rowohlt Taschenbuch Verlag 6.Auflage

Hills, Matt (2002): „Fan Cultures“ London: Routledge

Hughes-Freeland, Felicia (1998): "Ritual Performance, Media" London: Routledge

Inda, Jonathan Xavier; Rosaldo, Renato (Hrsg.) (2002): „The anthropology of globalization. A reader“ u.a. Malden/Mass.: Blackwell Publishers Inc.

Jenkins, Henry (1992): "Textual Poachers. Television fans and participatory culture" u.a. New York: Routledge

Jenkins, Henry (2006): "Pop Cosmopolitanism" In: Jenkins, Henry (2006): "Fans, bloggers, and gamers: exploring participatory culture" New York: New York University Press

Kaur, Raminder; Sinha, Ajay J. (2005): „Bollyworld: popular Indian cinema through a transactional lens “ New Delhi: Sage Publications India Pvt Ltd

Kreff, Fernand (2003): „Grundkonzepte der Sozial- und Kulturanthropologie in der Globalisierungsdebatte“ Berlin: Dietrich Reimer Verlag GmbH

Larkin, Brian (2002a) "The Materiality of Cinema Theaters in Northern Nigeria" in: Ginsburg, Faye; Abu-Lughod, Lila; Larkin, Brian (Hrsg.) (2002): "Media Worlds. Anthropology on new terrain" London/L.A.: University of California Press Ltd.

Larkin, Brian (2002b) "Indian Films and Nigerian Lovers: Media and the Creation of Parallel Modernities" in: Inda, Jonathan Xavier; Rosaldo, Renato (Hrsg.) (2002): „The anthropology of globalization. A reader“ u.a. Malden/Mass.: Blackwell Publishers Inc.

Lewis, Linda (Hrsg) (1992): "The Adoring Audience. Fan Culture and Popular Media" London: Routledge

Nünning, Ansgar (Hrsg.) (2005) „Grundbegriffe der Kulturtheorie und Kulturwissenschaften“ Stuttgart: Metzler

Pestal, Birgit (2007): „Faszination Bollywood. Zahlen, Fakten und Hintergründe zum „Trend“ im deutschsprachigen Raum“ Marburg: Tectum Verlag

Peterson, Mark (2005): "Performing Media. Towards an Ethnography of Intertextuality" In: Rothenbuhler, Eric; Coman, Mihai (Hrsg) (2005): "Media Anthropology" Thousand Oaks/London/New Delhi: Sage Publications: 129-138

Pfaller, Robert (2000): „Interpassivität. Studien über delegiertes Genießen“ Berlin/New York: Springer

Pfeiffer, Susanne (2000): "Film und Religion – die Mediensozialisation Jugendlicher im Informationszeitalter“ Berlin/Hamburg/Münster: LIT Verlag

Rutherford, Jonathan (1990): "Identity. Community, Culture, Difference" London: Lawrence&Wishart

Schenk, Michael (2007): „Medienwirkungsforschung“ Mohr Siebeck 3.Edition

Schmidt, Christiane (2008): „Analyse von Leitfadeninterviews“ in: Flick, Uwe; Kardorff, Ernst; Steinke, Ines (Hrsg.) (2008): „Qualitative Forschung. Ein Handbuch“ Hamburg: Rowohlt Taschenbuch Verlag 6.Auflage

Schneider, Irmela (1997): „Von der Vielsprachigkeit zur „Kunst der Hybridation“- Diskurse des Hybriden“ in: Irmela Schneider/Christian W. Thomsen (Hrsg.) (1997): „Hybridkultur. Medien - Netze – Künste“ Köln: Wienand

Schulte, Bernd (1997): "Kulturelle Hybridität. Kulturanthropologische Anmerkungen zu einem "Normalzustand"" In: Irmela Schneider (Hrsg.)(1997): „Hybridkultur : Medien, Netze, Künste“ Köln: Wienand

Shaw, Rosalind; Stewart, Charles (1994): „Syncretism/Antisyncretism: The politics of Religious Synthesis" London/New York: Routledge

Storey, John (1996): "Cultural Studies and the Study of Popular Culture: Theories and Methods" Edinburgh: Edinburgh University Press Ltd

Tieber, Claus (2007): „Passages to Bollywood. Einführung in den Hindi-Film" Wien/Berlin: LIT Verlag

Turner, Victor (1982): "From Ritual to Theatre" New York Wien/Köln/Weimar: Böhlau

Turner, Victor (2005): „Das Ritual : Struktur und Anti-Struktur“ Aus d. Engl. u. mit e. Nachw. von Sylvia M. Schomburg-Scherf . - Neuaufl. . - Frankfurt/Main [u.a.] : Campus-Verl

Welsch, Wolfgang (1995): „Transkulturalität“ übernommen aus: Institut für Auslandsbeziehungen (Hrsg.): Migration und Kultureller Wandel, Schwerpunktthema der Zeitschrift für Kulturaustausch, 45. Jg. 1995 / 1. Vj., Stuttgart 1995 Quelle: http://www.forum-interkultur.net/uploads/tx_textdb/27.pdf

Welsch, Wolfgang (1997): „Transkulturalität. Zur veränderten Verfassung heutiger Kulturen“ in: Irmela Schneider/Christian W. Thomsen (Hrsg.) (1997): „Hybridkultur. Medien - Netze – Künste“ Köln: Wienand

Winter, Rainer (1995): „Der produktive Zuschauer. Medienaneignung als kultureller und ästhetischer Prozess“ München: Qunitessenz MMV Medizin Verlag GmbH

Zurawski, Nils (2000): "Virtuelle Ethnizität. Studien zu Identität, Kultur und Internet" Frankfurt am Main u.a.: Peter Lang

Internetquellen

<http://bollywoodvideos.wordpress.com>

<http://www.mediahistory.umn.edu/timeline>

<http://www.etymonline.com>

www.groups.msn.com

www.groups.msn.com/COMUNIDADINDIAAQPHAMESHADOSTI (geschlossen)

www.hi5.com

www.imdb.com

www.youtube.com

Hamesha-Dosti und Barathi Dil:

<http://www.youtube.com/watch?v=li6eeDrXvWs&feature=related>

<http://www.youtube.com/watch?v=ILxOGv-xw5k>

<http://www.youtube.com/watch?v=B9levZCV2vk&feature=related>

<http://www.youtube.com/watch?v=qh5HviUb-LI&feature=related> (Stand: 01.03.09)

Filmographie

<i>Originaltitel</i>	<i>Jahr</i>	<i>Land</i>	<i>Regie</i>
Ankahee	2006	Indien	Vikram Bhatt
Asoka	2001	Indien	Santosh Sivan
Baazigar	1993	Indien	A. Burmawalla
Bharat Mata	1957	Indien	Mehboob Khan
Chak de! India	2007	Indien	Shimit Amin
Darr	1993	Indien	Yash Chopra
Devdas	2002	Indien	Sanjay Leela Bhasali
Dhoom 1	2004	Indien	Sanjay Gadhvi
Dhoom 2	2006	Indien	Sanjay Gadhvi
Dil	1990	Indien	Indra Kumar
Dil hay tumhaara	2002	Indien	Kundan Shah
Dil To Pahal Hai	1997	Indien	Yash Chopra
Diwale Dulhania Le Jayenge	1995	Indien	Aditya Chopra
Don	2006	Indien	Farhan Akhtar
Haati Mere Saathi	1971	Indien	M.A. Thirumugham
Jab we met	2007	Indien	Imtiaz Ali
Kahoo Naa Pyar Hai	2000	Indien	Rakesh Roshan
Kabhi Khushi Khabie Gham	2001	Indien	Karan Johar
Koi Mil Gaya	2003	Indien	Rakesh Roshan
Krrish	2006	Indien	Rakesh Roshan

Kush Kush hota hai	1998	Indien	Karan Johar
Kush Naa Kaho	2003	Indien	Rohan Sippy
Lagaan	2001	Indien	Ashutosh Gowariker
Main Hoon Na	2004	Indien	Farah Khan
Mangal pandey	2005	Indien	Ketan Mehta
Mera Naam Joker	1970	Indien	Raj Kapoor
Mohabbatein	2000	Indien	Aditya Chopra
Om Shanti Om	2007	Indien	Farah Khan
Paurnami	2006	Indien	Prabhu Deva
Salam Namaste	2005	Indien	Siddharth Anand
Veer Zaara	2004	Indien	Yash Chopra
Virasat	1997	Indien	Priyadarshan

Bilderverzeichnis

Abbildung 1: Logo der Comunidad Hamesha Dosti/India-Aqp.....S65
Quelle: groups.msn.com/COMUNIDADINDIAAQP/HAMESHADOSTI

Abbildung 2: Bühne vom zweiten *megavento* der Comunidad India-Aqp.....S65
Quelle: groups.msn.com/COMUNIDADINDIAAQP/HAMESHADOSTI

Abbildung 3: Logo der Comunidad Barati Dil.....S66
Aufgenommen: Juli 2008

Abbildung 4: Teilnehmerinnen an einer Präsentation der Gruppe Barathi Dil.....S66
Aufgenommen: Juli 2008

Abbildung 5: TeilnehmerInnen an einer Präsentation der Gruppe Hamesha Dosti.....S67
Aufgenommen: Juli 2008

Abbildung 6: Präsentation der Gruppe Hamesha Dosti an der UNSA.....S67
Aufgenommen: Juli 2008

Abbildung 7: Tanzproben der Gruppe Hamesha Dosti.....S68
Aufgenommen: Juli 2008

Abbildung 8: Tanz- und Kostümprobe der Gruppe Barathi Dil.....S68
Aufgenommen: Juli 2008

Abbildung 9: Grafik der Fan-Communities im Raum Arequipa zum Zeitpunkt der Datenerhebung 2008.....S75

Abbildung 10: Interviewpartnerin Zoila kurz vor einem Auftritt.....S76
Aufgenommen: Juli 2008

Abbildung 11: Interviewpartner Jonathan mit Freund Wali.....S78
Aufgenommen: Juli 2008

Interviewleitfaden

Screening Alter/Geschlecht/Herkunft/Ausbildung/Wohnort/Beruf der Eltern

- Was sind deine Hobbies/Was machst du gern in deiner Freizeit? Wie würdest du dich selbst beschreiben? Wenn du die Wahl hättest, in welchem Land würdest du gerne leben? Was nimmt den größten Platz in deinem Leben ein?
- Beschreibe Bollywood mit drei Schlagworten! Was assoziiert du mit Bollywood? Woher weißt du das? Wie viele Filme hast du gesehen – und welche genau? Sagst du lieber Bollywood oder indisches Kino? Wo und mit wem hast du diese Filme gesehen? Wer hat den Vorschlag gemacht? Wer hat den Film ausgesucht und warum? Wer hat die Initiative ergriffen? Wann war das ungefähr (Jahr)?
- Welchen Unterschied machen für dich Bollywood Filme im Gegensatz zu anderen Filmen z.B. Hollywood? Was ist bei den Bollywoodfilmen, die du kennst anders? Was siehst du sonst für Filme? Gehst du viel ins Kino? Was für Filme bzw. welche Genres bevorzugst du? Hast du Präferenzen für ein bestimmtes regionales Kino? Was wird in deiner Familie und Freundeskreis am ehesten an Filmen geschaut? In welches Genre würdest du Bollywoodfilme die du gesehen hast einordnen? Woher bekommst du die neuesten Informationen über Bollywood? (Medium)
- Kennst du Bollywood Schauspieler? Wenn ja welche? Was fällt dir an den Stars auf? Was ist an ihnen besonders? Gibt es Unterschiede von Bollywoodstars und anderen (z.B. Hollywood) Stars? Hast du einen Lieblingsstar? Wenn ja, welchen und warum?
- Würdest du dich als Bollywoodfan bezeichnen? Was glaubst du was einen Bollywoodfan charakterisiert? Was verstehst du im Allgemeinen unter einem Fan? Bist du ein Fan von etwas anderem? Wenn ja: Was bedeutet es für dich Bollywood Fan zu sein? Wie äußert sich das? Was für Aktivitäten betreibst du als Bollywood-Fan? Glaubst du es gibt mehr weibliche oder mehr männliche Bollywoodfans?
- Kennst du Shah Rukh Khan bzw. bist du ein Fan von ihm? (Drei Schlagwörter zu Shah Rukh Khan) Wenn ja, was gefällt dir an ihm ganz besonders? Was unterscheidet ihn von anderen Stars (in Indien und Hollywood)? Beschreibe kurz seine Charakteristika als Schauspieler/als Person. In welchen Filmen hast du ihn gesehen? Welche haben dich besonderes beeindruckt, welche weniger und warum? Hast du seine Biographie gelesen? Wo informierst du dich über SRK?

- Was sind deine Lieblingsfilme? Kannst du sie kurz beschreiben? Beschreibe Szenen, die dir besonders aufgefallen sind. Gibt es Filme die du noch nicht gesehen hast aber unbedingt sehen willst? Wenn ja, welche? Weißt du seit wann es indisches Kino in Arequipa gibt? Glaubst du, dass indisches Kino auch deine Alltagswelt beeinflusst? Wenn ja, inwiefern? Mit wem redest du über Bollywood? Sind dir irgendwelche Bollywoodprodukte oder Events im Alltag aufgefallen?
- Gefallen dir die Männer und Frauen in den indischen Filmen? Gibt es Unterschiede zwischen modernen und traditionellen Filmen? Wenn ja, in welchen Bereichen? Was weißt du über indische Frauen allgemein?
- Bist du auch an der indischen Kultur interessiert? Interessiert dich die Geschichte des indischen Films? Wenn ja, was weißt du darüber? Warst du schon in Indien bzw. willst du nach Indien fahren? Liest du Literatur/Magazine zum Thema Bollywood bzw. lernst du Hindi? Wenn ja, woher bekommst du sie?
- Bist du im Internet und in Bollywoodforen unterwegs? Wenn ja in welchen? Was ist in den Foren los? Was passiert dort? (Beschreibe deine Eindrücke) Bist du registriert? Unter welchem Namen bist du registriert (Nickname/echter Name)? Beteiligst du dich an Diskussionen, und wenn ja welchen? Schriebst du oft Beiträge? Wenn ja, welche Beiträge sind das? (Outest du dich als Bollywood-Experte und versuchst die Fragen von anderen zu beantworten?) Nutzt du Bollywoodforen um an Informationen über die aktuellsten Ereignisse zu bekommen? Kennst du andere Personen aus dem Forum auch persönlich? Wenn ja, welchen Bezug hast du zu ihnen bzw. trifft ihr euch gelegentlich?
- Besuchst du bollywoodbezogene Hompages, und wenn ja welche? Was steht für dich im Vordergrund (Informationsgehalt, Bilder etc.)? Kennst du YouTube? Bist du dort registriert? Hast du ein Profil auf Hi5? Wenn ja, was spielt sich auf deiner Seite ab? Beschreibe die Funktion von Hi5 allgemein und deine persönlichen Nutzungsgewohnheiten.
- Triffst du dich mit anderen Bollywoodfans? Wenn ja wen, wie oft und wo? Wie viele Cine-Hindú Fans kennst du persönlich, bzw. mit wie vielen bist du befreundet? Gehst du öfters zu Veranstaltungen in Zusammenhang mit indischer Kultur bzw. kennst du welche? Besuchst du einen Bollywood-Tanzkurs? Bist du Mitglied einer Fangemeinde? Wenn ja, welche? Seit wann gibt es die Fangemeinde? Woher hast du die Informationen darüber? Erzähl mir etwas über die Gemeinschaft, verstehst du dich mit allen

gut? Wie oft trifft ihr euch/was unternimmt ihr gemeinsam? Kennst du alle Mitglieder persönlich? Wie viele Männer/Frauen gibt es? Wer organisiert die Präsentationen?

- Seit wann tanzt du zu indischer Musik? Tanzt du auch andere Tänze? Was sind deiner Ansicht nach die Besonderheiten des indischen Tanzes? Welche Choreografien gefallen dir am Meisten? Wie viel Zeit benötigst du zum üben? Hast du schon vor Publikum getanzt? Wenn ja, wie oft? Erzähl mir von den Aufführungen
- Wo taucht Bollywood in deinem Alltag auf (z.B. Kleidung, Musik, Schmuck, Essen, Poster, Symbole, Clubbings)? Hast du auch andere Hobbys? Was sagen Freunde und Familie zu deiner „Bollywood-Leidenschaft“ bzw. sind auch sie involviert? Schaust du genauso viel Hollywood wie Bollywood? Kennst du andere Personen, die sich für Bollywood begeistern? Wenn ja, wer ist es, woher kennst du die Person, was kannst du über die Person und ihr Verhältnis zum indischen Kino erzählen?
- Würdest du gerne nach Indien? Wenn ja, warum? Lebst du gerne in Peru? Welche Tänze oder andere Dinge sind typisch für Peru? Kennst du Chollywood/peruanische Filme? Wenn ja, wie stehst du dazu? Glaubst du Peru ist ein konservatives Land? Wie siehst du das in Zusammenhang mit Indien? Was ist „typisch Peru“? Beschreibe Bollywood erneut mit drei Schlagworten.

Abstract und Lebenslauf

Abstract (deutsch)

Untersuchungsgegenstand dieser Diplomarbeit ist die transnationale Rezeption indischer Populärkultur. Auch abseits der indischen Diaspora erfreut sich „Bollywood“ höchster Beliebtheit und diverse Fankulturen manifestieren sich auf verschiedensten Ebenen sozialer Praktiken. Um dieses Phänomen greifbar zu machen, fließen hier sowohl Überlegungen zur aktuellen Globalisierungsdebatte, als auch zur Bedeutung der Medien und der damit einhergehenden Neuverortung kultureller Prozesse mit ein. Mit Blick auf hybride Prozesse der Aneignung von Medientexten beschäftigt sich die Arbeit mit der Frage, ob Fankultur als Hybridkultur bezeichnet werden kann. In einer ethnographischen Feldstudie in Arequipa im Süden Perus wurden im Zuge dessen die dortigen Bollywood-Fangemeinschaften einer näheren Beleuchtung unterzogen. Als Analyseebenen stehen dabei die Wahrnehmung der Filminhalte bzw. Stars und die performative Ebene des Fan-Seins im Zentrum. Dies schließt sowohl das Verhalten des Einzelnen auf lokaler Ebene, als auch die Repräsentation und Kommunikation im virtuellen Raum mit ein. Charakteristikum für die InterviewpartnerInnen und Mitglieder der Fan-Communities ist schließlich eine *aktive* Artikulation des Fan-Seins im Alltag, was sich auch abseits der Medienrezeption äußert. Das Erlernen und Adaptieren indischer Tanzschritte, ihre öffentliche Präsentation sowie die kreative Produktion von Fan-Art können als hybrides und globales Phänomen der Aneignung und Neukonstruktion betrachtet werden.

Abstract (englisch)

This thesis deals with questions of Indian Popular Cinema in Transcultural Context. Bollywood's great popularity is not only limited to the Indian Diaspora, as there are diversified fan cultures on several levels of social practice. After a detailed examination of terms of globalization, the denotation of the media and the location of culture itself we try to figure out a more elaborate answer to the question of whether fan-culture is comparable to, or if it can be textualized in, the concept of hybridity. Within the frame of an ethnographic research project in Arequipa in the south of Peru, special emphasis is placed on the analysis of local Bollywood fan culture, focusing the perception of stars and contents of respective movies, as well as the level of performance of Fandom. This includes both local activities and processes of virtual representation and communication. Thus, the people in our sampling and members of the Fan-Communities are characterized as *active* Fans in their eve-

ryday life, which manifests even apart from their pure reception of accordant media. The acquisition and adaption of hindi-dance, the performance and the creative output of fan-art can be regarded as a glocal phenomenon of incorporate hybridity.

Lebenslauf

Name	Hirzer Petra
Geburtsdaten	geb. 02.08.1984/Villach
Ausbildung	BORG Deutschlandsberg/Stmk IC-Zweig (Schwerpunkt Informatik), Matura am 18.06.2002 Universität Wien: Studium der Kultur- und Sozialanthropologie sowie Romanistik/Spanisch (seit SS 2003) Stipendium der Universität Wien für kurzfristiges wissenschaftliches Arbeiten im Ausland 2008: dreimonatiger Feldforschungsaufenthalt in Peru
Spezialisierung	Praktische Schwerpunkte: Migration und Integration (IIMA Modul), quantitative und qualitative Datenauswertung (SPSS und Atlas.ti) Theoretische Schwerpunkte: Transkulturelle Prozesse, Globalisierung, Medienwissenschaft; Regionaler Schwerpunkt: Latein- bzw. Hispanoamerika;
Praxis	Beratung und Verkauf: Madal Bal Wien Josefstadt (2002-2008) Mitglied der österreichischen Jugendpresse (2007), kulturjournalistische Tätigkeit bei das T – Magazin für Junk, Jugend und Jenseitiges;
Fremdsprachen	Englisch, Spanisch, Französisch