

Typisch Bollywood? Der Diskurs über Bollywood in deutschen Qualitäts-Tageszeitungen

Katja Molis

Bollywood ist in Deutschland mittlerweile vielen ein Begriff. Es wird nicht nur mit indischen Filmen, sondern mit einem ganzen Lifestyle verbunden: mit indischem Tanz und Gesang, indischer Kleidung und auch mit Kochrezepten aus Indien. Seit etwa 2003 hat Bollywood in die deutsche Lebens- und Unterhaltungswelt vermehrt Einzug gehalten: in die Fernseh-, Kino- und DVD-Landschaft, in Tanzworkshops und Parties à la Bollywood oder Musicals im Bollywood-Look. Auch eine Bollywood-Fankultur mit eigenen Fanzines ist entstanden.

Im Jahr 2006, als ich meine Magisterarbeit im Fach Medienwissenschaften an der HBK Braunschweig vorbereitete, fanden besonders viele Feste, Ausstellungen und Veranstaltungen zum Thema Bollywood und Indien statt.¹ Angesichts der gewachsenen Aufmerksamkeit für indische Kultur und der auffallenden Präsenz des Begriffes „Bollywood“ stellte sich mir die Frage, wie Bollywood im deutschen Kontext bewertet wird und wie der deutsche Diskurs über Bollywood strukturiert ist.² Um dieser Frage näher zu kommen, untersuchte ich im Rahmen meiner Magisterarbeit den Diskurs über Bollywood in den überregionalen deutschen Tageszeitungen *Frankfurter Allgemeine Zeitung* (FAZ), *Süddeutsche Zeitung* (SZ) und *die tageszeitung* (taz).³ Die Analyse folgte der Annahme, dass zwei Kontexte den deutschen Diskurs über Bollywood in starkem Maße mitbestimmen: einerseits die in Deutschland vorherrschenden Bilder von Indien und dem Orient und andererseits spezifische Vorstellungen von populärer Kultur. Methodisch ist die Untersuchung an Kerstin Goldbecks Diskursanalyse in ihrem Buch „Gute Unterhaltung, schlechte Unterhaltung“ (2004) orientiert:

¹ Im Jahr 2006 war Indien Gastland auf der Frankfurter Buchmesse, die „Bonner Biennale“ widmete sich der indischen Kultur, in Stuttgart fand zum dritten Mal das indische Filmfestival „Bollywood and Beyond“ statt und die Stuttgarter Industrie- und Handelskammer veranstaltete „Asienwochen“ mit Konzentration auf Indien und China. Zudem waren Indien und Bollywood vermehrt im deutschen Fernsehen präsent, z.B. in Form von Reportagen und Dokumentationen, aber auch als Motto von TV-Sendungen. Darüber hinaus tourten gleich zwei Musicals im indischen Stil durch Deutschland, „Bollywood-Die Show“ und „Bharati“.

² Die Magisterarbeit ist über den Bibliotheks-OPAC der HBK Braunschweig online einsehbar: <http://opus.hbk-bs.de/volltexte/2008/41/>. Außerdem werden die Hauptaspekte der Magisterarbeit in folgendem Aufsatz erläutert: Molis, Katja (2014): Exotisch, unreif, kitschig? Wie ‚westliche‘ Indienbilder und Bewertungen populärer Kultur den Diskurs über Bollywood prägen. In: Susanne Marschall und Rada Bieberstein (Hg.): *Indiens Kinokulturen. Geschichte – Dramaturgie – Ästhetik*. Marburg.

³ Untersucht wurden etwa 95 Artikel aus einem Zeitraum von 18 Monaten (1.4.2005 - 1.10.2006).

Entsprechend wurde John Fiskes (1996) diskursanalytische Perspektive mit dem „offenen Kodieren“, einem Arbeitsschritt aus der qualitativen Sozialforschung, kombiniert. Die aus dem Untersuchungsmaterial herausgearbeiteten Argumentationen wurden schließlich zu Argumentationssträngen gebündelt, die als Bestandteile des untersuchten Diskurses über Bollywood zu betrachten sind.

In den folgenden Abschnitten werden die wichtigsten Argumentationsstränge aus den untersuchten Zeitungsartikeln überblicksartig vorgestellt. Dabei wird aufgezeigt, wie der Diskurs über Bollywood in mehrere mitunter gegensätzliche Orient-, Indien- und Populärkultur-Diskurse eingebunden ist und wie sich diese in den einzelnen Argumentationssträngen miteinander verschränken.

Zunächst ist festzuhalten, dass Bollywood-Filme in den untersuchten Zeitungsartikeln auf ein kleines, relativ festes Set an Merkmalen bzw. eine Art Bollywood-Formel reduziert und auf diese Weise homogenisiert werden. So ist in einem SZ-Artikel von einem „Bollywood-Muster“ und von „Handlungsschemata“⁴ der Bollywood-Filme die Rede. In einem anderen SZ-Artikel werden die „Ingredienzien“ indischer Filme aufgezählt:

„Viel Herz und ein wenig Schmerz, Musik, Tanz und bunte Gewänder vor malerischen Kulissen - das sind die unentbehrlichen Ingredienzien indischer Spielfilme.[...] Charakteristikum der Drei-Stunden-Epen sind vor allem Gesangs- und Tanzeinlagen. Dafür wird die Erzählhandlung in der Regel siebenmal unterbrochen. Traditionell beinhaltet jeder Film neun Bestandteile indischer Kunst: Liebe, Heldentum, Ekel, Komik, Schrecken, Wundersames, Wut, Pathos und Frieden.“⁵

Zu den immer wieder genannten Charakteristika zählen die Vielzahl an Tanz- und Gesangseinlagen, große Emotionen, Liebe und Vielfarbigkeit, eine bunte Mischung aus verschiedenen Genres und Gefühlen, sowie eine Film-Dauer von über drei Stunden. An den häufig vorgenommenen Versuchen, Bollywood zu definieren, lässt sich erkennen, dass die Produkte der indischen Filmindustrie zum Zeitpunkt der Untersuchung ein noch relativ neues und erklärungsbedürftiges Phänomen in Deutschland darstellten. Auch der in vielen Artikeln auftretende Vergleich von Bollywood-Filmen und -SchauspielerInnen mit Filmen und SchauspielerInnen des westlichen – vornehmlich US-amerikanischen – Kinos verweist darauf. Insgesamt deutet das stabile Set an Merkmalen auf die Herausbildung eines deutschen Filmgenres namens „Bollywood“ hin, das nur diejenigen Filme einbezieht, die im deutschen Fernsehen und Kino gezeigt werden.⁶

⁴ Quelle: Weigend, David: Traumland im Farbenrausch. Indien wird zum Thema für aufwendige Musical-Shows nach Bollywood-Muster. In: *Süddeutsche Zeitung*, 31.08.2006, Münchner Kultur, S.56.

⁵ Quelle: Cornelsen, Felix: Ein Bayer in Bollywood. Der Regisseur Franz Osten aus Bad Aibling legte in Indien den Grundstein für die weltgrößte Filmindustrie. In: *Süddeutsche Zeitung*, 17.08.2006, Bayern, S.43.

⁶ Vergleiche zu „Bollywood“ als deutscher Genrebezeichnung auch Schneider 2005, S.299f.

Diskurse über Indien und den Orient

Im untersuchten Bollywood-Diskurs macht sich eine Perspektive bemerkbar, von Theoretikern wie Edward Said, Ronald Inden, Robert Stam und Ella Shohat scharf kritisiert wurde. Edward Said beschreibt den „Orientalismus“ als einen westlich-kolonialen Diskurs, der dem Erhalt und der Ausdehnung der Macht des Westens dient (vgl. Said 1995, S. 2f., 204). Er kritisiert, dass das westliche Denken noch heute von klaren Binarismen wie ‚Ost-West‘ und ‚Orient-Okzident‘ geprägt sei, welche die Kulturen der ehemaligen Kolonien von der europäischen Kultur klar abgrenzen und sie als anders, anormal und letztlich unterlegen essentialisieren. Weitere dem Orient zugeschriebene Merkmale seien: weiblich, irrational, passiv, unveränderlich und unentwickelt. Der Westen dagegen werde als maskulin, rational, überlegen, aktiv, fortschrittlich, entwickelt und sich schnell weiterentwickelnd charakterisiert (vgl. Said 1995, S. 108f., 300f.). Jürgen Lütt (1998, 1987) stellt für das „utilitaristische“ Indienbild, das sich seit dem 19. Jahrhundert in England durchsetzte, ähnliche Merkmale fest. Es basiert auf dem Glauben vom permanenten Fortschritt der Menschheitsentwicklung. Während sich Europa und England an der Spitze der vorgestellten ‚Zivilisationsleiter‘ verorten, wird Indien in diesem Bild als unterentwickelt und unzivilisiert eingestuft, als Land des Aberglaubens und der sozialen Unterdrückung. Es gilt als stagniert und passiv, weshalb ihm die Fähigkeit, sich selbst weiter zu entwickeln, abgesprochen wird. Laut Lütt hat das „utilitaristische Indienbild“ in Deutschland seit den 1960er Jahren – mit dem Einsetzen der Entwicklungshilfe und der Entwicklungspolitik – an Einfluss und Wirkmacht gewonnen. Indien gilt in dieser Perspektive als ‚Entwicklungsland‘ bzw. ‚Dritte-Welt-Land‘, welches von den ‚Industrieländern‘ wirtschaftlich aufgebaut werden müsse (vgl. Lütt 1998, 1987).

Einige Merkmale, die Bollywood in deutschen Tageszeitungen zugeschrieben werden, zeigen Parallelen zu den beschriebenen utilitaristischen Indien- und Orient-Diskursen. So wird das Bollywood-Kino in einem Argumentationsstrang zum Nachahmer Hollywoods reduziert, wodurch ihm implizit die Fähigkeit zu Innovationen und Kreativität abgesprochen werden. In einem weiteren Argumentationsstrang, den ich „Der Westen als Maßstab und Ziel“ genannt habe, wird das westliche Kino so dargestellt, als sei es selbstverständlich fortschrittlicher als das Bollywood-Kino. Es wird zudem suggeriert, der Westen sei das Ziel der Entwicklung des Bollywood-Kinos. Die genannten Betrachtungsweisen sind insofern eurozentrischer Art, als dass sie davon ausgehen, der Westen sei der Ausgangspunkt filmischer Entwicklungen und der Maßstab für filmische Qualität.⁷ Vielen Argumentationen im Untersuchungsmaterial liegt zudem ein Ost-West-Binarismus zugrunde. Er macht sich vor allem im Vergleich zwischen Bollywood-

⁷ Im Begriff „Eurozentrismus“ lassen sich Denk- und Verhaltensweisen zusammen fassen, die davon ausgehen, dass Europa bzw. der Westen Weltmittelpunkt und Maß aller Dinge sei, dass alles Hochentwickelte europäisch/westlich und alles Europäische/Westliche automatisch hochentwickelt sei. Die Geschichte anderer Kulturen wird dabei häufig für die Konstruktion der europäischen/westlichen Geschichte vereinnahmt. Charakteristisch ist zudem das Denken in binaristischen Hierarchien wie „Ost-West“, „Wir“ und „die Anderen“, wobei Europa bzw. der Westen sich selbst als überlegen begreift, den Rest der Welt hingegen als minderwertig (vgl. Stam und Shohat 1994, S. 1-4).

Filmen und westlichen Filmen sowie zwischen Bollywood-Industrie und Hollywood-Industrie bemerkbar. Ein weiterer sehr präsender Argumentationsstrang wurde „Bollywood als das Andere und Fremde“ bezeichnet. Er basiert auf einem binaristischen Denken, stuft Bollywood als etwas Anderes, Unnormales bis Unverständliches ein und grenzt es letztlich als orientalistisch vom Westen und dem westlichen Kino ab. Dies zeigt sich zum Beispiel in der Aussage eines Interviewers in einem taz-Gespräch mit der Film-Sängerin Asha Bhosle: „In Europa ist es mitunter schwer nachzuvollziehen, wie ein System funktionieren kann, das auf dreieinhalbstündigen Schmachtfetzen aufbaut.“⁸ In einigen Argumentationen bringt die binaristische Sichtweise aber auch eine Wertschätzung mit sich, zum Beispiel beim Vergleich der Bollywood-Industrie mit der Hollywood-Industrie. In der hier zum Ausdruck gebrachten wirtschaftlichen Größe Bollywoods zeigt sich Ähnlichkeit zum Diskurs über Indien als technologisch fortschrittliches Land und aufsteigende Wirtschaftsmacht, der in den 1970er Jahren zu den anderen Diskursen in Deutschland hinzugekommen ist (vgl. Rau 1987).

Eine Alternative zum binaristischen Denken stellt der Argumentationsstrang „Bollywood als Teil des globalen Pops“ dar. Er geht von einer globalen Populärkultur aus, an welcher verschiedene Kultur-Erscheinungen gleichermaßen beteiligt sind. Die Beziehungen zwischen ihnen werden nicht als einseitige Beeinflussungen gedacht, sondern vielmehr als ein gegenseitiger Austausch. Diese Sichtweise ist allerdings nur sehr schwach vertreten.

Neben der utilitaristischen Perspektive zeigt sich im Untersuchungsmaterial auch eine Sicht auf Bollywood, die dem positiven Indien-Bild ähnelt, das seit dem 17. Jahrhundert typisch für den deutschen Umgang mit Indien ist (vgl. Dharampal-Frick 1987, S. 403-405). Es hat in der Romantik eine spezifische Ausprägung angenommen und war bis in die 1960er Jahre dominant (vgl. Lütt 1998). In diesem von Lütt als „romantisch“ bezeichneten Bild gilt Indien als „Ort der Träume und Sehnsüchte“. Es wird als vorbildlich und ursprünglich betrachtet, steht für religiöse Geborgenheit und Vollkommenheit. Das Bild beinhaltet die Bewunderung Indiens als eine Kultur, die etwas habe, was Europa bei sich bereits verloren glaubt (vgl. Lütt 1998, 1987; Bhatti 1987, 1997; Sinha 2005; Marchand 2001). Doch auch das „romantische Indienbild“ trägt orientalistische und zum Teil utilitaristische Züge. So standen die Romantiker der alten indischen Kultur zwar bewundernd gegenüber, einige von ihnen, wie Friedrich Schlegel, befürworteten aber den Kolonialismus. Denn die indische Gegenwart war in ihren Augen zurückgeblieben und unzivilisiert und brauchte eine Erneuerung durch Europa (vgl. Dalmia-Lüderitz 1987).

⁸ Quelle: MAX DAX: „Das Kino ist unsere Religion“. Asha Bhosle ist die meistgehörte Sängerin der Welt: Mit ihrer Schwester ist sie seit fünfzig Jahren die musikalische Stimme des Bollywood-Kinos. In: *die tageszeitung*, 26.08.2005, Kultur (Interview), S.15.

Ähnlich wie Indien im „romantischen Indien-Bild“ wird Bollywood in den untersuchten Zeitungen zum Teil als Vorbild, Erneuerer und Bewahrer beschrieben. Es gilt als Kino mit Merkmalen aus der Stummfilmzeit, also als eine Art Relikt alter Zeiten, das die Vergangenheit bewahrt. So erklärt der Autor eines SZ-Artikels: „Am ehesten gewinnt man den Eindruck, dass Bollywood das Kino von 1920 konserviert; ...“⁹. In einigen Artikeln wird Bollywood auch als Korrektiv für das Hollywood-Kino angesehen, das dem Hollywood-Kino etwas Gutes entgegen zu setzen hat und etwas besitzt, was das Hollywood-Kino bereits verloren hat. Bollywood steht dabei weniger für etwas Fremdes als für etwas (ursprünglich) Eigenes. Lütts Behauptung, dass von den deutschen Medien hauptsächlich das utilitaristische Indienbild verbreitet werde (vgl. Lütt 1987), trifft für den Fall Bollywood also nicht zu. Die romantischen Vorstellungen basieren jedoch auf der gleichen Grundvorstellung wie die utilitaristische Perspektive: Bollywood sei stagniert. Wobei dies nicht mit einer generellen Abwertung Bollywoods einhergehen muss. Einigen Argumentationen der romantischen Perspektive liegt aber auch eine eurozentrische Denkweise zugrunde – erkennbar beispielsweise in Argumentationen, welche die Geschichte Bollywoods ausschließlich als Produkt deutscher Technik und Kreativität präsentieren und damit als deutsche Geschichte vereinnahmen.

In den untersuchten Zeitungsartikeln lässt sich schließlich auch eine Form von Exotisierung ausmachen. „Exotismus“ bedeutet, das Fremde zu idealisieren und ihm eine besondere Anziehungskraft zuzuschreiben, es aber gleichzeitig als bedrohliches ‚Anderes‘ wahrzunehmen (vgl. Koebner und Pickerodt 1987). Bollywood wird in den untersuchten Zeitungen vielfach exotisiert, indem es als anziehend orientalisches und gleichzeitig als merkwürdig anders bzw. als schrille Zumutung dargestellt wird, zum Beispiel durch Sätze wie diesen: „Für den Normalsterblichen könnte die gesamte Dosis Zuckerguss allerdings tödlich sein“ (SZ 10.10.05). Aber auch durch Attribute wie Buntheit, Farbenprächtigkeit und starke Emotionalität wird die Exotisierung Bollywoods unterstützt. Zudem ist in einer Vielzahl der Artikel die Vorstellung von einem durch Aberglaube und Magie bestimmten Indien präsent. Es zeigt sich vor allem dann, wenn das Bollywood-Kino als Religion und die Schauspieler als Gottheiten betrachtet werden.

⁹ Quelle: Müller, Burkhard: Wo der Mechaniker knödelt. Shashi Tahoors kluger Unterhaltungsroman „Bollywood“. In: *Süddeutsche Zeitung*, 04.09.2006, Literatur, S.14.

Diskurse über Populärkultur und deren Verkopplung mit Indien- und Orient-Diskursen

Auch an den verschiedenen Diskursen über Populärkultur, die am Diskurs der Tageszeitungen über Bollywood beteiligt sind, wird deutlich, dass Bollywood keine generelle Abwertung oder Wertschätzung erfährt. Insbesondere die stark hervortretende Charakterisierung Bollywoods als emotional, anspruchslos, kitschig und eskapistisch weist hinsichtlich der Bewertung verschiedene Facetten auf. Bezeichnend ist vor allem die Charakterisierung Bollywoods als Kitsch. An ihr wird deutlich, dass im Umgang mit dem Kitsch-Begriff und mit populärer Kultur ein Wandel stattgefunden hat, entsprechend der Behauptung Kaspar Maases, dass Populäres unter Akademikern seit den 1960er Jahren an Beliebtheit gewonnen habe (vgl. Maase 2001). So ist der Kitsch-Begriff im Diskurs der Tageszeitungen über Bollywood nicht ausschließlich als Abwertung lesbar, sondern kann durch sein Auftreten in positiven und neutralen Zusammenhängen auch als Wertschätzung, als „Camp“, als Information oder als ironische Anspielung verstanden werden. Es wird also eine Vielzahl an Lesarten eröffnet. Der im Bollywood-Diskurs zum Ausdruck kommende „Camp“-Geschmack ist als eine elitäre Form der Aneignung von Populärem zu betrachten: Über Ausdrücke wie „prächtige[r] Bollywood-Kitsch“¹⁰ und über die Beschreibung der Schauspieler als „[s]chmalzig schön“¹¹ (SZ 10.10.05) wird angedeutet, dass Bollywood zwar qualitativ minderwertig ist, aber gerade dafür geliebt werden kann.¹²

Die Analyse zeigt darüber hinaus, dass der Bollywood-Diskurs der Tageszeitungen außerdem Ähnlichkeiten mit einer stark verkürzten Variante der Kulturindustrie-These von Theodor W. Adorno und Max Horkheimer aufweist, wie sie seit den 1960er Jahren im deutschen Kulturindustrie-Diskurs fortlebt (vgl. Göttlich 2002, Winter 1995; Maase 2001, S. 28f.). In diesem Diskurs wird Massen- bzw. Populärkultur als eine alleinig auf den Markt ausgerichtete standardisierte und triviale Ware betrachtet, der jegliches widerständiges und gesellschaftskritisches Potential fehle. Sie trage zum Kulturverfall bei, manipulierte das Bewusstsein der Menschen, mache diese passiv und dumm. Sie setze den Menschen eine Scheinwelt aus purem Vergnügen vor, die sie dazu bringe, dem Status Quo der Welt zuzustimmen und nicht in Frage zu stellen (vgl. Müller-Doohm 2000; Winter 1995).

¹⁰ Quelle: Marcus, Dorothea: Verwirrende Decknamen. Terrorismus, Korruption und Fremdenfeindlichkeit: Die Fragen, die das indische Theater stellt, rücken Indien näher an den Westen. Die Biennale Bonn ermöglichte mit Theater und Ausstellungen einen umfassenden Einblick in die indische Kultur, die sich zunehmend mit politischen Themen befasst. In: die tageszeitung, 22.05.2006, Kultur, S.17.

¹¹ Quelle: Schönhöfer, Petra: Flimmernde Gewürzmischung. Bei der Indischen Woche sind fünf Filme aus Bollywoods glitzernder Traumfabrik zu sehen. In: *Süddeutsche Zeitung*, 10.10.2005, Münchner Kultur, S.47.

¹² Zum Begriff des „Camp“ vgl. Sontag 1966.

In den untersuchten Zeitungsartikeln ist diese Perspektive insofern präsent, als dass Bollywood vielfach auf Grund seiner Emotionalität und leichten Verständlichkeit, aber auch explizit als Industrieprodukt und Ware abgewertet wird. Zudem werden Bollywood-Filme in vielen Fällen auf eine eskapistische Wirkung reduziert. Dies geschieht unter anderem, indem Eskapismus nicht als eine von verschiedenen möglichen Rezeptionsweisen dargestellt wird, sondern als ein festes Merkmal der Filme selbst. In einigen Argumentationen wird Bollywood über die Markierung als gefühlsorientiert und realitätsfern nicht nur als populär diskreditiert, sondern gleichzeitig als minderwertig gegenüber dem westlichen Kino eingestuft. Es erfolgt also eine Verzahnung des Kulturindustrie-Diskurses mit orientalistischen Diskursen. Zum Beispiel wird suggeriert, dass das westliche Kino gerade deswegen von höherer Qualität als Bollywood sei und damit ein Vorbild und Ziel für Bollywood darstelle, weil es weniger emotional sei. Die kulturpessimistische Perspektive kommt also in diesem Rahmen ausschließlich in Bezug auf Bollywood zum Tragen. Die populären und melodramatischen Formate Hollywoods sind davon dagegen nicht betroffen. Das Merkmal Emotionalität wird nach außen projiziert, auf Bollywood als indischem Kino.

An der in vielen Artikeln vertretenen Argumentation, Bollywood sei anspruchslos und kindisch, zeichnet sich die Kopplung der Diskurse über den Orient und über Populäres in ähnlicher Form ab. In der Beschreibung Bollywoods als unkritisch, banal und infantil lassen sich einerseits Parallelen zum Kulturindustrie-Diskurs feststellen, der Populäres auf Grund seiner Oberflächlichkeit, Niveaulosigkeit und leichten Zugänglichkeit abwertet. Andererseits weist die Charakterisierung Ähnlichkeit zu der westlichen Sichtweise auf, nach welcher Indien und der Orient unaufgeklärt und unreif seien. Der Unterschied beider Diskurse besteht darin, dass letzterer einen niedrigen Entwicklungsstand vermutet und ersterer ein Stadium des Kulturverfalls.

Darüber hinaus zeigt sich ein gravierender Unterschied zwischen der Betrachtung des indischen und des deutschen Bollywood-Publikums: Das indische Publikum wird als passive, kinobesessene Masse betrachtet. Es wird der Eindruck vermittelt, das Bollywood-Kino sei für Inder eine Art Droge oder Religion, die sie gefügig mache und kontrolliere. So heißt es in einem FAZ-Artikel: „Das Wort vom ‚Opium fürs Volk‘ darf man beim indischen Kino ziemlich wörtlich nehmen“.¹³ Die deutschen Bollywood-Fans treten stattdessen als aktiv Handelnde in Erscheinung, die sich reflektiert und selbstbestimmt für das Schauen von Bollywood-Filmen entscheiden und diese auf unterschiedliche Weise in ihren Alltag integrieren. Die Abwertung der indischen KinozuschauerInnen wird nicht nur vom Kulturindustrie-Diskurs gespeist, sondern gleichzeitig von einem utilitaristischen Indien- und Orient-Diskurs, dem zufolge der Orient im Gegensatz zum Westen unterentwickelt und passiv sei und die Menschen des Orients unaufgeklärt und irrational. Im Diskurs der Tageszeitungen über Bollywood wirkt

¹³ Quelle: Seewald, Michael: 3,6 Milliarden können nicht irren Sogar in den Tanzschulen prägen die Streifen aus Bollywood den neuesten Stil, bei RTL 2 tun sie es sowieso: „Veer und Zaara“. In: *Frankfurter Allgemeine Zeitung*, 11.11.2005, Medien, S.18.

beides zusammen und führt zur Geringschätzung des Bollywood-Kinos und seiner indischen Zuschauerschaft. Die utilitaristischen Indien- und Orient Diskurse scheinen dem Kulturindustrie-Diskurs gewissermaßen Vorschub zu leisten.

Die Betrachtungsweise der deutschen ZuschauerInnen dagegen ähnelt der Perspektive der Cultural Studies auf populäre Kultur. Cultural Studies-Vertreter wie Stuart Hall, John Fiske, Lawrence Grossberg und Raymond Williams sprechen den Medien-Rezipienten Aktivität und verschiedene Rezeptionsweisen zu (vgl. Kellner 2005, S. 60f). Rezipienten werden als Produzenten populärer Kultur betrachtet, weil sie den Waren durch Aneignungspraktiken spezifische Bedeutungen zuweisen (vgl. Hepp 2004, S. 277; Hall 1998, S. 448). Dass Bollywood-Filme im Untersuchungsmaterial überwiegend auf eine eskapistische Rezeption reduziert werden, entspricht allerdings nicht dem Cultural Studies-Diskurs über Populäres. Auch hier, wie bereits hinsichtlich der orientalistischen Einordnungen, zeigen sich in den untersuchten Artikeln also divergierende und teils nicht miteinander vereinbare Argumentationen.

Ein wichtiges grundlegendes Ergebnis der Analyse ist, dass der untersuchte Diskurs über Bollywood nicht einheitlich, sondern vielfältig und ambivalent ist und in mehrere mitunter gegensätzliche Orient- und Indien-Diskurse sowie Diskurse über Populärkultur eingebunden ist. Edward Saids These, dass der Westen vom Orient ein homogenes Bild zeichne (vgl. Said 1995), lässt sich diesbezüglich nicht bestätigen. Seine Orientalismus-These kann vielmehr selbst als Homogenisierung des heterogenen, von Widersprüchlichkeiten und Paradoxien gekennzeichneten westlichen Diskurses über den „Anderen“ betrachtet werden (vgl. Bhabha 2000; Castro Varela und Dhawan 2005, S. 85ff.). Schließlich sind die im Diskurs der Tageszeitungen über Bollywood stark vertretenen eurozentrischen Denkmuster problematisch, da sie unreflektiert sowie unhinterfragt bleiben und eine Höherwertigkeit Europas bzw. des sogenannten Westens als selbstverständlich ausgeben.

Literatur

BHABHA, HOMI (2000): *Die Verortung der Kultur*. Hrsg. von Elisabeth Bronfen und Michael Kessler. Tübingen. Engl. Original: *The Location of Culture*. London u.a. 1994.

BHATTI, ANIL (1987): Vorwort. In: *Utopie-Projektion-Gegenbild. Indien in Deutschland. Zeitschrift für Kulturaustausch* (Institut für Auslandsbeziehungen, Stuttgart) 37, Nr. 3. Vj., S. 390-391.

BHATTI, ANIL (1997): Zum Verhältnis von Sprache, Übersetzung und Kolonialismus am Beispiel Indiens. In: Horst Turk und Anil Bhatti (Hg.): *Kulturelle Identität. Deutschindische Kulturkontakte in Literatur, Religion und Politik* (Göttinger Beiträge zur internationalen Übersetzungsforschung 15). Berlin, S. 3-19.

CASTRO VARELA, MARÍA DO M.; DHAWAN, NIKITA (2005): *Postkoloniale Theorie. Eine kritische Einführung*. Bielefeld.

DALMIA-LÜDERITZ, VASUDHA (1987): Die Aneignung der vedischen Vergangenheit: Aspekte der frühen deutschen Indienforschung. In: *Utopie-Projektion-Gegenbild. Indien in Deutschland. Zeitschrift für Kulturaustausch* (Institut für Auslandsbeziehungen, Stuttgart) 37, Nr. 3. Vj., S. 434-443.

DHARAMPAL-FRICK, GITA (1987): Zwischen Utopie und Empirie: Indien im Spiegel deutscher Reisebeschreibungen der Frühen Neuzeit. In: *Utopie-Projektion-Gegenbild. Indien in Deutschland. Zeitschrift für Kulturaustausch* (Institut für Auslandsbeziehungen, Stuttgart) 37, Nr. 3. Vj., S. 399-417.

FISKE, JOHN (1996): *Media Matters. Race and Gender in U.S. Politics*. Minneapolis/London.

GOLDBECK, KERSTIN (2004): *Gute Unterhaltung, schlechte Unterhaltung. Die Fernsehkritik und das Populäre*. Bielefeld (Cultural Studies. Band 7).

GÖTTLICH, UDO (2002): Stichwort: Kulturindustrie. In: Helmut Schanze (Hg.): *Metzler Lexikon. Medientheorie. Medienwissenschaft*. Stuttgart/Weimar, S. 172f.

HALL, STUART (1998): Notes on Deconstructing „the Popular“. In: John Storey (Hg.): *Cultural Theory and Popular Culture. A Reader*. 2. Prentice Hall, S. 442-453. Originalausgabe: 1994.

- HEPP, ANDREAS (2004): *Cultural Studies und Medienanalyse. Eine Einführung*. 2. Auflage. Wiesbaden.
- KELLNER, DOUGLAS (2004): Für eine kritische, multikulturelle und multiperspektivische Dimension in den Cultural Studies. In: Rainer Winter (Hg.): *Medienkultur, Kritik und Demokratie. Der Douglas Kellner Reader*. Aus dem Englischen von Patrick Steinwider, Petra Strohmaier u.a. Köln, S. 12-58. Engl. Originalausgabe in: Kellner, Douglas: *Media Culture. Cultural Studies, Identity and Politics Between the Modern and the Postmodern*. London/New York, 1995, S. 93-122.
- KOEBNER, THOMAS; Pickerodt, Gerhart (1987): *Die andere Welt: Studien zum Exotismus*. Frankfurt am Main.
- LÜTT, JÜRGEN (1987): Einleitung. In: *Utopie-Projektion-Gegenbild. Indien in Deutschland. Zeitschrift für Kulturaustausch* (Institut für Auslandsbeziehungen, Stuttgart) 37, Nr. 3. Vj., S. 391-393.
- LÜTT, JÜRGEN (1998): Deutschland, Indien und das deutsche Indienbild. In: *Indien. Der Bürger im Staat* (Landeszentrale für Politische Bildung Baden Württemberg) 48, Nr. 1, S. 60ff. URL: www.buergerimstaat.de/1_98/bis981k.htm. eingesehen am: 29.04.2014.
- MAASE, KASPAR (2001): *Grenzenloses Vergnügen. Aufstieg der Massenkultur. 1850-1970*. 3. Aufl., Frankfurt am Main (Europäische Geschichte, hrsg. von Wolfgang Benz), Originalausgabe: 1997.
- MARCHAND, SUZANNE (2001): German Orientalism and the Decline of the West. In: *Proceedings of the American Philosophical Society* 145, Dez. 2001, Nr. 4, S. 465-473. URL: www.aps-pub.com/proceedings/1454/406.pdf. eingesehen am: 01.02.2007.
- MOLIS, KATJA (2007): *Typisch Bollywood? Der Diskurs über Bollywood in deutschen Qualitäts-Tageszeitungen*. Magisterarbeit an der HBK und TU Braunschweig 2007. Online-Publikation über die Bibliothek der Hochschule für Bildende Künste Braunschweig. URL: <http://opus.hbk-bs.de/volltexte/2008/41/>.
- MOLIS, KATJA (2014): Exotisch, unreif, kitschig? Wie ‚westliche‘ Indienbilder und Bewertungen populärer Kultur den Diskurs über Bollywood prägen. In: Susanne Marschall und Rada Bieberstein (Hg.): *Indiens Kinokulturen. Geschichte – Dramaturgie – Ästhetik*. Marburg.

- MÜLLER-DOOHM, STEFAN (2000): Kritische Medientheorie - die Perspektive der Frankfurter Schule. In: Klaus Neumann-Braun und Stefan Müller-Doohm (Hg.): *Medien- und Kommunikationssoziologie. Eine Einführung in zentrale Begriffe und Theorien*. Weinheim/München (Grundlagentexte Soziologie, hrsg. von Klaus Hurrelmann), S. 69-92.
- RAU, HEIMO (1987): Indienbilder im 20. Jahrhundert. In: *Utopie-Projektion-Gegenbild. Indien in Deutschland. Zeitschrift für Kulturaustausch* (Institut für Auslandsbeziehungen, Stuttgart) 37, Nr. 3. Vj., S. 394-398.
- SAID, EDWARD (1995): *Orientalism. Western Conceptions of the Orient*. 2. Aufl. Middlesex. Originalausgabe: 1978.
- SCHNEIDER, ALEXANDRA (2005): „Echtes Indisches Kino“ Zur Bollywood-Rezeption in Deutschland und der Schweiz. In: Angelika Fitz und Merle Kröger (Hg.): *Import Export : Cultural Transfer : India, Germany, Austria*. Halle, S. 297-302.
- SINHA, MISHKA (2005): Deutscher Orientalismus und die Neuorientierung des Westens. Kulturelle Übersetzung zwischen Indien und Deutschland im 19. und 20. Jahrhundert. In: Angelika Fitz und Merle Kröger (Hg.): *Import Export : Cultural Transfer : India, Germany, Austria*. Halle, S. 231-236.
- SONTAG, SUSAN (1966): Notes on „Camp“. In: *Against Interpretation. And Other Essays*. New York, S. 275-292.
- STAM, ROBERT; SHOHAT, ELLA (1994): *Unthinking Eurocentrism. Multiculturalism and the Media*. London/New York.
- WINTER, RAINER (1995): Der produktive Zuschauer. Medienaneignung als kultureller und ästhetischer Prozeß. München (Quintessenz der Medienwissenschaft, hrsg. von H. Jürgen Kagelmann). Diss. 1993/94.