

Mediale Basteleien – wie in Afrika fremde Bilder in eigene verwandelt werden

Von Matthias Krings

Afrikanische Kulturindustrien bearbeiten nicht nur eigene Geschichten für den Fernsehbildschirm, sondern greifen auch auf fremde Bilder aus Hollywood, Hongkong oder Indien zurück. James Bond führt schon lange ein afrikanisches Eigenleben und die Titanic geht im Niger, Kongo oder Viktoriasee unter. Am Institut für Ethnologie und Afrikastudien werden diese medialen Basteleien erforscht.

Afrika südlich der Sahara kam bereits kurz nach der Erfindung der Kinematografie mit bewegten Bildern von außerhalb in Kontakt. Erste Vorführungen fanden 1900 in Dakar und drei Jahre später in Lagos, Nigeria, statt. Schon bald begannen Kolonialverwaltungen und christliche Mission das Medium für Lehr- und Propagandazwecke zu nutzen, und auch das kommerzielle Unterhaltungskino aus Europa, Amerika und Asien konnte sich ein großes Publikum erschließen. Fern davon, die fremden Bilder einfach hinzunehmen und sich ihnen auszuliefern, begannen Afrikaner, das in den Filmen Dargestellte in ihre eigenen Sinnhorizonte zu überführen. Sie kommentierten und interpretierten, lösten einzelne Figuren, Motive oder Narrative aus ihren ursprünglichen Kontexten, setzten sie neu zusammen oder schufen Verbindungen zu eigenen Erzählstoffen. Dabei nutzten sie zunächst das althergebrachte Medium des gesprochenen Wortes, das seit jeher Märchen und Mythen hatte lebendig werden lassen, später auch moderne technische Medien.

Solche Formen der Umarbeitung fremdkulturellen Materials können als mediale Basteleien bezeichnet werden. „Bricolage“ hat Claude Lévi-Strauss das dem Mythos und seiner Produktion zugrunde liegende Prinzip genannt, dem er – anders als der alltags-sprachliche Begriff dies nahelegt – mit äußerstem Respekt begegnete. Gleich einem Bastler, der mithilfe der Materialien, die er gerade zur Hand hat, improvisieren muss, entwickeln afrikanische Kulturproduzenten nichts völlig Neues, sondern transformieren das Bestehende, indem sie es auf originelle Art und Weise neu zusammensetzen. Damit unterscheiden sie sich auch keinesfalls von ihren europäischen Kollegen, denn das „wilde Denken“ ist nach Lévi-Strauss kein Privileg der Peripherie, sondern der gesamten Menschheit eigen. Die historischen Etappen der Transformation fremder Filme in Afrika, die vom Live-Kommentar durch lokalsprachige Kinoerzähler bis hin zur mediatisierten Transkription in Form von Fotomanen, Comic-Heften, Videofilmen und Musikvideo-

clips reichen, sind aufs Engste mit der Entstehungsgeschichte afrikanischer Kulturindustrien verknüpft.

Aneignung durch Kinoerzählung

Live-Kommentierung durch Kinoerzähler stellt die ursprünglichste Form der Aneignung bewegter Bilder fremder Herkunft dar. Anders als in Europa, Amerika und Asien, wo diese Praxis mit Einführung des Tonfilms ausstarb, lässt sie sich in Afrika bis heute beobachten. Ihre Ursprünge liegen in der Kolonialzeit. Beispielsweise griff die britische Colonial Film Unit auf afrikanische Übersetzer zurück, deren filmbegleitende Kommentare sicherstellen sollten, dass die Botschaften ihrer Lehr- und Propagandafilme auch ankamen. Ganz ähnlich verfahren auch belgische Missionare im Kongo, die für ihre Bekehrungsarbeit



© Sandra Groß

Kinoerzähler in einem Videokino, Daressalam, Tansania 2008

evangelikale Filme nutzen. Inwieweit die einheimischen Kinoerzähler sich in ihren Kommentaren an die Erläuterungen ihrer Vorgesetzten hielten, lässt sich gegenwärtig leider nicht mehr klären. In Nigeria gibt es jedoch noch heute ein eigenes Witz-Genre, das von der Subversion kolonialer Dolmetscher handelt. Es ist also gut denkbar, dass Kinoerzähler filmische Inhalte mitunter recht eigensinnig deuteten.

Kinoerzählen ist in Afrika jedoch keineswegs ausschließlich mit Aufführungskontexten verbunden, in denen Filme als Träger von Botschaften konzipiert werden, sondern vor allem mit solchen, in denen Spielfilme aus Hollywood, Hongkong oder Indien



Werbung für das Fotoroman-Magazin „African Film“, Kenia ca. 1969

als Spektakel gefeiert werden. Kinoerzähler tragen ihren Teil zum Spektakel bei, indem sie die filmische Handlung auf lokale Ereignisse beziehen, Namen von Filmfiguren durch solche von lokalen Persönlichkeiten ersetzen, kurzum, indem sie eine eigenwillige Brücke zwischen Film und Publikum schlagen, die den ursprünglichen Sinn des Films nicht selten unterläuft. In Uganda hat sich der Begriff „v-jaying“ für diese Praxis eingebürgert, weil sie vor allem in Videokinos beheimatet ist, wo raubkopierte Videos fremder Filme auf Fernsehgeräten vorgeführt werden. Im benachbarten Tansania sind Kinoerzähler inzwischen sogar dazu übergegangen, ihre Performanzen zu mediatisieren. Dazu werden Videokassetten mit

einer zweiten Tonspur versehen, auf welcher der eingesprochene Kommentar zu hören ist. Sandra Groß und Andres Carvajal, zwei Studierende am Mainzer Institut für Ethnologie und Afrikastudien, haben hierzu einen Dokumentarfilm gedreht. Die in diesem Film gezeigten Performanzen der Kinoerzähler belegen eindrucksvoll, was Kinoerzählung leistet: Da sich die Erzähler keineswegs darauf beschränken, lediglich die Dialogsequenzen zu übersetzen, sondern auch stumme Sequenzen mit Erzähltext versehen, verkehren sie die Hierarchie von Original und Kopie und machen sich damit die Filme wortwörtlich zu eigen. Die im Rückgriff auf Mündlichkeit produzierte lokale Erzählung tritt in den Vordergrund, die fremden Bilder geraten zur bloßen Illustration.

Ein afrikanischer James Bond

Gegen Ende der 1960er Jahre, zu einer Zeit als afrikanisches Autorenkino noch in den Kinderschuhen steckte und die Etablierung eigener kommerzieller Videofilmindustrien noch in weiter Ferne lag, zirkulierte im anglophonen Afrika unter dem Titel „African Film“ ein Fotoromanmagazin, dessen Held Lance Spearman ungeheure Popularität genoss. Vom südafrikanischen Verlagshaus Drum Publications verlegt und über dessen Niederlassungen in Lagos und Nairobi nahezu Afrika-weit verbreitet, erreichte dieses Magazin mit einer Auflage von 165.000 Stück wöchentlich etwa eine halbe Million Leser.

Der schwarze Detektiv Lance Spearman kann als afrikanische Transformation von James Bond gedeutet werden. Gleichmaßen lassen sich an ihm auch Spuren von Sam Spade und Phillip Marlowe erkennen, jener hartgesottene Detektive aus der Feder Dashiell Hammetts beziehungsweise Raymond Chandlers, die, vermittelt durch amerikanische Filme, in Südafrika

bereits in den 1950er Jahren bekannt waren. Gleich seinem britischen Vorbild kämpft „Spear“ ebenfalls gegen eine ganze Reihe von machtbesessenen Superhelden, verrückte Professoren oder verbrecherische Syndikate, die die Welt beherrschen wollen. Dabei kann er sich auf allerlei Gimmicks aus dem technischen Arsenal filmischer Geheimdienste verlassen, die ihn aus den ärgsten Schwierigkeiten befreien: Funkarmbanduhren, explosive Zigaretten und Messer katapultierende Schuhe zum Beispiel. Seinem britischen Vorbild vergleichbar, hat er einen Schlag bei Frauen.

Zweifelsohne verkörperte Lance Spearman die Sehnsüchte seiner jugendlichen Leser. Als Sinnbild des modernen, mit allen Wassern gewaschenen Helden beeinflusste er Kleidungsstile und Verhaltensweisen. Faustkampf-Bildstreifen, die in keinem Heft fehlen durften, wurden als Gebrauchsanleitungen für den Überlebenskampf in den Städten gelesen, in die es immer mehr junge Landbewohner auf der Suche nach Abenteuer und Arbeit zog. Die Popularität der Figur spiegelt aber auch den politischen Kontext ihrer Entstehungszeit. So erschien das Magazin am Ende jener Dekade, in der die meisten afrikanischen Staaten ihre Unabhängigkeit erlangt hatten, in einer Zeit also, in der die jungen Nationalstaaten ihr politisches und kulturelles Selbstbewusstsein kultivierten. Ein potenzieller Weltenretter konnte nun auch vom afrikanischen Kontinent stammen. Nach Jahrzehnten der Ungleichheit löste Lance Spearman auf der Ebene des Imaginären einen Wunsch nach Gleichwertigkeit ein.

Michael Jacksons Zombies kehren zurück

Ausgehend von Ghana und Nigeria setzte sich in den 1990er Jahren das Medium Video als neues Leitmedium afrikanischer Populärkultur durch. Traditionelle Erzählungen und moderne städtische Mythen konnten nun für den Bildschirm adaptiert werden. Darüber hinaus wurde das neue Medium aber auch zur Bastellei mit popkulturellen Mythen fremder Herkunft genutzt. Michael Jacksons Videoclip „Thriller“, ein Meilenstein globalisierter Popkultur, wurde beispiels-



Geistertanz nach Michael Jackson, Videostil aus „Tsumagiya“, Nigeria 2000

weise im muslimischen Norden Nigerias in Form einer Lied- und Tanzsequenz im Spielfilm „Tsumagiya“ (Rohrstock) adaptiert.

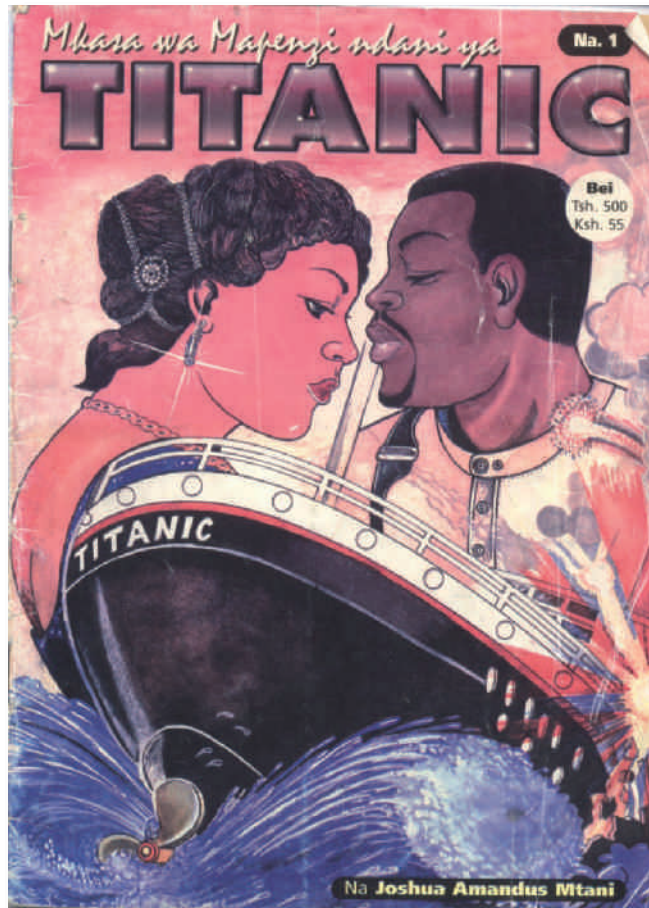
Der Film erzählt die Geschichte einer boshaften Frau, die sich einen Mann mithilfe eines Magiers gefügig macht. Eines Tages zerbricht der Krug mit dem Zauberkraft, den ihr der Magier mithilfe von Geistern gebraut hat. Kaum ist der Krug zerbrochen, wird sie von erzürnten Geistern heimgesucht. Diese Heimsuchung wird als Geistertanz im Stile Michael Jacksons inszeniert: Zur Melodie von „Thriller“ umringen die Geister, die wie im Videoclip als Untote dargestellt werden, die Frau, um schließlich in Reih und Glied zu tanzen, allen voran ein im Stile des frühen Michael Jackson kostümierter Vortänzer.

Lied- und Tanzsequenzen sind ein fester Bestandteil dieser stark an Bollywood orientierten regionalen Videofilmästhetik. Einen amerikanischen Musikvideoclip als Vorlage für eine solche Sequenz zu benutzen, war jedoch im Jahr 2000, als der Film gedreht wurde, ein Novum. Hier werden MTV, Bollywood und lokaler Mythos auf eigentümliche Weise miteinander verwoben. Tatsächlich spielt diese Sequenz auf einen lokalen Geisterglauben an, wonach die Welt von unsichtbaren Wesen bewohnt wird, die den Menschen nutzen, aber auch schaden können. Magier sind auf den Umgang mit diesen Geistwesen spezialisiert. Werden die Geister von Menschen verärgert, zeigen sie sich ihnen und entführen sie in ihre Welt. Im Film „Tsumagiya“ wird diese traditionelle Konzeption nun in der Rahmung von Michael Jacksons „Thriller“ sichtbar gemacht.

Schließlich birgt die nigerianische Adaption des Videoclips noch eine historische Pointe, lässt sie sich doch auch als Wiederaneignung ursprünglich westafrikanischen Gedankenguts lesen, das im Zuge der Sklaverei in die neue Welt gelangte, sich dort veränderte, und später von der amerikanischen Kulturindustrie aufgegriffen und weiterverarbeitet wurde. Die Figur des Zombies geht auf den in Ghana, Togo und Benin beheimateten Voudoukult zurück, kam jedoch vollends erst in der Karibik und schließlich in der Hollywood-Imagination zur Entfaltung. Indem Michael Jacksons Zombies durch den nigerianischen Videofilm in ein traditionelles westafrikanisches Glaubenssystem zurückübersetzt werden, kehren die Untoten nach Afrika zurück. Ob sie in heimischer Erde nun Frieden finden, bleibt abzuwarten.

Allegorische Untergänge

Weltweit hat wohl kaum ein anderer Film so sehr zur lokalen Nachahmung angeregt, wie James Camerons „Titanic“ von 1997. Quer über den afrikanischen Kontinent lassen sich lokale Transformationen des Films in unterschiedlichen Medien beobachten. Dies liegt zum einen daran, dass sich mit untergehenden



© Amandus Mtani

Tansanische Titanic: Titelblatt eines Comic-Heftes, Tansania 1998

Schiffen gut denken lässt. Zum anderen mögen aber auch wirtschaftliche Überlegungen eine Rolle gespielt haben, denn auch afrikanische Kulturindustrien unterliegen dem Zwang, ständig Neues produzieren zu müssen. Dabei sollte der sensationelle Erfolg des Hollywood-Films auf die jeweils eigenen Produktionen abfärben. Ein Vergleich der afrikanischen Bearbeitungen macht deutlich, wie flexibel sich das Mythologem des Schiffsuntergangs verschiedenen Kontexten anpassen lässt.

In Nigeria wurde ein afrozentrisches Video-Remake des Films gedreht, in dem sämtliche Figuren von Afrikanern gespielt werden und das Schiff nicht von Southampton, sondern von Lagos ablegt. Eine Textblende erläutert eingangs, dass der Videofilm allen Afrikanern gewidmet ist, die beim historischen Ereignis ertrunken seien. Tatsächlich befand sich kein einziger Afrikaner an Bord der Titanic, die am 15. April 1912 im Nordatlantik sank, sodass sich die nigerianischen Videofilmer auf diese Weise stellvertretend in eine Episode transatlantischer Geschichte einschreiben, aus der ihre Vorfahren bzw. Angehörige der afrikanischen Diaspora in Europa und Amerika aufgrund der



© Sipe Music

Kongolische Titanic: CD-Cover von Wenge BCBG, Frankreich 1998

gesellschaftlichen Verhältnisse ausgeschlossen waren. Aus dem Kongo stammt ein Videoclip zum Lied „Titanic“ der Musikgruppe Wenge BC/BG. In diesem Clip kopieren sich die Musiker, ähnlich wie die nigerianischen Videofilmer, mithilfe der Bluebox-Technik in die Bilder des Originalfilms ein. Das Lied ist jedoch rein allegorischer Natur. Es bezieht sich auf die Geschichte der Musikgruppe, die neben einer zweiten Gruppe aus einer gemeinsamen Mutterband hervorgegangen ist und sich seitdem im Konkurrenzkampf mit der Schwesterband befindet. Lied und Clip inszenieren Wenge BC/BG als eigentliche Überlebende der Havarie der ursprünglichen Band. Ähnlich wie die nigerianischen Videofilmer verfährt auch der tansanische Comiczeichner Amandus Mtani, der die Liebenden der Titanic afrikanisiert und ihre Geschichte als Comic mit Kiswahili-Texten ausführt. In Tansania stießen Film und Comic auch deshalb auf besondere Aufmerksamkeit, da das Land 1996 – nur ein Jahr vor der Veröffentlichung von Camerons „Titanic“ – eine katastrophale Havarie auf dem Viktoriasee erlebt hatte, bei der mehr als 1.000 Menschen ertrunken waren. So muss auch nicht verblüffen, dass der Chor einer adventistischen Gemeinde aus Musoma, einer am tansanischen Ufer des Viktoriasees gelegenen Stadt, unter dem Titel „Titanic“ ein Lied aufnahm, um für den Adventismus zu werben. In diesem Lied, das auf einer Audiokassette vertrieben wird, deren Hülle ein Bild aus Camerons „Titanic“ ziert, fungiert der Untergang des Schiffs als Allegorie für den unmittelbar bevorstehenden Untergang der Welt, der im adventistischen Glauben von zentraler Bedeutung ist.

Vergleicht man die vielfältigen Transformationsformen fremden Filmmaterials, die afrikanische Kulturproduzenten in den vergangenen Jahrzehnten hervorgebracht haben, fällt ein generelles Charakteristikum medialer Bastelei auf: Das Globale dient lediglich als Hülle, Folie oder Rahmung, es wird angeeignet, mit einem ganz eigenen Sinn versehen und dadurch lokal lesbar gemacht. Was bei dieser „Bricolage“ herauskommt, ist weder global noch lokal, sondern etwas, das die Spuren von beidem trägt.

■ Summary

African cultural industries not only adapt local folklore to the screen, but also rework foreign pictures from Hollywood, Hong Kong or India. Earlier forms of appropriation of foreign media content date back to the colonial era. For a long time now, James Bond has lived an African life of his own, and the Titanic has gone down on the River Niger, the Congo River and Lake Victoria. At the Department of Anthropology and African Studies, such forms of media bricolage are further explored.



© Julian Schröder

Jun.-Prof. Dr. Matthias Krings

Matthias Krings, Jahrgang 1967, studierte Ethnologie, Afrikanische Philologie und Kulturanthropologie an der Johannes Gutenberg-Universität Mainz (JGU). Von 1996 bis 2002 war er wissenschaftlicher Mitarbeiter im Sonderforschungsbereich „Westafrikanische Savanne“ der Goethe-Universität Frankfurt, wo er 2002 auch promoviert wurde. Von 2003 bis 2005 war er wissenschaftlicher Mitarbeiter im Kölner Forschungskolleg „Medien und kulturelle Kommunikation“. Seit 2005 ist er Juniorprofessor am Institut für Ethnologie und Afrikastudien der JGU. Er ist Mitglied des Mainzer Forschungszentrums SOCUM und leitet ein DFG-Projekt zu Videofilm und HipHop in Tansania. Zu seinen Arbeitsschwerpunkten gehören Film und Video in Afrika sowie Medien- und Religionsethnologie.

■ Kontakt

Jun.-Prof. Dr. Matthias Krings
 Institut für Ethnologie und Afrikastudien
 Johannes Gutenberg-Universität Mainz (JGU)
 Forum 6
 D-55099 Mainz
 Tel. +49 6131 39-22798
 Fax+49 6131 39-23730
 E-Mail: krings@uni-mainz.de
http://www.ifeas.uni-mainz.de/ethno/PopKultur/Matthias_Krings.html