

**Arbeitspapiere / Working Papers**

**Nr. 75**

Steffen Köhn

**Videofilm in Ghana**

- Ein neues Unterhaltungsmedium im Zentrum  
der öffentlichen Sphäre-



The Working Papers are edited by  
Institut für Ethnologie und Afrikastudien, Johannes Gutenberg-Universität,  
Forum 6, D-55099 Mainz, Germany.  
Tel. +49-6131-3923720; Email: [ifeas@uni-mainz.de](mailto:ifeas@uni-mainz.de); <http://www.ifeas.uni-mainz.de>

Geschäftsführende Herausgeberin/ Managing Editor:  
Michaela Oberhofer ([oberhofer@uni-mainz.de](mailto:oberhofer@uni-mainz.de))

# Videofilm in Ghana

-Ein neues Unterhaltungsmedium im Zentrum  
der öffentlichen Sphäre-

Hausarbeit zur Erlangung des  
Akademischen Grades eines  
*Magister Artium*

Vorgelegt dem Fachbereich Politik- und Sozialwissenschaften  
der Freien Universität Berlin

von  
Steffen Köhn

Juni 2006

Erstgutachterin: Prof. Dr. Ute Luig

Zweitgutachterin: Dr. Alexandra Schneider

## Inhaltsverzeichnis

Glossar verwendeter Abkürzungen.....	iv
Abbildungsverzeichnis.....	v
<b>1. Einleitung.....</b>	<b>1</b>
1.1. Die empirische Basis der Arbeit .....	3
1.2. Theoretische Verortung.....	5
<b>2.Überblick über die Industrie.....</b>	<b>7</b>
2.1. Geschichte.....	8
2.2. Die Protagonisten.....	13
2.3. Das Publikum.....	18
<b>3. Die Videofilme als diskursives System.....</b>	<b>21</b>
3.1. Der Theorieansatz der `Popular Culture` .....	22
3.2. Habermas` Modell der öffentlichen Sphäre.....	31
<b>4. Akteure in der öffentlichen Arena.....</b>	<b>38</b>
4.1. Die Position des Staates.....	39
4.1.1. <i>Filmanalyse „Love and Politics“</i> .....	45
4.2. Die Position der professionellen Filmmacher und Intellektuellen.....	50
4.2.1. <i>Filmanalyse „Heritage Africa“</i> .....	56
4.3. Die Position der Pfingstkirchen.....	59
4.3.1. <i>Filmanalyse „Babina I-III“</i> .....	65
4.4. Alternative Entwürfe.....	71
4.4.1. <i>Filmanalyse „The Broken Oath“</i> .....	77

**5. Pfingstkirchen und visuelle Medien – Eine Wahlverwandtschaft.....82**

**6. Zusammenfassung und Ausblick.....87**

**Anhang**

**Verzeichnis der Interviewpartner.....90**

**Filmographie.....92**

**Bibliographie.....93**

## **Glossar verwendeter Abkürzungen**

*CPP* – Convention People`s Party

*IWF* – Internationaler Währungsfonds

*ICGC* – International Central Gospel Centre

*GBC*- Ghana Broadcasting Corporation

*GFIC* – Ghana Film Industry Corporation

*GFC*– Gama Film Company

*GAFTA* - Ghana Academy of Film and Television Arts

*GTV* - Ghana Broadcasting Corporation Television

*LFGM* - Liberty Foundation Gospel Ministries

*NAFTI* – National Film and Television Institute

*NDC* – National Democratic Congress

*NPP* – New Patriotic Party

*PIWC* - Pentecost International Worship Centre

*WTO* – World Trade Organisation

## Abbildungsverzeichnis

Abb.1: Videohülle einer Folge der sehr bekannten <i>Diabolo</i> -Reihe.....	9
Abb.2: Bob Smith Jr. und sein Kameramann Edmund Schandorf.....	15
Abb.3: Schlagzeile des `New Ghanian` vom 9.8.2004.....	49
Abb.4: Filmplakat von <i>Heritage Africa</i> , Kwaw Ansah, 1988.....	58
Abb.5: Videostandbild aus <i>Babina II</i> .....	70
Abb.6: Am Set von <i>The Broken Oath</i> .....	74
Abb.7: Der Schrein des Fetischpriesters in <i>The Broken Oath</i> .....	81
Abb.8.: Videostandbild aus <i>Love and Politics</i> .....	86

## 1. Einleitung

Thema dieser Arbeit ist die florierende Videofilmindustrie in Ghana, der es in Zeiten wirtschaftlicher Depression gelungen ist, eine höchst erfolgreiche neue Gattung von Unterhaltungsprodukt zu etablieren, das die populäre Kultur Westafrikas seit nunmehr 20 Jahren prägt. Die Videofilmindustrie bildet das Zentrum einer neuen massenmedial vermittelten öffentlichen Sphäre, die mit der zunehmenden Privatisierung von Ghanas Medienlandschaft entstanden ist. Diese Entwicklung ist Teil jener Welle der Demokratisierung, in der in den 1990er Jahren unter Druck von IWF und Weltbank auch Sambia, Südafrika, Tansania und Uganda ihre Nationalökonomien für das kapitalistische Weltwirtschaftssystem geöffnet haben. Auf diese Weise ist ein Markt entstanden, in dem die populären Produkte der Videofilmindustrie seither den gesellschaftlichen Diskurs reflektieren und so auch Schlaglichter auf wichtige gesellschaftspolitische Fragen werfen. Es artikulieren sich nicht nur neue Machtverhältnisse in der öffentlichen Meinungsäußerung im Ringen gesellschaftlicher Gruppen um mediale Repräsentation, sondern auch ein neues Verhältnis des postkolonialen Staates zu seinen Bürgern. Die aktuelle Medienlandschaft im Ghana der vierten Republik zeichnet sich aus durch sich stetig verschiebende Beziehungen zwischen Populärkultur, Politik und Religion. Neue Machtverhältnisse, Konflikte und überraschende Allianzen sind dabei Teil des Prozesses. Dieses komplexe Beziehungssystem hoffe ich im Laufe meiner Arbeit entflechten zu können. Dabei gehe ich wie folgt vor:

Die vorliegende Einleitung soll in das Thema einführen, den theoretischen Rahmen medienethnologischer Forschung umreißen, in deren Tradition meine Arbeit steht, sowie Durchführung und Methodik der Forschung vorstellen.

Kapitel zwei gibt einen Überblick über `Produktionsszene` der ghanaischen Videos, sowie deren Stellung in der Öffentlichkeit. Hierzu möchte ich zunächst die Entstehungsgeschichte der Industrie in Form einer `oral history` wiedergeben, deren Quelle meine Interviews mit ihren Pionieren darstellt. Hierauf beschreibe ich den sozialen und biographischen Hintergrund der Filmemacher, die in einem engen Abhängigkeitsverhältnis zu ihrem Publikum stehen. Diesen Punkt möchte ich weiter ausbauen, indem ich im folgenden Abschnitt auf die soziale Relevanz der Filme für



ihre Zuschauer eingehe und aufzeige, wie sehr man diese als Ausdruck populärer Sichtweisen verstehen kann.

Das dritte Kapitel setzt an dieser Stelle an und beschäftigt sich mit der Anwendbarkeit bisheriger ethnologischer Theorien auf das Feld der Videofilme. Hier möchte ich die theoretischen Grundlagen legen für alle meine weiteren Ausführungen. Es soll dabei deutlich werden, wie die Demokratisierung und Liberalisierung der Medien zur Entstehung einer neuen öffentlichen Sphäre geführt hat, in der der ghanaische Staat seine bisherige alleinige Repräsentationsmacht verloren hat. Vielmehr ist es nun verschiedenen religiösen und sozialen Bewegungen möglich geworden, sich öffentlich zu positionieren und ihren Sichtweisen zu großer Verbreitung zu verhelfen.

Kapitel vier stellt die Akteure dieser neuen Medienarena vor und zeigt, wie das Medium Video zum Schauplatz für Kämpfe um divergierende Konzeptionen zu ghanaischer Identität, Kultur und Tradition geworden ist. Vor allem die zahlreichen Pfingstkirchen haben durch die öffentliche Artikulation ihrer Positionen in den neuen Medien eine unübersehbare Vormachtstellung erreicht. Sehr zum Leidwesen des Staates, welcher vormals ebenso großes Geschick in der propagandistischen Nutzung von Medien bewies, sowie der ghanaischen Intellektuellen, die vor allem das äußerst negative Bild afrikanischer Tradition ablehnen, das von den Kirchen gezeichnet wird. Verdeutlicht werden diese Positionen, sowie deren Manifestation in den Videofilmen, jeweils durch Fallstudien, in denen einzelne Filme genauer auf ihre ideologischen Positionen hin analysiert werden sollen.

Kapitel fünf nähert sich der pfingstchristlichen Hegemonie im Reich der visuellen Medien dann noch einmal aus einer anderen, einer medienphilosophischen Perspektive. Religion soll dabei verstanden werden als Praxis der Vermittlung (im Englischen *mediation*) zwischen materieller und spiritueller Welt, zwischen Gläubigen und religiösen Führern. Diese Akte der Vermittlung basieren immer auf Medien, seien es Geistermedien, Bücher oder technische Medien. Diese Medien jedoch wirken niemals neutral, ist ihnen doch immer ein kulturelles Dispositiv mit eingeschrieben. Auf diesem Grundgedanken aufbauend möchte ich klären, warum gerade ein visuelles Medium wie Video die religiösen Inhalte des Pfingstchristentums so gut zu vermitteln vermag.

In einem Ausblick sollen schließlich die Ergebnisse meiner Forschung noch einmal zusammengefasst, sowie in größere Zusammenhänge eingebunden werden.

### **1.1. Die empirische Basis der Arbeit**

Die vorliegende Arbeit entstand auf Basis einer Feldforschung in Accra/Ghana von Ende Juli bis Ende Oktober 2004. Hierbei handelte es sich um eine selbstorganisierte Lehrforschung am Institut für Ethnologie der FU Berlin. Meine Fragen hinsichtlich der Rolle des neuen Mediums Video in der öffentlichen Sphäre erhoffte ich mir in Form einer Produktionsstudie durch Interviews mit Videofilmemachern und Drehbuchautoren, sowie durch Begleitung ihrer Arbeit beantworten zu können. Nach Ghana brach ich allerdings zunächst ohne bestehende Kontakte in die Videofilmindustrie auf, dafür mit zahlreichen Adressen von Informanten und Freunden anderer Institutsangehöriger. Besonders Katharina Schramm und Kristine Krause, denen ich zu großem Dank verpflichtet bin, halfen mir mit zahlreichen Tipps und Ansprechpartnern weiter. Katharina Schramm vermittelte mir weiterhin ein Zimmer in einer privaten Studentenunterkunft, wo ich mich gleich unter zahlreichen begeisterten Filmexperten wieder fand. Die erste Woche in Accra nutzte ich dann hauptsächlich, um mir einen Überblick über die aktuelle Filmproduktion zu verschaffen, die neuesten Videos anzuschauen und die wichtigsten Umschlagsplätze in der Innenstadt kennen zu lernen. Dabei kam es mir sehr zu gute, dass alle bedeutenden Produktionsfirmen ihre Büros und Verkaufsräume um den Opera Square angesiedelt haben, dem weitläufigen Platz um das alte Operngebäude, unweit des Makola Market sehr zentral in der Innenstadt gelegen. Dieser Ort, von dem aus auch der nationale Vertrieb der Filme abgewickelt wird, wurde schnell mein Hauptanlaufpunkt. Oft konnte ich hier in den Büros direkt die Besitzer der Produktionsfirmen treffen und Interviewtermine verabreden. Andere unabhängige Produzenten erreichte ich oftmals über ihre Mobiltelefonnummern, die sie auf den Kassettenhüllen angeben. Neben den Interviews hatte ich die Möglichkeit insgesamt drei Produktionen auch am Set zu begleiten, wodurch ich die Arbeit hautnah beobachten und auch zahlreiche Schauspieler treffen konnte. Nach und nach gewann ich so Einblick in alle Phasen der Filmproduktion, vom Schneiderraum bis zur Aufnahme des Titelsongs. Um jedoch ein umfassenderes Bild über die

Medienproduktion in Ghana zu gewinnen, bemühte ich mich weiterhin um Treffen mit Spezialisten wie religiösen Autoritäten, Intellektuellen und professionellen Filmemachern. Die mir hierbei meist auf Empfehlung gewährten, oft mehrstündigen Interviews liefen meistens in einem viel formelleren Rahmen ab und lieferten mir wertvolle Informationen hinsichtlich der Rolle des Mediums Video in der Konzeption wie den Kommunikationsstrategien des Staates und der Pfingstkirchen.

Insgesamt führte ich 19 Interviews, die ich mit einem Diktiergerät aufzeichnete und für die ich mir zuvor einen auf den jeweiligen Gesprächspartner zugeschnittenen teilstrukturierten Frageleitfaden zu Recht legte. Allerdings versuchte ich, mich nicht sklavisch an diesen zu binden, um dem Gespräch seinen natürlichen Verlauf zu belassen. Gerade wenn ich mit neuen Sachverhalten konfrontiert wurde, war es mir oft wichtiger, weiter nachzufragen, auch auf die Gefahr hin von meinem Leitfaden abzukommen. Dieses Vorgehen funktionierte vor allem bei den formellen Gesprächen mit Repräsentanten von Staat oder Religion sehr gut, wohingegen ich bei den Filmproduzenten die wichtigeren Informationen eher in informellen Gesprächssituationen erhielt. Gerade bei meinen Hauptinformanten, die ich am Set begleitete und mit denen ich somit viel Zeit verbrachte, wählte ich für meine wichtigsten Fragen eher private Momente und verzichtete auf ein Aufnahmegerät. Sehr bald wurde ich mir dabei auch über die Bedeutung des Studiums von Boulevardzeitungen und seriöser Tagespresse als Mittel der Datensammlung bewusst. Während die Klatschgeschichten in ersteren mir zahlreiche Anregungen für Fragen lieferten und mir auch als sehr relevant für das Verständnis der Filmplots erschienen, entpuppte letztere sich als beliebtes Forum für Ghanas geistige Elite für deren Diskurs über die Filmproduktion im Land. So konnte ich mir schnell ein kleines Archiv anlegen, welches mich immer wieder mit neuem Gesprächsstoff versorgte und durch das ich meine Informanten auch direkt mit anderen lokalen Ansichten konfrontieren konnte.

Neben den strukturierten Experteninterviews habe ich die wichtigsten Videoneuerscheinungen immer gemeinsam mit ghanaischen Videokonsumenten angeschaut und danach mit diesen Gespräche über den Inhalt und die Qualität der Filme geführt, um einen Eindruck von den Sichtweisen und Reaktionen des Publikums zu gewinnen. Aus Mangel an Zeit und meinem Vorhaben mich eher auf die Seite der Medienproduktion zu konzentrieren, sind diese Gespräche allerdings

immer im informellen Rahmen verblieben und repräsentieren nicht systematisch alle wichtigen Zuschauergruppen. Die Dimension der Aneignung der Medieninhalte durch das Publikum stellt im Nachhinein betrachtet somit sicherlich eine Lücke in meinem Material dar.

Die letzten drei Wochen meiner Forschungszeit entschied ich mich dann in Kumasi zu verbringen. Einerseits, weil ich dort das Set einer Videoproduktion aus dem gerade angesagten Genre der „Epic Movies“ besuchen konnte, andererseits weil hier, abseits der Hauptstadt, eine eigene kleine Produktionsszene entstanden ist, die sich in vielerlei Hinsicht von der auf nationale Reichweite ausgerichteten Produktion der Hauptstadt unterscheidet. Auf diese Weise habe ich versucht, möglichst viele divergierende Stimmen und widersprüchliche Positionen aufzunehmen, um so ein vielschichtiges Bild der ghanaischen Medienlandschaft zeichnen zu können.

## **1.2. Theoretische Verortung**

Der Siegeszug westlicher Technologie und Medienprodukte in ihren klassischen Forschungsfeldern wurde in der Ethnologie, einer Disziplin, die gewöhnlich mit Tradition und der Lebendigkeit des Lokalen befasst ist, lange Zeit ignoriert. Setzten ihre Vertreter sich während ihres Feldaufenthaltes hingegen einmal mit der dortigen Realität der Massenmedien auseinander, so sahen sie diese meist kritisch als Gefahr für die kulturelle Unabhängigkeit ihrer ‚Forschungsobjekte‘. Die dystopischen Vorstellungen früherer Forschergenerationen haben sich allerdings nicht bewahrheitet. Weder wächst die Welt zum von einer imperialistischen US-Kulturindustrie homogenisierten ‚globalen Dorf‘ zusammen, noch werden vormals ‚authentische‘ Kulturen, wie der frühe Medienökologe und ethnographische Filmemacher Edmund Carpenter dies prophezeite, von den neuen Medientechnologien ‚verschluckt‘ (Carpenter in Prins und Bishop 2002). Derartige Befürchtungen zeigen wenig mehr als die (nicht zuletzt in der ‚Writing Culture‘-Diskussion kritisierte) Neigung vieler Ethnologen, fremde Kulturen als homogene, statische und geschichtslose Einheiten zu beschreiben, die wie zeitlose Inseln auf der Achse des westlichen Forschungsdenkens in eine Position ewiger Vergangenheit und Ungleichzeitigkeit gerückt sind (vgl. Fabian 1983). Medienanthropologische Ansätze, die versuchen ein differenziertes Bild von Mediennutzung und Konsum in

einem nichtwestlichen Kontext zu zeichnen, machen die Fiktion unberührter Gemeinschaften jedoch schnell zunichte. Die nunmehr transnationale Verbreitung von Bildern und Technologien, welche heutzutage auch in den aus europäischer Perspektive randständigsten Gegenden verfügbar sind, macht überdeutlich, wie nahe unsere kulturellen Welten mittlerweile räumlich zusammengewachsen sind. Eine Anthropologie, die diesen Umstand akzeptiert, kann daher die soziokulturelle Relevanz nicht mehr übersehen, die Film, Fernsehen, Radio und neue Kommunikationstechnologien als Teil des Alltagslebens überall auf der Welt gewonnen haben. Die wachsende Bedeutung des Medienkonsums für die Alltagspraxis führt eben nicht zur Entstehung einer globalen Monokultur unter westlicher Hegemonie, sondern wird auf lokaler Ebene immer neu ausgehandelt: Eine Erkenntnis, die Arjun Appadurai (1990), einen der führenden Globalisierungstheoretiker, zur Konzeption seiner „mediascapes“ geführt hat. Neue und faszinierende Prozesse lokaler Umdeutung medialer Bilderströme entstehen ebenso, wie neue Netzwerke des Medienaustauschs, bei denen die ‚erste Welt‘ als Sender nicht mehr im Zentrum steht (vgl. z.B. Larkin 1997). Die Interaktion mit Medien gibt sozialen Akteuren die Möglichkeit diasporische Verbindungen aufrecht zu erhalten, wird von religiösen Bewegungen in deren Kommunikationsstrategien und Glaubenspraxis einbezogen und gibt Aktivisten marginalisierter Gruppen die Möglichkeit zur Selbstrepräsentation. In kurzer Zeit sind so überall auf der Welt neue Öffentlichkeiten entstanden, in denen die Medien einen großen Einfluss auf die Schaffung individueller und kollektiver Identität ausüben.

In den letzten Jahren haben daher immer mehr Ethnologen ihr Augenmerk auf die stetig wachsende Macht der Medien in ihrem Feld, auf lokale Medienpraxen und Diskurse gerichtet und bei der Interpretation ihrer Ergebnisse das Fach auch immer stärker für Ansätze aus den Kultur- und Kommunikationswissenschaften geöffnet (für einen einführenden Überblick siehe Dickey [1998], Ginsburg/ Abu-Lughod/ Larkin [2002], Askew/ Wilk [2002]; in deutscher Sprache: Dracklé [1999], Wendl [2004a]). Mit meiner eigenen Arbeit möchte ich einen kleinen Beitrag zu diesem, meiner Meinung nach hochgradig relevanten, neuen Forschungsfeld leisten und die Entstehung einer neuen massenmedial vermittelten öffentlichen Sphäre im ghanaischen Staat beschreiben, sowie diese in ihrer Entwicklung sichtbar machen. Dabei werde ich immer wieder vom hier nur kurz umrissenen derzeitigen Stand der Forschung und Theoriebildung profitieren.

## 2. Überblick über die Industrie

Ist man in den Strassen von Ghanas Hauptstadt Accra unterwegs, lässt sich die Popularität der Videofilme nur schwerlich übersehen. Poster und riesige Banner, die aktuelle Filmproduktionen bewerben, prägen allerorts das Straßenbild. An jeder Straßenecke bieten fliegende Händler ihre Ware an, und kein Markt kommt ohne die allgegenwärtigen Videoverkaufsstände aus. Zum Veröffentlichungstag eines schon im Vorfeld in Radio und Zeitschriften massiv beworbenen Films wird gar die Stadt selbst zur Bühne: Die Filmproduzenten mieten einen Pick-Up, eine Band, lassen Werbe-T-Shirts drucken und starten dann zusammen mit ihren Schauspielern eine Promotion-Tour durch die Strassen der Innenstadt, während der sie Kopien ihrer Filme an neugierig gewordene Passanten verkaufen. Ein neuer Film erhält so eine breite Öffentlichkeitswirksamkeit und wird schnell zum Stadtgespräch, zum allgegenwärtigen gesellschaftlichen Ereignis. Allerorten wird die Handlung des Films und die Leistung der Hauptdarsteller diskutiert und beurteilt und mitreden kann nur, wer sich eine Kopie des Videos besorgt. Diese sind mit 18.000 Cedis pro Videokassette bzw. 30.000 Cedis pro Video CD, ein Format, das wegen seiner besseren Bildqualität und der immer größeren Verbreitung von Heim-PCs immer mehr an Bedeutung gewinnt, für eine breite Bevölkerungsschicht erschwinglich (ein Euro entsprach während der Zeit meines Aufenthalts etwa 10.700 Cedis). Innerhalb weniger Wochen, die Halbwertszeit der Filme ist aufgrund der Größe des Marktes meist gering, kann eine aktuelle Produktion so mehrere zehntausend Kopien absetzen. Da diese im Familien- oder Freundeskreis noch weiter zirkulieren, kann man die Videofilme durchaus als neues Massenmedium bezeichnen. Der Konsum der Filme hat sich dabei in den letzten Jahren von den Kinos als öffentlichen Abspielstätten, die die Videos mittels eines Projektors auf eine große Leinwand aufblasen, mehr und mehr in den privaten Kreis der eigenen vier Wände verlagert. Gerade in der aufstrebenden Mittelschicht, in der der Besitz von TV-Gerät und Videorecorder zur Anzeige des Status gehört, stellen sie das beliebteste Unterhaltungsmedium dar. Um seine Frau und seine Kinder ohne Langeweile über das Wochenende zu bringen, tut ein Familienvater daher gut daran, diese mit den freitags erscheinenden Neuveröffentlichungen zu versorgen. In den ärmeren und technisch weniger gut ausgestatteten Stadtvierteln hingegen haben sich kleine Videokinos etabliert: einfache mit Bänken und einem Fernseher ausgestattete Räume, in denen die Nachbarschaft sich die Filme für einen Eintritt von etwa 2000

Cedis anschauen kann. Eine Möglichkeit, von der vor allem auch Schulkinder und Teenager Gebrauch machen. Da diese Videokinos in der Regel keine Lizenzen bezahlen, sind sie ein Dorn im Auge der Filmproduzenten. Sie stellen aber gleichzeitig sicher, dass ein breites gesamtgesellschaftliches Interesse an deren Produkten besteht und der Besitz eines eigenen Fernsehers neben dem eigenen Auto das begehrteste Statussymbol bleibt. Hat ein Film nach einigen Wochen seine Aktualität verloren, so verschwindet er nahezu vollständig aus dem Sortiment der Straßenhändler, die jeweils nur die aktuellsten Produktionen vertreiben. Die Produzenten geben dann die Ausstrahlungsrechte meist an eine der Fernsehstationen ab (dies sind das staatliche GTV, ehemals GBC-TV und die Privatsender TV3 und Metro TV), die alle damit begonnen haben, die Filme zur Prime Time zu senden. Um ihren Absatz zu steigern und Kosten zu sparen sind mittlerweile fast alle Produzenten dazu übergegangen, ihre Filme in zwei oder mehr Teile zu zerlegen, die im Abstand von wenigen Wochen nacheinander veröffentlicht werden. Teil 1 endet dann mit einem Cliffhanger, der die Erwartung auf die nächsten Teile steigern soll und dazu beiträgt, dass ein einzelner Film länger im Gespräch und im öffentlichen Bewusstsein verbleibt. In diesem Fall geben die Produzenten den ersten Teil meist schon kurz vor Veröffentlichung des zweiten an die Fernsehsender, um der Nachfrage so noch einmal auf die Sprünge zu helfen. Oft erhalten sie dafür kein Geld, sondern kostenlose Sendezeit für ihre Werbetrailer, die ebenfalls ein wichtiger Teil ihrer ausgeklügelten Verkaufsstrategien sind.

In den folgenden Abschnitten möchte ich genauer auf die Geschichte der Videofilmindustrie in Ghana eingehen und dann die Filmproduzenten als deren Protagonisten hinsichtlich ihrer Rolle und sozialen Stellung vorstellen. Zum Abschluss dieses Kapitels soll dann auf die Publikumsstruktur eingegangen werden, um der sozialen Relevanz der Filme auf die Spur zu kommen.

## **2.1.Geschichte**

Es ist kein Zufall, dass der Beginn der privaten Videofilmindustrie in Ghana zeitlich mit dem Ende der staatlich geförderten Zelluloidfilmproduktion zusammenfiel. Mitte der 1980er Jahre hatte der ghanaische Staat, im Rahmen der Umsetzung des von der Weltbank vorgegebenen und 1984 begonnenen Strukturanpassungsprogramms,

jegliche Förderung der von dem ehemaligen Staatspräsidenten Kwame Nkrumah mit großen finanziellen Mitteln aufgebauten *Ghana Film Industry Corporation* (GFIC) aufgegeben. Dieses Staatsunternehmen war einst, wie später detaillierter ausgeführt werden soll, das Flaggship der kulturellen Selbstrepräsentation des Staates und verfügte über das Monopol in Sachen Filmproduktion wie Distribution. Da Ghana politisch immer mehr auf eine Öffnung seiner Märkte für den Weltmarkt zusteuerte, fand die neue Videotechnologie, oftmals durch Vermittlung von Ghanaern in der Diaspora, denen an Bildern von Familienfeiern wie Hochzeiten oder Beerdigungen gelegen war, schnell starken Zuspruch (vgl. Meyer 1999a: 97). Dies markierte den Beginn einer massenmedialen Revolution, die es für den Staat immer schwieriger machte, den Bilderkonsum seiner Bürger zu kontrollieren. Schon zu Beginn der 1980er Jahre eröffnete Allen Gyimah sein *Video City* in der Innenstadt von Accra. In dieser Bar konnte man dank einer von ihm importierten Sattelitenanlage US-amerikanisches Fernsehprogramm bewundern, eine Möglichkeit, über die zu diesem Zeitpunkt nicht einmal die Regierung verfügte. Dies brachte ihm einige Probleme mit der Rawlings-Regierung ein, vor allem da er es sich leisten konnte, einige Angestellte der staatlichen *Ghana Broadcasting Corporation* nebenher für sich arbeiten zu lassen.<sup>1</sup>

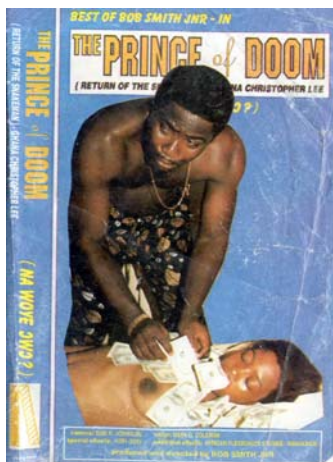


Abb.1: Videohülle einer Folge der sehr bekannten *Diabolo*-Reihe

Gyimah war es auch, der die erste VHS-Kamera nach Ghana einführte. Einen großen Erfolg in seiner *Video City* feierte er mit *Abbisinia*, dem von ihm abgefilmten Programm einer beliebten *Concert Party*-Theatergruppe. Auch wenn dieses Werk noch nicht in einzelne Szenen zerlegt und geschnitten war, kann man es durchaus als den ersten ghanaischen Videofilm bezeichnen. Mit der immer größeren Verbreitung

<sup>1</sup> Seth Ashong Katai, Interview vom 16.9.2004



von Videorecordern eröffneten immer weitere Videoclubs. Sie zeigten hauptsächlich raubkopierte Filme aus Hollywood, indische Bollywood-Musicals oder Kung-Fu Filme aus Hongkong, die das Land über bestens organisierte transnationale Piraterienetzwerke erreichten: In Pakistan oder den Philippinen kopiert und konvertiert und via Dubai verschifft, waren aktuelle US-Produktionen in Westafrika oft schon eine Woche nach der dortigen Veröffentlichung zu haben. Während beispielsweise ein deutsches Publikum oft ein Jahr oder länger auf den Kinostart einer synchronisierten Fassung warten musste und indisches Kino bis vor einigen Jahren hierzulande noch völlig unbekannt war, hatte das westafrikanische Publikum so schon sehr früh Anschluss an den globalen Bilderfluss und war Teil einer weltweiten Filmgemeinschaft (vgl. Behrend 2004). Die Videoclubs, Mitte der 1980er Jahre hatten sich allein in Accra geschätzte 300 etabliert, spezialisierten sich schnell auch auf einzelne Sparten, neben Filmen etwa auf die Vorführung von Sportevents oder CNN-Nachrichten. Auch einzelne Kirchen des Pfingstchristentums, die zur selben Zeit einen ähnlichen kometenhaften Aufstieg erlebten, etablierten eigene *Christian Video Ministries*, in denen sie ausländische Bibelverfilmungen oder Predigtvideos US-amerikanischer Fernsehprediger zeigten.

Kurz darauf wurden diesem globalen Bilderstrom wieder lokal produzierte Bilder hinzugefügt, als einige junge Männer begannen, die neue Videotechnik, die sich für private Aufnahmen von familiären Ereignissen schon einiger Beliebtheit erfreute, zur Herstellung von Spielfilmen zu verwenden. William A. Akuffo und Richard Quartey nutzten 1985 als erste die neue einfach zu handhabende Technologie für die Produktion von *Zinabu*, einem Film über eine böse Hexe, die einen einfachen Automechaniker in Versuchung führt: Sie bietet ihm einen magischen Pakt an, wonach er unermesslich reich werden soll, wenn er dafür für immer auf geschlechtlichen Verkehr mit Frauen verzichtet. Der arme Tor willigt in den Handel ein, doch erliegt er schon nach kurzer Zeit den Reizen der schönen Zinabu und bezahlt dafür mit seinem Leben. Inspiriert war diese Geschichte von den populären Mythen um 'Mami Water', einer verführerischen Dämonin in Gestalt einer Meerjungfrau, in deren Reich auf dem Meeresboden es alle Arten von Luxusgütern geben soll. In Gestalt einer schönen Frau ist sie bekannt dafür, unvorsichtigen Männern Reichtümer für sexuelle Enthaltbarkeit (und damit den Verzicht auf den

natürlichen Fortpflanzungsprozess) zu bieten und diese so in totale Unterordnung zu zwingen<sup>2</sup>.

Akuffo hatte vor seinem Einstieg in die Videofilmproduktion als Zelluloidfilmhändler gearbeitet, ein Job, der aufgrund der neuen Regierungspolitik keine Perspektive bot: Der nationalen Filmproduktion des Staates war jegliche Subvention gestrichen, sodass nicht einmal mehr kurze Nachrichtenbeiträge (so genannte Newsreels) entstehen konnten, und auch ausländische Devisen zur Anschaffung ausländischer Filme fehlten völlig. Diese Brachlage hatte zur Folge, dass auch die vorhandene Projektionstechnologie und die wenigen noch vorhandenen Filmrollen über die Jahre mehr und mehr verfielen. Anstatt den Leuten immer wieder die alten, völlig zerkratzten Kopien vorzuführen, entschloss Akuffo sich daraufhin, einen eigenen Film nach der Story seines Freundes Richard Quartey und mit einigen Bekannten als Schauspielern umzusetzen. Die ersten Drehversuche beschrieb Akuffo mir als höchst chaotisch: Da er nicht einmal wusste, dass man mit einer Videokamera einen Weißabgleich durchführen muss, kam er zunächst mit grünen und lilafarbenen Bildern vom Set zurück. Letztlich benötigte er fast ein halbes Jahr, bis alle Szenen im Kasten waren und er sich daran machen konnte einzelne Einstellungen mit Hilfe eines simplen Videorecorders aneinander zu montieren. Mit dem fertigen Werk wendete er sich dann an die GFIC, da diese über eine große Anzahl eigener Kinos verfügte, doch diese lehnten seine Arbeit aufgrund ihres Misstrauens in die billige Videotechnologie und ihrer ästhetischen Ansprüche, die sie in seiner Arbeit nicht erfüllt sahen, ab. Akuffo verhandelte daraufhin mit dem privaten Globe Cinema und mietete deren Räumlichkeiten für einen Abend. Da er *Zinabu* überall als Film beworben hatte, fürchtete er, die Leute würden merken, dass ihnen nur ein Video vorgeführt wurde und daraufhin ihr Geld zurückverlangen. Seinen wuchtigen Projektor, der nahe bei der Leinwand stehen musste, tarnte er deshalb mit Tüchern und stellte sich während der Vorführung wie üblich in den Filmvorführraum. Seine Bedenken waren jedoch unbegründet: Das Publikum liebte es, die eigene Lebenswelt auf der Leinwand abgebildet zu sehen, und *Zinabu* war so erfolgreich, dass das Globe über eine Woche lang drei Vorstellungen pro Tag geben musste, um die Nachfrage zu befriedigen. Danach tourte Akuffo mit dem Film und seinem Projektor auch durch andere Städte, wobei er sich mit den Kinobesitzern immer das

---

<sup>2</sup> William Akuffo, Interview vom 20.9.2004

Eintrittsgeld teilte. Der riesige Erfolg ermutigte ihn, gleich drei weitere Fortsetzungen zu drehen. Daraufhin stiegen auch andere Produzenten in das neue Videogeschäft mit ein: Sam Bea, einer der ersten Videoclubbetreiber Ghanas, konnte seinen Kunden kurze Zeit später einen Film namens *Deliverance* vorführen, sein ehemaliger Mitarbeiter Socrate Safo veröffentlichte *Unconditional Love*, beides nach ähnlichem Muster gestrickte Filme über okkulte Kräfte.

Die staatliche Zensurbehörde stand dieser Videorevolution zunächst etwas ratlos gegenüber, war es aufgrund des staatlichen Medienmonopols früher doch ihre Hauptaufgabe gewesen, den Strom ausländischer Filme in das Land zu überwachen und dafür zu sorgen, dass diese der ghanaischen Bevölkerung nicht schaden. Nun sahen ihre Mitarbeiter sich erstmals mit einer privaten inländischen Medienproduktion größeren Ausmaßes konfrontiert, für die sie erst nach einigen unzensuriert die Öffentlichkeit erreichenden Filmen geeignete Bewertungsmaßstäbe fanden.<sup>3</sup>

Nach einigen sehr erfolgreichen Jahren der Kinopräsentation der Videofilme war es Steve G. Hackman mit seiner Produktion *Ghost Tears*, der dem Medium 1992 neue Vertriebswege öffnete. Hackman, der ebenfalls als Zelluloid-Filmhändler begonnen hatte und so zu einigem Geld gekommen war, erkannte, dass durch die zunehmende Verbreitung von TV- und Videogeräten in Privathaushalten die Zeit reif war, die Filme nach ihrer Kinolaufzeit auch als Kaufvideo zu vertreiben. Dies forcierte er, indem er als erster auch Fernsehwerbung für seinen Film schaltete, welcher bis heute eines der erfolgreichsten Werke der Industrie darstellt. Tatsächlich hat die Möglichkeit, die Videos auch in der eigenen Wohnung konsumieren zu können, sich in den letzten Jahren mehr und mehr durchgesetzt und so ein ausgefeiltes Distributionssystem entstehen lassen, das mittlerweile zum eigenen ökonomischen Sektor geworden ist: Fabrikationsstätten sind entstanden, in denen auf die meist aus Asien importierten Kassettenkörper Magnetbänder aus den Niederlanden genau in der für den Film benötigten Länge aufgespult werden, ebenso wie eine Vertriebsstruktur, die die Videos nicht nur an jeder wichtigeren Straßenecke im

---

<sup>3</sup> Kwamena Sakyi, Interview vom 13.10.2004

ganzen Land verfügbar macht, sondern auch in den Afro-Shops europäischer und amerikanischer Großstädte (vgl. Pinther 2003: 190).<sup>4</sup>

Seit einigen Jahren erfreuen sich in Ghana auch Videofilme aus Nigeria großer Beliebtheit, wo etwa zeitgleich eine sehr ähnliche Industrie entstanden ist (vgl. Haynes 2000). Nigerianische Videos sind jedoch meist viel expliziter was die Darstellung von schwarzer Magie und Gewalt angeht und bieten generell oft mehr Schauwert. Dies hängt auch damit zusammen, dass den nigerianischen Produzenten durch ihren viel größeren einheimischen Absatzmarkt mittlerweile oft ein sehr viel größeres Produktionsbudget zur Verfügung steht: Investitionen von 50.000 Euro und mehr sind keine Seltenheit mehr. Die ghanaischen Produzenten haben diese Konkurrenz stets im Blick und passen ihre eigenen Videos stilistisch den besonders erfolgreichen nigerianischen Filmen an oder übernehmen gar ganze Storylines. Beide Industrien sind mittlerweile recht stark miteinander verwoben, weil die ghanaischen Vertriebsfirmen mit dem Kauf von Lizenzen für den ghanaischen Markt begonnen haben, um das Geschäft mit den nigerianischen Videos nicht gänzlich privaten Importeuren zu überlassen. Des Weiteren sind bereits zahlreiche nigerianisch-ghanaische Koproduktionen entstanden, in denen die beliebtesten Schauspieler beider Industrien gemeinsam agieren.

## 2.2. Die Produzenten

Derzeit erscheinen pro Jahr zwischen 60 und 70 neue Videofilme in Ghana. Die Industrie ist inzwischen soweit professionalisiert, dass Schauspieler, Straßenhändler, Produzenten und Distributoren ihre Interessen in eigenen Verbänden vertreten. Letzteren, die in der 1998 gegründeten *Marketers Association* verbunden sind, kommt dabei eine Schlüsselrolle zu. Die unabhängigen Filmproduzenten verkaufen den großen Vertriebsfirmen wie *Miracle Films*, *Alexiboat* oder *Venus Films* die

---

<sup>4</sup> Dabei scheinen die Videofilme für die westafrikanische Diaspora eine wichtige Verbindung zu ihrer Heimat darzustellen. Anders als tagesaktuelle Medien wie Zeitung und Fernsehen vermitteln die Filme nämlich auch Bilder der ghanaischen Alltagswelt. Kristine Krause hat mich darauf hingewiesen, dass deshalb gerade in London ein riesiger Markt für die Filme besteht. Mittlerweile existiert dort gar ein eigener TV-Sender, der sich auf die Ausstrahlung ghanaischer und nigerianischer Videos spezialisiert hat. Videoproduzenten bedienen dieses Publikum immer öfter auch durch Filme, die das Leben in der Diaspora verhandeln. Titel wie *KooFori in London* oder *Idikoko in Holland* erzählen einerseits den Daheimgebliebenen vom Leben in Europa und visualisieren diesen Traum für ihr Publikum, bieten aber gleichzeitig Angehörigen der Diaspora das Potential der Identifikation eigener Erlebnisse mit der Filmhandlung.

Rechte für die Reproduktion und Vermarktung ihrer Videos, da diese über die nötigen technischen Voraussetzungen für Duplikation und Vertrieb verfügen. Insgesamt sind etwa 35 Firmen Mitglied in der *Marketers Association*, wohingegen sich die Zahl der Filmproduzenten nur sehr ungenau bestimmen lässt. Aufgrund der fehlenden staatlichen Förderung und dem Unwillen der Banken, in ein derartig riskantes Geschäftsfeld zu investieren, müssen diese die Kosten für die Produktion ganz alleine aufbringen. Ein einziger Flop kann so zur Folge haben, dass es einem Produzenten nicht mehr gelingt, das Geld für eine Folgeproduktion aufzubringen. Im schlimmsten Fall ist er finanziell danach sogar ruiniert. Trotzdem drängen immer wieder filmbegeisterte Individuen in den Markt, genauso groß ist aber die Anzahl derer, die es nicht schaffen auf Dauer in der Branche Fuß zu fassen. Die erforderlichen Investitionen für eine Produktion sind für einen ghanaischen Durchschnittsbürger in der Tat beträchtlich: Die Kameramiete für einen Tag beträgt je nach Qualität zwischen 100.000 und 400.000 Cedis für einen modernen Mini-DV-Camcorder, ältere S-VHS-Modelle hingegen sind billiger zu haben. Die allermeisten Produzenten sind Regisseure, Drehbuchautoren und manchmal sogar Hauptdarsteller in Personalunion. An Stab werden meist der Kameramann, ein Ton- und ein Lichttechniker sowie ein oder zwei Produktionsassistenten engagiert, ebenfalls in der Regel filmbegeisterte Autodidakten. Meistens werden diese auch noch für kleinere Schauspielrollen eingesetzt. Bekannte Darsteller für die Hauptrollen schlagen hingegen oft mit mehreren Millionen Cedis zu buche. Einen Star wie Akofa Asiedu, David Dontoh oder Emmanuel Armah im Film zu haben ist jedoch trotzdem eine lohnenswerte Investition, ist ein bekanntes Gesicht auf der Videohülle doch für viele Konsumenten ein zentrales Kaufargument. Mit Transportkosten, Catering, Kostümen sowie der Postproduktion kann eine professioneller wirkende Produktion so schnell 60 bis 100 Millionen Cedis verschlingen. Viele etablierte Filmemacher wie Bob Smith Jr. oder Harry Laud versuchen diese Kosten zu drücken, indem sie sich ihr eigenes Equipment anschaffen, sowie Sponsoren an Land ziehen, die sie mit (oft sehr penetrantem) Product Placement entschädigen. Außerdem sind sie in der Position mit ihrer Crew einen Zahlungsaufschub aushandeln zu können, um diese erst mit den Einnahmen des fertigen Films auszahlen zu müssen.



Abb.2: Bob Smith Jr. und sein Kameramann Edmund Schandorf am Set ihres neuesten Films.

Als Drehzeit werden meist 10 bis 15 Tage eingeplant, was am Set disziplinierte Akkordarbeit voraussetzt und wenig Zeit lässt für Feinheiten wie ausführliche Proben oder durchdachtere Lichtsetzung. Meist wird jede Szene nur einmal in der Totalen gedreht, gefolgt von Großaufnahmen der Hauptakteure für den Schnitt. Auch wenn die meisten Filme sehr dialoglastig ausfallen, da einfache Gespräche meist ohne großen Aufwand zu inszenieren sind, achten alle Produzenten darauf auch genügend Schauwerte zu bieten, wie schöne Schauplätze oder beeindruckende Spezialeffekte. Das gesammelte Rohmaterial wird dann in ein Schnittstudio gebracht (die größten in Accra sind *Nankani Studios* in Asylum Down und *Rabboni Pictures* am Opera Square), wo der Film montiert und postproduziert wird. Dann werden noch einige Musiker engagiert um einen Titelsong sowie die Hintergrundmusik aufzunehmen. Mit der Masterkopie seines fertigen Werks kann der Produzent sich dann an ein Mitglied der *Marketers Association* wenden, um den Film vervielfältigt und vertrieben zu bekommen. Der Distributor kauft den Film dann entweder komplett zu einem Festpreis, häufiger übernimmt er aber nur die Duplikation. Als einzige Buchhaltungsmethode hat sich hierbei bewährt, dass der Produzent auf eigene Kosten die Kassettenhüllen drucken lässt, mit seinem Stempel versieht und diese dann zu einem höheren Preis an den Distributor weitergibt, der darin die Videos verkauft. Nur so hat der Produzent einen Überblick über die tatsächlich verkaufte Stückzahl, ohne von seinem Vermarkter übers Ohr gehauen zu werden.<sup>5</sup> An ihm bleiben im Normalfall auch noch die Kosten für die Werbung hängen, was meist über die Abgabe der Senderechte für einen älteren Film (bzw. Teil Eins bei einem Mehrteiler) ans Fernsehen kompensiert wird. Auch Interviews in

---

<sup>5</sup> Kwaku Twimasu, Interview vom 30.9.2004

Radiosendungen und positive Artikel in den Boulevardzeitungen (für die natürlich auch gezahlt werden muss) bringen das Werk an die Öffentlichkeit. Die zahlreichen Straßenhändler, die die aktuellen Neuerscheinungen überall im Land verfügbar machen, beziehen die Filme dann von den Ladenfilialen der Vermarktungsfirmen. Diese haben fast alle ihren Hauptgeschäftssitz am Opera Square in Accra, sowie eine Nebenstelle im Stadtteil Adum in Kumasi. Nur einige wenige sind darüber hinaus noch in Sekondi oder Takoradi vertreten. Die größten Companies organisieren darüber hinaus über Mittelsmänner auch noch den Vertrieb in die Nachbarländer sowie in die großen westlichen Metropolen. Die Straßenhändler werden zwar von der *Sellers Association* regelmäßig über alle neuen Veröffentlichungen informiert, arbeiten ansonsten aber unabhängig. Sie beziehen die Videos von den Distributoren zum Einkaufspreis (15.000 statt 18.000 Cedis pro Kassette bzw. 25.000 statt 30.000 pro Video CD), leben aber ansonsten nur von dieser Gewinnmarge. Da sie somit auf eigenes Risiko entscheiden müssen, wie viele Exemplare sie von welchem Film einkaufen, wissen sie sehr genau über den Geschmack ihrer Kundschaft bescheid. Samuel Nyamekye, der Inhaber von *Miracle Films*, betonte daher mir gegenüber, wie wichtig für ihn die Gespräche mit den Straßenverkäufern seien um sich immer über die Konsumentenwünsche auf dem Laufenden zu halten.<sup>6</sup> Besonders bei der Entscheidung bestimmte Schauspieler aufzubauen verlässt er sich gerne auf diese Informationsquelle.

Da die Arbeit als Filmproduzent ein großes Gespür für den Geschmack des Publikums voraussetzt, hat der Großteil der Filmemacher, mit denen ich sprach, seine Wurzeln im Feld der Populärkultur. Viele von ihnen kommen aus der *Concert Party*-Szene, eine lokale Theaterform, in der Klatsch und aktuelle Ereignisse in Form von kurzen Sketchen auf die Bühne gebracht werden. Andere begannen ihre Karriere als Autoren populärer Marktliteratur oder als Musiker. Viele der Filmemacher, wie beispielsweise Bob Smith Jr., erarbeiten sich auch erst einmal einen gewissen Bekanntheitsgrad als Schauspieler, bevor sie sich selbständig machen und hinter die Kamera wechseln. Gerade für bekannte und beliebte Schauspieler wie Bob ist dies der Königsweg, da er so die Konditionen für seine Arbeit selbst bestimmen kann. Eine neue Einstiegsmöglichkeit in den Beruf ist entstanden durch die private Filmschule, die Videofilmveteran William Akuffo in Accras Stadtteil Kokomlemle gegründet hat. Akuffo hat dieses Modell aus Nigeria übernommen, wo eine derartige

---

<sup>6</sup> Samuel Nyamekye, Interview vom 11.9.2004

Ausbildung mittlerweile der gewöhnliche Weg ist, um einen Fuß in die Industrie zu bekommen. Dort gibt er (gegen nicht unerhebliche Schulungsgebühren) in Kursen sein Wissen an zukünftige Filmschauspieler und Regisseure weiter. Dabei nutzt er seine Kontakte um viel versprechende Schüler in Produktionen unterzubringen, oder er lässt diese an seinen eigenen Filmen mitarbeiten.

Aufgrund des großen finanziellen Risikos, das die Filmproduktion mit sich bringt, ist dies im Normalfall kein Beruf, der wirklich reich macht. Die meisten Filmemacher entstammen daher einer ähnlichen sozialen Schicht wie ihre Konsumenten und wohnen in denselben Stadtvierteln. Sie kennen daher deren Lebenswelt, ihre Wünsche und Ängste sehr genau und versuchen ihre Filme daher präzise darauf zuzuschneiden. Bob Smith Jr. etwa erklärte mir, dass er auf der Suche nach Filmplots immer ein Ohr für die Klatsch- und Tratschgeschichten und Gerüchte habe, die auf den Märkten zusammen mit den Waren ausgetauscht werden.<sup>7</sup> Aufgrund dieser Nähe zu ihrem Publikum sind die Filmemacher keine 'Autorenfilmer' im europäischen Sinne, welche danach streben eine eigene ästhetische Handschrift zu entwickeln. Vielmehr sind sie Vermittler populärer Sichtweisen, denen alles daran gelegen ist, mit ihren Produkten einen breiten Massengeschmack und damit eine große potentielle Käuferschicht anzusprechen. Mit Karin Barber (1997a: 358) könnte man dieses Vorgehen als 'Produktion als Rezeption' beschreiben. Filmplots, die Gerüchten und der populären Imagination entstammen, werden, wenn sie sich auf dem Markt als erfolgreich erweisen haben, beständig um- und weitererzählt. Einzelne Filme haben so ganze Genres begründet, in denen die Grundstruktur ihrer Handlung wieder und wieder variiert wird. Vor allem von beliebten nigerianischen Filmen gibt es immer wieder 'Remakes', die diese in einen ghanaischen Kontext übertragen.

Allerdings sind nicht nur die Thematiken der Filme direkt an den Interessen des Publikums orientiert, sondern auch die Darstellungskonventionen, mit denen diese erzählt werden. So hat das Publikum klare moralische Vorstellungen davon, wie eine Filmhandlung enden muss: Eine Erkenntnis, die William Akuffo 1991 bei der Veröffentlichung von *Diabolo* machen musste, einem weiteren höchst erfolgreichen Film. *Diabolo* erzählt die Geschichte eines Mannes, der sich in eine Schlange verwandeln kann und als solche mit Prostituierten Sex hat, die nach dieser

---

<sup>7</sup> Bob Smith Jr., Interview vom 11.8.2004



unnatürlichen Befruchtung gleich einem Geldautomaten Geld spucken, mit welchem Diabolo seinen Lebensunterhalt bestreitet. In der ersten Fassung des Films gelang es dem gierigen Schurken (um später sinnvoll eine Fortsetzung anschließen zu können), der auf ihn Jagd machenden Polizei zu entkommen. Die Entrüstung von Seiten des Publikums hierüber war jedoch so groß, dass Akuffo schnell ein alternatives Ende nachdrehen musste, in welchem Diabolo gestellt wird.<sup>8</sup> Der Anspruch des Publikums, dass ein Film eine nachvollziehbare Lehre zu vermitteln habe, entspringt der lokalen Erzähltradition, korrespondiert aber auch mit dem Aufklärungskonzept, mit dem die britische Kolonialregierung das Medium Film in Ghana einführte. Der moralische Kompass, an dem Filme ausgerichtet sein müssen um den Zuschauern zu gefallen, wird heutzutage jedoch vom Pfingstchristentum gestellt, dessen immensen Einfluss auf die gesamte populäre Kultur ich später noch ausführlicher analysieren möchte. Die Zwänge, die vom Geschmack des gesellschaftlichen Mainstreams ausgehen, empfinden viele Filmemacher als so stark, dass sie diesen oft eigene Überzeugungen oder Gestaltungsideen unterordnen. Sie sehen sich damit nicht als individuelle Künstler, sondern als Dienstleister, die die Ansprüche ihrer Zuschauer sehr ernst nehmen und in der Lage sind, deren Ansichten und Wünsche mithilfe der Videotechnologie zu visualisieren. Zwischen den Filmemachern und ihrem Publikum besteht somit ein interessantes Austauschverhältnis, auf das es sich lohnt näher einzugehen.

### **2.3. Das Publikum**

Zweifellos haben die Videofilme sich ein eigenes Publikum geschaffen, das sich (mit Ausnahme der geistigen Elite) durch alle Schichten spannt und, da quasi alle Filme auf Englisch gedreht werden, alle ethnischen Gruppen umfasst. Man kann aber auch mit Birgit Meyer (2001: 70) genau umgekehrt argumentieren: Da die Filmproduzenten finanziell völlig von der Gunst ihrer Zuschauer abhängen, wird populären Ansichten erstmals in Ghanas Mediengeschichte Platz auf Leinwänden und Bildschirmen eingeräumt. Die Filmproduzenten geben sich daher größte Mühen, imaginäre Räume zu schaffen, die die Wünsche und Ängste ihres Publikums artikulieren. Die Filme lassen sich also als Ausdruck kollektiver Fantasie verstehen.

---

<sup>8</sup> William Akuffo, Interview vom 20.9.2004

Diese wird in den Sozialwissenschaften mittlerweile selbst als konstitutive soziale Praxis angesehen,

„that enters, in a host of ways, into the fabrication of social lives for many people in many societies“ (Appadurai 1996: 54).

Die Ikonen, die in der Bilderwelt der Filme die prominenteste Rolle spielen, sind jene westlichen Waren, die seit der Öffnung des ghanaischen Marktes für den Weltmarkt verfügbar sind, für die große Masse der Bevölkerung jedoch unerschwinglich bleiben: Der Mercedes Benz, die Kleider in den teuren Boutiquen der Innenstädte, das luxuriöse Wohnhaus mit exquisiter Inneneinrichtung in einem der noblen Vororte am Stadtrand. Zahlreiche Filme bieten eine regelrechte Sightseeing-Tour durch die vornehmsten Hotels und teuersten Supermärkte der Stadt, meist unterlegt mit westlicher Musik. Auf die Kleidung und Frisuren der Protagonisten wird besonders großen Wert gelegt. Oftmals geben sie die Modetrends vor, denen besonders die weiblichen Zuschauer gerne nacheifern. Zahlreiche Filmproduzenten haben bemerkt, inwieweit ihre Filme den Geschmack ihrer Zuschauer beeinflussen und nutzen dies, indem sie sich von den Herstellern von Luxusprodukten, von Geschäften oder Hotels für Schleichwerbung bezahlen lassen.

Obwohl die Filmplots oftmals in den besten Kreisen der Gesellschaft spielen, fühlt sich keinesfalls nur Ghanas kleine Finanzelite von den Videos angesprochen. Eine klare Kategorisierung der Zuschauer in Klassen scheitert schon an der Heterogenität und Beweglichkeit sozialer Gruppen, welche auch durch die instabile postkoloniale Ökonomie jederzeit nach oben und unten hin durchlässig sind: Während die Mittelschicht immer vom sozialen Absturz bedroht ist, gelingt einigen Wenigen (oft auf kriminellen Wege) die exzessive Akkumulation von Reichtümern, die dann öffentlich zur Schau gestellt werden. Aus diesem Grund hofft fast jeder auf die Chance eines gesellschaftlichen Aufstiegs. Der Traum eines elitären Lebensstils ist somit zum Allgemeingut geworden (vgl. Barber 1987: 18). Dies wird ebenfalls stark gestützt von der Ideologie der Pfingstkirchen, die Individualismus und persönlichen Erfolg predigen, „the faith gospel of health and wealth“ (Gifford 1994: 516). Auch wenn die Videofilme den Traum eines Lebens in Wohlstand in Bilder fassen und ihren Zuschauern Einblicke in Lebenswelten geben, die ihnen sonst nicht zugänglich sind, beschränken sie sich nicht nur auf die Repräsentation des luxuriösen

Lebensstils der neureichen Stadtelite, sondern bieten auch einen moralischen Kommentar. Zahlreiche Filme beschreiben den illegitimen Erwerb von Reichtümern durch schwarze Magie und Menschenopfer, eine Vorstellung, die in Afrika weit verbreitet ist und für die Jean und John Comaroff (1993) den Begriff der „okkulten Ökonomie“ geprägt haben. Das Übernatürliche wird hier herangezogen, um die auf lokaler Ebene nicht mehr nachvollziehbaren Gesetze des internationalen Marktes zu erklären, nach denen einzelne Individuen ohne sichtbare Produktion zu unermesslichem Reichtum gelangen, während die ökonomische Situation sich für die breite Masse der Bevölkerung immer weiter verschlechtert.

Wann immer ich mir in Kinos oder Privatwohnungen mit Ghanaern Videofilme anschaute, war ich überrascht, was für eine intensive soziale Erfahrung der Filmkonsum darstellt. Die Zuschauer nehmen aktiv am Filmgeschehen teil, beschimpfen die Bösewichter, versuchen die Protagonisten vor drohendem Unheil zu warnen und begleiten mit einem beständigen Kommentarstrom jede Szene. Diese moralische Anteilnahme erreicht meist am Ende des Films ihren Höhepunkt, wenn typischerweise das Gute und das Böse in einer finalen Konfrontation aufeinander treffen. Ein gelungener Film sorgt auch noch Tage danach bei seinen Konsumenten für Gesprächsstoff, besonders dann, wenn er ein interessantes Dilemma aufgeworfen hat, aus dem sich eine klare moralische Lehre ziehen lässt. Besonders Frauen, die auch in den Pfingstkirchen die Mehrzahl der Gläubigen stellen, drängen ihre Ehemänner Filme anzusehen, in denen junge Männer den Reizen von Geld oder Sex erliegen (vgl. Meyer 2002: 78f.). Die Filmemacher bauen auf dieses Stammpublikum, indem sie dessen Ansprüchen Rechenschaft tragen: Viele Filme zeigen mutige christliche Ehefrauen, die ihre Männer aus den Klauen einer Reichtum versprechenden Hexe oder eines erotischen Mami-Water-Geists befreien und so verdeutlichen, wie wichtig Selbstdisziplin und moralische Stärke in einer Welt voller Verführungen sind. Einzelne Filme werden so schnell zur festen Verweisreferenz beispielsweise in Ehestreits, aber auch in öffentlichen Diskussionen nutzen die Konsumenten die Filme um Themen von gesellschaftlicher Relevanz zu artikulieren. Einzelne Videos, die besonders den Nerv ihres Publikums getroffen haben, werden so schnell zu Gesprächsstoff und auf dem Markt, in Taxis oder von Anrufern in Radiosendungen diskutiert. Zahlreiche Filmemacher erzählten mir auch von den vielen Dankesbriefen, die sie von Fans erhalten haben. Diese schreiben oft, dass sie sich in einer ähnlichen Situation wie ein Protagonist befunden und daher viel aus

dem Film gelernt hätten. Die Videos sind für viele Zuschauer somit weit mehr als ein bloßes Unterhaltungsmedium: Sie beziehen diese vielmehr auf ihr eigenes Leben und versuchen eine Lehre aus der Handlung zu ziehen. Dies ist ein Vorzug, über den ausländische Filme etwa aus Hollywood nicht verfügen, wenn sie moralisch inakzeptables Verhalten zeigen ohne es gleich an den Pranger zu stellen.

Einzelne Schauspieler werden daher oft zu Rollenvorbildern, an denen die Zuschauer ihr eigenes Handeln ausrichten können. Erleichtert wird dies dadurch, dass erfolgreiche Darsteller oft auf ein einmal erfolgreiches Image festgelegt werden, was auch durch ein langsam entstehendes Starsystem gestützt wird. Die zahlreichen seit der Medienliberalisierung erscheinenden Boulevard-Zeitungen wie *Darling*, *People and Places*, *Super Story* oder *Facts Life Style Magazine* versorgen ihre Leser mit Neuigkeiten, Klatsch und Tratsch aus dem Leben bekannter Schauspieler und lassen sie zu Verkörperungen der Träume ihrer Fans werden. So entstehen Ikonen des Erfolgs, wie etwa der von Gott mit materiellem wie spirituellem Reichtum gesegnete Pastor, den Eddie Coffie zu verkörpern pflegt. Die Grenzen zwischen Starpersona und realer Person sind hierbei oft fließend: Coffie leitet auch im wahren Leben eine Gemeinde und nutzt seinen Bekanntheitsgrad als Schauspieler auch aus, um neue Gläubige in seine Kirche zu locken. Die gesellschaftliche Bedeutung der Videofilme wird weiterhin auch dadurch untermauert, dass zahlreiche pfingstliche Kirchen diese auch als Lehrmaterial in der religiösen Unterweisung ihrer Gläubigen nutzen. Beinahe jede größere Kirche verfügt über ein so genanntes *Media Ministry*, das Filmvorführungen mit anschließender Diskussion veranstaltet. Einige Kirchen betreiben auch Missionierung, indem sie mit Projektor und Leinwand ausgestattet in ländlicheren Gegenden Filmvorführungen veranstalten. Damit gelingt es ihnen meist die gesamte Dorfgemeinde zu versammeln und so direkt neue Gläubige anzuwerben.

### **3. Die Videofilme als diskursives System**

Im folgenden Kapitel möchte ich der Frage nachgehen, welche Rolle die Videofilmindustrie als diskursive Arena in Westafrika spielt. Das Auftauchen dieser und anderer neuer Medien ist mittlerweile nirgendwo in der postkolonialen Welt mehr zu übersehen. Um die Auswirkungen und die Signifikanz dieser neuen

Ausdrucksformen zu verstehen, haben mit diesen Phänomenen konfrontierte Ethnologen in den letzten Jahren immer wieder auf zwei große Theorieparadigmen zurückgegriffen, deren Anwendbarkeit auf meinen Forschungsgegenstand ich in den beiden nächsten Abschnitten diskutieren will.

Zunächst einmal betrachte ich das Konzept der 'Popular Culture', wie beispielsweise Haynes und Okome (2000) und implizit auch Wendl (2001, 2002) es auf die Videofilmindustrie angewendet haben. Dieser Ansatz fragt, „what popular art forms are telling us about society“ (Barber 1987: 34), ermöglicht also die Interpretation ihrer historisch und sozial spezifischen Aussagen. Dieser inhaltsfokussierten Perspektive gerät jedoch schnell aus dem Blick, wie die neuen Ausdrucksformen selbst Einfluss auf das soziale Gefüge, auf die Identitätsbildung und Artikulationsmöglichkeiten ihres Publikums nehmen. Das Auftauchen neuer Massenmedien in den klassischen Gebieten ethnologischer Forschung ist deshalb vielfach unter dem Begriff der Öffentlichkeit, vor allem unter Rückgriff auf dessen Definition durch Jürgen Habermas (1990 [1962]), diskutiert worden (vgl. z.B. Ginsburg et.al. 2002, Meyer 2004, Schulz 2005). Die Chancen und Grenzen der Übertragung dieses Modells auf den ghanaischen Kontext möchte ich dann im zweiten Teil dieses Kapitels behandeln. Dabei soll das theoretische Fundament gelegt werden für das umfangreiche folgende Kapitel, in dem ich die einzelnen Akteure eingehend vorstellen möchte, welche Einfluss auf die diskursive Arena der Videofilmindustrie ausüben.

### **3.1. Der Theorieansatz der 'Popular Culture'**

Das Vorgehen kulturelle Erzeugnisse als Reflektion sozialer Verhältnisse zu lesen (was diese zum interessanten Studienobjekt für die sozialwissenschaftliche Forschung macht), wurde in der Ethnologie vor allem geprägt von den Arbeiten zu populärer Kultur, die Johannes Fabian (1978) und Karin Barber (1987) vorgelegt haben. In einem der ersten Aufsätze, die sich mit dem neuen Forschungsfeld befassen, definiert Fabian den Begriff der 'Popular Culture' wie folgt:

“it suggests contemporary cultural expressions carried by the masses in contrast to both modern elitist and traditional tribal culture; it evokes historical conditions characterized by mass communication, mass production and mass participation” (Fabian 1978: 315).

Schauplatz dieser neuen Massenkultur ist die Stadt als Produkt der rasenden Urbanisierung, die Afrika Anfang des zwanzigsten Jahrhunderts erfasste. Getragen wurde sie zu Beginn von der rasant wachsenden neuen sozialen Gruppe der Lohnarbeiter, denen mit der Durchsetzung des europäischen Zeitkonzeptes der Arbeitszeit nun auch eine zu füllende Freizeit zur Verfügung stand (vgl. Martin 1995). Die meist allein stehenden Männer und Frauen, die zum Geld verdienen vom Land in die Stadt gezogen waren, orientierten sich dabei schnell am Lebensstil der europäischen Kolonisatoren. Seit dem ersten Weltkrieg, als für die zahlreichen stationierten Soldaten Unterhaltungsmöglichkeiten geschaffen werden mussten, waren in vielen afrikanischen Großstädten Bars entstanden, die nun zur Brutstätte neuer kultureller Ausdrucksformen wurden (vgl. Akyeampong 1996: 102). In Ghana entstand beispielsweise der Highlife durch Vermischung traditioneller Tanzrhythmen mit westlichen Instrumenten und Harmonien als neue populäre Musikrichtung. Neue Tänze wurden geboren und umherziehende Theatergruppen verarbeiteten die Alltagserfahrungen ihres Publikums im neuen städtischen Umfeld in so genannten *Concert Parties* zu komischen Sketchen. Diese neuen Kunstformen, entstanden „spontaneously out of the people“ (Haynes 2000: 14), boten auch neue Berufsmöglichkeiten in den urbanen Zentren. Da zu ihrer Ausübung kaum Kapital oder eine spezielle Ausbildung nötig war, entstand ein informeller Sektor ohne staatliche Förderung, in dem die Künstler zum Überleben angewiesen sind auf die Unterstützung reicher Gönner oder auf die Zahlungsbereitschaft ihres Publikums.

Tatsächlich steht die heutige Videofilmindustrie in vielerlei Hinsicht in der Tradition dieser populären Künste, hat sie in sich aufgenommen und weiter getragen. Besonders deutlich wird dies an den Biographien der Filmemacher, die, wie bereits erwähnt, meist ihre Wurzeln in einem der Felder populärer Kunst haben. Doch auch deren aktuelle Protagonisten sind vielfach in die Videofilmproduktion involviert. So haben berühmte *Concert Party*-Schauspieler wie Agya Koo oder Judas durch Filmauftritte an Popularität noch hinzu gewonnen, beliebte Highlife-Musiker liefern oft den Soundtrack und haben kleinere Gastauftritte und Autoren von Marktliteratur sorgen häufig für die Drehbücher. Auch ästhetisch teilen die Videofilme mit anderen Ausdrucksformen populärer Kultur eine wichtige Gemeinsamkeit: Karin Barber

(1987: 12f.) hat als ein zentrales Merkmal populärer Kunst den Prozess der kreativen Synthese betont, den westliche und afrikanische Elemente in diesen neuen Ausdrucksformen eingehen: Sie positionieren sich genau zwischen den Polen traditioneller und westlich geprägter elitärer Kultur mit ihren je eigenen Konventionen und Institutionen und stellen daher eine Herausforderung an althergebrachte Konzepte von 'reiner' und 'hoher' Kultur dar.<sup>9</sup> Musik, Tanz, Theater, populäre Literatur und Malerei sind keine oberflächlichen Imitate westlicher Formen, sondern schaffen in ihrer Vermischung lokaler und globaler ästhetischer Einflüsse etwas völlig neues. Dies lässt sich auch für die Videofilme behaupten. Sie stehen ebenso in der Tradition einheimischer Theaterkonzepte, wie sie hemmungslos Gebrauch machen von der globalen Bilderwelt US- und lateinamerikanischer Seifenopern. Sowohl Meyer (2004) als auch Haynes (2000) haben darauf hingewiesen, wie sehr die narrativen Muster der Videos geprägt sind von der mittlerweile internationalen Erzählkonvention des Melodramas. Gleiches gilt für westliche Genrefilmelemente, Dekors und Lebensentwürfe, die allesamt in Form eines „cultural brokerage“ (Haynes 2000: 21) Repräsentation in den Videos erfahren. Gleichzeitig verlieren sie jedoch nie ihre Verhaftung im Lokalen, nehmen Bezug auf aktuelle populäre Musik oder greifen in kurzen Sketchen Erzählformen der *Concert Parties* auf.

Die Anwendung des 'Popular Culture'-Theorieparadigmas auf die Videofilme ist aber nicht nur interessant, um deren Verwurzelung in früheren Formen populärer Kultur in den Blick zu bekommen. Vielmehr steht mit diesem Konzept eine Perspektive zur Verfügung, um deren Inhalte als gemeinsam geteilten gesellschaftlichen Diskurs (etwa im durch Foucault [1973] geprägten Sinne) zu verstehen. Die Ethnologie hat sich in der Nachfolge von Fabian und Barber populärkulturellen Erzeugnissen daher, unter Rückgriff auf literatur- und kulturwissenschaftliche Ansätze, durch „readings“ (Barber 1997b) genähert. Zentrale Themen ihres Diskurses sind nach Barber die Erfahrungen des sozialen Wandels, welcher mit den oben beschriebenen Urbanisierungsprozessen einherging. Die neuen

---

<sup>9</sup> Gerade in dieser Hinsicht ist der Begriff 'Popular Culture' allerdings in die Kritik geraten. Appadurai und Breckenridge etwa argumentieren, dass dieser einen (spezifisch westlichen) Gegensatz zur etablierten Hochkultur impliziere und damit jene Hierarchisierung reproduziere, die die sozialwissenschaftliche Beschäftigung mit Populärkultur ja gerade überwinden will (vgl. Appadurai und Breckenridge 1988: 6). Der von ihnen vorgeschlagene Begriff der 'Public Culture' erscheint allerdings nicht weniger problematisch und eurozentristisch, wenn man sich Habermas' (1990) normative Definition von Öffentlichkeit aus der abendländischen Geistesgeschichte heraus vergegenwärtigt.

Ausdrucksformen, die durch die neue Massenkultur ja erst mit entstanden sind, sind somit Ergebnis und Reflektion dieser Entwicklung. Auch die ghanaischen Videofilme offenbaren jene „pressing concerns, experiences and struggles“ (ebd.:2) ihres Publikums. Sie thematisieren ökonomische Sorgen ebenso wie neue Geschlechterverhältnisse, soziale Ungerechtigkeit und Fragen der Legitimität und Illegitimität von Macht.

In den Videofilmen werden diese Themen auffällig häufig mit Rückgriff auf Hexerei und okkulte Kräfte verhandelt. Unabhängig davon, ob die filmische Erzählung sich eher in den Genrekonventionen des Liebes- oder Familiendramas bewegt oder sich von vorneherein den Kampf des Guten gegen das Böse zum Thema nimmt, die wenigsten ghanaischen Videofilme kommen ohne Bezugnahme auf das Übernatürliche aus, welches sie zumeist mit aufwändigen Spezialeffekten in Szene setzen. Diese Renaissance des Okkulten in populärer Kultur und Gerüchteküche ist ein Phänomen, das mittlerweile viele Ethnologen zu Interpretationen veranlasst hat (vgl. z.B. Comaroff und Comaroff 1993, 1999; Geschiere 1997, Wendl 2004b). Hierbei erscheint der Rückgriff auf das Übernatürliche als lokaler Erklärungsversuch für die tief greifenden sozialen und ökonomischen Umbrüche, die die Einbindung des postkolonialen Afrikas in das neoliberale Weltwirtschaftssystem mit sich brachte.<sup>10</sup> Seit den 1980er Jahren stellten viele afrikanische Staaten unter der Aufsicht von Weltbank und Internationalem Währungsfonds in so genannten Strukturanpassungsprogrammen ihr Wirtschaftssystem um vom Staatsprotektionismus einer Diktatur auf ein liberales System freier Marktwirtschaft mit besonderem Fokus auf den Auslandshandel. In ihrer Analyse des 1983 begonnenen ghanaischen Strukturanpassungsprogramms haben Jebuni und Oduro (1998) gezeigt, wie sehr gerade die einfache städtische Bevölkerung unter diesen Veränderungen zu leiden hatte. Da die Regierung, um durch erhöhte Steuereinnahmen handlungsfähiger zu werden und Auslandsschulden abbauen zu können, den florierenden informellen Wirtschaftssektor austrocknete, stieg die offizielle Arbeitslosigkeit zwischen 1984 und 1993 von 3 auf 13%. Den meisten

---

<sup>10</sup> Es erscheint mir hierbei sehr problematisch, die heterogenen Entwicklungen, die der Anschluss Afrikas an die globalisierte Weltwirtschaft zur Folge hatte, unter dem Schlagwort der ‚Moderne‘ zu subsumieren. Der Begriff der Moderne bezeichnet m.E. eine Entwicklung in Europa, in der ökonomische, soziale und geistige Entwicklungen historisch spezifisch miteinander verschränkt sind. Versucht man ihn aus dieser Verankerung herauszulösen (und viele Autoren arbeiten ja mit der Gleichung Moderne ist Kapitalismus ist Globalisierung ist Traditionsfeindlichkeit), so verkommt er zur leeren Trope.



vorher derart beschäftigten gelang es dabei nicht, ein formelles Gewerbe zu begründen, weil gleichzeitig die Importsubventionen des Staates wegfielen und Rohmaterial, Arbeitsgeräte und Maschinen plötzlich unerschwinglich wurden. Da der Staat sich gleichzeitig gemäß der neoliberalen Ideologie aus dem Wohlfahrts- und Bildungssektor zurückzog, stieg bis 1987 der Anteil der unter der Armutsgrenze lebenden ghanaischen Bevölkerung auf einen Höchststand von 36%. Ein Wert, der sich in den Jahren darauf sogar noch erhöhen sollte (vgl. Jebuni und Oduro 1998: 33).

Comaroff und Comaroff führen die Auswirkungen dieses rapiden Wechsels zum Marktkapitalismus als Gründe an für die von ihnen beschriebene Denkfigur der 'okkulten Ökonomie'. Da das lokale Wirtschaftssystem jetzt in für den einzelnen nicht mehr durchschaubare und deshalb immateriell erscheinende Prozesse eingebunden ist, gibt diese den mysteriösen Gesetzen des internationalen Marktes ein Gesicht:

Because witches distill complex material and social processes into comprehensible human motives, they tend to figure in narratives that tie translocal processes into local events“ (Comaroff und Comaroff 1999: 286)

Derartige Erzählungen liefern darüber hinaus eine Erklärung, wie Einzelne es in diesem gefühlten 'System der Ungleichheit' trotzdem zu unermesslichem Reichtum bringen können. Sie sind mittlerweile vielerorts zum Allgemeingut geworden, werden, wie etwa Luise White (2000) gezeigt hat, durch Gerüchte weiter getragen und so zum Teil der Populärkultur: Karin Barber etwa hat schon in einer frühen Arbeit aus dem Jahre 1982 analysiert, wie der nigerianische Öl-Boom, der plötzlich unglaubliche Reichtümer in die Taschen einiger korrupter Staatsbeamter und ihrer Entourage fließen lies, im öffentlichen Bewusstsein reflektiert wurde. Als Reaktion auf die Tatsache, dass der neue Reichtum einer kleinen Elite ohne irgendeine Art von sichtbarer Produktion zu Stande gekommen war, entstand die Vorstellung von magischem Geld, welches ehrgeizige Individuen durch Zauberei auf Kosten der Lebenskraft ihrer Mitmenschen durch rituelle Menschenopfer erzeugen können: Ein Bild, das die gewalttätigen und mysteriösen Aspekte des neuen Reichtums sehr genau traf (Barber 1982: 438). Aufgrund der hohen sozialen Relevanz von kursierenden Gerüchten ist es nicht verwunderlich, dass populäre Künstler diese immer wieder aufgreifen, da sie in ihnen die Themen finden, die ihr Publikum

brennend interessieren (vgl. auch White 2000:30). So fanden sich kurze Zeit später auch in den Stücken zahlreicher Wandertheatergruppen Geschichten über „Magic Money“ und okkulte Ökonomien, meist im Sinne der moralischen Ansprüche des Publikums versehen mit einem Kommentar über den Wert rechtschaffener Arbeit. Diese Stücke halfen wiederum ihrerseits dabei, diese Vorstellungen weiter zu tragen und sie so zu einer allgemein bekannten und verständlichen Metaerzählung zu machen.

Auch zahllose Videofilme greifen die Gerüchte um satanischen Reichtum durch Menschenopfer immer wieder auf, schreiben sie um und tragen sie weiter. Filme wie *Easy Blood Money*, *Expectations*, oder *Stolen Bible* zeigen die Angehörigen von Ghanas Finanzelite als moderne Vampire, die hochgradig egoistisch für ihr persönliches Vorankommen buchstäblich über Leichen gehen oder in Geheimgesellschaften organisiert die Geschicke des Landes im Verborgenen lenken. Ein besonders interessantes Beispiel hierfür ist der Film *Accra Killings*. Er handelt von einer Serie von Morden, die Ghanas Hauptstadt erschüttern. Diese Morde laufen immer nach demselben Muster ab: Immer sind die Opfer junge Frauen, denen Blut und Organe entnommen wurden, und am Tatort finden sich benutzte Kondome. Die Polizei setzt daraufhin Chief Inspector Ananga auf den Fall an. Zusammen mit der „Tiger Squad“, dem ihm unterstellten Sonderkommando, kommt er bei seinen Ermittlungen einem mächtigen Juju-Mann auf die Spur. Dieser steht mit einem geheimnisvollen Dämon in Verbindung, der schlicht „Master“ genannt wird und dem er diverse Male Opfer an einem Altar darbringt. Die Morde dienen der Gewinnung von Macht und Geld für drei Klienten des Juju-Mannes, welche ihre gesellschaftliche Position auf magische Weise verbessern wollen.

*Accra Killings* präsentiert also eindeutig Angehörige der Elite, machtbesessene Politiker, als Nutznießer der Mordserie. Dies zeigt das populärer Kultur inhärente gesellschaftskritische Potential<sup>11</sup>. Schon zu Kolonialzeiten boten populäre Ausdrucksformen Raum für Aussagen „behind the back of established powers and accepted interpretations“ (Fabian 1978: 315): Highlife-Musiker wie etwa Kwaa Mensah kritisierten in ihren Texten die wirtschaftliche Ausbeutung der Arbeiter durch die Kolonialmacht (Akyeampong 1996: 112). Auch nach Nkrumahs Machtübernahme und der Deklamation des Ein-Parteien-Staates 1964, als jede

---

<sup>11</sup> Zu Formen politischer Kritik in nigerianischen Videofilmen vgl. Haynes (im Druck)

formelle politische Opposition illegal wurde, blieben Songs und populäre Theaterstücke „the only means of sociopolitical protest open to the urban poor“ (ebd.: 148). Auch die massive Thematisierung okkulten Ökonomien während des ghanaischen Strukturanpassungsprogramms ist daher mit Sicherheit im Kontext der massiven Unterdrückung sonstiger Formen politischen Protestes durch Rawlings` Militärdiktatur zu sehen: sie übte die Kontrolle über alle Massenmedien aus und verfolgte oppositionelle politische Aktivisten und Gruppierungen erbarmungslos (vgl. Jebuni und Obuno 1998: 34).

Während die `Popular Culture`-Theorie das gesellschaftskritische Potential populärer Ausdrucksformen auf deren Inhaltsebene sehr präzise offen legt, so bietet es jedoch keine Perspektive darauf, was deren Konsumenten aus diesen Botschaften machen. Anders als die Arbeiten zu populärer Kultur, die aus der `Cultural Studies`-Schule um Stuart Hall heraus entstanden sind, haben ihre ethnologischen Vertreter nie eine systematische Rezeptionsforschung entwickelt. Während man in Birmingham früh und mit interdisziplinären Methoden in Form von `Audience Studies` die komplexen Vorgänge analysierte, in denen die Rezipienten mediale Botschaften `decodieren` (Hall 1980) und ihnen daraufhin verschiedenste Bedeutungen zusprechen, blieb man in der Ethnologie lange Zeit bei den textimmanenten Verfahren.<sup>12</sup> Dies ist sicherlich auch dadurch zu erklären, dass die ethnologische Beschäftigung mit populärer Kultur direkt auf jene interpretative Tradition zurückgeht, als deren Begründer sich Clifford Geertz ausmachen lässt. Deren anhaltender Erfolg hat die Metapher von Kultur als (einem zu lesenden) Text zu einem der einflussreichsten Paradigmen der Ethnologiegeschichte gemacht (vgl. Mukerji und Schudson 1991:20ff.).

Ein solch hermeneutisches Textexegeseverfahren, welches das Publikum nur insofern einbezieht, als dass es die analysierten Texte als Reflektion eines ominösen „popular consciousness“ (Barber 1987:4) naturalisiert, übersieht jedoch völlig, inwieweit diese von gesellschaftlichen Kräften auch durchaus zielgerichtet für deren eigene Agenda eingesetzt werden können. Gerade seit die Massenmedien nach der Liberalisierung des Marktes in gegenseitiger Konkurrenz um ihr Publikum buhlen

---

<sup>12</sup> Karin Barber suggeriert gar an einer Stelle, dass die Interpretation populärer Ausdrucksformen ethnologischen Interviews überlegen sei, da in ersteren die Menschen artikulieren würden, was für sie selbst wichtig sei, und zwar in der Form, in der es ihnen angemessen erschiene. Hingegen bringe der Interviewer immer seine eigenen Vorannahmen mit ein, sodass Interviews letztlich „may be produced to please the investigator rather than to express what the person herself feels is of burning importance“ (Barber 1987:4)

müssen, greifen sie vielfach auf die Inhalte populärer Künste zurück um ´die Stimme des Volkes` zu repräsentieren (Meyer 2001a: 66). Die Folgen, die mit dieser massenmedialen Aneignung einhergehen, möchte ich am Beispiel der Aufstände in Owerri aufzeigen, die Daniel Jordan Smith scharfsinnig interpretiert hat (Smith 2001a, Smith 2001b).

Ausgelöst wurden die Aufstände in Owerri, der Hauptstadt des Imo-Bundesstaates im südöstlichen Nigeria, im September 1996 durch eine Fernsehberichterstattung über die rituelle Ermordung und anschließende Enthauptung eines Kindes. Als die Polizei bei der Durchsuchung des Hotels, indem der dieser Tat Verdächtige arbeitete, die Leiche des Kindes fand, bildete sich ein wütender Mob, der das Hotel bis auf die Grundmauern niederbrannte. Danach jedoch unbefriedigt geblieben, zog der Mob weiter und zündete die Villen zahlreicher Mitglieder der neureichen Elite der Stadt an. Über diese ´Big Men` kursierten schon seit längerem Gerüchte, dass sie ihren Reichtum auf okkulte Weise durch Menschenopfer erlangt hätten. Doch war es erst die massive Verbreitung dieser Gerüchte durch die Medien, welche die Stimmung in Owerri derart anheizte, dass es zur Bildung eines Mobs kommen konnte. Das immer wieder reproduzierte Bild des abgetrennten Kopfs des kindlichen Opfers wurde dabei zur Initialzündung, die die wirtschaftliche Unzufriedenheit der Bevölkerung in Übergriffe auf die reiche Elite umschlagen ließ. Ähnliche Gerüchte über Ritualmorde kamen kurz danach auch in anderen Städten auf und füllten die Seiten zahlloser Boulevardmagazine und erreichten so eine räumliche Verbreitung, die durch mündliche Weitergabe allein unmöglich gewesen wäre (Smith 2001a: 817).

Indem derartige Geschichten durch verschiedene Zeitungen wandern, im Radio und schließlich auch in Videofilmen beständig um- und weitererzählt werden, werden sie mehr und mehr zur allgemein akzeptierten Wahrheit. Hierdurch wird deutlich, dass das gesellschaftskritische Potential populärer Kultur von privatwirtschaftlichen Kräften auch mit handfesten kommerziellen Interessen genutzt wird: Wenn die lokalen Medienindustrien hohe Auflagen mit Geschichten über satanischen Reichtum erreichen, tragen sie gleichzeitig dazu bei, dass ein Großteil der Bevölkerung diese aufnimmt und sich in der Folge bedroht und verraten fühlt. Besonders den pfingstchristlichen Kirchen ist es gelungen, derartige Erzählungen in ihr Weltbild aufzunehmen und sie dadurch ideologisch zu nutzen. So wurden die Aufstände in Owerri in zahlreichen Medien als Gottes Werk interpretiert, als religiöse Reinigung

von den Schergen des Teufels. Der enthauptete Junge wurde gar zum „Arrow of God“, zum magischen Willen Gottes stilisiert (Smith 2001b: 602ff.). Diese Interpretation wurde noch verstärkt durch die religiöse Symbolik, auf die in der medialen Berichterstattung häufig zurückgegriffen wurde: In mehreren Zeitungen wurden beispielsweise Zeugen angeführt, die sich gegenseitig verschluckende Schlangen gesehen haben wollen. Ein traditionelles Zeichen für Gottes drohenden Zorn (ebd.: 605f.). Diese geschickte ideologische Nutzung populärer Vorstellungen ist mittlerweile auch in Ghana an der Tagesordnung und hat, wie Birgit Meyer (2001:66) feststellt, auch Einfluss auf den politischen Diskurs genommen, der ebenfalls immer stärker popularisiert wird. So beschuldigen Politiker verschiedener Parteien sich öffentlich der Versuche, politische Macht durch schwarze Magie zu erlangen. Eine Diskreditierung, die, überzeugend dargebracht, die moralische Integrität eines Politikers in den Augen der Wähler schwer zu erschüttern weiß. Oftmals wachsen sich derartige Anschuldigungen gar zu einem regelrechten Medienmachtkampf zwischen parteinahen Zeitungen aus.

Seit der Liberalisierung und Demokratisierung der Medien, die im Folgenden noch genauer analysiert werden soll, sind Erzeugnisse populärer Kultur demnach nicht mehr zu verstehen als eine Art von inoffiziellen Diskurs, als ein Kommunikationsweg „for people who are denied access to the official media“ (Barber 1987: 3). Sie bilden vielmehr eine wichtige inhaltliche Quelle für die Videofilme wie für Radio, Fernsehen und die Zeitungslandschaft. Die Trennung von öffentlichen und populären Medien in zwei unterschiedliche Sphären, wie sie Louise Bourgault (1995) noch in ihrer Analyse der Geschichte der Massenmedien in Afrika konstatiert, ist damit Geschichte. In Ghanas neu entstandener massenmedial vermittelter Öffentlichkeit suchen nunmehr verschiedene gesellschaftliche Gruppen nach Repräsentation und Einflussnahme. Die Mächte des Marktes, der Politik und der Religion haben dabei alle auf ihre Weise erkannt, wie sie die vormals in den offiziellen Medien unterdrückte populäre Kultur nun für sich nutzbar machen können. Ein rein inhaltsanalytisch operierendes Theoriemodell, das diese komplexen Wechselbeziehungen zwischen populärer Kultur und Massenmedien nicht erfassen kann, ist daher auch nicht in der Lage, deren Einflüsse auf die Gesellschaft, auf die öffentliche Aushandlung von Fragen nach nationaler Kultur, Identität und Moral zu verstehen.

### 3.2. Habermas` Modell der öffentlichen Sphäre

Die eben skizzierten Veränderungen lassen sich verstehen als ein `Strukturwandel der Öffentlichkeit`: von einer staatlich kontrollierten Medienlandschaft, wo kritische Aussagen nur im inoffiziellen Diskurs der Populärkultur möglich sind, hin zu einer liberalisierten massenmedial vermittelten öffentlichen Sphäre. Diese komplexe Entwicklung lässt es angeraten erscheinen, sich mit dem normativen Modell von Öffentlichkeit auseinanderzusetzen, welches Jürgen Habermas (1990 [1962]) vorgelegt hat. Obwohl er den Begriff der Öffentlichkeit dezidiert als `epochaltypische Kategorie` definiert und aus der Geschichte des europäischen Bürgertums entwickelt, ist sein Konzept immer wieder zum Bezugspunkt medienethnologischer Arbeiten geworden, oftmals jedoch ohne dessen Übertragbarkeit in einen anderen sozialen Kontext zu diskutieren<sup>13</sup>. Bedenkt man jedoch, dass es Habermas gerade nicht darum ging eine allgemeingültige Definition zu liefern, sondern er seine Arbeit bewusst in die ideologiekritische Tradition der Frankfurter Schule stellte, so kann man seine Analysen durchaus auch für das postkoloniale Afrika fruchtbar machen. Die Möglichkeiten und Grenzen eines solchen Vorgehens sollen im Folgenden ausgeleuchtet werden.

Interessant an Habermas` Modell ist, dass es Verbindungen aufzeigt zwischen institutionellen Veränderungen in der öffentlichen Kommunikation und deren normativer Basis. Jenen `Strukturwandel der Öffentlichkeit` verfolgt Habermas multikausal in der Verbindung von sozialen, ökonomischen und technologischen Veränderungen. Auch die Genese einer massenmedial vermittelten öffentlichen Sphäre in Ghana lässt sich, so möchte ich argumentieren, nur mit Blick auf alle diese Faktoren hinreichend komplex erfassen. Bevor ich jedoch auf die Gemeinsamkeiten und Unterschiede von Habermas` Modell zu der Entwicklung im Falle Ghanas eingehe, seien die Grundzüge seiner Analyse noch einmal zusammengefasst: Nach Habermas findet bürgerliche Öffentlichkeit in Europa ihren ersten Ausdruck im beginnenden Pressewesen des 18. Jahrhunderts. Zu diesem historischen Zeitpunkt konvergieren zwei Entwicklungen. Erste Zeitungen entstehen aus den Kommunikationsnetzwerken des frühkapitalistischen Händlerwesens. Gleichzeitig zerfällt mit dem sich ankündigenden (und in der Französischen Revolution seinen ersten Höhepunkt findenden) Zerfall feudalherrschaftlicher Gewalt auch die von

---

<sup>13</sup> Vgl. z.B: Ginsburg et. al. (2002), die den Begriff als eine Art Universalmetapher behandeln.

dieser getragene höfische Sphäre repräsentativer Öffentlichkeit. Die neuen Obrigkeiten nutzen die neu entstandene Presse zu Verwaltungszwecken, adressieren Informationen über Befehle und Verordnungen an ein Publikum und damit im Prinzip an alle Untertanen. Sie erreichen jedoch vor allem die 'gebildeten Stände', jene mit dem modernen Staatsapparat entstandene Schicht der Bürger, die zum eigentlichen Träger des Publikums wird, „das von Beginn an ein Lesepublikum ist“ (Habermas 1990: 81). Neben den Nachrichten werden nun auch andere Kulturgüter warenförmig. Mit dem Ende des Mäzenentums kennen Künstler und Schriftsteller ihre Adressaten nicht mehr, produzieren für die anonyme Masse des Publikums. Befreit von ihrer heiligen Aura werden kulturelle Produkte nun zu diskussionsreifen Gegenständen bürgerlicher Subjektivität, deren kritische Aneignung zum Teil des lebendigen Prozesses der Aufklärung. Literarische wird so schnell zur politischen Öffentlichkeit, zur Sphäre der Kritik an der öffentlichen Gewalt. Die im Publikum versammelten Privatbürger wollen Herrschaft nicht ausüben, wohl aber kontrollieren und durch Kritik verändern. Herrschaft soll nicht mehr absolutistisch ausgeübt werden, sondern rationalen humanistischen Gesetzen folgen. Als deren Quelle gelten soll das öffentliche Raisonement der Privatleute und damit die von diesen ausgehende öffentliche Meinung (welche in den späteren europäischen Verfassungen im Parlament institutionalisiert wird). Von der öffentlichen Gewalt scharf abgegrenzt ist hierbei die Privatsphäre, in der die Bürger Warenverkehr und gesellschaftliche Arbeit frei von staatlicher Intervention organisieren.

Dieses, von Habermas in der Tradition liberaler politischer Theorie als Idealbild entworfene, Modell bürgerlicher Öffentlichkeit ist dann jedoch einem Strukturwandel unterworfen. Mit der Verbreitung der Presse und dem Entstehen neuer Massenmedien dehnt sich die öffentliche Sphäre immer weiter aus, das immer weiter wachsende Publikum verliert damit seine soziale Exklusivität. Gerade die neuen Medien Funk, Film und Fernsehen, deren Kommunikationsformen „penetranter“ (ebd.: S.261) sind als die des geschriebenen Wortes, schaffen aber ein nur noch kulturkonsumierendes Publikum. Dieses übt nicht mehr die Funktion der politischen Kontrolle aus, die das kulturräsonierende Bürgertum noch wahrnahm. Die durch Massenmedien erzeugte Welt ist demnach nur noch dem Schein nach eine Öffentliche. Die Kommerzialisierung der Kulturgüter, einst jene Voraussetzung für den Zugang breiterer Publikumsschichten, welche das Raisonement erst möglich machte (ebd.: 252), höhlt nun das Prinzip kritischer Öffentlichkeit aus. Die

Massenkultur ist nicht mehr nur der Form, sondern auch dem Inhalt nach zur Ware geworden. In ihr werden die Gesetze des Marktes zu den Gestaltungsgesetzen der Kunstwerke, erreichen Zeitungen eine Maximierung des Absatzes nur mit einer Entpolitisierung des Inhalts, verwischen die Grenzen zwischen Fakt und Fiktion.

Ganz in der Tradition der kritischen Theorie resümiert Habermas das Zerspringen des „Resonanzboden(s) einer zum öffentlichen Gebrauch des Verstandes erzogenen Bildungsschicht“ (ebd.:266). Die kulturkonsumierende Masse sieht sich einer Refeudalisierung der bürgerlichen zu einer repräsentativen Öffentlichkeit ausgesetzt. Werbung, ökonomischer- aber auch (im Sinne von Propaganda) politischer Art das Hauptgestaltungsmittel der Massenmedien, nivelliert dabei die strikte Trennung zwischen öffentlichem und privatem Bereich. Private Interessen strömen somit in die Sphäre der Öffentlichkeit ein: Anstatt dass Privatleute gemeinsam kritisch über die Staatsgewalt rasonieren, wirken nunmehr Privatleute als Eigentümer auf Privatleute als Publikum ein. Die Institutionen der neuen Medien sind dabei nicht mehr in privaten Händen, sondern gleich als öffentliche Anstalten unter Staatskontrolle geführt. Die im normativen Ideal von Öffentlichkeit strikt voneinander getrennten Sphären von Staat und Gesellschaft sind somit untrennbar miteinander verschränkt. Gerade im die Wirtschaft stark regulierenden Sozialstaat ist als einzige Funktion politischer Öffentlichkeit der Ausgleich materieller Interessen geblieben, vertreten seine Bürger Versorgungserwartungen statt politischer Positionen.

Die Entwicklung der öffentlichen Sphäre in Ghana hat dagegen einen anderen, zu dem soeben vorgestellten Modell verschobenen Verlauf genommen. Das Aufkommen des Massenmediums des Drucks war hier nicht gekoppelt an einen Zerfall repräsentativer Öffentlichkeit. Ganz im Gegenteil, wurde das Pressewesen an der Goldküste doch von den Briten als offizielle Stimme kolonialer Politik eingeführt. Doch auch nach der Unabhängigkeit änderte sich wenig. Der erste Staatspräsident Kwame Nkrumah, der vor der schwierigen Aufgabe stand, die verschiedenen ethnischen Gruppen der Goldküste zum neuen Staat Ghana zusammenzuschweißen, hatte das Medium schon während des Unabhängigkeitsprozesses propagandistisch für sich zu nutzen gewusst. Selbst ein gelernter Journalist, verstaatlichte er die Medien und nutzte sie zur Verbreitung eines Diskurses von nationaler Einheit und Integration. Diese Bedeutung des Zeitungswesens im Prozess des `nation building` unterstreicht Benedict Andersons



(1983) Analyse der Rolle des Mediums bei der Schaffung 'imaginiertes' (nationalstaatlicher) Gemeinschaften durch einen von der ganzen Nation geteilten Diskurs. Auch die späteren Militärregierungen nutzten die Presse für ihre propagandistischen Ziele: zur Schaffung einer charismatischen Führergestalt und zur Legitimation ihrer politischen Herrschaft (vgl. Hasty 2005: 7). Noch unter J.J. Rawlings' Diktatur (1981-1992) waren privatwirtschaftlich verlegte Zeitungen quasi nicht existent. Zensur durch das Informationsministerium, eine harte Lizenzierungsgesetzgebung für private Medienbesitzer, sowie offene Gewalt gegen oppositionelle Journalisten führten hinsichtlich öffentlicher politischer Meinungsäußerung zu einer „Kultur der Stille“ (Karikari 1998: 169). Die existierenden Massenmedien, das Radio wurde keineswegs anders geführt, waren also Träger der repräsentativen Öffentlichkeit des Staates, nicht Teil einer kritischen öffentlichen Sphäre. Außerhalb dieser repräsentativen Öffentlichkeit waren kritische Äußerungen einzig in jener Sphäre populärer Kultur möglich, die ich im vorherigen Abschnitt beschrieben habe. Diesen Raum, den man mit Habermas als plebiszitäre Öffentlichkeit oder Volkskultur beschreiben könnte, war allerdings keineswegs nur Kulisse und passiver Rahmen der herrschenden Kultur. Habermas' Modell verkennt vielmehr, wie dieser später selbst eingestehen sollte, deren Potential einen Gegenentwurf zur staatlichen Repräsentationskultur zu schaffen und unter dem Deckmantel populärer Ausdrucksformen kritische Sichtweisen zu verbreiten (vgl. Habermas 1990: 18).

Eine öffentliche Sphäre, in der freie Meinungsäußerung möglich ist, entsteht in Ghana erst durch die mit dem Demokratieschub einhergehende Liberalisierung und Kommerzialisierung der Massenmedien, die sich, als Teil der Öffnung des Landes zum kapitalistischen Weltwirtschaftssystem, unter dem Druck der internationalen Gebergemeinschaft vollzieht. Der Staat hat seither seine Kontrolle über die Medien mehr und mehr an private Investoren abgegeben: 1994 nahm die erste private Radiostation ihren Betrieb auf, 1997 folgte der erste private Fernsehsender, daneben wurden zahllose neue Zeitungen und Boulevardblätter gegründet. Auch die private Videofilmindustrie, die die billige und nunmehr leicht verfügbare Videotechnik zur Schaffung einer neuen Art von Unterhaltungsprodukt genutzt hat, ist Resultat eben dieser Entwicklung. Die neuen Massenmedien sind damit zum institutionalisierten Forum für einen kritischen öffentlichen Diskurs geworden, welcher in Habermas' Modell durch sie ja gerade ausgehöhlt wird.

In ihrer Studie zum politischen Journalismus in Ghana warnt Jennifer Hasty allerdings davor, diese Liberalisierung unreflektiert als Siegeszug der Demokratie zu feiern. Vielmehr sieht sie im globalen Expansionsstreben eines Liberalismus westlicher Prägung selbst eine starke Ideologie am Werk:

„With celebrations of charismatic oppositional politicians and entrepreneurs, coupled with the push for an inviolate sphere of private accumulation free from state control, the private press contains the seeds of liberal domination with a global rhetoric of human rights, individualism, and free speech supporting the interests of a local rising elite” (Hasty 2005: 12)

Die neuen Massenmedien im Sinne normativer westlicher Vorstellungen als Teil der Zivilgesellschaft, als von staatlicher Kontrolle befreite Wächter der Menschenrechte zu sehen, greift damit also zu kurz. Sie müssen eher verstanden werden als unkämpfte Arenen, in der verschiedene gesellschaftliche Gruppen um ihre jeweils eigene Definition der normativen Grundlagen der Gesellschaft ringen. Die öffentliche Sphäre ist damit keineswegs so machtneutral wie sie in Habermas` idealisierter Konzeption wirkt. Das durch den Rückzug des Staates entstandene Vakuum wird jetzt vielmehr gefüllt durch das Streben dieser Gruppen nach medialer Repräsentation, nach Vermittlung ihrer Sichtweisen zu wichtigen sozialpolitischen Fragen.

Um diese neuen Medienarenen in ihrer ganzen Komplexität erfassen zu können, muss Habermas` idealtypisches Modell einer kritischen Öffentlichkeit in vielen Aspekten deutlich erweitert werden. Habermas beschreibt seine bürgerliche Öffentlichkeit zu exklusiv und klassenzentriert, geht von einem homogenen Publikum aus, wo heute ein pluralistisches, in verschiedene Subkulturen fragmentiertes Publikum, das auf die verschiedensten neuen Kommunikationsmedien zurückgreift, die Realität darstellt. In seiner Konzeption der öffentlichen Sphäre tauschen einander gleichgestellte Bürger ihre in kritischem Rasonnement gefassten Standpunkte aus, wonach sie auf rationaler Basis zu einer Übereinkunft kommen. Die klar definierten sozialen Rollen der Akteure und ihre im Vorhinein festgelegten Sichtweisen gehen der Debatte damit voraus. Im Gegensatz dazu stimme ich mit Dorothea Schulz (2005: Kap.8) überein, dass wir Öffentlichkeit gewinnbringender als eine Arena verstehen müssen, in der verschiedene gesellschaftliche Teilgruppen ihre Identitäten und ihre jeweilige Agenda *erst aushandeln*. Die Massenmedien

schaffen damit eine Sphäre, die einerseits (im Sinne Andersons) horizontale Verbindungen zwischen Menschen herstellt, welche sich durch sie als Teil einer größeren Gemeinschaft, einer Gesellschaft oder Nation begreifen können. Andererseits bilden sie genau dasjenige Feld, in dem gesellschaftliche Kräfte ihren Konflikt bezüglich der Definitionsmacht über die geistig-moralischen Grundlagen dieser Identität öffentlich austragen. Die zentrale Bedeutung der Massenmedien in diesem Prozess einer öffentlichen Schaffung von Identitäten übersieht Habermas gerade, wenn er sein Ideal der öffentlichen Sphäre mit einem Eindringen partikularer Privatinteressen schon als zerstört ansieht.

Habermas' Konzept ist gleichfalls um die Möglichkeit konkurrierender Öffentlichkeiten innerhalb derselben Kommunikationsstrukturen zu erweitern. Jennifer Hasty beispielsweise hat überzeugend dargestellt, wie die Liberalisierung des ghanaischen Zeitungswesens zur Entstehung zweier vollkommen getrennter diskursiver Arenen geführt hat. Staatliche und private Presse sind nicht nur institutionell wie personell vollkommen voneinander getrennt, sie bedienen sich auch einer je unterschiedlichen Rhetorik, unterschiedlicher Arbeitsweisen und sind vor allem politisch in völlig verschiedenen Sphären positioniert (vgl. Hasty 2005: 28). Die Entstehung solcher konkurrierender Öffentlichkeiten wird vor allem auch, wie ich im nächsten Kapitel argumentieren möchte, durch die Verfügbarkeit neuer Kassettenmedien begünstigt, die leicht und billig zu produzieren und zu vertreiben sind. Diese 'decentralized' (Schulz 2005), 'grassroots-' oder 'small media' (Sreberny-Mohammadi und Mohammadi 1994), zu denen auch Video zählt, sind einerseits weit verbreitete Massenmedien des Mainstreams. Sie ermöglichen es Individuen oder kleinen Gruppen, die bislang von medialer Repräsentation ausgeschlossen waren, jedoch ebenso, sie zu Trägern eigener Botschaften zu machen. Oft auf informellem Wege zirkulierend und damit schwer kontrollierbar, legen diese das den neuen Medientechnologien inhärente emanzipatorische Potential offen.

Um die neuen massenmedial vermittelten Formen von öffentlichen Diskursen außerhalb der westlichen Welt wirklich verstehen zu können, müssen wir neben dem ideologischen Ballast liberaler politischer Theorie auch unsere Voreingenommenheit hinsichtlich eines argumentativen, kritisch-rational verlaufenden Diskursstils ablegen. Hasty (2005: 20) hat darauf hingewiesen, wie sehr magische und rituelle Aspekte die Politik im postkolonialen Afrika, und damit auch den politischen

Journalismus, prägen. Ebenso habe ich im vorangegangenen Abschnitt versucht zu zeigen, wie die so irrational anmutende Thematisierung des Okkulten in der Populärkultur eine ernst zu nehmende Form von Sozialkritik darstellt. Behält man also derartige normative Vorstellungen bei, wie Bourgault (1995) dies in ihren Empfehlungen für die Ausbildung afrikanischer Journalisten tut, so kann die lokale Kultur nur als regressiv erscheinen. Habermas` Betonung des rationalen Arguments als Grundlage öffentlichen Diskurses ist jedoch auch in einem europäischen Kontext mehrfach kritisiert worden, übersieht er doch völlig die Rolle, die Charisma und Emotionen in der öffentlichen Kommunikation spielen.

Besonders die Rolle der Religion stellt in diesem Zusammenhang einen blinden Fleck in Habermas` Konzept dar. Für ihn stehen religiöse Positionen außerhalb der öffentlichen Debatte, sie sind in ihr „zur Privatsache, (...) für den Staat folgenlos“ geworden (Habermas 1990: 163). Dagegen ist der große Erfolg des Pfingstchristentums, wie im nächsten Kapitel noch eingehend analysiert werden soll, geradezu Teil des Strukturwandels ghanaischer Öffentlichkeit. Die massive Präsenz der Kirchen in den öffentlichen Arenen macht sie zu einem der einflussreichsten Agenten in der Verhandlung von Fragen von Identität und Moral. Ihr anhaltender Siegeszug lässt sich dabei allerdings präzise verstehen, wenn man auf Habermas` Überlegungen zur Massenkultur zurückgreift. Die ghanaischen Pfingstkirchen haben es, wie im letzten Abschnitt bereits kurz angeführt, verstanden, populäre Kultur geschickt in ihre Ideologie aufzunehmen. Mit der gleichzeitigen Nutzung neuer Medientechnologien machen sie religiöse Themen zum Teil der entstehenden massenmedialen Konsumkultur. Wird etwa das Medium Video von ihnen zum Träger religiöser Botschaft gemacht, so wird diese Botschaft warenförmig: Religion wird zu Entertainment, ihre Verbreitung folgt der Logik des Marktes. Christliche Inhalte erfahren so zwar eine enorm erweiterte Repräsentation in der Öffentlichkeit, werden dabei jedoch ebenso ausgehöhlt, wie Habermas dies für das Prinzip des kritischen Arguments beschreibt. Wenn die medial transportierten Inhalte aber an Relevanz verlieren, so müssen auch nichtdiskursive Formen von Kommunikation in der öffentlichen Sphäre eine eingehende Beachtung finden (vgl. Schulz 2005, Kap.5). Ich möchte daher im fünften Kapitel dieser Arbeit aufzeigen, wie stark die pfingstkirchliche Nutzung des Mediums Video auch über die Form, und nicht nur über den Inhalt, ideologische Positionen transportiert. Eine solche Analyse aber ist mit Habermas` diskurszentriertem Modell nicht zu leisten.

Die Überlegungen dieses Abschnitts haben gezeigt, dass die Entwicklung in Ghanas öffentlicher Sphäre von einer kritischen öffentlichen Debatte zu einer massenmedialen Konsumkultur nicht so linear verläuft, wie Habermas sie für Europa beschrieben hat. Die Kommerzialisierung der Massenmedien in Ghana ist vielmehr ein zweiseitiges Schwert, sie hat beide Tendenzen *gleichzeitig* zur Folge. Einerseits hat sie mit dem Ende des Staatsmonopols einen Raum für öffentliche Kritik erst geschaffen, andererseits arbeitet sie an einer beständigen Aushöhlung kultureller Formen und macht Politik und Moral zu Fragen der Überzeugung, nicht des Rasonnements (vgl. hierzu auch Schulz 2003:164).<sup>14</sup> Dieses Spannungsfeld bildet das Epizentrum aller neuen Entwicklungen in Ghanas öffentlicher Sphäre. Wenn ich im nächsten Kapitel jene gesellschaftlichen Gruppen beschreibe, die Einfluss auf die Kommunikationsarena der Videofilme nehmen, so versuche ich deren Agenda und Handlungsoptionen vor eben diesem Hintergrund zu analysieren.

#### **4. Akteure in der öffentlichen Arena**

Mit der Kommerzialisierung und Liberalisierung der Massenmedien in Ghana sind, wie ich gezeigt habe, neue Arenen für einen öffentlichen Diskurs entstanden. In ihnen ist es Akteuren nun erstmals möglich, öffentlich Standpunkte in Opposition zum Staat zu formulieren. Im Folgenden soll die ghanaische Videofilmindustrie als eine solche Diskursarena analysiert werden. Besonders den pfingstchristlichen Kirchen ist es gelungen, in dieser eine dominante Rolle einzunehmen und ihre Ideologie wirkungsvoll massenmedial zu verbreiten. Die allermeisten Videofilme sprechen ihre Zuschauer dezidiert als christliche Subjekte an, appellieren an ein christliches Moralgefühl und entleihen ihre Rhetorik pfingstchristlichen Darstellungskonventionen. Dabei sind sie so erfolgreich, dass pfingstchristliche Standpunkte und Moralvorstellungen schon als gesellschaftlicher Mainstream

---

<sup>14</sup> Ich möchte es vermeiden, die Rolle der neuen Massenmedien bei den in dieser Arbeit analysierten Entwicklungen einseitig entweder als volksverdummendes Mittel zur Kolonisierung des Bewusstseins zu verdammen oder als heilbringendes Werkzeug für Emanzipation und Selbstrepräsentation zu feiern. Beide Positionen basieren auf einem technologischen Determinismus und negieren die Möglichkeiten des Publikums, sich Medien und ihre Inhalte auf unterschiedliche Weisen anzueignen (vgl. Hall 1980). Vielmehr muss es darum gehen, aufzuzeigen wie und wofür Medien in unterschiedlichen sozialen Kontexten von unterschiedlichen gesellschaftlichen Kräften genutzt werden.

angesehen werden müssen. Abseits von diesem haben jedoch auch kleinere gesellschaftliche Gruppen in Video ein geeignetes Ausdrucksmittel gefunden, um sich durch Selbstrepräsentation im neuen Medium öffentlich zu positionieren, wenn auch mit sehr viel geringerer Breitenwirkung. Der ghanaische Staat hingegen kann ebenfalls auf eine lange Tradition in der Nutzung audiovisueller Medien zu Propagandazwecken zurückblicken. Schon zu Nkrumahs Zeiten waren filmische Dokumentarbeiträge ein wichtiges Mittel zur Schaffung einer nationalen Identität, die sich auf die wertschätzende Darstellung afrikanischer kultureller Traditionen gründete. Seines Einflusses auf die Massenmedien weitestgehend beraubt, muss der Staat der teilweise aggressiv traditionsfeindlichen Artikulation christlicher Subjektivität in den Videos eher hilflos zusehen, weil ihm sind nur wenige Möglichkeiten der Einflussnahme geblieben sind. Mit den ideologischen Positionen des Staates teilweise noch eng verbunden sind Ghanas professionelle Filmemacher und Intellektuelle. Auch sie stehen dem Aufstieg des neuen Mediums kritisch gegenüber und artikulieren ihre Ansprüche und Forderungen eher in der von den Qualitätszeitungen gebildeten Medienarena.

Um die Positionen dieser einzelnen Gruppen und vor allem auch die von ihnen gewählten Diskursformen genauer bestimmen zu können, möchte ich meine Beschreibungen jeweils mit einzelnen Filmbeispielen belegen. Diese Besprechungen sollen dabei allerdings über einfache Filmanalysen hinausgehen, sondern eher Fallstudien darstellen, die auch auf den Produktionsprozess sowie auf Rezeption und Wirkung der jeweiligen Videos eingehen. Auf diese Weise hoffe ich ein umfassendes Bild der von der Videofilmindustrie dargestellten Kommunikationssphäre liefern zu können.

#### **4.1. Die Position des Staates**

Eingeführt wurde das Medium Film in Ghana von der Britischen Kolonialregierung. Im Jahre 1939 begann diese damit, eine *Colonial Film Unit* mit Ablegern in verschiedenen Teilen Afrikas zu gründen. Zu Beginn beschränkte sich deren Tätigkeit auf den Vertrieb ausländischer Filme, hauptsächlich Propaganda-Streifen über den Zweiten Weltkrieg, die für ein afrikanisches Publikum umgeschnitten und mit einem Kommentar versehen wurden. Nach Ende des Krieges fing die *Gold Coast*

*Film Unit* damit an, neben der Distribution ausländischen Materials auch eigene Filme zu produzieren. Diese Filme hatten vor allem erzieherischen und aufklärerischen Charakter und sollten der lokalen Bevölkerung beispielsweise britische Manieren, westliche Produkte aber auch Informationen über Krankheiten und Hygiene näher bringen. Hinter diesem Vorgehen stand das Ziel willige koloniale Subjekte zu schaffen, die bereit waren die 'westliche Zivilisation' anzunehmen und ihre 'alten Bräuche' zurückzulassen (Ukadike 1994: 44). 1949 veranlasste die britische Kolonialregierung die Gründung einer Filmschule in Accra, aus der Erfahrung heraus, dass das Publikum der Goldküste mit den für sie produzierten Werken nur wenig anfangen konnte (vgl. Diawara 1992: 3). Den afrikanischen Absolventen dieser Schule sollte daher die Möglichkeit gegeben werden eigene Filme herzustellen, jedoch natürlich nur innerhalb des von der Regierung vorgegebenen Rahmens. Dies blieb aber eher ein frommer Wunsch, da die meisten derartig ausgebildeten Filmemacher anschließend nur als Assistenten für die entsandten britischen Produktionsteams dienten. 1955, als die baldige Entlassung der Kolonien in die Unabhängigkeit sich schon abzuzeichnen begann, erklärte die *Gold Coast Film Unit* ihre Aufgabe der Bevölkerung das Medium Film näher zu bringen für beendet und Großbritannien zog sich daher aus der finanziellen Unterstützung zurück.

Nach der Unabhängigkeit im Jahre 1957 wurde die Filmproduktion und Distribution vom neuen Staatspräsidenten Kwame Nkrumah nationalisiert, womit eine neue Phase der Filmproduktion im nunmehr neu gegründeten Staat Ghana begann. Hatte Nkrumahs *Convention People's Party* populärkulturelle Ausdrucksformen im Machtkampf um die Gestaltung von Ghanas Unabhängigkeit noch sehr unterstützt, so suchte er jetzt nach der vollständigen Kontrolle über alle von den Briten während der Kolonialzeit eingeführten Massenmedien. Nkrumahs CPP hatte in ihrer Selbstdarstellung als Partei der einfachen Leute beispielsweise Musiker finanziell gefördert und politische Tänze zur Wählerwerbung genutzt und konnte sich so im Ringen um die breite Masse der Wähler erfolgreich gegen die traditionellen Eliten durchsetzen (Akyeampong 1996: 115). Nach dem Wahlerfolg jedoch war diese Wertschätzung der Ausdrucksformen einer breiten Bevölkerung schlagartig beendet. Populäre Sichtweisen wurden systematisch aus den nun staatlich kontrollierten Medien ausgegrenzt. Diese fungierten nun allesamt nurmehr zur Propaganda. Deren oberstes Ziel war die Schaffung einer nationalen Kultur und Identität, die der junge

Staat dringend benötigte, da er, wie alle in der Folge neu geschaffenen afrikanischen Staaten, eine Vielzahl verschiedener ethnischer und religiöser Gruppen in sich vereinigte. Nkrumah zentralisierte deshalb die Radiolandschaft zuungunsten regionaler Stationen und nutzte direkt an die Bevölkerung gerichtete Reden als kraftvolles politisches Instrument (vgl. Bourgault 1995: 71). Auch das Zeitungswesen unterstand schon kurze Zeit nach der Machtübernahme fast gänzlich dem Präsidenten, und dem Informationsministerium mussten alle im Land hergestellten Druckerzeugnisse zur Zensur vorgelegt werden. Ausländischen Firmen wurde der Zugang zum Medienmarkt vollständig verweigert, wodurch der Staat selbst für die Kosten zur Schaffung einer geeigneten Infrastruktur aufkommen musste (ebd.: 159).

Das Medium Film schien Nkrumah zum Erreichen seiner Ziele hinsichtlich nationaler Einheit und Integration besonders geeignet zu sein. Sein Regime wandte große finanzielle Mittel auf, um aus dem was die Briten hinterlassen hatten eine hervorragende Infrastruktur für alle Aspekte der Filmproduktion aufzubauen. Die neu geschaffene *Ghana Film Industry Corporation* (GFIC) verfügte mit ihren Schnittstudios und Laboren zur Entwicklung von 16 und 35mm-Film über in ganz Afrika einmalige Produktionsmöglichkeiten. Das *National Film and Television Institute* (NAFTI) sorgte hingegen für die professionelle Filmbildung und ist bis heute die einzige Filmhochschule in Westafrika. Die neu entstandenen Dokumentationen, Spielfilme und Newsreels waren dabei den Werken der Kolonialregierung nicht unähnlich, indem auch sie die Macht des Mediums für die 'Erziehung und Aufklärung' der Bevölkerung nutzten, wenn auch nun aus der nkrumahistischen Ideologie heraus. Auch sie behandelten Themen öffentlichen Interesses und versuchten die wichtigsten Institutionen des neuen Staatssystems und die Grundzüge der Regierungspolitik einer breiten Bevölkerung zu vermitteln. Die Werke der GFIC sollten jedoch auch insofern eine internationale Ausstrahlung haben, als dass sie Gegenbilder zu den rassistischen Stereotypen europäischer Filme liefern und so zu einer visuellen Dekolonisierung beitragen sollten. Aus diesem Grund überwachte der Staat den Vertrieb ausländischer Filme sehr genau, um mithilfe der Zensur die Bevölkerung vor dem schlechten Einfluss von Darstellungen von Gewalt, Sex oder Rassismus in amerikanischen oder europäischen Filmen zu schützen (vgl. Meyer 2003a: 207). Gerade die Nachrichtenbeiträge der GFIC wuchsen sich jedoch schnell zu einem Persönlichkeitskult um Nkrumah aus. Dieser



hatte während seiner gesamten Amtszeit einen persönlichen Kameramann bei sich, der jeden Schritt des Staatspräsidenten für die Nachwelt festhielt.

Dank Nkrumahs Bereitschaft in sie zu investieren, konnte die GFIC während seiner Regierungszeit fast 200 Dokumentationen und über 300 Newsreels produzieren (vgl. Sakyi 1996: 13). Diese Filme sollten dazu beitragen Subjekte im Sinne von Nkrumahs Idee der 'African personality' zu schaffen: Stolze Bürger mit Sinn für ihre traditionellen Wurzeln, sich der Staatsgemeinschaft verpflichtet fühlend, aufgeklärt und frei von Aberglauben.

Die nachfolgenden Regierungen hielten an Nkrumahs Politik des Propagierens nationaler Einheit und Tradition fest. Während der Militärdiktatur von Fluggeneral J.J. Rawlings erfuhr so die neotraditionelle 'Afrikania'-Bewegung starke Unterstützung. Sie war auch die einzige religiöse Bewegung, der Platz in den Staatsmedien eingeräumt wurde. Eine intakte Filmproduktion, welche immense Summen verschlingt, konnte der Staat jedoch immer weniger aufrechterhalten. Deshalb entschloss sich 1996 die Regierung unter dem jetzt demokratisch gewählten Rawlings die GFIC an einen privaten Investor zu verkaufen. Dies geschah in Folge der Demokratisierung und der Öffnung des ghanaischen Marktes als Teil des Strukturanpassungsprogramms (und nicht ohne Druck) von Weltbank, IWF und WTO. Bereits 1994 hatte sie in einem Mediengesetz private Radiostationen zugelassen und damit faktisch auf ihr bisheriges Staatsmonopol verzichtet. 70 Prozent der Anteile an der GFIC wurden an den malaysischen Investor *Sistem Televisyen Malaysia Berhad* aus Kuala Lumpur verkauft, das Unternehmen daraufhin in *Gama Film Company* (GFC) umbenannt. Die malaysische Mutterfirma gründete ein Jahr später auch Ghanas ersten privaten Fernsehsender TV3, für den die GFC nunmehr Filme im Betaformat zur Fernsehausstrahlung herstellen sollte. Nkrumahs früherer Propagandaapparat war damit in die Hände privatwirtschaftlicher Kräfte übergegangen. Die daraus resultierenden Konsequenzen wurden in der Praxis schnell überdeutlich. Entgegen den Hoffnungen der professionellen Filmemacher, die früher bei der GFIC beschäftigt waren, zeigten die neuen Besitzer keinerlei Interesse daran, die Zelluloidfilmproduktion wieder zu beleben oder auch nur die Filmlabors in nutzbarem Zustand zu erhalten. Stattdessen schenkte die Konzernleitung den Produkten der privaten Videofilmindustrie starke Aufmerksamkeit, die sich mittlerweile zur eigenständigen Ausdrucksform etabliert

hatten. Bei TV3 war der kommerzielle Erfolg dieser Videos nicht unbemerkt geblieben, weshalb man sehr schnell damit anfang, das Programm mit ghanaischen und nigerianischen Videoproduktionen zu füllen. Die GFC produzierte daraufhin, getreu der Logik des Marktes, sogar selbst einige Filme im beliebten Stil der privaten Produzenten, welche dann ebenfalls Geschichten von pfingstkirchlichen Pastoren und ihrem Kampf gegen okkulte Mächte erzählten (vgl. Meyer 2001a: 68f.). Ein Vorgehen, das für die alte GFIC, deren Agenda die würdevolle Abbildung afrikanischer Tradition zur Schaffung eines nationalen Selbstbewusstseins darstellte, undenkbar gewesen wäre. Sogar der staatliche Fernsehsender GTV hat sich mittlerweile dem Geschmack des Publikums gebeugt und ebenfalls damit begonnen die Videos auszustrahlen. Dieser Umstand macht überdeutlich, welchen Einfluss die kommerziellen Kräfte in Ghanas Medienlandschaft gewonnen haben.

Nach seinem Rückzug aus dem Mediensektor verfügt der Staat nur noch über wenige Einflussmöglichkeiten auf die Bilder, die im Land produziert werden. Einzig der *Ghana Information Service* stellt noch kurze Dokumentationen zur Information der Bevölkerung her, hauptsächlich für kleinere Gemeinden, wo Beiträge zur Gesundheitsaufklärung (vor allem über AIDS) mittels mobiler Leinwände und Projektoren öffentlich auf dem Dorfplatz gezeigt werden. Doch auch diese Arbeit wird mehr und mehr von einzelnen Pfingstkirchen übernommen, die gerade die AIDS-Aufklärung sehr stark an christliche Moralvorstellungen koppeln und derartige Filmvorführungen geschickt zur Mitgliederwerbung benutzen. Zur Kontrolle der Videofilme hat das einst mächtige Werkzeug der Zensur sehr an Durchschlagskraft eingebüsst. Da Videokassetten und CDs schnell und billig zu kopieren und ebenso leicht zu transportieren sind, ist es für die Zensurbehörde äußerst schwierig geworden den Überblick zu behalten. Kwamena Sakyi, der Leiter der Behörde, beschwerte sich mir gegenüber vor allem über den Strom der (hinsichtlich der Abbildung von Sex und Gewalt teilweise sehr drastischen) nigerianischen Videos, die von zahllosen Kleinhändlern ins Land eingeführt werden, ohne sie vor dem Verkauf der Zensur vorzulegen.<sup>15</sup> Dieser Kontrollverlust hat auch ghanaische Produzenten ermutigt, in ihren Darstellungen die Grenzen des Erlaubten weiter auszureizen. Den Film *Opportunity* beispielsweise, der eine sehr detailliert gezeigte Enthauptungsszene enthält, legte sein Produzent Samuel Nyamekye der Zensur einfach ohne diese Szene vor. In der verkauften Version war und ist sie dann

---

<sup>15</sup> Kwamena Sakyi, Interview vom 13.10.2004

allerdings wieder enthalten, was trotzdem für ihn ohne Konsequenzen blieb.<sup>16</sup> Auch hörte ich von verschiedenen Produzenten, dass die Mitglieder der Zensurbehörde durchaus bestechlich seien, was unabhängig vom Wahrheitsgehalt zumindest zeigt, wie wenig Respekt die privaten Filmemacher dieser Institution entgegenbringen.

Neben der Zensur versucht die Regierung auch auf sanftere Weise Einfluss auf die Videofilmindustrie auszuüben. So wurde 1995 eine *National Film and Video Policy* herausgegeben, in der 'zur Ermutigung und Hilfestellung' der privaten Produzenten einige Ziele formuliert werden, die die Produktion mit den 'nationalen Interessen' in Einklang bringen soll. Hiernach sollen die Filme zur öffentlichen Aufklärung beitragen und bei der Schaffung von Nationalstolz und nationaler Einheit helfen (vgl. Meyer 1999a: 100), also die Ziele nationalstaatlicher Kultur- und Identitätspolitik verwirklichen, nachdem dieser die Medienproduktion in private Hände übergeben musste. Die vier Jahre später von der nationalen Medienkommission veröffentlichte *National Media Policy* formuliert diese Ansprüche aus:

“According to the new policy, steps are to be taken in order that films are in keeping with Ghanaian traditions and mores and promote desirable aspects of Ghanaian culture, entail the extensive use of authentic national cultural forms and symbols, and establish the common identity and shared interests of all African and black peoples and cultures everywhere” (National Media Commission 1999, zit. nach Meyer 2003a: 209)

Der Staat verfügt allerdings über keinerlei Möglichkeiten mehr, seine Forderungen auch wirklich durchzusetzen. Viel stärker als durch diese Richtlinien sind Ghanas Videofilmemacher nämlich beeinflusst von den Forderungen des Marktes, welcher nach Filmen verlangt, die aus einer pfingstchristlichen Perspektive erzählt sind. Ein Gegensatz, wie er größer kaum sein könnte.

Es zeigen sich allerdings Tendenzen, wonach der Staat versucht, wieder mehr Einfluss auf die Filmproduktion im Land auszuüben. Während meines Aufenthalts in Ghana wurde von staatlicher wie privater Seite ein neues Filmgesetz heiß diskutiert, das am 13. Oktober 2004 vom Parlament verabschiedet wurde. Dieses Gesetz, für das sich auch Ghanas professionelle Filmemacher, wie etwa Kwaw Ansah, sehr engagiert hatten, sieht die Schaffung eines *National Film Board* vor, welches als Vertreter des Staates Einfluss auf die Produktion, Distribution und Vermarktung von

---

<sup>16</sup> Samuel Nyamekye, Interview vom 11.9.2004

Filmen nehmen soll. Es soll vor allem die Entstehung einer ´dynamischen, ökonomisch unabhängigen und kulturbewussten` Filmindustrie unterstützen, welche ein positives Bild des Landes verbreiten soll. Zu seinen Aufgaben gehört auch die stärkere Überwachung des Vertriebs und der öffentlichen Aufführung von ´moralisch oder kulturell inakzeptablen` Filmen. Hierzu wird ein *Classification Committee* berufen, in dem auch Repräsentanten aller religiösen Gruppen des Landes vertreten sind. Dieses übernimmt die Aufgaben des alten *Film Censorship Board*. Es soll bestehende Gesetzeslücken hinsichtlich der Wirksamkeit der Zensur schließen. Das Gesetz legt außerdem verschiedene Altersfreigaben fest, mit denen alle in die Öffentlichkeit gelangenden Filme klassifiziert werden müssen. Des Weiteren bestimmt es härtere Regeln für die öffentliche Aufführung von Filmen, welche nun nur noch nach Registrierung und mit einer speziellen Lizenz erlaubt ist.

Der interessanteste Teil des Gesetzes initiiert jedoch die Einrichtung eines nationalen Filmfonds, dessen erklärtes Ziel es ist staatliche Förderung für Spielfilmprojekte bereitzustellen (vgl. Ghana Ministry of Information 2003: 15). Dieser Fonds soll sich speisen aus Staatszuschüssen, Geld von NGOs und internationalen Funding Agencies, Spenden, sowie verschiedenen Steuer- und Lottereeinnahmen. Filmprojekte, die in den Genuss dieser Förderung kommen wollen, sollen dafür einem zu gründenden Drehbuchauswahlkomitee vorgelegt werden. Schon das Memorandum des Gesetzes macht dabei deutlich, dass diese dann den Ansprüchen des Staates „to promote the prestige and good name of the Republic“ (ebd.: i) entsprechen müssen. Trotz dieser großen Pläne wird erst die Zukunft zeigen, ob es dem Staat wirklich ernst ist eine Rückkehr zu nationaler Selbstrepräsentation im Medium Film auf Dauer finanziell zu tragen. Der Videoproduzent William Akuffo hingegen bemerkte sarkastisch, dass dies wohl nur ein schon bald platzender Traum der „frustrated old celluloid people“ darstelle, womit er Ghanas professionelle Filmemacher meinte<sup>17</sup>.

#### **4.1.1. Filmanalyse „Love and Politics“**

Um das prekäre Verhältnis von Staat und privater Videofilmmindustrie an einem Beispiel zu erläutern, möchte ich nun auf das vierteilige Videoepos *Love and Politics*

---

<sup>17</sup> William Akuffo, Interview vom 20.9.2004

zu sprechen kommen, welches zu den erfolgreichsten ghanaischen Videoproduktionen überhaupt gehört. Dies liegt sicherlich nicht zuletzt in seiner Thematik begründet. Meines Wissens ist *Love and Politics* der erste Videofilm, der vollständig im Milieu der politischen Klasse angesiedelt ist und die heiße Phase eines Wahlkampfes auf hochgradig kontroverse Weise behandelt. Der Film dreht sich um den Machtkampf um die Präsidentschaftskandidatur zweier Mitglieder der Oppositionspartei: Dr. Williams und Nana Agyemang. Ihre Partei, die fiktive *Oppressed People's Party*, trägt als Logo einen Frosch. Dies und der Parteislogan sind eine Anspielung auf einen während meiner Anwesenheit sehr populären Song, dessen Text besagt, dass auch die Kaulquappe eines Tages zu einem Frosch heranreifen wird. Während Dr. Williams als Krankenhausarzt tatsächlich die Probleme der einfachen Leute kennt, qualifiziert Nana Agyemang vor allem sein unermesslicher Reichtum. Zu Beginn des Films tritt er noch als Finanzier im Hintergrund seiner Partei auf, doch lässt er sich von Asamoah, einem in argen Geldnöten steckenden Mitglied des Parteirats, überreden, selbst als Kandidat für das Präsidentschaftsamt anzutreten. Die Situation zwischen beiden Kontrahenten verschärft sich, als Nanas Tochter Abigail, mit der dieser, wie der Film gleich zu Beginn enthüllt, heimlich ein inzestuöses Verhältnis hat, sich in Williams Sohn Ernest verliebt. Getreu dieser 'Romeo und Julia'-Motivik ist Nana darüber entsetzt und setzt im Folgenden alles daran, seinem Gegner zu schaden. Dabei nutzt er vor allem sein Geld, um den im Vergleich zu ihm armen Dr. Williams aus dem Rennen zu werfen. Er beauftragt Asamoah, der mittlerweile sein Wahlkampfmanager geworden ist, die anderen Mitglieder des Parteirates mit großen Summen zu bestechen, damit diese ihn als Kandidaten nominieren. Nachdem dieser dabei jedoch größtenteils auf Ablehnung stößt und Williams selbst sich auch nicht durch eine exorbitant hohe Summe von der Kandidatur abbringen lässt, greift er zu anderen Methoden. Asamoah engagiert einen Schlägertrupp, um Williams und den offen mit ihm sympathisierenden Parteifunktionären zu drohen. In der Zwischenzeit hält Nana, seit ihre Beziehung zu Ernest aufgefliegen ist und er diesen ordentlich verprügelt hat, Abigail zu Hause eingesperrt. Dabei kommt sie jedoch ihrem Leibwächter Tony immer näher. Nach ihren bisherigen Misserfolgen greifen Nana und Asamoah nun zu drastischeren Mitteln. Sie konsultieren eine Fetischpriesterin, um ihrem Ziel auf magische Weise näher zu kommen. Um Dr. Williams aus dem Weg zu räumen verlangen deren Götter jedoch eine Jungfrau als Blutopfer. Das Mädchen, das Tony hierfür aus einer Schule entführt, hat sich jedoch gerade in der vorigen Nacht

verführen lassen. Das Ritual schlägt also fehl. Daraufhin konsultiert Asamoah einen noch mächtigeren magischen Experten. Dieser aber sagt, dass Nana sein Schicksal nur selbst in die Hand nehmen könne. Er fordert ihn auf, seinen Gegner kurzerhand aus dem Weg zu räumen. Nana begibt sich daraufhin eines Abends in Begleitung von Tony in Williams Büro und erschießt diesen kaltblütig. Nun ist der Weg endlich frei für ihn als Kandidaten. In Fernseh- und Zeitungsinterviews beschuldigt er öffentlich die Regierung, seiner Partei durch diesen Mord schaden zu wollen. Abigail ist mittlerweile von Tony schwanger. Als ihre Eltern dies erfahren, geht Nana voller Wut sofort auf den Leibwächter los, diesem gelingt es jedoch unterzutauchen. In der Presse tauchen danach anonyme Hinweise auf, die Nana mit dem Mord an Williams in Verbindung bringen. Abigail erpresst derweil ihren Vater mit ihrer inzestuösen Beziehung an die Medien zu gehen, wenn dieser sich weiterhin zwischen sie und Tony stellt. Nach einem Gespräch mit seiner Frau lenkt dieser daraufhin ein. Er bestellt Tony und Abigail in sein Haus, angeblich um den Beiden offiziell seinen Segen zu geben. Als er sie endlich in seiner Nähe hat, erschießt Nana in seinem Machtrausch jedoch Tony, seine Tochter und seine Frau. Damit hat er sich allen Mitwissern entledigt. Sich selbst fügt er eine Schusswunde am rechten Arm zu, um das Ganze als Mordversuch der Regierungspartei darstellen zu können. Vier Monate später: Nana muss aus dem Fernsehen erfahren, dass Tony noch lebt und gerade aus dem Koma erwacht ist. Sofort schickt er einen Killer in Tonys Krankenzimmer um diesen zum Schweigen zu bringen. Eine umsichtige Krankenschwester bemerkt jedoch, wie dieser Tony als Arzt verkleidet mit einem Kissen erwürgen will. Sie flüchtet mit diesem in ihr Zuhause, verfolgt von Nanas Schergen. Tony erzählt der Schwester die ganze Geschichte. In einer Rückblende erfahren wir, dass Tony ein Beweismittel gegen Nana in seiner Wohnung versteckt hält: In Williams Büro lief eine Überwachungskamera mit, die auch den Mord aufgezeichnet hat. Tony entdeckte diese jedoch und nahm das Band an sich. Tony und die Krankenschwester begeben sich sofort zu dem Versteck der Kassette und übergeben diese der Polizei. Der Film endet mit der Festnahme Nanas und Asamoahs, die von einem Einsatztrupp in dessen Büro überwältigt werden.

Schon der Titelsong, der, wie in vielen anderen Videos auch, noch einmal die zentrale Aussage des Filmes wiederholt, macht deutlich, wie politisches Handeln in *Love and Politics* dargestellt wird:

“Politics is just a game. They play it hard and they play it bad. It’s about money, it’s about power, and powerplays. It’s a dirty game. In the name of politics, they play all kinds of dirty tricks.”

Damit ist der Film weit entfernt von der Position der GFIC-Filme, die Nkrumah zur politischen Erziehung der Bevölkerung herstellen ließ. Ihrem aufklärerischen Impetus wird hier ein Bild politischer Realität gegenübergestellt, welches sehr genau Bayarts Ausführungen zur ‘Politik des Bauches’ (Bayart 1993) illustriert. Nana Agyemang benutzt seinen Reichtum um seine Ziele zu erreichen und profitiert von der allgegenwärtigen Korruption. Er nutzt das Netz seiner Großfamilie und lässt sein Geld in diesem zirkulieren, um sich eine getreue Gefolgschaft von Anhängern zu halten. Dem demokratischen Regierungsdiskurs hält der Film entgegen, dass einzig Geld die Politik bestimmt: Mit Geld lässt sich jede Wahl gewinnen, mit Geld kann man jeden kaufen. Diese Botschaft vermittelt der Film auch auf eine eher ungewöhnliche Art und Weise: Immer wieder sprechen die Hauptfiguren direkt in die Kamera zum Zuschauer, ein Stilmittel, welches sehr an Wahlkampfreden denken lässt.

Entgegen der von Nkrumah und seinen Nachfolgern propagierten rationalen Basis des Politischen zeigt *Love and Politics* auch schwarze Magie als Wurzel politischer Macht. Er greift damit jene Diskurse auf, die, wie ich im letzten Kapitel gezeigt habe, im populären Bewusstsein schon seit langem zur Verhandlung von Fragen der Legitimität und Illegitimität von Macht gedient haben. Seit der Medienliberalisierung haben diese Diskurse über ihren informellen Status als Gerüchte hinaus Repräsentation vor allem in den zahllosen neuen Boulevardzeitungen erfahren (vgl. Abb.3). Ihre Sichtweise haben sich auch zahllose Pfingstkirchen zu Nutze gemacht, die die politische Arena als einen Schauplatz der Kämpfe zwischen Gott und Satan verstehen. Nanas wiederholte Inanspruchnahme eines Fetischpriesters nimmt genau darauf Bezug und zeigt das Feld der Politik als einer moralischen Reinigung bedürftig. Interessanterweise wird die neue Rolle der Medien seit ihrer Demokratisierung und Liberalisierung im Film immer wieder sehr idealistisch thematisiert. Die kritische Berichterstattung der Medien ist immer wieder Teil der Handlung und Nana Agyemang selbst wird vielfach beim Absolvieren von Medienauftritten gezeigt. Dabei beschuldigt ein Journalist ihn schon direkt nach Dr. Williams Tod, an dessen Ermordung beteiligt zu sein.



Abb.3: Schlagzeile des 'New Ghanaian' vom 9.8.2004. Das Boulevardblatt beschuldigt Rawlings, seinen damaligen Putsch mit Hilfe schwarzer Magie durchgeführt zu haben.

Auch wenn *Love and Politics* keine wirklich identifizierbaren realen Vorbilder hat, so steckt in seiner äußerst negativen Darstellung politischer Vorgänge eine nicht zu unterschätzende Sprengkraft, die auch dem Regisseur und Produzenten des Films sehr bewusst war. Während meines Interviews im September plante er noch eine Veröffentlichung rechtzeitig zur heißen Phase des ghanaischen Präsidentschaftswahlkampfes zum Jahresende.<sup>18</sup> Trotz dieser sicher äußerst öffentlichkeitswirksamen Terminplanung entschied er sich letztlich dann aber doch dafür, den Film (welcher schon im Oktober überall beworben wurde) erst nach dem Wahltag am 7.12.2004 herauszubringen. Der Drehbuchautor des Films begründete diese Entscheidung mir gegenüber damit, dass man bei *Miracle Films* fürchtete, der Film könnte die Wiederwahl von John A. Kufuor gefährden. Zwar steht dieser seit 2000 an der Spitze der Regierung, während *Love and Politics* ausschließlich von einer fiktiven Oppositionspartei handelt, doch war Rawlings' Partei des *National Democratic Congress* so lange an der Macht, dass die meisten Ghanaer Kufuors *New Patriotic Party* noch immer eher mit der Opposition assoziieren würden.<sup>19</sup> Auch wenn ich nicht sagen kann, ob Vertreter von Ghanas politischer Klasse gegen die Veröffentlichung des heiß erwarteten Films vor der Wahl intervenierten, so zeigt dies doch, dass Ghanas private Medienproduzenten durchaus noch zögerlich mit ihrer

<sup>18</sup> Samuel Nyamekye, Interview vom 8.9.2004

<sup>19</sup> Fred Asante Kotoko, persönliche Kommunikation, Email vom 7.12.2004



neuen Macht umgehen. Der Erfolg des Films, sowie ein Blick auf die benachbarte nigerianische Videofilmindustrie, lassen es jedoch sehr wahrscheinlich erscheinen, dass *Love and Politics* nur der erste Film einer Reihe dunkler Phantasmagorien des Politischen darstellt. Seine Verbindung politischer Prozesse mit schwarzer Magie korrespondiert dabei stark mit der Sichtweise des Pfingstchristentums, welches, wie noch zu zeigen sein wird, sein antagonistisches Weltbild ebenfalls mehr und mehr zur öffentlichen Einflussnahme auf die Sphäre der Politik nutzbar macht.

#### **4.2. Die Position der professionellen Filmemacher und Intellektuellen**

Die Position von Ghanas professionell ausgebildeten Filmemachern, sowie ihrer Entourage aus Akademikern und Kritikern, liegt auf einer Linie mit der Kulturpolitik der Regierung, und dass, obwohl diese sich zumeist dezidiert als kritische und politisch aktive Künstler verstehen. Dies ist vor allem mit dem ungeheuren Einfluss zu erklären, den Nkrumahs Panafrikanismus-Ideologie in den Kreisen der Intellektuellen ausübte (und bis heute ausübt). Für Nkrumah war Film

„a potent weapon by which the identity and distinguishing features of a nation, its image, culture, policies and philosophies as well as aspirations and achievements are expressed“<sup>20</sup>

Dieser Glaube an die Macht des Mediums veranlasste ihn große finanzielle Mittel für die Produktion von Filmen bereitzustellen und in ganz Afrika einzigartige Ausbildungsmöglichkeiten zu schaffen. Dabei ging es ihm, wie im vorherigen Abschnitt beschrieben, aber auch um eine internationale Strahlkraft der Filme. Sie sollten ein Gegengewicht liefern zu den rassistischen oder exotisierenden Bildern des westlichen Kinos,

„because we are fed up of seeing one wise American killing over ten-thousand stupid Red Indians“  
(Nkrumah 1965 zit. nach Anyanwu 2002: 6)

Diese Position wird an der Filmhochschule NAFTI und von deren Abgängern noch immer hochgehalten. Anstatt auf das eigene Land gerichtete Sozialkritik zu betreiben und etwa staatliche Korruption oder Machtmissbrauch anzuprangern, arbeiten diese viel stärker in einer solch kolonialismuskritischen Tradition. Sie richten sich damit

---

<sup>20</sup> Dr. Chris Hesse, Interview vom 17.10.2004

eher an ein internationales Publikum, konkurrieren um Preise bei Festivals und drehen deshalb auch ausschließlich in englischer Sprache. Ihre Arbeiten stehen damit in der Tradition des `Third Cinema`, dessen Vordenker von den 1960er Jahren an in Lateinamerika, Afrika und Asien ein Kino propagierten, welches an der künstlerischen Front der weltweiten Freiheits- und Dekolonisierungsbewegungen kämpfte. Gerade Nkrumah und andere Vertreter des Panafrikanismus, wie auch der Antimperialismus eines Frantz Fanon, gaben die intellektuellen Impulse für die Filmemacher dieser betont internationalen Bewegung. Ganz im Sinne nkrumahistischer Politik sahen sie ihr Kino als eine „public service institution, owned by the nation and/ or the government“ (Guneratne 2003: 12). Als ein außerhalb der Spielregeln des freien Markt stehendes Staatskino sollte es so auch ökonomisch den Gegenentwurf liefern zu dem kommerziellen `First Cinema` aus Hollywood. Die so entstandenen Filme, ideologisch geprägt von der zunächst meist sozialistisch ausgerichteten Politik der in die Unabhängigkeit entlassenen Kolonien, wollten den Zuschauer mobilisieren und ihm die Augen öffnen für soziale Ungerechtigkeit und postimperialistische Ausbeutung.

Auch die Werke der ghanaischen Filmemacher sind geprägt durch solch eine staatlich getragene Kultur- und Identitätspolitik, die traditionelle afrikanische Werte propagiert und der Bevölkerung ein Gefühl von Stolz für diese nahe bringen will. Diesen Idealen fühlen die meisten von ihnen sich so verpflichtet, dass sie diese auch noch in ihren Werken vertreten, nachdem der Staat im Zuge des Strukturanpassungsprogramms jegliche Filmförderung einstellen musste. Der professionelle Filmverband GATFA präsentiert sich daher in der Öffentlichkeit als

“an organisation of filmmakers determined to hold in high esteem the national heritage through the promotion of a dignifying film and television culture decisively pitched to make the nation proud”. (Daily Graphic, 11.3.2005).

Ghanas berühmtester Filmemacher Kwaw Ansah finanzierte seinen Film *Heritage Africa*, dessen (neo)kolonialismuskritische Botschaften, wie ich noch zeigen möchte, für die Positionen staatlicher Kulturpolitik exemplarisch sind, gar aus eigener Tasche und mithilfe einer Bankbürgschaft auf sein Haus. Staatliche Kulturinstitutionen konnten ihn bei seinem Vorhaben nur mit Sicherheiten sowie der kostenlosen Nutzung der GFIC-Infrastruktur unterstützen. Seine Filme mit Geld aus dem Ausland

zu drehen, wie dies die Mehrzahl der großen afrikanischen Filmemacher tut, lehnt Ansa trotzdem bis heute rigoros ab.<sup>21</sup>

Die Erzeugnisse der ghanaischen Videofilmindustrie hingegen vermitteln derartige Botschaften nicht. Obwohl sie die Entstehung einer ökonomisch eigenständigen lokalen Filmindustrie grundsätzlich sehr begrüßen, äußern Ghanas Intellektuelle sich daher sehr kritisch gegenüber ihrer kommerziellen Ausrichtung und ihrem unterhaltenden, nicht belehrenden Gestus. Ukadike beispielsweise grenzt die Videofilme als eine Manifestation des kommerziellen 'First Cinema' rigoros von der soeben beschriebenen bisherigen Tradition professionellen Filmschaffens ab. Die Aufnahme westlicher Erzählformen und die in ihnen zur Schau gestellte Konsumorientierung erklärt er gar mit ökonomischen Abhängigkeitstheorien:

“Deploying alien conventions, sometimes using them regressively to make video-films appeal to the largest common denominator of the audience, may ensure recuperation of capital investment, but it is also tantamount to mimicry of the West, thus eroding knowledge, imagination and skilled direction, and negating the varied ways which the artistic production of culture contends with claims of power and authenticity” (Ukadike 2003: 131).

In akademischen Kreisen sieht man in den Videofilmen also nicht mehr als, wie der Vorsitzende der *Ghana Academy of Film and Television Arts* (GAFTA) Dr. Chris Hesse es ausdrückte, „misguided products of alienation“. In ihnen würden westliche Konsumgüter und Werte zur Schau gestellt, die das Publikum von der eigenen kulturellen Identität entfernten<sup>22</sup>. Diese elitäre Kritik ist nach Karin Barber (1987: 11) symptomatisch für die intellektuelle Beschäftigung mit populärer Kultur. Das synkretistische Potential populärer Ausdrucksformen, die traditionelle mit europäischen Elementen vermischen und dadurch neues schaffen, stellt in deren Augen eine Gefahr für die Reinheit afrikanischer Kultur dar. Eine Argumentation, die sich auch in Ukadikes Analyse der afrikanischen Kinogeschichte finden lässt, wenn er Kulturkontakt mit Verschmutzung gleich setzt und die Aufnahme fremder Elemente als „kulturelle Regression“ brandmarkt (vgl. z.B. Ukadike 1994: 108). In

---

<sup>21</sup> Diese Prinzipientreue sichert Ansa einerseits seine künstlerische Kontrolle, ist aber vor allem ein Statement gegen eine neokolonialistische Kulturpolitik, durch die kulturelles Schaffen in Afrika zunehmend abhängiger wird von europäischen Fördergeldern. Die Problematik europäischer Filmförderung in Afrika wird vor allem an den frankophonen Produktionen etwa eines Ousmane Sembene deutlich, dessen Filme zwar in Europa auf zahlreichen Festivals und auch im Kino zu sehen, in seiner Heimat jedoch oft kaum bekannt und verfügbar sind.

<sup>22</sup> Dr. Chris Hesse, Interview vom 17.10.2004

einem besonders flammenden Artikel in *Public Agenda*, der Zeitung des *Integrated Social Development Centre*, wird sogar die zu den Videofilmen arbeitende Ethnologin Birgit Meyer in den lokalen Diskurs einbezogen. Sie wird als Autorität angeführt zur Belegung der Gefahr eines Identitätsverlustes durch den Einfluss ausländischer kultureller Werte:

„According to Birgit Meyer, a researcher, culture is an important aspect of living, therefore, it enjoins each group of people to adhere to a “we” attitude. He [*sic.*] added that this “we” attitude has become a thing of the past, because our culture has been inundated drastically as a result of cultural and media imperialism” (Public Agenda, 17.12. 2004).

Der Artikel versucht somit seine Betonung des Wertes traditioneller Kultur dadurch zu legitimieren, dass er eine europäische Stimme ins Feld führt, die aus einem akademischen Umfeld entstammt, welches vermeintlich das Monopol in Fragen der Kultur ausübt. Die Formulierung derartiger Kritik in den klassischen intellektuellen Foren wie der Qualitätspresse und den kleineren Zeitschriften lässt die meisten Konsumenten der Videos jedoch unerreichbar.

Ghanas Intellektuellen ein besonderer Dorn im Auge ist deshalb auch die obsessive Beschäftigung der Videofilme mit Hexerei und schwarzer Magie. Dies unterstützt ihrer Ansicht nach nicht nur den Aberglauben der einfachen Bevölkerung und ermöglicht den Videofilmproduzenten so, aus den Ängsten ihrer Zuschauer Kapital zu schlagen, sondern verunglimpft vor allem traditionelle Religion als Quell des Bösen. Prof. Kwadjo Asensu Okyere, der Vizekanzler der University of Ghana, oder Martin Loh, der Leiter von NAFTI, werden deshalb nicht müde, dieses negative Bild afrikanischer Tradition öffentlich zu kritisieren. Sie führen es auf die Darstellungskonventionen des Pfingstchristentums zurück, welches mit dem Anspruch antritt „(to) make a complete break with the past“ (Meyer 1998a). Pfingstliche Kirchen assoziieren alle Formen afrikanischer Tradition wie religiöse Vorstellungen, Feste und Rituale mit dem Wirken Satans. Doch war es gerade diese ‚Verteufelung‘, welche überlieferte Glaubensvorstellungen letzten Endes nicht verwirft, sondern bestätigt, die dem Pfingstchristentum half schnell in breiten Bevölkerungsschichten Fuß zu fassen, wie ich im nächsten Abschnitt noch ausführen möchte.

Gemäß pfingstlicher Ideologie kann nur der Gläubige, der sich vom Ballast der Tradition frei macht, in den Genuss von Fortschritt und Entwicklung kommen (vgl. Meyer 1998a: 327). Staatliche Kulturpolitik hingegen sieht für das Erreichen von Fortschritt gerade ein Wissen um die Geschichte und das eigene kulturelle Erbe als Grundvoraussetzung an. Symbolisiert wird dieser Gedanke durch den *Sankofa*-Vogel, der seinen Kopf wendet und in die Richtung blickt, aus der er gekommen ist. Für die staatlichen Kulturinstitutionen dient *Sankofa* immer wieder als leitmotivisch verwendetes Zeichen. Die Webseite der *National Commission on Culture* erklärt seine Bedeutung folgendermaßen:

"We must go back and reclaim our past so we can move forward; so we understand why and how we came to be who we are today."<sup>23</sup>.

Die pfingstchristliche Ideologie ist damit der staatlichen Kulturpolitik diametral entgegengesetzt. Zahlreiche Intellektuelle und Künstler stehen ihr deshalb sehr ablehnend gegenüber. Der schon erwähnte Kwaw Ansah beispielsweise sieht im Pfingstchristentum selbst einen Ausläufer des Kolonialismus:

"I think there was something in Africa before the White man came. He brought his Christian God and created saints for us. He brought us heroes to whom we are not related. Where are our heroes? Where are our icons? If you look around, it is only the Black man's religion which is always considered voodoo and superstition." (Ansah in Pfaff 1995)

Der Konflikt über diese beiden völlig konträren Ansichten vom Wert eines kulturellen Erbes wird von intellektueller Seite oftmals auch unter dem Deckmantel einer Debatte um die Qualität der Videos austragen. Wieder und wieder beklagen Kritiker und professionell ausgebildete Filmschaffende deren mangelnde Produktionsstandards und artikulieren ihre Sorge um das Bild, welches die kruden Okkultismusgeschichten im Ausland vom afrikanischen Kulturschaffen ablieferten. Über mein Interesse an den Videos waren einige meiner Interviewpartner daher irritiert bis verärgert. Seth Ashong-Katai, einer der wenigen professionellen Regisseure, die gelegentlich auch in der Videoindustrie arbeiten, beklagte sich sehr über das große ethnologische Interesse an (wie er es bezeichnete) „folk art“. Dies zeichne seiner Meinung nach ein verzerrtes und verallgemeinertes Bild der

---

<sup>23</sup> [www.ghanaculture.gov.gh](http://www.ghanaculture.gov.gh) (letzter Zugriff am 6.2.2006)

Gesellschaft, da Ghanas reiche Qualitätsfilmproduktion so übersehen werde.<sup>24</sup> Fast vorwurfsvoll verband er dies mit den globalen Machtungleichheiten, die Ghana als Dritte-Welt-Staat daran hindern, große Geldsummen in die Produktion ´ernsthafter` Filme zu stecken, wodurch den Filmemachern eben nichts anderes übrig bliebe als schnell, billig und auf den Massengeschmack abzielend zu produzieren.

Auf die in ihren Augen mangelhafte Qualität der Filme reagierten die professionellen Filmschaffenden daher schon früh mit großem Misstrauen gegenüber der neuen jedermann zugänglichen Videotechnologie. Sie wurde daher lange Zeit nicht als qualitativ akzeptable Alternative zur Zelluloidfilmproduktion angesehen. Kwaw Ansah wirft dem anhaltenden Erfolg der privatwirtschaftlich organisierten Videofilmindustrie gar vor, die weitere Entwicklung der Zelluloidfilmproduktion behindert zu haben (vgl. Ansah in Ayorinde/Barlet 2005). Die Realität sieht jedoch anders aus: Im harten Griff des Strukturanpassungsprogramms war es dem Staat schon in den 1980er Jahren nicht mehr möglich, die immensen Kosten für die Produktion eines Zelluloidfilms aufzubringen. Die daraus resultierende Privatisierung der GFIC durch Verkauf an einen malaysischen Investor war für viele ihrer Mitarbeiter ein Schlag ins Gesicht. Sie fühlten sich vom Staat nunmehr alleine gelassen. Von Anfang an war ihnen klar, dass es mit den neuen Besitzern keine Rückkehr zur Zelluloidfilmproduktion mehr geben würde, da diese einzig an der kommerziell motivierten Produktion von Beiträgen für den neuen privaten Fernsehsender TV3 interessiert waren.<sup>25</sup> Nach einer langen, auch öffentlich geführten, Debatte mussten die GFIC-Mitarbeiter sich dennoch mit dem Verkauf des prestigereichen Staatsunternehmens abfinden. Einige wenige alte GFIC-Regisseure wie Seth Ashong-Katai oder Kofi Yirenskyi haben seither Beschäftigung in der privaten Videoindustrie gefunden, wobei vor allem ersterer oft sehr mit seinen filmästhetisch ungebildeten Produzenten hadert und sich daher bei Auftragsarbeiten nicht selten hinter einem Pseudonym versteckt. Die Anderen haben sich mit der Arbeit fürs Fernsehen abgefunden, ebenso wie der Großteil der aktuellen Abgänger der Filmhochschule NAFTI, wo es noch immer Ressentiments gegen die private Industrie gibt. Auch Kwaw Ansah hat seinen letzten Film *Harvest at 17* auf Video gedreht. Auch wenn er das Medium noch immer als „stopgap measure“ (Ukadike 2003: 129) begreift, wird es auf absehbare Zeit keine Zelluloidfilmproduktion in

---

<sup>24</sup> Seth Ashong Katai, Interview vom 16.9.2004

<sup>25</sup> Kofi Yirenskyi, Interview vom 24.9.2004

Ghana mehr geben. Da die malaysischen Investoren nicht bereit waren, für die Instandhaltung der Filmentwicklungslabors der GFIC sowie der Projektionsgeräte in den GFIC-eigenen Kinos aufzukommen, sind diese mittlerweile nicht mehr in nutzbarem Zustand. Auch der neue Film-Fonds wird daran kaum etwas ändern. Etwaige durch diesen finanzierte Produktionen professioneller Filmemacher werden mit der Videotechnologie vorlieb nehmen und ihren Platz im hart umkämpften Kassettenmarkt finden müssen.

#### **4.2.1. Filmanalyse „Heritage Africa“**

*Heritage Africa*, Kwaw Ansahs zweiter abendfüllender Spielfilm, hat großes internationales Aufsehen erregt und bei mehreren afrikanischen Filmfestivals Preise gewonnen. Der in den frühen 1950er Jahren angesiedelte Film beschreibt Aufstieg und Fall des ersten schwarzen District Commissioners Quincy Arthur Bossomfield. Trotz dem Rassismus, der ihm in Büro seines Gouverneurs immer wieder begegnet, gibt dieser sein Bestes um britische Manieren anzunehmen, geht seiner Arbeit in der Kolonialverwaltung mit europäischer Gründlichkeit nach und dekoriert seine Villa im für die Weißen reservierten Viertel der Stadt mit Bildern der englischen Königsfamilie. Er ist somit das Paradebeispiel für Fanons `kolonisierten Intellektuellen`. Als sich in Ghanas Hauptstadt die Widerstandsbewegung formiert und Streiks angekündigt werden, muss er das System verteidigen, welches seine Landsleute unterdrückt. Dies bringt ihm den Hass der Bevölkerung ein, der sich in zahlreichen Demonstrationen gegen ihn Bahn bricht. Seine Arbeit nimmt Bossomfield schließlich so wichtig, dass er es sogar versäumt, sich um seinen plötzlich an Tetanus erkrankten Sohn zu kümmern. Dieser stirbt, bevor Bossomfield für ihn eine Behandlung in einem britisch geführten Krankenhaus besorgt. Als seine Mutter ihn besuchen will, schämt er sich für sie gegenüber seinen Freunden aus der besseren Gesellschaft und versteckt sie vor diesen, bevor er sie in Empfang nimmt. Als sie ihm ein 500 Jahre altes Erbstück übergibt, welches den Geist der Familie enthält und von deren herausragendsten Mitgliedern von Generation zu Generation weitergegeben wurde, verschenkt er es kurzerhand an den Gouverneur, einen Sammler afrikanischer Kunst. Als seine Mutter dies erfährt, ist sie zutiefst entsetzt. In einer dramatischen Ansprache warnt sie ihn, dass er niemals frei sein kann wenn er das Behältnis nicht zurückerhält. Seine Ahnen würden ihn auf ewig verfolgen.

Schon kurze Zeit später wird Bossomfield tatsächlich von Alpträumen geplagt. Damit setzt langsam ein Umdenken bei ihm ein. Dabei helfen ihm eine Reihe von beschämenden Konfrontationen mit seiner Frau, die ihn nach dem Tod des Sohnes verlassen hat, und dem inhaftierten Revolutionär Akroma, einer kaum verhohlenen Darstellung des jungen Nkrumah. In der Strasse seiner Mutter begegnet er einer Marktfrau, deren Kind an Malaria erkrankt ist. Er bringt dieses sofort in ein europäisches Krankenhaus und setzt seine Karriere aufs Spiel, um dem Kind eine nur Angehörigen der Kolonialverwaltung zustehende Behandlung zukommen zu lassen. Auf diese Weise versucht er, den Tod seines Sohnes symbolisch wieder gut zu machen. Das Kind jedoch stirbt. Nach den Begegnungen mit diesen Figuren, alle auf je verschiedene Weise Opfer des von ihm mitgetragenen Systems, trifft er eine Entscheidung. In einem Gespräch mit dem Gouverneur vertritt er, sehr zu dessen Irritation, die an ihn gerichteten Forderungen der Bevölkerung und plädiert für einen anderen Führungsstil. Sein Sinneswandel kommt jedoch zu spät. In der Nacht dringen einige Männer des antikolonialen Widerstands in sein Haus ein, um ihn aus dem Weg zu schaffen. Dabei zieht er sich eine Schusswunde im Oberschenkel zu, doch kann er gerade noch mit seinem Auto fliehen. Unverzüglich macht er sich auf dem Weg zum Gouverneur. Er bedroht diesen mit einer Waffe um das Familienerbstück zurückzubekommen, muss jedoch erfahren, dass dieses sich schon auf dem Weg nach England befindet. Als die Wachen des Gouverneurs ins Zimmer stürzen, schießt er auf einen von ihnen, wird in der Folge jedoch selbst tödlich getroffen. Im Sterben ereilt ihn eine letzte Vision. Wieder befindet er sich an einem einsamen Strand. Er hat das Erbstück in den Händen und rennt, verfolgt von seinem Vorgesetzten, seiner Mutter entgegen. Im letzten Moment treffen sich ihre Hände, er kann das Behältnis zurückgeben und erlebt so seine Erlösung. Er stirbt mit an seine Mutter gerichteten Worten des Dankes auf den Lippen.

Das große Thema von *Heritage Africa* sind die psychologischen Auswirkungen des Kolonialismus auf das Individuum, dessen Strukturen die Entfremdung der afrikanischen Elite von ihrer eigenen Kultur bewirkt haben. Das Wertesystem der Kolonialherren, welches Bossomfield so perfekt internalisiert hat, lehrt die Überlegenheit europäischer Kultur und Geschichte, europäischer Umgangsformen und der europäischen Religion. Dies wird besonders deutlich, wenn Bossomfields Sohn zu Beginn des Films brutal mit Stockschlägen bestraft wird, nur weil er dem Tanz einer traditionellen Heilerin zuschaut. Auf alles Afrikanische schaut



Bossomfield herab, seine eigene Kultur hat er verdrängt. Sein dadurch herbeigeführter Identitätsverlust ist fast grenzenlos: In der Schule hat er seinen eigentlichen Namen, Kwesi Atta Bosomefie, ins Englische übertragen. Mit dem Verschenken des Familienerbstücks kappt er das symbolische Band, das ihn mit der langen Reihe seiner Vorfahren, und damit seiner eigenen heroischen Vergangenheit, verbindet. Damit begeht er einen kaum wieder gutzumachenden Verrat an seiner Mutter und damit auch an 'Mother Africa', die diese repräsentiert. Sie verkörpert Stolz in die eigene Kultur ebenso, wie eine Offenheit für Veränderung (vgl. Meyer, 1999a: 102): Obwohl selbst Analphabetin und die einzige Person im Film, die nicht Englisch spricht, war es sie, die ihrem Sohn eine formelle Schulbildung und damit seine spätere Karriere erst ermöglicht hat.

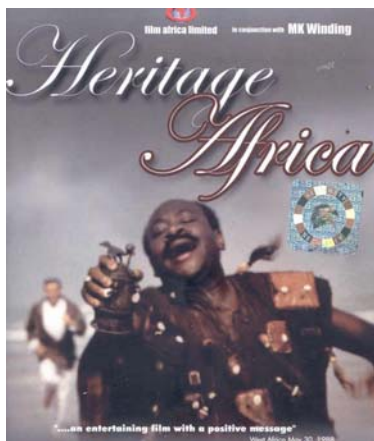


Abb.4: Das Filmplakat von *Heritage Africa*, Kwaw Ansah 1988

Kwaw Ansah hat wieder und wieder betont, dass sein künstlerisches Projekt eines der Revitalisierung afrikanischer Kultur ist. Er möchte seinen Landsleuten ein Gefühl für den Wert traditioneller Kultur nahe bringen und ihnen Stolz auf das eigene kulturelle Erbe vermitteln. Für ihn leiden viele Afrikaner an einem Minderwertigkeitskomplex, der dazu führt, dass sie nur importierte westliche Wertvorstellungen, Verhaltensweisen und Waren zu schätzen wüssten. Er sieht diese somit als Opfer eines Kulturimperialismus, der sie zu bloßen Konsumenten fremder kultureller Einflüsse verdammt.<sup>26</sup> Obwohl *Heritage Africa* in der Vergangenheit angesiedelt ist, will er also doch über aktuelle soziale Probleme sprechen. Getreu der Symbolik des Sankofa schaut Ansah jedoch zurück in die Geschichte des Kolonialismus, um zu verstehen, worin die von ihm konstatierte Entfremdung ihre Wurzeln hat. Wenn Bossomfield am Ende des Films im Büro des Gouverneurs stirbt,

<sup>26</sup> Kwaw Ansah, Interview vom 21.8.1999. Das Interview wurde geführt von Katharina Schramm, die mir freundlicherweise eine Transkription zur Verfügung stellte.

dann tut er dies als ein Mann, der zu seinem kulturellen Erbe zurückgefunden hat und schließlich das Kolonialsystem zurückweisen kann.

Obwohl der Film eine so kraftvolle Darstellung afrikanischer Subjektivität darstellt, entwirft er sein Bild von Tradition jedoch nie aus einer wirklich lokalen Perspektive. Ethnizität etwa erscheint nie als Wurzel der Identität seiner Protagonisten, diese ist vielmehr durch und durch panafrikanistisch geprägt und umschließt somit den ganzen Kontinent als eine kulturelle Einheit. Damit folgt Anahg ganz der Kulturpolitik des Staates. Dessen integrativer Diskurs verunglimpft alle Artikulation ethnischer Identität als `Tribalismus` und will stattdessen ein Gemeinschaftsgefühl zwischen den verschiedenen von ihm umschlossenen ethnischen Gruppen vermitteln. Die positive Thematisierung afrikanischer Tradition in den Staatsmedien, sowie in den Werken der diesen nahe stehenden Intellektuellen, dient somit vor allem dem Ziel einer Identifikation mit dem Nationalstaat. Nicht zuletzt durch Museen, Denkmäler, offizielle Zeremonien und Festivals wie das PANAFEST inszeniert dieser sich als legitimen Abkömmling wie als Bewahrer des kulturellen Erbes der Bürger, die er in sich vereinigt.

#### **4.3. Die Position der Pfingstkirchen**

Wie in vielen anderen Teilen Afrikas auch, hat das Pfingstchristentum in Ghana seit den 1980er Jahren einen kometenhaften Aufstieg erlebt. Sein Erfolg fällt damit in eine Zeit wirtschaftlichen Verfalls, in der der öffentliche Sektor und staatliche Sicherungsmaßnahmen im Rahmen der ökonomischen Liberalisierung stark zusammenschrumpften. Für den damit einhergehenden sozialen Wandel und die Schwächung traditioneller Familienstrukturen bieten pfingstliche Kirchen eine Alternative, die auf zahllose Menschen im postkolonialen Afrika äußerst anziehend wirkt. Die pfingstchristliche Ideologie verspricht ihren Anhängern Zugang zu Wohlstand, der Gottes Belohnung an den wahren Gläubigen darstellt. Im Gegensatz zu der von Weber beschriebenen protestantischen Wirtschaftsethik gilt den Pfingstlern Reichtum als eine göttliche Gabe, die gerne öffentlich zur Schau getragen und konsumiert wird. So entstehen Ikonen des Erfolgs, wie der elegant gekleidete Prediger im nagelneuen Mercedes, die sich im öffentlichen Bewusstsein und damit in der populären Kultur verankern (vgl. Meyer 2001b: 45). Meyer, Smith, Marshall-

Fratani und andere haben darauf hingewiesen, wie pfingstliche Kirchen ihren Mitgliedern die Möglichkeit bieten, politischen Ausschluss und frustrierte Erwartungen an die neue ökonomische Ordnung zu verhandeln. Ihre moralischen Leitlinien, die das Individuum und die Kleinfamilie in den Vordergrund stellen, bieten so einen Ausweg gerade für die Angehörigen einer aufstrebenden Mittelschicht, deren individuelle Wünsche und Ambitionen vielfach mit den sich aus einem weit verzweigten Verwandtschaftsnetz ergebenden Verpflichtungen kollidieren (vgl. Meyer 1995: 248). Die Kirchen versorgen den Gläubigen hingegen mit neuen nichtfamiliären Kontakten, weshalb gerade junge Ghanaer in der Mitgliedschaft in einer Kirche die Chance für einen sozialen Aufstieg in der neuen Wirtschaftsordnung sehen<sup>27</sup>. Marshall-Fratani (1998) spricht vom Pfingstchristentum daher als einem „modernist project“.<sup>28</sup>

Ein weiterer Grund für die große gesellschaftliche Breitenwirkung der Pfingstkirchen entstammt deren schon früh unter Beweis gestellter Fähigkeit, populäre metaphysische Vorstellungen in ein christliches Weltbild zu überführen. Anders als im europäischen Christentum ist dieses geprägt von dem andauernden Kampf zwischen den Kräften des Guten und des Bösen, zwischen Gott und Satan, welcher die Menschen jederzeit in Versuchung führen und vom rechten Weg abbringen will. Der unbedingte Glaube an Gott bringt dem Gläubigen in der pfingstlerischen Vorstellung jedoch Schutz und Erlösung vor den mannigfachen und überall lauenden Gefahren, die vom Teufel und seinen Schergen ausgehen. Dieser manichäische Dualismus, der die Ideologie afrikanischer Pfingstkirchen in so starkem Maße prägt, lässt sich auf die Tätigkeit der frühen Missionare zurückführen. Birgit Meyer (1999b) hat gezeigt, dass diese nicht versuchten, den in der Bevölkerung fest verankerten Glauben an Hexen und Geister zu bekämpfen. Übernatürliche Wesenheiten und die mit ihnen befassten rituellen Experten der traditionellen Religion wurden stattdessen ihrer Ambivalenz beraubt und als Agenten

---

<sup>27</sup> Die Idee einer Konversion zum Christentum als Schlüssel zu wirtschaftlichem Erfolg ist keineswegs neu. Birgit Meyer (1998b) hat gezeigt, wie schon während der Kolonialzeit trotz der antimaterialistischen Lehre der Missionskirchen die Annahme des christlichen Glaubens für viele Ghanaer die Voraussetzung für den Zugang zu westlichen Waren und gut bezahlten Jobs in der Kolonialverwaltung darstellte.

<sup>28</sup> Auch hier erscheint mir die Verwendung des Begriffs der Moderne als Universalmetapher problematisch. Zwar passt sich die Fortschrittsideologie des Pfingstchristentums tatsächlich sehr der neuen ökonomischen Situation an und spielt der öffentliche Konsum neuer technischer Güter in diesem eine große Rolle, doch findet der Begriff der Moderne als Schlagwort hierfür im lokalen Diskurs keine Verwendung. Ich halte es daher für sinnvoller, mich konkret mit den wirtschaftlichen und technologischen Entwicklungen zu beschäftigen, mit denen das Pfingstchristentum Verbindungen eingeht, anstatt diese unter einen solch holzschnittartigen Oberbegriff zu pressen.

des Teufels stilisiert. Die alten metaphysischen Vorstellungen der Bevölkerung wurden so einerseits bestätigt, andererseits grenzten die Kirchen sich so rigoros von der Vergangenheit ab. Hieraus leitet sich eine Fortschrittsideologie mit betont internationaler Ausrichtung ab (viele der Kirchen führen ein 'global' oder 'international' in ihrem Namen und haben Ableger oder pflegen Verbindungen zu Partnerkirchen in anderen afrikanischen Staaten sowie den USA). Die von staatlicher Seite propagierte Wertschätzung eines kulturellen Erbes als identitätsstiftende Basis für nationale Einheit wird damit von ihnen ins glatte Gegenteil verkehrt. In zahlreichen pfingstchristlichen Erzählungen ist es die Verbindung zu lokaler Tradition, über die der Teufel Einfluss auf das Leben normaler Menschen nehmen kann. Gerade bei Fällen von Besessenheit forschen kirchliche Teufelsaustreiber deshalb in der Vergangenheit ihres Klienten. Viele Kirchen haben dazu sogar einen Fragebogen entwickelt, der unter anderem abfragt, ob dieser oder einer seiner Familienmitglieder über einen Familienschrein verfüge, mit Ziernarben geschmückt sei oder je einen traditionellen Heiler konsultiert habe. Tradition erscheint somit als Trauma des Gläubigen, welches überwunden werden muss. Birgit Meyer (1998a: 317f.) hat darauf hingewiesen, wie sehr dabei die Metapher der Zeit genutzt wird, um den pfingstlerischen Fortschrittsglauben abzuheben von der als rückständig und den Menschen in Ketten legend imaginierten lokalen Tradition. Die Konversion zum Pfingstchristentum wird damit zur Basis für eine neue Identität. Sie wird dementsprechend als Wiedergeburt (die Gläubigen bezeichnen sich selbst als 'born again'), Erneuerung und Befreiung beschrieben.

Ihre Fähigkeit zur Assimilation populärer Vorstellungen haben die Kirchen bis heute als eines ihrer Erfolgsrezepte beibehalten. Besonders die mit den ökonomischen Verwerfungen der 1980er Jahre einhergehenden Geschichten von magisch erworbenem Reichtum wurden von zahlreichen pfingstkirchlichen Pastoren aufgenommen: Sie predigten gegen den Erwerb von satanischem Vermögen und die generelle Korruption des Staates, welcher einer christlichen Erneuerung bedarf. Damit bietet das Pfingstchristentum auch eine anziehende Kritik an gesellschaftlicher Ungerechtigkeit. Wenn das Ungleichgewicht von Reichtum und Macht allgemein mit dem Übernatürlichen erklärt wird, so stilisiert sich das Pfingstchristentum als in der Lage, die okkulten Mächte wirksam zu bekämpfen. Nur die Kirchen können damit einen sicheren und moralisch legitimen Zugang zu Wohlstand anbieten.

Pfingstchristliche Kirchen verstehen es also, populäre Kultur geschickt im Sinne ihrer eigenen Ideologie zu nutzen. Eine große Öffentlichkeit erreichen sie dabei, da sie analog zur eigenen Fortschrittsideologie großes Geschick in der Aufnahme neuer Massenmedien gezeigt haben. Nach deren Demokratisierung und Liberalisierung waren sie es, die das vom Staat hinterlassene Vakuum gefüllt haben. Sie werben im öffentlichen Raum mit Postern und verbreiten ihre Botschaft multimedial in Fernsehen, Radio und im Internet. Gleich nach der Deregulierung des Marktes haben zahlreiche Kirchen damit angefangen, sich Sendeplätze bei den neuen privaten Radio- und Fernsehsendern zu kaufen. Ihre Sendungen, in denen sich Predigten mit Gospelmusik abwechseln, sind mittlerweile so beliebt, dass kaum noch ein privates Medienunternehmen ohne religiöse Programme auskommt (vgl. Hackett 1998: 210). Einige Kirchen sind mittlerweile gar selbst zu wahren Medienimperien aufgestiegen. Sie verfügen über ihr eigenes Kameraequipment, eigene Schnittstudios und teilweise sogar ganze Radiosender. Die sonntäglichen Predigten berühmter Pastoren werden auf Audio- und Videokassetten aufgezeichnet und sind somit käuflich zu erwerben. Besonders in der Videotechnologie haben zahllose Pastoren das passende Medium gefunden um ihre Gläubigen anzusprechen. Über riesige Videoleinwände in den Kirchen oder durch Fernsehshows vermittelt, verstärkt die Großaufnahme des Gesichts eines Predigers dessen Charisma, seine Gabe Autorität auszustrahlen, zu überzeugen und zu verzaubern. (De Witte 2003: 174). Viele Pastoren behaupten diese intensive Mediennutzung dabei als ihre religiöse Pflicht. Rev. Robert Ampiah Kofi, dessen Kirche *Global Revival Ministries* mit *Moments of Destiny* über eine eigene TV-Show bei dem Privatsender TV3 verfügt, welche auch auf Videokassetten ausgewertet wird, beschrieb mir den Medienkreuzzug seiner Kirche als Gottesmission. Gott habe ihn im Traum dazu aufgefordert, das Fernsehen nicht den Mächten des Satans zu überlassen (womit er vor allem ´moralisch zersetzende` amerikanische Spielfilme meinte)<sup>29</sup>.

Das Pfingstchristentum in Westafrika und die Videotechnologie sind dabei, wie Ukah betont, gar in ihrer Genese miteinander verbunden: Videobänder von amerikanischen ´Televangelismus`-Predigern wurden zur Ausbildung junger Pastoren genutzt und zirkulierten in pfingstlerischen Kreisen zur Verbreitung spiritueller Ideen und religiöser Botschaften. Viele Westafrikaner konsumierten Video also erstmals im Kontext einer Kirchenversammlung. Die Predigtkassetten

---

<sup>29</sup> Rev. Robert Ampiah Kofi, Interview vom 22.8.2004

wurden so schnell zu Trägern göttlichen Segens, zur religiösen Autorität, wie zu „points of contact` with the divine“ (Ukah 2003: 211). Während sie als Massenmedium halfen, den pfingstlerischen Glauben zu verbreiten, schufen sie gleichzeitig für viele Gläubige den Anreiz zur Anschaffung eines Videorekorders, kreierten also einen religiösen Impetus für Konsum, von dem die aktuellen Videofilme dank der nun flächendeckenden Verbreitung der Geräte heute noch profitieren.

Die neue Medienmacht der Kirchen, sowie deren transnationale Ausrichtung, stellt zweifellos eine Gefahr dar für die Autonomie des säkularen Nationalstaats. Großkirchen wie Rev. Mensa Otabil's *International Central Gospel Centre* übernehmen mittlerweile zahlreiche ehemalige Aufgaben des Staates. Das *ICGC* betreibt beispielsweise Ghanas erste private Universität, eine Hilfsorganisation für Bedürftige und sogar mehrere christliche Handelsmessen. Vor allem letzteres macht deutlich, welch wichtiger Wirtschaftsfaktor die Kirchen geworden sind und wie sehr auch Konsumgüter heute in einem christlichen Rahmen produziert und konsumiert werden. Seit den 1990er Jahren nutzen die Pfingstkirchen ihre wachsende Macht, um auch Einfluss auf die politische Sphäre zu nehmen. In einem Diskurs über die (Il)legitimität von Macht beschworen zahlreiche Prediger in den Wahlkämpfen von 1996 und 2000 die Notwendigkeit einer christlichen Erneuerung des Staates durch einen gottesgläubigen Präsidenten. Wenn auch keiner der Kandidaten der beiden großen Parteien sich offen zu einer pfingstlichen Kirche bekannte, so hatte dies trotzdem einen Einfluss auf den Wahlkampf. Birgit Meyer (2004: 97) hat gezeigt, wie Regierung und Opposition beide auf ihre Weise Politik als einen Kampfplatz zwischen den Kräften Gottes und des Satans stilisierten. Rawlings selbst, aber auch zahlreiche andere Politiker, waren sich dabei über den enormen Einfluss der Kirchen bewusst und bemühten sich deshalb sehr um die öffentliche Unterstützung durch bekannte Pastoren.

Zusätzlich zu ihren sonstigen Medienaktivitäten sind einige `Mega-Churches` in Nigeria bereits aktiv in die Videofilmbranche eingestiegen. Kirchen wie *Mount Zion Faith Ministries* oder Helen Ukpabios *Liberty Foundation Gospel Ministries* stellen eigene Filme her, die sie neben dem regulären Kassettenverkauf auch auf so genannten `Screen Crusades` zeigen, bei denen Kirchenmitglieder mit einem Projektor und großer Leinwand in kleine Dörfer oder auf den Universitätscampus fahren,

öffentliche Filmvorführungen veranstalten und dabei aktiv Mitglieder anwerben. Diese geschickte Nutzung populärer Ausdrucksformen ist mittlerweile eines der wichtigsten Mittel für die Evangelisierung geworden, da sich über die Unterhaltungsbranche auch zahllose noch nicht Bekehrte ansprechen lassen. Die Aufführungen sind so gestaltet, dass Zuschauer, die ihre eigenen spirituellen Probleme in der Filmhandlung wieder zu erkennen glauben, sich im Anschluss direkt an einen Prediger der Kirche wenden können. Das Erfolgsgeheimnis der Missionierung mithilfe von Videofilmen besteht neben der spektakulären Visualisierung göttlicher Kräfte, auf die ich noch zu sprechen kommen werde, auch darin, dass sie abstrakte religiöse Doktrin in konkrete lebensnahe Situationen übersetzen, mit denen die Zuschauer sich gut identifizieren können. Die Filme dieser Kirchen, die immer stärker an multinationale Konzerne erinnern, sind durch deren zahlreiche Zweigstellen auch in Ghana sehr bekannt und erfolgreich. Mehr und mehr beginnen deshalb auch ghanaische Kirchen, sich für das Geschäft mit den Videos zu interessieren. Während meines Aufenthalts in Ghana war das *Pentecost International Worship Centre* gerade dabei, mit *Challenges* die erste kirchlich finanzierte Videoproduktion des Landes fertig zu stellen. Die Kirchenleitung sah dieses christliche Familiendrama dabei jedoch keinesfalls nur als Investition in die Missionierung, sondern erhoffte sich von der Produktion durchaus auch einen direkten finanziellen Reinerlös. Überhaupt war ich erstaunt von dem Pragmatismus, mit dem die Produktion angegangen wurde, war doch beispielsweise ein muslimischer Regisseur verpflichtet worden.

Wenn auch die Eigenproduktion der Pfingstkirchen in Ghana noch an ihrem Beginn steht, so hat die pfingstchristliche Ideologie dennoch einen enormen Einfluss auf die Videofilme privater Produzenten ausgeübt. Pfingstkirchliche Positionen erfahren mittlerweile eine starke Repräsentation in allen populären Künsten, nicht zuletzt deshalb, weil die Kirchen in vielen Bereichen Infrastrukturen bereitstellen, aus denen der Staat sich zurückgezogen hat. Viele Kirchen unterhalten etwa Aufnahmestudios und bieten während den Gottesdiensten Raum für Auftritte von Musikern, wovon zahlreiche säkulare Künstler sich angezogen fühlen und deshalb von Highlife zu Gospelmusik wechseln (vgl. Meyer 2004: 96). Umgekehrt ist die öffentliche Präsenz der Kirchen gerade auch wegen ihrer geschickten Nutzung der Massenmedien derartig massiv, dass populäre Künstler, die christliche Themen und Moralvorstellungen in ihre Arbeit integrieren, mit dem Zuspruch eines breiten

Publikums rechnen dürfen. Die Verwendung christlicher Ausdrucksformen ist somit zum gesellschaftlichen Mainstream geworden. Zahlreiche Filmmacher erzählen ihre Geschichten daher entsprechend den christlichen Darstellungskonventionen. Ihre Filme handeln meist von okkulten Mächten, die das familiäre Glück einiger rechtschaffener Menschen bedrohen, und von pfingstchristlichen Pastoren, die (oft von echten Predigern gespielt) diese Mächte im letzten Moment mit Gottes Hilfe stoppen. Den antagonistischen Kampf zwischen Gott und Satan inszenieren sie dabei meist mithilfe beeindruckender Spezialeffekte, die das göttliche Wirken visualisieren und für das Publikum großen Schauwert besitzen. Auf diese Weise ist eine pfingstchristliche Populärkultur entstanden, die zum dominanten kulturellen Stil geworden ist und auf deren Konventionen nun auch säkulare Kulturproduzenten zurückgreifen müssen, wenn sie nicht vom Massenmarkt ausgeschlossen sein wollen. Bob Smith Jr. etwa, einer der Hauptinformanten meiner Forschung, repräsentiert in seinen Filmen pfingstlerische Positionen, obwohl er selbst Katholik ist und sich in zahlreichen Gesprächen mit mir sehr kritisch der pfingstchristlichen Ideologie gegenüber geäußert hat.<sup>30</sup> Hierdurch wird deutlich, in welchem Teufelskreis Ghanas säkulare Kulturproduzenten sich mittlerweile befinden: Um finanziell erfolgreich zu sein übernehmen sie die dominante pfingstlerische Rhetorik, womit sie wiederum selbst dazu beihelfen diese zu verstärken und weiter zu tragen. Religion wird auf diese Weise mehr und mehr zu Entertainment, wobei Stil und Darstellungskonventionen letztlich wichtiger werden als transportierte Inhalte. Die vielfältigen Implikationen, die diese Entwicklung zur Folge hat, möchte ich im nächsten Kapitel analysieren.

#### **4.3.1. Filmanalyse 'Babina I-III'**

Im Folgenden sollen die Filme der populären Videoreihe *Babina* einer eingehenden Analyse unterzogen werden. Dabei möchte ich zeigen, wie sehr die pfingstchristliche Imagination auch auf die bildliche Rhetorik eines Großteils der ghanaischen Videofilme Einfluss genommen hat. Die drei *Babina*-Filme, 2000, 2003 und 2004 veröffentlicht, erzählen allesamt vom Wirken einer Dämonin, die auszieht um das Glück einfacher Leute zu zerstören. Dabei sucht sie gezielt nach Menschen, deren Füße nicht allzu fest auf dem Pfad Gottes verhaftet sind. Diese potentiellen Sünder

---

<sup>30</sup> Bob Smith Jr., Interview vom 11.8.2004



sind es, die Babina mit ihrer schwarzen Magie leicht verführen kann. Im ersten Teil übt sie ihren dunklen Einfluss auf Sackey aus, einen mittelständischen Geschäftsmann, gespielt von Superstar Emanuel Armah. Sackeys Frau Mabel hat in zehn Ehejahren noch immer keinen männlichen Nachwuchs gezeugt. Eine Tatsache, die ihrer Schwiegermutter Ayorko große Sorgen bereitet. Diese ist nämlich eine Anbeterin der Göttin Ashira und konsultiert regelmäßig einen Fetischpriester in ihrem Heimatdorf, um sich bei den kleinen und großen Problemen des Alltags magischer Unterstützung zu versichern. Für diese Hilfe jedoch ist es nun an der Zeit zu bezahlen. Der Fetischpriester erklärt Ayorko, dass sie dringend einen Enkel benötige, um ihn der Göttin zu Opfern. In dieser Situation taucht Babina auf. Mit einem Zauber macht sie Sackey in sich verliebt. Dieser beginnt eine Affäre mit der schönen Frau und wird dabei bestärkt und gedeckt von seiner Mutter, die sich von der neuen Freundin endlich den ersehnten Nachkommen erhofft. Eines Tages jedoch erwischt Mabel die beiden in flagranti. Da Babina aber bereits schwanger ist, wirft Sackey seine Frau kurzerhand aus dem Haus und Babina nimmt ihren Platz ein. Acht Jahre später: Babina hat sich mittlerweile häuslich bei Sackey eingerichtet, macht im Haushalt jedoch keinen Finger krumm. Ihr Sohn Quaye hingegen ist zu einem richtigen Satansbraten geworden, der den Vater und die ganze Nachbarschaft terrorisiert. Verzweifelt wendet Sackey sich darauf an seinen Pastor, der einen schlimmen Verdacht hegt. Mittlerweile hat Ayorko erfahren, dass sie Quaye nicht opfern kann, da dessen Mutter selbst ein Geschöpf Ashiras ist. Auch sie wendet sich nun an den Pastor und gesteht ihr ganzes Tun. In diesem Moment erscheint Babina mit Quaye. Dieser tötet mit magischen Blitzen seine Großmutter, die ihn mit ins Dorf nehmen und opfern wollte. Zwischen Babina und dem Pastor kommt es zum spirituellen Kampf. Die göttliche Kraft des Pastors ist Babinas Macht jedoch überlegen. Er schafft es, sie zu zerstören und das Böse aus Quaye auszutreiben.

In Teil zwei kehrt Babina zur Erde zurück um Rache zu nehmen. Sie lauert Sackey am Strand auf und lässt ihn durch einen magischen Zwang ins Wasser gehen. Sackey wird jedoch von Norley gerettet, die ihn zufällig vom Strand aus beobachtet hat. Die hübsche junge Frau wird so zu Sackeys neuer Freundin, und beide beschließen bald zu heiraten. Der Unfall hat Sackey jedoch impotent gemacht, was das junge Glück trübt. Babina schleicht sich wiederum in Gestalt von Mina, Norleys Freundin, in die Beziehung ein. Sie rät dieser, auf magische Weise Hilfe zu suchen und führt sie zu einem Ashira-Schrein, wo beide dieser ein Opfer darbringen. Ashira verspricht ihr

einen Zauber, der es Sackey wieder erlaubt seinen ehelichen Pflichten nachzukommen. Dafür muss Norley jedoch den Samen von zwei Männern besorgen, wobei einer von diesen mit Sackey verwandt sein muss. Dies gelingt ihr als Prostituierte verkleidet, sowie mit einem auf Sackeys Bruder gewirkten Liebeszauber. Sackey nützt seine neue Potenz jedoch hauptsächlich, um ständig anderen Frauen nachzusteigen. So beginnt er eine Affäre mit Mina, die in Wirklichkeit ja Babina ist. Als Norley dies bemerkt, erpresst Mina/Babina sie, da sie um Norleys dunkles Geheimnis weiß. Norley entschließt sich jedoch trotzdem, dem Pastor ihre Taten zu gestehen. Dieser vermutet sofort, dass Babina wieder am Werk ist. Als Babina schließlich auftaucht, um ihren Sohn endgültig zu sich zurückzuholen, kommt es abermals zum Kampf, bei dem Babina wiederum unterliegt.

Zu Beginn von *Babina III – Verdicts of Ashira* fordert Ashira Babina auf, neue Sünder zu suchen, die sie korrumpieren kann. Sie wird fündig bei einem reichen Geschäftsmann, der sein Geld nutzt um junge Frauen für sich zu gewinnen (solche Männer werden gemeinhin als 'Sugardaddy' bezeichnet), sowie bei einer geizigen Frau, die sich weigert ihre Kinder und das Geschäft ihres Mannes finanziell zu unterstützen. Diese Figuren führt Babina nun in ständig wechselnden Gestalten in Versuchung, bietet ihnen Sex und (magisches) Geld und treibt beide so immer tiefer in ein Netz aus Abhängigkeiten. Auch hier kann erst der Pastor, der von dem Mann der Frau gerufen wird, Babinas finsternem Treiben Einhalt gebieten. Bevor dieser sie endgültig mit Gottes Macht vertreiben kann, warnt Babina ihn (und damit auch den Zuschauer) noch einmal, dass sie nur Einfluss über Menschen gewinnen kann, die nicht fest genug an Gott glauben.

Die Filme zeigen ihre Hauptfiguren als ständig bedroht von den Mächten der Finsternis. Die Welt erscheint in ihnen voller Verführungen: Die Schergen des Teufels verlocken den Menschen mit Versprechungen von Reichtum, Macht und Sex, denen es ein Leichtes ist zu erliegen. Nur der unbedingte Glaube an Gott und das Abschwören aller Verbindungen zu den dunklen Mächten, welche allesamt der afrikanischen Geisterwelt angehören, befreit die Figuren aus diesem Netz an Begierden. Die christlichen Subjekte, die die Videos so imaginieren, sollen dem Zuschauer als Warnung dienen: Sie sind reuige Sünder, die am eigenen Leib erfahren mussten, dass wahrer Reichtum nur von Gott kommen kann. Der Einfluss des Teufels

lauert überall, und einzig die Hingabe an Gott kann vor ihm schützen. Das Bild von traditioneller Religion, welches die Filme hierbei inszenieren, steht wiederum in einer langen Tradition christlicher Vorstellungen (Behrend 2005). So erscheint der Fetischpriester, den Sackeys Mutter im Dorf zu besuchen pflegt, als nackter, mit Knochen und Tierfellen behängter Wilder, der seine primitiven Rituale mit archaischen Instrumenten wie einer Rassel vollzieht. Als Soundtrack ertönt dazu monotone Trommelmusik. Der Geist, mit dem er in Ashiras Reich reisen kann, erinnert hingegen frappierend an einen Dschinn aus alten Hollywood-Abenteuerfilmen. Hier zeigt sich, dass ghanaische Filmemacher dezidiert nicht versuchen, Gestalten und Glaubensinhalte traditioneller Religion realistisch abzubilden. Um diese als Quell des Bösen darstellen zu können, greifen sie vielmehr tief in den exotisierenden Bilderschatz des Kolonialismus, den zu bekämpfen Nkrumahs Kulturpolitik und von dieser inspirierte Filmemacher wie etwa Kwaw Ansa angetreten waren. Sie bedienen damit die Vorstellungen der einfachen urbanen Bevölkerung, die die Entfremdungsgefühle der Intellektuellen nicht teilt und Tradition nicht als verloren oder bedroht, sondern vielmehr (in Form der gefürchteten Hexerei und der bösen Geister) als bedrohlich lebendig empfindet. Gerade in den neuen Produktionen von *Miracle Films* zeigt sich hierbei eine interessante Veränderung, auf die der Auftritt des Dschinns im ersten Teil von *Babina* bereits verweist: Besuchen die Filmbösewichter auf der Suche nach Beistand für ihre Missetaten einen Experten für schwarze Magie, so ist dieser nicht mehr mit Bastrock und Knochen als Vertreter traditioneller Religion gekennzeichnet, sondern als Bart und Turban tragender islamischer Mystiker. Das negative Andere des Christentums, welches die Videos beständig erschaffen, greift somit auch auf die Anhänger anderer Religionen über, welche allesamt als Agenten des Teufels imaginiert werden.

Diesen pfingstchristlichen Antagonismus zwischen Gott und Satan greift *Babina* auf gestalterischer Ebene auch im metaphorischen Gegensatz zwischen hell und dunkel auf. Das Wirken des Pfarrers wird so stets in hell ausgeleuchteten Szenen präsentiert, die Welt Ashiras, der auch Babina entstammt, hingegen ist ein nachtschwarzes Schattenreich. In einer Rhetorik der Offenbarung bringt der Film beständig Licht ins Dunkel der Machenschaften der teuflischen Agenten. Der Zuschauer wird so Zeuge von Babinas mächtigen Zaubern und Gestaltwechseln, die den Filmfiguren verborgen bleiben. Er ist so in der privilegierten Position immer mehr zu wissen als

die Protagonisten des Films. Der Blick der Kamera dringt vor und verschafft Zutritt zu verborgenen Räumen und Welten, die dem nackten Auge sonst verschlossen bleiben. Er gewährt sogar einen spektakulären Einblick in Ashiras Höllenreich und macht das Publikum zum Augenzeugen, wenn Ashira und Babina ihre finsternen Pläne schmieden. Die Kamera wird so zum „Auge Gottes“, welches den Zuschauer mit einer Art von „Super-Vision“ ausstattet, einer allwissenden göttlichen Perspektive auf das Geschehen (Meyer 2003a: 219f.). Sie entlarvt und demaskiert okkulte Mächte, indem sie sie auf dem Bildschirm der Sichtbarkeit preisgibt.

Dieser Gestus von Sehen und Enthüllen zeichnet die Repräsentationsformen des Pfingstchristentums in starkem Maße aus. Eine zentrale Rolle in dessen religiöser Praxis nimmt die öffentliche Bekenntnis persönlicher Kontakte mit den Kräften Satans ein: In zahllosen Gottesdiensten beichten Gläubige ihre unbewusste aber auch ihre willentliche Verstrickung mit dem Bösen, gestehen teuflische Pakte und Besuche im Reich der Finsternis. Aus dieser Verstrickung konnten die Geständigen letztlich dank Gottes Hilfe entkommen: Sie selbst sehen sich somit nur als Opfer des Teufels und geben ihre Erlebnisse nun als Warnung an ihre Zuhörer weiter. Ihr Status als Augenzeugenberichte verleiht diesen Erzählungen aus dem Reich Satans eine extrem hohe Glaubwürdigkeit, gestehen hier doch Menschen freiwillig Dinge, derer niemand öffentlich beschuldigt werden möchte. Sie offenbaren so die sonst nicht sichtbare Realität der Mächte der Dunkelheit und präsentieren die Pfingstkirchen als einzigartige Träger reinen Wissens über diese Welt (vgl. Meyer 1995: 244). Eine derartige Bekenntnisstruktur setzen auch zahlreiche Videofilme gezielt als narratives Muster ein. In den *Babina*-Filmen sind große Teile der Handlung jeweils in Rückblenden erzählt, die immer dann einsetzen, wenn eine Figur beim Pastor die Beichte ablegt. Das Bild wird dann durch eine Trickblende zu einer Art Wahrsagerkugel, die dem Zuschauer alle zuvor verborgenen Vorgänge enthüllt.

Alle Zuschauer, mit denen ich die Filme gesehen hatte, betonten auf meine Nachfrage, dass sie besonders die moralischen Lehren schätzten, die diese vermittelten. *Babina* zeige deutlich die Gefahren, die auch im Alltagsleben vom Teufel und seinen Schergen ausgehen. Vor allem Zuschauerinnen fühlten sich sehr von der konsequent weiblichen Perspektive angesprochen. Besonders die auf einen männlichen Nachkommen drängende Schwiegermutter war für viele ein bekanntes

Problem. Eine Zuschauerin sagte mir gar, dass ich hier ja sehen könne, warum manche Schwiegermütter so sehnsüchtig auf einen Enkel warteten. Hinsichtlich der Darstellung okkultur Kräfte wurden die *Babina*-Filme also eindeutig als aufklärerisch eingeschätzt. Zahlreiche Videofilme beginnen mittlerweile sogar mit einer Einblendung, die besagt, dass die Filmhandlung auf einer wahren Begebenheit beruhe. Die visuelle Rhetorik der Videos unterstützt diesen Eindruck, indem in ihnen Sichtbarkeit mit Wahrheit gekoppelt wird. Sie ermöglichen dem Betrachter einen enthüllenden Blick auf die übernatürlichen göttlichen wie teuflischen Mächte, die das Alltagsleben, das Glück und das Leiden der Menschen steuern. Konnten traditionelle religiöse Experten wie Hexen oder Heiler Magie und okkulte Kräfte nur in ihren Effekten vor Augen führen, so erhalten diese in den Videofilmen mit Hilfe von Spezialeffekten erstmals eine visuelle Evidenz. Die Ikonographie dieser Special Effects speist sich, wie Heike Behrend (2005) gezeigt hat, aus dem Rückgriff auf eine „Theologie der Elektrizität“. Göttliches Wirken ist in *Babina* visualisiert mit Hilfe von Blitzen, Strahlen und Auren. Im spirituellen Endkampf zwischen dem Pastor und Babina wird gar dessen Bibel zu einer strahlenden Rakete, die, aufgeladen mit göttlicher Macht, Babina letztendlich vernichten kann. Die Videos werden so zu Vermittlern einer neuen, einer christlichen Art des Sehens.



Abb.5: Videostandbild aus *Babina II*. Der Pastor bezwingt die Dämonin mit seiner göttlichen Macht.

Die Videofilme umgeben sich damit mit einem Nimbus der Offenbarung, der diesen eine religiöse Dimension verleiht, die mit der Selbstdarstellung zahlreicher ihrer Macher korrespondiert. Diese haben nämlich bemerkt, dass sie selbst den

pfungstchristlichen Pastoren nicht unähnlich sind. Birgit Meyer hat gezeigt, dass viele Filmproduzenten sich daher als Vermittler göttlicher Botschaften definieren. Anstatt ihrer eigenen Autorschaft behaupten sie, die Filmhandlungen als Traum empfangen zu haben und sie nun auf Video nur für die Allgemeinheit zu kommunizieren. Sie positionieren sich so an der Schnittstelle zwischen Unterhaltungsindustrie und religiösem Prophetentum. Ihre Filme erhalten den Status von Visionen, die das Medium Video und den Filmemacher als Medium nur zur Vermittlung benötigen (Meyer 2003b: 18). Die Videofilme sind somit nicht mehr nur Unterhaltungsprodukt, sondern stellen gleichzeitig eine göttliche Gabe dar. Ihr Konsum wird, wie etwa im Fall der Veröffentlichungen von Helen Ukpabios LFGM, zu einer Art von religiöser Pflicht (vgl. Okome 2004: 8f). Religiöse Inhalte sind damit nicht mehr sinnvoll von Unterhaltung zu unterscheiden. Religion ist so zum untrennbaren Teil der neuen Konsumkultur geworden.

#### **4.4. Alternative Entwürfe**

Die Dominanz von Filmen, die ihre Geschichte analog zu pfingstchristlichen Wertevorstellungen erzählen und ihre Dramatik aus dem Antagonismus zwischen teuflischen und göttlichen Kräften gewinnen, wird gestützt von der Veröffentlichungspolitik der ghanaischen *Marketers Association*, in der die Videofilmhändler des Landes vereinigt sind. Da sie über die technischen Möglichkeiten der Massenreproduktion von Videokassetten verfügen, stellen sie für jeden Filmproduzenten eine Art 'Gatekeeper' für den Zugang zum Videomarkt dar. Der einzige Weg, einen in Eigenregie produzierten Film auf dem nationalen Markt platzieren zu können, läuft über die Distributionsfirmen, da sie die Vertriebsinfrastruktur des Landes kontrollieren. Nach der Vervielfältigung sind sie es, die über ihre Verkaufsräume das dichte Netz von Straßenverkäufern mit den Kopien der Filme versorgen und so sicherstellen, dass ein neuer Film kurz nach seiner Veröffentlichung im ganzen Land zu erhalten ist. Die ca. 35 Mitglieder der *Marketers Association*, die im Kern von den Pionieren der Videoproduktion gestellt wird, haben es dabei verstanden, eine fast monopolistische Kontrolle über den Vertrieb zu erlangen. Junge Filmproduzenten, die ihren Film ohne die Mithilfe eines *Association*-Mitglieds selbst kopieren und auf den Markt bringen wollen, können sie wirkungsvoll aus dem Geschäft drängen, indem sie Druck auf die in der *Sellers*

*Association* organisierten Straßenhändler ausüben, keine als die von ihnen autorisierten Filme zu verkaufen. Die meisten Videofilmproduzenten, die ich traf, haben deshalb oftmals sehr negative Erfahrungen mit ihren Distributoren gemacht. Da diese jeglichen Versuch des Eigenvertriebs über ihren Einfluss auf die Straßenverkäufer und über Accras wenige private Videokopierstätten verhindern können, sind sie in der Lage die Preise, welche sie den Produzenten für ihre Videos zahlen, in starkem Maße zu diktieren. Immer wieder hörte ich in meinen Interviews von unveröffentlicht gebliebenen Filmen, deren Produzenten sich nicht von ihren Vermarktern über den Tisch ziehen lassen wollten. Die Videofilmindustrie hat somit rigide Ausgrenzungsmechanismen gerade gegenüber Neulingen entwickelt, was sich angesichts ihrer von Beginn an mangelnden Unterstützung und Anerkennung durch Ghanas professionelle Filmschaffende geradezu ironisch annimmt. Selbst Schauspielstars wie Akofa Asiedu haben Probleme einen Distributor zu finden, der bereit ist, einen für beide Seiten zufrieden stellenden Handel einzugehen. Ihr Erstlingswerk *Fools in Love*, welches Anfang August 2004 in einem noblen Hotel in Accra bei einer feierlichen Premiere präsentiert wurde, hatte Monate später noch immer nicht seinen Weg in den Markt gefunden.

Der große Druck, den die Mitglieder der *Marketers Association* auf die Filmproduzenten ausüben können, liegt vor allem darin begründet, dass sie nicht mehr zwingend auf deren Produkte angewiesen sind. Seit einigen Jahren erfreuen sich bei ghanaischen Zuschauern Videofilme aus Nigeria immer größerer Beliebtheit. Nigerianische Videos zeichnen sich vor allem dadurch aus, dass ihre größeren Produktionsbudgets (sie zielen auf einen nationalen Markt ab, der zehnmal größer ist als der Ghanaische) eine sehr viel professionellere technische Umsetzung erlauben, ebenso wie das Engagement von Schauspielern, die in großen Teilen Afrikas bereits zu Superstars geworden sind. Für nigerianische Produzenten hat es sich dabei als schwierig herausgestellt, auch von der internationalen Verbreitung ihrer Filme zu profitieren. Da Videokassetten und CDs leicht zu transportieren und zu kopieren sind, ist der Vertrieb außerhalb Nigerias oft fest in der Hand der organisierten Piraterie. Daher sind sie bereit, die Vervielfältigungsrechte außerhalb Nigerias (wo sowieso ihr hauptsächlicher Umsatzmarkt liegt) relativ preiswert abzugeben um überhaupt noch am Auslandsumsatz mitzuverdienen. Ghanaische Distributoren können sich daher für 1000-2000 Dollar die Rechte an international erfolgreichen nigerianischen Videos sichern und haben aufgrund deren Popularität alle Chancen

ein Vielfaches davon einzunehmen. Auch die Produktionen aller nigerianischen `Mega-Churches` finden so ihren Weg zum ghanaischen Publikum.

Einen Großteil ihres Umsatzes machen die Mitglieder der *Marketers Association* also mittlerweile mit nigerianischen Videos. Von denjenigen ghanaischen Filmen, die sie weiterhin bereit sind zu kaufen, erwarten sie, dass diese sich genau in den von der Masse der Zuschauer erwarteten Mainstream einpassen. So gelangen hauptsächlich Filme auf den ghanaischen Markt, die der pfingstchristlichen Ideologie entsprechen, in englischer Sprache gedreht sind und damit eine möglichst große überethnische (im besten Fall internationale) Käuferschicht ansprechen. Andere Standpunkte und Thematiken werden so vom Massenmarkt verdrängt. Den Film *Deadly Encounter* beispielsweise, eine ambitionierte Verfilmung einer traditionellen Legende, musste seine Produzentin, eine Studentin des *Drama Departments* der University of Ghana, nach langen Verhandlungen für gerade einmal 900 Dollar an *Gupado Films* verkaufen: Für weniger Geld als sie ursprünglich in die Produktion investiert hatte. Mir gegenüber verdächtigte der Regisseur des Films die Mitglieder der *Marketers Association* dabei der Preisabsprache, da niemand bereit war ihr mehr für ihren Film zu bezahlen<sup>31</sup>.

Im Schatten des von der *Marketers Association* kontrollierten nationalen Mainstreams hat sich seit kurzem jedoch abseits der Hauptstadt eine lebendige `Untergrundproduktion` mit völlig eigenen Themen und Vertriebswegen etabliert. Vor allem in Kumasi haben einige Produzenten aus Frustration über die *Marketers Association* begonnen, mit minimalen finanziellen Mitteln Filme in einem lokalen Kontext zu drehen. Sie arbeiten meist mit alten VHS oder S-VHS-Kameras und kopieren ihre Filme in Eigenregie in geringer Stückzahl mit zwei heimischen Videorekordern. Da die *Marketers Association* in Kumasi weniger Kontrolle über die Straßenhändler ausüben kann als in Accra, verkaufen diese die Filme dann oft unter der Hand an ihren Ständen, ohne sie jedoch zu bewerben. Mund-zu-Mund-Propaganda ist dabei das einzige Werbemittel, das den Produzenten zur Verfügung steht. Einige von ihnen beschränken sich deshalb auch darauf, die Filme nur in umliegenden Dörfern öffentlich vorzuführen oder den Straßenverkauf selbst in die Hand zu nehmen. So müssen sie den Erlös nicht auch noch mit einem Verkäufer teilen und können steuerliche Abgaben umgehen. Diese Filme kann man neben ihrer

---

<sup>31</sup> Chinedu Ejorh, Interview vom 6.9.2004



deutlich unprofessionelleren Machart auch daran erkennen, dass sie nicht in einer farbig bedruckten Hülle, sondern lediglich in einer beschrifteten Leerkassettenverpackung verkauft werden.

Thematisch sind die so produzierten Filme einem neuen Genre zuzurechnen, welches als 'Epic Movie' bezeichnet wird. Sie spielen in einer vorkolonialen Vergangenheit, basieren meist auf oral tradierten Erzählungen und Legenden und richten sich an ein kleines, vor allem der Ashanti-Region um Kumasi entstammendes, Publikum, welches die wertschätzende Repräsentation des Lokalen zu würdigen weiß. Wie ich in der folgenden Filmanalyse zeigen will, schließen diese Filme sich keinem der ideologischen Projekte der Imagination von Tradition an, welche von den Pfingstkirchen und der staatlichen Kulturpolitik vertreten werden. Indem sie ihre Filmhandlungen meist dezidiert in vorchristlicher Zeit ansiedeln, gehen sie keine Auseinandersetzung mit dem Pfingstchristentum ein. Genauso wenig folgt aus ihrer Darstellung traditionellen Dorflebens jedoch eine belehrende Haltung gegenüber dem Zuschauer.



Abb.6: Am Set von *The Broken Oath*. Set-Designer Godfred Croffie stattet die Prinzessin aus.

Der Erfolg dieser Art von Filmen liegt meines Erachtens in ihrer Konzentration auf ihre enge Zielgruppe. Der Film *Praba* beispielsweise, dessen Produzenten ich am Set

seines neuen Werkes begleiten durfte, erzählt die Geschichte eines Helden aus der Mythenwelt der Fanti und greift dabei ausschließlich auf die lokale Sprache zurück. Als Schauplatz diente ihm, wie den meisten anderen `Epics` auch, eines der Dörfer außerhalb von Kumasi, wo es noch keinen Strom, dafür aber noch Hütten in Lehmbauweise gibt. Der Regisseur erklärte mir hierbei, dass er große Sorgfalt darauf verwende, dem Film einen „local flavour“ zu geben, indem er etwa den Zuschauern aus ihrer Großelterngeneration bekannte Sprichwörter und Sprachbilder benutze und in der Filmhandlung Bezug auf traditionelle Gesetze und soziale Rollen nehme. Auch wenn seine Filme nicht in allen Bereichen über historische Akkuratessse verfügen könnten, sei sein Publikum begierig auf derartige Geschichten aus der Vergangenheit der Region.<sup>32</sup>

Mittlerweile haben jedoch auch kleinere ethnische Gruppen die von der leicht zugänglichen Videotechnologie gegebene Möglichkeit genutzt, die eigene Kultur selbst zu repräsentieren. So hat sich Ghanas Hausa-Community einen kleinen Videomarkt geschaffen, der ebenfalls von Kumasi aus organisiert wird. Einige Besitzer von Videogeschäften, die aus Nigeria importierte Hausa-Videos verkaufen, haben nunmehr selbst zur Kamera gegriffen und damit begonnen, eigene Filme für ihr ghanaisches Publikum zu drehen. Diese Filme haben ästhetisch kaum etwas mit den englischsprachigen in Ghana produzierten Filmen zu tun, sondern orientieren sich in ihrer Filmsprache an den Erfolgsrezepten, die die Filmindustrie in Kano so erfolgreich gemacht haben (vgl. hierzu Larkin 2000). Sie sind geprägt von den kulturellen Werten der islamischen Hausa-Tradition und folgen daher strengen Darstellungskonventionen etwa was die Visualisierung von Liebe und Sexualität betrifft. Auf diese Weise respektieren sie die religiösen und moralischen Wertvorstellungen ihres Publikums, ein Vorteil, den weder große Hollywoodproduktionen noch englischsprachige ghanaische Videos bieten können. Die Hausa-Filmproduktion schafft somit einen eigenen kommunikativen Raum, der über Ghanas Grenzen hinausreicht. Dies wird auch dadurch deutlich, dass ghanaische Produzenten es immer wieder schaffen, einige der Stars der Industrie aus Kano für ihre Filme zu gewinnen.

Das Medium Video verhilft so anderen als den vom Staat vorgesehenen oder vom kulturellen Mainstream gewünschten Themen, Ästhetiken und Standpunkten zur

---

<sup>32</sup> Eddie Godfred Croffie, Interview vom 7.10.2004

Repräsentation. Im Gegensatz zu kapitalintensiven Technologien wie Radio und Fernsehen wird eine solch billige und dezentralisierte Form der Kommunikation ermöglicht aufgrund seiner leichten Bedien- und Verfügbarkeit. Diese Eigenschaften sind es, die die Kommunikationswissenschaftler Sreberny-Mohammadi und Mohammadi (1994) zur Konzeption ihrer „small media“ geführt haben. Am Beispiel der iranischen Revolution untersuchen sie deren Fähigkeit, subversive und oppositionelle Inhalte zu transportieren. Audiokassetten mit der Stimme des Ayatollah Khomeini aus dem Pariser Exil, Flugblätter und Fotokopien unterliefen damals die Informationskontrolle des Staates. Sie schufen Verbindungen zwischen den einzelnen Mitgliedern der Opposition auch über nationale Grenzen hinweg und verbreiteten revolutionäres Gedankengut in der mit dem Schah unzufriedenen Bevölkerung. Die Materialität des Kassetten-Mediums erlaubte den Transport auch großer Stückzahlen und ermöglichte dessen einfache, schnelle und potentiell unbegrenzte Reproduktion, welche der Verbreitung der von ihm getragenen Inhalte kaum Grenzen setzt. Auch in Ghana hat das Medium Video eine neue Medienarena geschaffen, die kaum zu kontrollieren ist. Für die staatlichen Zensurbehörden bestehen wenig Möglichkeiten, den Im- und Export der Kassetten, deren inländischer Vertrieb und Aufführung, flächendeckend zu überwachen. Wo Medien wie Fernsehen und Radio ein einheitliches nationales Publikum konstruieren, können kleinere ethnische Gruppen wie die Hausa mittels Video eine partikularistische oppositionelle Öffentlichkeit schaffen, deren gleichzeitig lokaler wie transnationaler Charakter sie mit den Hausa-Gemeinschaften benachbarter Länder verbindet und so wirkungsvoll die eigene kulturelle Identität behauptet. Auch in der großen liberianischen Exilcommunity in Ghana gibt es Bestrebungen zu derartiger Selbstrepräsentation. Der 2003 erschienene Film *Gagu* beispielsweise beschreibt auf oft komische Weise das Leben in und um die Flüchtlingslager der Hauptstadt. Auch der aus Liberia stammende Drehbuchautor Fred Asante Kotoko erzählte mir im Interview von seinen Plänen, einen Film über die Auswirkungen des Bürgerkriegs in seiner Heimat zu drehen.<sup>33</sup>

Diese Nutzung von Video als ‚Graswurzel‘-Medium spielt auch in Diskursen über indigene Medienproduktion in der Theorie des ethnographischen Films eine große Rolle (vgl. Ginsburg 1995). ‚Small media‘ haben so das Potential zu wichtigen Trägern kultureller Identität zu werden, in Abgrenzung zu den homogenisierenden

---

<sup>33</sup> Fred Asante Kotoko, Interview vom 25.9.04

Tendenzen nationalstaatlicher Politik oder massenmedialer Hegemonie (vgl. Sreberny-Mohammadi und Mohammadi 1994: 33f.). Es wäre jedoch ein technologischer Determinismus, davon auszugehen, dass diese neuen Medienformen automatisch über eine subversive Wirkung verfügten. Zwar ist die Nutzung von Kassettenmedien für den Staat tatsächlich kaum mehr überschaubar, doch eignen auch sie sich durchaus auch zu kommerziellen Zwecken. In Ghana ist ihr Vertrieb demnach keinesfalls (wie in Sreberny-Mohammadis und Mohammadis Modell) alleine durch informelle Tauschnetzwerke organisiert, sondern ebenso unter der Kontrolle einer kommerziellen Industrie. Gerade die dominante Medienmacht der pfingstlichen Kirchen basiert nicht nur auf deren finanzkräftigem Einstieg in die vormals staatlich kontrollierten 'großen' Medien wie Radio und Fernsehen. Vielmehr ist ihr Erfolg zu ebensogroßen Teilen der weiten Zirkulation von auf Video- und Audiokassetten aufgenommenen Predigten berühmter Pastoren geschuldet.

Die neuen Medien stellen damit eine nicht zu unterschätzende Gefahr für den Nationalstaat dar. Einerseits gefährden medial propagierte religiöse Identitätsentwürfe dessen säkulare Basis. Andererseits wird der staatliche Integrationsdiskurs bedroht durch ethnische Formen der Identifikation, gerade wenn ethnische Gruppen, wie in diesem Abschnitt gezeigt, die neue Medientechnologie zur öffentlichen Selbstrepräsentation benutzen. Die immer offensivere Nutzung dieser Technologien durch religiöse oder ethnische Gruppen birgt dabei, wie Brian Larkin (2000: 223) für das nördliche Nigeria festgestellt hat, ein beträchtliches Konfliktpotential. Die Videoaufnahmen pfingstchristlicher Prediger haben dort schon mehrfach zur Entzündung religiöser Konflikte zwischen christlichen Igbo und muslimischen Hausa beigetragen. Genau hier zeigt sich die Ambivalenz dieser neu entstandenen Medienarena: Das Medium Video ermöglicht einerseits die freie öffentliche Artikulation unterschiedlicher Standpunkte in bisher nicht gekanntem Ausmaß, ist allerdings auch in seiner extremistischen Nutzung etwa zur Agitation für den Staat nicht mehr kontrollierbar.

#### ***4.4.1. Filmanalyse: 'The Broken Oath'***

Im Folgenden möchte ich einen der in Kumasi entstandenen 'Epic Movies' analysieren, dessen Entstehung ich am Set begleiten konnte. Während die Filme

dieses Genres auf den ersten Blick an die Werke afrikanischer Autorenfilmer erinnern (man denke etwa an den Senegalesen Ousmane Sembene, dessen Lehrstücke immer von der Position des Dorfes aus erzählt sind), möchte ich aufzeigen, dass wir es hier mit einer gänzlich anderen Vorstellung von Tradition zu tun haben als im staatlich subventionierten Kunstkino. *The Broken Oath* ist einer jener neueren Epic Movies, die ihre Geschichten nicht mehr strikt in vorkolonialer Zeit ansiedeln, sondern in der Zeit des 'First Contact'.<sup>34</sup> Wie in *Heritage Africa* ist der Hauptcharakter auch hier ein Ghanaer, der Karriere in der Kolonialverwaltung gemacht hat. Das Verhältnis zwischen diesem Repräsentanten der Kolonialmacht und der Dorfbevölkerung wird hier jedoch völlig anders imaginiert als in Kwaw Ansahs kolonialismuskritischem Werk. Zu Beginn des Films erreicht Lehrer Kumasiwu das abgelegene Dorf Okyeadie, wo er eine Schule begründen und die Kinder unterrichten soll. Der König des Ortes und der Rat der Ältesten, bei denen er vorstellig wird, fühlen sich dadurch sehr geehrt und heißen ihn Willkommen. Schon bei ihrem ersten Treffen verliebt Kumasiwu sich in die Königstochter, Prinzessin Akua. Die weist daraufhin ihren bisherigen Schwarm Bosiako harsch zurück. Während noch niemand etwas von ihrem Verhältnis ahnt, gehen die beiden ein Blutband vor den Augen des Flussgottes Okonde ein und versprechen, sich immer zu lieben. Bosiako, der dies heimlich zugetragen bekommt, bedroht Kumasiwu erst und plant dann, ihn vergiften zu lassen. Dann überstürzen sich die Ereignisse: Die Prinzessin schleicht sich eines Nachts heimlich zu Kumasiwu und lässt dabei ihre beiden Dienerinnen zurück. Bei ihm angekommen klagt sie plötzlich über heftige Schmerzen, wogegen Kumasiwu ihr ein mitgebrachtes europäisches Medikament verabreicht. Am nächsten Morgen ist Akua tot, wobei unklar bleibt ob wegen der ungewohnten Medizin oder einer geheimnisvollen Krankheit. Völlig aufgelöst kommen ihre beiden Dienerinnen am nächsten Morgen zu Kumasiwu um die Prinzessin zu suchen. Aus Angst verleugnet der jedoch, dass diese in der Nacht bei ihm angekommen sei. Da der Lehrer mittlerweile ein angesehenes Mitglied der Gemeinschaft ist, machen die Dienerinnen gegenüber dem König den verhassten Bosiako zum Sündenbock und behaupten, die Prinzessin sei in der Nacht zu diesem aufgebrochen. Der König ist außer sich vor Wut und Sorge über seine verschwundene Tochter. Er lässt Bosiako verhaften und ausfragen, die Dienerinnen verurteilt er zum Tod. Kumasiwu und sein guter Freund Kwaku Bio, ebenfalls ein Mitglied der königlichen Familie, beschließen in der Nacht die Leiche der Prinzessin

---

<sup>34</sup> Ein anders Beispiel für diese Art von Film ist der bereits erwähnte *Opportunity*.

heimlich zu begraben. Doch der Geist der Erde fühlt sich durch das frische Grab gefrevelt. Da die beiden aber immerhin ein Trankopfer dargebracht haben, kündigt er an, dass nur einer von ihnen dafür sterben müsse. Kumasiwu und Kwaku Bio bitten daraufhin einen Fetischpriester um Hilfe. Dieser riecht den Tod der Prinzessin an ihnen, willigt aber im Tausch gegen reichhaltige Opfergaben trotzdem ein, zu versuchen die Götter zu beruhigen. Bei Bosiakos Verhör versiegelt er diesem magisch die Lippen, sodass er sich nicht verteidigen kann und deshalb ebenfalls getötet wird. Der gierige Fetischpriester wird zur Strafe für dieses egoistische Verhalten jedoch vom Flussgott Okonde bei lebendigem Leib verbrannt. Bei Kwaku Bio bricht derweil eine seltsame Krankheit aus, die seinen ganzen Körper mit pestartigen Beulen bedeckt. Kurz darauf stirbt er an der Rache des Erdgeistes. Kumasiwu ist untröstlich. Seine feige Lüge über das Schicksal der Prinzessin hat nun schon vier Menschenleben gekostet. Da ruft der König ihn zu sich und macht ihm ein großes Angebot: Da er sehr mit dessen gemeinnütziger Arbeit als Lehrer zufrieden ist und seine ehrliche Trauer um Kwaku Bio bewundert, will er mit ihm einen großen Eid schwören, wonach beide gegenseitig ihre intimsten Geheimnisse schützen sollen. Nach Ableistung des Eids erscheint Kumasiwu die Prinzessin im Traum und fordert ihn auf, nun endlich die Wahrheit zu sagen. Daraufhin gesteht er dem König die ganze Geschichte. Dieser kocht vor Wut und schickt sofort seine Henker nach ihm. Kurz bevor er exekutiert werden soll, ergreift jedoch Opanyin Agyekum, der Dorfälteste das Wort. Obwohl er strikt gegen den Eidesbund zwischen dem König und Kumasiwu war, fordert er nun den König auf, sich an sein Wort zu halten. Der König lässt sich von diesem weisen Rat überzeugen und wäre sogar bereit dem Lehrer seinen Platz auf dem Thron zu überlassen, wie ein gebrochener Eid es zur Folge gehabt hätte. Kumasiwu verzichtet jedoch dankend und kehrt in die Stadt zurück, um dem britischen Gouverneur Bericht über seine Erlebnisse zu erstatten.

*The Broken Oath* zeichnet auf den ersten Blick ein durchaus positives Bild des traditionellen Dorflebens. Die Message des Films ist, wie der Regisseur mir mitteilte, dass die alten überlieferten Regeln des Zusammenlebens und des Umgangs mit der Natur ihre Berechtigung hätten und es gut sei diese anzuerkennen. Tatsächlich entsteht in der Filmhandlung Unglück immer nur durch Tabubrüche und moralisch verwerfliches Verhalten. Erst als Kumasiwu am Ende endlich die Wahrheit sagt, kann die Ordnung wiederhergestellt werden. Trotz dieser Botschaft gibt es einige gewichtige Unterschiede zu den Filmen, die der staatlich geförderten

Kulturproduktion entstammen. Diese nämlich folgen, wie bereits dargestellt, einem integrativen Diskurs. In ihrer panafrikanistischen Perspektive erscheint nicht die ethnische Herkunft (welche in *Heritage Africa* vollständig ausgeblendet wird) als Wurzel der Identität, sondern schlicht 'Mother Africa'. *The Broken Oath* hingegen ist fast vollständig in Twi gedreht, und stellt etwa durch Bezüge zu Sprichwörtern, lokalen Gottheiten und Opferriten einen Lokalkolorit her, den nur Zuschauer in der Umgebung von Kumasi vollständig genießen können. Auch in der wichtigen Rolle, die er dem Unnatürlichen beimisst, erfüllt der Film nicht die Erwartungen eines elitären Publikums, welches rational erzählte Geschichten ohne Bezug auf 'Aberglauben' einfordert. Der professionelle Filmemacher und NAFTI-Dozent Seth Ashong-Katai sieht in den 'Epics' somit zwar schon eine Verbesserung zu den pfingstchristlich inspirierten Videos, doch missfiel ihm deren noch immer unterhaltender Gestus. Da diese auf lokale Erzählmuster anstatt auf didaktische Konzepte setzten, werde seiner Meinung nach die Aussage des Films nicht richtig klar, und die Zuschauer seien zu sehr vom schnellen Fortgang der Handlung abgelenkt. Den Filmen fehle es letztlich an einer kritischen Haltung.<sup>35</sup> Dies wird besonders deutlich, wenn man Lehrer Kumasiwu mit Quincy Arthur Bossomfield, dem Hauptcharakter aus *Heritage Africa*, vergleicht. Will letzterer seine afrikanische Herkunft zunächst um jeden Preis verleugnen, so steht erster keineswegs zwischen zwei Stühlen. Das Zusammentreffen Kumasiwus mit der Dorfbevölkerung wird nicht als Konflikt, sondern als Ergänzung imaginiert. So bringt er einerseits sein von den Briten vermitteltes formales Wissen in den Dorfalltag mit ein, doch kann er durch seine Liebe zu der Prinzessin jederzeit akzeptierter Teil der Dorfgemeinschaft werden. Trotz des Eindringens der Kolonialmacht in den Dorfalltag erweist die lokale Tradition sich als stabil und flexibel genug, den Eindringling zu integrieren.

Neben dieser realitätsfernen Harmonie missfällt einem intellektuellen Publikum an den 'Epic Movies' vor allem die mangelnde Authentizität in der Darstellung der Vergangenheit, die schon allein den finanziellen Möglichkeiten ihrer Macher geschuldet ist. So entsprechen etwa die Kostüme und der Schmuck der Darsteller keiner tatsächlichen Tradition, sondern sind reine Fantasieprodukte, wie ich am Set von *The Broken Oath* schnell bemerken konnte. Als ich beim Bau des Schreins für den Fetischpriester den Ausstatter auf seine Materialien hin ansprach, erklärte dieser mir freimütig, dass er diese auf dem Markt des *Ghana National Cultural Centre* in

---

<sup>35</sup> Seth Ashong-Katai, Interview vom 16.9.2004

Kumasi gekauft habe.<sup>36</sup> Dessen Waren bezeichnete hingegen selbst mein Reiseführer als 'Tourist Art'.



Abb. 7: Der Schrein des Fetischpriesters in *The Broken Oath*.

In ihrer Repräsentation von Tradition folgen *The Broken Oath* und andere 'Epics' damit nicht Forderungen nach einer Rückkehr zu kulturellen Wurzeln, wie die Vertreter der Hochkultur dies in ihren Werken tun, noch gefährdet ihr folklorisierender Gestus die integrative Identitätspolitik des Staates. Ebenso wenig jedoch verdammen sie, wie die pfingstchristlichen Kirchen, Tradition als Werk des Teufels. Sie schaffen vielmehr gewissermaßen eine fantastische Version der Vergangenheit, eine „invention of tradition“ (Hobsbawm und Ranger 1992), in der diese vor allem ästhetisch gefeiert wird. Damit entziehen sie sich mehr oder minder den Debatten um Kultur und Identität, die um die Mainstream-Videofilme ausgefochten werden (vgl. Meyer 2005). Sie schlagen sich weder auf die Seite staatlicher Kulturpolitik, noch wagen sie es, die traditionsfeindliche Position der Kirchen wirklich in Frage zu stellen. Sie stellen daher (auch schon aufgrund ihrer nur geringen Verbreitung) keine wirkliche Bedrohung der Repräsentationsmacht des Pfingstchristentums dar, mit dessen Grundlagen ich mich im nächsten Kapitel noch einmal eingehend auseinandersetzen möchte.

---

<sup>36</sup> Eddie Godfred Croffie, Interview vom 7.10.2004



## 5. Pfingstkirchen und visuelle Medien – Eine Wahlverwandtschaft

Obwohl, wie im letzten Abschnitt geschildert, langsam auch kleinere ethnische und religiöse Gruppen das Medium Video für sich entdecken, ist die pfingstchristliche Hegemonie in Ghanas öffentlicher Sphäre noch immer ungebrochen. Die Grundlagen dieser repräsentativen Macht sind dabei, wie im Folgenden ausgeführt werden soll, nicht mehr zu verstehen mit diskurszentrierten Ansätzen im Sinne Habermas` oder interpretativen Herangehensweisen in der Tradition eines Clifford Geertz. Diese nämlich beharren auf der Zentralität von Sinngehalt und Bedeutung und versperren dadurch den Blick auf die Implikationen jener Phänomene, die die öffentliche Rolle des Pfingstchristentums in Ghana prägen. Die gegenwärtige Verschmelzung der Sphären von Unterhaltungsbranche und Religion lässt letztere zu einem kulturellen Stil werden, der über seine traditionellen Institutionen hinaus auf große Teile populärer Kultur übergreift.<sup>37</sup> Ethnologische Theorie muss diesem Umstand, wie Asad (1993) argumentiert hat, Rechnung tragen, indem sie Religion nicht mehr nur auf Fragen des Glaubens reduziert. Ich möchte daher im Folgenden aufzeigen, wie die Pfingstkirchen ihre Ideologie nicht nur über Inhalte, sondern vor allem auch über die *Form* ihrer öffentlichen Kommunikation übermitteln.

Die Vormachtstellung der Pfingstkirchen in der ghanaischen Öffentlichkeit ist, wie bereits ausführlich beschrieben, getragen durch deren massive Nutzung visueller Medientechnologien. Die Wahlverwandtschaft zwischen Kirchen und visuellen Medien ist dabei jedoch keineswegs zufällig, sondern nur durch die gewichtige Rolle zu erklären, die die pfingstchristliche Ideologie der Praxis des Sehens beimisst. Hier, wie im amerikanischen Protestantismus,

“the act of looking itself contributes to religious formation and, indeed, constitutes a powerful practice of belief” (Morgan 1998: 3).

So legitimieren Pastoren ihre Macht durch von Gott gegebene Visionen, welche sie öffentlich vermitteln können müssen. Während des pfingstkirchlichen Gottesdienstes muss es einem Pastor gelingen, die Anwesenheit des Heiligen Geistes wahrnehmbar zu machen, indem er öffentliche Teufelsaustreibungen oder Heilungen zur

---

<sup>37</sup> vgl. zum in diesem Zusammenhang sehr nützlichen Begriff des `kulturellen Stils` Meyer 2004: 94f.

spektakulären Darbietung, einer „performance of visibility“ werden lässt. Pastoren nutzen so einen Modus von Repräsentation, den man durchaus als kinematographisch bezeichnen kann (Meyer 2006: 307). Sie benötigen also Techniken der Vermittlung, welche Gläubige als Zuschauer ansprechen. Genauso verfahren die ghanaischen Videofilme, wenn sie das Wirken göttlicher Mächte mit Hilfe von Spezialeffekten darstellen wollen. Dieser Umstand wurde mir bewusst, als ich die Special Effects-Designerin Naa Borkai Addy zu ihrer Arbeit an *Church Money*, einer aktuellen Produktion von *Miracle Films* interviewte. Dieser Film enthält eine dramatische Szene, in der ein Mitglied des Kirchenrates den Pastor der Kirche mit einem Gift umbringen will, um den Diebstahl von Kircheneigentum zu vertuschen. Das Tischgebet des Pastors jedoch neutralisiert das Gift und lenkt es sogar spirituell auf den Attentäter um. Visualisiert ist dieser Vorgang durch eine leuchtend rote Flamme, die auf magische Weise von einem Essen zum anderen wandert. Borkai Addy erzählte mir, dass im ursprünglichen Drehbuch keine Anweisungen gegeben waren, wie das Umlenken des Giftes dargestellt werden sollte. Sie selbst erinnerte sich jedoch an ein Gemälde, welches sie in ihrer Kirche gesehen hatte. Auf diesem war der Heilige Geist als Flamme dargestellt und fuhr auf die Gläubigen nieder, um von diesen Besitz zu ergreifen. Sie entschied sich deshalb dafür, die Wanderung des Giftes auf ebensolche Weise zu zeigen. Damit wollte sie deutlich machen, dass durch den Tischsegen des Pastors der Heilige Geist hier ebenfalls anwesend war, um diesen zu schützen und den Bösewicht zu bestrafen.<sup>38</sup> Damit greift sie zur Visualisierung göttlicher Macht auf eine uralte christliche Darstellungskonvention zurück: auf das Wunder. Die Wunder, die ein Pastor öffentlich wirken muss um sich dem Zulauf von Gläubigen zu versichern und die Spezialeffekte eines Videofilms arbeiten somit in derselben Sphäre, dienen beide der Vermittlung derselben Erfahrung, arbeiten einander zu. Dies lässt sich verdeutlichen durch ein Gespräch, das ich mit Rev. Fred Ohene Boadi führte. Dieser leitet gleichzeitig eine wirkliche Gemeinde und tritt in Videofilmen regelmäßig als Pastor auf. Als ich ihn auf die Wunder ansprach, die er in seinen Filmen wirkt, erfuhr ich schnell, dass es für ihn keinen Sinn macht, bei diesen zwischen Film und Realität zu trennen. In beiden Fällen seien seine Wunder letztlich dazu bestimmt, die Gläubigen von seiner besonderen Verbindung mit dem Heiligen Geist zu überzeugen. Die Filme stellten daher eine gute Werbung für seine eigene Kirche dar, und auch dort würde er Wunder vor allem wirken, um den Kreis

---

<sup>38</sup> Naa Borkai Addy, Interview vom 11.9.2004

seiner Gemeinde zu vergrößern: Die Menschen wollten schließlich die Begabung ihres Pastors stets mit eigenen Augen sehen.<sup>39</sup>

Dies illustriert die Ausführungen des niederländischen Philosophen Hent de Vries, wonach eine grundsätzliche Wesensgleichheit von Wundern und filmischen Special Effects bestehe. So lassen sich Spezialeffekte, obwohl rein technologischer Natur, nur vor dem Hintergrund einer religiösen Tradition verstehen, die Wunder als göttliche Intervention konzeptionalisiert. Das Wirken von Wundern bedarf jedoch gleichzeitig, wie am Beispiel der pfingstlichen Pastoren bereits dargelegt, einer technischen Fertigkeit, einer menschlichen Performanz. Wunder und Spezialeffekte, Magie und Technologie „come to occupy the same space, obey the same regime and the same logic“ (De Vries 2001: 28), sind also epistemologisch nicht sinnvoll voneinander zu unterscheiden. De Vries` Projekt zielt darauf ab, das Gegensatzpaar der Aufklärung, den Antagonismus zwischen Glaube und Religion auf der einen und Wissen und Technologie auf der anderen Seite, zu überwinden und stattdessen deren tief greifende Beziehung zueinander auszuloten. Diese zeigt sich beispielsweise in der Praxis medialer Vermittlung, ohne die keine Religion sich manifestieren kann:

„mediatization and the technology it entails form the condition of possibility for all revelation –for its revealability so to speak“ (ebd.)

Die christlichen Videofilme Westafrikas erhalten also eine religiöse Qualität, indem sie die Macht Gottes dokumentieren und den Glauben durch visuelle Evidenz bestärken. Das technische Medium belässt bei der Vermittlung transzendentaler Inhalte seine Botschaft jedoch nicht unverändert, wie kein Medium jemals neutral funktioniert hat (vgl. De Vries 2001: 9). Die `Message` existiert (nach dem berühmten McLuhanschen Diktum) nicht unabhängig vom Medium, vielmehr prägt dieses die von ihm gegebenen Ausdrucksmöglichkeiten in starkem Maße vor.

Birgit Meyers Begriff des `Göttlichen Blickes`, an welchem die Zuschauer der christlichen Videofilme teilhaben können, findet sein Echo in Christian Metz` Konzeption der Kamera als Vermittler der “Position Gottes“ (Metz 1994: 1011) im Rahmen der filmwissenschaftlichen Apparatus-Theorien der 1970er Jahre. Diese sehen den kinematographischen Apparat unabhängig vom filmischen Inhalt als an

---

<sup>39</sup> Rev. Fred Ohene Boadi, Interview vom 9.10.2004

sich Ideologie produzierend: In der Kamera als technischem Medium ist zwangsläufig das zentralperspektivische Bild eingeschrieben, welches nach dem Ende des mittelalterlichen Weltbildes den verlorenen Mittelpunkt der Erde auf das bewegliche Subjekt und dessen Wahrnehmungsaktivität verschob (Baudry 2003: 27). Das Filmbild propagiert so ein Ethos von Individualismus und Subjektivität, wie es auch für den Protestantismus mit seiner Idee des selbst verantwortlichen Individuums konstitutiv ist. Jacques Derrida hat in zwei Aufsätzen (2001a, 2001b) die ideologischen Grundlagen der Wahlverwandschaft zwischen Christentum und televisuellen Medien ausgeleuchtet, sowie deren transformative Kraft beschrieben. Unter anderem führt er den US-amerikanischen 'Televangelismus' als Beispiel an, der das religiöse Ereignis und sogar Wunder 'live' auf den Bildschirm überträgt. Die direkte heilige Erfahrung wird so vermittelt als „reale Präsenz“ (Derrida 2001a: 59), an der man durch den Akt des Zuschauens zum Teilnehmer wird. Die „transzendente Illusion“ des Mediums ist dabei so stark, dass sie Glauben durch Sehen ersetzt. Der Glaube wird unnötig, wenn es dem Medium gelingt, jene „reale Präsenz“ des Dargestellten als visuelle Evidenz allen Zweifeln zu entziehen: Jeder kann mit eigenen Augen sehen, das Vertrauen, welches den Glauben konstituiert, ist überflüssig geworden. Der globale Siegeszug visueller Technologie, die alles sichtbar und präsent macht, bedroht somit die anderen Religionen, die durch ihre Versuche sich diese Medien ebenfalls nutzbar zu machen gleichsam in deren Logik hineingezogen werden: Der Gestus der Offenbarung könne so das Ende der Tradition des unendlichen Kommentars in Islam und Judentum bedeuten, wo Gott nicht als sich selbst offenbarend gedacht wird. Die strikten Bilderverbote dieser Religionen verweisen letztlich auf die Nichtvermittelbarkeit der göttlichen Natur. Die Nutzung visueller Medien ist nach Derrida für sie immer prekär, da in diese das christliche Bildtheorem unauslöschbar eingeschrieben ist.<sup>40</sup>

Hierin liegt, wie Birgit Meyer gezeigt hat, auch begründet, warum es den Vertretern traditioneller Religion wie Priestern und Chiefs nicht gelingt, visuelle Medien in der gleichen Art wie die Pfingstkirchen zur Selbstdarstellung zu nutzen. Sichtbare

---

<sup>40</sup> Neuere ethnologische Forschungen deuten aber auf eine Wahlverwandschaft zwischen islamischen Gruppierungen und auditiven Medien hin. So hat Dorothea Schulz (2003, 2005) gezeigt, wie der Führer der *Ansar Dine*-Bewegung in Mali Audiokassetten und Radiosendungen nutzt um einerseits eine große Öffentlichkeit zu erreichen, diese Medien andererseits aber auch die charismatische Wirkung seiner Stimme unterstützen. Das Anhören seiner medial vermittelten Lehren wird dabei für seine Anhänger zur spirituellen Erfahrung, die die profanen Orte des Medienkonsums zu „re-sakralisieren“ vermag (Schulz 2003:163).

Formen erscheinen in der traditionellen Religion eher als kunstvolle Fassade, hinter der sich eine geheime Welt von Kräften und Mächten verbirgt. Zentrale religiöse Inhalte entziehen sich somit der Visualisierung, „refuse to be photographed“ (Meyer 2005), da ihnen ein anderer Erfahrungsmodus zu Grunde liegt. Ein Bildmedium wie Video eignet sich für sie daher nicht, in die Praxis religiöser Vermittlung mit einbezogen zu werden. Aus diesem Grund greifen auch säkulare Filmemacher immer wieder auf jene Zerrbilder zurück, die die christliche Darstellungskonvention von den Vertretern traditioneller Religion geschaffen hat. Dies erweist sich für sie als viel einfacher (und für das Mainstream-Publikum als viel verständlicher) als der Versuch einer ausgewogenen oder realistischen Darstellung des Wirkens von Heilern oder Fetischpriestern. In der Bilderwelt der Videofilme kommen diese deshalb nur als Objekte vor. Jene Kräfte, die sie speisen, werden vom herrschenden pfingstlerischen Diskurs nicht entmystifiziert, sondern ernst genommen und verteufelt. Sie erscheinen als Zentrum eines Geheimnisses, welches vom hegemonialen christlichen Blick offenbart werden muss.



Abb.8.: Videostandbild aus *Love and Politics*. Die Fetischpriesterin versetzt sich in Trance.

Gegenwärtig scheint die Macht des christlichen Blickes, der sich beständig sein negatives Anderes schafft, übermächtig in Ghanas neuer `image economy` (Meyer 2006). Derrida jedoch warnt in seinen Texten, dass dessen Expansionslogik Gefahr läuft, sich letztlich zu erschöpfen. Das Medium Video mag derzeit als effizientes Medium für religiöse Missionierung und die Vermittlung religiöser Botschaften

erscheinen. Da diese religiösen Botschaften auf dem irdischen Medium jedoch mit Seifenoperen, Actionfilmen oder Pornographie innerhalb desselben Systems koexistieren müssen,

„superior spiritual powers still conquer souls but lose their suprahuman status“ (Castells, 1996: 374).

In der Tat befürchteten einige der pfingstkirchlichen Pastoren, mit denen ich über die Videofilme sprach, dass Teile des Publikums den religiösen Gehalt der Filme vergessen könnten und diese dann nur noch als Entertainment wahrnahmen. Auch waren ihnen einige der Filmhandlungen zu oberflächlich. Besonders den nigerianischen Videos wurde vorgeworfen, einer verkaufsförderlichen Sensationslust willen zu viel okkulte Kräfte und zu wenig religiöse Botschaft zu zeigen. Da pfingstchristliche Formen in den öffentlichen Sphären Westafrikas einen so übermäßigen Einfluss gewonnen haben, ist es allerdings nahezu unmöglich geworden sauber zwischen Unterhaltung und Religion, zwischen Konsum und spiritueller Erfahrung zu trennen. Der gewaltige Einfluss pfingstlicher Kirchen auf die öffentliche Sphäre und die populäre Kultur könnte also paradoxerweise letztlich zu deren Schwächung führen. Wenn religiöse Formen als kultureller Stil allgegenwärtig werden, verlieren sie letzten Endes ihren transportierten Inhalt, werden beliebig und austauschbar. Die Zukunft wird daher zeigen, wie die pfingstlichen Kirchen Ghanas dieser Gefahr entgegentreten werden.

## **6. Zusammenfassung und Ausblick**

Der flächendeckende Siegeszug der Videotechnologie markiert einen historischen Wandel in der ghanaischen Mediengeschichte. Die einfache Verfügbarkeit des Mediums macht es Gemeinschaften von Menschen nun erstmals möglich, eigenen Standpunkten zu medialer Repräsentation zu verhelfen und ermöglicht freie Meinungsäußerung in bislang nicht gekanntem Ausmaß. Da der Staat sein früheres Medienmonopol weitestgehend verloren hat, ist eine liberalisierte und demokratisierte öffentliche Sphäre entstanden, die divergierende und miteinander konkurrierende Sichtweisen ermöglicht. Neue hegemoniale Bestrebungen gehen nun jedoch vor allem vom Pfingstchristentum aus. Ghanas Pfingstkirchen haben am

lautesten ihre Stimme in der neuen Öffentlichkeit erhoben und adressieren ihre Botschaften weit über ihren bisherigen institutionellen Rahmen hinaus an die Allgemeinheit der Bevölkerung. Sie haben dabei großes Geschick bewiesen in der Nutzung neuer Medientechnologien, wie in der Aufnahme populärkultureller Vorstellungen und Ausdrucksformen. Diese neuartige öffentliche Position der Religion stellt somit eine große Gefahr für den Nationalstaat dar. Dieser kann seine Deutungshoheit von Kultur nicht mehr durch eine alleinige Macht über die offiziellen Medien ausüben. Ghanas Pfingstkirchen bedrohen mit ihrer betont transnationalen Ausrichtung die nationale Einheit des Staates. Ihre Imagination einer Gemeinschaft von Gläubigen basiert in großem Maße auf medialer Vermittlung, sie ist deshalb nicht mehr territorial gebunden. Ihr der Logik des Marktes geschuldetes Expansionsstreben, welches religiöse Inhalte mit Formen der Unterhaltungsindustrie verschmelzen lässt, spricht Gläubige als Zuschauer an. Die massive Präsenz der Kirchen in der öffentlichen Sphäre macht ein Zugehörigkeitsgefühl zur christlichen Gemeinschaft damit unabhängig von lokalen Bindungen etwa an die physische Präsenz eines bestimmten Kirchengebäudes. Das Christentum bietet so eine alternative Identitätsgrundlage für das Individuum. 'Wiedergeborener' Christ zu sein ist eine Form der Identifikation, die exklusiv ist und damit inkompatibel mit anderen Entwürfen von Identität, auch mit einer nationalen. Dies führt letztlich zu der Frage, in welche Richtung sich dieses antagonistische Verhältnis zwischen Religion und Staat entwickeln wird. Möglicherweise werden Ghanas Kirchen ihre neue Macht früher oder später, zumindest bei für sie besonders relevanten Themen, auch zur direkten Einflussnahme auf die politische Sphäre nutzen. Ebenso wäre es vorstellbar, dass ein nächster Präsidentschaftskandidat sich nur als öffentlich bekennender Christ einer Mehrheit von Wählern versichern kann. Andererseits hat Ruth Marshall-Fratani (1998: 307) für den Fall Nigerias gezeigt, dass die dortigen Kirchen mehr und mehr in einer Autonomie vom Staat existieren. Mit eigenen Mediennetzwerken, ihren globalen Verbindungen zu anderen Kirchen weltweit und ihren delokalisierten Formen der Vergemeinschaftung können diese staatliche Repressionen leicht umgehen. Seine Stärke bezieht das Pfingstchristentum ja nicht zuletzt aus seiner anziehenden Kritik an staatlicher Korruption und den ökonomischen Missständen, welche aufstiegsorientierte junge Leute in Scharen in die Kirchen treiben. Die Kirchen tun also gut daran, sich eher durch Abgrenzung als durch Einflussnahme auf die Politik in der Öffentlichkeit zu positionieren.

Ich hoffe in meiner Arbeit gezeigt zu haben, welchen Einfluss gerade neue Medien wie die Videotechnologie auf die Schaffung neuer Formen von Identität und Gemeinschaft ausüben. Im Falle Ghanas und zahlreicher anderer afrikanischer Staaten, die ähnliche politische und ökonomische Umbrüche durchgemacht haben, sind durch sie neue Arenen entstanden, in denen die Grundlagen dieser neuen Identifikationsformen öffentlich und kontrovers verhandelt werden. Gerade die neue öffentliche Rolle der Religion spiegelt einen Prozess, der bereits globale Formen angenommen hat. Auch in Asien und Lateinamerika haben religiöse Gruppierungen begonnen, ihre alternativen Modelle von Zugehörigkeit in Opposition zum Nationalstaat mit Hilfe neuer Medien zu formulieren. Doch auch in der westlichen Welt sind derartige Entwicklungen nicht zu verleugnen. Gerade die enge Verschränkung von religiösen Formen und Unterhaltungsindustrie lässt sich immer mehr auch in den USA beobachten, wo TV-Serien und Science-Fiction-Bestseller mit christlichen Inhalten mehr und mehr die Medienlandschaft prägen. Die Konsequenzen, die sich aus der Hochzeit von Religion und Massenmedien ergeben, sind jedoch bislang kaum abzusehen. Die Grenzen ihrer Expansion habe ich, für den Fall Ghanas, mit Hilfe medienphilosophischer Überlegungen zu skizzieren versucht. Das Medium transformiert letztlich die Praxis religiöser Vermittlung: In der Sphäre der Unterhaltung verwässern religiöse Botschaften, wie eine Kontrolle über deren Interpretation durch die Gläubigen nicht mehr zu gewährleisten ist.

Dem antikolonialen Nationalismus, für viele afrikanischen Staaten nach der Unabhängigkeit die ideologische Grundlage der eigenen Identität, stehen nun also alternative und eindeutig postnationale Formen kollektiver wie individueller Identifikationsmöglichkeiten gegenüber. Zu verstehen, wie diese im jeweiligen lokalen Kontext öffentlich ausgehandelt werden und welche Rolle dabei neue Medientechnologien spielen, darin sehe ich eine der wichtigsten Aufgaben der heutigen Ethnologie.



# Anhang

## Verzeichnis der Interviewpartner

**Bob Smith Jr.** (11.8.2004), Accra

Schauspieler, Autor, Regisseur und Produzent in Personalunion. Einer der Gründungsväter der ghanaischen Videofilmindustrie.

**Alex Boateng** (18.8.2004), Accra

Filmmacher und Produzent, Inhaber von *Alexiboat Productions*

**Rev. Robert Ampiah Kofi** (22.8.2004), Accra

Pfingstchristlicher Pastor, Gründer und Leiter von *Global Revival Ministries*

**Issah Alhassan** (5.9.2004), Accra

Produzent und Filmhändler (hauptsächlich für Hausa-Videos)

**Samuel Nyamekye** (8.9.2004), Accra

Inhaber von *Miracle Films*. Einer der derzeit erfolgreichsten Produzenten des Landes

**Naa Borkai Addy** (11.9.2004), Accra

Cutterin und Special Effects-Designerin für *Miracle Films*

**Seth Ashong Katai** (16.9.2004), Accra

Professionell ausgebildeter GFIC-Regisseur, heute ab und an in der privaten Videofilmindustrie beschäftigt.

**Charles Boateng** (17.9.2004), Accra

Inhaber von *Derema Films*, Produzent und Vizepräsident der *Film and Video Sellers Association*.

**Steve G. Hackman** (17.9.2004), Accra

Inhaber von *Hacky Films*, Pionier der Industrie und Präsident der *Film and Video Marketers Association of Ghana*

**William Akuffo** (20.9.2004), Accra

Regisseur und Produzent der ersten ghanaischen Videofilme, heute Betreiber einer privaten Filmschule.

**Kofi Yirenkyi** (24.9.2004), Accra

Professioneller Regisseur und ehemaliger *Managing Director* der GFIC

**Fred Asante Kotoko** (25.9.2004), Accra

Drehbuchautor u.a. für *Miracle Films* und *Hacky Films*

**Kwaku Twimasu** (30.9.2004), Kumasi

Regisseur und Schauspieler, Präsident der *Ghana Actors Academy*

**Edward Frempong** (1.10.2004), Kumasi

Drehbuchautor, unter anderem für *Miracle Films*, spezialisiert auf 'Epic Movies'.

**Chinedu Ejorh** (6.10.2004), Kumasi

Nigerianischer Filmmacher, arbeitet Auftragsregisseur für lokale Kleinproduktionen.

**Eddie Godfred Croffie** (7.10.2004), Kumasi

Lokaler Kleinproduzent, sowie Ausstatter u.a. für *Miracle Films*-Produktionen

**Rev. Fred Ohene Boadi** (9.10.2004), Kumasi

Pfingstchristlicher Pastor, der diese Rolle auch in zahlreichen Videofilmen spielt

**Kwamena Sakyi** (13.10.2004), Accra

Leiter der ghanaischen Filmzensurbehörde

**Dr. Chris Hesse** (17.10.2004), Accra

Professioneller Regisseur und Kameramann, Leiter der *Ghana Academy of Film and Television Arts*.

## **Filmographie**

*Accra Killings*, Alexiboat Productions, 2000

*Babina*, Akwetey Kanyi Films, Teil I, 2000; Teil II, 2003; Teil III, 2004

*Challenges*, Pentecost International Worship Centre, 2004

*Church Money I+II*, Miracle Films, 2004

*Deadly Encounter*, Gupado Films, 2004

*Deliverance*, Sam Bea Productions, 1991

*Diabolo*, World Wide Motion Pictures 1991

*Easy Blood Money*, Lionscope Productions, 1996

*Expectations*, D'Joh Mediacraft und Miracle Films, 1999

*Fools in Love*, Akofa Asiedu, 2004

*Gagu*, World Wide Motion Pictures, 2003

*Ghost Tears*, Hacky Films, 1992

*Harvest at 17*, Kwaw Ansah/ National Commission on Culture, 1995

*Heritage Africa*, Kwaw Ansah/ Film Africa Limited, 1988

*Idikoko in Holland*, Auslin Filmcraft und Great Idikoko Ventures, 2006

*Koofori in London*, Waayoosi Productions, 2006

*Love and Politics*, Miracle Films, Teil I-IV, 2004-5

*Opportunity I+II*, Miracle Films, 2004

*Praba*, Afridreamz Pictures, 2004

*Stolen Bible I+II*, Great Idikoko Ventures, 2001

*The Broken Oath*, Nayak Executive Films, 2004

*Unconditional Love*, Movie Africa Productions, 1992

*Zinabu*, Akuffo/Smith/Quartey, 1985

## Bibliographie

Akyeampong, Emanuel (1996): *Drink, Power and Cultural Change. A social History of Alcohol in Ghana, c. 1800 to Recent Times*. Oxford: James Curry

Anderson, Benedict (1983): *Imagined Communities: Reflections on the Origin and Spread of Nationalism*. London: Verso

Anyanwu, Chika (2002): "In Search of the Magic Wand for African Cinema". Vortragsmanuskript. Vorgestellt auf der 'Film and History Conference', Universität von Kapstadt, 6-8 Juli 2002.

[www.uct.ac.za/conferences/filmhistorynow/papers/canyanwu.doc](http://www.uct.ac.za/conferences/filmhistorynow/papers/canyanwu.doc)

Appadurai, Arjun und Carol Breckenridge (1988): "Why Public Culture?" In: *Public Culture* 1(1): 5-9.

Appadurai, Arjun (1990): "Disjuncture and Difference in the Global Cultural Economy". In: Featherstone, Mike (Hg.): *Global Culture: Nationalism, Globalisation and Modernity*. London/ Newbury Park/ New Delhi: 295-310.

Appadurai, Arjun (1996): *Modernity at Large, Cultural Dimensions of Globalisation*. Mineapolis: University of Minnesota Press

Asad, Talal (1993): *Genealogies of Religion: Discipline and Reasons of Power in Christianity and Islam*. Baltimore: Johns Hopkins University Press

Askew, Kelly und Richard R. Wilk (Hg.) (2002): *The Anthropology of Media. A Reader*. Malden/Oxford: Blackwell Publishers

Ayorinde, Steven und Oliver Barlet (2005): "We are doing worse than Hollywood". Interview with Kwaw Ansah." In: *Africultures* vom 25.11.2005. [www.africultures.com/index.asp?menu=affiche\\_article&no=4142](http://www.africultures.com/index.asp?menu=affiche_article&no=4142)

Barber, Karin (1982): "Popular Reactions to the Petro-Naira". In: *Journal of Modern African Studies* 20 (3): 431-450

Barber, Karin (1987): "Popular Arts in Africa". In: *African Studies Review* 30(3): 1-78

Barber, Karin (1997a): "Preliminary Notes on Audiences in Africa". In: *Africa* 67(3): 347-362

Barber, Karin (Hg.) (1997b): *Readings in African Popular Culture*. Oxford: James Curry

Baudry, Jean-Louis (2003): „Ideologische Effekte erzeugt vom Basisapparat.“ In: Riesinger, Robert F. (Hg.): *Der kinematographische Apparat. Geschichte und Gegenwart einer interdisziplinären Debatte*. Münster: Nodus Publikationen: 27-39

Bayart, Jean-Francois (1993): *The State in Africa: The Politics of the Belly*. London/ New York: Longman

Behrend, Heike (2004): „Hollywood Localized: A Hausa-video-remake of James Cameron`s Titanic“. Vortragsmanuskript, vorgestellt im *Programme of African Studies*, Northwestern University, Evanston, USA im Mai 2004

Behrend, Heike (2005): „Zur Medialisierung okkultur Mächte: Geistmedien und Medien der Geister in Afrika“. In: Baßler, Moritz, Bettina Gruber und Martina Wagner-Egelhaaf (Hg.): *Gespenster. Erscheinungen –Medien-Theorien*. Würzburg: Königshausen & Neumann: 201-214

Bourgault, Louise M. (1995): *Mass-media in sub-Saharan Africa*. Bloomington: Indiana University Press

Castells, Manuel (1996): *The Information Age: Economy, Society, and Culture, Vol.1* Oxford: Blackwell Publishing

Comaroff, Jean und John L. Comaroff (Hg.) (1993): *Modernity and its Malcontents: Ritual and Power in Postcolonial Africa*. Chicago: University of Chicago Press

Comaroff, Jean und John L. Comaroff (1999): "Occult Economies and the Violence of Abstraction: Notes from the South-African Postcolony". In: *American Ethnologist* 26(2): 278-303

Derrida, Jacques (2001a): „Above All, No Journalists!“ In: De Vries, Hent und Samuel Weber (Hg.): *Religion and Media*. Stanford: Stanford University Press: 56-93

Derrida, Jacques (2001b), "Glaube und Wissen. Die beiden Quellen der 'Religion' an den Grenzen der bloßen Vernunft". In: Derrida, Jacques und Gianni Vattimo (Hg.): *Die Religion*. Frankfurt: Suhrkamp: 9-106

De Vries, Hent (2001): "In Media Res: Global Religion, Public Spheres, and the Task of Contemporary Religious Studies." In: De Vries, Hent und Samuel Weber (Hg.): *Religion and Media*. Stanford: Stanford University Press: 4-42

De Witte, Marleen (2003): "Altar Media's *Living Word*: Televised Christianity in Ghana". In: *Journal of Religion in Africa* 33(2): 172-202

Diawara, Manthia (1992): *African Cinema: Politics and Culture*. Bloomington: Indiana University Press

Dickey, Sara (1998): "Anthropology and Its Contributions to Studies of Mass Media." In: *International Social Science Journal* 153: 413-427

Dracklé, Dorle (1999): "Medienethnologie: eine Option auf die Zukunft" In: Dies. und Waltraud Kokot (Hg.): *Wozu Ethnologie?* Berlin: Reimer: 261-290

Fabian, Johannes (1978): "Popular Culture in Africa: Findings and Conjectures" In: *Africa* 48 (4): 315-334

Fabian, Johannes (1983): *Time and the Other. How Anthropology Makes its Object*. New York: Colombia University Press

Foucault, Michel (1973): *Archäologie des Wissens*. Frankfurt a.M.: Suhrkamp

Geschiere, Peter (1997): *The Modernity of Witchcraft: Politics and the Occult in Postcolonial Africa*. Charlottesville: University Press of Virginia

Ghana Ministry of Information (Hg.) (2003): *Development and Classification of Film Bill*. Accra: Government Printer

Gifford, Paul (1994): "Some Recent Developments in African Christianity". In: *African Affairs* 93: 513-534

Ginsburg, Faye D. (1995): "Mediating Culture: Indigenous Media, Ethnographic Film, and the Production of Identity". In: Deveraux, Leslie und Roger Hillman (Hg.): *Fields of Vision: Essays in Film Studies, Visual Anthropology and Photography*. Berkeley: University of California Press: 256-291

Ginsburg, Faye D., Lila Abu-Lughod und Brian Larkin (Hg.) (2002): *Media Worlds. Anthropology in New Terrain*. Berkeley: University of California Press.

Guneratne, Anthony R. (2003): "Introduction". In: Guneratne, Anthony R. und Wimal Dissanayake (Hg.): *Rethinking Third Cinema*. London: Routledge: 1-28

Habermas, Jürgen (1990): *Strukturwandel der Öffentlichkeit*. Frankfurt a.M.: Suhrkamp.

Hall, Stuart (1980): "Encoding/decoding". In: ders. (Hg.): *Culture, Media, Language*. London: Hutchinson

Hackett, Rosalind J.J. (1998): „Charismatic/Pentecostal Appropriation of Media Technologies in Nigeria and Ghana“. In: *Journal of Religion in Africa*. 28(3): 259-275

Hasty, Jennifer (2005): *The Press and Political Culture in Ghana*. Bloomington: Indiana University Press

Haynes, Jonathan (Hg.) (2000): *Nigerian Video Films*. Athens: Ohio University Center for International Studies

Haynes, Jonathan und Onookome Okome (2000): "Evolving Popular Media: Nigerian Video Films". In Haynes, Jonathan (Hg.): *Nigerian Video Films*. Athens: Ohio University Center for International Studies: 51 – 88.

Haynes, Jonathan (im Druck): "Political Critique in Nigerian Video Films". In: Foerster, Till und Onookome Okome (Hg.): *Modes of Seeing. The Popular Video in Africa*: Köln: Köppe Verlag

Hobsbawm, Eric und Terrence Ranger (Hg.) (1992): *The Invention of Tradition*. Cambridge: Cambridge University Press

Jebuni, Charles D. und Abena D. Oduro (1998): "Structural Adjustment Programme and the Transition to Democracy". In: Ninsin, Kwame A.(Hg.): *Ghana – Transition to Democracy*. Accra, Legon: Freedom Publications: 19-41

Karikari, Kwame (1998): "The Press and the Transition to Multi-Party Democracy in Ghana". In: Ninsin, Kwame A. (Hg.): *Ghana – Transition to Democracy*. Accra, Legon: Freedom Publications: 164-184

Larkin, Brian (1997): "Indian Films and Nigerian Lovers: Media and the Creation of Parallel Modernities ". In: *Africa* 67 ( 3 ) : 406 – 40

Larkin, Brian (2000): "Hausa-Dramas and the Rise of Video-Culture in Nigeria." In: Haynes, Jonathan (Hg.): *Nigerian Video Films*. Athens: Ohio University Center for International Studies: 209-241

Marshall-Fratani, Ruth (1998): "Mediating the Global and the Local in Nigerian Pentecostalism." In: *Journal of Religion in Africa* 28(3): 278-315



Martin, Phyllis M. (1995): *Leisure and Society in Colonial Brazzaville*. Cambridge: Cambridge University Press

Metz, Christian (1994): „Der fiktionale Film und sein Zuschauer. Eine metapsychologische Untersuchung.“ In: *Psyche* 11/48: 1004-1046)

Meyer, Birgit (1995): „‘Delivered from the Powers of Darkness’: Confessions about Satanic Riches in Christian Ghana.“ In: *Africa* 65(2): 236-255

Meyer, Birgit (1998a): “‘Make a Complete Break with the Past’: Memory and Post-Colonial Modernity in Ghanaian Pentecostalist Discourse.” In: *Journal of Religion in Africa* 27(3): 316-349

Meyer, Birgit (1998b): „Waren und die Macht des Gebets. Zur Problematik des Konsums in ghanaischen Pfingstkirchen.“ In: *Sociologus* 48: 42-72

Meyer, Birgit (1999a): “Popular Ghanaian Cinema and ‘African Heritage’”. In: *Africa Today* 46(2): 93-114

Meyer, Birgit (1999b): *Translating the Devil: Religion and Modernity among the Ewe in Ghana*. Edinburgh: Edinburgh University Press

Meyer, Birgit (2001a): “Money, Power and Morality: Popular Ghanaian Cinema in the Fourth Republic.” In: *Ghana Studies* 4: 65-84

Meyer, Birgit (2001b): “Prayers, Guns and Ritual Murder. Popular Cinema in Ghana and Its New Figures of Power and Success“ In: *Politique Africaine* 82: 45-62.

Meyer Birgit (2002): “Pentecostalism, Prosperity and Popular Cinema in Ghana.” In: *Culture and Religion* 3(1): 67-87

Meyer, Birgit (2003a): “Ghanaian Popular Cinema and the Magic in and of Film.” In: Meyer, Birgit und Peter Pels (Hg.): *Magic and Modernity: Interfaces of Revelation and Concealment*. Stanford: Stanford University Press: 200-222

Meyer, Birgit (2003b): "Visions of Blood, Sex and Money: Fantasy Spaces in Popular Ghanaian Cinema." In: *Visual Anthropology* 16(1): 15-41

Meyer, Birgit (2004): "'Praise the Lord': Popular Cinema and Pentecostalite Style in Ghana's New Public Sphere." In: *American Ethnologist* Vol.31, No.1: 92-110

Meyer, Birgit (2005): "Mediating Tradition: Pentecostal Pastors, African Priests, and Chiefs in Ghanaian Popular Films." In: Toyin Falola (Hg.), *Christianity and Social Change in Africa. Essays in Honor of J.D.Y. Peel*. Durham, NC: Carolina Academic Press: 275-306

Meyer, Birgit (2006): "Impossible Representations. Pentecostalism, Vision and Video Technology in Ghana". In: Meyer, Birgit und Annemarie Moors (Hg.): *Religion, Media, and the Public Sphere*. Bloomington: Indiana University Press: 290-312

Morgan, David (1998): *Visual Piety: A History and Theory of Popular Religious Images*. Berkeley: University of California Press

Mukerji, Chandra und Michael Schudson (1991): "Introduction: Rethinking Popular Culture." In: Mukerji, Chandra und Michael Schudson (Hg.): *Rethinking Popular Culture: Contemporary Perspectives in Cultural Studies*. Berkeley: University of California Press: 1-61

Okome, Onookome (2004): "Women, Religion and the Video Film in Nigeria" In: *Film International* 7 (2004:1): 4-13

Pfaff, Françoise (1995): "Conversation with Ghanaian Filmmaker Kwaw Ansah". In: *Research in African Literatures*, Vol. 26, No. 3: 186-198

Pinther, Kerstin (2003): „Stadt ohne Eigenschaften. Zur filmischen Inszenierung des Urbanen im ghanaischen und nigerianischen Video.“ In: Becker, Jochen und Stephan Lanz (Hg.): *Learning from\*. Städte von Welt, Phantasmen der Zivilgesellschaft, informelle Organisation*. Berlin: NGBK: 185-206

Prins, Harald und John Bishop (2002): *Oh What a Blow that Phantom Gave Me! Edmund Carpenter*. Ethnographischer Film. Los Angeles: Media Generation.

Sakyi, Kwamena (1996): *The Problems and Achievements of the Ghana Film Industry Corporation and the Growth and Development of the Film Industry in Ghana*. Unveröffentlichte Magisterarbeit. School of Communication Studies: University of Ghana, Legon.

Schulz, Dorothea (2003) “‘Charisma and Brotherhood’ Revisited: Mass-mediated Forms of Spirituality in Urban Mali.” In: *Journal of Religion in Africa* 33 (2):146-171

Schulz, Dorothea (2005): *Islamic Revival, Mass-Mediated Religiosity and the Moral Negotiation of Gender Relations in Urban Mali*. Habilitationsschrift, Freie Universität Berlin.

Smith, Daniel Jordan (2001a): “Ritual Killing, 419, and Fast Wealth: Inequality and the Popular Imagination in South-eastern Nigeria”. In: *American Ethnologist* 28(4): 803-826

Smith, Daniel Jordan (2001b): “‘The Arrow of God’. Pentecostalism, Inequality and the Supernatural in South-East Nigeria.” In: *Africa* 71 (4): 586-613

Sreberny-Mohammadi, Annabelle und Ali Mohammadi (Hg.) (1994): *Small Media, Big Revolution*. Minneapolis:University of Minnesota Press

Ukadike, Nwachukwu Frank (1994): *Black African Cinema*. Berkeley: University of California Press

Ukadike, Nwachukwu Frank (2003): “Video Booms and the Manifestations of ‘first’ Cinema in Anglophone Africa.” In: Guneratne, Anthony R. und Wimal Dissanayake (Hg.): *Rethinking Third Cinema*. London: Routledge: 126-141

Ukah, Asonzeh F.-K. (2003): “Advertising God: Nigerian Christian Video-Films and the Power of Consumer Culture.” In: *Journal of Religion in Africa* 33(2): 203-231

Wendl, Tobias (2001): „Die verkehrten Welten des Diabolo. Ein ghanaischer Videozyklus“. In: Heike Behrend (Hg.): *Geist, Bild und Narr. Zu einer Ethnologie der Konversionen*. Berlin: Philo: 252-68

Wendl, Tobias (2002): „Die Wiederkehr des Bösen. Horrorfilme aus Ghana und Nigeria.“ In: Himmelheber, Clara, Marjorie Jongbloed und Marcel Odenbach (Hg.) *Jahresring - Jahrbuch für moderne Kunst*. Köln: Oktagon: 65-81

Wendl, Tobias (2004a): „Medien und ihre kulturelle Konkretion. Eine ethnologische Perspektive“. In: Fohrmann, Jürgen und Erhard Schüttpelz (Hg.): *Die Kommunikation der Medien*. Tübingen: Niemeyer: 37-67

Wendl, Tobias (Hg.) (2004b): *Africa Screams. Das Böse in Kino, Kunst und Kult*. Wuppertal: Peter Hammer Verlag

White, Luise (2000): *Speaking with Vampires: Rumor and History in Colonial Africa*. Berkeley: University of California Press