

Johann Wolfgang Goethe – Universität Frankfurt am Main
Institut für Historische Ethnologie
S: Werbewelten: Werbung aus ethnologischer Sicht
WS 2007/08
Dozent: Dr. Ute Rösenthaler, unter Mitarbeit von Dominik Müller

*Zur „authentischen“ Darstellung der
„Bushmännerkultur“ in Medien*

Polic Tomislav
Matr. Nr.02 577 298
Kunstgeschichte (1. Hauptfach, 11. FS), Historische Ethnologie (2. Hauptfach, 5. FS)

Rothschildallee 7
60389 Frankfurt am Main
Tel.: 069-49 08 50 34
E-Mail: Tomislav.Polic@t-online.de

Inhaltsverzeichnis:	Seite
1. Authentizität und Werbung. Einleitung.	1
2. (Spiel-)Film als Abbildung der Realität.	2
3. Über die „Buschleute“	5
3.1 „Bushleute“, San, Khoikhoi, Hottentotte, Khoisan.	
3.2 Die Khoisan – die „ersten Menschen“, die nomadischen Jäger und Sammler.	
3.2.1 Die Khoisan als Jäger. Der „große Tanz“.	
3.2.2 Die Khoisan -Sprache.	
3.2.3 Aktuelle Lage der Khoisan.	
4. Darstellung der „Buschleute“ im Film.	7
4.1 Denver Expedition (1925)	
4.2 John Marshall – ein Ethnologe als Vorreiter des Direct Cinema und Cinéma Vérité	9
4.2.1 “The Hunters: A !Kung Bushmen Film ”(1952-55).	
4.3 “The Gods must be crazy“ („Die Götter müssen verrückt sein“) (1979)	11
4.3.1 Kritik am “The Gods must be crazy“	
4.3.2 “The Gods must be crazy“– auch eine Art Kapitalismuskritik?	
4.4 Über dem Symbolwert einer Cola-Flasche und eines Plattenspielers.	16
4.5 Der Film „Borat“ – ein böses, quasiethnographisch-rassistisches Werk für die neuen Generationen?	
5. „Gespielte Authentizität“ und Selbstvermarktung.	17
5.1. Tourismusindustrie und Authentizität.	
5.2 Die Indianer Amazonas. Ein Versuch der Selbstvermarktung.	19
5.2.1 Video Kamera. Ein Mittel zur Selbstdarstellung.	
5.2.2 Ein Indianer im Anzug – immer noch ein Indianer oder nicht „authentisch“?	
6. Aussichten und Chancen. Ein Schlusswort.	22
Abbildungsverzeichnis	25
Literaturverzeichnis	26

Zur „authentischen“ Darstellung der „Bushmännerkultur“ in Medien

1. Authentizität und Werbung. Einleitung.

Während des Seminars „Werbewelten. Werbung aus ethnologischer Sicht II“ versuchten wir unter anderem herauszufinden wie sich die Werbung in den Medien mit dem Authentizitätsanspruch „verträgt“. So werde ich mich zuerst mit dem Begriff „Authentizität“ auseinandersetzen.

Eine Person wird als „authentisch“ bezeichnet wenn sie besonders „echt“ wirkt. Das vermittelte Bild wird von dem Betrachter als ungekünstelt wahrgenommen. Für Sartre ist z. B. unauthentische Seinsweise durchaus übliche Seinsweise des Menschen. Der Mensch identifiziert sich mit seinem gesellschaftlichen Status oder dem Beruf, die Facetten der Persönlichkeit werden dabei ignoriert. So kleidet sich ein Architekt immer in Schwarz

(Rollkragenpulli), ein Professor ist immer nachdenklich und zerstreut. So einer angeeigneten Lebensrolle kommt es natürlich entgegen, dass Menschen dazu neigen, einen anderen Menschen mit zwei, drei Sätzen zu charakterisieren, um ihn einordnen zu können. Dieser Prozess resultiert aus der Selbstinszenierung, dem unauthentischen Bild, das in der Wechselwirkung entsteht.

Nimmt man die Kunst als Prozess in dem immer etwas über das Leben ausgesagt, bzw. erzählt wird, und dabei mehr Fragen als fertige Antworten entstehen, so wird in der Werbung eine „gefälschte“ Wirklichkeit, ein „unauthentisches“, ein kitschiges Leben gezeigt in dem keine Fragen, sondern allein die Antworten geboten werden. Da hilft es wenig, dass viele Künstler und Filmemacher parallel in der Werbung tätig sind, vor allem um ihr Geld zu verdienen. Manche haben dann doch das Bedürfnis sich zu rechtfertigen, wie der bosnische Regisseur Emir Kusturica, der nachdem er einen Werbespot für sehr viel Geld gedreht hatte, blauäugig behauptete, dass „Leonardo, wenn er heute leben würde, bestimmt in der Werbung tätig wäre“. Ebenso scheint es, dass in der Werbung umgekehrte Verhältnisse herrschen, nimmt man die Qualität des Produktes und die Qualität der dafür produzierten Werbekampagne genauer unter die Lupe. Es steht fest, dass z. B. die „Bildzeitung“, ihrem Inhalt nach, tatsächlich eine hetzerische, kleinbürgerliche und de facto geistesfeindliche und humorlose Zeitung ist. Die Werbekampagnen für das „Produkt Bildzeitung“ dagegen, gehören teilweise zu den gelungensten Entwürfen, zumindest wenn man die Werbung der Konkurrenz in Deutschland betrachtet und Vergleiche zieht. Das aber spricht nur für meine These von der verfälschten Wirklichkeit, nach der erst durch die Wirkung der Werbung, ein dämliches Produkt zu etwas anderem wird – etwas nettes, freundliches oder gar fortschrittliches und kluges. Genau diese Eigenschaft kann die Werbung so gefährlich machen.

Die Werbung als Imitation, als eine bewusste, seelenlose Kopie der Wirklichkeit, eine Imitation des Lebens, hat solche Wechselwirkung nötig um ihre Funktion zu erfüllen und ihre Ziele zu erreichen und Produkten andere, neuen Charakteristiken zuzuschreiben, um sie besser zu verkaufen. Es werden keine Mittel gescheut um das Ziel zu erreichen, dem Publikum wird geschmeichelt – jeder soll sich angesprochen fühlen, jeder soll sehen und verstehen wie „witzig“ und „anspruchsvoll“ die Werbung sei. Die „originelle“ und „witzige“ Werbung verleiht ihre „Authentizität“ und „Originalität“ dem Produkt und gibt ihm die Aura des Schönen, des Authentischen, des Wahren. Im Normalfall bekommen diese Kampagnen auch Preise auf spezialisierten Wettbewerben und auf den Festivals des ADC (Art Directors Club). Und so wird auch das Ansehen der Auftraggeber, also z. B. der „Bildzeitung“, gesteigert.

In solchen verdrehten (Werbe-)Welten in denen sich der populistische und totalitäre Charakter der Werbung offenbart, ist es natürlich schwierig für jeden, der zu dieser Maschinerie nicht gehört. Die Frage ist, wie werden die „Bushleute“ präsentiert und ob sie sich überhaupt selbst präsentieren können.(Abb.1) Das die Marke „Bushmänner“ eine gewinnbringende Marke sein kann, hat sich schon gezeigt, aber was die Marke beinhaltet und wer und wie davon profitieren kann, ist noch zu untersuchen.



(Abb.1) Touristenpostkarte mit jagenden Buschleuten.

2. (Spiel-)Film als Abbildung der Realität.

Der ethnografische Film hat seine Suche nach der Wahrheit in einem Medium angefangen, das normalerweise für die Fiktion reserviert war- im Film. Das Problem der Authentizität im Film und der Versuch die Realität oder das reale Leben zu filmen und auf die Leinwand zu übertragen ist aber nicht nur ein Thema der Ethnologie oder des Dokumentarfilms, sondern auch das große und wichtige Thema des Spielfilms. Immer wieder versuchten Filmemacher jenseits des Massenkinos und des Hollywood- Mainstream als Autoren einzutreten, keine reinen fiktiven Geschichten zu erzählen, sondern auch und vor allem die Filme über und aus dem Leben zu drehen. Einer der ersten, der einen „Abschied von Gestern“ proklamierte war 1922 der sowjetische Filmemacher Dsiga Wertow mit seiner Gruppe von Dokumentaristen, die sich Kinooki (das Kinoauge) nannten und das ganze Vertrauen dem menschlichen Augen und „dem Auge der Filmkamera“ schenkten.

Der italienische Neorealismus der 40er und 50er Jahren des 20. Jahrhunderts revolutioniert den Spielfilm. Es wird nicht wie üblich im Studio gedreht, sondern an Originalschauplätzen. Als Darsteller treten nicht nur die professionellen, gelernten Schauspieler, sondern auch Laien auf. Eine andere, revolutionäre Neuigkeit und das Markenzeichen des Neorealismus ist der Umgang mit der Zeit, die Erzählzeit ist die unmittelbare Gegenwart. Statt Sinn zu stiften, wollen die italienischen Neorealisten die Wirklichkeit erzählen, das Alltägliche, einzelne Geschichten vom Leben in der Armut, von dem Schicksal, vom Glück und dem Unglück.

Die Vertreter der Nouvelle Vague in Frankreich in den 1950er und in den 1960er Jahren (Jean-Luc Godard, François Truffaut, Claude Chabrol, Jacques Rivette), die übrigens auch die deutschen Filmemacher entschieden beeinflusst hatten¹, wollen in ihren Filmen vielleicht nicht weniger die soziale Wirklichkeit zeigen, vor allem aber die Gefühle (Abb.2). Einer der Regisseure, die sich um die Pariser Filmzeitschrift „Cahiers du Cinéma“² gesammelt haben, François Truffaut, schrieb 1957 in einem Artikel der Kultfilmzeitschrift: „Der Film von morgen wird ein Akt der Liebe sein“. Dieser Satz wurde zum Schlachtruf der Nouvelle Vague, die wohl wichtigste Bewegung der europäischen Filmgeschichte.

Jean Luc Godard sprach dabei vom Film als „24 Bilder in der Sekunde Wahrheit“. R.W. Fassbinder drehte die Aussage einige Jahre später in die entgegengesetzte Richtung um und tauschte das Wort „Wahrheit“ mit dem Wort „Lüge“ aus, so dass für ihn ein Film „die 24 Bilder in der Sekunde Lüge“ seien.



(Abb.2) Szene aus dem Film „Außer Atem“ ("A bout de souffle") (1959) von Jean-Luc Godard.

Die Suche nach der Wahrheit und Authentizität im Film dauert bis heute an. Zuletzt im Mai 1995, an einer Konferenz anlässlich des 100. Geburtstags des Films im Paris, präsentierte der dänische Regisseur Lars von Trier das „Dogma 95“ –Manifest. Das Manifest beinhaltet die „zehn Geboten für die autonomen Filmemacher für einen neuen, einen individuellen Film“. Heute hat zwar jeder den Zugang zur Technik, was die Demokratisierung des Mediums bedeutet, umso mehr muss man sich im Verzicht auf die technischen Mittel üben. (Abb. 3)

Die Dogma 95- Filmemacher feierten die wackelnde Handkamera. Hier einige Auszüge aus dem „Dogma 95“ – Manifest, die mir besonders wichtig zu sein scheinen³:

¹ 1962. unterzeichneten während des Oberhausener Filmfestivals 26 Filmemacher den „Oberhausener Manifest“, darunter Alexander Kluge, Peter Shamoni und erklärten den alten Film für tot. „Wir glauben an den neuen“. In :“Dogma 95. Zwischen Kontrolle und Chaos“.

² Die untereinander befreundete Jean-Luc Godard, François Truffaut, Claude Chabrol und Jacques Rivette hatten in den fünfziger Jahren zwei Dinge gemeinsam: Sie schrieben Artikel für die „Cahiers du Cinéma" und waren allesamt der Meinung, dass sich etwas grundlegend im französischen Kino ändern muss.

³ In Dogma 95:12

- Dreharbeiten finden an Originalschauplätzen statt. Requisiten und Bauten sind verboten.
- Der Ton darf niemals unabhängig vom Bild aufgenommen werden. Musik darf nicht verwendet werden, es sei denn, sie kommt direkt am Drehort vor.
- Der Film muss in Farbe gedreht werden. Künstliches Licht wird nicht akzeptiert.
- Optische Bearbeitung ist sowie die Verwendung von Filtern verboten.
- Der Film findet hier und jetzt statt.
- Kein guter Geschmack oder jegliche Ästhetik darf auf Kosten der Wahrheit die Überhand gewinnen.
- Der Regisseur darf nicht genannt werden.



(Abb.3) Szenen aus dem ersten Dogma 95- Film „Das Fest“ (1998) von Thomas Winterberg.

An diesen Beispielen wird deutlich, wie sich die unabhängigen Filmemacher bemühen „die Wahrheit“ des Lebens zu zeigen. So wird die Nähe zum Dokumentarfilm gesucht und die Arbeitsfelder des Spiel- und Dokumentarfilms vermischt.

Im Dokumentarfilm dagegen ist der Wunsch nach dem gefilmten „wahren Leben“ verständlicher Weise, wenn man es so will, das erste und einzige Gebot. Eine Abbildung der Wirklichkeit im besten Fall, ein Dokumentarfilm sollte ein Dokument sein. Dabei haben die meisten Regisseur zumindest mehr oder weniger die klare Vorgaben wie das Fertigprodukt aussehen soll und welche Aussage vermittelt werden sollte.

3. Über die „Buschleute“

3.1 „Bushleute“, San, Khoikhoi, Hottentotte, Khoisan.

Der Begriff „Buschleute“ bzw. die Frage des politisch Korrekten (wie es oft in der Ethnologie der Fall ist), hat mir einige Schwierigkeiten bereitet. Es heißt nämlich, dass der Begriff „Buschleute“ als rassistisch gelte, empfehlenswert seien dagegen die Begriffe „Khoisan“ oder „San“. Khoisan bezeichnet aber auch andere Völker Südafrikas, denen gemeinsam die Khoisan Sprache ist. Für W. Hirschberg z. B. gehören zu den Khoisan sprechenden Völkern neben den „Buschmännern“ (San) und „Hottentotten“ (Khoikhoi, „die ersten Menschen“) auch das Volk der Bergdama.⁴

⁴ Hirschberg :382

In der Geschichte trifft man oft auch die Namen Khwe oder Basarwa (z. B in Botswana) Amasili oder Batwa (in Zimbabwe), einige kleinere Gruppen wurden unter den Namen Jul'hoansi oder !Kung bekannt. Es steht aber fest, dass sich alle diese Gruppen als Gemeinschaft mit „Bushmen“ bezeichnen.

3.3 Die Khoisan – die „ersten Menschen“, die nomadischen Jäger und Sammler.

Die Khoisan zählen zu den egalitären Gesellschaften, die sich ohne ein übergeordnetes politisches Führungssystem organisieren. Auch eine formale Rechtsprechung wird nicht ausgeübt so werden die Verstöße gegen die moralischen Grundsätze der San schlimmstenfalls mit einem Ausschluss aus der Gemeinschaft geahndet, was aber in der Wertigkeit der Khoisan einem Todesurteil gleichkommt.

Die San wie auch die Khoikhoi gehörten zu nomadischen Jägern und Sammlern. Sie waren die ersten Bewohner des südwestlichen Afrika und leben dort seit 10 000 Jahren, manche Schätzungen gehen bis auf 30 000 Jahren zurück und ordnen die San sogar an der Wurzel des menschlichen Stammbaums ein.

Nomadisierende Kleingruppen von oft 40 bis zu höchstens 200 Menschen setzen sich - neben verwandtschaftlichen Beziehungen - nach persönlichen Vorlieben flexibel zusammen. Über Gruppenbelange (wie Jagd, Ortswechsel usw.) wird gemeinsam entschieden. Einfluss auf Entscheidungen haben hierbei individuelle Erfahrungen, Kenntnisse und Überzeugungskraft.

Spezialisierte Berufe sind nicht bekannt. Allerdings findet eine Arbeitsteilung nach Geschlechtern statt. Die Jagd auf größeres Wild wird ausschließlich von Männern durchgeführt.⁵

Die San leben in der Wüste von Kalahari in Südafrika und Botswana. Sie mögen es allerdings nicht wenn man sie als San bezeichnet, weil ihnen dieser Name von ihren historischen Rivalen, der Volksgruppe Khoi gegeben wurde. Der Name „San“ hatte in dem südlichen Afrika die Bedeutung, die das Wort Nigger in den USA hat, als beleidigende Bezeichnung für die schwarze, afroamerikanische Bevölkerung. Paradoxerweise bevorzugen sie selbst den Begriff „Bushmen“, der wiederum wie oben erwähnt als politisch unkorrekt bei den meisten Menschen aus dem Westen gilt.⁶

Im Laufe der Zeit wurden die San von Khoikhoi Gruppen, vor allem aber ab dem 15. Jahrhundert von Bantu-sprechenden Gruppen immer weiter in unwirtliche Gegenden abgedrängt.

Von 1652 (Gründung Kapstadts) bis 1830 führten die niederländischen Gouverneure regelmäßig Vernichtungszüge gegen die ca. 200.000 San der Kap-Region durch. Die Überlebenden flohen in die Kalahari oder wurden auf den Farmen der Europäer versklavt. 1904, im Anschluss an den Krieg gegen die Herero, ging die deutsche Schutztruppe auf dem Gebiet der damaligen Kolonie Deutsch -Südwestafrika (dem heutigen Namibia) ähnlich gegen die San vor. Allein in Botswana fand keine systematische Verfolgung der San durch Europäer statt.

Mit einer ausgewachsenen Körpergröße von 1,40 m bis 1,60 m wurden die San manchmal als Pygmäen bezeichnet, stehen jedoch mit diesen in keiner Relation.

Bis zur Unabhängigkeit Namibias im Jahre 1990 setzte die südafrikanische Armee etwa 3.000 San als Fährtensucher gegen die Unabhängigkeitsbewegung SWAPO ein. Ähnlich gingen die portugiesischen Kolonialherren in Angola vor, was nach der Unabhängigkeit Angolas zur weitgehenden Vertreibung der San führte.⁷

3.3.1 Die Khoisan als Jäger. Der „große Tanz“.

⁵ Quelle: <http://de.wikipedia.org/wiki/Khoisan>

⁶ Quelle: <http://www.khoisanpeoples.org/>

⁷ Quelle: <http://de.wikipedia.org/wiki/Khoisan>

Die Khoisan betreiben die älteste Form der menschlichen Jagd, die waffenlose Ausdauerjagd. Diese beruht auf der gegenüber fast allen Säugetieren überlegenen Ausdauer des Menschen beim Laufen. Schnelle Jäger wie Geparden, die kurze Zeit auf Geschwindigkeiten von über 100 km/h kommen können, können diese Geschwindigkeit aber nur wenige Minuten durchhalten, weil sie sonst an Hitzeschlag sterben würden. Sie müssen das Jagdwild in einem Anlauf erreichen, sonst ist es entkommen. Auch Löwen oder Wildhunde halten hohe Geschwindigkeiten nur kurze Zeit durch und müssen sich mit Anschleichen oder Wegabschneiden und Einkreisen also Zusammenwirken im Rudel behelfen. Der durch die langen, relativ starken Beine und den aufrechten Gang für schnelles Laufen gut gebaute Mensch kann einen Lauf stundenlang durchhalten. Die San erlegen noch heute schnelle Huftiere ganz ohne Fernwaffeneinsatz, indem sie so lange hinter diesen herlaufen, bis diese entkräftet zusammenbrechen. Um ein Erwachsener zu werden, muss ein Junge ein größeres Tier zu Tode hetzen. Dies geschieht mit ca. 15 Jahren. Bis zu 40 Stunden kann diese Ausdauerjagd, bezeichnet als „der Große Tanz“, dauern. Die getrockneten Fleischstreifen der Beute werden dann die Nahrung für einige Wochen.

Den „großen Tanz“, die Verfolgung einer Giraffe, zeigte der Regisseur John Marshall in dem Film „The Hunters“ (1957), auf den ich in meiner Hausarbeit später kommen werde.

3.2.2 Die Khoisan - Sprache.

Nach der Klassifizierung des Linguisten Joseph Greenberg bilden die Sprachen der Khoisan eine von fünf Sprachfamilien in Afrika. Die innere Klassifikation ist nach wie vor strittig, da die Sprachen der Khoisan nicht so gründlich erforscht sind. Eine Verwandtschaft der einzelnen Sprachfamilien innerhalb der Khoisan - Sprachen konnte noch nicht eindeutig bewiesen werden und wird von den meisten Sprachwissenschaftlern abgelehnt.

Seit langem wird die Hypothese diskutiert, wonach diese Klick- und Schnalzlaute der Khoisan-Sprachen ein Relikt der „Ursprache“ des Menschen sind: es handele sich um Laute, die die Khoisan behalten, alle anderen Völker dagegen verloren haben. Kritiker halten entgegen, dass es genauso umgekehrt sein könnte, dass die Khoisan diese Laute erst nach ihrer ethnischen Abspaltung angenommen haben. Ein Grund könnte sein, dass diese Laute in der Kommunikation der Jäger und Sammler von Vorteil sind.⁸

3.2.4 Aktuelle Lage der Khoisan.

Seit der Mitte der 90er Jahren führt die Regierung in Botswana die Umsiedlung der Khoisan aus ihren Territorien in den Central Kalahari Game Reserve an. Natürlich gibt die Regierung ausschließlich humanitäre Gründe für die Umsiedlung vor. Die Kritiker dagegen, werfen der Regierung vor, die verlassenen Gebiete, die ungefähr so groß sind wie Dänemark, für Tourismus und für die Ausgrabung der Diamanten nutzen zu wollen.⁹

Im Jahr 2006 entscheidet das oberste Gericht Botswanas positiv auf die Klage der über 1000 Khoisan und erklärt die Entscheidung der Regierung, nach der sie ihre traditionelle Territorien zu verlassen haben, als ungültig. Obwohl dieses Urteil von Menschenrechtler als wegweisend für die weltweiten Fälle der Vertreibung der indigenen Einwohner zu betrachten ist, gilt es trotzdem als unwahrscheinlich, dass viele der Vertriebenen zurück kehren werden. Das hängt vor allem mit der Tatsache zusammen, dass sich die Regierung zwar nicht gegen die Entscheidung des

⁸ Quelle: <http://de.wikipedia.org/wiki/Khoisan>

⁹ Der Film „The Blood Diamond“ (2006) mit Leonardo di Caprio in der Hauptrolle thematisiert die Produktion der Diamanten von De Beers.

Gerichtshofes stellen würde, aber auch nicht für die Infrastruktur, wie Wasserversorgung, Schulen- oder Krankenhäuserbau. Andererseits haben sich viele Vertriebene in der neuen Umgebung „zu recht gefunden“.¹⁰

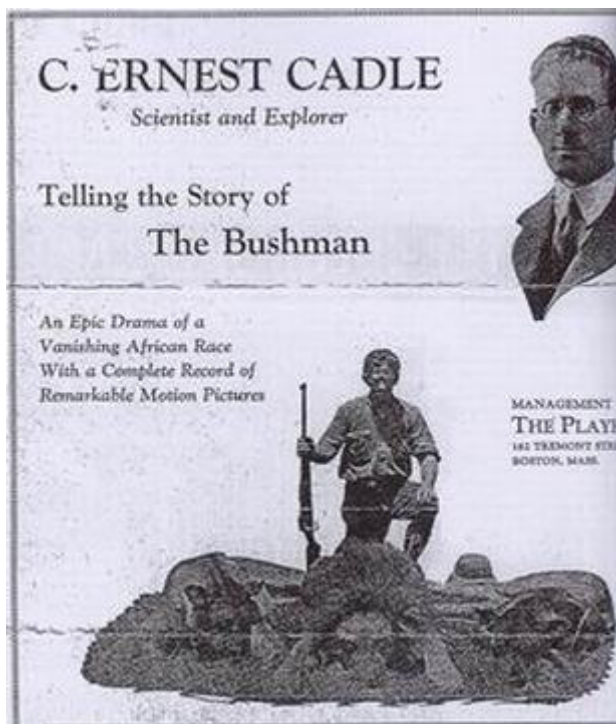
4. Darstellung der „Buschleute“ im Film.

4.1 Denver Expedition (1925)

Das Thema des Films „The Bushman“ (1926) ist die Denver African Expedition, die sich in der Zeit von September 1925 bis zum Januar 1926 unter der Führung von Ernest Cadle in Namibia abspielte. (Abb.4)

Robert J. Gordon setzt sich in seinem Text „Backdrops and Bushman: an expeditious comment“ mit dem Film und insbesondere mit der den Film begleitenden Broschüre auseinander.

Es war ein Stummfilm, in der Zeit in der die Tonfilme („talkies“) immer populärer wurden. Der Film selbst, wie auch die Fotos in der Broschüre bedienen die Vorstellung und Träume des Kinobesuchers von damals, und stellen die „Buschleute“ in Hollywoodmanier als die romantischen Repräsentanten der Menschheit in der Steinzeit dar. Die Fotos sind dafür der entscheidende Beweis. Das was gezeigt wird, gleicht einer „Freakshow“ obwohl man die Fotos eigentlich als „wissenschaftlich“ begründet darstellen möchte.¹¹



(Abb.4) Titelseite der Broschüre zum Film „The Bushman“(1926)

¹⁰ Quelle: <http://www.independent.co.uk>

¹¹ Gordon:115

Die Sponsoren von der Stadt Denver hofften mit dem Film außer Werbung für die Stadt, auch eine Menge Geld zu verdienen. Der Film sollte das Land für die Siedler attraktiv machen und für die am Film beteiligten als Karrieresprung dienen. Da bis dahin nach Südafrika nur die oberen Schichten kamen, um dort zu jagen, war eine der wichtigen Aufgaben des Films die Landschaft, die Natur und das Klima, die Eingeborenen, die Tier- und Pflanzenwelt reizvoll genug zu präsentieren um die Touristen von morgen – die Menschenmassen, nach Südafrika zu locken.

Dabei war die Rolle der touristischen Hauptattraktionen bereits für „Buschleute“ reserviert – sie wurden als Teil der südafrikanischen Fauna, ein Highlight des „Etosha Game Park“ und schließlich als eines der sieben Wunder Südafrikas dargestellt. (Abb.5).

Die filmbegleitende Broschüre ist ungewöhnlich modern gestaltet für die Zeit. Robert J. Gordon stellt fest, dass die Modernität der Broschüre ein gewollter Kontrast mit dem Primitivismus des Dargestellten sei.¹²



(Abb.5) Detail aus der Broschüre zum Film „The Bushman“(1926)

Als theoretische Grundlage für so eine Konzeption, sieht er den naiven sozialen Darwinismus. Das was photographiert wurde, seien viel weniger „Buschleute“, als das was sie symbolisieren sollten –ein Typus wird hier zusammengebaut.¹³

Wir werden sehen, dass sich in späteren Darstellungen der „Bushleute“ wenig ändern wird, viel mehr wird sich der „Buschmann“ selbst ändern, nicht zuletzt durch das immer steigende Interesse für seine mythologisierte Geschichte.

4.3 John Marshall – ein Ethnologe als Vorreiter des Direct Cinema und Cinéma Vérité

John Marshall(1932-2005) ist einer der Pioniere des ethnografischen Films und neben den Jean

¹² Gordon:116

¹³ Gordon:116

Rouch, Robert Gardner, und Tim Asch (mit ihm arbeitete er zusammen), einer der wichtigsten Vertreter der visuellen Anthropologie der zweiten Hälfte des 20. Jh.

Mit 17 ging Marshall zum ersten Mal nach Kalahari, damals als Teil der Familien-Expedition, in der Begleitung seines Vaters Laurence Marshall und seiner Schwester Elisabeth. Sie veröffentlichte später auch das Buch zur Expedition „The Harmless People“. Zu diesem Zeitpunkt konnte er, so wenig wie auch die anderen Mitglieder seiner Familie, eine ethnologische Ausbildung vorweisen. Sein persönlicher Wunsch war, „die verlorene Welten der Kalahari“ zu entdecken und die wilden „Buschmänner“ kennen zu lernen. Ethnologie studierte er einige Jahre später. Genauso wenig wie die ethnologische Ausbildung, hatte Marshall zu diesem Zeitpunkt die Erfahrung mit der Regiearbeit oder überhaupt mit der Kamera. Sein Vater empfahl ihm, die Menschen nicht zu filmen, vielmehr solle gefilmt werden was geschieht, er solle beobachten was die Menschen machen.

Diesen einfachen Anweisungen folgend, entwickelte Marshall einen neuen dokumentarischen Stil in dem sich die Kamera nicht in das Geschehen einmischen darf, sondern „unbeteiligt“ und von den Gefilmten unbemerkt die Realität filmt. In den meisten seiner Filme verzichtet er auf ein wohlformulierten Kommentar. So nimmt er die wichtigsten Merkmale des Cinéma Vérité und Direct Cinema oder Uncontrolled Cinema oder der Living camera aus den 1960er Jahren vorweg auf. Mit den wichtigsten Repräsentanten dieser Richtungen, die den Dokumentarfilm entscheidend veränderten und die Fernsehberichterstattung revolutionierten, wie Richard Leacock, Donn Pennebaker, Albert Maysles oder Frederick Wiseman, arbeitete er später eng zusammen, meistens als Kameramann.

Richard Leacock definierte 1964 in einem Interview mit Klaus Wildenhahn, dem wichtigsten deutschen Vertreter des Direct Cinema, die neue Position des Kameramannes: „Der traditionelle Kameramann ist eigentlich ein Fachmann für Beleuchtungseffekte. So gesehen sind wir keine Kameraleute. (...) Im Grunde sind wir Beobachter, kritische Beobachter. Wir stellen uns mit der Person, die wir filmen, auf die gleiche Ebene. Wir respektieren und vertrauen uns. Es ist nicht die Beziehung zwischen Kameramann und Objekt. Oft legen wir die Kamera weg und sind nur Gesprächspartner.“¹⁴

4.2.1 “The Hunters: A !Kung Bushmen Film”(1952-55).

In dem Klassiker des ethnografischen Films “The Hunters: A !Kung Bushmen Film” (1952-55), nimmt John Marshall den legendären Roman „Moby Dick“(1851) des amerikanischen Schriftstellers Herman Melville als narratives Model für seinen Film(Abb.6).¹⁵ Er beobachtet eine Gruppe der „Bushleute“ die zu dem Klan Ju’/hoansi im Gebiet der Nyae Nyae gehören und verfolgte sie über mehrere Tage bei der Verfolgungsjagd auf eine Giraffe. Marshall filmt sehr unauffällig und als Betrachter hat man das Gefühl, dass er sich nicht allzu sehr in das Geschehen einmischt und nicht direkt inszeniert. Auf der anderen Seite baut er die Spannung so auf, dass sie in der Szene der Tötung der Giraffe ihre Kulmination findet. Diese Szene, die stark an „Moby Dick“ angelehnt ist, allerdings mit einer Giraffe statt mit einem Wal und in der Wüste statt am Meer, machte den Film für das breitere Publikum interessant und sehenswert. Die Szene der Tötung ist äußerst brutal, sehr sorgfältig inszeniert, mit einer klar erkennbaren Handschrift des Regisseurs. Sie zeigt deutlich, dass der Film am Schneidetisch entstanden ist, und gibt dem Ganzen schließlich eine starke mythologisch – mystische Färbung. Wenn man dabei die ganze Wahrheit über das übliche Verhalten der „Buschleute“ kennt, nämlich, dass die Giraffe im Normalfall nicht getötet wird, dann bußt das Werk an seiner Glaubwürdigkeit.¹⁶ Wenn man dazu auch noch weiß, dass der erste Pfeil auf das Tier von dem Jeep mit dem Regisseur aus

¹⁴ Wildenhahn:153

¹⁵Speeter- Blaudszun:57

¹⁶ Tomaselli 1999:170

abgeschossen wurde, dann kann man sicherlich die Frage stellen, in wie fern es sich hier um eine authentische Darstellung der „Buschleute“ handelt. Es bestätigt sich eher der Eindruck, dass das „authentisch“ eher das ist, was „authentisch“ genug ist um sich besser verkaufen zu können.



(Abb.6) Szene aus dem Film „The Hunters: A !Kung Bushmen Film“ (1952-55)

Marshalls Filme wie z. B seine 6 Stunden lange Dokumentation, die eine Auswahl aus dem Filmmaterial über „life & time of the Ju/'hoan Bushmen“ in der Zeitspanne von 50 Jahren beinhaltet, wurden auf „Discovery Channel“ gezeigt. „Discovery Channel“ ist ein Sender, der wie die meisten anderen Fernsehsender vor allem an die Verbreitung der Stereotype und des Klischees interessiert ist, und daran, dass es bei solcher Art der Darstellung und Berichterstattung auch langfristig bleibt.¹⁷

Dazu passt auch eine Aussage des Regisseurs über „The Hunters“ aus dem Jahre 1993, in der er seinen ersten Film als „sort of American- kid's- eye- view of hunting and gathering culture“ bezeichnet.¹⁸

Marshalls Idee der authentischen Darstellung des Lebens im Film, seine Position im Bezug auf anderen Filmemacher und die Dinge in seinem Werk auf die es ankommt, beschreibt er 1976 so:

„To many filmmakers my observations will seem naïve or boring in a media world driven by spin and the manipulation of the image. The lessons may be seen as simply wrong by anthropologists and social scientists who value theoretical interpretation more than description. My work as a filmmaker starts from one observation: what the people I am filming actually do and say is more interesting and important than what I think about them.“

Das ist natürlich eine Idealvorstellung und das hohe Ziel des „Direct Cinema“. Eine andere Frage ist die Durchsetzbarkeit von diesem Prinzip des „Antiregisseurs“, eines Filmemachers, der sich auf keine Weise in das Geschehen einmischt (und einmischen möchte).

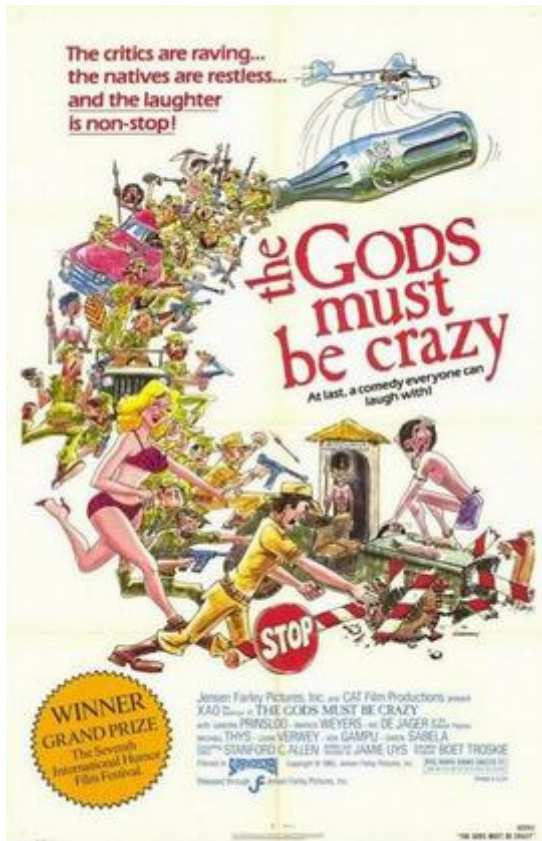
John Marshall beschäftigte sich mit den Menschen der Kalahari bis zu seinem Tod 2005.

4.3 „The Gods must be crazy“ („Die Götter müssen verrückt sein“) (1979)

Dreiundfünfzig Jahre nach der Denver- Expedition und vierundzwanzig Jahren nach dem John Marshalls Film „The Hunter“, dreht 1979 der Regisseur Jamie Uys den Film „The Gods must be crazy“ („Die Götter müssen verrückt sein“), (Abb.7). Dem Film folgten gleich vier Fortsetzungen.

¹⁷ Tomaselli 1999:134

¹⁸ Tomaselli 1999:169



(Abb.7) Plakat des Films „The Gods must be crazy“(1979) von Jamie Uys

Es steht außer Zweifel, dass der Regisseur Jamie Uys die beiden erwähnten Filme, „The Bushman“ und „The Hunter“ vorher gesehen hatte, denn „The Bushman“ lautete auch der Arbeitstitel seines Films. „The Gods must be crazy“, war damals der meistgesehene ausländische Film aller Zeiten in den USA. In Wirklichkeit wurde der Film von Südafrika finanziert obwohl Botswana als Produktionsland angegeben wurde.

Der Regisseur Jamie Uys hat bis heute 24 Filme gedreht, unter anderen den Kassenschlager mit dem außerordentlich skurrilen Titel „Animals Are Beautiful People“ (1974). Der Film wurde damals mit dem Goldenen Globe für den besten Dokumentarfilm ausgezeichnet. Obwohl ich mich hier nicht mit diesem Film beschäftigen werde, weil das zu viele neue Fragen in den Raum stellen würde, möchte ich erwähnen, dass der deutsche Übersetzer in der Übersetzung des Titels ganz auf „Beautiful People“ verzichtete und den Film umnannte in „Die lustige Welt der Tiere“. „Lustig“ und „beautiful“ genauso wie „Tiere“ und „people“ schienen für die deutsche Distributionsfirma beinahe Synonyme zu sein. Etwa als „Kompromiss“ ließ sich die kroatisch-serbische Übersetzung lesen – der jugoslawische Titel lautete nämlich: „Ta divna stvorenja“, auf deutsch „Diese wundervollen Geschöpfe“.

„The Gods must be crazy“ erzählt parallel drei Geschichten. Die erste ist die Geschichte des Bushman Xi's (gespielt von N!xau¹⁹), der eine Cola- Flasche, die von den Göttern auf die Erde geworfen wurde, (tatsächlich von einem unbesorgten Piloten aus einem Flugzeug), zurück an das

¹⁹ Auf dem Homepage des Films steht die Information, dass sein richtiger Name G!Kau sei. Ein Druckfehler sei an der falschen Benennung schuld. Man kann aber davon ausgehen, dass es sich um ein PR-Trick handelt, da der Name in beiden Fällen für einen westlichen Kinobesucher sehr merkwürdig erscheint. So verdoppelt sich der Effekt. Übrigens wurden noch zwei anderen Namen ins Spiel gebracht: Cgao Coma und Di//xay G/!q'o-/xana

Ende der Welt zu bringen versucht. (Abb.8). Parallel wird die Liebesgeschichte zwischen dem ungeschickten aber liebenswürdigen Wissenschaftler, dem Biologen Andrew Steyn (Marius Weyers) und der blonden Lehrerin (Sandra Prinsloo) erzählt.

Im Hintergrund, auf der dritten Erzählebene, spielen sich Putschs, Guerillaanschläge und politisches Chaos ab.



(Abb.8) Szene aus dem “The Gods must be crazy“

In der Vorbereitung für den Dreh hat Uys nach eigenen Angaben drei Monate in Kalahari die „Buschleute“ beobachtet. Er behauptet leichtfertig, dass sein Hauptdarsteller N!xau vor ihm nur drei oder vier Menschen, aber keine Stadt oder ein Haus gesehen hat. Es wundert nicht, dass Uys hier nicht die Wahrheit sagt, denn womöglich wäre diese Wahrheit für das Kinopublikum nicht mal halbwegs so aufregend. Bevor die Dreharbeiten angefangen hatten, war der Träger der Hauptrolle nämlich als Koch in einer Schule in Namibia beschäftigt. Anders als im Film gezeigt, hat er Geld bereits gekannt, zeitweise war er auch als Pfeilverkäufer beschäftigt.

Die Hauptgeschichte mit den „Buschleuten“ und der Suche nach dem „Ende der Welt“ will zeigen, dass es wirklich noch solche Menschen gibt, die sich mit Tieren verständigen können, kein Geld und keine teuren Gegenstände und Statussymbole brauchen, die nett miteinander umgehen und nicht gierig und gestresst sind, sonder lebensfroh und mit guter Laune das Leben auf der Erde genießen. Wenn es solche Menschen auch nicht gibt, musste man sie herzaubern, und das tat der Regisseur Uys.

4.3.1 Kritik am “The Gods must be crazy“

“The Gods must be crazy“ wird als „pseudoethnographische“ Darstellung der „Bushleute“ bezeichnet. Der ironisch - satyrische Kommentar, der auf die realen politischen Ereignisse anspielte sei nur als Mittel eingesetzt, um dem Gezeigten die Glaubwürdigkeit zu verleihen.

Dabei beschäftigten sich die Kritiker vor allem mit der Frage, ob und in wie weit der Film als rassistisch zu bezeichnen sei.

Die meisten Kritikern die ihn als Dokumentarfilm bzw. als ethnographisch und nicht als Spielfilm sehen, beurteilten den Film als negativ und stufen ihn als rassistisch ein. In den klar verteilten Rollen in Bezug auf die Natur z. B, wird ein klarer rassistischer Hintergrund erkannt. Während auf einer Seite die stehen, die in der Natur und mit der Natur leben und die sich sogar mit wilden

Tieren verständigen können, sind auf der anderen Seite die zivilisierten Menschen, die die Natur für ihre Zwecke zu nutzen wissen und über der Natur stehen.²⁰

Für den Rest ist der Film einfach nur eine der „verrücktesten Komödien aller Zeiten“.

Der Regisseur benutzt die Slapstick - Gags in Buster Keaton – Manier, um zu betonen und zu zeigen wo die „echten“ Probleme der zivilisierten Menschen liegen. So versucht der Biologe Steyn sein Fahrzeug zu zähmen, die Maschine aber will nicht gehorchen. Man könnte allerdings, auch das Unzähmbare in der Frau (als Teil der Natur?) sehen, in die der Biologe verliebt ist. Diesen „frauenfeindlichen“ Aspekt des Films ließen die Kritiker kommentarlos stehen. Sehr wahrscheinlich, dass die Rassismus –Vorwürfe alles andere „erfolgreich“ ausblenden.

In einer Szene spricht der N!xau mit einem Affen. Ist das eine böse Gleichstellung, ein netter Gag oder gar authentisch? Ein schwarzer Aktivist aus Soweto stellte die Gegenfrage: „Sind die Weißen auf dem Niveau von ihren Hunden, nur weil sie mit ihnen sprechen?“²¹

Die Bushleute, die den Film gezeigt bekommen hatten, sahen im Film nicht die Gegenwart, sondern die Vergangenheit/ oder die Zeit, die stehen geblieben zu sein scheint.

Die „inkompetenten Politiker, die dämlichen Terroristen und möchte gern Revolutionäre“, diese Mischung vermittelt die einfache Botschaft: die Schwarzen Afrikas seien nicht in der Lage sich selbst zu regieren. Alles wozu sie im Stande sind, ist das Land in Chaos zu versenken.

Konfrontiert mit den Vorwürfen, seine Filme dienen der Affirmation des Apartheid- Regimes, sagte Uys, er mache „Unterhaltungsfilme“ und was andere darin sehen, „sei ihr Problem“. Dann sagt er noch: “Messages are bad for business.”

4.3.2 “The Gods must be crazy“– auch eine Art Kapitalismuskritik?

Wer möchte kann in “The Gods must be crazy“ (vergeblich) nach ethnologisch - wissenschaftlichen Grundlagen suchen, diese „Grundlagen“ sind aber dem Regisseur ziemlich egal. Er benutzt die quasiethnographischen „Fakten“ und vermischt sie mit Mythen um seine Geschichte zu erzählen, mit dem eigentlichen Ziel, Massen zu unterhalten. Passt dazu auch eine Kritik der westlichen Gesellschaft, der USA, des Kapitalismus? Wäre dies ein Widerspruch?

Wie auch die meisten Hollywood- Filme war “The Gods must be crazy“wie schon erwähnt, an erster Stelle als gewinnbringend gedacht. Und es hat funktioniert, der Film wurde zum erfolgreichsten nichtamerikanische Film aller Zeiten. Trotzdem ist die gewisse Kapitalismuskritik im Film nicht zu übersehen. Für mich war es deshalb etwas verwunderlich, dass dies bei Tomaselli und bei den andern Kritikern des Films nicht einmal eine Fußnote Wert war. Es ist kein Geheimnis, dass „zivilisierte“ Menschen Kriege führen, und das viel Geld dafür ausgegeben wird. Die Cola- Flasche steht hier als Symbol für den Besitz, stellvertretend für die allgegenwärtige, grenzen- und kulturübergreifende Macht des Kapitals. Der Besitz, der all die bösen Dinge erzeugt: Neid, Gier, Zorn, Hass. Die „Bushleute“ wollen die Flasche, ihr bis dato einzigen Besitz, begraben, als sie sehen, dass es plötzlich einen Streit gibt. Einen Streit um die Cola- Flasche. Damit alles so wird wie in der Zeit davor, also harmonisch, friedlich, ruhig, wollen sie sie wieder los werden. Ausgerechnet die gierige Hyäne grabt die Flasche wieder aus und stiftet so wieder Unruhe. Ist die Hyäne nicht ein klares Symbol?

Das Fahrzeug des Biologen z. B macht in dem Film meistens was es will, und hört nicht auf die Direktiven seines Herrschers. Wenn der Mensch ein Jeep nicht beherrschen kann, wie soll er eine Atombombe unter Kontrolle haben? Wozu braucht er sie, die Bombe, eigentlich?

²⁰ Tomaselli 2006:179

²¹ Tomaselli 2006:184

Andererseits sind die „Buschleute“ als eine Art idealer Menschen dargestellt, die arm und nichtshabend sind. Vom „zivilisiertem“ Publikum werden sie bewundert und gleichzeitig verachtet und belächelt. Das westliche Publikum braucht die „romantischen Gefühle“, die die „Buschleute“ bei ihnen erzeugen. So brav, so nett und so sympathisch, aber dennoch bemitleidenswert – das tut gut! Sie singen nicht und spielen keine Instrumente (die besitzen ja nichts!), wie das die „armen aber fröhlichen“ Kubaner oder die Sinti und Roma können. Hier tanzt der Bär, auch ohne Musik.

Noch etwas blieb den Kritikern verborgen: in Hollywood das so beliebte – das ungleiche Paar. Auf einer Seite steht der weiße, intelligente, gebildete, weltoffene und tolerante, aber im Umgang mit alltäglichen Dingen und mit eigenen Gefühlen, in Bezug auf das schönere Geschlecht etwas ungeschickte Wissenschaftler, ein „Robinson Crusoe“ - Typus. Auf der anderen Seite ist wie so oft, sein guter Freitag, der Einheimische und ehrliche, treue, naturverbundene, selbstlose Helfer, der immer nur an das Eine denkt. Das Eine ist sein weißer „Freund“, denn er ist stets an seiner Seite, mal als Dolmetscher, der gar die Gespräche zwischen den Tieren übersetzen und deuten kann, mal als Kumpel und als Ratgeber.

Dieses ungleiche Pärchen ist ein Produkt der Hollywood -Traumfabrik, es ist ein Klischee, das obwohl mehr als offensichtlich, in der westlichen Gesellschaften nicht als Rassismus wahrgenommen wird. Nicht einmal von dem überzeugten Kämpfer gegen den Rassismus und dem immer wachen Wächter wird so etwas sanktioniert. Warum auch, es sei doch völlig „normal“, dass ein primitiver Mensch die Gefühle, Liebesprobleme und alle anderen Schwierigkeiten des „gestressten“ weißen Mannes versteht. Vielleicht bemerkte dies keiner der Kritiker aus dem anthropologischen Lager, weil sie auch selbst schon öfter im Feld auf die Dienste eines „sympathischen Freitags“ – eines Informanten, angewiesen waren. Und ihr „Freitag“ war vermutlich einer, der ihre Gedanken lesen konnte und die Probleme, die in schwierigen Situationen auftauchten, mit einem Lächeln und tröstenden Worten wieder erträglicher machen konnte.

Auf der anderen Seite, stimmt es natürlich schon, dass sich der Regisseure wenig für die Bushmänner und ihre Kultur, für ihre Art zu leben und dafür wie sie wirklich sind interessiert. Die Menschen, die für den Regisseur wichtig sind, waren meistens noch nie in Kalahari, werden aber vielleicht dort Urlaub machen wollen, sie sitzen in Kinossessel, oder zuhause vor dem Bildschirm. Wie in dem ersten Film sind die Bushmänner eine Marke, die Ware die konsumiert werden kann. Paradoxerweise, denn sie selber haben nichts, und konsumieren nichts. Das heißt dann auch, dass man sie nicht entlohnen muss.

Fragen die man sich stellen kann, gibt es genug. Zum Beispiel, wer sind denn diese verrückten Götter? Und warum sind sie verrückt? Warum wird das Ende der Welt gesucht? Weil an so etwas geglaubt wird und weil das Ende der Welt ziemlich weit weg sein muss – also ganz am Ende? Ja, die Weißen sind verrückt, weil sie gar nicht imstande sind zu merken, wie verrückt sie eigentlich sind, sie werfen so etwas Böses und etwas auf vielfache Weise „Nützliches“ einfach weg. Vielleicht könnte die Antwort auch so lauten: „Es ist so, weil das der Regisseur James Uys so wollte“.

Nebenbei gesagt, die meisten Flaschen sind inzwischen aus Plastik, so dass man mit ihnen nicht mehr so viel ausrichten kann. Aber den Inhalt kann man jeder Zeit konsumieren, wenn man will und wenn man dafür bezahlt hat. Nicht mal eine leere Flasche gibt es heute umsonst. Für die leere Flasche im Film gab es noch keinen Pfand.

4.4 Über dem Symbolwert einer Cola-Flasche und eines Plattenspielers.

Im „Nanook of the North“ von Robert J. Flaherty aus dem Jahr 1922, dem ersten ethnographischen Film überhaupt, wird die Geschichte einer Inuit-Familie und ihr

Überlebenskampf mit der Natur erzählt. Flaherty brachte einen Plattenspieler mit, ließ die Inuit Familie die Schallplatten auflegen und filmte sie dabei. (Abb.) Das was im „Nanook“ der Plattenspieler war, ist bei Uys die Cola- Flasche. Beide Gegenstände können „Wunder“ hervorbringen, sie stehen da als Symbole der zivilisatorischen Überlegenheit. Während für die Eskimos auf einem Grammofon die klassische Musik gespielt wird, können die Khoisan eine Cola- Flasche als universelles Handwerkzeug benutzen und so sich das Leben und die Arbeit erleichtern. Beides ist dagegen, ein Plattenspieler sowie eine Cola- Flasche, jedem Einzelnen in unserer, zivilisierten, kapitalistischen Welt zugänglich. Die Eskimos und „Bushleute“ wurden dabei gefilmt wie sie unsere Konsumware bzw. Technik bewundern. Wenn der Zuschauer erfährt, dass es noch menschliche Wesen geben soll, die diese Gegenstände, die jederzeit und für wenig Geld und überall zu erwerben sind, nicht einmal kennen, kann er darüber „nur lachen“.



(Abb.9) Szene aus dem Film „Nanook of the North“ (1922) von Robert J. Flaherty

Die Inuit Familie wurde von Flaherty übrigens auch künstlich zusammengestellt, die angebliche Authentizität wurde „gespielt“ und von oben „dirigiert“. Nanook, der die Hauptrolle spielte und eigentlich nach dem Film Weltruhm genoss, verhungerte schließlich und starb zwei Jahre nach dem der Film die Premiere in den Kinos feierte. So ähnlich, wenn nicht noch schlimmer, ging es den „Buschleuten“ nach dem riesigen Erfolg von „The Gods...“ Kurz nach der Erstaufführung wurde geplant im Osten des Landes ein Spielreservat mit den „Buschleuten“ zu bauen, unter dem Motto: „Leben und jagen wie der wilde Bushmann“.

Ein Grund für den Kritiker Gordon seine Kritik so zu formulieren: „Ein Killerfilm, der die Idee von Spielreservaten weckt.“²²

4.5 Der Film „Borat“ – ein böses, quasiethnographisch-rassistisches Werk für die neuen Generationen?

Der kontroverse Film Borat von Sascha Baron Cohen – hier wird die romantische Vorstellung von Leben der Roma sowie der freiheitliche Mythos Amerikas angegriffen. Ähnlich wie bei „The Gods Must be Crazy“ könnte man von einem „quasiethnographischen Konstrukt“ sprechen. Beide

²² Tomaselli 2006:186

Regisseure vermischen Elemente des Spielfilms mit dem des Dokumentarfilms. Hier heißt das fiktive (bekanntlich auch reale existierende) Land Kasachstan, die Menschen die dort leben sind Sinti und Roma. Die Hauptfigur Borat Sagdiyev aber spricht in Originalfassung nicht kasachisch wie angegeben, sondern hebräisch.

Auch Cohen kümmert sich nicht um die Kleinigkeiten, auch sein Film ist eine Satire. Es werden Mythen zerstört und dabei sämtliche Klischees aufgegriffen und die politisch (in)korrekte Haltung des Publikums hinterfragt. So benutzt Cohen für seinen Film ein ähnlichen Soundtrack wie es bei etwas romantisierender, emotionaler und tragischer Darstellung der Zigeuner im Film „The Time of the Gypsies“ (1989) schon Emir Kusturica getan hatte. Nur mit ganz anderen Bildern, in denen von „romantischen“ Gefühlen keine Spur übrig bleibt.

5. „Gespielte Authentizität“ und Selbstvermarktung.

5.1. Tourismusindustrie und Authentizität.

Kann man als Tourist überhaupt über den Anderen etwas erfahren? Oder über sich selbst etwas neues erkennen? Als Tourist verlässt man die normale Umgebung, konsumiert ungewöhnliche Produkte und genießt/ konsumiert ein anders Klima und die exotische Natur. Die Kommunikation und die Beziehung zwischen dem Gast und den Einheimischen scheint nicht möglich zu sein, da die vorgegebene Konstellation die Herstellung der Beziehung fast ganz ausschließt. Die Positionen des Gastes und die des Gastgebers sind diametral entgegengesetzt. Die sind so unterschiedlich, dass es zu einer ernsthaften Kommunikation nicht kommen kann. Der eine ist bei der Arbeit, das daraus verdiente Geld kann er der Anwesenheit des Gastes verdanken. Der Gast versucht sich von der Arbeit zu erholen, er kann endlich das gesparte Geld ausgeben, er darf faulenzen, am Strand und anderswo, er kann sich über den Ausblick aus seinem Hotelzimmer bei der Reiseleitung oder Hoteldirektion beschweren. Er kann auch völlig verkatert oder überhaupt nicht aufstehen. Das alles kann der Einheimische nicht, weil er in seinem Alltag verankert ist und arbeiten muss. Das macht die Kommunikation zwischen dem Gastgeber und dem Gast, wenn nicht unmöglich dann zumindest schwierig und schließlich nicht authentisch sondern gespielt. Der Gast mag nicht die Wahrheit sehen und der Gastgeber möchte ihm sie gar nicht zeigen. Beide Seiten sind an der Paradiesvorstellungen interessiert und wollen keine Enttäuschungen und „Überraschungen“ erleben.

Die Tourismusindustrie sorgt dafür, dass die verschiedenen sozialen Aspekte des Lebens in das Exotische überzogen werden und in dem Museum, als eine Art des Sammelortes der Kultur, eingesammelt werden. Für die Tourismusindustrie gibt es an einem touristischen Ort oft nichts „sehenswertes“, außer Exponaten in dem Museum und zum Kulturgut erklärte Bauten.

So schließt alleine schon die Existenz des Tourismus die Möglichkeit der authentischen kulturellen Erfahrung aus.²³ Jeder kennt das komische Gefühl, in einem fremden Land zu sein und sich nicht als Tourist erkennen lassen zu wollen und besonders nicht als solcher zu handeln. Aber dieses bleibt doch immer nur ein schwer zu erreichender Wunsch.

So wenn man in einer fremden Stadt, z. B. in Rom, nach dem „authentischen“ Leben suchen möchte, das man aber aus den Büchern und Filmen kennt, wird man von allen Menschen denen man dort begegnet, in seine Touristen-Rolle wieder zurückgedrängt. Es bleibt einem nichts anders übrig als diese Rolle anzunehmen, und kann versuchen das Beste daraus zu machen. Die Einheimischen spielen ihre Rolle auch, als Einwohner der „ewigen Stadt“ repräsentieren sie die „Einwohner der ewigen Stadt“. Woanders, z. B. in Kalahari, spielen die Einheimische die

²³ Burns 1999: 33

„Einwohnern des Paradieses“, obwohl ihre Realität weit von der „paradiesischen“ entfernt ist. Es wäre gut, wenn die Khoisan diese Gastgeberrolle selber übernehmen würden und an diesem Bild selbst basteln könnten, um an diesem Geschäft teilnehmen zu können. (Abb.10).

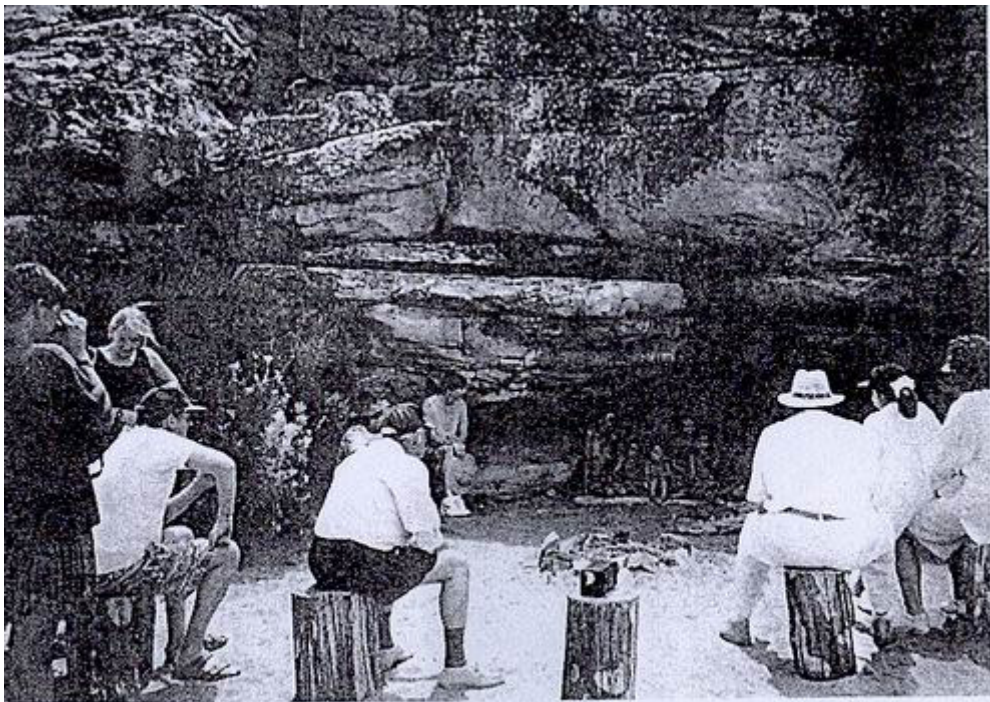


Figure 5 Tourists meet Bushmen. Photograph courtesy of Barbara Buntman

(Abb. 10) Touristen treffen „Buschleute“

Ein wichtiger Aspekt des (Eko-)Tourismus ist die sogenannte „Selbstfindung“ Dieses Ziel meint der Reisende im „Zusammenprall“ der Kulturen zu erreichen, z. B durch das Zusammenkommen mit den „guten Menschen“ der Steinzeit. ²⁴

Der heutige Tourismus wird vor allem durch den visuellen Aspekt erlebt, oder präziser gesagt durch die Digicam. Die Einheimischen werden als andersaussehende registriert und als solche festgehalten, mit der Kamera. Man schaut sich die Menschen und die Landschaft nicht an, man fotografiert. Die Fotos sind wichtiger geworden als Objekte. Das sind auch die Beweise, dass man wirklich dort war. Die Photos dienen als sicherer Beweis für „Authentizität“. Dabei sollte man die Gefahr nicht unterschätzen, nämlich dass „tourism would soon destroy what the tourist come to see“, wie es der Anthropologe Perrott treffend ausdrückte. ²⁵

5.3 Die Indianer Amazonas. Ein Versuch der Selbstvermarktung.

In dem Text „Body paint, feathers, and vrs: aesthetics and authenticity in Amazonian activism“ untersucht Beth A. Conklin die Beziehung zwischen indigenen *body images*, hochentwickelten Technologien und westlichen Vorstellungen von der kulturellen Authentizität. Der Autor versucht die folgenden Fragen zu beantworten:

– in wie fern wird die Wahrnehmung des westlichen Publikums, das Exotische an sich,

²⁴ Garland; Gordon:272

²⁵ Tomaselli 1999:188

automatisch als das Authentische wahrgenommen;

– wie stark veränderte sich, einerseits das Bild von indigenen Völkern und in wie weit veränderten sich diese Völker tatsächlich, unter dem Druck von dieser Vorstellung.²⁶

Conklin untersuchte verschiedene indigene Dorfgemeinschaften: Vari' (Pakaa Nova), im Westen Brasils (Rondonia), Kayapó in Zentralbrasil, Nambiquara/ westlich-zentrale Brasil und Awá im Osten Ecuadors.

Wichtige Annäherungsschritte in der Kommunikation zwischen der westlichen und indigenen Bevölkerung machten die politischen Vertreter der Indianer Amazonas, in dem sie den Kontakt mit den westlichen Establishment suchten. Sie hielten Reden bei Öko-Konferenzen, trafen sich mit den führenden Politikern der Welt, begleiteten Rockstars auf Tourneen und sind heute schon längst die regelmäßigen Gäste bei den mächtigsten Organisationen der Welt wie z. B. der Weltbank, UN, amerikanischen Kongress, EU etc. So haben manche "native" Südamerikaner gelernt in der Sprache der westlichen Politiker zu kommunizieren und fingen plötzlich an von dem "Respekt von der Mutter Erde", die Notwendigkeit des "Lebens im Einklang mit der Natur" oder „dem Schutz der biologischen Vielfalt“ zu sprechen. Dabei erlernten sie und schrittweise übernahmen sie auch den westlichen visuellen Code.²⁷

Conklin fand heraus, dass z. B. die indigenen *body images*, eine Form der „repräsentativen Kultur“ bilden, die einerseits durch Aktivisten selbstproduziert wird, gleichzeitig aber auch als der wichtigste Mittel für die Kommunikation mit dem nicht-indianischen Publikum dient.²⁸ Das Bild von den Indianern ist dabei das Produkt des westlichen Diskurses. Also, paradoxerweise wird das Bild von sich selbst erst produziert, dann an den Anderen weitergegeben, von diesem übernommen und schließlich adoptiert weiter verbreitet.

Da die meisten ausländischen Journalisten kein portugiesisch sprechen, spielen bei ihnen die Bilder und die Eindrücke, die sie hinterlassen, eine große Rolle.²⁹ Es ist kein Wunder, dass die Berichte die diese „unwissenden“ Journalisten schreiben, emotional und sensationalistisch ausfallen. Es entsteht kein Dialog, von beiden Seiten wird in erster Linie versucht aus dem Unternehmen auf irgendeine Weise Profit zu schlagen. Der Inhalt ist dabei zweitrangig, keinen kümmert es, ob das Gezeigte auch der Wahrheit entspricht, wichtig sei viel mehr, dass sich der Leser/der Käufer dafür interessiert.

Als der britische Rockstar Sting 1988 das Dorf Kayapó im zentralen Brasil besuchte beschrieb das Magazin „People“ den (seelischen?) Zustand des Sängers : „Sting goes native, very native- To meet a Chief Amazon Indian“: Er selbst erklärte, dass er nach 48 Stunden im Dorf schon nackt und bemalt in den Kampf gegen Schlangen gezogen ist.³⁰

Der Musiker Sting zog sich aus und wurde so automatisch „zum Teil der indigenen Gesellschaft“ befördert. Eine Studie der Zeitschrift *National Geographic* fand heraus, dass für ihre Leser neben der Bemalung und der Nacktheit auch die traditionelle Kleidung eine Garantie für Beibehaltung der kulturellen Tradition darstellt. Das Tragen der westlichen Kleidung dagegen deutet auf kulturelle Degradierung und macht den Träger „unauthentisch“. Inwieweit *National Geographic* selbst dazu beigetragen hat, als meinungsbildendes Medium, wurde nicht untersucht.

Die Bewohner der Vari' (Pakaa Nova, 1500 Einwohner), tragen westliche Kleidung, auch

²⁶ Conklin:711

²⁷ Conklin:712

²⁸ Conklin:712

²⁹ Conklin:713

³⁰ Conklin:714

während der Rituale und sind daher keine "echten" Indianer. Denn, sie sind nicht so gekleidet wie man es von ihnen erwartet. Gleichzeitig haben die Vari' keine Probleme mit ihrer eigenen Identität. In der Kommunikation mit den Nicht-Indianern auf die sie angewiesen sind, wie Regierungsvertreter, Missionare, Lehrer, Ärzte etc. zeigen sie sich als „integriert“ vor allem weil die Nacktheit als Zeichen der Unzivilisiertheit, Inhumanität, Barbarismus und Armut wahrgenommen wird, die Bemalung als negativ implizierte Exotik.³¹

Die Indianer die in den Städten außerhalb der *communities* leben, halten sich selbst für „verloren“, in Bezug auf die eigenen Kultur, weil sie "wear Jeans, a watch, sneakers, and speak Portuguese".³²

Im westlichen Denkmuster wird die primitive Kunst als unhistorisch und unveränderbar und unbedingt allein und einzig als Resultat religiöser und mythischer Konzeption gesehen.³³ So kann man feststellen das die primitiven Gesellschaften, wenn sie für den Westen als „authentisch“ gelten sollen, sich nicht verändern dürfen. Das heißt aber auch, dass sie in einer fast täglich neuen, beweglichen Welt zu denen, die man heute auch die „Verlierer der Globalisierung“ nennt, gehören würden. Diese „authentischen“ Verlierer können nur dann eine Chance bekommen wenn sie aus der Position des Objekts in die des Subjekts wechseln. Um dieses zu vollziehen, müssen sie sich bilden und den Umgang mit technischen Geräten, wie z. B mit der Videokamera erlernen. Mit der Massenproduktion von Mobiltelefonen, PC's, Modems, Fax-Geräten usw. erreicht die hochentwickelte Technik der „ersten Welt“ die Menschen der „vierten Welt“. Man sollte aber nicht vergessen, dass das was für die Kleidung in Bezug auf die Authentizität gilt, auch für die Benutzung der Videokamera gilt, denn ein „echter“ Indianer benutzt die Videokamera nicht. Das Spiel mit den Vorwürfen der Unechtheit ist im Endeffekt, eine der Methoden der Herrschenden die bestehende Machtverhältnisse aufrecht zu halten.

5.3.1 Video Kamera. Ein Mittel zur Selbstdarstellung.

Die Revolution, die die tragbare Tonkamera im Medium des Dokumentarfilms verursacht hat, weitete sich Ende der 1960er Jahre sehr schnell aus. Einige Jahre später kam die Super 8- Kamera auf den Markt. In den 1970er Jahren z. B konnte jeder seine Urlaubsreise oder Geburtstagfeier seiner Familie dokumentieren.

Schließlich kam dann auch die Videokamera in den 1980er mit noch einfacherer Bedingung und längeren Aufnahmezeiten.

Die Erfindung der Videokamera bedeutete für die indigenen Gruppen, die bis dahin kein Einfluss auf ihre Darstellung in den Medien hatten, die Möglichkeit sich selbst zu reflektieren und sich teilweise zum Subjekt der eigenen Geschichte zu machen.

Als besonders wichtig hat sich eine der technischen Fähigkeiten der Videokamera gezeigt - man konnte das Tape mit dem gefilmten Material zurückschleifen, so dass sich die Gefilmten sofort sehen konnten. Die erwünschte „Realität“ wird sofort korrigierbar, da man sooft wie man will, wieder von vorne drehen konnte. Die Gefilmten fingen an auch Vorschläge zu machen, ihr Verhalten zu „kontrollieren“ oder anzupassen. Schließlich fingen sie an "zu spielen" wie richtige Schauspieler. So wie mancher Familienvater mit seiner Videokamera eine Familienidylle vortäuschte, so entstand plötzlich die Möglichkeit die eigene „Wahrheit“ im eigenen Sinne zu produzieren, auch für propagandistische- und Werbezwecke.

Aus diesen Gründen, also als Teil der „Werbung in eigener Sache“, tragen z. B die Chiefs der Kayapo in den 1980 er wieder die „vergessenen“ langen Haare. Sie zeigen sich wieder bemalt, mit traditionellen Ohrringen und Halsketten, und entsprechen damit dem westlichen Bild eines

³¹ Conklin:716

³² Conklin:717

³³ Conklin:715

Indianers.³⁴

5.3.2 Ein Indianer im Anzug – immer noch ein Indianer oder nicht „authentisch“?

Die Journalisten, Menschenrechtler, Öko- Aktivisten besuchten die Indianer und erkundigten sich über die Lage in ihren Dörfern. In die entgegengesetzte Richtung führen jetzt auch die Vertreter der Indianer zu den Protestdemos oder nehmen an Konferenzen teil. Ihre Auftritte weckten Interesse und sie treten immer offensiver und selbstbewusster an.

Für Teile der brasilianischen Presse ist das nicht erfreulich und mancher Journalist greift die Vertreter der Indianer an, denn „die Selbststilisierung zu Opfern und zu Ökologen sei eine Lüge“. Es werden Fotos veröffentlicht, auf denen es sich um offensichtlichen „Betrug“ handelt. Die Fotos zeigen die Vertreter der Indianer einerseits traditionell und exotisch gekleidet bei ihrem Einsatz als z. B. Öko- Aktivisten, dann wieder im ziviler, westlicher Kleidung in verschiedenen Rollen beim Autofahren, beim Essen in feinen Restaurants, beim benutzen von High- Tech- Geräten. Diese Dualität, die „unverschämten Unstimmigkeiten“ machen sie in den Augen des westlichen Leser verdächtig. Sie seien daher als „korrupt und unauthentisch“ anzusehen.³⁵

Die modernistische Ästhetik will das Primitive und das Zivilisierte deutlich trennen, genauso wie man Technologien, gemischte *bodies* und *beliefs* trennen müsste.

Das der Kameramann selber bemalt ist und Federn hat, bezeichnet Conklin als eine wichtige Veränderung.³⁶

Hier wird deutlich, dass die Tendenz der herrschenden Klasse ist und bleibt, die „Empfehlungen“ zu geben, wie man sich zu benehmen und zu kleiden habe.

Es zahlt sich aus „wie ein Indianer“ auszusehen, oder man verzichtet lieber auf „alles indianische“ und versucht wie „jeder andere“ auszusehen. Aber wie wird man authentisch, wie wird man, man selbst? Sollte man die Rolle des Indianers annehmen? Wie es ein Architekt in einem schwarzen Pulli mit Rollkragen macht?

6. Aussichten und Chancen. Ein Schlusswort.

In dem oben genannten Interview das Klaus Wildenhahn 1964 mit dem Direct Cinema Filmemacher Richard Leacock, Don Allan Pennebaker und Albert Maysles geführt hat, wird das Filmemachen mit einem Spiel verglichen in dem es keine Wiederholungen gibt und keine Recherchen über die gefilmten Menschen vorher gemacht wurden. Leacock sagte damals als Antwort auf die Kritik, die Leute würden sich vor der Kamera verstellen und anders werden als sonst, dass „nicht die Kamera, sondern der Mensch, der ihr gegenüber stehe, Reaktionen x im Benehmen des Partners hervorruft, das aber gehöre zur Realität menschlichen Betragens.“³⁷ John Marshall dagegen spricht von zwei Arten des Mythosbauen im Dokumentarfilm, nämlich vom kompletter Inszenierung und der Nichterwähnung von wichtigen Details.³⁸ Beides gilt in großem Maße für die heutige Dokumentarfilmproduktion, die ein riesigen Anteil des Fernsehprogramms in westlichen Ländern ausmacht und für die hohen Zuschauerquoten sorgt. Da Realität und Mythos gleichermaßen soziale Konstruktionen sind, ist es schwierig nicht den Mythos sondern die Realität zu filmen. Andererseits haben die Sender kein Interesse daran, den Menschen zu zeigen

³⁴ Conklin:718

³⁵ Conklin:722

³⁶ Conklin:728

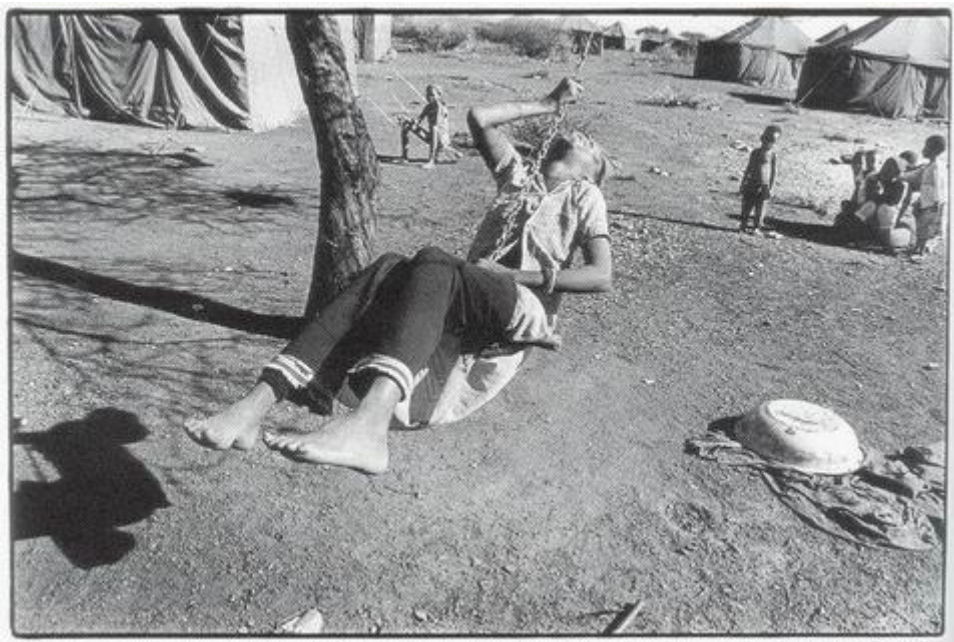
³⁷ Wildenhahn:153

³⁸ Tomaselli 1999:170

wie er ist (kann man das überhaupt?), sondern so wie es ihn das Publikum wünscht. Deswegen gilt im Gegenteil zu Direct Cinema- Pionieren: viel Recherche, viel Konstruktion, der Gefilmte ist nicht anders als das Objekt. Um das Ganze noch besser zu verfälschen, verpacken und zu verkaufen kommt der Originalton, Originalschauplatz und die unvermeidliche wackelnde Handkamera dazu, die für die Realität „bürgt“.

Fiktion eines Spielfilms weicht der „Realität“ einer Dokusoap. So kommt es zu dem Überschuss an „Realität“ und Titeln wie „Hausfrauenstreik“, „Frauentausch“(ein ethnologisches Thema?!), „Mein neues Leben- XXL“, „Helfer mit Herz“, oder „Das Model und der Freak“, die gegenwärtig das Fernsehabendprogramm in Deutschland beherrschen.

Fotograf Paul Weinberg hat es gewagt für das immer noch allgegenwärtige kommerzialisierte, romantisierende und leicht konsumierbare Bild der Khoisan eine Alternative zu schaffen. Doch trotz seines guten Willens und hohem künstlerischen Anspruch, der thematischen Vielseitigkeit und gewollter Einfachheit seiner Bilder, schafft es auch Weinberg nicht mit seinen teilweise ästhetisch und künstlerisch sehr gelungenen Fotos dem westlichen Publikum viel mehr als einen Blick von außen zu präsentieren. Es ist der gewöhnte Blick eines weißen Mannes in eine „uns“ äußerst fremde und ferne Welt, wenn auch seine Bilder ganz anders sind als die typisierten und klischeebeladenen Touristenfotos. (Abb.11)



(Abb.11) *On a swing*. Fotografiert von Paul Weinberg in der Militärbasis Schmidtsdrift.

John Marshall schrieb in seinem Essay, "Filming & Learning," wohl auch selbstkritisch, über die westlichen Filmemacher und Schriftsteller die sich mit "Buschmännern" beschäftigten: "fantasies projected onto Ju'/hoansi by writers and filmmakers were among the worst threats the people faced in their struggle to develop their farms and keep their land. Documentary films showing Ju'/hoansi dressed in skins playing hunters and gatherers in the 1980s reinforced the fantasies and served as propaganda for official and commercial interests seeking to establish the game reserve."³⁹

Den Wunsch der westlichen Menschen, den Traum von Wildheit nicht nur zu träumen, sondern ihn „in der erste Reihe“ zu erleben, offenbart sich auch in der mehrheitlichen Meinung, dass z. B.

³⁹ Quelle: http://en.wikipedia.org/wiki/John_Marshall

Indianer in Iowa (Amazonien) „authentischer“ seien, als die in den Anden oder, dass die als Jäger bezeichneten Makù als „echter“ gehandelt werden im Vergleich zu den Tukanoans, die als Vertreter einer Hortikultur- Gesellschaft gelten (also „unattraktiv“ sind).⁴⁰

Aber was für eine Chance in der globalisierten Welt in der die Mächtigen und die Reichen noch mächtiger und reicher werden und die Armen immer ärmer und unbedeutender werden, sollten die „authentischen“ und die „unauthentischen“ Angehörigen der indigenen Gruppen haben. Diese Menschen, die nur im westlichen Traum von „Echtheit“ eine Rolle spielen können und für uns nur als „arme Leute die nichts haben“ interessant sind, werden vermutlich ihre Position noch lange nicht ändern können.

Und auch dann nicht wenn eine Firma auf die Idee kommen würde, kostenlos Handys mit eingebauten Kameras in Kalahari zu verteilen. Und auch dann nicht, wenn sie kostenfrei Kurse zum Amateurfilmen anbieten würden und schließlich von den „Bushleuten“ selbst gefilmtes Material veröffentlichen würde. Diese Veröffentlichung würde logischer Weise auf sogenannten Internet- Plattformen wie *Youtube*, *Myspace* oder *Second Life* erfolgen und sich in dem Meer der überflüssigen Informationen verlieren. Denn, die Begriffe der Lüge und Wahrheit verlieren jeden Tag immer mehr an Bedeutung. Im „demokratischsten aller Medien“, im Internet, kursieren Milliarden Daten und es wird immer schwieriger die Glaubwürdigen zu finden. Für die „Bushleute“, wie auch für die Indianer Amazonas sollte das eine Möglichkeit sein, sich zu präsentieren, „von innen“ in die eigene Welt blicken. Viel wichtiger, so scheint es mir, wäre es aber diese Gruppen finanziell zu unterstützen und in die Bildung zu investieren. Dann käme auch das so ersehnte „authentische“ Bild von innen fast von selbst.

⁴⁰ Conklin:722

Abbildungsverzeichnis:

Abb.1 Touristen -Postkarte mit jagenden Buschleuten. Theiss -Photo.

In :*African Arts* 32/4, S. 50

Abb.2 Szene aus dem Film „Außer Atem“ ("A bout de souffle") (1959) von Jean-Luc Godard.

Quelle: Internet

Abb.3 Szenen aus dem ersten Dogma 95- Film „Das Fest“ (1998) von Thomas Winterberg.

In: *Dogma 95. Zwischen Kontrolle und Chaos*. S.16

Abb.4 Titelseite der Broschüre zum Film „The Bushman“(1926)

In: *The colonising Camera: Photographs in the making of Namibian History*. S.110

Abb.5 Detail aus der Broschüre zum Film „The Bushman“(1926)

In: *Miscast. Negotiating the Presence of the Bushmen*.

Abb.6 Szene aus dem Film „“The Hunters: A !Kung Bushmen Film ”(1952-55)

In: *Visual Anthropology* 12

Abb.7 Plakat des Films “The Gods must be crazy“(1979) von Jamie Uys

Quelle: Internet

Abb. 8 Szene aus dem Film “The Gods must be crazy“

Quelle: Internet

Abb.9 Szene aus dem Film „Nanook of the North“(1922) von Robert J. Flaherty

Quelle: Internet

Abb. 10 Touristen treffen „Buschleute“.

In: *Miscast. Negotiating the Presence of the Bushmen*.

Abb.11 *On a swing*. Fotografiert von Paul Weinberg in der Militärbasis Schmidtsdrift.

In: *African Arts* 32/4. S. 52

Literaturverzeichnis:

Bester, Rory; Buntman, Barbara. 1999. Bushman(ia) and Photographic Intervention. In: *African Arts* 32/4 (52-59)

Bishop, John. 2007. Life by Myth. The Development of Ethnographic Filming in the Work of John Marshall. In: *Memories of the Origins of Ethnographic Film 2007/1*. Engelbrecht, B. (Hg.) Peter Lang Pub. (87-93)

Buntman, Barbara. 1996. Bushman Images in South African Tourist Advertising. The Case of Kagga Kamma. In: Pappa Scotnes (Hg.) *Miscast. Negotiating the Presence of the Bushmen*. Cape Town: Cape Town Press. (271-279)

Burns, M. P. 1999. *An Introduction to Tourism and Anthropology*. London and New York: Routledge

Concklin, Beth. 1997. Body paint, Feathers and VCRs: Aesthetics and Authenticity in Amazonian Activism. In: *American Ethnologist* 24, 4. (711-731)

Garland, Elizabeth; Gordon, Robert J.: 1999. The Authentic (In)Authentic. Bushman Anthropology. In: *Visual Anthropology* 12/2-3. (267-287)

Gordon, Robert J. 1988. Backdrops and Bushmen: an expeditious comment. In: Wolfram Hartmann, Jeremy Sylvester, und Patricia Hayes (Hg.) *The colonising Camera: Photographs in the making of Namibian History*. Cape Town: University of Cape Town Press. (111-117)

Hallberg, Jana. (Hg.) 2001. *Dogma 95. Zwischen Kontrolle und Chaos*. Alexander Verlag: Berlin

Heinz, Hans-Joachim. 1994. Social Organization of the !Ko Bushmen. In: *Research in Khoisan Studies. Band 10*. Reiner Vossen (Hg.). Köppe Verlag: Köln.

Hirschberg, W. 1975. Khoisan sprechende Völker Südafrikas. In: *Studien zur Kulturkunde* 34. Wiesbaden. (383-408)

Homiak, John P.; Keyan G. Tomaselli. 1999. Powering Popular Conceptions. The !Kung in the Marshall Family Expedition Films of the 1950s. In: *Visual Anthropology* 12 (153-184)

Speeter-Blaudszun, S. 1999. Trance, Tanz und Film. In: *Zoom und Totale. Aspekte eigener und fremder Kultur im Film*. Walter Dehnert (Hg.): Marburg (57-70)

Tomaselli, Keyan G. 2006. Rereading the *Gods Must be Crazy* Films. In: *Visual Anthropology* 19. (171-200)

Tomaselli, Keyan G. 1999. Encounters in the Kalahari: Some Points of Departure. In: *Visual Anthropology* 12. (131-135)

Tomaselli, Keyan G. 1999. Textualizing the San "Past": Dancing with Development. In: *Visual Anthropology* 12 (197-212)

Wildenhahn, Klaus. 1975. *Über synthetischen und dokumentarischen Film. Zwölf Lesestunden*. Hilmar Hoffmann und Walter Schobert (Hg.). Kommunales Kino: Frankfurt.

Internetquellen:

www.khoisanpeoples.org/

<http://www.independent.co.uk>

http://en.wikipedia.org/wiki/John_Marshall

<http://www.godsmustbecrazy.com/>