

Das Kreisen des Geldes

Gesten des Gebens in medialen Repräsentationen

Abstract: Circulations of Money. Gift-giving gestures in media representations. This essay is concerned with South Asian ritual gestures of monetary gift-giving, such as showering banknotes over people (*paisā urānā*), circulating money above somebody's head (*sir vārnā*) or offering a currency garland (*note kī mālā*). These ritual practices are analyzed in audiovisual representations and media discourses, with a focus on feature films, music videos and commercials. Such gestures contribute to the social and cultural embeddedness of money.

Key Words: Gesture, Gift, Media, Money, South Asia

„Where anthropology once contributed reports of special-purpose moneys that were grounded in social relations of rank and prestige, it now records the responses of people on the ground to the abstractions of finance circulating over their heads.“

Bill Maurer¹

„Wir sind reiche Leute, wir schmeißen viel Geld in die Luft.“

Seema Kalia Kapila²

1. Einführung

Das Zitat von Bill Maurer verdeutlicht die Aktualität finanzethnologischer Fragestellungen unter dem Eindruck globaler Finanzkrisen. Die moderne Finanzwelt wird von vielen als irrational und undurchschaubar erlebt, so dass es nur konsequent scheint,

Bernhard Fuchs, Institut für Europäische Ethnologie, Universität Wien, Hanuschgasse 3, 1010 Wien; Bernhard.fuchs@univie.ac.at

wenn die Kultur-Anthropologie, die früher über exotische Geldsysteme berichtete, sich nun vermehrt auch diesem Feld zuwendet. Mit der Formel vom „Kreisen des Geldes“ ist hier aber nicht so sehr der Geldkreislauf im konventionellen Sinn gemeint, sondern vielmehr wörtlich (und gar nicht abstrakt) eine kreisende Handbewegung mit Geldscheinen über dem Kopf eines Menschen, ein in Indien verbreitetes Ritual. Monetäre Gesten bringen soziale Beziehungen zum Ausdruck und verändern gleichzeitig die Bedeutung des Geldes, indem sie seine ökonomische Funktion vorübergehend in den Hintergrund rücken. Dieser Beitrag thematisiert derartige Phänomene, allerdings nicht in isolierten „archaischen“ Gesellschaften, sondern in der modernen südasiatischen Kultur – der Schwerpunkt der Untersuchung liegt auf Punjabis und ihrer Diaspora. Die räumliche Reichweite der analysierten Phänomene umfasst lokale und transnationale Beziehungen; der Fokus liegt jedoch auf dem Nahbereich zwischenmenschlicher Interaktion. Diese Studie beschreibt das semiotische Feld monetärer Gesten und analysiert Geld in Repräsentationen, Visualisierungen und populären Diskursen, die in audiovisuellen Medien verbreitet werden. Im Punjab gibt es zahlreiche rituelle Gesten in Verbindung mit Geldgeschenken. Das gestische Handeln *sir vārṇā* besteht in zirkulierenden Bewegungen mit Banknoten über dem Kopf und ist eine kulturspezifische Form der Gabe, die mit magischen Vorstellungen assoziiert ist.³ *Paisā urānā* – das Werfen von Geldscheinen, um jemanden mit einem Geldregen zu überschütten, ist Ausdruck von Lebensfreude und erinnert an die höfische Sitte der *largesse*, überschwänglich inszenierte Freigiebigkeit, die ihrerseits auf das antike Herrschaftsritual der *sparsiones* zurückgeht.⁴

Die Untersuchung von Spielfilmen, Musikvideos und Werbespots in Hinblick auf die südasiatischen Finanzlandschaften verstehe ich als einen Beitrag zur Praxeologie und Imagologie des Geldes.

2. Vorgehen und Methode

Der Schwerpunkt meiner Ausführungen liegt auf aktuellen monetären Praxen. Die Beispiele enthalten a) dokumentarische Konzertmitschnitte und Videos von religiösen Veranstaltungen und einer Film Premiere, b) Musikvideos mit dem ausdrücklichen Anspruch kritischer Repräsentation und c) solche, die primär der Unterhaltung dienen (aber soziale Praxis sehr wohl auch evaluieren), sowie d) Werbefilme, die Kunden für ein Geldtransfer-Angebot gewinnen sollen. Medien dokumentieren nicht bloß, oft bezwecken sie eine Einflussnahme. Nach den Intentionen der Produzenten der filmischen Dokumente zu fragen gehört zur Quellenkritik.

Als Methode wurde die qualitative Inhaltsanalyse gewählt.⁵ Ein wesentlicher Aspekt des gewählten Zugangs ist es, dass nicht ein einzelner Medientext für sich

betrachtet werden soll, sondern eine kontrastierende Analyse und Synopse heterogener Videos versucht wird. Die Auswahl dokumentiert ein mediales Feld, in dem monetäre Gesten mit Diskursen über Geld gekoppelt sind. In meinem Vorgehen folge ich der Interpretativen Kultur-Anthropologie.⁶ Deren Poetik der „Dichten Beschreibung“ (Geertz) betont den heuristischen Wert der Textualisierung und würdigt Deskription als ein unverzichtbares Element der Analyse kultureller Systeme.⁷ Wegweisend ist für mich auch die Bildanalyse nach Panofsky, der auf ein behutsames Vortasten von einer vorikonographischen (formalen) Beschreibung des Gegenstands hin zu einer vertieften Interpretation und Kontextualisierung, der eigentlichen Ikonologie, Wert legt.⁸ Sowohl Clifford Geertz als auch Erwin Panofsky thematisieren die Semiotik der Gesten. So diskutiert Geertz beispielsweise die Tücken des Augenzwinkerns, Panofsky unter anderem die Grußsitte des Hutziehens. Die Interpretation einer solchen Geste erfordert Wissen über den Kontext, in dem sie gesetzt wird.⁹ Die genannten Beispiele warnen uns vor einer vorschnellen Deutung (das Zwinkern könnte auch ein nervöses Zucken oder gar eine Parodie sein) und empfehlen größtmögliche Offenheit: Welche Lesarten eines Zeichens kommen in Frage und welche Missverständnisse sind möglich?¹⁰ Von einer „dünnen Beschreibung“, einer Sachverhaltsdarstellung in Unkenntnis subjektiver Bedeutung (die methodologisch durchaus bedeutsam ist), versucht man zu einer „dichten Beschreibung“ zu gelangen, die auf dem Wissen und der Sichtweise der Akteure aufbaut.¹¹ Daher werden auch die Intentionen der Produzenten und die Rezeption durch Adressaten der Geste einbezogen – und fallweise zum eigentlichen Gegenstand der Analyse gemacht.¹²

In Verbindung mit medialen Kleinformaten wie Werbung oder Musikvideo arbeite ich mit Sequenzprotokollen; diese ähneln eher einer „dünnen“ Beschreibung¹³ oder einer formalen Deskription (bei indischen Spielfilmen, die für ihre Überlänge bekannt sind, wähle ich gröbere Beschreibungsverfahren oder konzentriere mich auf ausgewählte Szenen). Hier transkribierte ich also getrennt nach Bildebene und Tonspur (ohne Musikanalyse, da es sich um keine musikethnologische Untersuchung handelt). Für die sprachliche Übersetzung suchte ich Unterstützung von in Wien lebenden Südasiaten.¹⁴ Obwohl ich keine Rezeptionsforschung anstrebte, registrierte ich aufmerksam Reaktionen und Lesarten und bemühte mich, die indigene Terminologie der Gestik und der Gabe zu erlernen. Bemerkenswert ist, dass im Gespräch meist sogleich die Geste imitiert wird, aber oft keine Bezeichnung genannt werden kann.¹⁵ Primär dienten mir interaktive Verfahren als Korrektiv, um Fehldeutungen auszuschließen. Darüber hinaus gab das gemeinsame Ansehen von Videos Anstoß für (nicht ausschließlich) themenspezifische Erzählungen. Dies sehe ich als eine Fortführung der „Bildbefragung“¹⁶ – man könnte das Verfahren allgemeiner als eine „Medien-Befragung“ bezeichnen. Über Deutungen und Rezepti-

onsweisen von Online-Videos informieren gepostete Kommentare, die sich oft als eine ergiebige Quelle erweisen, in anderen Fällen hingegen dürftig ausfallen oder gänzlich ausbleiben. Die Untersuchung dieses kommunikativen Kontexts erleichtert ebenso die Interpretation von Medien (fallweise kann sich der Fokus so sehr verlagern, dass die schriftlichen Kommentare zum Untersuchungsgegenstand und die Videos zum Kontext werden). Um Reaktionen zu provozieren oder gezielt Fragen zu stellen, verlinke ich Videos in einem sozialen Netzwerk.¹⁷ Schon bei meiner ersten Feldforschung über indische Einwanderer in Wien ergab sich – Ende der 1980er Jahre – eine mediengestützte Methode in einer vor-digitalen Form ganz zwangsläufig aus dem gemeinsamen Ansehen der privaten Hochzeitsvideos und Hindi-Filme auf VHS-Kassetten. Dabei registrierte ich neugierig die hier thematisierten Gesten in medialen Repräsentationen. Später beobachtete ich sie wiederholt bei Kulturveranstaltungen und religiösen Festen in Wien und in Indien – vorerst noch ohne sie explizit zum Forschungsgegenstand zu machen.

Indem ich diese Gesten, die bisher nur ein Nebenaspekt meiner Forschung waren, in diesem Beitrag ins Zentrum rücke, greife ich auf ein längst angeeignetes Vorwissen zurück.¹⁸ Wenn die Darstellung auf bereits früher im Rahmen einer ethnographischen Feldforschung oder auch in Alltagssituationen eher beiläufig gelerntem Wissen beruht, könnte darunter die Nachvollziehbarkeit leiden. Um Argumentationslücken zu schließen, integriere ich Interviews, die ich erst kürzlich geführt habe. Damit wird exemplarisch der (in seinem Umfang nicht adäquat repräsentierbare) empirische, ethnographische Hintergrund dieser Abhandlung sichtbar gemacht, der über die Medienanalyse hinausgeht, aber auch wesentlich zu ihr beiträgt.

3. Geld-Gesten

Bei „Geld-Gesten“ handelt es sich erstens um emblematische Gesten: Gebärden, die Begriffe wie „Geld“ oder „Zahlen“ ausdrücken (wie das auch hierzulande bekannte Reiben des Daumens am Zeigefinger) oder im Zusammenhang mit dem Wirtschaftsleben stehen (das Vorbeiziehen des Zeigefingers am Hals als ein Zeichen für „Halsabschneider, Wucherer“). Zweitens fallen auch symbolische Handlungen in diesen Bereich, die mit Geld als materiellem Objekt operieren.¹⁹ Zu dieser Kategorie gehören sämtliche Gesten des Gebens und Empfangens, aber auch ludische Gesten wie das aleatorische Aufwerfen von Münzen. Die semiotische Dimension ist zwar mitunter zweitrangig – etwa wenn eine Zahlung getätigt wird. Gesten der Gabe beinhalten stets eine tatsächliche Transaktion, im Fall von Geldgeschenken den realen Geldtransfer. Der Akt des Schenkens kann eine Geste enthalten, die eine rituelle und/oder magische Funktion besitzt. Die Praxen des „Kreisens“ oder „Flie-

genlassens“ des Geldes besitzen zusätzlich kommunikative und expressive Funktion, beispielsweise werden Freude und Bewunderung ausgedrückt. Es handelt sich aber nicht um redebegleitende Gesten; sie sind häufig bei musikalischen Anlässen beobachtbar und beinahe tänzerischer Natur. Im Ritual wird deutlich, dass Gesten wie Sprechakte soziale Wirklichkeit konstituieren. Performanz wird erweitert durch Performativität, wenn das Dargestellte – sei es eine Emotion oder ein sozialer Status – durch eine Handlung gleichzeitig auch hergestellt wird.²⁰ In ihrer pathischen Funktion stiften beziehungsweise bestärken Gesten soziale Beziehungen.

4. Indische Gestik in medialen Diskursen

Die mediale Repräsentation von Gesten und ihre Rolle im Schauspiel stellt ein wichtiges Thema für die Gestenforschung dar. Die Imitation typischer Gesten kann auf der Bühne wie im Alltag ein Mittel ethnischer Mimikry und Parodie sein oder auch ethnischer Selbstdarstellung dienen. Manchmal aber fehlt das zur Dekodierung erforderliche Insiderwissen. Lernprozesse werden häufig durch medialen Kulturtransfer stimuliert. Pop-Kosmopoliten wie Bollywood-Fans spielen eine Mittlerrolle in ihrer Bemühung um Fremdverstehen.²¹ Internetseiten wie *bollywhat.com* informieren über kulturspezifische Gesten in indischen Filmen mittels in einen Hypertext eingebetteter Videos, die in Endlosschleife laufen.²² Auch Reiseführer widmen sich ausführlich der Gestik.²³ Sogar Südasiatinnen und Südasiaten suchen Rat im Internet für die korrekte Gestaltung von Zeremonien.²⁴ Indien stellt für die Gestenforschung ein reiches Forschungsfeld dar. Indische Kunst verfügt über ein altes, hochentwickeltes System ästhetischer Gesten (*hasta mudrā*) im Tanz und in der Ikonographie.²⁵ Im Alltag wird ein eindrucksvolles Repertoire an emblematischen und redebegleitenden Gesten benützt; die kulturelle Vielfalt zeigt sich in zahlreichen rituellen Gesten. All das – Alltagspraxis wie auch künstlerische Ausgestaltung – fließt in mediale Darstellungen ein. Besonders in transkulturellen Rezeptionskontexten besteht dringender Erklärungsbedarf. So sind Fragen nach der Bedeutung von Gesten in Online-Foren im Bereich der *World Music* zu finden, kaum aber in Verbindung mit Punjabi Musikvideos, die eher innerhalb jener Sprachgemeinschaft rezipiert werden, die mit diesen nonverbalen Zeichen vertraut ist.

Das Punjabi-Online-Wörterbuch enthält folgende Einträge:²⁶

(*vārnā*) f & v.t. a ritual of devoting something (normally money) to avert evil by waiving around the head of a person; to offer something to a deity (S. 623)

(*vel*) f. money given to folk-artists; money given to menials by passing around the head of someone (S. 634)

5. Mythen-Dekonstruktion in einem Musikvideo

Das im Folgenden untersuchte Punjabi-Musikvideo lässt sich als eine populäre Auseinandersetzung mit der Migrationsökonomie und den damit verbundenen Imaginationen des Geldes lesen. Hier sind Gesten der Gabe in einen umfassenderen Zusammenhang eingebettet. Das Beispiel kann die semiotische Fülle von Medientexten, aber auch Lücken und Auslassungen illustrieren. Es stellt den Bezugsrahmen für die weitere Diskussion über internationalen Geldtransfer her. Sukzessive enge ich den Blickwinkel auf die monetäre Gabe ein, um schließlich in der Synthese wieder auf den transnationalen Kontext zurückzukommen.

Die Haltung der Kulturindustrie gegenüber der Diaspora ist ambivalent: Einerseits werden Auslands-Indier (*Non Resident Indians*, NRIs) durch thematischen Bezug als Zielpublikum anvisiert und in idealisierender Weise als die Bewahrer von „Heimat in der Fremde“ vorgeführt. Andererseits werden Anti-Migrations-Diskurse verbreitet, die vor der Auswanderung warnen: mit dem emotionalen Appell zur Rückkehr in „die Heimat“.²⁷ Im Gegensatz zur Idealisierung der NRIs in zahlreichen Bollywood-Filmen jüngerer Datums fällt im Punjabi-Kino ein kritischer Migrationsdiskurs auf. In dieser Auswanderungsregion gehören die Schattenseiten der Migration zum Alltagswissen.²⁸ Sie werden ausführlich in Massenmedien behandelt und auch von politischen Parteien aufgegriffen. Ein solches Thema ist das massive Problem der zahlreichen Dorfbewohnerinnen, die von Migranten wegen der Mitgift geheiratet und anschließend verlassen wurden, sogenannte „*Deserted NRI-Brides*“.²⁹ Umgekehrt werden Ressentiments gegenüber Migranten in Spielfilmen problematisiert, etwa wenn die Rückkehr von Angehörigen, die jahrzehntelang Geld überwiesen haben, plötzlich unerwünscht ist, weil Neid, Besitzstreitigkeiten und finanzielle Konflikte den familiären Zusammenhalt gefährden oder bereits zerstört haben.

Das Musikvideo von Billa Sher wurde in den Spielfilm *Punjabis in der Fremde* (2005) integriert.³⁰ Derartige Videos verdienen als eine vernakuläre Form der Gesellschaftsbeschreibung und ein Identifikationsangebot Beachtung, das auch als ein Mittel zur Selbstreflexion der Bewohner/innen einer Auswanderungsregion verstanden werden kann. Der Sänger widerspricht der naiven Vorstellung, dass in England das Geld auf den Bäumen wachsen würde.³¹ Die Leiden von Migrantinnen und Migranten und deren in der Heimat verbliebenen Angehörigen werden als Abschreckung vorgeführt.³² Als ich dieses Video mit indischen Freunden diskutierte, fiel mir ihre realistische Lesart auf. Sie betonten den Wahrheitsgehalt und ließen sich davon zu Erzählungen über gescheiterte Asylwerber/innen inspirieren. Sie berichteten über Erfahrungen aus erster Hand wie auch von medialen Repräsentationen, Dokumentationen in transnationalen Kanälen wie BBC oder *Channel Punjab*.

London wird in diesem Video über Sehenswürdigkeiten wie die *Tower-Bridge* und die südasiatisch geprägten Viertel mit ihrer ethnischen Infrastruktur – britisch-asiatische Unternehmen und ein Sikh-Tempel – repräsentiert.³³ In musikalischen Zwischenstücken berichtet das Video von der (im Text nicht erwähnten) erfolglosen Arbeitssuche im Bereich des *Ethnic Business*. Eingblendete Schrift ergänzt die Bildsprache („*no vacancy*“, „*highly qualified*“). Das Lied (die Übersetzung ist im Kästchen zu finden) erzählt von Enttäuschung, Verzweiflung und Resignation und warnt vor den Gefahren der Heiratsmigration: Mädchen werden wegen der Visa mit alten NRIs verheiratet, die es nur auf die Mitgift abgesehen haben. Stellvertretend für das Hochzeitsritual wird in einer kurzen Sequenz das gegenseitige Umhängen von Girlanden durch Braut und Bräutigam sowie das anschließende Überreichen der Geldgeschenke (*sagan*) der Verwandtschaft an die Frischvermählten dargestellt. Die Gabe wird von hinten überreicht, indem die Schenkenden mediengerecht – und damit durchaus der Realität entsprechend – hinter dem sitzenden Brautpaar stehen (diese Situation wird üblicherweise filmisch und photographisch dokumentiert): Geldscheine werden von einer Frau (die wahrscheinlich die Brautmutter oder eine weibliche Verwandte darstellen soll) über dem Kopf des Bräutigams (der vom Alter her der Vater Braut sein könnte) gekreist und diesem anschließend in den Schoß gelegt. Bevor der (mutmaßliche) Brautvater der Braut und dem Bräutigam je einen Geldschein zusteckt, erfolgt ein Film-Schnitt, sodass nicht erkenntlich ist, ob die kreisende Handbewegung ausgeführt wird oder nicht. Außerdem lässt die nahe Einstellung nicht erkennen, wie das Geld abgelegt wird.

Geht es in einer Strophe um die Familie, so thematisiert das Video auch das Ritual *rakṣā bandhan*. Es gehört zu einem Fest, auf dem Brüder geloben, ihre Schwestern stets zu beschützen. Schwestern binden den Brüdern ein Band um das Handgelenk, das ihnen Kraft verleihen soll. Bei dieser Gelegenheit wird ebenfalls Geld als Dank an die Schwestern geschenkt. Als finanzielle Transaktionen präsentiert das Musikvideo also Landverkauf, Kredit, Migrationskosten, Hochzeit und Mitgift, sowie das Bruder-Schwester-Fest.

Auch Probleme der Binnenmigration werden als Argument gegen die Auswanderung aus dem Punjab angeführt: In einer Strophe heißt es, die *Bhaiye* (wörtlich Brüder) würden bald herrschen – gemeint sind die Landarbeiter aus *Bihar*.³⁴ Der Film symbolisiert die gestörte Ordnung mit einem stereotypen *Bihari*, der in Gegenwart von Sikhs, die sich als die eigentlichen Herren verstehen, die Schuhe auf den Tisch legt. Im Zentrum kulturindustrieller Repräsentation stehen im Punjab meist die landbesitzenden Bauern (*Jat*). Grundstreitigkeiten sind ein zentrales Thema der Punjabi-Filme.³⁵

Die binäre Opposition der sozialen Kälte des trostlosen, grauen Westens im Gegensatz zur familiären Wärme wohltuender Beziehungen im fruchtbaren, grü-

nen Punjab ist ein verbreiteter okzidentalistischer Diskurs. Wie in vielen Musikvideos und Filmen wird dieser Topos auch in diesem Video wiederholt.

Der Refrain „Die Leute glauben, die *Pounds* wachsen auf den Bäumen“ wird mit einer visuellen Metapher illustriert: Im Zeitraffer erscheinen Banknoten auf einem Baum und werden von indischen Migranten hastig, ja gierig gepflückt.

„England gesehen“ (*England dekh lai*) – von Billa Sher 2005³⁶

Die Leute glauben die Pounds wachsen auf den Bäumen.
Sie verkaufen ihr Land, nehmen Kredit auf und fahren nach England.
Nachdem sie die hart erarbeiteten Süßigkeiten gegessen haben, bereuen sie.
Wenn sie England kennengelernt haben, sehen sie ihren Fehler ein.³⁷

Um sie nach England zu bringen, verheiraten sie ihre Töchter mit alten Männern.
Aus Hunger nach mehr Mitgift werden diese Mädchen dann verstoßen.
Dabei wünschen doch alle Eltern ihren Töchtern nur das Beste.

Der Punjab wird entvölkert und die Tagelöhner werden dort herrschen.
Wir gehen ins Ausland. Was haben wir davon?
Einige gehen wieder zu den Schleppern, andere begehen Selbstmord,
wieder andere sitzen nur noch da, wie gelähmt vor lauter Schulden.
Sie denken, Gottes Wille und ihr Schicksal wären schuld, wenn sie keinen Schlaf finden.
Die ihre Söhne fortgeschickt haben, weinen vor Verzweiflung.

Sie haben den Punjab verlassen und die Leute dort zurückgelassen, die Eltern, die Schwestern und die Brüder.
Sie wollten unbedingt nach England, sind voller Freude aufgebrochen. Diejenigen, die heimkehren möchten, sind nicht mehr in der Lage dazu. Jetzt sucht sie immer wieder die Erinnerung an ihre Freunde heim.

Das Video betont das Heimweh, das auch ein wichtiger Aspekt der ökonomischen Analyse ist: Für die Beurteilung des Erfolgs einer Migration ist nicht nur die ökonomische Rationalität des Einzelnen maßgeblich. Die Tragik liegt nicht bloß im individuellen Scheitern von Migranten, sondern in deren Einbindung in ein soziales Netzwerk, wodurch auf jedem einzelnen Migranten die Verantwortung für eine Familie lastet. Auch ein Erfolg wäre kein individueller, sondern schlicht die Grundlage zur Erfüllung sozialer und ökonomischer Pflichten. Die Verzweiflung des Vaters folgt nicht nur aus der Trauer um den verlorenen Sohn, sondern ebenso aus der Enttäuschung über dessen Versagen, aus dem damit verbundenen Prestigeverlust und der eigenen Unfähigkeit, Schulden zu begleichen. Auch die Verstoßung einer verheirateten Tochter durch die Familie ihres Mannes bringt Eltern nicht nur Schande, sondern macht die junge Frau zur wirtschaftlichen Belastung. Fazit: Die Emigration erweist sich als fatale Fehlinvestition.

Billa Sher tritt in der Pose des Augenzeugen auf, der die Wahrheit über die ökonomische Katastrophe der Emigration enthüllt. Damit widerspricht er verbreiteten Strategien der Eindrucksmanipulation von Migrant*innen, die mit reichen Geschenken heimkehren und in der Herkunftsregion ihren Wohlstand mit auffälligen Bauwerken dokumentieren, gewaltige Mitgiftforderungen stellen oder auch ihre eigenen Schwestern oder Töchter mit einer eindrucksvollen Mitgift ausstatten.³⁸

Migrationsforscher*innen bringen das Problem, das auch zu diesem Musikvideo inspirierte, auf den Punkt: „Migration helps maintain one’s prestige by concealing one’s occupation and by splitting the moment and site of wealth accumulation from its moment of consumption, enabling and encouraging a focus upon the result, cash earned.“³⁹

Die räumliche Trennung von Gelderwerb und demonstrativem Konsum – als der Inszenierung von Erfolg – mündet in die Verherrlichung der Auswanderung. Die Härten des Alltags der Arbeitsmigrant*innen – Heimweh, Einsamkeit und Entfremdung, die Erniedrigung durch inferiore Arbeit, Ausbeutung und Diskriminierung – werden verschwiegen. Dagegen wird Geld ins Zentrum gerückt. Die verbreitete Illusion vom leichten Glück soll in diesem Video entlarvt werden: Selbstverständlich wächst nirgendwo Geld auf den Bäumen.

Billa Sher vermittelt allerdings das Bild von Reichtum und Erfolg, Männlichkeit und Macht. Mit reichem Goldschmuck inszeniert er sich als ein erfolgreicher Vertreter der transnationalen Punjabi-Kulturindustrie, der sich selbstbewusst Distanz zum Westen leisten kann.⁴⁰

Das Zentrum des Musikgeschäfts liegt heute im Punjab, die Industrie ist jedoch eng mit der Diaspora verbunden. Der Künstler, der mit Auftritten im Ausland das große Geld macht, um die Ehre seiner verschuldeten Familie im ländlichen Punjab zu retten, ist ein weiterer Topos im Punjabi-Film. Hier wird in paradoxer Weise doch immer wieder die Verheißung vom reichen Westen als einer wunderbaren Geldquelle verbreitet. Dennoch bekennt sich der patriotische Held zu seiner Heimat.

6. Geldtransfer als das Licht der Welt

Freudige Familienfeste (Hochzeit, *raksā bandhan*, *karvā cauth*⁴¹) sind ein Lieblingsthema indischer Filme, Musikvideos und Werbungen. Auch Kampagnen von Geldtransferorganisationen wählen dieses Thema, um den südasiatischen Markt zu erschließen.⁴² Kooperationen und Synergien zwischen Geldinstituten und Kulturindustrien sind augenfällig: Unternehmen wie *Western Union* und *MoneyGram* investieren in Kinowerbung und präsentieren ihre Produkte auf Kulturveranstaltungen der Diaspora. Werbung wird bevorzugt in „Ethnomedien“ platziert und setzt auf

Emotionen und Familienwerte. Dass Transferunternehmen als eine Schnittstelle der Migrationsindustrie keine migrationskritische Haltung einnehmen, wird kaum verwundern. TV-Clips behandeln zwar die nostalgische Sehnsucht nach familiärer Geborgenheit, doch überwiegen positive Gefühle. Räumliche Trennung wird am intensivsten erfahren, wenn die persönliche Anwesenheit bei Ritualen unmöglich ist.⁴³ Die Betonung von Verwandtschaft in Verbindung mit romantischen Bildern und emotionaler Musik verstärkt den Wunsch nach Partizipation, welche jedoch durch Telekommunikation und Geldtransfer ersetzt wird. Die unkomplizierte und unverzügliche finanzielle Transaktion wird als ein Glücksgefühl inszeniert und zum Inbegriff familiärer Harmonie gemacht. Der sozialen Pflicht wird in ökonomischer Hinsicht Genüge getan. Da Geld ein Handeln aus der Ferne ermöglicht und gleichsam magische Qualitäten besitzt, wird es häufig zu einem Fetisch gemacht.⁴⁴ Die Werbebilder üben jedoch implizit emotionalen Druck aus, indem sie an die verpflichtende Kollektivität des ökonomischen Kapitals als „Familiengeld“ erinnern.⁴⁵ Der gelungene Aufbruch in die Wohlstandsgesellschaft und das erfolgreiche Zurücklassen eines Kontextes, der oft von wirtschaftlicher und sozialer Not geprägt ist, erzeugen nicht selten Schuldgefühle. Geldtransfer und karitatives Engagement besitzen auch eine psychologische Entlastungsfunktion. Ermöglicht Arbeitsmigration den ökonomischen Aufstieg unterprivilegierter Gruppen, durch den die soziale Hierarchie infrage gestellt wird, schafft die Investition in Bildungseinrichtungen, Spitäler und Tempel Symbole eines kollektiven Aufstiegs.⁴⁶ Spenden für religiöse Institutionen sind Zeichen der Dankbarkeit gegenüber dem spirituellen Meister, der auch als Ratgeber für wichtige wirtschaftliche Entscheidungen angesehen wird.⁴⁷ An südasiatische Gruppen adressierte Werbespots von *Western Union* rücken meist das geschwisterliche Verhältnis ins Zentrum. Entsprechend den Konventionen des kulturellen Kontexts schicken gewöhnlich Männer Geld an Schwestern und Eltern. Dies entspricht dem präferierten Muster. Hingegen kann es sogar zu Streit führen, wenn eine verheiratete Frau ihre Eltern finanziell unterstützen möchte. Geld dient oft der Inszenierung von Männlichkeit.⁴⁸

Anders als der transnationale Werttransfer erfolgt ein persönlicher, materiel-ler Geldtransfer zwar langsamer, doch zeichnet dieses Geld eine besondere Qualität aus. Das erste verdiente Geld wird gewöhnlich der Mutter geschickt. An ihm haftet gleichsam noch der Schweiß des Migranten; es wird zu einem Stellvertreter für die abwesende Person. In einer romantischen Filmszene überbringt der Freund eines illegalen Einwanderers Geld von Kanada in ein Dorf im Punjab; mit einer innigen Geste küsst die Mutter die zweitausend Dollar, dankt Gott für die erste Nachricht vom verlorenen Sohn und übergibt die Geldscheine sofort ihrer Tochter.⁴⁹

Werbespots von *Western Union* visualisieren die Magie des Geldes mit melodramatischen Effekten, die an das Genre des mythologischen Hindi-Films erinnern.

Eine Werbung aus dem Jahr 2004 zeigt die Beziehung zwischen einem in London lebenden Mann⁵⁰ und seiner Schwester in Indien, die für ihre Mitgift und den Kauf von Hochzeitschmuck dringend Geld benötigt.⁵¹ London wird durch das Wahrzeichen *Big Ben* markiert. Eingangs betrachtet der Migrant ein Foto, auf dem er mit Mutter und Schwester zu sehen ist. Es erklingt Gesang: „Es ist der Traum von den Verwandten“, und Gesprächsfetzen aus dem Hintergrund sind vernehmbar: „Die Hochzeit deiner Schwester ist bereits fixiert.“ Beim Einzahlen des Geldes in einem Büro von *Western Union* werden die britischen Pfund in einer Naheinstellung gezeigt. Der internationale Geldtransfer wird durch goldene Strahlen symbolisiert, ein magisches Leuchten, das sich rasch von einem *Western Union* Schalter zum anderen weltweit ausbreitet und den Globus wie ein wunderbares Netz umspannt. Die Mutter nimmt in Indien mit liebevollem Lächeln die Banknoten entgegen, augenblicklich erstrahlt wieder dieses geheimnisvolle Licht und abermals ertönt Gesang: „Die Deinen nehmen in Empfang ...“. Sogleich bestätigt die dankbare Schwester telefonisch den Erhalt des Geldes. Sie probiert dabei den reichen Goldschmuck an, der, vom magischen Lichtstrahl erfasst, aufblitzt. Als sie den Bruder vorwurfsvoll fragt, wieso er denn noch immer nicht angereist sei, fordert er sie lachend auf, ihn doch auf ihrer Hochzeitsreise zu besuchen. Das Motto der Kampagne lautet zwar: *Connecting People*. Doch es werden vor allem die Finanzströme intensiviert. Auf die persönliche Teilnahme am wichtigen Übergangsritual wird verzichtet. Geld wird zum Fetisch, Telebanking zum Ersatzritual.⁵² Die visuelle Repräsentation schließt eine Lücke im Ritus, wo aufgrund der Distanz keine Möglichkeit für die Inszenierung einer monetären Geste gegeben ist.⁵³ Die Ikonographie der Werbung suggeriert eine Sakralität des transnationalen Geldverkehrs, der mit emotionalen und magischen Qualitäten verknüpft wird.

Derartige Werbespots sind problematisch, weil damit die (in Indien offiziell verbotene) Praxis der Mitgift propagiert wird. Dass Töchter von klein auf als finanzielle Belastung erlebt werden, verstärkt die Misogynie der indischen Gesellschaft so sehr, dass weibliche Föten sehr häufig abgetrieben werden.⁵⁴ Ein kulturspezifisches Verbrechen in Indien sind auch die sogenannten Mitgift-Morde: Schwiegertöchter werden ermordet, wenn ihre Familie den ökonomischen Forderungen der Schwiegereltern nicht nachkommt. Diese Taten werden meist als Haushaltsunfälle getarnt. Der Sohn kann dann neuerlich – gewinnbringend – verheiratet werden.⁵⁵

Im verbreiteten Heiratsmuster der *Hypergamie* zeigt sich eine Besonderheit der „indischen Gabe“ (*dāna*): nämlich die paradoxe Tatsache, dass eine kontinuierlich nicht-reziproke Beziehung mit einer Unterordnung der Gebenden einhergeht. Die Braut wird als eine Gabe betrachtet (*kanyādāna*), die mit rituellen Geschenken verknüpft sein muss. Dieser Spendenstrom von den Brautgebern zu den Brautnehmern soll auch nach der Hochzeit nie versiegen und keinesfalls erwidert werden.

Normalerweise würde man davon ausgehen, dass einseitige Geschenke Ausdruck der Überlegenheit des Spenders seien. Hier aber bestärkt ausgerechnet die strikte Untersagung von Reziprozität die hierarchische Unterlegenheit der Brautgeberseite. Die deklassierende Wirkung von Geldgeschenken, von der Georg Simmel ausgeht, kommt hier ebenfalls nicht zum Tragen.⁵⁶ Pekuniäre Gaben sind in Indien anerkannt und verbreitet.⁵⁷

7. Opfergeste, Geldregen und Girlanden

In diesem Abschnitt wird das semiotische Feld der Gestik monetärer Gaben im Rahmen musikalischer Ereignisse skizziert. Die bemerkenswerte Einseitigkeit des Gebens im indischen Kontext steht im Kontrast zur These von Marcel Mauss, der von einer grundsätzlichen Reziprozität der Gabe ausgeht.⁵⁸ Südasiatische Religionen wie Hinduismus, Buddhismus und Jainismus lehren das Ideal der „reinen Gabe“⁵⁹: Der Geber sollte vollkommen selbstlos und in keinerlei Hinsicht auf die Früchte seines Handelns bedacht sein. Gleichzeitig erfordert dies auch ideale Empfänger. Es ist von Vorteil, wenn sie sich gleichfalls desinteressiert an materiellen Dingen zeigen. Hinzu kommt, dass das Annehmen von Gaben sogar mit rituellen Risiken verknüpft ist. Diese Bedrohung lässt sich nur durch die Beachtung von Ritualen minimieren. Die Beschenkten müssen ihrerseits in der Lage sein, die Gabe zu verkraften, was entsprechende Energien und besondere Qualitäten voraussetzt. Geeignete Spendempfeänger sind unter den Priestern und den Straßenkehrern, also den höchsten und den niedrigsten Kasten zu finden.⁶⁰

Die Geste des Opfern *vārnā* bedeutet die völlige Ablösung des Spenders von der Gabe, soweit, dass ihr eigentlicher Empfänger unbestimmt und ihre Wirkung dem Geber vollkommen gleichgültig bleiben. Die rituelle Geste *sir vārnā* (*sir* = Haupt, *vārnā* = mit einer Kreisbewegung opfern)⁶¹ ist eine interne Praxis südasiatischer Kulturen, die von Außenseitern selten wahrgenommen, aber auch kaum verstanden wird. Das Kreisen des Geldes über dem Haupt soll den bösen Blick (*nazar*) abwenden, wenn Schönheit, Glück und Ausgelassenheit zum Auslöser von Neid werden könnten. Im Rahmen von Übergangsriten und Konzerten ist diese Geste vor allem bei Punjabis verbreitet – ohne Einschränkung auf eine spezifische Religion. Dieses Ritual wird von Hindus, Sikhs und Muslimen gleichermaßen praktiziert.⁶² In Sphären der Liminalität, wo ein intensives Gemeinschaftserlebnis, verbunden mit Ekstase und Transgression, stattfindet, sollen Abwehrrituale das mit Grenzüberschreitung verbundene Risiko minimieren.⁶³ Auf die Frage nach dem Anlass für diese kreisende Geste antwortete mir eine Inderin:

„Wenn ich eine Hochzeit besuche, und meine Tochter steht auf und beginnt zu tanzen, und ich freue mich, wie schön sie tanzt, dann bekomme ich das Gefühl, ich sollte sie vor dem bösen Blick schützen, damit sie von niemandem *nazar* bekommt. Wenn es mir ganz ausgezeichnet gefällt. Wenn ich mir denke, sie ist die Beste. Ich entferne diese Energie von ihr, damit ihr nichts passiert. Das Geld gibt man dann irgendeinem Armen, oder wenn jemand im Haushalt hilft, diesen Leuten gibt man es. Bei der Hochzeit bekommen es die Musiker. Aber dieses Ritual machen die Angehörigen, jemand Fremder macht das nicht. Ich tue das, wenn meine Schwestern tanzen, für sie. [...] Besonders bei Hochzeiten ist das üblich. Wenn wir die Geste des Opfern gemacht haben, gehört es (das Geld) nicht mehr uns, dann werfen wir es augenblicklich weg. [...] Es ist das Zeichen, das gehört nicht mehr mir. Wir dürfen das Geld nicht in die Tasche stecken. Man muss das Geld wegwerfen.“⁶⁴

Die Anthropologin Pnina Werbner differenziert zwei unterschiedliche Formen von Geldgeschenken bei pakistanischen Hochzeiten. Eine hat schützende Funktion: Geld wird über dem Brautpaar gekreist, in einem Tuch über der Braut gesammelt und anschließend als Almosen an Arme verschenkt. Zu diesen Gaben (*sadqa*) an Bettler gehört auch die vom Bräutigam getragene Girlande aus Banknoten (letztere wird übrigens von der Brautgeberseite gestiftet). Andere Geldgeschenke (*salāmi*) werden direkt dem Brautpaar gegeben und symbolisieren Fruchtbarkeit.⁶⁵

Ein religiöser Sikh-Film⁶⁶ verdeutlicht den traditionellen Kontext des *sir vārṇā*: In einer Hochzeitsszene wird dem Brautpaar im Tempel durch das Streuen von Rosenblättern und das Auflegen der Hand der Segen erteilt. Anschließend ist im profanen Teil des Festes – bei Tanz und Musik im Freien – *sir vārṇā* als Zeichen überschwänglichen Glücks beobachtbar. Ein Geldschein wird vor den Brautleuten gekreist und einem Trommler überreicht. Häufig jedoch wird das Geld nach dem Kreisen einfach weggeworfen, so dass es auf den Boden fällt. Der Empfänger der Gabe ist zweitrangig gegenüber der magischen Geste.⁶⁷

Monetäre Gesten spielen vor allem in musikalischen Kontexten eine wichtige Rolle. In der Beschäftigung mit südasiatischer Musik in Wien beeindruckte mich der Gegensatz zwischen Auftritten vor Einwanderern und solchen vor nicht-migrantischem Publikum. Bei Punjabi-Konzerten ist es üblich, dass sich die Zuhörer/innen, mitgerissen von der Musik, während des Auftritts den Künstlern und Künstlerinnen nähern. Die Musikliebhaber/innen streuen Geld auf die Bühne, Geldscheine, die sie manchmal zuvor mit der rechten Hand über dem Haupt eines Freundes, eines Verwandten oder auch vor den Musikern selbst im Uhrzeigersinn kreisen ließen. Das Werfen von Banknoten ist Ausdruck von Wertschätzung und Freude. Diese Geste soll ausschließlich auf glückliche und erfolgreiche Personen angewandt werden. Hingegen wäre das Kreisen des Geldes vor Bedürftigen undenkbar, da es Unglück bringen würde: Man machte sich damit selbst zum Bettler, wird

gewarnt. Durch die Gabe können positive oder negative Eigenschaften auch auf den Spender übertragen werden.⁶⁸

Es wurde mir erklärt, dass das Kreisen des Geldes grundsätzlich nur vor Familienmitgliedern und nicht gegenüber Fremden ausgeführt werden sollte. Familiäre Autoritäten würden mit diesem Ritual jüngere Angehörige vor rituellen Gefahren beschützen. Nach dem Kreisen soll das Geld unverzüglich fortgegeben werden, aber keinesfalls an die Person, die man damit von negativen Energien befreien und vor Unheil bewahren will. Daher sind die Empfänger im Gegensatz zu den im Mittelpunkt stehenden Adressaten des Rituals gewöhnlich subalterne Personen. Normalerweise geht das Geld (*vel*) anschließend an Musiker, an Diener oder Bettler.

In der Praxis ist aber eine Diskrepanz zu den eben erläuterten Regeln feststellbar. In einem privaten Familienvideo über ein Fest anlässlich des ersten Tragens des Turbans, einem wichtigen Übergangsritual der Sikhs, fiel mir sogar auf, dass ein Mann vor einer Tänzerin Geldscheine kreisen lässt, diese jedoch danach in die eigene Tasche steckt. Meine Beobachtung löste in der Familie Heiterkeit aus. Als Rechtfertigung wurde die Deutung vorgeschlagen, der Mann würde das Geld später sicher an Bedürftige spenden. Im selben Film war zu sehen, wie andere Personen das geopferte Geld tatsächlich den Musikern zuwarfen.

Aber selbst das Kreisen von Geld über dem Haupt des Empfängers ist durchaus üblich, obwohl ein solches Verhalten den in Interviews geäußerten Regeln und Erklärungen widerspricht. Es könnte sich um Missverständnisse handeln⁶⁹ oder um kulturelle Transformationen.

Ein Kulturwandel ist jedenfalls im Kontext der Weltmusik beobachtbar: In der sufistischen *Qawwālī*-Musik zählen rituelle Geldspenden zu den zentralen Interaktionen mit dem Publikum. Die Künstler verfügen über praktisches Wissen, mit welchen musikalischen Mitteln, Versen und Gesten sie die Spendenfreudigkeit der Patrone stimulieren können. Doch im traditionellen Kontext eines Sufi-Schreins bringt der Gläubige dem spirituellen Führer einen Geldschein mit einer Geste der Unterwerfung dar, hierauf erteilt dieser ihm den Segen. Anschließend wird die monetäre Gabe (*nazrānā*) in absteigender Hierarchie weitergereicht, bis sie letztlich zu den Musikern gelangt.⁷⁰ Die Etikette folgt höfischem Vorbild. Wie häufig im südasiatischen Kontext, ist Musik ein erblicher Beruf, der mit geringem sozialem Status verknüpft ist. Seit den 1980er Jahren löste sich *Qawwālī* aus diesem spirituellen Zusammenhang und wurde zunehmend kommerzialisiert. Der Sänger Nusrat Fateh Ali Khan (1948–1997) trug mit seinen Konzerten in der südasiatischen Diaspora wesentlich zur Popularisierung des *Qawwālī* bei und wurde zu einer international bekannten Ikone der Weltmusik.⁷¹ Der britisch-asiatische Schriftsteller Nadeem Aslam integriert ein Portrait dieses Musikers in einen Roman, der in der pakistani-schen Community einer englischen Kleinstadt spielt:

„Die Leute werfen Nusrat, während er singt, begeistert Geldscheine zu. Eine junge Frau steht auf, geht tänzelnd zu ihm und legt ihm eine Rose in den Schoß; ihre unverhohlenen genussvollen Bewegungen werden von einigen als Mangel an weiblicher Zurückhaltung interpretiert und bringen ihr missbilligende Blicke sowohl von Männern als auch von Frauen ein.“⁷²

Transgression findet im *Qawwālī* auch in der Poesie statt, wenn verführerische Blicke, liebliche Haarlocken, Wein und Rausch besungen werden, was in diesem Kontext als mystische Metapher zu verstehen ist. Konzerte vor Diaspora-Publikum stellen eine Übergangsform in der Transformation des *Qawwālī* dar: Im veränderten Kontext stehen die Musiker selbst im Mittelpunkt, und kein spiritueller Meister ist anwesend. Der Künstler tritt an die Stelle des *Pir*. Geld wird hier als rituelle Gabe, häufig in Verbindung mit der Geste *sir vārṇā*, unmittelbar den Musikern dargebracht.

Wer mit diesen Praxen vertraut ist, wundert sich wahrscheinlich über die Passivität des westlichen Konzert-Publikums. Im Milieu der *World Music* ist die performative Struktur und sind die Anforderungen an die Musiker ganz andere. Diese ernten einfach „nach jeder Nummer“ Applaus vom meist still sitzenden Publikum, und niemand käme je auf die Idee, Geld auf die Bühne zu werfen.⁷³ Verhaltensweisen beruhen auch auf Konformität: Bei einer *Qawwālī-Performance* im Wiener Konzerthaus erzeugt wohl bereits der fremde Kontext eine Disziplinierung des Publikums, sodass einzelne gar nicht mehr wagen würden, die ihnen vertraute Praxis des *sir vārṇā* auszuführen.

Die Praxis des *sir vārṇā* lässt sich hervorragend an Videos von Nusrat Fateh Ali Khan studieren.⁷⁴ Hier möchte ich die Aufmerksamkeit auf das Publikumsverhalten sowie auf die Kommentare der *YouTube*-User lenken. Auf der Video-Plattform sorgte die Sitte des Geldwerfens für Irritation, und es wurden sachliche Erklärungen geboten.

„This is cultural, it’s a means of showing respect as well as adoration to the artist.“ Oder: „They aren’t throwing money, they’re showering him with money. It’s a sign of appreciation from the audience for the talent of the artist. The money usually goes to the background singers and musicians.“⁷⁵

Im *YouTube*-Video ist der Sänger bei einem Konzert zu sehen, das 1983 in Birmingham stattfand. Im Rahmen von Konzerten wird das Werfen von Geld zu einem performativen Akt, der Begeisterung und Verehrung artikuliert. Manchmal geht es um männliche Selbstdarstellung, wenn jemand seine Bedeutung unterstreicht, indem er ein ganzes Bündel Geldscheine in die Luft wirft. Häufig wird die enge Beziehung zu einem Freund bekundet; auf dem Weg zur Bühne demonstriert der Gefährte durch leichtes Widerstreben seine Bescheidenheit. Vor den Augen aller wird eine Bank-

note über seinem Haupt gekreist. Nachdem das Geld auf die Bühne geworfen wurde, umarmen die beiden Freunde einander herzlich. Auch Ehefrauen und Töchter werden gerne mit der Geste *sir vārnā* beehrt. Sie drückt aus, dass ihre große Schönheit sie leicht in Gefahr bringe, den bösen Blick auf sich zu ziehen. Nachdem Aslam artikuliert die Transgressionen im Kontext des *Qawwālī*, wie auch die Bemühungen gegen den Bruch der Ordnung anzukämpfen. Bezeichnenderweise wird die Rose als eine nicht-monetäre Gabe von einer Frau dargebracht. Das Streuen von Rosenblättern ist eine verbreitete Praxis im Sufismus.⁷⁶ Beim kommerziellen *Qawwālī* im Kontext der Diaspora sind Banknoten üblich, Blumen eine seltene Ausnahme.

Eine andere Form des Geldregens ist eindeutig kein Zeichen von Respekt, obgleich damit Bewunderung ausgedrückt wird: Männliche Selbstinszenierung verschmilzt mit unverhohlenem Sexismus, wenn Tänzerinnen mit Geld überhäuft werden. Diese Praxis des Geldwerfens entstammt dem feudalen Milieu des südasiatischen Islam und gehört zum *Mujrā*, dem erotischen Tanz der Kurtisane (*tavāyaf*).⁷⁷ Solches Geldwerfen, *paisā urānā*, erlebte ich im Rahmen einer pakistanischen Theateraufführung in Wien.⁷⁸ Die körperlichen Reize der Tänzerinnen werden durch hautenge Kleidung betont. Starke Wächter entfernen aufdringliche Männer von der Bühne. Die Schauspielerinnen suggerieren mit lasziven Bewegungen eine unwiderstehliche Erotik des Geldes, indem sie lustvoll ihre Körperteile mit Geldscheinen liebkosen und sich auf dem angehäuften Geld wälzen. Hier findet das Geldwerfen jedoch ohne die rituelle kreisende Handbewegung statt; es handelt sich nicht um *vārnā*.⁷⁹ Das Lied *Paisā* (Geld) in einem Bollywood-Film spielt auf diese Praxis an: Der Held und die Heldin verwandeln sich in einer Phantasie-Szene in gekrönte Herrscher, die vor Geldbergen, Juwelen und Goldschätzen tanzen. Der Mann wirft mit Geldscheinen,⁸⁰ ungeduldig fragend: „Soll ich einen Geldregen auf dich niederströmen lassen, damit Du die meine wirst?“ Doch enthält das Video die moralische Botschaft, dass wahre Liebe nicht käuflich sei. Nicht das viele Geld, sondern erst eine Rose überzeugt die Angebetete, und sie schwebt durch die Lüfte ihrem Verehrer entgegen.⁸¹

In Kommentaren zu *YouTube*-Videos von Nusrat Fateh Ali Khan wurden offenbar beide Gesten miteinander verwechselt oder die Begeisterung des Publikums auch aus mangelndem Verständnis als Respektlosigkeit verurteilt:

„Whoever that stupid that threw a note on the legend's face, he needs to be found and killed now.“

„I wish I was there, the first thing I would do is to slap the living shit out of these idiots who are walking around hugging each other and throwing money. Have some respect you God Damn Morons, He is a Legend not a Tawaif [courtesan].“⁸²

Die Vertrautheit mit der Praxis des Geldwerfens gegenüber Kurtisanen (*tavāyaf*) beweist jedoch Wissen über südasiatische Kultur. Die Ähnlichkeit des gestischen Verhaltens in konträren Kontexten ist verblüffend. Doch tatsächlich gilt im ursprünglichen Kontext des *Qawwālī* der Respekt der religiösen Autorität und nicht den Musikern. Und auch beim *sir vārnā* stehen traditionell Musiker als Personen von niedrigem Status nicht im Zentrum des Rituals.⁸³ Unter dem Eindruck des globalen Starruhms und des Reichtums erfolgreicher Vertreter erblicher Musikerkasten wird die soziale Stellung von Musikern gegenwärtig aufgewertet. Soziale Hierarchie spielt aber nach wie vor eine wichtige Rolle: Die Gabe wird nur vor dem bekannten Star gekreist, der gleichsam an die Stelle des spirituellen Meisters tritt. Das Geld erhalten aber oft die Begleitmusiker mit dem geringsten Ansehen.⁸⁴ Für die Musiker hatte *Qawwālī* im traditionellen Kontext ökonomische und nicht spirituelle Bedeutung. Sie können jedoch ihr Ziel nur indirekt in einem spirituellen Umfeld erreichen. Das Geld besitzt als Gabe vorerst nur spirituelle und soziale Signifikanz. Erst wenn es den Musikern ausgehändigt wird, erlangt es wieder ökonomischen Wert.

Viele *YouTube*-Videos dokumentieren (oft zeitverschoben, da es sich um Aufnahmen aus den 1980er Jahren handelt) eine interne Praxis der südasiatischen Diaspora, die mit regem indisch-pakistanischem Austausch verbunden ist (war). Das Diskussionsforum ist jedoch noch offener und von globalisierter interkultureller Begegnung geprägt – teils harmonisch, aber manchmal auch von chauvinistischen Konflikten getrübt.⁸⁵ Häufig wird hier Verwunderung über das Geldwerfen ausgedrückt.

Auch Inderinnen und Inder distanzieren sich vom typischen Verhalten des südasiatischen Publikums, das manche als beleidigend, peinlich und irrational verurteilen. Eine aus dem Punjab stammende Musikerin, die in Wien lebt, zeigte sich im Gespräch mit mir verständnislos: „Wieso sollten die Leute Geld auf die Bühne werfen, wenn sie doch ohnehin schon Eintritt bezahlt haben?“ So betrachtete sie dieses Phänomen rein im Sinne ökonomischer Rationalität.

Die traditionelle Praxis wird funktionalistisch erklärt: „Früher gab es viele Veranstaltungen, wo kein Eintritt zu bezahlen war“, begründete ein Pakistani den Sinn des Geldwerfens. Ein Inder bezeugte seine Präferenz für karitative Spenden:

„Ich mach das [Geldwerfen] selten, weil ich nicht so reich bin. Wenn ich Geld spenden will, gebe ich es sozialen Einrichtungen. Für die Konzerte muss ich ohnehin einen höheren Eintritt zahlen. Und denen [den Künstlern] geht es nicht schlecht. Wenn ich zahle, wenn ich in Österreich spende, spende ich für Caritas oder SOS-Kinderdorf oder Tierhaus oder so. Es gibt Personen, die dringend Geld brauchen, sogar in meiner eigenen Verwandtschaft – Witwen oder Familien, wo die Eltern gestorben sind und die Kinder noch klein sind. Es gibt genug Möglichkeiten, Geld zu spenden.“⁸⁶

Ein einziges Mal erlebte ich, dass das Publikum durch eine Durchsage an der populären Praxis des Geldwerfens gehindert werden sollte, weil die Bühne in einem Einkaufszentrum, der Wiener *Lugner City*, so durch ein Wasserbecken abgeschirmt war, dass darin alle Geldscheine landeten. In diesem Fall verurteilte der indische Moderator ausdrücklich die Wertvernichtung. Das Geld sollte also nicht dem wirtschaftlichen Kreislauf entzogen werden.

Eine indische Interviewpartnerin unterstrich den Kontrast zwischen dem rituellen Geldkreisen im Kontext von Übergangsritualen und dem Werfen von Banknoten bei Kulturveranstaltungen:

„Wenn die Leute das auch bei einem Konzert machen, das ist einfach nur Spaß (*masti*). Die zelebrieren ihre Freude. Sie zeigen, der König hat sich gut unterhalten, nimmt das. So ein Geschenk ist das.“⁸⁷

Die Verwandtschaft mit *sparsiones* ist unübersehbar.

Das Geld-Fliegenlassen findet als höchste Respektbezeugung oder als eine eher diskreditierende Inszenierung sexuellen Begehrens statt. Oft prägen Misogynie und Kastendenken den Charakter der Geste. Im neuesten Film des Bollywood-Stars Shah Rukh Khan *Happy New Year* (Farah Khan 2014) klingen diese Diskurse an: Hier ist das begeisterte Werfen von Geldscheinen beim Auftritt einer Bartänzerin zu sehen; gleichzeitig ist deren erbitterter Kampf um Anerkennung und Ehre eines der zentralen Themen des Films. Geldregen – ohne Kopräsenz – ist aber ebenso ein Aspekt indischer Kinokultur: *YouTube*-Videos von der Premiere dieses Films in Mumbai dokumentieren, wie der Leinwandauftritt des männlichen Stars euphorisch mit fliegenden Banknoten gefeiert wurde.⁸⁸ Die Verehrung von Stars erinnert an Tempelrituale. Tatsächlich reagierte 1975 bei einem mythologischen Hindi-Film das Publikum auf das Erscheinen der Gottheit mit dem Werfen von Münzen.⁸⁹ Allerdings ist bei Konzerten und im Kontext von Tempeln eine dezentere Geste der monetären Gabe genauso verbreitet, bei der die Spende einfach vor den Musikern deponiert wird. Für die Bestimmung des Umschlagpunktes zwischen den beiden Extremen von Respektlosigkeit und Ehre ist folgendes Beispiel erhellend:

Der Punjabi Musiker und Filmstar Gurdas Maan (geb. 1957) berichtete in einem BBC-Interview⁹⁰ von der Zeit, ehe er die Musik zu seinem Beruf machte: Er empfand es als Schande, als er bei einem Bewerbungsgespräch aufgefordert wurde zu singen, weil die Rede auf sein Hobby gekommen war. Er hätte sich damals wie eine Kurtisane (*tavāyaf*) gefühlt. Verschämt hätte er sich hinter seinem Tamburin versteckt, damit niemand seine Tränen sehe. Später fand er als Musiker höchste Anerkennung. Philosophisch und künstlerisch der Sufi-Tradition zugehörig, steht er dem Schrein des *Baba Murad Shah Ji* nahe. Bei seinen Auftritten im synkretistischen Kult beim Jahresfest dieses Heiligen wird er auf der Bühne rituell mit Papiergeld über-

schüttet, das Helfer in Plastiksäcke stopfen.⁹¹ Ungerührt lässt der Künstler den Geldregen über sich ergehen und tanzt über Haufen von Banknoten. Damit demonstriert er seine Indifferenz gegenüber materiellen Dingen. Als ihm ein junger Mann auch noch eine eindrucksvolle Girlande aus Geldscheinen umhängen soll, schlägt Gurdas Maan vor, dieser sollte ihm doch lieber das Herz schenken, um das seine zu gewinnen. Das wäre ein gerechter Handel. Später lässt er sich leicht widerstrebend von einer älteren Person die Geld-Girlande umhängen, um sie möglichst rasch wieder abzulegen. Er erkundigt sich, ob der Wert der Girlande „786“ sei – die heilige Zahl, die im südasiatischen Islam für „*Bismillah*“ (in Gottes Namen) steht. Offenbar wird die Differenz also durch die demonstrative Distanz zum Geld markiert, die Asketen, Mystiker und große Künstler zum Ausdruck bringen. Zur Rolle von Kurtisanen und erotischen Tänzerinnen gehört es hingegen, den Mythos der Verlockung des Geldes zu inszenieren.

Girlanden aus Banknoten sind in Indien als Schmuck des Bräutigams beliebt. Es handelt sich freilich um eine ehrende Dekoration. Händler und Handwerker spezialisierten sich darauf, Geldscheine in Ornamente zu verwandeln. NRIs inszenieren gerne ihren Erfolg, indem sie Girlanden aus Banknoten einer Fremdwährung verarbeiten lassen. Aber auch Imitate von Dollar-Scheinen sind am Markt für Hochzeitschmuck zu finden. Bei einer Hindu-Hochzeit in Wien bestand die Girlande aus Rupien. In der *note kī mālā* findet die Geste der monetären Gabe einen materiellen Ausdruck.⁹² Oft werden auch Würdenträger und Politiker damit verehrt. Nachdem im Jahr 2010 die Huldigung für die Dalit-Politikerin Mayawati einmal allzu exzessiv ausgefallen war, wurde heftige Kritik an dieser Ostentation laut.⁹³ Auch die indische Nationalbank wendet sich gegen den Missbrauch und die Beschädigung des Geldes durch die Herstellung von Geld-Girlanden.⁹⁴

Im südasiatischen Kontext wird Geld bei musikalischen Ereignissen und religiösen Ritualen – wie gezeigt – nicht im Sinne ökonomischer Rationalität betrachtet; seine symbolische Bedeutung überwiegt, es stellt ein Funktionsäquivalent zu Jubel und Applaus dar. In seiner *Philosophie des Geldes* schreibt Georg Simmel: „Wer in ein Konzert geht, ist zufrieden, wenn er für sein Geld die erwarteten Stücke in erwarteter Vollendung hört; der Künstler ist aber mit dem Gelde nicht zufrieden, er verlangt auch Beifall.“⁹⁵ Doch trägt es sehr wohl zur Zufriedenheit des Publikums bei, wenn es seine Begeisterung artikulieren kann. Über angemessene Formen der Beifallsbekundung und die Disziplinierung des Publikums fanden aber auch in der Geschichte westlicher Konzertkultur heftige Auseinandersetzungen statt.⁹⁶

8. Mobile Money

Die ökonomische Relevanz ritueller Gesten des Geldwerfens und -opfern in Süd-asien scheint also für die Geber oft zweitrangig zu sein. Für die Musiker im traditionellen *Qawwālī* war *nazrānā* jedoch die einzige Einkommensquelle. Wirtschaftliche Bedeutung erlangt *sir vārṇā* jedoch auch in einer indischen Werbekampagne aus dem Jahr 2012 als ein Symbol, das im Sinn von kultursensitivem Branding genutzt wird. Die rituelle Performanz des Kreisens von Geld wird in die Werbung von *Airtel Money Transfer* integriert.⁹⁷ *M-Money* ist eine aktuelle Innovation im Bereich des Geldwesens: *Mobile Money*, Geldtransfer mittels Mobiltelefon (in Indien auch *mRupee*, in Afghanistan *M-Paisa*)⁹⁸). Diese Technologie hat in Indien Bedeutung im regionalen Kontext der Binnenmigration, wo häufige Überweisungen kleiner Summen üblich sind.⁹⁹

Die humorvolle *Airtel*-Werbung illustriert durch Alltagssituationen, wie *Mobile Money* einen unverzüglichen Ausweg aus Geldnöten bietet. Im Rahmen eines Hochzeitsfestes ist eine fröhlich tanzende, schöne junge Frau zu sehen. Sie pfeift sogar herausfordernd mit den Fingern und wirft einem jungen Mann einen koketten Blick zu: eine typische Situation erhöhten Risikos, den bösen Blick auf sich zu ziehen. Sogleich lässt eine ältere Dame Geldscheine über dem Haupt der übermütigen jungen Frau kreisen. Der junge Mann stellt enttäuscht fest, dass seine Taschen leer sind. Seine Männlichkeit steht auf dem Spiel. Er würde sich vor seinen Freunden blamieren, käme ihm nicht rechtzeitig die rettende Idee, einfach auf *Mobile Money* zurückzugreifen. So lässt er sein Handy über dem Haupt der Schönen kreisen.¹⁰⁰ Hier soll offenbar die Akzeptanz des mobilen Geldes durch die Verknüpfung mit einem vertrauten Ritual erhöht werden. Dass die Innovation so einfallsreich mit Tradition verknüpft wird, sorgt für einen witzigen Überraschungseffekt.

Im Indien der Gegenwart wird Modernisierung also ausdrücklich nicht als die Unterdrückung oder Überwindung kultureller Tradition imaginiert, vielmehr wird eine Synthese aus alt und neu angestrebt. Hier zeigt sich das Phänomen medialer Konvergenz: Der Status des Geldes verändert sich mit dem neuen Medium seiner Transferierung, dabei wird Geld zunehmend entmaterialisiert.¹⁰¹ Doch angesichts derartiger Neuerungen sollte man daran erinnern, dass es sich im originalen Kontext des Rituals bestimmt nicht um Banknoten gehandelt hat, sondern um Münzen, war doch das Papiergeld in Indien eine Innovation des 19. Jahrhunderts.¹⁰² Im rituellen Kontext des *sir vārṇā* und *paisā uṛānā* ersetzt Papiergeld die älteren Münzen. Allerdings gibt es eine Ausnahme: Bei Hochzeiten ist es üblich, dass der Vater des Bräutigams in dem Augenblick, wo die Braut in die Sänfte steigt, um den elterlichen Haushalt zu verlassen – heute ist das Vehikel gewöhnlich ein Auto – aus vollen Händen Münzen vor den Hochzeitszug wirft, um damit seine Freude zu bekunden. Üblicher-

weise stürzen sich Kinder, die diesen Augenblick bereits sehlich erwartet haben, sofort auf die Münzen.

9. Zusammenfassung und Ausblick

Der Kontrast zwischen dem Kreisen von Geldscheinen als einer magischen Geste im Kontext von Übergangsritualen und dem Geldregen ist zu betonen, auch wenn beide fallweise vermengt werden, wie zum Beispiel in Verbindung mit modernem *Qawwālī*. Gerade hier gibt die kreisende Geste Anlass für Irritation, wobei die Konfusion auch dem multikulturellen Rezeptionskontext zuzuschreiben ist. Das Werfen des Geldes ist Ausdruck von Macht und Herrschaft, ganz im Sinn der antiken *sparsiones*. Wenn der göttlich verehrte Herrscher seine Gaben unter das Volk streute, evozierte dies auch die Vorstellung von Fertilität, Virilität und Potenz, die Geschenke werden mit dem Samen assoziiert. Inszenierungen von Hyper-Maskulinität gegenüber Kurtisanen lassen die sexuelle Metaphorik des Geldregens überdeutlich hervortreten.¹⁰³ Diese Form der Gabe naturalisiert ein hierarchisches Verhältnis, welches in den sich balgenden Almosenempfängern ebenso sichtbar wird.

Hier möchte ich das Bild vom Pflücken des Geldes wieder aufgreifen: Das Musikvideo von Billa Sher prangert die Naturalisierung der Hegemonie des Westens an. Indische Arbeitsmigranten, die davon träumen, in London Geld von Bäumen zu ernten, sind das Gegenteil der stolz inszenierten *sparsiones* als einem Ausdruck von Freude: „Der König hat sich gut unterhalten, nimmt das.“ Dennoch kann der Geldregen auch eine Form der Huldigung und des Beifalls sein, wobei sich der ideale Empfänger selbst demonstrativ desinteressiert zeigt. Das Darbringen von Gaben an unerreichbare Entitäten wie Gottheiten oder Stars, welche durch Ikonen oder Medien repräsentiert werden, stellt den höchsten Grad der Verehrung dar. Das Annehmen von Gaben wird als ein rituelles Risiko problematisiert, weshalb der endgültige Adressat sehr oft unbestimmt bleibt. Die Einseitigkeit der Gabe im Kontext der indischen Hypergamie ist jedoch als ein bemerkenswerter Widerspruch zur erwarteten Unterordnung des Empfängers hervorzuheben: Hier wird das Empfangen von Geschenken paradoxerweise zum Zeichen von Dominanz. Im Video von Billa Sher werden aber beispielhaft für regionale Migrationsdiskurse die Überlegenheit und die Überheblichkeit der aus der Diaspora kommenden Brautnehmer als unmoralisch und frauenfeindlich angeprangert. Aufgrund des unterstellten Vertragsbruchs wird ihnen das Recht zu nehmen abgesprochen. Die Diskussion monetärer Gesten macht noch stärker bewusst, wie hier aus einer postkolonialen Perspektive Kritik an geopolitischen Hierarchien geübt wird. In einer Zeit, in der sich Indien gern stolz als *Global Player* und *Soft Power* präsentiert, sollten Inder nicht länger

Empfänger von Almosen sein, die sich um fremdes Geld raufen. Die Migrationskritik wendet sich gegen das demütigende Verhältnis von Ost und West.

In medialisierten Gesellschaften durchdringt kommerzielle Werbung die Alltagswelt. Selbstverständlich erzielen Werbefilme nicht immer den intendierten Effekt. Oft werden sie als Unterhaltung rezipiert. Durch Affirmation oder Diffamierung, finanzielle Anreize und Werbegeschenke, wie auch durch gesetzliche Regelung wird eine Steuerung des Umgangs mit Geld angestrebt. Die Imagination von Geld wird von visuellen Repräsentationen mitbestimmt, die es mit magischen und sakralen Qualitäten ausstatten, zum Inbegriff von Männlichkeit, Patriotismus, Familienwerten, Liebe oder Verführungskraft machen. Werbung von Geldinstituten betont die Relevanz des Geldes in rituellen und familiären Kontexten, wodurch kurzfristige ökonomische Interessen aus dem Blickfeld geraten.¹⁰⁴ Geldüberweisungen werden somit romantisiert, ritualisiert und symbolisch aufgeladen. Wo aufgrund fehlender Kopräsenz keine Gelegenheit für eine Geste der Gabe besteht, soll mediale Inszenierung Abhilfe schaffen. Bilder von Arbeitsmigranten, die ihre Familien in der Heimat unterstützen, produzieren eine positive Vorstellung transnationaler Netzwerke. Demgegenüber stehen Botschaften, welche die Illusion des Geldes kritisch zu dekonstruieren suchen und den Verfall sozialer Ordnung anprangern.

Hier gilt es kurz einen Diskurs anzusprechen, der in den hier ausgewählten Medien zwar nicht auszumachen ist, aber doch monetäre Imagination und die Praxis der Geldüberweisungen wesentlich mitbestimmt: Manchmal werden (spezifische) *Financescapes* auch als düstere Bedrohung dargestellt. Deutlich zeigt sich das im „Kampf gegen den Terror“, wenn moralische Debatten und Sicherheitsdiskurse nicht zuletzt Herrschaftsinteressen dienen. Kampagnen gegen die Terrorfinanzierung kommen dem regulären Bankwesen zu Gute. Durch Kriminalisierung des informellen Transfersystems *Hawala* wurde das westliche Bankwesen als die saubere Normalität konstruiert. Das Zurückdrängen traditioneller monetärer Netzwerke stellt die Kehrseite der kultursensitiven Werbung globaler Transferunternehmen dar.¹⁰⁵

Allerdings wäre eine kulturpessimistische Verlustrhetorik unangebracht (diese Haltung war für die Volks- und Völkerkunde lange bestimmend). Doch gerade dass die Dynamik kulturellen Wandels bisweilen auch erstaunliche Kontinuitäten zulässt, verdient Beachtung. Rituelle Praxis mit Münzgeld wurde auf Banknoten übertragen und soll offenbar noch ins digitale Zeitalter hinüber gerettet werden. Traditionelle Verhaltensmuster, religiöse Vorstellungen, auch magisches Denken und Aberglauben breiten sich sogar überaus erfolgreich im *Cyberspace* aus.

Freilich verschwinden manche Gesten durch Assimilation oder Bedeutungsverlust, geraten in Vergessenheit. Der Fortbestand von Traditionen setzt Kreativität und Flexibilität voraus – eine Einsicht, die durch die *Airtel*-Werbung so reiz-

voll vermittelt wird. Bemerkenswert ist die originelle Marketing-Idee, die tatsächliche Akzeptanz des Produkts oder gar des Mobiltelefon-Rituals lässt sich aus der Werbung nicht ablesen.¹⁰⁶ Die Imitation wäre jedenfalls bestimmt weniger originell als die spontan wirkende Szene im Werbespot. Aber immerhin wurden in Indien schon religiöse Kulte vom Kino inspiriert.¹⁰⁷ Ein kuriose Beispiel für digitale Superstition findet sich in den *YouTube*-Kommentaren zu Nusrat Fateh Ali Khan: Während zornige Fans die Unbekannten schmähen, die eine negative Bewertung angeklickt haben, bekennt jemand, genau dies aus Aberglauben bewusst getan zu haben, um den bösen Blick abzuwehren. Verbreitete monetäre Gesten zeugen von denselben magischen Vorstellungen.

Die ethnologische Faszination für die „Volkskultur in der technischen Welt“¹⁰⁸ – als einer kreativen Verbindung alter Tradition und innovativer Technik – ist ein Reflex auf die ältere Fachtradition der Volkskunde und gleichzeitig eine Antithese zu klassischen Modernisierungstheorien.

Globalisierung bedeutet keineswegs weltweite kulturelle Homogenisierung. Verblüffende Transformationen und Rekombinationen kultureller Traditionen, die auch mit technischer Innovation verschmelzen, erzeugen vielmehr eine steigende kulturelle Diversität. Die kreative Aneignung von Lokalkolorit besitzt strategische Bedeutung für Unternehmen. Das umgekehrte Phänomen, das „Worlding“ lokaler Institutionen und Praxen, ist genauso feststellbar; Begriffe wie „Glocommodification“¹⁰⁹ oder „Glokalisierung“¹¹⁰ bringen die enge Verflochtenheit und wechselseitige Durchdringung von Lokalem und Globalem zum Ausdruck. Die monetären Gesten *sir vārnā* und *paisā urānā* erlangen insbesondere auch in globalisierten Kontexten identitätsstiftende Bedeutung.

Die hier diskutierten Beispiele zeigen einmal mehr, dass Geld weder zur Auflösung von Gemeinschaft noch zu einer eindimensionalen Rationalisierung der Gesellschaft führt. Das mag zwar eingedenk ökonomisch-soziologischer Klassiker überraschend klingen, wirtschaftsethnologische Untersuchungen belegen aber immer wieder, wie Geld in die soziale und kosmische Ordnung integriert wird: „Aus dem bedrohlichen Transaktionsmedium Geld wird also etwas moralisch und sozial Positives konstruiert.“¹¹¹ Die besprochenen Gesten, Rituale und Imaginationen unterstützen ebenso die kulturelle Einbettung des Geldes, so dass es seinerseits zu einem Medium gesellschaftlicher Integration werden kann. Doch läge es mir fern, aus dieser Diskussion ganz spezieller Gesten eine Ontologie des Geldes ableiten zu wollen. Die hier betrachteten Beispiele lenken die Aufmerksamkeit bewusst auf (mehr oder weniger) wirtschaftsfernen Geldgebrauch in rituellen und symbolischen Zusammenhängen. Erkenntnisse über Gestik in liminalen Sonderbereichen (bzw. deren mediale Repräsentation) lassen sich nicht als Thesen über das Wesen des Geldes generalisieren. Obwohl die Betrachtung von rituellem Geldkreisen und

ostentativem Werfen von Banknoten zum Verständnis moderner südasiatischer Gesellschaften beiträgt, würde ich sie dennoch keineswegs als ein „totales Phänomen“, in dem „alle Arten von Institutionen gleichzeitig und mit einem Schlag zum Ausdruck“ kommen, bezeichnen.¹¹² Derartige Verhaltensweisen ziehen auch nicht wirklich Konsequenzen in allen Bereichen des gesellschaftlichen Lebens nach sich.

Symbolische oder dekorative, ja sogar magische Verwendung von Geld ist in westlichen Kontexten ebenfalls beobachtbar. Man denke nur an das touristische Münzwerfen vor Brunnen. Ein „*Money-shooter*“, der auf Partys einen Geldregen mit (allerdings) imitierten 500 Euro-Scheinen erzeugt, ließe sich als ein modernes Fortleben antiker Sitten einstufen. In europäischen Kontexten kann die ornamentale Ausgestaltung monetärer Gaben als eine Anstrengung zur Imageverbesserung gesehen werden; Basteleien mit Banknoten sollen Geldgeschenken die ansonsten fehlende persönliche Note verleihen.¹¹³ Trotz der formalen Ähnlichkeit handelt es sich bei Girlanden aus Banknoten im südasiatischen Kontext aber um ein anders gelagertes Phänomen. Hier geht es nicht um Individualität und Originalität, die Objekte werden von Handwerkern professionell gefertigt. Die rituelle Einbettung des Geldes ist in diesem Kontext eine Selbstverständlichkeit, die erst jüngst durch reformerische Kulturkritik unter Betonung ökonomischer Rationalität in Frage gestellt wurde. Vergleichbare aufklärerische Tendenzen zu einer „Entzauberung des Geldes“ sind in Bezug auf das Werfen von Geldscheinen bei Konzerten erkennbar. Das rituelle Kreisen des Mobiltelefons weist wiederum in die gegenteilige Richtung.

Die Werbung für *M-Money* illustriert materiellen Wandel ebenso wie rituelle Kontinuität und betont die soziokulturelle Einbettung des Geldes. Auch wenn mir an der kritischen Dekonstruktion von Werbung und populären Medien gelegen ist, anerkenne ich Gemeinsamkeiten von Marketingstrategien und kulturwissenschaftlichem Denken. Die intendierten Effekte der einen sind häufig das epistemische Objekt der anderen. Monetäre Gesten verlagern den Fokus von der Ökonomie hin zu den sozialen Beziehungen, was eben den Interessen der Werbung entgegenkommt, die Emotionalisierungen anstrebt. Geldrituale erhöhen die Sichtbarkeit gesellschaftlicher Strukturen. Der Werbespot endet – und ich schließe ebenso – mit der Formulierung: *Bāt sirf paisan kī nahīn!* „Es geht nicht nur ums Geld!“

Anmerkungen

- 1 Bill Maurer, *The Anthropology of Money*, in: *Annual Review of Anthropology* 35 (2006), 15–36, hier 19.
- 2 Ironische Aussage in einem Interview am 12.9.2014 über indische Geld-Gesten, Original in Hindi.
- 3 Häufig werden rituelle Gesten strikt von magischen unterschieden; letztere bezwecken eine Veränderung der Welt, während erstere auf sich selbst bezogen sind. Rituale zeichnen sich durch anlassge-

- bundene Wiederholung und ein hohes Maß an Konventionalität aus. Flusser bezeichnet rituelle Gesten wegen ihrer Selbstbezogenheit auch als „zirkuläre Gesten“ (diese Terminologie würde im Zusammenhang mit einer Kreisbewegung Verwirrung stiften). Vilém Flusser, *Gesten. Versuch einer Phänomenologie*, Frankfurt am Main 1994, 224, 228. Eine Übersicht über theoretische Zugänge zur Gestik bietet Winfried Nöth, *Handbuch der Semiotik*, Stuttgart 2000, 298–307.
- 4 Hugh Nibley, *Sparsiones*, in: *The Classical Journal*, 40/9 (1945), 515–543; Jean Starobinski: *Gute Gaben, schlimme Gaben. Die Ambivalenz sozialer Gesten*, Frankfurt am Main 1994.
 - 5 Claudia Wegener, *Inhaltsanalyse*, in: Lothar Mikos/Claudia Wegener, Hg., *Qualitative Medienforschung. Ein Handbuch*, Konstanz 2005, 200–208.
 - 6 Hermeneutik und Inhaltsanalyse werden oft konträren epistemologischen Positionen zugeordnet. Allerdings fand durchaus eine Annäherung statt, vgl. Ute Bechdolf, *Kulturwissenschaftliche Medienforschung: Film und Fernsehen*, in: Silke Göttsch/Albrecht Lehmann, Hg., *Methoden der Volkskunde. Positionen, Quellen, Arbeitsweisen der Europäischen Ethnologie*, Berlin 2001, 251–276.
 - 7 Clifford Geertz, *Dichte Beschreibung. Bemerkungen zu einer deutenden Theorie von Kultur*, in: ders., *Dichte Beschreibung. Beiträge zum Verstehen kultureller Systeme*, Frankfurt am Main 1987, 7–43.
 - 8 Erwin Panofsky, *Ikonographie und Ikonologie. Eine Einführung in die Kunst der Renaissance*, in: ders., *Sinn und Deutung in der bildenden Kunst*, Köln 1975, 36–63.
 - 9 In ethnologischer Feldforschung werden – im Gegensatz zur Bild- oder Medienanalyse – nicht wiederholbare Ereignisse analysiert.
 - 10 In der kulturwissenschaftlichen Medienforschung bietet die „Objektive Hermeneutik“ ein Modell für ein minutiöses Interpretationsverfahren. Jörg Hagedorn, *Objektive Hermeneutik*, in: Lothar Mikos/Claudia Wegener, Hg., *Qualitative Medienforschung. Ein Handbuch*, Konstanz 2005, 527–537.
 - 11 Die Unterscheidung von „dünn“ und „dicht“ Beschreibung übernahm Clifford Geertz vom Philosophen Gilbert Ryle, der „dichte“ Beschreibung nicht als eine wissenschaftliche Methode, sondern als ein wesentliches Element der Alltagskommunikation versteht, vgl. Joseph G. Ponterotto, *Brief Note on the Origins, Evolution, and Meaning of the Qualitative Research Concept „Thick Description“*, in: *The Qualitative Report* 11/3 (2003), 538–549.
 - 12 Inferenz, das Schließen von Medientexten auf den Kontext, ist ein Ziel qualitativer Inhaltsanalyse.
 - 13 Helmuth Korte, *Sequenzprotokoll*, in: Mikos/Wegener, *Medienforschung*, 387–394.
 - 14 Drei Hindus (zwei weiblich, einer männlich), zwei Sikhs (eine Frau und ein Mann) aus Indien und ein Muslim aus Pakistan waren meine Hauptgesprächspartner während der Abfassung dieser Arbeit. Ich führte Interviews in Hindi und Deutsch.
 - 15 Auf die Bezeichnung *sir vārnā* wiesen mich zwei indische Geschwister hin, mit denen ich auf Facebook befreundet bin.
 - 16 Jutta Buchner-Fuhs, *Die Fotobefragung: eine kulturwissenschaftliche Interviewmethode?*, in: *Zeitschrift für Volkskunde* 93/2 (1997), 189–216.
 - 17 Die zahlreichen Arbeitsschritte wie Skizzen, Protokolle und Transkriptionen können im Rahmen eines Essays in der Darstellung nicht angemessen abgebildet werden. Allerdings könnte die Auswahl der Quellen für größtmögliche Transparenz und Nachvollziehbarkeit sorgen. Mit Eingabe der entsprechenden Begriffe in eine Suchmaschine kann man sich schnell einen Eindruck von den hier diskutierten Videos verschaffen.
 - 18 Der Ausgangspunkt für diesen Text war ein Vortrag an der Universität Wien im Rahmen der Ringvorlesung „Geld aus historisch-kulturwissenschaftlicher Perspektive“ am 16.1.2013.
 - 19 Vgl. Zornitza Kolarova, *Lexikon der bulgarischen Alltagsgesten*, phil. Diss., Technische Univ. Berlin, Berlin 2012, 161–195.
 - 20 Vgl. Elke Koch, *Trauer und Identität. Inszenierung von Emotionen in der deutschen Literatur des Mittelalters*, Berlin 2006, 57 f.
 - 21 Henry Jenkins, *Pop Cosmopolitanism. Mapping Cultural Flows in an Age of Media Convergence*, in: ders., *Fans, bloggers, and gamers. Exploring participatory culture*, New York 2006, 152–172.
 - 22 Die Betreiberin der Seite ist Religionswissenschaftlerin und Indologin. Geld-Gesten sind dort allerdings nicht enthalten.
 - 23 Reiseführer wie „Kulturschock-Indien“ bieten wertvolle Information über indische Gestik; hier wird auch ausführlich der Themenkomplex „Geld“ erläutert, vgl. Rainer Krack, *Kulturschock Indien*, Bielefeld 2006.

- 24 Vgl. <http://www.askauntyji.net/doli-post-wedding-rituals/> (8.9.2014).
- 25 Yoshihiko Ikegami, A Stratificational Analysis of the Hand Gestures in Indian Classical Dancing, in: *Semiotica* 4/4 (1971), 365–391.
- 26 https://archive.org/stream/PunjabiToEngDict/punjabi%20to%20eng%20dict_djvu.txt (17.2.2015).
- 27 Die moralische Verurteilung von „entwurzelten“ NRIs kommt ebenso vor wie eine kritische Auseinandersetzung mit sozialen Problemen im Punjab wie z.B. Arbeitslosigkeit und Drogenmissbrauch. Die Aneinanderreihung konträrer Argumente oft auch in klischeehafter Weise ist charakteristisch für den Realitätsbezug des Mainstream-Punjabi-Films.
- 28 Zu NRI-Filmen vgl. Christiane Brosius/Nicolas Yazgi, „Is There no Place Like Home?\": Contesting Cinematic Constructions of Indian Diasporic Experiences, in: *Contributions to Indian Sociology* 41/3 (2007), 355–86; Ingrid Therwath, ‚Shining Indians’: Diaspora and Exemplarity in Bollywood, in: *South Asia Multidisciplinary Academic Journal (Online)*, Thematic Issue 1/4 (2010), Modern Achievers: Role Models in South Asia, Online since 17 December 2010. URL: <http://samaj.revues.org/3000> (19.01.2015); siehe auch: Bernhard Fuchs, Der Mythos der Rückkehr in den patriotischen Romanzen des Hindi-Films. Bollywood-Repräsentationen der südasiatischen Diaspora, in: *Mitteilungen der Anthropologischen Gesellschaft in Wien (MAGW)* 133 (2003), 181–195; ders., In Bewegung? Zur Erforschung von Migration, in: *Österreich in Geschichte und Literatur*. 56/2 (2012), 155–167.
- 29 Vgl. Ranjana Sheel, Marriage, Money and Gender: A Case Study of the Migrant Indian Community in Canada, in: *Indian Journal of Gender Studies* 12/2&3 (2005), 335–356, 347; Fuchs, Bewegung. Auch im *Malayalam*-Cinema der Auswanderungsregion Kerala sind stereotype Repräsentationen von Migranten zu finden, wie auch eine Auseinandersetzung mit Gefahren der Arbeitsmigration in die Golfstaaten. Ratheesh Radhakrishnan, The Gulf in the Imagination: Migration, Malayalam Cinema and Regional Identity, in: *Contributions to Indian Sociology* 43/2 (2009), 217–245.
- 30 „*Pardesan Wich Punjabi*“ lautet der Originaltitel.
- 31 Ähnlichen Diskursen begegnete ich bei der Thematik der Zeitungskolportage in Wien: Bernhard Fuchs, Wo das Geld auf der Strasse liegt. Indische Zeitungskolportage in Wien, in: *Schweizerisches Archiv für Volkskunde* 91/2 (1995), 183–207.
- 32 „Billa Sher said through some of the songs he wanted to warn the youngsters that if they wanted to go abroad they should adopt the right method instead of approaching travel agents who allegedly duped them.“ *Chandigarh Tribune* vom 17. November 2005. <http://www.tribuneindia.com/2005/20051117/chd.htm> (7.1.2014).
- 33 Zur filmischen Repräsentation diasporischer Landschaften vgl. Rajinder Dudrah, Haptic Urban Ethnoscapes: Representation, Diasporic Media & Urban Cultural Landscapes, in: *Journal of Media Practice* 11/1 (2010), 31–46.
- 34 Vgl. Kajri Jain, Imagined and performed locality: The Televisual Field in a North Indian Industrial Town, in: *Contributions to Indian Sociology* 44/1 u. 2 (2010), 33–55, hier 38.
- 35 Anjali Gera Roy, Celebrating ‚the Sons of Jats’: the Return of Tribes in the Global Village, in: *South Asian Diaspora* 3/1 (2011), 89–102. Allerdings wurde Billa Sher von einer Inderin als Angehöriger einer niedrigen Kaste (*Dalit* bzw. *Ravidassia*) bezeichnet.
- 36 http://www.youtube.com/watch?v=_TS8RCMfP7Q (7.1.2014).
- 37 Die erste Strophe wird als Refrain mehrmals wiederholt. Die Phrase vom Einsehen des Fehlers heißt wörtlich: Sie fassen sich mit den Händen an die Ohren. Es handelt sich hierbei um eine Geste des Schuldbekennens. Zu den Süßigkeiten: Ein populäres Punjabi Volkslied besingt, dass jemand zwölf Jahre in der Fremde gearbeitet habe und dann mit Süßspeisen heimkehre. Damit mag der freudige Anlass ausgedrückt werden, es kann aber auch als eine Migrationskritik gelesen werden. Zu Migrationsdiskursen in Punjabi Liedern vgl. Gibb Schreffler, Migration Shaping Media: Punjabi Popular Music in a Global Historical Perspective, in: *Popular Music and Society* 35/3 (2012), 333–358; Virinder S. Kalra, Vilayeti Rhythms: Beyond Bhangra’s Emblematic Status to a Translation of Lyrical Texts, in: *Theory, Culture & Society* 13/3 (2000), 80–102.
- 38 Unterschiedliche Heiratsregeln bei Hindus und Sikhs einerseits und Muslimen andererseits führen zu divergenten ökonomischen Entwicklungen in den Herkunftsregionen und auch zu konträren Migrationsstrategien und Diaspora-Netzwerken, siehe Roger Ballard, *The South Asian Presence in Britain and its Transnational Connections*, in: Bikhu Parekh/Gurharpal Singh/Steven Vertovec, Hg., *Culture and Economy in the Indian Diaspora*. London/New York 2003, 197–222.

- 39 Filippo Osella/Caroline Osella, Migration, Money and Masculinity in Kerala, in: Journal of the Royal Anthropological Institute, New Series, 6 (2000), 117–133, hier 121.
- 40 Bemerkenswert ist auch die exzentrische Erscheinung von Billa Sher. Ob wir eine Brille im Union Jack-Design als ein ironisches Statement verstehen sollen, ist ungewiss. Sher gehört nicht zu den großen Stars der Punjabi Musik; es handelte sich bei diesem Album um sein Debut, und seine Bekanntheit hält sich nach wie vor in Grenzen.
- 41 *Karvā cauth* ist ein hinduistisches Fastenritual, bei dem verheiratete Frauen für das Wohlergehen ihrer Männer beten und fasten.
- 42 In Kinofilmen und TV-Serien spielen auch Todesrituale eine wichtige Rolle.
- 43 Indische Migranten zeigten mir Videos von Hochzeiten naher Verwandter, wo ihre eigene Präsenz im Ritual nur durch ein stellvertretendes Foto inszeniert wurde.
- 44 Vgl. Osella/Osella, Migration, 5.
- 45 Singh, Sociology.
- 46 Vgl. Gurharpal Singh, Religious Transnationalism, Ravidasi Identity and the Dera Sant Sarwan Dass, Ballan, in: Sikh Formations: Religion, Culture, Theory 8/1 (2012), 21–36.
- 47 Die nicht-reziproke Gabe an Priester *Dana* ist zu unterscheiden von *Daksina*, der Bezahlung für eine von Priestern erbrachte Leistung. Vgl. Jonathan Parry, On the Moral Perils of Exchange, in: Jonathan Parry/Maurice Bloch, Hg., Money and the Morality of Exchange, Cambridge 1996, 64–93. Auch in Wien machen einige indische Unternehmer ökonomische Entscheidungen wie die Wahl des Standorts oder des Namens eines Restaurants oder den Zeitpunkt der Eröffnung vom Rat eines Gurus abhängig. In einem Fall lebt der Guru in England und erteilt seine Ratschläge telefonisch.
- 48 Vgl. Osella/Osella, Migration. Allerdings wird die Schwiegertochter als diejenige betrachtet, die Glück und Wohlstand – die Göttin *Lakshmi* – ins Haus bringt.
- 49 Der Film „Asa Nu Maan Watna Da – In Search of our Roots“ (Manmohan Singh, 2004) ist den Migranten gewidmet, die mit nur 20 Dollar in der Tasche auswanderten.
- 50 Dargestellt vom Bollywood-Schauspieler Udhay Deol.
- 51 <http://www.youtube.com/watch?v=axaWiGhzI-w> (6.1.2014); vgl. ein Beispiel in Urdu <http://www.youtube.com/watch?v=LNjxV-Pl7X4> (6.1.2014).
- 52 In einer Podiumsdiskussion hielt mir ein Vertreter des Unternehmens entgegen, *Western Union* sei doch kein Reisebüro, das die Menschen tatsächlich zusammenbringen könnte.
- 53 Obwohl Gestik und Mimik selbstverständlich auch im Rahmen von Telekommunikation trotz ihrer Unsichtbarkeit von Bedeutung sind. In der Situation des persönlichen Überbringens könnten Gesten als eine Inszenierung für den Boten interpretiert werden. Im Kontext einer *Western Union*-Geschäftsstelle würden intime Gesten wie das Küssen des Geldes dagegen vielleicht als unangebracht empfunden werden.
- 54 Vgl. Huma Ahmed-Ghosh, Chattels of Society: Domestic Violence in India, in: Violence against Women 10/1 (2004), 94–118. Auch die häufigen Vergewaltigungen, die mit Formen extremer Gewalt verbunden sind, werden nicht nur als Ausdruck von Frauenfeindlichkeit, sondern gleichzeitig auch als eine Konsequenz des Frauenmangels der indischen Gesellschaft interpretiert.
- 55 In Amerika wurde anfangs des 20. Jahrhunderts die Mitgift propagiert, weil bürgerliche Frauen über kein Geld verfügen durften. Siehe Zelizer, Social Meaning. Die Mitgift ist durchaus auch im Interesse indischer Bräute, die mitunter aktiv mitentscheiden, was an Gütern ausgewählt wird. Kalwant Bhopal, South Asian Women in East London: the Impact of Education, in: the European Journal of Women's Studies 7 (2000), 35–52.
- 56 Georg Simmel, Philosophie des Geldes (Georg Simmel – Gesamtausgabe, Bd. 6). Frankfurt am Main 1994.
- 57 Peter Hörz kritisiert eine „romantische“ Sicht internationalen Geldtransfers und betont (ohne kulturelle Spezifika zu berücksichtigen) den Machtaspekt; den Sendern ginge es generell um eine transnationale Einflussnahme, vgl. Peter F. N. Hörz, „Fünfzig Euro ist besser als fünfzig Mal anrufen...“ Einige ethnografische Notizen über Geschäftsstellen von Geldtransfer-Serviceunternehmen und ihre Kunden, in: Silke Meyer, Hg., Money Matters. Umgang mit Geld als soziale und kulturelle Praxis, Bricolage 7, Innsbruck 2014, 217–240. Allerdings ist erstens der Auffassung zu widersprechen, dass monetäre Gaben generell Ausdruck hierarchischer Beziehungen zu Lasten des Empfängers wären. Zweitens sind auch melodramatische Repräsentationen von Remittances etwas Hochpolitisches und ein wesentlicher Aspekt der Realität.

- 58 Marcel Mauss, *Die Gabe. Form und Funktion des Austauschs in archaischen Gesellschaften*, Frankfurt am Main 1984, 18.
- 59 Vgl. Diana Eck, *The Religious Gift: Hindu, Buddhist, and Jain Perspectives on Dana*, in: *Social Research: An International Quarterly* 80/2 (2013), 359–379. Das Opfer spielt auch im Sikhismus eine zentrale Rolle, bis hin zum Märtyrertod.
- 60 Gloria Goodwin Raheja, *The Poison in the Gift. Ritual, Prestation, and the Dominant Caste in a North Indian Village*, Chicago 1988; Axel Michaels and Philip Pierce, *Gift and Return Gift, Greeting and Return Greeting in India. On a Consequential Footnote by Marcel Mauss*, in: *Numen* 44/3 (1997), 242–269; Jonathan Parry, *The Gift, the Indian Gift and the „Indian Gift“*, in: *Man, New Series* 21/3 (1986), 453–473.
- 61 Kajri Jain beschreibt diese Geste unter dem Namen „*vaar pher*“ als eine Form der Performanz von Lokalität im Kontext einer rustikalen Musikunterhaltung in Ludhiana, siehe Jain, *locality*, 44. Eine alternative Bezeichnung ist „*paisa vārnā*“ (Geldopfer). Bei Hochzeiten gibt es auch das Ritual „*pāni vārnā*“ (Wasserkreisen), bei dem die Mutter vor ihrem Sohn und der Schwiegertochter ein Gefäß mit Wasser kreisen lässt, wenn das frisch vermählte Paar heimkehrt.
- 62 Wenn bei Hochzeiten dem Bräutigam zum Abwenden des bösen Blicks *kājal* aufgetragen wird, so wird dies ebenfalls *vārnā* genannt.
- 63 Victor W. Turner, *Liminalität und Communitas*, in: Andrea Belliger/David Krieger, Hg., *Ritualtheorien*, Opladen/Wiesbaden 1998, 251–264.
- 64 Interview mit Seema Kalia Kapila (Hindi), 12.9.2014.
- 65 Pnina Werbner, *The Virgin and the Clown: Ritual Elaboration in Pakistani Migrants' Weddings*, in: *Man, New Series*, 21/2 (1986), 227–250, hier 244.
- 66 „*Nanak Nam Jahaz Hai*“ (Ram Mahshwari 1969).
- 67 Ein neues Lied von Harbhajan Mann, „*Wajjde Wajje*“ (2014), besingt die Freuden einer Punjabi-Hochzeit und enthält ebenso dieses Ritual. Im Musikvideo wird es einerseits ‚dokumentarisch‘ dargestellt, andererseits vom Sänger mit einer ästhetischen Geste ausgedrückt (die nach oben zeigenden Fingerspitzen berühren einander und werden in einer rhythmischen Bewegung geöffnet), ein *Mudrā*, welches im indischen Tanz das Streuen von Blüten symbolisiert. <https://www.youtube.com/watch?v=0AsXzVBESBo> (6.11.2014).
- 68 Jonathan Parry thematisiert vor allem das Risiko für den Empfänger. Parry, *Moral Perils*, 169; ders., *Gift*.
- 69 Im Rahmen der *milni*-Zeremonie bei Punjabi-Hochzeiten, wenn die Angehörigen beider Familien einander willkommen heißen, ist *sir vārnā* auch beim Überreichen von Geschenken zu beobachten. Meine Gesprächspartnerinnen und -partner kritisierten das als einen rituellen Fehler und stellten fest, dass die Hochzeiten zunehmend exzessiv gefeiert würden und immer mehr Rituale hinzukämen. *milni* hätte sich traditionell auf die Begrüßung zwischen den familiären Autoritäten beschränkt, heute würden alle Generationen teilnehmen, vgl. https://www.youtube.com/watch?v=Akgy4Y_fPiA (27.10.2014).
- 70 Vgl. Regula Burkhardt Qureshi, *Sufi Music of India and Pakistan: Sound, Context and Meaning in Qawwali*, Chicago/London 1995.
- 71 Christopher Paul Holland, *Rethinking Qawwali: Perspectives on Sufism, Music, and Devotion in North India*, Dissertation, University of Texas at Austin 2010; James Richard Newell, *Experiencing Qawwali: Sound as Spiritual Power in Sufi India*, Dissertation, Nashville, Tennessee 2007.
- 72 Nadeem Aslam, *Atlas für verschollene Liebende*, deutsch von Rosetta Stein, Reinbek bei Hamburg 2007, 287 (im englischen Original: *Maps for Lost Lovers*, 2004).
- 73 Textbasierte Kommunikation unterbleibt hier aufgrund der Sprachbarriere. Geldwerfen ist bei uns nur bei Straßenmusik und Bettlern üblich.
- 74 Nusrat Fateh Ali Khan „*Yeh Jo Halka Halka*“: <http://www.youtube.com/watch?v=NvgXBp8N7O4> (6.1.2014); <http://www.youtube.com/watch?v=rnR1EOIvYP4> (6.1.2014).
- 75 http://www.youtube.com/all_comments?v=rnR1EOIvYP4 (6.1.2014).
- 76 Vgl. Qamar-ul Huda, *Khawaja Mu-In Du-Din Chishti's Death Festival: Competing Authorities over Sacred Space*, in: *Journal of Ritual Studies* 17/1 (2003), 61–78.
- 77 In Nordwest-Indien und Pakistan werden die Prostituierten oft nach einer ethnischen Gruppe *Kanjar* genannt. Zu diesen Tänzerinnen vgl. Rustom Bharucha, *Rajasthan: An Oral History. Conversations with Komal Kothari*, New Delhi 2003, 260–263.

- 78 Am 16.6.2007 wurde in einer Volkshochschule im sechsten Wiener Gemeindebezirk die Pakistani-sche Punjabi-Komödie *Haseena Wrong Number* aufgeführt.
- 79 Auftritte pakistanischer *Kanjar*-Tänzerinnen sind ebenso auf You-Tube zu finden: http://www.youtube.com/watch?v=7q_2eifYa18 (6.1.2014); hier ist das Streuen der Geldscheine gut beobachtbar. Freilich geben die Form und der Kontext den Ausschlag für die tatsächliche Bedeutung einer Geste. Es gibt auch respektvolle Geldgaben ohne *sir vārnā*, bei denen einfach Geld auf die Bühne gelegt wird. Auch dies ist im Qawwālī-Video zu sehen.
- 80 Diese Phantasien lassen auch an das Medienformat „Moneymaker“ denken.
- 81 http://www.youtube.com/watch?v=__BYsQo4QaY (6.1.2014); der Song „*Paisa*“ von Manak-E wurde in den Film „*De Dana Dan*“ (2009) eingebettet. Diese Komödie spielt in der indischen Diaspora in Singapur, behandelt den Traum vom Reichtum und führt eine abenteuerliche und kriminelle Ökonomie der NRIs vor, in der selbst die Reichen in Wahrheit nur auf Pump leben. Die Idee des Brautkaufs steht hier im Gegensatz zur traditionell prestigereichereren Mitgift.
- 82 http://www.youtube.com/all_comments?v=rnR1EOIvYP4 (6.1.2014).
- 83 Vgl. Burkhardt Qureshi, *Sufi Music*, 130.
- 84 Gerade weil Musik im islamischen Kontext meist negativ bewertet wird, wird der Erfolg dieses Sängers oft kritisch beurteilt. Er wird abfällig als „*Mirasi*“ bezeichnet, für den im Islam kein Platz sei. Mythen werden verbreitet: Weil er so oft den Namen Gottes nutzlos gebraucht hätte, wäre er im Grab von seiner Zunge umschlungen worden, die sich in eine Schlange verwandelt hätte. <http://www.paklinks.com/gs/religion-and-scripture/39751-hearsay-about-nusrat-f-k-tongue-and-superstition-in-islam.html>
<http://www.shiachat.com/forum/topic/235002528-this-story-about-nusrat-fa-khan-is-it-true/> (6.1.2014); <http://www.youtube.com/watch?v=7unCquPzcI0> (6.1.2014); so wurde auch von einer Moschee eine großzügige Geldspende des legendären Bollywood-Sängers Mohammed Rafi zurückgewiesen, weil das durch Filmmusik verdiente Geld für unrein erachtet wurde. Yasmin Khalid Rafi: Mohammed Rafi. My Abba – a Memoir, translated from Hindi by Rupa Srikumar/A.K. Srikumar, Chennai, 164; Rafi wird aber von seinen Fans (ganz ähnlich wie N. F. A. Khan) wie ein Heiliger verehrt. In Birmingham wurde ihm 2007 ein Kultschrein *Dargah* errichtet. <http://www.hindustantimes.com/indians-abroad/artsandentertainment/fan-to-build-mohammad-rafi-memorial-in-birmingham/article1-213217.aspx> (6.1.2014).
- 85 Es wird das Gerücht erörtert, ob Nusrat Fateh Ali Khan in Japan als Buddha verehrt werde. Die Herkunft und der kulturelle Hintergrund von Postern bleiben oft ungewiss.
- 86 Interview (Deutsch), 7.9.2014.
- 87 Interview, Seema Kalia Kapila (Hindi), 12.9.2014.
- 88 http://youtu.be/nIcyDV9_2pk (6.11.2014).
- 89 Nasreen Munni Kabir, *Bollywood: the Indian Cinema Story*, London 2001, 115.
- 90 https://www.youtube.com/watch?v=N9_DVMMok4 (6.11.2014).
- 91 Die Dokumente zu den Jahren 2013 und 2014 siehe: https://www.youtube.com/watch?v=FcDeA5B_zlM; <https://www.youtube.com/watch?v=cpdlFTDER-I> (6.11.2014).
- 92 Eine Interviewpartnerin berichtete mir, sie hätte mit dieser Gabe die (bescheidene) Hochzeitsreise finanziert. Pnina Werbner zufolge ist es üblich, dieses Geld den Armen zu schenken.
- 93 <http://www.thehindu.com/news/national/other-states/article248101.ece>; <https://www.youtube.com/watch?v=IHWrasTbsBU>; <http://archive.indianexpress.com/news/making-malas-out-of-money/596548/> (10.9.2014).
- 94 <http://www.businessinsider.com/rbi-stop-making-garlands-with-money-2013-9> (10.9.2014).
- 95 Simmel, *Philosophie*, 556.
- 96 Eine häufige Zielscheibe der Kritik waren Claqueure, aber auch die Kompetenz des Publikums, die künstlerische Leistung zu beurteilen, wurde in Frage gestellt. Vgl. Katharina Alexi, *Das Kreischen im Pop-Konzert*. Zur Entstehung einer Rezeptionsform und Pathologisierung von Konzertbesucherinnen, in: *Samples*, Online Publikationen der Gesellschaft für Populärmusikforschung 12 (2014), Version vom 11.9.2014.
- 97 <http://youtube/tJomXf-CWSQ> (6.1.2014); für eine Analyse dieser Kampagne siehe: <http://www.campaignindia.in/Video/292572,airtel-introduces-airtel-money.aspx>

- http://www.afaqs.com/news/story/33345_It-is-not-just-about-money!-says-Airtel-Money (6.1.2014).
- 98 Das Produkt der ICICI-Bank trägt den Namen mRupee: <https://www.mrupee.in/mRUPEE/> (6.1.2014); dieses Produkt wurde 2007 von einer kenianischen Firma in Kooperation mit *Vodafone* entwickelt und in andere Länder, mittlerweile auch nach Indien, exportiert. In Kenya (und anderen afrikanischen Ländern) wird bargeldloser Geldtransfer über Mobiletelefon *m-pesa* genannt. Auch in Afghanistan existiert ein entsprechendes Service unter der Bezeichnung „*m-paisa*“: <http://www.mitpressjournals.org/doi/pdf/10.1162/itgg.2007.2.1-2.63> (6.1.2014); <http://www.roshan.af/Roshan/M-Paisa.aspx> (6.1.2014).
- 99 Vgl. Nirmali Sivapragasam/Aileen Agüero/Harsha de Silva, The potential of Mobile Remittances for the Bottom of the Pyramid: Findings from Emerging Asia, in: *info* 13/3 (2011), 91–109.
- 100 Die Szene wurde von meinen Gesprächspartnern so interpretiert, dass es sich bei der älteren Dame um die Mutter und beim Mann um ihren Schwiegersohn handelt, die junge Tänzerin wäre also dessen Frau. Offen bleibt die pragmatische Frage, an wen das Geld überwiesen wird. Durch das Kreisen wird das Geld als Gabe definiert, aber üblicherweise ist das Gegenüber beim Ausführen der Geste ja nicht der Empfänger.
- 101 Die virtuelle Währung „Bitcoins“ ist ein aktuelles Phänomen monetärer Digitalisierung.
- 102 Vorläufer sind wahrscheinlich auch Rituale mit Blüten oder Getreidekörnern. Das hinduistische Blütenopfer (*puspāñjali*) ist eine verwandte Geste, die im Tempel ausgeführt wird. Auch aus der Hand der hinduistischen Göttin des Wohlstands, Lakshmi, ergießt sich ein Münz-Strom. Das Geldwerfen scheint mir eine Imitation herrschaftlicher Praxen zu sein: In Darstellungen des hinduistischen Königs überhäuft dieser die Untertanen mit Münzen. Auch islamische Herrscher ließen anlässlich von Festen Münzen unter das Volk streuen. Jonathan Williams, Hg., *Money. A History*, New York 1997, 126, 103.
- 103 Vgl. Osella/Osella, *Migration*, 128 f. Hier wird der verschwenderische Umgang von Migranten mit Geld mit der Ejakulation verglichen. Migrationsdiskurse in Kerala deuten eine Parallele zwischen verantwortungsvollem Finanzhaushalt und kontrollierter Sexualität an. Sparsiones enthielten neben dem Geldregen auch das Ausschütten von Flüssigkeiten, Wein und Parfüm, welche mit dem Sperma assoziiert wurden. Gleichzeitig wurde das empfangende Volk symbolisch kastriert, vgl. Starobinski, *Gaben*, 22.
- 104 Vgl. bei Bloch und Parry die grundlegende Unterscheidung „zweier verwandter aber separater transaktionaler Ordnungen: einerseits Transaktionen, die mit der langfristigen sozialen oder kosmischen Ordnung zu tun haben, und andererseits eine Sphäre kurzfristiger Transaktionen im Feld individuellen Wettbewerbs“ (Übers. d. Verfassers), Jonathan Parry/Maurice Bloch, *Introduction: Money and the Morality of Exchange*, in Parry/Bloch, *Money*, 1–32, 24, vgl. Martin Rössler, *Wirtschaftsethnologie*. Eine Einführung, Berlin 1999, 191 f.
- 105 Vgl. Marieke de Goede, *Hawala discourses, and the War on Terrorist Finance*, in: *Environment and Planning* 21 (2003), 513–532.
- 106 Der Erfolg der Kampagne war aufgrund der Tatsache, dass Airtel Money Transfer den Besitz eines Bankkontos voraussetzt, sehr eingeschränkt.
- 107 Der Kult um die Göttin *Santoshi Ma* war eine Innovation, die 1975 durch einen mythologischen Film popularisiert wurde. Hier werden übrigens monetäre Gaben als eine Bedrohung des Fastenrituals betrachtet, weil die unangemessene Verwendung des Geldes negative Auswirkungen auf die Beziehung zwischen der Gläubigen und der Göttin zeitigen kann.
- 108 Hermann Bausinger, *Volkskultur in der technischen Welt*, Stuttgart 1961.
- 109 Uri Ram, *Glocommodification. How the Global Consumes the Local – McDonald’s in Israel*, in: *Current Sociology* 52/1 (2004), 11–31.
- 110 Roland Robertson, *Globalisation or glocalisation?*, in: *Journal of International Communication*, 1/1 (1994), 33–52.
- 111 Vgl. Rössler, *Wirtschaftsethnologie*, 191.
- 112 Vgl. Mauss, *Gabe*, 17. Bekanntlich betrachtet Marcel Mauss die Gabe in archaischen Gesellschaften als ein „*totales*“ Phänomen.
- 113 Silke Meyer, *Geld als Gabe. Wert und Wertigkeit von Geldgeschenken*, in: Andreas Hartmann u.a., Hg., *Die Macht der Dinge. Symbolische Kommunikation und kulturelles Handeln*, Münster 2011, 87–98.