

„A Cool Dude Has Cash, Bike, iPhone and a Girl“

Muslim-sein und Dating in Lucknow (Indien)

Stefanie Strulik

Beitrag zur Veranstaltung »Konsum als Vermittler globaler und lokaler Entwicklungen: Mittelschichten im globalen Süden und Digitalisierung« der Ad-Hoc-Gruppe »Konsumsoziologie«

Seit dem Beginn der ökonomischen Liberalisierung 1993 hat sich die Anzahl der Mittelschichtshaushalte in Indien, gemäß staatlicher sozioökonomischer Definition, in etwa versechsfacht (Krishnan, Hatekar 2017). In politischen und medialen Diskursen in Indien wird die neue Mittelschicht gerne als das Derivat von Moderne und Indianness dargestellt (Chacko 2018). Dieses Narrativ hat neue Räume und Subjektivitäten entstehen lassen, in denen man sich indisch und „modern“ fühlen und darstellen kann. Obwohl Indien, mit 187 Millionen Muslimen (Govt. India 2011) über die weltweit drittgrößte muslimische Bevölkerung verfügt und circa 90 Millionen Muslime der Mittelschicht zugezählt werden (Krishnan, Hatekar 2017), tauchen Muslime in diesem Narrativ nicht auf. Muslime werden, sowohl im Alltag als auch in der Politik, häufig als ein „Problem“; als „antinational“ (Hasan 2008), „rückständig“ (Amin 2005) oder gar als „frozen in the past“ (Hasnain 2009) repräsentiert. Diese Repräsentationen sind oft verknüpft mit einer Infragestellung legitimer nationaler Zugehörigkeit.¹ Auch die bestehende Forschung zur neuen Mittelschicht in Indien beschäftigt sich nahezu ausschließlich mit der Hindu Mittelschicht. Dieses gilt auch für Arbeiten mit einem Fokus auf Mittelschicht und Konsum.²

Der Schwerpunkt auf *Muslim-Sein* in diesem Beitrag ist zunächst in der Datenlage des übergeordneten Forschungsprojekts³ zu suchen, dessen Ziel es war, marginalisierte Narrative der Moderne sichtbar zu machen. Die zugrundeliegende Forschungsperspektive distanziert sich ausdrücklich von einem

¹ Seit der Unabhängigkeitsbewegung und Teilung des indischen Subkontinents in (mehrheitlich Hindu) Indien und (mehrheitlich muslimisch) Pakistan wurden in wiederkehrenden Gewaltausbrüchen und Pogromen Ängste und Feindbilder regelmässig neu geschürt (Misra 2004). Die gegenwärtige Regierung wird von der hindunationalistischen BJP gestellt, deren Kader Organisation (RSS) die Bürgerrechte indischer Muslime in Frage stellt (Sarkar et al. 1993). Darüber hinaus haben Muslime mit dem Vorwurf zu kämpfen, sich politisch und kulturell zu sehr an Pakistan zu orientieren und müssen wieder und wieder ihre ‚Indianness‘ beweisen (Hasan 2008). Der Slogan „*Musalmanon ka do sthan, Pakistan ya Kabristan*“ („Es gibt zwei Länder für Muslime, Pakistan oder den Friedhof“) war auch während der Feldforschung 2015 im Zusammenhang mit *riots* in Uttar Pradesh zu hören.

² Vergleiche unter anderem Fernandes 2006; Varma 2007; Nisbett 2007; Donner 2008; Jaffrelot, van der Veer 2008; Lukose 2009; Gupta 2009; Brosius 2010; Ray 2015; Nakassis 2016.

³ Der Beitrag bezieht sich auf einen Teilaspekt eines inhaltlich breiter gefassten ethnographischen, vom Schweizer National Fund (SNF) finanziertes Projekt zu „Konkurrierenden Narrativen der Moderne und muslimischer Mittelschicht in Indien“ der Autorin am IHEID Graduate Institute Geneva, Schweiz.

islamischen Methodologismus (Meer, Modood 2013). Auch bezüglich vorehelicher Beziehungen junger Erwachsener, die im Mittelpunkt dieses Artikels stehen, sollen nicht politische Differenzkategorien reifiziert oder muslimische Jugendliche als ein distinkter sozialer Akteur mit eigenen, in der Religion gegründeten Handlungslogiken präsentiert werden. Junge Erwachsene müssen gleichermaßen ihr Alltagshandeln gegenüber religiösen Vorstellungen als auch der elterlichen Generation vertreten. Die Unterschiede zwischen den Generationen sind dabei grösser als zwischen den Religionsgruppen. Für junge Muslime haben diese Aushandlungsprozesse mit der elterlichen Generation jedoch eine eigene Komplexität, da die Gleichung „guter Muslim“ = „guter Inder“ nicht selbstverständlich aufgeht. Dating und Konsumpraxis widersprechen alltäglichen Stereotypisierungen und eingeschriebenen Deutungsschemata, welche durch das Dispositiv des „backward“ (orthodoxen, „vormodernen“, „anti-nationalen“) Muslim strukturiert sind.

Basierend auf 18 Monaten ethnographischer Forschung (2012–2016)⁴ in der nordindischen Großstadt Lucknow setzt sich der folgende Beitrag mit „Dating“ als verkörperte Mittelschichtspraxis⁵ auseinander. Am Beispiel vorehelicher Beziehungsformen junger Mittelschichtsmuslime wird diskutiert, wie im Alltag Vorstellungen über Maskulinität und Femininität, Jugendkultur und indischer Moderne ausgehandelt und einhergehende Widersprüche mit familiären und religiösen Erwartungen kreativ gelöst werden. Des Weiteren wird aufgezeigt, wie durch die (unter anderem technologische) Erweiterung des sozialen Raums die Möglichkeit, Mehrfachzugehörigkeiten in Alltagspraxis auszugestalten steigt.

Dating im urbanen Indien, Lucknow⁶

Im Zusammenhang mit ökonomischen Wachstum, zunehmend höheren Bildungsabschlüsse und allgemein größerer Mobilität junger Leute sind die Möglichkeiten für soziale Interaktion außerhalb von Familie und direkter Nachbarschaft gestiegen. Längere Bildungskarrieren und ein im Vergleich zur Elterngeneration späteres Heiratsalter haben nicht nur den Mobilitätswert von jungen Erwachsenen, sondern auch die für voreheliche Beziehungen zur Verfügung stehende Zeitspanne vergrößert.⁷ Neu ist vor allem, dass voreheliche sexuelle Aktivität zumindest innerhalb der jüngeren Generation enttabuisiert wurde. Statistische Erhebungen zeigen, dass das Alter von Ersterfahrungen deutlich gesun-

⁴ Für diesen Artikel wurden aus dem übergeordneten Projekt 104 ethnographische Interviews mit jungen Erwachsenen (18–33 J.) herangezogen, von denen 64 einen starken inhaltlichen Fokus auf Dating/voreheliche Beziehungen beinhalten. Die Interviews sind überwiegend eingebettet in Teilnehmende Beobachtung im Alltag der interviewten Jugendlichen und können durch Interviews (und informellen Gespräche) mit Eltern kontextualisiert werden. Darüber hinaus wurden Soziale Media Inhalte (Zum Beispiel Facebook) und Dating Apps (*Tinder*, *Truely Madly*) in der Analyse miteinbezogen. Zwölf junge Erwachsene stellten ihre *Chat Histories* umfangreich zur Verfügung.

⁵ Mittelschicht wird im Folgenden nicht als deskriptive Analyse-Kategorie gefasst, sondern als ein kulturelles, politisiertes Projekt, das heißt eine sozial konstruierte Kategorie mit umstrittenen Zugehörigkeitskriterien. Mittelschichtzugehörigkeit im *theoretical sampling* (Glaser, Strauss 1967) beruhte ausschließlich auf Selbstzuschreibung.

⁶ Mit etwas weniger als 5 Millionen EinwohnerInnen ist Lucknow die achtgrößte Stadt Indiens (Govt. of India 2011) und Hauptstadt des bevölkerungsreichsten Bundesstaates Uttar Pradesh im Norden Indiens. Der Anteil von Muslimen lag 2011 bei 26,36 Prozent (ibid.).

⁷ Bezüglich voreheliche Beziehungen in Indien allgemein siehe beispielsweise Garda et al. 2006; Hindin, Hindin 2009; Mittermeier 2009; Lukose 2009; Govt. of India 2010; Wessel 2011; Pandey, Mayuri 2013; Dutta, Dogra 2014; HT-MaRS 2014, 2015; Pardhi et al. 2015; Chakraborty 2016.

ken und die Anzahl der SexualpartnerInnen⁸ gestiegen ist (MRDA 2010, HT-MaRS 2014). Einen Freund oder Freundin zu haben, wurde von den jungen Erwachsenen als Statusmarker dargestellt.

„Only ugly nerds do not have a girlfriend. If you do not manage to set at least one girl, you will be the joke of your friends!“ (Bilal, m24).⁹

„It's normal to have a boyfriend these days. Everybody has one. Even the most namazee [pious] girl will have some romantic relation with somebody. And for everybody else: if you have nobody in line [jo line mar raha] it means you're fat and ugly“ (Bushra, w22).

Die muslimischen Jugendlichen und jungen Erwachsenen in Lucknow wurden von ihren Eltern in der Regel basierend auf dem Ideal von *tehzeeb*¹⁰, das heißt der äußerst „respektvollen“ Interaktion zwischen (heteronormativen) Geschlechtern erzogen. Dies beinhaltet oftmals die Aufforderung, „unnötige“ Interaktion mit dem anderen Geschlecht jenseits von Verwandtschaftsbeziehungen nach Möglichkeit zu vermeiden. Viele junge Erwachsene beklagen, dass es ihnen sowohl an Erfahrung im „modernen“ Umgang mit dem anderen Geschlecht als auch an geeigneten (ungezwungenen) Interaktionsräumen fehle, wie Nadeem (m28) zum Beispiel erklärt:

„The whole problem is very much due to Lucknow's *tehzeeb* culture. We are not allowed to communicate with the opposite sex. Lucknow's rules of respect force you into living in boys' and girls' worlds. There is no cultural model for appropriate interaction. The only appropriate way is no interaction.“

Während *tehzeeb* als Ideal zu einem großen Teil weiter die Interaktion im öffentlichen Raum strukturiert,¹¹ hat man, mit den entsprechenden ökonomischen Ressourcen, seit den letzten 10 Jahren auch in Lucknow zunehmend Zugang zu neu entstehenden, liberaleren Örtlichkeiten (Cafés, Restaurants, Hookah Lounges, Multiplex Kinos, Shopping Malls etc.). Aber auch hier ist körperliche Nähe (Küssen, Händchenhalten) überwiegend negativ sanktioniert. Gemäß der Schilderungen eigener Dating Erfahrungen, bzw. entlang des narrativen Vergleichs von „heute“ und „früher“, werden von jungen InterviewpartnerInnen zwei Zäsuren vorgenommen. Die erste in Bezug auf den Millenniumswechsel und die zweite um das Jahr 2010. Bis in die frühen 2000er Jahre, nahmen romantische Beziehungen in der Regel in face-to-face Begegnungen ihren Ursprung und verblieben oft ohne körperliche Intimität (über die Straße zulächeln, Briefe zustecken). Die erste große Wende brachten Internetcafés ab den 2000er Jahren.¹² Auf einmal war es möglich, den sozialen Bewegungsradius auszudehnen – zunächst mittels *Orkut* (Yahoo/Hotmail messenger) und spätestens seit 2008 auch über Facebook. Viele dieser Internetbasierten „messenger Freundschaften“ (oft auch „oversea“) blieben virtuell. Facebook nimmt bis heute eine zentrale Rolle ein, um Kontakte anzubahnen und wird erst in den letzten Jahren ergänzt durch

⁸ Es wurde sich hier und im Folgenden bewusst für diese Schreibweise und nicht das Binnensternchen entschieden, da sich die, in diesem Artikel verwendeten Daten, auf heteronormative Beziehungsformen und heteronormative Konstruktionen von Maskulinität und Femininität beziehen.

⁹ Alle Zitate sind anonymisiert.

¹⁰ Mit *tehzeeb* wird ein bestimmter „code of conduct“ beschrieben, der als Essenz von Kultiviertheit in Lucknow gilt und zurückgeführt wird auf die Blütezeit Lucknows als „Princely State of Oudh“ unter muslimischer *Nawabi* Herrschaft im 19.–20.Jh. *Tehzeeb* bezieht sich vor allem auf Ideale von Anständigkeit, Sittlichkeit (geschlechtliche Segregation/ *pardah*) und über Höflichkeit ausgedrücktem Respekt.

¹¹ Weniger streng nach Geschlecht segregiert sind auch in Lucknow schon länger die Universität/Campus als auch die Parkanlagen.

¹² Private Computer mit Internet Anschluss zuhause waren bis vor wenigen Jahren ein Privileg sehr wohlhabender Familien.

spezielle Dating Apps. Zwischen 2004 und 2010 ermöglichten erstmals günstiger werdende (analoge) Handys, Kontakt direkt ohne PCO (öffentliche Telefone) und Festnetzanschlüsse der Eltern aufzunehmen. Die zweite Zäsur bezieht sich auf die Verbreitung von Smartphones.

Die Smartphone Revolution

Seit 2010 gehört in Lucknow ein Smartphone zunehmend zur Grundausrüstung eines jungen Erwachsenen.¹³ Über „die Welt in der Hosentasche, von Porn bis Zakir Naik!“¹⁴ (Sameera, w25) haben junge Erwachsene seit wenigen Jahren Zugang zu den unterschiedlichsten transnationalen Narrativen von „coolness“ und einhergehenden Vorstellungen über Freizeitgestaltung, Konsumbegehrlichkeiten und Sexualität. Der veralltäglichte Zugang zu Porn hat aus Sicht beider Geschlechter zu einer „Normalisierung“ vorehelicher Sexualität beigetragen. Die jungen Erwachsenen bezeichnen es selbst als einen „generation gap“, ob man mit Porn auf dem Handy aufgewachsen ist (heute unter 24 Jahre alt) oder nicht. Die größte Veränderung besteht jedoch darin, dass Smartphones (mittels rund um die Uhr Zugang zu Sozialen Medien) die in der Öffentlichkeit weiter bestehenden Barrieren der zwischengeschlechtlichen Interaktion überbrücken. Gerade für junge, oftmals in ihrer Mobilität durch die Eltern stark kontrollierte, muslimische Frauen ermöglicht das Smartphone fortlaufende Interaktion. „I chat with my boyfriend, in fact with the world!! And that while I am lying in bed next to my sleeping daadi [Grossmutter]!“ (Sumaira, w24). Aufwendige, durch Eltern stärker einschränkbare Internet-Café Besuche sind nicht mehr notwendig.

Dating Apps wie Tinder, OKCupid, Truly Madly etc. haben in den letzten Jahren zunehmend an Bedeutung gewonnen. Ausschließlich virtuelle (sowohl als platonisch-romantisch und/oder sexuell beschriebene) Beziehungsformen wie Anfang der 2000er gibt es nach wie vor, nun aber überwiegend mit PartnerInnen in der gleichen Stadt. Sowohl Frauen als auch Männer unterstreichen, dass sie Apps wie Tinder benutzen, weil sie es schmeichelhaft finden, dass eine Person des anderen Geschlechts sie „als attraktiv wahrnimmt“. Ähnlich wie auch in anderen Social Media Portalen geht es vielen Usern primär um „visibility“ und die soziale Anerkennung durch ein gegenseitiges „like“ (bzw. „matching“¹⁵). Die meisten jungen Frauen erklären ihre Dating App Aktivität damit, dass diese ihnen ein „to go out with boys, without going out“ (Seema, w22) ermögliche. Damit wird gemeint, dass man aus der Sicherheit der eigenen vier Wände heraus und ohne Konfrontation mit den Eltern mit Männern interagieren und sich austauschen kann. Sowohl Frauen als auch Männer bekräftigten den Reiz sexueller Themen und betonten ihre Neugier an der Lebenswelt und Sexualität des anderen Geschlechts. Technologischer Wandel hat alternative Räume, insbesondere auch imaginierte Räume geschaffen, die es ermöglichen, mit Sexualität zu experimentieren. „Transformational play“ (Whitty, Carr 2003) bietet die Möglichkeit, sich selbst, aber auch das andere Geschlecht neu wahrzunehmen. Alternative Handlungspraktiken werden zumindest im vorgestellten Raum möglich. Die Ausdehnung von „networks of intimacy“

¹³ Mittelschichtsjugendliche und junge Erwachsenen besitzen in Lucknow nach eigenen Angaben mehrheitlich ab circa 2013 ein eigenes Smartphone, zunehmend auch mit individuellem „data package“. Als aktuelles Einstiegsalter für das erste eigene Smartphone wurde (2016) 15 Jahre angegeben. Zum Vergleich: Gemäß gesamtindische statistische Daten besaßen 2014 62 Prozent der jungen Erwachsenen (aller ökonomischen Einkommensgruppen/urban und ländlich) ein Smartphone (Davey, Davey 2016, S.1402).

¹⁴ Ein beliebter Salafi YouTube Prediger, „the rock star of tele-evangelism and a proponent of modern Islam“ (Rama 2016).

¹⁵ Bei der populären Dating App Tinder erhält man ein „match“, nur nachdem beide Seiten das Profil des anderen „ge-liked“ haben. Nur nach einem „match“ kann man per Chat tatsächlich die Kommunikation aufnehmen.

(Pertierra 2005, S.43) führt jedoch nicht zwangsläufig auch zu mehr physischer Mobilität, denn die intimen, als romantisch und/oder sexuell verstandenen Begegnungen finden in der Regel nur „back stage“ (Löw 2003) im virtuellen Raum statt. Dadurch, dass geschlechtsspezifische Erwartungen und einhergehende Moralvorstellungen nur im Geheimen widersprochen wird und somit die Sichtbarkeit des non-konformen Handelns fehlt, ist sozialer Wandel langsam.

Während Frauen virtuelle Beziehungen zum Teil eingehen, weil sie auch in konservativen Familiensettings trotz starker Mobilitätskontrolle einfach möglich sind, ist bei den Männern das Interesse wesentlich grösser, die Chat-Partnerin irgendwann auch im „Real Life“ zu treffen.

Insgesamt nehmen „just friends“ (die emische Umschreibung von non-committed, nicht exklusiven friends-with-(sexual)-benefits) Arrangements als auch virtuelle (sexuelle) Beziehungen als Dating Typ eine prominente Stellung ein. Zum Zeitpunkt der als weiterhin unvermeidbar angesehenen Hochzeit wird in den meisten Fällen dennoch konform zu dominanten Heiratsnormen der ‚muslimischen Mittelschicht‘ geheiratet – das heißt von den Eltern arrangierte Ehen, entsprechend religiöser Gemeinschaft (*Shia, Sunni*), Kastenzugehörigkeit¹⁶ und „sozioökonomischer Kompatibilität“. Darum wissend, werden von den jungen Erwachsenen emotionale („romantische“) Verwicklungen, insbesondere mit „nicht ehekompatiblen“ PartnerInnen eher gemieden. Hingegen sind zwanglose „just friends“ Arrangements über religiöse Grenzen hinweg beliebt („Hindu girls are more easy going [offen für sexuelle Intimität]“ (m)/„Hindu boys are less judgemental“ (w)). In diesen Beziehungen ist zumindest am Anfang klar, dass sie auf Zeit angelegt sind und man „im Moment lebt“. Während die jungen Männer lockeren Beziehungen gegenüber überwiegend sehr positiv eingestellt sind, bemühen junge Frauen zur Legitimation von Sex oftmals doch ein Ideal, das Liebe und Sexualität verknüpft.¹⁷ Sie folgen damit dem ebenfalls unter Peers bestehenden Diskurs, demnach Frauen als weniger verwerflich und moralisch verdorben angesehen werden, wenn sie im Kontext von „true love“ (Abraham 2002) Sex haben. Obwohl am Ende auch junge Frauen mehrere (serielle, seltener parallele) Beziehungen oder „just-friends“ Arrangements mit Männern in unterschiedlichen sozialen/virtuellen Räumen pflegen, sind es die Frauen, die aufgrund der weiterhin geltenden Verknüpfung von „good girl“ und Keuschheit/Jungfräulichkeit einen größeren Balanceakt zwischen eigenem Empfinden, eigenen Bedürfnissen und geschlechtsspezifischen gesellschaftlichen Normen leisten müssen. Selbst wenn einige junge Frauen (und Männer) das Hure/Jungfrau Dilemma (McRobbie 2000) und die Verknüpfung von Keuschheit und Respektabilität (Gilbertson 2014; Yelvington 1999) diskursiv in Frage stellen, wird diese spätestens zum Zeitpunkt der Hochzeit wieder relevant.¹⁸

¹⁶ In Indien konstruieren auch muslimische Familien über kastenähnliche Kategorisierungen Zugehörigkeit zu bestimmten Herkunftsgruppen (Herkunftsland der Vorfahren, genealogische Nähe zum Propheten, Kastenzugehörigkeit zum Zeitpunkt der Konvertierung zum Islam usw., Ahmad 1978; Ali 2002).

¹⁷ Vergleiche hierzu exemplarisch Interviewsequenzen wie: „I always tell him 'I love you'. To both of us it is clear that we are not in a romantic relationship. I do not love him, but it feels weird to have sex without these words“ (Fozia, w23) oder „She knows I do not love her and that I see other women as well. Still she wants to hear it [I love you] every time we make out“ (Qadir, m25).

¹⁸ Obwohl junge Männer einerseits realisierten, dass „If you want to marry an educated girl you have something in common with and get along well, you won't get a virgin these days “ (Usaim, m25), bekannten die meisten Männer in Punkto eigener Hochzeit am Ende doch Schwierigkeiten mit der sexuellen Vergangenheit ihrer Partnerin zu haben. Aber auch Eltern (bzw. Verwandtschaftsangehörige, zum Teil sogar über Detekteien) holen im Verwandtschafts-, Bekannten- und Nachbarschafts-Umfeld Informationen zu etwaigen vorehelichen Beziehungen und „moralischen Background“ ein (vgl. auch FN20).

Distinktionsprozesse, ‚Middleclassness‘ und Dating

Schaut man sich die jüngeren statistischen Studien zu vorehelichen Beziehungen an, so muss man feststellen, dass urbane Niedrigeinkommenssegmente (lower middle class und urban poor) eigentlich die Vorreiter in der sich wandelnden Dating Praxis sind – sowohl bezüglich Alter beim ersten Geschlechtsverkehr als auch Anzahl der DatingpartnerInnen (vgl. Ram et al. 2010; Singh et al. 2014; Chakraborty 2016 zu Muslim slum-dwellers). Dieses steht im starken Kontrast zu der Wahrnehmung junger Erwachsener, die sich selbst der Mittelschicht zuzählen. Ausnahmslos waren die TeilnehmerInnen des Forschungsprojekts überzeugt, dass niedriger ökonomischer Status und striktes Befolgen religiöser Normen mit einander verknüpft seien und voreheliche Beziehungen und Dating vor allem ein urbanes Mittelschichtphänomen darstellen. Ihr vermeintliches Wissen begründen sie mit eigenen Beobachtungen. Letztere beziehen sich zum einen auf die middle-class Jugendkultur in den Metropolen, die sich offensiv in der Öffentlichkeit und sozialen Medien inszeniert. Auch das populäre Bollywoodkino präsentiert voreheliche (sexuelle) Beziehungen als ein upper-middle-class Phänomen. Gleichzeitig wird das Alltagshandeln von ökonomisch marginalisierten (muslimischen) Jugendlichen, das in sozial relativ fernen Räumen stattfindet und weniger medialisiert wird, ausgeblendet. Die jungen Erwachsenen konstruieren den eigenen Lifestyle als fundamental unterschiedlich von dem Jugendalltag armer Muslime, die sie als „konservativer“, „traditioneller“, „religiöser“ und „rückständiger“ wahrnehmen. Im Gegensatz dazu wird „modern thinking“ mit einhergehenden Wunschvorstellungen und Ansprüchen auf (sexuelle) Selbstverwirklichung als typisch für jugendliche middle-class Kultur dargestellt. Analog verkörpert Dating als Mittelschicht-Jugendkultur in Aspiration und Praxis für die jungen Menschen „das moderne Indien“. Über das Narrativ „modernes Indien“ wird sich sowohl vom adulten, moralisch konservativeren Diskurs der Elterngeneration als auch vom Dispositiv des (orthodoxen/extremistischen) „backward Muslims“ sowie der armen „Unterschicht“ („lower classes“) abgegrenzt. In diesem Distinktionsprozess wird das essentialistische Stereotyp des „backward Muslim“ jedoch nicht kategorisch abgelehnt, sondern stattdessen den „Muslim poor“ oder auch einem distinkten ‚Muslim other Other‘ zugeschrieben.

Als ursächlich für die angeblich fehlenden Dating Praxis armer Muslime werden aber nicht nur die vermuteten orthodoxen Moralvorstellungen gesehen. Unteren Einkommensgruppen wird das kulturelle Kapital („Style“, das Wissen wie man attraktiv aussieht, Umgangsformen, „richtigen“ Konsumentenscheidungen, subkulturellen Codes etc.) als auch das Selbstbewusstsein abgesprochen, welches man benötige, um sich in den neuen, gemischtgeschlechtlichen Dating Lokalitäten (außer den Parks) zu bewegen. Darüber hinaus werden fehlende finanzielle Möglichkeiten zu Konsum als Erklärung angeführt. Insbesondere der Zugang zu „Gelegenheit“, das heißt Zugang zu Räumen, die es erlauben sich zu begegnen und sich auch körperlich nahe zu sein, werden durch finanzielle Disposition vorstrukturiert.¹⁹ Movies, Café Besuche, Geschenke etc., als auch das entsprechende Self-fashioning und zunehmende Selbstoptimierung (Gym, Makeup, Fashion) und die Statusmarker, die auf dem Dating Markt

¹⁹ Unverheiratete Muslime wohnen entweder bei ihren Eltern (Verwandten) oder in nach Geschlechtern (kontrolliert) getrennten Studentenwohnheimen. Der Besuch des Freundes/Freundin zuhause ist in der Regel nicht möglich. Wenn dieses in sehr progressiven Elternhäusern doch toleriert wird, dann jedoch nur bei offener Tür/Anwesenheit von Verwandten im selben Raum. Per Gesetz dürfen in Lucknow Hotels keine unverheiratete, lokal wohnhafte Gäste aufnehmen. Junge erwerbstätige Männer mieten daher des Öfteren gemeinsam ein zusätzliches kleines Apartment, für das sie sich die Miete teilen, um dort Partys zu feiern oder sich mit Freundinnen zu treffen. Aber auch innerhalb der Mittelschicht ist dieses insgesamt eher eine Ausnahme. Alternative Orte zum Austausch von Intimitäten stellen sonst nur noch die Parks, die letzten Reihe des Kinos, sogenannte „joyrides“ im Auto oder das Ausnutzen gelegentlicher Abwesenheit der Eltern/übrigen Familie dar.

Erfolg versprechen, kosten alle Geld. Während für Frauen in Bezug auf Dating Optionen vor allem „Schönheit“ („to be hot“) eine wichtige Ressource ist²⁰ – und erst in zweiter Linie finanzielle Möglichkeiten die Erfolgchancen beim Dating mitgestalten,²¹ sind sich die jungen Männer über die „economies of desire“ (Simpson 2008) im klaren. Denn die Kosten²² eines Dates trägt konventionell ausschließlich der Mann. Männer wissen, dass ihre Möglichkeiten ein attraktives Dating-Programm finanzieren bzw. einen Ort zum Austausch von Intimitäten (Auto, Wochenendreise, „geheime“ Zweitwohnung) bereitstellen zu können, an ihrer Kleidung, „doing style“ (Nakassis 2016) und anderen sichtbaren Status- und Class-Markern (Smartphone Modell, Motorradmarke, Markenkleidung, Gadgets) im voraus evaluiert wird. Insbesondere für das Casual Dating („just friends“) sind Konsumentscheidungen und Konsumerperformanz entscheidend. „A cool dude has cash, car, bike, iPhone and a girl. (...) Young guys these days are tense because of all that. No cash, no girl“ (Zain, m23). Oder wie Salman (m23) eindringlich veranschaulicht:

“Without money you are nobody. You need to have the right sneakers (...) Fashion is a must! (...) An iPhone makes a huge difference! Don't show up with a Huawei or even worse a Xiaomi. No chance. You can't put that on any table. Better say you forgot your phone at home. Otherwise your status will go down asap. (...) You need a bike or better a car to go on joyrides, or just to impress – at least for that. On top of that you still need enough money left to spent on dates, on gifts and you have to pay for her data scheme as well [mobile recharge]. (...) If you do not have your own source of income and no generous parents, it is almost impossible to set a girl. You may still find one to hold hands with in Residency [a park]. But that's it then. That soooo lower middle class! (...) To get somewhere with the hot girls (...) you really have to craft your Facebook, Instagram, Tinder profile. (...) You spend more time on your picture update of having fun, than you spend on actually having fun.”

Jungen Frauen hingegen ermöglicht Dating mit einem finanziell stärkeren Partner, ihren sozialen Mobilitätsradius zu vergrößern. Zum einen weil ein männlicher Beschützer in vielen Kontexten gesellschaftlich als notwendig empfunden wird und eventuell Fahrdienste übernimmt. Zum anderen sind die finanziellen Möglichkeiten von jungen (noch) nicht berufstätigen Frauen oft eingeschränkt: „no boyfriend, no outings“ (Mariyam, w21).

²⁰ Für eine (fast ausnahmslos) arrangierte Eheanbahnung sind „good looks and fair skin“ ebenfalls vorteilhaft. Wichtiger sind jedoch die richtige religiöse Gemeinschaft (*Shia/Sunni*) und Kastenzugehörigkeit, ein „gutes Elternhaus“, Gläubigkeit („pious“/ „*namazee*“), „Respekt“ gegenüber der Schwiegerfamilie, Häuslichkeit („homey“, „caring“), „chaste“, „modest“, Bildungsstand und oft auch die Höhe der Mitgift.

²¹ Zum Beispiel die finanziellen Möglichkeiten in Kleidung („fashion statements“), Make-Up, Fitnessstudienmitgliedschaften, kostspielige „coole“ Hobbies usw. zu investieren.

²² Das „günstigste“ Date (Park + Snack) kostet circa 300 Rs, ein „modest date“ (Movie, Popcorn und Kaffee) circa 800 Rs, a „cool date“ (Restaurant, Sheesha Lounge) 2000 Rs aufwärts. Das durchschnittliche „pocket money“ eines Studierenden liegt monatlich zwischen 500–2000 Rs. Junge Mittelschichtserwerbstätige mit Universitätsabschluss verfügen über Einstiegsgehälter zwischen 15.000–50.000 Rs (circa 180–500€). Jedoch wird erwartet, dass der Großteil des Gehalts den Eltern übergeben bzw. angespart wird.

Fazit: Situative Mehrfachzugehörigkeiten

Da familiäre Moralitäten, religiöse Normen und Dating Praxis sich stark widersprechen, steht Dating für eine Schnittstelle, an der im Alltag unterschiedliche Sets von Normen und Werten, soziale Wissensbestände über Maskulinität und Femininität, Autonomie, emotionale und sexuelle Bedürfnisse und letztlich unterschiedliche Zugehörigkeiten ausgehandelt werden. Junge Muslime sind sich dieser Widersprüche sehr wohl bewusst.

„If my parents would get to know about it, they would kill me!!!! They have a mindset of the 1980s!!! For them already a girlfriend is unthinkable. Leave alone sex. That’s haram!“ (Tilal, m26).

„I know that what I do is considered to be a sin and not good. But overall I do not think too much about it. I know that I am a Muslim and God will forgive me, even if I fail sometimes“ (Shaheena, w23).

Allerdings schildern die interviewten jungen Erwachsenen diese Ambivalenz nicht als unerträglich oder gewissensbelastend. Die jungen Erwachsenen litten nicht unter der inneren Zerrissenheit „segmentierter Identitäten“ (Pries 1996), sondern nahmen ihr Handeln als sinnhaft und nicht allzu widersprüchlich war. Sie stellten individuelle Freiheit und Autonomie als Errungenschaften der Moderne dar, auf die sie ein Anrecht hätten.

„For me it’s not haram. I know it should be, but I can’t help but consider sex something good. I am not very religious. I am a Muslim for sure. I do namaz [pray] at least twice a day. But I live in a modern world. And I want to consume it, live in it – not being caged in it! (...) If I eventually take on my parent’s outdated mindset and marry a girl of their choice, I will do so after having enjoyed my youth to the fullest! I will save being a proper Muslim for after marriage“ (Mohsab, m26).

Zielkonflikte unterschiedlicher Zugehörigkeiten löste bei einigen zwar das Gefühl aus, man sei „somehow lost in transition“ (Ali, m21) und stehe mehr Entscheidungszwängen gegenüber als die vorangegangenen Generationen. Nichts destotrotz verfolgte die Mehrheit einen sehr pragmatischen Ansatz hinsichtlich der neuen Wahlmöglichkeiten in der Lebensgestaltung. Mehrfach wurden diese Ambivalenzen damit beschrieben, dass man eigentlich ein „grey Muslim“ sei. „Manchmal ganz weiß und rein“ (regelmäßig betend, Hijab tragend, in die Moschee gehend und zumindest diskursiv religiöse Normen teilend und reproduzierend – gerne auch auf Facebook) und manchmal als auf der dunklen Seite agierend (Cafés und Hookah Lounges besuchend, Dates und Sex habend oder sogar Alkohol trinkend, enge Jeans tragend. „Instead to pray, we worship the stuff in the mall“ (Saima, w22) etc.). Meistens wäre man aber „grey and invisible like everybody else“ (Tariq, m25). Ein Teil der Widersprüche wird gelöst (vgl. Zitat Mohsab oben), in dem man religiöse Norm bzw. Familienmoralität von der Dating Praxis abkoppelt und ihr einen gesonderten Geltungsbereich zuweist (zu Hause, innerhalb der Verwandtschaft bzw. für junge Erwachsene, die in über überwiegend muslimischen *Mohallas* wohnen, auch Nachbarschaft). Diese Trennung wird mitgetragen von der älteren Generation, die in der Regel (insbesondere bei Söhnen) aktiv wegschaut, solange das Handeln der eigenen Kinder diese sozialen Räume nicht direkt tangiert. Beide Seiten ziehen es vor, die Widersprüche zwischen Jugendkultur und moralischen Erwartungen der älteren Generationen nicht offen zu thematisieren.

Der Anspruch, Teil der Jugendkultur des modernen Indiens und gleichzeitig in familiärer und religiöser Gemeinschaft verwurzelt zu sein, wird also aufgelöst, indem man „having fun“ und „being a good

Muslim“ unterschiedliche, räumliche (zu Hause/Familie/*khandan*) und zeitliche (nach der arrangierten Hochzeit/„später“) Geltungsrahmen zuweist. Selbst wenn in den Narrativen ‚Trennung‘ (räumlich/ zeitlich) als sinnstiftende Erklärung des Alltagshandelns in den Vordergrund rückt, steht neben der Situativität der Alltagspraxis stets auch („transkulturelle“, Welsch 2010) Durchdringung und Simultanität. Denn für die jungen Erwachsenen stellt Muslim-sein, indisch-sein und Teil der Mittelschicht und Moderne zu sein eben keinen Widerspruch dar – auch wenn aufgrund eigener und unterschiedlicher Fremderwartungen gerade an die Referenzkategorie Muslim die Aushandlungsprozesse komplex sind.

Die hier kurz skizzierten empirischen Sequenzen haben gezeigt, wie situativ bedingt Mehrfachzugehörigkeiten sich im realen und virtuellen sozialen Raum über ein spezifisches Konsumhandeln im Kontext von Dating artikulieren. Muslim-sein entsprechend sozialer Konventionen ermöglicht es, Teil einer religiösen Gemeinschaft zu sein, welche Familie, Verwandtschaft, Nachbarschaft usw. umfasst. Dating- und Konsumpraxen schaffen weitere Zugehörigkeitsdimensionen, die sich über spezifische Peer-Gruppen und Jugendkulturen mit ihren Konsumwünschen, Lifestyle Orientierungen und Narrativen eines selbstbestimmten Lebens generieren. Letztlich sind es diese Dating- und Konsumpraxen, die es ermöglichen, im Alltagshandeln das diskriminierende Dispositiv des „backward Muslims“ in Frage zu stellen und sich als Teil der indischen Moderne zu verstehen.

Literatur

- Abraham L. 2002. Bhai-Behen, True Love, Time Pass: Friendships and Sexual Partnerships among Youth in an Indian Metropolis. *Culture, Health & Sexuality* 3:337–53.
- Ahmad, Imtiaz 1978. *Caste and Social Stratification among Muslims in India*. New Delhi: Manohar.
- Ali, Syed. 2002. Collective and Elective Ethnicity: Caste among Urban Muslims in India. *Sociological Forum* 17(4):593–620.
- Amin, Shahid. 2005. Representing the Musalman: Then and Now, Now and Then. In *Muslims, Dalits and the Fabrications of History. Subaltern Studies XII*, Hrsg. Shail Mayaram et al., 1–35. New Delhi: Permanent Black.
- Brosius, Christiane 2010. *India's Middle Class: New Forms of Urban Leisure. Consumption and Prosperity*. London: Routledge.
- Chacko, Priya. 2018. Marketizing Hindutva: The State, Society, and Markets in Hindu Nationalism. *Modern Asian Studies* 1–34.
- Chakraborty, Kabita. 2016. *Young Muslim Women in India. Bollywood, Identity and Changing Youth Culture*. London: Routledge.
- Davey, Sanjeev and Anuradha Davey. 2016. Assessment of Smartphone Addiction in Indian Adolescents: A Mixed Method Study by Systematic review and Meta-analysis Approach. *International Journal of Preventive Medicine* 5(12):1500–1511.
- De Souza, Ronald, Sanjay Kumar and Sandeep Shastri (Hrsg.). 2009. *Indian Youth in a Transforming World: Attitudes and Perceptions*. New Delhi: Sage.
- Donner, Henrike. 2008. *Domestic Goddesses: Maternity, Globalization and Middle-Class Identity in Contemporary India*. New York: Routledge.
- Dutta, Jayanti and Meenakshi Dogra 2014. Exploring Young People Perspective on Premarital Sex in India. *The International Journal of Humanities & Social Studies* 2(11):44–51.
- Engineer, Ashgar Ali. 2001. Muslim Middle Class and its Role. *Secular Perspective* May 16–31:1–2.
- Fernandes, Leela 2006. *India's New Middle Class: Democratic Politics in an Era of Economic Reform*. Minneapolis: University of Minnesota Press.
- Gupta, Dipankar 2009. The Middle Class Myth: Who buys what in India. In *The Caged Phoenix. Can India Fly?*, Hrsg. Dipankar Gupta, 68–83. Stanford: Stanford University Press.

- Garda, Alexander et al. 2006. Romance and Sex: Pre-marital Partnership Formation among Young Women and Men. *Reproductive Health Matters* 14(28):144–55.
- Government of India. 2010. Romance and Sex Before Marriage among Young Women and Men in India. *Youth in India: Situation and Needs, Policy Brief*, 34. New Delhi: Government of India.
- Government of India. 2011. *Census 2011*. New Delhi: Office of the Registrar General & Census Commissioner.
- Gilbertson, A. 2014. A Fine Balance: Negotiating Fashion and Respectable Femininity in Middle-Class Hyderabad, India. *Modern Asian Studies* 48(01):120–158.
- Glaser, Barney G. and Anselm L. Strauss 1967. *The Discovery of Grounded Theory: Strategies for Qualitative Research*. New York: Aldine de Gruyter.
- Hasan, Mushirul. 2008 *Moderate or Militant: Images of India's Muslims*. New Delhi: Oxford University Press.
- Hasnain, Syed Iqbal. 2009. *Muslims in India: Frozen in the Past*. New Delhi: Har-Anand.
- Hindin, Jaya and Michelle Hindin. 2009. Premarital Romantic Partnerships: Attitudes and Sexual Experiences of Youth in Delhi. *International Perspectives on Sexual and Reproductive Health* 35(2):97–104.
- HT-MaRS. 2014. Youth Survey. *Young, Conservative, Traditional: Here's India's Gen-next*. <http://www.hindustanimes.com/india/young-conservative-traditional-here-s-india-s-gen-next/story-cRTMs9zgwqcBG0ld6s1l.html>.
- HT-MaRS. 2015. *Youth Survey*. <http://projects.hindustantimes.com/ht-mars-youth-survey-2015>.
- Jaffrelot, Christophe and Peter van der Veer (Hrsg). 2008. *Patterns of Middle Class Consumption in India and China*. New Delhi: Sage.
- Krishnan, Sandhya and Neeraj Hatekar. 2017. Rise of the New Middle Class in India and Its Changing Structure. *Economic & Political Weekly* 3(22):40–48.
- Löw, Martina. 2003. *Raumsoziologie*. Frankfurt am Main: Suhrkamp.
- Lukose, Ritty. 2009. *Liberalization's Children: Gender, Youth, and Consumer Citizenship in Globalizing India*. Durham: Duke University Press.
- McRobbie, Angela. 2000. *Feminism and Youth Culture*. Houndmills, Basingstoke: Macmillan.
- Meer, Nasar and Tariq Modood. 2013. Beyond "Methodological Islamism"? A Thematic Discussion of Muslim Minorities in Europe. *Advances in Applied Sociology* 3(7):307–313.
- Misra, Amalendu. 2004. *Identity and Religion: Foundations of Anti-Islamism in India*. New Delhi: Sage.
- MRDA. 2010. *India Today Group Sex Survey. Women Want More*. New Delhi: India Today. <https://www.india today.in/india-today-sex-survey/406176-2012-12-12> (retrieved June 2016).
- Nakassis, Constantine V. 2016. *Doing Style: Youth and Mass Mediation in South India*. Chicago: University of Chicago Press.
- Nisbett, Nicholas. 2007. Friendship, Consumption, Morality: Practising Identity, Negotiating Hierarchy in Middle-Class Bangalore. *The Journal of the Royal Anthropological Institute* 13(4):935–950.
- Pandey, Alka and K. Mayuri 2013. Emerging Adult's Perception on Romantic Love, Homosexuality and Pre Marital Sexual Relationship. *Research Journal of Recent Sciences* 2:296–303.
- Pardhi, Ashish, Suresh Jungari and Priyanka Bomble. 2015. Attitudes and Experiences of Indian Youth Regarding Romantic Relationships and Physical Intimacy. *Indian Journal of Youth and Adolescent Health* 2(4):21–28.
- Pertierra, Raul. 2005: Mobile Phones, Identity and Discursive Intimacy. *Human Technology* 1(1):23–44.
- Pries, Ludger. 1996. Transnationale soziale Räume. Theoretisch-empirische Skizze am Beispiel der Arbeitswanderungen Mexiko – USA. *Zeitschrift für Soziologie* 25(6):456–772.
- Ram, Usha et al. 2010. *Youth in India: Situation and Needs. Government of India Report. International Institute for Population Sciences*. New Delhi: Population Council.
- Ray, Titus. 2015. *Yuva India: Consumption and Lifestyle Choices of a Young India*. New Delhi: Random House.
- Sarkar, Sumit et al. 1993. *Khaki Shorts and Saffron Flags: A Critique of the Hindu Right*. New Delhi: Orient Longman.
- Simpson, Kathryn. 2008. *Gifts, Markets and Economies of Desire in Virginia Woolf*. Basingstoke: Palgrave.

- Varma, Pavan K. 2007. *The Great Indian Middle Class*. New Delhi: Viking.
- Welsch, Wolfgang. 2010. Was ist eigentlich Transkulturalität?. In *Hochschule als transkultureller Raum? Kultur, Bildung und Differenz in der Universität*, Hrsg. Lucyna Darowska, Thomas Lüttenberg und Claudis Machold, 39–66. Bielefeld: transcript.
- Wessel, Margit van. 2011. Cultural Contractions and Intergenerational Relations: The Construction of Selfhood Among Middle Class Youth in Baroda. In *Being Middle Class in India*, Hrsg. Henrike Donner, 39–66. London: Routledge.
- Whitty, Monica T. and Adrian N. Carr. 2003. Cyberspace as Potential Space: Considering the Web as a Playground to Cyber-Flirt. *Human Relations* 56(7):861–891.
- Yelvington, K. A. 1999. Power/Flirting. *The Journal of the Royal Anthropological Institute* 5(3):457–60.