

# Kino in Indien

von Elena Koch

## Inhalt

1. Geschichtliche Entwicklung des Kinos in Indien .....	3
1.1 1896-1931: Die Anfänge des Kinos in Indien .....	3
1.2 Die 30er Jahre und das Ende der Stummfilmzeit.....	6
1.3 Die 40er Jahre und die Geburt des Starsystems .....	7
1.4 Die Unabhängigkeit Indiens und das Goldene Zeitalter des Kinos .....	8
1.5 Die 50er und 60er Jahre: Die Entstehung eines indischen Filmstils .....	9
1.6 Die 70er und 80er Jahre: Schwere Zeiten für die indische Filmindustrie .....	9
1.7 Die 90er Jahre: Ankunft des Satellitenfernsehens und Entdeckung neuer Märkte .....	10
1.8 Indisches Kino im neuen Jahrtausend .....	12
1.9 Die Zukunft des indischen Kinos .....	13
2. Bollywood & Co.: Die indische Filmindustrie .....	14
2.1 Akteure im indischen Filmbusiness: Familiendynastien & Politik .....	14
2.2 Produktion von Hindifilmen.....	15
2.3 Musik im Hindifilm .....	18
2.4 Die Bedeutung der Stars im Hindifilm .....	19
3. ‚Bollywood Masala‘: Themen und Akteure des indischen Mainstream-Kinos .....	20
3.1 Themen im indischen Film .....	21
3.2 Akteure im indischen Film .....	23
3.2.1 Männliche Figuren.....	23
3.2.2 Weibliche Figuren.....	24
3.3 Darstellung von Sexualität.....	24
4. ‚Going to the Movies‘: Nutzung und gesellschaftliche Bedeutung des Kinos in Indien .....	25
4.1 Nutzung des Kinos in Indien.....	25
4.2 Gesellschaftliche Bedeutung des Kinos als soziales Ereignis .....	25
4.3 Bedeutung der Filmmusik in der indischen Gesellschaft.....	26
5. Resümee.....	27
Literatur .....	29

# Kino in Indien

von Elena Koch

Indische Filme erobern seit einigen Jahren zunehmend westliche Märkte. *Lagaan* (Landsteuer) wurde im Jahr 2002 als bester ausländischer Film für den Oscar nominiert und *Devdas*, ein opulentes Hindi-Epos, wurde ebenfalls 2002 bei den Festspielen in Cannes gezeigt. *Kabhi Khushi Kabhie Gham* bzw. *Sometimes happy, sometimes sad*, wie der Film hierzulande betitelt ist, ist ein Familienmelodram, das als erster indischer Mainstream-Film im deutschen Verleih und somit mit deutschen Untertiteln zu sehen ist. Mira Nairs *Monsoon Wedding* und die indisch angehauchten Kinofilme *Bollywood Hollywood* von Deepa Mehta und *Bend it like Beckham* (Titel im deutschen Verleih: *Kick it like Beckham*), der in der indischen Community in London spielt und den Konflikt zwischen indischer Tradition und westlichem Lebensstil anhand eines begeistert Fußball spielenden Mädchens indischer Abstammung widerspiegelt, sollen vor allem das westliche Publikum ansprechen.

Typische populäre indische Kinofilme sind keinem bestimmten Genre zuzuordnen. Die rund dreistündigen unterhaltungsorientierten Filme beinhalten eine Mischung aus meist opulent inszeniertem Familiendrama und romantischem Liebesfilm mit Action- und Komikanteilen sowie obligatorischen Tanz- und Gesangsszenen.

Wenngleich Filme aus Indien hierzulande dennoch ein exotisches Nischenprodukt sind, so ist die Bedeutung des indischen Kinos in seiner Heimat ungleich größer. Rund sieben Milliarden Menschen besuchen jedes Jahr die über 13.000 Kinos in Indien.<sup>1</sup> Die indische Filmindustrie, allem voran der Standort Mumbai bzw. ‚Bollywood‘, produziert jährlich rund 800 bis 900 Kinofilme und ist damit die größte Filmindustrie weltweit. Doch die indische Filmindustrie ist mehr als der wohl bekannteste Produktionsort Bollywood und die dort produzierten Hindifilme. Der Terminus Bollywood verweist zwar auf den Standort Bombay (heute Mumbai), meint aber gleichzeitig die für indische Mainstream-Filme als typisch empfundenen Charakteristika glamourös, melodramatisch, laut und frivol. So genannte Bollywoodfilme müssen somit nicht zwingend hindisprachig bzw. in Mumbai produziert sein, wobei der Gebrauch des Begriffs Bollywood nicht immer einheitlich ist. Gleichzeitig beinhaltet der Terminus Bollywood eine Anspielung auf die US-amerikanische Filmproduktionsstätte Hollywood - eine Allegorie, die vor allem bei Produzenten, Künstlern und Technikern lange als tabu galt, denn „it seemed to point to the parasitic relationship Hindi mainstream cinema had come to establish with Hollywood, in that the plot lines of a large number of Hindi film scripts continue to be ‚inspired‘ by Hollywood movies.“<sup>2</sup> Doch bald fand das Wort Bollywood

---

<sup>1</sup> Vgl. Joshi/Bhatia 2002, S.800

<sup>2</sup> Gulzar et al 2003, S.24

seinen Weg in westliche Filmkritiken, ohne allerdings das implizierte Möchte-gern bezüglich Hollywood zu verlieren. Mittlerweile findet der vor allem im Westen gebräuchliche Terminus für das indische Mainstream-Kino breitere Akzeptanz. „'Bollywood' has come to represent, among other things, the energy of the melodramatic style of storytelling, its heightened mode of expressing emotions, its somewhat eclectic aesthetics, and the uniqueness of its form, which integrates stylistic elements like songs and dance as intrinsic to its narrative idiom.”<sup>3</sup>

Die in Mumbai produzierten Hindifilme bedienen neben dem indischen Markt auch Märkte in Osteuropa, dem Mittleren Osten, Teile Afrikas, Südostasien, den Mittelmeerraum und die Karibik sowie Immigranten aus Indien in allen Teilen der Welt, vor allem in Nordamerika, Australien, Hong Kong und Großbritannien. Neben der Filmindustrie in Mumbai spielen aber auch andere, in regionalen Sprachen produzierende indische Filmindustrien eine nicht unbedeutende Rolle. So gibt es in Bengalen, Karnataka, Andhra Pradesh, Tamil Nadu und Kerala Produktionsstätten für die jeweiligen Sprachräume, deren Filme in den betreffenden Bundesstaaten große Beliebtheit genießen. Kinofilme werden neben Hindi auch in den Sprachen Bengali, Marathi, Gujarati, Telugu, Tamil, Malayalam, Kannada etc. produziert. Insofern ist die indische Filmlandschaft wenig homogen.

Dieser Artikel bezieht sich jedoch hauptsächlich auf in Mumbai bzw. Bollywood produzierte Hindifilme, da sie, wenn auch nicht quantitativ, so doch in ihrer wirtschaftlichen Bedeutung den wichtigsten Teil der indischen Filmproduktion ausmachen, sie auch international eine gewisse Bedeutung haben und nicht zuletzt, weil sich der Großteil der Literatur über indisches Kino bzw. indischen Film vor allem mit dieser Sparte indischen Filmschaffens befasst.

Im Folgenden sollen verschiedene Aspekte des Kinos in Indien beleuchtet werden, angefangen bei einem Abriss der geschichtlichen Entwicklung dieses Mediums über Aspekte der indischen Filmindustrie bis hin zu den Themen und Akteuren des populären indischen Kinos. Schließlich soll die Nutzung des Kinos in Indien sowie die gesellschaftliche Bedeutung des Kinos und des Ins-Kino-Gehens behandelt werden.

## **1. Geschichtliche Entwicklung des Kinos in Indien**

### **1.1 1896-1931: Die Anfänge des Kinos in Indien**

Kino in Indien hat seine Anfänge im Jahr 1896. Am 7. Juli 1896 erschien in der Times of India eine Anzeige, die in Mumbai zur „the marvel of the country, the wonder of the world“<sup>4</sup> einlud, zur ersten kinematografischen Ausstellung der Brüder Lumière, die damit weltweit

---

<sup>3</sup> Gulzar et al 2003, S.24

<sup>4</sup> Kumar 2001, S.122

unterwegs waren. Diese Ausstellung umfasste neben dem Kinematografen selbst einige Kurzfilme, darunter die Ankunft eines Zuges, Arbeiter beim Verlassen einer Fabrik, Bewässern eines Gartens. Der Kurzfilm *The Arrival of a Train* beispielsweise zeigte sehr plastisch die Ankunft eines Zuges in einem Bahnhof, so dass die Zuschauer den Eindruck bekamen, der Zug würde direkt auf sie zu rollen.

Das Kino begann somit in Indien nur wenig später als in anderen bedeutenden filmproduzierenden Ländern, nämlich sechs Monate nach der ersten Aufführung der Lumière-Brüder in Paris bzw. zwei Jahre nach Edisons Erfindung des Kinetoskops in New York.<sup>5</sup>

Die ersten Filme beschränkten sich auf eine statische Kameraeinstellung und das Abfilmen verschiedener alltäglicher Situationen. Dieses erste Kinoerlebnis verlor jedoch bald seinen Neuigkeitswert, tagespolitische und sportliche Ereignisse rückten in den Mittelpunkt der Filmdarbietungen.

Der indische Fotograf Harischandra S. Bhatvadekar, auch als Save Dada bekannt, bestellte nach seinem Besuch einer Kinovorführung gleich eine Kamera aus London und drehte 1899 den ersten indischen Kurzfilm *The Wrestler* über ein Tennismatch in den Hanging Gardens von Mumbai. 1901 und 1903 folgten zwei weitere Kurzfilme. Damals gab es in Indien noch kein Labor zur Filmentwicklung, so dass dies in London geschehen musste. Wenig später begann man vor allem in England und Frankreich neben Kurzfilmen auch Spielfilme zu drehen, was in Indien aus finanziellen Gründen sowie mangels ausreichendem Wissen und Erfahrung vorerst nicht möglich war. So sah das indische Publikum in der Anfangszeit des Kinos vor allem Filme aus dem westlichen Ausland wie *Don Juan* (1926), *The Sign of a Cross* (1932) und *Alice in Wonderland* (1933). England und Frankreich waren im ersten Jahrzehnt nach Erfindung des Kinematografen die bedeutendsten Filmnationen. Aber die indische Bevölkerung wollte nicht nur ausländische Filme sehen, sondern Filme aus Indien mit indischen Schauspielern und ihnen vertrauten Charakteren. Der erste indische Spielfilm wurde 1912 von R.G. Torneys und N.G. Chitre gedreht, ein Feature-Film über die Legende eines alten heiligen Mannes. Als Vater des indischen Kinos gilt jedoch Dhundiraj Govind Phalke, auch Dadasahib Phalke genannt. Der aus einer indischen Priesterfamilie stammende Fotograf kaufte sich von seinem Ersparten und von Freunden geliehenem Geld in London eine Filmausrüstung und die notwendige Literatur und verwirklichte das erste große Kinofilmprojekt Indiens. 1913 erschien sein Erstlingswerk *Raja Harishchandra*, der auf dem Mahabharata-Epos basiert. Damals gehörte es sich für Frauen nicht, als Schauspielerin aufzutreten. Auch Prostituierte weigerten sich, in einem Film mitzuspielen, so dass auch die weiblichen Rollen von Männern besetzt werden mussten. Der Film wurde ein großer Erfolg. Nach der Premiere zog Phalke selbst auf einem

---

<sup>5</sup> Vgl. Kumar 2001, S.122f.; Engell 1992, S.16ff.

Ochsenkarren mit Projektor und Leinwand durchs Land und veranstaltete Filmvorführungen. In den kommenden Jahren folgten weitere erfolgreiche Filme von Dadasahib Phalke, vor allem Dokumentarfilme und mythologische Spielfilme, er gründete die ‚Phalke Films Company‘ und wurde später Teilhaber der ‚Hindustan Cinema Films Company‘. In seiner 20jährigen Berufszeit drehte Phalke insgesamt über 90 Filme. In seiner letzten Zeit allerdings blieb der Erfolg aus und der so genannte Vater des indischen Kinos starb 1944 verarmt und in Vergessenheit geraten. Ein Grund für Phalkes Misserfolg zum Ende seiner Schaffenszeit lag in einem veränderten Filmgeschmack, der Ende der 20er Jahre vor allem beim einfachen Publikum einsetzte. Dieses wollte vor allem Stuntfilme sehen, die Filme wurden kommerzieller.

Dennoch ist es Phalke zu verdanken, dass sich die indische Filmindustrie ab 1913 „von einer Jahrmarktattraktion zu einer selbständigen Kunstform und Wirtschaftsbranche“<sup>6</sup> entwickelt hat. Mumbai (damals Bombay) wurde Zentrum der indischen Filmindustrie und es entstanden mehrere Filmstudios, Kohinoor Film Company von D.W. Sapat, Ranjit Movietone von Chanduhal Shah und Imperial Film Company, dessen Eigentümer Ardeshir Irani war. In Chennai und Kolkata wurden ebenfalls Produktionsfirmen gegründet. Bedeutende Filmemacher im Land waren damals V. Shantaram, V. Damle, S. Fatehlal und der Deutsche Franz Osten.<sup>7</sup>

Die britische Kolonialmacht allerdings versuchte, die Entwicklung der indischen Kinolandschaft zu unterdrücken. Indische Filme wurden nur zu einem Bruchteil gezeigt, es dominierten Propagandafilme, britische Slapstickkomödien und Verfilmungen von Shakespeare-Dramen. Die Kolonialherrscher wollten vor allem die indische Elite zur loyalen Unterwerfung bewegen. Diese indische Elite bestand aus der aufsteigenden, englisch erzogenen und gebildeten Mittelschicht und bevorzugte westliche Filme, um sich von ihrer indischen Tradition zu lösen.

Der Erste Weltkrieg brachte die indische und die britische Filmproduktion zum Erliegen. Dies nutzte die US-amerikanische Filmindustrie, steigerte ihre Produktion und exportierte die Filme auch ins Ausland. Die 20er Jahre wurden zu einer weltweiten Blütezeit Hollywoods. Im Jahr 1927 waren rund 85 Prozent der in Indien gezeigten Kinofilme US-amerikanischer Herkunft. Die meisten Filme waren Komödien. Der britischen Kolonialregierung war das in den Hollywoodfilmen dargestellte Bild der weißen westlichen Gesellschaft zu unmoralisch. „Hollywood galt als das sündige Babel, Sex und Rauschgift gehörten zum Repertoire dieser Zeit, und die Filme versprachen einen interessanten Blick auf schöne ‚Jazzbabies‘ und Champagnerbäder.“<sup>8</sup> Es wurde eine Zensur eingeführt und Kusszenen in indischen Filmen

---

<sup>6</sup> Alexowitz 2003, S.44

<sup>7</sup> Vgl. Alexowitz 2003, S.42ff.

<sup>8</sup> Alexowitz 2003, S.45f.

verboten. Erotische Inhalte wurden seitdem nur angedeutet und durch Allegorien, beispielsweise durch Blumen und Bienen oder Schmetterlinge, ersetzt.

Ende der 20er Jahre wurden die Unabhängigkeitsbestrebungen der indischen Bevölkerung stärker, der Wunsch nach Selbstbestimmung, nach einem nationalen Bewusstsein und einer indischen Identität wurde lauter, man wollte eine Demokratie nach westlichem Vorbild schaffen. Diese Inhalte flossen auch ins indische Filmschaffen mit ein: Filme mit sozialen Themen kamen auf. Die Briten, die den indischen Reformbewegungen feindselig gegenüber standen, verschärften die Zensur. Filme mit anti-britischen bzw. patriotisch-indischen Inhalten wurden zensiert, wodurch es fast unmöglich wurde, dass politische Filme in die Kinos kamen. Die indischen Filmemacher wiederum fanden Wege, dennoch nationale Botschaften in ihre Filme einzubauen, indem sie wieder mythologische und religiöse Filme machten und Metaphern und Symboliken benutzten, die nur die indische Bevölkerung, nicht aber die Briten verstanden. So wurden die indischen Reformer und Politiker in Gestalt von Helden und Göttern, die britischen Kolonialherrscher als Dämonen dargestellt.

So wie Shri Krishna gegen den mächtigen Schlangendämonen kämpfte, der den heiligen Fluss vergiftet hatte, so sollte auch der indische Bürger gegen die Vernichtung und Ausbeutung seitens des Imperialismus kämpfen.<sup>9</sup>

## 1.2 Die 30er Jahre und das Ende der Stummfilmzeit

In der Stummfilmära sind in Indien 1313 Filme entstanden, von denen aber nur einige wenige erhalten geblieben sind. 1931 endete die Stummfilmzeit in Indien, der erste Tonfilm wurde produziert. Die Filme waren jetzt nicht mehr genrespezifisch (mythologische / religiöse Filme, soziale / politische Filme, Kostümdramen, Märchenfilme, Stunt- / Action- und Abenteuerfilme), wie es in der Stummfilmzeit, angelehnt an die Filme Hollywoods, der Fall war und was auch eher untypisch für die indische Kultur war.

Der erste Tonfilm, der in Indien gezeigt wurde, war 1929 die Hollywood-Produktion *Melody of Love*. Am 14. März 1931 dann wurde in Mumbai der erste in Indien produzierte Tonfilm, *Alam Ara* (Licht der Welt) gezeigt. Der Film war in Hindi mit zwölf Gesangseinlagen, unter anderem dem ersten Filmhit *De de Khuda ke naam pe pyaare* (Opfere Gott alles, was du besitzt), und basierte auf einem gleichnamigen Parsi-Theaterstück. „Man kann ‚Alam Ara‘ als Prototyp des späteren populären Hindifilms sehen.“<sup>10</sup> Im Jahr 1931 wurden insgesamt 28 indische Filme produziert, davon 23 in Hindi, vier in Bengali und einer in Tamil.

Von großer Bedeutung in den Filmen war die Musik. In den Anfängen war Musik auch in westlichen Filmen ein wichtiges Element, heute findet man es nur noch im Musical-Genre. In

---

<sup>9</sup> Alexowitz 2003, S.49

<sup>10</sup> Alexowitz 2003, S.51

indischen Filmen dagegen blieben Gesangs- und Tanzeinlagen bis heute ein bedeutender Bestandteil. Zum einen konnte die Musik die in Indien bestehenden Sprachbarrieren umgehen, zum anderen gehörte sie schon immer zum indischen volkstümlichen Theater und war somit in der indischen Gesellschaft alltäglich.

Das Problem indischer Tonfilme war die Sprachvielfalt Indiens. Die regionale Sprache in Mumbai und dem Bundesstaat Maharashtra ist Marathi, das damals von circa 21 Millionen Menschen verstanden wurde. Die Filmproduktion auf dieses relativ kleine Sprachgebiet auszulegen war für den Produktionsstandort Mumbai zu risikoreich, so entschied man sich für die Filmsprache Hindi-Urdu<sup>11</sup>, die von rund 150 Millionen Indern in Nord- und Zentralindien gesprochen wurde. In der hindisprachigen Region selbst gab es keine Filmindustrie. Die Hindifilme trugen zu einer Verbreitung dieser Sprache bei, heute verstehen rund 500 Millionen Menschen Hindi.

Der Tonfilm veränderte die Filmindustrie in Indien und trug zu einer enormen Steigerung indischen Filmschaffens bei. In der Stummfilmzeit noch wurden ungefähr 80 Prozent der Filme aus dem Ausland importiert, nach 1931 waren es nur noch zehn Prozent. Das Publikum bevorzugte indische Filme, die ihnen inhaltlich und vom Aufbau vertrauter waren als ausländische Spielfilme. Zudem wurden Filme in verschiedenen regionalen Sprachen produziert und einige Studios spezialisierten sich auf regionalsprachige Produktionen. In Chennai beispielsweise wurden Filme für den südindischen Markt in Telugu, Tamil, Kannada und Malayalam hergestellt.

Die drei größten Filmgesellschaften in dieser Zeit waren die Prabhat-Company in Pune, die Bombay-Talkies in Mumbai und das New Theatre in Kolkata. Während sich die Prabhat-Company vor allem auf mythologische und religiöse Filme spezialisiert hatte, produzierten die Bombay Talkies insbesondere Revuen sowie sozialkritische und ebenfalls mythologische Filme. Das New Theatre verfilmte Heiligenbiografien und bengalische Literatur. Daneben gab es Produzenten, die sich auf Abenteuer-, Action- und Stuntfilme konzentriert hatten.

### **1.3 Die 40er Jahre und die Geburt des Starsystems**

In den 40er Jahren, der Zeit des Zweiten Weltkriegs, wandelte sich die Struktur der Filmindustrie erneut, ausgelöst durch die zunehmende Industrialisierung und die aufgekommene Rüstungsindustrie. Dorfbewohner, Bauern und Plantagenbesitzer kamen in die Städte, um dort in der Rüstungsindustrie zu arbeiten. Fern ihrer Heimat und ihrer gewohnten Umgebung wollten sie im Kino in eine Traumwelt flüchten, um die Konflikte von Tradition und modernem Leben wenigstens für eine Weile zu vergessen. Ihr Bedürfnis nach unterhaltsamem Kino mit traditionellen Themen wurde erfüllt.

---

<sup>11</sup> Hindi wird in der Devanagari-Schrift, Urdu in persisch-arabischer Schrift geschrieben, als gesprochene Sprache gibt es jedoch Ähnlichkeiten zwischen Hindi und Urdu.

Geschäftsleute und Händler, die in dieser Zeit viel Schwarzgeld verdienen konnten, investierten bzw. wuschen dieses Geld in der Filmindustrie. „Bloated with war profits, financiers tried to launder their money through the studio system. Star salaries and budgets went up and so did egos.“<sup>12</sup> Sie engagierten Drehbuchautoren, Regisseure, Musiker und mieteten die Studios bei der Konkurrenz. Durch das Schwarzgeld war es ihnen möglich, extrem hohe Gagen zu zahlen. Sie wollten mit ihren Filmen ein Massenpublikum erreichen, so entstanden „so genannte Formel-Filme mit mindestens drei Tanznummern, sechs Gesangseinlagen und einer Romanze.“<sup>13</sup> Die bestehenden Studios konnten diese horrenden Gagen nicht annähernd zahlen und gingen nach und nach zugrunde. Das war die Geburt des Starsystems, Regisseure und Künstler arbeiteten unabhängig von den Produktionsfirmen und konnten somit mal hier mal dort engagiert werden. Oft hatten sie Verträge bei mehreren Filmproduktionen gleichzeitig. Formel-Filme überschwemmten den Markt, gleichzeitig nahm die Produktion der bis dahin etablierten Studiofilme ab. Die Starbesetzung machte jetzt den Erfolg eines Filmes aus. Diese Zeit der kommerziellen und starbesetzten Formel-Filme, bei denen Geschäftsleute sich Regisseure, Künstler und Studios mieteten, wird bis heute als die Ära des unabhängigen Produzenten bezeichnet.<sup>14</sup>

Einige wenige Filmemacher, die der indischen Unabhängigkeitsbewegung nahe standen, konnten dennoch ihre eigenen Projekte verwirklichen. In dieser Zeit entstanden einige patriotische Filme wie *Sikandar* (1941), *Shaheed* (Die Marter; 1948) und *Kismet* (1943) mit dem nationalistischen Filmsong *Door hato ay duniya walon, Hindustan hamara hai* (Geht weg ihr Eindringlinge, Indien gehört uns).

#### **1.4 Die Unabhängigkeit Indiens und das Goldene Zeitalter des Kinos**

1947 wurde Indien unabhängig, die Zeit der Unterdrückung durch die britische Kolonialherrschaft war damit vorbei.

1952 fand das erste internationale Filmfestival in Mumbai, Chennai und Kolkata statt. Inspiriert davon gründeten Regisseure wie Raj Kapoor, Bimal Roy, V. Shantaram, Guru Dutt und Mehboob Khan eigene Unternehmen. Das Autorenkino entwickelte sich, das heißt der Autor blieb nicht mehr anonym hinter dem Studionamen. Neben zahlreichen kommerziellen Filmen entstanden auch einige so genannter Grenzfilme, melodramatische Filme mit sozialer Thematik, die bis heute bekannt sind und erstmals auch weltweit vertrieben wurden. Zu diesen Filmen gehören *Awara* (Der Vagabund; 1951) von Raj Kapoor, *Do Bigha Zameen* (Zwei Hektar Land; 1953) von Bimal Roy, *Pyasa* (Der Durstige; 1957) von Guru Dutt und das Nationalepos *Mother India* (1957) von Mehboob Khan.

---

<sup>12</sup> Kohli 2003, S.118

<sup>13</sup> Alexowitz 2003, S.54

<sup>14</sup> Vgl. Alexowitz 2003, S.55

This period saw the emergence of some of the most highly regarded directors, including Raj Kapoor, Mehboob Khan, Guru Dutt and Bimal Roy; the emergence of playback singing and the advent of the ‚nightingale of India‘, Lata Mangeshkar; and the rise to super-stardom of Nargis, Madhubala, Dilip Kumar, Raj Kapoor and Dev Anand.<sup>15</sup>

In Bengalen bildete sich Ende der 50er Jahre die New Cinema-Bewegung, eine Gruppe von jungen Filmemachern, die Kunstfilme produzierten, in der sie die Realität ihres Landes darstellen wollten. Bekannt ist die ‚Apus-Trilogie‘ von Satyajit Ray. Als erster indischer Film erhielt im Jahr 1957 *Aparajito* (Unbesiegt) von Satyajit Ray den Goldenen Löwen bei den Filmfestspielen in Venedig. Damit bekamen indische Filme erstmals auch internationale Anerkennung. Diese Zeit war das Goldene Zeitalter des indischen Kinos.

India had arrived on the foreign film scene and it never looked back after the wonderful example set by the post-independence generation of Hindi filmmakers, whose pioneering efforts at bravely submitting their films at international film festivals, mostly with no official or other backing, paved the way for those who followed.<sup>16</sup>

### **1.5 Die 50er und 60er Jahre: Die Entstehung eines indischen Filmstils**

„It was in the 50s that Hindi films found their unique style. Techniques, grammar and motifs were shaped into a formula which has remained unchanged over the decades.“<sup>17</sup> Es entwickelte sich der „Prototyp des Multi-Genrefilms“<sup>18</sup>, das heißt mehrere Genres wurden in einem Film zusammengefasst, was heute noch den typisch indischen Film ausmacht.

Dazu kam, dass in Indien die ersten Labore für Farbfilmentwicklung entstanden, so dass jetzt viele farbenfrohe Filme produziert wurden. Bis dahin konnten Filme nur in London koloriert werden, was sehr teuer war, so dass nur wenige Filme, große und bedeutende Kostümdramen, in Farbe zu sehen waren.

In den 60er Jahren waren die goldenen Zeiten des indischen Kinos allerdings vorbei. „The transition to colour and the consequent preference for escapist entertainment and greater reliance on stars brought about a complete change in the film industry.“<sup>19</sup> Die Filmindustrie wandelte sich von der Kreativität der 50er Jahre hin zu unterhaltungsorientierten Mainstream-Produktionen, in denen die neue Farbigkeit und das Staraufgebot den Erfolg ausmachte. Viele mittelmäßige Filme kamen auf den Markt.

### **1.6 Die 70er und 80er Jahre: Schwere Zeiten für die indische Filmindustrie**

Die 70er und 80er Jahre brachten einen Einbruch in der indischen Filmindustrie. Sie hatte sich immer noch nicht von dem Zusammenbruch des Studio-Systems erholt. Das Problem

---

<sup>15</sup> Dwyer/Patel 2002, S.21

<sup>16</sup> Malik 2003, S.74

<sup>17</sup> Pala 2001, S.89

<sup>18</sup> Alexowitz 2003, S.57

<sup>19</sup> Pala 2001, S.90

war die Finanzierung der Filme, da nicht Studios dahinter standen, sondern individuelle Produzenten, die sich Flops nicht leisten konnten. Immer noch floss viel Schwarzgeld, doch Filmmacher konnten es sich nicht leisten, nach der Herkunft des Geldes zu fragen.

Konnte man Stars wie Rajesh Khanna oder Amitabh Bachchan für einen Film gewinnen, war es nicht schwierig, eine Finanzierung zu finden, da davon ausgegangen werden konnte, dass sich der Film mehrere Wochen in den Kinos hält. Für Filme mit unbekanntem Schauspielern jedoch war es hart, Geld zu bekommen, die Gefahr eines Misserfolgs war zu groß. Ebenso verhielt es sich mit den Themen eines Films. Um kein Risiko einzugehen, hielten sich die Filmmacher an die bereits etablierten Film-Formeln: Liebesgeschichten oder Actionfilme – auch thematisch wurden keine Wagnisse eingegangen.<sup>20</sup> Vor allem Actionorientierte Filme dominierten die Leinwände, da sich das Kinopublikum wandelte. Das Kino bekam Konkurrenz durch das Farbfernsehen, Videorekorder und Video-Piraterie. Die wachsende urbane Mittelschicht, die es sich finanziell leisten konnte, nutzte verstärkt das Fernsehen. Das Kino wurde zum Medium für die Männer aus den niedrigeren Schichten, die Action und Gewalt sehen wollten.

### **1.7 Die 90er Jahre: Ankunft des Satellitenfernsehens und Entdeckung neuer Märkte**

1991 erreichte das Satellitenfernsehen Indien. Für die sehr angeschlagene indische Filmindustrie brachten die 90er Jahre dennoch einen Aufschwung. Die Probleme, mit denen sich die Filmindustrie konfrontiert sah, waren vielfältig:

- Die Konkurrenz durch das Fernsehen, den Videorekorder und andere Freizeitgestaltungsmöglichkeiten in bestimmten Bevölkerungsgruppen war groß.
- Die bis dahin bekannten Stars Amitabh Bachchan und Rajesh Khanna, die bisher die Kinosäle füllten, zogen sich zurück und geeignete Nachfolger waren nicht in Sicht.
- Die Filme mussten jetzt in kurzer Zeit viel Geld einspielen, da sie bereits nach wenigen Wochen als Video auf den (Schwarz-)Markt kamen.
- Die Kosten für Filme explodierten. 1982 noch kostete ein sehr teurer Film ca. 20 Millionen Rupien, 1993 lag der Preis bereits bei 30 bis 50 Millionen Rupien. Die relativ neu erschienenen Filme *Lagaan* und *Kabhi Khushi Kabhie Gham* verschlangen 250 bzw. 450 Millionen Rupien, wobei mittlerweile das Geld vor allem durch den Verleih erwirtschaftet wird und somit der Erfolg an den Kinokassen weniger wichtig geworden ist.

So sah man sich gezwungen, neue Marketingstrategien für das Kino zu entwickeln. Im wesentlichen setzte man an drei Punkten an.

Erstens nutzte man die Filmmusik intensiver. Zu der Zeit boomte die Musikindustrie und Musikproduzenten rissen sich um die Rechte an Filmmusik. So konnten die Filme unter

---

<sup>20</sup> Vgl. Kohli 2003, S.118ff.

anderem durch den Verkauf der Musikrechte finanziert werden, gleichzeitig wurde durch die Promotion der Musik Werbung für den Film gemacht.

Zweitens wurde die Filmmusik jetzt einige Monate vor dem Filmstart und nicht erst Monate später veröffentlicht, wodurch Zuschauer neugierig auf den Film gemacht wurden. Auch andere werbewirksame Maßnahmen wie Vorschauen, Werbung, etc. wurden erstmals eingesetzt. Rund zehn Prozent des Filmbudgets wurden jetzt dafür verwendet.

Drittens startete ein Film jetzt gleichzeitig in 450 bis 500 Kinos in ganz Indien, um der Video- und DVD-Piraterie voraus zu sein. Das kostete zwar entsprechend mehr Geld, denn man musste gleichzeitig 450 bis 500 Kopien des Film produzieren statt vorher lediglich rund 200, dennoch rechnete sich der finanzielle Aufwand.

Mittlerweile finanzieren sich indische Filme zu einem großen Teil durch den Verkauf von Rechten an der Musik, Ausstrahlungsrechte ans Satellitenfernsehen, Rechte für DVDs und Videos sowie an Merchandisingartikeln.

Eine große Bedeutung bekam zudem der internationale Markt. Inder, die im Ausland leben, so genannte NRIs (Non-resident Indians) wollten ein Stück traditioneller, heiler Heimat sehen und erleben. „They wanted a heavy dose of culture, weddings and songs, all polished with the right costumes and colour. They did not want to know anything about the angst of India.“<sup>21</sup> Großen Erfolg in Großbritannien hatte beispielsweise die Familiensaga *Hum Aapke Hain Kaun* (Wer bin ich für Dich) 1994 und der Film *Dilwale Dulhania Le Jayenge* (Dem Beherzten gehört die Braut) 1995, der allein 200 Millionen Rupien im Ausland einspielte und 500 Millionen in Indien. Mit der indischen Community im Ausland im Hinterkopf wurden weitere Filme mit den Bestandteilen Liebes- und Familiengeschichte, Hochzeitsfeier, Tanz und Gesang produziert, wie *Taal* (Der Schlag), *Pardes* (Fremdes Land), *Mohabbatein* (Die Vielfalt der Liebe) und *Kuch Kuch Hota Hai* (Es ist immer was los in der Liebe). „This translated into increasingly more films with weddings and songs and dances thrown in since that is what the NRIs missed there.“<sup>22</sup>

Die Rechte für Fernsehen, Musik, DVDs und Videos etc. sowie der internationale Markt machten rund 70 Prozent der Einnahmen eines indischen Films aus. Dadurch wurde das Filmgeschäft weniger risikoreich und weniger abhängig von der reinen Anzahl der Kinobesucher.

Außerdem gab es wieder neue junge Stars in der Filmszene, darunter Anil Kapoor, Aamir Khan, Salman Khan, Shah Rukh Khan, Hritik Roshan, Madhuri Dixit, Kareena Kapoor, Rani Mukherji.

---

<sup>21</sup> Kohli 2003, S.127

<sup>22</sup> Kohli 2003, S.127

By the end of 20th century, ‚Bollywood‘ was no longer a pejorative word. Indian films were being screened across five continents, and celebrated at theatres and TV screens all over the country. From serious academicians to mainline newspapers, everyone suddenly found popular cinema a significant social phenomenon in contemporary Indian life.<sup>23</sup>

In der folgenden Tabelle sind die zehn erfolgreichsten Hindifilme aufgelistet, basierend auf der Anzahl der Kinozuschauer (vgl. Tab. 1).

Tab. 1: **Die zehn kommerziell erfolgreichsten Filme des Hindi-Kinos**

<b>Film</b>	<b>Produzent</b>	<b>Regisseur</b>	<b>Jahr</b>
<i>Ramrajya</i>	Prakash Pictures	Vijay Bhatt	1943
<i>Kismet</i>	Bombay Talkies	Gyan Mukherjee	1943
<i>Mother India</i>	Mehboob Khan	Mehboob Khan	1957
<i>Mughal-e-Azam</i>	Sterling Investment Corporation	K. Asif	1960
<i>Bobby</i>	R. K. Films	Raj Kapoor	1973
<i>Sholay</i>	G. P. Sippy	Ramesh Sippy	1975
<i>Hum Aapke Hain Kaun</i>	Rajshri Productions	Sooraj Barjatya	1994
<i>Dilwale Dulhania Le Jayenge</i>	Yash Chopra	Aditya Chopra	1995
<i>Kuch Kuch Hota Hai</i>	Yash Johar	Karan Johar	1998
<i>Gadar – Ek Prem Katha</i>	Zee Telefilms	Anil Sharma	2001

Quelle: Khanna 2003, S.153.

### 1.8 Indisches Kino im neuen Jahrtausend

Zum Anfang des neuen Jahrtausends befand sich das indische Kino wieder in einer Krise. Im Jahr 2000 waren lediglich zwei oder drei Filme große Hits, einige waren durchschnittlich, viele Filme aber verloren sehr viel Geld. Dazu kamen Gerüchte über Verflechtungen mit der Unterwelt auf. Bharat Shah, der Hauptfilminvestor wurde in diesem Zusammenhang verhaftet, Rakesh Roshan, Direktor und Produzent, entging knapp einem Anschlag, weil er wohl nicht bereit war, Schutzgelder zu zahlen. Der Gruppe um den Filminvestor und Diamantenhändler Bharat Shah wurde neben Geldwäsche im Hindifilmbusiness vorgeworfen, geplant zu haben, die Filmstars Shah Rukh Khan und Hritikh Roshan sowie Roshans Vater, den Produzenten Rakesh Roshan umbringen zu lassen, weil sie nicht mit der Mafia kooperieren wollten.<sup>24</sup> Ein junger Star wurde wegen Drogenmissbrauchs verhaftet und andere Stars wurden sich der Tatsache bewusst, dass die Mafia, Schutzgelderpressungen und Drohungen Realität in der indischen Filmszene sind. Dies alles schadete natürlich dem Ruf der Filmindustrie.

Auch das Jahr 2002 brachte mehr Flops als Hits.

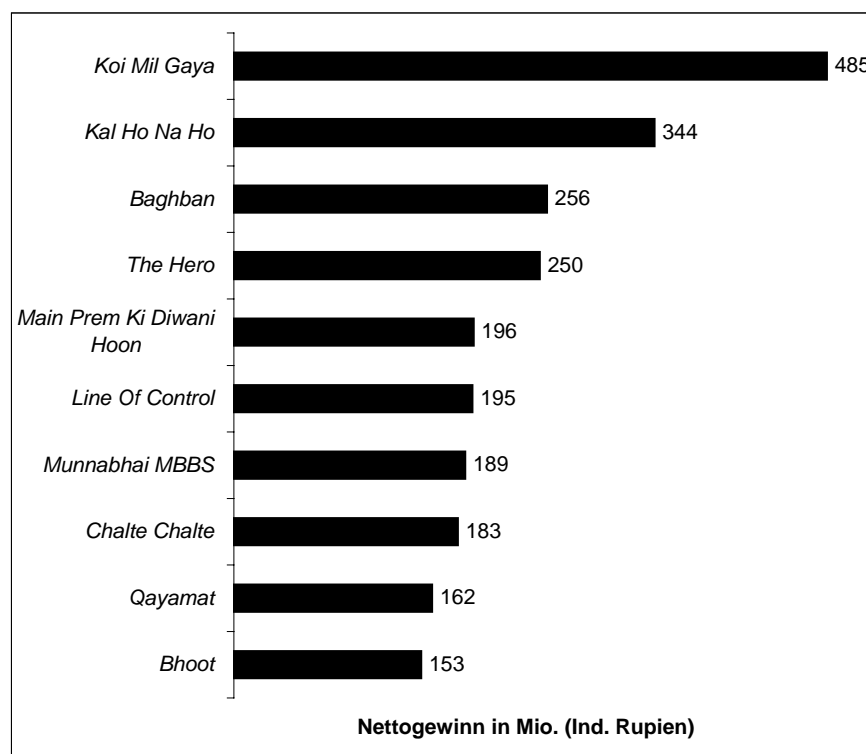
<sup>23</sup> Khanna 2003, S.139

<sup>24</sup> Vgl. Swami 2002, [www.flonnet.com/fl1917/19170340.htm](http://www.flonnet.com/fl1917/19170340.htm)

Nach diesen beiden schlechten Jahren konnte die indische Filmindustrie 2003 wieder Erfolge verbuchen. Statt lediglich zwei bis drei erfolgreichen Filmen wurden in jenem Jahr gleich 20 erfolgreiche Mainstream-Hindifilme gezählt. Diese spielten rund eine Milliarde Rupien ein.<sup>25</sup> Zudem wurde weniger in die Filme investiert, also die Produktionskosten gering gehalten, so dass die Gewinne höher ausfielen. Der größte Kinoerfolg war *Koi Mil Gaya* (Ich habe jemanden gefunden) mit Hrithik Roshan, ein Film, dessen Handlung ein wenig an *E.T.* – *Der Außerirdische* erinnert.

Die folgende Grafik zeigt die zehn erfolgreichsten Filme hinsichtlich ihres Nettogewinns im Jahr 2003 (vgl. Abb. 1).

Abb. 1: Die zehn erfolgreichsten Filme des Jahres 2003



Quelle: [www.ibosnetwork.com](http://www.ibosnetwork.com).

### 1.9 Die Zukunft des indischen Kinos

Es scheint, als entwickle sich die indische Filmindustrie in Zukunft, ähnlich wie es bereits in Hollywood der Fall ist, langsam hin zu einer Oligarchie einiger weniger marktdominierender Filmfirmen, die kostensparend Massenware produzieren können. Möglicherweise bleibt einiges an Kreativität auf der Strecke, so die Befürchtung der Filmmacher, aber es wird auch Nischen für Kunstfilme geben. Auch werden mehr Filme in Zukunft eine größere Zielgruppe, ein globaleres Publikum, ansprechen, wie es bereits bei

<sup>25</sup> Vgl. [www.exchange4media.com](http://www.exchange4media.com)

*Bend it like Beckham* oder *Monsoon Wedding* der Fall ist. Mehr Aufmerksamkeit werden zudem Merchandising-Produkte, DVDs und VideoCDs (VCDs) erhalten. Neue Technologien wie Video-on-demand und pay-per-view-Filme gehören zu den zukünftigen Vertriebskanälen. Auch Digitales Kino ist ein Schlagwort des Filmbusinesses der Zukunft, hier liegen Filme auf einem zentralen Server, auf den jederzeit von jedem Ort aus zugegriffen werden kann.

„The Indian film industry is clearly on the path of change. No amount of criticism can possibly hurry it.“<sup>26</sup>

## **2. Bollywood & Co.: Die indische Filmindustrie**

Die indische Filmindustrie beinhaltet weit mehr als lediglich das Wechselspiel von in Indien produzierten Kinofilmen und dem indischen Kinopublikum. So spielt beispielsweise die Filmmusik eine wesentliche Rolle für den Erfolg eines Films, weiterhin ist die Auswahl der Schauspieler ein wichtiger Erfolgsfaktor – kann man einen Star wie Amitabh Bachchan für seinen Film gewinnen, ist der Erfolg fast vorprogrammiert. Schauplätze der Filme ist nicht nur Indien, sondern seit einigen Jahren spielen immer einige Szenen eines Bollywood-Films im westlichen Ausland, vor allem auf Schweizer Bergwiesen, aber auch auf Straßenkreuzungen oder in anderen mehr oder weniger banalen westlichen Umgebungen. In der Schweiz gibt es mittlerweile einen eigenen Wirtschaftszweig, der sich auf die Betreuung der indischen Filmteams spezialisiert hat. Fast schon ist man der Schweiz überdrüssig und als Drehorte sieht man zunehmend auch Neuseeland, Mauritius, Frankreich, Großbritannien etc.

Auf Publikumsseite wird neben dem Publikum in Indien mehr und mehr das nicht-indische Publikum wichtig, also die Märkte im Ausland. Auch andere Vertriebswege neben dem Kino, d.h. Fernsehausstrahlungen, Videos, DVDs etc. nehmen immer größeren Raum ein.

Einige Aspekte der indischen Filmindustrie sollen im Folgenden beleuchtet werden.

### **2.1 Akteure im indischen Filmbusiness: Familiendynastien & Politik**

Das Filmgeschäft - Filmproduktion, Schauspieler, Direktor, Komponist - ist in Indien meist in der Hand von Familiendynastien. Der Schauspieler Aamir Khan stammt beispielsweise aus einer solchen Dynastie, der Vater Tahir Hussain ist Filmproduzent, sein Onkel Nasir Hussain ist Regisseur. Mittlerweile besitzt Aamir Khan seine eigene Produktionsfirma, mit der er 2002 *Lagaan* gedreht hat und er gehört zu den höchstbezahlten Bollywoodstars.

Auch der Filmstar Hrithik Roshan stammt aus einer Filmfamilie, sein Vater, Rakesh Roshan, ist Regisseur und Schauspieler, sein Onkel Rajesh Roshan Musikkomponist.

---

<sup>26</sup> Kohli 2003, S.137

Eine weitere Familiendynastie im Filmgeschäft sind die Kapoors, am bekanntesten ist wohl der Schauspieler Raj Kapoor.

There is the unbelievable Kapoor family. [...] For four generations, almost every single member of the Kapoor clan – son, daughter or daughter-in-law – has had a flourishing film career. The same is true, albeit on a smaller scale, of several other families that have been in the film business for two or three generations. [...] It should be enough to record the verdict of *The Asian Age* (20 May 2001) that ‘Star kids of today don’t opt for a career. They inherit it.’<sup>27</sup>

Shah Rukh Khan dagegen stammt nicht aus einer Familiendynastie sondern hat eine Schauspielerausbildung in Delhi absolviert und am Theater sowie in verschiedenen Fernsehproduktionen gearbeitet, bevor er nach Bollywood kam.

Nicht nur bestimmten Familiendynastien vielfach das indische Filmgeschäft, auch sind Filmgeschäft und Politik in Indien untrennbar miteinander verbunden. Bestes Beispiel sind die Chief Ministers der letzten drei Jahrzehnte im Bundesstaat Tamil Nadu: M.G. Ramachandran, besser bekannt als MGR, M. Karunanidhi und J. Jayalalithaa stammen alle drei ursprünglich aus dem Filmgeschäft, bevor sie dieses politische Amt bekleideten. Auch der ehemalige Chief Minister von Andhra Pradesh, der Heimat des Telugu-Kinos, N.T. Rama Rao (auch als NTR bekannt), war ein populärer Schauspieler.<sup>28</sup>

## 2.2 Produktion von Hindifilmen

Von den jährlich rund 800 bis 900 in Indien produzierten Filmen werden circa 300 in Mumbai hergestellt, davon ungefähr 150 in Hindi. Obwohl also der weitaus größere Teil der indischen Filmproduktion aus Südindien stammt und vor allem in Tamil und Telugu erscheint, erwirtschaften die national und international populären Hindifilme, die nur um die 20 Prozent der indischen Filmproduktion ausmachen, fast 50 Prozent des Umsatzes von geschätzten 20 Milliarden Rupien pro Jahr.

Pro Jahr werden etwa 300 Hindifilme angekündigt, von denen rund 100 Filme gar nicht erst produziert werden. Ungefähr 150 Hindifilme werden schließlich veröffentlicht, von denen wiederum etwa 15 Filme ‚Megafilme‘ mit Top-Stars und Top-Regisseure sowie einem Budget von 150 Millionen Rupien und mehr sind. Weitere 25 Filme haben einige wenige Top-Stars vorzuweisen und ein Budget von rund 100-150 Millionen Rupien. Es folgen etwa 35 Filme mit nicht mehr aktuellen Schauspielern und Budgets von zwischen 50 und 100 Millionen Rupien. Den größten Anteil haben mit ungefähr 60 Filmen so genannte C-Klasse-Filme, das sind sexbasierte oder Stuntfilme, die für die ‚frontbenchers‘<sup>29</sup> kleinerer Städte gemacht werden mit einem Budget von weniger als 10 Millionen Rupien. Des weitern werden jedes Jahr eine

---

<sup>27</sup> Malhotra 2003, S.37

<sup>28</sup> Vgl. Ghose 2003, S.421

<sup>29</sup> ‚Frontbenchers‘ bedeutet übersetzt Vorderbänkler. Damit sind diejenigen gemeint, die sich nur die billigsten, nicht nummerierten und nicht klimatisierten Sitze in den vordersten Reihen im Kino leisten können, beispielsweise Rikschafahrer.

Hand voll Kunstfilme produziert, die zwischen einer Millionen Rupien und 20 Millionen Rupien kosten können.<sup>30</sup>

Die folgende Tabelle enthält eine Aufstellung der Bestandteile eines Hindifilms mit großem Budget sowohl auf der Ausgaben- wie auf der Einnahmenseite (vgl. Tab. 2).

Tab. 2: **Durchschnittliche Ausgaben und Einnahmen eines ‚Big-Budget‘-Hindifilms**

<b>Ausgaben</b>	<b>Indische Rupien</b>
Stars	70 Millionen
Regisseure, Autoren, Techniker	50 Millionen
Kulissen, Kostüme, Dekoration	15 Millionen
Tägliche Drehkosten (120 Drehs)	25 Millionen
Reisen und Ortsdrehs	10 Millionen
Crew, Juniorkünstler, Tänzer und anderes	15 Millionen
Musik (Songs und Hintergrundmusik)	20 Millionen
Postproduktion	10 Millionen
Ausrüstung	10 Millionen
Rohmaterial, Entwicklung und ähnliche Kosten	10 Millionen
Marketing und Promotion	15 Millionen
<b>Insgesamt</b>	<b>250 Millionen</b>
<b>Einnahmen</b>	<b>Indische Rupien</b>
Nationale Aufführungsrechte	150 Millionen
Internationale Aufführungsrechte	75 Millionen
Musikrechte	75 Millionen
Rechte Satellitenfernsehen	50 Millionen
Rechte DVD/Video	10 Millionen
Werbung im Film / Merchandising	50 Millionen
<b>Insgesamt</b>	<b>410 Millionen</b>

Quelle: Khanna 2003, S.144.

Für die Finanzierung der Filme gibt es fünf übliche Wege:

- **World Rights Control:** Über die WRC-Kommission werden in der Regel nur die A-Klasse-Filme mit bekannten Stars und einem Budget von über 100 Millionen Rupien finanziert. Es werden keine Zinsen berechnet, sondern die WRC erhält zehn Prozent der Einnahmen.

<sup>30</sup> Vgl. Khanna 2003, S.140f.

- **Eigenfinanzierung:** Produktionsfirmen wie Rajshri (Barjayas), Yash Raj (Yash Chopra), Mukta Arts (Subhash Ghai), FilmKraft (Rakesh Roshan), Dharma Productions (Yash Johar) und Suresh Productions (D. Rama Naidu) finanzieren ihre Filme meist selbst. Rund ein Viertel des Budgets ist dabei Eigenkapital, der Rest stammt von Vorschüssen vom Verleih, Musik- und Fernsehfirmen sowie durch Kredite. Die Zinsen für die Kredite liegen bei 18 bis 24 Prozent im Jahr.
- **Geteiltes-Risiko-Modell:** Diese Finanzierung trifft für den größten Teil der Filme zu. Ein Star oder ein Direktor wird zum Produzent eines Filmes, engagiert mithilfe seiner Kontakte einige Schlüsselstars, investiert einen gewissen Grundanteil Eigenkapital und versucht, Finanziere zu finden. Das Filmentwicklungslabor tritt dabei als Verwalter für die Filmrechte auf. Zinsen für Anleihen sind bei diesem Modell höher als bei der Eigenfinanzierung und liegen bei 24 bis 36 Prozent jährlich.
- **Kommissionierte Filme:** In der Regel haben diese Filme ein kleines Budget und werden von Fernsehsendern, Produktionsfirmen oder Regierungsbehörden wie z.B. der National Film Development Corporation (NFDC) in Auftrag gegeben.
- **Spekulative Investitionen:** Hier finden sich einige Investoren sowie einige kreative Leute zusammen, produzieren einen ‚low-cost‘-Film und versuchen damit ihr Glück.<sup>31</sup>

Daneben gibt es Gerüchte über Filmfinanzierungen durch die indische Mafia, die vor allem Anfang des Jahrtausends in Zusammenhang mit dem Film *Chori Chori, Chupke Chupke*, dem Hauptinvestor Bharat Shah und dem Schauspieler Sanjay Dutt aufkamen. In der Regel wird diese Geldquelle in der aus Indien stammenden Literatur über Film und Kino in Indien nicht erwähnt, doch wie an jedem Gerücht wird auch hier ein Teil Wahrheit zu finden sein. Karweil schreibt in ihrem Artikel ‚Hinter den Kulissen Bollywoods‘: „In der indischen Filmindustrie gilt es als ausgemacht, dass etwa die Hälfte aller Filme mit Geldern aus der Unterwelt finanziert werden.“<sup>32</sup>

---

<sup>31</sup> Vgl. Khanna 2003, S.141ff.

<sup>32</sup> Chatterjee 2003, <http://zeus.zeit.de/text/2003/03/Bollywood>

Die erfolgreichsten Produktionsfirmen indischer Filme zeigt die folgende Tabelle (vgl. Tab. 3):

Tab. 3: Die erfolgreichsten Produktionsfirmen indischer Filme

Produzent	Anzahl prod. Filme	Anzahl Hits	erfolgreichster Film
1 R K Productions	11	11	<i>Sangam</i>
2 Yash Raj Films	15	9	<i>Dilwale Dulhaniya Le Jayenge</i>
3 G P Sippy	11	5	<i>Sholay</i>
4 Gulshan Rai	10	8	<i>Johnny Mera Naam</i>
5 B R Films	23	7	<i>Naya Daur</i>
6 Shakti Cinema	7	7	<i>Aradhana</i>
7 Navketan International	14	8	<i>Jewel Thief</i>
8 Rajshree Productions	11	6	<i>Hum Aapke Hain Kaun</i>
9 Mehboob Productions	10	4	<i>Mother India</i>
10 Manoj Kumar	7	4	<i>Roti Kapada aur Makaan</i>

Quelle: www.ibosnetwork.com.

Die Filme aus Hollywood mit ihren rund 90 Minuten Länge sind dem indischen Publikum zu kurz und werden als langweilig empfunden, weil es weniger schnelle Szenenwechsel gibt als in Hindifilmen und sie weniger emotional sind. Wenn Filme aus Hollywood in Indien gezeigt werden, so sind es meist Actionfilme oder Slapstickkomödien. „The Hollywood films that draw the largest audiences in India are fast-paced action-adventures, slapstick comedies, martial arts films and those built around special effects such as Jurassic Park.“<sup>33</sup>

### 2.3 Musik im Hindifilm

Filmmusik ist ein wichtiger und eigenständiger Bestandteil im Hindifilm, sowohl auf Produktions- wie auch auf Rezeptionsseite. Die Musik wird bereits Monate vor dem Start des Films veröffentlicht, zum einen, um Werbung für den Film zu machen und zum anderen, um durch den Verkauf der Musikrechte weiteres Kapital für den Film zu haben.

Die Rechte an der Filmmusik zu *Lagaan* beispielsweise wurden von Aamir Khan Productions für 60 Millionen Rupien an Sony Music verkauft. Sony Music produziert und verkauft dann die Kassetten und CDs, vermarktet die Musik, trägt zwar die gesamten Kosten und das Risiko, bekommt aber auch sämtliche Einnahmen.<sup>34</sup>

Im Radio sowie bei den Musiksendern MTV, Channel [V] und B4U wird Filmmusik rund um die Uhr gespielt. Sie macht, wie die folgende Tabelle zeigt, rund 70 Prozent des gesamten indischen Musikmarktes aus (vgl. Tab. 4).

<sup>33</sup> Srinivas2002, S.158

<sup>34</sup> Vgl. Kohli 20003, S.172f.

Tab. 4: Der indische Musikmarkt nach Genre

Genre	Marktanteil in Prozent
Filmmusik	65-70
Indipop	10-15
Klassische indische Musik	5-7
Devotionale Musik	10
Internationale Musik	5
Anderes (regionale Musik etc.)	5

Quelle: Kohli 2003, S.156.

Die Filmsongs werden nicht von den jeweiligen Schauspielern gesungen, sondern von Playbacksänger und –Sängerinnen, die eine Ausbildung in klassischem indischem Gesang haben. Die Schauspieler bewegen meist lediglich ihre Lippen synchron zum Lied. Die bekannteste und erfolgreichste Playbacksängerin ist Lata Mangeshkar. Meist werden den Stars immer dieselben Sänger und Sängerinnen zugeteilt. Einige wenige Stars singen ihre Parts auch selbst, so Amitabh Bachchan und auch Aamir Khan in *Lagaan*.<sup>35</sup>

#### 2.4 Die Bedeutung der Stars im Hindifilm

Indien steht für Starkino par excellence. Das hat viel mit dem Hinduismus zu tun, der auf die Anbetung vieler Götter beruht und wo die Verehrung von Gurus in allen Lebenssphären verbreitet ist. [...] So hat sich die Götteranbetung ganz natürlich auf säkulare Idole übertragen.<sup>36</sup>

Bei einem Big-Budget Hindifilm sind die Stars ein wichtiger Bestandteil. Kann man bestimmte Akteure für seinen Film gewinnen, kann eigentlich nicht mehr viel schief gehen. Der bekannteste Star ist Amitabh Bachchan, geboren 1942. Er ist seit mehr als 30 Jahren im Filmgeschäft und hat in rund 200 Filmen mitgespielt. Bereits in den 70er Jahren war er sehr erfolgreich, hat dann einige Zeit pausiert und ist nun wieder fast in jedem Mega-Bollywoodfilm zu sehen, z.B. als gutherziger aber sehr strenger und autoritärer Vater (*Kabhi Khushi Kabhie Gham*) oder Schuldirektor (*Mohabbatein*), der die Werte Tradition und Ehre verkörpert. Neben seinem filmischen Schaffen moderiert er mit großem Erfolg die indische Version von *Wer wird Millionär?* (*Kaun Banega Crorepati?*) beim Fernsehsender Star Plus. Amitabh Bachchan ist in Indien eine nationale Ikone, er „verkörpert für die Inder physisch und charismatisch den Archetyp eines Helden.“<sup>37</sup>

Die Verehrung der Stars ist in Indien stärker als in Europa und Nordamerika. Man möchte die Stars treffen, identifiziert sich mit ihnen, trägt Kleidung wie sie. Zudem wird weniger

<sup>35</sup> Vgl. Alexowitz 2003, S.79ff.

<sup>36</sup> Rodek 2002, www.welt.de

<sup>37</sup> Alexowitz 2003, S.114

getrennt zwischen Filmfigur und Schauspieler, oft werden die „heroischen Eigenschaften der Filmfiguren auf die Stars persönlich übertragen.“<sup>38</sup>

In Uttar Pradesh gibt es einen regelrechten Starkult. Die Fans opfern ihren Stars Blumen und Räucherstäbchen, die während der Vorstellung am Fuße der Leinwand nieder gelegt werden. Man amüsiert sich, isst, trinkt, lacht, weint, klatscht und kommentiert die Ereignisse auf der Leinwand. Das indische Publikum ist engagiert und begeisterungsfähig, spendet Beifall, wenn der Bösewicht Prügel bezieht, oder weint mit dem Helden, der an einer unglücklichen Liebe zu zerbrechen droht.<sup>39</sup>

Vor allem in Südindien sind Filmclubs, also eine Art Fanclub für einen bestimmten Star, sehr populär.<sup>40</sup>

Die erfolgreichsten Schauspieler und Schauspielerinnen im Jahr 2003 zeigt folgende Tabelle (vgl. Tab. 5).

**Tab. 5: Die erfolgreichsten Schauspieler und Schauspielerinnen 2003**

	<b>Schauspieler</b>	<b>Filme 2003*</b>	<b>Schauspielerinnen</b>	<b>Filme 2003*</b>
<b>1</b>	Hrithik Roshan	2	Preity Zinta	3
<b>2</b>	Shahrukh Khan	2	Hema Malini	1
<b>3</b>	Sanjay Dutt	3	Rani Mukherjee	1
<b>4</b>	Amitabh Bachchan	3	Gracy Singh	3
<b>5</b>	Sunny Deol	3	Kareena Kapoor	3
<b>6</b>	Salman Khan	1	Bipasha Basu	3
<b>7</b>	Abhishek Bachchan	5	Aishwarya Rai	2
<b>8</b>	Ajay Devgan	7	Urmila Matondkar	3
<b>9</b>	Akshay Kumar	2	Esha Deol	2
<b>10</b>	Fardeen Khan	2	Tabu	2
	*ohne Gastauftritte			

Quelle: www.ibosnetwork.com.

### **3. ‚Bollywood Masala‘: Themen und Akteure des indischen Mainstream-Kinos**

Bollywoodfilme werden oft auch als Bollywood-Masala - Masala bedeutet soviel wie Gewürzmischung - bezeichnet. Die oft melodramatischen Liebes- und Familienfilme sind meist nicht genrespezifisch, sondern beinhalten mehrere Genre oder zumindest

<sup>38</sup> Alexowitz 2003, S.102

<sup>39</sup> Alexowitz 2003, S.13

<sup>40</sup> Vgl. Dickey 1993

Genreelemente wie Action und Komik sowie eine Vielzahl von angesprochenen Themen. Die Handlung ist nicht immer in allen Teilen logisch nachvollziehbar, was die Zuschauer aber auch nicht stört. Es geht weniger um eine in sich stimmige Handlung, als vielmehr darum, alle Elemente eines typischen Hindifilms darin unterzubringen. Vor allem die Tanzszenen spielen oft abrupt auf einer Almwiese in den Schweizer Bergen, während die Handlung vorher und nachher in Indien spielt.

Movie-goers are not only accustomed to sudden changes in scene but also to a narrative which shifts between reality and fantasy and in time and space. With devices such as flashbacks and 'flash-forwards', a scene in the narrative present is spliced with a fragment from the distant past or reality merges into a dream-sequence expressing a character's wishes, fears or emotions which cannot be expressed in everyday conversation.<sup>41</sup>

Hauptthema ist oft eine Liebesgeschichte, in der ein Mann zwischen zwei Frauen steht: die eine will er heiraten, weil er sie liebt, die andere soll er heiraten, weil die Eltern sie ausgesucht haben. Es kommt zum Konflikt mit den Eltern bzw. mit der indischen Tradition. Dazu kommen Musik- und Tanzszenen, also Musicalelemente. Sind dann noch einige bekannte und beliebte Schauspieler und Schauspielerinnen vertreten sowie eine eingängige Filmmusik, ist die Gewürzmischung, das ‚Bollywood Masala‘ perfekt. Dieses Rezept eines Bollywoodfilms lässt dennoch Platz für Variationen. Im Verlauf der letzten Jahre lassen sich thematische Tendenzen im Hindikino erkennen, die im folgenden kurz dargestellt werden sollen.

### **3.1 Themen im indischen Film**

In den letzten Jahrzehnten lassen sich mehrere Richtungen ausmachen, in die Bollywoodfilme thematisch tendierten.

In den 80er Jahren dominierten Gewalt- und Actionfilme die Leinwände. Die Wurzeln liegen zum einen in den politischen und sozialen Trends der 70er Jahre, zum anderen auch in der neuen Konkurrenz des Kinos durch das Farbfernsehen und Videorekorder. Die wachsende urbane Mittelschicht, die sich Fernseher leisten konnten, schaute lieber Seifenopern im Fernsehen, so dass das Kino das Medium für die Männer aus den niedrigeren Schichten war, die Gewalt- und Actionfilme bevorzugten. „Thus the middle-class audience began watching the new television soaps and viewing films on video at home, while the cinema halls became run down and regarded as suitable only for lower-class men.“<sup>42</sup>

In den 90er Jahren gab es eine Rückbesinnung der breiten Bevölkerung auf das Kino, trotz des neuen Mediums Satellitenfernsehen. Mithilfe neuer Marketingstrategien wurde das Kino aufgewertet und auch der ausländische Markt wurde interessant. In den Filmen der 90er Jahre werden vor allem traditionelle hinduistische Werte angesprochen. Dies resultiert

---

<sup>41</sup> Srinivas 2002, S.158

<sup>42</sup> Dwyer/Patel 2002, S.22

zum einen aus den aufgekommene rechten politischen Strömungen der Hindutva der 80er und 90er Jahre und dem traditionellen hinduistischen Werteverständnis der Mittelschicht, aber auch in den Bedürfnissen des Auslandsmarkts, der Non-resident Indians im Ausland, nach heiler indischer Familientradition. Die meisten Filme in dieser Zeit waren Familienmelodramen, ein vor allem bei Frauen beliebtes Genre, in denen meist eine starke autoritäre Figur, Vater, Großvater oder Onkel vorkam, die hindunationalistische Werte vertrat. Die Filme vermittelten eine moralische Überlegenheit der indischen Kultur über den westlichen Lebensstil.<sup>43</sup>

These films revive a form of the feudal family romance in a new, stylish, yet unmistakably Hindu, patriarchal structure, which is connected to the (largely indirect) part they play in the resurgence of Hindutva politics in the 1980s and '90s.<sup>44</sup>

Die hindunationalistischen Werte der regierenden Bharatiya Janta Party (BJP) spiegeln sich somit auch in den Kinofilmen wider. „The 90s films can at best be read as cinematic translations of the rhetoric of the Hindu Right.“<sup>45</sup>

Die Filme der 90er und des neuen Jahrzehnts werden zudem als Designerfilme bezeichnet. Schauplätze sind beispielsweise Colleges mit vielen jungen und westlich gekleideten Menschen, d.h. Männer in sportlichen Markenklamotten, Frauen in knappen Miniröckchen, oder das urbane High-Society Leben mit teuren Sportwagen und anderen Luxusaccessoires. Filme wie *Dilwale Dulhania Le Jayenge* mit einer ausgiebigen Darstellung von schnellen Sportwagen oder *Kuch Kuch Hota Hai* mit Gewicht auf hautengen Designerklamotten spiegeln den heutigen konsumorientierten Lebensstil und die Fantasien nach einem Leben in den höheren Schichten der Gesellschaft wider. „It is the ‚global‘ Indian – he dons imported clothing, flies to foreign lands at will, drives higher-end foreign cars, and sports designer haircuts – who holds centre stage in *Dil Chata Hai*.“<sup>46</sup> Markenkleidung, schnelle Sportwagen, Kurztrips ins westliche Ausland, am besten mit dem eigenen Hubschrauber oder Flugzeug, sind typische Elemente der Designerfilme der 90er Jahre. „Though traditional family values and cultural orthodoxy became the dominant *mantra*, Hindi films, with their stress on foreign locales and sharply chiselled textures, luxuriated in the lures of westernization.“<sup>47</sup> Trotz dieser ‚Verwestlichung‘ von Hindifilmen werden in den Filmen traditionelle indische Werte und Traditionen hoch gehalten.

Dieser Trend der Vermittlung hindunationalistischer Werte in den Kinofilmen ist nicht zu unterschätzen, denn das Kino hat in der indischen Gesellschaft einen großen Einfluss auf Werte, Normen und Verhaltensweisen, auch durch die starke Identifikation mit den Stars.

---

<sup>43</sup> Vgl. Viswanath 2002, S.48

<sup>44</sup> Dwyer/Patel 2002, S.22

<sup>45</sup> Viswanath 2002, S.50

<sup>46</sup> Chatterjee 2003, S.128

<sup>47</sup> Chatterjee 2003, S.131

Einige der neueren Filme orientieren sich auch inhaltlich an Filmen aus dem westlichen Ausland. Der 2003 erschienene Film *Koi mil Gaya* erinnert an *E.T. – der Außerirdische*, in *Mohabbatein* erkennt man Anlehnungen an den *Club der toten Dichter*, *Chori Chori*, *Chupke Chupke* zeigt deutliche Ähnlichkeiten mit *Pretty Woman* und aus *Reservoir Dogs* wurde der Film *Kaante*.<sup>48</sup>

## 3.2 Akteure im indischen Film

### 3.2.1 Männliche Figuren

Die Darstellung des männlichen Helden in indischen Filmen weicht ab von dem, was Hollywood und das westliche Kino uns als Held präsentiert. Die Stars und Helden im indischen Kino sind in westlichen Augen gut gebaute Machos in ärmellosen, hautengen T-Shirts oder Netzhemden und mit cooler Sonnenbrille, zudem allesamt Muttersöhnchen. Der Held muss Gefühle zeigen, darf öffentlich weinen und seinen Schmerz zeigen und die Zufriedenstellung seiner Familie bzw. seiner Eltern, vor allem in der Wahl seiner Frau, ist sein oberstes Ziel. „Das Happy End ist in Bollywoodfilmen nur ein wirklich glückliches Ende, wenn die Eltern des Helden zufrieden sind.“<sup>49</sup>

Seit den 90er Jahren sind zudem romantische Helden, menschlich, gefühlvoll und verletzlich, in vielen Filmen vertreten. Daneben gibt es auch die Darstellung des Antihelden, der sympathisch und gleichzeitig böse ist, mit dem sich das Publikum aber noch identifizieren kann.

Eine weitere männliche Figur neben dem Held ist der Bösewicht, deren Darstellung sich im Laufe der Zeit gewandelt hat von Dämonen in den 20er Jahren, arroganten Landbesitzern und Feudalherren in den 30er Jahren, Industriellen und Kapitalisten mit Hut und Anzug westlichen Stils in den Filmen der 40er und 50er Jahre bis hin zu Gangstern, Polizeibeamten, Terroristen, Waffenhändlern und Psychopathen in den 70er und 80er Jahren. Der Bösewicht war das Gegengewicht zum Helden und die eigentlich interessante Figur im Film. Der Film gipfelte in dem Kampf zwischen Held und Bösewicht. In den 90er Jahren allerdings ist das Bild des Bösewichts nicht mehr so eindeutig.

Man hat keine klaren Vorstellungen mehr, was ein Held bzw. ein Schurke tut und was nicht, was tugendhaft oder lasterhaft ist, da die Gesellschaft sich am Kreuzweg sozialpolitischer Wertesysteme befindet.<sup>50</sup>

Eine erwähnenswerte männliche Nebenfigur in fast jedem Hindifilm ist ein eher unfähiger Polizeiinspektor und/oder ein Witzbold, gespielt von dem Komiker Johnny Lever, dessen

---

<sup>48</sup> Vgl. Karweil 2003, <http://zeus.zeit.de/text/2003/03/Bollywood>

<sup>49</sup> Alexowitz 2003, S.95

<sup>50</sup> Alexowitz 2003, S.97

Markenzeichen weit aufgerissene Augen und lautes Geschrei sind. Mindestens eine Szene mit Johnny Lever gehört in jeden Bollywoodfilm.

### 3.2.2 Weibliche Figuren

Die Heldinnen im indischen Film haben sich ebenfalls im Laufe der Zeit gewandelt. Bis in die 60er Jahre waren die Heldinnen meist „treue, opferbereite Ehefrauen, tugendhafte Mädchen und sittsame Schwiegertöchter“<sup>51</sup> nach dem Vorbild der Sita aus der indischen Mythologie, ihre Kontrahentinnen waren Prostituierte oder Kurtisanen, gefallene Frauen, die sich als Tänzerinnen oder Mätressen ihren Lebensunterhalt verdienten und wie die Heldin auch den Held verführen wollten, was ihnen nicht gelingt.

Zudem gab es die Figur der bösen, tyrannisierenden Schwiegermutter oder Stiefmutter, die der Heldin das Leben schwer machten, ihr Unrecht aber am Ende einsahen und um Vergebung baten.

Ab den 70er Jahren verloren sich diese eindeutigen Rollenzuordnungen immer mehr. Es gibt heute Frauencharaktere in indischen Filmen, die westlich gekleidet sind, ihren eigenen Willen haben und bis zu einem gewissen Grad für ihre Rechte und die Rechte anderer eintreten. Die perfekte Frau in den Filmen der 90er Jahre ist zugleich modern und traditionell. Sie verfügt über die Freiheit, sich zu bilden und einem Beruf nachzugehen, nie vergisst sie dabei aber ihre Weiblichkeit und ihre traditionelle Rolle als Ehefrau und Mutter.<sup>52</sup>

Ein einheitliches, klares Frauenbild gibt es in Indiens Kinowelt nicht mehr. Zwar werden noch viele Klischees und Stereotypen gezeigt, aber auch Beispiele für realitätsnahe Frauenfiguren. Indiens Gesellschaft und Indiens Frauen sind noch auf der Identitätssuche, befinden sich in einer Umbruchphase.<sup>53</sup>

### 3.3 Darstellung von Sexualität

Bisher war die Darstellung von Sexualität in indischen Filmen tabu, es wurde wenig nackte Haut und schon gar keine Geschlechtssteile gezeigt – wobei die Röcke und Oberteile der Frauen mittlerweile oft schon sehr knapp sind und eine Aufweichung dieser Tabus bemerkbar ist. Dezente Küsse sind das absolute Maximum, und auch dies ist (noch) selten zu sehen, denn eigentlich sind Kussszenen auf der Leinwand verboten, darüber hinaus gehende Sexszenen sind unvorstellbar. Dennoch sind indische Filme nicht unerotisch. Es gibt eine obligatorische, aber dramaturgisch zusammenhanglose, Nasser-Sari-Szene, also Frau in nassem Sari, der auf der Haut klebt, in fast jedem Film. Kommen sich Mann und Frau näher, mündet dies unweigerlich in einer Tanz- und Gesangsszene in der Natur, z.B. auf

---

<sup>51</sup> Alexowitz 2003, S.98

<sup>52</sup> Vgl. Viswanath 2002, S. 44

<sup>53</sup> Alexowitz 2003, S.102

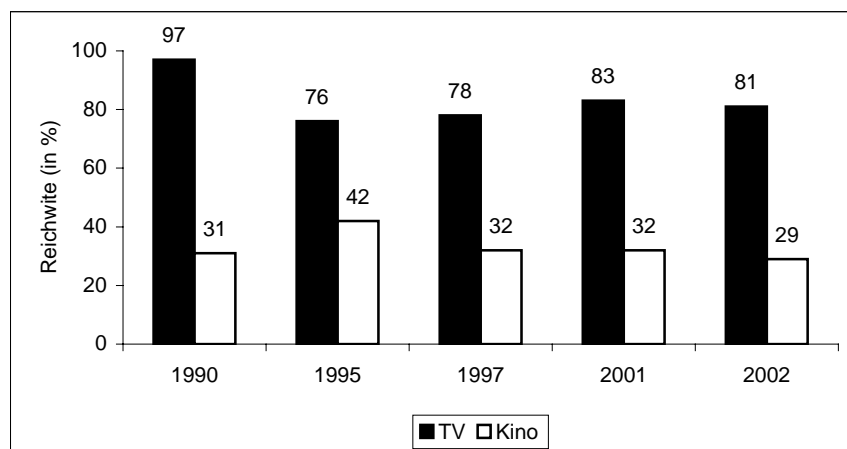
einer Alpenwiese, an einem Bach o.ä. Der Rest bleibt der Imagination des Zuschauers vorbehalten.

## 4. ‚Going to the Movies‘: Nutzung und gesellschaftliche Bedeutung des Kinos in Indien

### 4.1 Nutzung des Kinos in Indien

Das Kino hat seit den 90er Jahren erhebliche Konkurrenz durch das Satellitenfernsehen bekommen. Vor allem im urbanen Indien ist dieser Trend zu beobachten. Die privaten Satellitensender zeigen viele Kinofilme in ihren Programmen, so dass das Kinoerlebnis an Bedeutung verloren hat. Seit Ende der 90er Jahre sind aber sowohl der Fernsehkonsum als auch der Kinokonsum relativ stabil: rund 80 Prozent der urbanen Bevölkerung Indiens werden vom Fernsehen erreicht, das Kino erreicht etwa ein Drittel der Stadtbevölkerung (vgl. Abb. 2). Die Reichweite des Kinos bzw. der Medien generell ist bei der Landbevölkerung geringer als in der Stadt.<sup>54</sup>

Abb. 2: Kino- und Fernsehnutzung in den Städten 1990-2002



Quelle: NRS 2002 und Lodestar Media; zit. in: Kohli 2003, S.110

Täglich zählt Indien etwa 15 Millionen Kinobesucher, im Jahr sind es rund sieben Milliarden Inder, die die über 13.000 Kinos besuchen.<sup>55</sup>

### 4.2 Gesellschaftliche Bedeutung des Kinos als soziales Ereignis

Ins-Kino-Gehen ist ein soziales Ereignis und ein Gruppenerlebnis in Indien, der Film selbst ist dabei eher nebensächlich. „The social experience of movie-going is as important, if

<sup>54</sup> Zur Mediennutzung in Indien vgl. auch Koch 2003, S.117-142

<sup>55</sup> Vgl. Joshi/Bhatia 2002, S.800

not more important, than the film itself.“<sup>56</sup> Ein Inder würde nicht allein ins Kino gehen, sondern meist in einer Gruppe von vier bis zehn oder noch mehr Leuten. Die Gruppen bestehen aus Familienmitgliedern vom Kleinkind bis zur Großelterngeneration, Freunden und Arbeitskollegen.

Der Film wird dann auch nicht in seinem Ganzen, sondern selektiv gesehen. Die Zuschauer gehen herum und unterhalten sich oder telefonieren an Stellen, die sie nicht interessieren, z.B. den Tanzszenen, und klinken sich wieder ein, wenn es für sie wieder interessant wird. So ist es dann während des Films entsprechend laut im Publikum.

Socializing in the theatre with friends and family takes priority over seeing the film. Rather than the attentive stillness of audiences in the USA, in cinema theatres in India there is a continuous buzz of conversation and sounds of children laughing or crying. [...] The mobility of the Indian audience is yet another feature of the viewing culture that shapes the experience. During the film, audience members move around, visit the toilets or the concession stand, take restless children outside. [...] The resulting collective experience of watching movies in India, where interaction is central to the experience, is therefore very different from the emotional experience which contemporary Western audiences have of Hollywood films.<sup>57</sup>

Zudem gibt es eine große Gruppe von 'repeaters', von Kinogängern, die Filme immer wieder sehen. Diese 'repeaters' haben durch das Mehrfachsehen eines Films eine Art Beziehung zu den Akteuren im Film aufbauen können und kommentieren das Filmgeschehen, singen die Lieder mit, applaudieren und kommentieren Filmszenen, noch bevor sie auf der Leinwand gezeigt werden.<sup>58</sup> Das macht indische Kinofilme auch relativ langlebig. „Ein echter Bollywoodfan geht mindestens ein Dutzend Mal in ein und denselben Film. [...] Nirgendwo sonst auf der Welt hat das Kino eine so große Bedeutung wie in Indien.“<sup>59</sup>

Auch der Aspekt des Geschichtenerzählens hat durch die orale Tradition Indiens in der indischen Gesellschaft eine weitaus größere Bedeutung als im westlichen Kulturkreis.

Kino in Indien ist für die Zuschauer ein Entkommen aus der realen Welt, zumindest für die drei Stunden, die der Film lang ist. „Movie-going in India is about escaping reality.“<sup>60</sup>

#### **4.3 Bedeutung der Filmmusik in der indischen Gesellschaft**

Die Filmmusik kann als eigenständiges Element im indischen Kino betrachtet werden. Sie wird einige Monate vor dem Film veröffentlicht und unabhängig vom Film vermarktet, da die Rechte meist bei einer Musikfirma und nicht mehr bei der Produktionsfirma des Films liegen. Das Publikum der Filmmusik muss daher auch nicht mit dem des dazugehörigen Kinofilms übereinstimmen, was optimal jedoch der Fall ist, denn die Musik soll die Menschen ins Kino

---

<sup>56</sup> Srinivas 2002, S.159

<sup>57</sup> Srinivas 2002, S.164

<sup>58</sup> Vgl. Srinivas 2002, S.167f.

<sup>59</sup> Alexowitz 2003, S.19

<sup>60</sup> Srinivas 2002, S.168

locken, neugierig auf den Film machen. Die Musik wird im Radio gehört oder im Fernsehen, vor allem auf den Musiksendern, gesehen, wo Filmmusik das dominante Musikgenre ist.

Indische Filmmusik verbindet verschiedenste Musikelemente miteinander, von traditioneller indischer Volksmusik mit traditionellen Instrumenten bis zu moderner westlicher Musik.

„Filmmusik reflektiert die Interaktion zwischen Tradition und Moderne, Stadt und Land sowie nationaler Identität und dem Westen.“<sup>61</sup>

In der Gesellschaft ist Filmmusik immer präsent, neben der medialen Verbreitung werden Hindifilm-Songs z.B. auch auf indischen Hochzeitsfeiern gespielt. Viele Inder können die Songs auswendig, es gibt eine Quizshow in Indien, bei dem ein Spieler zwei Refrainzeilen eines Filmsongs singt und der andere Mitspieler mit dem letzten Buchstaben des letzten Worts einen neuen Filmrefrain finden muss.<sup>62</sup>

## 5. Resümee

Das indische Kino hat schwere Zeiten 2000 bis 2002 hinter sich und bestimmt keine leichteren Zeiten vor sich. Viele Veränderungen werden anstehen, von denen einige schon im Gange sind, die die Struktur des Kino- und Filmmarktes nachhaltig beeinflussen: Video-, CD- und DVD-Piraterie, Video-on-demand, pay-per-view und digitales Kino sind nur einige Schlagworte. Teilweise erscheinen Raubkopien des Films heutzutage schon bevor der Film selbst in die Kinos gelangt. Die Konkurrenz durch diese Produkte ist groß. Inwieweit der Markt ausbaufähig ist, der Westen sich für Hindifilme öffnet, ist schwer zu sagen. Auch ob der Einfluss des westlichen Kinos in Indien zunehmen wird, d.h. Hollywoodfilme den indischen Markt einnehmen, ist nicht abzusehen.

Bisherige Bemühungen, indisches Kino in der westlichen Welt zu etablieren, erreichten das westliche Publikum nur sehr peripher, wie man in Deutschland sehen kann, wo Hindifilme meist nur in Programmkinos großer Städte gezeigt werden. Allein Indienaffine zieht es hierzulande in indische Filme, für das Massenpublikum ist diese Art Kino wohl zu fremdartig.

Durch indisch-westliche Filme wie *Bend it like Beckham* oder *Bollywood Hollywood* wird zunehmend versucht, auch dem westlichen Publikum indisches Kino nahe zu bringen.

In Großbritannien und anderen Ländern, wo viele Non-resident Indians eine Heimat gefunden haben, sind diese Bemühungen wesentlich erfolgversprechender. Diese Märkte

---

<sup>61</sup> Alexowitz 2003, S.76

<sup>62</sup> Vgl. Alexowitz 2003, S.73

sind mittlerweile wichtige Einnahmequellen der indischen Filmindustrie, wobei auch hier vielmehr das indische als das westliche Publikum erreicht wird.

Indisches Kino ist eine Welt für sich, eigenständig gegenüber dem Kino der westlichen Welt, bei dem das Hollywood-Kino dominiert. Dies gilt sowohl für die Produktion, also die Filmindustrie, als auch für die Akteure vor und hinter den Kulissen, insbesondere die Stars des indischen Kinos, die ganz andere sind als die Stars des westlichen Films und auch ganz anders verehrt werden. Einzig bei den Themen, den Inhalten der Filme, schielen die Inder schon mal mit einem Auge auf Hollywood, wenngleich die Aufbereitung dieser Themen und die im Film vermittelten Werte wiederum der indischen Kultur angepasst sind.

## Literatur

- Alexowitz, Myriam: *Traumfabrik Bollywood. Indisches Mainstream-Kino*. Bad Honnef 2003
- Chatterjee, Saibal: Designer Cinema. In: Gulzar et al (Hrsg.): *Encyclopaedia of Hindi Cinema*. New Delhi, Mumbai 2003, S.117-131
- Dickey, Sara: *Cinema and the Urban Poor in South India*. Cambridge 1993
- Draguhn, Werner (Hrsg.): *Indien 2003. Politik, Wirtschaft, Gesellschaft*. Hamburg 2003
- Dwyer, Rachel / Patel, Divia: *Cinema India. The Visual Culture of Hindi Film*. New Delhi 2002
- Engell, Lorenz: *Sinn und Industrie. Einführung in die Filmgeschichte*. Frankfurt am Main 1992
- Ghose, Bhaskar: Censorship. Cuts, Snips, and Bans. In: Gulzar et al (Hrsg.): *Encyclopaedia of Hindi Cinema*. New Delhi, Mumbai 2003, S.415-425
- Gulzar / Nihalani, G. / Chatterjee, S. (Hrsg.): *Encyclopaedia of Hindi Cinema*. New Delhi, Mumbai 2003
- Jain, Jasbir / Rai, Sudha (Hrsg.): *Films and Feminism. Essays in Indian Cinema*. Jaipur, New Delhi 2002
- Joshi, Subash R. / Bhatia B.S.: Medien in Indien. In: Hans-Bredow-Institut (Hrsg.): *Internationales Handbuch Medien 2002/2003*. Baden-Baden, 2002, S.794-804
- Karweil, Christiane: Hinter den Kulissen Bollywoods. In: *Die Zeit* 03/2003. <http://zeus.zeit.de/text/2003/03/Bollywood>
- Khanna, Amit: The Business of Hindi Films. In: Gulzar et al (Hrsg.): *Encyclopaedia of Hindi Cinema*. New Delhi, Mumbai 2003, S.135-154
- Koch, Elena: Medien in Indien. Organisation, Rezeption und gesellschaftliche Implikationen. In: Draguhn, Werner (Hrsg.): *Indien 2003. Politik, Wirtschaft, Gesellschaft*. Hamburg 2003, S.117-142
- Kohli, Vanita: *The Indian Media Business*. New Delhi, Thousand Oaks, London 2003
- Kumar, Keval J.: *Mass Communication in India*. 3. überarb. u. akt. Aufl., Mumbai 2001
- Malik, Amita: The Golden Age. In: Gulzar et al (Hrsg.): *Encyclopaedia of Hindi Cinema*. New Delhi, Mumbai 2003, S.61-74
- Malhotra, Inder: *Dynasties of India and Beyond*. New Delhi 2003
- Mathew, K. M. (Hrsg.): *Manorama Yearbook 2001*, Kottayam 2001
- Pala, Joseph Mathew: Indian Cinema. In: Mathew, K. M. (Hrsg.): *Manorama Yearbook 2001*, Kottayam 2001, S.88-115
- Rodek, Hanns-Georg: Bollywood hat angerufen. In: *Die Welt*, 19.04.2002, [www.welt.de](http://www.welt.de)
- Srinivas, Lakshmi: The active audience: spectatorship, social relations and the experience of cinema in India. In: *Media, Culture & Society*, Vol. 24, No. 2, 3/2002, S.155-173
- Swami, Praveen: The Stars and the Dons. In: *Frontline*. Vol. 19, No. 17, Aug. 17-30 2002, [www.flonnet.com/fl1917/19170340.htm](http://www.flonnet.com/fl1917/19170340.htm)

Viswanath, Gita: Saffronizing the Silver Screen. The Right-Winged Nineties Film. In: Jain, Jasbir / Rai, Sudha (Hrsg.): *Films and Feminism. Essays in Indian Cinema*. Jaipur, New Delhi 2002, S.39-51

[www.exchange4media.com](http://www.exchange4media.com)

[www.ibosnetwork.com](http://www.ibosnetwork.com)

Die deutschen Übersetzungen der indischen Filmtitel stammen größtenteils aus Alexowitz 2003, S. 208-212