

# BOLLYWOOD

## DAS INDISCHE KINO UND DIE SCHWEIZ

25. Mai 2002 bis 8. September 2002 **Museum**  
Museum für Gestaltung Zürich **Gestaltung** zürich

Was für Hollywood einst der Orient, das ist für Bollywood heute die Schweiz: Das Paradies auf Erden. Die grösste Traumfabrik Indiens nutzt die Schweiz mit Vorliebe als Schauplatz für «Song and Dance Scenes». Die Filmfantasie Schweiz ist im indischen Alltag zum Fluchtpunkt der Sehnsüchte eines Millionenpublikums geworden, und mittlerweile hat sich die Schweiz als Tourismusdestination für die indische Mittelschicht etabliert.

Die Ausstellung «Bollywood. Das indische Kino und die Schweiz» basiert auf einem gemeinsamen Forschungsprojekt mit dem Seminar für Filmwissenschaft der Universität Zürich, das von der Gebert-Rüf-Stiftung finanziert wurde. Filmausschnitte, Stills, Fotografien, Plakate und Götterfiguren illustrieren die Konstruktion der emotionalen Landschaft «Schweiz» im indischen Kino – eine Landschaft, die wir so gut zu kennen glauben, und die doch von Grund auf neu entdeckt werden kann.

In Indien werden jährlich um 800 Filme gedreht. Bombay/Mumbai ist nicht nur einer der wichtigsten Standorte des indischen Filmschaffens, sondern hat auch den Ausdruck «Bollywood» in die Welt getragen – Bollywoodfilme vermitteln für indische Communities in Asien, Afrika, Europa und Amerika ein Stück kultureller Heimat. Im Vergleich zur Jahresproduktion des Namenspatrons Hollywood mit seinen rund 200 Filmen pro Jahr wirkt der indische Output geradezu gigantisch. Damit verfügt Indien über die grösste Filmindustrie der Welt. Das wirkt sich auch auf den Stellenwert aus, den das Kino im indischen Alltag hat. In den zahlreichen Kinos dominiert einheimischer Mainstream, und in den Privatkanälen des TV werden auch kinobezogene Sendungen gezeigt, wie etwa das Quiz «Wer wird Millionär?», das vom Filmstar Amitabh Bachchan moderiert und von Fragen zur indischen Filmgeschichte gespiesen wird.

### INTRO

Wohl kein Kino der Welt ist so emotional wie der indische Film. Held und Heldin tanzen im ewigen Eis und besingen ihre Liebe; die Kamera umkreist sie, setzt sie in Nahaufnahme. Anders als im westlichen Kino wird die Liebe aber nie «vollzogen», sondern im Liedtext und in Andeutungen, Gesten, Blicken dargestellt. Und zwar in einer Sprache der Verführung, die universell und auf den ersten Blick verständlich ist.

*Hum aapke dil mein rehte hain* – «Ich bin in deinem Herzen», heisst der 1999 von Satish Kaushik gedrehte Film, der die beiden Stars Kajol und Anil Kapoor inmitten schönster Schweizer Landschaften auf ihrer Hochzeitsreise zeigt.

### INGREDIENZEN DES MASALA MOVIE

Was im Westen unter den Stichworten Hybridität oder Crossover theoretisiert wird, ist im Bollywood-Kino schon lange eine Selbstverständlichkeit. Genreinteilungen, wie sie das amerikanische Kino lange Zeit befolgte, haben hier nur beschränkt Gültigkeit. Auch wenn Bollywood-Filme in den Neunzigerjahren in der Mehrzahl Melodramen oder Komödien sind, enthalten sie auch andere Genrelemente, greifen auf Theatertraditionen und westliche Kinomoden zurück: auf Komik, Action, Gewalt, Familiendramen, Liebesgeschichten oder Politthriller, wie etwa der Film *Mrityudaata* – «Der Gott des Todes», 1997 zeigt.

Bollywood-Filme werden deshalb oft mit der typisch indischen Mischung verschiedener Gewürze verglichen, die ein Curry ausmachen. Auch die Filme enthalten eine ganze Reihe von diesen «Masala», deren Mischung stimmen muss, damit der Film ein Publikumserfolg wird. Hinter diesem Kino steckt das Konzept der Rasas, der neun Emotionen, das die Dramaturgie aus der klassischen indischen Ästhetik entwickelt hat. So basieren die formelhaften Storys letztlich auf der richtigen emotionalen Mischung: auf Liebe, Komik, Kummer, Wut, Heldentum, Schrecken, Ekel, auf Wundersamem und Friedvollem. Damit die Mischung funktioniert, braucht es indes Regeln. Die Kinobranche prägte dafür den Begriff des Formelfilms – vergleichbar einem Rezept, das Neuinterpretationen zulässt und doch bestimmte Dinge enthalten muss, will es erfolgreich bleiben.

Musik und Tanz bilden das zentrale Erfolgskriterium für den Bollywood-Film. Er kann durchaus drei und mehr Stunden dauern und enthält mindestens fünf bis sechs grosse «Song and Dance Scenes». Oft entscheidet die Popularität der Filmmusik, die lange vor dem Kinostart auf den Markt kommt, über den Erfolg eines Films. Über Radio, TV, Kassetten oder CDs werden die Songs verbreitet, und in kleinen Booklets kann man die Liedtexte nachlesen. Die Sängerinnen und Sänger, zu deren Playback die Stars agieren, bleiben meist unbekannt. Ausnahmen bilden Lata Mangeshkar, Asha Bhosle und Mohammad Rafi, die über Jahrzehnte den wechselnden Stars ihre Stimme geliehen haben.

Die Songs funktionieren als eigenständige Einheiten innerhalb der Filmhandlung. Ob als Traumsequenz oder filmische Wirklichkeit bleibt häufig offen: Im selben Song wechseln nicht nur die Kleider der Stars mehrfach, sondern auch die Landschaften, in denen sie spielen. Die Musiknummern reflektieren auf einer lyrischen Ebene das Geschehen: als Wunschvorstellung, Intermezzo und erotische Fantasie – aber immer auch als Anlass, die Schaulust des Publikums zu befriedigen. Denn sie machen häufig Gefühle explizit, die in der Filmhandlung nur unterschwellig ausgelebt werden. Während die Musiknummern in den Fünfziger- und Sechzigerjahren von der poetischen Qualität der Texte und ihrer kunstvollen Interpretation lebten, bestechen sie heute durch die aufwändig produzierten Tanzeinlagen. Dazu müssen die Stars einiges an Talent mitbringen. Aber auch die Choreografinnen und Choreografen wie etwa Saroj Kahn leisten Schwerarbeit: Für die «Song and Dance Scenes» übergibt der Regisseur die Verantwortung den «Dance Masters». Sie entwickeln auf der Grundlage, die ihnen die Komponisten und Songschreiber liefern, und auf Grund der tänzerischen Fähigkeiten der Stars ihre Choreografien. Dabei lassen sie sich von klassischen indischen Tanzformen ebenso inspirieren wie vom Hollywood-Musical, von Michael Jackson und MTV.

## ENZYKLOPÄDIE DER BOLLYWOOD-LIEBE

Die romantische Liebe ist ein «göttliches» Thema: in Indien ist sie aufs Engste mit Krishna und Radha verbunden. Die Liebesgeschichte zwischen dem blauhäutigen, flötenspielenden Gott und dem Milchmädchen beginnt damit, dass er sie beim Baden beobachtet, ihren Sari stiehlt und sie damit vor die Wahl zwischen Sittsamkeit und göttlicher Liebe stellt. Radha entscheidet sich für Krishna und damit für ein Leben voller Liebe, die sich in paradiesischer Landschaft erfüllt.

Die Enzyklopädie der Liebe des Bollywoodfilms ist schematisch aufgebaut. Das Gesetz des Guten funktioniert nach der Formel: Held und Heldin lernen sich kennen und lieben, heiraten und bilden eine glückliche Familie. Das Gute triumphiert am Ende stets über das Böse, das zwar mit kurzlebigen Genüssen lockt, aber keinen Bestand hat. Gut und Böse lassen sich leicht erkennen: «Good girls» sind freundlich, zurückhaltend, sanft und traditionell gekleidet, «bad girls» dagegen sexy, schamlos, knapp und westlich angezogen. Beide Welten, denen sie entstammen, werden indes gefeiert: die traditionelle Gesellschaft und die modernen Zeiten, die soviel an attraktiven Konsumgütern bereit halten ... Am üppigsten fallen die Hochzeitsszenen aus. Aber auch das richtige Setting ist wichtig: Nur vor dem Hintergrund einer paradiesischen Landschaft gedeiht die Liebe, dort, wo schon die Götter zueinander fanden. Sanfte Hügel, plätschernde Bäche, Blumenwiesen bilden häufig den Hintergrund der «Song and Dance Scenes», in denen sich die Helden ihre Liebe verkünden.

## DREHORT SCHWEIZ

Auf der Suche nach neuen, exotischen Schauplätzen kommt 1964 der Regisseur, Produzent und Schauspieler Raj Kapoor für *Sangam* zum ersten Mal in die Schweiz. Danach ist es vor allem der erfolgreiche Regisseur Yash Chopra, der die Schweiz als Drehort wieder entdeckt. Er öffnet mit seinen hier gedrehten Filme vielen indischen Produktionen die Türe. Seine Obsession für die Schweiz als Drehort erklärt er folgendermassen: «Ich will das Publikum im grossen Massstab unterhalten. Meine Filme sollen ihm Romantik, Poesie und Glücksgefühle bieten – mit Blumen, Bergen und Seen. Wieso soll ich dem Publikum Schmutz anbieten, wenn ich ihm ein Geschenk voller Schönheit machen kann?»

Paradiesische Kulissen sind vor allem für die «Song and Dance Scenes» unerlässlich. Diese werden in den Neunzigerjahren häufig in der Schweiz gedreht. Weil die Infrastruktur stimmt. Und weil die Berge hier fast so schön sind wie im Kashmir – einem der Sehnsuchtsorte der indischen Mythologie, der wegen politischer Unruhen als Drehort kaum mehr in Frage kommt. In der Zwischenzeit haben auch die Dörfer und Städte, Einkaufszentren, Flughäfen und Hotels in die Ikonografie dieses modernen Paradieses Eingang gefunden. Epizentrum dieser ausgelagerten Filmproduktion ist das Berner Oberland, mit Ausläufern nach Genf und Lausanne, Luzern und Zürich. Regisseure schätzen es darüber hinaus, dass sie in der Schweiz konzentrierter als in Indien einen Dreh durchführen können: Die jeweils für eine bestimmte Zeit verpflichteten Stars haben weit weg vom hektischen Bombay/Mumbai kaum die Möglichkeit, zu anderen Produktionen abzuspringen. So diskret wie die Schweizer Zaungäste ist zudem kein anderes Publikum, was die Dreharbeiten, die jeweils ab Frühjahr stattfinden, zusätzlich erleichtert. Dass von den indischen Drehs einmalige Bilder entstehen, zeigt die von Martin Peer zusammengestellte Tonbildschau, die Material von Tina Ruisinger, Olaf Becker und Christof Schürpf vereint.

Natur wird erst in einem ästhetischen Akt der Darstellung und der Wahrnehmung zur Landschaft – weit mehr als nur als Kulisse, dient die Bergwelt im Bollywood-Film der Vermittlung metaphysischer Werte. Die westliche Tradition der Landschaftsdarstellung setzte im 17. Jahrhundert mit der Entdeckung und Rationalisierung der mythisch besetzten Bergwelt ein. Mittlerweile wird dieses Bild der Berge, das auf monumentale Erhabenheit und romantische Naturbetrachtung setzte, auch dekonstruiert: etwa in den fotografischen Arbeiten von Guido Baselgia und Tobias Madörin. Ganz ohne Bezug auf reale Berge wiederum konstruieren Monica Studer / Christoph van der Berg Landschaften im Computer, und Regula Bearth liest eine in den Bergen verortete Sage mit Hilfe des Computers neu.

## **TOURISMUS**

Die indische Mittelschicht überprüft die Kinoschweiz des Bollywood-Films auch in der Realität. Indische Paare kommen auf Hochzeitsreise in die Berge und singen auf dem Jungfrauoch die Songs ihrer Stars nach, die dort einst vor der Kamera standen, wie der kurze Dokumentarfilm *Happy End in Switzerland* von Dorothee Wenner zeigt.

Die Schweizer wiederum reagieren auf die indischen Touristen, die mittlerweile das am schnellsten wachsende Segment des Tourismus in der Schweiz ausmachen. Einige Hotels haben sich in ihrem Angebot darauf eingestellt, und in Kursen wird der Umgang mit den als anspruchsvoll geltenden indischen Touristen gelehrt.

Im indischen Alltag überlagern sich die weltweit geläufigen Klischees der Schweiz mit der charmanten Fantasie, die das indische Millionenpublikum von ihr hat. Dies zeigt neben einer Auswahl von indischen Werbespots auch die Fotoarbeit von Ashima Narain, die sich auf die Spurensuche nach der Schweiz in Indien machte.

## **REZEPTION UND WERBUNG**

Nicht nur das Starsystem, auch die Filmwerbung funktioniert im indischen Kino etwas anders als im westlichen Kino. Bekannt sind die grossformatigen, in Öl auf Leinwand gemalten Filmplakate. In kleinen Manufakturen werden die bis zu 72 m<sup>2</sup> grossen Plakate gemalt – hochgradig arbeitsteilig und hierarchisch organisiert vom «Painter artist» zu den «Second Artists», die vorzeichnen, von den Schriftenmalern, Plakatgrundierern, Raster-Einteilern, Konturenzeichnern bis hin zu den Stoffnähern, dem Ölfarbenmischer und -kocher, Rahmenbespanner und Sperrholzsäger. Als Vorlagen dienen Fotos der Filmstars, die in ein Raster aufgeteilt, vielfach vergrössert und direkt auf die zuvor grundierte Leinwand gemalt werden. Der Boom der Filmplakate ist freilich vorbei; die Filmindustrie setzt zunehmend auf vereinheitlichte Marketingkampagnen mit fotografischen Motiven, und so wird das Geschäftsfeld etwa auf Porträts von Politikern ausgeweitet.

Im kleinen Format werden die Stars in den unzähligen Postkarten gefeiert, die an jeder Strassenecke gekauft werden können. Je grösser der Stapel, desto beliebter der Star. Zwischen diesen Formaten breitet sich eine ganze Fülle von Werbemitteln aus, deren häufigste die Filmplakate, Lobbycards und Starplakate sind. Dabei wird der Name des Stars auf den Filmplakaten nicht erwähnt – unnötig, denn sind sie einmal bekannt, kennt sie jedes Kind.

# IMPRESSUM

## Ausstellung

Kuratorinnen: Meret Ernst, Cecilia Hausheer

Assistenz: Gabriella de Gara

Mitarbeit: Till Brockmann, Alexandra Schneider, Dorothee Wenner, Riyad Vinci Wadia

Ausstellungsarchitektur: This Dormann

Sekretariat: Tina Schalow

Bauten: Werkstatt MfGZ, Jürg Abegg (Leitung),

Vreni Betschart, Othmar Burgherr, Andrea Castiglia, Nils Howald,

Domenico Scrugli, Andreas Tschannen, Mark Weibel

AV-Technik: Jörg Schellenberg, Pascal Lampert

IT-Technik: IT-Zentrum HGKZ, Barbara Berger

Video-, DVD-Schnitt: Christina Hemauer, Niklaus Handschin

Produktion Bollymap: Belleville AG, Maya Aharon, Andreas Kohli

Produktion Tonbildschau: Martin Peer

Fotoatelier HGKZ: Regula Bearth, Betty Fleck, Trudi Haussener

Grafik Ausstellung: Diana Pollastri (Konzept), Grafikatelier MfGZ/HGKZ: Moritz Wolf, Tobias Strebel

Übersetzung: Anjali Gupta Basu (Hindi-Deutsch), Michael Robinson (Deutsch-Englisch)

Betrieb: Helen Moser (Leitung)

Grafik Plakat, Einladungskarte, Flyer, Publikation: Trix Wetter, Zürich

Produktion Publikation: Christina Reble

## Publikation

Bollywood. Das indische Kino und die Schweiz

Herausgegeben von Alexandra Schneider

Format 23 x 30 cm, 176 Seiten, 250 Farbabbildungen

ISBN 3-907065-95-6

Verkaufspreis CHF 50.-

Edition Museum für Gestaltung Zürich

Filmprogramm Kino Xenix: Rosa Maino

## Herzlichen Dank für Leihgaben und Unterstützung

Guido Baselgia, Baar; Regula Bearth, Zürich; Olaf Becker, Stuttgart; René Dalucas, MfGZ; Hans Demarmels, Zürich; Niranjan N. Desai, Indischer Botschafter in der Schweiz; Saryu V. Doshi, National Gallery of Modern Art Mumbai; Jean-Pierre Francioli, Tritten Travel; Amrit Gangar, Bombay; Xenia Guhl/Corinne Marko, Zürich; Vinzenz Hediger, Zürich; Max Heller, Generalkonsul a. D. der Schweiz in Bombay, Spiez; Martin Hemmi, Zürich; Claudia Imholz, Meilen; Christoph Janetzko, Berlin; Kambli Arts Mumbai; Urs Keller, Zürich; Walter Keller, Zürich; Alexandra Könz, Zürich; Tobias Madörin, Zürich; Eveline Masilamani, Männedorf; Ashwin Merchant, Generalkonsulat der Schweiz in Bombay; Peter Mettler, Toronto; Ralf Michel, Zürich; Jehangir D. Mody, Bombay/Berlin; Felix von Muralt, Paris; Ashima Narain, Bombay; Martin Peer, Zürich; Hans Renggli, Generalkonsul der Schweiz in Bombay; Alexandra Rozkosny, Zürich; Felix Ruhl, Basel; Tina Ruisinger, Zürich; Philipp Schäfer/Jan Martin Scharf, Köln; Christof Schürpf, Luzern; Anka Schmid, Zürich; Peter Schreiner, Zürich; Dayanita Singh, Dehli; Vijay K. Singh, Schweizerisch-Indische Gesellschaft Zürich; Raghvendra Singh, Tagore Zentrum für indische Kultur Berlin; Preeti Sodha, Küsnacht; Federico Sommaruga, Schweiz Tourismus; Niklaus Spoerri, Zürich; Monica Studer/Christoph van den Berg, Basel; Felix Studinka, MfGZ; Sandra Sunier, Museum für Kommunikation Bern; Jakob Tritten, Tritten Travel; Ujjwal Balkrishna Vaidya, Balkrishn Art Mumbai; Pushpa Verma, Muri b. Bern; Regi Wittwer, Schweiz Tourismus; Eva Wolf, Berlin; Mara und Markus Züst, Zürich

## Forschung

Alexandra Schneider, Till Brockmann, Cecilia Hausheer

Mitarbeiter/innen: Dorothee Wenner, Berlin; Alexandra Rozkosny, Zürich; Urs Keller, Zürich; Riyad Vinci Wadia, Bombay, New York, Meenakshi Shedde, Bombay

Die Forschung wurde unterstützt von der Gebert-Rüf-Stiftung [www.grstiftung.ch](http://www.grstiftung.ch), Basel