

In der kalten Gegend der kalten Menschen (thand mansanchya thand pradeshat)

In der kalten Gegend dieser kalten Menschen
Glühen die Schmerzen kaum.
Wenn der Körper friert,
muss man den Körper halt mit den eigenen Wunden bedecken –
gegen Stürme ankämpfend.
Man soll das Blut der Menschheit fließen lassen
Und... wenn das Blut auch gefriert,
dann soll man in offenen Augen unzählige Lotusblumen der Sonne blühen lassen.

Vielleicht wäre es dann sinnvoll wahrhaft „als Mensch zu leben“.
Die Dornen auf jeden Schritt wegräumend
Soll man beenden
die Reise in der kalten Gegend dieser kalten Menschen.

Bevor den Mond zu bekommen... (chandra hahaaat yanya aadhich)

Nach jedem Neumond kann man den Vollmond sehen, sagt man –
In diesem Viertel war er noch nicht einmal mit einem Teil von sich zu sehen.
Kein Fakir tauchte hier auf

die Zukunft der nackten Kinder auf seiner Hand tragend
helfende Hände alle beschäftigt.
In der Welt der Versprechungen sind Träume bedeutungslos.
Hier werden die Augen selbst zu dem Weg, den sie erwartungsvoll absuchen.
Die umgebende Dunkelheit trinkende lebendige dunkle Menschen vergehen auch in die Dunkelheit.
Die Hände strecken sich vergeblich zum Himmel hin
um bis zum Mond zu kommen.

Aus dem Marathi übersetzt von Vrusbali Deshpande

Gut zum Druck?

Indiens Buchmarkt zwischen Konsumboom und Raubdruck

Bernard Imhasly

Indien ist „einer der größten Buchmärkte der Welt“, sagte eine britische Marktstudie vor drei Jahren: Mit einem Umsatz von rund 2 Milliarden Franken sei das Land der achtgrößte Bücherproduzent der Welt, und mit seinen 60.000 Titeln mit einer Gesamtauflage von 50 Millionen Exemplaren jedes Jahr „gehört es volumenmässig zu den drei größten“. Die Einladung Indiens als Gastland der diesjährigen Frankfurter Buchmesse ist daher nicht nur dem Umstand zuzuschreiben, dass Indien weltweit im Trend liegt. Die Tatsache, dass es das einzige Land ist, das nach 1986 bereits zum zweiten Mal diese Einladung erhält, zeigt höchstens, dass die Frankfurter Buchmesse auch ihre Finanzbücher richtig liest.

Dass das Land ein interessanter Buchmarkt ist, drängt sich schon von der Demographie auf. Mit einer Bevölkerung von 1.1 Milliarden Menschen wirkt das Gesetz der Großen Zahl selbst dann, wenn man eine tiefe Alphabetisierungsrate und Bildungsrate in Rechnung stellt. Die erste liegt bei 65 Prozent, aber dies sind immer noch 700 Millionen Menschen. Von den 200 Millionen Kindern in der Primarschule scheidet die Hälfte bis zum fünften Schuljahr bereits wieder aus, und nur etwa 45.000 haben schließlich einen Doktorhut auf dem Kopf. Dennoch ergibt dies in den rund 10.000 Colleges und 486 Universitäten eine sub-

stanzielle Zahl von potenziellen Buchlesern, ganz abgesehen vom riesigen Bedarf an Schulbüchern.

Wer sich aufmacht, diesen blühenden Markt zu entdecken, erlebt dann aber einen Schock. In den Großstädten mag der Beobachter zunächst noch einen Bücher-Boom feststellen. Überall entstehen neue Buchhandlungen, und die eben erst einsetzende Revolution des Detailhandels räumt auch diesen in den luftgekühlten Konsumpalästen eine Ecke ein. *Crossword*, vor zehn Jahren noch ein unbekannter Detaillist, hat inzwischen sechzehn Läden, *Landmark* in Südindien tut es ihm nach, und bereits erscheinen die ersten Buchläden in Tankstellengeschäften – allein die neue Erdölfirma *Reliance* will in den nächsten Jahren in ihren 800 „Convenience Stores“ auch Buchdecken einrichten.

Doch wer die Globalisierungsblasen des halben Dutzend ‚Metros‘ – Bombay, Chennai, Delhi, Kolkata, Hyderabad, Bangalore und vielleicht Pune – verlässt, begibt sich in ein bibliophobes Niemandsland. Selbst in Fünf-Millionen-Städten wie Ahmedabad, Amritsar, Lucknow, Madurai stellt man fest, dass ein ‚Bookshop‘ zuerst einmal ein Laden für Schulbücher ist, in zweiter Linie eine Papeterie, und wenn man Glück hat, kann man noch einige Ludlums, Crichtons und Grishams finden. Und wer noch weiter hi-

nuntergeht in die zahllosen Kleinstädte mit ihren hunderttausend Einwohnern, wird keine Buchhandlung mehr finden. Von den Dörfern gar nicht zu reden, es sei denn, er sei in Kerala, dem Bundesstaat mit der höchsten Lesdichte. Das Bild verdüstert sich noch mehr, wenn man die Lage in den Lokalsprachen betrachtet. Selbst in der Hindi-Metropole Delhi hat man Mühe, mehr als drei Hindi-Buchläden zu finden. In Kalkutta oder Bombay, der Heimat stolzer literarischer Traditionen sind Läden für Bengali und Marathi dünn gesät.

„Indien ist kein buchlesendes Land“, sagt Ravi Singh, der Chef von *Penguin India*. Er erklärt dies damit, dass die indischen Mittelschichten bis vor kurzem sehr klein gewesen seien, und dass Bücher weithin ein Privileg der kleinen Brahmanenkaste waren. Literarische Texte wurden traditionell zudem nicht ‚gelesen‘, sondern gehört. Noch heute gibt es *Kavi Sammelans* in Hindi und *Mushairas* in Urdu, zu denen Tausende strömen, um der Rezitation von Gedichten zuzuhören – doch niemandem würde es einfallen, ein Buch des Autors zu kaufen. In Maharashtra gibt es immer noch Haushalte, sagt der Lyriker Vishnu Khare, in denen nach dem Abendessen der ganze Clan zusammenkommt und sich aus einem Buch vorlesen lässt – ein Überbleibsel aus der Zeit des Analphabetismus. Die nun anschwellende neue Mittelklasse ist ein Produkt der allmählichen Liberalisierung der letzten zwanzig Jahre. Die Öffnung erfolgte aber in einer Zeit, in der das allmächtige Konsumgut Fernsehen bereits fest etabliert war, noch bevor sich feste Lesegegewohnheiten entwickeln.

Penguin publiziert inzwischen stolze 230 Titel im Jahr. Zwei Drittel sind Eigenproduktionen. Die Präsenz von *Penguin* hat zu einer Blüte literarischer Texte und Autoren geführt, angespornt vom internationalen Erfolg von Schriftstellern wie Arundhati Roy, Vikram Seth, Amitav Ghosh. Doch wenn man Ravi Singh fragt, was denn für ihn die Definition eines Bestsellers ist, antwortet er nur halb im Scherz: „Jedes Buch, von dem mehr als 5.000 Exemplare verkauft werden“. Er meint damit natürlich eher einen „Goodseller“, ein Buch, das seine Kosten plus etwas Gewinn einbringt. Die meisten Neuerscheinungen kommen mit einer Druckauflage von 2.000 Exemplaren auf den Markt und erleben keinen Nachdruck. Und die eigentlichen Bestseller sind ebenfalls keine wirklichen Reisser: Der absolute Bestseller von *Penguin* ist ein Buch des Staatspräsidenten Abdul Kalam, mit einer Auflage von 170.000. Arundhati Roys *Der Gott der kleinen Dinge* wurde weltweit millionenfach umgesetzt, in Indien wurde es bis heute gerade hunderttausend Mal verkauft. Es stellt sich heraus, dass die stolzen 230 Neuerscheinungen jedes Jahr für den Verlag ein Danaergeschenk sind: „Ich würde lieber weniger Bücher verlegen, aber die kleinen Stückzahlen zwingen mich, Volumen auf dem Weg über die große Zahl von Titeln zu schaffen“.

Es gibt in Indien nur ein knappes Dutzend Schriftsteller, die von ihren Büchern leben können – und dies auch nur wegen den Lizenzverkäufen ins Ausland. Die englischsprachigen Autoren profitieren am meisten vom Konsumboom und von einem Wirtschaftswachstum, das mit 7-8 Prozent pro Jahr jedes Jahr mehrere Millionen potenzieller Konsumenten schafft. Der indische Käufer hat zwar nicht seine Kauflust, aber immerhin seine Kaufkraft erhöht – er liest nicht mehr, aber er bezahlt besser. Und er ist zudem ein treuer Leser. Die Liste verfügbarer Bücher – die berühmte „Backlist“ – bringt den Verlagen die Hälfte ihres Umsatzes ein. In Europa, sagt Ravi Singh, sind es nur 10 Prozent, und der große Beitrag kommt dort von den Neuerscheinungen.

Der Boom hat aber die Produktion in den indischen Sprachen noch kaum berührt. Die ersten englischsprachigen Verlage haben nun begonnen, einige Hindi-Titel in ihr Programm aufzunehmen, und englischsprachige Erfolgsautoren werden nun auch in die Nationalsprache übersetzt. Dennoch gibt es, sagt Vishnu Khare, nur einen lebenden Hindi-Autor, der von seinen Büchern leben kann, der Mythenzähler Narendra Kohli. Jeder andere ist nebenbei noch Journalist oder Lehrer oder Beamter. Pawan Verma, der Chef der indischen Kulturförderung ICCR und ebenfalls ein Schriftsteller, erklärte vor einigen Monaten, Ramakant Rath, der bekannteste Dichter von Orissa, mit den höchsten literarischen Preisen bekränzt, erreiche Auflagen von weniger als 1.000 Exemplaren. Sein Gesamteinkommen aus seinen Büchern belaufe sich auf 1.700 Rupien – 50 Franken.

Was erklärt also die Größe des indischen Buchmarkts? Es sind vor allem Schultexte und Nachschlagewerke. Nur etwa vierzig Prozent des Sektorumsatzes wird von Verlagen und Genres bedient, mit denen der Durchschnittsleser den Markt in Verbindung bringt – literarische Texte und Sachbücher. Die großen Umsätze werden in einem Teil der Branche gemacht, die weithin unsichtbar ist und den riesigen Bildungssektor bedient. Sie wird beherrscht von Verlegern, die mit Literatur wenig anfangen können, und die ihre Gewinne lieber in Hotels investieren als in Bücher und die Pflege lokaler Sprach- und Literaturtraditionen. Dies erklärt die Tatsache, dass mit Ausnahme der englischsprachigen Segments Autoren nicht nur schlecht bezahlt werden – oft wird nicht einmal ihr Copyright respektiert und sie werden zu Opfern von Raubdrucken, erfolgreich zwar, aber bettelarm.

Zum Autor

Bernard Imhasly ist langjähriger Indien-Korrespondent verschiedener deutschsprachiger Medien, u.a. der tageszeitung (taz) sowie der Neuen Zürcher Zeitung (NZZ).