

Sonderveranstaltung zur nigerianischen Videofilmindustrie – eine Kooperation zwischen dem HAU – Hebbel am Ufer und dem Internationalen Forum des Jungen Films

Im Rahmen der Berlinale wird das 'Phänomen Nigeria' erstmalig in Vorträgen, Filmvorführungen, Werkstattgesprächen und Workshops vorgestellt. Teilnehmer sind u.a. die nigerianischen Produzenten/Regisseure Francis K. Onwochei, Peace & Greg Fiberesima, Jeta Amata, Charles Novia sowie der Filmwissenschaftler Dr. Onookome Okome. Die Veranstaltung findet am 9./10. Februar im Hebbel am Ufer HAU2, Hallesches Ufer 32, statt. Detailliertes Programm unter: www.hebbel-am-ufer.de oder www.fdk-berlin.de
Mit freundlicher Unterstützung der Bundeszentrale für politische Bildung.

Hollywood in Nigeria – or: How to get rich quick

Westliche Filmprofessionelle reagieren zumeist mit ungläubigem Staunen auf das 'Phänomen Nigeria': Im bevölkerungsreichsten Land Afrikas werden derzeit mehr Filme produziert als in Indien oder in den USA. Bei den eintausendzweihundert Titeln pro Jahr handelt es sich um Videofilme, die mit niedrigstem Budget innerhalb von wenigen Tagen gedreht werden – dann aber als VHS-Kassetten bis zu zweihunderttausendmal verkauft werden und in den zahlreichen Videoclubs schnell ein Millionenpublikum erreichen. Das Erfolgsgeheimnis dieser noch sehr neuen Unterhaltungsindustrie liegt zweifellos im Gespür für die richtige Mischung – die nigerianischen Videofilme sind eine hybride Kreuzung aus Kino und Fernsehen, die auf abenteuerliche Weise afrikanische Traditionen wie etwa die des Yoruba-Wandertheaters mit Versatzstücken globalisierter Medienkultur kombinieren. Vor allem US-amerikanische Horrorfilme dienen den nigerianischen Filmschaffenden als Inspirationsquelle, ebenso das indische Bollywood-Kino und lateinamerikanische Soaps. Inzwischen schaut man im anglophonen Afrika mit größtem Interesse auf die Videofilmindustrie von Lagos; so versuchen etwa Ghana und Kenia, mit Produktionsfirmen aus Lagos Stars und Stories auszutauschen und so das nigerianische Modell zu imitieren.

Auch wenn die neuen Filme aus Nigeria kaum etwas mit dem klassischen afrikanischen Erzählkino gemein haben: Als Antwort auf ökonomische und politische Realitäten sind diese Videofilme im internationalen Kinokontext eine spannende Herausforderung. Zumal, weil das westliche Verständnis von afrikanischem Kino seit den sechziger Jahren von Filmen geprägt wurde, die, abgesehen vom Fespaco-Festival in Burkina Faso, in Afrika kaum gezeigt bzw. gesehen werden konnten. Die neuen Produktionen aus Nigeria haben im Unterschied zum

Special event on the Nigerian video filmmaking industry Held jointly by the HAU – Hebbel am Ufer theatre and the International Forum of New Cinema

The "Nigerian phenomenon" will be presented for the very first time in lectures, screenings, discussions and workshops held as part of the Berlin International Film Festival. Participants will include Nigerian producer-directors Francis K. Onwochei, Peace and Greg Fiberesima, Jeta Amata and Charles Novia, as well cinematologist Dr. Onookome Okome. The event will be held on 9 and 10 February, 2004 in the Hebbel am Ufer HAU2, Hallesches Ufer 32. Further details can be found under: www.hebbel-am-ufer.de and www.fdk-berlin.de

The organisers would like to thank the Federal Agency for Civic Education (BPB) for its support.

Hollywood in Nigeria, or how to get rich quick

Most Western film professionals are astonished by the "Nigerian phenomenon". Africa's most populous country currently churns out more films than India or the United States. The 1,200-odd titles made each year are video productions cobbled together in just a few days on a shoestring budget. But up to 200,000 copies of these films are sold on VHS cassettes and soon reach an audience of millions in Nigeria's many video rental stores. Without a doubt, the secret of this still very new entertainment industry is to get the right balance, for Nigerian video films are a cross between cinema movies and television programmes, combining African traditions like those of the Yoruba travelling theatre with set pieces from the global media culture in fantastic style. American horror movies are a particularly popular source of inspiration for Nigerian filmmakers, as are Indian Bollywood films and Latin American soap operas. The rest of Anglophone Africa is watching the Lagos video filmmaking industry with great interest. In Ghana and Kenya, for example, production companies from Lagos are trying to mimic the Nigerian model, simply swapping the stars and stories.

The new films produced in Nigeria may have little in common with the classic African narrative cinema, but as an answer to economic and political reality they represent an exciting challenge in the context of the international cinema. This is particularly the case as the Western under-

afrikanischen Autorenkino wenig Ambitionen, auf europäischen Festivals oder in Arthouse-Kinos Karriere zu machen. Tatsächlich wirken viele dieser Filme auf ein westliches Publikum sogar befremdlich: Als jüngst ein US-amerikanischer Ethnologe seinen Studenten den nigerianischen Klassiker *Blood Money* zeigte, wurde er nach der Vorstellung einigermaßen fassungslos gefragt, warum man sich so etwas überhaupt anschauen müsse. Weder gab es schöne Landschaften zu sehen noch post-marxistische Helden zu bewundern, nicht einmal melancholischer Afro-Pessimismus kam vor, an dem man sich zur Not als Europäer auch noch festhalten kann. Filme wie *Blood Money* nehmen keine Rücksicht – weder auf den Geschmack westlicher Cineasten noch auf hoffnungslos veraltete Stereotypen, die das Afrika-Bild hierzulande immer noch prägen. Losgelöst von den Paradigmen und Ideologien westlichen Filmschaffens wird in Nigeria – in kompletter finanzieller Unabhängigkeit – ausschließlich für das eigene Publikum produziert. So bieten die neuen Videofilme faszinierende Einsichten in die Art und Weise, wie sich die nigerianische Gesellschaft heute selbst wahrnimmt, und in die Hoffnungen und Ängste, die die instabile postkoloniale Gesellschaft beschäftigt.

Dorothee Wenner

Harald Martenstein über die Videoindustrie von Ghana

Der Berliner Journalist Harald Martenstein sollte im Auftrag des Magazins 'Geo' eine Reportage über die Videoindustrie von Ghana schreiben. Aber er blieb nicht der distanzierte Beobachter, sondern wurde als 'Missionar' gecastet – und nach vier Szenen geköpft. Aus seinem Bericht:

„Am schwierigsten war es, sich mitten im Dorf umzuziehen. Es gibt dort ja keine Garderobe. Man steht in der Unterhose da, alle Dorfbewohner starren. Sie haben noch nie einen Weißen in Unterhosen gesehen. Aber mitspielen muss ich, das ist längst beschlossen. Der Maskenbildner tropft vor Schweiß; er heißt Justice und sagt: ‚Hey, ich habe noch nie einen Weißen geschminkt, mal sehen, wie das wird.‘ Dann ziehe ich das Priestergewand an, und wir gehen zum Fluss. Vollmond. Eine Böschung, auf der die Dorfbewölkerung wie in einem Amphitheater sitzt. Samuel sagt: ‚Steig in den Einbaum. Das wird deine erste Szene als Missionar im Dschungel.‘ Einer aus der Crew rudert. In der Mitte des Flusses beginnt der Einbaum langsam zu sinken. Das schlammige Wasser schwappt von allen Seiten in den Kahn. Der Ruderer springt heraus, er steht bis zur Brust im Wasser und zieht das Boot zum gegenüberliegenden Ufer, dort, wo nur noch Wald ist. ‚Gibt es hier Krokodile?‘ frage ich den Mann. ‚Kann schon sein‘, sagt er und lacht.

Vor Drehbeginn beten sie immer. Einer aus der Crew tritt vor und sagt: ‚Oh Herr, wir drehen einen Film. Hilf uns. Bitte verzeih, wenn etwas geschieht oder gesagt wird, das du missbilligst. Es ist alles nur ein Spiel.‘“

Mit freundlicher Genehmigung von Geo, Nr. 9, 2003, Hamburg

Die Entwicklung populärer Medien – nigerianische Videofilme

Unser Thema ist die Popularität der nigerianischen Videoproduktion. Nirgendwo sonst in Afrika ist der einheimische Markt der audiovisuellen Unterhaltungsindustrie so erfolgreich erobert worden. Die Videos entstehen unter sehr unterschiedlichen Bedingungen und variieren in Form, Stil, Sujets und kinematographischen Ausdrucksmitteln. Betrachtet man die Videoproduktion jedoch als Ganzes, lässt sich ein

standing of the African cinema has been influenced since the 1960s by films which – with the exception of the Fespaco Festival in Burkina Faso – are rarely seen or screened in Africa.

In contrast to African films d'auteurs, latter-day Nigerian productions have few ambitions as regards success at European festivals or in art house cinemas. Indeed, many of these films are disconcerting to Western audiences. For instance, when an American ethnologist recently showed his class the Nigerian classic *Blood Money*, a rather confused student asked him why they had been made to watch the film. There were neither beautiful landscapes nor post-Marxist heroes to marvel at; not even the melancholy Afro-pessimism that Europeans can always fall back on. Films like *Blood Money* make no concessions to either the tastes of Western cinephiles or the hopelessly outdated stereotypes which still colour our perceptions of Africa. Thus liberated from the paradigms and ideologies of Western cinematography, Nigerian filmmakers cater exclusively for local tastes – and with complete financial independence. As a result, the new video films provide a fascinating insight into both the way in which Nigerian society perceives itself today and the hopes and fears that preoccupy this unstable, post-colonial society.

Dorothee Wenner

Harald Martenstein on the video industry in Ghana

When 'Geo' magazine commissioned Berlin-based journalist Harald Martenstein to write about the Ghanaian video industry, he was unable to remain an objective observer for long. He was soon cast as a "missionary" – and decapitated in scene four. The following is an extract from his report: "The hardest part was getting changed in the middle of a village. Of course there were no dressing rooms, so I ended up standing in my underwear with the entire village staring at me. They had never seen a white man in underpants before. But I had to play along. That had already been decided. The make-up artist was dripping in sweat. His name was Justice. He said to me, 'Hey, I've never made up a white man. Let's see what happens.'

Then I put the priest's robes on and we went down to the river. There was a full moon in the sky. The villagers sat on an embankment like in an amphitheatre. Samuel said, 'Get into the dug-out. This will be your first scene as a missionary in the jungle.' One of the crew rowed. When we got to the middle of the river, the canoe started sinking. Muddy water slopped in from all sides. The rower jumped out into the chest-high water and pulled the boat to the opposite bank, where there was nothing but jungle. 'Are there any crocodiles around here?' I asked him. 'Maybe', he said, and laughed.

They always prayed before shooting began. One of the crew would come forward and say, 'Oh Lord, we are shooting a film. Help us. Please forgive us, if You disapprove of anything that happens or is said. It is all only a game.' With the kind permission of 'Geo', No 9, 2003, Hamburg

Abbild Nigerias entdecken – zwar nicht unbedingt im Sinne einer vollständigen, genauen und analytischen Beschreibung, aber doch als Reflexion der wirtschaftlichen und kulturellen Produktionskräfte des Landes. (...)

Als das bedeutsamste Element der etwa zwanzigjährigen Geschichte nigerianischer Filmproduktion auf Celluloid muss die Arbeit jener Künstler angesehen werden, die aus der Tradition der Yoruba-Wandertheater stammen. Bis heute dominieren die Yoruba die nigerianische Videoproduktion – zumindest zahlenmäßig. (...) 1988 begannen die ersten Künstler der Yoruba-Wandertheater, Videofilme zu drehen. Für sie war Video zunächst nichts weiter als die billigste Methode, ihrem Theaterpublikum audiovisuelles Material darzubieten zu können. (...) Das war der Kulminationspunkt einer Entwicklung, die die Theater wegen der wirtschaftlichen Talfahrt dazu zwang, mit immer billigeren Medien zu arbeiten: Man wechselte zunächst von 35mm zu 16mm, dann zu Umkehrfilm und drehte schließlich auf Video, das aber eine Zeit lang noch auf 16mm aufgeblasen wurde. Als dann jedoch in Oshogbo ein Theaterpublikum zum ersten Mal einer reinen Videoprojektion ausgesetzt war, demolierten die Zuschauer aus Protest gegen die grauenhafte Qualität das ganze Theater. Die Verbesserungen der Videotechnologie haben das Medium zwar inzwischen vorführtauglich werden lassen – dennoch ist die visuelle und akustische Qualität immer noch äußerst bescheiden. Das Publikum hat sich damit arrangiert, weil es sich in erster Linie für die Geschichten interessiert, die die Videofilme erzählen. Doch die nigerianischen Filmschaffenden beklagen die Notwendigkeit, auf Video drehen zu müssen, und sehnen den Tag herbei, an dem die Filmproduktion auf Celluloid fortgesetzt werden kann. (...)

Es waren Igbo-Geschäftsleute, die als erste das größere Marktpotential erkannten, das der Großhandel mit Videokassetten eröffnen könnte. Ein ehemaliger Händler für Elektrogeräte und Filmverleiher namens Keneth Nnebue wurde zum Wegbereiter dieser Entwicklung. Er produzierte einen Yoruba-Film mit Minimalstbudget – gedreht wurde mit einer VHS-Kamera, geschnitten mit ein paar Videorekordern, und die Gage reichte nicht einmal, um alle Schauspieler zu bezahlen. Mit einer Investition von knapp 2000 Naira (umgerechnet etwa 200 Euro; Anmerkung der Red.) machte er mit dieser Produktion einen Profit, der ins Hundertfache reichte. (...) Als die beteiligten Yoruba-Künstler sahen, wieviel Geld der Igbo-Produzent verdiente und mit welchen Hungerlöhnen sie abgespeist worden waren, begannen sie bald, auf eigene Faust Videoequipment zu mieten und selbständig zu produzieren. Damit begann eine regelrechte Filmflut.

Das Repertoire der Yoruba-Filme und frühen Videos entwickelte sich alsbald über das Genre von idyllischen Dorfgeschichten hinaus, blieb aber mit traditionellen Dramen religiösen Inhalts, Juju-Gesangswettbewerben und absurden Komödien im Rahmen dessen, was gelegentlich schon als folkloristisch bezeichnet wurde. (...) Das moderne städtische Leben wurde erst in den späteren Videos präsentiert. Diese späteren Videofilme ähneln eher englischen und Igbo-Produktionen, sowohl in ihrer Machart und ihren Stilmitteln wie auch im Hinblick auf Themen und Produktionsbedingungen. Normalerweise werden die Produktionen von Anfang an als Zweiteiler geplant, denn so lässt sich mit einem nur wenig höheren Produktionsaufkommen der Profit verdoppeln. (...)

Diese Praxis führt zu einer durchschnittlichen Filmlänge von drei bis vier Stunden – im Unterschied zum internationalen 90-Minuten-Standard bei Spielfilmen. (...) Die prismatisch ausufernden Erzählstrukturen

Evolving popular media – Nigerian Video Films

The popularity of Nigerian video production is our main theme. Nowhere else in Africa has a domestic market for audiovisual entertainment been captured so successfully. The videos are produced on a number of distinct bases, and have a variety of forms, styles, and themes, as well as languages of expression. Taken together, they give us an image of the Nigerian nation – not necessarily in the sense of delivering a full, accurate, and analytical description, but in the sense of reflecting the productive forces of the nation, economic and cultural. (...)

The strongest element in the 20-year span of Nigerian celluloid film production was the work of the artists from the Yoruba travelling theatre tradition, and they still dominate, at least numerically, current video production (...) Yoruba travelling theatre artists began making video films in 1988. They conceived of video simply as the cheapest possible way of producing audiovisual material for projection to an audience (...) This was the culmination of a process of adopting progressively cheaper media as the economy deteriorated: they had turned from 35mm film to 16mm, then to reversal film stock or shooting on video and blowing it up to 16mm. An audience in Oshogbo, one of the first to be exposed to the appalling quality of the video projection image, wrecked the theatre. Improvements in video technology made possible an image good enough to project, though the visual and audio quality is still very poor. Audiences seem not to mind, being interested mostly in the stories the videos tell, but nearly everyone in the industry laments the necessity of working on video and looks forward to the day when celluloid production can resume. (...) It was Igbo businessmen who understood that a larger market could be opened up by the retail sale of videocassettes. Keneth Nnebue, then an electronics dealer and film promoter, led the way. He produced a Yoruba video film (...) made as cheaply as possible, shooting with an ordinary VHS camera and using a couple of VCR's to edit. Few of the actors were paid anything at all. His investment cost a mere 2,000 Naira (about \$200, ed.), and he made hundreds of thousands back (...) Yoruba artists, seeing the money to be made and unhappy with the pittance they were being paid by the Igbo producers, soon rented video equipment (U-matic camera, a step up technically) and launched into their own productions. A deluge of films followed.

The Yoruba video repertoire has expanded beyond the genres of village idylls, traditional religious dramas, juju contests, and farcical comedy that dominated the films and early videos of the Yoruba travelling theatre and sometimes led to the term "folkloric" being applied to them. The modern urban scene has become more prominent in the videos (...) These films are similar to the Igbo and English films in form, style, and themes as well as production structures. It is routine to make them in two parts, as this doubles the profits while production costs remain basically the same (...) The basic format then is three to four hours

voller Nebenhandlungen ähneln der Art und Weise, wie in indigenen Traditionen über Schicksal und Vorsehung gesprochen wird. In den meisten dieser Filme wird sehr viel geredet – und das vorzugsweise in extrem preiswerten Dekors, die 'Privatsphäre' darstellen – was die Vermutung nahelegt, dass Soap-Operas das nigerianische Filmschaffen maßgeblich beeinflusst haben. (...) Für die Soundtracks der Filme wird zeitgenössische Yoruba-Musik – juju, fuji, reggae, Afrobeat – nie benutzt, weil man dann die einheimischen Interpreten bezahlen müsste – eine Ausgabe, die die meisten Produktionsbudgets sprengen würde. Viel preiswerter ist es, ausländische Musik illegal zu kopieren, ohne dabei Angst vor Strafverfolgung haben zu müssen. Zusätzlich werden einheimische Studiomusiker beauftragt, Titelmelodien (im westlichen Pop-Stil) zu komponieren, die während des Films ständig wiederholt werden.

Verglichen mit den schlichten 'traditionellen' Yoruba-Filmen verfügen sowohl die Igbo- wie auch die englischen Produktionen über vergleichsweise hohe Budgets. Im Jahre 1996 entstanden beispielsweise elf 'big-budget'-Filme mit einem Etat zwischen 25.000\$ und 90.000\$. Filmproduktionen dieser Größenordnung verlassen sich nicht mehr auf die unsicheren finanziellen Ressourcen von irgendwelchen Kleinunternehmen, die früher mal Manager von Theatergruppen waren. Stattdessen versuchen diese Produktionen, mit dem Kapital der wirtschaftlich erfolgreichen Klasse zu arbeiten. Das können Großhändler aus Onitsha oder Aba oder sonst woher sein – zum Beispiel Eigentümer von Modehaus-Ketten, Immobilienmakler oder Autohändler, die die Videos zu Werbezwecken gerne unterstützen. Die Besitztümer und Immobilien der Sponsoren repräsentieren einen äußerst opulenten Lebensstil, der in den nigerianischen Videofilmen fast immer eine wichtige Rolle spielt.

Mit vereinten Kräften wird derzeit versucht, ein Starsystem (wie etwa in Hollywood) zu etablieren, in der Hoffnung, dass die Präsenz von wiedererkennbaren Namen die Bereitschaft fördert, in gewisse Projekte zu investieren.

Das Hauptproblem des Videofilmmarkts ist die Piraterie. Beliebte Videofilme werden umgehend raubkopiert, manchmal sogar von genau jenen Händlern, denen der Vertrieb der Kassetten anvertraut wurde. Noch schlimmer bedrängt die gängige Piraterie in den Videoclubs die Produzenten: Dort werden die Kassetten oft ausgeliehen, ohne dass Tantiemen von Leihgebühren zurück in die Industrie fließen. Allein in Lagos gibt es schätzungsweise zweitausend Videoclubs, deren Betreiber das am besten organisierte und mächtigste Segment der Videofilmindustrie darstellen. Die meisten haben sich um den Idumota-Markt angesiedelt, eine der ältesten Gegenden von Lagos mit extrem dichter Besiedlung. Auf dem Idumota-Markt wird hauptsächlich mit Elektro- und Haushaltsgeräten gehandelt – die meisten der heute aktiven Videoverleiher haben als Importeure von Elektrogeräten, unbespielten Kassetten und raubkopierten Filmen begonnen. Andere Videoverleiher haben früher mit Autoteilen gehandelt, einige waren auch in noch zwielichtigeren Branchen aktiv, die den Handel mit Videos als Geldwaschanlage benutzten. (...)

Für den gesamten Süden Nigerias ist Lagos das Zentrum der Videofilmindustrie, sowohl für die Produktion wie auch für den Vertrieb. (...) Im Norden werden vorwiegend Yoruba-Igbo-Produktionen sowie Filme in englischer Sprache verkauft, obwohl wegen der allgegenwärtigen Piraterie keine zuverlässigen Zahlen verfügbar sind. Währenddessen hört man über die Videoproduktion der Hausa im Süden so

long, rather than the international standard of 90 minutes for a feature film (...) The videos' subplot-filled, sprawling prismatic plot structures have affinities with oral and narrative patterns and with indigenous conceptions of fate and destiny. The talky character and low-budget domestic settings of the vast majority of the films suggest the influence of soap operas (...) The major Yoruba contemporary musical resources – juju, fuji, reggae, Afrobeat – are never used on the soundtracks of the videos, as local artists would have to be paid and they are too expensive. Foreign music can be pirated with impunity. Local studio musicians are always commissioned to write a theme song (in Western pop style) for each video, which will then be endlessly repeated throughout the film.

The Igbo and English productions, which share much the same production basis, can be relatively highly capitalized, at least compared to the bare-bones "traditional" Yoruba films. 11 "big-budget" (\$25,000 – \$90,000) films were made in 1996. Instead of relying on the resources of a struggling, small entrepreneur, who was formerly the actor-manager of a theatre troupe, these videos draw on the wealth of the business class. They may be backed by big merchants from Onitsha or Aba or elsewhere, and the properties used to represent the lavish lifestyles that are a normal feature of these videos come through business networks of fashion houses, real estate brokers, car dealerships, and so on, which are often eager to provide sponsorship for its publicity value.

There is a concerted effort to build a star system of actors with name recognition whose presence (as in Hollywood) will guarantee investment in the project. (...)

The main constraint on the market is piracy. Popular videos are rapidly pirated, sometimes by the marketer entrusted with distributing the film. But the greatest problem is piracy by video rental clubs, which rent out films with no mechanism for paying royalties to the producer. There are said to be 2,000 such video clubs in Lagos. The marketers are the best organized and most powerful element in the industry. They are based around Idumota Market, in one of the oldest and most congested parts of Lagos Island. Idumota is a major electronics and home appliance market and most of the video distributors started as importers of electronics and blank cassettes or pirated foreign videos. Other businessmen, in car parts or more dubious enterprises, may use video deals as a way of laundering money (...). Production and marketing for all of southern Nigeria is centralized in Lagos (...) Yoruba-Igbo and English-language videos are sold in considerable numbers in the north, but there is very little reliable information about this as nearly everything is pirated.

Meanwhile virtually nothing is ever heard in the south about Hausa video production, which has been enjoying its own boom. This is partly the consequence of a major political and cultural divide, but it is also a sign that Hausa video production, which is inspired by Indian films, is still emergent.

gut wie nichts, obwohl sie gerade einen echten Boom erlebt. Diese Situation ist einerseits das Resultat einer tief greifenden politischen und kulturellen Teilung des Landes. Zum anderen ist es ein Zeichen dafür, dass sich die hauptsächlich vom indischen Kino beeinflusste Videoproduktion der Hausa noch im Aufbruch befindet. (...) Die Gesellschaftsschicht, die am meisten mit der Videofilmkultur identifiziert wird – vor allem, wenn es um Igbo- und englischsprachige Produktionen geht – sind die urbanen Neureichen, die es auf der wahnsinnigen Jagd nach Reichtum im Nigeria nach dem Ölboom zu etwas gebracht haben. Das Spektakel um den neuen Luxus in Nigeria wird normalerweise mit einem moralischen Kommentar versehen, der eher die traditionellen Werte anspricht. Doch ob am Ende eher der Glamour oder die Moral triumphiert, hängt vom jeweiligen Film und der Betrachtungsweise seiner Zuschauer ab. (...)

Das Land Nigeria ist zu groß und zu vielschichtig, um in einem einzigen Filmgenre umfassend dargestellt werden zu können. Aber als Gesamterscheinung leisten die Videofilme in dieser Hinsicht Bemerkenswertes und vermitteln einen Eindruck von der Unermesslichkeit und Vielseitigkeit des Landes. Obwohl sie ästhetisch und ideologisch noch viele Schwächen haben und trotz der Schwierigkeiten bei der Vermarktung, prägt die Videofilmindustrie eine große kommerzielle wie auch kulturelle Elastizität. Deswegen ist es fast unmöglich, sich vorzustellen, was einen Niedergang dieser Entwicklung bewirken könnte. Sollten die Umstände es erlauben, dass in Nigeria irgendwann die Filmproduktion auf Celluloid wieder aufgenommen werden kann, wird das sicher auf den Pfeilern der aktuellen Videofilmindustrie geschehen.

Aus: Jonathan Haynes and Onookome Okome: Nigerian Video Films. Ohio University for International Studies, USA 2000.

Nigerianische Videofilme

Filmvorführungen im HAU 2 / Mo., 9. Feb. 2004 & Di., 10. Feb. 2004

HOLLYWOOD IN AFRICA – David Gormezano, 26 Minuten, D 2002
Dokumentation über den Boom der Videofilmindustrie in Nigeria – und über die Leute hinter den Kulissen dieses riesigen Marktes.

THE RETURN – Kingsley Ogoro, 75 Minuten, 2003
In der Sub-Sahara-Region existiert der Glaube an den Menschen als moralisches Wesen: Stirbt jemand vor seiner Zeit, wird er in kleinerer Gestalt zurückgeschickt, um Fehler aus seinem vorherigen Leben wiedergutzumachen. Eine Saga über das Leben nach dem Tod, die in Nigeria mit zehn 'Reel Movie Awards' ausgezeichnet wurde.

THUNDERBOLT – Tunde Kelani, 90 Minuten, 2001
Eine elegante junge Dame, ihrer Herkunft nach eine Igbo, und ein gleichaltriger Mann vom Volk der Yoruba verlieben sich während der einjährigen Militärzeit im National Youth Service Corps ineinander. Ein Film über Mut und Liebe.

SAWAROIDE – Tunde Kelani, 17 Minuten, 1998
Am Tag der Hochzeit gesteht die Braut ihrem zukünftigen Ehemann, dass sie keine Jungfrau mehr ist. Die Tradition verlangt, dass in solchen Situationen die Dörfer, aus denen die beiden Liebenden stammen, einander den Krieg erklären.

The class fraction most identified with the videos – particularly the Igbo-and English-language ones – are urban nouveaux riches, who have gotten ahead in the mad scramble for wealth in post-oil boom Nigeria. (...) The spectacle of luxury is normally accompanied by a moralizing commentary, which appeals to more traditional values. Where the emphasis falls, whether on the glamour or the moralizing, varies with each film and each viewer. (...)

The Nigerian nation is simply too big and diverse to be fully represented by any one kind of film. But the video films in the aggregate do a remarkable job of conveying the country's immensity and diversity. In spite of all their aesthetic and ideological underdevelopment and the blockages in the market, their cultural and commercial elasticity is such that it is hard to imagine what could kill off the video industry. When circumstances allow celluloid film production to resume, it will be on the basis laid down by the videos.

From: Jonathan Haynes and Onookome Okome: Nigerian Video Films. Ohio University for International Studies, USA 2000.

Nigerian videofilms

screenings at HAU 2 / 9 Feb., 2004 / 10 Feb., 2004

HOLLYWOOD IN AFRICA

David Gormezano, 26 min., Germany 2002
Documentary on the (Home)video boom in Nigeria and the people behind the Nigerian videofilm market.

THE RETURN – Kingsley Ogoro, 75 min., 2003

In the sub-Saharan area of Africa, there is a belief that man is a mortal entity and if he dies prematurely he is sent back in a belittled form to make amends for mistakes in his past life. 10 Nigerian Reel Movie award-winning African tale about life after death.

THUNDERBOLT – Tunde Kelani, 90 min., 2001

A young elegant Igbo lady and an equally young man of Yoruba origin fall in love during their national youth services Corps (NYSC) year. What follows is a tale of courage and of love.

SAWAROIDE – Tunde Kelani 17min., 1998

On their wedding day, a bride confesses to her future husband that she is not a virgin anymore. As tradition wills it, the two villages of the lovers get ready for war.

RAGING STORM

Francis K. Onwochei, 90 min., 1998
Steve (F. Onwochei) is introduced to the Olohi cult, where members are "helped" to regain 100 fold of wealth for some expected "payback". Steve will face the most traumatic time in his life ever. A film in the genres of "How to Get Rich Quick" and Occult Economy.

RAGING STORM – Francis K. Onwochei, 90 Minuten, 1998

Steve (F. Onwochei) wird in den Olohi-Kult eingeführt. Den Anhängern dieses Kults wird 'geholfen', indem sie im Gegenzug für eine kleine Geldsumme deren hundertfachen Betrag erhalten sollen. Steve macht daraufhin die schlimmsten Erfahrungen seines Lebens... Ein Film über plötzlichen Reichtum und okkulte Ökonomie.

GLAMOUR GIRLS 1 – Keneth Nnebue, 125 Minuten, 1992

Bei seiner Premiere in Nigeria durchzuckte GLAMOUR GIRLS das Land wie ein Elektroschock – eine explosive Mischung aus Satire, Spannung und Action. Eine coole, romantische Geschichte über das Leben junger Mädchen im modernen Nigeria.

HOSTAGES 1 – Tade Odigan, 90 Minuten, 1997

Ein Mann aus ärmlichen Verhältnissen verliebt sich in ein reiches Mädchen. Er möchte sie heiraten, aber ihre Familie ist dagegen. In seiner Verzweiflung entführt der junge Verliebte seine Angebetete und fordert ein Lösegeld – in der Hoffnung, so ein neues Leben mit ihr beginnen zu können. Doch er wird verhaftet und muss ins Gefängnis. Das Mädchen versucht, ihm zur Flucht zu verhelfen.

VIDEOFABRIK NIGERIA – Matthias Heeder, Deutschland, 26 Minuten
Dokumentarfilm über die Situation der Videofilmproduktion in Nigeria.

NICK GOES TO NOLLYWOOD

Brenda Goldblatt & Alicia Arce, 60 Minuten, GB 2004

Eine Dokumentation aus der Sicht von Nick Moran, der als Schauspieler, Regisseur und Produzent einen 'Nollywood'-Film in Nigeria drehte.

THE ALEXA AFFAIR – ca. 30 min., 2004 (Weltpremiere)

Der junge nigerianische Regisseur Jeta Amata und Studenten der Deutschen Film und Fernsehakademie (dffb) drehen im Vorfeld der Berlinale in fünf Tagen einen 'Nollywood'-Film in Berlin.

THE QUEEN OF THE RAIN FOREST – Jeta Amata, 120 Minuten, 2003

Ein epischer Film über die Efik-Kultur in Nigeria.

FEAR OF THE UNKNOWN – Greg Fiberesima, 90 Minuten, 2003

Ein Film, der unter die Haut geht: Es geht um die Liebe einer Mutter zu ihrem Kind und um die Verurteilung von verschrobenern Gesellschaftsnormen und Werten. Im Mittelpunkt steht die Unantastbarkeit des Lebens und der Schmerz, radikale Entscheidungen fällen zu müssen.

I WILL DIE FOR YOU – Charles Novia, 90 Minuten, 2003

Ein Liebesfilm vor dem Hintergrund der politischen Situation in Nigeria.

THE BASTARD – Teco Benson, 130 Minuten, 2002

Familiensaga um Kummer und Leid einer engagierten Familie aus Lagos. THE BASTARD ist eine Kombination aus Tragödie und Alptraum.

Alle Filme laufen in der englischen Originalfassung oder mit englischen Untertiteln.

GLAMOUR GIRLS 1

Kenneth Nnebue, 125 min., 1992

When it arrived on the movie scene, GLAMOUR GIRLS was like a high-voltage jolt of electricity, blending satire, thrills, and action. A cool romantic story of girls and their lifestyles in modern-day Nigeria.

HOSTAGES 1 – Tade Odigan, 90 min., 1997

A poor young man falls in love with a rich girl. He wants to marry her, but her family refuses. Desperate, he kidnaps the girl and asks for a ransom, figuring it will allow them to start a new life together. He is arrested and put in jail. The girl tries to help him escape.

VIDEOFABRIK NIGERIA – Matthias Heeder, Germany, 26 min.

A documentary on the situation of video filmmaking in Nigeria

NICK GOES TO NOLLYWOOD

Brenda Goldblatt & Alicia Arce, 60 min., GB 2004

A documentary told through the eyes of Nick Moran, an actor, director and producer from the UK, who shot a Nollywood film in Nigeria.

THE ALEXA AFFAIR – ca. 30 min., 2004 (World Premiere)

The young Nigerian director Jeta Amata and students from the German Film and Television Academy Berlin (dffb) took five days to shoot a Nollywood film in Berlin.

THE QUEEN OF THE RAIN FOREST

Jeta Amata, 120 min., 2003

An epic film about the Efik culture of Nigeria

FEAR OF THE UNKNOWN – Greg Fiberesima, 90 min., 2003

This film is a searing story of the love of a mother for her child and about damning society's warped norms and values. It deals with the sanctity of life and the pains of taking decisions- radical decisions.

I WILL DIE FOR YOU – Charles Novia, 90 min., 2003

A contemporary film on the political situation in Nigeria told through a love story.

THE BASTARD – Teco Benson, 130 min., 2002

Tales of woes and agony from a dedicated family, based in Lagos. THE BASTARD is a combination of tragedy and nightmare.

All films are screened either in the original English version or with English subtitles.