



John & Jane

Regie: Ashim Ahluwalia

Land: Indien 2005. **Produktion:** Future East Film, Bombay. **Regie, Tongestaltung:** Ashim Ahluwalia. **Kamera:** Mohanan Mukul Kishore. **Musik:** Masta' Justy, Metamatics, Thomas Brinkmann, Minamo. **Ton:** Mohandas. **Tonmischung:** Tarun Bhandari. **Schnitt:** Ashim Ahluwalia, Shai Heredia, Meghana Manchanda. **Produzenten:** Shumona Goel, Ashim Ahluwalia. **Produktionsleitung:** Anand Tharaney. **Darsteller:** Glen Castinho (Glen), Sydney Fernandes (Sydney), Oaref Irani (Osmond), Vandana Malwe (Nikki), Nikesh Soares (Nicholas), Namrata Pravin Parekh (Naomi).

Format: 35mm, 1:1.85, Farbe. **Länge:** 83 Minuten, 24 Bilder/Sekunde. **Originalsprache:** Englisch. **Uraufführung:** 16. September 2005, Internationales Filmfestival Toronto. **Weltvertrieb:** Cinetica Media, Dana O'Keefe, 555 West 25th Street, New York, NY 10001, USA. Tel.: (1-212) 204 7979, Fax: (1-212) 204 7980, email: contact@cinetica.com

Inhalt

JOHN & JANE ist eine Mischung aus beobachtender Dokumentation und tropischer Science-Fiction. Der Film folgt den Geschichten von sechs 'Call Agents' in einem Call-Center in Bombay, deren Arbeit darin besteht, Anrufe von amerikanischen 1-800-Nummern entgegenzunehmen. Die Angestellten arbeiten für eine der vielen neuen 'Glas und Stahl'-Gesellschaften, die in den Sumpfgeländen außerhalb der Stadt wie Pilze aus dem Boden geschossen sind. Ihre Büros sind nur nachts besetzt, um die täglichen Anrufe der amerikanischen Kunden

Synopsis

An uncanny blend of observational documentary and tropical sci-fi, JOHN & JANE follows the stories of six "call agents" who answer American 1-800 numbers in a Bombay call center. The agents work for one of the new glass and steel corporations that have mushroomed in a stark industrial swampland outside the city. Their offices are only open at night in order to cater to daytime callers in America. When the agents finally hit the phones, they hear distant

entgegenzunehmen. Wenn die Angestellten die Anrufe entgegennehmen, hören sie aus der Ferne amerikanische Stimmen: eine einsame Frau aus Wichita Falls, die eine 'Wunderklinge' bestellt; jemanden aus Evanston, der eine Kreditkartenrechnung bezahlen will. Wenn die Nachtschicht zu Ende ist, gehen die Angestellten nach Hause, um sich im tropischen Dunst Bombays schlafen zu legen. Und weil ihnen die Anrufe noch im Kopf herumspuken, träumen sie von fernen Orten, wo die Leute Kuchenformen besitzen, mit denen man dem Teig die Form eines Schneemanns geben kann.

Nach einem strapaziösen Mix aus amerikanischer 'Schulung' und einem 14-Stunden-Tag fordert der Job bald seinen Tribut. Während die Call Agents versuchen, 'sich selbst zu finden' in dieser neuen kulturellen Landschaft, eröffnen sich um sie herum neue Perspektiven: Einkaufszentren, New-Age-Rituale, Lyrik-Wettbewerbe, Blondfärben der Haare, Aufhellen der Haut ...

Der Film entdeckt eine neue Generation von Indern, die bereits zwischen realer und virtueller Welt leben, indem er den nächtlich erleuchteten Büros und Einkaufszentren das etwas unbehagliche Lebensgefühl der Protagonisten entgegensetzt. Diese futuristisch anmutende Welt zwischen amerikanischen 'Alias' und einer simulierten Realität ist keine Science-Fiction, sondern die Zeit, in der wir leben. JOHN & JANE wirft verstörende Fragen auf – über das Wesen persönlicher Identität in der globalisierten Welt des 21. Jahrhunderts.

Der Regisseur über den Film

Von Call-Centern habe ich zum ersten Mal 2001 gehört. Es hatte zwar schon einige Fernsehdokumentationen und Nachrichtenbeiträge darüber gegeben, aber in den meisten davon ging es vor allem um die damit verbundenen Geschäftsinteressen und das technologische Wachstum. Niemand jedoch schien neugierig zu sein, welche Art von Menschen dort arbeiten; mir erschien die Vorstellung eines virtuellen Call Agents mit einer falschen Identität wie Science-Fiction. Wer sind diese Inder, die nachts zu 'Amerikanern' werden?

Ich bin in den siebziger und achtziger Jahren in Bombay aufgewachsen, das damals noch ganz anders war. Es gab nur einen Schwarzweiß-Fernsehsender, und wenn man jemanden im Ausland anrufen wollte, musste man sich Stunden vorher für ein Ferngespräch anmelden. Indien bezog technologische Produkte vor allem von den Russen, und von Coca-Cola war nur die indische Version erhältlich – schönen Dank!

Ich ging zum Studium für einige Jahre ins Ausland und kehrte in den neunziger Jahren zurück, ins postliberalisierte Bombay, das heute Mumbai heißt. Die sozialistische Atmosphäre war verschwunden, es gab neue Landschaften aus Einkaufszentren und Multiplexkinos. Die Regierung hatte endlich das Land geöffnet, und seine Einwohner bekamen einen ersten Geschmack von McDonald's. Ich wollte diesen Übergang dokumentieren, denn ich wusste, diese schwierige Phase würde nicht sehr lange andauern. Wie auch anderswo in Asien, würde dieses Universum aus Amway und Rabattpunkten bald ganz normal sein.

Einen Film zu drehen, der in einem Call-Center spielt, erschien mir der natürliche Weg, um einen Blick auf jene neue Generation zu werfen – die Inder der Zukunft, die gleichzeitig in Indien leben und auch anderswo. Was uns während der Dreharbeiten begegnete, war unglaublich: Menschen, denen es schwer fällt, die wirkliche und die virtuelle Welt auseinander zu halten.

Das merkwürdige Wesen dieser Repliken-Welt bestimmte die Struktur des Films. Es erschien mir unsinnig, ein Filmporträt über einen Call-

American voices: a lonely woman from Wichita Falls ordering a "miracle blade" or somebody from Evanston struggling to pay a credit card bill. When the night shift draws to a close, the agents return home to sleep in the blaze of a tropical Bombay day. As phone calls loop in their heads, they dream of this distant place where people own cookie cutters that can carve out the shapes of snowmen...

After a heady mix of American "training" and fourteen-hour workdays, the job soon starts to take its toll. While the call agents try to "find themselves" in this freshly acquired cultural landscape, new vistas begin to open up around them – hyper malls, New Age rituals, corporate poetry competitions, blond hair dye, skin bleaching techniques...

Contrasting the fluorescent interiors of late-night offices and hyper-malls with the uneasy currents swirling around the characters, JOHN & JANE discovers a new generation of Indians who already live between the real and the virtual. However, this futuristic world of American aliases and simulated reality is not science fiction, these are the times in which we live. JOHN & JANE raises disturbing questions about the nature of personal identity in a 21st century globalized world.

Director's statement

I first heard about call centers in 2001. There had already been some TV documentaries and news reports on the subject, but most of these were occupied with business advantages and technological growth. Nobody seemed to be curious about the kind of people who worked there; for me, the idea of virtual "call agents" with fake identities seemed like science fiction. Who were these Indians who became "Americans" at night?

I grew up in Bombay in the '70s and '80s – a different place from today. There was one black-and-white channel on television, and you had to book a "trunk call" a couple of hours in advance to dial internationally. India mainly exchanged technology with the Russians and Coca-Cola wasn't available – only the Indian version, thumbs up!

I went abroad to study for a few years and returned in the '90s to a new, post-liberalized Bombay – now Mumbai. The socialist feel was gone, and there were new landscapes of malls and multiplexes. The government had finally opened the country to investment and people were having their first taste of McDonald's. I wanted to document this transition, because I knew this awkward moment would not last very long. Like elsewhere in Asia, this universe of Amway and discount coupons would soon become commonplace.

Shooting a film set in a call center seemed like a natural way of looking at this new generation – future Indians who live in India and abroad simultaneously. What we discovered while making this film was incredible – characters who had a hard time separating the real from the virtual.

The strange nature of this world of replicas dictated the structure of the film. It seemed meaningless to make a cinéma-vérité portrait of a call agent who fakes his identity – that's fiction already! It also seemed futile to focus

Agent zu machen, der seine Identität fälscht – das war ja bereits Fiktion! Angesichts der fragmentarischen Existenz der Angestellten schien es ebenso sinnlos, sich nur auf eine Figur zu konzentrieren: Einer ist dafür zuständig, nur Namen zu sammeln, ein anderer nimmt lediglich Zahlen auf usw. Da die Call-Center organisiert sind wie Bienenstöcke, mit Angestellten, die in Teams mit einem Chef zusammengefasst sind, schien es passender, einen Film über ein Netzwerk von Individuen zu machen – über sechs Personen, die jeweils ein Team bilden. Im Film gibt es drei 'Ausgaben' von Johns & Janes, die in der Rangfolge auftreten, die sie in ihrem Team einnehmen. (...)

Der Kosmos dieser Call-Center war fremdartiger, als wir es uns vorgestellt hatten. Es war nicht leicht, dort zu filmen, besonders mit einer 35mm-Kamera und sehr strikten Einschränkungen hinsichtlich dessen, was wir filmen durften. Es wäre einfacher gewesen, mit einer Videokamera zu filmen, aber der Umstand, dass wir anstatt einer Handkamera eine auf einem Stativ fixierte Kamera benutzten, trug dazu bei, dass wir viel Interessantes erfuhren. Stellenweise wirkt der Film fast fiktional – so dass man sich fragt, was für eine Art von 'Dokumentation' er denn ist.

Ashim Ahluwalia

Über den Film

JOHN & JANE (...) ist die intelligente Darstellung von Angestellten in einem Call-Center in Mumbai und gibt auf kunstvolle Weise den Stimmen ein Gesicht, die per Telefon amerikanische Kunden bedienen. Ahluwalia verzichtet auf viele der Elemente, die üblicherweise mit dem zeitgenössischen nichtfikionalen Film in Verbindung gebracht werden – etwa auf die Verwendung der Video- oder Handkamera –, und entscheidet sich für perfekt kontrollierte und komponierte Bilder im 35mm-Format. (...) Das Bemerkenswerteste an JOHN & JANE ist wohl, wie unideologisch der Film seine eigentliche Mission verfolgt: die Beobachtung von sechs indischen Angestellten während ihrer Arbeit und zu Hause. Ahluwalia konzentriert sich auf persönliche Geschichten; er stellt zum Beispiel dem unglücklichen Glen und dem müden, unzufriedenen Sydney die gutgelaunte blonde Namrata alias 'Naomi' und den extrem optimistischen Oaref gegenüber, der in seiner Firma 'Osmond' genannt wird – ein typisches Beispiel für die anglicisierten Spitznamen der Angestellten – und glaubt, in ein paar Jahren unabhängig und wohlhabend sein zu können.

Anhand der erstklassigen Aufnahmen, die Mohanan Mukul Kishore von dem antiseptischen, in viele kleine Zellen eingeteilten Call-Center macht, lässt sich leicht nachvollziehen, warum Glen erklärt: „Ich hasse diesen verdammten Job!“ (Ahluwalia lässt die Aufnahmen ganz clever so wirken, als wären sie mit einer Überwachungskamera aufgenommen.)

Die abstumpfenden Momente der Arbeit treten besonders deutlich dann zutage, wenn diese gebildeten jungen Inder, meist ungeübt darin, Produkte anzupreisen, selbst überrascht sind, wenn sie pensionierte Großväter überzeugen können, etwas zu kaufen, wovon sie selbst nicht überzeugt sind – in diesem Fall elektronische Notruf-Systeme.

(...) JOHN & JANE ist formal attraktiv und reizvoll, hat einen ausgeklügelten Soundtrack (das Sounddesign stammt von Ahluwalia selbst), der Stimmen, natürliche Klänge und einen Mix moderner elektronischer Musik übereinander schichtet und so die unterschiedlichen Aspekte des Themas 'Ost trifft West' betont. (...)

Robert Koehler, in: Variety, New York, 24.-30. Oktober 2005

on just one character when the agents already exist in the most fragmentary ways: one collects only names, the other only numerical data, etc. Since the call center functions like a hive, with agents assigned to teams and leaders, it seemed more appropriate to make a film about a network of individuals – six, the number in a team. In the film, there are three sets of Johns and Janes who appear in order of their team's ranking. (...)

The cosmos of call centers was weirder than we imagined. Shooting inside was not easy, particularly with a 35mm camera and very heavy restrictions on what we were allowed to shoot. Shooting video would have been much easier, but we gained something interesting by choosing to shoot film and shooting static, rather than hand-held. The film feels almost fictional at times – and makes you wonder what kind of "documentary" this is.

Ashim Ahluwalia

About the film

Documaker Ashim Ahluwalia's JOHN & JANE is a sophisticated, widescreen depiction of workers at a Mumbai call center, artfully putting a face to the voices of those who serve American customers.

Ahluwalia foregoes many of the elements commonly associated with contempo non-fiction film, from vid to handheld mobility, and opts for highly controlled and composed lensing in 35mm. (...) JOHN & JANE is perhaps most notable for how non-ideological it is in its basic mission to observe six such Indian workers on the job and at home. Focusing on personal stories, Ahluwalia contrasts the unhappy and foul-mouthed Glen and the tired, unsatisfied Sydney with the ultra-optimistic Oaref (known as "Osmond" at work, in a typical example of an agent's Anglicized nickname), who believes that he can be independently wealthy in just a few years, and upbeat blonde-haired Namrata, aka "Naomi."

It's not hard to grasp why Glen exclaims, "I hate this fucking job!" as ace lenser Mohanan Mukul Kishore surveys the antiseptic, cubicle-lined call center. (Ahluwalia cleverly positions his shots as if they were from security cams.)

The job's deadening aspects come through even more starkly when young educated Indians, most unused to hawking products, find themselves trying to convince retired grandfathers to buy something none of them believes in – in this case, "emergency" medical systems. (...)

Doc is formally handsome and sleek, with a sophisticated soundtrack (sound design by Ahluwalia himself) layering voices, natural sound and a complex mix of contempo electronic music to underline the story's East-meets-West aspects.

Robert Koehler, in: Variety, New York, October 24–30, 2005

In vast, fluorescent rooms, thousands of ambitious young Indians talk to people in Kentucky, California or Idaho. Bridging continents by telephone, they pitch products and soothe frayed consumer nerves. As they troubleshoot, they

In riesigen fluoreszierenden Räumen sprechen Tausende von ehrgeizigen jungen Indern mit Menschen in Kentucky, Kalifornien oder Idaho. Indem sie die Kontinente per Telefon überbrücken, preisen sie Produkte an und beruhigen die Nerven gereizter Konsumenten. Während sie die jeweiligen Probleme beheben, träumen sie von Amerika – und während sie träumen, verändern sie sich. Wie ist es, sich selbst in ein fernes Land zu versetzen, das man nie gesehen hat? Was ist das für ein Gefühl, wenn man weit außerhalb seines eigenen Körpers lebt? Willkommen in der Welt der Call-Center.

JOHN & JANE wirft einen erstaunlichen Blick in die Seelen dieser Dienstleister. Gefilmt im 35mm-Format und komponiert mit einer geradezu beunruhigenden Anmut, findet dieser Dokumentarfilm eine ganz eigene, treffende Sprache, um die unheimlichen Auswirkungen virtueller Arbeit zu schildern. Die Leben, die er beschreibt, sind real, aber durch die Art, wie sich der Film ihnen nähert, setzt er diese in einen Rahmen spekulativer Fiktion.

Glen und Sydney haben sich westliche Namen zugelegt, teils aus Bequemlichkeit, teil zu ihrem eigenen Vergnügen. Entsprechend den amerikanischen Geschäftszeiten schlafen sie tagsüber und arbeiten nachts. Keiner von ihnen hat Indien jemals verlassen.

Während ihrer Schulungen erfahren sie von der Bedeutung, die Arbeit, Geld und Gott für die Amerikaner haben. In Kursen, die man ebenso leicht als Satire wie als Tragödie interpretieren könnte, studieren sie Werbebroschüren, als wären es Textbücher. Manche fangen damit an, amerikanische Werte als eigene zu übernehmen. Einer träumt davon, sich eine Villa im spanischen Stil zu kaufen. Ein anderer meint: „Jeder, der irgendwann nach Amerika gegangen ist, ist dort reich geworden.“ Wenn ihre Schicht endet, kehren Glen und Sydney zurück in ihre traditionellen indischen Häuser mit ihrer einfachen Einrichtung, zurück zu ihren Müttern, die sie drängen, etwas zu essen.

Mit dieser Geschichte einer Transformation zieht der Regisseur Ashim Ahluwalia einen mehr und mehr in den Bann – wobei vor allem Naomi einen wirklich überrascht: Blond bis zu den Wimpern, spricht sie mit einer Art Cyborg-Mittelwest-Akzent. „Ich bin total amerikanisiert“, versichert sie. Ahluwalias Porträt zeigt Naomi und ihre Kollegen als Produkte Amerikas, aber ebenso Indiens und ihrer eigenen Filialen-Fantasien.

Cameron Bailey, im Katalog des Internationalen Filmfestivals Toronto, September 2005

Biofilmografie

Ashim Ahluwalia wurde 1972 in Bombay geboren. Er studierte Film am Bard College in New York. 1999 gründete Ahluwalia die Firma 'Film Republic', die sich der Produktion unabhängiger indischer Filme außerhalb des 'Bollywood'-Systems widmete. Ein Jahr später stellte Ahluwalia *Thin Air* fertig, einen Dokumentarfilm über drei Zauberer vor dem Hintergrund des modernen Bombay. JOHN & JANE ist sein zweiter Film.

dream of America. As they dream, they change. What is it like to transport yourself to a remote land you've never even seen? How does it feel to live so far outside your own body? Welcome to the world of offshore call centers.

JOHN & JANE is an astonishing look at the souls of the outsourced. Shot on 35mm and composed with unsettling grace, this documentary finds an entirely original and fitting language to express the eerie dislocation of virtual work. The lives it depicts are real, but the film's approach gives those lives the scope of speculative fiction.

Glen and Sydney have taken Western names, partly for convenience, partly for their own pleasure. They sleep during the daytime and work in the middle of their night, following American business hours. Neither of them has ever left India.

As part of their training, they learn the meanings that work, money and God hold for Americans. In classes that could be read as satire or tragedy, they study shopping flyers as though they were textbooks. Some begin to adopt American values as their own. One dreams of buying his own Spanish-style villa. Another notes, "Everyone who's ever gone to America gets rich." When their shifts end, Glen and Sydney go back to traditional Indian homes, with simple amenities and mothers who urge them to eat.

Director Ashim Ahluwalia builds a story of transformation that becomes more and more engrossing – yet Naomi still comes as a surprise. Blonde down to her eyelashes, she speaks with a kind of cyborg-Midwest accent. "I'm totally very Americanized," she asserts. Ahluwalia's resonant portrait shows Naomi and her coworkers to be products of America, yes, but also of India and of their own satellite fantasies.

Cameron Bailey, in the catalogue of the International Film Festival Toronto, September 2005

Biofilmography

Ashim Ahluwalia was born in Bombay, India in 1972. He studied film at Bard College in New York State. In 1999, Ahluwalia set up Film Republic, dedicated to producing Indian independent cinema outside the traditional Bollywood system. A year later, Ahluwalia completed *Thin Air*, a documentary that followed the lives of three magicians against the backdrop of contemporary Bombay.



© Roger Casas

Ashim Ahluwalia