

Zum Machtfaktor "Presse" in Indien

Schneider, Nadja-Christina

Veröffentlichungsversion / Published Version

Zeitschriftenartikel / journal article

Zur Verfügung gestellt in Kooperation mit / provided in cooperation with:

GIGA German Institute of Global and Area Studies

Empfohlene Zitierung / Suggested Citation:

Schneider, N.-C. (2003). Zum Machtfaktor "Presse" in Indien. *Indien - Politik, Wirtschaft, Gesellschaft*, 143-170. <https://doi.org/10.11588/ijb.2003.0.1314>

Nutzungsbedingungen:

Dieser Text wird unter einer Deposit-Lizenz (Keine Weiterverbreitung - keine Bearbeitung) zur Verfügung gestellt. Gewährt wird ein nicht exklusives, nicht übertragbares, persönliches und beschränktes Recht auf Nutzung dieses Dokuments. Dieses Dokument ist ausschließlich für den persönlichen, nicht-kommerziellen Gebrauch bestimmt. Auf sämtlichen Kopien dieses Dokuments müssen alle Urheberrechtshinweise und sonstigen Hinweise auf gesetzlichen Schutz beibehalten werden. Sie dürfen dieses Dokument nicht in irgendeiner Weise abändern, noch dürfen Sie dieses Dokument für öffentliche oder kommerzielle Zwecke vervielfältigen, öffentlich ausstellen, aufführen, vertreiben oder anderweitig nutzen.

Mit der Verwendung dieses Dokuments erkennen Sie die Nutzungsbedingungen an.

gesis
Leibniz-Institut
für Sozialwissenschaften

Terms of use:

This document is made available under Deposit Licence (No Redistribution - no modifications). We grant a non-exclusive, non-transferable, individual and limited right to using this document. This document is solely intended for your personal, non-commercial use. All of the copies of this documents must retain all copyright information and other information regarding legal protection. You are not allowed to alter this document in any way, to copy it for public or commercial purposes, to exhibit the document in public, to perform, distribute or otherwise use the document in public.

By using this particular document, you accept the above-stated conditions of use.

Mitglied der

Leibniz-Gemeinschaft

Diese Version ist zitierbar unter / This version is citable under:

<https://nbn-resolving.org/urn:nbn:de:bsz:16-ijb-13148>

Zum Machtfaktor „Presse“ in Indien

Nadja-Christina Schneider

In ihrem Bericht zu den kommunalistischen Ausschreitungen in Gujarat (2002) schreibt die Menschenrechtsorganisation Human Rights Watch (HRW) über die Rolle der Medien in diesem Konflikt: „While the national Indian press has played an important role in exposing the violence and official neglect or misconduct, sectors of the local press have been accused of inciting the violence.“¹ Zunächst ist interessant, dass unter „Medien“ in diesem Abschnitt des Berichts ausschließlich die indische Presse verstanden wird, was darauf schließen lässt, dass HRW diesem Medium ungeachtet der Präsenz des Fernsehens und anderer elektronischer Medien nach wie vor eine zentrale und besonders machtvolle Rolle zuspricht. Inwiefern dies gerechtfertigt ist bzw. sich im entsprechenden Umfang in der medientheoretischen Diskussion und Indienbezogenen Medienforschung widerspiegelt, ist eine Frage, die im dritten Abschnitt dieses Artikels erörtert wird. Zwei weitere Aspekte dieses Zitats verdienen ebenfalls eine genauere Betrachtung. Erstens wird – was nicht nur im Hinblick auf die Ereignisse in Gujarat zutrifft – deutlich, dass die *Beobachter* der Presse deren Berichterstattung schwerpunktmäßig im unmittelbaren Kontext eines eskalierenden Konflikts betrachten. Damit agieren sie in der Reflexion ebenso *ereignisbezogen* wie die Medien selbst und verfolgen weniger den Entstehungsprozess bzw. die Geschichte des entsprechenden Mediendiskurses. Zweitens wird hier die problematische Unterteilung der indischen Presse in die Kategorien „national“ (= englischsprachig) und „lokal/regional“ (= regionalsprachig) reproduziert, verbunden mit der impliziten Annahme, dass diese beiden Gruppen höchst konträre Interessen verfolgen. Obwohl sich der HRW-Bericht lediglich auf *Sektoren* der lokalen Presse bezieht,² werden diese nicht mit der Art und Weise verglichen, wie der Kon-

¹ Human Rights Watch, April 2002, Vol.14, No.3. In zitierten Abschnitt bezieht sich HRW auf die Ergebnisse einer Medienanalyse der beiden Nichtregierungsorganisationen People's Union for Civil Liberties und Shanti Abhiyan, S.34.

² In diesem Zusammenhang führt der Bericht ausschließlich das Beispiel der antimuslimischen Hetzkampagne in der Gujarati-Zeitung *Sandesh* an.

flikt grundsätzlich *innerhalb* der Gujarati-Presse bzw. anderer in Gujarat erscheinender Zeitungen und Regionalausgaben dargestellt wurde, sondern der Berichterstattung in der sog. *nationalen* Presse gegenübergestellt.

Jeder dieser Aspekte verweist auf sehr relevante, unterschiedliche und dennoch miteinander zusammenhängende Problembereiche der Indienbezogenen Medienforschung, die in diesem Artikel vorgestellt werden. Dabei soll grundsätzlich für eine prozessbezogenere Analyse und horizontale Betrachtungsweise der indischen Presse argumentiert werden, was konkret heißt, dass einige Einwände gegen die „vergleichende Gegenüberstellung“ von regional- und englischsprachigen Zeitungen vorgebracht werden. Indem die beiden Kategorien so scharf voneinander abgegrenzt werden, erscheinen sie zum einen als jeweils in sich homogen und zum anderen so, als würde sie nichts miteinander verbinden. Dass beides nicht ganz zutreffend ist, versuche ich an Beispielen aus beiden Kategorien zu zeigen. Über den Rahmen der indischen Presse hinaus soll schließlich auch erörtert werden, warum es nicht bei der isolierten Betrachtung einzelner Medien in Indien bleiben sollte, und welche Aspekte einer interdependenten Multimedialität – besonders im Hinblick auf die indische Diaspora – an Bedeutung gewinnen werden.

1 **Mediale Realität und kulturelle Hierarchisierung – „Nationale Medien“ und der Konsens der Mehrheitsgesellschaft**

Die Vorstellung *kultureller* bzw. *nationaler* Einheit ist in erster Linie eine Auswirkung dessen, was in der Diskurstheorie als Inter- oder Alltagsdiskurs bezeichnet wird, den die Medien maßgeblich mit bestimmen. Als Akteure und Interpreten prägen und gestalten sie den Vermittlungsprozess eines *Systems von Kollektivsymbolen*, das mit den Worten Siegfried Jägers den „Kitt der Gesellschaft“ bildet.³ Ergänzend kann man im Sinne Benedict Andersons⁴ sagen, dass die Verbindung dieser symbolischen Sinnbildungsmuster mit der suggestiven Macht der Rituale, die sich durch den alltäglichen Gebrauch der Massenmedien entwickeln (wie etwa die morgendliche Zeitungslektüre, das allabendliche Einschalten des Fernsehers zu den 20-Uhr-Nachrichten oder auch das regelmäßige „Surfen im Web“), eine Art imaginärer Totalität der jeweiligen Gemeinschaft verstärkt.

Nach Ansicht Jägers besteht die Hauptfunktion von Medien in dieser Vermittlung kultureller Einheit und nationaler Zugehörigkeit, neben der die Nachrichten über „Ereignisse“ und „Fakten“ lediglich untergeordnete Komponenten des Medien-

³ Siegfried Jäger (1993), S.162f.

⁴ Anderson argumentiert, dass sich die Vorstellung Einzelner, zu einer nationalen Gemeinschaft zu gehören, ohne dass deren Anonymität als einschränkend und absurd empfunden wird, nur mit Hilfe der Printmedien (allen voran Buch und Zeitung) durchsetzen konnte. Benedict Anderson (1983), S.40.

diskurses darstellen. Darüber hinaus erzeugen Medien nach Niklas Luhmann dadurch eine „transzendente Illusion von Wirklichkeit und Wahrheit“, dass sie nicht einfach als Sequenz von Operationen ablaufen, sondern als Sequenz *beobachtender* und *bewertender* Operationen.⁵ Medien „verzerrten“ also nicht nur die „echte“ Realität, sondern fördern eine eigene Wirklichkeit der Mediendiskurse, die wiederum auf den verschiedensten Ebenen Macht ausüben. Medien sind folglich in hohem Maß an der Strukturierung von Machtverhältnissen in Gesellschaften beteiligt. Wenn Medien diese Machtstrukturen einer Gesellschaft also repräsentieren und beeinflussen, dann generieren sie damit auch eine *kulturelle Hierarchisierung* und setzen diese fort. Obgleich die Markierung *kultureller Unterschiede* nach Ansicht Teun van Dijks die Pluralität der Gesellschaft und Gleichberechtigung der verschiedenen darin lebenden „anderen Kulturen“ suggerieren soll, wird dabei doch stets deutlich gemacht, dass die „eigene Kultur“ die überlegene ist und bleibt, wohingegen die „andere Kultur“ der Minderheitengemeinschaften untergeordnet bzw. *rückständig* ist.⁶ In seiner Untersuchung der westeuropäischen Printmedien bezeichnet van Dijk diese kulturelle Hierarchisierung sowie die damit einhergehenden Praktiken der Ausgrenzung und Marginalisierung als *ethnischen Konsens* der Mehrheitsgemeinschaft, und dieser „transformierte Rassismus“ liege als Ideologie jeglicher diskursiven Praxis einer Gesellschaft zugrunde.

Mediale Gesellschaften und ihre „anderen Kulturen“

Vor allem im Hinblick auf die Wahrnehmung und Beziehung zu den „anderen Kulturen“ scheint die Macht der Medien in *medialen Gesellschaften* hauptsächlich darin begründet zu sein, dass sie, gemeinsam mit den Institutionen der Erziehung und Bildung, eine nahezu uneingeschränkte Kontrolle über die symbolischen Ressourcen ausüben, die notwendig sind, um den Konsens einer Bevölkerung herzustellen und zu bestärken. Van Dijk argumentiert am Beispiel der westeuropäischen Printmedien, dass auch die sog. kritische oder liberale Presse nicht grundsätzlich von diesem Konsens hinsichtlich dessen, „was“ und „wie“ über kulturelle Differenz gedacht werden sollte, abweicht.⁷ Er belegt dies mit der sehr eingeschränkten Themenauswahl, die zur medialen Repräsentation der „Anderen“ getroffen wird und die sich nicht wesentlich von der anderer Printmedien unterscheidet. Auch hier dominieren die stereotypen Darstellungsmuster und Themen: Verbrechen, Drogen und Gewalt und vor allem die vielen realen oder imaginären Probleme und Schwierigkeiten, die mit der „multiethnischen“ oder „multikulturellen“ Gesellschaft assoziiert werden (van Dijk 1991:245).⁸

⁵ Niklas Luhmann (1996), S.14f.

⁶ Teun van Dijk (1991), S.28f.

⁷ Van Dijk, S.40ff.

⁸ Exemplarisch sei an dieser Stelle auf den aktuellen Fall Mahmoud verwiesen. Wie bereits anlässlich der Abschiebung des jugendlichen Straftäters Mehmet (2000), wurde auch die-

Ihre Spezifität als *nationale* Medien liegt also nicht nur in der Tatsache begründet, dass der Staat die Bedingungen für die Ausformung des nationalen Mediensystems festlegt und die Vorlieben des nationalen Publikums dieses entscheidend prägen, sondern vor allem darin, dass diese Medien aus einer Summe komplexer sozialer Beziehungen und Hierarchien innerhalb nationaler Kontexte hervorgegangen sind, die sie wiederum repräsentieren. Und da die Nation immer noch ein bedeutender „maker of difference“ ist, wie James Curran feststellt,⁹ gilt dies zwangsläufig auch für die nationalen Mediensysteme.

Die Frage, ob Indien im hier beschriebenen Sinne eine „mediale Gesellschaft“ ist, in der sich ein medial vermittelter und fortgesetzter Prozess der kulturellen Hierarchisierung manifestiert, wird im folgenden Kapitel am Beispiel der Presse in Indien zu erörtern versucht.

2 Mediale Realität und kulturelle Hierarchisierung in Indien

2.1 Das Beispiel der indischen Presse

Bis zum Beginn des Fernsehzeitalters war die Presse das entscheidende Medium, durch das sich die Idee der Nation durchsetzen konnte. Indem sie ihre Leser an den Kommunikations- und Entscheidungsprozessen zwischen den Elitegruppen einer Gesellschaft und den politischen Institutionen teilhaben ließ und ihnen gleichzeitig ein Forum bot, um sich in laufende Debatten einzuschalten, brachte die Presse die Öffentlichkeit im klassisch-liberalen Sinne, auf die sie sich bis heute beruft, überhaupt erst hervor. Auch wenn diese Öffentlichkeit nur eine neben vielen anderen temporären oder dauerhaften Teilöffentlichkeiten innerhalb einer Gesellschaft darstellt,¹⁰ deren Anzahl parallel zur Ausdifferenzierung nationaler Mediensysteme weiter zunimmt, verfügt sie auch weiterhin über sehr viel Macht und Einfluss. In dieser „nationalen“ Dimension ist die indische Presse zunächst ein Produkt der Re-

ser Fall als Folie benutzt, auf die ein regelrechtes Bedrohungsszenario „eingewanderter“ Kriminalität und Gewalt in Deutschland projiziert wurde. Mitte Februar 2003 Jahres lauteten die täglichen Schlagzeilen im *Berliner Tagesspiegel* etwa: „Es gibt viele wie Mahmoud. Unter jugendlichen Gewalttätern sind auffallend viele Ausländer – besonders Libanesen“ (28.02.2003), „Polizei will Mahmoud R. abschieben lassen. Spezielle Ermittlungsgruppe soll Staatsangehörigkeit R.s nachweisen (01.03.2003)“, „Viele Taten, wenige Urteile“ (27.02.2003), „Polizeipräsident: Ein Fall von vielen“ (26.02.2003), „Vorwurf: Achtzig Gewalttaten. Ergebnis: Immer wieder Bewährung. Polizei klagt Justiz an [sic!] und fordert Härte gegen junge Serientäter“ (26.02.2003). Zu ermessen, wie groß der Schaden ist, der den Angehörigen dergestalt antagonisierter „anderer Kulturen“ aus dieser kollektiven Brandmarkung entsteht, bedarf sicher keiner großen Vorstellungskraft.

⁹ James Curran (2000), S.12.

¹⁰ Vgl. dazu: Sarai Reader 01 (2001): *The Public Domain*.

formbewegungen der zweiten Hälfte des 19. Jahrhunderts, wesentlich mehr aber noch des antikolonialen Befreiungskampfes.¹¹ Die führenden Köpfe dieser Bewegung waren gleichzeitig die Pioniere des indischen Journalismus, und sie sahen es als vordringliche Pflicht an, das enorme Potenzial der Presse zur Hervorbringung einer nationalen Gemeinschaft zu verwirklichen: „The growth of national consciousness and public awakening owes more to the insistent, consistent and persistent preaching of the press than anything else.“¹²

Indische Kritiker des gegenwärtigen Pressewesens rekurren¹³ immer wieder auf diese Entstehungsphase der „nationalen“ Presse, in der es als aufklärerische Mission verstanden wurde, *swaraj*¹⁴ und Nationalismus zu „predigen“, wie Sushila Agrawal es mehrfach nennt. Gegenüber diesem Mythos des „goldenen Pressezeitalters“ muss die Gegenwart zwangsläufig verblassen, und die Messlatte zur Beurteilung jeglicher journalistischer Arbeit scheint etwas hoch gehängt. Es gibt aber auch einige Anhaltspunkte dafür, dass diese Kritik an der Presse gleichzeitig eine Kritik an der Entwicklung des Kapitalismus in Indien impliziert, in der die indischen Printmedien – mit einiger Berechtigung, wie vor allem Robin Jeffreys Untersuchung (2000) zeigt – als zentrales Symbol für die Entwicklung des Kapitalismus in Indien erscheinen. Auch wenn dieser Aspekt sicherlich mehr Beachtung verdient als ihm bislang zuteil wurde, steht an dieser Stelle die Tatsache im Vordergrund, dass die „nationale“ Presse hauptsächlich in englischer Sprache publiziert wurde, woraus sich der entsprechend hohe Status und enorm große Einfluss englischsprachiger Zeitungen im postkolonialen Indien erklärt.¹⁵

Die Hierarchie der Sprachen oder: „Nationale“ englischsprachige vs. regionalsprachige Presse?

Das moderne, säkulare und nationale Image der englischsprachigen Presse bedingte wiederum, dass die regionalsprachige Presse demgegenüber als die „weniger nationale“, „tendenziell eher kommunalistische“ und „weniger moderne“ galt und von den Institutionen des Zentralstaates mit ähnlichem Misstrauen beäugt wurde wie die *vernacular press* zu Zeiten der britischen Kolonialmacht.¹⁶ Diese Haltung kam vor

¹¹ Womit ich selbstverständlich nicht behaupten möchte, dass die Geschichte der Presse in Indien überhaupt erst im 19. Jahrhundert beginnt; sie nimmt spätestens im 18. Jahrhundert ihren Anfang. Vgl. S. Natarajan (1962), S. Agrawal (1970) und B.N. Ahuja (1988).

¹² Agrawal (1970), S.20.

¹³ Vgl. K.G. Joglekar (1999), S.7ff. und P.B. Chakraborty/B. Bhattacharya (1989), chapter 1: „The Role of the Press: Expectations Belied“.

¹⁴ Selbstvertrauen, -sicherheit.

¹⁵ „Newspaper publishing in India started in English and English newspapers have the greatest influence on the opinion makers in the country.“ B.S. Chandrasekhar (2002), „Regional Media“, unter: www.thehoot.org.

¹⁶ Vgl. dazu Veena Naregal (1999), S.1-13.

allem dann als offene Benachteiligung zum Ausdruck, wenn es um die Verteilung des staatlichen Werbeetats ging. Bereits 1954 hatte die erste offizielle Pressekommission festgehalten, dass die englischen Publikationen den weitaus größten Anteil am Werbekuchen erhielten. Da indische Firmen erst Anfang der achtziger Jahre im großen Stil begannen, ihre Werbekampagnen in den Printmedien zu platzieren, waren die Zeitungen jahrzehntelang auf die großflächigen Anzeigen der jeweiligen Regierung angewiesen, was diese auch konsequent für sich zu nutzen verstanden: „The use of advertising to punish, reward and thereby seek to influence newspapers became part of the repertoire of political parties in government.“¹⁷

Der postkoloniale Staat hat damit nicht nur die Hierarchie zwischen der englischen und den regionalen Sprachen reproduziert, sondern auch jahrzehntelang verhindert, dass sich die regionalsprachige Presse überhaupt entwickeln konnte. Dessen ungeachtet setzt sich das extrem positive Image der englischsprachigen Presse und der von ihr adressierten Öffentlichkeit bis in die Gegenwart fort. Ein besonders problematischer Aspekt ist dabei, dass diese Hierarchisierung zu einem unübersehbaren Teil auch heute noch die wissenschaftlichen Kategorien bestimmt, die zur Untersuchung der Presse in Indien angewandt werden, wie der Indien betreffende Auszug der Einleitung eines Sammelbandes zum Thema „Mass Media and Cultural Identity“¹⁸ zeigt:

The researchers found that some of the most *ethnic-centered* came from the regional-language newspapers. These newspapers were serving the *ethnic interests* of their readers. [...] The studies included in this volume show how media coverage and media comments reflected this *ethnic divide*. This became more pronounced in the *ethnic-language* or *vernacular* media. It was also prominent among media catering to local or regional audiences rather than those servicing national audiences. In countries such as India the English-language press was able to transcend *narrow communal* and *ethnic loyalties* because of the *cosmopolitan composition* of the readers of the English-language press, but this press reaches only a minuscule proportion of the population in these countries.

Abgesehen von einer irreführenden Terminologie, die „regional“ grundsätzlich mit „ethnisch“ gleichzusetzen scheint, ist an diesem Ausschnitt auffallend, dass die englische und die regionalsprachige Presse jeweils als monolithische Interessengruppen dargestellt werden, die einander diametral gegenüberstehen, und damit implizit auch die „Gesinnung“ der jeweiligen Leserschaft. Pauschal werden den englischsprachigen Zeitungen *nationale Interessen* zugeschrieben, und dieser Nationalismus scheint per se rational, gut und legitim zu sein, während den regionalsprachigen Zeitungen unterstellt wird, ausschließlich die „engstirnigen, kommunalistischen“ Neigungen ihrer Leser zu bedienen. Der angenommenen pluralen „cosmopolitan composition“ des Englisch lesenden Publikums wird die angenommene „ethni-

¹⁷ Jeffrey (2000), S.56.

¹⁸ Anura Goonasekera/Yoicho Ito (Hg.) (1999), S.2-9, Hervorhebungen Nadja-Christina Schneider.

sche Homogenität“ der jeweiligen Leserschaft regionalsprachiger Zeitungen gegenübergestellt. Diese absurde Zweiteilung der indischen Gesellschaft in einen „ethnischen“ und einen „kosmopolitischen“ Block stellt eine Reproduktion früherer Hierarchisierungen dar und erscheint deswegen als Forschungsansatz eher kontraproduktiv. Anhand von drei Gegenargumenten wird im Folgenden gezeigt, wie wenig diese voreingenommene Sichtweise der gegenwärtigen Situation des Printmediensektors in Indien gerecht wird, womit gleichzeitig einige Merkmale der gegenwärtigen Entwicklung aufgezeigt werden sollen. Dabei geht es selbstverständlich nicht darum, die berechtigte Kritik an ethnozentrischen und andere Gemeinschaften diskriminierenden Zeitungsinhalten in irgendeiner Form zu relativieren oder gar zu entkräften. Vielmehr soll die Unzulänglichkeit der oben beschriebenen Kategorien gezeigt werden, und Gründe für eine horizontale Betrachtungsweise der indischen Presse sollen angeführt werden. Weshalb dies aber in Verbindung mit der englischsprachigen Presse auch die Revision einiger „positiver Stereotype“ notwendig macht, wird im Anschluss daran gezeigt.

Die regionalsprachigen Zeitungen richten sich nicht per se an „ethnische Gruppen“

Im unabhängigen Indien wurden die Bundesstaaten auf der Basis der Regionalsprachen gegründet und nicht nach Kriterien der ethnischen, kulturellen oder religiösen Zugehörigkeit der jeweiligen Bevölkerungsmehrheit. Neben der englischen und den 18 in der Eighth Schedule of the Constitution festgelegten offiziellen Sprachen werden gegenwärtig in weiteren 81 indischen Sprachen und Dialekten Zeitungen publiziert.¹⁹ Nach dem Zensus²⁰ von 1991 sprechen 18,7 Prozent der indischen Bevölkerung eine zweite der 18 „nationalen“ Sprachen – vom Englischen einmal abgesehen, das nicht zu den „indischen Sprachen“ gezählt wird – und 7,2 Prozent sogar noch eine dritte. Prozentual finden sich die meisten bilingualen Inder unter den Sprechern folgender Muttersprachen:

Urdu:	38 Prozent
Punjabi:	37 Prozent
Malayalam:	29 Prozent
Oriya:	16 Prozent
Bengali:	13 Prozent
Hindi:	11 Prozent

Nehmen wir einmal das Beispiel der Urdu sprechenden Bevölkerungsgruppe in Indien. Noch heute gilt Urdu vorrangig als Sprache der indischen Muslime, obwohl

¹⁹ Statistische Angaben zur aktuellen Presselandschaft in Indien sind u.a. auf der Website des Press Information Bureau erhältlich: www.nic.in/India-Image/PIB.

²⁰ Die Zensusangaben sind von Chandrasekhar (2002) übernommen.

nicht alle Urdu-Muttersprachler Muslime sind und zwei Drittel aller Muslime in Indien kein Urdu sprechen oder lesen. Die zunehmende Marginalisierung des Urdu in Indien wird dennoch häufig mit der schwachen materiellen Situation und dem „Bildungsrückstand“ der Muslime erklärt. Im Hinblick auf die marginale Position der Urdu-Presse scheint jedoch wesentlich bedeutender, dass Urdu zwar den Status einer „Nationalsprache“ besitzt, aber keinem „angestammten Territorium“ in Form eines Bundesstaates oder einer Region zugeordnet werden kann. Für die Urdu-Zeitungen bedeutet dies im Vergleich zu anderen regionalsprachigen Zeitungen einen massiven Nachteil, da die Urdu sprechende Bevölkerungsgruppe über alle Regionen des Landes verteilt lebt. Dezentrale Mehrfachausgaben oder gut organisierte Verteilungswege sind daher die einzigen Möglichkeiten, diese weit verstreute, potenzielle Leserschaft zu erreichen und an eine Zeitung zu binden, was mit einem enormen Kostenaufwand verbunden ist.²¹

Während die Urdu-Muttersprachler 5,18% der Gesamtbevölkerung ausmachen, beträgt der Anteil der Urdu-Presse am gesamtindischen Zeitungsmarkt weniger als ein Prozent, und sie erreichen laut Chandrasekhar nur 4,1% ihrer Sprachgruppe. Daraus ist jedoch nicht etwa abzuleiten, dass nur dieser kleine Teil dieser Bevölkerungsgruppe Zeitung liest, denn der oben angeführte, hohe Anteil von Urdu-Muttersprachlern an der Gruppe der Bilingualen weist darauf hin, dass für sie die jeweilige Sprache der Region, in der sie leben, die zweite Sprache ist, in der sie folglich auch ausgebildet werden, ihre Zeitung lesen sowie Nachrichten hören und sehen. Auch kann in Bezug auf die Urdu-Zeitungen nicht davon ausgegangen werden, dass sie ausschließlich „von Muslimen für Muslime“ gemacht werden. Ein Blick etwa in die Online-Ausgabe der *Siasat* genügt bereits um zu sehen, dass nicht nur muslimische Journalistinnen und Journalisten regelmäßig für diese Zeitung schreiben. Am Rande sei hier auch erwähnt, dass Robin Jeffrey 1993, als er den Großteil seiner Feldstudien in Indien durchführte, die einzige Journalistin sämtlicher von ihm aufgesuchter regionalsprachiger Zeitungen bei der *Siasat* in Hyderabad antraf und dass es sich dabei um eine Hindu handelte (Jeffrey 2000:173).²²

²¹ Vor allem in diesem Fall bietet es sich daher an, verstärkt auf Online-Editionen zu setzen. Meines Wissens ist bislang noch nicht untersucht worden, ob die Internetausgaben der größten indischen Urdu-Zeitungen als Alternative zu den Papiereditionen bereits so erfolgreich sind oder über ein so großes Leserpotenzial verfügen, dass das Manko der geografischen Distanzen dadurch überwunden werden kann. Die Internetpräsenz der Urdu-Zeitungen *Inquilab* (Mumbai) und *Siasat* (Hyderabad) mag als Indiz dafür gelten, dass diese Strategie gegenwärtig mit verfolgt wird. *Milap online* (Delhi, Jalandhar, Hyderabad) erscheint sogar als Doppelausgabe in Urdu und Hindi.

²² “A Hindu in her twenties, Ratna Chotrani was covering commerce and science [...] *Siasat* provided a remarkable environment for a woman reporter. Chotrani felt she had the support and interest of the small staff of a dozen sub-editors and reporters and of the soft-spoken editor-owner who had inherited the newspaper from his father. ‘I will never leave journalism’, she said, explaining that *Siasat* gave her freedom to cover stories that interested her.”

Auf der anderen Seite ist aber auch nicht auszuschließen, dass eine regionalsprachige Zeitung gerade die Muslime in der Region als potenzielle neue Stammleserschaft „entdeckt“. Im Konkurrenzkampf um den Malayalam-Zeitungsmarkt war es der Zeitung *Mathrubhumi* in den achtziger und neunziger Jahren gelungen, ihrer Rivalin *Malayala Manorama* immer mehr Leser abspenstig zu machen, woraufhin Letztgenannte sich gezwungen sah, sich mit Hilfe einer verstärkten Lokalberichterstattung neuen Lesergruppen zuzuwenden und diese dauerhaft an sich zu binden. Die Wahl fiel auf die Muslime, und das „Experiment“ glückte, wie der Herausgeber und Manager der *Malayalam Manorama*, Jacob Mathew, gegenüber Jeffrey in einem Interview erläuterte:

We really began to go into the internal area, covering local festivals, local events, and then we soon became actually the big supporter of the Muslim community, and we really started championing their causes and we actually turned out to be a mouthpiece of the Muslim organization. [...] And certain events like that we really capitalized. That brought up our circulation steadily (2000:92f.).

Eine pauschale Gegenüberstellung der englischsprachigen und regionalsprachigen Presse ist also vor allem in jenen Bundesstaaten wenig sinnvoll, wo der Printmedienmarkt zwischen den Zeitungen stark umkämpft ist, die in derselben Sprache publizieren und sich erst infolge der zunehmenden Konkurrenz und Ausdifferenzierung auf die Suche nach ihrer spezifischen Lesergruppe machen. Was aber wiederum auch kein Beleg dafür ist, dass die nationale Dimension in der Regionalsprache zwangsläufig „entfällt“ oder relativiert wird, denn schließlich besitzt auch eine regionalsprachige Zeitung wie *Mathrubhumi* die Freiheit, sich als „nationale“ Zeitung zu bezeichnen – *The national daily in Malayalam*.²³

Regional- und englischsprachige Zeitungen richten sich nicht zwangsläufig an streng voneinander getrennte Segmente

Für insgesamt 11,2% der Gesamtbevölkerung ist Englisch die zweite oder dritte Sprache. Als zweite Sprache betrachten sie vor allem die Malayalam- (22%) und Tamil-Muttersprachler (13,4%). Hindi ist für 8,8% der Bevölkerung die zweite oder dritte Sprache, die zweite ist sie vor allem für Punjabi-, Urdu-, Marathi- und Gujarati-Muttersprachler, was auch heißt, dass von diesen Gruppen Zeitungen in mehreren Sprachen gelesen werden. Der National Readership Survey von 2001 zeigt eindeutig, dass ein sichtbarer, wenn auch kleiner Anteil von Lesern neben regionalsprachigen Zeitungen auch hindi- oder englischsprachige Zeitungen liest, was die Vorstellung separater Leserschaften und gegensätzlicher Interessen wiederum relativiert.²⁴

²³ Vgl. hierzu Jeffrey (2000), S.217-219.

²⁴ Vgl. Chandrasekhar (2002). Der National Readership Survey ist weltweit der größte seiner Art und wurde 1970 erstmals durchgeführt, damals beschränkte sich diese Erhebung allerdings noch auf urbane Siedlungsgebiete. Seit der Miteinbeziehung von Kleinstädten und ländlichen Gegenden hat der NRS maßgeblich dazu beigetragen, dass Ende

Die Hindi-Presse ist keine „regionalsprachige“ Presse mehr

Aufgrund der Tatsache, dass Hindi seit der Unabhängigkeit als Nationalsprache und *primary tongue* propagiert wurde, kann die Hindi-Presse genau genommen überhaupt nicht unter Kategorien wie *regional language* oder gar *vernacular press* erfasst werden. Ihr enormes Expansionspotenzial, das weit über den Hindi Belt hinausreicht, beginnt die Hindi-Presse seit einigen Jahren sehr erfolgreich zu verwirklichen. Während es früher nur der englischsprachigen Presse gelang, sich durch Mehrfachausgaben und Zeitungsketten überregional zu etablieren, ist diese Strategie mittlerweile für viele Verlage, wie die AJ-Gruppe, die Jagran-Gruppe, die Amar-Ujala-Gruppe (alle drei aus Uttar Pradesh), die Navbharat- und die Bhaskar-Gruppe (beide aus Madhya Pradesh), sowie den Punjab Kesari mit drei Ausgaben aus Delhi, Jalandhar und Ambala, zum entscheidenden Erfolgsfaktor geworden.²⁵ Eine führende Position hat die Hindi-Presse bislang in Delhi, im Punjab, in Haryana, Himachal Pradesh, Uttar Pradesh, Bihar und Madhya Pradesh erlangt, aber auch in Bundesstaaten wie Maharashtra befindet sie sich weiter auf Expansionskurs.²⁶ Folglich gibt es mehrere Anhaltspunkte dafür, dass die Hindi-Presse in nationaler Perspektive eher mit der englischsprachigen als mit der regionalsprachigen Presse vergleichbar ist, weswegen die Zuordnung zu den *regional media* nicht ganz gerechtfertigt erscheint.

In diesem Zusammenhang spielt auch der „Hindu-Faktor“ eine bedeutende Rolle.²⁷ Dass die Kategorisierung indischer Printmedien aber gerade vor dem Hintergrund kommunalistischer Inhalte in Hindi-Zeitungen noch komplizierter wird, soll am folgenden Beispiel kurz gezeigt werden. In seiner Kritik der Hindi-Presse im Konflikt um die Babri Masjid in Ayodhya schreibt Ashis Nandy:

der siebziger Jahre erstmals das riesige Potenzial der regionalsprachigen Presse erkannt und allmählich auch verwirklicht wurde. Jede Erhebung ist ein Kooperationsprojekt, das von zahlreichen renommierten Marktforschungsinstituten wie dem Indian Market Research Bureau, AC Nielsen, Taylor Nelson u.a. ausgeführt wird. Einen „Rivalen“ besitzt der NRS in Gestalt des Indian Readership Survey. Jeffrey (2000) stellt in seiner Arbeit Ergebnisse aus beiden Surveys vor.

²⁵ Dieser Trend zur Mehrfachausgabe ist aber auch bei der Tamil-, Gujarati-, Marathi-, Kannada- und Oriya-Presse erkennbar, vgl. hierzu S.C. Bhatt (1999), S.2ff.

²⁶ “Hindi newspapers with substantial improvements in their contents and production appear to have taken away readers of English newspapers in some of the urban areas of the Hindi states. Hindi newspapers have also cut into the readership of Punjabi newspapers in the urban areas of Punjab and of Marathi newspapers in the Vidarbha region of Maharashtra. [...] It appears that multi-city editions have helped Hindi newspapers the most and now the top-five Hindi newspapers are able to reach 3.4 times the number of readers reached by the top-five English newspapers.” Chandrasekhar (2002).

²⁷ Vgl. hierzu Victoria L. Farmer (1996), S.109.

The vernacular press contributed generously to the growth of communal hatred in Rajasthan by stoking ill-defined fears of the Muslims. Some wrote of the 'declining' ratio of Hindus to Muslims in the country and restated the stereotype that the Muslims, in contrast to the Hindus, did not practice family planning.

In der entsprechenden Fußnote verweist Nandy stellvertretend auf einen Artikel in der *Navbharat Times* vom 4. Oktober 1990.²⁸ Da diese Zeitung jedoch eines der erfolgreichsten „regionalsprachigen Experimente“ der Bennett Coleman Company Ltd. (im Besitz der Jain-Familie, Mumbai, u.a. Herausgeber der englischsprachigen *Times of India*) ist, stellt sich hier von neuem die Frage nach einer adäquaten Kategorisierung. Es ist fraglich, ob die *Navbharat Times* als exemplarisch für die regionalsprachige Presse gelten kann. Darüber hinaus ist es schwer vorstellbar, dass die politische Linie zweier Zeitungen, die von derselben Verlagsgruppe herausgegeben werden, im extremen Widerspruch zueinander steht. Umgekehrt kann man sicher nicht davon ausgehen, dass eine englischsprachige Zeitung über fünf Jahrzehnte hinweg ein unverändertes Konzept der säkularen indischen Nation propagiert, wenn die dahinter stehende, absatzorientierte Firmengruppe immerhin so „flexibel“ auf die Zeichen der Zeit reagiert, dass sie eine Hindi-Zeitung herausgibt, die eindeutig ethnozentrische, hindunationalistische Positionen aufgreift und weiter vermittelt. Gerade weil die englischsprachige Presse kein vollkommen anderes Segment bedient, sondern sich auch weiterhin im direkten Wettbewerb mit den expandierenden regionalsprachigen Zeitungen befindet, lässt diese Entwicklung eine entsprechende Rückwirkung erwarten. Mit diesem Einfluss auf die englischsprachige Presse wird sich Abschnitt 2.2 eingehender befassen.

Der sog. Hindu-Faktor kommt aber nicht nur in der Diffamierung von Minderheiten, allen voran der Muslime, zum Ausdruck,²⁹ sondern auch in Gestalt einer Strategie der „Entlarvung“ der klassisch-liberalen, an der englischsprachigen Presse orientierten Öffentlichkeit und ihrer Repräsentanten in den politischen und akademischen Institutionen als „pseudosäkular“. Bereits in den sechziger Jahren hatte die Vorläuferin der BJP, Jana Sangh, erkannt, dass journalistische „Exzesse“ hierzu weniger dienlich waren als vielmehr die Konzentration auf eigene „journalistische Kaderschmieden“.³⁰ Der Sangh Parivar³¹ genügte es aber nicht, eine Gegenöffent-

²⁸ Die Überschrift lautete: „Decreasing Population of Hindus in India“. A. Nandy (1997), S.143.

²⁹ Derentwegen wurde Anfang der neunziger Jahre beispielsweise die Tageszeitung *Aj* vom indischen Presserat gerügt, vgl. hierzu Jeffrey (2000), S.158, und Berichte des Presserats unter <http://presscouncil.nic.in>.

³⁰ „The Jana Sangh had established a reputation in the 1960s for ‚the most readable newspapers in Hindi‘, which had ‚a sense of mission‘ and whose journalists ‚took interest in their work‘. By the 1990s, the BJP sought to use ‚modern methods‘ of journalistic education to create genuinely ‚Indian‘ journalists to work on as many newspapers as possible. Well-trained gate-keepers might be expected to influence any newspaper they produced.“ Jeffrey (2000), S.159f. Ein bedeutendes Ergebnis dieser kontinuierlichen Bemühungen war

lichkeit zu mobilisieren, und sie hatte auch zu keinem Zeitpunkt vor, eine regionenbezogene Darstellung der „dezentralen und pluralen“ Beschaffenheit der indischen Gesellschaft und des indischen Staates an die Stelle des „zentralstaatlich aufoktroierten“ Nationalismus treten zu lassen. Ihr ging es um nicht weniger als die Neubesetzung und Umdefinierung *derselben* Kategorien – oder anders gesagt, um die Durchsetzung eines möglichst hegemonialen Diskurses des *secularism in a Hindu way*. Der größte Erfolg dieser Strategie wird deswegen gerade daran erkennbar, dass der *ethnozentrische Diskurs* der Hindu-Mehrheitsgesellschaft³² auch in der englischsprachigen Presse seit Anfang der achtziger Jahre zunehmend an Einfluss gewinnen konnte. Vor diesem Hintergrund verliert die binäre Kategorisierung „nationale vs. regionalsprachige Presse“ endgültig jeglichen Sinn, denn das grundlegende Problem besteht nunmehr darin, dass sich dieses „neu definierte“ Säkularismuskonzept generell zunehmend durchsetzen konnte.

2.2 Die Darstellung *kultureller Differenz* in der englischsprachigen Presse: Das Beispiel der indischen Muslime (1980-87)

Einen neuen Prozess der Kommunalisierung stellt Victoria L. Farmer in den indischen Printmedien während und nach der Ramjanmabhumi-Kampagne fest,³³ die bereits 1984 ihren Auftakt nahm. Gerade in Bezug auf die Berichterstattung über den Islam besitzt dieser Übergang, von dem Farmer spricht, aber auch eine starke translokale und transnationale Komponente, da die global vermittelte „islamistische Bedrohung“ in Indien einen besonders starken Widerhall gefunden und zur Antagonisierung des muslimischen Bevölkerungsteils innerhalb der indischen Gesellschaft beigetragen hat. Bereits 1981 stellte Edward W. Said bei seiner Analyse der US-Berichterstattung über die islamische Revolution im Iran fest, dass die Medien aufgrund der *Marginalität von Experten* bei der Bestimmung des Diskurses über den Islam nahezu freie Hand hatten. Ähnliches gilt auch in Bezug auf die englischsprachige Presse in Indien; seit Beginn der achtziger Jahre ist eine zunehmende Verknüpfung *nationaler* und *internationaler* Diskursstränge zu einem undifferenzierten

die Gründung der National University of Journalism (1990) durch die BJP-Regierung in Bhopal (Madhya Pradesh), deren Zielvorgabe darin besteht, Hindi-Journalisten auf Hindi auszubilden.

³¹ Unter dieser Bezeichnung („die Familie der Verbände/Zusammenschlüsse“) werden die hindunationalistischen Organisationen Vishwa Hindu Parishad, Bajrang Dal, Rashtriya Swayamsevak Sangh sowie die Bharatiya Janata Party zusammengefasst.

³² Dieser neu erstarkte *Ethnozentrismus* ist wiederum ein wesentliches Merkmal des *kulturellen Nationalismus*, der in Indien seit Anfang der achtziger Jahre zunehmend an Boden gewinnen konnte.

³³ Victoria L. Farmer (1996), S.109.

und sehr negativen Islambild festzustellen, wie die schematische Darstellung verdeutlichen soll:



Eines der einschneidendsten *medialen* Ereignisse ist Anfang der achtziger Jahre die sog. Massenkonzersion von Dalits in dem südindischen Dorf Meenakshipuram (Tamil Nadu, 1981). Gerade weil der *konkrete* Kontext jedoch in der medialen Vermittlung vollständig ausgeblendet wurde, trug dieses Ereignis maßgeblich zur Wiederbelebung und Beschleunigung des „Minderwertigkeitskomplexes der Mehrheit“ bei.³⁴ So wurde der Übertritt von ca. 1.000 Dalits erst nach dem 12. April 1982 zur „nationalen Angelegenheit“, als der *Indian Express* unter der Schlagzeile „A whole village goes Islamic!“ darüber berichtete. Die Zahlenangaben der Konvertiten bewegten sich im Zuge der gesamtindischen massenmedialen Ausschütlung zunehmend in Schwindel erregende Höhen (bis zu 32.000), und das mediale Ereignis Meenakshipuram schien die neue Verschwörungstheorie hinsichtlich des Islam vollauf zu bestätigen. Der Topos einer ursächlichen „Arab connection“, einer aus arabischen Öl-

³⁴ Christophe Jaffrelot (1996), S.107.

geldern finanzierten, „planmäßigen“ Missionierung von Dalits, mit dem langfristigen Ziel der „Marginalisierung“ und „Übervölkerung“ der Hindus in Indien,³⁵ wurde kurz darauf von dem hindunationalistischen Wochenmagazin *Organiser* aufgebracht³⁶ und erwies sich als so einflussreich, dass sogar Indira Gandhi in einem Interview mit der *New York Times* vom 1. August 1982 die „arabischen Petro-Dollars“ als Hauptgrund für die Konversion der Unberührbaren angab.³⁷

Während es für diese Spekulationen keinerlei Beweise gab, wurde den Ursachen und Motiven für diese Konversion überhaupt keine Beachtung geschenkt. Entsprechend wurde in der medialen Darstellung auch die Einzigartigkeit der *Tamil-Matrix*, wie Abdul Malik Mujahid sie nennt, vollständig ausgeblendet. Nach Mujahid kennzeichnen diesen *konkreten* Kontext fünf Merkmale:³⁸

1. In Tamil Nadu bestand zu diesem Zeitpunkt keine kommunalistische Polarisierung wie im Norden Indiens.
2. Obwohl die Muslime auch in Tamil Nadu eine tendenziell negative Identität besäßen, seien dort bislang in wesentlich geringerem Umfang Spannungen aufgetreten. Anders als in Nordindien, wo die Feindseligkeit der Medien offensichtlich schien, hätten die Muslime die Berichterstattung über den Islam in der tamilischen Presse bislang als relativ objektiv betrachtet.
3. Abgesehen von Organisationen wie der South Indian Islamic Society und der Jama'at-e Islami gab es kein Netzwerk muslimischer Organisationen in Tamil Nadu, das etwa mit dem organisatorischen Apparat vergleichbar wäre, über den die christlichen Missionare dort verfügten.
4. Der kulturelle Mythos einer ursprünglich egalitären, dravidischen Gesellschaft ohne Kastenhierarchie sei von der antibrahmanischen Bewegung in erster Linie mit dem Grundsatz der Egalität im Islam gleichgesetzt worden.

³⁵ Bis heute werden „statistische“ Prognosen publiziert, die mit angeblich „rationalen“ Argumenten davon zu überzeugen suchen, dass die Hindus in Indien bis ca. 2281 eine von den Muslimen übervölkerte Minderheit sein werden. Derartige pseudowissenschaftliche „Belege“ wurden auch im Zusammenhang mit der Zivilrechtsdebatte anlässlich des Falles Shah Bano (1985), vor allem aber im Kontext der Ayodhya-Kampagne häufig veröffentlicht – auch in der englischsprachigen Presse, vor allem im *Indian Express*, vgl. „Muslim population growing fast: Study“ (8.11.1995), „Rise in Capital's Muslim population“ (14.11.1995).

³⁶ Vgl. Abdul Malik Mujahid (1989), S.90.

³⁷ Dass es keine eindeutige Beweisgrundlage für derlei Vermutungen gab, hielt die Presse nicht davon ab, die „Offensichtlichkeit“ eines Zusammenhangs zwischen der „plötzlichen Welle“ von Renovierungen baufälliger Moscheen in ganz Indien und den vermeintlichen Missionierungsbestrebungen zu suggerieren, die angeblich von den arabischen Ländern oder vom islamischen Regime im Iran ausgingen; vgl. „Role of Gulf Money a Mystery“ (*Indian Express*, Okt. 1981) und „Iran's Negative Passion: Warning to Sub-Continental Fanatics“ (*The Statesman*, 11.8.1981).

³⁸ Mujahid (1989), S.92f.

5. Die sozioökonomischen Interessen der tamilischen Muslime deckten sich mit denen der Other Backward Castes (OBC), weswegen auch sie eine oppositionelle Haltung zur regierenden Kongresspartei eingenommen hätten.

Schließlich ist auch die Tatsache, dass zu diesem Zeitpunkt noch mehr als 60 Prozent der indischen Journalisten höheren Kasten angehörten,³⁹ sicher nicht unerheblich für die übersteigerte Reaktion der indischen Presse auf die Abwendung von Dalits, die am untersten Ende der Kastenhierarchie standen, vom Hinduismus und ihre Hinwendung zu einer Religionsgemeinschaft, die in wachsendem Maße als besonders „fremd“ und „antinationale“ dargestellt wurde. Im Zuge dieser Entwicklung hat sich im Zeitraum von knapp sieben Jahren (1980-87) ein folgenschwerer Wandel in der englischsprachigen Presse vollzogen, innerhalb dessen eine kontinuierlich negativer werdende Wahrnehmung und Darstellung der indischen Muslime zu beobachten ist.⁴⁰ Das entscheidende *mediale* Ereignis, mit dem es den Hindunationalisten in der zweiten Hälfte der achtziger Jahre zunehmend gelang, gerade die sog. liberale, von der englischsprachigen Presse adressierte Öffentlichkeit von der „fehlenden Authentizität“ und „inkonsequenten Umsetzung“ des Säkularismuskonzepts zu überzeugen, wie es bis dahin von der Kongressparteiregierung vermittelt worden war, ist die Zivilrechtsdebatte, die anlässlich des berühmten Falles Shah Bano⁴¹ einen neuen Höhepunkt erreichte.⁴² Im Kontext des Falles Shah Bano werden die neuen Verschwörungstheorien sowie die Topoi der „Rückständigkeit“ und „Unmenschlichkeit“ durch eine extrem undifferenzierte Darstellung der Geschlechterbe-

³⁹ Kumar (1987²), S.35.

⁴⁰ Ich beziehe mich im Folgenden auf die Ergebnisse einer Studie zu dieser Problematik, die ich 1999 durchgeführt habe. Aus den Zeitungen *Indian Express*, *The Statesman*, *The Hindu*, *Hindustan Times*, *Navbhārat Times* (Hindi) und *Dinmān* (Hindi) wurden hierfür insgesamt 185 Artikel aus der Zeit zwischen 1980 und 1990 ausgewertet.

⁴¹ Ausführlich gehen auf diesen Fall u.a. ein: Veena Das (1995), Saleem Akhtar (1994), Robert D. Baird (Hg.) (1993), Upendra Baxi (1994), Zoya Hasan (1989) und (1999), Tahir Mahmood (1986) und Nawaz B. Mody (1987) sowie Asghar Ali Engineer in zwei Publikationen (1987 u. 1992) und sehr vielen Zeitungsartikeln, die u.a. in *The Hindu* veröffentlicht sind.

⁴² Unmittelbar nach der Unabhängigkeit hatte bereits die Kontroverse um die Reformierung und Kodifizierung des Hindupersonenstandsrechts zu einer Polarisierung über die Zivilrechtsfrage geführt. Während Nehru in der Einführung des Hindu Code (1955-61) einen symbolhaften „Schlag gegen das uralte System“ des Hindufamilienrechts sah, stellte sie für viele konservative Hindus und die Hindunationalisten das auslösende Moment für ihre starke Ablehnung des weiter bestehenden Muslim Personal Law dar: Zugunsten der Sozialreform und Modernisierung mussten die Hindus auf ihre „kulturellen Bräuche“ verzichten, wohingegen die Muslime dieses „Privileg“ weiterhin genossen. Im Zuge dieser Auseinandersetzung wurde das islamische Personenstandsrecht als zentrales Symbol für die „Rückständigkeit“, den „Reformunwillen“ sowie die angebliche Privilegierung der Muslime durch die Kongressparteiregierung gebrandmarkt. Vgl. Reba Som (1994), S.181f.

ziehungen in der muslimischen Gemeinschaft erweitert. Diese explosive Mischung eskaliert wiederum in Gestalt eines medialen Ereignisses, nämlich Syed Shahabud-dins Aufruf zum Boykott des National Republic Day 1987. Entsprechend lässt sich dieser Wandlungsprozess in drei Phasen unterteilen. Im Folgenden soll anhand der „Nachrichtmeldungen“ in Bezug auf das Thema Islam dargestellt werden, wie gravierend die Veränderungen in diesem Zeitraum waren.

Phase 1: *Anfang der achtziger Jahre bis zur Bekanntgabe des Supreme-Court-Urteils zum Fall Shah Bano am 24. April 1985.* Neben weit schweifenden Spekulationen über die sog. Petro-Dollars sowie die neuen Verschwörungstheorien lassen sich während dieser Phase durchaus noch Nachrichtmeldungen finden, die darauf schließen lassen, dass die englischsprachige Presse zumindest eine gewisse Aufbruchstimmung und Dynamik innerhalb der muslimischen Gemeinschaft wahrnimmt und darstellen möchte. In diesem Zusammenhang wird auch den Vertretern einer Reformierung des Muslim Personal Law, allen voran M. Hidayatullah, H.A. Hameed und T. Mahmood, noch Raum zugestanden, sich sowohl über bestehende Vorurteile und gravierende Irrtümer in Bezug auf das islamische Recht als auch über die Notwendigkeit der Reformierung einzelner Bestandteile des Muslim Personal Law zu äußern.⁴³ Auch wenn der gängigste Topos der „Rückständigkeit“ in keinem auf den Islam bezogenen Artikel fehlt, wird die muslimische Gemeinschaft in dieser Phase noch nicht als homogener Block dargestellt, der „starren“ Bräuchen und „rückwärts orientierten, obskurantistischen“ Glaubenssätzen folgt. Wenn auch nicht an prominenter Stelle, so finden beispielsweise der Generationenkonflikt sowie die spezifischen Probleme jugendlicher Muslime in Indien immerhin Erwähnung.⁴⁴ Im Gegensatz dazu wird dem Problem der rechtlichen Situation indischer muslimischer Frauen kaum Aufmerksamkeit geschenkt, und es wird auch an keiner Stelle als Problem der Grund- und Menschenrechte in Indien diskutiert, für das die gesamte Gesellschaft mit verantwortlich ist. Die fehlende Repräsentation und die Marginalität muslimischer Frauen in der Wahrnehmung der gesamtindischen Öffentlichkeit spiegeln sich exakt in der Kürze von Randnotizen wie „Muslim women told not to watch cinema“ (*The Statesman*, 22.1.1981) wider. Konstant negativ ist die Darstellung der „muslimischen Bildungssituation“ in Indien, und hier zeichnet sich bereits in dieser Phase ab, dass die alleinige Verantwortung hierfür zunehmend den Muslimen zugeschoben wird. Beispielsweise werden Agenturmeldungen zum Teil sehr „frei“ interpretiert: Während die Meldung des *Express News Service* vom 15.10.1983 lediglich besagte, dass eine offizielle Minderheitenkommission ihren Bericht veröffentlicht hatte, in dem von einer „gravierenden Unterrepräsentierung und nachweisbaren Diskriminierung von Muslimen in sämtlichen Bereichen des

⁴³ Z.B. „Changes in Muslim Law possible, says Hidayatullah“ (*The Statesman*, 21.12.1980); „Towards a new code for Muslims“ (*Indian Express*, 9.1.1983); „Concept and practice of ijihad“ (*Indian Express*, 23.6.1983).

⁴⁴ Z.B. „Meeting to highlight Muslims’ ‘handicaps’“ (*The Statesman*, 21.11.1981); „Muslim Youth Convention to set up a permanent body“ (*The Statesman*, 6.1.1982).

öffentlichen Sektors“ die Rede war, kehrt der *Indian Express* die Kausalität der Diskriminierung kurzerhand um und schreibt unter der Titelzeile „Discrimination only a subsequent issue“, dass sie eine „logische“ Folge der „poor performance of Muslim-managed schools and Muslim schools as a whole“ sei. Damit wird suggeriert, dass sie primär von den Muslimen selbst zu verantworten sei und nicht etwa vom Staat und der gesamten Gesellschaft.

Phase 2: *Bekanntgabe des Supreme-Court-Urteils im Fall Shah Bano, Kontroverse über das Muslim Women Bill (1985/86)*. In seinem vielzitierten Urteilspruch zum Fall Shah Bano beschränkte sich der damalige vorsitzende Richter des Supreme Court, Y.C. Chandrachud, nicht darauf, der verstoßenen Muslimin Shah Bano aus Indore, Madhya Pradesh, unter Anwendung von §125 des Strafverfahrensrechts das Recht auf Unterhalt durch ihren geschiedenen Ehemann, den Rechtsanwalt Muhammed A. Khan, zuzusprechen, sondern er lieferte darin gleichzeitig eine folgenreiche Abwertung der muslimischen Gesellschaft als besonders „inhuman“ und „rückständig“.⁴⁵ Den „vormodernen“ Charakter des indischen Islam machte Chandrachud darin am Fortbestehen des islamischen Personenstandsrechts (Muslim Personal Law) fest. Durch seine Forderung nach einem einheitlichen und säkularen Zivilrecht verknüpfte er die Frage des Unterhaltsrechts für Musliminnen explizit mit der Frage nach der nationalen Identität des indischen Staates. Das Bekenntnis zum säkularen und einheitlichen Zivilrecht wurde so zum Bekenntnis zur Moderne und zur Nation aufgewertet.⁴⁶ Aufgegriffen wurde dies vor allem von den Hindunationalisten, denen es infolge der Verabschiedung des Muslim Women Bill⁴⁷ durch die Regierung Rajiv Gandhis (1986) gelang, sich als Hauptvertreter der Forderung nach einem säkularen Zivilrecht – und damit als die „modernere“ und „nationalere“ Partei zu präsentieren. Mit dem Fall Shah Bano wurde der Prozess der Marginalisierung der Kongresspartei und der Antagonisierung der muslimischen Minderheit in dem Maß beschleunigt, wie es der BJP gelang, sich als neue Wortführerin des Säkularismus und der Modernität des indischen Nationalstaates zu legitimieren – eben des *secularism in a Hindu way*.

Im Zuge dieser erhitzten Debatte gibt es nur wenige islambezogene Meldungen und Berichte, die nicht in einen „offensichtlichen“ Zusammenhang mit dem Fall Shah Bano präsentiert werden. Besonders auffallend ist dabei, dass das Thema „Gewalt gegen Frauen“ immer stärker als exklusives „Problem des Islam“ und nicht etwa als Problem der gesamten indischen Gesellschaft dargestellt wird, so wie auch generell ein wahres Horrorszenario der Beziehungen zwischen Männern und Frauen

⁴⁵ Vollständig abgedruckt in: Asghar Ali Engineer (Hg.) (1987).

⁴⁶ Vgl. zu dieser Thematik: Nilüfer Göle (1995).

⁴⁷ In dieser Verfassungsergänzung von 1986 wird in Unterhaltsfragen die Priorität des islamischen Personenstandsrechts vor dem Strafverfahrensrecht festgelegt, wodurch muslimischen Frauen in diesem Zusammenhang von der Anwendbarkeit des Strafverfahrensrechts ausgeklammert und dadurch diskriminiert werden.

im Islam beschrieben wird.⁴⁸ Sämtliche Negativstereotype wurden zu einer starren Schablone geformt, die auf *jedes* Ereignis mit einer „muslim connection“ gepresst wird. Dadurch wird die „Masse“ der indischen Muslime immer stärker als monolithische und homogene Gemeinschaft dargestellt. War die Darstellung der Muslime in der englischsprachigen Presse schon zuvor überwiegend negativ akzentuiert, so wird sie in dieser Phase auf wenige Schlüsselbegriffe reduziert: *Traditionalismus*, *Konservatismus*, *Obskurantismus* und *Fundamentalismus*. Ausgenommen hiervon sind allein die sog. *liberalen Muslime*. Sie werden durchweg positiv dargestellt, da sie für sich in Anspruch nehmen, als Einzige das Projekt einer innermuslimischen Modernisierungsbewegung verfolgt zu haben. Hierbei handelt es sich aber keineswegs um ein Gegenbeispiel für eine „positivere“ und „differenziertere“ Repräsentation indischer Muslime; sondern vielmehr dient die binäre (und als ebenso monolithisch vermittelte) Gegenposition ausschließlich dazu, die „Masse der Fundamentalisten“ noch weiter zu antagonisieren. Eine fatale Situation für liberale Muslime, da sie ihre Modernität und Loyalität gegenüber dem indischen Nationalstaat nur noch darüber „beweisen“ können, dass sie sich immer deutlicher von der muslimischen Bevölkerungsgruppe abgrenzen.⁴⁹ Entsprechend sind sie auch diejenigen, die die Dämonisierung der „Masse der gläubigen Muslime“ mit am stärksten vorantreiben. Die bittere Ironie besteht darin, dass ihre Negativaussagen in Bezug auf den Islam zwar in großem Umfang publiziert werden, ihren Reformansätzen jedoch überhaupt kein Raum mehr gegeben wird. Auch wird stets betont, wie „marginal“ die Stimme der liberalen Muslime sei und wie wenig sie den „Geist des Islam“ in Indien repräsentiere. Trotz ihrer medialen Präsenz wird die Position der liberalen Muslime als „Autoritäten“ des innerislamischen Reformgedankens damit entscheidend und nachhaltig geschwächt.

Phase 3: *Mediale Eskalation: Syed Shahabuddins „Verrat an der Nation“ und der Übergang zur öffentlichen Kontroverse um die Babri Masjid in Ayodhya (1987)*. Kein indischer Muslim wird in dieser Phase sowohl in der Hindi-Presse als auch in der englischsprachigen Presse so stark dämonisiert wie Syed Shahabuddin, Vorstandsmitglied des Muslim Majlis-e-Mushawarat, Parlamentsabgeordneter der Janata Party und Herausgeber der Zeitschrift *Muslim India*. Shahabuddin ist mit Sicherheit eine sehr streitbare Figur, doch die Art und Weise, wie er zum „antinationalen Verräter“ stilisiert wird, ist ein weiteres Indiz dafür, wie weit die Kommunalisierung der Öffentlichkeit zu diesem Zeitpunkt bereits vorangeschritten ist. Obwohl sich Shahabuddin explizit zur indischen Nation bekennt, führt seine Unterstützung des

⁴⁸ Z.B. „What Muslim women feel“ (*Indian Express*, 10.8.1985); „Divorced Muslim women face bleak future“ (*Indian Express*, 4.5.1986); „Muslim men and women“ (*The Statesman*, 30.4.1985).

⁴⁹ Z.B. For Shah Bano’s sake (Interview mit Hossainur Rahman, *The Statesman*, 19.2.1986) und Dr. Saida Naqvi, „The minority complex“ (*The Statesman*, 29.9.1985).

Aufrufs zum Boykott des National Republic Day 1987⁵⁰ zur Wiederbelebung des Topos der „Illoyalität“ der indischen Muslime gegenüber ihrem Staat. Entsprechend wechseln sich in dieser Phase die zahlreichen Berichte über die angeblichen „antinationalen“ Bestrebungen indischer Muslime mit Spekulationen über die Möglichkeit einer „islamistischen Invasion“ aus Pakistan ab. Vor dem Hintergrund der Polarisierung über die Ayodhya-Frage verschwindet die „Unterdrückung der Frauen im Islam“ sehr schnell wieder aus den Schlagzeilen, und die Muslime werden zunehmend als „Aggressoren“ dargestellt, die nicht nur die Grundnormen moderner Zivilisationen „verachten“, sondern bewusst auf die „Zerstörung“ der Grundfesten der indischen Nation zielten. Das „muslimische Bedrohungsszenario“ befindet sich damit auf seinem Höhepunkt:

Contrary to what the men in the corridors of power have been *wanting people to believe*, all is not quiet in U.P. Certain *surreptitious, disquieting* developments, that have left even media men bewildered, have been noticed. More than 1,000 Pakistani nationals, who visited different places in the State *on the pretext* of meeting their friends and relations, *have vanished* into the thin air. The *Muslim fundamentalists*, who *have already regrouped* under the banner of the All-India Muslim Personal Law Board, apply for an *all-out war against the moderates*. And, last but not least, the *alleged don of the Bombay underworld, Haji Mastan*, is seen to be active in the Ganga belt, in eastern U.P.⁵¹

Die skizzierte Entwicklung im Zeitraum von 1980 bis 1987 zeigt, dass sich auch bei Vertretern der englischsprachigen Presse eine eindeutig „Umdefinierung“ der Begriffe Nationalismus und Säkularismus feststellen lässt: „Islam, not Hinduism is rendered a sign of difference, a threat to secularism.“⁵² Folglich muss zunächst die Geschichte dieses besonders wirkungsmächtigen Mediendiskurses erfasst und rückblickend um den Diskursstrang „englischsprachige Presse“ ergänzt werden, bevor die Parameter zur Bewertung der Presse als sehr machtvoller Akteurin im indischen Mediensystem neu bestimmt werden können. Wie sich die Rolle der indischen Presse generell in der medientheoretischen Diskussion spiegelt, warum es nicht bei der isolierten Betrachtung einzelner Medien bleiben sollte und welche Aspekte einer interdependenten Multimedialität in Indien an Bedeutung gewinnen werden, soll im folgenden Abschnitt beleuchtet werden.

⁵⁰ Der Boykottaufruf wurde nicht von Shahabuddin allein, sondern im Namen des Babri Masjid Action Committee veröffentlicht. Ziel der Kampagne war es, damit gegen die Passivität der indischen Regierung in Bezug auf die Ayodhya-Kampagne der Hindunationalisten zu protestieren.

⁵¹ Aus: „Disquieting developments in UP“, in: *The Statesman*, 11.1.1987 (Hervorhebungen Nadja-Christina Schneider).

⁵² Da Nicholas B. Dirks eine analoge Entwicklung im kommerziellen Hindi-Kinofilm feststellt, lässt sich diese pointierte Formulierung auch auf die Entwicklung der Presse anwenden. Dirks (2001), S.163.

3 Auf der Suche nach einer adäquaten Beschreibung der medialen Realität in Indien und ein Ausblick

Mittlerweile wird die Entwicklung des Mediensektors in Indien mit größerer Aufmerksamkeit verfolgt. Abgesehen von einigen wenigen Arbeiten zur bemerkenswerten Erfolgsgeschichte der regionalsprachigen Presse in den letzten drei Jahrzehnten, handelt es sich dabei allerdings vorrangig um Betrachtungen der audiovisuellen und elektronischen Medien, vorrangig des Fernsehens. Diesem Trend liegt zunächst die Feststellung zugrunde, dass das Fernsehen global zum alles dominierenden Medium geworden ist und sowohl die Printmedien als auch das Radio und Kino zu verdrängen droht. Hinzu kommt, dass ein großer Teil der medienanalytischen Studien im Umfeld der Cultural Studies entstanden ist, bei denen grundsätzlich die elektronischen Medien im Vordergrund stehen.⁵³ Obwohl sich die Cultural Studies inzwischen international verbreitet und stark ausdifferenziert haben, bestehen vor allem im Hinblick auf die Printmedien weiterhin Defizite.⁵⁴

Nur noch Fernsehen im Sinn?

Das große Interesse an der Erforschung des Fernsehens und seiner Rezeption in Indien weist noch ein weiteres Merkmal globaler Natur auf, das Hans Magnus Enzensberger im Hinblick auf Europa als „Arroganz der Bourgeoisie und Altlinken“ kritisiert.⁵⁵ Seiner Ansicht nach verbirgt sich hinter der Faszination und starken Fokussierung auf das Fernsehen auch die „Furcht vor den ungebildeten Massen“. Der Topos der „Trivialisierung von Wissen“ und „kulturellen Homogenisierung“ durch das Massenmedium Fernsehen lässt sich auch in der gegenwärtigen Diskussion in Indien ausmachen.⁵⁶ Ein nahe liegendes Beispiel hierfür ist die ablehnende Reaktion indischer Intellektueller auf die heimische Variante der weltweit erfolgreichen Quizsendung „Wer wird Millionär?“ (Hindi: „Kaun banega crorepati?“). Was die Sendung nach Ansicht Shiv Visvanathans zur „low IQ-lowbrow affair“ machte, scheint genau jene von Enzensberger beschriebene Furcht vor einer „Vermassung“ zu sein – oder, anders gesagt, vor dem Verlust der exklusiven Definitionsmacht über

⁵³ Wie Andreas Hepp schreibt, besteht die Besonderheit dieses ursprünglich aus den anglo-amerikanischen Kulturwissenschaften stammenden Ansatzes darin, dass nicht einfach nur deskriptives Material über Medienkulturen zusammengetragen wird, sondern dass „auf der Basis einer grundlegenden Prozess- und Konfliktorientierung die Stellung von Medien in gegenwärtigen soziokulturellen Auseinandersetzungen“ beleuchtet wird. A. Hepp (1999), S.21.

⁵⁴ Ebda., S.22f.

⁵⁵ Hans Magnus Enzensberger (2000), S.55ff.

⁵⁶ Vgl. hierzu den sehr pointierten Artikel von Susmita Dasgupta, „Why the media does not have a theory“, in: *EPW* (2001), 23. Juni.

das, was Wissen sein soll bzw. zumindest bis zur Einführung von „Kaun banega crorepati?“ noch zu sein schien.

Knowledge is no longer a minefield but a friendly garden. It is a commons but it needs skills that anyone can acquire. What one called 'General Knowledge' is no longer an elite encyclopaedic exercise but an everyman's sport. Globalising India has found a clichéd but populist metaphor for transition – Information. But this information is not the exclusive property of experts. It is something you can find in any bazaar guidebook. The sale of Kaun Banega Crorepati guidebooks is stupendous, a book pirate's dream of a best-seller which makes Arundhati Roy or Khushwant Singh sound esoteric. Now knowledge is not presented as something generated only by IIT, Silicon Valley or Info-Sys but as available in the democracy of the bazaar or on the family friendship network. Friends and family become the commonest sources of information in the 'lifeline' ritual.⁵⁷

Oft wird dem Fernsehen die nahezu magische Fähigkeit zugesprochen, tief verankerte soziale und kulturelle Praktiken schlagartig und unwiederbringlich zu verändern und zwangsläufig zu „verwestlichen“. Besonders mit Hinblick auf das ländliche Indien wird der Einbruch des Fernsehzeitalters nicht selten als ein „Schock“ und definitiver „Bruch“ für die darauf nicht adäquat vorbereitete Gesellschaft dargestellt. Nicht von ungefähr weist diese Erzählweise einige Analogien zu dem über Jahrzehnte perpetuierten Topos des „Einbruchs der Moderne“ in eine als durch und durch traditionell angenommene Gesellschaft auf. Ebenso wie die Chimäre, dass kollektive Repräsentationen zwangsläufig sozialen Tatsachen und objektiven gesellschaftlichen Realitäten entsprächen, kritisiert Arjun Appadurai dieses Verständnis, wonach ein einziger Augenblick („the modern moment“) diesen dramatischen Bruch zwischen Vergangenheit und Gegenwart herbeigeführt haben soll.⁵⁸

Von westlichem Paternalismus durchdrungene Fragestellungen wie „What if the media are introduced before the rationalization of politics and the 'disenchantment of society?'“⁵⁹ reproduzieren zutiefst eurozentrische Topoi. Gleichzeitig bestärken sie die ungerechtfertigte Marginalisierung der Gesellschaften Asiens und Afrikas in der medientheoretischen Diskussion, da die Medienanalyse und Rezeptionsforschung zu stark an die Parameter der „Entwicklung“ der Gesellschaften in der sog. Dritten Welt angebunden werden.

Nachdem in diesem Abschnitt Bedenken gegen den Trend zur einseitigen Fokussierung und isolierten Betrachtung des Fernsehens skizziert wurden, sollen im Folgenden einige Argumente für die Notwendigkeit einer umfassenderen Betrachtungsweise des indischen *Mediensystems* angeführt werden.

⁵⁷ Shiv Visvanathan, „The Crorepati Narratives“, in: *EPW*, Aug. 26-Sept. 2, 2000.

⁵⁸ Arjun Appadurai (1996), S.3ff.

⁵⁹ Lawrence A. Babb and Susan S. Wadley (1995), S.7.

Ein universales Mediensystem in seiner spezifischen Ausprägung

Es wurde bereits angedeutet, dass in Indien bislang nicht die Gefahr einer Verdrängung der Printmedien durch das Satelliten- und Kabelfernsehen oder durch das Internet droht, sondern dass der indische Zeitungsmarkt gegenwärtig boomt und weiterhin über ein enormes Wachstumspotenzial verfügt.⁶⁰ In erster Linie gilt dies für den regionalsprachigen Zeitungsmarkt, aber auch die englischsprachige Presse profitiert, entgegen anders lautender Prognosen, spürbar von dieser Entwicklung. Nach wie vor übt die Presse in Indien eine bedeutende Funktion als Medium der aktiven Kommunikation für die politische und intellektuelle Elite des Landes aus. Vor diesem Hintergrund verdient dieses Medium auch in der Medienforschung wesentlich mehr Aufmerksamkeit als ihm gegenwärtig zuteil wird. Weshalb künftig aber auch den zahlreichen bereits bestehenden und möglichen Querverbindungen zwischen den alten und neuen Medien mehr Aufmerksamkeit zuteil werden sollte, soll im Folgenden an drei Aspekten deutlich gemacht werden.

1. Querverbindungen und Abhängigkeiten innerhalb nationaler Mediensysteme

Die Printmedien bilden nach wie vor einen bedeutenden Bestandteil des indischen Mediensystems und einen machtvollen Strang des Mediendiskurses, der in hohem Maße auf die indische Gesellschaft einwirkt. Gleichzeitig ist davon auszugehen, dass die elektronischen Medien ihrerseits sehr stark auf die Printmedien eingewirkt und diese über die letzten beiden Jahrzehnte entsprechend mit geprägt und verändert haben. Hinzu kommen die experimentellen, kurzfristig oder längerfristig angelegten Querverbindungen und Kooperationen zwischen neuen und alten Medien, die Enzensberger als Hauptmerkmal der gegenwärtigen globalen Mediensituation hervorhebt: „All these new forms of media are constantly forming new connections both with each other and with older media, like printing, radio, film, television, telephone, teletype, radar and so on. They are clearly coming together to form a universal system.“⁶¹

Um sich neben den neuen Medien zu behaupten, haben die Tageszeitungen auch in Indien sehr schnell spezifische Mischformen mit den neuen Medien gebildet, vor allem in Form von Online-Editionen.⁶² Nachdem 1994 erstmals bestimmte Sendezeiten auf den UKW-Frequenzen des staatlichen Radiosenders All India Radio in Mumbai, Delhi, Kalkutta, Chennai und Goa an private Unternehmen vergeben wurden, gehörten einige Zeitungsverlage wie die Gruppe *Times of India* zu den Pionieren in diesem Bereich.

⁶⁰ Davon ist u.a. der Marktforscher und Medienwissenschaftler B.S. Chandrasekhar überzeugt. In seiner Antwort auf meine diesbezügliche Frage (17. Jan. 2003) sprach er sogar von einem „huge potential for newspapers in all languages“.

⁶¹ Enzensberger (2000), S.51.

⁶² 1996 stellten beispielsweise die beiden Zeitungen *Dainik Jagran* und *Nai Duniya* die ersten Ausgaben in Hindi online im indischen Internet vor.

Obwohl keinerlei Nachrichtensendungen gestattet wurden [sic!], konnten sich beispielsweise Times FM und Radio Midday vor allem beim jüngeren Hörerpublikum in Mumbai etablieren.⁶³ Auch im TV-Sektor bewiesen etablierte Zeitungsverlage Anfang der neunziger Jahre einige Experimentierfreude mit dem Medium Fernsehen. Mit Eenadu Television wagte etwa Ramoji Rao, Herausgeber der sehr erfolgreichen Telugu-Zeitung *Eenadu*, den Sprung in ein für ihn bis dahin unbekanntes Terrain.⁶⁴

Selbst wenn sich die elektronischen Medien langfristig als die dominierenden Akteure eines nationalen Mediensystems durchsetzen können, scheint es sehr wichtig zu sein, auch die Behauptungsstrategien der „alten Medien“ im Auge zu behalten, und damit vor allem die vielfältigen Interdependenzen zwischen den Kommunikationsmedien stärker als bisher zu berücksichtigen.

2. „Intermediale Referenzen“ als Strategie

Diese Experimente, Kooperationen und Mischformen der Kommunikationsmedien müssen nicht zwangsläufig kommerzieller Natur sein. Gerade im Hinblick auf die Einbeziehung ländlicher Regionen und weniger privilegierter Gruppen in das Informationszeitalter weisen sie ein enormes Potenzial auf. Anhand der UKW-Radioprogramme in Nepal zeigt Pratyoush Onta exemplarisch, wie rasch die „cross-media reference“ zur Selbstverständlichkeit werden kann und welche Perspektiven sich aus diesen Überschneidungen und Kooperationen unterschiedlicher Medien für die Zukunft ergeben können:

While newspaper content has long been read over FM radio, programs aired have influenced the print media as well. For example, since FM reports highlight local sports events, broadsheet dailies have had to follow suit by increasing their coverage of local events. Additionally, radio program hosts are bringing Internet content to listeners who do not have direct access to the net and more radio programs are increasingly becoming available in the Internet.⁶⁵

Vor diesem Hintergrund plädiert auch Frederick Noronha dafür, dass der indische Staat die Privatisierung und Dezentralisierung des Radiosektors nicht weiter hinauszögern sollte:

There's no medium other than radio that can offer relevant, local information, provided it is aptly used. [...] There are some 104 million radio homes, double the number of TV homes. Radio has a far broader reach than television. [...] It has also been argued that considering the low levels of literacy in India and the low purchasing

⁶³ Vgl. dazu Frederick Noronha (2001), S.72-75 und ders. (2002), „Radio, neglected and tightly controlled in South Asia“, unter: <http://infochangeindia.org/bookandreports/print19.jsp>.

⁶⁴ Vgl. hierzu Jeffrey (2000), S.126.

⁶⁵ P. Onta (2001), S.77f.

power of the large majority, radio will inevitably retain its edge over the print media and television in terms of outreach.⁶⁶

Solche „Gegendarstellungen“ sind deswegen so wichtig, weil sie verhindern, dass sich die *Vorstellung* einer „hegemonialen Machtposition“ des Fernsehens im indischen Mediensystem festsetzt. Eine marginale Repräsentation realisierbarer Alternativen zu den dominanten Verbreitungskanälen von Informationen in Indien würde den tatsächlichen Machtzuwachs der Letztgenannte zusätzlich fördern und damit zur Verdrängung der Alternativen beitragen. Es liegt daher auch weiterhin in der Verantwortung der Medienanalyse, die „intermedialen Referenzen“ als Strategie zumindest nicht in Vergessenheit geraten zu lassen.

3. Die transnationale Dimension nationaler Mediensysteme

Ein weiterer zunehmend bedeutender und extrem kommerzieller Aspekt dieser integrierten Multimedialität ist auch das verstärkte Bemühen, die riesige und weltweit verstreute indische Diaspora durch verschiedene mediale Präsentationsformen an *ein* Produkt oder zumindest an *ein* Medienunternehmen in der „Heimat“ anzubinden. Am Beispiel der Zeitschrift *India Today* (erscheint auf Englisch und Hindi) lässt sich die Marketingstrategie der integrierten Multimedialität („India’s Live Multimedia E-Newspaper“) sehr gut zeigen. Gegenwärtig liefert sich *India Today* einen harten Konkurrenzkampf mit zahlreichen anderen Zeitschriften, um möglichst viele Non-Resident Indians (NRIs) an ihre Online-Ausgaben *und* an die jeweilige Regionalausgabe (Arabische Emirate, USA etc.) in Papierform zu binden. Ich gehe davon aus, dass die indischen Printmedienkonzerne verstärkt und mit immer aggressiveren Werbestrategien versuchen werden, im großen NRI-Markt Fuß zu fassen, und dass es sich hierbei um eine entscheidende Komponente im Prozess der Umstrukturierung und Neuformierung der Printmedien angesichts der wachsenden Dominanz der elektronischen Medien handelt.

Der Medienforscher Dušan Reljić beschreibt die „zunehmende Reichweite nationaler Medienangebote, die auf gleichsprachige Länder ausgedehnt oder in spezifischer Form für die Diaspora in anderen Regionen produziert werden“,⁶⁷ als ein Hauptmerkmal transnationaler Medienmärkte, deren Produkte weltweit in wachsendem Umfang konsumiert werden. Die Vorstellung einer „integrierten Öffentlichkeit“ in der indischen Diaspora wird durch die Transformation *kritischer Ereignisse* zu medialen *flash points* genährt, die als Serie in „Echtzeit“ über das Internet mit verfolgt werden können (wobei sich das Internet in diesem Fall wiederum sehr stark an

⁶⁶ Von der technologischen und ökonomischen Seite betrachtet, sieht Noronha (2001) gegenwärtig die Möglichkeit, bis zu 5.000 kleinere Radiostationen in ganz Indien zu betreiben. Was hierzu bislang fehlt, ist der politische Wille, eine entsprechende Gesetzesgrundlage zu schaffen, die dem Radio ermöglicht, diesen theoretischen Spielraum auszuschöpfen, S.72-75.

⁶⁷ Dušan Reljić (2001), S.65.

das Medium Fernsehen angleicht). „Live India live“ – damit wird den Lesern suggeriert, dass es sich beim Gezeigten um die „wirkliche“ Realität handelt, die India Today lediglich überträgt und der scheinbar nichts hinzugefügt wird. Wenn die „reale Virtualität“ mit so viel Überzeugungskraft als wirklich und authentisch präsentiert wird, ist es noch schwieriger, den konkreten Kontext eines Ereignisses zu rekonstruieren, bevor es, aus diesem herausgelöst, zum medialen Ereignis transformiert und einem ganz neuen Erzählstrang kohärent anmutender Katastrophen, Krisen etc. („Gujarat, Ayodhya and other flash points“) zugeordnet wird. Dennoch sind es diese *medialen* oder *medialisierten* Ereignisse, die tief in das menschliche Bewusstsein eindringen und die emotionale Basis für die Vorstellung schaffen, Teil einer Gesellschaft zu sein. In diesem Sinne können Ereignisse wie der Anschlag auf das World Trade Center in New York geradezu als *hyperreale* Ereignisse betrachtet werden. Während also einerseits der vieldiskutierte *CNN-Faktor* sowie der von Reljić festgestellte „Vormarsch der Megamedien“ zur Konstruktion und Homogenisierung einer globalen Öffentlichkeit der „Weltgesellschaft“ führt, werden gleichzeitig partikuläre diasporische Öffentlichkeiten mit dem Ziel konstruiert, diese stärker an ihre „Heimat“ zu binden.

Für Appadurai verkörpern diese diasporischen Öffentlichkeiten in einem paradigmatischen Sinne die Charakteristika „medialer Gesellschaften“. In wachsendem Maße ist die Identitätspolitik des indischen Staates auf diese NRI-Öffentlichkeit gerichtet, und das Bewusstsein der *kulturellen Differenz* wird hier sowohl aus politischen (*transnationalistischen*) als auch rein ökonomischen Interessen (an Investitionen und Geldüberweisungen in die „Heimat“) mobilisiert.

Sehr gut lässt sich diese Strategie anhand der speziell an NRIs gerichteten Werbekampagnen beobachten, beispielsweise den regelmäßigen Anzeigen von *Sendwise.com* in der Zeitschrift *India Today*. In einem solchen Anzeigentext heißt es:

Du kannst Indien niemals vergessen. Und das kannst du deinen Lieben jetzt auch beweisen, indem du ihnen durch eine Firma Geld und Geschenke zukommen lässt, die ihre Sprache spricht. *Sendwise.com* verzichtet auf den ganzen Zirkus, den ein Geldtransfer normalerweise mit sich bringt. Und er wird überall in Indien direkt an der Türschwelle ausgehändigt. Zu einem Betrag, der ein Bruchteil dessen ist, was du bislang bezahlt hast. Wenn du noch die Sicherheit dazu zählst, die die Canara Bank, IBM und unser einzigartiges *online tracking system* gewährleisten, kannst du sicher sein, dass dein Geld in sicheren Händen ist. Also logge dich heute noch ein und entdecke die vielen Möglichkeiten, deiner Mom „Danke“ zu sagen.

Da hieran erkennbar wird, wie hervorragend auch die Printmedien als hochgradig kommerzielle Unternehmen mit anderen Unternehmen kooperieren und dass sich deutliche Synergieeffekte hinsichtlich ihrer Strategien zeigen, sollte künftig auch der Werbung als integralem Bestandteil des indischen Mediensystems wesentlich mehr Beachtung als bisher geschenkt werden. Auch in naher Zukunft wird die Presse in Indien also noch eine Fülle relevanter Untersuchungsgebiete bereithalten – zumal die nächste tief greifende Veränderung in der Dynamik dieses Sektors noch bevor-

steht. Sie wird mit Sicherheit in den nächsten Jahren durch die Öffnung des indischen Pressemarktes für ausländische Investoren hervorgerufen werden, die nach langjähriger Debatte im Sommer 2002 beschlossen wurde.

Literatur

- Agrawal, Sushila, *Press, Public Opinion and Government in India*, Jaipur 1970
- Ahuja, B.N., *History of Indian Press. Growth of Newspapers in India*, Delhi 1988
- Akhtar, Saleem, *The Shah Bano Judgment in Socio-legal Perspective*, New Delhi 1994
- Anderson, Benedict, *Imagined Communities: Reflections on the Origin and Spread of Nationalism*, London 1983
- Appadurai, Arjun, *Modernity at Large. Cultural Dimensions of Globalization*, University of Minnesota Press, Minneapolis 1996
- Babb, Lawrence A. und Wadley, Susan S., "Introduction", in: dies., *Media and the Transformation of Religion in South Asia*, Philadelphia 1995, S.7
- Baird, Robert D. (Hg.), *Religion and Law in Independent India*, New Delhi 1993
- Baxi, Upendra, *Inhuman Wrongs and Human Rights. Unconventional Essays*, New Delhi 1994
- Chakraborty, Phani Bhusan und Brojen Bhattacharya, *News behind Newspapers. A Study of the Indian Press*, Calcutta 1989
- Chandrasekhar, B.S., „Regional Media“, Online-Dokument (2002), www.thehoot.org
- Curran, James, "Introduction", in: James Curran und Myung-Jin Park (Hg.), *De-Westernizing Media Studies*, London/New York 2000, S.1-12
- Das, Veena, *Critical Events. An Anthropological Perspective on Contemporary India*, New Delhi 1995
- Dirks, Nicholas B., "The Home and the Nation", in: Rachel Dwyer und Christopher Pinney (Hg.), *Pleasure and the Nation. The History, Politics and Consumption of Public Culture in India*, SOAS Studies on South Asia, New Delhi 2001, S.163
- Enzensberger, Hans Magnus, "Constituents of a Theory of the Media", in: John Thornton Caldwell (Hg.), *Theories of the New Media. A Historical Perspective*, London 2000, S.55f.
- Engineer, Asghar Ali (Hg.), *The Shah Bano Controversy*, Bombay 1987
- ders., *Rights of Women in Islam*, Bombay 1992
- Farmer, Victoria L., "Mass Media: Images, Mobilization, and Communalism", in: David Ludden (Hg.), *Contesting the Nation. Religion, Community, and the Politics of Democracy in India*, Pennsylvania 1996, S.109
- Göle, Nilüfer, *Republik und Schleier. Die muslimische Frau in der Moderne*, Berlin 1995
- Goonasekera, Anura und Ito, Yoicho, "Introduction", in: dies., *Mass Media and Cultural Identity*, London/Sterling, Virginia 1999, S.2-9

- Hasan, Zoya (Hg.), *The State, Political Processes, and Identity. Reflections on Modern India*, New Delhi 1989
- Hepp, Andreas, *Cultural Studies und Medienanalyse. Eine Einführung*, Opladen/Wiesbaden 1999
- Human Rights Watch, „We have no orders to save you“. *State Participation and Complicity in Communal Violence in Gujarat*, Vol.14, No.3, April 2002, pdf-Dokument: www.hrw.org/reports/2002
- Jäger, Siegfried, *Kritische Diskursanalyse. Eine Einführung*, Duisburg 1993
- Jaffrelot, Christophe, „Gewalttätige Zusammenstöße zwischen Hindus und Muslimen. Versuch einer Gewichtung der kulturellen, wirtschaftlichen und politischen Faktoren“, in: C. Weiß (Hg.), *Religion – Macht – Gewalt. Religiöser ‚Fundamentalismus‘ in Südasien*, Heidelberg 1996, S.107
- Jeffrey, Robin, *India's Newspaper Revolution. Capitalism, Politics and Indian-Language Press, 1977-99*, New Delhi 2000
- Joglekar, K.G., „The Print Media: ‘The Cat must Bell Itself‘“, in: Joel Bara und Veena Dixit (Hg.), *Mass Media in India 1998-99*, Government of India, Publications Division, Ministry of Information and Broadcasting, New Delhi 1999, S.7-12
- Kumar, Keval, *Mass Communication in India*, 2. Aufl., Bombay 1987 (1981¹)
- Luhmann, Niklas, *Die Realität der Massenmedien*, 2., erw. Aufl., Opladen 1996
- Mahmood, Tahir, *Personal Law in Crisis*, New Delhi 1986
- Mody, Nawaz B., „The Press in India. The Shah Bano Judgment and its Aftermath“, in: *Asian Survey*, Vol.XXVII, No.8, Aug. 1987
- Mujahid, Abdul Malik, *Conversion to Islam. Untouchables' Strategy for Protest in India*, Pennsylvania 1989
- Naregal, Veena, „Colonial Bilingualism and Hierarchies of Language and Power“, in: *Economic and Political Weekly*, Special Article, 4. Dezember 1999, Online-Dokument: www.epw.org
- Natarajan, S., *A History of the Press in India*, London 1962
- Noronha, Frederick, „Who's Afraid of the Radio in India?“, in: *Sarai Reader 01, The Public Domain*, Delhi/Amsterdam 2001, S.72-75
- ders., „Radio, neglected and tightly controlled in South Asia“, Online-Dokument: <http://infochangeindia.org/bookandreportsprint19jsp>
- Onta, Pratyoush, „FM Radio and the New Urban Public in Nepal“, in: *Sarai Reader 01, The Public Domain*, Delhi/Amsterdam 2001, S.76-79
- Reljić, Dušan, „Der Vormarsch der Megamedien und die Kommerzialisierung der Weltöffentlichkeit“, in: Tanja Brühl et al. (Hg.), *Die Privatisierung der Weltpolitik. Entstaatlichung und Kommerzialisierung im Globalisierungsprozess*, Bonn 2001, S.59-79
- Som, Reba, „Jawaharlal Nehru and the Hindu Code: A Victory of Symbol over Substance?“, in: *Modern Asian Studies*, Vol.28, No.1, 1994
- Van Dijk, Teun A., *Racism in the Press. Critical Studies in Racism and Migration*, London 1991

Visvanathan, Shiv, "The Crorepati Narratives", in: *Economic and Political Weekly*, Aug. 26-Sep. 2, 2000, Online-Dokument: www.epw.org.

Manuskriptbearbeitung: Vera Rathje
Satz und Textgestaltung: Christine Berg

Gesamtherstellung: einfach-digital print edp GmbH, Hamburg

ISSN 1436-1841
ISBN 3-88910-295-6
Copyright Institut für Asienkunde
Hamburg 2003

CIP-Titelaufnahme:

<p>Indien 2003. Politik, Wirtschaft, Gesellschaft / hrsg. von Werner Draguhn. – Hamburg : IFA, 2003. – 482 S. ISSN 1436-1841 ISBN 3-88910-295-6</p>
--



VERBUND STIFTUNG
DEUTSCHES ÜBERSEE-INSTITUT
Mitglied der Leibniz-Gemeinschaft

Das Institut für Asienkunde bildet zusammen mit dem Institut für Allgemeine Überseeforschung, dem Institut für Afrika-Kunde, dem Institut für Iberoamerika-Kunde und dem Deutschen Orient-Institut den Verbund der Stiftung Deutsches Übersee-Institut in Hamburg.

Aufgabe des Instituts für Asienkunde ist die gegenwartsbezogene Beobachtung und wissenschaftliche Untersuchung der politischen, wirtschaftlichen und gesellschaftlichen Entwicklungen in Asien. Das Institut für Asienkunde ist bemüht, in seinen Publikationen verschiedene Meinungen zu Wort kommen zu lassen, die jedoch grundsätzlich die Auffassung des jeweiligen Autors und nicht unbedingt die des Instituts darstellen.

Nähere Informationen zu den Publikationen sowie eine Online-Bestellmöglichkeit bietet die Homepage: www.duei.de/ifa.

Alle Publikationen des Instituts für Asienkunde werden mit Schlagwörtern und Abstracts versehen und in die kostenfrei recherchierbare Literaturdatenbank des Fachinformationsverbundes Internationale Beziehungen und Länderkunde (www.duei.de/dok) eingegeben.

Anfragen zur Asienliteratur richten Sie bitte an die Übersee-Dokumentation (Tel.: 040/42825-598 – Fax: 040/42825-512 – E-Mail: dok@duei.de).