

Hindisprachige Tageszeitungen in Nordindiens öffentlichem Raum

Ines Budarick

Summary

The Indian print media landscape has undergone considerable changes over the last three decades. Economic and political developments along with technical improvements have facilitated tremendous growth, which Hindi newspaper owners, in particular, have been able to make good use of. With the literacy rate and political awareness increasing in India's Hindi heartland, Hindi newspapers went to villages and small towns and picked up readers where none had previously existed by using aggressive marketing strategies. While pursuing this local sales approach, they managed to climb to the top of the national readership charts. Newspapers published in Indian languages are widely seen as problematic; the Hindi print media especially has the reputation of being highly supportive of the Hindu nationalist movement. This paper explores the changes that went hand in hand with the Hindi newspaper revolution, its impact on democracy and the public sphere in India's Hindi-speaking states.

Manuscript received on 2007-11-05 and accepted on 2008-06-14

Keywords: India, Hindi newspapers, newspaper revolution, public sphere, democracy, transformation newspaper industry, readership, contemporary history

1 Einleitung

Hindisprachige Tageszeitungen, die um die Wende zum 20. Jahrhundert, wie andere indische Tageszeitungen auch, Vorboten von Freiheitskampf und Nationalismus waren, hatten sich um die Jahrtausendwende zu Vorboten eines ganz anderen Wandels entwickelt. Ausgestattet mit farbenfrohen Beilagen und Marketing Coupons brachten sie Politik, Sport und *news-you-can-use* in ländliche und kleinstädtische Haushalte. Sie beförderten *Hindi Heartland* an die Spitze der Rangliste der Leserschaft und ins politische und wirtschaftliche Bewusstsein.¹

Grundlegende politische und wirtschaftliche Veränderungen in Indien in den vergangenen drei Dekaden gingen einher mit einer ebenso grundlegenden, aber etwas weniger offensichtlichen Transformation der indischen Presselandschaft. Seit Mitte

¹ Vgl. Ninan, Sevanti, *Headlines from the Heartland. Reinventing the Hindi Public Sphere*. New Delhi 2007, S.15 (nachfolgend abgekürzt mit HFH). *Hindi Heartland* bezeichnet den politisch einflussreichen nord- und zentralindischen hindisprachigen Raum (Bihar, Madhya Pradesh, Rajasthan und Uttar Pradesh).

der 1970er-Jahre wurden die Grundsteine für die ‚revolutionären‘ Veränderungen gelegt, die sich seit Beginn der 1990er-Jahre vollziehen sollten.

„Over the same period [1991-2006, die Verf.], a less visible media juggernaut was rolling across a less visible part of the country. When literacy expanded in India's Hindi Heartland in the last decade of the 20th century, Hindi newspapers followed and picked up readers where there had been none.“²

Bereits im Jahre 1979 erreichten die hindisprachigen Tageszeitungen erstmals eine höhere Auflagenzahl als die englischsprachigen. Seitdem hat sich die Auflage aller indischen Tageszeitungen vervielfacht, allen voran die der hindisprachigen. Auf der Rangliste der meistgelesenen Zeitungen findet sich im Jahre 2006 unter den ersten zehn keine englischsprachige Tageszeitung mehr. Stattdessen führen die beiden hindisprachigen Tageszeitungen *Dainik Jagran* und *Dainik Bhaskar* die Liste mit großem Abstand an, drei weitere hindisprachige finden sich unter den ersten zehn. Die verbleibenden fünf Tageszeitungen der Top 10 publizieren in Telugu, Marathi, Malayalam und zwei in Tamil. Die englischsprachige *Times of India* findet sich schließlich auf Platz elf.³

Demnach lasen im Jahre 2006 über 40 % aller indischen Zeitungsleser hindisprachige Tageszeitungen. Dennoch gibt es bisher nur verhältnismäßig wenig umfassende Studien zu Indiens landessprachiger Presse.⁴ Es lässt sich aber feststellen, dass die landessprachigen und insbesondere die hindisprachigen Tageszeitungen im Vergleich zu den englischsprachigen einen deutlich schlechteren Ruf haben. Die englischsprachigen Tageszeitungen gelten als ‚nationale‘ Presse und als diejenigen, die vornehmlich die einflussreichen Eliten in den Metropolen versorgten, die landessprachigen, ‚regionalen‘ Tageszeitungen hingegen erreichten die weniger gebildeten Massen. Insbesondere die hindisprachige Presse wird in der Debatte um Medien und Demokratie in politischer, professioneller wie auch in ethischer Hinsicht größtenteils als problematisch betrachtet. Verschiedene Autoren verweisen auf einen Zusammenhang zwischen der ‚Revolution‘ insbesondere auf dem hindisprachigen Zeitungsmarkt und der zunehmenden Akzeptanz hindunationalistischer Politik.⁵ Wenig

² Ninan, HFH, S. 13.

³ Dem Indian Readership Survey (IRS) von 2007 zufolge, hat die *Times of India* wieder auf Platz zehn der Top Ten Einzug gehalten. Vgl. die Ergebnisse des Media Research User's Council (MRUC) <http://mruc.net/images/IRS2007-%20R2-toplines.pdf> (letzte Sichtung am 27.6.2008). Da für das Jahr 2006 detailliertere Vergleichszahlen vorliegen und es im Jahr 2007 nur geringfügige Veränderungen gegeben hat, wird im Folgenden auf die Zahlen von 2006 zurückgegriffen.

⁴ Das Grundlagenwerk schrieb Robin Jeffrey: *India's Newspaper Revolution. Capitalism, Politics and the Indian-language Press, 1977-1999*; London 2000 (nachfolgend abgekürzt mit INR), weitere sind Per Stahlberg: *Lucknow Daily. How a Hindi Newspaper Constructs Society*; Stockholm 2002; Vidya Bhusan Rawat: *Press & Prejudice. An Insightful Analysis of Hindi Media*; New Delhi 2004; bezogen auf Frauen: Ammu Joseph und Kalpana Sharma: *Whose News? The Media and Woman's Issues*; New Delhi 2006, 2. Auflage (nur der zweite Teil des Buches bezieht sich auf die landessprachige Presse, die Studien sind aus den 1980er-Jahren); eine umfassende und aktuelle Studie zur hindisprachigen Presse ist die von Sevanti Ninan: *Headlines from the Heartland* (siehe Fußnote 1), aus der zahlreiche Informationen für diesen Artikel gewonnen werden konnten.

⁵ Vgl. Rajagopal, Arvind: *Politics after Television. Hindu Nationalism and the Reshaping of the Public in India*; Cambridge 2001, S. 174-178; Jeffrey, Robin, INR, S. 16 ff; Stahlberg, S. 43 ff.

ist jedoch darüber bekannt, was tatsächlich in den einzelnen hindisprachigen Zeitungen steht. Daher stellt sich die Frage, ob die pauschal negativen Einschätzungen gegenüber einem gewichtigen Teil der vierten Säule der indischen Demokratie, der hindisprachigen Presse, berechtigt sind.

2 ‚Revolution‘ auf dem indischen Zeitungsmarkt

Nach der Unabhängigkeit, insbesondere nach der Neuorganisation der Bundesstaaten auf sprachlicher Grundlage in den 1950er-Jahren, hatten die Zeitungen, die in den regionalen Sprachen publizieren, ein stetiges Wachstum zu verzeichnen.⁶

Seit dem Ende der 1970er-Jahre kann die indische Presse – und vor allem die landessprachige Presse – auf ein enormes Wachstum zurückblicken. Einerseits kann dies auf technische Neuerungen zurückgeführt werden, die Produktion und Verteilung der Zeitungen unterstützten, andererseits erfolgten zu dieser Zeit Veränderungen in der politischen und ökonomischen Landschaft, die ebenso das Wachstum der Zeitungen fördern sollten. Neben diesen Faktoren sind sozialer Wandel und zunehmende Alphabetisierung als Ursachen für das Wachstum zu nennen.

Die Auflage aller indischen Tageszeitungen stieg zwischen 1976 und 1995 von 9,3 auf 35,3 Millionen.⁷ Im Jahre 1996 waren es bereits 40,2 Millionen.⁸ Für das Jahr 2001 wird die Auflage aller Tageszeitungen auf 58 Millionen veranschlagt⁹ und für 2006 gar bei 88,8 Millionen.¹⁰ Sollte letztere Zahl korrekt sein, so ist insgesamt für den Zeitraum zwischen 1976 und 2006 von einem Auflagen-Wachstum von über 900 % aller indischen Tageszeitungen auszugehen. Von den 88,8 Millionen Tageszeitungen sind das 37,6 Millionen hindisprachige Exemplare täglich.¹¹

⁶ Vgl. hierzu Chandrasekhar, B. S.: Analysing Indian language newspaper readership; 16.10.2002, (www.thehoot.org/printstory.asp?storyid=webhoothootL1K010140213) und vgl. Nair, Tara S.: Growth and Structural Transformation of Newspaper Industry in India – An empirical Investigation; in: *EPW*, 27.9.2003, S.4182.

⁷ Die Quellenlage zu den Auflagen- und Leserzahlen ist uneindeutig. Ich stelle die Zahlen dar, die bei der Mehrzahl der Autoren übereinstimmen. Die Zahlen der verschiedenen Autoren liegen zum Teil sehr weit auseinander, obwohl alle die selben Quellen angeben: den *Registrar of Newspapers for India* (RNI), den *Indian Readership Survey* (IRS oder NRS, National Readership Survey) und das *Audit Bureau of Circulation* (ABC). Einige der Autoren erwähnen, dass diese einzig verfügbaren Quellen z.T. Schwierigkeiten bereiteten. Der RNI selbst schreibt, dass die Zahlen lediglich einen Trend wiedergeben könnten. Oftmals ist in den Quellen bspw. nicht eindeutig ersichtlich, ob Auflagen- oder Leserzahlen gemeint sind, wobei die Leserzahl der landessprachigen Zeitungen bei fünf bis zwölf Personen pro Exemplar veranschlagt wird.

⁸ Vgl. Jeffrey, Robin, INR, S. 45 ff.

⁹ Vgl. RNI (*Registrar of Newspapers for India*), General Review 2002; www.rni.nic.in/pii2002.html, letzte Sichtung am 30. Juni 2008

¹⁰ Diese Zahl stammt aus dem General Review 2006 des Registrar of Newspaper for India. Da die Zahlenangaben in dieser Quelle z. T. recht widersprüchlich sind, ist es fraglich, ob diese Zahl so korrekt ist. Allerdings ist auch vermerkt, dass es einen Zuwachs von 12,93% im Vergleich zum Vorjahr gegeben hat; www.rni.nic.in/pii.asp, letzte Sichtung am 30. Juni 2008.

¹¹ Vgl. RNI, General Review 2006

2.1 Technischer Fortschritt

Ab 1975 setzten die indischen Firmen den Offsetdruck ein, und kurz darauf wurde die computergesteuerte Schriftsetzung für die indischen Sprachen zum Einsatz gebracht. Mit dem Ende der Notstandsregierung, die Indira Gandhi von 1975 bis 1977 verhängt hatte, wurden Importrestriktionen für Zeitungsdruckpapier und Drucktechnologie gelockert. Zur gleichen Zeit wurde damit begonnen, Druckmaschinen in Indien herzustellen. Gab es 1974 nur sechs Offset-Druckpressen in Indien, so waren es 1985 etwa 1000.¹² Straßen- und Eisenbahnverbindungen wurden kontinuierlich ausgebaut, wodurch auch die Dörfer nun in den Morgenstunden mit Tageszeitungen beliefert werden konnten. Die stark gestiegenen Auflagenzahlen machten seit Mitte der 1990er eine Auslieferung per Taxi finanzierbar, für die zuvor nur sporadischer staatlicher Bustransport zur Verfügung stand. Parallel dazu ermöglichten Fortschritte in der Telekommunikation die schnelle Übermittlung lokaler Nachrichten an die Druckzentren.¹³

2.2 Politische Faktoren

Mit dem Ende der Notstandsregierung und der damit verbundenen rigiden Pressezensur wollten die Menschen wissen, was währenddessen vor sich gegangen war. Es kam zu einer zunehmenden Konkurrenz der Parteien und die nachfolgende Abwahl Indira Gandhis ging mit der Hoffnung auf eine vertrauenswürdigere Politik einher. Parallel zu einer beginnenden Regionalisierung der Politik in den 80er-Jahren weiteten auch einige landessprachige Zeitungen ihre Produktionshäuser auf kleinere Städte aus, was auch durch die zunehmende Ausstattung landessprachiger Zeitungen mit Annoncen befördert wurde. Dies stand wiederum mit einer langsam beginnenden wirtschaftlichen Liberalisierung im Zusammenhang.

Zu Beginn der 80er-Jahre wurde auch den Politikern zunehmend bewusst, dass die landessprachigen Zeitungen Einfluss auf eine große Zahl von Wählern nehmen konnten. Die Eigentümer der Zeitungen wurden für die Politiker zunehmend wichtiger und diese begannen, die Zeitungen mit ihren Informationen zu versorgen. Notwendig für das Wachstum und den Erhalt der Zeitungen war jedoch in erster Linie ein Gleichgewicht zwischen Lesern, Anzeigenkunden und dem Staat.

Politische Entscheidungen zu Beginn der 1990er-Jahre sollten das Wachstum und die zunehmende ‚Lokalisierung‘ der Presse weiter fördern. Dazu gehörte vor allem die wirtschaftliche Liberalisierung 1991 aber auch die Inkraftsetzung der Vorschläge der *Mandal*-Kommission im Jahre 1990 (diese empfahl nach landesweiten Erhebungen eine Reservierung von Stellen im öffentlichen Dienst für ‚rückständige‘ Kasten), die das politische Arrangement neu strukturieren sollte und der 73. Verfas-

¹² Vgl. Jeffrey, INR, S. 38 ff.

¹³ Vgl. Ninan, HFH, S. 78 f.

sungszusatz aus dem Jahre 1992, der die Wiederbelebung des *Panchayati Raj* (System lokaler Selbstregierung) bedeutete.

Wurden in den 1960er-Jahren von allen indischen Unionsstaaten noch in Maharashtra die meisten Tageszeitungen gelesen und nur ein Viertel dieser Anzahl in Uttar Pradesh (UP) konsumiert, hatte sich 1991 die Leserschaft UPs sprunghaft verdreifacht und weist seitdem die höchsten Zahlen auf. Das verstärkte Informationsbedürfnis in UP ist eng verknüpft mit politischen Entwicklungen zu Beginn der 1990er-Jahre, die zu einer Mobilisierung auf der Grundlage von Kastenzugehörigkeit und in der Folge auch auf Religionszugehörigkeit führten. Die Umsetzung der Vorschläge der *Mandal-Kommission*, d. h. eine Quote von 27% für *Other Backward Classes* (OBC) bedeutete für die hindunationalistische Bharatiya Janata Party (BJP), eine mögliche Spaltung ihrer politischen Basis. Die höheren Kasten und die urbane Mittelklasse sahen durch das Quotensystem ihren Einfluss und ihren leichten Zugang zu höheren Ämtern schwinden. Den anderen Teil der Wählerbasis der BJP stellten die zahlenmäßig starken und politisch mobilisierten *backward castes*, die von der Quotierung der *Mandal-Kommission* profitieren würden.¹⁴ Die Partei reagierte, um eine Spaltung zu verhindern, mit ihrer *Rath Yatra*, von der sie politisch substanziell profitieren konnte.¹⁵ Lal Krishna Advanis *Rath Yatra* folgte im Jahre 1990 ein erster Ansturm auf die *Babri Moschee* in Ayodhya. Kommunalistische Unruhen folgten und 1992 wurde die Moschee zerstört. 1991 konnte die BJP in UP kurzzeitig die Regierung stellen, während sich auch die *backward castes* und Dalits (Sanskrit: gebrochen, unterdrückt; durch die soziale Hierarchie Gebrochene; Eigenbezeichnung für Inder außerhalb des Kastensystems) als unabhängige politische Kräfte etablieren konnten. Dies führte bei den beteiligten Bevölkerungsgruppen zu einer politischen Mobilisierung, die auch das Lesen von Zeitungen fördern sollte.

Die neuen Dalit oder *backward caste* Chefminister taten sich zunächst recht schwer mit den zumeist hochkastigen Journalisten im *Hindi Belt*. Der damalige Chefminister UPs und Parteichef der *Samajwadi Party* (Sozialistische Partei, "OBC und Moslem Partei") Mulayam Singh Yadav rief 1994 seine Anhänger dazu auf, *Dainik Jagran* und *Amar Ujala* anzugreifen, derzeit bekannt geworden als *halla bol* (An-

¹⁴ Vgl. Jaffrelot, Christophe: The Hindu Nationalist Movement and Indian Politics – 1925 to the 1990s; Calcutta 1999, S. 414 f.

¹⁵ Vgl. Jaffrelot, S. 430 f. *Rath Yatra* bezeichnet die politisch-religiöse Prozession (Yatra) mit einem Kampfwagen (Rath) durch acht indische Bundesstaaten, durchgeführt 1990 von Lal Krishna Advani zur landesweiten Mobilisierung der Anhänger des Ram (dt. Rama) Tempels in Ayodhya. Advani war derzeit Parteichef der BJP, von 1999 bis 2004 Innenminister und in den späteren Jahren der Koalitionsregierung National Democratic Alliance (NDA) Vize-Premierminister. Advani u.a. BJP-Parteimitglieder unterstützten 1992 den VHP (Vishwa Hindu Parishad, Welt-Hindu-Rat, kultureller Arm der Hindunationalisten) bei der Mobilisierung von rund einer Million Karsevaks (zumeist militante Aktivisten, die für das Programm zum Bau des Ram Tempels in Ayodhya mobilisiert werden) die die Babri Moschee zerstörten. Hintergrund ist, dass von Seiten der Hindunationalisten behauptet wird, dass sich an dieser Stelle zuvor ein Ram Tempel befand und dass dies der Geburtsort der Hindu-Gottheit Ram sei. Dies konnte bisher aber nicht nachgewiesen werden. Ayodhya ist seit mehr als 20 Jahren ein entscheidender Faktor in der indischen Politik.

griff).¹⁶ Mayawati (*Bahujan Samaj Party*, BSP, "Dalit Partei"), die 1995 erstmals das Amt der Chefministerin in UP übernahm, äußerte sich abfällig über die *manuwadi* (an Hochkastigen orientiert, "Hochkaste-ismus") Journalisten in dem Unionsstaat. Lalu Prasad Yadav, von 1990 bis 1997 Chefminister und Präsident der *Janata Dal* (der späteren *Rashtriya Janata Dal*) in Bihar, forderte derzeit seine *backward caste*-Wählerschaft dazu auf, den *upper-caste-newspapers* kein Vertrauen zu schenken, was zunächst auch tatsächlich zu einer Schwächung der Mainstream-Medien in dem Unionsstaat führte. Gleichzeitig aber konnten diese Politiker sehr viel besser durch die hindisprachigen Medien kommunizieren als durch die englischsprachigen und so fand man nach einigem Tumult einen pragmatischen Umgang, da beide aufeinander angewiesen waren.¹⁷

Ein weitere politische Entscheidung, die das Wachstum der hindisprachigen Tageszeitungen fördern sollte, war die Wiederbelebung des *Panchayati Raj*, umgesetzt zunächst 1994 in Madhya Pradesh. Dort kam es mit der Wahl von nahezu einer halben Million Volksrepräsentanten zu einer bemerkenswerten politischen *grassroot* Partizipation, die ebenso politisches Bewusstsein förderte und damit auch den Bedarf an Nachrichten forcierte. Nebenbei finanzierte der Unionsstaat den *Panchayat* Büros eine eigene Tageszeitung, oftmals die erste Zeitung, die diese Region erreichte. Die Menschen lasen die Zeitungen, die in den *Panchayat* Büros auslagen und wurden so mit dem Lesen von Zeitungen vertraut. Als die Abgeordneten sich in ihre Aufgaben eingearbeitet hatten, abonnierten sie oftmals ein eigenes Exemplar einer Tageszeitung, um sich über Nachrichten aus Unionsstaat, Nation und Region auf dem Laufenden zu halten. Ihr Exemplar wurde wiederum von zehn bis zwanzig Personen gelesen. Dies führte zu Debatten über das Gelesene und in der *Gram Sabha* (Dorf-Versammlung) wurden nun kritische Fragen gestellt. Es mehrten sich Forderungen nach Verantwortlichkeit in Politik und Verwaltung. Auch die schwächeren, unterdrückten Bevölkerungsteile eines Dorfes machten sich auf die Suche nach mehr Informationen für ihre Bedürfnisse.

Zusammengefasst kam es mit den drei "Ms", *Mandal*, *Mandir* (Tempel, gemeint ist die Kontroverse um Ram Tempel in Ayodhya) *Market*, der im nachfolgenden Unterkapitel umrissen wird, und mit der Wiederbelebung des *Panchayati Raj* in der ersten Hälfte der 1990er-Jahre, zu einer verstärkten Politisierung der Bevölkerung,

¹⁶ Arun Shourie schrieb am 8.11.1994, dass Mulayam Singh Yadav in einer öffentlichen Versammlung gesagt habe, dass die Zeitungen nicht mehr zu sehen sein sollen, was in der Folge bedeutete, dass Straßenverkäufer und Zeitungshändler, die diese beiden Zeitungen verkauften, verprügelt wurden, wie auch Journalisten, die für die beiden Zeitungen schrieben. Fahrzeuge, die *Dainik Jagran* transportierten, wurden aufgehalten und in Brand gesetzt. Das Haus des Herausgebers von *Amar Ujala* wurde attackiert. Annoncen für beide Zeitungen wurden gestrichen. Vgl. <http://arunshourie.voiceofdharma.com/print/19941108.htm>; letzte Sichtung am 30. September 2007

¹⁷ Vgl. Ninan, HFH, S. 17 f. Im Falle von *Dainik Jagran* und Mulayam Singh Yadav (Samajwadi) ging der Pragmatismus schließlich sogar so weit, dass Yadav 2006 dem Vorsitzenden der Jagran-Gruppe, Mahendra Mohan Gupta eine Nominierung für die Rajya Sabha anbot. (ebenda) Nicht nur dass *Dainik Jagran* eine der wenigen hindisprachigen Zeitungen ist, die eine klare politische Ausrichtung haben, und die ist rechtslastig und pro Hindutva-Ideologie, sein älterer, inzwischen verstorbener Bruder saß zuvor mit einem BJP-Ticket in der Rajya Sabha.

die auch das Lesen von Zeitungen förderte. Zu den Wahlen war eine verstärkte Partizipation von OBCs, Dalits, Frauen und Adivasis zu beobachten.¹⁸

2.3 Sozio-ökonomische Faktoren und Marketingstrategien

Zu Beginn der 1980er-Jahre stieg die Alphabetisierungsrate und die beginnende wirtschaftliche Liberalisierung förderte den Konsum. Der steigende Lebensstandard und auch die zunehmende Verbreitung des Fernsehens sollten das Lesen von Zeitungen fördern. Robin Jeffrey führt das Wachstum der landessprachigen Zeitungen zudem vor allem auf marktwirtschaftliche Entwicklungen zurück.

„They grew because entrepreneurs detected a growing hunger for information among ever-widening sections of India's people, who were potential consumers as well as newspaper readers. The race began to reach this audience.“¹⁹

Jeffrey zufolge brachten Anzeigenkunden den Zeitungen die größten Einnahmen, und die Anzeigenkunden konnten hauptsächlich durch eine große Leserschaft gewonnen werden. Die Leser wiederum wurden dadurch gewonnen, dass man über diese selbst schrieb und deren Interessen widerspiegelte. Systematisch wurde diese Erkenntnis später von *Dainik Bhaskar* vor ihrem Markteintritt 1996 in Jaipur umgesetzt. Die Interessen der Leser wurden dort in einer umfassenden Befragung erfasst, wodurch sich die Zeitung einen überaus erfolgreichen Start sichern konnte.²⁰ Die Befragung hatte ergeben, dass die Leser mehr über ihr unmittelbares und berufliches Umfeld erfahren wollten.²¹ Das Schreiben über die Leser selbst bedeutete, dass sich seit Beginn der 1980er-Jahre zunehmend auf lokale Nachrichten und lokale Produktionszentren konzentriert wurde. Es wurde zunehmend zur Kenntnis genommen, dass auch diejenigen, die kein Englisch sprachen, Geld ausgeben und konsumieren konnten.²²

Auch erwies sich eine neue Generation der familiengeführten Tageszeitungen als weitaus geschäftsorientierter als die vorangegangene. Deren Marketingstrategien arbeiteten zusätzlich mit Anreizen und finanzierten so die Lokalisierung. Große Konzerne wie bspw. *Hindustan Lever* oder *Coca Cola* ermöglichten mit der Suche nach Konsumenten im ländlichen Indien eine Zeitung für die Massen. Finanziert durch Anzeigen wurden günstige Abonnements mit zusätzlichen Prämien, bspw. einem Plastikstuhl oder mittels eines Couponsammelsystems, den neuen Abonnenten angepriesen.²³ Eine weitere, ganz andere Strategie neue Leser zu gewinnen war es, sich die kulturellen Traditionen der Region auf die Fahnen zu schreiben.²⁴

¹⁸ Vgl. Ninan, HFH, S. 75 ff.

¹⁹ Jeffrey, INR, S. 48.

²⁰ Vgl. Ninan, HFH, S. 94 f.

²¹ Vgl. Ninan, HFH, S. 105.

²² Vgl. Jeffrey, INF, S. 48 ff.

²³ Vgl. Ninan, HFH, S. 22 und 185

²⁴ Vgl. Ninan, HFH, S. 100 f.

Zwischen 1981 und 1989 hatten sich die Ausgaben für Anzeigen verfünffacht. Diese Steigerung wiederholte sich zwischen den Jahren 1990 bis 1996. Seit Mitte der 80er-Jahre fließt mehr als die Hälfte der Investitionen in Printmedien in die landessprachigen Zeitungen. Die Einnahmen wurden in Produktionsprozesse und Qualität investiert, was die Zeitungen günstiger und ansprechender machte und wiederum die Leserzahlen erhöhte.²⁵

Nach Meinung von Jeffrey wurde das Lesen von Zeitungen durch das Fernsehen gefördert. In Indien, anders als in vielen anderen Ländern, stieg der Konsum von Fernsehen und Zeitungen gleichzeitig an. Das Fernsehen schnitt Themen an, von denen viele Menschen niemals zuvor gehört hatten. Da das Fernsehen nur selten Hintergrundinformationen bereitstellte, veranlasste dies die Menschen, sich zur Vertiefung am folgenden Tag eine Zeitung zu kaufen.²⁶ Ebenso wurde durch das Fernsehen die Zeitung als Statussymbol vermittelt. Im Fernsehen waren die ‚Reichen und Mächtigen‘ häufig mit etwas zu Lesen in der Hand zu sehen. Menschen, die Zeitung lesen, wurden als gut ausgebildet und intelligent betrachtet und man fragte um ihren Rat in wichtigen Angelegenheiten.²⁷

Im Jahr 2002 verbuchten *Dainik Jagran* und *Dainik Bhaskar* zusammen 46 % aller Leser von hindisprachigen Tageszeitungen für sich. In den letzten Jahren führt zu-meist *Dainik Jagran* im Wettbewerb um ersten Platz aller indischen Tageszeitungen. Im Jahre 2006 konnte sie eine Leserschaft von 21,165 Mill. vorweisen, *Dainik Bhaskar* 20,958 Mill. Die auflagenstärkste englischsprachige Tageszeitung, die *Times of India*, hat hingegen eine Leserschaft von 7,5 Millionen.²⁸ Im Jahre 2006 erreichen die indischen Tageszeitungen insgesamt 203,6 Mill. Leser. Dies sind 12,6 Mill. mehr als im Jahr zuvor. Die Leserschaft der englischsprachigen Tageszeitungen stagnierte bei etwa 21 Mill. Lesern.²⁹

Dainik Jagran konnte bereits im Jahre 2005 einen großen Zuwachs verbuchen, welcher laut *National Readership Studies Council* (NRSC) auf eine enorme Steigerung der Alphabetenrate in *Dainik Jagrans* stärksten Marktregionen UP, Bihar und Jharkhand zurückzuführen ist.³⁰

²⁵ Vgl. Jeffrey, INR, S. 53.

²⁶ Einige landessprachige Zeitungen konnten bspw. zusätzliche Leser durch eine Zusammenfassung der Fernsehserie des Ramayana gewinnen. Vgl. Jeffrey, Robin: Breaking News – India is poised for a print revolution, thanks to Indian language newspapers; in: *The Little Magazine*, 4. März 2003; www.littlemag.com/viamedia/robinjeffrey.html, letzte Sichtung am 6.8.2007.

²⁷ Vgl. Jeffrey, Breaking News.

²⁸ Vgl. National Readership Studies Council (NRSC), National Readership Study (NRS) Key findings 2006, Mumbai 29.8.2006; www.auditbureau.org/nrspress06.htm, letzte Sichtung am 30. Juni 2008

²⁹ Vgl. NRSC, NRS 2006; Leider sind auch hier die Angaben z. T. widersprüchlich. An einer Stelle heißt es: "Dailies continue to grow, adding 12.6 million readers from last year to reach 203.6 million [...]." Ewas weiter unter werden die selben Zahlen für landessprachige Tageszeitungen zitiert: "To elaborate, vernacular dailies have grown from 191.0 million readers to 203.6 million while English dailies have stagnated around 21 million." (Hervorhebungen durch die Verf.)

³⁰ Vgl. NRSC, NRS 2005 Key Findings; www.auditbureau.org/nri/nrspressrelease.pdf. Letzte Sichtung am 30. Juni 2008.

2.4 Alphabetisierung

Eine zunehmende Alphabetisierung war in den letzten 15 Jahren vor allem in den so genannten BIMARU Staaten, Bihar, Madhya Pradesh (MP), Rajasthan und UP zu verzeichnen.³¹ Ebenso wuchs die Alphabetisierungsrate in den neuen Staaten Jharkhand und Chhattisgarh. Die größten Sprünge zwischen 1991 und 2001 machten Rajasthan mit einem Zuwachs von 22,4 %, Chhattisgarh mit 22,2 % und MP mit 19,4 %. Auch in UP lag die Alphabetisierungsrate oberhalb des durchschnittlichen indischen Zuwachses von 13,7 %. Die Alphabetisierungsrate der Frauen in Rajasthan verdoppelte sich in diesem Zeitraum von 20,4% auf 44,3%.³² In Rajasthan verlief diese Entwicklung parallel zu einer enorm gestiegenen Auflagenzahl der hindisprachigen Tageszeitungen *Rajasthan Patrika* und *Dainik Bhaskar*. Im Zeitraum von 1991 bis 2001 und mit der Konkurrenz von *Dainik Bhaskar* und *Rajasthan Patrika* verdreifachte sich die Auflage der Tageszeitungen in Rajasthan.³³

Hohe Zuwachsraten bei der Alphabetisierung sind eine Grundvoraussetzung für das Gewinnen neuer Leser. Darüber hinaus stellen ein gewisser Bildungsgrad, verstärkte politische Partizipation und Repräsentation und natürlich die finanziellen Kapazitäten, sich überhaupt eine Zeitung leisten zu können, gewichtige Faktoren für das Wachstum von Zeitungen dar.

Im Hindi-sprechenden Indien bildete sich gemeinsam mit zunehmender Bildung und wachsendem Einkommen auch im ländlichen Raum eine Mittelklasse heraus, die sowohl zunehmend aufwärtsstrebend als auch politisch bewusster war.³⁴

Richteten sich auch die hindisprachigen Tageszeitungen bis in die frühen 1990er vornehmlich an eine intellektuelle Leserschaft, so bemühen sie sich seitdem den aufstrebenden Bürger dieser neuen Mittelklasse zu erreichen. Mit gestiegenen Einkommen und besserer Schulbildung stieg auch der Bedarf an zusätzlichen Bildungsinstituten. Deren Werbeanzeigen wiederum füllten nun die Anzeigenspalten in lokalen Ausgaben der Zeitungen. Kolumnen über Karrieremöglichkeiten fanden regen Zuspruch der neuen Leserschaft und waren damit ein klassisches Beispiel für die neue Kategorie *news-you-can-use* der jungen, ambitionierten Lesergeneration. Mit der Verbreitung der elektronischen Medien hatten die Zeitungen nun an die *Breaking News* des Fernsehens und z. T. auch des Internets anzuknüpfen. Weitere wichtige Themen für den neuen Leser waren Gesundheit, *Lifestyle* u. ä., so dass die Zeitungen entsprechende Beilagen herausbrachten. *Navbharat Times* und *Amar Ujala* veröffentlichten wöchentliche Kolumnen darüber, wie die Hindi-Leser ihr Englisch

³¹ Das Akronym BIMARU, zusammengesetzt aus den Anfangssilben bzw. -buchstaben der Staaten, beinhaltet mit der Übersetzung des Wortes *bimar* die wertende Bedeutung "krank". Damit wird auf die vergleichsweise schlechte demographische Lage, hohe Geburtenrate, geringer Bildungsstand und die verhältnismäßig große Armut in diesen Staaten angespielt.

³² Die Zensusdaten sind entnommen aus Ninan, S. 68 ff.

³³ Vgl. Jeffrey, Robin: *Breaking News*.

³⁴ Vgl. Ninan, HFH, S. 18.

verbessern konnten. Und diese Leser wollten nicht über Armut lesen, so Mrinal Pande, Chefredakteurin von *Hindustan*.³⁵

Eine weitere auffällige Veränderung, die die hindisprachigen Zeitungen durchliefen, war dann auch der ausgedehnte Gebrauch des Englischen seit der wirtschaftlichen Liberalisierung 1991. Die Zeitungen konnten sich damit ein kosmopolitisches Image zulegen. Es würden zunehmend mehr englische Begriffe im Alltag verwendet und dies spiegelte sich in den Zeitungen, so die Redakteure von *Dainik Bhaskar*. „Our Hindi is no longer the Hindi of Pundits. It has become modern.“³⁶

All diese Faktoren trugen zu einer Verbreiterung des Diskurses bei, die hindisprachige Presse bewegte sich von einem elitären zu einem Massenmedium. Sie entwickelte sich von einem seriösen politischen Produkt hin zu einem, das sich selbst zelebrierte mit bunten Beilagen zu Karriere, Eigentum, Lifestyle, Gesellschaft und Bildung. Um die Jahrtausendwende war ein Medienpublikum entstanden, welches die Tradition erhalten und gleichzeitig die Moderne, die globalisierte Welt, offen aufnahm. Mit der Urbanisierung und dem Aufbrechen von *Joint Families* brachte die hindisprachige Tageszeitung zur Orientierung tägliche Kolumnen mit religiösen Ritualen zu ihren Lesern nach Hause.³⁷

3 Die Hindipresse zwischen politischer Aufklärung und Vermarktungsinteressen

Die Frage, ob Verbreitung der hindisprachigen Presse zur Demokratisierung und zum *nation-building* beigetragen hat, wird sehr unterschiedlich beurteilt.

Sevanti Ninan zufolge entstand im kleinstädtischen oder ländlichen Indien durch die ‚lokalisierte‘ hindisprachige Presse ein neuer Raum, in welchem nun Lokalregierungen, ‚Landadel‘ und allen voran lokale Verbände im Wettbewerb um die Aufmerksamkeit der Presse standen. Lokale Seiten und Beilagen schufen ein neues Nachrichtengenre, welches einen wesentlich größeren Anteil der Bevölkerung als jemals zuvor mit einschloss. Der Medienzugang wurde demokratisiert, lokale Nachrichten dokumentierten Probleme vor Ort wie auch die Politik der *Panchayats* und obwohl die Lokalnachrichten selten Autoritäten angriffen, schufen sie eine Forderung nach Verantwortlichkeit auf lokaler Ebene.³⁸

Auch Robin Jeffrey ist der Meinung, dass die landessprachige Presse mit ihren zahlreichen Regionalausgaben dazu beigetragen hat, die Bürger in kleineren Städten und ländlichen Regionen politisch aktiver partizipieren zu lassen. Hiermit wurde gleich-

³⁵ Vgl. Ninan, HFH, S. 84-88.

³⁶ So Babulal Sharma, Redakteur von *Dainik Bhaskar* in Bhopal, zitiert aus Ninan, HFH, S. 61.

³⁷ Vgl. Ninan, HFH, S. 19 f.

³⁸ Vgl. Ninan, HFH, S. 20 ff.

zeitig die zunehmende Regionalisierung der Politik gefördert.³⁹ Parallel dazu haben die Veränderungen zu einer Diversifizierung und Ausweitung der Leserschaft geführt, die zum *nation-building* und zur Demokratisierung beigetragen hat. Die Revolution auf dem indischen Zeitungsmarkt hat die indische Nation eher konsolidiert als geschwächt, so Jeffrey. Dies führt er zum einen auf die Expansion der Eliten, die die Informationen regulieren, zurück, zum anderen auf eine neue Art von alphabetisiertem Bürger, der sich mit dem nationalen Raum verbunden fühlt, auch wenn er zunächst auf lokale Ereignisse fokussiert ist. Die Teilnahme am öffentlichen Raum wurde einem Großteil der indischen Bevölkerung erst durch die enorme Verbreitung der landessprachigen Zeitungen ermöglicht, so Jeffrey.⁴⁰

Im Gegensatz zu Jeffrey ist Krishna Kumar der Ansicht, dass einige landessprachige Zeitungen ihre Leser eher zu ‚Provinzlern‘ gemacht haben, indem sie den nationalen Raum nur symbolisch repräsentieren und sich vielmehr auf Lokales und Regionales konzentrieren. Einige der auflagenstärksten landessprachigen Zeitungen ignorieren „the grim implications of, for example, the nexus between politicians and criminals, communal propaganda of Sangh institutions and the nuclearisation of India and Pakistan“⁴¹. Kumar verweist vielmehr auf eine Fragmentierung des öffentlichen Raumes während des letzten Viertels des 20. Jahrhunderts.

Tara S. Nair weist darauf hin, dass eine kommerzialisierte Presse in erster Linie darauf abzielt, Zustimmung zu erzeugen, und weniger die kritische öffentliche Debatte fördert. Dies geschieht durch eine Vereinfachung der Sprache der Politik durch Verwendung von Symbolen und Stereotypen. Die populäre Presse beschäftigt sich mit Alltagsproblemen statt grundlegende ideologische Themen in den öffentlichen Raum zu tragen, so Nair.⁴²

Ninan ergänzt, dass das enorme Wachstum der hindisprachigen Presse, unterstützt von Liberalisierung und Konsum, dazu führte, dass die Medien ihre Leser eher als Konsumenten denn als Bürger betrachten. Große Mengen von Zeitungspapier werden mit „non-issues“ gefüllt, was dazu führt, dass Menschen am Rande der Gesellschaft zur Unsichtbarkeit reduziert werden. *Food and fashion journalism* ist nicht mehr auf die Metropolen begrenzt. Themen wie Landwirtschaft, Bildung, Arbeit und Gesundheit benötigen mehr Raum, als sie bekommen: „We have lots of newsprint devoted to food as a lifestyle thing. None devoted to hunger which stalks substantial sections of the population.“⁴³

³⁹ Vgl. Kumar, Krishna: Opening a Window, Just – India’s Newspaper Revolution. Capitalism, Politics and the Indian Language Press, 1977 – 1999 by Robin Jeffrey; in EPW, 27. Juli 2002, Internet Ausgabe

⁴⁰ Vgl. Jeffrey, Breaking News.

⁴¹ Kumar, ebenda. Der *Sangh Parivar* (Familienverbund) ist die hindunationalistische Dachorganisation.

⁴² Vgl. Nair, S. 4188.

⁴³ Ninan, Sevanti im Interview: The big problem in Indian journalism is the lack of quality and experiences at the copy desk; www.prdomain.com/media_speak/media_speak_sevanti_ninan.htm (undatiertes Online-Dokument, letzte Sichtung 28. August 2005).

Im Zuge des enorm expandierten landessprachigen Zeitungsmarktes sahen die bis dahin einflussreichen englischsprachigen, aber auch einige hindisprachige Journalisten Professionalität und Berufsethos in Gefahr, wie dies 1992 zunächst in *Vidura* (*Journal of the Press Institute of India*) argumentiert wurde⁴⁴. 1996 stand im Editorial des gleichen Magazins:

„These developments could have constituted a big step forward in grassroot democratic awakening if the contents of these papers had kept pace with technological improvement. But most of the owner-editors have failed to devote as much care to locating and training good journalists to man their far-flung empires as they have in expanding the circulation of their papers and earning quick returns. Some have yielded to the temptations of exploiting their influence to secure favours or influence decisions at various levels, from the State Capitals to District Headquarters.“⁴⁵

Ein Aspekt, der in diesem Zitat deutlich wird, ist eine Verschiebung, insbesondere hinsichtlich der Eigentumsverhältnisse der Zeitungen, und das Verhältnis von journalistischer Qualität und dem Profit, den sich die Eigentümer versprochen. Der professionelle Redakteur wurde ersetzt durch den dominierenden *editor-owner*, und es hat sich die Praxis etabliert, erfahrene Redakteure nur noch auf der Basis kurzzeitiger Verträge zu beschäftigen.⁴⁶ Die Dynamik des Marktes brachte zudem so genannte *advertorials* hervor, bezahlte Berichterstattung, d. h. Werbung, die nicht eindeutig als solche kenntlich gemacht ist. Und ein Politiker, der nicht die von den Zeitungen zu den Wahlen angebotenen Werbepakete kaufe, erhalte weniger enthusiastische Berichterstattung.⁴⁷ Das Vordringen der Zeitungen in die lokale Sphäre führte dazu, dass die großen Zeitungen mit zahlreichen Ausgaben eine große Anzahl von *stringers* benötigten – freiberufliche Lokalkorrespondenten. Ninan beschreibt diese als in der Regel journalistisch nicht ausgebildete und unbezahlte Mitarbeiter, die ihre Entlohnung über das Einwerben von Anzeigen und Abonnements erhalten. Diese verdienen sich in erster Linie ein gewisses Ansehen, aber auch Macht gegenüber unliebsamen Zeitgenossen. Das Akquirieren von Anzeigen steht im Widerspruch zu dem Auftrag der kritischen Berichterstattung des freiberuflichen Lokalkorrespondenten gegenüber Anzeigenkunden und Lokalpolitikern.⁴⁸ Aufgrund der schlechten Bezahlung kommt zudem oft die Überprüfung der Fakten zu kurz.

Diese Teilzeitreporter entstammen zumeist den einflussreicheren Gesellschaftsschichten, sind hochkastig und männlich, womit sie die lokalen Machtstrukturen in Bezug auf Klasse und Kaste in der Presse widerspiegeln. Nach Aussage eines Kritikers gehören diese Journalisten zu eben jenen gesellschaftlichen Gruppen, die die Armut und die Ausbeutung perpetuieren und die für das schlechte Funktionieren von Bürokratie und Gesellschaft verantwortlich sind. Demnach werden Dalits, landlose

⁴⁴ Singh, S. P.: Who is afraid of Hindi journalism?, in: *Vidura* 1992, hier zitiert aus Stahlberg, S. 168.

⁴⁵ *Vidura*, 1996, S. 1; zitiert aus Stahlberg, S. 169.

⁴⁶ Manchanda, Rita: Militarized Hindu Nationalism and the Mass Media; South Asia Forum for Human Rights (SAFHR Paper 11), Kathmandu Mai 2002, S. 11.

⁴⁷ Vgl. Ninan, HFH, S. 23

⁴⁸ Vgl. Ninan, HFH, S. 124 f.

Arbeiter oder Menschenrechte in der Presse nicht thematisiert, solange Reporter und Ausbeutende derselben Kaste, den Brahmanen, angehören.⁴⁹ Ein Korrespondent von *Amrit Prabhat*, der sich mit sozialen Problemen im ländlichen Indien befasst und sich deshalb Drohungen und physischen Übergriffen ausgesetzt sieht, ist der Auffassung, dass die hindisprachige Presse einen bedeutenden Anteil an der Aufdeckung von Zwangs- und Kinderarbeit trägt.⁵⁰

Grundsätzlich befassen sich lokale Ausgaben vor allem mit den Themen der Mittelklasse: Verbrechen, Stromversorgung, Wasser, Infrastruktur. Sie beschäftigen sich aber nicht mit der Diskriminierung von unteren Kasten, Ausbeutung von Arbeitern oder Unterdrückung von Frauen. „Injustice did not move the local news machine.“⁵¹

Auch Prabash Joshi, ein Vertreter der intellektuellen ‚alten Garde‘ des Hindi-Journalismus, moniert, dass es weder Selbstrespekt noch Talent unter den Hindi-Journalisten gibt, diese viel zu sehr die wirtschaftlichen Interessen im Blick haben und dementsprechend diese Presse nicht in der Lage ist, ihrer eigentlichen Arbeit nachzukommen, nämlich die öffentliche Meinung in der indischen Demokratie zu formen.⁵²

Die Konkurrenz der Zeitungen untereinander führte zu einem enormen Zeitdruck und in der Folge auch zu mangelhafter Qualität. Analytische Artikel werden kaum gedruckt, vielmehr sind die Nachrichten ereigniszentriert und liefern kaum weitergehende Informationen. Ein lokaler Mitarbeiter der Regierung äußert sich folgendermaßen:

„There was this article the other day on how the wells dried up. Just that – the number and the location. But is it not the responsibility of newspapers also to analyse why these wells have dried up? Surely the *sarkari karamchari* [government worker] has not gobbled up the water? Why there is no discussion on water tables, on ground water run-offs that happen because there are no trees? Unless the newspapers, especially the local papers explain these issues, how can they say that they are doing responsible reporting?“⁵³

Nicht nur die Leser entwickelten einen Sinn für die Verbindungen und Abhängigkeiten, die den lokalen Bürger-Journalismus einfärbten.⁵⁴ Die Redakteure in den Städten waren sich der mangelhaften Qualität ebenso bewusst: „Stringers file any rubbish, like a cow has overturned an egg cart [...]“, so Naveen Joshi, Redakteur von *Hindustan*.⁵⁵ Im Jahre 2003 begann zunächst *Hindustan* mit einer Rücknahme

⁴⁹ Shamshed Khan, Mitarbeiter einer NGO in Mirzapur, vgl. Ninan, HFH, S. 129.

⁵⁰ Vgl. Ninan, HFH, S. 122.

⁵¹ Ninan, HFH, S. 129

⁵² Joshi, Prabhash in: *Vidura*, 1996, S. 45 – 47, hier aus Stahlberg, S. 169. Joshi fürchtet den Verfall der alten Ideale, die er durch das enorme Wachstum der hindisprachigen Presse in Gefahr sieht. Prabhash Joshi ist ehemaliger *Adviser-Editor* von *Jansatta*.

⁵³ Gyaneshwar Tiwari, Block Development Officer, im Interview mit Indrajit Roy, vom 13.6.2003 zitiert aus Ninan, HFH, S. 126.

⁵⁴ Vgl. Ninan, HFH, S. 131.

⁵⁵ Zitiert aus Ninan, HFH, S. 135.

der Lokalisierung, separate Seiten wurden soweit eingeschränkt, dass sie nicht mit ‘rubbish’ gefüllt werden mussten. Seit 2005 sind Lokalkorrespondenten von *Dainik Jagran* und *Dainik Bhaskar* nicht mehr für Anzeigen zuständig. *Jagran* schickte Schulungsteams aufs Land, um ihre Mitarbeiter fortzubilden. *Bhaskar* stellte Redakteure ein, die ausschließlich die Qualität der Beiträge zu prüfen haben. Ferner sollten nur noch Beiträge abgedruckt werden, die die Version der Gegenseite ebenso abbildeten. Inhaltlich wurde politischen Nachrichten wieder mehr Gewicht gegeben, fabrizierte Nachrichten eliminiert und die grundlegende Ethik des Journalismus wiederbelebt.⁵⁶

Das aggressive Wachstum der Giganten der Hindi Presse bedeutete für einige kleinere Zeitungen, die nicht über die Mittel verfügten, sich einen späten Redaktionsschluss, frühe Auslieferung per Taxi und zahlreiche Druckzentren leisten zu können, zunächst härtere Zeiten, vereinzelt aber auch das Ende. Starke Verluste zu verzeichnen hatten bspw. *Nai Duniya*, *Aj* und *Jansatta*, drei Zeitungen mit ‚nationalem‘ Ansehen. Eng wurde es auch für *Prabhat Kabir* in Jharkand, die es aber im 2006 erneut zurück an die Spitze der Leserschaft in dem Unionsstaat schaffte.⁵⁷

Die neue lokale öffentliche Sphäre im Hindi Belt bedeutet für Ninan aber schließlich auch:

„It gave voice to both the existing and emerging middle class and reflected a public preoccupation with law and order, infrastructure and governance. For the first time the spotlight was turned on the quality of governance at the most decentralised administrative level“⁵⁸

Zusammengefasst kann der Hindi-Journalismus heute nun eher als pragmatisch und marktorientiert bezeichnet werden, und als mehr vom Leser geleitet als vom Redakteur.⁵⁹

4 Die Bewertung von landes- und englischsprachiger Presse

„While the English-language press in this country has often been seen as a model in the developing world, the newspapers printed in languages that more people are able to read have often been looked upon as problematic – politically, professionally and ethically. The Hindi-language press in particular has earned a reputation as overwhelmingly supportive of the Hindu nationalist movement in Indian politics.“⁶⁰

Ein Aspekt, der in diesem Zitat deutlich wird, ist die Hierarchisierung von englisch- und landessprachiger Presse. Das tendenziell negative Image der landessprachigen Zeitungen im Vergleich zu den englischsprachigen ist auf verschiedene Ursachen zurückzuführen. Zunächst ist auf historische Ursachen zu verweisen, die auf die

⁵⁶ Vgl. Ninan, HFH, S. 135 ff.

⁵⁷ Vgl. Ninan, HFH, S. 277 und 286.

⁵⁸ Ninan, HFH, S. 145.

⁵⁹ Vgl. Ninan, HFH, S. 30 f.

⁶⁰ Stahlberg, S. 3 f.

Kolonialzeit zu datieren sind. Des Weiteren ist die negative Rolle zu nennen, die einige hindisprachige Zeitungen im Zusammenhang mit der Zerstörung der Babri Moschee zu Beginn der 90er-Jahre spielten. Hierbei ist zu beachten, dass es sich nicht generell um landessprachige Zeitungen handelt, die negativ aufgefallen waren. Daraus ergibt sich ein weiterer Aspekt, der hier thematisiert wird: die von vielen Autoren vorgenommene Subsumierung hindisprachiger Presse unter die Rubrik regionalsprachige Presse. In der Literatur weitgehend vorherrschend ist die wertende Einteilung in ‚nationale‘ englischsprachige Presse und in ‚regionale‘ *vernacular press*, der gemeinhin auch die hindisprachige Presse zugeordnet wird. Im Folgenden sollen diese dichotomen Zuschreibungen hinterfragt werden.

Die Inhalte der indischen Presse wurden zunächst durch die religiösen Reformbewegungen in der zweiten Hälfte des 19. Jh., mehr noch durch die Unabhängigkeitsbewegung geprägt. Die nationale Gemeinschaft sollte durch das Potenzial der Presse verwirklicht werden. Viele Vertreter der Presse zählten zu den führenden Kräften der Unabhängigkeitsbewegung. Diese Zeit der „heroischen Mission“ prägte das idealistische „goldene Pressezeitalter“.⁶¹ Da die ‚nationale‘ Presse hauptsächlich in englischer Sprache erschien, leitet sich hieraus der hohe Status der englischsprachigen Printmedien im postkolonialen Indien ab.⁶² Demgegenüber wurde die landessprachige Presse schon von den Briten als eine Gefahr für die öffentliche Ordnung wahrgenommen, den Lesern wurde unterstellt, weniger gebildet zu sein, und es sei leichter diese irrezuführen und aufzuhetzen. Auch die Eigentümer und Redakteure wurden als weniger kultiviert und weltmännisch porträtiert als die der englischsprachigen Zeitungen. Diese Auffassung wurde im unabhängigen Indien weitgehend übernommen und das Misstrauen hat sich bis in die Gegenwart gehalten.⁶³

Die gängige Rezeption von englisch- und hindisprachiger Presse liefert Vidya Bhusan Rawat: „While the power of English press in bureaucracy and power structure is well known, the linguistic media has the reach to the masses.“⁶⁴ Die Leserschaft der englischsprachigen Presse sieht sich bis heute als nationale Elite und als Vertreterin der Modernisierung. Obwohl es sich prozentual eine nahezu unbedeutende Leserschaft handele, übe sie einen Einfluss aus, der sich nicht in Zahlen bemessen lasse.⁶⁵ Diese Auffassung ignoriert die deutliche Verschiebung zu den Regionalsprachen bzw. Hindi als dem „vordersten Medium“ des politischen Diskurses

⁶¹ Vgl. Natarajan, S.: A History of the Press in India, Bombay, London, 1962, S. 126 und 297, hier übernommen aus Stahlberg, S. 52 ff. Die Bezeichnung „goldenes Pressezeitalter“ stammt von Robin Jeffrey.

⁶² Vgl. Schneider, Nadja-Christina: Zum Machtfaktor „Presse“ in Indien, in: Draguhn, Werner (Hrsg.): Indien 2003. Politik, Wirtschaft, Gesellschaft; Institut für Asienkunde, Hamburg 2003, S. 147.

⁶³ Vgl. Jeffrey, INR, S. 185.

⁶⁴ Rawat, S. VI.

⁶⁵ Vgl. Chaudhuri, Maitrayee: Advertisements, Media and Democracy in: Bel, Bernard / Brouwer, Jan / Das, Biswajit / Parthasarathi, Vibodh / Poitevin, Guy: Media and Mediation, Communication Processes Vol. 1, New Delhi 2005, S. 199 – 226, S. 204.

und den Präferenzen vieler Politiker, mit den Medien in ihrer ‚regionalen‘ Muttersprache zu kommunizieren.⁶⁶

Zur Unterteilung in ‚nationale‘ englischsprachige Presse und ‚regionale‘ landessprachige Presse wird von Prabhash Joshi angemerkt, dass die landessprachigen Zeitungen nicht grundsätzlich als regional kategorisiert werden können.⁶⁷ Viele dieser Blätter verfügen über zahlreiche regionale Ausgaben, haben aber in der Regel einen wichtigen nationalen – d. h. überregionalen – Teil. Regionalsprachige Zeitungen sehen sich selbst als gesamtindische Zeitungen, die in einer der Landessprachen publiziert werden.⁶⁸ Im Jahre 2005 brachte *Dainik Bhaskar* gar die englischsprachige Tageszeitung *DNA* in Mumbai auf den Markt. Ferner gibt es Journalisten, die sowohl für englisch- als auch für hindisprachige Tageszeitungen schreiben (z. B. für *Dainik Bhaskar* und *Dainik Jagran*).

politischen und kulturellen Diskurs kam, der im Ergebnis Stimmen von Muslimen, Christen und Marxisten delegitierte.⁷² Auch Nadja-Christina Schneider stellt fest, dass seit Beginn der 80er-Jahre ein undifferenziertes und negatives Islambild in der englischsprachigen Presse auszumachen ist.⁷³ Dies ist im Zusammenhang mit der zunehmenden Akzeptanz hindunationalistischer Politik seit den 1980er-Jahren zu betrachten. Auch verfolgten hindunationalistische Organisationen die Strategie, alliierte Journalisten in den Medien unterzubringen.⁷⁴ In einem Kommentar der *Economic and Political Weekly* wird die pauschale Verunglimpfung der kommunistischen Parteien durch die englischsprachigen Mainstream-Medien, insbesondere in Bezug auf das indisch-amerikanische Nuklear-Abkommen kritisiert. Die Ursache dafür, dass die BJP, die dem Abkommen ebenfalls kritisch gegenübersteht, von der Verurteilung durch die Medien aber weitgehend verschont bleibt, vermutet der Autor in den politischen Vorlieben der Medien und ihrer Persönlichkeiten.⁷⁵

Anhand einer Analyse hindisprachiger Tageszeitungen zum Pogrom in Gujarat 2002 lässt sich aufzeigen, woher die negative Einschätzung der hindisprachigen Presse in Bezug auf eine pro-hindunationalistische Ausrichtung rührt. Gleichzeitig kann an diesem Beispiel die weitverbreitete Auffassung, dass es sich bei den hindisprachigen Tageszeitungen tendenziell um ein ‚provinzielles‘ Hindu-Medium handelt, widerlegt werden. Die Analyse der Zeitungen *Jansatta*, *Dainik Bhaskar* und *Dainik Jagran* der ersten Tage des Pogroms führte zu einem sehr geteilten Ergebnis.⁷⁶

⁷² Vgl. Manchanda, Rita., S. 3-6. Untersuchte Zeitungen sind *Hindustan Times*, *The Hindu*, *Indian Express*, *Times of India*, *The Pioneer*, *India Today*, *Frontline*, *Outlook*.

⁷³ Vgl. Schneider, S. 154 f.

⁷⁴ Rawat schreibt, dass der Sangh Parivar seit 1977 zunächst mit L. K. Advani als Minister für Information und Broadcasting die kongressfeindliche Stimmung nutzte, um seine Ideologen in den Medien unterzubringen. Benannt wird Arun Shourie, derzeit Chefredakteur des Indian Express. Vgl. Rawat, S. III. Zur medienfreundlichen Strategie der BJP vgl. auch Manchanda, S. 11. Sie zeigt ferner am Beispiel von Vir Sanghvi, der eigentlich der liberalen Intelligenz zuzuordnen ist, wie von ihm die Argumentation der Hindunationalisten übernommen wird.

⁷⁵ Vgl. Media and the Left. Manufacturing Abuse, in *Economic and Political Weekly*, September 1, 2007

⁷⁶ Vgl. Budarick, Ines: Politisierung von Differenz in Krisenzeiten: Analyse dreier hindisprachiger Tageszeitungen zum Pogrom in Gujarat 2002, Hamburg 2005, unveröffentlichte Magisterarbeit.

Folgende Artikel wurden analysiert: 1.) (Ein unverzeihliches und grauenenerregendes Verbrechen); in: *Dainik Jagran*, New Delhi, 1. März 2002, S. 8. 2.)

(Die Zuschauer der Unruhen); in: *Jansatta*, New Delhi, 2. März 2002, S. 6. 3.)

(Der Teufelskreis der Teufelhaftigkeit); in: *Dainik Jagran*, New Delhi, 2. März 2002, S. 8.

4.) Kamleshwar: (Im Namen des Gottes Shri Ram); in: *Dainik Bhaskar*,

Chandigarh, 4. März 2002, S. 6. 5.) (Politik auf Leichen); in: *Dainik Jagran*, New

Delhi, 4. März 2002, S. 8. 6.) Mohan, Narendra: (Wie lange noch

wird Hindutva Verachtung ertragen müssen); in: *Dainik Jagran*, New Delhi, 3. März 2002, S. 8. 7.)

(Die Zeit, die Fäuste in Bitten zu verwandeln); in: *Dainik*

Bhaskar, Chandigarh, 1. März 2002, S. 8. 8.) (Die moralische

Kraft der Anführer: Zeit der Prüfung); in: *Dainik Bhaskar*, Chandigarh, 4. März 2002, S. 6. 9.)

(Die Beteiligten des Verbrechens); in: *Jansatta*, New Delhi, 4. März 2002, S. 6. 10.)

(Die Verantwortung für das kommunalistische Feuer); in: *Dainik*

Die in *Dainik Jagran* vertretene Position lässt sich dem hindunationalistischen Diskurs zuordnen. In *Dainik Jagran* wurde eine ausgeprägte Politisierung von Differenz während der Krisenzeit betrieben, Hindus und Muslime wurden stets in einem werdenden Zusammenhang genannt. Im Ergebnis wurde ein muslimisches Feindbild konstruiert und den Muslimen die Verantwortung für die Gewalt und die Spaltung des Landes zugeschrieben. Vorgenommen wurde dies durch die Argumentationsstrategie, durch unzulässige Verallgemeinerungen und durch die zum Teil schlicht falsche Kennzeichnung kultureller Symbole. Hindutva wurde zur ursprünglichen Hindu-Kultur stilisiert.⁷⁷ Diese Deutungen sozialen Verhaltens dienten dazu, die derzeit gegenwärtige ‚Ordnung‘ zu legitimieren. *Dainik Jagran* zufolge hätten die Politiker im Sinne der Hindu-Mehrheit zu agieren, die angeblich durch Hindutva repräsentiert und durch die Muslime bedroht ist. Die Diskursposition, die in *Dainik Jagran* vertreten wurde, hat die hindunationalistischen Akteure während des Pogroms gestützt.

Dainik Bhaskar und *Jansatta* hingegen haben die Rolle eines ‚Wachhundes‘ in einer Demokratie erfüllt, wobei sich *Jansatta* in ihrer Kritik stark auf die 2002 gegenwärtige Situation in Gujarat konzentrierte. Im Fokus stand die Kritik an den Aktivitäten hindunationalistischer Organisationen und an den BJP-Regierungen in Gujarat und an der Zentralregierung. *Dainik Bhaskar* bezog sich im Vergleich zu *Jansatta* mehr noch auf das übergeordnete politische Gefüge – auf die Kritik an der Politik aller Parteien und auf die historischen Ursachen, die zur Politisierung der Religion in Indien beigetragen haben. Die Kommentare von *Dainik Bhaskar* stellten in nur wenigen Tagen ein umfassendes Bild zur Verfügung, welches verdeutlichte, dass die Ursachen für die Gewalt in Gujarat weniger bei den Religionsgemeinschaften zu suchen sind als vielmehr bei den Politikern, die sich auf Kosten der Gemeinschaften und des säkularen Grundverständnisses der indischen Demokratie ihre Macht sichern. Die Zeitung positionierte sich mit zum Teil unerwartet direkter und mutiger Kritik gegenüber allen am Konflikt beteiligten Kräften und an deren Fanatismus wie auch mit Informationen zur Politisierung von Religion in Indiens jüngerer Geschichte. Die Argumentation basierte auf der Verteidigung der in der indischen Verfassung verankerten Grundwerte von Demokratie, Pluralismus und Säkularismus.⁷⁸

5 Schlussbetrachtung

Zur Zeit der Unabhängigkeitsbewegung hatte die indische Presse den Ruf eines idealistischen politischen Organs – frei von kommerziellen Interessen. Dies sollte

Bhaskar, Chandigarh, 2. März 2002, S. 6. 11.) Sharma, Rajendra:

(Das Schießpulver aus Hindutvas Versuchslaboratorium); in: *Jansatta*, New Delhi, 4. März 2002, S. 6. 12.) (Wahnsinn und Feuer); in: *Jansatta*, New Delhi, 1. März 2002, S. 6

⁷⁷ Hindutva (‚Hindutum‘) ist die zu Beginn des 20. Jh. geschaffene politische Ideologie der Hindunationalisten.

⁷⁸ Vgl. Budarick, Ines: Politisierung von Differenz in Krisenzeiten, S. 134 – 150.

sich nach der Unabhängigkeit kontinuierlich in Richtung Kommerzialisierung verschieben, die heute in nahezu allen größeren Zeitungshäusern Indiens zu verzeichnen ist. Die Vorreiterrolle für radikalere Umstrukturierungen übernahm Ende der 1980er-Jahre die *Times of India*. In der englischsprachigen Presse finden sich, abgesehen von der ‚Lokalisierung‘, im Wesentlichen die gleichen Entwicklungen wie in den hindisprachigen Tageszeitungen. Beklagt werden auch hier der schwindende Status des professionellen Redakteurs, zunehmendes ‚Infotainment‘, ‚Page 3‘-Journalismus (‚Seite 3‘ ist die der Reichen und Schönen), die zunehmende Abhängigkeit von Werbeanzeigen und bisweilen die Vermengung von Nachrichten und Werbung.

Die Auflagenzahlen hindisprachiger Tageszeitungen steigen weiter, und dies trotz zunehmender Verbreitung elektronischer Medien. Das Ursachengefüge ist eng verknüpft mit den politischen und ökonomischen Entwicklungen in den vergangenen drei Dekaden in Indien. Das Wachstum führte dazu, dass sich mehr und mehr Menschen in den ländlicheren Regionen des *Hindi Belts* die Teilnahme an Indiens öffentlichem Raum erschloss. Neue Leser wurden vor allem dadurch gewonnen, dass sie selbst im Fokus der Nachrichten standen. Die große Anzahl neuer, zum Teil politisierter Leser und das Vordringen der Zeitungen in den ländlichen Raum, führte zu zunächst widersprüchlich erscheinenden Entwicklungen. Zum einen richtete sich der Fokus der Öffentlichkeit zum ersten Mal auf die Qualität der Regierungsführung auf lokaler Ebene und verantwortliches Handeln der Autoritäten konnte eingefordert werden. Andererseits war eine ‚Entpolitisierung‘ dessen, was in den Zeitungen zu lesen war, zu verzeichnen. Die Eigentümer waren, wie anderswo auf der Welt, der Auffassung, die Massen nur mit leichter Kost gewinnen zu können. Wichtiger als politischer Idealismus waren die Anzeigen zur Finanzierung der Zeitungen und die Leser wurden mehr als Konsumenten denn als Bürger betrachtet. Möglicherweise ist hier die Theorie von Jeffrey zutreffend, dass die nun weniger idealistischen Großunternehmen zu ihrem Selbsterhalt keine Risiken eingehen und es sich nicht erlauben können, unpopulär zu sein. In den Zeitungen wird weiterhin Kritik geäußert, aber nicht in dem Maße, wie sie es zu Zeiten taten, in sie als Medium der Eliten galten. Von daher entwickelte sich die Presse zu einem massenverträglichen Medium, glatt und unterhaltsam.⁷⁹ Aber eben diese Massenmedien waren es, die den Bürgern in den Dörfern des *Hindi Belts* Informationen lieferten, diese politisch aktiver partizipieren ließen, kontroverse Debatten unter den neuen Lesern förderten und dazu beitrugen, dass lokale Gemeinschaften sich zunehmend ihrer Rechte bewusst wurden. Und eine gesellschaftliche Schicht, über die zuvor nicht berichtet wurde, hatte begonnen, sich Gehör zu verschaffen.

Die weitverbreitete Annahme, dass es sich bei den hindisprachigen Tageszeitungen um tendenziell kommunalistische und provinzielle Organe handelt, muss einer differenzierteren Betrachtung weichen. ‚Provinziell‘ mögen sie in dem Sinne sein, dass

⁷⁹ Vgl. Jeffrey, Robin: The Three Stages of Print. Testing Ideas of „Public Sphere“, „Print-Capitalism“ and „Public Action“ in Kerala, India; Canberra, Juni 2004.

sie im Gegensatz zur englischsprachigen Presse tatsächlich aus den Dörfern berichten. Dort werden nach Auffassung der Kritiker nicht jene politischen Entscheidungen getroffen, die das Land voranbringen. Diese Sichtweise vernachlässigt, dass in Indien bspw. Wahlen aufgrund der demographischen Gegebenheiten generell auf dem Land entschieden werden. So sorgten im Jahre 2004 vor allem die Landbevölkerung und die Wähler aus den unterprivilegierten Schichten für den vollkommen überraschenden Ausgang der Wahlen zur Lok Sabha: Entgegen aller Prognosen wurde die BJP abgewählt.⁸⁰

Dass es sich bei den hindisprachigen Tageszeitungen generell um dem Hindu-nationalismus zugetane Blätter handelt, die ihre ‚irrationalen‘ Leserschaft bedienen, entstammt zunächst der Wahrnehmung der Britischen Kolonialmacht. Die unverantwortliche Berichterstattung im Zusammenhang mit der Zerstörung der Babri Moschee von drei hindisprachigen Tageszeitungen lässt sich nicht auf alle anderen übertragen. Der Rechtsschwenk, der auch in der englischsprachigen Presse zu verzeichnen ist, wird unterschlagen. Eine mögliche weitere Ursache für die qualitativ negative Einschätzung scheint mir Idiom und Diktion des Hindi zu sein. Vielleicht lässt sich sagen, dass Hindi grundsätzlich ‚blumiger‘ und ausdrucksstärker ist als English und von daher in prinzipiell seriösen Bereichen wie Nachrichten schnell als emotional oder unsachlich abqualifiziert wird, ohne die eigentliche Botschaft zu berücksichtigen.

Da es bisher kaum qualitative Studien zur hindisprachigen Presse gibt, ist eine differenzierte Beurteilung schwierig. Was sich aufgrund der Analyse zum Pogrom in Gujarat sagen lässt, ist, dass die Kommentare, die hierzu in *Dainik Bhaskar* erschienen sind, die Tageszeitung mit der zweithöchsten Leserzahl in ganz Indien, sich gerade durch ihre vehemente Verteidigung von Demokratie und Pluralismus sowie Analysen von Ursachen der Politisierung von Religion auszeichnen.

Dainik Jagran konnte in diesem Zusammenhang die Nähe zur hindunationalistischen Ideologie nachgewiesen werden. Sevanti Ninan kommt in ihrer Studie zu dem Ergebnis, dass unter den hindisprachigen Tageszeitungen lediglich *Dainik Jagran* und *Rajasthan Patrika* als eindeutig rechtslastige Organe auszumachen sind.

Literatur

- Budarick, Ines: Politisierung von Differenz in Krisenzeiten: Analyse dreier hindisprachiger Tageszeitungen zum Pogrom in Gujarat 2002, Hamburg 2005, unveröffentlichte Magisterarbeit
- Chaudhuri, Maitrayee: "Advertisements, Media and Democracy" in: Bel, Bernard / Brouwer, Jan / Das, Biswajit / Parthasarathi, Vibodh / Poitevin, Guy: Media and Mediation. Communication Processes Vol. 1, New Delhi 2005, S. 199 – 226
- Jaffrelot, Christophe: The Hindu Nationalist Movement and Indian Politics – 1925 to the 1990s; Calcutta 1999
- Jeffrey, Robin: India's Newspaper Revolution. Capitalism, Politics and the Indian-language Press, 1977-1999; London 2000

⁸⁰ Vgl. Yadav, Yogendra: The Elusive Mandate of 2004, *EPW*, 18.12.2004.

- Jeffrey, Robin: The Three Stages of Print. Testing Ideas of „Public Sphere“, „Print-Capitalism“ and „Public Action“ in Kerala, India, Canberra, Juni 2004
- Joshi, Prabhash: (Journalisten zwischen den Herausforderungen); in: Bharati, Jayaprakash (Hrsg.): (Hindi Journalismus - Zustand und Richtung); New Delhi 1994
- Joseph, Ammu und Sharma, Kalpana: Whose News? The Media and Woman's Issues; New Delhi 2006, 2. Auflage
- Manchanda, Rita: "Militarized Hindu Nationalism and the Mass Media", in: South Asia Forum for Human Rights (SAFHR Paper 11), Kathmandu Mai 2002
- Nair, Tara S.: "Growth and Structural Transformation of Newspaper Industry in India – An empirical Investigation", in: Economic and Political Weekly (EPW), 27.9.2003
- Ninan, Sevanti: Headlines from the Heartland. Reinventing the Hindi Public Sphere. New Delhi 2007
- Pande, Mrinal: "English for the Elite, Hindi for the Power Elite" in: Sahay, Uday, ed.: Making News: A Handbook of Media in Contemporary India, New Delhi 2006
- Rajagopal, Arvind: Politics after Television. Hindu Nationalism and the Reshaping of the Public in India; Cambridge 2001
- Rawat, Vidya Bhusan: Press & Prejudice. An Insightful Analysis of Hindi Media; New Delhi 2004
- Schneider, Nadja-Christina: "Zum Machtfaktor „Presse“ in Indien", in: Draguhn, Werner (Hrsg.): Indien 2003. Politik, Wirtschaft, Gesellschaft; Institut für Asienkunde, Hamburg 2003
- Stahlberg, Per: Lucknow Daily. How a Hindi Newspaper Constructs Society; Stockholm 2002
- Yadav, Yogendra: "The Elusive Mandate of 2004", in EPW, 18.12.2004

Elektronische Quellen

- Chandrasekhar, B. S.: Analysing Indian language newspaper readership; 16. Oktober 2002, (www.thehoot.org/printstory.asp?storyid=webhoothoot.L1K010140213)
- Jeffrey, Robin: "Breaking News – India is poised for a print revolution, thanks to Indian language newspapers", in: *The Little Magazine*, 4. März 2003; www.littlemag.com/viamedia/robinjeffrey.html
- Kumar, Krishna: "Opening a Window, Just – India's Newspaper Revolution. Capitalism, Politics and the Indian Language Press, 1977 – 1999 by Robin Jeffrey", in *Economic and Political Weekly*, 27. Juli 2002, Internet-Ausgabe
- "Media and the Left. Manufacturing Abuse", in: *Economic and Political Weekly*, 1. September 2007, Internet-Ausgabe
- Media Research User's Council (MRUC): <http://mruc.net/images/IRS2007-%20R2-toplines.pdf>
- National Readership Studies Council (NRSC), National Readership Study (NRS) "Key findings 2006", Mumbai 29.8.2006; www.auditbureau.org/nrspress06.htm und für 2005 www.auditbureau.org/nri/nrspressrelease.pdf
- Ninan, Sevanti im Interview: "The big problem in Indian journalism is the lack of quality and experiences at the copy desk", www.prdomain.com/media_speak/media_speak_sevanti_ninan.htm
- Registrar of Newspapers for India: www.rni.nic.in/pii2002.html und www.rni.nic.in/pii.asp
- Shourie, Arun: <http://arunshourie.voiceofdharma.com/print/19941108.htm>