



# 18. INDISCHES FILMFESTIVAL STUTTGART 2021

## SCHULTAG

INFORMATIONEN ZUM SCHULTAG  
BEIM 18. INDISCHEN  
FILMFESTIVAL  
STUTTGART



# SCHLAGZEILE

---

## Wie man aus einer Maus einen Elefanten macht, oder soll man doch lieber die Kirche im Dorf lassen?

Sowohl in Indien als auch in Deutschland stehen JournalistInnen unter ständigem Druck, spannende Schlagzeilen zu veröffentlichen. Diese sollen sowohl den Konsumenten ansprechen als auch moralisch korrekt und seriös sein. Hierbei das richtige Verhältnis zwischen sachlichen Informationen und verkaufssteigernder Unterhaltung abzuwägen, stellt ReporterInnen vor eine großen Herausforderung.

Journalistisch-ethische Grundregeln der Berichterstattung sind im Pressekodex festgehalten. Dieser existiert sowohl in Deutschland als auch in Indien und soll bei dieser Herausforderung als Hilfestellung dienen.

Wie frei Medienschaffende in ihrer Berichterstattung sind und unter welchen Umständen sie in ihrem Land arbeiten können, wird von der international tätigen Organisation 'Reporter ohne Grenzen' überprüft, die ihre Erkenntnisse hierzu jährlich veröffentlicht.

Das Programm des Schultags setzt sich aus einem Film in Originalsprache mit englischen Untertiteln und einer offenen Gesprächs- und Fragerunde mit einem/einer FachreferentIn und dem/der Filmschaffenden zusammen. Die TeilnehmerInnen sind hierbei eingeladen, eigene Erfahrungen zu teilen.

Denn Medienkompetenz ist wichtiger denn je. Gerade jetzt, nach über einem Jahr Lockdown und der damit zusammenhängenden Nachrichtenflut, ist es notwendig, dass die Jugendlichen die Chance erhalten, hierbei mitzureden.

Der offene Austausch über Film und Thema ist für Groß und Klein nicht nur interessant, sondern vor allem eines: Wichtig!

---

# DER SCHULTAG

---

Am Donnerstag, dem 22. Juli 2021 findet der Schultag im Rahmen des 18. Indischen Filmfestival Stuttgart statt. Hier erhalten SchülerInnen der Klassenstufen 9 bis 12 einen Einblick in die Vielfältigkeit des Festivalprogramms und die indische Filmlandschaft.

Der Schultag bietet den TeilnehmerInnen neben Einblicken in die indische Provinz Assam und den dort herrschenden Problemen auch Einsicht in den verantwortungsvollen Umgang mit Informationen und Nachrichten.

**INFORMATIONEN UNTER:**  
[www.indisches-filmfestival.de](http://www.indisches-filmfestival.de)

## INHALT

Schlagzeile .....	Seite 2
Einführung und Ablauf .....	Seite 3
Informationen zum Film .....	Seite 4
Anmeldeformular .....	Seite 6
Interkultureller Austausch .....	Seite 7
Anhang .....	Seite 8

---



# EINFÜHRUNG

---

Der diesjährige Schulfilm 'BALCONYT BHOGAWAN – GOD ON THE BALCONY' spielt in einem entlegenen Dorf in Majuli, Assam. Er erzählt von Khagen, einem Bauern, seiner Frau und deren Tochter. Khagens Leben wird plötzlich zur Herausforderung, als seine Frau im Krankenhaus stirbt. Die Geschichte erzählt von seinen Bemühungen, ihre Leiche auf seinem Fahrrad nach Hause zu bringen. Als er zwei Reportern begegnet, wird die Reise zu einem ganz anderen Kampf.

Die Provinz Assam ist einer der sieben Schwesterstaaten in Nordostindien.

Durch ihre kurze Grenzverbindung mit dem Rest des Landes und ihre dadurch relativ abgeschnittene Lage, stand sie nie unter muslimischer Herrschaft und gehörte auch nie zum Mogulreich.

Schon vor und während der Kolonialzeit herrschten in Assam viele Unruhen und Konflikte. Durch viele ethnische Völker mit unterschiedlichen Sprachen und Religionen, aber auch den wirtschaftlichen Rückstand der Nordost-Regionen eskalierte die Lage in Assam.

Es kam unter anderem zur Boykottierung der Wahlen und zur Blockierung der sowieso gering ausgebauten Infrastruktur. Die Situation spitzte sich mit terroristischen Attacken auf die muslimischen Minderheiten zu, bei denen tausende Menschen ums Leben kamen. Erst im Jahr 1985 entspannte sich dann die Lage.

Viele Probleme sind trotzdem noch präsent. Eines davon ist beispielsweise die Pressefreiheit, die nicht nur in Assam, sondern in ganz Indien eingeschränkt ist.

Die Organisation Reporter ohne Grenzen veröffentlicht jährlich die 'Rangliste für Pressefreiheit' in der es über Indien, das auf Platz 142 von 180 weit hinten liegt, heißt: „Polizeigewalt gegen Medienschaffende, Übergriffe [...] oder korrupte PolitikerInnen prägen die Lage der Pressefreiheit in Indien. Die hohe Anzahl ermordeter Medienschaffender zeigt, wie gefährlich ihre Arbeit ist, insbesondere für jene, die in ländlichen Regionen für lokale Medien arbeiten.“

Auch Deutschland ist dieses Jahr in der Rangliste aufgrund vermehrter Angriffe auf JournalistInnen bei aktuellen Protesten gegen die Corona-Beschränkungen von Platz 11 auf Platz 13 abgestiegen. Die Lage im Land wird nun nicht mehr als gut, sondern nur noch als zufriedenstellend bewertet.

Wie sich die Pressearbeit in Deutschland zu der in Indien unterscheidet, aber auch welche Herausforderungen und Probleme JournalistInnen in beiden Ländern teilen, wird im Anschluss und anhand des gezeigten Spielfilms mit den TeilnehmerInnen diskutiert.

---

# PROGRAMM

---

**9:30 UHR**

Öffnung des Online-Warteraums

**10:00 UHR**

Begrüßung und Filmbeginn: 'GOD ON THE BALCONY' (Spielfilm, 2020, 90 Min., Assamesisch mit englischen UT)  
Die Veranstaltung wird von uns gestartet. Es sind keine weiteren Aktionen von Ihnen notwendig

**11:30 UHR**

Gesprächs- und Fragerunde mit dem/der Filmschaffende/n und einem/einer FachreferentIn

**ca. 13:00 UHR**

Ende der Veranstaltung

## INTERKULTURELLER AUSTAUSCH

Workshop für Lehrkräfte, Lehramtstudierende, Referendare und alle Interessierten

## ANMELDUNG

Letztmögliche Anmeldung bis 19. Juli 2021

## KONTAKT FÜR RÜCKFRAGEN:

Filmbüro Baden-Württemberg e.V.

Friedrichstraße 37

70174 Stuttgart

T +49 (0)711 - 22 10 67

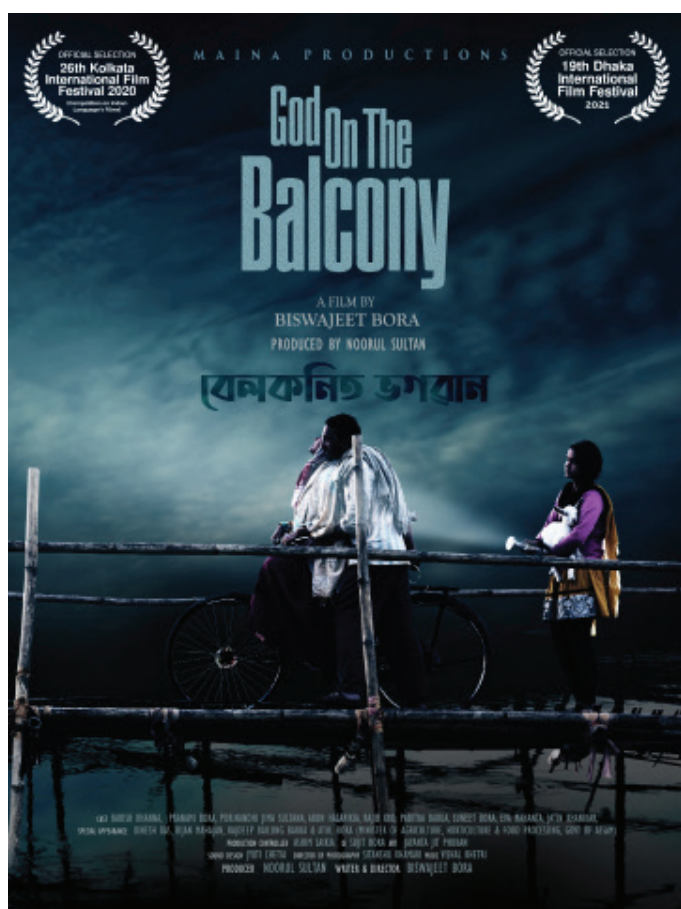
F +49 (0)711 - 22 10 68

E-Mail: [schulprogramm@filmbuerobw.de](mailto:schulprogramm@filmbuerobw.de)

---



# GOD ON THE BALCONY



## INFO

### DATUM

Donnerstag, 22. Juli 2021, 9:30 Uhr

### ORT

Online

### ANMELDUNG FÜR SCHULKLASSEN

Die Anmeldung ist bis Montag, 19. Juli 2021 über das Anmeldeformular möglich.

Sie können es per Fax an +49 (0)711 - 22 10 68 oder per E-Mail an [Schulprogramm@filmbuerobw.de](mailto:Schulprogramm@filmbuerobw.de) zusenden. Anmeldeformular unter [www.indisches-filmfestival.de](http://www.indisches-filmfestival.de) unter der Rubrik 'Rahmenprogramm' - Schultag

### KOSTEN

Der diesjährige Schultag ist kostenlos

### VERANSTALTER

Filmbüro Baden-Württemberg e.V.

Friedrichstraße 37

70174 Stuttgart

Telefon: +49 (0)711 - 22 10 67

Fax: +49 (0)711 - 22 10 68

E-Mail: [schulprogramm@filmbuerobw.de](mailto:schulprogramm@filmbuerobw.de)

### INFORMATIONEN UNTER:

[www.indisches-filmfestival.de](http://www.indisches-filmfestival.de)



SPIELFILM, 2020, 90 Min.,  
Assamesisch mit englischen UT  
22. Juli 2021, 9.30 Uhr  
Online

## DER FILM

# GOD ON THE BALCONY

## INHALT

Der Film spielt in Assam, in einem der entlegensten Dörfer auf der Insel Majuli, die als größte Flussinsel der Welt gilt. Im Mittelpunkt stehen Khagen, ein Bauer, seine Frau Numali und Tochter Kuwali. Wie andere Menschen in der Gegend, leben auch Khagen und seine Familie von der Hand in den Mund. Aber die Dorfbewohner meistern geschickt ihren Alltag inklusive ungebeter, wilder Besucher, Überschwemmungen und anderer Probleme. Khagens Leben wird plötzlich zu einer Herausforderung, als Numali bei einer unglücklichen Begegnung mit wilden Elefanten schwer verletzt wird und schließlich im Krankenhaus stirbt. Da kein Krankenwagen zur Verfügung steht, versucht Khagen, die Leiche seiner Frau auf dem Fahrrad nach Hause zu bringen. Als er mit dem Leichnam und seiner Tochter durch die Straßen geht, begegnet er zwei Reportern und ihre Reise wird zu einem ganz anderen Kampf.

## REGIE

Biswajeet Bora ist ein indischer Filmemacher, Produzent, Cutter und Autor aus Nordostindien, der heute in Mumbai lebt. Er arbeitete als Regieassistent, bevor er seinen ersten Hindi-Film mit dem Titel ‚Aisa Yeh Jahaan‘ drehte, der Indiens erster klimaneutral produzierter Film war. Später stieß er mit ‚Bahniman‘, ‚Raktabeez‘ und ‚Phehujali‘ ins kommerzielle Kino in Assam vor. Für den Film ‚God on the Balcony‘ wurde er beim 26. Kolkata International Film Festival als bester Regisseur ausgezeichnet. Derzeit arbeitet Biswajeet Bora an einem epischen Film, der auf dem Leben der Königin Sati Sadhani basiert.

## DIRECTOR'S STATEMENT

I was born and brought up in Assam. Since childhood I have been witnessing these kind of real stories out there. People are suffering in different ways due to negligence and under development but very few care for these people's grievances. Their struggles to live life despite being suffocated in many ways inspired me to take on this subject. Their little hopes, joys and happiness are what motivated me to pen this story of their daily struggle.

# Schultag

im Rahmen des 18. Indischen Filmfestivals Stuttgart 2021  
Donnerstag, 22. Juli 2021



Filmbüro Baden-Württemberg e.V.  
Friedrichstraße 37  
70174 Stuttgart

**Rückantwort:**  
Per Fax an +49 (0)711 - 22 10 68  
Per E-Mail an [schulprogramm@filmbuerobw.de](mailto:schulprogramm@filmbuerobw.de)

Interner Vermerk: Veranstaltungstag:
---

## Anmeldung

<i>Schule</i>	<i>Ansprechperson</i>
<i>Straße, Hausnr.</i>	
<i>PLZ, Stadt</i>	
<i>Telefon</i>	<i>Fax</i>
<i>E-Mail</i>	
<i>Klasse</i>	<i>Schülerzahl</i>

- Nehmen am Online-Schultag teil
- Bitte informieren Sie mich weiterhin über Veranstaltungen für Schülerinnen und Schüler sowie Schulangebote des Filmbüros Baden-Württembergs.

Das Schulprogramm findet dieses Jahr am **22. Juli 2021** online statt.  
Die Online-Veranstaltung ist kostenlos, eine Anmeldung ist vorab erforderlich. Für die Veranstaltung erhalten Sie ein Passwort, das für Sie und die Klasse gültig ist.

Das Programm umfasst einen Film, der online angeschaut werden kann sowie eine Einführung in das Thema mit anschließendem Gespräch mit den Filmschaffenden.

Letztmögliche Anmeldung bis **19. Juli 2021**.

---

Datum, Ort	Unterschrift
------------	--------------

## Ablauf

<b>Zeit:</b>	09:30 Uhr	Öffnung des Online-Warteraumes
	10:00 Uhr	Begrüßung und Filmbeginn / Die Veranstaltung wird von uns gestartet, es sind keine weiteren Aktionen von Ihnen notwendig
	13:00 Uhr	Ende der Veranstaltung

Informationen zu unserer Datenschutzerklärung finden Sie unter [www.filmbuerobw.de/datenschutz](http://www.filmbuerobw.de/datenschutz).



# ANGELIKA HOFF



**Angelika Hoff, M.A.**  
(Southern Oregon University, USA)  
Seminar für Aus- und Fortbildung  
der Lehrkräfte (Gymnasien)  
Stuttgart

ist Fachleiterin für Englisch und seit 2004 an dem Seminar für Aus- und Fortbildung der Lehrerinnen und Lehrern an Gymnasien in Stuttgart in der Ausbildung für EnglischlehrerInnen tätig. Außerdem unterrichtet sie die Fächer Englisch und Französisch am Friedrich-Schiller-Gymnasium Ludwigsburg. Durch ihr Master-Studium in den USA 1994-1995 wurde sie erstmals nachhaltig für interkulturelle Unterschiede sensibilisiert und hat sich seitdem ihre Faszination für das Fremde bewahrt.

2011 führte sie der Indienaustausch des Seminars Stuttgart das erste Mal nach Sonipat, Haryana, in die Megacity Delhi sowie nach Uttar Pradesh. Seitdem ist sie Organisatorin des Austauschs für LehramtsanwärterInnen des Seminars Stuttgart und hat zahlreiche Kontakte zu indischen Bildungseinrichtungen, wie der TDI International School Sonipat und der Delhi University, aufgebaut. 2013 begründete sie am Friedrich-Schiller-Gymnasium Ludwigsburg einen SchülerInnenaustausch mit der Bhartiya Public School, Sikar, Rajasthan.

Ein Mini-Sabbatical führte sie 2015 für vier Monate in den Himalaya und den Süden des Landes, nach Mumbai, Maharashtra, Goa, Kerala und Tamil Nadu.

2020 und 2021 war sie maßgeblich am Aufbau des Projektzentrums Internationale Schulkontakte am Seminar Stuttgart beteiligt.

Durch ihre jahrelange Austauscherfahrung und viele Reisen hat sie Einblicke in die indische Bildungslandschaft, das indische Familienleben sowie die Kultur erworben.

Seit 2015 ist sie ein Mitglied in der Deutsch-Indischen Gesellschaft.

## INTERKULTURELLER AUSTAUSCH

### **Indisches Filmfestival Stuttgart Workshop des Seminars Stuttgart**

Workshop für LehrerInnen:  
Interkulturelle Diskussionsrunde zum Schulfilm:  
'GOD ON THE BALCONY' (Biswajit Bora) mit indischen und deutschen LehrerInnen

In diesem Workshop werfen Lehrerinnen und Lehrer der TDI International School Sonipat, Haryana und DozentInnen und StudienreferendarInnen des Seminars für Aus- und Fortbildung der Lehrkräfte (Gymnasium) Stuttgart einen indischen, deutschen und interkulturell vergleichenden Blick auf den Films 'GOD ON THE BALCONY' von Biswajit Bora.

Dabei geht es u.a. um die geografische Verortung des im Nordosten Indiens gelegenen Bundesstaates Assam, indische Totenrituale, die Symbolik der Krähe in der indischen Mythologie, den Kontrast zwischen Stadt und Land und, last but not least, die zunehmende Bedeutung von sozialen Medien und deren Gefahren.

Durch die Einbindung indischer Lehrkräfte liefert der Workshop kulturelles und geographisches Hintergrundwissen aus erster Hand, das im Unterricht sofort umgesetzt werden kann.

Der Workshop richtet sich an alle Interessierten und findet direkt im Anschluss an die Veranstaltung statt.



# ANHANG

---

**PRESSEKODEX: ETHISCHE STANDARDS FÜR DEN JOURNALISMUS**  
TRÄGERVEREIN DES DEUTSCHEN PRESSERATS E.V.

---

**RANGLISTE DER PRESSEFREIHEIT**  
REPORTER OHNE GRENZEN

---

**MEDIEN IN INDIEN**  
VON DR. NADJA-CHRISTINA SCHNEIDER, BUNDESZENTRALE FÜR POLITISCHE BILDUNG (BPB)

---



# **PRESSEKODEX**

## **TRÄGERVEREIN DES DEUTSCHEN PRESSERATS E.V.**

### **PUBLIZISTISCHE GRUNDSÄTZE (PRESSEKODEX)**

Vom Deutschen Presserat in Zusammenarbeit mit den Presseverbänden beschlossen und erstmals Bundespräsident Gustav W. Heinemann am

12. Dezember 1973 in Bonn überreicht.

Fassung vom 11. September 2019

### **PRÄAMBEL**

Die im Grundgesetz der Bundesrepublik verbürgte Pressefreiheit schließt die Unabhängigkeit und Freiheit der Information, der Meinungsäußerung und der Kritik ein. Verleger, Herausgeber und Journalisten müssen sich bei ihrer Arbeit der Verantwortung gegenüber der Öffentlichkeit und ihrer Verpflichtung für das Ansehen der Presse bewusst sein. Sie nehmen ihre publizistische Aufgabe fair, nach bestem Wissen und Gewissen, unbeeinflusst von persönlichen Interessen und sachfremden Beweggründen wahr.

Die publizistischen Grundsätze konkretisieren die Berufsethik der Presse. Sie umfasst die Pflicht, im Rahmen der Verfassung und der verfassungskonformen Gesetze das Ansehen der Presse zu wahren und für die Freiheit der Presse einzustehen.

Die Regelungen zum Redaktionsdatenschutz gelten für die Presse, soweit sie personenbezogene Daten zu journalistisch-redaktionellen Zwecken erhebt, verarbeitet oder nutzt. Von der Recherche über Redaktion, Veröffentlichung, Dokumentation bis hin zur Archivierung dieser Daten achtet die Presse das Privatleben, die Intimsphäre und das Recht auf informationelle Selbstbestimmung des Menschen.

Die Berufsethik räumt jedem das Recht ein, sich über die Presse zu beschweren. Beschwerden sind begründet, wenn die Berufsethik verletzt wird.

Diese Präambel ist Bestandteil der ethischen Normen.

### **Ziffer 1**

#### **WAHRHAFTIGKEIT UND ACHTUNG DER MENSCHENWÜRDE**

Die Achtung vor der Wahrheit, die Wahrung der Menschenwürde und die wahrhaftige Unterrichtung der Öffentlichkeit sind oberste Gebote der Presse. Jede in der Presse tätige Person wahrt auf dieser Grundlage das Ansehen und die Glaubwürdigkeit der Medien.

### **Ziffer 4**

#### **GRENZEN DER RECHERCHE**

Bei der Beschaffung von personenbezogenen Daten, Nachrichten, Informationsmaterial und Bildern dürfen keine unlauteren Methoden angewandt werden.

### **RICHTLINIE 4.1**

#### **GRUNDSÄTZE DER RECHERCHEN**

Journalisten geben sich grundsätzlich zu erkennen. Unwahre Angaben des recherchierenden Journalisten über seine Identität und darüber, welches Organ er vertritt, sind grundsätzlich mit dem Ansehen und der Funktion der Presse nicht vereinbar.

Verdeckte Recherche ist im Einzelfall gerechtfertigt, wenn damit Informationen von besonderem öffentlichen Interesse beschafft werden, die auf andere Weise nicht zugänglich sind.

Bei Unglücksfällen und Katastrophen beachtet die Presse, dass Rettungsmaßnahmen für Opfer und Gefährdete Vorrang vor dem Informationsanspruch der Öffentlichkeit haben.

### **RICHTLINIE 4.2**

#### **RECHERCHE BEI SCHUTZBEDÜRFTIGEN PERSONEN**

Bei der Recherche gegenüber schutzbedürftigen Personen ist besondere Zurückhaltung geboten. Dies betrifft vor allem Menschen, die sich nicht im Vollbesitz ihrer geistigen oder körperlichen Kräfte befinden oder einer seelischen Extremsituation ausgesetzt sind, aber auch Kinder und Jugendliche. Die eingeschränkte Willenskraft oder die besondere Lage solcher Personen darf nicht gezielt zur Informationsbeschaffung ausgenutzt werden.

### **RICHTLINIE 4.3**

#### **SPERRUNG ODER LÖSCHUNG PERSONENBEZOGENER DATEN**

Personenbezogene Daten, die unter Verstoß gegen den Pressekodex erhoben wurden, sind von dem betreffenden Publikationsorgan zu sperren oder zu löschen.

## **Ziffer 8**

### **SCHUTZ DER PERSÖNLICHKEIT**

Die Presse achtet das Privatleben des Menschen und seine informationelle Selbstbestimmung. Ist aber sein Verhalten von öffentlichem Interesse, so kann es in der Presse erörtert werden. Bei einer identifizierenden Berichterstattung muss das Informationsinteresse der Öffentlichkeit die schutzwürdigen Interessen von Betroffenen überwiegen; bloße Sensationsinteressen rechtfertigen keine identifizierende Berichterstattung. Soweit eine Anonymisierung geboten ist, muss sie wirksam sein. Die Presse gewährleistet den redaktionellen Datenschutz.

### **RICHTLINIE 8.2**

#### **OPFERSCHUTZ**

Die Identität von Opfern ist besonders zu schützen. Für das Verständnis eines Unfallgeschehens, Unglücks- bzw. Tathergangs ist das Wissen um die Identität des Opfers in der Regel unerheblich. Name und Foto eines Opfers können veröffentlicht werden, wenn das Opfer bzw. Angehörige oder sonstige befugte Personen zugestimmt haben, oder wenn es sich bei dem Opfer um eine Person des öffentlichen Lebens handelt.

### **RICHTLINIE 8.3**

#### **KINDER UND JUGENDLICHE**

Insbesondere in der Berichterstattung über Straftaten und Unglücksfälle dürfen Kinder und Jugendliche bis zur Vollendung des 18. Lebensjahres in der Regel nicht identifizierbar sein.

### **RICHTLINIE 8.4**

#### **FAMILIENANGEHÖRIGE UND DRITTE**

Bei Familienangehörigen und sonstigen durch die Veröffentlichung mittelbar Betroffenen, die mit dem eigentlichen Gegenstand der Berichterstattung nichts zu tun haben, sind Namensnennung und Fotoveröffentlichung in der Regel unzulässig.

### **RICHTLINIE 8.6**

#### **ERKRANKUNGEN**

Körperliche und psychische Erkrankungen oder Schäden gehören zur Privatsphäre. In der Regel soll über sie nicht ohne Zustimmung des Betroffenen berichtet werden.

### **RICHTLINIE 8.8**

#### **AUFENTHALTSORT**

Der private Wohnsitz sowie andere private Aufenthaltsorte, wie z. B. Krankenhäuser, Pflege- oder Rehabilitationseinrichtungen, genießen besonderen Schutz.

## **Ziffer 9**

### **SCHUTZ DER EHRE**

Es widerspricht journalistischer Ethik, mit unangemessenen Darstellungen in Wort und Bild Menschen in ihrer Ehre zu verletzen.

## **Ziffer 11**

### **SENSATIONSBERICHTERSTATTUNG, JUGENDSCHUTZ**

Die Presse verzichtet auf eine unangemessen sensationelle Darstellung von Gewalt, Brutalität und Leid. Die Presse beachtet den Jugendschutz.

### **RICHTLINIE 11.1**

#### **UNANGEMESSENE DARSTELLUNG**

Unangemessen sensationell ist eine Darstellung, wenn in der Berichterstattung der Mensch zum Objekt, zu einem bloßen Mittel, herabgewürdigt wird. Dies ist insbesondere dann der Fall, wenn über einen sterbenden oder körperlich oder seelisch leidenden Menschen in einer über das öffentliche Interesse und das Informationsinteresse der Leser hinausgehenden Art und Weise berichtet wird.

Bei der Platzierung bildlicher Darstellungen von Gewalttaten und Unglücksfällen auf Titelseiten beachtet die Presse die möglichen Wirkungen auf Kinder und Jugendliche.

### **RICHTLINIE 11.3**

#### **UNGLÜCKSFÄLLE UND KATASTROPHEN**

Die Berichterstattung über Unglücksfälle und Katastrophen findet ihre Grenze im Respekt vor dem Leid von Opfern und den Gefühlen von Angehörigen. Die vom Unglück Betroffenen dürfen grundsätzlich durch die Darstellung nicht ein zweites Mal zu Opfern werden.

## Indien

Polizeigewalt gegen Medienschaffende, Übergriffe durch maoistische Guerillas und Repressalien durch kriminelle Gruppen oder korrupte Politiker\*innen prägen die Lage der Pressefreiheit in Indien. Die hohe Anzahl ermordeter Medienschaffender zeigt, wie gefährlich ihre Arbeit ist, insbesondere für jene, die in ländlichen Regionen für lokale Medien arbeiten. Vor den Wahlen 2019 hat die Zahl der Angriffe gegen Journalist\*innen durch Unterstützer\*innen von Premier Narendra Modi zugenommen. Hasskampagnen gegen Medienschaffende bis hin zu Aufruf zum Mord sind in sozialen Netzwerken alltäglich und werden von Trollarmeen aus dem Umfeld der hindunationalistischen Regierung befeuert. Insbesondere Frauen sind von den Kampagnen betroffen. Behördenkritische Journalist\*innen werden oft mit Strafverfolgung mundtot gemacht. Die Berichterstattung über Kaschmir, wo das Internet oft gesperrt wird, bleibt sehr schwierig.

**Rangliste der Pressefreiheit — Platz 142 von 180**





## Rangliste der Pressefreiheit 2021

Rang	Land	Rangänderung	Vorjahresrang	Punktzahl	Vorjahrespunktzahl
1	Norwegen	0	1	6,72	7,84
2	Finnland	0	2	6,99	7,93
3	Schweden	1	4	7,24	9,25
4	Dänemark	-1	3	8,57	8,13
5	Costa Rica	2	7	8,76	10,53
6	Niederlande	-1	5	9,67	9,96
7	Jamaika	-1	6	9,96	10,51
8	Neuseeland	1	9	10,04	10,69
9	Portugal	1	10	10,11	11,83
10	Schweiz	-2	8	10,55	10,62
11	Belgien	1	12	11,69	12,57
12	Irland	1	13	11,91	12,6
13	Deutschland	-2	11	15,24	12,16
14	Kanada	2	16	15,25	15,29
15	Estland	-1	14	15,25	12,61
16	Island	-1	15	15,37	15,12
17	Österreich	1	18	16,34	15,78
18	Uruguay	1	19	16,38	15,79
19	Surinam	1	20	16,95	17,5

<b>Rang</b>	<b>Land</b>	<b>Rangänderung</b>	<b>Vorjahresrang</b>	<b>Punktzahl</b>	<b>Vorjahrespunktzahl</b>
120	Nigeria	-5	115	39,69	35,63
121	Nicaragua	-4	117	39,98	35,81
122	Afghanistan	0	122	40,19	37,7
123	Tschad	0	123	40,20	39,7
124	Tansania	0	124	40,69	40,25
125	Uganda	0	125	41,19	40,95
126	Zentralafrikanische Republik	6	132	41,92	42,87
127	Sri Lanka	0	127	42,20	41,94
128	Katar	1	129	42,60	42,51
129	Jordanien	-1	128	42,89	42,08
130	Simbabwe	-4	126	43,12	40,95
131	Vereinigte Arabische Emirate	0	131	43,13	42,69
132	Palästinensische Gebiete	5	137	43,18	44,09
133	Oman	2	135	43,37	43,42
134	Kolumbien	-4	130	43,74	42,66
135	Kamerun	-1	134	43,78	43,28
136	Marokko	-3	133	43,94	42,88
137	Thailand	3	140	45,22	44,94
138	Philippinen	-2	136	45,64	43,54
139	Südsudan	-1	138	45,78	44,49
140	Myanmar	-1	139	46,14	44,77
141	Eswatini (Swasiland)	0	141	46,34	45,15
142	Indien	0	142	46,56	45,33
143	Mexiko	0	143	46,71	45,45
144	Kambodscha	0	144	46,84	45,46

# Ihre Artikelauswahl als PDF





# Inhaltsverzeichnis



1. Medien in Indien

3

# Medien in Indien

## *Zwischen Globalisierung, Ausdifferenzierung und bedrohter Glaubwürdigkeit*

Von Dr. Nadja-Christina Schneider

7.4.2014

Prof. Dr. Nadja-Christina Schneider ist Südasienswissenschaftlerin und seit 2009 als Juniorprofessorin an der Humboldt-Universität zu Berlin tätig. In ihrer Forschung und Lehre befasst sie sich schwerpunktmäßig mit Medien und gesellschaftlichen Prozessen in Indien.

**Indiens Medienlandschaft ist vielfältig. Das liegt zum einen an der Größe des Landes, zum anderen an den regionalen, sprachlichen und soziokulturellen Unterschieden. Neben Fernsehen und Radio haben sich in den vergangenen Jahren auch soziale Medien rasant entwickelt und die Mediennutzung verändert. Eine Zeitungskrise wie in den USA oder Europa scheint bislang nicht in Sicht. Allerdings gibt es Faktoren, die die Glaubwürdigkeit der indischen Medien bedrohen.**

Indien wird häufig anhand seiner starken gesellschaftlichen Gegensätze charakterisiert. Auch bei Angebot und Nutzung von Medien und Kommunikationstechnologien weist das Land äußerst unterschiedliche, wenn auch insgesamt sehr hohe Entwicklungsdynamiken auf. Allerdings entsprechen die aktuellen Trends nicht mehr zwangsläufig der Annahme eines starken Stadt-Land-Gefälles oder der Vorstellung, dass Fernsehen und Radio eher die zentralen Medien für die Kleinstädte und ländlich geprägten Regionen, das Internet sowie die Printmedien dagegen primär auf das urbane und eher privilegierte Publikum ausgerichtet seien. Durch den rasanten Zuwachs im Mobilfunkbereich, die kontinuierliche Ausweitung des Internets und nicht zuletzt durch die regionalsprachige Ausdifferenzierung und Lokalisierung von Printmedien verlagert sich der Fokus vielmehr zunehmend weg von den urbanen Zentren hin zu den neuen regionalen Zukunftsmärkten der indischen Medienindustrie.

## Zunehmende Medialisierung der Gesellschaft

Allein durch die Größe des Landes und die regionalen, sprachlichen sowie soziokulturellen Unterschiede weist die indische Medienlandschaft eine einzigartige Vielfalt auf. In Indien boomen neben Fernsehen, Presse und Hörfunk seit einigen Jahren auch das Internet und insbesondere der Mobilfunksektor. Die multilinguale Fernsehlandschaft ist kaum noch überschaubar. Nach Angaben des Ministeriums für Information und Rundfunk gibt es landesweit 786 zugelassene private Satellitenkanäle, etwa die Hälfte davon im Bereich Nachrichten (Stand: 31. Januar 2014). Die neuen Angebote im Bereich Internetfernsehen sowie die mehr als 20 öffentlich-rechtlichen Fernsehsender sind darin noch nicht mitgezählt.

Diese Entwicklung hängt vor allem mit der ökonomische Liberalisierung seit Mitte der

1980er und Anfang der 1990er Jahre zusammen. Mit ihr hielt die konsumorientierte Marktwirtschaft in Indien Einzug, von der die Medien nicht nur profitieren, sondern die sie auch maßgeblich mitgestalten. Seither lassen sich in so unterschiedlichen gesellschaftlichen Bereichen wie der Politik, Ehepartnersuche und oder auch der zeitgenössischen Kunst beschleunigte Medialisierungsprozesse beobachten. Das heißt, die Bedingungen der Kommunikation und die darauf basierenden gesellschaftlichen Prozesse haben sich in den vergangenen Jahren und Jahrzehnten in Indien grundlegend verändert.

Dieser Wandel lässt sich besonders gut an Ereignissen beobachten, die zu einer kommunikativen Verdichtung und Entstehung themenbezogener Öffentlichkeiten führen. Ein Beispiel dafür ist die Antikorruptionsbewegung des Jahres 2011 und der medienwirksam inszenierte Hungerstreik des Aktivisten Anna Hazare. Die Bewegung führte später zur Gründung einer neuen politischen Partei, der *Aam Aadmi Party* (sinngemäß: Partei der einfachen Leute), deren Entstehung eng mit den Ausprägungen einer medialisierten Politik und Demokratie in Indien verwoben ist. Ein weiteres Beispiel ist die gesellschaftliche Debatte über sexuelle Gewalt gegen Frauen (<http://www.bpb.de/internationales/asien/indien/182059/frauen-in-indien>) in Indien in Folge der Gruppenvergewaltigung einer Studentin in der Hauptstadt Delhi im Dezember 2012 und der dadurch ausgelösten urbanen Proteste.

An beiden Ereignissen hat sich auch die medienkritische Diskussion in Indien neu entzündet, denn vor allem die Rolle des Nachrichtenfernsehens, das rund um die Uhr "neue" Bilder und Geschichten liefern muss, wurde kontrovers diskutiert. Zum einen wird die Atemlosigkeit einer oftmals grellen Berichterstattung beklagt. Zum anderen wurde gerade im Kontext der Debatte über sexuelle Gewalt und Frauenrechte positiv hervorgehoben, dass das Fernsehen hier als informierendes Medium fungiert und die Diskussion weit über den Rahmen des Ereignisses hinaus maßgeblich gefördert hat.

## Wachsende Rolle der sozialen Medien

Während das Fernsehen die Medienlandschaft weiterhin stark prägt, entwickeln sich auch das Internet und die Mobilfunkindustrie in einem für viele unerwartet hohen Tempo. Vor dem Hintergrund der Protestwelle in der arabischen Welt glaubten Beobachter in der indischen Antikorruptionsbewegung ebenfalls Anzeichen eines *Social Media Spring* oder *Tahrir Square Moment* erkannt zu haben. Doch ebenso wenig wie die Proteste in der arabischen Welt durch neue Medientechnologien ausgelöst wurden, lässt sich diese medienzentrierte Vorstellung eines plötzlich auftretenden sozialen und politischen Wandels auf Indien anwenden.

Unbestritten ist dennoch, dass sich Medienpraktiken verändern und soziale Medien inzwischen eine sehr große Rolle für die Diskussion und Information einer wachsenden Zahl von Menschen in Indien spielen, vor allem bei der Organisation und Koordination von Protesten. Für die wechselseitige Konstituierung von neuen Protesträumen im Internet und den physischen Orten neuer Protestbewegungen hat die Soziologin Saskia Sassen den Begriff *Global Street* (sinngemäß: global werdende Straße) geprägt. Ob dieser Prozess in Indien tatsächlich neue Artikulations- und Handlungsräume für jene Gruppen schafft, die in politischen Prozessen bislang nicht oder kaum repräsentiert sind, wird jedoch von vielen Beobachtern in Frage gestellt.



1980er und Anfang der 1990er Jahre zusammen. Mit ihr hielt die konsumorientierte Marktwirtschaft in Indien Einzug, von der die Medien nicht nur profitieren, sondern die sie auch maßgeblich mitgestalten. Seither lassen sich in so unterschiedlichen gesellschaftlichen Bereichen wie der Politik, Ehepartnersuche und oder auch der zeitgenössischen Kunst beschleunigte Medialisierungsprozesse beobachten. Das heißt, die Bedingungen der Kommunikation und die darauf basierenden gesellschaftlichen Prozesse haben sich in den vergangenen Jahren und Jahrzehnten in Indien grundlegend verändert.

Dieser Wandel lässt sich besonders gut an Ereignissen beobachten, die zu einer kommunikativen Verdichtung und Entstehung themenbezogener Öffentlichkeiten führen. Ein Beispiel dafür ist die Antikorruptionsbewegung des Jahres 2011 und der medienwirksam inszenierte Hungerstreik des Aktivisten Anna Hazare. Die Bewegung führte später zur Gründung einer neuen politischen Partei, der *Aam Aadmi Party* (sinngemäß: Partei der einfachen Leute), deren Entstehung eng mit den Ausprägungen einer medialisierten Politik und Demokratie in Indien verwoben ist. Ein weiteres Beispiel ist die gesellschaftliche Debatte über sexuelle Gewalt gegen Frauen (<http://www.bpb.de/internationales/asien/indien/182059/frauen-in-indien>) in Indien in Folge der Gruppenvergewaltigung einer Studentin in der Hauptstadt Delhi im Dezember 2012 und der dadurch ausgelösten urbanen Proteste.

An beiden Ereignissen hat sich auch die medienkritische Diskussion in Indien neu entzündet, denn vor allem die Rolle des Nachrichtenfernsehens, das rund um die Uhr "neue" Bilder und Geschichten liefern muss, wurde kontrovers diskutiert. Zum einen wird die Atemlosigkeit einer oftmals grellen Berichterstattung beklagt. Zum anderen wurde gerade im Kontext der Debatte über sexuelle Gewalt und Frauenrechte positiv hervorgehoben, dass das Fernsehen hier als informierendes Medium fungiert und die Diskussion weit über den Rahmen des Ereignisses hinaus maßgeblich gefördert hat.

## Wachsende Rolle der sozialen Medien

Während das Fernsehen die Medienlandschaft weiterhin stark prägt, entwickeln sich auch das Internet und die Mobilfunkindustrie in einem für viele unerwartet hohen Tempo. Vor dem Hintergrund der Protestwelle in der arabischen Welt glaubten Beobachter in der indischen Antikorruptionsbewegung ebenfalls Anzeichen eines *Social Media Spring* oder *Tahrir Square Moment* erkannt zu haben. Doch ebenso wenig wie die Proteste in der arabischen Welt durch neue Medientechnologien ausgelöst wurden, lässt sich diese medienzentrierte Vorstellung eines plötzlich auftretenden sozialen und politischen Wandels auf Indien anwenden.

Unbestritten ist dennoch, dass sich Medienpraktiken verändern und soziale Medien inzwischen eine sehr große Rolle für die Diskussion und Information einer wachsenden Zahl von Menschen in Indien spielen, vor allem bei der Organisation und Koordination von Protesten. Für die wechselseitige Konstituierung von neuen Protesträumen im Internet und den physischen Orten neuer Protestbewegungen hat die Soziologin Saskia Sassen den Begriff *Global Street* (sinngemäß: global werdende Straße) geprägt. Ob dieser Prozess in Indien tatsächlich neue Artikulations- und Handlungsräume für jene Gruppen schafft, die in politischen Prozessen bislang nicht oder kaum repräsentiert sind, wird jedoch von vielen Beobachtern in Frage gestellt.

## Doordarshan: Katalysator der konsumorientierten Marktwirtschaft

Das Fernsehen wurde 1959 als staatliches Monopol in Indien eingeführt und die nationale Fernsehbehörde sowie der gleichnamige hindisprachige Fernsehsender *Doordarshan* unterstanden bis in die 1990er Jahre der Kontrolle des Ministeriums für Information und Rundfunk. Infolge langjähriger Forderungen nach mehr Autonomie für den Rundfunksektor fällte das Oberste Gericht Indiens 1995 ein bahnbrechendes Urteil, das zwei Jahre später zur Gründung einer autonomen Körperschaft des öffentlichen Rundfunks (*Prasar Bharati* oder *Broadcasting Corporation of India*) führte.

*Doordarshan* wurde vorrangig zur Verwirklichung entwicklungsorientierter Zielsetzungen konzipiert und spielte bis Anfang der 1980er Jahre bei der Popularisierung staatlicher Entwicklungs- und Bildungsprogramme eine bedeutende Rolle. Lange Zeit blieb das Fernsehen jedoch ein langsam wachsendes Medium.

Erst ab 1982 veränderte sich das. Ausschlaggebend dafür war die Einführung familienorientierter Unterhaltungsprogramme. Insbesondere von neuen Fernsehserien versprach sich die damalige Kongresspartei-Regierung eine verstärkte Integration der fragmentierten indischen Gesellschaft in die vorgestellte nationale Gemeinschaft. Zugleich hoffte man, dass die Zuschauer die "entwicklungsförderlichen" Einstellungen der Protagonistinnen und Protagonisten übernehmen würden. Vorbild dafür waren lateinamerikanische Telenovelas, die als Beispiel für die Theorie des sozialen Lernens konzipiert waren. Der "Entwicklungsschub" zeigte sich aber vor allem in sprunghaft steigenden Zuschauerzahlen und einem reißenden Absatz neuer Fernsehgeräte. Allein zwischen 1980 und 1985 stieg die Zahl verkaufter Geräte von zwei auf fünf Millionen.

Bis 1987 produzierte *Doordarshan* 40 Serien nach dem Strickmuster der Telenovelas und erreichte damit teilweise mehr als 50 Millionen Zuschauer. Die immer stärkere Konsumorientierung der Handlungsstränge verdrängte allerdings zunehmend die didaktische Komponente. Sponsoring und Werbung beförderten diese Entwicklung. Der Siegeszug der Marktwirtschaft in Indien ist somit untrennbar mit dem Erfolg der Unterhaltungsserien auf *Doordarshan* verknüpft und setzte lange vor der Einführung des Privatfernsehens ein.

## Aufstieg des privaten Kabel- und Satellitenfernsehens

Ein weiterer bedeutender Einschnitt erfolgte 1991, als die Live-Berichterstattung des zweiten Golfkriegs weltweit den Beginn des transnationalen Fernsehzeitalters einleitete. Auch in Indien wurden die Zuschauer von der Vorstellung erfasst, "live" am Geschehen partizipieren zu können, und Doordarshan sah sich nun mit der Herausforderung durch das stärker nachrichtenorientierte Kabel- und Satellitenfernsehen konfrontiert. 1991 begann Rupert Murdochs Satellitenunternehmen STAR TV von Hongkong aus nach Indien zu senden und wurde dort von Anfang an gut angenommen. Wenig später erhielten auch indische Kabelanbieter Zugang zu den STAR-Programmen, was deren Verbreitung weiter erhöhte.

Anfangs sendete STAR TV nur auf Englisch, doch die Ausweitung des regionalsprachigen Fernsehens ließ nicht lange auf sich warten. Für die privaten Hindi-Sender leistete ZEE TV Pionierarbeit und war zugleich treibende Kraft bei der Verbreitung des Kabelfernsehens. Die Aufholjagd um Quoten und Werbeeinnahmen hat *Doordarshan* durch grundlegende Programmreformen in den Folgejahren gut gemeistert und konnte nicht zuletzt durch eigene Satellitensender in indischen Regionalsprachen neue Publikumsgruppen gewinnen.

Anfang der 2000er Jahre zeigte der indische Staat erneut einen stärkeren Regulierungswillen zugunsten der nationalen Medienindustrie. So wurde 2003 ein neues Gesetz verabschiedet, wonach ausländische Nachrichtensender, die per Satellit nach Indien ausstrahlten, mehrheitlich in den Besitz indischer Partnerunternehmen überführt werden mussten. Da dies sowohl die redaktionelle als auch die operationale Kontrolle über die Sender beinhaltete, ließ sich darin die Absicht erkennen, zumindest in diesem Bereich den global fortschreitenden Prozess der "Murdochisierung" aufzuhalten. Für Murdoch bedeutete dies, dass er binnen kurzer Zeit einen indischen Partner für die Übernahme der Mehrheitsanteile (74 Prozent) an seinem Sender STAR News finden musste und im Medienunternehmen *ABP Group (Anandabazar Patrika)* aus Westbengalen auch fand. Die großen Pressehäuser des Landes zeigten grundsätzlich seit Beginn der Medienglobalisierung und Ausdifferenzierung der Medienlandschaft in den 1990er Jahren ein ausgeprägtes Interesse am Fernsehen sowie generell an einer branchenübergreifenden Verankerung ihrer Unternehmen.

Im Jahr 2013 hat die indische Regierung zwar den erlaubten Umfang für ausländische Direktinvestitionen im Telekomsektor auf 49 Prozent erhöht, doch stand eine analoge Entscheidung in den als "sensibel" eingestuften Bereichen Fernsehen, Radio und Presse Anfang 2014 noch aus. Angesichts des zunehmenden Wettbewerbs haben Vertreter der privaten Fernseh- und Radiosender sowie der Presse in den letzten Jahren jedoch wiederholt eine stärkere Öffnung des Mediensektors gefordert. So argumentiert etwa der Interessenverband *Indian Newspaper Society*, dass die Beteiligung ausländischer Investoren von bis zu 49 Prozent in der Kategorie "Nachrichten und aktuelle Angelegenheiten" und von bis zu 100 Prozent im Bereich der spezialisierten Magazine und Faksimile-Ausgaben ausländischer Zeitungen eine neue Dynamik in den indischen Zeitungsmarkt bringen könnte.

## (Noch) keine Zeitungskrise in Sicht: Die indische Tagespresse

Angesichts des tiefgreifenden medialen Wandels ist bemerkenswert, dass der Markt für das "alte" Medium Zeitung in Indien nach wie vor wächst. Anzeichen für eine Zeitungskrise wie in den USA und Europa gibt es bislang kaum. Infolgedessen ist der indische Zeitungsmarkt auch für ausländische Investoren interessant, denn Indien ist zum weltweit größten Zukunftsmarkt für englischsprachige Medien avanciert. Es sind also längst nicht mehr die prestigereichen Zeitungen aus den USA oder England, die die größten Auflagenzahlen im englischsprachigen Segment vorweisen können. An der Spitze steht heute die 1838 in Bombay (seit 1996: Mumbai) gegründete und mittlerweile stark regional ausdifferenzierte *Times of India*. Der Motor dieses bislang ungebremsten Pressewachstums sind jedoch die indischsprachigen Zeitungen, die ihre höchsten Auflagen- und Leserzahlen gegenwärtig in den Publikationssprachen Hindi, Malayalam, Telugu, Tamil und Marathi erreichen.

Neben dem Durchbruch der regionalsprachigen Produktwerbung sind vor allem zwei Faktoren für das ungebremste Zeitungswachstum ausschlaggebend: die regionalsprachige Ausdifferenzierung von Angeboten und die Lokalisierung von Redaktionsbüros und Zeitungsinhalten. Es war der Marktforschung zu verdanken, dass die indischsprachige Presse Ende der 1970er Jahre erstmals ihr Potenzial erkennen konnte. Insbesondere die Ergebnisse des zweiten *National Readership Survey* (NRS) von 1978 waren hierfür von Bedeutung. In den Folgejahren wuchs die Leserschaft um ein Vielfaches, anfangs vor allem in den Städten, doch es wurde bereits in den 1980er Jahren intensiv über das mögliche Potenzial in weniger urbanisierten oder ländlichen Gegenden nachgedacht.

Inzwischen wird in Indien eine interessante Diskussion über die Frage geführt, ob das "Regionale das neue Nationale" im Pressesektor darstellt. Einige Beobachter sind überzeugt, dass sich Zeitungen noch stärker auf Kleinstädte und ländliche Regionen konzentrieren und dort sogenannte *Local Reader Communities* bilden müssten, um die Gefahr einer Marginalisierung durch die digitalen Medien abzuwenden. Eher optimistisch schätzt dagegen Robin Jeffrey die Zukunftsaussichten der Printmedien in Indien ein. Der Autor des vielzitierten Buches *India's Newspaper Revolution* (2000) nimmt an, dass noch mindestens eine weitere Dekade vergehen wird, ehe mit einem Rückgang der Zeitungsleserschaft zu rechnen ist. Fest steht allerdings, dass der Zeitungsmarkt in den Metropolen mittlerweile als gesättigt und wegen der jahrelangen Preiskriege zwischen den Verlagshäusern als wenig rentabel gilt.

## Vielfältiger werdende Radiolandschaft

Einige Zeitungshäuser wie die Times-Gruppe gehörten in den letzten zwei Jahrzehnten auch im Hörfunkbereich zu den Pionieren. Sie benutzten die Studios und technische Ausrüstung des staatlichen Radiosenders *All India Radio*, während dessen Angestellte darauf achteten, dass sich *Times FM* oder *Radio Mid Day* genau an die Vertragsbedingungen hielten. Hintergrund dafür war das lange Zögern des indischen Staates, die Deregulierung auch im Bereich des Hörfunks voranzubringen. Einige wenige Sendeplätze, die erstmals 1994 in Metropolen auf den UKW-Frequenzen von *All India Radio* eingeräumt wurden, gingen ausschließlich an private Unternehmen, denen Nachrichtensendungen untersagt wurden. Erst Ende der 1990er Jahre wurden auch Radiolizenzen freigegeben, wobei das aufwendige Vergabeverfahren bei vielen Interessenten bald zu Ernüchterung führte.

Ungeachtet dessen hat sich in den letzten Jahren auch im Hörfunkbereich viel getan. Zahlreiche private Sender, darunter Satelliten- und Internetsender, sind hinzugekommen und bereichern Indiens Radiolandschaft. Dagegen fruchteten erst Ende 2006 die langjährigen Bemühungen nicht-gewinnorientierter Organisationen für die Freigabe von Lizenzen für das *Community Radio Broadcasting*, also der Idee eines lokalen Hörfunks für kleinere Gemeinden und spezielle Interessengruppen. Die Mehrzahl der 163 bis Anfang 2014 zugelassenen *Community Radios* sind allerdings Universitäts- oder College-Sender.

## Glaubwürdigkeit der Medien steht auf dem Spiel

Während in der deutschen Diskussion über die Zeitungskrise oft auf die Bedrohung durch die digitalen Medienangebote verwiesen wird, sehen einige wenige Beobachter den Hauptgrund dafür in der intellektuellen Krise, nicht nur, aber allen voran der Mittelschicht. Ähnlich empfinden es manche Kritiker in Indien, die weder die Frage der Technologie noch der Medienformate für annähernd so entscheidend für die Zukunft der Zeitungen und der Medien allgemein halten wie die Frage des Standpunktes, den diese jeweils vertreten. Daran entscheidet sich die Glaubwürdigkeit und Relevanz, die eine Zeitung oder ein Fernsehsender für ihr Publikum besitzen.

Ein großer Teil der Wertschätzung für die indische Presse resultiert aus der herausragenden Rolle, die sie im Kampf um die Unabhängigkeit gespielt hat. Heute stehen indessen weniger die Namen von Zeitungen und Zeitschriften, sondern eher die von einzelnen Medienschaffenden für einen mutigen und aufklärenden Journalismus in Indien – obwohl sie dafür oft persönliche Nachteile oder sogar hohe Risiken in Kauf nehmen müssen. Ein Beispiel ist die Journalistin Tongam Rina aus Arunachal Pradesh im Nordosten des Landes, die 2013 für ihre Reportagen über Korruptionfälle und Umweltskandale mit dem Leipziger Medienpreis ausgezeichnet wurde. In ihrer Heimat wurde sie wegen ihrer kritischen Berichterstattung dagegen jahrelang bedroht, selbst vor einem Mordanschlag schreckten ihre Gegner nicht zurück: Im Juni 2012 schossen Attentäter vor dem Redaktionsgebäude der Zeitung *Arunachal Times* in Itanagar auf Tongam Rina und verletzten sie dabei schwer.

Die Übergriffe auf Journalistinnen und Journalisten haben in letzter Zeit zugenommen. In Verbindung mit mehreren Fällen von Internetzensur durch Behörden hat dies eine neue



Debatte über die Situation der Meinungs- und Medienfreiheit in Indien ausgelöst.

Bedroht wird diese aber auch durch ein Phänomen, das als Marktzensur bezeichnet werden kann, also einer auffallend wirtschaftsfreundlichen Berichterstattung durch die etablierte Tages- und Wochenpresse. Im schlimmsten Fall scheut sich diese sichtlich, über skandalöse Fälle der versuchten Einflussnahme durch große Wirtschaftsunternehmen auf Medien und Politik zu berichten. Aufsehen hat in diesem Zusammenhang der Fall der Lobbyistin Niira Radia erregt, von der Ende 2010 zahlreiche mitgeschnittene Telefonate an die Öffentlichkeit gelangt waren. Auf den sogenannten *Radia Tapes* war unter anderem zu hören, wie die Lobbyistin mit einflussreichen Medienvertretern den Tenor der journalistischen Berichterstattung über bestimmte politische Entwicklungen abstimmte. Die Printmedien hielten sich mit Berichten über den Skandal zunächst zurück. Erst als über soziale Medien wie Twitter und Facebook immer mehr Details in die Öffentlichkeit gelangten und die Debatte bereits in vollem Gange war, zogen große Zeitungen und Fernsehsender nach.

Auch wenn es in der vielfältigen indischen Medienlandschaft sicher nie an herausragenden Beispielen für einen kritischen und engagierten Journalismus mangeln wird, so steht doch immer wieder die Glaubwürdigkeit der Medien auf dem Spiel, wenn Fälle von bezahlten Inhalten, verzerrenden Darstellungen, versuchter Einflussnahme oder generell die negativen Effekte einer durch die Medienglobalisierung verstärkten Marktzensur zunehmend die Wahrnehmung der Printmedien und des Fernsehens in Indien prägen.



Dieser Text ist unter der Creative Commons Lizenz veröffentlicht. [by-nc-nd/3.0/de/](http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/3.0/de/) (<http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/3.0/de/>)

Der Name des Autors/Rechteinhabers soll wie folgt genannt werden: by-nc-nd/3.0/de/  
Autor: Dr. Nadja-Christina Schneider für bpb.de

#### Online-URL

<http://www.bpb.de/internationales/asien/indien/44549/medien>

## Impressum

Diensteanbieter  
gemäß § 5 Telemediengesetz (TMG)  
Bundeszentrale für politische Bildung  
Adenauerallee 86  
53113 Bonn  
[redaktion@bpb.de](mailto:redaktion@bpb.de)



# SCHULTAG

---

## KONTAKT

Filmbüro Baden-Württemberg e.V.  
Friedrichstraße 37  
70174 Stuttgart

Telefon: +49 (0)711 - 22 10 67  
Fax: +49 (0)711 - 22 10 69  
E-Mail: [schulprogramm@filmbuerobw.de](mailto:schulprogramm@filmbuerobw.de)

[www.indisches-filmfestival.de](http://www.indisches-filmfestival.de)  
[www.filmbuerobw.de](http://www.filmbuerobw.de)  
[www.filmschaubw.de](http://www.filmschaubw.de)  
[www.jugendfilmpreis.de](http://www.jugendfilmpreis.de)

**18. INDISCHES  
FILMFESTIVAL  
STUTTGART  
2021**

**#IFFSTUTTART  
21. - 25. JULI**