

Neue Zeitungen? Namasté!

Während sich internationale Verleger angesichts sinkender Leserzahlen die Haare raufen, verzeichnet Indien bei gedruckten Medien weiterhin Zuwächse

Zwischen Indien und Österreich liegen 6.430 Kilometer Luftlinie. Wer diesen langen Weg auf sich nimmt, wird in vielerlei Hinsicht überrascht. So auch die Autorin, die kürzlich erstmals Nordindien bereist hat: Es riecht anders, es ist bunter, lauter und lebendiger, große Armut trifft auf Reichtum, und es leben zu viele Menschen auf zu engem Raum – laut der Weltgesundheitsorganisation WHO inzwischen mehr als 1,25 Milliarden Menschen. Dementsprechend herrscht innerhalb des Landes eine große sprachliche Vielfalt mit den Amtssprachen Hindi und Englisch, 21 weiteren Sprachen und vielen Dialekten.

Medienvielfalt. „Alleine durch die Größe des Landes und die regionalen, sprachlichen sowie soziokulturellen Unterschiede weist die indische Medienlandschaft eine einzigartige Vielfalt auf“, schreibt Nadja-Christina Schneider, Professorin am Institut für Asien- und Afrikawissenschaften an der Humboldt-Universität Berlin, in einem Dossier. Fernsehen, Presse und Hörfunk boomen schon lange, seit einigen Jahren folgt der Online- und hier vor allem der Mobilfunksektor nach. Aufgrund des Angebots ist alleine der Bereich Fernsehen kaum überschaubar, sagt Schneider. Anfang 2014 waren

bereits 786 private Satellitenkanäle zugelassen, zusätzlich gibt es viele, noch wenig erfasste Angebote im Bereich Online-TV sowie über 20 öffentlich-rechtliche TV-Sender.

Vor allem die ökonomische Liberalisierung seit Mitte der 80er- und Anfang der 90er-Jahre ermöglichte diese Entwicklung erst. Von der konsumorientierten Marktwirtschaft profitierten Medien nicht nur, sie gestalteten diese maßgeb-

dien spielen bei der Organisation und Koordination von Protesten eine große Rolle. Ob sie dauerhaft dazu beitragen, politisch bisher nicht oder kaum repräsentierte Gruppen stärker in die Öffentlichkeit zu rücken, stellen Beobachter jedoch infrage, so Schneider.

Zeitungsboom. Besonders auffällig ist, dass nach wie vor neue gedruckte Zeitungen auf den Markt kommen, während die Leserzahlen international stetig zurückgehen. Das macht den indischen Zeitungsmarkt auch für ausländische Investoren interessant, weiß Schneider. Mehr als 82.000 Zeitungen waren 2010/2011 im „Registrar of Newspapers for India“ gemeldet, davon alleine über 4.800 neue im Jahr 2011.

Längst hat sich Indien als weltweit größter Zukunftsmarkt für englischsprachige Medien entpuppt, wobei die regional sehr präsenten *Times of India* hier die

WEIL DIE WELT EIN DORF IST
WELTWEIT INSERATE BUCHEN

michael.schachinger@proxymedia.at
www.proxymedia.at

proxy|media

lich mit, was sich auch auf gesellschaftliche Bereiche wie Politik, Ehepartnersuche und zeitgenössische Kunst auswirkt. Soziale Me-



Foto: privat

Nadja-Christina
Schneider

größten Auflagenzahlen aufweist. Viele sehen in einer verstärkten Regionalisierung auch ein Mittel, um dem Aufstieg der digitalen Medien etwas entgegenzusetzen

zu können. Und einer Sättigung des Marktes in den Metropolen, der nicht zuletzt „wegen der jahrelangen Preiskriege zwischen den Verlagshäusern als wenig rentabel“ gilt.

Eine ernsthafte Bedrohung für Medien sind in letzter Zeit ver-

in ländlichen Regionen und Konfliktgebieten sind kritische Journalisten häufig Angriffen ausgesetzt. Viele zensieren sich daher selbst, heißt es bei ROG. Außerdem sei eine Debatte über die Situation der Meinungs- und Medienfreiheit beziehungsweise über Einflussnahme entfacht, warnt Schneider: „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



Foto: pepe/fotolia.com

Namasté! Willkommen, gedruckte Zeitung! Auch 2015 boomt der Markt weiterhin

stärkt beobachtete Übergriffe auf Journalisten. Reporter ohne Grenzen (ROG) verweist Indien auf den 136. von 180 Plätzen in der „Rangliste der Pressefreiheit“. Zwar gelten Indiens Medien als die freiesten Südostasiens, doch

oder generell die negativen Effekte einer durch die Medienglobalisierung verstärkten Marktzensur zunehmend die Wahrnehmung der Printmedien und des Fernsehens in Indien prägen.“

Sabine Karrer