UNSW SYDNEY

Arbeit am Ruf. Medienstrategien indischer Patrone

Author:
Rao, Ursula

Publication details:
Sociologus
v. 59
Chapter No. 2
pp. 199-227
18655106 (ISSN)

Publication Date:
2009

Publisher DOI:
http://dx.doi.org/10.3790/soc.59.2.199

License:
https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/3.0/au/
Link to license to see what you are allowed to do with this resource.

Downloaded from http://hdl.handle.net/1959.4/44824 in https://unsworks.unsw.edu.au on 2024-05-05

Arbeit am Ruf[1]

Medienstrategien für indische Patrone

DRAFT
Der vollständige Artikel ist erschienen in
Sociologus (Jahrgang 2009), Band 59, Heft 2, Seiten 199-227

URSULA RAO

University of New South Wales, Sydney

Summary

The paper is an anthropological study of news-making practices in India. News-making is characterized as an interactive process that is shaped through the coordinated action of journalists and citizens and as such has consequences for the way local (political) life is recreated. The case study interrogates media activities accompanying the controversy about the making of the film *Water* by the Canadian filmmaker Deepa Mehta in the holy city of Benaras. The example demonstrates how patrons appropriate newspapers and turn them into instruments for the articulation, circulation and authentication of their claims to fame and importance. By recreating patronage politics in the newspaper ambitious leaders re-shape this element of the Indian political culture. They also weave new intersections between the media sphere and performative politics. The emerging public (sub)culture poses potential challenges to established political institutions and can be compared to the efficacy of 'small media' across the globe.

Keywords: India, local politics, journalism, media practice, public sphere, vernacular newspaper, leadership, performative politics

Einleitung

[1] Ich bedanke mich bei dem Instituten für Ethnologie der Universität München und der Universität Heidelberg, sowie dem Südasieninstitut der Universität Singapur für die Gelegenheit, meine These vorzutragen. Die Diskussionsbeiträge waren von großem Wert für die Entwicklung dieses Artikels. Ich bedanke mich auch für die Anregungen der anonymen Gutachter von Sociolgus für hilfreiche Kommentare und Literaturhinweise.

Massenmedien sind heute aus dem Alltagsleben vieler Menschen auch in Indien nicht mehr wegzudenken. Die rasante Verbreitung und der wachsende Konsum von Medienprodukten hat in der Südasienforschung auch zu einem regen Interesse an medienethnologischen Fragestellungen geführt, so dass es längst eine beachtliche Zahl von Studien gibt, die die Bedeutung vor allem von visuellen, sowie elektronischen Medien für die Rekreation kultureller Kontexte betrachten (siehe z.B. Brosius 2005; Butcher 2003; Dell 2005; Dickey 1993a; 1993b; Juluri 2003; Mankekar 1999; Mazzarella 2003; Moorti 2004). Obwohl sich auch das Zeitungswesen wachsender Beliebtheit erfreut, hat es wesentlich weniger wissenschaftliche Aufmerksamkeit erhalten. Drei neue sozialwissenschaftliche Arbeiten (Jeffrey 2000; Ninan 2007; Stahlberg 2002) belegen den Wandel und die wachsende Bedeutung der indischen Presse. Die Autoren eruieren die Rolle von Zeitungen als nationale politische Organe und analysieren institutionelle Strukturen.

Der vorliegende Artikel knüpft an diese Studien an, weitet den Blick jedoch auf gesellschaftliche Prozesse aus. Er schließt eine Forschungslücke, indem er Nachrichtenproduktion nicht als eigenständiges System untersucht, sondern als gesellschaftliches Aushandlungsfeld. Ich thematisiere den dynamischen Zusammenhang von Medienpraxis und der Inszenierung von Führerschaft als typischem Element indischer politischer Praxis. Die Analyse der interaktiven Produktion von Bedeutung zwischen Medienvertretern und Lokalpolitikern führt zur Charakterisierung einer ‚Nachrichtenkultur', wie sie sich seit der wachsenden Popularität von Lokalberichterstattung etabliert hat. Das Format ‚Nachricht' wird von Patronen angeeignet, um sich Vorteile im politischen Prozess zu erarbeiten.

Methodisch betreibt meine Arbeit eine Öffnung der Medienforschung auf Fragen nach kultureller Praxis. Ich folge der Ansicht von Elizabeth Bird, dass wir beginnen müssen, Medien *als* Kultur'(Bird 2003: 2) zu betrachten. Ziel ist es zu eruieren, wie Medienproduktion und Mediennutzung in kulturelle Gestaltungsprozesse eingebunden sind. Es ist viel zu wenige bekannt über die feingliedrige Integration von Medienhandlungen ins Alltagsleben. Hier sehe ich die besondere Aufgabe der Ethnologie, die mit einem dynamischen Kulturbegriff und einer Methode des tiefen Eindringens das Handwerkzeug für diese Herausforderung mitbringt (siehe auch Couldry 2004; Posthill & Bäuchler 2010). Meine eigene Arbeit beruht auf einer

zehnmonatigen Feldforschung in der nordindischen Landeshauptstadt Lucknow[2]. Ich bewegte mich unter Journalisten, Politikern und Regionalgrößen und folgte ihren Netzwerkstrategien. Meine Beobachtungen führten mir vor, wie strategisches Handeln Dichotomien von Tradition/Modern, Produktion/Rezeption, Performanz/Text und Politik/Medien unterläuft. Es sind die vielen Begegnungen von Politiken, Reportern, Informanten und Lesern – und deren Handlungen und Aushandlungen auf der Basis geteilter kultureller Matrizen – die Nachricht als Kulturwert gestaltet.

Mein Argument basiert auf der dichten Beschreibung eines Medienereignisses: den in der nordindischen Stadt Benaras inszenierten und von der Presse verbreiteten Protest gegen die Dreharbeiten für den Film *Wasser* (Deepa Mehta). Um die Gestalt dieser Bewegung erklären zu können, beginne ich mit einer kurzen Darstellung der dramatischen Veränderungen im Zeitungswesen der letzten 15 Jahre. Es folgt eine Einführung in das Medienereignis *Wasser*. Ich stelle nacheinander die Beteiligung von Lokalpolitikern und Journalisten vor. Beide Seiten hatten ihre eigenen Gründe, das Ereignis zu schüren. Die Detailbeschreibung der Handlungsweisen verschiedener Akteure veranschaulicht das Ineinandergreifen von medialer und alltagspolitischer Praxis und seine Relevanz für lokale politische Prozesse. Aufeinander bezogene zirkuläre Formen der Autorisierung des Ereignisses (und der beteiligten Personen) stützen eine bestimmte Politik der Prominenz. Sie führen zu neuen Überscheidungen zwischen performativer Aufführung im öffentlichen Raum und Textproduktion in der medialen Öffentlichkeit. Mein Artikel schließt mit theoretischen Überlegungen zum Charakter medialer Öffentlichkeit von unten. Meine Schlussfolgerungen stellen Parallelen zur Rolle von ‚kleinen Medien' auch in anderen Kulturen her. Lokalmedien, so die These, öffnen Nachrichtendiskurse für eine Kakophonie von Stimmen, die zur oppositionellen Politik anschwellen können und politische Aktivisten mit kulturellem Kapital ausstatten.

Lokale Nachrichten und dynamische Öffentlichkeiten

[2] Die Feldforschung wurde in zwei Phasen in den Jahren 1999-2000 und 2002 durchgeführt. Die Arbeit konzentrieret sich auf die vier auflagenstärksten Zeitungen in Lucknow: *Times of India*, *Hindustan Times* (Englisch) und *Hindustan*, *Dainik Jagaran* (Hindi). Siehe auch die Ausführung über meine Forschungsmethode in Rao 2006.

Hintergrund dieses Artikels sind gesellschaftliche Wandlungsprozesse als Folge der in den 1990ern eingeführten Marktliberalisierung. Staatliche Deregulierung und strukturelle Anpassung führten Indien in eine Phase des wirtschaftlichen Wachstums ein (Nayar 2001). Dies hatte auch Konsequenten für das Medienangebot und den Medienzugang. Während elektronische Medien immer einflussreicher wurden (Butcher 2003; Sharma 1998), erlebten auch Zeitungen einen neuen Aufschwung (Jeffrey 2000). Neue aggressive Verkaufsstrategien, zusammen mit gestiegenem politischen Interesse und wachsenden Alphabetenzahlen bescherten der Press exponentielles Wachstum. Die boomende Werbewirtschaft und rationalisierte auf wirtschaftliche Effizienz beharrende Unternehmensstrukturen machten Zeitungen – zum ersten Mal in der indischen Geschichte – zu hochprofitablen Unternehmen (Kohli-Khandekar 2006 [2003]; Jeffrey 1993, 2000). Wachstum war begleitet von fundamentalen Veränderungen, die sich unter den zwei Stichworten Kommerzialisierung und Regionalisierung zusammenfassen lassen.

Untersuchungen zur Kommerzialisierung diskutieren thematische und stilistische Neuorientierungen von Zeitungen als Folge der Abhängigkeit von privatem Kapital. Die erfolgreiche Einwerbung hoher Werbeeinnahmen aus der Wirtschaft hat die politische Manövrierfähigkeit von Zeitungen in Indien wesentlich verbessert und ermöglichte eine (Teil-) Emanzipation vom Regierungskonformismus früherer Jahre (Peterson 1996). Im Austausch befördern Zeitungen nun Marktideologie. Konsumorientierung und Wohlverhalten gegenüber privaten Werbekunden haben hohe Priorität. Thussu (2007a, 2007b) beschreibt diese Entwicklung als einen Prozess der „Murdochisierung“. In meinen Auseinandersetzungen über die politischen Folgen des Infotainment habe ich mich mit dieser These kritisch auseinandergesetzt (Rao 2008, 2010).

In diesem Artikel interessiert mich die Regionalisierung als zweiter markanter Prozess. Im profitablen und damit auch zunehmend umkämpften Zeitungsmarkt haben regionalsprachige Zeitungen Lokalberichterstattung als ihre wichtigste Marktnische identifiziert. Manager argumentieren, dass Bürger genaust über ihre Umgebung informiert sein wollen und – was vielleicht noch wichtiger ist – ihre eigenen Erfolge und Probleme in der Zeitung dargestellt sehen wollen. Sie investieren daher in

expansive Lokalberichterstattung[3] (Friedlander et al 2001). Der Wunsch nach immer detaillierter werdender Lokalberichterstattung hat zu einer Fragmentierung der Zeitungslandschaft geführt. Es gibt immer mehr Spezialausgaben von Zeitungen, die sich an immer kleinere Lesergruppen wenden (Ninan 2007). Um bis ins Detail aktuell und umfassend berichten zu können, investieren Lokalredaktionen in Bürgerkontakte. Diese sorgen für einen nicht abreißenden Fluss von Informationen aus den Nachbarschaften. Drei Kommunikationskanäle stehen für die Aufnahme lokaler Anliegen zur Verfügung (1) Stadtreporter nehmen wohlwollend alle Pressemitteilungen und Presseeinladungen von Bürgern entgegen. (2) Sie unterhalten zudem ein dichtes Netzwerk von Informanten in allen Stadtteilen, die über lokale Ereignisse berichten. (3) Schließlich enthalten viele Artikel lange Reihungen von Namen und Zitaten. Die Umsetzung dieser Strategien möchte ich an einigen Beispielen aus dem journalistischen Alltag veranschaulichen.

Dinkar[4] – der Stadtredakteur von *Dainik Jagaran* – insistierte, dass er alles daransetze, jede Pressemitteilung publikationsfähig zu machen. "Wir bemühen uns alle Pressemitteilungen zu drucken, auch wenn wir sie kürzen müssen. Es sind ihre Inhalte in unseren Worten" (27.3. 2002). Später klärt Dinkar einen Praktikanten über den richtigen Schreibstil auf:

> Du brauchst die Inhalte der Reden bei der Schulfeier nicht wiederzugeben. Liste die Namen aller teilnehmenden Schülern! Wir müssen schreiben, was die Leute wirklich interessiert. Die Kinder sind stolz, wenn sie ihre Namen in der Zeitung lesen. Das wird sie anspornen. (27.3. 2002)

Um lückenlos informiert zu sein, wächst die Anzahl lokaler Informanten im direkten Konkurrenzkampf der Zeitungen. Stadtredakteure der beiden größten Hindizeitungen in Lucknow – *Hindustan* und *Dainik Jagaran* – nahmen beide für ihre Zeitung in Anspruch, dass sie das größere Netz aufzuweisen hätten. Als Beweis zeigten sie mir Listen mit bis zu 50 Namen und Telefonnummern von Einwohnern, die einwilligten regelmäßig zu berichten. Dennoch schlüpfen Nachrichten durchs Netz. Die Folge ist

[3] *Dainik Jagaran* und *Hindustan* Lucknow drucken täglich sechs bis acht Seiten mit Stadtnachrichten. Das ist die Hälfte der gesamten Zeitung.
[4] Alle Namen von Journalisten sind geändert, um Anonymität zu sichern.

dann erhöhter Druck auf die Redaktion. Die folgende Szene veranschaulicht die Stimmung an einem der Tiefpunkte.

> Um 11 Uhr lief ich bei *Hindustan* ein. Wir waren im Begriff mit der morgendlichen Redaktionssitzung der Stadtredaktion zu beginnen, als der Chefredakteur unangekündigt hineinplatze. Er setzte sich schwerfällig hin und schaute sich mit ernstem Schweigen um. Die Reporter waren sichtlich nervös. Der Chefredakteur atmete tief ein und begann eine Litanei der Klage gegen die Lokalredaktion. Reporter hätten nur ungenügende Kontakte, würden Nachrichten übersehen und nachlässig recherchieren. Die Lokalreporter hatten einen nächtlichen Unfall übersehen, der von der Konkurrenz berichtet worden war. Solche Nachlässigkeit war in letzter Zeit häufiger vorgekommen. „Genau das passiert, wenn man meint, alles ließe sich am Telefon erledigen!“ brachte der Chefredakteur seinen Ärger auf den Punkt. Die Lektion des Chefs dauerte 30 Minuten […]. Kaum hatte er den Raum verlassen, brachen wilde Diskussionen aus darüber was falsch gelaufen war, was man ändern müsse, wer Schuld hat. […]. Später überhörte ich, wie der Stadtredakteur Shiva aufforderte, sich mit den zuständigen Polizisten im *Cantonment* anzufreunden, damit der Lapsus des Tages nicht wieder passiere. (Feldtagebuch 1.4.2002)

Diese emsigen Bemühungen, nichts zu übersehen, führen zu einer geradezu chaotisch anmutenden Ansammlung von Stimmen in der Zeitung. Einen Trend den ich in der Landeshauptstadt beobachtet habe, wird von Ninan auch für das Hinterland bestätigt.

> Generating news stories from villages and *kasbas*, and from the by-lanes of small towns, led to readers becoming newsmakers, and a democratization of news to the point where everyday events were deemed newsworthy (Ninan 2007: 103).

Lokalberichterstattung ermutigt Beteiligung von unten und trifft auf das Interesse von Bürgern. Einwohner veröffentlichen eine Fülle von Klagen, Wünschen und Anliegen.

Die Folge ist eine Kakophonie der Stimmen als Teil einer dynamischen medialen Öffentlichkeit (Ninan 2007; Rao 2009, 2010).

Im Folgenden werde ich aus diesem Meer der Stimmen nur einen bestimmten Typus herausnehmen. Um im Format dieses Artikels zu bleiben, konzentriere ich mich auf die Medienaktivitäten von lokalen Führungspersönlichkeiten. Sie nutzten den Boom der Lokalberichterstattung zur Realisierung ihrer politischen Ambitionen. Mein Fallbeispiel betrachtet die Bedeutung der Zeitung für Führerschaftsinszenierungen während der *Wasser*-Kontroverse. Ich interpretiere das Medienereignis vor dem Hintergrund einer etablierten Form der Aufmerksamkeitsproduktion als Schlüsselelement von effektiven Führerschaftsnetzwerken. Meine Interpretation folgt der Praxis von Machtdiskursen und zeichnet die Gestalt einer Politik von unten nach. Sie entsteht an der Schnittstelle zweier Öffentlichkeitsplattformen: dem Nachrichtenwesen (hier: Lokalnachrichten) einerseits und politischen Aufführung andererseits. Dem Ideal nach stellen beide getrennte soziale Felder dar.[5] In der Praxis sind sie jedoch tief ineinander verwoben. Wie kristallisiert sich die Inszenierung politischer Macht in und durch das Medium auf lokaler politischer Ebene und welche Folgen ergeben sich daraus für den Zeitungsdiskurs? Mit dem Fallbeispiel *Wasser* werde ich die erste Annäherung an das Problem erreichen.

Mishras medialer Aufstieg als Hinduführer

Die Kontroverse um *Wasser* begann im Dezember 1999 als Deepa Mehta mit ihrem Filmteam in Benaras (auch bekannt als Varanasi oder Kashi[6]) eintraf, um den dritten Film der Trilogie *Feuer, Erde, Wasser* an den Ufern des Ganges zu drehen. [7] Die Geschichte erzählt das Schicksal einer jungen Hindu-Witwe im Benaras der 1930er. An die Ränder der Hindugesellschaft gedrängt kämpft die junge Frau um Emanzipation und Gleichbehandlung. Hindufundamentalisten war das Projekt ein Dorn im Auge. Sie

[5] Siehe die Unterscheidung von public field and public arean in Kaur 2001.

[6] Kashi ist eine der vielen – und wahrscheinlich der älteste – Namen der Stadt. Kashi gilt als eine Ableitung des Sanskrit-Worts „*kash*, – to shine, to look brillant or beautiful" (Eck 1993[1983]: 26). Der Name wird mit dem mythologischen Gründer der Stadt dem Gott Shiva in Verbindung gebracht, der an diesem Ort sein Licht scheinen lässt. Umgangssprachlich wird die Stadt immer dann mit diesem Namen bezeichnet, wenn auf die besondere religiöse und kulturelle Bedeutung des Ortes eingegangen wird.

[7] Meine Diskussion über die *Wasser*-Kontroverse beruht auf Beobachtungen und Interviews in Lucknow und Benaras, sowie die Lektüre der Lucknow-Ausgaben folgender Zeitungen *Times of India*, *Hindustan Times*, *Pioneer* (Englisch); *Dainik Jagaran*, *Hindustan*, *Amar Ujala*, *Sahara* (Hindi)

sahen darin den Versuch, Hindutraditionen zu verunglimpfen und begehrten gegen das Projekt mit Demonstrationen, Selbstmorddrohungen, Blockaden, Zerstörung am Set und Sitzstreiks auf. Zwei Monate kämpfte Deepa Mehta mit der Unterstützung der Bundesregierung in Delhi für ihr Vorhaben. Im März 2000 gab sie sich den Protesten und der Direktive der Stadtverwaltung geschlagen.[8]

Der Konflikt wurde aufmerksam von Journalisten verfolgt und dominierte die Berichterstattung den ganzen Februar. Leser erfuhren täglich über die wichtigsten Ereignisse und Entscheidungen, sowie die Meinungen von Regierungsvertretern und der Filmcrew. Die Entwicklung ist kaum überraschend, gehören Politiker und Filmstars doch zu den beliebtesten Subjekten von Berichterstattung, vor allem wenn sie in dramatische Kontroversen verstrickt sind (Manning 2001; Thussu 2007a). Wesentlich interessanter und bemerkenswerter schien mir die überbordende Präsenz von Lokalgrößen. Die *Wasser*-Kontroverse bot – vor allem auf den Lokalseiten aber eben auch auf dem Titelblatt – aufstrebenden Nachwuchspolitikern ausgiebig Raum für Selbstdarstellung. Im Folgenden eruiere ich die Strategien und Motivation von Patronen und Reportern, die das Ereignisse unterfütterten und es zu einer heißen Debatte ausbauten, über die Grenzen künstlerischer Freiheit und die Rolle vom Hinduismus für die Gestalt der Nation.

Ein Lokalführer, der während der *Wasser*-Proteste besonders häufig ins Rampenlicht rückte, ist Kaushal Kishor Mishra, Dozent[9] am Institut für Geschichte an der Benaras Hindu Universität (BHU). Ende Januar 2000 gründete er den *Verein zur Rettung der Kultur von Kashi* (KSRSS[10]), um Deepa Mehtas Filmpläne von dieser Plattform aus zu bekämpfen. Mishras Engagement in der Sache begann verhältnismäßig spät, als der Ball längst von hindunationalen Organisationen ins Rollen gebracht worden war. Im Interview erklärte er mir, das er sich in der Anti-*Wasser*-Fraktion erst dann vehement zu engagieren begann, als er das Drehbuch in die Hände bekam und damit die Chance sah, die Journalisten auf seine Seite zu ziehen.

[8] Sie drehte den Film schließlich in Sri Lanka. Er eröffnete im Jahr 2005 das Toronto Film Festival. Mehtas Tochter – Devyani Saltzman (2005) – hat die Ereignisse aus ihrer persönlichen Perspektive beschrieben.

[9] Mishra war damals in der Position des Lecturers und ist heute Professor.

[10] *Kashi Sanskriti Raksha Sangharsh Samiti.*

> Am Anfang waren die Journalisten gegen uns. Aber als wir ihnen das Drehbuch zeigten, wurden sie zu unseren Verbündeten. Obwohl die nationalen Zeitungen sich im Namen künstlerischer Freiheit für Deepa Mehta einsetzten, mussten ihre Korrespondenten gegen die Regisseurin schreiben. Ich habe den Reportern sehr deutlich gesagt, dass es zum Verlustgeschäft für ihre Zeitungen würde, wenn sie die Atmosphäre in Kashi ignorierten und nicht gegen den Film Stellung bezögen. Das wäre ihr Ende. Ich habe das sehr deutlich gesagt. (Mishra, 8.3.2000)

Dieses Zitat zeigt bereits ein wesentliches Element von Mishras politischem Vorgehen: Er verfolgte eine bewusste Medienstrategie, die die Bewegung zum Erfolg führen sollte. Das erste Mal meldete er sich am 30.1.2000 öffentlich zu Wort.

> Dr. K.K. Mishra, the former president of Banaras Hindu University [sic![11]] said that the film 'was a conspiracy of Anglo-Saxon establishment to demean India and brualise Indian womanhood'. He said that the script suggested that young widows were subjected to prostitution in Varanasi in 1930s. (*Hindustan Times* 30.1.2000)[12]

In den folgenden zwei Wochen wurden die KSRSS und Mishra täglich in mehreren Zeitungen erwähnt. In der Häufigkeit der Nennung war der Aktivist damit fast gleich auf mit Regierungsvertretern, dem Filmteam und der Stadtverwaltung von Benaras. Diese regelmäßige Medienpräsenz war kein Zufall, sondern Ergebnis einer engagierten Pressearbeit. Der Korrespondent der *Times of India* in Benaras erinnerte sich: "During the peak of the protest we got daily press notes from the KSRSS. So there was no need to contact them" (Benaras Korrespondent *Times of India*, 8.3.2000). Mishra potenzierte seine Präsenz in den Medien noch dadurch, dass er nicht nur als Präsident der KSRSS auftrat, sondern sich auch als Mitglied der *Kashi Gelehrtenorganisation* (*Kashi Vidhya Parishad*) und als vormaliger Präsident der *BHU Lehrergewerkschaft* zu Wort meldete.

Mishras nachdrückliches Engagement ist von seinem Führungswunsch getragen. Er erklärte mir, dass die Aktivitäten der KSRSS Teil des Kulturkampfes seien, den

[11] Mishra wird hier fälschlicher Weise nicht als ehem. Präsident der *BHU Lehrergewerkschaft*, sondern als ehem. Präsident der BHU vorgestellt.
[12] Zitate habe ich dann im Englischen belassen, wenn dies dem Original entspricht.

Huntington (1997) angekündigt hat, und der nach Mishras Überzeugung das nächste Jahrhundert dominieren würde. Im konkreten Fall von *Wasser* erkannte er eine Verschwörung zur Vernichtung von Kashi, als symbolischem und religiösem Zentrum des Hinduismus durch die Hintermänner von Deepa Mehta. Er sah sich selber als hervorragend geeigneten Kandidaten für die Abwehr dieser Gefahren. Bereits seit Jahren hatte er sich unter Insidern den Ruf erarbeitet, für die Bewahrung der ‚originalen Kultur' von Kashi einzutreten. Die Anti-*Wasser*-Proteste boten ihm nun eine Gelegenheit, seine ideologische Position öffentlich zu präsentieren und sich so im hindunationalen Spektrum als Führer zu empfehlen.

Mishras Aktivismus folgt der Logik eines führerzentrierten politischen Systems, wie Indien es darstellt. Das politische Feld wird von charismatischen Persönlichkeiten angeführt, die ihre Anhängerschaft in ego-zentrierten Netzwerken organisieren (Mines 1996). Der Aufstieg einer Leitfigur beginnt zumeist in etablierten lokalen Gruppen wie Kasten, ethnischen Organisationen oder religiösen Institutionen. Hier können ambitionierte Persönlichkeiten Beziehungen knüpfen, ihre Visionen formulieren und Führungsqualitäten unter Beweis stellen. Führer tauschen ihr Engagement für die Anliegen von Gruppenmitgliedern gegen deren Loyalität, welche sie nutzen können, sich in Patronagenetzwerken zu verorten. Das politische Feld lässt sich als feingliedrige Hierarchie von Führern beschreiben. Nationale Größen sind in komplexen Netzwerken mit lokalen Patronen verbunden, die sicherstellen, dass der Kontakt zur Basis nicht abreist. Lokalgrößen mobilisieren die Massen, übersetzen politische Ideologien in den Alltag und sind Vermittler für staatliche Zuwendungen. Im Gegenzug für ihre Dienste erhalten sie privilegierten Zugang zu Ressourcen und Kontakten, die sie nutzten, um ihre Klienten zu bedienen, ihren Ruf als effiziente Leitfigur zu festigen und so ihren gesellschaftlichen Aufstieg zu fossieren (Brass 1965, 1998; Dickey 1993b; Eckert 2003; Mines 1996; Price 1989).

Die Karriere von Patronen ist auf das Engste mit öffentlichen Veranstaltungen verbunden. Rituale, Fest, Eröffnungen, Einweihungsfeste bieten unzählige Gelegenheiten, Engagement zu zeigen und Status auszustellen. Dies lässt sich für verschiedene Phasen der indischen Geschichte belegen (Price 1989). Ethnohistorische Studien besprechen die Rolle von Tempeln und Tempelritualen für die Festigung königlicher Autorität (Dirks 1987; Eschmann, Kulke and Tripathi 1978; Stein 1978). In

der Hochphase der indischen Unabhängigkeitsbewegung spielten Feste eine wichtig Rolle für die Identifizierung von Leitfiguren im antikolonialen Kampf (Freitag 1989; Cashman 1970). Gegenwärtig erregen vor allem die Spektakel während Wahlkämpfen große Aufmerksamkeit (Davis 1996; Kaur 2003; Rao 2003; Schnepel 2006). Ich möchte hier nicht die Ähnlichkeiten und Unterschiede solcher Performanzen diskutierten. Mir geht es lediglich um *ein* gemeinsames Strukturelement solcher Aufführungen. Sie dienen in besonderem Masse der *Produktion von Aufmerksamkeit*. Durch eine hoch standardisierte ausgefeilte Choreographie von Wichtigkeit fokussieren sie den Blick auf Hierarchie und persönlichen Verdienst. Organisatoren, Sponsoren und Ehrengäste bewegen sich geschäftig auf Bühnen, um Rituale aufzuführen, Reden zu halten, Ehren zu geben und entgegen zu nehmen. Sie tun dies in einer genau gegliederten Reihenfolge nach aufsteigender Wichtigkeit. Nicht selten fährt der bedeutendste Ehrengast erst vor, wenn die Veranstaltung bereits in vollem Schwung ist. Der Wiedererkennungseffekt von Führern wird erhöht, indem ihre Namen in Ansagen, Flugblättern und Plakaten angepriesen werden. Zuschauer erleben die machtvolle Präsenz ihrer Führer und erhalten Aufschluss über deren Status und Einfluss.

Die enge Verbindung zwischen Imageproduktion und politischem Aufstieg gibt Massenmedien eine herausragende Rolle für politische Karrieren. Studien über die Rolle von indischen Filmclubs veranschaulichen eindrücklich diese Verflechtung. Seit den 1960er Jahren wurden eine ganze Reihe von Politikern – vor allem in Südindien – aus der Filmindustrie rekrutiert (Agnihotri 1998; Dickey 1993b; Hardgrave and Neidhart 1975). Der Aufstieg von Filmhelden in den politischen Olymp ist mit den Aktivitäten urbaner Fanclubs verknüpft. Männer der niedrigen Mittelklasse treffen sich in Clubs, um ihre Stars zu feiern, ihre Filme zu sehen und sich im Namen der Helden sozial zu engagieren. Offiziell ist dieses Engagement dem Wunsch geschuldet, das Gemeinwohl zu befördern und das positive Bild der Verehrten zu mehren. Das ‚selbstlose' Tun dient zugleich als Mechanismus für soziale Distinktion (Bourdieu 1991[1979]). Aktivisten setzten sich von der Masse ab, indem sie sich für das gesellschaftliche Wohl einsetzten. Clubmitglieder akkumulieren im Schatten ihrer Stars soziales Kapital, das ihren eigenen gesellschaftlichen Aufstieg befördert.

Solche Aktivitäten verflüssigen die Grenze zwischen Politik und Medien. Diese lösen sich völlig auf, wenn Fanclubs zum Kader eines zum Politiker gewordenen

Schauspielers mutieren (Dickey 1993a, 1993b, 2001). Was einige berühmte Stars am oberen Ende des politischen Spektrums praktizierten, kopieren ‚kleine Leuten' im lokalen Umfeld. Anders als bei den berühmten Schauspielen basiert ihr öffentliches Image nicht auf der Verbindung archetypischer Charaktereigenschaften von Filmfiguren mit dem Ethos eines Politikers. Vielmehr bauen lokale Persönlichkeiten durch rege Öffentlichkeitsarbeit unermüdlich an einem lebensechten Heldenimage. Mishras Aktivitäten passen in dieses Muster. Sein Streben nach einem Leben im Rampenlicht zeigte sich durch langjährige verantwortliche Vereinstätigkeit, der Hochschullehrergewerkschaft und der *Kashi Gelehrtenorganisation*. Mishra hatte sich auch an der Herausgabe einer eigenen Zeitung versucht. Das Projekt war jedoch noch im Jahr seiner Gründung (1986) gescheitert. Mishra hoffe nun durch medienstrategisches Handeln in dem hier aktualisierten hindunationalen Kampf in eine neue Phase in seiner politischen Karriere einzutreten. Er rückte die KSRSS ins Zentrum eines ganzen Chores hindunationaler Stimmen, die nun alle unter seiner Autorität zu agieren schienen.

Deutlich wird die Verquickung der verschiedenen Ebenen sozialer Aktivität bereits in einem der frühen Artikel von *Hindustan Times* (2.2.2006), der sich speziell mit einer Protestaktion der KSRSS beschäftigt. Hier werden verschiedene Mitglieder der Organisation vorgestellt und Mishras Name erscheint in einer Reihe mit bedeutenden Vertretern hindunationaler Organisationen.[13] Ein paar Tage später lernt der Leser, dass auch Parlamentarier Mitglieder in Mishras Verein sind. Und schließlich wir er gemeinsamen mit prominenten religiösen Lehrern und Priestern der Stadt genannt. Dem Leser wird klar, dass Mishras Verbindungen das ganz Spektrum ‚hinduistischer Stimmen' abbilden. Die Presse macht diese Information über die Stadt hinaus bekannt.

Mishra ist nicht der einzige, der die Gunst der Stunde nutzt. Eine Vielzahl lokaler Politiker und Patrone reihen sich in die Riege der Medienaktivisten ein. Im Folgenden eruiere ich, wie Journalisten auf die Welle öffentlichkeitssuchender Aktivitäten reagierten.

[13] Genannt werden der Präsident der regionalen RSS (*Rashtriya Svayam Sevak Sangha*, National Voluntary Service Organisation) Mr. Krishna Gopal und der Führer der lokalen SJM (*Swadeshi Jagran Manch*) Raj Rajeswari Singh.

Hindunationale Stimmen und die Presse

Pressekonferenzen, Pressemitteilungen, Protestschreiben zum Thema *Wasser* bestimmten den Alltag von Lokalreportern im ganzen Februar. Persönlichkeiten verschiedenster Herkunft, Position und politischer Couleur nutzen das Massenmedium für die Zirkulation, Intensivierung und Authentisierung ihrer Stimmen. Das Benaras Team der Hindizeitung *Dainik Jagaran* erinnerte sich, dass während der Hochphase der Bewegung, alle acht Redaktionsmitglieder nur mit diesem einen Thema beschäftigt waren. Persönlich kommentierten Journalisten die unzähligen Aktivitäten von Patronen oft zynisch. Der Korrespondent von *Hindustan Times* sah den gesamten *Wasser*-Protest als stilisierte Selbstinszenierung ohne wirklichen Inhalt: 'They all meet at Papu's tea stall at Assi Ghat, where they make all the news'. Er führte weiter aus, dass die Rolle der angeblichen Führerpersönlichkeiten mehr als verwirrend war, nicht nur weil sich täglich neue Führer zu Wort meldeten, sondern auch weil sie ihre Ansprüche, für die Öffentlichkeit zu sprechen, häufig auf Organisationen gründeten, die nicht mehr als drei bis vier Mitglieder haben. Solche Aussagen spiegeln eine von vielen Journalisten und auch Gegnern der Proteste vorgebrachten Ansicht wieder, dass die Kontroverse nicht aufgrund eines echten Anliegens aus dem Ruder lief, sondern vielmehr aufgrund der Eigeninteressen darstellungssüchtiger Einzelpersonen. Skepsis bezüglich der sozialen Relevanz der Bewegung war auch im fernen Lucknow zu hören.

> Während der morgendlichen Redaktionssitzung von *Times of India* kam das Thema *Wasser* auf. Maria ärgerte sich. Sie sagte, dass sie es satt hätte, immer über Deepa Mehta zu reden, und dass dieser ganze Protest so inszeniert und fabriziert erscheine. (Feldtagebuch 1.2.2000)

Solche Einwände über die Gespieltheit der Proteste überraschten mich wenig, da ich selber während meiner Feldforschung häufig ähnliche Szenen miterlebt hatte. Eine idealtypische Choreografie eines spontanen Protestaufrufes verläuft in etwas so: Ein Reporter besucht auf seiner täglichen Runde einen Treffpunkt für Lokalpolitiker. Er wird überschwänglich begrüßt und willkommen geheißen. Darauf folgt die Formulierung einer Forderung. Eine kleine Gruppe von Unterstützern beginnt, die Hände zu recken und Slogans zu rufen. Danach diktieren alle ihre Namen dem Reporter,

der sie als Unterstützergruppe später in seinem Artikel erwähnt (manchmal findet sich noch ein Fotograf, der die ganze Szene im Bild festhält).

Mir sollen diese Aussagen hier nicht dazu dienen, eine Unterscheidung zwischen ‚echten' und ‚gestellten' Protesten einzuführen, oder einen Mangel an Professionalität im indischen Journalismus zu beklagen. Auch fühle ich mich nicht berufen, Proteste für irrelevant zu erklären, weil sie von wenigen geäußert werden. Mein Argument bezieht sich vielmehr auf die Zentralität der Presse öffentliche Aktionen. Die Anwesenheit von Reportern war ein erwarteter und organisierter Teil der Proteste, die sich oft mehr an die Massenmedien wendeten, als an die direkt zuschauende Öffentlichkeit.

> Wir haben jeden Tag einen ganzen Stapel an Pressemitteilungen erhalten. […] Die Leute haben gelernt, wie man für die Zeitung schreibt. Wenn wir solche Pressemitteilungen erhalten, brauchen wir sie kaum zu ändern, sondern können sie praktisch so für die Zeitung übernehmen. (Benaras Korrespondent, *Hindustan Times* 8.3.2000)

Die Einwohner von Benaras bestätigten die Einschätzung, dass sich die Proteste vor allem an die Presse richteten indirekt durch ihre Beobachtung, dass die Stadt während der Kontroverse zumeist ruhig war. Es gab örtlich begrenzte Protestaktionen, von denen die Bewohner jedoch nur aus den Zeitungen erfuhren.

Auch wenn manche Journalisten sich intern abfällig über die ambitionierten Nachwuchspolitiker äußerten, so nahmen sie das Thema doch gerne auf. Der Stil der Berichterstattung gestaltete sich komplementär zu dem Wunsch nach Selbstdarstellung von Patronen. Ein Textausschnitt mag den Schreibstil demonstrieren, der für die Gestalt der *Wasser*-Berichterstattung prägend war. Der Artikel beginnt mit einer generellen Beschreibung der Situation in Benaras und zitiert dann im zweiten Teil eine Reihe von Einzelpersonen, die ihre Gegnerschaft persönlich ausdrücken. Im Folgenden biete ich eine übertragende Zusammenfassung.

> Binda Pandey (ehemaliges Mitgliede der BJP Landesfraktion und Frauenaktivistin) betonte, der Film beleidige die Kultur und die Frauen von Benaras und würde nie eine Drehgenehmigung erhalten. Sudhakar Pandey

(Präsident des *Städtischen Fortschrittskomitees* und bekannter Schriftsteller) führte die Geschichte von Witwen Aschrams in der Stadt aus und beklagte, dass Deepa Mehta nur Geld machen wolle, mit einer erfundenen Geschichte, die in keiner Weise der historischen Situation gerecht würde. Fünf Gelehrte der heiligen Schriften und der Vedas drohen sich im Ganges zu ertränken, wenn der Film gedreht würde. Dr Vijay Karn (Landes Vizesekretär der lokalen Untersektion von *Sanskar Bharti*) erklärte, dass Mehta nicht die Chance erhalten werde, den Namen der Stadt in den Dreck zu ziehen. Jitendre Kumar (Landespräsident von *Sanskar Bharti*) betonte, dass die indische Kultur vor den Attacken der ausländischen Medien geschützt werden müsse. Dr Kamleshvar Upadhyaya (amtierender Präsident der städtischen Untergruppe des Welt Hindu Rats (VHP)) verlangte bei einem Treffen mit dem Distrikt Verwalter, dass die Dreharbeiten umgehen gestoppt werden müssten. (*Hindustan* 31.1.2000).

Dieser bereits gekürzte Ausschnitt ist kaum als thematische Auseinandersetzung mit den *Wasser*-Protesten zu werten. Er stellt vielmehr eine Zitatensammlung von Aussagen protestierender Bürgern dar. Was hier als gleichförmige Aufzählung erscheint, ist ein typisches Merkmal von Nachrichtentexten, besonders in der Lokalberichterstattung. Natürlich sind nicht alle Text in diesem Stil geschrieben, aber doch erstaunlich viele. Drei Monate *Wasser*-Berichterstattung führen der Öffentlichkeit hunderte von Führern vor – von nationalen Politikern bis lokalen Kleinstführern.[14] Ambitionierte

[14] Wir hören von folgenden Opponenten: Tabla Meister Padma Shree Krishan Maharaj, den Aktivisten der lokalen Niederlassungen wichtiger hindunationaler Organisationen wie der RSS, VHP, *Sanskar Bharti*, der Partei BJP und ihrem Jugendflügel (*Bharatiya Janta Yuva Morcha*), von der *Hindu Erkenntnis Plattform* (*Hindu Jagaran Manch)*, der *Kashi Gelehrtenorganisation* (*Kashi Vidvat Parishad*), der *Volkskultur Plattform* (*Jan Sanskrit Manch*), der *Gesamtindischen Gesellschaft für Ringkampf* (*Akhil Bharat Akhara Samaj*), den Shankarachariyas Swami Swaroopananda and Swami Madhvanande Sarasvati, den Sprechern der *Partei zur Ermächtigung aller Hindus* (*Akhil Hindu Shakti Dal*) und der *Gesamtindischen Muslim Versammlung* (*Akhil Bharat Muslim Mahaz)*. Für den Film äußerten sich: die *Gesamtindischen demokratischen Frauenorganisation* (*All-India Democratic Women's Association)*, die *Stiftung zum Gedenken an Safdar Hashmi* (*Safdar Hashmi Memorial Trust, SAHAMAT*), die *Gesamtindischen Organisation progressiver Frauen* (*All-India Progressive Women's Association*), die *Fraueneinheit* (*Nari Ekta*), das *Zentrum für soziale Aktion und Forschung* (*Social Action and Research Centre, SARC*), *Wandel* (*Parivartan*), das *Zentrum für Forschung und Anwendung von Volkskunst* (*Centre for Research and the Application of Folk Art), Film und Theater (Film and Theatre*), die *Indische Gesellschaft für Volkstheater* (*India People's Theatre Association*) und *Mediengespräch* (*Media Talk*). Weiter tauchen in den Nachrichten auf: Vertreter der *Gesamtindische Studentenorganisation* (*All-India Students Association)* der *Gesamtindischen Jugend Förderation* (*All-India Youth Federation*) und schließlich Professoren der Universität Lucknow, Historiker der Jawaharlal Nehru Universität in Delhi, sowie Autoren, Schauspieler/innen, Filmproduzenten und Sänger/innen.

Persönlichkeiten nutzten die Gunst der Stunde ins Rampenlicht zu rücken. Dies ist an sich noch nicht bemerkenswert, auch nicht die Tatsache, dass Zeitungen ein Interesse daran hatten, das Medienevent zu schüren, um Quote zu machen. Als Besonderheit bleibt unterm Strich die hoch repetitive Berichterstattung. Endlose Reihungen von Namen, Positionsbezeichnungen und Zitaten tragen wenig dazu bei, den Konflikt und seine Hintergründe aufzuklären, sie dienen vielmehr dazu, Individuen und ihre Aussagen auszustellen und der Öffentlichkeit bekannt zu machen.

Lokalberichterstattung, so lautet meine These, dient als Medium für die Fortführung von öffentlichen Führerschaftsinszenierungen. Sie saugt eine Praxis der Produktion von Aufmerksamkeit auf, die etablierter Teil öffentlicher Performanzen ist. Um Missverständnissen vorzubeugen: Die Personalisierung von Nachrichten ist keine indische Erfindung, sondern integraler Teil von Nachrichtenbereiterstattung in allen Medien (Hartley 1982). Dennoch sind zwei Dinge an der journalistischen Praxis von Hindi-Zeitungen bemerkenswert. Ersten misst sich der Wille, Persönlichkeiten auszustellen nicht unbedingt am Nachrichtenwert der Aussagen. Die Person an sich ist bereits Nachrichtenwert. Dies gilt, zweiten, nicht nur für bekannte Politiker und Stars, sondern für jeden, der für ein auch noch so kleines Kollektiv spricht. Die Bereitwilligkeit von Hindizeitungen *theoretisch* jeden zu zitieren, trifft auf den Darstellungswillen von Individuen. Sie nutzen Zeitungen ähnlich wie öffentliche Performanzen zur Produktion von Sichtbarkeit in einem autorisierten Medium.

Man kann das Argument auch umdrehen. Um Medientexte in indischen Lokalzeitungen zu verstehen – oder besser noch ihre soziale Relevanz zu begreifen – müssen sie vor der Folie einer beliebten Darstellungspraxis gedeutete werden. Feingliedrige Hierarchien von Führern werden ermöglicht durch die Schaffung von Darstellungskontexten, die Prominenz erzeugen. Dies geschieht in verschiedenen Öffentlichkeiten, die sich als durchlässig erweisen. Eine im öffentlichen Raum etablierte Form der Produktion von Aufmerksamkeit, gerinnt zur Nachricht.

Zirkuläre Autoritätsbekundung

Nachwuchspolitiker und Patrone nutzen die ihnen gebotene Chance einer namentlichen Nennung in einem Organ von Autorität und Wichtigkeit. Sie erhalten dadurch nicht nur Gelegenheit, ihren Namen zu zirkulieren. Ihren Stimmen wird Gewicht verliehen, denn

durch die Zitation wird ihr Führungsanspruch bestätigt und authentisiert. Performanztheorien erscheinen mir in diesem Zusammenhang ein hilfreiches Mittel, um die besondere Magie von Zeitungen zu beschreiben, und die transformative Wirkung aufzuspüren, die sich entfaltet, wenn Informationen zu Nachrichten werden.

Austin (1972) formulierte die viel beachtete These von der performativen Wirkung von Sprache. Entgegen der gängigen Auffassung, dass Sprache die Welt abbildet, hob er die konstituierende Wirkung von Sprechakten hervor. Er beschrieb sprachliche Äußerungen, die hervorbringen, was sie proklamieren. Dies geschieht z.B. wenn der Richter verkündet: „Ich verurteile sie!“, oder der Standesbeamte sagt: „Ich erkläre sie zu Mann und Frau!“ Der Wert dieser Aussagen lässt sich nicht mit der Dichotomie wahr/falsch bemessen. Vielmehr sind Sprechakte entweder erfolgreich oder erfolglos.

Bourdieu (1990) hat diese These aufgenommen und in einen sozialwissenschaftlichen Kontext überführt. Ihn interessierte die Frage, unter welchen gesellschaftlichen Bedingungen Sprechakte – ebenso wie andere symbolische Akte (performative Handlungen) – erfolgreich oder Erfolg versprechend sind. Seine These betont die Vorstrukturiertheit des sozialen Feldes, wenn er erklärt, dass performative Handlungen, um die gewünschten Effekte hervorzubringen, in einem legitimierten Kontext von einer legitimierten Person vollzogen werden müssen.

> Der autorisierte Sprecher kann nur deshalb mit Worten auf andere Akteure und vermittels ihrer Arbeit auf die Dinge selber einwirken, weil in seinen Worten das symbolische Kapital konzentriert ist, das von der Gruppe akkumuliert wurde, die ihm Vollmacht gegeben hat und deren *Bevollmächtigter* er ist. (Bourdieu 1990: 75, Hervorhebung im Original)

Diese These engt den Blick auf jene autorisierten Handlungen ein, die wie automatisch aufgrund der strukturell bedingten Komplizenschaft der Teilnehmenden funktionieren. Im Angesicht dieser These stellt sich jedoch die Frage danach, wie subversive Akte Autorität gewinnen und damit effektiv sein können. Judith Butler (1998[1997]) hat sich diesem Problem zugewandt und kritisiert Bourdieus Beschreibung der Autorisierungsstrategien als zu einseitig und zu statisch. Sie zeigt auf, dass sprachliche

und symbolische Akte manchmal gerade deshalb Wirkung zeitigten, weil sie bewusst mit legitimierenden Kontexten brechen. So verweist sie auf die schwarze Bürgerrechtlerin Rosa Parks, die es wagte, in den 1960ern in den USA in einem Bus in der ersten Reihe unter den Weißen Platz zu nehmen, obwohl dies durch Rassentrennungsgesetze untersagt war. Mit ihrem Verhalten beförderte sie eine Auseinandersetzung, die einen etablierten Legitimitätscode zum Umsturz brachte und insofern muss ihr subversiver Akt als erfolgreich gewertet werden. Aus der Beobachtung solcher und ähnlicher Szenen folgert Butler, dass nicht nur der Macht hat, der mit Autorität zu sprechen/handeln vermag, sondern auch der, der durch den Akt Autorität gewinnt und somit neue Standards setzt.

Die Ansätze von Bourdieu und Butler überschneiden sich in einem wesentlichen Punkt. Beide verweisen auf die Strategien der Autorisierung, die einen performativen Akt erfolgreich machen. Bourdieu betont Kollaboration in einem vorstrukturierten sozialen Universum, wo geteilte Deutungsmuster sicherstellen, dass Machtstrukturen naturalisiert werden und Handlungen von Statusinhabern erfolgreich sind. Butler weitet das Argument aus, indem sie uns auf die Ungereimtheiten, Unklarheiten und Unsicherheiten im sozialen Prozess verweist. Für sie sind performative Handlungen Zitate die vormalige Akte beleihen, wodurch sie meistens in der Lage sind, die Effekte zu reproduzieren, die sich bei jenen Akten einstellten, auf die sie aufbauen. Dies ist jedoch kein Automatismus, da jeder Kontext neue Bedingungen schafft und so auch erprobte performative Akte scheitern können und Platz für neue Autorisierungsstrategien oder Autoritäten machen.

Ich habe Bourdieu und Butler hier ausführlich zitiert, da ihre Theorien eine Erklärung für die Macht bieten, die von der Presse ausgeht und die Akteure beleihen, um ihre Position zu verbessern. Die Presse übernimmt als gesellschaftliches Organ eine wichtige Funktion. Sie gilt als vierte Autorität im Staat und ist von dem Auftrag angetrieben, wichtige, sozial relevante Informationen zu zirkulieren. Daraus lässt sich (theoretisch) der Umkehrschluss ableiten, dass jeder, der in der Zeitung genannt wird, wichtig ist. In diesem Sinne ist die Zeitung ein Organ, das einer Information Nachdruck verleiht. Dies geschieht nicht nur durch massenhafte Zirkulation, sondern auch durch die Autorität, die einer Aussage, Handlung zuerkannt wird, wenn sie durch einen Bericht in der Presse einen offiziellen Charakter erhält. Bürger eignen sich durch

Presseengagement das kulturelle Kapital einer etablierten Institution an und werden so zu relevanten Sprechern. Der Nachruck, mit dem auch Menschen mit geringen Ressourcen an Journalisten herantreten und sie bedrängen, ihre Anliegen zu berichten und ihren Namen zu zitieren, ist gekoppelt an die Macht des geschriebenen Wortes. Es verbreitet nicht nur eine Information, sondern macht sie zu einem relevanten sozialen Fakt.

Mishra und viele andere aufmerksamkeitshungrige Nachwuchspolitiker schürten bewusst die *Wasser*-Kontroverse. Ihr Hauptadressat war die Presse und mit ihr das politische Establishment der Hindu Rechten. Nachdem die Presse Interesse zu bekunden begann, war es unwesentlich, wie groß die öffentliche Zustimmung für ihre Meinung war. So lange Journalisten die Ereignisse für titelblattrelevante Nachrichten hielten, waren auch die Entscheidungsträger in Benaras, Lucknow und Delhi gezwungen, die Sache ernst zu nehmen. Während in Benaras selber widersprüchliche Berichte darüber kursierten, wie viele den Film tatsächlich bedenklich fanden, erschienen die Proteste von Lucknow aus gesehen durch die Vielzahl der Nachrichten potenziert. Die Berichterstattung ließ Benaras als Stadt im Aufruhr erscheinen, wo das öffentliche Leben durch Unruhe und Protest zum Stillstand gekommen zu sein schien. Die Landesregierung wusste daraus ihr eigenes Kapital zu schlagen. Die hindunationale Regierungspartei sympathisierte mit den Protestierenden, wollte sich aber nicht offen gegen ihre Schwesterpartei in Delhi stellen. Der Ministerpräsident Ram Prakash Gupta zog sich geschickt aus der Affäre. Er folgte der ‚Medienwahrheit' und erklärte in einer Pressekonferenz, dass der Wille der Bevölkerung von Benaras zu respektieren sei und Dreharbeiten daher nicht stattfinden könnten (7.2.2002, siehe auch die Berichte am 8.2.2002). Durch einen rhetorischen Trick werden Medienberichte zur lokalen Mehrheitsmeinung und lassen sich für politisch sensible Entscheidungen instrumentalisieren.

Für die Presse waren die Proteste in Benaras eine Bestätigung einer stereotypen Vorstellung von der Stadt Benaras als Hort religiöser Traditionalisten und Ort, an dem die Mehrzahl der Bewohner auch heute noch streng nach hinduistischen (meint hier: brahmanischen) Traditionen lebe. Die Stadtverwaltung in Benaras trug ihren Teil zur Festigung dieser Metanarrative bei, indem sie immer wieder betonte, dass der soziale Frieden in Benaras gefährdet sei, da hier die religiösen Gefühle der Mehrzahl der

Einwohner verletzt würden. Der Erfolg der Protestaktionen hängt damit nicht zuletzt mit der Erwartung auch vor allem von Presseleuten zusammen, dass eine hindukritische Perspektive in Benaras keine Chance haben würde, eine Erwartung, die sich hier erfüllte und so zur Nachricht wurde. Das tatsächliche Ausmaß der Proteste wurde dabei zur Nebensache.

Mishra positionierte sich geschickt in diesem Bedeutungsgewebe, indem er sein Engagement als Teil eines Kulturkampfes inszenierte und damit sich selber und die Stadt Benaras in ein globales Geschehen einordnete. Massenverbreitung seiner Thesen wird dabei zum wichtigen Instrument. Denn nur so konnte eine nationale Debatte über die Grenzen künstlerischer Freiheit entstehen, in der nun auch Mishra – ein ansonsten unbekannter lokaler Akteur – zum Sprecher einer Fraktion im Kulturkampf aufstieg. Sein Engagement erzeugte Resonanz, da es auf ein bereits entwickeltes politisches Bewusstsein traf, dass sich seit den Tagen des Unabhängigkeitskampfes bis heute nach und nach im politischen Spektrum Indiens als hindunationale Position verankert hat (Jaffrelot 1996). Einmal mehr bestätigten die Medien, dass Hindunationalismus eine Kraft ist, mit der man rechnen muss und sie fügten der Liste von Führern viele neue Namen hinzu.

Persönliche Nennung ist hier von größter Bedeutung, denn sie erhebt einen Aktivisten zum Repräsentanten, der für eine ganze Bewegung spricht. In diesem Sinne macht die Zeitung neue Führer, als Kopien so vieler vorheriger Führer. Es wäre weit überzogen zu behaupten, dass eine Nennung in der Zeitung für eine politische Karriere ausreichen würde. Es steht außer Frage, dass mehr nötig ist, um sich in den Kreisen von Machthabern zu etablieren. Es ist ein Kampf, der in politischen Institutionen ausgetragen werden muss. Dennoch bleibt die Presse ein wichtiges Instrument. Sie ermöglicht es Einzelnen in das Rampenlicht der Öffentlichkeit zu treten, ohne dass sich wichtige Posten bekleiden. Auch möchte nicht jeder Politiker werden. Medienberichte sind Arbeit am Ruf, der sich in soziales Kapital umsetzen lässt. Soziales Kapital wiederum hilft, um von der Presse gehört zu werden.

In der hier vorgestellten Debatte auf den Lokalseiten sprechen nicht die Vertreter etablierten politischer Institutionen. Wir sehen uns jedoch auch keinesfalls anonymen Individuen gegenüber. Alle Personen, die zu Wort kommen, werden mit Positionsbezeichnungen versehen, auch wenn es sich dabei z.T. um ehemalige

Positionen (Ex-Landtagsabgeordneter) handelt oder Organisationen mit sehr kleiner Mitgliederzahl. In der Verbindung von Presseauftritten mit Positionsbeschreibungen verknüpft sich die Presseaktivität von ambitionierten Persönlichkeiten mit den Strategien einer etablierten Patronagepolitik. Es findet eine Kombination von zwei Autorisierungsstrategien statt, die aufeinander verweisen. Nachwuchspolitiker nutzen die Presse, um Öffentlichkeit zu generieren. Die Presse wiederum identifiziert die Persönlichkeiten als relevante Sprecher, da sie als Vertreter von Organisationen und damit als Repräsentanten in der Zivilgesellschaft auftreten. Die Titel legitimieren die Sprecher, deren Relevanz durch die Nennung in der Zeitung weiter erhöht wird. Auf eine Person zugeschnittene Organisationen dienen dann nicht mehr nur dazu, Anhängerschaft zu generieren und an sich zu binden, sondern auch als Autorisierungsinstitutionen gegenüber der Presse, die nach repräsentativen Aussagen sucht.

Es findet hier also ein *zirkulärer Prozess der Beleihung von Autorität* statt. Journalisten stützen sich auf Titel und Organisationen, um zitierfähige Individuen zu sondieren. Diese nutzen die Presse als autorisierendes Organ, wodurch sich ihre Stellung in einer Organisation verbessert oder ihre Organisation an Status, Aufmerksamkeit und Einfluss gewinnt. In dem hier diskutierten Fall ist es via die Gründung der KSRSS und seiner vervielfachten Medienpräsenz, dass Mishra ins Zentrum öffentlicher Aufmerksamkeit rückt. Mishra hält an dieser Strategie fest und ist bis heute regelmäßig mit seinen Protestaktion und institutionellen Aktivitäten in den Medien. Er hinterlässt auch vielfältige Spuren im Internet. Der Traum zum Kandidaten der hindunationalen Partei BJP aufzusteigen, hat sich bisher nicht erfüllt. Mishra's wichtigster innerparteilicher Erfolg ist wohl seine Rolle als Leiter der *Interlectuell Cell* der BJP.

Die Presse als Medium für Politik an/von der Basis

Das Beispiel der Anti-*Wasser*-Proteste zeigt, wie sich der Wunsch nach politischer Geltung mit einer Medienpraxis verbindet, die Akteuren Raum gewährt, als Repräsentanten in der Zivilgesellschaft aufzutreten. Der hier diskutierte Fall ist kein Einzelfall, sondern Teil einer Medienpraxis, wie sie sich mit dem rasanten Aufschwung von Regionalzeitungen und Lokalseiten als tägliche Routine etabliert hat. Der Lokalteil

einer wachsenden Anzahl von Zeitungen bietet umfangreichen Platz für die Entfaltung einer neuen Dimension von Führerschaftsinszenierungen. Der Wunsch von Zeitungen nach Auflagensteigerung, die Politik der offenen Tür zusammen mit dem Darstellungswillen von Lokalführern schaffen ein Instrument für die Etablierung einer Politik an und von der Basis. Auf der Suche nach öffentlicher Geltung in einer führerschaftszentrierten Gesellschaft findet im Zusammenspiel von ambitionierten Persönlichkeiten und Journalisten eine Neuverarbeitung etablierter kultureller Techniken der sozialen Anerkennung statt. Im öffentlichen Raum eingespielte Darstellungsformen finden ihr Gegenstück in Lokalnachrichten. Im Zuge der Übersetzung erweitern Patrone das Spektrum der Autorisierungsmechanismen um die Massenmedien. Führerzentrierte Nachrichten sind ein Zugewinn für und zugleich ein Spiegelbild von einer Politik der Geltung.

Die hier beschriebene Medialisierung von Politik von der Basis ist mitbeteiligt an einem signifikanten politischen Wandel, der Regionalparteien stärkt. Der kometenhafte Aufstieg von Regionalparteien markiert einen tief greifenden Wandel in der jüngsten indischen Politik (Jaffrelot 2003; Rajagopal 1996). Medien sind an dieser Entwicklung mitbeteiligt. Aufstrebende Persönlichkeiten und Regionalpolitiker drückten in Interviews sehr deutlich ihren Vorzug für regionalsprachige Zeitungen aus. Sprachliche Gründe spielten ebenso eine Rolle, wie die Tatsache, dass regionalsprachige Zeitungen eher gewillt sind, politische Anliegen aller Größenordnung und Reichweite aufzusaugen und unkommentiert abzubilden. Pande (2006) bringt die Interessensnähe regionalpolischer Schwergewichte und regionalsprachiger Medien folgendermaßen auf den Punkt: „English for the Elite and Hindi for the Power Elite“.

Der Zusammenhang zwischen politischer Bewegung und Regionalpresse ist besonders gut für den Ayodhya Konflikt belegt, der wesentlich zum Wahlerfolg hindunationaler Parteien beigetragen hat. Der Konflikt wurde von radikalen Hindus geschürt, die das Recht durchzusetzen wollen, einen Ram-Tempel auf muslimischem Territorium zu bauen. Der anvisierte Ort in Ayodhya gilt vielen gläubigen Hindus als mythischer Geburtsort des Gottkönigs Ram. Er beheimatete jedoch eine Moschee, die 1992 von radikalen Hindus als Teil ihrer Bewegung für einen Ram-Tempel gewaltsam zerstört wurde. Rajagopal (1996) zeigt wie Hindizeitungen zum Unterstützer dieser Bewegung wurden. Die Berichterstattung gestaltete sich ähnlich wie im Falle des

Wasser-Konfliktes. Neben den dominanten Akteuren berichteten die Regionalzeitungen auf ihren Lokalseiten ausführlich über eine große Zahl von Aktionen und Aussagen eines ganzen Spektrums von Hindu-Aktivisten, die sich für den kontroversen Tempel einsetzten. Dadurch wurde die Bewegung nicht nur mit Leben gefüllt und der Öffentlichkeit verständlich gemacht, sondern medial potenziert und in ihrer spezifischen Gestalt kreiert. Die Zeitungen wurden zum Katalysator für die Weiterführung der Bewegung, indem sie einen Raum öffneten für die Selbstdarstellung von lokalen Führern, ambitionierten Nachwuchstalenten, sowie für die Mitgliederwerbung hindunationaler Organisationen (Rajagopal 2001: 156–211). Der Wunsch von vielen einzelnen Akteuren nach öffentlicher Aufmerksamkeit traf auf die Suche von Lokalreportern nach immer neuen Perspektiven. Indem die Zeitungen sich für die externen Stimmen öffneten, wurden sie zum Organ für die Verbreitung und Intensivierung einer xenophobischen und muslim-feindlichen Bewegung, die hindunationale Parteien nachhaltig stärkte.

Die expandierende Anzahl von Regionalzeitungen nimmt damit eine andere Rolle ein, als sie für andere Massenmedien in Indien konstatiert wurde. Mehrere Studien haben gezeigt, dass (elektronische) Massenmedien in Indien heute dazu beitragen, nationalen Konsens zu befördern und bestimmte stereotype Bilder eines globalisierten Indiens zu zelebrieren (Butcher 2003; Juluri 2003; Mankekar 1999; Mazzarella 2003). Regionalzeitungen fördern Vielfalt. Sie schaffen Raum für alternative politische Formationen und lassen sich vor dem Hintergrund auch mit sogenannten ‚kleine Medien' (*small media*) vergleichen. Kleine Medien komplizieren die politische Debatte, indem sie Raum für Vielstimmigkeit bieten und alternative Sichtweisen befördern können.

Der Begriff ‚klein' in Kleine Medien bezeichnet keinesfalls notwendig die Reichweite oder Wirksamkeit alternativer Plattformen. Der Begriff benennt vielmehr eine Sphäre medialer Kommunikation die zwischen den Massenmedien und dem rein privaten Austausch situiert ist (Spitulnik 2003: 179-183). Typische Beispiele sind Flugblätter, Poster, Weblogs, kopierte Kassetten, Graffitis. Wichtiger als die Form ist aber die dezentrale Kontrolle.

> „[W]hat has been crucial is a notion of these media as participatory public phenomena, controlled neither by big states nor by corporation“ (Sreberny-Mohammadi und Mohammadi, 1994: 20, c.f. Spitulnik 2003: 180)

Gerade in autoritären Regimen, wo Massenmedien unter strenger Zensur der Machthaber zu operieren gezwungen sind, zeigen sich kleine Medien als wirksame Instrumente oppositioneller Politik (Sreberny-Mohammadi 1990; Couldry und Curran 2003). Auch in pluralen Ordnungen, tragen kleine Medien zur weiternden Ausdifferenzierung von Öffentlichkeiten und der Bildung neuer Gegenöffentlichkeiten (Berger 2000) bei. Gut belegt sind die Beteiligung von kleinen Medien an der Re-Artikulation indigener Identitäten (Ginsburg 1999; Michaels 1994), der Entstehung neuer islamischer Formationen (Echchaibi 2009; Eickelman und Anderson 2003; Schulz 2006), sowie politischer Gegenkulturen im Internet (McNair 2006; A. Rao et al. 2008)

Die von mir untersuchten Regionalzeitungen sind keine kleinen Medien. *Hindustan* und *Dainik Jagaran* gehören zu den auflagenstärksten Hindi-Zeitungen in Nordindien. Die redaktionelle Entscheidungshoheit liegt in den Händen von Besitzerfamilien, die dafür bekannt sind, politisch Positionen zu beziehen und Druck auf ihre Redaktionen auszuüben. Dies gilt besonders für politische Kernthemen. Es ist der besondere Charakter der Lokalseiten, der mich zu dem Vergleich mit kleinen Medien animiert. Mit der Politik der offenen Tür betreiben Lokalredaktionen bewusst eine Öffnung auf Bürgeranliegen. Journalisten geben einen Teil der Kontrolle über Nachrichtenflüsse ab, indem sie bereitwillig abdrucken, was von der Leserschaft und durch Informanten an sie herangetragen wird. Politisch ambitionierte Persönlichkeiten nutzen die Offenheit der Medienplattform zur Karriereförderung. Sie unterstützen Lokalredaktionen in ihrem Streben nach detaillierter Berichterstattung durch zuvorkommende Informationspolitik und der Organisation von kleinen und kleinsten ‚Medienspektakeln'. Sie spülen damit eine Bandbreiter lokaler Anliegen und ideologischer Positionen in die Öffentlichkeit, die zu sozialen Bewegungen anschwellen können. solche Politik von Unten dient keinesfalls immer emanzipatorischen Zielen. Die Ayodhya-Bewegung – die zu Pogromen gegen Muslims und Hindu-Muslim Ausschreitungen in vielen Städten führte - zeigt in bedrückender Weise das destruktive

Potenzial, das von politischen Aktivitäten ausgehen kann. Es gibt jedoch auch andere Beispiele, wo marginalisierte Gruppen durch die Zeitung in die Lage versetzt wurden, ihre soziale Situation zu verbessern (Jeffrey 2000; Rao 2010).

Für Patrone ist die Herstellung von Öffentlichkeit wichtiges Element ihrer Arbeit am Ruf, in einer Gesellschaft, in der Reputation wichtiges Kapital zur Etablierung effektiver Netzwerke ist. Investition in mediale Öffentlichkeit potenziert Respekt und Bekanntheitsgrad. Meine Beobachtungen überschneiden sich hier mit Dorothea Schulzes Analysen aus dem Mali. Bewohner nutzen dort lokalsprachige Radiosendungen – in ähnlicher Weise wie öffentlichkeitssuchende Persönlichkeiten in Indien – um den „Namen einer Person groß zu machen“ (Schulz 1999: 173, siehe auch Schulz 2006). Auch in anderen Gesellschaften erfüllt es Menschen mit Genugtung, Freude und Stolz, in den Medien zu erscheinen (Beck et al 2000; Laufer 1995). Mein Artikel hat sich mit den Konsequenzen beschäftigt, die sich aus dieser Politik des Namens für die Gestaltung von Öffentlichkeit ergeben.

In einem viel beachteten Artikel unterscheidet Warner (2002) drei idealtypische Öffentlichkeiten: (1) die vorgestellte Öffentlichkeit klar definierbarer sozialer Einheiten (z.B. Stadt, Nation, Religionsgemeinschaft), (2) die persönlich erlebte Öffentlichkeit in der direkten Begegnung, (3) die durch Texte generierte Öffentlichkeit. Akademische Spezialisierung hat dazu geführt, dass diese verschiedenen Realisierungen von Öffentlichkeit häufig getrennt betrachtet wurden. Dabei entgeht dem akademischen Blick die Vernetzung verschiedener Öffentlichkeitsplattformen. Dahlgren (1991, 1995) fordert daher einen neuen Ansatz in der Medienforschung, der die Verbindungen zwischen zivilgesellschaftlichen Aktivitäten und Medienpraktiken in den Blick nimmt. Diese Ansicht trifft sich mit meinen Bemühungen, um ein besseres Verständnis der gesellschaftlichen Wirksamkeit von Medien. Meine Analyse der im Lokalmedium generierten Öffentlichkeit trägt zugleich zu der von Comaroff und Comaroff (1999) eingeforderten Konkretisierung eines vielschichtigen und polymorphen Begriffes bei. Zivilgesellschaft erscheint nach dem Ende des Kommunismus immer häufiger als der Hoffnungsträger für gerechte soziale Ordnungen. Es scheint fast als würde sie zum Heilsbegriff stilisiert, ohne dass jedoch viel über die tatsächlichen Dynamiken zivilgesellschaftlicher Praxis in verschiedenen kulturellen Kontexten bekannt ist.

Meine Betrachtungen über die dialogische Beziehung zwischen Lokalredakteuren, Nachrichtenmedien und Führungspersönlichkeiten demonstrieren wie Zeitungsdiskurse zur Verlängerung performativer Inszenierungen dienen, oder diese sogar ganz ersetzen können. Medienengagement ist nicht nur thematische Auseinandersetzung, sondern eine kulturelle Technik zur Verbreiterung und Vertiefung von sozialen Beziehungen in einer Netzwerkgesellschaft. Ich habe beschrieben, wie eine etablierte Form öffentlicher Politik ins Massenmedium übernommen wird. Lokalzeitungen bieten ‚kleinen Leuten' Raum für ihre Arbeit am Ruf.

Meine auf Beziehungen angelegte Medienanalyse folgt dem ethnographischen Interesse an interaktiven Prozessen. Indem ich den Blick auf soziale Praxis richte, werbe ich für einen neuen Ansatz in der Journalismusforschung. Meine kurzen Ausführen zu Indien haben vorgeführt, wie die Produktion von Nachrichten tief ins kulturelle Gewebe eingefügt ist. Journalisten als Produzenten von Nachrichten werden von potentiellen Lesern überholt, welche das Schreiben von Pressemitteilungen erlernt und als Instrument für die Produktion von Aufmerksamkeit entdeckt haben. Die Zeitung wird dadurch u.a. zu einer Plattform für die Vertiefung von Prominenz. Diese Praxis verwischt nicht nur die Grenzen zwischen Nachrichtenproduktion und Nachrichtenrezeption. Sie unterläuft auch die Vorstellung, Medien ließen sich von Politik trennen. Medien ordnen keinesfalls nur Politik. Die politische Aneignung von medialen Diskursen gestaltet eine Öffentlichkeit, die als multiple Schnittstelle zu deuten ist. Sie fügt in einer komplexen Matrize die Gegensätze Performanz/Text, Medien/Politik, Produktion/Rezeption zusammen und zwar an einer historischen Schnittstelle, die Neuaneignung befördert.

Literaturnachweise

Agnihotri, Ram Awatar. 1998. *Film Stars in Indian Politics*. Delhi, Commonwealth Publisher.

Austin, J.L. 1972. *Zur Theorie der Sprechakte*. Stuttgart.

Berger, Guy 2000. Grave New World? Democratic Journalism Enters the Global Twenty-first Century. *Journalism Studies* 1(1): 81-99.

Bird, Elizabeth S. 2003. *The Audience in Everyday Life. Living in a Media World*. London, Routledge.

Bourdieu, Pierre. 1990. *Was heißt Sprechen? Die Ökonomie des sprachlichen Tausches*. Wien: Braumüller.

Bourdieu, Pierre. 1991[1979]. *Die feinen Unterschiede. Kritik der gesellschaftlichen Urteilskraft*. Frankfurt, Suhrkamp.

Brass, Paul R. 1965. *Factional Politics in an Indian State. The Congress Party in Uttar Pradesh*. Berkeley: University of California Press.

Brass, Paul R. 1998. *Theft of an Idol. Text and Context in the Representation of Collective Violence*. Calcutta: Seagull.

Brosius, Christiane. 2005. *Empowering Visions. An Ethnography of Hindutva Nationalism and New Media Technologies (1989-1993)*. London: Anthem.

Butcher, Melissa. 2003. *Transnational Television, Cultural Identity and Change. When STAR Came to India*. Delhi: Sage.

Butler, Judith. 1998. *Hass spricht. Zur Politik des Performativen*. Berlin: Berlin Verlag.

Cashman, R. 1970. The Political Recruitment of God Ganapati. *Indian Economic and Social History* 7: 347-373.

Comaroff, John L. and Jean Comaroff (Hg.). 1999. *Civil Society and the Political Imagination in Africa*. Chicago, Chicago University Press.

Couldry, Nick 2004. Theorising Media as Practice. *Social Semiotics* 14(2): 115-132.

Couldry, Nick und James Curran (Hg.). 2003. *Contesting Media Power. Critical Media Studies*. Lanham, Rowman and Littlefield.

Dahlgren, Peter and Colin Sparks (eds.). 1991. *Communication and Citizenship. Journalism and the Public Sphere in the New Media Age*. London: Routledge.

Dahlgren, Peter. 1995. *Television and the Public Sphere*. London: Sage.

Davis, Richard. H. 1996. The Iconography of Rama's Chariot. In: David Ludden (Hg.). *Making India Hindu*. Delhi, Oxford University Press: 27-54.

Dell, Heather S. 2005. 'Ordinary' Sex, Prostitutes, and Middle-Class Wives. Liberalization and National Identity in India. In: V. Adams und S. Leigh Pigg (Hg.), *Sex in Development.* Durham: Duke University Press, S. 187-206.

Dickey, Sara. 1993. *Cinema and the Urban Poor in South India*. Cambridge: Cambridge University Press.

Dickey, Sara (1993a). *Cinema and the Urban Poor in South India*. Cambridge, Cambridge University Press.

Dickey, Sara 1993b. The Politics of Adulation. Cinema and the Production of Politicians in South India. *The Journal of Asian Studies* 52(2): 340-372.

Dickey, Sara 2001. Opposing Faces: Film Star Fan Clubs and the Construction of Class Identities in South India. In: Rachel Dwyer and Christoph Pinney (Hg.). *Pleasure and the Nation. The History, Politics and Consumption of Public Culture in India*. Delhi, Oxford University Press**:** 212-246.

Dirks, Nikolas. 1987. *The Hollow Crown. Ethnohistory of an Indian Kingdom*. Cambridge: Cambridge University Press.

Echchaibi, Nabil P. 2009. From Audiotapes to Videoblogs. The Delocalization of Authority in Islam. *Media Anthropology Network - Working Paper* http://www.media-anthropology.net/echchaibi_audiotapes_videoblogs.pdf.

Eck, Diana L. 1993[1983]. *Banaras. City of Light*. Delhi: Penguin Books.

Eckert, Julia. 2003. *The Charisma of Direct Action. Power, Politics, and the Shiv Sena*. Delhi: Oxford University Press.

Eickelman, Dale F. and Jon W. Anderson (Hg.). 2003. *New Media in the Muslim World The Emerging Public Sphere*. Indiana, Indiana University Press.

Eschmann, Anncharlott, Hermann Kulke und Gaya Charan Tripathi (Hg.). 1978. *The Cult of Jagannath and the Regional Tradition of Orissa*. Delhi: Manohar.

Freitag, Sandra B. 1989. *Collective Action and Community. Public Areas and the Emergence of Communalism in North India.* Berkeley: University of California Press.

Friedlander, Peter, Robin Jeffrey, Sanjay Seth. 2001. 'Subliminal Charge'. How Hindi-Language Newspaper Expansion Affects India." *Media International Australia* 100: 147165.

Ginsburg, Faye D. 1999. Shooting Back: From Ethnographic Film to Indigenous Production/Ethnograpy of Media. T. Miller and R. Stam (Hg.), *A Companion to Film Theory*. Malden, Mass, Blackwell**:** 295-322.

Hardgrave, Robert L. Jr. and Anthony C. Neidhart 1975. Films and Political Consciousness in Tamil Nadu." *Economic and Political Weekly* 10(1/2): 27

Hartley, John. 1982. *Understanding News*. London, Mithuen.

Huntington, Samuel P. 1997. *Kampf der Kulturen oder Weltkultur?* Frankfurt: Alfred Herrhausen Gesellschaft für internationalen Dialog.

Jaffrelot, Christophe. 1996. *The Hindu Nationalist Movement and Indian Politics 1925 to the 1990s. Strategies of Identity-Building, Implantation and Mobilisation*. Delhi: Viking.

Jaffrelot, Christophe. 2003. *India's Silent Revolution. The Rise of the Lower Castes in Indian Politics*. Delhi: Permanent Black.

Jeffrey, Robin. 1993. Indian-Language Newspapers and Why They Grow. *Economic and Political Weekly* 28 (38): 2004-11.

Jeffrey, Robin. 1997. Hindi: 'Taking to the Punjab Kesari Line'. *Economic and Political Weekly* 32 (3): 77-83.

Jeffrey, Robin. 2000. *India's Newspaper Revolution: Capitalism, Politics and the Indian Language Press 1977-1999*. Delhi: Oxford University Press.

Juluri, Vamsee. 2003. *Becoming a Global Audience. Longing and Belonging in Indian Music Television*. New York: Peter Lang.

Kaur, Raminder. 2001. Rethinking the Public Sphere. The Ganpati Festival and Media Competitions in Mumbai. *South Asia Research* 21 (1): 23-50.

Kaur, Raminder. 2003. *Performative Politics and the Cultures of Hinduism. Public Uses of Religion in Western India*. Delhi: Permanent Black.

Kohli-Khandekar, Vanita 2006 [2003]. *The Indian Media Business*. Delhi, Response Books.

Laufer, Peter. 1995. *Inside Talk Radio. America's Voice or Just Hot Air?* New York, Birch Lande Press.

Mankekar, Purnima. 2002. Epic Contests. Television and Religious Identity in India. In: F. D. Ginsburg, L. Abu-Ludghod und B. Larkin (Hg.), *Media Worlds*. Berkeley: University of California Press, S. 134-151.

Manning, Paul. 2001. *News and News Sources. A Critical Introduction*. London: Sage.

Michaels, Eric. 1994. *Bad Aboriginal Art. Tradition, Media, and Technological Horizons*. Minneapolis, Univ. of Minnesota Press.

Moorti, Sujata 2004. Fashioning a Cosmopolitan Tamil Identity. Game Shows, Commodities and Cultural Identity. *Media, Culture and Society* 26(4): 549-567.

Kohli-Khandekar, Vanita 2006 [2003]. *The Indian Media Business*. Delhi, Response Books.

McNair, B. 2006. *Cultural Chaos. Journalism, News and Power in a Globalised World.* London, Routledge.

Ninan, Sevanti. 2007. *Headlines from the Heartland*. Delhi, Sage.

Mazzarella, William 2003. *Shoveling Smoke. Advertising and Globalization in Contemporary India.* Durham, Duke University Press.

Mines, Mattison. 1996. *Public Faces, Private Voices. Community and Individuality in South India.* Delhi: Oxford University Press.

Peterson, Mark Allen. 1996. *Writing the Indian Story. Press, Politics and Symbolic Power in India*. Unpublished dissertation thesis, Brown University, Providence.

Postill, J. and Birgit Bäuchler (Hg.) 2010. *Theorising Media and Practice*. Oxford: Berghahn.

Price, P. G. (1989). Kingly Models in Indian Political Behavior. *Asian Survey* 29(6): 559-572.

Rajagopal, Arvind. 2001. *Politics after Television. Hindu Nationalism and the Changing of Indian Public*. Cambridge University Press.

Rao, Aparna, Michael Böllig, Monika Böck (Hg.). 2008. 'Virtual' Discourse and the Creation and Disruption of Social Networks. In: A. Rao, M. Bollig and M. Boeck (Hg.), *The Practice of War*. Oxford, Berghahn, S. 253-283.

Rao, Ursula. 2003. *Kommunalismus in Indien. Eine Darstellung der wissenschaftlichen Diskussion über Hindu-Muslim-Konflikte*. Halle: Universität Halle.

Rao, Ursula. 2006. News from the Field. The Experience of Transgression and the Transformation of Knowledge during Research in an Expert-Site. In: U. Rao and J. Hutnyk (hg.) *Celebrating Transgression*. Oxford: Berghahn, S. 23-37.

Rao, Ursula. 2008. Writing Infotainment. Commercialisation and the emergence of a new style of political reporting in India. In: Proceedings of the 17th Biennial Conference of the Asian Studies Association of Australia, Melbourne. http://www.arts.monash.edu.au/mai/asaa/ursularao.pdf

Rao, Ursula. 2009. Empowerment through local news-making. Studying the media/public interface in India.' In: Elizabeth Bird (Hg.) *Anthropology of News*. Indiana University Press.

Rao, Ursula 2010. *News as Cultures. Journalistic Practices and Remaking of Indian Leadership Traditions*. Oxford: Berghahn.

Saltzman, Devyani. 2005. *Shooting Water*. Toronto: Key Porter Books.

Sahay, Uday (Hg.). 2006. *Making News. Handbook of the Media in Contemporary India*. Delhi, Oxford University Press.

Sahlins, Marshall. 1963. Poor Man, Rich Man, Big-Man, Chief: Political Types in Melanesia and Polynesia. *Comparative Studies in Society and History* 5 (3): 285-303.

Schnepel, Burkhard. 2006. Jagannath: Eine ostindische Gottheit im Spannungsfeld politisch-ritueller Machtkämpfe. In: Ursula Rao (Hg.), *Kulturelle VerWandlungen. Die Gestaltung sozialer Welten in der Performanz*. Frankfurt: Peter Lang, S. 285-304.

Schulz, Dorothea E. 1999. 'In pursuit of Publicity'. The Radio and the Imagination of a Moral Public in Urban Mali. *Afrika Spectrum* 34(2): 161-185.

Schulz, D. E. (2006). Promises of (Im)mediate Salvation. Islam, Broadcaster Media, and the Remaking of Religious Experience in Mali. *American Ethnologist* 33(2): 210-229.

Sharma, Andrew. 1998. India and Its Media. Commercialization, Liberalization and Democratization. In: A. B. Albarran and S. M. Chan-Olmsted. (Hg.), *Global Media Economics*. Ames: Iowa State University Press**:** 255-265.

Sigal, Leon V. 1973. *Reporters and Officials. The Organization and Politics of Newsmaking*. Lexington, Mass.: D.C. Heath and Company.

Spitulnik, Debra 2003. Alternative Small Media and Communicative Spaces. In: G. Hydén, M. Leslie and F. F. Ogundimu (Hg.), Me*dia and Democracy in Africa*. Transaction Publishers, S. 177-206.

Sreberny-Mohammadi, Annabelle. 1990. Small Media for a Big Revolution. Iran. *Politics, Culture, and Society* 3(5): 341-371.

Sreberny-Mohammadi, Annabelle and Ali Mohammadi 1994. *Small Media, Big Revolution*. Minneapolis, University of Minnesota Press.

Stahlberg, Per. 2002. *Lucknow Daily. How a Hindi Newspaper Constructs Society*. Stockholm: Almqvist and Wiksell.

Stein, Burton (Hg). 1978. *South Indian Temples. An Analytical Reconsideration.* Delhi: Vikas.

Thussu, Daya Krishan 2007a. The 'Murchochization' of News? The Case of Star TV in India. *Media, Culture and Society* 29(4): 593-611.

Thussu, Daya Krishan. 2007b. *News as Entertainment. The Rise of Global Infotainment*. London Sage.

Warner, Michael 2002. *Publics and Counterpublics*. London, MIT Press.