

Fernsehen mit Yak und Yeti

Die Entwicklung der Medientechniken im Hindukush-Himalaya

Kurt Luger

Der Hindukush-Himalaya bildet das größte Gebirgssystem dieser Welt mit einer Ausdehnung von 3.500 km von Ost nach West und 300 – 500 km von Nord nach Süd. Er ist auch das am dichtesten besiedelte Gebirge der Welt. Rd. 140 Millionen Einwohner leben in den Talschaften und siedeln bis auf Höhen von 4500 Meter, wo sie den Böden die Nahrung abringen. Die Subsistenzbauern des Hindukush-Himalaya (HKH) gehören zum ärmsten Teil der Weltbevölkerung. Stark in ihrem religiös verankerten Kultursystem eingebunden, haben sie eigenständige Kulturtechniken und Lebensformen entwickelt, ein reichhaltiges Wissen zur Bewältigung des Lebens in einer Umwelt, die sie vor extrem großen Herausforderungen stellt.

In diesem Gebirgszug mischen sich drei Weltreligionen – Buddhismus, Hinduismus und Islam – und stehen sich drei Atomkräfte – China, Indien und Pakistan – teils feindlich, teils mit Mißtrauen gegenüber. Die größte Bedrohung stellt aber die Natur selbst dar. Die reiche Biodiversität wird gefährdet durch zahlreiche Eingriffe: den Holzeinschlag, notwendig aufgrund des Bevölkerungswachstum, ohne ausreichende Aufforstung; Überweidung; Monokulturen im Landbau; Zerstörung von fruchtbaren Böden durch Muren, Erdbeben, natürliche Erosion (verschlimmert durch schwere Regenfälle im Monsun) und Erosion ausgelöst durch Straßen- bzw. Wegebau und Rodungen, um die wichtigsten zu nennen. (ICIMOD 1998)

Diese schwierigen Lebensbedingungen und die Armut der Menschen haben dazu geführt, daß viele Entwicklungshilfeeinrichtungen in dieser Region tätig sind. Die lange Isolation und Abgeschiedenheit der Bergvölker macht sie zu schwierigen Partnern der Entwicklungszusammenarbeit, weil sie neuen Ideen und Techniken mit Skepsis und Zurückhaltung begegnen. Die österreichische Entwicklungszusammenarbeit hat die Region Hindukush-Himalaya als Schlüsselregion und Bhutan, Nepal und Pakistan als Schwerpunktländer der bilateralen Hilfe definiert. (Lennkh 1997) Entwicklung bedeutet nicht nur Veränderungen und Verbesserungen der Lebensbedingungen der Menschen, sondern auch die langfristige Sicherung des Erreichten durch besondere Bedachtnahme auf die Umwelt und die natürlichen Ressourcen. „Sustainable Development“ ist die Zielsetzung, ein Anspruch, der Ökonomie, Ökologie, Kultur und Gesellschaft gleichwertig betrachtet und somit ein holistisches Konzept verfolgt. (Vgl. Reid 1995)

In den Bergen und Tälern des HKH, die nicht an den großen Handelswegen und Transversalen (wie etwa dem Karakorum-Highway) liegen, wird Kommunikation im traditionellen Sinn praktiziert. Durch Volksmusik und Märchenerzählungen werden Geschichten oral weitergegeben, von Generation zu Generation. Manche Sprachen bzw. Dialekte sind gar keine Schriftsprachen, weil ein großer Teil der Bevölkerung nicht lesen konnte und auf mündliche Vermittlung angewiesen war. Noch heute ziehen Erzähler durch die Berge und erzählen Fabeln, Klatsch und Begebenheiten von hier und dort. Religiöse Feste und Zusammenkünfte im Jahresablauf, die den Rhythmus des Lebens bestimmen, werden zum Austausch von Neuigkeiten und Wissen genutzt. So werden auch Kenntnisse über Kräuter und Anbaumethoden ohne Niederschrift tradiert, wandern die Erfahrungen von Dorf zu Dorf. (Stevens 1996) Nicht nur in Nepal gibt es bis heute den „mail runner“, den Briefträger und gleichzeitig Überbringer von Neuigkeiten. Im Sherpaland läuft ein kräftiger junger Bursche täglich vom Hauptdorf Namche Bazar hinunter zu dem kleinen Airstrip nach Lukla und bringt die Briefe und Karten der Einheimischen und Touristen zum Flugzeug. Am nächsten Tag kommt er zurück, mit Post

für die Einheimischen und den Nachrichten sowie Gerüchten aus der Hauptstadt. Daran hat sich nichts geändert, auch wenn es seit kurzem über 100 Telephonanschlüsse in den Dörfern im Mount Everest Nationalpark gibt und einige Satellitenschüsseln televisionäre Attraktionen auf die Bildschirme in wohlhabende Sherpa-Haushalte bringen. Persönliche Kommunikation regiert die Austauschbeziehungen in dieser Kultur, die im Schatten der höchsten Berge der Welt ihre Besonderheiten entwickelt hat, und nur dort, wo mit dem Tourismus die Modernität Einzug gehalten hat, gibt es Veränderungen auch in den Interaktionsformen der Einheimischen. (Luger 2000)

Kultureller und sozialer Wandel

Ausgeprägter als in anderen großen Gebirgsräumen gibt es im HKH das Nebeneinander von Armut und Wohlstand, von Rückständigkeit und Modernität, von Spiritualität und Materialismus sowie von Harmonie und Zerstörung. Das Stichwort, das die Situation aber am deutlichsten bezeichnet, heißt Wandel – und zwar hinsichtlich Gesellschaft, Kultur und Ökonomie. In der Vormoderne dauerte es Jahrzehnte und noch länger, bis sich Wandelprozesse durchsetzten, ihre Geschwindigkeit war gekennzeichnet von natürlichen Zyklen, und nur wenige Schöpfungen wie etwa die Technik der Flußregulierung, der Einsatz künstlichen Düngers oder der Anbau von Feldfrüchten, die aus anderen Kontinenten importiert wurden (z.B. Kartoffel und Mais), schafften den Durchbruch, brachten schnelle Veränderungen in den Lebensformen und Kulturtechniken. Heutzutage bestimmen der Mensch, die Technologie, die Effektivität von Organisationen und Einflüsse von außen das Tempo des Wandels. Das Bild der regionalen Rückständigkeit des HKH bedarf also einer Korrektur insofern, als der Transformationsprozess in manchen Regionen mit einer erstaunlichen Vehemenz den „Rhythmus der Dörfer“ im Himalaya verändert.¹

Der am deutlichsten erkennbare Veränderungsfaktor schlägt sich im Bevölkerungszuwachs nieder, der jenseits von jährlich 2 % im Schnitt liegt. Mehr als 30 % der 140 Millionen Einwohner sind jünger als 15 Jahre. In früherer Zeit wuchs die Bevölkerung viel langsamer. Die bessere medizinische Versorgung eliminierte etliche epidemische Krankheiten und reduzierte die Säuglingssterblichkeit. Die Todesrate konnte gesenkt werden, jetzt lautet die neue Herausforderung Senkung der Geburtenrate, um die Lebensqualität zu erhöhen.

Der Boden kann die Menschenmassen nicht ernähren, und weil auch die Erträge sinken, wird vielfach chemischer Dünger verwendet, ohne Rücksicht auf langfristige Konsequenzen. Die traditionelle Landwirtschaft – Ackerbau und Viehzucht – reicht zur Subsistenz in vielen Gebieten nicht mehr aus. Arbeitsmigration sind Möglichkeit für die weniger Gebildeten oder jene, die überhaupt kein Kapital haben. Eine zunehmende Zahl versucht jedoch im Kleingewerbe Fuß zu fassen, als Zusatz zur Subsistenzwirtschaft. So weicht die frühere Isolation und Selbstversorgung tendenziell – nicht überall bestehen die Ressourcen dafür – einem kleingewerblich-marktorientierten Handeln bzw. wird von geldökonomischen Austauschbeziehungen ergänzt.

¹ In ethnologischen und kultursoziologischen Untersuchungen wird davon ausgegangen, dass Kultur nicht nur eine Lebensart darstellt, sondern als Totalität des sozialen Erbes, als die Summe ihrer sozialen Institutionen und Konfigurationen, ihrer Künste, ihres Wissens, als Einheit der Formen ihrer Religion, ihrer Ritual- und Zeremoniehandlungen, ihrer Techniken, ihrer Produktionsformen und ihrer materiellen Güter. Die europäische Kultur hat die Trennung von Gesellschaft, Ökonomie und Natur im zivilisatorischen Prozess und die Einheit der Lebenszusammenhänge aufgebrochen. Akkumulation und Expansion waren die treibenden Prinzipien, zweckrationales, auf Gewinn und Vorteil bedachtes Handeln beherrschen Produktion und Tausch. So wurden die industrialisierten Kulturen zu einer Bedrohung der kosmogeneren und traditionelleren Kulturen, deren ganzheitliches Verhältnis von Mensch und Natur, ihre Mythologie, die dem zweckrationalen Denken entgegensteht, vom europäischen Konzept überlagert und im Laufe der Zeit zerstört. (Vgl. Luger 1995)

Diese Marktorientierung hat auch zu Entwicklungen im Obst- und Gartenbau geführt. Neue Produkte wie Äpfel oder Käse, die in manchen Tälern Nepals angebaut bzw. produziert werden, sind klar auf Entwicklungsprojekte internationaler Organisationen oder einzelner Geberländer zurückzuführen. Der kommerzielle Erfolg ist aufgrund hoher Anfangsinvestitionen und der schwierigen Transport- und Marktverhältnisse allerdings oft nur bescheiden. (Vgl. IEZ 2001)

Wie in den Alpen gibt es auch im HKH deutliche Urbanisierungstendenzen. Jugendliche mit höherer Ausbildung – der Anteil der alphabetisierten Bevölkerung ist ebenfalls deutlich gestiegen – werden zur Abwanderung in die Städte oder ins Ausland geradezu gezwungen, da sie in den Dörfern keine adäquate Beschäftigung finden. (Luger 2000) Die Märkte in Agglomerationen ziehen auch weniger Qualifizierte an und tragen so zu deren völlig unkontrolliertem Wachstum bei, was zu gravierenden Umweltproblemen führt. Bürokratien wie Wirtschaft sehen sich vor Schwierigkeiten, die ihre Problemlösungskapazitäten bei weitem übersteigen (etwa Müllentsorgung, Luftverschmutzung, Verkehr, Arbeitslosigkeit, Kriminalität usw.). (Vgl. United Nations Environment Programme 2001)

Die fünfte Dimension des Wandel betrifft die Öffnung nach außen – durch Marktbeziehungen, berufliche Migration, Reisen, Medien und „neue“ Informations- und Kommunikationstechnologien. Von diesen Faktoren gehen die vehementesten Veränderungen aus - zum Vorteil als auch zum Nachteil der lokalen Bevölkerung. Diese Widersprüchlichkeit des sozialen Wandels drückt sich v.a. im internationalen Tourismus aus, der in den meisten Regionen erst seit 20, 30 Jahren eine relevante Größe darstellt. (Vgl. Sharma 1998) Verantwortlich gemanagt bietet dieser ein wirtschaftliches Potential, das vielen Menschen ein zusätzliches Einkommen bietet und die Besonderheiten des fragilen Ökosystems nicht nur respektiert, sondern auch zu seinem Schutz beiträgt. Vielfach führte die Errichtung touristischer Infrastruktur jedoch zur Zerstörung der Umwelt und ramponierte das soziale bzw. kulturelle Gefüge, ohne daß ein großer Anteil der Einheimischen davon ökonomisch profitierte. (Vgl. East/Luger 1998) Regionale bewaffnete Konflikte und andere negative Einflüsse haben in manchen Regionen zu heftigen Rückgängen geführt (etwa in Kaschmir), und Veränderungen in den Lebensstilen der Bevölkerung in den Industriestaaten haben einige Gebiete des Himalaya zu vielfach frequentierten Destinationen des Trekking- und Abenteuer-tourismus gemacht (v.a. die Trekkingrouten in Nepal und Ladakh).

In den Tourismusregionen Nepals liegt der Lebensstandard deutlich höher als im Rest des Landes. (Vgl. Nepal 1999; Sharma 2000) Die Sherpas, die seit rund 40 Jahren vom Tourismus profitieren und deren größere Dörfer auch über Strom verfügen, können als Musterbeispiel einer Gesellschaft im Umbruch gelten. Nach der Besetzung Tibets durch China kam zwar ihr Transhimalaya-Handel fast völlig zum Erliegen, aber die Sherpas konnten mit dem Tourismus einen neuen Wirtschaftszweig aufbauen. Ihre größere Mobilität durch die Handelsbeziehungen schlägt sich auch in einer größeren kulturellen Durchlässigkeit nieder. (Adams 1996) Diese Außenorientierung verkörpert beispielhaft „Cybersherpa“ Jangbu, der im größten Dorf auf dem Weg zum Mount Everest eine Lodge betreibt, die gleichzeitig der höchstgelegene Internetshop der Welt sein dürfte.

Technologische Rückständigkeit

Von dem Wohlstand, der sich um die Tourismuszentren gebildet hat, sind nicht nur die Hügelregionen Nepals, sondern auch viele andere Gebiete des HKH weit entfernt. Moderne Technologien sind – falls überhaupt - über eine sehr rudimentäre Infrastruktur nicht hinausgekommen. Nur die größeren Orte bzw. regionale Zentren verfügen über Telefon. Straßen

werden zwar mehr und mehr gebaut, aber eine Gewähr, daß sie auch erhalten werden können, gibt es in den Bergen nicht. Radios, durchziehende Händler, Touristen und Verwandtschaftsbesuche stellen einen Bezug zur Welt „dort draußen“ her. Ein Großteil dieser Menschen kann nicht lesen, nicht schreiben, nicht rechnen, verfügt über keine Schulbildung.

Die Bergregionen des Hindukush-Himalaya sind von der technologischen Informationsrevolution bislang nicht erfaßt worden. Die tabellarische Darstellung vergleicht nur die Länderwerte und verzerrt die Dissemination von Medientechniken nach oben. In den Daten wird nicht berücksichtigt, daß in den Städten und den Ebenen die Ausstattung mit Kommunikationstechnologie wesentlich besser ist, was die Situation im Bergland nur noch trostloser erscheinen läßt. Die durchschnittliche Analphabetenrate der gesamten Region liegt bei 35 %, aber Afghanistan, Pakistan, Nepal und Tibet kommen auf 50 bis 70 %. In den entlegenen Distrikten Nepals können Frauen zu 90 % weder lesen noch schreiben. (Nepal South Asia Centre 1998) Auf 100 Einwohner des HKH kommt eine Telephonleitung. Nur in 2,5 % der Dörfer Tibets gibt es trotz der Modernisierungspolitik von China Telecom einen Telephonanschluß. Zeitungen – in parlamentarischen Demokratien Garanten demokratischer

Medientechnologische Infrastruktur und Nutzung in den Hindukush-Himalaya-Ländern

Country	Adult literacy rate 1999 1)	Youth literacy rate 1999 1)	Radio (per 1000 people) 1999 2)	Television sets (per 1000 people) 1999 2)	Cable subscribers (per 1000 people) 1999 2)	Telephone main lines (per 1000 people) 1990 /1999 1)	Personal Computers (per 1000 people) 1999 2)	Internet Users (per 1000 people) 1999 2)	Internet hosts (per 1000 people) July 2000 2)	Mobile phones subscribers 1990 / 1999 1)	Electricity consumption (Kilowatt per capita 1998 1)		
Afghanistan	68,5 4)	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-		
Bangladesh	40,8	50,2	50	7	-	2	3	1	50	0	0	1	81
Bhutan	45 3)	-	17 5)	-	-	4	18	-	-	2,1	0	0	-
India	56,5	71,8	121	75	35	6	27	3,3	2,8 00	0,3 2	0	2	384
China	83,5	97,5	334	292	47,2	6	86	12,2	8,9 00	0,6 9	0	34	746
Myanmar	84,4	90,7	70	7	0	2	6	1,1	1	0	0	0	64
Nepal	40	58,5	39	7	2,9	3	11	2,7	35	0,3 5	0	0	47

Pakistan	45	62,7	104	119	0,1	8	22	4,3	80	0,4	0	2	337
----------	----	------	-----	-----	-----	---	----	-----	----	-----	---	---	-----

Sources: 1) UNDP: Human Development Report 2001; 2) www.worldbank.org/data/wdi/2001/pdfs/tab5/_10.pdf; 3) www.nsr.gov/db/lookup/ISO; 4) Unesco-Statistik 1994; 5) UNDP 1997.

Die Zahlen basieren auf Erhebungen der UNESCO bzw. der International Telecommunication Union. Über die Validität der Angaben kann keine Gewähr gegeben werden. Derart aggregierte Daten enthalten immer auch Hochrechnungen bzw. Schätzungen, damit viele Unsicherheitsfaktoren. Systematische Erhebungen wie in den westlichen Industrieländern liegen nicht vor.

Werte – sind im HKH kein weit verbreitetes Massenmedium. Die Auflagenzahl aller Tageszeitungen pro Einwohner liegt bei 14 auf 1000 (Nepal: 7:1000, Bhutan und Pakistan: 6:1000; zum Vergleich Österreich: ca. 300:1000). In den Bergen ist eine Versorgung mit Tageszeitungen, die fast alle in den Hauptstädten erscheinen, schon technisch überhaupt nicht möglich. Die Menschen hier und dort leben tatsächlich in völlig unterschiedlichen Welten und die Lücke wird täglich größer.

Allerdings verändert sich im Bereich der neuen Technologien die Situation von Monat zu Monat, mit Zahlen ist daher vorsichtig umzugehen. In Bhutan wurden 1999 zum 25. Thronjubiläum des Königs Internet (Druknet <www.druknet.net.bt> von Bhutans Telecom-Behörde verwaltet und von UNDP mitfinanziert) und die nationale Fernsehanstalt Bhutan Broadcasting Service (BBS) gleichzeitig eingeführt. Erst 1990 war das Telefon eingeführt worden und 1998 führte die Regierung ein neues digitales Telefonsystem ein, das rund 160 Millionen USD kostete. (IPS 1999)

Der Besitz eines Fernsehers war im kleinen Himalaya-Königreich Bhutan bis zur Fußball-WM 1998 illegal. Für die Zeit der Spiele wurde den Botschaften und internationalen Organisationen, die Satelliten-TV-Anlagen hatten, erlaubt, einheimische Gäste zu Live-Übertragungen einzuladen. Das große indische Straßenbauunternehmen „Indian Border Roads“ lud alle Bürger des Landes in seine Baucamps ein, wo sie die WM mitverfolgen konnten. Der Ansturm war erheblich und machte deutlich, daß Bhutans televisionäre Isolation das Jahrtausend nicht überstehen konnte. Sie war auch in ihrer Wirkung längst durchlöchert, denn in den größeren Siedlungen und Städten waren die Dächer voll mit Satellitenschüsseln, konnte man Videokassetten kaufen oder leihen und die wohlhabenderen Bürger verfügten längst über die notwendige Ausstattung, durch die sie sich Bollywood ins Haus holten. (IPS 1998)

„Wir bestimmen das Tempo selbst, in dem wir uns entwickeln“, sagte die Königin in ihrer Inaugurationsrede. BBS sendet täglich eine Stunde terrestrisches Fernsehen, das nur in der Sprache der politisch dominanten Volksgruppe der Drukpas, in Dzongkha, gesendet und nur in der Hauptstadt Thimpu empfangen werden kann. Es wird das Radio noch lange das einzige im ganzen Land zu empfangende Medium sein, aber der kleine Bergstaat hat Anschluß an das audiovisuelle Weltmediendorf gefunden. (Vgl. Schweikle 1999)

In Pakistan hat der Staat ein Monopol auf die nationale Telekommunikationsversorgung, betreibt auch einen eigenen ISP (Paknet). In den größeren Städten wie Karachi, Lahore, Rawalpindi und Islamabad sind aber an die 150 ISP tätig. Im Jahr 2000 schätzte man die Zahl der account holders auf 250.000 und die Nutzer auf rd. 1,2 Millionen. (Ara 2001) Im Oktober 1999 wurde in Gilgit, dem Verwaltungszentrum der Nordprovinz des Landes, ein neuer POP-Service eingerichtet. Mit kanadischer Technologie von der Commission on Science and Technology for Sustainable Development in the South (COMSATS) initiiert, ist dies er erste

derartige Versuch in den entlegenen Berggebieten. Im April 2000 nutzten rd. 100 Personen dieses Service, viele davon Nichtregierungsorganisationen und Tourismusbetriebe. (Vgl. Akhtar/Gregson 2001) Angesichts der wachsenden Islamisierung des Landes und der Einführung des Korans als Verfassungsgrundlage sind solche Informationsfenster zur Welt von besonderer Bedeutung, weil sie der Zensur leichter entschlüpfen als Rundfunk oder gedruckte Medien.

Wie überall im Hindukush-Himalaya, wo neue Technologien eingeführt werden, vollbringen die Nutzer unglaubliche Technologiesprünge. Zeitpuffer, um sich an die Modernität zu gewöhnen, gibt es nicht. Selbst in Lhasa, der Hauptstadt Tibets, startete Lhasa Telecom nach der Verlegung des Lanzhou-Xining-Lhasa-Kabels im Jahr 1998 mit einem Internet Service. An die 400 Internet-Abonnenten und an die 20 000 Handy-Nutzer soll es damals in den Städten der Autonomen Region Tibet (TAR) schon geben haben. (Tibetan Bulletin July-August 1999) Ein Jahr später waren es bereits 2000 Internetnutzer und ein weiterer ISP (CERNET – China Educational Research Network) startete den Betrieb. Angesichts der hektischen Betriebsan-siedlungspolitik – chinesische Firmen erhalten hohe Steuerbegünstigungen, wenn sie in Tibet investieren – eröffnet sich für die Telekommunikationsbranche eine große Chance. (Vgl. Akhtar/Gregson 2001) Auch die afghanische Taliban-Regierung investierte in Kommunikation, wollte mit modernen Mitteln den gesellschaftspolitischen Rückschritt sichern. Mit Telephone Systems International (TSI) aus New Jersey fanden sie einen US-amerikanischen Partner, der sogar 80 % der Investitionen für das digitale Telefonsystem bestritt. (Gulf Times vom 21.2.2000)

K@mandu Cybervalley

Von den drei österreichischen Partnerländern im HKH weist Nepal die weitaus größte Dynamik im Bereich der ICTs wie im gesamten Medienbereich auf. 1985 wurde Fernsehen eingeführt und ein eigenes Programm – Nepal Television (NTV) – entwickelt, mit großer Unterstützung Japans, was die technische Seite betrifft, und der South Asia Media Association (Malaysia), was Programme und Training der TV-Journalisten betrifft. (Vgl. Institute for Integrated Development Studies 1996) Wie Radio Nepal und ein Großteil der Printmedien ist das Fernsehen staatlich kontrolliert und sendet aus seinem Headquarter im Regierungsbezirk. Dies mag einer der Gründe sein, die Verbilligung von Satellitenantennen und die Einführung von Kabelfernsehen zwei andere, weshalb Zuseher den ausländischen, zumeist privaten Fernsehkanälen wie Star Movies, ZeeTV oder dem indischen Staatsfernsehen Doordarshan weitaus mehr Aufmerksamkeit schenken als dem hausgemachten Programm.

Seit der Einführung einer konstitutionellen Monarchie mit Parlament und König (Westminster Modell) im Jahr 1990 sind Liberalisierungen in der Mediengesetzgebung erfolgt, die jetzt langsam Wirkung zeigen. Mit dem National Broadcasting Act 1992 wurde der Grundstein für die Lizenzerteilung an private Radiostationen gelegt. (Vgl. Rao/Koirala 2000) Während Radio Nepal über Mittel- und Kurzwelle im gesamten Land zu hören ist, sendet etwa die kommerzielle Radiostation FM Kantipur (die zum größten Medienkonzern des Landes, Kantipur Publications, gehört, der auch zwei der auflagenstärksten Zeitungen herausgibt) seit 1995 auf UKW. (Harkonnen 1998) Von dem auf Jugendliche und junge Erwachsene zugeschnittenen und weitgehend englischsprachigen Programm der privaten FM-Stationen in der Hauptstadt mit überwiegend oder großen Teilen anglo-amerikanischer Musik, unterscheidet sich das erste „public radio“ Südasiens – Radio Sagarmatha – deutlich. Es sendet ausschließlich in Nepali, und bringt entsprechend seinem kulturpolitischen Selbstverständnis vorwiegend lokale Musik einschließlich „eastern classics“. Seit April 1997 on air finanziert es sich – im Unterschied zu den privaten Stationen – nicht aus Werbeeinnahmen, sondern wird getragen

vom Forum of Environmental Journalists und es bekommt auch Zuwendungen von internationalen Entwicklungsorganisationen. (Vgl. Pringle/Luger 1999) 1999 kam Bewegung in den FM-Frequenzbereich. Weitere Radiolizenzen wurden zugeteilt, u.a. an die Municipality von Kathmandu und an private Trägerorganisationen in anderen Teilen des Landes.

Im Jahr 2000 rang sich die Regierung des Landes zu einer Telecommunication Policy durch, und beendete damit eine mehrjährige Debatte, die auch über die Printmedien ausgetragen wurde. Die im neunten Fünfjahresplan der Planning Commission (1995-2002) vorgesehene Privatisierung des Telekommunikations- und Mediensektors eröffnet die Chance zu einer weiteren Demokratisierung und Modernisierung des Landes, das ein „downloading of global knowledge“ zweifellos nötig hat. (Vgl. Stiglitz 2000) Insbesondere erhofft man sich dadurch im Bildungs- und Wirtschaftsbereich die notwendigen Impulse, um das Land aus seiner Armut zu führen. (Vgl. Mansell/Wehn 1998) In dem Dokument werden keine Zweifel daran geäußert, daß sich Nepal – will es die Lücke zu höher entwickelten Ländern verkleinern – möglichst rasch der neuen ICTs bedienen soll. Die neuen Technologien haben eine hohe Priorität im Entwicklungsprozess des Landes. Dies unterstreicht auch eine Studie der International Telecommunication Union. (ITU 2000)

Die Geschwindigkeit, mit der Regierungen und Minister wechseln, ist allerdings viel höher als die in Fünfjahresplänen festgelegte Infrastrukturpolitik. Die Ministerien für Wissenschaft und Technologie bzw. für Information und Kommunikation, welche in der Telekommunikationspolitik die langfristige Planung mitbestimmen und daher großen politischen Einfluß haben, sind stets Spielbälle der Parteien. In ihrem Wirkungsbereich stehen erhebliche Investitionen an, d.h. beträchtlich Finanztransaktionen von ausländischen und inländischen Investoren und damit steht auch ein entsprechend hoher Anteil sogenannter „kick-backs“² in Aussicht.

Im kommerziellen Zentrum des Landes um die Hauptstadt haben sich E-mail und Internet trotz vergleichsweise hoher Gebühren innerhalb von zwei Jahren zu den verlässlichsten Kommunikationsmitteln entwickelt. Im Frühjahr 1997 gab es bereits 22 000 Websites, die meisten hatten mit Reisen und Tourismus zu tun, oder wurden von Studierenden eingerichtet. Das erste „K@mandu Cybermatha Cafe“ öffnete im Herbst 1997, weitere folgten. Mittlerweile haben professionelle Agenturen die Gestaltung von Homepages zu fixen Preisen übernommen. Dies dürfte ein gutes Geschäft sein, das Wachstum wird auf 40 % jährlich geschätzt. (Luger 1998) Die ITU-Studie eruierte im Januar 2000 rund 9.000 ISPS-Abonnenten und 35.000 Email- bzw. Internet-Nutzer, die von mittlerweile 11 privaten Internet Service Providers versorgt werden.

Fernsehträume bei Yak und Yeti

Als 1985 Nepal Television unter anderem mit uralten Bundesligaspielen („Bayern München gegen HSV - 18 Uhr auf NTV“ widmet Ihnen Surya, finest blend cigarettes!) startete, höchst bescheiden, mit 30 Minuten täglich, konnten es 400 Haushalte empfangen. Wie im Österreich der fünfziger Jahre zog ein Fernsehgerät hunderte Schaulustige an. Ganze Familienclans nisteten sich bei den Verwandten, Nachbarn und Freunden ein, die eine Flimmerkiste hatten.

² Dabei handelt es sich um Zahlungen an die in der Bürokratie tätigen Beamten, um Geschäfte zu beschleunigen bzw. um sie überhaupt zu ermöglichen. Nachdem die durchschnittlichen Gehälter für die Ministerialbürokraten nicht über USD 100 pro Monat liegen, sind diese kickbacks ein über Umwege lukrierter Gehaltsbestandteil. Die Korruption hat darüber hinaus ein derart hohes Ausmaß erreicht, dass die großen Geberländer wie Japan oder Großbritannien mit Rückzug bzw. mit erheblichen Mittelkürzungen gedroht haben, wenn die Korruption nicht eingedämmt wird. (Vgl. Shrestha 1999)

Die Fußballweltmeisterschaft 1998 wurde auch in Nepal live übertragen, nicht nur in die Fernsehhaushalte, sondern auch auf einer riesigen Leinwand vor dem alten Königspalast der Hauptstadt. Der Kontrast hätte kaum größer sein können. Wie bei den großen Hindufesten, wenn Tausende Nepali den letzten Winkel des Tempelbezirkes überfluten, formten sich Trauben Neugieriger und johlten, wenn 22 Fußballmillionäre über die Kugel stolperten oder sie im Netz versenkten. Es war wohl das ärmste Publikum der Welt – Tagelöhner, Rikschafahrer, fliegende Händler, Bettler, Straßenkinder – die meisten leben von der Hand in den Mund, einmal essen pro Tag, wenn überhaupt. Das durchschnittliche Jahreseinkommen pro Kopf – das den superreichen Bauunternehmer ebenso einschließt wie den Habenicht im hintersten Dorf an der tibetischen Grenze - liegt in Nepal bei 220 Dollar. 90 % der Bevölkerung sind Bauern, die fast nur von ihren Feldern leben. Aber die Abwanderung aus den Hügelgebieten nimmt zu, weil der Boden die Menschen nicht mehr ernährt. Also ziehen sie in die Städte, in denen es aber an der nötigen Infrastruktur fehlt und die Bedrohung der Umwelt das Verträglichkeitsmaß längst überschritten hat. (Vgl. UNEP 2001)

Fernsehen – das heißt Modernität – auch wenn nur 15 % der Bevölkerung über Elektrizität verfügen. Geschmuggelte Sony-Videorekorder und Monitore, mit Generatoren betrieben, stehen in einigen tausend Videokinos. In den entlegensten Marktflecken bieten Hindifilme, Western, Actionkrimis und Softpornos Abwechslung für die staunende Schar von Analphabeten. Seit den achtziger Jahren läuft das Geschäft mit Videotheken, wurden Schwarzenegger und Stallone zu einem Begriff für die männliche Jugend. Aber jene Schlagersänger und Schauspieler aus Nepal, die Bombays Filmindustrie erobert hatten, blieben unbestritten Nummer Eins in der Zuneigung. Seit den neunziger Jahren gibt es Satellitenfernsehens und große Empfangsschüsseln auf den Flachdächern – die Geister des Windes und die Gebetsfahnen haben eine profane Konkurrenz bekommen. Mittlerweile sind ganze Stadtteile von Kathmandu oberirdisch verkabelt und gegen 200 Nepali Rupees pro Monat (3 €) stehen an die 40 Kanäle zur Verfügung. Eine Handvoll Kabelbetreiber macht das Geschäft, ihre cash cows sind die großen privaten Satellitenkanäle wie ZeeTV aus Indien und Star TV aus Hongkong. Dazu kommen reine Filmkanäle wie Sony TV, Cinemax, TNT, Home TV, etliche Musikkanäle bringen Clips, die Sportkanäle übertragen stundenlang Cricket, Golf, Tennis, Fußball und das sehr beliebte Wrestling. Lhasa TV – wie alles in Tibet von Chinesen besetzt – ist chinesisches Fernsehen in tibetischer Synchronisation oder tibetische Folklore. Ferner kommen über Kabel die nationalen Programme der verfeindeten Nachbarn Indien und Pakistan, Nachrichten aus aller Welt via CNN, BBC News und Deutsche Welle, jede Menge Cartoons und sogar Nepal TV ist störungsfrei zu empfangen.

Der größte Kabelbetreiber ist Space Time Network, ein Multimediaunternehmen, das auch Tageszeitungen in Nepali und Englisch publiziert und mit Channel Nepal, das von Bangkok aus via Satellit ausgestrahlt wird, ein innovatives und vergleichsweise kritisches Fernsehprogramm produziert. Alleine in Kathmandu hat STN an die 65.000 Abonnenten. In anderen Städten operiert STN unter anderem Namen und verbreitet sein Kabelprogramm, das aus bis zu 40 internationalen Satellitenkanälen besteht. (Vgl. Page/Crawley 2001, 96)

Nepal, eines der ärmsten Länder Asiens, liegt geographisch und ideologisch als Sandwich zwischen den beiden „giant neighbours“ Indien und China. Insbesondere Indien hat seinen enormen kulturellen Einfluss – vier Fünftel der Nepalesen sind Hindus wie die Inder – stets ungeniert politisch ausgenutzt und den kleinen Nachbarstaat wirtschaftlich unter Druck gesetzt. Wenn es in Delhi regnete, spannte die nepalesische Regierung – bildlich gesprochen – in Kathmandu den Schirm auf. Über den Weg der „moving images“, via indische Spielfilme und Fernsehserien, erfolgte stets ein erheblicher Kulturimport. Satellit unterstützen die weitere „Indianisation“, eine Diffusion von Wertvorstellungen und religiösen Traditionen.

(Vgl. Page/Crawley 2001, 145 ff) Allerdings stößt diese kulturelle und wirtschaftliche Kolonisierung in der öffentlichen Meinung in Nepal mittlerweile auf massive Kritik. Als im Dezember 2000 ein indischer Fernsehstar in einem Interview (angeblich) abwertende Äußerungen über Nepal von sich gab, kam es zu massiven Gewaltausbrüchen gegen indische Straßenhändler und Touristen. Eigentlich richtete sich der Volkszorn aber gegen die jahrelange Gängelung Nepals durch indische Staatsbetriebe oder große Handelsketten sowie durch die sogenannten „Marwadis“, indische Wirtschaftstreibende, die in Nepal teilweise über große Ländereien verfügen, Immobilien haben oder teilweise dubiose Geschäfte auf dem Rücken der Nepali durchführen. (Nepali Times vom 6. Dezember 2001)

Der kulturelle Einfluss durch Satellitenfernsehen betrifft v.a. die städtische Bevölkerung, weil auch der Großteil des Programms die zusehends finanzkräftige urbane Mittelschicht anspricht. Auf dem Land ist die Dichte an Fernsehhaushalten sehr gering, aber es genügt schon ein einziges Fernsehgerät in einem Dorf, um manche Lebensgewohnheiten der Bauern zu verändern. Anstelle von Sonne und Wetter bestimmen die Sendepunkte von populären Serienprogrammen die Zeitordnung. (Vgl. Johnson 2000) MTV und Star TV haben beide mit großen Anteilen von Hindi-Songs bzw. Filmen weit über Indien hinaus ein Fan-Publikum erobert und unter den Jugendlichen Nepals wie unter den jungen Pakistani wurde „Hinglish“ zur lingua franca.³ Zee TV hat die Herzen der Jugendlichen im Norden des indischen Subkontinents und im südlichen Hindukush-Himalaya erobert, nicht zuletzt auch dank eines Sprachcodes, der nicht Englisch und nicht Hindi ist, auf Grammatik und Syntaxregeln weitgehend verzichtet, jedoch als sogenanntes „Zinglish“ von der Mehrheit des Publikums ohne Problem verstanden wird.

Trends in der Jugendkultur – v.a. in der Mode und bei Freizeitgewohnheiten, aber auch in Einstellungsfragen und Verhaltensweisen – werden auf den Einfluss des Fernsehens zurückgeführt, aber es fehlt an fundierten Studien, die dies auch beweisen würden. (Vgl. Poudel 2000; Upadhyay 2000) Erwiesen scheint allerdings die durch Satellitenfernsehen propagierte „Beautification“ der Frauen und Mädchen, deren häufigerer Besuch von Schönheitssalons bzw. deren auffällige Vermehrung und das deutlich gestiegene und expressiv demonstrierte Schönheitsbewusstsein junger Frauen. (Vgl. Page/Crawley 2000, 159 f)

Gegenüber dem politischen Einfluss der audiovisuellen Medien wiegen die kulturellen Argumente gering. Fernsehen oder Radio, ganz besonders was die Nachrichten betrifft, waren immer unter Regierungskontrolle bzw. der Zensur unterworfen. Obwohl Nepal das Grundrecht auf Meinungsfreiheit anerkennt, kam es erst jüngst im Zuge der Berichterstattung über die maoistischen Terroristen zu einer Verschärfung der Zensurmaßnahmen. Privaten Fernseh- oder Radiostationen ist die Ausstrahlung selbstproduzierter Nachrichten ohnedies verboten, die Stationen behelfen sich daher mit dem Zitieren von Zeitungsnachrichten. Eingriffe bei den staatlichen Programmen sind an der Tagesordnung, wird doch beiden Medien eine herausragende Rolle beim Aufbau oder der Sicherung nationaler Identität zugewiesen. (Vgl. French/Richards 2000) Indien und Pakistan sind junge Staaten, Nepal besteht aus einem patchwork von rd. 60 verschiedenen Ethnien, Kasten und Berufsgruppen und hat erst 10 Jahre Erfahrung mit Parlamentarismus hinter sich. Vom Fernsehen wird daher gefordert, dass es seine Macht über die Symbole und die Verbreitung einer identitätsstiftenden „nationalen Erzählung“ in den Dienst des Nationalstaates stellt.⁴

³ Die Nationalsprachen Nepali und Urdu in Pakistan haben große Ähnlichkeit mit Hindi, das in beiden Ländern verstanden wird. Der große Erfolg der indischen Satellitenprogramme – gemeint ist Fernseh-Unterhaltung – liegt daher v.a. in der Sprache begründet. Es handelt sich gewissermaßen um „Sprachraumfernsehen“.

⁴ Dies trifft auch auf die europäischen öffentlich-rechtlichen Rundfunksysteme zu, deren demokratiepolitische Aufgabe zumeist in der Stärkung des Selbstverständnisses von demokratischen Nationalstaaten gesehen wurde. Nationale Rundfunkanstalten sind Träger und Transporteure des nationalen Gedächtnisses, das stark über Rituale und Zeremonien, Jubiläen und Bedenkefeiern etc. vermittelt wird.

Während die nepalesische Öffentlichkeit die indischen Satellitenfootprints offenbar nicht als kulturelle Bedrohung sieht, sondern sie vielmehr als willkommene Bereicherung des Freizeitangebotes empfindet, führte die Gründung einer neuen Tageszeitung mit indischer Beteiligung zu einem medienpolitischen Disput. The Himalayan Times wird von International Media Network Nepal P Ltd. herausgebracht. Im gleichen Verlag erscheint bereits die Himalaya Times in Nepali. Die ausländische Finanzbeteiligung stand ebenso im Zentrum der Auseinandersetzung wie die Konkurrenz um den wachsenden Anzeigenmarkt. (Nepali Times vom 2. November 2001)

Gewalt und Kitsch als Programm

Für die Sherpafamilie, die es im Norden Kathmandus zu einem schönen Eigenheim gebracht hat, bedeutet diese Fülle an bunten Bildern jedenfalls eine sorgfältige Auswahl. Der fünfjährige Kunda besteht auf seinem täglichen Zeichentrickfilm, die ‚Papaya-Show‘ von 8.45-9.15 am abend, erst dann geht’s ab ins Bett. Mutter Pema hat da ihren rührseligen Hindifilm auf Z Cinema bereits hinter sich und Vater Phinjo kann in Ruhe zwischen Star Sports, Cinema X und CNN surfen. Durch die Wetternachrichten im Australischen Fernsehen erfährt er alles über gefrierenden Nebel im Hügelland nördlich von Sydney und daß es auf Tasmanien morgen nur 13 Grad haben wird. Der rote Koala wird ganz schön frieren, aber schon klingt es „Kuch kuch kota hai – Es passiert etwas, es funkt zwischen uns“, MTV India schickt zwei Liebende ins Schlagerrennen, ein Garant für Einschaltquoten. Im indischen Filmkanal Home TV laufen seit dem aufgeheizten Indo-Pak-Konflikt vorwiegend Soldatenfilme. Gewalt und Kitsch dominieren die Fernsehfilmwelt am Fuße des Himalaya.

Dieser Bilderflut aus dem Orbit kann das staatliche Nepal TV nichts entgegensetzen. Pro Woche sendet es 60 Stunden Programm mit fixem Schema und ist fest im Griff der Regierungen bzw. der politischen Parteien. Die Nachrichten gleichen Verlautbarungen, was der eine oder andere Minister heute oder gestern abgesondert hat – government handouts. Seit der Wiedereinführung des Mehrparteiensystems und der parlamentarischen Demokratie im Jahre 1991 erfolgte fast jährlich ein Regierungswechsel, wurden sämtliche Koalitionsformen durchgespielt und überlebte noch keine Regierung eine ganze Legislaturperiode. Der demokratiepolitische Stillstand lähmt das ganze Land und führt zu ständigem Wechsel in der Beamtenschaft und Administration des Landes. Der Direktor des Fernsehens hingegen überlebte sie alle, durch welche Qualifikationen auch immer.

Nepal TV erreicht mit seinem nationalen Programm technisch ca. 32 % der Landesfläche und rd. 42 % der Bevölkerung. 300 000 Geräte versorgen nach eine Erhebung aus dem Jahr 1997 2,5 - 3 Millionen Zuseher bzw. rd. 600.000 Haushalte/Familien. (Institute for Integral Development Studies 1997). Nur jene, die im Königstal mit der Hauptstadt Kathmandu bzw. im angrenzenden Hügelland oder im flachen Süden leben, können Fernsehen terrestrisch empfangen. Der völlig verarmte Westen – wo die maoistische Untergrundbewegung die Dörfer beherrscht – und das gesamte Bergland entlang der tibetischen Grenze – wo Yak und Yeti zu Hause sind – kann NTV erst empfangen, wenn das Programm einmal über Satellit ausgestrahlt wird und die Häuser über Elektrizität verfügen. In den Touristengebieten wie der Annapurna Schutzzone oder im Mount Everest Nationalpark locken schon jetzt etliche kleine Hotels mit Farb-TV. Im noblen Everest View Hotel auf 4000 m Seehöhe können japanische Ausflügler unter der Sauerstoffmaske mit einem Auge den höchsten Berg und mit dem anderen die Nippon-Abendnachrichten verfolgen.

Über die Fernsehgewohnheiten der Nepali weiß man wenig, genaue Untersuchungen fehlen und angekündigte wurden nicht durchgeführt. Vom Profil des nepalesischen Fernsehkonsumenten ist bekannt, dass regelmäßige Zuschauer über ein höheres Einkommen und bessere Schulbildung verfügen, auch andere Medien wie Radio und Zeitungen/Zeitschriften häufiger nutzen. Insbesondere der Empfang englischsprachiger Programme gilt als Unterscheidungsmerkmal in der Mittelschicht, als Orientierungshilfe auf dem Weg in die Modernität. Wenn Auslandsfernsehen möglich ist, wird das heimische Programm ignoriert. Die Jungen sehen fast ausschließlich Filme und Musikprogramme, Erwachsene am liebsten Serien und Filme, gelegentlich auch die Nachrichten, um zu erfahren, ob die Regierung noch im Amt ist.

Wie anderswo in Südasien hat das Satellitenfernsehen geholfen, Hindi Musik zu popularisieren und es hat erheblichen Anteil daran, dass indische Filmstars und Kricketspieler auf dem gesamten Kontinent zu Fernsehhelden und Leitfiguren wurden. Widerstand gegen diesen Kulturimport gab es in Nepal nicht, dramatische Auswirkungen auf die nepalesische Kultur werden vom Kultursoziologen Dipak Gyawali nicht befürchtet, denn „the soul of the Nepali society“ sei davon nicht betroffen. Langfristig, so der Journalist und Verleger Kanak Dixit, müsse Nepal Television eine Gegenmaßnahme treffen und sein Programm ebenfalls über Satellit ausstrahlen. Ferner hält er eine Medienerziehung für Kinder an Schulen und eine reflektierende Berichterstattung über die elektronischen Medien und deren Programme für notwendig. Je besser die allgemeine Schulbildung, umso weniger Schaden würden die Programme anrichten. (Vgl. Page/Crawley 2000, 232 f)

Ohne Zweifel trägt das Fernsehen zur Veränderung der Lebensführung bei, und wenn es nur die neue Zeiteinteilung betrifft, die das nächtelange Fernsehen verursacht. Nicht nur in den Dörfern stehen die Menschen mit den Hühnern auf und gehen mit ihnen zu Bett. Zeit zum Ausschlafen findet man in den Büros der öffentlichen Verwaltung. Dort herrscht mit „Nepali Time“ ein Zeitgefühl, dem jegliche Präzision fremd ist. Die fixen Beginnzeiten im Fernsehen stehen zum nepalesischen Zeitverständnis in erheblichem Kontrast. Auch sind die Bilder der Satellitenprogramme aufregender als der eigene Alltag, verlockt die Welt der Wohlhabenden und Besitzenden. Die angebotenen westlichen oder östlichen Lebens- und Konsummuster des üppigen Wohlstandes finden auch die Nepali attraktiv, aber es fehlt das Einkommen, um sie zu kopieren. Verkehrte Welt – während die Ferntouristen aus Europa sehnsüchtig nach dem verborgenen Paradies, dem simplen Leben und nach echten bzw. tiefen Erlebnissen in der Bergwelt des Himalaya suchen, surfen dessen Bewohner mittels Fernbedienung in den gekünstelten Bilderwelten der internationalen Satellitenprogramme, um dort Erlösung oder wenigstens Abstand vom ewigen Kreislauf der Dinge zu finden.

Literatur

Adams, Vincanne: *Tigers of the Snow and Other Virtual Sherpas*. Princeton University Press, New Jersey 1996.

Akhtar, Shahid/Jon Gregson: Internet technologies in the Himalayas: lessons learned during the 1990s. In: *Journal of Informations Science*, 27 (1) 2001, pp. 9-17.

Ara, Jehan: Pakistan. In: Sankaran Ramanathan/Jörg Becker (Eds.): *Internet in Asia*. Singapore 2001. pp 132-147.

Banskota, Mahesh: Transition of the Hindukush-Himalayas – Opportunities, Crises and Responses. Paper presented at the ICIMOD-Conference on „Mountains 2000 and Beyond“, Wildbad Kreuth, June 1998.

East, Patricia/Kurt Luger (Eds.): Sustainability in Mountain Tourism. Perspectives for the Himalayan Countries. New Delhi-Kathmandu-Innsbruck 1998.

French, David/Michael Richards (Eds.): Television in Contemporary Asia. New Delhi 2000.

IEZ-Interdisziplinäres Forschungsinstitut für Entwicklungszusammenarbeit:
Armutsbekämpfung durch ländliche Entwicklung in der Sagarmatha Zone in Ostnepal.
Forschungsbericht, Linz 2001.

ICIMOD: Mountains 2000 and beyond. Regional Collaborative Programme for the Sustainable Development of the Hindu Kush-Himalaya. Kathmandu 1998.

Harkonen, Reijo: Nepals Presse lernt Offenheit. In: Nepal Information Nr. 81, Juni 1998

Institute for Integrated Development Studies: Mass Media and Democratisation. A Country Study on Nepal. Kathmandu 1996.

International Telecommunication Union: The Internet from the top of the World. Nepal Case Study, November 2000. (www.itu.int/ti/casestudies)

IPS: Medien-Bhutan: König Fußball setzt das Fernsehen durch. In: Wochenselektion vom 14.7.1998

IPS: Bhutan: Einstieg ins TV- und Internetzeitalter. In: Wochenselektion vom 31.5.1999.

Johnson, Kirk: Television & Social Change in Rural India. New Delhi 2000.

Lennkh, Georg: Die öffentliche Entwicklungszusammenarbeit in Österreich. In: Liebmann, Andreas/Werner Amon (Eds.): Dimensionen 2000. Umwelt, Friede, Entwicklung. Wien 1997. S 361-392.

Luger, Kurt: Kulturen im Modernisierungsstress. Kulturtheoretische Überlegungen zur Tourismusdebatte. In: Kurt Luger/Karin Inmann (Hg.): Verreiste Berge – Kultur und Tourismus im Hochgebirge. Innsbruck 1995. S 19-42.

Luger, Kurt: Kids of Khumbu. Sherpa Youth on the Modernity Trail. Kathmandu 2000.

Luger, Kurt: Kommunikation und Entwicklung. Einschätzung der neuen Informations- und Kommunikationstechnologien (ICTs) im Entwicklungseinsatz. Mit besonderer Berücksichtigung der Hindukush-Himalaya-Region. Studie im Auftrag des Bundesministeriums für auswärtige Angelegenheiten. Salzburg/Wien 1998.

Mansell, Robin/Uta When (Eds.): Knowledge Societies. Information Technology for Sustainable Development. United Nations 1998.

Nepal, Sanjay K.: Tourism-induced Environmental Changes in the Nepalese Himalaya. PhD Dissertation, University of Berne, Switzerland, 1999.

Nepal South Asia Institut (Ed.): Nepal Human Development Report 1998. Kathmandu 1998.

Page, David/William Crawley: Satellites over South Asia. Broadcasting Culture and the Public Interest. New Delhi 2001.

Poudel, Keshab: Youth Culture: Emerging Trends and Tastes. In: Spotlight, March 31-April 6/2000, pp 16-21.

Pringle, Ian/Kurt Luger: The People's Voice. Radio Sagarmatha – Nepal's first Public Radio Station. In: Medien Journal, Heft 2/1999, S 48-55.

Rao, Sanhya/Bharat Koirala: Nepal. In: Gunaratne, Shelton A. (Ed.): Handbook of the Media in Asia. New Delhi 200. pp. 132-154.

Reid, David: Sustainable Development. London 1995.

Schweikle, Johannes: Der erste Blick in eine neue Welt. In: Die Zeit vom 24.6.1999.

Sharma, Pitamber: Sustainable Tourism in the Hindukush-Himalaya. In: Patricia East/Kurt Luger/Karin Inmann (Eds.): Sustainability in Mountain Tourism. Perspectives for the Himalayan Countries. New Delhi-Kathmandu-Innsbruck 1998, S. 47-70.

Sharma, Pitamber (Ed.): Tourism as Development. Case Studies from the Himalaya. Kathmandu/Innsbruck 2000.

Shrestha, Aditya Man: Bleeding Mountains of Nepal. Kathmandu 1999.

Stevens, Stanley: Claiming the High Ground. Sherpas, Subsistence, and Environmental Change in the Highest Himalaya. Delhi 1996.

Stiglitz, Joseph: Scan Globally, Reinvent Locally. Knowledge Infrastructure and the Localisation of Knowledge. In: D+C (Development and Cooperation), Nr. 4/2000, pp 8-11.

United Nations Environmental Programme (UNEP): State of the Environment Nepal 2001.

Upadhyay, Niranjana Prasad: Some Aspects of Value-Oriented. A Study of the Adults in Nepal and India. Kathmandu 2001.