Indiens WhatsApp-Wahlen

Wie in Indien mit Messengerdiensten Wahlkampf gemacht wird - zum Schaden der Demokratie.

Die laufenden Parlamentswahlen in Indien werden in einigen Wochen abgeschlossen sein, und es gilt nun, eine zentrale Frage neu zu betrachten: Welche Rolle haben dabei die sozialen Medien gespielt? Gängige Meinung war bisher, dass man im indischen Kontext bezüglich der Reichweite und politischen Wirkung sozialer Medien immer skeptisch sein sollte. 2013, ein Jahr vor den letzten Parlamentswahlen, führten die IRIS Knowledge Foundation und die Internet and Mobile Association of India eine Studie durch, die nahelegte, dass in 160 Wahlkreisen (von den 543 in der Lok Sabha, dem Unterhaus des indischen Parlaments) der Vorsprung des jeweiligen Gewinners kleiner war als die Anzahl der Social-Media-Nutzer bzw. dass dort über 10 Prozent der Bevölkerung soziale Medien nutzten. Die Studie ging davon aus, dass bis zur Wahl 2014 bis zu 80 Millionen Inder soziale Medien nutzen würden, und kam zu dem Schluss, dass dies ein Wählerpotenzial darstelle, das kein Politiker ignorieren könne.

Wenn das damals stimmte, dann stimmt es heute umso mehr. Ich habe in letzter Zeit keine vergleichbare Studie gesehen, doch haben sich die Zahlen natürlich seit 2014 noch erhöht. Angesichts der etwa 625 Millionen Internetnutzer in Indien und der Tatsache, dass mehr als 80 Prozent der Internetnutzung per Handy erfolgt, könnten während der Wahl 2019 625 Millionen Augenpaare auf die sozialen Medien geschaut haben – fast achtmal so viel wie 2014.

Nun bin ich, obwohl selbst ein Twitter-Pionier unter Indiens Politikern, der Ansicht, dass keine indische Wahl allein in den sozialen Medien gewonnen oder verloren werden kann. Während vielleicht gut ein Drittel der indischen Bevölkerung bzw. über 40 Prozent der Wählerinnen und Wähler soziale Medien nutzen, gibt es keine zuverlässigen Studien darüber, wie häufig sie sie für politische Nachrichten und Ansichten nutzen. Sie könnten an WhatsApp-Gruppenchats beteiligt sein oder auf Facebook Fotos von ihrem Wochenende am Strand teilen, statt die Vorzüge der in ihrem Wahlkreis antretenden Parteien zu diskutieren. Es gibt nach wie vor keinen Ersatz für Massenkundgebungen, örtliche

Veranstaltungen, Klinkenputzen, das Händeschütteln auf Marktplätzen und an geschäftigen Kreuzungen und Fahrten durch den Wahlkreis im offenen Jeep.

Und dann sind da die Zahlen. Twitter, das „politischste“ unter den sozialen Medien, hat in Indien nur 30 Millionen aktive Nutzer; es ist damit gegenüber Facebook und WhatsApp mit jeweils über 240 Millionen aktiven Nutzern ein Zwerg. Und angesichts der Tatsache, dass die Wahlkreise bei den Parlamentswahlen jeweils etwa zwei Millionen Menschen umfassen, ist Twitter bei der politischen Mobilisierung keine große Hilfe. Anders als in den USA wäre Twitter für die Organisation einer Massenkundgebung oder selbst die Einberufung einer großen öffentlichen Sitzung nutzlos. Es kann kein Ersatz für den traditionellen Wahlkampf sein.

Trotzdem haben sich die Parteien in diesem Jahr in großem Stil den sozialen Medien zugewandt. Abgesehen von ihrer Nützlichkeit, dabei Botschaften über Memes, digitale Poster und WhatsApp-Weiterleitungen zu vermitteln, macht die indirekte Wirkungsmacht sozialer Medien (als Quelle für die Berichterstattung „etablierter“ Medien) sie für Politikerinnen und Politiker zu einem unverzichtbaren Kommunikationstool. Und das ist der Punkt, an dem die Probleme beginnen.

WhatsApp ist das bevorzugte Medium, weil 82 Prozent der indischen Handynutzer die App heruntergeladen haben und weil sie an konkrete Personen gerichtet ist. Eine Partei kann Gruppen erstellen, die durch ihre Interessen, Kaste oder religiöse Identität oder durch ein bestimmtes Thema oder Anliegen definiert sind, und sie mit Nachrichten bombardieren, um ihre Voreingenommenheiten zu verstärken und sie zu überzeugen, dass die Partei auf ihrer Seite ist. Die regierende Bharatiya Janata Party (BJP) beherrscht diese Technik meisterhaft und betreibt im ganzen Land schätzungsweise eine halbe Million WhatsApp-Gruppen. Der Leiter ihres IT-Bereichs, Amit Malviya, erklärte im März: „Die anstehenden Wahlen werden auf dem Handy entschieden … In gewisser Weise könnte man sagen, sie sind WhatsApp-Wahlen.“

Das Problem dabei ist freilich, dass die Nutzung sozialer Medien nicht immer unkritisch zu sehen ist. Die Gruppen der BJP strotzen von Falschinformationen, darunter erfundenen Berichten darüber, was führende Politiker der Kongresspartei (ich eingeschlossen) geäußert hätten, und manipulierten Bildern, die ein verräterisches Verhalten von Oppositionsführern zeigen. Derartige „Fake News“ existieren, weil sie erstellt wurden, um den politischen Interessen ihrer Verbreiter zu dienen. Die Gefahr ist daher, dass viele Stimmen auf der Grundlage bewusster

Falschinformationen abgegeben werden. Die Haltung der BJP ist, dass in der Liebe, im Krieg und in der Politik alles erlaubt sei. Aber die indische Demokratie wird dabei zum Kollateralschaden.

Nachdem es über den politischen Missbrauch seiner Services informiert wurde, hat WhatsApp Schritte unternommen, um den Schaden zu begrenzen. So hat es etwa die Weiterleitungsfunktion auf nur fünf Empfänger beschränkt, um die virale Verbreitung von Lügen zu unterbinden. Es entschied zudem, Rufnummern zu blockieren, die von der indischen Wahlkommission als Verbreiter von Falschmeldungen ermittelt wurden. Dies wird die Schuldigen – die schnell alternative Nummern finden und weitere Gruppen erstellen – möglicherweise bremsen, aber nicht aufhalten. Die BJP profitiert von enormen Menschenarmeen – teils bezahlt und teils Freiwillige –, deren Aufgabe darin besteht, den unersättlichen Appetit dieser WhatsApp-Gruppen zu befriedigen.

Die Befürchtungen der Demokraten sind nicht unbegründet: Es wurden bereits Menschen auf der Basis bewusst falscher WhatsApp-Gerüchte ermordet. Es ist bemerkenswert, dass nach den Bombenanschlägen zu Ostern in Sri Lanka eine der ersten Reaktionen der Regierung darin bestand, die sozialen Medien des Landes außer Betrieb zu setzen. Doch wenn es um politische Botschaften geht, ist die Herausforderung eine andere: In Indien neigt die Regierung, wenn sie ein Eigeninteresse hat, dazu, bei den Exzessen ihrer Parteigänger wegzuschauen. Es wurden bei den laufenden Wahlen bisher kaum Fortschritte dabei erzielt, „Fake News“ zu stoppen, die Täter zu verhaften oder die Verbreitung zu verhindern.

Die sozialen Medien bieten wunderbar nützliche Kommunikationstools, die die öffentliche Meinungsäußerung demokratisieren. Doch in den Händen skrupelloser Politiker, die sie als Mittel zur Manipulation betrachten, können soziale Medien die Demokratie selbst untergraben. Wenn man einmal auf Grundlage von Falschinformationen den falschen Leuten seine Stimme gegeben hat, kann man bis zur nächsten Wahl diesbezüglich nichts mehr machen. Das ist die von den sozialen Medien für die indische – und nicht nur die indische – Demokratie ausgehende Gefahr.

Aus dem Englischen von Jan Doolan.

(c) Project Syndicate



Shashi Tharoor

Neu-Delhi

Shashi Taroor ist Abgeordneter der indischen Kongresspartei und Vorsitzender des Parlamentarischen Ausschusses für Informationstechnologien. Von 2002 bis 2007 war er einer der Stellvertreter des UN-Generalsekretärs Kofi Annan und von 2009 bis 2010 indischer Außenminister.

-