

Die neuen Stars: Hassprediger

Frauenfeindliche und nationalistische Tiraden in sozialen Medien

Kunal Purohit

Die indische Regierung hat im Juni und Juli des Jahres das Videoportal TikTok zusammen mit vielen anderen chinesischen Apps verboten. Aber das Schüren feindlicher Stimmungen über Social-Media-Programme ist in Indien hausgemacht und geht weit über ein einzelnes Programm hinaus. Der Autor benennt einige Aspekte.

Indien ist mit mehr als 500 Millionen aktiven Internetnutzer(inne)n der größte Einzelmarkt für populäre Anwendungen wie WhatsApp und Facebook. Das Land wurde bereits Zeuge Dutzender schrecklicher Lynchmorde, viele davon aufgrund von Gerüchten, die in sozialen Medien verbreitet wurden. Facebook droht eine Imagekrise, da das Netzwerk vor Hassreden die Augen verschlossen hat. Nun droht ein neues Genre von Video-Schimpftiraden weiteren Hass und Wut zu schüren.

Prämierte Hassreden

Im Juli wurden vier indische YouTube-Nutzer verhaftet, weil sie damit gedroht hatten, eine Komödiantin, Agrima Joshua, zu vergewaltigen, nachdem diese über eine geplante, 408 Millionen US-Dollar teure Statue eines indischen Kriegers aus dem 17. Jahrhundert gespottet hatte. Drohungen zwangen sie, sich zu entschuldigen. Der Vorgang wirft ein Schlaglicht auf ein neues Genre in den sozialen Medien. Es mehren sich signifikant Selfie-Videos, die von nationalistischen, meist jungen Männern oft in ihren Autos gedreht werden und mit Beleidigungen und gewalttätigen Drohungen gespickt sind. Sie erreichen Hunderttausende bis Millionen, und ihre Ziele umfassen Pakistan, rivalisierende Rechts-extremisten und Kritiker/-innen der Regierung Modi. Bevorzugtes Ziel sind Frauen, die Tiraden sind voller

Drohungen mit Belästigung, Miss-handlungen und sexualisierter Gewalt.

Und es ist YouTube, das diese Inhalte am meisten befördert. Nicht nur das: Die Urheber von gewalttätigen Tiraden werden von YouTube ausgezeichnet. Einer der erwähnten Verhafteten, ein 26-jähriger Mann namens Shubham Mishra, hat fast 300.000 Abonnent(inn)en auf seinem YouTube-Kanal und wurde 2019 von YouTube mit einem Preis (*Silver Creator Award*) ausgezeichnet. Dieselbe Auszeichnung erhielt im selben Jahr auch Vikas Phatak, ein YouTube-Nutzer mit 800.000 Abonnent(inn)en. Phatak hatte unter anderen die indische Filmproduzentin Ekta Kapoor mit sexualisierter Gewalt bedroht, weil sie eine Webserie produziert hat, in der die Frau eines indischen Armeemoffiziers eine außereheliche Affäre hat. Einer der populärsten YouTube-Influencer in Indien, Ajey Nagar, hat mehr als 24,8 Millionen regelmäßige Empfänger (Follower) auf seinem Kanal *CarryMinati*. Er ruft zu homophoben und sexistischen Tiraden auf. YouTube hat ihn mit vier verschiedenen Trophäen prämiert.

Der Preis wird an YouTube-Konten vergeben, die über 100.000 Abonnent(inn)en aufweisen. Eigentlich soll der Preis nicht für Inhalte vergeben werden, die gegen ethische Richtlinien verstoßen. Nachdem Vikas Phatak weitere obszöne Drohungen verbreitet hatte, löschte YouTube das Konto. Jedoch:

Der Geist ist aus der Flasche, und es gibt Dutzende von Nachahmern. Das Publikum für diese Hassbotschaften ist überwiegend männlich.

Phatak und Mishra schaffen ihren eigenen Stil. Sie produzieren Videos von sich selbst in stillgelegten Autos, in denen sie Stellung nehmen zum Feminismus, zu militanten Angriffen oder umstrittenen Regierungspolitikern. Meistens handelt es sich um wütende Tiraden in Hindi gegen ihre Opfer. Sowohl Phatak als auch Mishra rufen oft zum Handeln auf. Mishra ermunterte seine Armee von Anhängern, es ihm gleichzutun und Agrima Joshua in den sozialen Medien zu denunzieren. Phatak erzählt seinen Anhängern oft, dass seine Videos darauf abzielen, „die Nation vom Müll zu säubern“ und meint jede(n), die oder der „gegen Indien spricht“. In seinen Tiraden benutzt Phatak oft den Begriff „Neues Indien“, das angeblich falsche Darstellungen nicht tolerieren würde. Der Begriff wird oft auch von Modi verwendet.

Hasstiraden als politischer Diskurs

Der Schauspieler und Stand-Up-Comedian Manan Desai meint dazu: „Sie sind nur deshalb beliebt, weil sich Hass im Moment mehr als alles andere verkauft.“ Die Umgebung des Hasses gedeiht durch die Fremden- und Minderheitenfeindlichkeit der rechtsgerichteten Hindu-Regierung unter



In Indien verboten: TikTok.

Bild: Aaron Yoo, flickr (CC BY-ND 2.0)

Modi und seiner *Bharatiya Janata Party* (BJP). Hassverbrechen haben unter der Herrschaft der BJP zugenommen. Shakuntala Banaji, Professorin für Medien, Kultur und sozialen Wandel an der *London School of Economics*, nennt zurückliegende Ereignisse wie die antimuslimischen Unruhen 2002 in Gujarat unter Modis Aufsicht als damaliger Ministerpräsident des Bundesstaates. Rechtsgerichtete Hindu-Führer brachten straflos Videos in Umlauf, in denen sie die Ermordung und Vergewaltigung von Muslimen und Muslima ermutigten und feierten.

Solche Videos waren ursprünglich auf VHS-Kassetten aufgespielt. Die BJP hat sich aber schnell für digitale Techniken entschieden. WhatsApp zum Beispiel war ein wichtiges Kommunikationsmittel für die Partei etwa bei Wahlen. Vor den nationalen Wahlen im vergangenen Jahr kreierte die BJP rund 900.000 Mobiltelefon-Brückenköpfe (*Pramukhs*), einen für jede Wahlkabine im Land. Deren Aufgabe bestand darin, jeweils drei WhatsApp-Gruppen zu bilden und es der Partei zu ermöglichen, mehr Haushalte zu erreichen. Für die Regionalwahlen im Bundesstaat Bihar hat die Partei in ähnlicher Weise die Bildung von 72.000 WhatsApp-Gruppen im ganzen Bundesstaat für den Wahlkampf angeordnet.

Diese WhatsApp-Gruppen schüren nicht nur willkürlich Wut und Hass. Sie werden strategisch eingesetzt, um die politische Tagesordnung festzulegen. Als die Modi-Regierung im Dezember

2019 das neue Staatsbürgerschaftsgesetz verabschiedete, das muslimische Flüchtlinge aus den Nachbarländern Pakistan, Afghanistan und Bangladesch blockierte, wurden WhatsApp-Gruppen von BJP-Sympathisanten und Parteimitarbeitern gebildet. Sie versahen die sozialen Medien mit islamfeindlicher Desinformation. In den Botschaften hieß es, das Gesetz und seine Folgen seien Mittel und Wege, „Muslime aus Indien zu vertreiben“ oder „die muslimische Bevölkerung des Landes zu halbieren, ohne etwas zu tun“.

Im Februar 2019, als bei einem Selbstmordattentat im Bundesstaat Jammu und Kaschmir 40 Paramilitärs getötet wurden, wurden WhatsApp-Gruppen mit Desinformationen überflutet, lokale Kaschmiri hätten dem Bombenleger bei dem Anschlag geholfen. Der hierdurch geschürte Hypernationalismus führte dazu, dass Kaschmiri in ganz Indien ins Visier genommen und sogar aus ihren Häusern vertrieben wurden. Ende März 2020 wurde die islamische Missionsbewegung *Tablighi Jamaat* für den exponentiellen Anstieg der Infektionszahlen verantwortlich gemacht.

Shakuntala Banaji von der *London School of Economics* ist der Ansicht, dass die Modi-Regierung solche Desinformationen noch belohnt, indem sie die Täter zu Moderatoren auf offiziellen WhatsApp- und Twitter-Accounts oder zu Parteikandidaten oder Funktionären der BJP macht: „Dies signa-

liert allen Frauenfeinden und Verherrlichern von Gewalt und Hass den Segen der Regierung“. Manan Desai, der Komiker, ergänzt: „Die Erzählung von Hass und Hypernationalismus hilft, uns von anderem abzulenken. ... Niemand zuckt mit der Wimper, wenn Politiker Hassreden halten. Aber wenn Komödiant(inn)en Witze über Religion von sich geben, bekommen sie Morddrohungen.“

Gleichwohl stehen die sozialen Medien immerhin unter Druck. Facebook sieht sich einer Krise gegenüber, weil das Netzwerk Hassreden von BJP-Führern bewusst ignoriert habe. YouTube versicherte: „Wir beenden jeden Kanal, der wiederholt oder hochgradig gegen unsere Richtlinien verstößt.“ In der Tat, die Kanäle von Phatak und Mishra wurden eingestellt. Aber sowohl Phatak als auch Mishra gelang es leicht, neue Kanäle einzurichten. Phatak, nun auch von Facebook und Instagram verbannt, postete auf seinem YouTube-Kanal, dass er bald zurückkommen werde.

*Aus dem Englischen übersetzt
von Theodor Rathgeber*

Zum Autor



Kunal Purohit ist ein unabhängiger Journalist, lebt in Mumbai und befasst sich mit Entwicklung, sozialer Gerechtigkeit, internationalen Beziehungen und Politik.

Texthinweis

Der Originaltext erschien am 25. August 2020 unter dem Titel *YouTube Hatemongers Are India's New Stars* beim Internetportal *Foreign Policy* (https://foreignpolicy.com/2020/08/25/india-youtube-stars-hatemongers-nationalism/?mc_cid=d5267194a3&mc_eid=a2b889f23b).