Making India Awesome[1]

Was wir von Chetan Bhagat lernen können

Gerhard Bierwirth

Chetan Bhagat scheint überaus einflussreich. Der 1974 geborene Inder, ein ehemaliger Anlagebankier von Goldman Sachs und Deutscher Bank, hat seit 2004 elf Bestseller – acht Romane und drei Aufsatzsammlungen – teilweise in Millionenauflage veröffentlicht. Der Autor sieht den Einfluss kritisch und verdeutlicht gleichzeitig den Zeitgeist, der für Botschaften eben auch der BJP (*Bharatiya Janata Party*) empfänglich ist.

Die *New York Times* hat Bhagat 2008 den „meistverkauften Romanautor englischer Sprache in der Geschichte Indiens" genannt und das *TIME*-Magazin sah ihn 2010 in der Kategorie „Künstler" sogar unter den „einhundert einflussreichsten Personen weltweit". Außer seinen Romanen, Aufsätzen und Zeitungskolumnen verfasst Bhagat Drehbücher, hält Vorträge und kommuniziert auf Twitter und Facebook mit einer angeblich millionenfachen „ChetanBhagat-Familie".

Das Geheimnis seines Erfolgs?

Erstens: Sein Zielpublikum ist die erwachsene Jugend der inzwischen auch in Indien stark gewachsenen Mittelschicht – womit vieles von dem, was er schreibt, auch auf andere Länder und Gesellschaften übertragbar scheint. *Zweitens*: Seine Kritik an den diversen kleinen und großen Missständen und Skandalen erschöpft sich nie in einfachen Schuldzuweisungen an die jeweilige politische Führung, sondern beinhaltet immer starke moralische Appelle an diejenigen, die sie gewählt haben und im Tausch gegen kleine Privilegien oder Geschenke gewähren lassen. *Drittens*: Zu diesem stark moralisierenden Zug passt der parabelhafte Charakter seiner Erzählungen, in denen anhand von unterschiedlichen Themen sehr oft eine (einfache) universelle Wahrheit illustriert wird.[1] *Last but not least* ist es seine einfache Sprache, mit welcher er durchaus komplizierte Sachverhalte in Politik und Wirtschaft oder Widersprüche in gesellschaftlichen Wertvorstellungen allgemeinverständlich darzustellen versucht.

Mit der Verbreitung des Internets und seiner sozialen Medien wie Facebook oder Twitter sind inzwischen auch die Einflussmöglichkeiten einzelner Gruppen oder einzelner Personen exponentiell gewachsen. In diesem Zusammenhang haben die sogenannten Influencer/-innen Gestalt angenommen: Einzelpersonen, die etwas propagieren, sei es ein Produkt, eine Technik, eine Information oder eine Meinung. Im Unterschied zum Marktschreier oder zum Stammtisch, deren Aufrufe immer nur sehr begrenzt zu hören waren und oft auch keine nachhaltige Wirkung entfalteten, verfügen Influencer/-innen heute über beträchtliche und kaum zu kontrollierende Einflussmöglichkeiten. Chetan Bhagat dürfte in der Tat zu dieser modernen Spezies gehören.

Weil nach seiner Theorie aber nicht nur die Minderheit der Politiker/-innen, sondern vor allem die Bevölkerung selbst mehrheitlich für die dringend erforderlichen ökonomischen und gesellschaftlichen Veränderungen die Verantwortung übernehmen muss, stellt sich allerdings die Frage, wie viele Inder/-innen Chetan Bhagat tatsächlich erreicht – und ob der ihm attestierte Einfluss in Wirklichkeit nicht viel geringer ist als angenommen.[2] Dazu einige Zahlen, um die Dimension der Einflussmöglichkeit in einem Land wie Indien zu verdeutlichen.

Für das Jahr 2021 wird die Bevölkerung Indiens auf etwa 1.390 Milliarden geschätzt (zum Vergleich die USA: 328 Millionen). Den Anteil der Mittelschicht an der indischen Gesamtbevölkerung schätzt Chetan Bhagat selbst auf zehn Prozent. Da er sich des Englischen, der Sprache der Aufsteiger, bedient, werden ihn also rund 350 Millionen Inder/-innen einigermaßen verstehen. Soweit zur Reichweite und Einflussmöglichkeit des Influencers Bhagat.

Vereinfachung als Methode

Chetan Bhagat selbst wendet sich ausdrücklich an die erwachsene Jugend der indischen Mittelschicht, die er etwas vereinfachend, aber durchaus realistisch in drei unterschiedlich ansprechbare Gruppen unterteilt. Nach der von ihm zugrunde gelegten 80:20-Regel interessie-

ren sich 80 Prozent der indischen Jugendlichen überhaupt nicht für Politik (*self-focused indifferent Indians*). Von den restlichen 20 Prozent, die politische Interessen haben, haben sich die meisten schon einer Partei, einer Bewegung oder einer Führungspersönlichkeit angeschlossen, denen sie was auch immer nachbeten (*caring but aligned Indians*). Innerhalb dieser 20 Prozent gibt es, so Chetan Bhagat, eine kleine Gruppe, die sich für die Geschicke ihres Landes interessiert, selbstständig denkt und nicht auf eine bestimmte Richtung festgelegt ist, die *caring objective Indians*. Diese möchte er erreichen und verstärken. Sie sollen als intellektuelle Führer von morgen die Massen auf den Weg der notwendigen Veränderungen geleiten.[3] Die wohlhabende Mittelklasse müsse die Vielen ohne ausreichende Bildung in tiefster Armut und ohne Hoffnung auf Besserung „mitnehmen" und sie auf den Weg der Veränderung leiten. Indem Chetan Bhagat sich bemüht, selbst für sein Zielpublikum, die *caring objective Indians*, einfach und verständlich zu schreiben und zu argumentieren, wird er zum einem Vereinfacher, dessen Analysen und Appelle der vielschichtigen Wirklichkeit nicht mehr gerecht werden.

Chetan Bhagats Verfahren, jedem einzelnen Kapitel seines Buches *Making India Awesome* (2015) ein leicht fassliches Motto oder eine plakative Zusammenfassung voranzustellen, unterstreicht seine Neigung zur Vereinfachung, die letztlich nur noch Slogans produziert. Das Bestreben, als Aufklärer oder Influencer möglichst viele zu erreichen und deshalb eine möglichst einfache Sprache und Argumentation zu pflegen, klingt plausibel, erweist sich bei genauerem Hinsehen jedoch als höchst ambivalent.

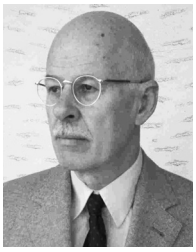
Ein gescheiterter Aufklärer

Kein Zweifel, Chetan Bhagat sieht sich selbst als Aufklärer und als jemanden, der das größte Potenzial des Landes, die Jugend, ansprechen und sie zu *caring objective Indians* machen möchte. Was ihm, meines Erachtens, allerdings bei all seinem Engagement aus dem Blick geraten ist, ist die fundamentale Tatsache, dass zentraler Bestandteil jeglicher Aufklärung die Forderung ist, „sich seines Verstandes *ohne Leitung eines anderen* zu bedienen".[4]

Mit diesem Anspruch gehen sowohl er selbst als auch alle anderen idealistischen Influencer/-innen fehl. Auch sie produzieren, was sie eigentlich zu bekämpfen vorhaben: willige Anhängerschaften, neudeutsch: Followers, die ihre Slogans nachbeten und teilweise aggressiv vertreten. Und sie, die Influencer/-innen selbst, spielen auch wieder nur das bekannte Spiel von Macht und Einfluss oder von Herrschaft über andere, das mit neuen Mythen (Beeinflussung als Aufklärung) verbrämt wird.

Von Chetan Bhagat können wir somit drei elementare Dinge lernen. Er zeigt, *erstens*, dass das Einfache keineswegs immer das Richtige ist. An seinen Texten kann man, *zweitens*, vergleichsweise leicht nachvollziehen, wie schnell auch die wohlmeinendste Aufklärungsarbeit in Propaganda umschlagen kann. *Drittens* erinnert uns Chetan Bhagats Kurzschluss (die *caring objective Indians* als zukünftige Führer) einmal mehr daran, was *echte* Aufklärung heißt: Probleme zu benennen und in all ihrer Komplexität darzustellen – sich für ihre Lösungen aber mutig des „eigenen Verstandes ohne Leitung eines anderen zu bedienen".

Zum Autor



Gerhard Bierwirth wurde in Englischer Literatur an der Goethe-Universität Frankfurt promoviert. Er arbeitete, lehrte und publizierte in Frankfurt, Indien, Benin, Kolumbien und Japan. Seit 2017 konzentriert sich seine wissenschaftliche Tätigkeit auf den postkolonialen indischen Roman.

Endnoten

1 In seinem Artikel *Depicting of Youth and Culture in Chetan Bhagat´s Selected Novels* hat sich Brijesh S. Deshmukh am 3. Februar 2018 auf www.conferenceworld.in mit Bhagats *postmodern projection of parables* genauer beschäftigt.

2 Was an dieser Stelle keine Berücksichtigung findet, sondern gesondert behandelt werden müsste, ist die fast perfekte Propagandamaschinerie der BJP von Ministerpräsident Narendra Modi, der schon seit vielen Jahren die politischen Einflussmöglichkeiten der sogenannten Social Media erkannt und genutzt hat.

3 „*An Open Letter to Indian Change Seekers*" (*Making India Awesome*, S.159–161)

4 So Immanuel Kant in seiner Schrift „Beantwortung der Frage: Was ist Aufklärung?" von 1784: „*Sapere aude*. Habe Mut, Dich Deines eigenen Verstandes zu bedienen. … Unmündigkeit ist das Unvermögen, sich seines Verstandes ohne Leitung eines anderen zu bedienen." https://www.deutschestextarchiv.de/book/view/kant_aufklaerung_1784?p=17.