

DIGITAL INDIA

ÜBERZEUGEN UND KONTROLLIEREN: DIE INSTRUMENTE DER DIGITALEN GOUVERNEMENTALITÄT

Erik Becker

“The Digital India programme is a flagship programme of the Government of India with a vision to transform India into a digitally empowered society and knowledge economy”¹ - Digital India ist eines der Aushängeschilder der BJP-geführten Regierung von Premierminister Narendra Modi. Es bildet einen wichtigen Bestandteil der *Digital Revolution*, die das Leben der Menschen in Indien transformieren und der Nation wieder Geltung in der Welt verschaffen soll. Dabei ist das Programm keineswegs „revolutionär“ oder der Bruch mit dem „Alten“, welchen Modi und die BJP-Regierung in ihrer Rhetorik vermitteln. Informations- und Kommunikationstechnologien (IKT) und der Einsatz von Technologien als Instrumente des Regierens haben vielmehr eine lange Geschichte, die wir bis zu den Modernitätsdiskursen der kolonialen Gouvernamentalität zurückverfolgen können. Digitale Technologien können entsprechend, wie auch die Eisenbahn oder die Kanalisation vor 150 Jahren, als ein technopolitisches Instrument der Regierung verstanden werden. Sie stehen sinnbildlich für die angestrebte Modernität und Zukunft und werden zugleich zur Steuerung und Kontrolle eingesetzt, denn mit ihrer Hilfe kann die Regierung auf die Bevölkerung einwirken, ohne dass diese sich dessen bewusst ist.²

Im Rahmen des *Digital India* Programms werden Informations- und Kommunikationstechnologien als entscheidende Instrumente inszeniert, mit deren Hilfe die Probleme des „alten Indiens“ gelöst werden können. Sie sollen die Ineffizienz der Verwaltung beseitigen, in dem sie die Papierflut und das Chaos auf den Ämtern mithilfe digitalisierter Dokumente beenden. Auch die Korruption in ländlich geprägten Räumen soll durch die Verbreitung von öffentlich-privaten *Common Service-Zentren* und der dadurch ermöglichten, direkten Kommunikation zwischen Bürger*in und Regierung verschwinden. Diese Absicht basiert auf der Annahme, dass die Korruption im ländli-



COMPENDIUM ON DIGITAL INDIA © Ministry of Electronics and Information Technology

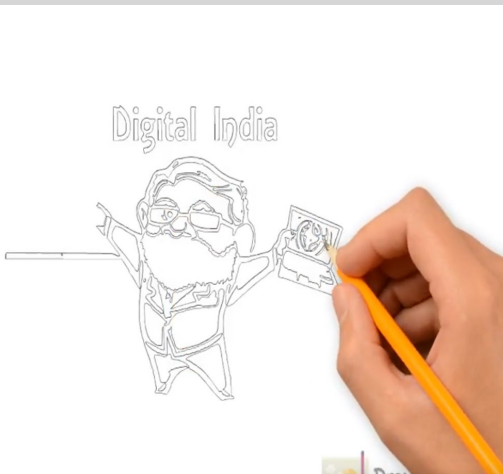
chen Raum in den lokalen Ämtern verortet sei, deren Aufgaben durch die Zentren übernommen werden. Die Botschaft der Videos des *Digital India* Programms, der empirischen Grundlage meiner Masterarbeit, ist klar: Das Leben im neuen, digitalen Indien ist in hellen Farben gezeichnet und dynamisch; die Figuren lächeln, sind glücklich, niemand ist gestresst oder wird wütend. Der Alltag ist leicht, effizient organisiert und das Zusammenleben harmonisch. Rentner*innen, Schüler*innen, Frauen, Kleinbauern, Marginalisierte, die auf Transferleistungen des Staates angewiesen sind, aber auch Call Center-Angestellte in indischen Kleinstädten - sie alle sollen vom neuen, digitalen Indien profitieren. Sie sind die Figuren, die in den Videos zu sehen sind und haben in ihrer Vielfalt etwas gemeinsam: visuell werden sie dem ruralen Raum zugeordnet, in vielen Fällen als sozial benachteiligt und damit implizit als Teil des „alten Indiens“ dargestellt. Um Teil des „neuen Indiens“ zu werden, das machen die Videos ebenfalls deutlich, benötigen die gezeigten Personen neben einer digitalen Identität, die sie durch das digitale Identifikationsregime *Aadhaar* erhalten, auch ein internetfähiges Telefon oder ein anderes IKT-Gerät. Nur dann kann die*der Einzelne vom Staat und der Regierung aus der Ferne gesehen

werden. Durch den Fingerabdruck, die gespeicherte digitale Identität und ein biometrisches Lesegerät kann beispielsweise der Zugang zur Gesundheitsversorgung durch die Regierung gestattet oder verhindert werden. Die neuen Technologien der digitalen Gouvernamentalität ermöglichen die Sichtbarkeit des Individuums und dienen somit der direkten Kontrolle eben jener Bevölkerungsgruppen, die in den untersuchten Videos als Zielgruppen und Begünstigte des „neuen Indiens“ vermittelt werden.

In der visuellen Kommunikation stellt sich die Regierung als fürsorglich dar und der Staat wird als vorbildlicher Dienstleister seiner Bürger*innen inszeniert. Er fördert und verteidigt nicht nur national, sondern auch global Indiens wirtschaftliche Interessen und schafft dabei Wettbewerbsvorteile und Chancen auf dem Weltmarkt durch den erleichterten Zugang zu jenen Daten der Bevölkerung, die durch das Programm generiert werden, beispielsweise den Personendaten. Die visuelle Konstruktion der Dichotomie und Gleichsetzung des „alten“ mit dem „analogen Indien“ sowie des „neuen“

¹ MINISTRY OF ELECTRONICS & INFORMATION TECHNOLOGY GOVERNMENT OF INDIA (N.D.). *DIGITAL INDIA: POWER TO EMPOWER* [WEBSITE]. RETRIEVED FROM [HTTPS://DIGITALINDIA.GOV.IN/CONTENT/ABOUT-PROGRAMME](https://digitalindia.gov.in/content/about-programme)

² MICHEL FOUCAULT BEFASST SICH IN SEINEN AUSFÜHRUNGEN ZUR GOUVERNEMENTALITÄT AUSFÜHRLICH MIT DER ROLLE VON TECHNOLOGIEN ALS REGIERUNGSPRAKTIK, SIEHE DAZU FOUCAULT, M. (2004). SICHERHEIT, TERRITORIUM, BEVÖLKERUNG. VORLESUNG AM COLLÈGE DE FRANCE 1977-1978, IN *GESCHICHTE DER GOUVERNEMENTALITÄT* (P. 110). FRANKFURT AM MAIN: SUHRKAMP.



HOW TO DRAW DIGITAL INDIA CARTOON DRAWING STEP BY STEP
(Drawing Cartoons - How to Draw), 2017

mit dem „digitalen Indien“ im Rahmen der *Digital India* Kampagne ist ein zentrales Ergebnis meiner Analyse. Die Videos vermitteln deutlich, dass dieses „alte Indien“ mit den Technologien der digitalen Gouvernamentalität, insbesondere Smartphones und Apps, kontrolliert werden muss, um das Bild des modernen Indiens als IT Superpower und die damit verbundenen Chancen nicht zu stören.

Die urbane Mittelschicht, das wurde für mich in den Videos ebenfalls deutlich, wird aufgrund ihrer Werte und Moralvorstellungen, transregionalen Verbindungen sowie ihrer Beziehung zu „neuen“ Medien- und Kommunikationstechnologien als dem „neuen Indien“ von vornherein zugehörig gedacht. Sie von den Vorzügen des *Digital India* Programms zu überzeugen, ist ein zweiter wichtiger Bestandteil der visuellen Kommunikation, wie ich in meiner Masterarbeit unter anderem auf Grundlage der Ästhetik der Bilder, der Ausstattung der Videos sowie der passiven Darstellung der vermeintlichen Zielgruppen hervorhebe. Folglich können digitale Technologien als Symbol einer globalen Moderne und als wichtiges Element der *Middle Class Politics* der BJP betrachtet werden. Gerade im Vorfeld der Parlamentswahl 2019, als die erzielten Erfolge der hindu-nationalistischen Bharatiya Janata

Party (BJP) zunehmend in Frage gestellt und kritisiert wurden, sollte die (urbane) Mittelschicht von der digitalen Zukunftsvision der Partei überzeugt werden. Das Programm verspricht eine digitale Zukunft für das ganze Land und alle Bereiche des Lebens, jedoch sieht die Realität anders aus, wie sich mit Blick auf die dafür erforderlichen Infrastrukturen oder die benötigten ausländischen Direktinvestitionen (*foreign direct investments, FDI*) feststellen lässt. Wie der Kommunikationswissenschaftler Pradip Ninan Thomas aufzeigt, beschränken sich diese bislang auf ausgewählte und wirtschaftlich erfolgreiche Bundesstaaten wie Maharashtra oder Tamil Nadu sowie einzelne Metropolen, erreichen aber kaum jene Menschen, die als Zielgruppe des *Digital India* Programms konstruiert werden.³

³ THOMAS, P. N. (2019). INTRODUCTION. IN P. N. THOMAS (ED.), *THE POLITICS OF DIGITAL INDIA* (PP. 1–30). OXFORD UNIVERSITY PRESS.

Zum Autor:

Erik Becker schloss seinen Master der Modernen Süd- und Südostasienstudien im Oktober 2019 ab. Ein Forschungsaufenthalt in Delhi 2018 war der Anstoß für seine Auseinandersetzung mit dem Thema Digitalisierung und digitale Gouvernamentalität in Indien.



© Elisabeth Gabe