

Afrikas Blogosphäre

Bürgerjournalisten zwischen Kairo und Kapstadt

Von **Geraldine de Bastion**

Der Beitrag politischer Weblogs zur Meinungsbildung und Mobilisierung von gesellschaftlichen Protesten ist ein international viel diskutiertes Thema – jüngst vor allem mit Blick auf den Iran. Der afrikanische Kontinent erscheint auf der Karte des Web 2.0 hingegen zumeist als ein weißer Fleck. Dabei wächst auch zwischen Kairo und Kapstadt die Zahl der politischen Blogs und damit deren Bedeutung für die öffentliche Sphäre und den gesellschaftlichen Diskurs. Welches Potential birgt diese Form der Internetkommunikation, um demokratisches Denken und Handeln – gerade in Ländern mit fragilen partizipativen Strukturen – zu unterstützen und zu fördern?

Ein Internetanschluss stellt die technische Voraussetzung dar, um an den elektronischen Informationsangeboten und Diskussionen teilnehmen zu können. Zwar liegt der Durchschnitt der Internetanbindungen – auch aufgrund der damit verbundenen Kosten – in Afrika mit elf Prozent der Haushalte gegenwärtig immer noch weit unter dem globalen Mittel von 23 Prozent.¹ Dennoch haben der Ausbau der Infrastruktur, unterschiedliche Regulierungsreformen und kreative Geschäftsmodelle in den letzten Jahren zu einem signifikanten Anstieg der Internetnutzung in den meisten Teilen Afrikas geführt. Vor allem durch die rasante Verbreitung von Mobilfunk und gemeinschaftlich genutzter Internetanschlüsse haben sich Nutzungsmodelle entwickelt, die immer mehr Menschen Zugang zum Internet bieten.² Dementsprechend finden auch in Afrika sogenannte Web-2.0-Anwendungen zunehmend Verbreitung – für persönliche und kommerzielle, aber auch für politische Zwecke. Dazu gehören soziale Netzwerkdienste wie Facebook oder SMS-Dienste wie Twitter, in erster Linie aber Weblogs.

Einen Überblick zum Stand der afrikanischen Blogger-Community bietet der Aggregator „Afrigator“, der im Juli 2009 über 10 500 afrikanische Blogs aufführte.³ Südafrika nimmt mit 62 Prozent (rund 6400) der Blogs den weit-

1 Vgl. Information Society Statistical Profiles 2009 – Africa, www.itu.int/dms_pub/itu-d/opb/ind/D-IND-RPM.AF-2009-PDF-E.pdf, S. 14.

2 Dabei spielt gerade das Mobiltelefon eine wichtige Rolle, dessen Nutzung in Afrika rasant ansteigt: Dort hat bereits jeder Dritte die Möglichkeit, mobil zu telefonieren. Allerdings sind die größten Hindernisse bei der Verbreitung moderner Technologien in Afrika weiterhin mangelnde Versorgung mit Basisinfrastrukturen wie Elektrizität. Dabei haben erfolgreiche Konzepte zum Vertrieb von Mobilfunktechnologie, wie der „Village Phone“-Ansatz, gezeigt, dass auch arme Bevölkerungsschichten neue Technologien nutzen und von ihnen profitieren können.

3 Ein „Aggregator“ ist ein Online-Dienst, der Medientypen und -inhalte bündelt und verfügbar macht.

aus größten Anteil ein, es folgen Nigeria (1094 Blogs), Kenia (555 Blogs) und Ägypten (325 Blogs). Sieben Prozent (etwa 780) der aufgeführten Blogs lassen sich inhaltlich nicht einem Land zuordnen, sondern thematisieren Afrika im Allgemeinen und werden als überregional klassifiziert.

Afrikanische Blogger – Eine wachsende bunte Community

Die Themen der afrikanischen Blogosphäre sind ebenso bunt gestreut wie anderswo: Es wird über Liebe und Sex, Technologie und Geschäftsmodelle, Musik und Tiere wie auch über Entwicklung und Politik geschrieben. Afrikanische Bloggerinnen und Blogger greifen dabei auch Themen auf, die von den Regierungen zensiert werden oder als Tabu gelten, wie beispielsweise Korruption oder Homosexualität. Als wichtigste Themen identifiziert Afrigator Religion, Tourismus, Robert Mugabe, Soziale Netzwerke und die Fußballweltmeisterschaft 2010.⁴ Oft steht einfach der Alltag im Vordergrund, wie in dem Blog „Cape Town Daily Photo“.⁵ Während es in Südafrika die größte Zahl von Blogs gibt, finden sich die jüngsten, eindrucksvollen Beispiele für deren Nutzung als Mittel des politischen Bürgerjournalismus vorrangig in afrikanischen Staaten mit fragilen Regierungs- und Medienstrukturen.

Im Allgemeinen werden drei Blog-Typen unterschieden: persönliche Online-Journale, Corporate Blogs und laien- bzw. bürgerjournalistische Blogs. Während sich persönliche Online-Journale eher an einen kleineren Leserkreis richten, adressieren die beiden anderen Typen „politisch relevante Teilöffentlichkeiten“.⁶ Bürgerjournalismus, der oftmals mit Laienjournalismus oder partizipativem Journalismus gleichgesetzt wird, beschreibt eine Tätigkeit, wo der Leser, vorzugsweise im Internet, selbst zum Produzenten von Inhalten und damit zum Berichterstatter wird – unabhängig von traditionellen Medienstrukturen.⁷ Er beschreibt somit eine Art von nichtprofessionellem Journalismus, der sich durchaus, auch in Vernetzung mit anderen Schreibern, als Instrument der politischen Beteiligung im Sinne partizipatorischer Demokratietheorien versteht.

Afrikas sprachliche Vielfalt, die unterschiedlichen Kulturräume, aber auch die Größe des Kontinents erschweren nicht nur allgemeine Aussagen über die dortige Blogosphäre, auch die Vernetzung unter den afrikanischen Bürgerjournalisten wird dadurch erschwert. Dennoch betrachten sich afrikanische Netzaktivisten unterschiedlicher Regionen wie die Bloggerinnen Sokari Ekine aus Nigeria oder Ory Okolloh aus Kenia bereits seit langem als Teil einer dynamisch wachsenden afrikanischen Online-Community. So betont Ekine, dass es „eine wachsende Anzahl von Leuten mit einem Zugang zum Internet gibt,

4 Vgl. <http://afrigator.com/topics/summary>.

5 Vgl. www.capetowndailyphoto.com/

6 Vgl. Klaus Beck, *Neue Medien – alte Probleme? Blogs aus medien- und kommunikationsethischer Sicht*, in: *Kommunikation, Partizipation und Wirkungen im Social Web*, Band 1, Deutsche Schriften zur Online-Forschung 2, Köln 2008, S. 63.

7 Vgl. Sven Engesser, *Partizipativer Journalismus: Eine Begriffsanalyse*, in: *Kommunikation, Partizipation und Wirkungen im Social Web*, Band 2, DGOF – Deutsche Schriften zur Online-Forschung 2, Köln 2008, S. 64-66.

die mit Blogs und sozialen Medien vertraut sind. Verglichen mit der Gesamtbevölkerung mag dies noch eine Minderheit sein, aber ihre Zuwachsrate ist durchaus bemerkenswert.“⁸

Als Sokari Ekine 2004 zu bloggen begann, war diese Art der Kommunikation noch neu und wenig verbreitet. Da es bis dahin kaum Blogs über Afrika gab, beschäftigte Ekine sich vorrangig mit der Berichterstattung über Länder, die in internationalen Massenmedien kaum Erwähnung finden, bevor sie sich zunehmend auf die Themen Frauenrechte, Homosexualität und soziale Gerechtigkeit spezialisierte.

Auch aus Ory Okollohs Perspektive war die Zusammenarbeit der Blogger für die Entstehung einer lebhaften Blogger-Community entscheidend: „Gerade am Anfang, als wir noch nicht so zahlreich waren, stellten wir sicher, dass wir gegenseitig unsere Blogbeiträge kommentierten, damit wir uns auf diese Weise kennenlernten.“⁹

Die vernetzten „Produser“

Die Bloggerinnen und Blogger verstehen die neuen Technologien zudem als Möglichkeit zur Herstellung einer größeren Öffentlichkeit und nutzen sie daher auch als Instrument der politischen Mobilisierung. Durch die einfache Bedienbarkeit von Web-2.0-Angeboten haben mehr Nutzer die Möglichkeit, vom „User“ zum „Produser“ zu werden, Inhalte also nicht nur zu konsumieren, sondern auch selbst zu produzieren. So entstehen neue Formen der medialen Darstellung und Kommunikation, und zwar gerade in den Ländern, in denen eine pluralistische Medienlandschaft fehlt oder marginalisierte Bevölkerungsgruppen in den nationalen und internationalen Massenmedien unterrepräsentiert sind.

Ein Beispiel hierfür ist der „Nata Village Blog“, wo die Einwohner eines kleinen Dorfes in Botswana über die konkreten Auswirkungen der Aids-Pandemie berichten. Statt jedoch ein hoffnungsloses Bild zu zeichnen, ist der Blog überschrieben mit „Nata – Ein Dorf der Hoffnung“. Er berichtet über unterschiedliche Behandlungs- und Selbsthilfemöglichkeiten und gewährt den Austausch zwischen Betroffenen.¹⁰ Ein anderes Beispiel bietet der Blog „Voices of Africa“. Hier bloggen Afrikanerinnen und Afrikaner über ihre Visionen ökologischer, wirtschaftlicher und sozialer Entwicklung.¹¹ Auf diese Weise tragen neue Medien durch ihre globale Erreichbarkeit maßgeblich auch dazu bei, stereotype Bilder des afrikanischen Kontinents durch differenziertere Eindrücke zu ersetzen.

In Zeiten von Web-2.0-Technologien geht es aber nicht nur um die Verbreitung von Informationen, sondern vor allem um Austausch mit den Leserinnen und Lesern. Generell gilt auch in Afrika: Nur ein Blog, der regelmäßig aktua-

8 Interview der Autorin mit Sokari Ekine vom 20.7.2009; ihr Blog: www.blacklooks.org.

9 Interview der Autorin mit Ory Okolloh vom 7.4.2009; ihr Blog: www.kenyanpundit.com.

10 <http://natavillage.typepad.com>.

11 <http://voicesofafrica.info>; vgl. auch Christian Kreutz, Exploring the potentials of blogging for development, in: Participatory Learning and Action, 59/2009, S. 28-33.

lisiert, gelesen und kommentiert wird, gilt als „lebendig“. Viele Blogger verstehen sich daher zugleich als schreibende Aktivisten, die andere Menschen aktiv in Diskussionen, beispielsweise über soziale Gerechtigkeit, einbeziehen wollen.

In wachsendem Maße nehmen sich auch die traditionellen Medien ein Beispiel an den Blogs und nutzen deren Kommunikationswerkzeuge. So sucht die nigerianische Tageszeitung „The Vanguard“ gezielt den Dialog mit ihren Leserinnen und Lesern, indem sie dazu einlädt, Online-Artikel zu kommentieren, sogenannte crossmediale Video- und Audioangebote unterbreitet und die Verlinkung ihrer Inhalte innerhalb sozialer Netzwerke zulässt.¹²

Inzwischen beginnen auch internationale Medien, auf die wachsende Blog-Landschaft in Afrika zu reagieren. Im Jahr 2007 entschied sich die Nachrichtenagentur Reuters, mit „Global Voices“, einem nicht-kommerziellen, internationalen Netzwerk von Bloggern und Bürgerjournalisten, zusammenzuarbeiten und afrikanische Weblogs in ihr Internetangebot aufzunehmen.

Das Mobilisierungspotential der neuen Medien: Das Beispiel Kenia

Die zunehmende Verbreitung von Weblogs strahlt somit auch auf andere Medien aus. Durch die Verzahnung unterschiedlicher Medien und insbesondere durch die Nutzung von Mobilfunkdiensten erreichen die Bloggerinnen und Blogger auch Menschen, die keinen Zugang zum Internet haben. Eine herausgehobene Rolle spielt aufgrund der hohen Verbreitung von Mobiltelefonen die Verknüpfung von SMS-Nachrichten mit Blogs. So werden beispielsweise über das Telefon verschickte Kurzmitteilungen dafür genutzt, in einem *Bottom-up*-Prozess Informationen zu sammeln, die anschließend über Internet und Radio verbreitet werden.

Ein anschauliches Beispiel für diese Form der Vernetzung bot Kenia während der Präsidentschaftswahl im Dezember 2007. Zwar hatte sich hier seit den frühen 90er Jahren eine vergleichsweise vielseitige und liberale Medienlandschaft herausgebildet. Im Vorfeld der Wahl nahm die direkte staatliche Einflussnahme auf die Medien jedoch dramatisch zu. Nachdem es unmittelbar im Anschluss an die Wahl zu gewalttätigen Ausschreitungen kam, beschuldigten die Machthaber die Medien, in der politisch aufgeheizten Atmosphäre ihre neutrale, kritische Haltung aufzugeben und die ethnischen Konflikte gefördert zu haben. Daraufhin wurde eine komplette Nachrichtensperre verhängt und schließlich gar ein Verbot von Live-Berichterstattung im Radio ausgesprochen. Weil die Pressefreiheit auf diese Weise mehr und mehr unter Druck geriet, kam den politischen Bloggern in Kenia plötzlich eine besondere Rolle zu: Sie versuchten mittels Internet Informationslücken zu füllen und Licht in die chaotischen Zustände zu bringen.

Daudi Were gilt als Pionier unter den kenianischen Bloggern. Ab dem Tag der Wahl wurden er und weitere politische Blogger per Mobilfunk über

12 Vgl. www.vanguardngr.com.

aktuelle Entwicklungen in den verschiedenen Regionen und vor allem auch ländlichen Gebieten detailliert informiert. Daudi Were und auch Ory Okolloh nutzten ihre Blogs, um während der Nachrichtensperre aktuelle Informationen aus den Provinzen ebenso wie Neuigkeiten aus Nairobi zu verbreiten und mit ihren Lesern zu diskutieren. Bereits am Nachmittag des ersten Wahltags gelang es ihnen, Diskrepanzen zwischen den Aussagen der Regierung, der Berichterstattung der Massenmedien und den Informationen der Blogger-Community aufzuzeigen.

Die Reichweite der kenianischen Blogs stieg sogar noch, als Radiostationen nach Aufhebung der Rundfunksperren begannen, Blogbeiträge in ihren Sendungen vorzulesen. Statt nur etwa fünf Prozent der Bevölkerung zu erreichen, erhöhte sich der Radius der sonst nur im Internet verfügbaren Informationen mit Hilfe des Rundfunks auf potentiell 95 Prozent der Kenianer.

Die neuen Medien wurden jedoch von anderen Akteuren zeitgleich dazu genutzt, SMS-Nachrichten zu verschicken, die zur Gewaltanwendung gegen andere ethnische Gruppen aufriefen. Die Verbreitung von Gewaltaufrufen über die Medien, insbesondere das Radio, hatte in Afrika bereits Jahre zuvor in Uganda und Ruanda katastrophale Folgen zeitigt.

Allerdings erlauben die neuen Medien, im Unterschied zum Radio, eine mehrdirektionale Kommunikation. Diese Tatsache machte sich Michael Joseph, Geschäftsführer des größten kenianischen Mobilfunkanbieters Safaricom, zunutze. Er überzeugte die Regierung, das SMS-System trotz der drohenden Eskalation nicht abzuschalten. Stattdessen versandte der Anbieter an alle seine neun Millionen Kunden Nachrichten, die zu friedlichem Verhalten aufriefen.

„Ushahidi“ und „Crowdsourcing“

Das kenianische Beispiel veranschaulicht, dass die neuen Technologien unterschiedlich genutzt werden können. Letztendlich kommt es auf die Intentionen der User an: So können elektronische wie analoge Medien beispielsweise dazu dienen, sowohl für als auch gegen Gewaltangriffe zu mobilisieren.

Das Mobilisierungspotential der SMS wurde zeitgleich auch von politischen Bloggern erkannt. Binnen einer Woche nach Ausbruch der Gewalt entwickelten kenianische Blogger eine Technologie, die es ermöglicht, per SMS oder Internet übermittelte Informationen mit Hilfe von GoogleMaps zu kartographieren. Sie nutzten diese Technologie, um die Gewaltausbrüche zu lokalisieren, zu dokumentieren und vor ihnen zu warnen. Die Open-Source-Software wurde Ushahidi genannt, nach dem Swahili-Wort für Bericht oder Zeugnis.¹³

Ushahidi ist eine Innovation *made in Africa*. Mittlerweile arbeitet ein Team internationaler Programmierer an der Weiterentwicklung der Crowdsourcing-Software, die bereits in unterschiedlichen Kontexten eingesetzt wurde.¹⁴ So

¹³ Vgl. www.usahidi.com.

¹⁴ „Crowdsourcing“ beschreibt die kollektive, öffentliche Sammlung von Informationen bei gleichzeitiger Plausibilitätskontrolle durch alle Beteiligten.

nutzt das Online-Projekt „United for Africa“ Ushahidi, um fremdenfeindliche Übergriffe in Südafrika zu dokumentieren und die Nutzer dabei zu unterstützen, sich gegenseitig zu informieren und Hilfe für Verfolgte zu leisten.¹⁵ Die Website „Stop Stock-Out“ hingegen zeigt mit Hilfe von Ushahidi, wo Lieferengpässe wichtiger Medikamente in Malawi, Kenia, Uganda und Sambia bestehen.¹⁶

Eine weitere in Afrika entwickelte Anwendung zur Förderung politischer Teilhabe ist das nigerianische *Network of Mobile Election Monitors* (NMEM), das von der lokalen Nichtregierungsorganisation *Help Foundation* gemeinsam mit den Betreibern von FrontlineSMS entwickelt wurde. Diese Technologie ermöglicht Wahlbeobachtung mit Mobiltelefonen und somit, wie Ushahidi, die Einbindung von Nutzern bei der Erhebung aktueller Daten und lokaler Informationen. Nach einem ersten Testlauf bei einer Regionalwahl wurde das System erfolgreich bei den landesweiten Wahlen am 21. April 2007 eingesetzt. Insgesamt erhielt NMEM über 10000 Nachrichten von Bürgern, die direkt und dezentral per Handy über die Wahllokale berichteten. Dazu gehörten Meldungen über geregelte Abläufe in Wahllokalen, aber auch über Unregelmäßigkeiten und Zwischenfälle am Wahltag. Widersprüchliche Aussagen aus den gleichen Wahllokalen wurden sorgsam verglichen und überprüft.

Die Auswertung der Informationen ergab, dass die Wahl trotz des positiven Verlaufs in vielen Wahlstationen von Verstößen überschattet wurde – eine Einschätzung, die andere nationale und internationale Wahlbeobachter später teilten.¹⁷

Bloggen im Namen der Freiheit

Die wachsende mediale Vernetzung wird aber nicht nur zur Aggregation von Informationen genutzt, sondern auch, um politischen Widerstand und Protestaktionen zu organisieren.

Zu einer zentralen Vernetzungsplattform für politische Kampagnen ist das soziale Netzwerk Facebook geworden. Als der nigerianische Blogger Jonathan Elendu im Oktober 2008 in der Hauptstadt Abuja festgenommen wurde, verbreitete der Blog „Nigerian Curiosity“ die Meldung über seine Verhaftung. Die Facebook-Gruppe „Free Nigerian Blogger Jonathan Elendu“ informierte zeitgleich über aktuelle Ereignisse und rief zur Unterstützung auf. Wenige Wochen später wurde Elendu, auch dank des im Internet erzeugten öffentlichen Drucks, freigelassen.

Ein anderes Beispiel dafür, wie die Blogger-Community sich dagegen wehrt, dass die Pressefreiheit weiter eingeschränkt und die Internetnutzung stärker reglementiert und kontrolliert wird, bietet Ägypten. Dort werden insbeson-

¹⁵ Vgl. www.unitedforafrica.co.za.

¹⁶ Vgl. stopstockouts.org/ushahidi.

¹⁷ Vgl. Rebekah Heacock, Africa: The arrival of Seacom cable sparks debate, *Global Voices*, 24.07.2009, <http://globalvoicesonline.org/2009/07/24/africa-the-arrival-of-seacom-cable-sparks-debate>, sowie den Election Monitoring Report des NMEM, www.kiwanja.net/miscellaneous/NMEM_Election_Report.pdf.

dere die Blogs, aber auch Facebook und Twitter überwacht. Zugleich häufen sich die Meldungen über Repressionen gegen aktive Blogger: Die Verhaftungen des US-amerikanischen Bloggers Jeff Buck im Jahr 2007, des ägyptischen Bloggers Malek Mustafa im Jahr 2008 und die vier Tage dauernde Inhaftierung des deutsch-ägyptischen Bloggers Philip Rizk Anfang 2009 belegen das harte Vorgehen des Staates.¹⁸ In allen drei Fällen spielten Online-Proteste eine wichtige Rolle für die Freilassung der Blogger. Vor allem der Mikroblogging-Dienst Twitter kam als Informations- und Protestmedium zum Einsatz. Im Fall Rizk schlossen sich mehr als 6500 Unterstützer binnen Tagen einer Gruppe bei Facebook an, die gegen die Inhaftierung protestierte. Über Twitter hielt Rizks Schwester die Community über neueste Entwicklungen auf dem Laufenden.

Aber nicht nur in Ägypten ist die Wachsamkeit der Regierungsbehörden gegenüber Blogs in den letzten Monaten deutlich gestiegen. Auch die Regierungen zahlreicher anderer afrikanischer Staaten versuchen, die in ihren Augen unberechenbaren und daher bedrohlichen Informations- und Protestkanäle wieder zum Schweigen zu bringen – vor allem durch Einschüchterungsversuche sowie technische Zensur- und Überwachungsmaßnahmen, aber auch durch inhaltliche Gegenangebote. So baut Nigeria verstärkt auf eigene „Angebote“ und gezielte inhaltliche Beeinflussung, um gegen die zunehmende regierungskritische Berichterstattung im Netz vorzugehen. Im Rahmen einer staatlichen Informationskampagne sollen mehr als 700 Nigerianer im In- und Ausland rekrutiert werden, um der kritischen Bloggerkultur zu begegnen.¹⁹

Gerade das Vorgehen gegen die neuen Medien und die afrikanischen Bloggerinnen und Blogger zeigen deren gewachsene Bedeutung für Demokratie und Meinungsfreiheit in den jeweiligen Staaten auf. Den unabhängigen Bloggern kommt nicht nur eine wichtige Funktion bei der Verbreitung aktueller lokaler Informationen zu. Mit Hilfe der neuen Medien schaffen sie auch einen Raum für gesellschaftliche Debatten und politische Mobilisierung. Der Kampf der afrikanischen Blogger-Community steht dabei erst am Anfang. Aber die Anfänge lassen hoffen, dass gerade die politische Bedeutung der noch jungen und aktiven Blogger-Community weiter wachsen wird.

18 Vgl. hierzu Deutsche Welle, Egyptian activists use Twitter to bust censorship, 2.6.2009; Oliver Trenkamp, Ägypten lässt deutschen Gaza-Blogger frei, in: „Spiegel Online, 11.2.2009. Weitere Beispiele für Verhaftungen von Bloggern unter <http://advocacy.globalvoicesonline.org>.

19 Vgl. Sahara Reporters, Umaru Yar'adua Regime Launches \$5 Million Online War, www.saharareporters.com, 16.6.2009.

Deutschland Archiv

Fachzeitschrift für Transformationsprozesse

Deutschland Archiv ...
 ... reflektiert die Geschichte der deutschen
 Teilung, der friedlichen Revolution in der
 DDR und der Vereinigung.
 ... analysiert die Situation im vereinigten
 Deutschland.
 ... diskutiert differenziert, exemplarisch
 und vielschichtig die Befindlichkeiten,
 Identitäten und das zeitgeschichtliche
 Erbe der Deutschen.
 ... wendet sich an ein Publikum, das an
 politischen, kulturellen und zeitgeschicht-
 lichen Fragen interessiert ist.

Die Fachzeitschrift für Transformationsprobleme.
 WOLFGANG THIERSE



Deutschland Archiv

Zeitschrift für das
vereinigte Deutschland

W. Bertelsmann Verlag
(Hg.) im Auftrag der
Bundeszentrale für
politische Bildung
www.bpb.de

6 Ausgaben pro Jahr
 Einzelheft 8,- €
 Abo 39,- €
 Studentenabo 23,- €
 ISSN 0012-1428
 Best.-Nr. DA

www.wbv.de



W. Bertelsmann Verlag

Bestellung per Telefon 0521 91101-11 per E-Mail service@wbv.de

