

Afrikas Medien: im Spannungsfeld von Meinungsfreiheit, Boulevardisierung und Repression

Bergstresser, Heinrich

Veröffentlichungsversion / Published Version

Arbeitspapier / working paper

Zur Verfügung gestellt in Kooperation mit / provided in cooperation with:

GIGA German Institute of Global and Area Studies

Empfohlene Zitierung / Suggested Citation:

Bergstresser, H. (2009). *Afrikas Medien: im Spannungsfeld von Meinungsfreiheit, Boulevardisierung und Repression*. (GIGA Focus Afrika, 7). Hamburg: GIGA German Institute of Global and Area Studies - Leibniz-Institut für Globale und Regionale Studien, Institut für Afrika-Studien. <https://nbn-resolving.org/urn:nbn:de:0168-ssoar-274200>

Nutzungsbedingungen:

Dieser Text wird unter einer CC BY-NC-ND Lizenz (Namensnennung-Nicht-kommerziell-Keine Bearbeitung) zur Verfügung gestellt. Nähere Auskünfte zu den CC-Lizenzen finden Sie hier:

<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/deed.de>

Terms of use:

This document is made available under a CC BY-NC-ND Licence (Attribution-Non Commercial-NoDerivatives). For more information see:

<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0>

Afrikas Medien: Im Spannungsfeld von Meinungsfreiheit, Boulevardisierung und Repression

Heinrich Bergstresser

Im Rahmen der Demokratiebewegungen seit Anfang der 1990er Jahre haben die Medien in Afrika einen rasanten Aufschwung erlebt. Dazu hat die Deregulierung der Informations- und Telekommunikationsmärkte beigetragen, die wiederum dazu genutzt wurde, die Liberalisierung von Wirtschaft und Politik zu unterstützen. Seither zählen diese Märkte in Afrika, vor allem der Mobilfunkbereich, zu den wachstumsstärksten weltweit.

Analyse:

- Obwohl der Mediensektor liberalisiert wurde, besitzen die staatlich kontrollierten Rundfunkanstalten – das wichtigste Informationsmedium für die Bevölkerungsmehrheit – in den meisten Ländern noch ein flächendeckendes Monopol; nur in den Städten und einigen kleinen ländlichen Regionen gibt es private Konkurrenz.
- Die Printmedien, darunter vor allem die privaten, die von entscheidender Bedeutung in den Demokratisierungsprozessen waren, haben zwar immer noch lediglich kleine Auflagen, verfügen aber über eine große Reichweite, die ihnen politischen Einfluss sichert.
- Die Deregulierung des Medienmarktes hat zwar Medienvielfalt, aber noch wenig Meinungsvielfalt und -freiheit bewirkt: Die Meinungsvielfalt ist durch oligopolistische Tendenzen im privaten Sektor, die Meinungsfreiheit noch immer von staatlicher Repression bedroht.
- In diesem Kontext hat sich ein eigener, teils käuflicher journalistischer Stil entwickelt, der zum einen von hohem parteilichem Engagement verbunden mit Verlautbarungsjournalismus, zum anderen von Kommerzialisierung und Boulevardisierung gekennzeichnet ist.

Schlagwörter: Medien, Demokratisierung, Afrika

1. Technologische Transformationsprozesse

Mit dem Ende des Kalten Krieges Anfang der 1990er Jahre entfaltete Afrikas Kommunikations- und Mediensektor innerhalb kurzer Zeit eine Dynamik, die unvermindert bis heute anhält. Dabei sind zwei sich gegenseitig bedingende Phänomene zu beobachten: technologischer Innovations- und Modernisierungsschub als Folge der „digitalen Revolution“ sowie politischer und wirtschaftlicher Wandel in Richtung Demokratie und Marktwirtschaft als Reaktion auf die gescheiterte Entwicklungspolitik autoritär-neopatrimonialer Regierungen (Nielsing 2004). Während die politischen Protestbewegungen Anfang der 1990er Jahre grundlegende politische Bürger- und Freiheitsrechte sowie Demokratie einforderten, konnte die internationale Gebergemeinschaft im Rahmen ihrer Struktur- und Politik- und politischer Konditionalitäten weitreichende liberale Sektorreformen im Informations- und Telekommunikationsbereich durchsetzen. Dies bescherte Afrika innerhalb weniger Jahre einen längst überfälligen Modernisierung- und Demokratisierungsschub, der mit wirtschaftlichen Deregulierungsprozessen verbunden war.

Seither zählt der afrikanische Kontinent weltweit zu den wachstumsstärksten Regionen im Mobiltelefonbereich, dessen Digitalisierung nur geringe Vernetzung mit der übrigen wenig entwickelten oder maroden Infrastruktur benötigt. Dies wiederum führte zu der paradoxen Situation, dass inmitten von Armut und Elend in weiten Teilen Afrikas modernste Telekommunikation stattfindet, trotz hoher Nutzungskosten. Auf 100 Menschen in Afrika kommen zurzeit bereits etwa 30 Handys, wenngleich nach wie vor erhebliche Asymmetrien bestehen (Afrika südlich der Sahara: 18, Nordafrika: 54, Südafrika: 87) (African Telecommunication 2008). Das in Afrika führende südafrikanische Unternehmen MTN (Mobile Telephone Networks), das britisch-südafrikanische Konsortium Vodacom und der ägyptische Mischkonzern Orascom, der den nordafrikanischen Markt beherrscht, zählen zu den größten Anbietern Afrikas. MTN allein verfügt inzwischen über etwa 100 Millionen Kunden im südlichen Afrika sowie in West- und Zentralafrika und Vodacom über rund 35 Millionen im südlichen Afrika und in der DR Kongo. Diese dominante Stellung sichert den Telekomunternehmen hervorragende Expansions- und Gewinnaussichten und bedeutet, dass sie alle übrigen Bereiche der modernen Informations- und Kommunikationstechnologie unter ihrer Kontrolle ausbauen können.

Die Träger der Demokratisierungsprozesse entstammten überwiegend der Bürger- und Menschenrechtsbewegung, in der sich junge Rechtsanwälte, Schriftsteller, Künstler und Zeitungsjournalisten zusammenfanden. Sie waren vielfach von westlichen Gebern unterstützt und trugen die Hauptlast der „zweiten Befreiung“ Afrikas. So war und ist es durchaus üblich, dass sich Vertreter der freien und künstlerischen Berufe auch journalistisch betätigen, um ihre Ideen und Vorstellungen zu verbreiten. Seit der Kolonialzeit gelten Journalismus und Jurisprudenz als wichtige Berufsfelder für den gesellschaftlichen und politischen Aufstieg.

Lokale Printmedien bestanden in der westafrikanischen Subregion bereits in der ersten Hälfte des 19. Jahrhunderts, in Ostafrika dagegen erschienen sie erst zu Beginn des 20. (Harding 1999). Die geringe Alphabetisierung war kein Hinderungsgrund, Zeitungen zu publizieren, denn sie wurden jeweils Dutzenden von Zuhörern vorgelesen und erreichten somit insgesamt ein großes Publikum. Auch heute sind die Printmedien in Afrika einer weitaus größeren Leserschaft zugänglich, als angesichts der eklatanten Bildungsmisere und der noch immer relativ geringen Alphabetisierungsrate zu vermuten wäre. Denn im Gegensatz zur Kolonialzeit hat das Bildungssystem in den Jahrzehnten nach der Unabhängigkeit zumindest Grundfertigkeiten im Lesen und Schreiben vermittelt, die zur Lektüre einer Zeitung befähigen. So beträgt die Reichweite einer Zeitung in Afrika 20 bis 25 Leser – eine vergleichsweise große Zahl angesichts von drei bis vier Lesern etwa in Deutschland. Damit können auch bei kleinen Auflagen von bis zu 10.000 Exemplaren eine erhebliche Zahl von Lesern erreicht werden, was längerfristig beträchtlichen Einfluss auf politische Sichtweisen, Überzeugungen und Wertesysteme ausüben kann.

2. Afrikanisches Journalismusprofil

Zu Beginn des 20. Jahrhunderts und in der Zeit zwischen den beiden Weltkriegen bildete sich ein Journalismusprofil heraus (Jahrbuch Medien und Geschichte 2006), das nach der politischen Unabhängigkeit weitgehend unverändert erhalten blieb, in seiner Grundstruktur auch in der neuen digitalen Medienwelt Afrikas weiterbesteht und alle Züge eines Verlautbarungsjournalismus trägt. Hier geht es um Pro und Kontra, man ist für oder gegen etwas. Diese beiden Aspekte sind konstitutiv für den Journalismus und die Medien, die in erster

Linie als PR-Agentur und mediale Speerspitze der Regierung dienen oder als Sprachrohr und Mitstreiter oppositioneller Gruppierungen und Bürgerrechtsbewegungen agieren. Daraus leitet sich ein Rollenverständnis ab, in dem es nicht vorrangig darum geht, sachlich, distanziert und wahrheitsgetreu zu informieren, um eine fundierte öffentliche Meinung herzustellen, sondern zielgerichtet einseitige, bestellte oder bezahlte Informationen und Berichte zu verbreiten. Dieses Rollenverständnis hat wiederum erhebliche Konsequenzen für die Reform- und Demokratisierungsprozesse, denn es speist sich im Wesentlichen aus den historischen Erfahrungen mit Kolonialismus, Antikolonialismus und Repression der alten und neuen Machthaber. Es verstärkt die gesellschaftliche Polarisierung und Konfliktbereitschaft einflussreicher politischer Gruppierungen, da vermittelt über die modernen Medien ständig die Machtfrage berührt wird – etwa wie im Falle des Völkermordes an den Tutsi 1994 in Ruanda.¹ In diesem Zusammenhang gehören aggressive Gestik, Sprache und aggressiver Schreibstil zur Grundstruktur der Medien, die in vielen Fällen die Dialogfähigkeit zwischen Regierung und Bevölkerung sowie zwischen den konkurrierenden Eliten torpediert.

Südafrika und Ghana veranschaulichen besonders deutlich diese strukturellen Dilemmata des Journalismus und der Medien in Afrika, denn sie tangieren wichtige Entwicklungsstufen auf dem Weg zu Demokratie und Marktwirtschaft. Als in Südafrika 1994 ein demokratisch legitimiertes System ein repressives, menschenverachtendes ablöste und in Ghana 2000/2001 ein friedlicher Machtwechsel stattfand, war über Nacht der Feind und politische Gegner abhanden gekommen. Die Journalisten sahen sich plötzlich ihrer Arbeitsgrundlage beraubt, auf der sie in bewährter Weise gegen etwas angeschrieben hatten. Die neuen demokratisch gewählten Regierungen aber erwarteten nun eine generell positive Berichterstattung, und die meisten Journalisten hatten nicht gelernt, nach journalistischen Kriterien zu arbeiten. Der Berufsstand stürzte schon bald in eine Identitätskrise, von der er sich bislang nicht erholt hat. So gedieh in diesem Umfeld der „Brown Envelope Journalism“ (bezieht sich auf die mit Geld gefüllten großen brau-

¹ Der Völkermord in Rwanda war der bisherige Tiefpunkt der Mediengeschichte Afrikas, als sich der Sender Radio Télévision Libre des Mille Collines (RTLM) mit seinen Hasstiraden maßgeblich am Genozid beteiligte. Hinter dem Sender steckte der reiche Geschäftsmann Félicien Kabuga, der bislang unbeliegt im Exil in Nairobi lebt.

nen Umschläge, die willfährigen Journalisten übergeben werden) und die Boulevardisierung der Medien schritt voran. Und beide Elemente verschärften die Verzerrungen und strukturellen Probleme der Branche. Statt Informationen, Analysen und Hintergründe dominieren Unterhaltungsprogramme mit einer Mischung aus Musik, Talkrunden, Call-in-Programmen, Werbung, kurzen lokalen und in Einzelfällen nationalen Nachrichten, die einer rasanten Show ähneln, angereichert mit vielen Boulevard-Elementen (Lifestyle, Persönliches, Banales), wobei die Diskussionsleiter und Moderatoren eher als Diskjockeys denn als professionelle Journalisten agieren. Abgesehen von den technischen Einschränkungen gilt dies im Prinzip auch für Printmedien und Online-Auftritte, in denen Boulevard-Themen und gekaufte oder bestellte Seiten die Erzeugnisse prägen.

Angesichts dieser Strukturen spielt die Art der Vergütung der Journalisten eine bedeutende Rolle. So ist es durchaus üblich, dass bei Pressekonferenzen und Veranstaltungen aller Art den Journalisten Reisekosten, Spesen und Sitzungsgelder vom Veranstalter gezahlt werden, um die Berichterstattung im Sinne des Veranstalters zu steuern. Dazu zählen vorgefertigte Textbausteine und Statements, deren Inhalte und Texte sich ungeprüft, unredigiert und ungeschnitten in den Medien wiederfinden. Unter diesen Umständen genügen bereits überschaubare Geldsummen, um zielgerichtet Artikel, Audio- und Filmmaterial zu platzieren. Darüber hinaus verkaufen die Medien Sendezeiten, in denen Organisationen und Interessengruppen Inhalte verbreiten können, die in vielen Fällen keinen oder nur dürftigen journalistischen Kriterien und Standards entsprechen und reine PR-Beiträge oder gesponserte Sendungen sind. Auch lokale und internationale Nichtregierungsorganisationen und Institutionen wie die Vereinten Nationen und die Weltgesundheitsorganisation nutzen diese Möglichkeit, um pädagogische Inhalte und politische Bildung zu vielfältigen Themen zu verbreiten.

3. Konzertierte Medieninitiative

Die 2008 begonnene *Africa Media Initiative* (AMJ)² ist eine ambitionierte Antwort auf das strukturelle Mediendilemma: Sie zielt darauf, die politischen, rechtlichen und wirtschaftlichen Rahmenbedingungen für freie, unabhängige und öffentlich-

² Vgl. www.comminet.com/en/node/270168/2754.

rechtliche Medien zu schaffen sowie die Journalisten- und Technikerausbildung grundlegend zu verbessern und internationale technische Standards zu etablieren. AMI ist das Ergebnis eines komplexen Diskussionsprozesses zwischen einflussreichen afrikanischen³ und westlichen Medienvertretern in zwei Medienprojekten, der *African Media Development Initiative* (AMDI) unter der Federführung des *BBC World Service Trust* und der *Strengthening African Media* (STREAM) unter der Federführung der *United Nations Economic Commission for Africa* (UNECA). Mit kostspieligen und methodisch aufwendigen Studien waren die Medien in 17 Staaten Afrikas südlich der Sahara untersucht worden – und die Ergebnisse bestätigten, dass sich der gesamte Mediensektor (Printmedien und elektronische Medien) in einer tiefen Strukturkrise befindet.⁴

Leider fassen diese Studien nur weithin Bekanntes zusammen und versäumen, die Besitzverhältnisse der wie Pilze aus dem Boden geschossenen Radio- und Fernsehstationen zu klären. Noch immer ist wenig über Interessenlagen, inhaltliche Ausrichtung, Rekrutierungssysteme und Finanzierungskanäle bekannt. Nur in einzelnen Fällen und ganz am Rande gehen die Studien auf diese Fragen ein. Zahlreiche Indizien weisen aber darauf hin, dass neben reichen Geschäftsleuten, ehemaligen Militärs und Politikern, die in der Vergangenheit mit repressiven und korrupten Regimen kooperiert haben,⁵ auch hochrangige Vertreter aus der Verwaltung, den Parteien, aus staatlichen und halbstaatlichen Unternehmen und der Privatwirtschaft, teils über Strohmänner, im Mediensektor investiert haben, um sich dauerhaft politische und wirtschaftliche Einflussmöglichkeiten zu sichern, ihn gegebenenfalls aber auch zur Geldwäsche zu nutzen.

4. Staatliche versus private Medien

Die privaten Printmedien sind in den afrikanischen Gesellschaften fest verankert und haben als Avantgarde der Demokratiebewegungen politische

3 Dazu zählten u.a. Moeletsi Mbeki (Endemol), Wilfried Kiboro (Nation Media Group), Amadou Ba (allafrica.com).

4 Vgl. www.bbc.co.uk/worldservice/trust/specials/1552_trust_amdi/index.shtml.

5 Bashir Dalhatu, Minister unter General Sani Abacha, finanzierte Freedom Radio Kano, den ersten Privatsender Nigerias, der 2003 auf Sendung ging. Exluftwaffengeneral Mouktar Mohammed wurde Vorstandsvorsitzender. Beide können als Prototypen des medienfernen Akteurs neuen Stils angesehen werden, der über keine Medienkompetenz, aber über Geld und Einfluss verfügt.

Veränderungen erfolgreich eingefordert. Doch ist der Rundfunk in Afrika das wichtigste Informationsmedium und hat infolge der Liberalisierung des elektronischen Medienmarktes eine merkbare Verbesserung der allgemeinen politischen Rahmenbedingungen bewirkt. Mehr als 100 Millionen Menschen über 15 Jahre schalten mindestens einmal täglich das Radiogerät ein: Afrika ist der Radio-Kontinent schlechthin. Für Afrika begann die Geschichte des Radios in den 1920er Jahren in Südafrika, doch basiert der Erfolg dieses Mediums von Beginn an auf dem Einfluss der europäischen Kolonialherren, die es binnen weniger Jahrzehnte auf den ganzen Kontinent etablierten und kontrollierten. Am Ende der Kolonialzeit übergaben die Europäer dieses Medium ausnahmslos an die neuen Machthaber, die das Radio als ein wichtiges Propaganda- und Herrschaftsinstrument flächendeckend weiterentwickelten, um damit nahezu die gesamte Bevölkerung und fast jedes Dorf des jeweiligen Landes zu erreichen. Das TV-Zeitalter begann dagegen erst in den 1970er Jahren, und der Staat besaß bis zum „Zweiten Wind des Wandels“ 1989 auch für dieses Medium die alleinige Zuständigkeit.

Inzwischen hat das Fernsehen an Beliebtheit hinzugewonnen und die Bewohner der städtischen Ballungszentren können mehrere Kanäle empfangen, zu denen aber auch kostenpflichtige Satelliten- und terrestrisch ausgestrahlte Kabelprogramme zählen. Aber die hohen Investitions- und Betriebskosten und geringen Profite auf Grund des beschränkten Werbemarktes und der geringen Abonnentenzahl für die kostenpflichtigen Angebote setzen der Expansion des privaten Fernsehens enge strukturelle Grenzen. Damit ist bis auf Weiteres der Fortbestand des Staatsfernsehens und dessen weitverbreitetes Meinungsmonopol gesichert. Die staatlichen Fernsehsender sind auf einem hohen technischen Stand und haben zugleich viele Boulevard- und Unterhaltungselemente in ihr stark kommerzialisiertes Programmschema eingebaut.

Weitaus größer ist der Konkurrenzdruck durch die zahlreichen privaten lokalen und digitalisierten UKW-Stationen, die die Deutungshoheit der staatlichen Rundfunksender gebrochen haben.⁶ Doch auch hier sind die Staatssender dem Modernisierungs- und Kommerzialisierungsdruck gefolgt, und sie besitzen zudem noch immer das Monopol, ihre Programme über vernetzte UKW-

6 Die Deregulierung der elektronischen Medien hat auch die Vorherrschaft der internationalen Radio- und TV-Stationen wie BBC, VOA, CNN, DW, RFI, TV5 und World Space merklich zurückgedrängt.

Stationen und Mittel- und Kurzwellensendern flächendeckend auszustrahlen. Für den Rundfunk gilt dies uneingeschränkt, denn an private Anbieter werden nur UKW-Frequenzen vergeben. Im TV-Bereich, für den es in einem Land jeweils nur wenige private Anbieter gibt, wird die Lizenzvergabe etwas flexibler gehandhabt, und einige Betreiber können ihre Programme über Satellit ausstrahlen. Der Empfang der übrigen terrestrisch ausstrahlenden privaten Sender⁷ beschränkt sich auf ein eng begrenztes Gebiet.

5. Medienvielfalt versus Meinungsfreiheit

Die erzwungene Deregulierung des Medienmarktes hat zwar Medienvielfalt, aber noch keine Meinungsvielfalt und Meinungsfreiheit hervorgebracht. Dazu fehlt es, wie oben dargestellt, noch weitgehend an der dafür notwendigen Unabhängigkeit und Medienkompetenz sowie an rechtsstaatlichen Prinzipien, die vor staatlicher Willkür schützen. Dennoch ist festzuhalten, dass in den vergangenen zwei Jahrzehnten massive staatliche Übergriffe auf Medien und Journalisten kontinuierlich abgenommen haben. Mordkomplote, die aus Lateinamerika, Russland und den GUS-Staaten berichtet werden, sind in Afrika noch immer die Ausnahme: 1982 fielen die Südafrikanerin Ruth First, 1986 der Nigerianer Dele Giwa, 2004 der Gambianer Deyda Hydara und 2009 der Kenianer Francis Nyaruri einem Mordanschlag zum Opfer.

Dennoch stehen die Medien ständig im Blickpunkt der staatlichen Sicherheitsdienste, trotz des Bekenntnisses der meisten Regierungen zu Demokratisierung und Liberalisierung. Die hier vorgestellten Fälle bilden nur die Spitze des Eisberges, vermitteln aber dennoch eine Vorstellung vom Druck, dem die Medien auch unter verbesserten politischen Rahmenbedingungen ausgesetzt sind. In Kenia legalisierte das Anfang 2009 in Kraft getretene restriktive Mediengesetz weitreichende staatliche Eingriffe in die Meinungs- und Informationsfreiheit, sollte die nationale Sicherheit berührt sein. Bereits 2006 war der kenianische Sicherheitsdienst gewalttätig in die Redaktionsräume der bekannten Tageszeitung „Standard“ und in die Studios von KTN TV – beide im Besitz der Familie des ehemaligen Staatspräsidenten Moi – eingedrungen, hatte Ein-

richtung zerstört, mehrere Redakteure festgenommen und ihnen vorgeworfen, Präsident Mwai Kibaki verunglimpft zu haben. Im selben Jahr verbannte die South African Broadcasting Corporation (SABC), die auf dem elektronischen Medienmarkt dominierende staatliche Rundfunk- und TV-Anstalt Südafrikas, regierungskritische Personen aus all ihren Sendungen, ein subtiler, aber schwerwiegender Eingriff in die Meinungsfreiheit des Landes.

In Nigeria gab es während der beiden Amtszeiten von Staatspräsident Olusegun Obasanjo regelmäßig staatliche Übergriffe auf die Medien. Auch unter seinem Nachfolger Umaru Musa Yar'Adua hat sich die Lage nicht gebessert. Es mehren sich sogar die Anzeichen einer weiteren Einschränkung der Presse- und Meinungsfreiheit. Schon die geringste Kritik am neuen Staatspräsidenten genügte 2008, die Zeitung „Leadership“ und den Sender Channels TV zeitweilig zu schließen und Redakteure festzunehmen. Für den Bereich Video- und DVD-Filme, der unter dem Label Nollywood mittlerweile weltweit Berühmtheit erlangte, besteht seit etlichen Jahren eine Zensurbehörde, die alle Filme vor der Vermarktung kontrolliert. Darüber hinaus ist in Nigeria seit 2004 die direkte Wiederausstrahlung, das sogenannte „Rebroadcasting“, von Nachrichten und Hintergrundberichten ausländischer Sender untersagt; seit April 2009 dürfen alle terrestrisch zu empfangenden TV-Stationen in der Hauptsendezeit von 19 bis 22 Uhr nur noch lokal produzierte Programme ausstrahlen.

Auch im Senegal sind in den letzten Jahren Presse- und Meinungsfreiheit merklich eingeschränkt worden. Besonders seit der Wiederwahl von Staatspräsident Abdoulaye Wade 2007 sind Journalisten zunehmend ins Visier des Staates geraten. Im Namen der nationalen oder öffentlichen Sicherheit wird immer wieder der berüchtigte Artikel 80 des Strafrechts bemüht, um kritische Berichterstattung zu unterbinden. Erst im Mai 2009 wurde das seit Jahren schwebende Verfahren gegen den bekannten Journalisten, Madiambal Diagne, Eigentümer des „Le Quotidien“, eingestellt. Die Zeitung hatte über Korruption beim Zoll und die direkte Einmischung der Exekutive in die Justiz berichtet. Diagne war nach Artikel 80 angeklagt worden und war zeitweise inhaftiert, obwohl Wade noch 2004 versprochen hatte, diesen Paragraphen zu streichen. 2008 verhinderte die Polizei die Ausstrahlung eines Beitrags von Walf TV über gewalttätige Polizeiübergriffe auf Demonstranten. El Malick Seck, Manager von 24 Heures Chrono, wurde zu drei Jahren Haft wegen Verleumdung verurteilt. Zuvor waren die

⁷ Dazu zählen auch kostenpflichtige Kabelbetreiber, deren Programme terrestrisch ausgestrahlt und über Antenne empfangen werden.

Redaktionsräume von bezahlten Schlägern der Regierungspartei, *Parti Démocratique Sénégalais* (PDS), verwüstet worden.

6. Medienkonzentration und -mogule

Trotz der Medienvielfalt zeichnet sich insbesondere im anglophonen Afrika ein Trend zu Medienkonzentration, Medienimperien und Medienmogulen ab. In Südafrika, wo die SABC eine monopolartige Stellung im stark regulierten elektronischen Medienmarkt innehat, beherrschen vier Unternehmen – Naspers, Independent News & Media, Johnnic Communications, Caxton and CTP Publishers and Printers – den Markt für Printmedien, der in den vergangenen Jahren stark boulevardisiert wurde. Dabei stechen Naspers und seine Töchter MIH Holdings und Media24 sowie Independent News & Media hervor. Auf diesem lukrativen Markt der größten Wirtschaft Afrikas konnte sich in der Zeit nach der Apartheid Moeletsi Mbeki, Bruder des ehemaligen Präsidenten Thabo Mbeki, einstiger Kommunikationschef des südafrikanischen Dachverbandes der Gewerkschaften, COSATU, und Medienberater des regierenden *African National Congress* (ANC), zum neuen Medienmogul entwickeln. Er ist seit Jahren Vorstandsvorsitzender von Endemol South Africa, das mittlerweile auch in anderen afrikanischen Staaten Shows und Soaps produziert. Schon frühzeitig gelang es ihm, seine Geschäftsinteressen auf eine breite Basis zu stellen: Er gründete KMMR Review Publishing, wurde Vorsitzender von KMM Investment und African Resources & Logistics Corporation, politischer Analyst der Nedcor Bank und stellvertretender Vorsitzender des South African Institute for International Affairs. Damit verknüpfte der überzeugte Neoliberale Mbeki äußerst erfolgreich sein politisches Netzwerk im In- und Ausland mit seinen diversifizierten Wirtschaftsunternehmungen, unter denen der Medienbereich dominiert.

In Kenia dominieren die Nation Media Group (NMG) des milliardenschweren Oberhauptes der Ismailiten Aga Khan, die Standard Group der Familie des vormaligen Staatspräsidenten Daniel arap Moi und die Royal Media Services des Medientycoons Samuel Kamau Macharia mit ihren sehr erfolgreichen Radiostationen (vor allem Citizen FM) die Medienlandschaft. Die bereits 1959 gegründete NMG konnte sich seit der Unabhängigkeit Kenias mit der Tageszeitung „Daily Nation“ staatsfern entwickeln und besitzt heute ein breites Printange-

bot. In den späten 1990er Jahren baute das Medienunternehmen unter der damaligen Leitung von Wilfried Kiboro systematisch den elektronischen Medienbereich auf, gründete den Fernsehkanal NTV und den Radiosender Easy FM und begann sukzessive seine Aktivitäten in Ostafrika auszuweiten. Inzwischen verfügt die NMG über den Swahili-Sender QFM. Das Unternehmen besitzt im Nachbarland Uganda die Zeitung „Monitor“, die Radiostation 93.3 KFM und den TV-Sender NTV Uganda sowie in Tanzania die Mehrheitsanteile am Presseunternehmen Mwananchi Communications. Die Expansion in die Nachbarländer deckt sich mit dem Motto „To be the Media of Africa for Africa“. Doch expandiert die NMG auch auf nationaler Ebene, im Medienbereich durch weitere UKW-Stationen außerhalb Nairobis und im Logistiksektor mit eigenem Transportunternehmen und Kurierdienst, der wiederum eng mit dem internationalen Unternehmen TNT Worldwide Express kooperiert. Der „Standard“ kann zwar auf eine mehr als hundertjährige wechselvolle Zeitungsgeschichte zurückblicken. Doch erst die Übernahme durch die Familie Moi und die Gründung des Fernsehsenders KTN Mitte der 1990 Jahre verwandelte die Standard Group in einen multimedialen Medienakteur, der zudem über eine Cross-Media-Holding mit der NMG verbunden ist.

In Nigeria hat Raymond Dokpesi erfolgreich sein Medienimperium Daar Communications aufgebaut. Seine guten Kontakte zum Juntachef Sani Abacha verhalfen ihm zu einer UKW-Frequenz in Lagos, wo sein Sender Ray Power schnell zum Favoriten der jungen Hörerschaft avancierte und nach wie vor zu den meistgehörten Sendern zählt. Nur kurze Zeit später unterstützte die Militärregierung sein Satellitenfernsehprojekt Africa Independent Television (AIT) mit erheblichen Finanzmitteln. Inzwischen besitzt das Unternehmen eine zweite UKW-Frequenz in der Hauptstadt Abuja und seit Anfang 2009 mit DAARSAT ein breit gefächertes Pay-TV-Angebot, das auch auf die große nigerianische Diaspora in Afrika und Übersee zielt. Die Silverbird Group der Gebrüder Murray-Bruce ist ein hochprofessionelles und führendes Medienunternehmen für Unterhaltungsprogramme. Zum Bestand des Unternehmens zählen Radiostationen in Lagos und Port Harcourt, der Fernsehsender Silverbird Television, Kinos, Einkaufspassagen und die Veranstaltung von Schönheitswettbewerben. Internationale Aufmerksamkeit erregte die Silverbird Group, als sie 2002 zusammen mit dem staatlichen Fernsehen NTA die Wahlen

zur Miss World in Nigeria organisieren sollte. Nach gewaltsamen Protesten muslimischer Fundamentalisten wurde die mehrtägige Veranstaltung abgebrochen und nach London verlegt. Der Gründer, Herausgeber und Chefredakteur der überregionalen Tageszeitung „ThisDay“ (Aufl. ca. 100.000), Nduka Obaigbena, gehört ebenfalls in die Kategorie der neuen Medienmogule. Auch er baute sein Medienprogramm in enger Zusammenarbeit mit den Militärregierungen auf. Sein Marketingkonzept ist inzwischen global, hauptsächlich auf die schwarze Bevölkerung in den USA, in Großbritannien und Südafrika zugeschnitten. Das jüngste Produkt ist das Lifestyle Magazin „Arise“, das auch in diesen Ländern erscheint.

7. Medien und Demokratie

Die digitale Welt hat Afrika mittels der modernen Informations- und Kommunikationstechnologie in die globalisierte Welt integriert. Die Medien und der Telekommunikationsbereich sind zwar die Hauptnutznießer dieser technischen Revolution, deren Dynamik sich gerade erst voll entfaltet. Aber auch die Afrikaner selbst profitieren von der rasanten Modernisierung all ihrer Lebensbereiche, die direkt und indirekt von der digitalen Welt berührt sind. Der enge Zusammenhang von politischen und wirtschaftlichen Transformationsprozessen hin zu Demokratie, Marktwirtschaft und technischem Fortschritt erscheint für die zurückliegenden zwei Jahrzehnte offensichtlich. Der Beitrag der Medien zu diesen Transformationsprozessen tritt trotz aller strukturellen Schwächen erst in der Rückschau deutlich zutage. Denn die Zustimmung zu demokratischen und marktwirtschaftlichen Strukturen, deren Vorzüge in erster Linie über die Medien vermittelt wurden, hat in diesem Zeitraum in fast allen Staaten des Kontinents deutlich zugenommen. So gelten in Afrika südlich der Sahara laut Freedom House zehn Staaten als frei und 23 als teilweise frei (Freedom House 2009). Dies ist ein enormer Fortschritt gegenüber Ende der 1980er Jahre, als lediglich zwei Staaten als frei und 13 als teilweise frei galten. Trotz aller politischen Fortschritte ist es aber noch ein weiter Weg hin zu stabilen demokratischen Systemen und freien unabhängigen Medien. Zur Zeit gelten laut Freedom House in Afrika südlich der Sahara die Medien nur in sieben Staaten als frei. Zu dieser Gruppe zählt Südafrika. In 18 Staaten gelten sie als teilweise frei, dazu gehören Kenia, Nigeria und Senegal. Aber Trans-

formationsprozesse eröffnen auch neue Möglichkeiten, Rahmenbedingungen zu verändern und sie zugleich auch zu nutzen. Die Medien haben diese Freiräume genutzt und versuchen nun, ihren Aktionsradius auch gegen restaurative Tendenzen ständig zu erweitern, was sich langfristig zugunsten der Demokratisierungsprozesse auswirken kann, selbst wenn dabei Konzentrationsprozesse vielleicht nicht zu vermeiden sind.

Literatur

- African Telecommunication/ICT Indicators 2008: At a Crossroads, www.itu.int/ITU-D/ict/publications/africa/2008/index.html.
- Freedom House (2009): Freedom in the World, www.freedomhouse.org.
- Harding, Leonard (1999): Geschichte Afrikas im 19. und 20. Jahrhundert, München.
- Nielinger, Olaf (2004): Die Entwicklung der Telekommunikation in Afrika. Eine Bilanz liberaler Sektorreform nach zehn Jahren, in: Hofmeier, Rolf/Mehler, Andreas (Hg.): Afrika Jahrbuch 2003, Hamburg, S. 48-60.
- Studienkreis Rundfunk und Geschichte (Hg.) (2006): Jahrbuch Medien und Geschichte. www.bbc.co.uk/worldservice/trust/specials/1552_trust_amdi/index.shtml.
- www.comminit.com/en/node/270168/2754.

■ Der Autor

Heinrich Bergstresser ist freier Mitarbeiter des GIGA Institut für Afrika-Studien und ehemaliger Redakteur bei der Deutschen Welle.

E-Mail: heinrich.bergstresser@web.de.

■ GIGA Publikationen zum Thema

Nielinger, Olaf (2004): Die Entwicklung der Telekommunikation in Afrika. Eine Bilanz liberaler Sektorreform nach zehn Jahren, in: Hofmeier, Rolf/Mehler, Andreas (Hg.): Afrika Jahrbuch 2003, Hamburg, S. 48-60.



Der GIGA *Focus* ist eine Open-Access-Publikation. Sie kann kostenfrei im Netz gelesen und heruntergeladen werden unter www.giga-hamburg.de/giga-focus und darf gemäß den Bedingungen der *Creative-Commons-Lizenz Attribution-No Derivative Works 3.0* <http://creativecommons.org/licenses/by-nd/3.0/de/deed.en> frei vervielfältigt, verbreitet und öffentlich zugänglich gemacht werden. Dies umfasst insbesondere: korrekte Angabe der Erstveröffentlichung als GIGA *Focus*, keine Bearbeitung oder Kürzung.



Das **GIGA German Institute of Global and Area Studies** – Leibniz-Institut für Globale und Regionale Studien in Hamburg gibt *Focus*-Reihen zu Afrika, Asien, Lateinamerika, Nahost und zu globalen Fragen heraus, die jeweils monatlich erscheinen. Der GIGA *Focus* Afrika wird vom GIGA Institut für Afrika-Studien redaktionell gestaltet. Die vertretenen Auffassungen stellen die der Autoren und nicht unbedingt die des Instituts dar. Die Autoren sind für den Inhalt ihrer Beiträge verantwortlich. Irrtümer und Auslassungen bleiben vorbehalten. Das GIGA und die Autoren haften nicht für Richtigkeit und Vollständigkeit oder für Konsequenzen, die sich aus der Nutzung der bereitgestellten Informationen ergeben. Wurde in den Texten für Personen und Funktionen die männliche Form gewählt, ist die weibliche Form stets mitgedacht.

Redaktion: Gero Erdmann; Gesamtverantwortlicher der Reihe: Andreas Mehler; Lektorat: Vera Rathje
Kontakt: giga-focus@giga-hamburg.de; GIGA, Neuer Jungfernstieg 21, 20354 Hamburg

G I G A *Focus*
German  Institute of Global and Area Studies
Institut für Afrika-Studien

IMPRESSUM