

# Digitale Medien in der politischen Kommunikation

Frank Windeck

In einem demokratischen Staat westlicher Prägung haben die Medien die Rolle der vierten Gewalt im Staat. Sie kontrollieren die Mächtigen und berichten an die Bürger. Dies erfordert eine institutionelle Unabhängigkeit. Tatsächlich aber gibt es eine deutliche Abhängigkeit zwischen Mediensystem und politischem System. Diese liegt in dem systemimmanenten Tauschgeschäft zwischen beiden Akteuren begründet, in dessen Verlauf Information aus dem politischen System gegen Aufmerksamkeit des Mediensystems getauscht wird und umgekehrt. Die Medien sind auf die Lieferung von Informationen seitens der Politik angewiesen, die Politik auf die Verbreitung ihrer Nachricht an das Wahlvolk seitens der Medien. Politische Kommunikation dient dabei nicht nur als Mittel der Politik, sie ist quasi treibende Kraft im Entscheidungsfindungsprozess und damit selbst auch Politik.

Da das individuelle politische System eines Landes das ihm eigene Mediensystem beeinflusst, hat dies für die unterschiedlich ausgeprägten afrikanischen Politiksysteme auch unterschiedliche Mediensysteme mit diversen Graden von Freiheit, Meinungsfreiheit, Abhängigkeit oder Unabhängigkeit zur Folge. Parallel dazu variiert auch die politische Kommunikation, sowohl in ihrer Intensität und Ausprägung wie auch in den von ihr verwendeten Mitteln. Dabei sind vor allem die Akteure eine Konstante. Sie unterscheiden sich zwar in der Wahl der Mittel und der Intensität ihres Auftritts innerhalb des jeweiligen Systems, ihre

grundsätzliche Beteiligung aber ist flächendeckend gegeben.

Als klassische Sender der politischen Kommunikation stehen in einem dreieckig aufgebauten System die Parteien in einer Ecke, angeführt von der oder den Regierungsparteien. In der afrikanischen Realität sind diese nach Jahrzehnten der Regierungsverantwortung oft identisch mit Staat und Verwaltung selbst, was sich zum Beispiel auf die Kontrolle der nationalen Sender auswirkt. Die übrigen Parteien vervollständigen das Lager der Parteienkommunikation.

Einen zweiten Eckpunkt bilden die Medien als Mittler zwischen Parteien und Bürgern. Neben dieser Mittlerfunktion kommunizieren sie auch selbst, entweder durch aktive Kommunikation wie zum Beispiel mittels politischer Kommentare sowie passiv durch gezielte Fragestellungen bei Interviews, mit deren Hilfe sie die Kommunikation qualitativ steuern.

Die Bürger vervollständigen das Dreieck zunächst lediglich als passive Empfänger, auf einer Mikroebene kommunizieren sie aber auch selbst. Dann nämlich, wenn sie sich über Politik unterhalten und ihr Gegenüber zum Beispiel von bestimmten Auffassungen überzeugen wollen. Mit der Einführung des Internets in Afrika, verstärkt durch eine zweite Welle, nämlich der Mobiltelefone Anfang des neuen Jahrtausends, und schließlich zur vollen Reife gebracht mithilfe der dritten Generation Neuer Medien, des Web 2.0, hat sich dieses Kommunikationsgefüge immer mehr hin zu einem polyzentri-

schen System entwickelt. Die politische Kommunikation der Bevölkerung ist heute mehr als der bloße Willensausdruck mithilfe von Umfrageergebnissen. Die Bürger beginnen, sich mithilfe der neuen Techniken innerhalb der politischen Kommunikation zu emanzipieren.

### Technische Entwicklungen haben die Veränderungen eingeläutet

Die mit der Ankunft des Internets verknüpften Hoffnungen stellten sich schnell als überhöht heraus: Afrikas politische Systeme würden sich durch das Internet verändern, mehr Teilhabe am demokratischen Prozess und insgesamt mehr Demokratie würden die Folgen sein. Dies ist so sicher auch eingetreten, aber sehr viel später und weniger dramatisch als gedacht. Astronomische Zugangspreise, verknüpft mit quälend langsamen Verbindungen, machten das Internet, ohnehin durch die teure Hardware sowie die benötigten Computerkenntnisse ein Elitenmedium, zu einem Luxusgut, dessen wahres Potenzial erst jetzt, knapp fünfzehn Jahre später, zur Entfaltung kommt. Lähmende Regulierungsvorschriften in den einzelnen Ländern verschwinden langsam, neue interkontinentale Hochleistungsverbindungen für die ganze Region gehen an den Start. Dadurch werden schon jetzt die Zugänge in vielen Ländern schneller und billiger. In den kommenden Jahren sind weitere Fortschritte zu erwarten. Solche Startschwierigkeiten hatte das Handy in Afrika nicht.

Damit eine Innovation von den Menschen adaptiert wird, müssen die Voraussetzungen stimmen. Dazu zählen ein hoher angenommener Vorteil durch die Nutzung des neuen Produkts, geringe Komplexität sowie hohe Kompatibilität – alles Eigenschaften, die das Mobiltelefon mitbrachte. Fehlende Festnetzleitungen machten das Handy auf dem Land oft zum einzig verfügbaren Distanzkommunikationsmittel, die Bedienung war denkbar

einfach, und die vergleichsweise günstigen Geräte mussten lediglich an einer Stromquelle geladen werden. Diese Vorteile machen den Siegeszug der Mobiltelefone erklärbar. Mittlerweile übertrifft ihre Zahl in vielen Ländern die der Festnetztelefone.

Die dritte Phase Neuer Medien in der Region ist ebenfalls geprägt durch eine technische Entwicklung, und sie bringt teilweise die beiden ersten Wellen zusammen. Web 2.0 mit seinen sozialen Netzwerken und deren einfacher Bedienbarkeit ist die eine Seite der Medaille. Dienste wie Facebook und Twitter sowie die Bloggerszene haben das Internet erst wirklich flächendeckend interaktiv gemacht und ermöglichen heute die Form demokratischer Bürgerbeteiligung, wie sie bereits vor der Jahrtausendwende erhofft wurde. Die andere Seite dieser neuen Entwicklung ist die Verschmelzung von Webinhalten und Mobilfunk zu Hybridsystemen. Anbieter wie das südafrikanische Mxit ermöglichen SMS-Dienste über das internetfähige Handy zu einem Bruchteil des normalen Preises und bieten gleichzeitig Web-Applikationen wie zum Beispiel Chat-Foren sowohl für den PC wie auch das Handy an. Damit werden Inhalte und Funktionen nun einer Nutzergruppe zugänglich, die schon aufgrund ihrer schieren Zahl für das demokratische Fortkommen der Länder hohe Bedeutung hat.

Die Neuen Medien ermöglichen nun theoretisch den direkten Austausch zwischen allen Teilnehmern im Dreieck der politischen Kommunikation, zum Beispiel im Rahmen von Diskussionsplattformen auf den Online-Angeboten klassischer Medien oder eben durch soziale Netzwerke wie Facebook sowie die Hybridsystemangebote. Ein zur Meinungsbildung unerhört wichtiger Prozess.

Die erhoffte Kommunikation mit den Herrschenden ist technisch nun zwar möglich, in vielen Ländern Sub-Sahara-

Afrikas leider aber ausgeblieben. Wie weit die Region von einem befriedigenden Grad politischer Kommunikation entfernt ist, zeigen die letzten kenianischen Präsidentschaftswahlen.

### Kenias Wahlen im Dezember 2007

Auch wenn Kenia eine vielfältige Medienlandschaft hat, so haben sich die einzelnen Medienhäuser in den letzten Jahren immer mehr bestimmten politischen oder ethnischen Lagern zugewandt, nicht wenige befinden sich sogar ganz im Besitz einzelner Politiker. Dies führt zu Selbstzensur, parteiischer Berichterstattung und in letzter Konsequenz zum Glaubwürdigkeitsverlust. Daher nutzten bei den Wahlen 2007 alle Parteien die digitalen Medien, um direkt mit dem Wähler zu kommunizieren.

Wer hier aber außer reiner Selbstdarstellung mehr erwartete, wurde enttäuscht. Die Parteien in Kenia, ohnehin strukturschwach und daher im besonderen Maße von den jeweils führenden Persönlichkeiten abhängig, betrieben auf ihren Seiten einen ungehemmten Personenkult.

Ein weiteres Merkmal dieser Seiten ist das eingebaute Verfallsdatum. Kurz nach dem Wahltag verfiel das Onlineengagement der Parteien ausnahmslos in Untätigkeit. Kurzfristiges politisches Kalkül wird in vielen Ländern der Region einem langfristigen Stammwähleraufbau vorgezogen.

Die kenianischen Blogger hingegen sind permanent aktiv, und das in erstaunlich großer Zahl. Die Angebote sind teils exzellent und beweisen, dass die neuen Techniken mehr Demokratie, Transparenz und Bürgerbeteiligung möglich machen. Blogs sind heute zum Beispiel die schärfsten Kontrolleure des kenianischen Parlaments geworden. Neben solchen positiven Einflüssen des Web 2.0 haben die Mobiltelefone im kenianischen Markt einen noch weitaus größeren Effekt. Schon

2008 hatten über dreißig Prozent der Bevölkerung ein Handy. Tendenz stark steigend.

### Unbekannte Strahlkraft

Als am 30. Dezember 2007 das offizielle Wahlergebnis vorgelegt wurde, brachen Unruhen aus, die über tausend Tote und fast 700 000 Vertriebene zur Folge hatten. Die Regierung reagierte noch am gleichen Tag mit dem Verbot von Liveberichterstattung in Radio und Fernsehen. Das Land fiel unter einen medialen Live-blackout. Die großen Medienhäuser sendeten wiederholt Aufforderungen zur nationalen Einheit, vernachlässigten aber ihre Aufgabe als vierte Gewalt, nämlich mit aufklärender Berichterstattung über die Unruhen zu informieren, die Urheber der Gewalt festzustellen sowie das wirkliche Wahlergebnis in Erfahrung zu bringen.

Einige der kleinen, in lokalen Sprachen sendenden Radiosender im Lande kamen dagegen bald unter Verdacht, den Hass zwischen den Ethnien noch geschürt zu haben. Viele Anrufer nutzten Talkshows, um live über die ungeliebten Nachbarn anderer Stämme herzuziehen oder sogar zu Gewalttaten aufzufordern.

In dieser Situation der eskalierenden verbalen und physischen Gewalt mit einem Parteienspektrum, das sich einerseits entlang der ethnischen Grenzen formierte sowie andererseits an der Frage nach dem Wahlsieger abarbeitete, und einem Mediensystem, welches zwischen Verbot und Selbstzensur festsaß, entwickelten die Neuen Medien eine bisher ungekannte Strahlkraft.

Die Nutzung des Internets schoss nach dem Live-Verbot massiv in die Höhe. Kenias Blogger übernahmen in kürzester Zeit die Rolle der Berichterstatter. Sie nutzten Informationen, die ihnen von Bürgern aus dem ganzen Land via SMS zugeschickt wurden, und reicherten damit die Inhalte ihrer Seiten an. Allein die Seite Ushahidi, Swahili für „Zeugnis“, erst am

9. Januar 2008 online gegangen, brachte es in wenigen Tagen auf knapp 45 000 Nutzer. Die Macher der Seite setzten die gesammelten Informationen in eine interaktive Karte um. So wurden nicht nur Einzelfälle zentral dokumentiert, der Gewalt wurde ein Gesicht gegeben, denn was sonst rein zahlenmäßige Berichterstattung geblieben wäre, wurde nun mit Fotos, Videos und Texten angereichert. Das Projekt war so erfolgreich, dass das Konzept sowie die selbst entwickelte Software seitdem mehrfach weltweit zum Einsatz kamen, zuletzt nach der Erdbebenkatastrophe auf Haiti im Januar 2010.

Digitale Medien wurden jedoch ebenfalls genutzt, um massiv zu Gewalt gegen andere ethnische Gruppen aufzurufen. Deshalb wollte die Regierung den SMS-Dienst des Marktführers Safaricom abschalten lassen. Das Unternehmen konnte die Regierung jedoch umstimmen und verschickte stattdessen Aufrufe zur Gewaltlosigkeit an seine neun Millionen Kunden. Auch die Blogosphäre wurde von Hassreden nicht verschont. Manche Seite musste ihr Forum abschalten, weil die Macher von der Fülle ethnisch fragwürdiger Kommentare überrollt wurden.

Das kenianische Beispiel zeigt, dass digitale Medien ein wichtiges Instrument sein können, um Demokratie und Transparenz in Entwicklungsländern zu unterstützen. Gleichzeitig zeigt es aber auch die Grenzen auf. Unkontrollierbare Verbreitung von Propaganda mittels Millionen von SMS eröffnet jenen Kräften neue Möglichkeiten, die nicht der Demokratie, sondern nur ihren eigenen Interessen verpflichtet sind. Das massenhafte inhaltliche Filtern von SMS aber ist ein Drahtseilakt, der sich sehr negativ auf eine Gesellschaft auswirken kann, da die Meinungsfreiheit hiervon ebenso betroffen ist wie andere Grundrechte. Dennoch müssen solche Maßnahmen sorgfältig überprüft und eventuell eingesetzt werden, um die Radikalisierung einer Gesellschaft und

eine damit verbundene Eskalation vermeiden zu helfen. Dies darf natürlich ausschließlich auf der Grundlage einer sorgfältigen gesetzlichen Überprüfung geschehen.

## Wahlen in Simbabwe

Seit dem für die *Zimbabwe African National Union ZANU* (PF) verloren gegangenen Verfassungsreferendum vom Februar 2000, der ersten Wahlniederlage für Robert Mugabe überhaupt, hat die Regierung alles getan, um solche Schlappen zukünftig zu verhindern. Zahlreiche Menschen- und Bürgerrechte wurden in der Folge eingeschränkt, darunter auch die Presse- und Meinungsfreiheit. Die Folgen für die simbabwische Medienlandschaft und die politische Kommunikation waren und sind erheblich. Der normalerweise von freien Medien eingenommene Eckpunkt im Kommunikationssystem ist in Simbabwe extrem schwach ausgeprägt. Die übrigen klassischen Massenmedien sind fest in Regierungshand und betreiben reine Verlautbarungskommunikation. In Zahlen ausgedrückt, bedeutet dies, dass im Vorfeld zum ersten Wahlgang der Präsidentschaftswahlen im Jahr 2008 die beiden staatlichen Radiostationen 84 Prozent ihrer Berichterstattung auf die Regierungspartei konzentrierten. Es ist daher kaum verwunderlich, dass die simbabwischen Medien scharf getrennt entlang der politischen Lager aufgestellt sind. Die Journalisten stehen sich feindlich gegenüber, was sich auch in einer ungewöhnlich aggressiven Sprache äußert. Unabhängige Berichterstattung und Kommunikation suchen sich demzufolge andere Wege.

Auch in Simbabwe nutzten die Parteien die Neuen Medien, um mit ihren Wählern zu kommunizieren. Internetseiten, Blogs und soziale Netzwerke kamen während des Wahlkampfes auf beiden Seiten zum Einsatz.

Die regierende ZANU (PF) behandelte den Bürger dabei als passive Zielgruppe.

Interaktivität und Dialog waren Nebensache. Die Opposition dagegen, allen voran das *Movement for Democratic Change* (MDC), nutzte die Neuen Medien vor allem, um die Parteilichkeit der staatlichen Medien zu umgehen. Dass diese Form der Kommunikation für die Partei lebenswichtig ist, lässt sich leicht an der offiziellen Parteiliste sowie an der persönlichen Homepage ihres Präsidenten ablesen. Beide Seiten sind professionell gemacht und werden permanent betreut, was im Parteienkontext Sub-Sahara-Afrikas eine Ausnahme darstellt.

### Wahlbeobachtung per Fotofunktion

Während des Wahlkampfes kam eine Vielzahl an unterschiedlichen digitalen Medien, meist aus dem Ausland, zum Einsatz. Die Seite „Sokwanele“, übersetzt „Genug ist genug“, sammelte Daten über Wahlunregelmäßigkeiten und verknüpfte diese zu einer interaktiven Karte, ähnlich wie Ushahidi in Kenia. Filme auf YouTube, Fotos über Gewalttaten auf Flickr, verschiedene Gruppen auf Facebook und Myspace sowie politische E-Cards und Twitter-Nachrichten rundeten die Vielfalt ab.

Das Mobiltelefon aber spielte wieder die entscheidende Rolle. Es fing mit der Verschickung von Massen-SMS seitens aller Parteien an und reichte bis hin zur Versendung von politischen Witzen, die sich rasant über das Land verbreiteten.

Der für die Bewertung des Wahlergebnisses entscheidende Schritt aber wurde mit der Seite *ZimElectionResults.com* getan. Dabei wurde eine Regelung des simbabwischen Wahlrechts genutzt, nach der die Stimmen in den einzelnen Wahllokalen unter Anwesenheit der Kandidaten ausgezählt werden und anschließend als Aushang öffentlich gemacht werden müssen. Diese Listen wurden dann von Mitarbeitern diverser Nichtregierungsorganisationen sowie Anhängern der Opposition mit Mobiltelefonen fotogra-

fiert und an eine zentrale Auswertungsstelle geschickt. Somit lag der Opposition bereits ein zwar inoffizielles, aber dennoch aussagekräftiges Resultat vor, lange bevor die simbabwische Wahlkommission selbst ein Ergebnis präsentieren konnte. Wahlfälschung wird so zwar nicht unmöglich gemacht, zumindest aber massiv erschwert. Wie gut dies funktionieren kann, zeigen die letzten Wahlen in Ghana und Sierra Leone, in denen ebenfalls flächendeckend Mobiltelefone zur Auswertung genutzt wurden. Als es schließlich zur Stichwahl zwischen Amtsinhaber Mugabe und seinem Herausforderer Tsvangirai kam, änderte die Regierung denn auch die Regeln. Die Veröffentlichung von „vorläufigen“ Wahlergebnissen war fortan verboten. Die Wahlbeobachtung per Handy hat aber auch ihre Schwächen. In Sierra Leone war das eingesetzte System mehrfach von der Abschaltung seitens der Betreiber bedroht. Darüber hinaus beinhalten die Systeme Fehlerquoten durch menschliches Versagen und sind anfällig gegenüber gezielter Falschinformation seitens einzelner Individuen oder sogar ganzer Gruppen von Helfern. Dennoch bringen sie große Fortschritte bei der Bewertung von Wahlergebnissen und verfügen daher über einen hohen Berechtigungsgrad.

### Südafrikas Präsidentschaftswahlen

Südafrika unterscheidet sich in mehrfacher Hinsicht von den vorherigen Beispielen. Es verfügt über eine ausgeprägt demokratische Parteienlandschaft und hat mit der vierten freien Präsidentschaftswahl in Folge bereits eine junge demokratische Tradition aufgebaut.

Die Medienlandschaft des Landes ist diversifiziert, Meinungs- und Pressefreiheit sind in der Verfassung verankert und werden weitgehend ungehindert praktiziert. Aus europäischer Sicht gibt es zwar immer noch eine Reihe von Kritikpunkten wie zum Beispiel den starken Einfluss



des herrschenden ANC (*African National Congress*) auf den quasi öffentlich-rechtlichen Sender SABC (*South African Broadcasting Corporation*). Verglichen mit den anderen Ländern der Region, steht Südafrika jedoch sehr gut da. Unabhängige Untersuchungen belegen, dass 97 Prozent der Parteiberichterstattung während des Wahlkampfes 2009 unabhängig und fair waren. Digitale Medien waren und sind ein integraler Bestandteil der Berichterstattung. Teilweise mischen sich dabei die Angebote der klassischen Medien und die der Blogger zu einem sehr hilfreichen Mix. Die Wochenzeitung *Mail & Guardian* tut dies mit ihrem *Thought Leader Forum*. Mehrere prominente Blogger und Vordenker haben hier eine Plattform, auf der jeder Einzelne eine Kolumne hat. Diese Kooperation bringt es afrikaweit auf Platz zwei der beliebtesten Blogs.

Insgesamt ist die südafrikanische Blogosphäre bei Weitem diejenige mit den meisten Einträgen und Seiten auf dem Kontinent. Und sie wächst unaufhörlich weiter. Unter den zehn beliebtesten Blogs Afrikas sind neun aus Südafrika. Davon beschäftigt sich jedoch nur der bereits erwähnte *Thought Leader* regelmäßig mit soziopolitischen Themen.

Darüber hinaus gibt es jedoch eine ganze Reihe von Blogs, die sich mit speziellen Themen wie HIV/Aids, Ausländerfeindlichkeit oder auch Rassenproblemen auseinandersetzen und wichtige Impulse in der politischen Debatte geben. Diese entwickeln jedoch nicht die Strahlkraft wie in anderen Ländern, da niemand in die Nutzung dieser Medienformen gedrängt wird. Die digitalen Medien sind daher auch kein Ersatz für klassische politische Kommunikation, sondern wirken als reine Ergänzung der bekannten Instrumente.

Die Parteien entwickelten deshalb analog zu ihren Zielgruppen unterschiedliche Strategien für den Einsatz digitaler Medien. Der ANC hat seine Stammwäh-

ler bei der in bitterer Armut lebenden schwarzen Mehrheit. COPE (*Congress of the People*) und DA (*Democratic Alliance*) sprechen hingegen die wohlhabende Mittelschicht an, die über Breitbandzugänge verfügt. Während alle drei Parteien Websiteangebote vorhielten, waren die „Mittelklasseparteien“ in den sozialen Netzwerken besser aufgestellt und hatten ihre Internetseiten interaktiver gestaltet. Vor allem die DA war dabei sehr innovativ. Moderierte Foren, Seiten zur aktiven Korruptionsbekämpfung sowie Kampagnenteile mit genauen Zielgruppenansprachen rundeten das Parteiangebot ab.

Demgegenüber präsentierte die Regierungspartei mit myanc.mobi eine Seite, die die Nutzer von Mobiltelefonen und somit die ANC-Kernzielgruppe ansprach, denn etwa neunzig Prozent der Südafrikaner verfügten 2009 über ein Handy.

## Hybridsysteme nehmen an Bedeutung zu

Die Gruppe der überwiegend jungen Erstwähler, immerhin elf Prozent der Gesamtwählerzahl, war allen Parteien als Zielgruppe gemein.

Aus Kostengründen sind bei jungen Südafrikanern Hybridsysteme äußerst beliebt. Diese Hybridsysteme benötigen ein internetfähiges Telefon, arbeiten sodann aber mit den normalen Textnachrichten, wobei zuvor eine kostenlose Software auf das Handy geladen werden muss. Dabei zahlt der Nutzer sehr geringe Gebühren für die Internetnutzung, da kaum Bandbreite benötigt wird. SMS-Nachrichten sowie weitere Funktionen wie der Besuch von Chat-Räumen sind dagegen kostenfrei. Ein Anbieter solcher Dienste ist das südafrikanische MXit.

Aufgrund seiner hohen Nutzerzahl wäre MXit der perfekte Partner für die Parteien im Kampf um junge Wähler gewesen, verweigerte jedoch eine Zusammenarbeit mit Hinweis auf seine Geschäftsbedingungen, die religiöse oder

politische Inhalte verbieten. Auf der Suche nach Alternativen fanden die Parteien mit Mig33 einen ähnlichen Anbieter, zwar mit weniger Kunden in Südafrika und aus den USA operierend, aber dennoch geeignet für ihre Zwecke. ANC, COPE, DA und zwei kleinere Parteien bauten sogenannte Mig33-Gruppen auf, wobei die ANCYL (*ANC Youth League*) die erfolgreichste Gruppe stellte. Zeitweise waren in ihrem Forum mehr als zehntausend Nutzer angemeldet und aktiv.

Die ANCYL nutzte dabei spezielle Formate wie zum Beispiel das sogenannte „chat stadium“, in dem Events möglich sind, bei denen Parteiführer mit bis zu fünftausend Anhängern gleichzeitig kommunizieren können. Insgesamt war das Mig33-Engagement sehr gut in die ANC-Gesamtstrategie eingebunden und wurde nicht nur zur externen, sondern auch zur internen Kommunikation genutzt.

### Langfristiger inhaltlicher Diskurs

Die Neuen Medien sind aus der politischen Kommunikation Sub-Sahara-Afrikas nicht mehr wegzudenken. Das Internet sowie das Web 2.0 haben die ganze Bandbreite ihrer Möglichkeiten zwar noch immer nicht erreicht, ihre Bedeutung wird jedoch weiterwachsen. Zurzeit hat der Einsatz mobiler Technologien eine weitaus größere Durchschlagskraft. Eine der großen Hürden stellen die immer noch zu hohen Kosten dar. Hybridsysteme können helfen, diese zu minimieren und somit zu einer weiteren Verbreiterung der politischen Kommunikation beizutragen.

Das entscheidende Ergebnis der technologischen Entwicklung der letzten zehn Jahre ist der Bedeutungszuwachs von Inhalten innerhalb der politischen Kommunikation. Dieser wird mittelfristig zu einem Paradigmenwechsel führen. Personenkult und Parteigehorsam werden un-

wichtiger und durch inhaltliche Diskussionen ersetzt werden. Dieses Faktum wiederum beeinflusst die politische Kommunikation der Akteure. Um in Zukunft erfolgreich zu sein, werden sich die Parteien einerseits verstärkt auf überzeugende Argumente konzentrieren müssen. Andererseits wird es nicht mehr genügen, die Wähler erst kurz vor dem Wahltag anzusprechen. Langfristige Strategien statt kurzfristiger Strohfeuer werden gefragt sein.

Ebenso werden die klassischen Medien nicht um die weitere Integration digitaler Medien herumkommen. Wohin dieser Trend gehen könnte, lässt sich an den südafrikanischen Kooperationen zwischen traditionellen Medien und Bloggern bereits heute ablesen.

Trotz der positiven Bewertung der neuen Werkzeuge politischer Kommunikation haben diese auch ihre Grenzen und Schwächen. So bleibt Wahlüberwachung per SMS immer abhängig vom Betreiber und läuft Gefahr, von den Helfern manipuliert zu werden. SMS-Kampagnen und neue Medien sind schwer zu kontrollieren, was sie einerseits zu einem wertvollen Instrument im Umfeld restriktiver Systeme macht. Andererseits implementiert diese Unkontrollierbarkeit auch die Gefahr des Missbrauchs. Die Forderung nach Kontrolle ist daher verständlich, muss aber sehr genau abgewogen werden gegen das Risiko, demokratische Grundrechte ernsthaft zu beschädigen.

Darüber hinaus bleiben die klassischen Wege politischer Kommunikation weiterhin unverzichtbar. Herkömmliche Parteienkommunikation und traditionelle Medien sind außerdem noch lange nicht zu ihrer vollen Stärke angereizt. Wer in Sub-Sahara-Afrika zukünftig erfolgreich politisch kommunizieren will, muss diese Instrumente besser beherrschen lernen und die digitalen Medien als weiteren Baustein in seine Strategie integrieren.