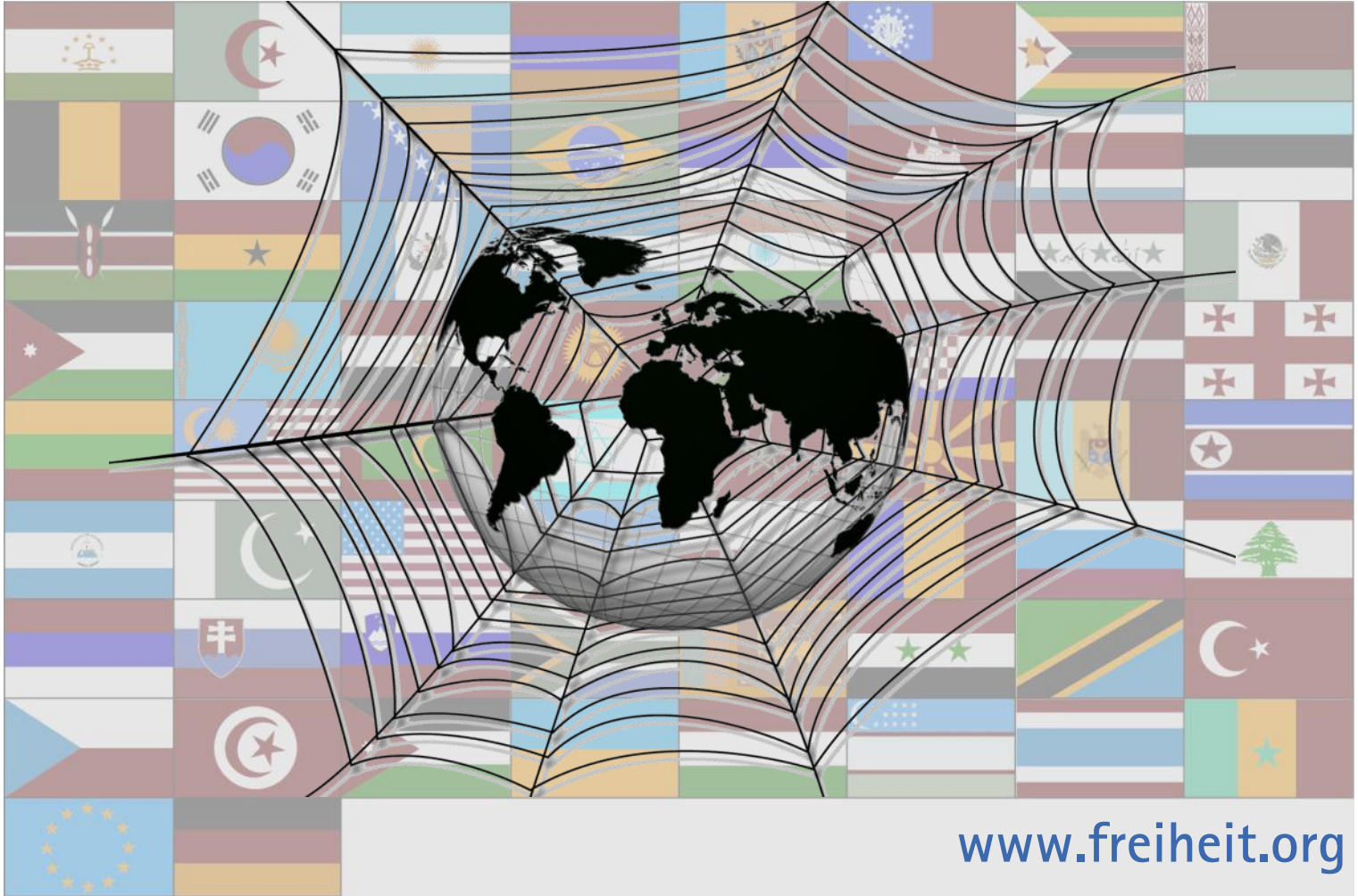


Friedrich Naumann  
STIFTUNG

FÜR DIE FREIHEIT



[www.freiheit.org](http://www.freiheit.org)

# FNF International News

AUSGABE 2 / 2011

Freiheit und die Rolle der Neuen Sozialen Medien



## Editorial

**Sehr geehrte Damen und Herren,  
liebe Freunde der Friedrich-Naumann-Stiftung für  
die Freiheit,**

die Neuen Sozialen Medien, kurz NSM, haben binnen kürzester Zeit weltweit radikal an Bedeutung gewonnen und sind im täglichen Leben von Milliarden Menschen nicht mehr wegzudenken.

Doch nicht nur die sozialen Kontakte zwischen den Menschen werden beeinflusst, auch auf die Politik kommen ganz neue Herausforderungen, aber auch Chancen in der Kommunikation mit den Bürgerinnen und Bürgern zu. So sprach man angesichts der revolutionären Entwicklungen in der arabischen Welt in diesem Jahr gar von „Facebook Revolutions“, da den NSM eine gewichtige Rolle bei der Organisation und Verbreitung der Proteste in der Weltöffentlichkeit zukam.

In dieser letzten Ausgabe der FNF International in diesem Jahr berichten Auslandsmitarbeiter der Stiftung für die Freiheit über die Rolle der NSM in ihren Projektregionen und -ländern und analysieren die gesellschaftlichen Veränderungen und Umbrüche, die durch die Vernetzung verstärkt wenn nicht sogar ausgelöst werden. Dazu wird aufgezeigt, wie das Thema auch unsere Arbeit als politische Stiftung beeinflusst und verändert.

Ich wünsche Ihnen eine anregende Lektüre!

Ulrich Niemann  
Bereichsleiter Internationale Politik

## Inhalt

### Freiheit und die Rolle der Neuen Sozialen Medien

Freiheit und die Rolle der Neuen Sozialen Medien – eine Einführung	S. 3
„Facebook-Revolution“? Der Einfluss Neuer Sozialer Medien in den Mittelmeerländern	S. 5
In Afrika gehen die digitalen Lichter an	S. 14
New Social Media in Southeast and East Asia	S. 18
Der Vormarsch von Internet und sozialen Medien auf dem Westbalkan	S. 23
Neue Soziale Medien in Lateinamerika: Der Weg zu neuer Meinungsvielfalt?	S. 28
Nordamerika und Europa: Neue Soziale Medien machen Politik	S. 37
Social Media is not enough to trigger a revolution: A holistic view from India	S. 46
Ausgewählte Publikationen	S. 52



## Freiheit und die Rolle der Neuen Sozialen Medien – eine Einführung



*When technology enables us to do things hitherto impossible, it becomes the very engine of liberation.*

Gladden J. Pappin<sup>1</sup>

Wer die Bedeutung moderner Informationstechnologie für Freiheit und Demokratie verstehen will, deren vorläufigen Höhepunkt die Neuen Sozialen Medien wie etwa Facebook oder Google+ markieren, der muss sich nur einmal in die Lage derer versetzen, denen moderne Mittel der Kommunikation und Informationsverbreitung mangels verfügbarer Technik oder aufgrund politischer Unterdrückung nicht zur Verfügung stehen. Es ist kein Vierteljahrhundert her, da war das Fehlen von Freiheit und Demokratie in einem Teil Deutschlands auch auf den eklatanten Mangel an Möglichkeiten des Austausches von Information und sozialer Interaktion zurückzuführen. Kaum jemand hatte ein Telefon, das Briefgeheimnis war das Papier nicht wert auf dem es stand, die Verlage und Massenmedien gleichgeschaltet und der öffentliche Austausch von Gedanken und Informationen stand unter permanenter Kontrolle. Soziale Interaktion musste sich auf die Familie oder den Freundeskreis beschränken, andernfalls war sie der politischen Öffentlichkeit unter der Observationsglocke des allmächtigen Staates gnadenlos ausgeliefert. Ein Rechtsstaat, der Meinungsfreiheit garantiert, existierte nicht und die technologischen Voraussetzungen für anonyme Kommunikation waren

nur rudimentär vorhanden. In dieser Situation fehlte den Menschen nicht nur die Möglichkeit, sondern auch die Mündigkeit zur Wahrnehmung ihrer demokratischen Rechte. Die staatliche Propaganda enthielt den Menschen die Informationen vor, die für eine objektive Bewertung ihrer individuellen Situation nötig gewesen wären. Ohne schnellen und risikolosen sozialen und informationellen Austausch waren die Menschen nicht in der Lage, ein bewusstes Gegengewicht zu den herrschenden Eliten aufzubauen. Für die ehemaligen DDR-Bürger ist das zwar inzwischen Geschichte, für Millionen anderer Menschen bis heute jedoch bittere Realität.

Fünfundzwanzig Jahre später tauschen wir täglich unzählige Kommentare in sozialen Netzwerken aus, teilen Links und Neuigkeiten, organisieren Partys und Veranstaltungen oder chatten einfach so miteinander. Vorbei sind die Zeiten da man einen langsamen Brief schrieb oder eine E-Mail an einen oder wenige Freunde vom heimischen Computer verschickte. Heut sitzt man in der Bahn und postet Freudiges oder Frustrierendes via Smartphone um die Welt. Noch nie war das eigene Universum so eng mit Welt der Mitmenschen verknüpft. Unsere bürgerlichen Freiheiten haben in den modernen Informationstechnologien und deren sozialen Netzwerken ihre perfekte Ergänzung gefunden. Wissensaneignung, Informationskontrolle und sozialer Austausch sind dank der sozialen Netzwerke des Internets noch nie so billig, schnell und zielgerichtet wie heute möglich gewesen. Friedrich August von Hayeks „spontane Ordnung“, die effiziente Verteilung

<sup>1</sup> Gladden J. Pappin, Liberty, Technology, and the Advent of Social Networking, The Intercollegiate Review, Volume 46, Number 2, 2011.



von Informationen in der Gesellschaft, hat in sozialen Netzwerken einen idealen Nährboden. Soziale Bindungen werden nicht mehr durch globale Distanzen verhindert und kommen ohne persönliche Beziehungen aus, weniger intensiv müssen sie dennoch nicht sein. Soziale Hierarchien werden flacher, wenn nicht gar bedeutungslos. Autorität ist in sozialen Medien keine Frage der Macht mehr, sondern der Überzeugungskraft. Medieninformationen lassen sich um persönliche Erfahrungen ergänzen und einer subjektiven Bewertung unterziehen, nichts entgeht der Netzgesellschaft unreflektiert und unkommentiert. Links zu Massenmedien und Blogs werden ebenso dem kritischen Blick des sozialen Netzes ausgesetzt wie die eigene Meinung. Trotz aller Subjektivität der individuellen Meinungen erhält am Ende jeder einzelne ein objektiveres Bild der Realität. Damit ist man für die Wahrnehmung der persönlichen Freiheiten und der damit verbundenen Konsequenzen besser gerüstet als je zuvor.

Kein Wunder, dass soziale Netzwerke wie Facebook und Twitter mehr und mehr zu Katalysatoren sozialer Umwälzungen werden. Einfacher und grenzenloser sozialer Austausch macht den Menschen das Ausmaß ihrer Unfreiheit bewusst und gibt ihnen die Mittel zum Informationsaustausch und zur Organisation gemeinsamer Aktivitäten in die Hand. Doch ein Garant für die Freiheit sind die Neuen Sozialen Medien dennoch nicht. Dagegen sprechen nicht nur die Gefahren, die von der staatlichen Überwachung der technischen Infrastruktur des Internets oder dem eigenen unverantwortlichen Umgang mit persönlichen Daten ausgehen. Mindestens ebenso wichtig ist, dass sich die Nutzer der NSM immer wieder die Frage nach dem Wert der individuellen Freiheit stellen. Hierauf kann der technische Fortschritt keine Antwort geben.

**Steffen Hentrich**  
Liberales Institut



Bildnachweis Titel: Alexander Klaus/Pixelio

## Social Media – Grundfertigkeit in der Internationalen Politik

Sie sind politische Hochkaräter, gut vernetzt und ständig im Einsatz: Die Regionalbüro-Leiter der Friedrich-Naumann-Stiftung für die Freiheit Ronald Meinardus und Rainer Adam – und zunehmend sind sie auch aktiv als Blogger, Tweeter und auf Facebook.

*Twitter-Interview von Carl Hinrichsen*

*Dr. Ronald Meinardus (@meinardus), ist Leiter des Regionalbüros Kairo der Stiftung für die Freiheit*

*Dr. Rainer Adam (@ManfromMosel), ist Leiter des Regionalbüros Bangkok der Stiftung für die Freiheit*

*Carl Hinrichsen (@carlhinrichsen), ist Stipendiat der Stiftung für die Freiheit und macht zur Zeit seinen MBA in Barcelona*

@meinardus – Als erster Eindruck – Nutzen Sie Social Media mehr beruflich oder privat?

@carlhinrichsen -Mehr beruflich. Ich lege Wert darauf, dass wir regelmäßig und mehr oder minder lückenlos über unsere Arbeit informieren. Privat seltener.

@ManfromMosel – Sie bloggen vor allem über Kulinarisches. Wie kam es zu der Entscheidung?

@carlhinrichsen - Wollte ein unpolitisches Thema bearbeiten, so dass ich weiß, um was es beim Bloggen geht, ohne politische Verortung.

@meinardus – Als Leiter des Regionalbüros Kairo haben Sie Ägypten zu Zeiten des Umbruchs erlebt. Welche Rolle spielte Social Media dabei?

@carlhinrichsen – Als Mobilisierungsinstrument waren die NSM enorm wichtig. Sie sollten aber nicht überschätzt werden, sonst wären die Liberalen jetzt vorn.

@ManfromMosel – Braucht Demokratie Social Media?

@carlhinrichsen - Besonders in noch nicht voll demokratischen Regimes ist Social Media unerlässlich, damit Bürger sich austauschen können.

*Fortsetzung auf S. 36*



## „Facebook-Revolution“? Der Einfluss Neuer Sozialer Medien in den Mittelmeerländern



### Schwerpunkt in der Projektarbeit: Arbeit mit Bloggern in der arabischen Welt

Bildungsprogramme für Journalisten sind seit jeher ein Kernbestand der Projektarbeit der Friedrich-Naumann-Stiftung für die Freiheit (FNF) in der arabischen Welt. Das erste Projekt der Stiftung geht auf das Jahr 1964 zurück: eine Zusammenarbeit mit einer staatlichen Journalistenschule in Tunesien. Inzwischen haben sich die politischen Rahmenbedingungen in diesem Teil der Welt dramatisch geändert und neben Programmen zur Ausbildung von Journalisten in traditionellen Medien sind die „Neuen Sozialen Medien“ (NSM) ein Arbeitsschwerpunkt.

Die Arbeit mit arabischen Bürgerjournalisten begann in Ägypten vor etwa fünf Jahren: die enorme politische Bedeutung der neuen Online-Medien ist spätestens im Zuge der bisweilen auch „Facebook-Revolution“ genannten Umbrüche in Nordafrika deutlich geworden. Die entsprechenden Trainingsprogramme begannen lange vor dem Sturz Mubaraks: Die Stiftung nutzte ihre Kontakte zu oppositionellen, vor allem jugendlichen Onlinejournalisten und organisierte mit diesen (und für diese) Kurse. Der offizielle Partner war die *Egyptian Organization for Human Rights* (EOHR), die älteste ägyptische Menschenrechtsorganisation, die im Lande weit verzweigt ist: Kaum ein anderes von der FNF gefördertes Programm fand so starken Zuspruch.

Nach der Revolution weitete die Stiftung das Angebot aus und bot regionale Maßnahmen an: Ein Höhepunkt war dabei ein Workshop im Frühjahr dieses Jahres, zu dem führende Blogger aus der gesamten arabischen Welt nach Kairo kamen und drei Tage lang über ihre Erfahrungen berichteten und „best practices“ aus-

tauschten.

Zeitgleich mit diesem in der „Szene“ beachteten „Event“ erfolgte die Veröffentlichung des ersten Blogging-Handbuchs in arabischer Sprache, in dem führende ägyptische Bürgerjournalisten Tricks und Tipps für erfolgreichen „Bürgerjournalismus“ zum Besten geben. Die Fibel ist im Buchhandel erhältlich, aber auch online abrufbar: <http://scr.bi/m0j1LT>

Im Rahmen der Zusammenarbeit mit arabischen Bloggern findet auch eine fortlaufende Bestandsaufnahme statt: Am größten sei der Bedarf an „capacity building“-Maßnahmen derzeit für Bürgerjournalisten in Algerien und in Syrien, so eine weit verbreitete Meinung. In Zusammenarbeit mit ihren Partnern aus der arabischen Bloggerszene will die Stiftung Kurse für Bürgerjournalisten aus diesen Ländern anbieten. Parallel gehen die Workshops auf nationaler Ebene weiter – in Ägypten, Jordanien, in Marokko und demnächst auch in Palästina und Tunesien.

Schließlich ein Wort zu den internationalen Aktivitäten: Auf Einladung der Deutschen Welle organisierte die FNF im Rahmen des diesjährigen Global Media Forum ein viel beachtetes Forum, auf dem Blogger aus der arabischen Welt über die Rolle der neuen sozialen Medien beim politischen Umbruch berichteten – und diskutierten. Gleichsam als Anschlussprogramm fand im September die von der Stiftung organisierte internationale Online-Konferenz statt mit dem Titel: „Facebook-Revolutionen? Die Bedeutung von neuen Sozialen Medien in der arabischen Welt“. Fortsetzung folgt – oder: wir bleiben auf Augenhöhe!

**Dr. Ronald Meinardus**  
Regionalbüroleiter Mittelmeerländer



## Facebook-Revolutionen? Die Neuen Sozialen Medien und der arabische Frühling<sup>1</sup>

*Facebook*, *Twitter* und *YouTube* – um nur die wichtigsten zu nennen – waren scharfe Waffen in den Händen der Revolutionäre, die im Frühjahr 2011 arabische Autokraten zunächst in Tunesien, später dann in Ägypten und Libyen aus dem Amt vertrieben haben. Mit ihrem digitalen Arsenal verbreiteten die Online-Aktivisten revolutionäre Stimmung, sie mobilisierten Mitstreiter und vernetzten sich untereinander.



Facebook-Plakat auf einer Demonstration in Kairo  
(Foto: Rowan El Shimi/Flickr)

In Folge dieser Umbrüche war die Begeisterung über das Wirken der Internet-Aktivisten vielerorts derart groß, dass verschiedentlich von *Facebook*- oder *Twitter*-Revolutionen die Rede war. Vor derartiger Verkürzung sei gewarnt: Diese Revolutionen monokausal auf die Wirkung von Internet-Applikationen zur verkürzen, wie dies im Lager der so genannten Cyberutopisten geschieht, wird der Vielschichtigkeit der historischen Vorgänge nicht gerecht. *Facebook*, *Twitter* und *Co.* spielten zweifelsohne eine wichtige instrumentelle Funktion. Doch sie waren und bleiben Instrumente. Entscheidend für die revolutionären Aufstände waren die politischen und sozioökonomischen Rahmenbedingungen; diese glichen im „Vormärz“ des arabischen Frühling einem Kessel, der unter Hochdruck steht: Unterdrückung, Massenarbeitslosigkeit, Perspektivlosigkeit sind Zutaten dieses explosiven Gemischs. Da bedurfte es nur eines Funkens, um den Kessel zur Explo-

sion zu bringen.

Damit die Aufstände der Jugend die Massenmobilisierung erzielten, die schließlich zum Sturz der Diktatoren führte, bedurfte es mehr als der medialen Kraft von *Facebook* und *Twitter*. Hauptmotor der Massenmobilisierung war – das ist zusehends auch aus empirischen Befunden ersichtlich – das Fernsehen. Von allen TV-Sendern muss hier vor allem *Al Jazeera* genannt werden – ein Medienunternehmen, das längst zu einem der zentralen – politischen – Akteure auf dem nahöstlichen Schlachtfeld avanciert ist. Der Sender aus Katar hatte sich früh von den journalistischen Grundsätzen der Neutralität verabschiedet und sich in seiner Berichterstattung höchst öffentlichkeitswirksam an die Spitze der Revolution gestellt. Besonders eklatant war dies in Tunesien, in Ägypten und später dann in Libyen. Heute wird *Al Jazeera* unterstellt, in den nordafrikanischen Ländern eher die religiösen Kräfte mit seiner Medienmacht zu fördern.

Wenige Wochen nach der ägyptischen Revolution ergab eine Meinungsumfrage des *International Republican Institute* (IRI), dass 86 Prozent der Ägypter ihre Informationen über die Revolution aus dem Fernsehen bezogen haben; nur sechs Prozent vertrauten auf *Facebook*.

Gleichwohl hat Facebook in den letzten Monaten stark an Akzeptanz zugelegt. In einer Studie der „Dubai School of Government“ heißt es, die Zahl der arabischen *Facebook*-Mitglieder habe im ersten Halbjahr 2011 um über fünfzig Prozent zugenommen. Besonders beliebt sind die sozialen Medien in den reichen Golfstaaten; dort ist – angesichts der üppigen Geschenke der Herrschenden an das Volk – der revolutionäre Bazillus auf keinen fruchtbaren Boden gefallen. Auch dies ein Argument gegen den Cyberutopismus, demzufolge Unterdrückung und *Facebook* quasi automatisch zum Aufruhr führten.

Wie in anderen Teilen der Welt kommt den sozialen Medien eine zusehends wichtige Rolle in der arabischen Medienlandschaft zu. Sie hatten eine Sternstunde, als sie dazu beitrugen, die verhassten Autokraten zu vertreiben. Doch damit ist die Geschichte keinesfalls zu Ende: Die Herausforderung der Zukunft – auch für die Neuen Sozialen Medien und die Aktivisten, die sie benutzen – lautet: Wie können sie zur

<sup>1</sup>Hinweis: Dieser Beitrag ist eine überarbeitete Fassung eines Textes, der in der Programmzeitschrift (1/2012) der FNF erscheinen wird.



Förderung der Demokratie und zur Stärkung von demokratischen Institutionen beitragen? Um diese Frage zu beantworten bedarf es Kreativität und Erfindergabe – beide Qualitäten sind im sozialen Netz überdurchschnittlich vorhanden.

**Dr. Ronald Meinardus**  
Regionalbüroleiter Mittelmeerländer

### Freiheit und die Rolle der Neuen Sozialen Medien in Tunesien

Die Revolution in der arabischen Welt begann am 17. Dezember 2010 in der vorher kaum bekannten tunesischen Kleinstadt Sidi Bouzid, als sich der Gemüsehändler Mohammed Bouazizi wegen eines Streits mit einer Polizeibeamtin vor dem Gebäude des Gouverneurs selbst verbrannte. In der Folge ergriff die arabische Revolution auch andere Länder in Nordafrika wie Ägypten und Libyen, sowie weitere arabische Länder aus dem Nahen Osten wie z.B. Syrien und Jemen.

Die Neuen Sozialen Medien gelten im Falle der tunesischen Revolution als Katalysator, der die Proteste gebündelt und weiter getragen hat, als Sprachrohr und Medium des Massenprotests. Die Menschen konnten sich erst Dank der NSM organisieren und mobilisieren und die Barriere der Angst überwinden und sich auf den Straßen verabreden.

Die Technologien der NSM haben es für die Massen ermöglicht zu protestieren, sich zu organisieren, zu informieren und sich zu spontanen Protestaktionen zu mobilisieren.

Viele Blogger und Journalisten sind sich einig darin, dass Facebook und Twitter als Instrumente der Unterstützung der tunesischen Revolution betrachtet werden können und eine hervorragende Rolle in der Massenmobilisierung gespielt haben. Gleich zu Beginn der Revolution haben sich Gruppen gebildet, um die Menschen über die Ereignisse und den Fortschritt der Protestwelle zu informieren. Dieses ermöglichte es den Menschen, Vertrauen zu fassen und Sympathie für die Protestierenden zu entwickeln. Auf diese Art und Wei-

se wurden mehr und mehr Bürger für die spontane Bewegung gewonnen, sie unterstützten die Revolution und setzten ihren Protest fort, trotz eines äußerst brutalen und repressiven Polizeiapparates. Die schwierige Aufgabe der Mobilisierung der Massen in einem Polizeistaat wie Tunesien wurde durch Facebook erst möglich gemacht, weil es die Kommunikation unter Gleichgesinnten erleichterte.

Fotos und Videos der Polizeigewalt wurden mit den Handys der Protestierenden aufgenommen und umgehend auf Facebook verteilt. So sind Zeugnisse der Brutalität von Diktaturen entstanden, die für die Öffentlichkeit weltweit und auch für alle Tunesier umgehend zugänglich waren. Dadurch konnten die gewalttätigen Auseinandersetzungen zwischen Sicherheitskräften und Volk kaum zensiert werden. Die Weltöffentlichkeit wurde Zeuge der Massaker an Zivilisten, die in Kasserine und Sidi Bouzid stattgefunden haben.



Danksagung an Facebook auf einem Graffiti in Tunesien  
(Foto: Al Jazeera English/Flickr)

Nach den Berichten von Reporter ohne Grenzen haben 2 Millionen Bürger in Tunesien Facebook-Konten. Das Internet ist für Millionen Tunesier eine Möglichkeit, Freiheit in der Kommunikation zu erleben. Die NSM haben somit eine sehr wichtige Rolle gespielt, denn sie haben der „schweigenden Mehrheit“ im politischen Sinne eine Stimme gegeben und ihnen erlaubt, sichtbar und hörbar zu werden.

Oftmals wird übersehen, dass der repressive Staat grundsätzlich durchaus in der Lage war, das Internet umfassend zu kontrollieren. Wie alle Diktaturen in Nordafrika verfügte auch das tunesische Regime über umfassende technische Installationen zur Überwa-



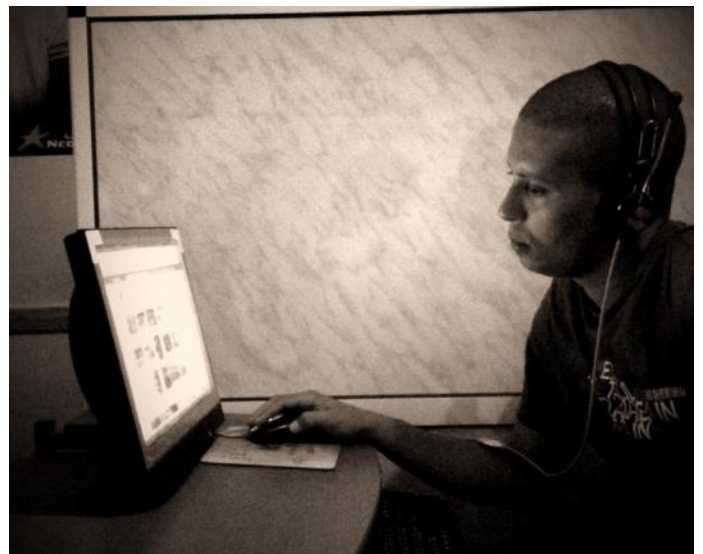
chung von Informationsströmen und Veröffentlichungen im Internet und die Möglichkeit, einzelne Beiträge zu zensieren oder sogar bestimmte Dienste gezielt abzuschalten. Warum war dies so wenig effektiv? Sicher war es auf der einen Seite die schiere Zahl von Beiträgen, die die staatliche Überwachung überforderten. Aber eine nicht zu unterschätzende Rolle spielte auch die von Hackern und Internetaktivisten organisierte „technische Gegenwehr“. Im Fall von Tunesien fiel dem Kollektiv „Anonymous“, einer losen Verbindung einzeln agierender Hacker und Programmierer, eine prominente Schlüsselrolle zu. *„Vous avez unilatéralement déclaré la guerre à la liberté d'expression, à la démocratie et à votre propre peuple. Anonymous a entendu le cri de liberté du peuple tunisien. Anonymous est disposé à aider le peuple tunisien dans cette lutte contre l'oppression.“* erklärten die Aktivisten in einem offenen Brief an den damaligen Präsidenten Ben Ali. Ohne diese Schützenhilfe der bis heute unbekanntenen „weißen Ritter“ hätte das Internet unter Umständen weit weniger effektiv genutzt werden können.

Alexander Knipperts  
Projektleiter Tunesien

unter Mitarbeit von Anis Ben Amor, Büro Tunis

## Freiheit und die Rolle der Neuen Sozialen Medien in Algerien

Der arabische Frühling scheint im Großen und Ganzen an Algerien vorbeigezogen zu sein. Während es in den Nachbarländern zu Regimewechseln (Tunesien) oder zu grundlegenden Reformen (Marokko) kam, herrscht im größten Land Afrikas noch immer politische Eiszeit.



Internetnutzer in einem Internetcafé in der Küstenstadt Annaba  
(Foto: John Perivolaris/Flickr)

Doch unter der dicken Schicht aus Repression, Manipulation und dem omnipräsenten Sicherheitsapparat regt sich auch in Algerien zunehmend Protest. Dies ist nicht verwunderlich, sind doch die strukturellen Defizite des Landes mit denen seiner Nachbarländer vergleichbar. Trotz seines Ressourcenreichtums und enormen wirtschaftlichen Potenzials ist es Algerien bisher nicht gelungen, die junge Bevölkerung am wachsenden Wohlstand zu beteiligen und in den politischen Prozess zu integrieren, der noch immer von den Veteranen des Unabhängigkeitskampfes dominiert wird. Für die Jugend bestehen kaum Freiräume zur Selbstentfaltung und zur freien Meinungsäußerung.

Angesichts unterentwickelter und oftmals vom Regime unterwanderter zivilgesellschaftlicher Strukturen sind die Neuen Sozialen Medien eine der wenigen Ventile, um öffentlich Kritik zu äußern. So wächst die Zahl der Facebook-Nutzer rasant: waren von den 33 Millionen Algeriern Anfang April 2011 noch 2 Millionen Menschen über das Netzwerk verbunden, so sind es heute knapp unter 3 Millionen. Dabei sind 65 Pro-



Satirisches Motiv über die Unterbrechung des Internets während der revolutionären Umbrüche 2011  
(Quelle: Mike Licht/Flickr)



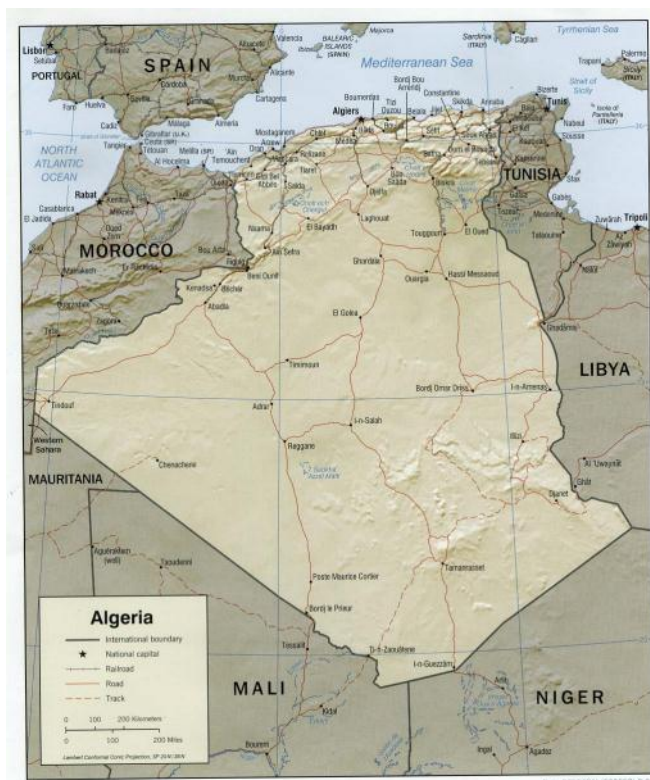


zent der Nutzer zwischen 18 und 34 Jahre alt.<sup>2</sup>

Auf dieses Potenzial hat auch die Stiftung reagiert und neben der regionalen Vernetzung von Bloggern bereits im Frühjahr 2011 erste Pilotmaßnahmen in Algerien durchgeführt. So stand die Rolle der neuen Kommunikationstechnologien zum Schutz der Menschenrechte im Fokus eines Seminars, das vom FNF-Büro in Algier zusammen mit der algerischen Sektion von Amnesty International organisiert wurde. Dass diese Veranstaltung unter dem Radarschirm der Autoritäten in einem schwierigen politischen Umfeld durchgeführt werden konnte, ist ein ermutigendes Zeichen, dessen Bedeutung dadurch unterstrichen wurde, dass schon am ersten Tag nach dem Seminar ein Teilnehmer seinen ersten eigenen Blog veröffentlichte:

<http://ho-cyberpresse.blogspot.com>

**Sebastian Hempel**  
Projektleiter Algerien und Marokko



Karte: CIA/Perry-Castañeda Library Map Collection

<sup>2</sup><http://www.jam-mag.com/algerie-3-millions-dutilisateurs-de-facebook-dici-a-la-fin-de-lannee/>

### Freiheit und die Rolle der Neuen Sozialen Medien in der HighTech-Oase Israel

Im Lande, in dem „jeder jeden kennt“ (so die HighTech-Ikone Yossi Vardi), hat man die Sozialen Medien mit offenen Armen empfangen. Diese Feststellung wird durch die im April 2011 von der Medien-Datenbank comScore veröffentlichten Daten belegt. Sie zeigen, dass man in Israel, mehr als in jedem anderen Land der Welt, Soziale Medien, in erster Linie Facebook und Twitter, nutzt. Der durchschnittliche Israeli verbringt demnach ganze 10.7 Stunden/Monat mit dem Surfen in Facebook und Twitter, zweimal so viel wie die Nutzer in den USA oder Deutschland.

Average Hours Spent per Visitor on Social Networking Sites Across Geographies  
Source: comScore Media Metrix, Apr-2011



Quelle: [www.comscoredatamine.com](http://www.comscoredatamine.com)

Auch die Facebook-Statistiken legen Zeugnis ab von Israels offenkundiger Kommunikationsfreude: Fast die Hälfte der Bevölkerung (46.1%) besitzt ein Facebook-Konto (im Vergleich zu 25.6% in Europa). Auch im regionalen Vergleich führt Israel die Liste jener Länder an, in denen die höchste Penetrationsrate verzeichnet wird (s. nachfolgende Tabelle). Im Februar 2011 erreichte Israel sogar eine Penetrationsrate von 90% unter den Internetsurfern, die die Seiten von Facebook aufsuchten - nur knapp hinter den Philippinen, die



mit 93% im weltweiten Vergleich den ersten Rang belegten.

Middle East Internet Usage and Population Statistics						
MIDDLE EAST	Population (2011 Est.)	Users, in Dec/2000	Internet Usage, Latest Data	% Population (Penetration)	Users % Region	Facebook Subscribers
Bahrain	1,214,705	40,000	649,300	53.5 %	0.9 %	287,020
Iran	77,891,220	250,000	36,500,000	46.9 %	50.3 %	n/a
Iraq	30,399,572	12,500	860,400	2.8 %	1.2 %	860,400
Israel	7,473,052	1,270,000	5,263,146	70.4 %	7.3 %	3,442,680
Jordan	6,508,271	127,300	1,741,900	26.8 %	2.4 %	1,675,780
Kuwait	2,595,628	150,000	1,100,000	42.4 %	1.5 %	822,640
Lebanon	4,143,101	300,000	1,201,820	29.0 %	1.7 %	1,201,820
Oman	3,027,959	90,000	1,465,000	48.4 %	2.0 %	285,080
Palestine (West Bk.)	2,568,555	35,000	1,379,000	53.7 %	1.9 %	599,520
Qatar	848,016	30,000	563,800	66.5 %	0.8 %	245,580
Saudi Arabia	26,131,703	200,000	11,400,000	43.6 %	15.7 %	4,034,740
Syria	22,517,750	30,000	4,469,000	19.8 %	6.2 %	n/a
United Arab Emirates	5,148,664	735,000	3,555,100	69.0 %	4.9 %	2,340,880
Yemen	24,133,492	15,000	2,349,000	9.7 %	3.2 %	329,040
Gaza Strip	1,657,155	n/a	n/a	n/a	n/a	n/a
<b>TOTAL Middle East</b>	<b>216,258,843</b>	<b>3,284,800</b>	<b>72,497,466</b>	<b>33.5 %</b>	<b>100.0 %</b>	<b>16,125,180</b>

NOTES: (1) The Middle East Statistics were updated as of June 30, 2011. (2) CLICK on each country name to see detailed data for individual countries and regions. (3) The demographic (population) numbers are based on data from the US Census Bureau. (4) Internet usage numbers come from various sources and are compiled here, see the [site surfing guide](#). (5) The most recent usage information comes mainly from the data published by Nielsen Online, ITU, and other reliable sources. (6) For growth comparison purposes, the usage data published by ITU for the year 2,000 is furnished. (7) Data may be cited, giving due credit and establishing an active link back to [InternetWorldStats](#). Copyright © 2011, Miniwatts Marketing Group. All rights reserved.

Der Vizepräsident von comScore, Mike Rid, erklärt diese Daten mit der Vorliebe der Israelis für neue Technologien, die wohl dafür verantwortlich ist, dass das „kleine Israel“ als führende Startup-Nation einen proportional überdurchschnittlichen Beitrag zur Entwicklung der globalen digitalen Landschaft leistet und darüber hinaus als einer der aktivsten und dynamischsten Internetmärkte der Welt gelten kann.

Bei dem Versuch, die hohe Nutzerrate der sozialen Medien in Israel zu erklären, werden von Experten allerdings eher gesellschaftliche und psychologische als technologische Aspekte angeführt. Nach Gal Mor, Blogger und Analyst von Internet-Trends, sind Israelis schlichtweg die „Weltmeister im Reden“. Die sozialen Medien bieten sich hier als ideale Plattform an, um dem Mitteilungsdrang freien Lauf zu lassen. Diese Erklärung wird übrigens durch die Tatsache gestützt, dass Israelis auch eine außerordentliche Leidenschaft für Mobiltelefonie hegen und auch hier weltweite Nutzungsrekorde aufstellen. Hinzu kommt, dass es sich bei Israel um ein sehr kleines, in geopolitischer Hinsicht isoliertes Land handelt, was dazu beitragen dürfte, dass das globale grenzüberschreitende Kommunikationsangebot der sozialen Medien besondere Attraktivität gerade auf seine Bürger ausübt. Die über weite Teile des Globus gespannten und intensiv gepflegten Familienbande vieler Israelis spielen eine zusätzliche Rolle.

Die Benutzung der Sozialen Medien (vorwiegend Facebook) zieht sich durch alle Altersgruppen. Dabei sind keine wesentlichen Unterschiede in der Nutzung zwischen den Geschlechtern zu verzeichnen. Allerdings scheinen ethnische Zugehörigkeit und der Grad an Religiosität bei der Nutzung der sozialen Medien eine Rolle zu spielen. Generell heißt es, die arabische Minderheit in Israel nutze das Internet 15-20% weniger als die jüdische Mehrheitsbevölkerung. Die Nutzung der sozialen Medien scheint bei der Minderheit noch drastisch niedriger auszufallen. Ein Erklärungsansatz nimmt auf die Tatsache Bezug, dass die arabische Gesellschaft durchweg traditionalistischer ist; ein anderer Grund sind die häufig von der Mehrheitsbevölkerung abweichenden Lebens- und Arbeitsbedingungen der arabischen Bürger Israels.



Straßenszene in Jerusalem (Foto: Francisco Martins/Flickr)

Interessant ist ein Blick auf die Internetnutzung des ultraorthodoxen Bevölkerungselements (ca. 10% der Gesamtbevölkerung). Immerhin surfen auch 50 % der Orthodoxen im Internet, was angesichts ihres eigentlich von der modernen Welt radikal abgewandten Lebensstils Verwunderung auslöst. Allerdings lassen viele der ultraorthodoxen Internetnutzer Programme installieren, die das Surfen auf „unmoralischen“ Seiten verhindern sollen. Da ihr Kommunikationsdrang dem der säkularen Juden nicht nachzustehen scheint, ist das „koschere“ Facebook für Religiöse („FaceGlat“) entstanden. Hier trennt man beim Einloggen zwischen Männern und Frauen und lässt nur Gleichgeschlechtliche miteinander kommunizieren; „unmoralische“ Begriffe werden aussortiert oder blockiert.

Auch in Wirtschaft und Politik hat man das Potenzial der Sozialen Medien schon seit Langem erkannt und zu nutzen versucht. Werbung, z.B. von Supermärkten oder Telefongesellschaften, ist stets mit dem Hinweis



auf den Facebook-Auftritt versehen. Allerdings erweisen sich die sozialen Medien nicht nur als ideale Plattform zur Produktvermarktung, zur Anwerbung neuer Kunden oder zur Absatzsteigerung, sondern sie dienen ebenso den Konsumenten als Medium, um ihrem Unmut über Vorgehensweisen der Marktakteure Luft zu machen.

Welch weitreichende Wirkung von einer solchen Kritik ausgehen kann, haben die Ereignisse des „Sommer 2011“, wie die soziale Protestbewegung gegen die übersteuerten Lebenshaltungskosten im Lande heute genannt wird, gezeigt. Begonnen hatte alles mit einem Aufruf zur Boykottierung eines Hüttenkäses des israelischen Milchkartells Tnuva nach der Ankündigung einer kräftigen Preiserhöhung. Der Aufruf über Facebook war so erfolgreich, dass die Firma sich schließlich zu einer deutlichen Preissenkung für einen Großteil ihrer Produkte genötigt sah. Ein weiterer Protestaufruf einer jungen Studentin, die ihrer Frustration über die Unmöglichkeit, in Tel Aviv eine erschwingliche Wohnung zu finden, über Facebook Luft machte, war schließlich der endgültige Auslöser für landesweite Massendemonstrationen, den größten in der Geschichte des Landes. So wurde mittels der Sozialen Medien eine Massenmobilisierung erreicht und ein neuer Diskurs über eine wirtschaftliche und gesellschaftspolitische Neuordnung Israels angefangen.



Proteste gegen hohe Lebenshaltungskosten in Tel Aviv 2011  
(Foto: Marc Berthold/Flickr)

Die Regierung konnte diese Protestbewegung nicht ignorieren und sah sich gezwungen, Reformen anzukündigen. Die Tatsache, dass man – abseits von Wahlen – allein durch die Mobilisierung der Bürger über

die sozialen Netzwerke direkten Einfluss auf die Entscheidungsträger und die politische Tagesordnung nehmen kann, hat eine große Euphorie in weiten Teilen der Bevölkerung ausgelöst. Bürgerbeteiligung zahlt sich aus – so scheint man die jüngsten Ereignisse zu interpretieren. Diese Einsicht scheint auch den 2000 (!) Protestgruppen, die alleine in diesem Sommer im israelischen Facebook ins Leben gerufen worden sind, zu Grunde zu liegen.

Neben Parteien und Parlamentsabgeordneten sind es vor allem auch die zivilgesellschaftlichen Organisationen, die sich der Sozialen Medien bedienen. So benutzt auch der Großteil der Stiftungspartner Facebook, um über Arbeit und Veranstaltungen zu berichten und das Bewusstsein der Bevölkerung für ihre Themen zu sensibilisieren.

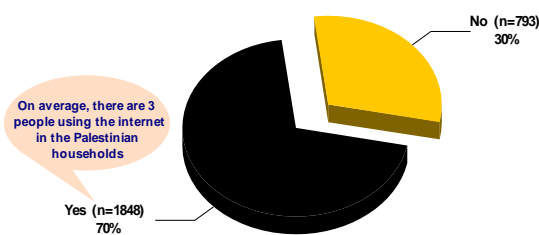
Mickey Gitzin, Direktor des israelischen Stiftungspartners „Be Free“, der eine liberale Bürgergesellschaft, die Gleichstellung aller Bürger und einen säkularen Staat postuliert, betont, dass seine erst ca. ein Jahr bestehende Organisation ohne die sozialen Medien gar nicht existieren könnte. Mit minimalen finanziellen Ressourcen hat „Be Free“ es in kurzer Zeit geschafft, rund 15.000 Facebook-Mitglieder und dazu Dutzende freiwilliger Aktivisten zu rekrutieren und Medienkampagnen zu lancieren. Die über die Sozialen Medien errungene Popularität hat „Be Free“ überdies auch den direkten Zugang zur politischen Arena verschafft. Bei einer der jüngsten Abstimmungen über einen Gesetzesvorschlag zur Institutionalisierung der (bis dato in Israel nicht existenten) Zivilehe drohte „Be Free“, die Namen jener Knessetabgeordneten über Facebook zu publizieren, die die säkulare Bevölkerung Israels zu vertreten vorgeben, doch aus persönlichen Opportunitätserwägungen bei Abstimmungen dieser Art Enthaltung üben – oder „vorsichtshalber“ gar nicht erst zur Parlamentssitzung erscheinen. Der Druck von „Be Free“ hatte Erfolg. Er brachte u.a. die neue Vorsitzende der Arbeitspartei, Shelly Yachimowitsch, dazu, doch an der Abstimmung teilzunehmen und für die Zivilehe zu votieren.

**Dr. Hans Georg Fleck**  
Projektleiter Israel / Palästina



## Freiheit und Neue Soziale Medien in Palästina

Trotz seiner geringen Größe und Bevölkerungszahl, des unregelmäßigen staatsrechtlichen Status und des fort-dauernden faktischen Besatzungsregimes verfügt Palästina über eine dichte, komplexe und schnell wachsende Medienszene. Die weltweite Verbreitung der Sozialen Medien macht auch vor Palästina nicht Halt. Auch hier werden Internet, Facebook und andere soziale Medien zur politischen und gesellschaftlichen Mobilisierung weiter Bevölkerungskreise verwendet, wie die mittels der Sozialen Medien organisierten landesweiten Protestmärsche und Kundgebungen gegen die innerpalästinensische Spaltung zwischen Fatah und Hamas und zur Überwindung der israelischen Besatzung in den Städten der West-Bank und des Gazastreifens in der Zeit vom 17. Februar bis 15. Mai 2011 gezeigt haben.

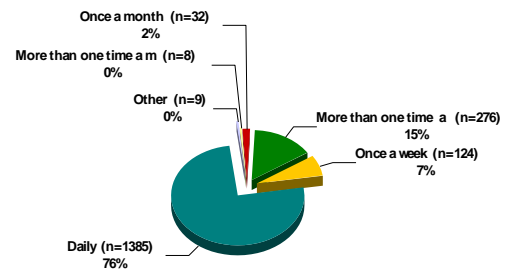


Internetzugang in Palästina (Quelle: Near East Consulting)

Die geopolitische Isolation der palästinensischen Gebiete, die Beschränkung der Reisefreiheit für viele palästinensische Bürger sowie die Isolation Ost-Jerusalems von den übrigen Teilen Palästinas und die faktische Trennung der West-Bank vom Gazastreifen mögen zusätzlich dazu beitragen, dass das globale grenzüberschreitende Kommunikationsangebot der sozialen Medien besondere Attraktivität gerade auf die Bevölkerung Palästinas ausübt. Die in allen Teilen der Welt verstreute palästinensische Diaspora bzw. zahlreiche grenzüberschreitende Familienbande sind weitere Erklärungsmomente.

Die rasante Entwicklung auf dem Gebiet der Sozialen Medien wird durch eine repräsentative Umfrage belegt, die vom (in Ramallah ansässigen) Meinungsforschungsinstitut „Near East Consulting“ im 1. Quartal 2011 in 2699 Haushalten der West-Bank und des Gaza-Streifens durchgeführt worden ist. Ca. 70% der befragten Palästinenser verfügen demnach über einen

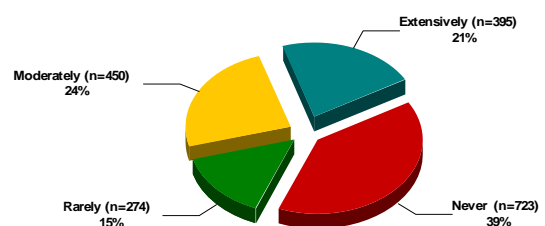
Zugang zum Internet, davon wiederum 85% über einen privaten Zugang. Drei Viertel der Interviewten gaben an, das Internet täglich zu nutzen. Die Umfrage



Internetnutzung in Palästina (Quelle: Near East Consulting)

zeigt zudem, dass viele Jugendliche in Palästina einen Großteil ihrer Freizeit mit Surfen im Internet beschäftigt sind. Bei der Altersgruppe der 18-24-jährigen geben 28% der Befragten an, täglich bis zu vier Stunden im Internet zu verbringen. Es mag dabei paradox erscheinen, dass die Internetnutzung im Gazastreifen (76%) sogar verbreiteter ist als in der West-Bank (mit nur 67% der Befragten). Dies hat sicherlich mit der weitgehenden Blockade Gazas durch Israel bzw. der eingeschränkten Bewegungsfreiheit der Menschen dort zu tun.

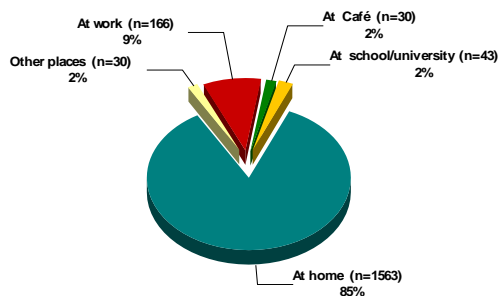
Laut Umfrage nutzen 60% der Palästinenser Neue Soziale Medien wie Facebook und Twitter, davon 21% sehr intensiv, 24% moderat und 15% der Befragten nur selten. Auch hier weist die Altersgruppe der 18-24-jährigen mit 33% „sehr intensiven“ Nutzern einen überdurchschnittlichen Wert aus. Seit 2006 besteht in Palästina zudem eine lebendige Blogger-Szene, wie die Arbeit der Medien-NGO AMIN bezeugt. AMIN hat im Jahre 2007 das erste Blog-Portal Palästinas ins Leben gerufen, das bereits im Gründungsjahr 800 Blogger und über eine Million Besucher aufweisen konnte. Z.Z. hat das AMIN-Portal 1544 Blogs. Die Blogger-Aktivisten organisierten bereits mehrere landesweite Konferenzen zur Abstimmung ihrer Aktivitäten; sie sind außerdem regional und international bestens ver-



Nutzungsgrad Sozialer Netzwerke für Informationen in Palästina (Quelle: Near East Consulting)



netz. Viele junge Journalisten nutzen das Portal u. a. zur Publikation von Beiträgen, deren Veröffentlichung von den etablierten Medien abgelehnt worden war. Diese Szene erfreut sich immer größerer Beliebtheit, weil die Meinungsfreiheit entweder durch Selbstzensur der etablierten Medien (und Journalisten) oder durch Zensur seitens der Regierungsstellen eingeschränkt wird. Die Sozialen Medien erhalten auch durch die Tatsache, dass die israelischen Besatzungsbehörden den palästinensischen Medien, insbesondere in Ost-Jerusalem, strenge Restriktionen auferlegt haben, und dass die verschiedenen palästinensischen Fraktionen, vor allem Hamas und Fatah, in die Medienarbeit zu intervenieren versuchen, eine signifikante Bedeutung.



Wo wird das Internet in Palästina hauptsächlich genutzt?  
(Quelle: Near East Consulting)

Die Schaubilder verdeutlichen eindrucksvoll den hohen Grad der Penetration der neuen Kommunikationsinstrumente in die Lebenswirklichkeit der palästinensischen Gesellschaft und insbesondere der Jugend.

**Dr. Hans Georg Fleck**  
Projektleiter Israel / Palästina

Bildnachweise Titel:

Michael Coghlan/Flickr  
Rowan El Shimi/Flickr  
Francisco Martins/Flickr  
Darla Hueske/Flickr

## Neue Soziale Medien in der Türkei

Soziale Medien werden in der Türkei, dem Land der Mobiltelefone (nahezu jeder 2. Einwohner besitzt statistisch ein Mobiltelefon), intensiv genutzt. Twitter, Facebook und Bloggen sind fester Bestandteil des Kommunikationsverhaltens der jungen türkischen Bevölkerung (mehr als 70% sind jünger als 35 Jahre). Zwar setzen auch Organisationen und politische Parteien die Neuen Sozialen Medien für ihre Zwecke ein, doch spielt deren Gebrauch bei besonders wichtigen Vorgängen wie einem Wahlkampf oder auch der Mobilisierung der Anhängerschaft eine wesentlich geringere Rolle, als es in den arabischen Staaten der Fall ist. Hierbei verlässt man sich noch stark auf konventionelle Instrumente und nutzt eher Radio & TV für seine Zwecke. Weit verbreitet ist die Nutzung von Autos oder Bussen als „Werbeträger“, die mit entsprechenden Postern und großen Lautsprechern ausgestattet sind, die die Botschaft so verbreiten.



Junge Tüorkinnen mit Mobiltelefon (Foto: boublis/Flickr)

Die Organisationen und Unternehmen der Medienbranche selbst verfügen über entsprechende Präsenzen in den Neuen Sozialen Medien, doch angesichts der schwach ausgeprägten Nutzung durch die Bevölkerung bleiben Austausch und Diskussion beispielsweise über Twitter oder Facebook die Ausnahme.

Auch die Partner der Stiftung verhalten sich ähnlich: Sie haben auf ihren Webseiten Links zu sozialen Medien (Facebook, Twitter) eingerichtet, aber mehr, weil es ein zeitgenössisches „Muss“ ist, und weniger, weil sie diese Instrumente intensiv nutzen würden. Auch hier passt man sich dem Nutzungsverhalten großer Bevölkerungsteile an und setzt vor allem auf konventionelle Wege der Kommunikation.

**Jörg Dehnert**  
Projektleiter Türkei



## In Afrika gehen die digitalen Lichter an



Quizfrage: Welcher Kontinent hat 1 Milliarde Einwohner, ist aber nur für 4% des weltweiten Stromverbrauchs verantwortlich? Richtig: Es ist Afrika. Und da man für die Neuen Sozialen Medien das Internet und für das Internet Strom braucht, kann es in Afrika zu den neuen sozialen Medien nicht viel zu berichten geben, stimmt's?

Stimmt natürlich nicht: Denn erstens ist Afrika viel zu groß und heterogen, als dass man es über einen Kamm scheren könnte, und zweitens bedeutet der technische Fortschritt, dass man inzwischen mit sehr wenig Strom ins Internet kommt.

Diese beiden Beobachtungen stehen im Mittelpunkt dieses Berichtes: Der Heterogenität sei gedacht, dass es trotz Ländern wie Nigeria, wo nur 17 von 79 Kraftwerken funktionieren, auch Gegenbeispiele wie Südafrika gibt, wo es trotz gelegentlicher Stromknappheit im Bereich der Neuen Sozialen Medien tatsächlich viel Interessantes zu berichten gibt. Und die atemberaubend schnelle Weiterentwicklung der mobilen Geräte – unter dem Begriff werden z.B. Mobiltelefone, Smartphones und Tablet-PCs zusammengefasst – bedeutet, dass die meisten anderen Länder Afrikas in wenigen Jahren zumindest bei den Neuen Sozialen Medien den Anschluss an Vorreiter wie Südafrika und an den Rest der Welt finden werden.

Mobile Geräte sind deshalb attraktiv, weil sie weniger Strom verbrauchen als PCs und sich mit ein wenig Einfallsreichtum sogar mittels Autobatterien, Fahrrad-dynamos oder Solarzellen aufladen lassen. Und das ist von ganz erheblicher Bedeutung, denn selbst der Vorreiter Südafrika verzeichnet einen PC-Durchdringungsgrad von lediglich 6% in den Haushalten.

Dementsprechend sind die Experten davon überzeugt, dass die Internet-Revolution die meisten Afrikaner nicht über PCs erreichen wird, sondern vielmehr über mobile Geräte wie Handys und Tablet-PCs. In Afrika gibt es insgesamt 450 Millionen Telefonanschlüsse, davon 90% mobile und nur 10% Festnetzanschlüsse. In Südafrika beträgt die Handy-Penetrationsrate bereits über 100% und in allen anderen afrikanischen Ländern steigt sie schnell an.

Schätzungen zufolge gibt es in Afrika bereits um die 84 Millionen Handys mit mehr oder weniger stark ausgeprägten Internetfunktionen. Die kontinentale Anbindung an das globale Internet verbessert sich außerdem stetig: Allein in den letzten zwei Jahren wurden drei Unterseekabel nach Afrika verlegt, durch die sich die Geschwindigkeit bei der Datenübermittlung vervierfacht hat und Preise um 90% gefallen sind.<sup>1</sup> Die Endgeräte werden immer leistungsfähiger und erschwinglicher, so dass sich das Internet in Afrika rapide verbreiten wird und der Kontinent eine gute Chance hat, allmählich zum Rest der Welt aufzuschließen. Auch bei den Onlinediensten selbst gibt es interessante Entwicklungen: In mehreren afrikanischen Ländern ist z.B. die Nutzung von Facebook für den Benutzer kostenfrei – Facebook übernimmt selbst die Kosten für die Datenübertragung.

In allen afrikanischen Ländern ist die digitale Revolution im Gange. In Nigeria benutzt die RSVP-Kampagne („Register-Select-Vote-Protect“) Facebook und Twitter, um zur Wahl von möglichst vertrauenswürdigen Politikern beizutragen. In Kenia interagieren die jungen Leser des Comics Shujaz per Facebook mit den Protagonisten der Geschichten – und immer mehr

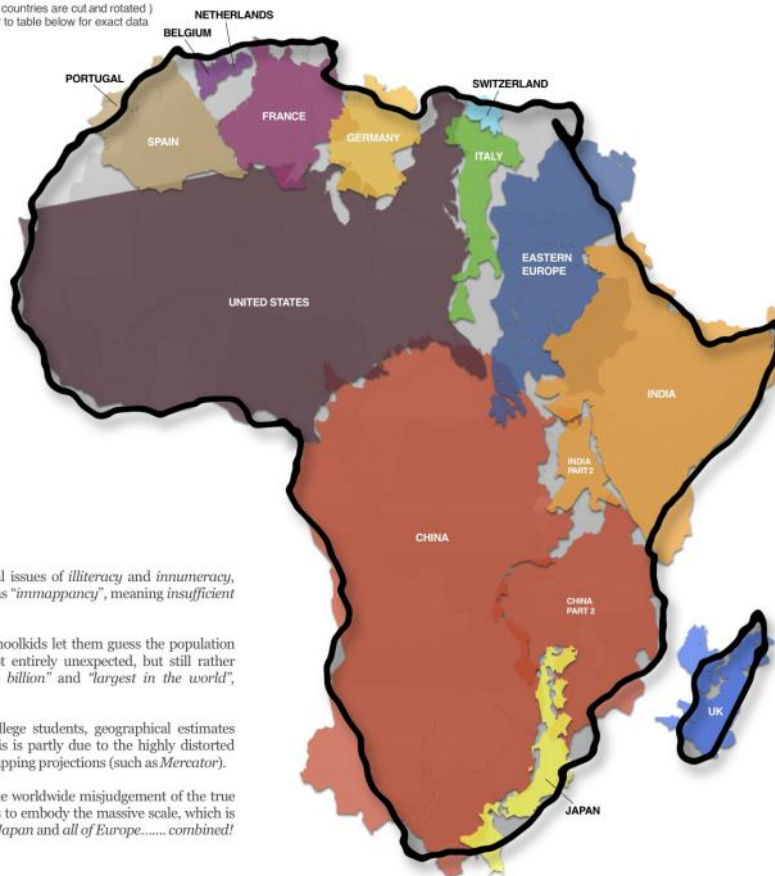
<sup>1</sup><http://www.economist.com/node/18529875> und Business Day, 22. August 2011, S. 4.



# The True Size of Africa

A small contribution in the fight against rampant *Immappancy*, by Kai Krause  
 Graphic layout for visualization only ( some countries are cut and rotated )  
 But the conclusions are very accurate: refer to table below for exact data

COUNTRY	AREA x 1000 km <sup>2</sup>
China	9.597
USA	9.629
India	3.287
Mexico	1.964
Peru	1.285
France	633
Spain	506
Papua New Guinea	462
Sweden	441
Japan	378
Germany	357
Norway	324
Italy	301
New Zealand	270
United Kingdom	243
Nepal	147
Bangladesh	144
Greece	132
<b>TOTAL</b>	<b>30.102</b>
<b>AFRICA</b>	<b>30.221</b>



## Top 100 Countries

Area in square kilometers, Percentage of World Total  
 Sources: Britannica, Wikipedia, Almanac 2010

	AREA km <sup>2</sup>	%	
1	Russia	17.098.242	11,90
2	Canada	9.984.070	6,70
3	China	9.598.561	6,40
4	United States	9.629.001	6,40
5	Brazil	8.514.877	5,70
6	Australia	7.682.300	5,20
7	India	3.287.283	2,30
8	Argentina	2.782.400	1,90
9	Kazakhstan	2.724.000	1,80
10	Sudan	2.505.813	1,70
11	Algeria	2.381.741	1,60
12	Congo	2.344.058	1,60
13	Greenland	2.168.085	1,50
14	Saudi Arabia	2.149.690	1,40
15	Mexico	1.964.375	1,30
16	Indonesia	1.902.300	1,30
17	Libya	1.759.540	1,20
18	Iran	1.628.700	1,10
19	Mongolia	1.564.100	1,10
20	Peru	1.285.216	0,86
21	Chad	1.264.000	0,86
22	Niger	1.267.000	0,85
23	Angola	1.246.700	0,85
24	Malawi	1.243.100	0,83
25	South Africa	1.221.037	0,82
26	Cote d'Ivoire	1.141.768	0,79
27	Ethiopia	1.104.300	0,74
28	Burkina Faso	1.098.581	0,74
29	Mauritania	1.025.000	0,69
30	Egypt	1.002.000	0,67
31	Tanzania	945.487	0,63
32	Nigeria	925.768	0,62
33	Venezuela	912.500	0,61
34	Norfolk	604.116	0,55
35	Mozambique	801.690	0,54
36	Poland	786.565	0,53
37	Turkey	783.560	0,53
38	China	756.102	0,51
39	Zambia	752.612	0,51
40	Myanmar	676.576	0,45
41	Algeria	652.592	0,44
42	Burma	637.657	0,43
43	France	630.654	0,43
44	C. African Rep	622.984	0,42
45	Ukraine	603.500	0,41
46	Madagascar	587.041	0,40
47	Botswana	582.000	0,39
48	Kenya	580.367	0,39
49	Yemen	527.966	0,35
50	Thailand	513.120	0,34
51	Spain	505.992	0,34
52	Turkmenistan	486.100	0,33
53	Cameroon	475.442	0,32
54	Papua New Guinea	462.840	0,31
55	Uzbekistan	447.400	0,30
56	Morocco	446.560	0,30
57	Sweden	441.370	0,30
58	Iran	436.317	0,29
59	Paraguay	406.732	0,27
60	Zimbabwe	390.737	0,26
61	Japan	377.930	0,25
62	Germany	357.114	0,24
63	Rep.o Congo	342.000	0,23
64	Finland	306.419	0,21
65	Vietnam	331.212	0,22
66	Malaysia	330.800	0,22
67	Norway	325.802	0,22
68	Cote d'Ivoire	322.463	0,22
69	Poland	312.681	0,21
70	Oman	309.500	0,21
71	Italy	301.546	0,20
72	Philippines	300.000	0,20
73	Burkina Faso	274.222	0,18
74	New Zealand	270.867	0,18
75	Cuba	267.468	0,18
76	Western Sahara	266.000	0,18
77	Ecuador	256.369	0,17
78	Ghana	245.627	0,17
79	United Kingdom	243.000	0,16
80	Uganda	241.038	0,16
81	Ghana	236.539	0,16
82	Romania	236.391	0,16
83	Laos	236.800	0,16
84	Cyprus	214.000	0,14
85	Belarus	207.600	0,14
86	Kyrgyzstan	199.861	0,13
87	Senegal	196.722	0,13
88	Syria	185.180	0,12
89	Cameroon	181.026	0,12
90	Uruguay	176.215	0,12
91	Suriname	163.820	0,11
92	Tunisia	163.610	0,11
93	Nepal	147.181	0,10
94	Bangladesh	143.998	0,10
95	Tajikistan	143.100	0,10
96	Greece	137.657	0,09
97	Nicaragua	130.373	0,09
98	North Korea	120.536	0,08
99	Haiti	118.814	0,08
100	Eritrea	117.600	0,08
<b>TOP 100 TOTAL:</b>		<b>132.623.024</b>	<b>95,34</b>



In addition to the well known social issues of *illiteracy* and *innumeracy*, there also should be such a concept as "*immappancy*", meaning *insufficient geographical knowledge*.

A survey with random American schoolkids let them guess the population and land area of their country. Not entirely unexpected, but still rather unsettling, the majority chose "1-2 billion" and "largest in the world", respectively.

Even with Asian and European college students, geographical estimates were often off by factors of 2-3. This is partly due to the highly distorted nature of the predominantly used mapping projections (such as *Merccator*).

A particularly extreme example is the worldwide misjudgement of the true size of *Africa*. This single image tries to embody the massive scale, which is larger than the *USA*, *China*, *India*, *Japan* and *all of Europe*.....combined!

© creative commons No Rights Reserved This work is placed in the Public Domain

Grafik: <http://www.economist.com/blogs/dailychart/2010/11/cartography>

Menschen wickeln ihre Geldgeschäfte nicht über die Banken ab, sondern über den handybasierten Dienst mpesa<sup>2</sup>. Die Reality-TV Show Big Brother Africa hält über 600.000 Anhänger über die Geschehnisse auf dem Laufenden, aber für die Facebook-Seite der Afrikanischen Union – des wichtigsten kontinentalen Bündnisses – interessieren sich nur etwa 2.500 Menschen. Dieses Missverhältnis widerspiegelt die Tatsache, dass die Neuen Sozialen Medien vorerst mehr der Unterhaltung dienen als der Bildung oder der politischen Auseinandersetzung und Vermarktung.

Um einen Blick in die Zukunft zu werfen, lohnt sich der Blick nach Südafrika. Es zeigt sich, dass viele Lösungen lokal entwickelt, an lokale Bedürfnisse angepasst und enorm erfolgreich sind. Man würde zum Beispiel vermuten, dass das größte soziale Online-Netzwerk in Afrika Facebook ist oder vielleicht Twitter.

Weit gefehlt: Die Ehre gebührt vielmehr dem Online-dienst Mxit ("mix it" ausgesprochen), der im September 2011 über 43 Millionen Abonnenten zählte und 2003 in Südafrika von dem in Namibia geborenen Herman Heunis gestartet wurde.<sup>3</sup> Der Dienst zeichnet sich durch seine umfangreichen Leistungsmerkmale aus und bietet neben Spielen und Direktnachrichten an andere Teilnehmer – ein kostengünstiger SMS-Ersatz – auch Chatrooms sowie die leichte Anbindung an MSN Messenger, Google Talk und ähnliche Dienste. Es lässt sich sogar mittels Mxit für Kandidaten im Idols-Wettbewerb (entspricht „Deutschland sucht den Superstar“) abstimmen.

Offenbar wurde der Mxit-Dienst insbesondere von der südafrikanischen Jugend mit Begeisterung angenommen, wenn auch eher im nicht-politischen Bereich. Allerdings galt eine solche Offenheit gegenüber den

<sup>2</sup><http://en.wikipedia.org/wiki/M-Pesa>

<sup>3</sup><http://en.wikipedia.org/wiki/MXit>, <http://www.mxit.com>



Neuen Sozialen Medien nicht für alle Jugendliche: Legendär ist die Pressemitteilung der Jugendorganisation der südafrikanischen Regierungspartei, der African National Congress Youth League (ANCYL), in der sich der Sprecher Floyd Shivambu darüber echaufferte, dass respektlose Personen sich den Namen des ANCYL-Vorsitzenden Julius Malema angeeignet hatten und auf diese Weise per Twitter Nachrichten verbreiteten, denen Malema überhaupt nicht zustimmen konnte. In seiner Meldung rief Shivambu die „zuständigen Behörden“ dazu auf, Twitter zu „schließen“, und offenbarte dabei seine abgrundtiefe Unkenntnis der Neuen Sozialen Medien sowie der englischen Grammatik.<sup>4</sup>

Die Oppositionspartei Democratic Alliance (DA) hingegen, Kooperationspartner der Friedrich-Naumann-Stiftung in Südafrika, kennt sich mit den neuen sozialen Medien bestens aus. Die meisten Amtsträger der Partei sind sowohl auf Twitter als auch auf Facebook vertreten und halten ihre Twitter-Follower und Facebook-Freunde hierdurch stets auf dem Laufenden. Von Zeit zu Zeit veranstaltet die Partei auf Twitter Diskussionsabende unter dem Hashtag #DAQA, bei denen führende Oppositionspolitiker der Öffentlichkeit Rede und Antwort stehen. Auch Schulungen und interne Parteivorgänge wie Kandidatenauswahlen finden zunehmend online statt.



Website der Democratic Alliance (DA)

<sup>4</sup>"The ANCYL has in [sic] more than one occasion reported these impersonators and hackers, yet no action has been taken against them by the Twitter administrators. We will now approach the relevant authorities to report these hackers and call for the closer [sic] of Twitter if its administrators are not able to administer reports for violation of basic human rights and integrity." (Quelle: <http://mg.co.za/article/2010-11-03-ancyl-close-twitter>)

Helen Zille, Parteivorsitzende und Ministerpräsidentin der Provinz Westkap, genießt das Bad in der virtuellen Menge: Sie zählt auf Twitter knapp 65.000 Follower (Stand Anfang Oktober 2011) und zwitschert unter @helenzille überaus aktiv. Auf diesem Weg erhält sie z.B. Meldungen über Rohrbrüche, Stromausfälle und rücksichtslose Fahrer und leitet diese umgehend an die zuständige Behörde oder DA-Person weiter. Sie versucht stets, ihre Korrespondenten zur Stimmabgabe für die DA zu überzeugen und lässt es sich als ehemalige Journalisten nicht nehmen, Grammatik- oder Rechtschreibfehler ihrer Gesprächspartner zu korrigieren.



Website von Mobilitate

In den meisten Teilen des Landes regiert jedoch der ANC, und dies oft nicht erfolgreich: Es mehren sich die Schlaglöcher in den Straßen, die Straßenbeleuchtung fällt häufig aus und manchmal auch die Müllabfuhr, und die Kriminalität scheint allgegenwärtig. Aber auch hierauf gibt es eine Antwort aus dem Bereich der Neuen Sozialen Medien: Bei [www.mobilitate.co.za](http://www.mobilitate.co.za) handelt es sich um eine Community-Website, bei der man sich als Bürger anmelden und dann Probleme wie die soeben genannten melden kann. Die Meldungen werden von den Mobilitate-Betreibern an die zuständigen Behörden weitergeleitet und die Probleme auf diese Weise häufig schnell behoben. Man kann sich auch für den Verbrechens-Informationsdienst registrieren, so dass man bei Vorfällen in der Nachbarschaft umgehend per SMS informiert wird (der Verfasser erhält täglich 1-2 solcher Meldungen aus der Nachbarschaft).





Aber auch der Staat nutzt im weiteren Sinne die Neuen Sozialen Medien, um mit den Bürgern in Kontakt zu treten. Seit einigen Jahren bereits kann man dem Finanzminister per SMS oder auf einer eigens eingerichteten Website Vorschläge für die Haushaltsplanung schicken, von denen einige in der Haushaltsrede vor dem Parlament erwähnt werden; der Dienst wurde nach dem ehemaligen und langjährigen Finanzminister Trevor Manuel benannt und heißt dementsprechend „Tips for Trevor“. Bei der Wahlbehörde Independent Electoral Commission (IEC) kann man sich per SMS erkundigen, ob und wo man zur Wahl angemeldet ist und beim Innenministerium Department of Home Affairs (DHO) lässt sich in Erfahrung bringen, ob der Passantrag bereits bearbeitet wurde und ob man verheiratet ist. Letzteres ist deshalb wichtig, weil sich Betrüger in der Vergangenheit eine südafrikanische Aufenthaltsgenehmigung erschlichen, indem sie auf korruptem Weg eine Ehe mit einem südafrikanischen Staatsbürger schlossen – ohne dass dieser überhaupt davon erfuhr.

Neben SMS werden auch komplexere technische Ansätze benutzt. So fand im September 2011 über drei Tage hinweg ein „NPC Jam“ statt: Es wurde eigens eine Diskussionsplattform eingerichtet, auf der Bürger Vorschläge für den Entwicklungsverlauf Südafrikas bis 2030 unterbreiten und besprechen konnten.<sup>5</sup> Initiator war hier die National Planning Commission unter dem Vorsitz des Ministers für Nationale Planung, Trevor Manuel, der sich persönlich an der Diskussion beteiligte – als einer von über 10.000 Teilnehmern. Eine derartige Interaktion ohne digitale Hilfsmittel zu organisieren wäre schwierig und in einer ähnlich kurzen Zeit so gut wie unmöglich.

Zusammengenommen bedeuten diese Entwicklungen, dass die Neuen Sozialen Medien, deren Bedeutung in der Region noch vergleichsweise gering ist, schnell an Einfluss gewinnen werden. Eines Tages werden also selbst Floyd Shivambu und Julius Malema ihre Anhänger über Twitter und Co. erreichen und anfeuern.

**John Endres**

Senior Program Officer im Regionalbüro Afrika

Bildnachweise Titel:

Whiteafrican/Flickr

Kiwanja/Flickr

Maciej Dakowicz/Flickr



[www.africa.fnst.org](http://www.africa.fnst.org)

<sup>5</sup> [www.npconline.co.za](http://www.npconline.co.za)



## New Social Media in Southeast and East Asia



### Philippines: The Social Media Capital of the World

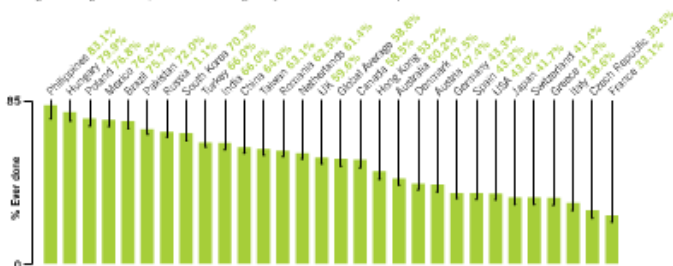
A social media tracker, a survey conducted in 2008 by a leading global advertising agency, recently released its results, and the findings are telling.

The third of the series, which is called Wave3 and is conducted by Universal McCann, reveals that despite the country's low Internet penetration of 15.4%, Filipinos use social networking 83.1% of the time, besting all other 29 countries surveyed, including the world's frequency at 57.5%. The survey tags the Philippines as the world's social networking capital.

#### Social networking: usage trends

##### Belong to a Social Network Wave3

"Thinking about using the internet, which of the following have you ever done?" - "Create a profile on a new social network" Active Internet Universe



Source: Power to the People – Social Media Tracker Wave 3, Universal McCann

In a nation where human relationships are deeply valued, it is small wonder that Filipinos use social networking extensively. Numbering at least 10 million so-called global Filipinos, the yearning to connect to loved ones back home has never been more fulfilled since 17 years ago when connectivity saw its beginnings in the country. Today, social networking makes for reunions among long lost relatives and friends and seemingly staying in constant touch.

The connectivity, however this low a penetration, is making Filipinos use social media—blogging, microblogging, photo and video sharing, chat rooms, message boards, podcasts—unprecedentedly. In fact, the same Wave3 study found that the Philippines ranks second when it comes to reading blogs, second only to South Korea, with 90.3% of Filipinos saying they read blogs when using the Internet. Filipinos also like writing blogs, ranking fourth in the study, with South Korea, Taiwan, and China leading the list.

Philippine cyberspace is bustling with social media activities, from so-called blogfests and blogwatch and twitfestivals, to forums and competitions that discuss ways to tap the power of social media for activities of social, political and economic natures—for change, nation building, campaigns, marketing, debates, etc.

A leading telecom company here recently launched T@tt Awards, which aims to give recognition to individuals that have made it big through social media marketing. Considering the impact of social media on marketing, the award also sets sights on how to correctly use it, given the passion that Filipinos use the social networking site Facebook and the microblogging site Twitter.

Branches of government use one or more social media platforms, in one way or another. With reportedly more than 93% of Filipinos having Facebook accounts, according to digital watchdog comScore, Inc., the government leverages on using this platform to inform, educate, and communicate to this connected population. Traffic updates, typhoon signals, product expositions schedules, Congress committee hearings quotes, excerpts of Senate investigation transcripts, and many more find their way into social media.



Politicians have gained more social media sense, with most of them having websites, blogs, Facebook and/or Twitter accounts, using them to connect to their constituents. Used largely for information dissemination or issuing statements or comments, and even greetings, interaction is cultivated almost on a daily basis.

No less than the Liberal Philippine president, Benigno Aquino III, has [www.president.gov.ph](http://www.president.gov.ph), whose aim is "to update the public on official events and engagements of the President, as well as provide a venue wherein they can state their concerns, complaints and suggestions regarding current issues and the administration." There are also the official Aquino and Malacañang pages on Facebook, Friendster, YouTube and Multiply. As a Facebook tracker reports, the President has more than two million fans to date, and growing by more than 200 fans daily.

### Limits to Social Media Use

The state has no law directly restricting citizen's use of social media. However, there is a bill filed at the Senate, the Cybercrime Prevention Act of 2010, which still awaits defense. Cited in a document about the bill was a report that showed that attacks are now being launched through social media applications like Facebook and Twitter. The report predicted that in 2011 hackers will continue to use such social media to widen the scope of their attacks, the report said.

The bill, nonetheless, is geared more toward fighting on-line computer related offenses such as child pornography, cybersex, fraud, and forgery, than use of social media in particular.

In the context of engaging in online activities at the workplace for whatever purpose, the country's Civil Service Commission bans social networking sites such as Facebook in government offices because "it saps productivity." Other private organizations issue their own safeguards and limits to use of social media in their own jurisdictions.

### Social Media as Campaign Platforms

In 2010, social media saw a surge in use, with the national and local elections slated in the month of May. The use of social media was an apparent welcomed addition to the traditional campaign strategies of handshakes, song-and-dance numbers, and expensive campaign advertisements in primary media platforms, i.e. print, television, and radio.

A newspaper editor said in a news article that social media are "providing transparency to the election campaign," because any voter who is a member of a social network or who has a blog could "speak his mind and comment or provide information about a candidate or any event in the duration of the election campaign."

The campaign literally littered social networking sites with election-related content. The candidates tried to sell their campaigns, platforms, and personalities to the public via Facebook, Friendster and Multiply, as well as YouTube, Twitter, and the online encyclopedia Wikipedia. A senatorial candidate in the 2007 campaign, despite being in prison, attributed his winning a seat in the Senate to Friendster, considering the social networking site as "one of the force multipliers" brought into play during the campaign.

Candidates used the various platforms available and gained considerable success in encouraging the electorate to engage in political discussions, in showing their human side, and in communicating with the voting public.



Philippine President Benigno Aquino III updates the nation through the Office of the President website (Source: [www.president.gov.ph](http://www.president.gov.ph))



Inside Facebook, a site that tracks use of Facebook for developers and marketers, had reported in 2010 that presidential contenders Senator Benigno "Noy" S. Aquino III (Liberal Party) and Senator Manny Villar (Nacionalista Party) were ranked 11 and 12, respectively, on their weekly fastest-growing Facebook Pages list. "Each Page had hundreds of thousands of fans, who supported and criticized each other in English and Tagalog on the candidates' walls, a seemingly egalitarian and safe forum," the report said.



The info of SLAMAT LORRRD says: We are the 12 men and women representing the Filipino people in the Liberal Party (LP) senate slate for the May 2010 elections.  
(Source: [www.facebook.com](http://www.facebook.com))

It was expected that in the 2010 elections, candidates would maximize the use of social media to campaign. The Philippine Commission on Elections did not regulate the use of social networking sites as well as campaign websites to reach out to voters. Republic Act 9006 or the Fair Election Act is limited to cover print and broadcast media advertisements as well as the use of pamphlets, leaflets, cards, decals, stickers, and election posters.

An important precedence in the Philippine 2010 elections was that members of two online election watchdogs, 100ARAW.com and Blogwatch.ph, were the first Filipinos not directly connected as reporters with any professional news media outfit to be granted media accreditation to cover the 2010 elections.

It is apparent how Filipinos are changing the social media landscape through this award-giving exercise that recognizes those who use the digital space to inspire, spur change, and make a difference.

## FNF Philippines invades worldwide web

The Friedrich Naumann Foundation for Liberty (FNF) Philippine Office has been among the first to offer social media trainings in the country. It started in 2002 when the Foundation set up its website. Following that, a number of requests to develop their own websites came from partner organizations. FNF helped in building the Liberal Party of the Philippines (LP) portal, which was considered a momentous in the party history as well as in online politics in the country. In 2003, FNF Philippines organized web development trainings. Dubbed "websites for liberals," mainly political staff participated with the intention to reach the growing number of internet users as the midterm elections of 2004 were approaching. Additionally, the FNF-backed website, [www.liberal-philippines.com](http://www.liberal-philippines.com) (now defunct), an online magazine twice bagged the People's Choice Award at the Philippine Web Awards in 2003 and 2004.

2006 was another year of breakthrough for FNF as it introduced podcasts and blogging and became a resource institute for technical skills on these social media. Manolo Quezon, presently Undersecretary of the Presidential Communications Development & Strategic Planning Office (PCDSCO) and by many considered as the patriarch of Philippine blogging, was among the experts to share how to "compete in the free market of ideas." Abe Olandres, a successful "netpreneur" as early as 2004, was also a favorite resource person at FNF's social media workshops. "Express Yourself" was a successful training activity that promoted freedom of expression and at the same time effective communication.

Newsbreak, one of the most credible investigative magazines in the Philippines, also subscribed to this FNF program in 2007. During this year, it ceased to print hard copies and transformed into an online publication. "[Social media] is really more intimate and you can build a community," said Marites Vitug, a leading journalist who is part of Newsbreak.

Over the years, FNF Philippines has been focusing on popularizing the new opportunities which information and communication technologies entail for a broader enlightened democratic discourse. It continues up today as FNF joins facebook, twitter, and produces vi-



deos for Youtube. Recently, it employed social media to rouse debate on the reproductive health (RH) bill. The Philippines being a Catholic country is divided on the issue, and the web discussions as well as the tweet conference initiated by FNF's partner News-break engaged more people in the dialogue.



Finally, FNF Philippines launched a search for The Liberal Project or initiatives that maximize the benefits of freedom. Aside from the selection process by a jury, 32 projects were submitted to online voting (see [www.fnf.org.ph/theliberalproject](http://www.fnf.org.ph/theliberalproject)). It was interesting how the people behind the projects mobilized their network to get votes. In 10 days, 4690 votes were generated. They may all want to win, and the reward is more than the distinction but the capacity to involve others in promoting freedom.

**Minnie Salao**  
Senior Administrative Officer FNF Philippines

**Deedee Espina**  
Managing Editor of *Writeshop*

## Works of Freedom through Social Media in Thailand

The Friedrich Naumann Foundation for Freedom has gathered a group of young social entrepreneurs and media activists to promote liberal values in Thailand. Parallel to more traditional methods of social activism, these groups use online media as a tool to provide political education and dialogue.



ThaisWatch.com



PoliticalBase.in.th

For example, the Rangkid Group has been organizing short film competition on Democracy on an annual basis since 2008. Their best winning films have been shown in "Hot Short Film" on the Thailand Public Broadcasting Service, in schools and at the annual Freedom Film Festival in Malaysia. Moreover, the Rangkid Group has also established and maintained a political database website as a resource bank on politicians, their behaviour in parliament, their affiliations and business interests. The website has been referred to by the media and academia especially prior to the elections.



Selected short films were screened at the Malaysian Film Festival



**Thoth Media** has produced several video clips and animations about democracy, political processes, public policy, transparency and democratic checks and balances. These video clips have been shown at the Election Commission of Thailand, in universities and schools and have been published on *youngliberal.me*, a website which aims to attract young people to discuss politics online.



The **Siam Intelligence Unit's (SIU)** website has been popularly referred to by academia and the media as providing balanced views on the current political situation. SIU is one of only a few think tanks in Thailand which is working on strengthening democracy.



**Change Fusion** has introduced *Sim Democracy*, a traditional board game as an education tool for school students to learn the basics of Thai democracy. The game has been tested in a few schools. The hope is that it will be incorporated as a regular part of a school curriculum. The Election Commission of Thailand has expressed its commitment to use it nation-



wide within the framework of its "scout for democratic development program".

**Dr. Pimrapat Dusadeeisariyakul**  
Programme Manager Malaysia

**Dr. Rainer Adam (ed.)**  
Regional Director Southeast and East Asia

Bildnachweise Titel:

Mr. Wood/Flickr  
juan tan kwon/Flickr  
Wayan Vota/Flickr  
Ivan Lian/Flickr



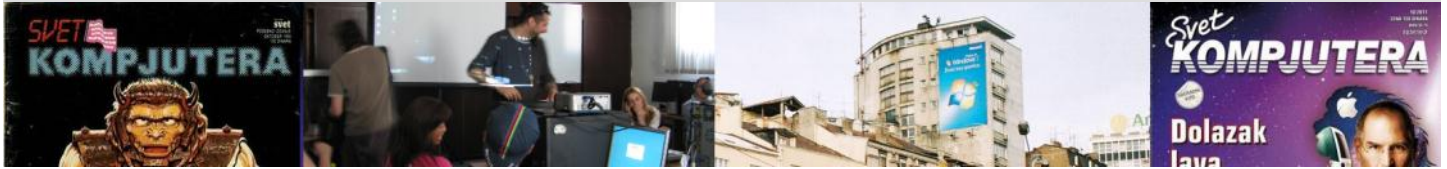
[www.fnfasia.org](http://www.fnfasia.org)



[Press Release Et Full Report](#)



# Der Vormarsch von Internet und sozialen Medien auf dem Westbalkan



## Verbreitung

Die Länder Ex-Jugoslawiens vereint seit jeher eine starke IT-Begeisterung. Viele Haushalte im einst wohlhabenden Jugoslawien besaßen bereits früh kommerzielle Heimcomputer. Der Staat produzierte auch eine eigene Alternative zu Commodore und Macintosh.

Der Zerfall Jugoslawiens brachte Bürgerkrieg, wirtschaftlichen Kollaps und Hyperinflation mit sich. Die IT-Fertigkeiten von Teilen der Bevölkerung litten in den Jahren bedeutend, jedoch bei weitem nicht so stark, wie man es erwartet hatte. Zu verdanken war das vor allem der erfindungsreichen IT-Community. In den 90er Jahren wurde sie vor allem durch die legendäre Computerzeitschrift „Svet kompjuter“ (Die Welt der Computer) am Leben erhalten. Dem Magazin gelang es mit viel Ausdauer und Erfindungsreichtum, den Druck trotz Hyperinflation und Embargo nie einzustellen. Seit Oktober 1984 ist die „Svet kompjuter“ ein Symbol für die hiesige IT-Community.



Erstausgabe Oktober 1984 (links) und Ausgabe Oktober 2011

Dabei hat der Siegeszug des Internets natürlich auch vor dem Westbalkan nicht halt gemacht. Wer bei einem Besuch in Belgrad, Zagreb oder Sarajewo die Szenerie in den zahlreichen Cafés und Bars beobachtet,

wird das bestätigen können. Zahllose junge Menschen verbringen dort wie auch anderswo in Europa ihre Zeit bei Espresso oder Tee am Laptop oder Tablet im Internet. Die Betreiber haben sich längst auf die Facebook-Generation eingestellt und bieten allorts freies WiFi an.

Trotz eines vergleichsweise niedrigen Lebensstandards und der allenthalben beschriebenen Wirtschaftskrise stehen auch hier die „User“ in ihrem Streben nach dem neuesten technischen Standard als Statussymbol denen anderer Länder in nichts nach. Obgleich Apples iPhone und iPad z. B. in Serbien bislang nicht offiziell vertrieben worden sind, werden bereits jetzt 33.7% des serbischen mobilen Datenverkehrs durch Apple-Produkte generiert (vgl. dazu Schaubild 1).

// TOP 5 MOBILE DEVICES IN SERBIA (by share of page views)

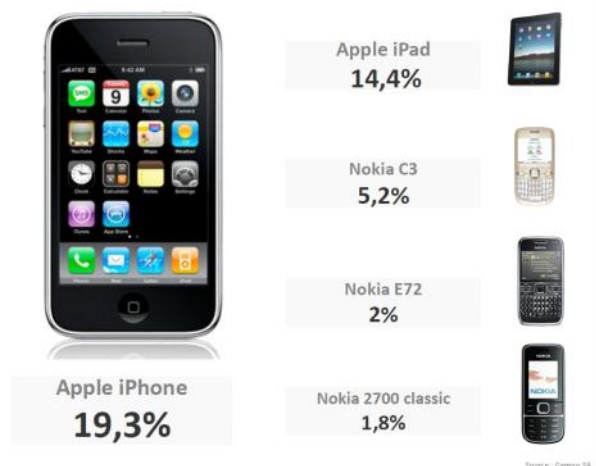


Schaubild 1 (Grafik: Gemius SA)

Abhängig von der Quelle, unterscheiden sich die Angaben über die Nutzung des Internets in der Region erheblich. Dies liegt insbesondere an der explosionsartigen Verbreitung mobiler Endgeräte und an der Vielzahl möglicher Internetanbindungen – vor allem in den Großstädten.



Die Serbische Agentur für Statistik veröffentlichte am 13. September 2011 ihre aktuelle „Studie über die Nutzung von Informations-Kommunikations-Technologien 2010“. Der Studie zufolge hatte Serbien im vergangenen Jahr eine „Internetbevölkerung“ von 1.900.000 Nutzern – etwa 200.000 mehr als im Jahr zuvor. Davon nutzten 80,4% das Internet täglich. Die Branche selbst geht laut Darstellung des Belgrader „Social Media Summit 2011“ bereits jetzt von einem serbischen Markt von 4.107.000 Nutzern aus; das entspräche einer Internet-Marktdurchdringung von 56 %. In der Region Westbalkan ist Slowenien mit 68% Spitzenreiter, gefolgt von Kroatien mit 58%. Das Schlusslicht dieser Rangfolge bildet Bosnien und Herzegowina mit immerhin noch 44%. Die Wachstumsraten in der Region lagen 2010 zwischen 11% und 15%.

Der Markt für mobile Endgeräte boomt unvermindert. Laut Vera Nikolic-Dimic, Präsidentin für Telekommunikation und IT des Mobilfunkanbieters VIP Mobile (Interview: CorD Magazin, Ausgabe 85), liegt die Verbreitung von Handys in Serbien bei über 130%. Mit anderen Worten – statistisch gesehen besitzt jeder Bürger mehr als ein Gerät. Knapp 50% aller 2011 verkauften Geräte sind Smartphones – das sind bereits jetzt mehr als doppelt so viele Geräte wie im letzten Jahr.

Facebook ist das einflussreichste Soziale Netzwerk in der Region. Meist nur „Face“ genannt, nutzen es im Moment etwa 8,9 Millionen Menschen, Tendenz steigend (vgl. dazu Schaubilder 2 und 3).

// THE FACEBOOK PHENOMENON  
(mm internet users)

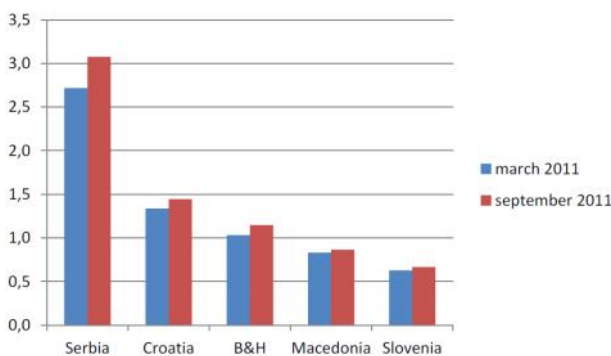


Schaubild 2 (Grafik: Gemius SA)

// INTERNET PENETRATION  
(2010-2011 change)



Schaubild 3 (Grafik: Gemius SA)

Bei sogenannten „Network-Influentials“, wie Unternehmen und Personen des öffentlichen Lebens, gewinnt Twitter zunehmend an Bedeutung. Vor allem der Konsummarkt und die Medienbranche haben den Microblog für sich entdeckt.

## Wirkungen

### Kroatien

Der EU-Beitrittskandidat musste im März dieses Jahres ganz neue Erfahrungen mit einer eigenen kleinen Facebook-Revolution sammeln. In Zagreb und anderen Städten folgten zehntausende Bürger einem Aufruf im Internet und gingen auf die Straßen. Sie forderten den Rücktritt der HDZ-Regierung und einen radikalen Kurswechsel in der Geldpolitik des Landes. Dabei richteten sich die Proteste auch gegen die Europäische Union und den IWF. Die Regierung beschuldigte in diesem Zusammenhang die Oppositionsparteien des Landes, mit den Unruhen eigene Interessen durchsetzen zu wollen. Die Opposition hatte die friedliche Bewegung der Regierungsgegner anfänglich unterstützt, sich jedoch vom Organisator und dessen antieuropäischen Ansichten distanziert.

Lange wollte niemand glauben, dass ein einzelner Internetaktivist für den Aufruf verantwortlich war. Ivan Pernar, ein junger Medizintechniker, hatte die Proteste in wenigen Tagen über Facebook organisiert. Teile dieser Bürgerbewegung schlossen sich inzwischen zu einer politischen Partei zusammen, dem „Verband für Veränderung (SP)“, mit Facebook-Aktivist Pernar als





Vorsitzendem.

## Serbien

Nicht Facebook sondern der Micro-Blog Twitter war 2011 wiederholt in die serbischen Schlagzeilen geraten. Der Dienst hatte nach wiederholtem Drängen des serbischen Außenministers, Vuk Jeremic, im Juli den Benutzernamen @VookJeremic sperren lassen. Ein anonymes Twitter-Nutzer zog die Aufmerksamkeit des Politikers auf sich, nachdem er via Twitter satirische Kurznachrichten mit 140 Zeichen über die Arbeit des Außenministers verbreitet hatte. Der „Feed“ war mit nur etwa 100 so genannten "Followern" in Serbien eher unbekannt, aber wohl Grund genug, einen Zensurversuch zu wagen.

Das Außenministerium setzte nicht unbedeutende Ressourcen ein, um den amerikanischen Dienst zu bedrängen. Twitter wurde aufgefordert, den Benutzernamen zu sperren und die Nutzungsdaten für eine Untersuchung durch die serbische „Spezialeinheit zur Bekämpfung von Cyberkriminalität“ (SBPOK) freizugeben. Twitter lenkte schließlich ein und forderte den Satiriker auf, seinen Benutzernamen in @NotVookJeremic zu ändern.

Die Angelegenheit löste ein relativ breites Medienecho aus, wobei Kritiker des Ministers scherzten, dass der „Sieg“ über Twitter der bis dato größte außenpolitische Erfolg Jeremics gewesen sei. Diese ungeahnte Publicity bescherte dem Micro-Blog eine spürbares Popularitätswachstum in Serbien und der politischen Elite des Landes viele Nachahmer. Der Benutzernamen @VookJeremic wurde inzwischen von einem anderen Satiriker mit knapp 900 Followern übernommen.

## Kosovo

Die Bedeutung von „Bürgerjournalismus“ zeigten die aktuellen Auseinandersetzungen im Norden des Landes. Die kosovarische Regierung hatte dort in dem unverändert von Serben dominierten Landesteil versucht, die Kontrolle über zwei Grenzübergänge zu Serbien zu übernehmen. Die serbische Minderheit widersetzte sich diesem Versuch gewaltsam und errichtete auf den Zugangswegen zahlreiche Barrikaden. Tweets und

Handyvideos spielte eine wichtige Rolle in der medialen Berichterstattung der beteiligten Parteien. Die Ereignisse konnten über den Hashtag #kosovo in Echtzeit mitverfolgt werden.

## Soziale Medien in der politischen Kommunikation

Eine aktuelle Studie des „Council of European Professional and Informatics Societies – CEPIS“ (Brüssel 2011 - <http://www.cepis.org>) stellt fest, dass sich die Anforderungen an die ICT-Fähigkeiten von Nutzern alle zweieinhalb Jahre verdoppeln. Gleiches sollte auch für die Politik in der Region gelten. Die tut sich in der Regel jedoch schwer, Soziale Medien effizient und vor allem innovativ in die politische Kommunikation zu integrieren. Bisher lautet das hiesige Motto eher: „Wir müssen DAS haben, weil die anderen DAS auch haben!“. Eine positive Ausnahme bilden die liberalen Parteien in Serbien und Kroatien. Sie haben das enorme Potential digitaler Massenmedien richtig erkannt und frühzeitig gehandelt. Die daraus resultierenden Erfolge auf der Onlineebene sind deutlich erkennbar (vgl. dazu die folgende Tabelle). Den existierenden Erfahrungsvorsprung gilt es weiter auszubauen. Die Stiftung begleitet das Bemühen ihrer Partner

Traffic Ranking (05.10.2011)

Land	Partei		Traffic-Ranking Serbien	Domäne
Serbien	Liberaldemokratische Partei	LDP	888	ldp.rs
Serbien	Demokratische Partei	DS	2.315	ds.org.rs
Serbien	Serbische Fortschrittspartei	SNS	3.772	sns.org.rs
Serbien	Demokratische Partei Serbiens	DSS	4.668	dss.rs
Serbien	Serbische Radikale Partei	SRS	kein Ranking	srpskaradikalnastranka.org.rs
Serbien	G17 Plus	G17plus	kein Ranking	g17plus.rs
Land	Partei		Traffic-Ranking Kroatien	Domäne
Kroatien	"Kukuriku Koalition – Plan 21" SDP, HNS, IDS-DDI und HSU		716	kukuriku.org
Kroatien	Sozialdemokratische Partei	SDP	1.232	sdp.hr
Kroatien	Kroatische Demokratische Gemeinschaft	HDZ	1.540	hdz.hr
Kroatien	Istrische Demokratische Versammlung	IDS-DDI	1.620	ids-ddi.com
Kroatien	Kroatische Sozial-liberale Partei	HSLs	3.322	hsls.hr
Kroatien	Kroatische Volkspartei	HNS	5.492	hns.hr
Kroatien	Kroatische Rentnerpartei	HSU	kein Ranking	hsu.hr



in diese Richtung mit entsprechenden Bildungsangeboten.

Die Liberaldemokratische Partei (LDP) ([www.ldp.rs](http://www.ldp.rs)) Serbiens ist beim Einsatz digitaler Kommunikationstechnologien die mit Abstand erfolgreichste Partei in der Region. Die Liberalen werden vor allem von jungen Proeuropäern gewählt. Die Onlinestrategie der LDP ist auf diese internetaffine Zielgruppe mit Erfolg ausgerichtet worden. Die Stiftung begleitet das Bemühen ihrer Partner in diese Richtung mit entsprechenden Bildungsangeboten.

Die Homepage der Partei (geführt von Cedomir Jovanovic) genießt ein fast dreimal so gutes Traffic-Ranking wie die des Zweitplatzierten, der Demokratischen Partei (DS) von Staatspräsident Boris Tadic (vgl. dazu die Tabelle). Etwa 75% der Hits werden über die starke Präsenz der LDP auf Facebook und Twitter generiert. Die Partei nutzt die Plattformen, um politische Inhalte über persönliche Netzwerke von „Freunden“ zu transportieren.

Im regionalen Vergleich ist nur die Seite des Wahlbündnisses „Kukuriku“ der kroatischen Oppositionsparteien, dem auch unsere Partner HNS und IDS-DDI angehören, ähnlich innovativ und zielgerichtet.

Die Liberaldemokraten setzen auch bei der internen Entscheidungsfindung auf individuelle Verantwortung und Transparenz. So war die LDP die erste Partei in der Region, die das Internet für die direkte Wahl des Parteivorsitzenden einsetzte. Im Mai 2011 gaben über 20.000 Parteimitglieder ihre Stimme online für Cedomir Jovanovic ab. Die Partei beabsichtigt, dieses Verfahren auch in Zukunft bei weiteren Abstimmungen einzusetzen.

Die LDP ist in Serbien die einzige Parlamentspartei mit

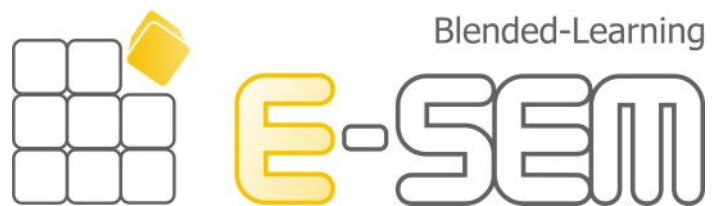


einem aktiven politischen Blog. Ein Dutzend Funktionäre nutzt ihn regelmäßig, um die Öffentlichkeit auf relevante Themen aufmerksam zu machen. Der LDP-Blog ist dabei der einzige, der es Lesern erlaubt, über Kommentare an der politischen Diskussion teilzuhaben.

Mehr und mehr Politiker nutzen Twitter, um Einblicke in ihre Arbeit und in ihr Leben zu gewähren. Ein Beispiel ist der Twitter-Neuzugang Bojan Djuric (@BojanDjuricLDP). Der liberale serbische Parlamentsabgeordnete belächelte noch vor einem Jahr die Twitter-Nutzer als Cyber-Enthusiasten. Heute dient er selbst als Beispiel dafür, wie Politiker den Microblog nutzen können, um nicht zuletzt dabei auch den Menschen hinter dem Politiker erfahrbar zu machen.

### Die Einbindung des Internets in die politische Bildungsarbeit auf dem Westbalkan

Im Zeitalter von Online-Communities und Crowdsourcing sollte auch die politische Bildungsarbeit der Stiftung für die Freiheit zugänglicher und interaktiver gestaltet werden. In der Subregion Westbalkan hat man die entsprechenden Möglichkeiten frühzeitig aufgegriffen und ist bemüht, mit den zur Verfügung stehenden Internettechnologien die bisherigen Angebote entsprechend zu ergänzen.



Angeregt durch die Erfolge der Virtuellen Akademie und in enger Kooperation mit ihr, begann das Projektbüro Belgrad in 2007 die Vorbereitungen für die „E-SEM“-Seminare ([e-sem.fnst.org](http://e-sem.fnst.org)). Seit 2008 bietet die Stiftung für die Freiheit in Serbien Blended-Learning- und E-Learning-Veranstaltungen an. Die konzeptionelle Vorbereitung und die Umsetzung geschehen stets in enger Zusammenarbeit mit den Partnern. Dadurch soll eine optimale Anpassung an deren Bedürfnisse sichergestellt werden.

Seitdem haben rund 650 Teilnehmer an 21 mehrwöchigen Online-Veranstaltungen zu den Themenberei-



chen Europapolitik, Soziale Medien und Politik und Liberalismus teilgenommen.

Der richtige Umgang mit Sozialen Medien in der politischen Kommunikation setzt das Zusammenspiel von neuen und alten Fähigkeiten voraus. Welche Technologien wie einzusetzen sind, war in diesem Jahr das Thema der Blended-Learning-Serie „Political Communication in the Age of Social Media Revolution“ in Kroatien. In dreiwöchigen Schulungen erarbeiteten und diskutierten die Teilnehmer der liberalen Partnerorganisationen ([IDS-DDI](#), [HNS](#), [HSL](#)) neue Konzepte für zukünftige Online-Aktionen.



ELF-Seminar mit IDS-DDI, 09-10.04.2011 Porec

Organisiert wurden die Veranstaltungen vom Europäischen Liberalen Forums (ELF). Neben der Stiftung für die Freiheit war auch das ELF-Mitglied und Stiftungspartner „Projekt Polska“ aus Polen an der Durchführung beteiligt.

## Online-Videos und virale Inhalte

Die Internetgeneration ist mit diesen Formaten besonders gut zu erreichen. Über soziale Netzwerke können so Inhalte zielgerichtet einem großen Publikum zugänglich gemacht werden.

Die Stiftung unterstützte in der Vergangenheit verschiedene Videoprojekte liberaler Vorfeldorganisation. Jüngstes Projekt des von der Stiftung geförderten

„Libertarijanski Klub“ (LibeK) (<http://www.libek.org.rs>) – einer sehr engagierten liberalen Studentenorganisation in Serbien – ist deren zweiter Film „Odgovorni i slobodni“ (Verantwortungsvoll und frei), dessen Premiere kürzlich in Belgrad stattfand.

Unter dem Arbeitstitel „Freiheitspodcast“ arbeitet das Belgrader Büro in Kooperation mit Partnern an einer eigenen Podcast-Serie. Mit dem Internetformat sollen vor allem junge Menschen erreicht werden. Der Podcast wird Hintergrundinformationen anbieten, um damit politische Aufklärungsarbeit zu leisten und über das Internet auf liberale Lösungsansätze aufmerksam machen zu können.

Natürlich stehen wir mit unserem internetgestützten Bildungsangebot in der Region erst am Anfang. Es ist aber unverkennbar, dass mit weiterem Fortschreiten des Internets und der ständig wachsenden Nachfrage nach politischem Gedankenaustausch über die sozialen Medien auch die Anforderungen an unsere Bildungsarbeit sich wandeln werden. Hier rechtzeitig die Weichen gestellt zu haben, wird uns auch künftig als einen zuverlässigen und flexiblen Partner in der Bildungsarbeit ausweisen.

**Dr. Christian Christ-Thilo**  
Projektleiter Westbalkan

**Toni R. Crisolli**  
Kordinator e-Learning und Neue Medien Westbalkan

## Bildnachweise Titel:

Gemius SA  
[chrisaut/Flickr](#)  
[m\\_illuminato/Flickr](#)



**LIBEK**  
libertarijanski klub

“CILJ ZAKONA NIJE DA UKINE ILI OGRANIČI VEĆ DA  
OČUVA I UVEĆA SLOBODU.”  
- DŽON LOK

Home
O nama
Vesti
Radovi
Projekti
Galerija
Filmovi
Kontakt
Slobodni i Odgovorni

**Libek na "Law and Democracy Conference" u Beču**  
PETAK, 28.10.2011



Članovi Libertarijanskog kluba Libek učestvovali su na "Law and Democracy Conference" u Beču, u organizaciji The Federalist Society-a, koja je održana 27-29. oktobra. Neke od tema obrađivanih na konferenciji bile su: sloboda okupljanja i izražavanja na primeru SAD-a i nekih država Evrope, značaj nezavisnog sudstva za očuvanje demokratije kao i načini na koje savremene države odgovaraju na krizu.

Učesnici su imali priliku da čuju izlaganje sudije Vrhovnog suda SAD-a Samuela A. Alita, sudija Ustavnih sudova iz Poljske, Gruzije i Mađarske kao i predavanja ostalih stručnjaka koji su se bavili pomenutim problemima.

- Trifino Releje
- Katalakolja
- Friedrich-Neumann-Stiftung für die Freiheit
- Spekkultura
- Club von Neumarn
- Sloboda i Prosperitet.TV



## Neue Soziale Medien in Lateinamerika: Der Weg zu neuer Meinungsvielfalt?



### Einleitung

LAN house, cyber café, e-mails, website, Orkut, Facebook, MSN, Skype, Power scrap... Niemals zuvor war der Lateinamerikaner mit so vielen Fremdwörtern vertraut wie heute. Ermöglicht haben das die Informatik und das Internet im Zeitalter der Globalisierung.

Laut der US-amerikanischen international wirkenden Internet-Marktforschungsfirma *comScore* nimmt die Nutzung Neuer Sozialer Medien (NSM) in Lateinamerika massiv zu: so nutzten 2010 insgesamt 114,5 Mio. Menschen, also 16% mehr als in Vorjahren, mindestens ein soziales Netzwerk. In Politik, Wirtschaft und Gesellschaft werden Botschaften zu diversen Themen an ein immer größeres Publikum herangetragen.

In der Politik nutzen die Parteien soziale Netzwerke immer häufiger zur Bekanntmachung ihrer Programmatik und zur Verbreitung ihrer Ideen, ebenso als Plattformen zum Austausch von Informationen, Meinungen und Kritik hinsichtlich tagesaktueller nationaler Themen im Vorfeld von Wahlen oder im alltäglichen politischen Geschehen; Chats, Foren und Blogs erleichtern den Austausch zwischen Politikern und potentiellen Wählern. Es können gezielt Botschaften an bestimmte Zielgruppen gerichtet und Debatten offen geführt werden, ohne eine Zensur befürchten zu müssen. Die Bürger haben freien Zugang zu den in den Neuen Sozialen Medien angebotenen Informationen und können diese frei nutzen – ein grundlegendes Kennzeichen liberaler Demokratien.

Neue soziale Medien eröffnen aber auch die Wege zur politischen Bildung der Bürger, sie ermöglichen die Lektüre und Analyse diverser Themen sowie den Erhalt zeitnaher Informationen zu aktuellen Geschehnissen.

Im wirtschaftlichen Bereich erleichtern moderne Kommunikationsmedien den Austausch von Informationen, die Vermarktung neuer Produkte und die Durchführung von Kundenumfragen zu geringen Kosten; Werbung kann an mehr potentielle Konsumenten herangetragen werden, der Online-Handel nutzt soziale Netzwerke ebenso wie die Medien und Banken, die Tourismusbranche und die KMUs.

### Die Nutzung der NSM in einzelnen Ländern

Mexiko ist auf dem lateinamerikanischen Subkontinent das führende Land im Hinblick auf die Nutzung der Neuen Sozialen Medien: so steht das Land mit der Zahl seiner Facebook-User an erster Stelle, mit den Twitter-Usern an dritter Stelle. In einer Situation des allgemeinen Informationsmangels, verursacht durch die von Drogenkartellen bedrohten und zur Selbstzensur gezwungenen traditionellen Medien, werden die NSM für viele mexikanische Bürger immer mehr zum alternativen Informationskanal. Darüber hinaus nutzen sogar Kommunalverwaltungen Twitter, um über durch die Drogenkartelle gefährdete Regionen zu berichten.



Junge Internetnutzerinnen in Mexiko  
(Foto: Gates Foundation/Flickr)



In **Brasilien** spielt die Nutzung des Internets trotz der großen sozialen Ungleichheit im Lande eine außerordentlich große Rolle, nicht zuletzt wegen der geografischen Größe des Landes (8,5 Mio qkm – 23 Mal so groß wie Deutschland) und seinem großen Anteil junger Menschen an seiner Bevölkerung (191,4 Mio.), die ein besonders starkes Interesse an der Nutzung des Internets haben. Ca. 10% der Zeit, die Brasilianer im Internet verweilen, entfällt auf die Nutzung der NSM.

Brasilien erfuhr in den letzten 10 Jahren einen enormen Anstieg an Internetnutzern. Dies lag insbesondere an der verbesserten Infrastruktur im Kommunikationsbereich, den sinkenden Kosten für Internetanschlüsse und -nutzungsgebühren, einem Kaufkraftanstieg der brasilianischen Bevölkerung sowie gefallenen Preisen für elektronische IT-Geräte, wie Computer, Laptops, Handys etc.. Laut einer aktuellen Statistik (Ibope Nielson Online) nutzen heute rund 78 Mio. Brasilianer (im Alter ab 16 Jahren) das Internet, die sowohl von privaten als auch kommerziellen Internetanschlüssen aus auf das Internet zugreifen. Damit befindet sich Brasilien auf Platz 4 des weltweiten Rankings, hinter China, den US und Japan, aber noch vor Deutschland, das den 5. Platz belegt. Vor vier Jahren war Brasilien noch auf Platz 11. Unter den BRIC Staaten ist Brasilien heute an zweiter Stelle, gefolgt von Indien (6. Position) und Russland (10. Position).



Internetmesse in Rio de Janeiro (Foto: kHovsT/Flickr)

Bis zur anstehenden Fußball-Weltmeisterschaft 2014 im eigenen Land will die brasilianische Regierung die Zahl der Internetanschlüsse noch einmal mehr als verdreifachen. Die Kommission "Nationaler Plan für Breitband-Internet" sieht insbesondere vor, die privaten Internetanschlüsse von derzeit 12 Millionen auf

40 Millionen Haushalte zu erhöhen. Geplant ist dabei auch eine staatliche Förderung, durch welche die Anschlüsse für einkommensschwache Familien bereits ab 15 Reais (derzeit ca. 6 Euro) erhältlich sein sollen. Brasilien gehört auch bereits zu jenen Ländern der Welt, die an der Spitze der Interneteinkäufe stehen. Online-Käufe machen in Brasilien seit einigen Jahren kräftige Umsätze (2010: 14,8 Mrd. Reais).

Die Mobilisierungsfunktion der NSM ist in Brasilien dagegen gering und keineswegs vergleichbar mit jener in Ägypten oder dem Iran. Dies zeigte sich kürzlich am Beispiel von Internetkampagnen, die zu Protestmärschen gegen die in der brasilianischen Regierung verstärkelt auftretenden Korruptionsfälle aufriefen. So hatte die Bewegung „Alle gegen die Korruption“ in Facebook zur Teilnahme an einem überparteilichen Aufmarsch gegen die Korruption am 20. September 2011 im Stadtteil Cinelândia von Rio de Janeiro aufgerufen, zu der sich letztlich nur ca. 2.500 Personen einfanden, obwohl sich mehr als 34.000 Internetnutzer virtuell angemeldet hatten.

Auch in **Argentinien** hat die Nutzung der sozialen Netzwerke in den letzten Jahren exponentiell zugenommen, die Neuen Sozialen Medien sind zu einem fundamentalen Instrument der sozialen, politischen und beruflichen menschlichen Kommunikation geworden. 12 Millionen Argentinier nutzen soziale Netzwerke. Damit steht Argentinien in Lateinamerika gleich hinter Mexiko.

In **Costa Rica** erleben die Neuen Sozialen Medien einen Boom, sie sind für zwischenmenschliche Beziehungen, Politik, Akademie, Marketing und Kommunikation relevant. Besonders Facebook und Twitter werden genutzt. Nach Angaben einer im Jahre 2010 vom costaricanischen Unternehmen UNIMER durchgeführten Umfrage nutzen 19% der Bevölkerung soziale Netzwerke. Das ist insofern interessant, als dass der Costaricaner eigentlich lieber anonym bleibt und selten über sich und sein Leben spricht.

In Zentralamerika hat Guatemala die meisten Facebook-User, gefolgt von Costa Rica, El Salvador und Honduras, das vor Panama und Nicaragua liegt. In **Guatemala** ist Facebook das beliebteste soziale Netzwerk. 1,5 der 14 Millionen Einwohner nutzen es. Gleich hinter Facebook kommt Twitter mit etwas über



220.000 Nutzern. Auch LinkedIn, Myspace, Youtube und Hi5 werden häufig genutzt. In Guatemala gibt es, wie auch in Honduras, lokale Netzwerke und Blogs, die es den zwei Millionen im Ausland lebenden guatemaltekischen Emigranten ermöglichen, über die politische Situation ihres Landes informiert zu sein und Kontakt mit ihren Familien zu halten. Der Guatemalteke greift im Schnitt täglich vier bis fünf Mal auf die NSM zu. Blogs werden in Guatemala als Instrumente kreativer Information beispielsweise viel von der indigenen Bevölkerung genutzt, um ihre Kultur und Traditionen zu vermitteln, aber auch um ihre Meinung zu Themen, die in anderen Medien keine Erwähnung finden, kundzutun, zumal die Regierung die Nutzung der modernen Kommunikationsmedien nicht beschränkt. Blogs dieser Art werden von Indigenen selbst erstellt und verwaltet.

In Honduras haben in den letzten drei Jahren Kinder, Jugendliche und Erwachsene immer häufiger eine E-Mailadresse oder einen Account bei Facebook oder Twitter eingerichtet, was auch der Tatsache geschuldet ist, dass es immer mehr private Anbieter im Bereich der mobilen Telekommunikation und des Internets gibt, was wiederum Wettbewerb fördert und die Tarife sinken lässt. Über eine Million Honduraner haben ein Profil bei Facebook, wie in Guatemala auch hier das beliebteste soziale Netzwerk. Bereits 49% der honduranischen KMUs haben Profile in sozialen Netzwerken, bis Ende 2011 sollen noch 18% hinzukommen. Ca. 25% dieser Unternehmen verkaufen bereits über das Internet.

### Freiheit im Internet

In Brasilien wird das Internet zwar noch als „relativ frei“ eingestuft, dennoch gehört Brasilien laut der US-Nichtregierungsorganisation Freedom House bereits zu den demokratischen Ländern, in denen es staatliche Versuche gibt, das Netz kontrollieren und den Fluss der Informationen im Internet einschränken zu wollen und zwar durch rechtliche Bedrohungen, undurchsichtige Zensur oder zunehmende Überwachung, so der Bericht „Freedom on the Net 2011“. Dies wundert nicht, denn seit vielen Jahren möchte die brasilianische Regierung eine Gesetzesänderung verabschieden, die es ihr ermöglicht, die Freiheit der Medien einzuschränken, was bislang vor allem durch die Medien

selbst und die Zivilgesellschaft erfolgreich verhindert werden konnte. Auch die FNF Brasilien unterstützt ihren Partner aus der Zivilgesellschaft, das „Millennium Institut“, bei der jährlichen Durchführung des „Forums Demokratie und Freiheit“, das insbesondere die Meinungs- und Pressefreiheit zum Ziel hat.

Auf ihrem letzten Sonderparteitag hat die Regierungspartei PT (Arbeiterpartei) erneut einen Entwurf verabschiedet, der in die Parlamente eingebracht und durch den die Pressefreiheit in Brasilien eingeschränkt werden soll. Jedoch, so scheint es, wird dieser Entwurf keine großen Chancen haben, jemals verabschiedet zu werden, da die neue Staatspräsidentin Dilma Rousseff (PT) sich bereits öffentlich gegen eine Zensur der Medien ausgesprochen hat.

Auch in Argentinien wurden bereits drei Mal Gesetzesinitiativen zur Debatte gestellt, über welche die Nutzung des Internets reguliert werden sollte. Das in 2011 zuletzt präsentierte Projekt beabsichtigte, die Internetportale für die von Nutzern veröffentlichten Inhalte verantwortlich zu machen. Es wurden jedoch alle drei Initiativen zurückgewiesen.



Internetcafé in Buenos Aires (Foto: blmurch/Flickr)

In Mexiko beschränken die Regierungen die Nutzung des Internets nicht explizit. Allerdings wurden im mexikanischen Bundesstaat Veracruz kürzlich zwei Twitter-User von der Polizei festgenommen, nachdem sie über angebliche Übergriffe der Drogenkartelle in Veracruz berichtet hatten. Durch den Druck der Öffentlichkeit wurden sie freigelassen, aber der Gouverneur von Veracruz reichte eine Gesetzesinitiative im Parlament ein, mit der die Rechte von Twitter-Nutzern eingeschränkt werden sollten. Derzeit diskutieren die Abgeordneten von Veracruz die Initiative noch.



Selbst die Regierung von Präsident Ortega in Nicaragua begrenzt die Nutzung des Internets nicht, Zugang zu den sozialen Netzwerken haben die Nicaraguaner über ihre privaten Rechner, im Büro oder im Internet-café. Allerdings kann nicht ausgeschlossen werden, dass User, die Blogs nutzen, in denen nicht regierungskonforme Meinungen ausgetauscht werden oder User, die dazu aufrufen, die Übergriffe der Regierung Ortega nicht zu tolerieren und für die Respektierung von Bürgerrechten eintreten, Opfer von Hacker-Angriffen sein könnten, wobei es hierfür keine erwiesenen Fälle gibt, denn es wird vorgezogen, in einem solchen Fall zu schweigen und keine Anzeige zu erstatten. Opfer von Hackerangriffen waren bereits die Systeme der amerikanischen Botschaft in Nicaragua und einer nationalen NGO, die sich für mehr Transparenz einsetzt. Es hat aber auch schon Hackerangriffe auf die offizielle Seite der nicaraguanischen Wasserwerke und die der Obersten Wahlbehörde gegeben. Gegen letzteres, um einen Fall von Manipulierung der Wählerlisten durch die Regierung aufzudecken.

In vielen armen Gegenden Zentralamerikas, vor allem auf dem Lande, ist der Zugang zu den Neuen Sozialen Medien jedoch insofern begrenzt, als dass Menschen keine eigenen Computer haben und sich auch die Nutzung von Internetcafes nicht leisten können. Die honduranische Regierung fördert z.B. ein Programm, mittels dessen allen Kindern unter 17 Jahren in indigenen und ländlichen Gegenden des Landes ein Computer mit kostenlosem Internetanschluss zur Verfügung gestellt werden soll, sodass Kinder und Schüler Zugang zu den neuen Kommunikationsmedien haben.

Auffallend ist, dass besonders in Ländern wie Venezuela, Bolivien und Ecuador der Zugang zu neuen sozialen Medien immer mehr erschwert und in Kuba vollständig blockiert wird. Trotzdem gelingt es Oppositionellen auch in diesen Ländern immer wieder, Zugang zu den NSM zu finden, über ihre Situation zu berichten, Übergriffe der Regierungen anzuzeigen und an Informationen aus dem Ausland zu gelangen. (Siehe dazu die gesonderten Berichte über Venezuela und Kuba am Ende).

## Der Einsatz der Neuen Sozialen Medien in der Arbeit der FNF

Das große Interesse vor allem der jungen Lateinamerikaner an den neuen elektronischen Medien machen sich die Friedrich-Naumann-Stiftung für die Freiheit und ihre Partner in ihrer Bildungsarbeit für junge Nachwuchsführungskräfte zu nutze.

In Brasilien wird in fast allen Seminaren in Kooperation mit dem parteipolitischen Partner, dem Jugendverband der Demokraten (Juventude Democratas), auch der Umgang mit den neuen elektronischen Kommunikationsmedien in der Politik vermittelt. Dabei geht es nicht nur darum, den technischen Umgang mit ihnen zu erlernen, sondern vor allem auch darum, die politischen Botschaften konform zu dem jeweiligen Instrument (insbesondere Blog, Facebook und Twitter mit seinen maximal 140 Zeichen) zu formulieren, um den Erfolg der Botschaften zu garantieren. Darüber hinaus lernen sie, dass Twitter im Wesentlichen dazu dient, Informationen in kürzester Zeit zu verbreiten und zu erhalten, während Facebook ein Instrument ist, das weit über die Informationsvermittlung hinaus geht, da es auch einen Austausch und soziale Beziehungen zwischen den Nutzern erlaubt.



Der Jugendverband der Demokraten ist der aktivste politische Jugendverband Brasiliens im Internet. Die intensive und regelmäßige Nutzung von Facebook, Orkut, Blog, Twitter, e-mail, SMS, etc. sowie dem auf Initiative der FNF Brasilien eingerichteten Diskussionsforum „Junge Denker“ ist unter ihren Mitgliedern alltäglich. Auch sind ihre Mobilisierungskampagnen u.a. zur Steuersenkung, Pressefreiheit und Korruptionsbekämpfung im Internet beispielhaft.

Ebenso setzt die internationale Organisation der liberalen Jugend (IFLRY) bei ihrer internen und externen



Kommunikation ganz auf die neuen Kommunikationsinstrumente im Internet, so der Schatzmeister von IFLRY und Landesverbandsvorsitzende der Juventude Democratas im Bundesstaat Minas Gerais, João Victor Guedes. Sie erlauben ihnen, einen kostengünstigen, direkten Kontakt zu ihren Mitgliedern zu halten, rund um die Uhr, der es ihnen ermöglicht, Interessensgruppen zu bilden, Themen zu diskutieren, kollektive Arbeiten zu erstellen, praktische Beispiele auszutauschen und Anhänger zu mobilisieren.

In den kommenden vier Jahren wird das Büro Brasilien in Kooperation mit dem Technologiepartner „Instituto de Estudos Avançados“ (IEA) und dem Bildungsinstitut der „Confederação da Agricultura e Pecuária do Brasil“ (Nationaler Dachverband für Landwirtschaft und Viehzucht) im großen Stile Online-Seminare zum Thema: „Wirtschaftschancen einer nachhaltigen Land- und Viehwirtschaft“ durchführen. Ziel ist es, der ländlichen Bevölkerung, die laut aktuellen Statistiken ein wachsendes Interesse daran haben, das Internet für Bildung, Information und Beruf zu nutzen, Praktiken einer nachhaltigen Land- und Viehwirtschaft zu vermitteln. Dies soll durch Verringerung der CO<sub>2</sub>-Emission und der Anpassung der Produktion an den Klimawandel, bei gleichzeitiger Nutzung ökonomischer Vorteile, geschehen.

Im März 2011 hat das Stiftungsbüro in Argentinien begonnen, seine Präsenz in den Neuen Sozialen Medien auszubauen. Sowohl die Facebook-Seite (fnstargentina) als auch der Youtube-Kanal (fnstargentina) und die Webpage ([www.argentina.fnst.org](http://www.argentina.fnst.org)) des Projektes ermöglichen der interessierten Öffentlichkeit den Zugang zu Informationen über Stiftungsaktivitäten in Argentinien. Interessenten, die nicht an den Veranstaltungen teilnehmen konnten, können sich die Berichte durchlesen



Youtube-Kanal des FNF-Büros Argentinien

bzw. sich Aufnahmen interessanter Interviews mit Referenten ansehen. Die Statistik der Nutzung dieser Medien erlaubt des Weiteren die Messung der spezifischen Interessen der Öffentlichkeit.

Der argentinische Partner Atlas 1853 unterhält über die Website [www.redacam.com](http://www.redacam.com) ein umfassendes Kursangebot im Bereich E-Learning, in dem aktuelle politische und ökonomische Themen aufgegriffen werden.

Auch das Projekt Mexiko unterhält Profile in Facebook (FNF Mexico) und Twitter (@FNFMexico) und der mexikanische Stiftungspartner Fundación „Caminos de la Libertad“ nutzt die Plattformen Twitter (@cam\_lib) und Facebook (Caminos de la Libertad) als Sprungbrett zur Verbreitung seiner Botschaften und zur Ankündigung seiner Aktivitäten. So wird „Caminos de la Libertad“ über die Nutzung der sozialen Netzwerke seinem Auftrag gerecht, liberales Gedankengut zu verbreiten, sich als relativ „junge“ Organisation in kurzer Zeit unter der Bevölkerung bekannt zu machen, mit jungen Menschen – die Hauptzielgruppe der Arbeit der Organisation sind – interaktiv zu kommunizieren und deren Interessen besser kennenzulernen sowie über die mexikanischen Grenzen hinaus mit Persönlichkeiten in ganz Lateinamerika zu kommunizieren.

Die Subregion Zentralamerika hat eine eigene Webpage ([www.centroamerica.fnst.org](http://www.centroamerica.fnst.org)), jedoch keine Präsenz in sozialen Netzwerken, zumal z.B. die politischen Umstände in Nicaragua eine gewisse Zurückhaltung im Bereich öffentlicher Äußerungen erfordern und der Direktkontakt mit den Zielgruppen aufgrund ihres Charakters immer noch Vorzug hat. In Honduras bleiben die der Stiftung nahe stehenden Moderatoren, ehemalige Seminarteilnehmer und interessierte Liberale über ihre privaten Facebook-Accounts zum Austausch von Informationen der FNF-Aktivitäten in Kontakt. In Costa Rica ist es der Stiftung gelungen, den Aufbau einer Art elektronischen Netzwerkes der Partnerinstitutionen voranzutreiben. Jeder Stiftungspartner ist mit den Webseiten oder Blogs des anderen verlinkt, der Erfahrungs- und Meinungsaustausch damit gewährleistet.

Last but not least unterhält auch das liberale Netzwerk RELIAL (Red Liberal de America Latina, [www.reliat.org](http://www.reliat.org)) Profile in Facebook (RELIAL) und Twit-



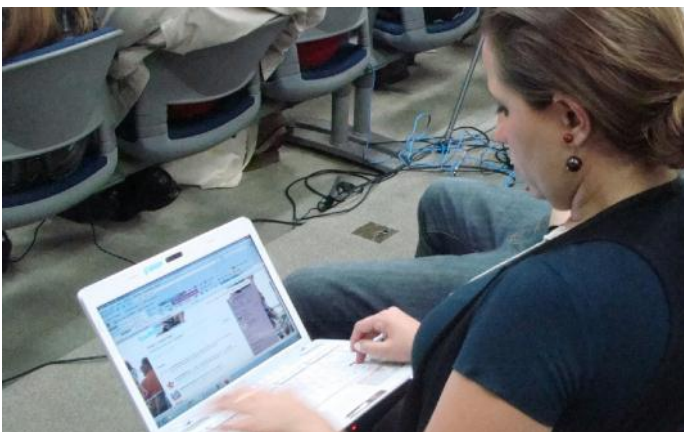


ter (@RELIAL\_) und kann hierüber trotz der geographischen Distanzen im direkten Kontakt mit seinen Mitgliedern stehen, Informationen austauschen, Nachrichten und aktuelle Artikel verbreiten sowie die alltägliche Kommunikation aufrechterhalten. Des Weiteren nutzt das liberale Netzwerk Lateinamerikas die Plattform Flickr, um Fotos regionaler Veranstaltungen ins Netz zu stellen.

### Politische Wahlkampagnen im Internet

Grundsätzlich gilt, dass politische Kampagnen weder ausschließlich über das Internet geführt werden können, noch dass sie ganz ohne das Internet auskommen.

Das Internet ist in **Brasilien** ein immer wichtigeres Instrument im Wahlkampf. Einerseits ist es wichtig für die Verbreitung von Wahlkampagnen, andererseits ist es eine wichtige Informationsquelle, die zur Wahlentscheidung dient. So stieg der Anteil der Wähler, die angaben, das Internet als wichtigste Informationsquelle für ihre Wahlentscheidung zu nutzen, zwischen 2008 (Landesweite Kommunalwahlen) und 2010 (Präsidenten-, Gouverneurs- und allgemeine Parlamentswahlen) von 2% auf 12% an. Für den kommenden landesweiten Kommunalwahlkampf 2012 wird geschätzt, dass vor allem die Internetnutzer in den Metropolen Einfluss auf den Wahlausgang haben werden, insbesondere dort, wo persönliche Netzwerke und aktive Interessensgruppen bereits online existieren.



Junge Bloggerin auf einem Bloggertreffen in Brasilien  
(Foto: rogeriotomazjr/Flickr)

lianer für Ihre Wahlentscheidung nutzen stehen jedoch weiterhin mit 72% das Medium Fernsehen. Das Radio rutsche mit lediglich 4% auf den dritten Platz ab, gefolgt von den Printmedien Zeitung und Zeitschriften mit 3% (nur 18% der Brasilianer, die täglich das Internet nutzen, lesen Zeitung und Zeitschriften). Der Anteil der Brasilianer, die angaben ihre Wahlentscheidung aufgrund von persönlichen Gesprächen mit Arbeitskollegen, Freunden und Familienangehörigen getroffen zu haben, betrug 2%.

Hinsichtlich der Mittelanwerbung für die Wahlkampagne ihrer Kandidaten über die Internetseite war die Grüne Partei 2010 Vorreiter. Obwohl aufgrund von technischen Schwierigkeiten das System nur 58 Tage funktionierte, gelang es 170.527,75 Reais (€ 74.800,-) für die Kandidatin der Grünen Partei, Marina Silva, von insgesamt 2.899 Spendern über die Internetseite einzuwerben. Die Parteien ihrer wichtigsten beiden politischen Gegner waren mit ihrer Mitteleinwerbung weniger erfolgreich. Sie blieben unter dem von ihr erzielten Wert oder richteten das Online-Spendensystem auf ihrer Webseite erst gar nicht ein.

Zwar haben auch in **Argentinien** politische Erklärungen längst ihren Weg in die sozialen Netzwerke gefunden, doch bleibt ihre Wirkung auf die nationale Politik eher ungeachtet. Lediglich ein Fall ist hervorzuheben: Für die per Gesetz vorgeschriebenen „Primaries“ (Vorwahlen) haben zwei Journalisten in Twitter eine Kampagne entwickelt, um den Kandidaten Jorge Altamira der Links-Partei „Frente de Izquierda y los Trabajadores“ zu unterstützen. Dieser mußte 1,5% der Stimmen auf sich vereinen, um an den Wahlen vom Oktober 2011 teilnehmen zu können. Die Kampagne „Ein Wunder für Altamira“ hat dazu geführt, dass der Kandidat 2,5% der Stimmen erhielt und damit formal als Kandidat zu den Wahlen vom 23. Oktober zugelassen wurde.

Immer mehr argentinische Funktions- und Mandatsträger, sowie auch Kandidaten nutzen Facebook, um die jungen Wähler der städtischen Mittelschicht anzusprechen, aber auch um in einen persönlicheren Dialog mit ihren potentiellen Wählern im Allgemeinen einzutreten. Bei den Wahlen im Jahre 2009 wurde Facebook auch als Instrument genutzt, um Wahlbeobachter zu rekrutieren.

An erster Stelle der Informationsquellen, die die Brasi-



Eine herausragende Rolle spielt in der argentinischen politischen Kommunikation Twitter. Nach Angaben der Internetseite [www.politicosonline.com](http://www.politicosonline.com), hat Präsidentin Cristina Fernández de Kirchner (@CFKArgentina) 600.000, der amtierende Regierungschef der Stadt Buenos Aires, Mauricio Macri (@mauriciomacri), 230.000 und Patricia Bullrich, die Vorsitzende des Stiftungspartners Unión por Todos (@PatoBullrich), 18.000 Follower. In Twitter waren Regierung und Opposition, aber auch Politiker eines selben Regierungslagers bereits Akteure manch einer Auseinandersetzung.

Der argentinische Partido Liberal Libertario (PL) ist eine noch junge, in den neuen sozialen Medien sehr aktive liberale Partei. Die Facebook-Seite der Organisation ist hinter der einer anderen Partei die zweit meist besuchte. Über ihre Präsenz in den Neuen Sozialen Medien halten die Parteimitglieder Kontakt zu jungen Liberalen auf nationaler und lateinamerikanischer Ebene.

Im Wahlprozess 2011 Guatemalas haben Parteien und Kandidaten neue soziale Medien wie nie zuvor genutzt. Technologie hat die Art der Politikgestaltung verändert, die Beliebtheit neuer sozialer Medien unter Jugendlichen und der praktisch kostenlose Zugang zu diesen Medien, hat es den Parteien ermöglicht, ihre Vorhaben schneller und breiter bekannt zu geben, einen Dialog mit ihren potentiellen Wählern aufzubauen und Sympathisanten anzuziehen. Die strukturell und organisatorisch breiter aufgestellten, großen Parteien suchen dennoch den Direktkontakt zu ihren Anhängern, zumal der Zugang zu den NSM in abgelegenen armen Gegenden des Landes noch begrenzt ist.

Die Auswirkung auf die Politik ist in Honduras noch nicht wirklich messbar, erst nächstes Jahr zu den primaries des Partido Liberal de Honduras und den Wahlen in 2013 wird der Einfluss deutlich werden. Die Kandidaten zu den primaries haben allerdings schon jetzt eine Präsenz in sozialen Netzwerken und treten hierüber in direkten Kontakt mit potentiellen Wählern, es handelt sich hierbei aber um private Accounts, denn der PLH hat keine moderne Webpage und die Einrichtung von Profilen in sozialen Netzwerken ist bis dato keine Priorität der Partei.

Politiker in Nicaragua nutzen diese Plattformen mit

Blick auf die Präsidentschaftswahlen vom 6. November 2011, um ihre Regierungsprogramme und Kampagnenveranstaltungen bekannt zu geben und die Meinung ihrer potentiellen Wähler sowie die der Anhänger ihrer Gegner zu diesen zu erfahren. Manch ein Politiker stellt ein Mitglied seines Teams ab oder nimmt sich selber die Zeit, mit seinen Anhängern in Chats zu relevanten Themen der Kampagne zu debattieren. Die wichtigsten aktuell in sozialen Netzwerken diskutierten Themen sind der Wahlprozess, die Menschenrechte sowie die Situation der Kinder des Landes.

## Der Fall Venezuela

In Venezuela sind die Neuen Sozialen Medien angesichts der politischen Situation des Landes besonders relevant. In allen Sektoren werden neue soziale Medien zur Vermarktung und Verbreitung von Information verwendet. Auch die Regierung macht von den NSM Gebrauch, hauptsächlich zum Zweck der Indoktrinierung von Bevölkerung und Anhängern.

Die venezolanische Regierung begrenzt die Nutzung des Internets nicht explizit, aber die verstaatlichte Telefongesellschaft Compañía de Teléfonos de Venezuela kontrolliert mittels Bürokratie- und Verwaltungshürden indirekt die Erteilung von Internetzugängen, denn soziale Netzwerke sind in Venezuela mittlerweile zu Instrumenten des Widerstandes und des Kampfes für die Freiheit geworden. Die Sektoren, die sich für die Freiheit in ihrem Land einsetzen, nutzen die NSM, um liberale Grundsatzthemen und freiheitliche Werte zu verbreiten. Sie verwenden sie auch deshalb, da die klassischen Medien (Presse, Radio und Fernsehen) durch Schließung seitens der Regierung, durch von der Regierung verabschiedete Gesetze und Dekrete, durch Selbstzensur bzw. finanzielle Schwierigkeiten (kein



Website des Stiftungspartners CEDICE-Libertad



Zugang zu ausländischen Devisen, Sanktionen) nicht mehr oder nur noch sehr begrenzt genutzt werden können.

Der Stiftungspartner CEDICE-Libertad ([www.cedice.org.ve](http://www.cedice.org.ve)) nutzt die NSM besonders häufig, die Institution kommuniziert mit den Liberalen Venezuelas, insbesondere der Jugend als hauptsächlicher Nutzergruppe der NSM, kommuniziert mit seinen Teilhabern und der interessierten Öffentlichkeit im In- und Ausland, macht auf Übergriffe der venezolanischen Regierung im Bereich der Menschen- und Eigentumsrechte der Bevölkerung aufmerksam, verbreitet liberales Gedankengut (Prinzipien der freien Marktwirtschaft, des Freihandels und des Entrepreneurship, Relevanz von Bürger-, Menschen- und Eigentumsrechten) und lädt zu Veranstaltungen ein.

CEDICE Libertad ist einer der sieben venezolanischen Organisationen mit den meisten Followern in sozialen Netzwerken. Der Stiftungs- und RELIAL-Partner unterhält eine eigene Webpage - 48.000 monatliche Besucher), Blogs ([www.cedice-libertad.org](http://www.cedice-libertad.org) - 50.000 monatliche Besucher / [www.libreriacedice.org.ve](http://www.libreriacedice.org.ve) - 20.000 monatliche Besucher), Profile in Facebook (CEDICE Libertad - 5.000 Fans), Twitter (@CEDICE - 15.400 Follower) und LinkedIn; es wird von Google+ zur Versendung von Massenmails und vom Short Message Service zur Versendung von liberalem Kurznachrichten Gebrauch gemacht. Über den Youtube-Kanal von CEDICE werden insbesondere die Videos der erfolgreichen Kampagne "Por un país de propietarios" („Für ein Land von Eigentümern") abgerufen. Die Internetseite [www.coolchanneltv.com](http://www.coolchanneltv.com) (Fernsehen im Internet) überträgt ein Programm, in dem das CEDICE-Mitglied, Dr. Emeterio Gómez, liberale Themen behandelt. CEDICE Libertad führt ein kontinuierliches Benchmarking mit alliierten nationalen wie internationalen Institutionen durch und ist im Begriff, eine Radiosendung über das Internet einzurichten.

Die oppositionelle „Mesa de la Unidad Democrática", der politische Parteien und Organisationen angehören, nutzt soziale Netzwerke zur Kommunikation mit ihren Mitgliedern und Anhängern. Mit einfachen Botschaften sucht die Opposition ein möglichst breites Publikum zu erreichen, wobei anzumerken ist, dass in Venezuela sehr viele Menschen Zugang zum Internet

haben. Die studentische Oppositionsbewegung lädt über die sozialen Netzwerke zu ihren öffentlichen Kundgebungen ein und macht mittels der NSM ein Bildungsangebot an interessierte Jugendliche.

### Der Fall Kuba

In Kuba verbietet die „Ley de Seguridad" (Sicherheitsgesetz) den Internetzugang für Privathaushalte, lediglich hohe Staatsfunktionäre und Ausländer haben Anrecht auf einen privaten Zugang zum World Wide Web. Wer einen privaten Zugang hat, ermöglicht häufig anderen die illegale Nutzung dieses Anschlusses, auch die Botschaften oder konsularischen Vertretungen tun dies teilweise. In Hotels und Internetcafes, die seit 2009 offiziell auch in Postämtern eingerichtet werden dürfen, ist der Internetzugang sehr langsam und teuer (zwischen 7 und 9 USD),



Internetcafé auf Kuba (Foto: berg\_chabot/Flickr)

wenn man das Gehalt eines Kubaners (17 bis 20 USD) in Betracht zieht. Das kubanische Regime ist sich der Reichweite der Neuen Sozialen Medien bewusst, setzt deshalb Filter ins Netz und blockiert den Zugang zu verschiedenen Blogs (insbesondere für Regime-kritische Internet-Nutzer). Des Weiteren hat die Regierung eine Diskreditierungskampagne gegen Dissidenten gestartet, die in Blogs und in Twitter auf die Situation des Landes, auf die Übergriffe der Regierung im Bereich der Menschenrechte und auf die Armut der kubanischen Bevölkerung aufmerksam machen. Den Regierungsvideos „Razones de Cuba" ([razonesdecuba.cubadebate.cu](http://razonesdecuba.cubadebate.cu)) nach, wird der Krieg gegen das Regime nicht mit Waffen, aber mit Technologie geführt.



Dissidenten twittern, wenn sie keinen Zugang zum Internet haben, häufig über mobile Telefone, was aber auch sehr teuer ist, die Versendung einer SMS kostet 8 USD. Facebook und Twitter nutzen Dissidenten meistens mit Hilfe von Freunden im Ausland, die ihre Profile verwalten; so diktieren die Regime-Kritiker ihren Freunden über das Telefon ihre Tweets und Posts oder verschicken diese per E-Mail an ihre Kontakte im Ausland, wobei der komplette E-Mailverkehr auf der Insel



Blog [www.cubadesdeadentro.com](http://www.cubadesdeadentro.com)

und nach außen vom Staat gefiltert und gelesen wird. Auch über Blogs finden Dissidenten immer mehr Möglichkeiten, sich frei auszudrücken. So hat z.B. der Partido Liberal Nacional Cubano seinen Blog [www.cubadesdeadentro.com](http://www.cubadesdeadentro.com), über den der Parteipräsident Fernando Palacios von den Aktivitäten der Partei berichtet und die Übergriffe des Staates anzeigt, in der Hoffnung, so Druck auf das Regime ausüben zu können. Weitere von den Regime-Gegnern genutzte Instrumente sind Blogger und WordPress.

Neben den Neuen Sozialen Medien ist für die Parteien der Opposition im Untergrund die Nutzung von USB-Sticks, CDs und DVDs von großer Bedeutung, mit denen sie an interessierte Bürger Artikel und Studien sowie auch Zusammenfassungen der in Blogs ausgetauschten Meinungen verteilen.

### RB Lateinamerika

Unter Mitarbeit der Projektleiter und Projektkoordinatoren der Region, sowie der RELIAL-Partner IPL Peru und CEDICE-Libertad Venezuela; Übersetzung und Endredaktion: E. Maigler

Bildnachweise Titel:

Adam Reeder/Flickr    poperotico/Flickr  
 \_thebest\_/Flickr    Tomas Rawski/Flickr

## Social Media – Grundfertigkeit in der Internationalen Politik

*Fortsetzung des Interviews von S. 4*

@meinardus – Sie befinden sich gerade auf der Konferenz liberaler Arabischer Führer #nalcairo. Wie ist die Situation, angesichts der Wahlen in Ägypten?

@carlhinrichsen – Die Stimmung unter den Liberalen hier ist gedämpft. Sie sehen, sie sind marginalisiert und müssen mehrheitsfähige Botschaften finden.

@ManfromMosel – Wie nutzen Menschen in Südostasien Social Media? Welche Rolle spielt das für Ihre Arbeit?

@carlhinrichsen – Überall und immer. Besonders junge Leute, Journalisten und politische Aktivisten vernetzen sich mit Social Media.

@meinardus – Ihr Büro war federführend bei der Konferenz ‚Facebook Revolutions‘ (#fbrev) der virtuellen Akademie Ende September. Ihr Fazit?

@carlhinrichsen – Schwierig, aber gut. Wir hatten noch technische Probleme. Wir müssen immer mehr online machen, ohne das alte System aufzugeben. #Zukunft

@ManfromMosel – Ist Social Media gleichzeitig auch liberal Media?

@carlhinrichsen – Nein, ist es nicht. Besonders die Feinde der Freiheit nutzen Social Media für ihre freiheitsfeindliche Propaganda.

@meinardus – Ihre persönliche Prognose – Wie werden junge Leute in den kommenden Jahren und Jahrzehnten mit Demokratie umgehen?

@carlhinrichsen – Vor allem die Jungen wollen wissen, was Sache ist und mitbestimmen - nicht neu, aber wegen der Komplexität immer schwerer #NSM #Chance #Neu

@meinardus, @ManfromMosel – vielen Dank für das Gespräch!

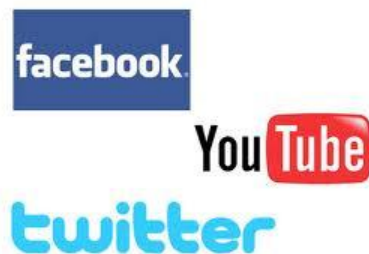


## Nordamerika und Europa: Neue Sozialen Medien machen Politik



### Die Rolle Neuer Sozialer Medien im US-Präsidentschaftswahlkampf

Neue Soziale Medien – allen voran Facebook, YouTube und Twitter – erfreuen sich seit dem Auftauchen des Web 2.0 im Jahre 2000 immer größerer Beliebtheit. Sie dienen längst nicht mehr nur dazu, das eigene Netzwerk zu erweitern oder Kontakt zu Freunden, Familie und Kollegen zu halten. Verstärkt werden Soziale Medien auch in der politischen Kommunikation und in Wahlkämpfen eingesetzt, um eine direkte Brücke zwischen Politik und Bürgern zu schlagen. Spätestens seit dem erfolgreichen Online-Wahlkampf um die US-Präsidentschaft des damaligen Senators von Illinois, Barack Obama, weiß auch die deutsche Öffentlichkeit um die Wirksamkeit Sozialer Medien als Kommunikationsinstrument.



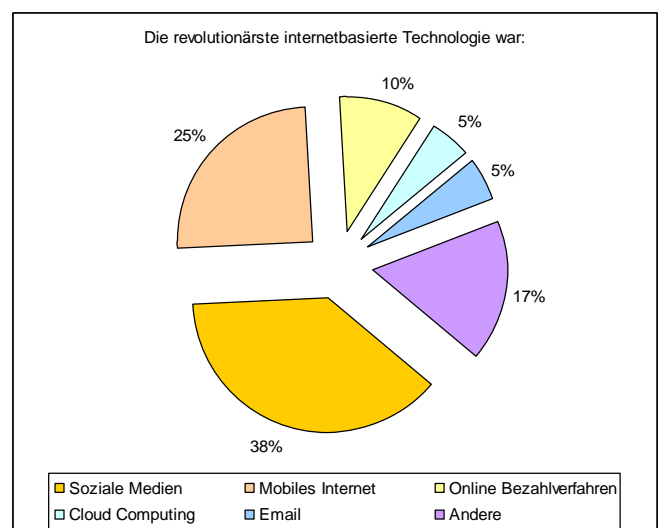
Grafik: Asthma Helper/Flickr

Nachfolgend soll etwas Licht auf die Rolle dieser Medien im US-Präsidentschaftswahl 2008 geworfen werden um zu zeigen, wie Facebook und Co. den gesellschaftlichen Diskurs, und letztlich politische Entwicklungen, beeinflussen können.

### Soziale Medien im Web 2.0

Soziale Medien haben seit ihrer Existenz – möglich gemacht durch das Web 2.0 – das Kommunikationsverhalten von Menschen und Organisationen verändert. Jedoch gibt es für den Begriff „Soziales Medium“ keine allumfassende Definition, die alle Aspekte dieser Entwicklung berücksichtigen könnte. Zumeist versteht

man ein Soziales Medium als Mittel für einzelne Personen oder Institutionen, digitalen Inhalt zu erschaffen, zu teilen und durch Interaktion mit anderen Nutzern Feedback zu geben und zu erhalten. Die „Like“-Funktion sowie die Statusmeldungen auf Facebook veranschaulichen diese Definition eindrucksvoll. Das Auftauchen von Sozialen Netzwerken wie Facebook hat den klassischen „face-to-face“-Dialog in eine offene Diskussionsrunde verwandelt, an der eine Vielzahl an Leuten durch „instant-reply“ und Kommentarfunktion teilnehmen kann.<sup>1</sup> Soziale Medien beschränken sich jedoch nicht auf interaktive Netzwerke wie Facebook und Twitter, sondern können ebenso gut aus hauptsächlich Bild- und Tonelementen bestehen, wie beispielsweise YouTube, Flickr und MySpace. Durch diesen nutzergenerierten Inhalt sind Austausch, Dis-



Quelle: foreignpolicy.com

kussion und auch Korrektur der verbreiteten Informationen möglich geworden, die es im Web 1.0 so noch nicht gab. Zudem erhalten die Nutzer auf einen

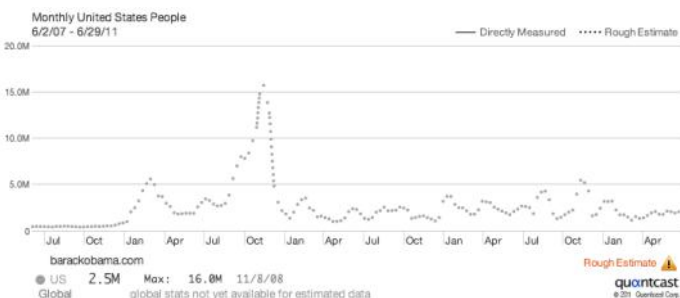
<sup>1</sup> Siehe dazu Brandy Sutton „Is this the Social Media Election“: <http://socialmediatoday.com/index.php?q=SMC/50304>



Schlag Zugang zu unterschiedlichen, oft konkurrierenden Standpunkten, die in den klassischen Medien selten auf so engem Raum präsentiert werden. Laut einer Pew Research Studie sind 61 Prozent der befragten Amerikaner der Meinung, durch Soziale Medien Zugang zu mehr Aspekten einer Geschichte zu erhalten als dies bei traditionellen Medien der Fall gewesen wäre. Zudem versorgt dieser nutzergenerierte Inhalt auch beispielsweise politisch weniger interessierte Nutzer, via Statusupdate oder „shared content“, mit politischen Inhalten, Positionen und Nachrichten. So erreichen zum Beispiel Wahlkampfparolen und Kandidatenmeinungen auch jene, die sich nicht aktiv über den Wahlkampf informieren (wollen).

### Soziale Netzwerke im Präsidentschaftswahlkampf 2008

Die *Obama for America 2008*-Kampagne war nicht die erste, die (teilweise) online ablief. Bereits 1998 nutzte der Kandidat und spätere Gouverneur von Minnesota, Jesse Ventura von der Reform Party of Minnesota, das Internet um Spenden zu sammeln und seinen Bekanntheitsgrad zu erhöhen. Auch Howard Dean und George W. Bush nutzten in ihren Wahlkämpfen 2004 das Internet als Kommunikationsmedium. Doch zur mitentscheidenden Kraft wurden Soziale Medien erst durch ihre Omnipresenz während der Obama-Kampagne.<sup>2</sup> Bereits im Vorwahlkampf gegen Senatorin



Monatliche Aufrufe der Seite barackobama.com innerhalb der USA (Quelle: [www.quantcast.com/barackobama.com](http://www.quantcast.com/barackobama.com))

Hillary Clinton begann eine starke Fokussierung auf die für die Kampagne wichtige Graswurzelbewegung, welche im Anschluss fast vollständig online verwaltet

<sup>2</sup> Auch wenn an dieser Stelle von Kandidat Obama und seiner Kampagne gesprochen wird, oblagen Konzeption und technische Umsetzung selbstverständlich dem gesamten Online-Team, Beratern und weiteren Involvierten der Kampagne „Obama for America“.

wurde. Der wachsende Einfluss und die gesteigerte Verwendung von Sozialen Medien, insbesondere in Form Sozialer Netzwerke, lassen sich sehr gut an ihrer Verwendung durch das Wahlkampfteam von Barack Obama nachverfolgen. Die Hauptseite *barackobama.com* hatte ab Januar 2008 monatlich zwischen 3 und 5 Millionen Aufrufe und steigerte sich kurz nach der Wahl im November 2008 auf 16 Millionen.



Der noch relativ unbekannt, folglich finanziell schwach ausgestattete Senator aus Illinois verwendete das Internet als kostengünstige Möglichkeit zur Kontaktaufnahme mit Wählern und der Organisation freiwilliger Helfer. Durch die Schaffung der Kampagnenwebseite *My.BarackObama.com* gelang es ihm, seinen Unterstützern eine Plattform zu bieten, auf denen nicht nur Veranstaltungen organisiert und Kontakte ausgetauscht werden konnten, sondern zudem Videos und Fotos aus dem Kampagnenverlauf präsentiert wurden. Bis zu 2 Millionen Profile wurden auf der Kampagnenseite geschaffen und ihre Emailliste umfasste rund 13 Millionen Adressen.<sup>3</sup> Am Tag der Wahl wurden so beispielsweise „Get out the vote“-Veranstaltungen zur Steigerung der Wahlbeteiligung veranstaltet sowie ein Treffen zum Aufräumen der Wahlkampfzentrale organisiert. Barack Obama gelang es, seine jungen, politisch interessierten Unterstützer online für „on the ground“-Arbeit zu gewinnen, wie zum Beispiel Wählerregistrierung<sup>4</sup> in sozial benachteiligten Vierteln oder den klassischen Tür zu Tür Wahlkampf.

<sup>3</sup> D.K. Wright und M.D. Hinson: „Examining How Public Relations Practitioners Actually Are Using Social Media“. *Public Relations Journal*, Vol. 3 (3), 2009.

<sup>4</sup> In den Vereinigten Staaten müssen sich potentielle Wähler registrieren lassen, bevor sie am Wahltag ihre Stimme abgeben können. Dies wird, insbesondere für politisch weniger interessierte Bürger, als Hürde angesehen und gilt mit als Grund für die relativ geringe Wahlbeteiligung in den USA.



Diese Mobilisierung war für ihn größtenteils kostenfrei, da seine Unterstützer auf freiwilliger Basis tätig waren. Die Verknüpfung von einzelnen *social media sites* miteinander und der enge Kontakt von Individuen untereinander durch ihre Netzwerke half dem Kandidaten Obama, seine Botschaft unter neue Wählerschaften zu bringen und die Wahlbeteiligung zu steigern. Dieses Phänomen wird auch von Chris Kelly, Datenschutzbeauftragter bei Facebook, bestätigt: „Peer-to-peer contact is a core part of actually driving voter turnout and behavior“.<sup>5</sup> Die Möglichkeit, sich selbstständig einbringen zu können, erzeugte ein „Wir-Gefühl“, das einzelne Freiwillige mit der Gesamtkampagne verknüpfte und sie so animierte, die Kampagne weiter zu unterstützen und zu spenden. Das „Wir-Gefühl“ wurde noch verstärkt durch die Gruppierung in größere, nach Region geordnete Verbände. So konnten die Freiwilligen sehen, mit wem in ihrer Nähe sie Veranstaltungen planen und durchführen konnten oder wo weitere Unterstützer zu finden waren. Des Weiteren nutzte das Kampagnenteam die Seite, um Emails und Videos von Schlüsselfiguren, wie

Wahlkampfmanager David Plouffe und David Axelrod, aber auch von Kandidat Obama und seiner Frau Michelle, zu versenden. Diese Emails informierten über den aktuellen Stand der Kampagne und die anstehenden Schritte, baten aber regelmäßig auch um kleinere Spenden, wodurch die Wahlkampfkasse einen konstanten Geldfluss verbuchen konnte.

Doch die *Obama for America*-Kampagne verließ sich nicht nur auf ihr eigenes Soziales Netzwerk. Viel mehr nutzte sie die Möglichkeiten, die ihr Facebook, Twitter und YouTube boten und erreichte so, dass Barack Obama rund 5 Millionen „Freunde“ in 15 verschiedenen Sozialen Netzwerken „kennenlernte“. Dadurch bekamen die Nutzer die Informationen so geliefert, wie sie es bevorzugten – als Tweet, als Facebook-Update oder als YouTube-Videoclip. Zudem wurden Videos auch auf Facebook verlinkt und Facebook-Updates „gezwitschert“.<sup>6</sup> Der interaktive Aspekt Sozialer Medien, den insbesondere Facebook verdeutlicht, spielte Barack Obama in die Hände. Fans und Unterstützer von Obama gründeten eigene Facebook Gruppen, in denen sich Gleichgesinnte treffen, diskutieren und Neuigkeiten teilen konnten. Ein Beispiel dafür ist Farouk Aregbes Gruppe „One Million Strong for Barack“, durch die, unabhängig von der Präsidentschaftskampagne, Werbung für den Kandidaten, die Wahl und seine Agenda betrieben wurde. Zudem wird in Sozialen Netzwerken weniger soziale Distanz zwischen Menschen geschaffen. So unterscheidet sich das Facebook Profil von Barack Obama kaum von dem anderer Nutzer. Sowohl auf der Profil- als auch auf der aktuellen Kampagnenseite nennt Obama seine Lieblingsbücher, Filme, Serien und Hobbies und erzeugt dabei ein Gefühl der Gleichrangigkeit innerhalb des Netzwerks.

Das aktuelle Facebook Profil von Präsident Barack Obama (Quelle: [www.facebook.com](http://www.facebook.com))

### Wahlkampf innerhalb und mit Hilfe von Sozialen Netzwerken

Auf YouTube richtete Obama einen eigenen Kanal ein, auf dem seine rund 115.000 Abonnenten 1800 verschiedene Videos ansehen konnten. Zum Vergleich: Sein republikanischer Gegner, Senator John McCain, veröffentlichte nur 330 Videos. Offizielle Videos von

<sup>5</sup> A. Hesseldahl, D. MacMillan und O. Kharif: „The Vote: A Victory for Social Media, Too“, abgerufen unter [http://www.businessweek.com/technology/content/nov2008/tc2008115\\_988160.htm](http://www.businessweek.com/technology/content/nov2008/tc2008115_988160.htm), 07.09.2011.

<sup>6</sup> K.N. Smith: „Social Media and Political Campaigns“ University of Tennessee Honors Thesis Projects. Abgerufen unter [http://trace.tennessee.edu/utk\\_chanhonoproj/1470](http://trace.tennessee.edu/utk_chanhonoproj/1470), 07.09.2011



Barack Obama wurden während der Kampagne rund 14,5 Millionen Stunden lang angesehen. Wären all diese Stunden als Werbeblöcke gekauft worden, hätte dies rund 47 Millionen US-Dollar gekostet<sup>7</sup>. Joe Trippi, bekannter demokratischer Wahlkampfberater, lobte den starken Fokus auf YouTube-Videos und erklärte, diese seien effektiver als herkömmliche Fernsehspots. Im Gegensatz zur Werbung entschied man sich, so Trippi, bewusst dafür, ein Video auf YouTube anzusehen und assoziiere mit ihnen nicht, wie bei Werbung, die Unterbrechung seines Fernsehprogramms. Via YouTube wurden zudem persönliche Präferenzen von



Barack Obama mit Facebook CEO Mark Zuckerberg auf einer Diskussionsveranstaltung 2011 (Foto: Barack Obama/Flickr)

(mehr oder weniger bekannten) Wählern hinsichtlich der Kandidaten preisgegeben und eine Art Werbung für den Kandidaten betrieben. So sprach sich der *Naked Cowboy* vom Time Square für John McCain<sup>8</sup> aus, während sich der Sänger Will.I.Am mit weiteren Prominenten für Barack Obama<sup>9</sup> aussprach. Am Bekanntesten dürfte jedoch, auch in Deutschland, das Video „Crush on Obama“<sup>10</sup> sein, in dem Comedian Amber Lee Ettinger ihre Liebe zum heutigen Präsidenten zum Ausdruck brachte. Als Parodie gedacht, entwickelte es bald ein Eigenleben und wurde zu einem inoffiziellen Werbevideo für den späteren Präsidenten, der sich jedoch – auch aus familiären Gründen – von dem Video distanzierte. Diesen „Wahlkampf“, der vom Kandidaten unabhängig geführt wird, gab es bereits in

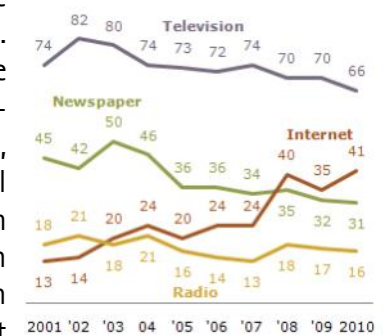
früheren Wahlen und fand zumeist offline statt. Durch das Internet ist es jedoch sehr viel einfacher, kostengünstiger und effektiver geworden, seine Botschaft an ein potentiell globales Publikum zu verbreiten.

### Die künftige Rolle sozialer Medien im politischen Diskurs

Die steigende Internetnutzung und der Trend, sich mit Informationen und Nachrichten vermehrt online zu versorgen, werden die Bedeutung der Neuen Sozialen Medien in zukünftigen Wahlkämpfen noch größer werden lassen.

Insbesondere jüngere Menschen wenden sich den Sozialen Medien zu, um sich über Wahlkampagnen zu informieren. In einer 2010 veröffentlichten Studie über die Präsidentschaftswahl 2008 gaben 27 Prozent der unter 30jährigen an, ihre Informationen über Soziale Netzwerke wie Facebook zu erhalten. Im März 2011 wurde durch das Harvard Institute of Politics bestätigt, dass ein großer Anteil jüngerer Menschen glaubt, Kampagnen in Sozialen Medien hätten einen größeren Effekt auf Wähler als der persönliche Auftritt eines Kandidaten.<sup>11</sup> Dies deutet, ebenso wie oben gezeigte Entwicklung, darauf hin, dass ein nicht unerheblicher Teil des Wahlkampfes künftig im Internet geführt werden wird. Zieht man in Betracht, dass US-Amerikaner rund ein Viertel ihrer Zeit online in einem oder mehreren Sozialen Netzwerken verbringen, bestätigt dies den Trend hin zum Online-Wahlkampf. Der Einfluss dieser Netzwerke steigt mit der Zahl ihrer Nutzer. Insbesondere in der Gruppe der unter 30jährigen steigen die Nutzerzahlen Sozialer Netzwerke. 90 Prozent aller Collegestudenten benutzen Facebook und die Nutzung

Where Do You Get Most of your News About National and International Issues?



PEW RESEARCH CENTER Dec 1-5, 2010. Figures add to more than 100% because respondents could volunteer up to two main sources. If asked more than once in a calendar year, trend shows final datapoint from each year.

Eine steigende Zahl an Amerikanern nutzt das Internet als Nachrichtenquelle (Quelle: [people-press.org](http://people-press.org))

<sup>7</sup> C.C. Miller: „How Obama’s Internet Campaign Changed Politics“. Abgerufen unter: <http://bits.blogs.nytimes.com/2008/11/07/how-obamas-internet-campaign-changed-politics/> 07.09.2011

<sup>8</sup> <http://www.youtube.com/watch?v=JcLJR5zAn5c>

<sup>9</sup> <http://www.youtube.com/watch?v=ghSJsEVf0pU>

<sup>10</sup> <http://www.youtube.com/watch?v=wKsoXHYICqU>

<sup>11</sup> Vgl. K.N. Smith.





des Dienstes Twitter stieg von 15 auf 24 Prozent. Jedoch ändern sich auch die Sozialen Netzwerke als solche. Der Blogger Byron Tau vom Politikblog *Politico.com* erklärte, Twitter und Facebook seien nicht mehr nur Soziale Netzwerke, sondern ausgereifte digitale Plattformen, auf denen Dritte komplette Serviceangebote aufbauen könnten<sup>12</sup>. Dieser Wandel weg von Sozialen Netzen, in denen sich mit Freunden fast ausschließlich über persönliches unterhalten wurde hin zu einem eigenständigen Medium (auf Basis des Web 2.0) wird die Wahlkampfstrategen in Zukunft dazu zwingen, mehr Zeit, Geld und Arbeit in den Onlineauftritt ihres Kandidaten zu stecken. Dass diese Entwicklung kein „Ausrutscher“ von Barack Obama im Jahr 2008 war, zeigten auch die Zwischenwahlen des amerikanischen Kongresses im Jahr 2010. Hier konnte ein sprunghafter Anstieg derer beobachtet werden, die sich politische Videos und Botschaften im Internet ansahen. Im politischen Washington ist es mittlerweile normal, dass Akteure – von Lobbyisten über Abgeordnete des Repräsentantenhauses bis hin zu Senatoren und Ministern – eigene *social media* Experten einstellen, um ihren Auftritt im Internet zu steuern. Dementsprechend groß ist mittlerweile das Angebot an solchen Experten auf dem Arbeitsmarkt. Kommunikationsexperten wie Anna Ruth Williams von Communications 21 aus Atlanta, Georgia sagen für den anstehenden Wahlkampf eine weitere Verschiebung zu mobilen Endgeräten voraus. Mit dem Auftauchen und der Weiterentwicklung von Mobiltelefonen, Smartphones und iPads können die Wähler praktisch überall den Wahlkampf der Kandidaten verfolgen. Zudem machen es technische Neuerungen möglich, bestimmte Personengruppen nach Kriterien, wie Postleitzahl oder Musikgeschmack, zu filtern und direkt zu kontaktieren. All diese Entwicklungen waren 2008 bereits in Ansätzen vorhanden, werden aber bis 2012 weiter perfektioniert, sodass die Sozialen Medien weiter an Einfluss gewinnen werden.

### Claus Gramckow

Repräsentant USA und Kanada  
Transatlantisches Dialogprogramm

<sup>12</sup> B. Tau: „Obama faces brave new Web world“. Abgerufen unter <http://www.politico.com/news/stories/0311/51594.html>  
07.09.2011

## Wenn Europa twittert – Chancen und Hindernisse für eine Europäische Öffentlichkeit durch die Neuen Sozialen Medien

Wir leben in einem elektronischen Zeitalter. SMS, Twitter, E-Mail oder Weblogs sind bereits fest in unserer Gesellschaft verankert. Aber auch die Politik wittert die Attraktivität des elektronischen Marktes, E-Democracy, E-Voting oder E-Election campaign sind die Schlagworte. Man verspricht sich, dass hierdurch die Bürger leichter an politischen Prozessen partizipieren können. Zugleich werden in Europa zunehmend Entscheidungen auf supranationaler Ebene getroffen und damit weiter vom Bürger entfernt. Eine europäische Öffentlichkeit, die sich mit europäischen Fragen ebenso auseinandersetzt wie es im nationalen Kontext geschieht, wird künftig Bedingung für die demokratische Legitimierung der Europäischen Union sein. Noch ist die Europäische Öffentlichkeit jedoch nur in Ansätzen erkennbar. Unkenntnis über europäische Gesetzgebungsprozesse und extrem niedrige Wahlbeteiligung der Europäer sind dafür eindeutige Indikatoren.



Kameramann vor dem Europäischen Parlament in Brüssel  
(Foto: European Parliament/Flickr)

Elektronisches Zeitalter, europäisches Zeitalter, wie geht das zusammen? Demokratisieren sich Wissen und Information durch technischen Fortschritt? Könnten die neuen Kommunikationsmittel eine Chance für die Entwicklung einer europäischen Öffentlichkeit sein? Lassen sich womöglich über Facebook oder Twitter Grundlagen für eine digital basierte europäische Diskussionskultur generieren? Die Neuen Sozialen Medien als Garanten für ein wachsendes Bürgerinteresse an



der Europäischen Union? Ist es möglich, einen elektronischen Kommunikationsraum aufzubauen, in dem europäische Akteure Rückmeldung und Unterstützung bzw. Ablehnung für ihre Politik erhalten können?

Es erscheint sinnvoll, den Begriff der Neuen Sozialen Medien zunächst einmal zu definieren. Kaplan und Haenlein sprechen von einer Menge von Anwendungen im Internet (dazu gehören u. a. soziale Netzwerke, Weblogs, Wikis, Podcasts), die alle auf Web 2.0 basieren und die die Herstellung und den Austausch von nutzergeneriertem Inhalt erlauben. Diese Anwendungen lassen sich einerseits in soziale Medien einteilen, die die Kommunikation zum Selbstzweck haben wie z. B. Skype, und andererseits soziale Medien, die zwar auch zur Kommunikation genutzt werden, jedoch den Fokus auf den Inhalt legen, wie etwa Wikis oder eben die genannten sozialen Netzwerke.<sup>1</sup> Im Gegensatz zu den klassischen Massenmedien, die auf dem Prinzip der technischen Vervielfältigung über Schrift, Bild oder Ton basieren und entsprechend ressourcenintensiv sind, sind die neuen sozialen Medien als digitale Medien weitaus billiger und einfacher zugänglich. Sie ermöglichen zudem, dass der Benutzer vom Konsumenten zum Produzenten unterschiedlicher Informationen wird, was die exponentielle Verbreitung von Inhalten jeglicher Art zur Folge hat.

### Demokratiedefizit in der EU

Forscher und Politiker sehen in der Wahlbeteiligung einen Indikator für die politische Unterstützung der EU und das Bestehen einer Europäischen Öffentlichkeit. Mit dem Voranschreiten der Europäischen Integration, das mit einem zunehmendem Transfer von Befugnissen von der nationalen auf die supranationale Ebene erfolgt, wird das Vertrauen der Bürger in die supranationalen Institutionen immer wichtiger. Jedoch lässt sich bereits von einer Legitimationskrise der Europäischen Union sprechen: Bei den letzten beiden Europawahlen beteiligte sich nicht einmal die Hälfte aller Wahlberechtigten und der Trend ist sogar rück-

<sup>1</sup> Vgl. Kaplan, Andreas M.; Haenlein, Michael (2001): Users of the world, unite! The challenges and opportunities of social media, in: Business Horizons, Vol. 53, Issue 1, S. 59-68.

<sup>2</sup> Vgl. Halbauer, Manuel (2009): Europawahlen, in: Aus Politik und Zeitgeschichte, 23- 24/2009, 2. Juni 2009, bpb, S.1.

<sup>3</sup> Vgl. <http://www.europawahl-bw.de> (Stand: 11.10.11).

läufig.<sup>2</sup> Während 1979 noch 62 Prozent der Wahlberechtigten ihre Stimme abgaben, waren es 2009 nur noch 43 Prozent.<sup>3</sup> Für diese Entwicklung gibt es verschiedene Gründe: Der Anteil der EU-Mitgliedsländer, in denen es keine Wahlpflicht gibt, ist durch die EU-Erweiterung



Grafik: Gerd Altmann/Pixelio

kontinuierlich zurückgegangen. Bis auf Zypern sind seit 1979 nur Länder der EU beigetreten, die keine Wahlpflicht vorschreiben und in denen die Wahlbeteiligung tendenziell geringer ist.<sup>4</sup> Ein weiterer Grund liegt darin, dass es bei Europawahlen vermeintlich um „weniger geht“, d. h. dass gefühlt nicht über Machtverhältnisse und Ämtervergabe entschieden wird, so wie dies bei nationalen Wahlen der Fall ist. Hinzu kommen die relativ begrenzten Befugnisse der Mitglieder des Europäischen Parlamentes. Im Gegensatz zu Abgeordneten nationaler Parlamente haben Europaabgeordnete kein Initiativrecht, können also keine neuen Gesetzesvorlagen einbringen. Die Unterschiede zwischen den nationalen und dem europäischen Wahlsystem führen dazu, dass Europawahlen bei vielen EU-Bürgern als „second order elections“ wahrgenommen werden.<sup>5</sup>

Zwischen politischer Elite und Bürgern klafft eine Lücke, die bezeichnenderweise oft mit dem technisch anmutenden Begriff „Bürgerferne“ umschrieben wird. Gallup Europe hat 1996 ca. 4.000 Spitzen-Entscheidungsträger, also hohe Beamte, Politiker, Me-

<sup>4</sup> Vgl. Franklin, Mark N. (2001): How Structural Factors Cause Turnout Variations at European Parliament Elections, in: European Union Politics, 2/2001, S.309-328.

<sup>5</sup> Vgl. Reif, Karlheinz; Schmitt, Hermann (1980): Nine national second-order elections: A systematic framework for the analysis of European election results, in: European Journal of Political Research, 8/1980, S.3-44.

<sup>6</sup> <http://www.gallup-europe.be> (Stand: 11.10.11).

<sup>7</sup> Vgl. ebd.



dien- und kulturelle Eliten sowie Wirtschaftsführer in allen damals noch 15 Mitgliedsländern der EU befragt, ob sie die Mitgliedschaft ihres Landes in der EU als gute oder schlechte Sache ansehen. 94 Prozent der befragten Entscheidungsträger fanden die Mitgliedschaft ihres Landes vorteilhaft. Bei einer repräsentativen Umfrage in der Bevölkerung waren indes nur 48 Prozent dieser Meinung.<sup>6</sup>

Neben mangelndem Vertrauen und Desinteresse an der europäischen Politik kann auch die mediale Berichterstattung als Grund für die Zurückhaltung an den Urnen genannt werden. Die klassischen Medien informieren nur in geringem Umfang über die nächsten Europawahlen sowie die Kompetenzen und Aufgaben der Abgeordneten des Europäischen Parlaments.<sup>7</sup> Dies hat zur Folge, dass viele Bürger sich aufgrund eines Informationsdefizits gar nicht in der Lage fühlen, eine überlegte Wahlentscheidung zu treffen. Vor allem politisch gering Interessierte und parteipolitisch schwach oder gar nicht Gebundene werden nicht zur Wahl mobilisiert.

Wie viel Potential steckt nun in den Neuen Sozialen Medien, eine europäische Öffentlichkeit zu schaffen?

### Medien als Akteure und Instrumente

Medien können sowohl als eigenständige Akteure als auch als ein Instrument im Prozess der Europäischen Öffentlichkeit auftreten. Als Akteure können Medien eine Veränderung im Denken, Tun und Wollen der Menschen bewirken. Sie filtern die wichtigen Informationen und interpretieren diese. So können sie europaskeptische oder europafreundliche Haltungen verstärken und in der Folge Wahlentscheidungen der Bürger maßgeblich mit beeinflussen. Insbesondere im Zuge des *Dealignment*s, also des in den meisten Mitgliedstaaten feststellbaren Nachlassens der Parteibindungen der Wähler<sup>8</sup>, sind die Bürger offener für mediale Botschaften zu Kandidaten und Wahlkampfthemen geworden. Folglich werden Medien als Akteure einflussreicher.

<sup>8</sup> Vgl. Dalton, Russell J.; Wattenberg, Martin P. (2000): *Parties without Partisans: Political Change in Advanced Industrial Democracies*, Oxford, S.328.

<sup>9</sup> Vgl. <http://www.cafebabel.de/article/23144/ein-hauch-europa-auf-facebook.html> (Stand: 11.10.11).



Foto: European Parliament/Flickr

Als Instrumente erfahren die Medien, insbesondere die Neuen Sozialen Medien, gegenwärtig eine besondere Bedeutung. Facebook und Twitter werden von Politikern beispielsweise dazu genutzt, Wahlwerbung für sich zu machen.

### Chancen und Risiken sozialer Netzwerke

10,8 Millionen Europäer sind bereits Mitglied im sozialen Netzwerk Facebook. Unter ihnen nehmen die Briten, Norweger und Schweden mit über acht Millionen Mitgliedern die Spitzenplätze ein. Es folgen Franzosen, Türken, Deutsche, Spanier, Iren, Italiener und Niederländer.<sup>9</sup> Wird die Seite, wie derzeit geplant, in weitere Sprachen übersetzt, so kann davon ausgegangen werden, dass sich auch noch weitere Sprachgruppen registrieren. Auf Facebook wird privat oder geschäftlich miteinander kommuniziert, werden Bilder und Videos ausgetauscht. Die technischen Möglichkeiten lassen zahlreiche weitere Nutzungsmöglichkeiten zu. So werden z.B. Gruppen zur Unterstützung von europäischen Abgeordneten gegründet, die wiederum auf ihren persönlichen Facebook-Profilen über ihre neusten Aktivitäten berichten. Das soziale Netzwerk wird zudem zur Organisation und Mobilisierung für politische Aktionen genutzt. Auch berichten die Institutionen der EU wie Europäisches Parlament, Kommission, etc. auf ihren Facebookseiten über aktuelle Entwicklungen in der Gemeinschaft.

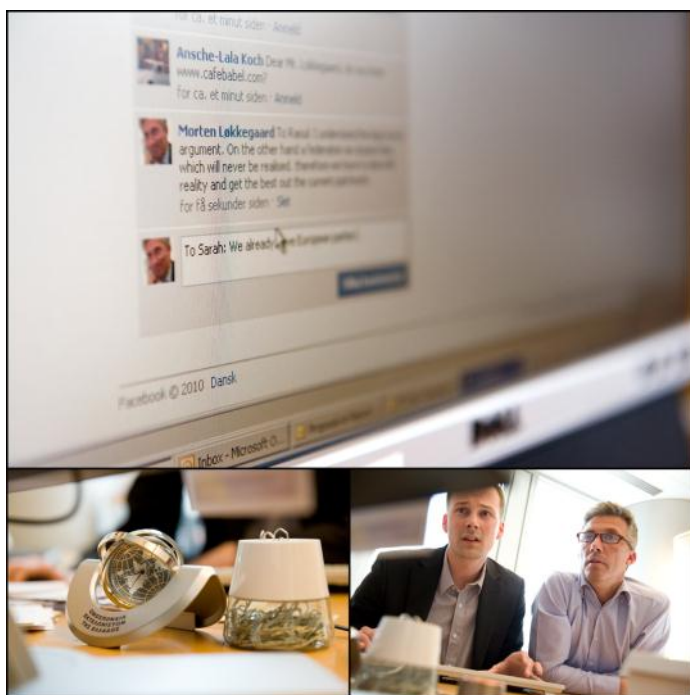
<sup>10</sup> Van Eimeren, Birgit; Frees, Beate (2011): *ARD/ZDF-Onlinestudie 2011, Drei von vier Deutschen im Netz- ein Ende des digitalen Grabens*, in: *Media Perspektiven* 7- 8/2011, S.334-349.



Ein besonderer Vorteil von Facebook liegt in der Möglichkeit, Informationen über Politiker direkt über ihr Netzwerkprofil zu bekommen, die gegebenenfalls auch kommentiert werden können. Der Politiker erhält im Gegenzug ein ehrliches Feedback zu seiner Arbeit und kann kostengünstig und zielgenau bestimmte Nutzergruppen ansprechen. Die Kommunikation zwischen Bürger und Politiker wird so schneller, direkter und transparenter. Soziale Netzwerke wie Facebook bieten Politikern, Fernsehstars oder Unternehmen wie Coca-Cola auch die Möglichkeit, eigene Profile anzulegen. Interessiert sich ein Nutzer beispielsweise für die regelmäßigen Updates eines Abgeordneten, so kann er auf den „Gefällt mir“-Button klicken und abonniert dadurch die Statusmeldungen des Volksvertreters. Der neu gewonnene „Fan“ bekommt im Newsfeed seines Facebook-Accounts neben den Neuigkeiten seiner Freunde auch die Updates des Abgeordneten angezeigt. Der User muss somit nicht mehr aktiv nach aktuellen Informationen suchen – er bekommt diese wie in einem personalisierten Newsticker täglich geliefert. Ähnlich verhält es sich beim Microbloggingdienst Twitter. Diesen Dienst nutzt beispielsweise die EU-Kommissarin Neelie Kroes. Über Twitter veröffentlicht

sie kurze Nachrichten zu ihrer aktuellen Agenda. Diese können ebenfalls von anderen Twitter-Nutzern, den sogenannten „Followern“ abonniert werden. Auch hier bekommt der Follower die aktuellen Meldungen quasi in Echtzeit auf seinen Laptop oder das internetfähige Mobilfunkgerät zugesendet.

Eine genauere Betrachtung zeigt jedoch, dass die genannten Vorteile nur von wenigen Usern genutzt werden. Die wichtigsten Informationsquellen im Netz sind nach wie vor Nachrichten auf Portalseiten, gefolgt vom Internetangebot der Massenmedien. Soziale Netzwerke und Blogs rangieren bisher an letzter Stelle.<sup>10</sup> Interessante Unterschiede im Informationsverhalten zeigen sich, wenn man einen genaueren Blick auf Bildungsstand und Alter wirft. Studien zeigen, dass Menschen unter 30, die einen höheren Bildungsgrad aufweisen, tendenziell am besten über soziale Netzwerke erreichbar sind. Doch die NSM nutzen sie in erster Linie zur Kommunikation mit Freunden. Weit weniger als bisher angekommen dient etwa Facebook als Quelle der politischen Information. Über 30-Jährige nutzen das Internet hingegen vermehrt als digitalen Informationsdienst. Dafür sind sie aber seltener in Netzwerken zu finden und somit für Politiker, die direkt über Facebook oder Twitter kommunizieren wollen, nur eingeschränkt erreichbar. Dasselbe gilt für wirtschaftlich schlechter gestellte Personen oder Menschen mit niedrigerem Bildungsgrad. Neben diesem Alters- und Bildungsunterschied gibt es auch einen Geschlechterunterschied. So verbringen Frauen tendenziell weniger Zeit im Internet als Männer. Letztere sind aktiver im Netz, laden beispielsweise häufiger Videos hoch oder betreiben Blogs.<sup>11</sup> Über internetbasierte soziale Medien können folglich vor allem jüngere, gut ausgebildete und bereits politisch interessierte Wähler erreicht werden. Bildungsfernere Schichten und generell Personen über 30, die wenig oder kein Interesse an Politik haben, sind schwerer bis gar nicht zu erreichen.



Facebook-Chat mit Morten Løkkegaard MdEP (ALDE-Fraktion)  
(Foto: European Parliament/Flickr)

<sup>11</sup> Vgl. ebd., S.335-339.

<sup>12</sup> Vgl. <http://www.sueddeutsche.de/digital/cyber-attacke-auf-thailands-premierministerin-hacker-kapern-yinglucks-twitter-konto-1.1154254> (Stand: 12.10.2011).

<sup>13</sup> Vgl. <http://www.metronaut.de/berlin/wir-waren-franz-muentefering/> (Stand: 11.10.11).



tik über Politiker hereinbricht. Dieses kollektive Phänomen, bei dem sachliche Kritik von einer unüberschaubaren Menge unsachlicher Beiträge überlagert wird, wird umgangssprachlich auch als „Shitstorm“ bezeichnet. Ein weiteres Problem ist das Hacken von Accounts, zuletzt passiert bei Thailands Ministerpräsidentin Yingluck Shinawatra. Unbekannte knackten ihren Twitter-Account und versendeten Nachrichten, in denen sie dem Kabinett der Politikerin Inkompetenz und Vetternwirtschaft vorwarfen.<sup>12</sup> Auch so genannte „Fake-Accounts“, also gefälschte Konten, können zu Imageschäden führen. So besaß der ehemaligen SPD-Vorsitzende Franz Müntefering scheinbar einen Twitter-Kanal mit mehreren Tausend Followern. Allerdings handelte es sich dabei nicht um seinen persönlichen Account, sondern um eine Kopie einer Gruppe, die sich „Metronauten“ nennt.<sup>13</sup> Auch verbale Ausrutscher von Politikern werden schonungslos offenbart und finden rasante Verbreitung. So etwa geschehen mit einer Rede des designierten EU-Kommissars Günther Oettinger auf einer Jahreskonferenz des Zentrums für Kapitalismus und Gesellschaft an der Columbia University in Berlin. Da das Internet „nichts vergisst“, müssen Politiker noch mehr auf ihre Kommunikation achten als ohnehin schon, denn nicht zuletzt greifen auch die klassischen Medien Online-Ausrutscher gerne auf.



Foto: fdecomite/Flickr

## Ausblick

Die Neuen Sozialen Medien lösen keinesfalls die klassischen Medien ab. Vielmehr existieren traditionelle und neue Kommunikationskanäle nebeneinander. Obwohl zunehmend tagesaktuelle Informationen digital abgerufen werden, haben die klassischen Medien nicht an Bedeutung verloren. Radio und Fernseher verzeichnen gegenüber internetbasierten Medien nach wie vor die höchste Nutzungsdauer.

Offenbar ist unsere Gesellschaft gekennzeichnet durch ein tendenziell passives Informations- und Konsumverhalten. Die Bürger ziehen größtenteils „Push-Medien“, wie etwa das Fernsehen, den sogenannten „Pull-Medien“, die man erst im Hinblick auf relevante Informationen durchsuchen muss, vor. Das Internet verlangt von seinen Nutzern einen vergleichsweise hohen Suchaufwand. Für die Politik bedeutet dies, dass sie hauptsächlich diejenigen erreicht, die sich ohnehin für sie interessieren. Die breite Wählermasse ist über das Internet bisher nicht zu mobilisieren. Für die Entwicklung einer Europäischen Öffentlichkeit gilt, dass diese nur durch ein Nebeneinander klassischer und digitaler Medien gestärkt werden kann, wobei sich beide Kommunikationsformen wechselseitig verstärken und beeinflussen müssen.

**Janina Coronel**

Praktikantin im FNF-Büro Brüssel

Bildnachweise Titel:

Internet Society/Flickr

Barack Obama/Flickr

European Parliament/Flickr



## Social Media is not enough to trigger a revolution: A holistic view from India



The message is more important than the medium, and revolutionaries willing to stake their all for the sake of their ideal is even more important. Equally important is the social-political context of the country which determines whether the old regime will be able to withstand the turmoil, or whether the revolution will consume the regime. Ultimately, there has to be a leadership to take advantage of the changing situation.

The tide of protests in the middle-east and North Africa took most of the world by surprise, including the Arabs themselves. The dramatic events, referred as the Arab Spring of 2011, have already led to the overthrow of three authoritarian regimes – Tunisia, Egypt and Libya. Large scale protests and violence are continuing in Syria and Yemen. While the protests in Bahrain were put down by a massive show of force by the authorities with the help of Saudi military. A year ago month long protests in the streets followed the presidential election in Iran.

These popular uprisings are being looked upon by many as the dawn of a new era of politics in the region. The mobile phone and internet have spawned a whole new social media platforms – blogs, Twitter, Facebook, Youtube, and many variations of these. With their capacity to generate and disseminate instant news and views, people are able to share information and organise themselves in new ways. Ordinary people are leaving their imprint on societies in a manner not many could have predicted only a few years ago.

Are we really witnessing a new era of political participation and popular protests made possible by the growing relevance of social media? Or, are the changing social and political realities in different countries creating an opportunity for people to harness the new social media platforms.

Is the medium today more important than the message? Are the new media particularly suited at organizing complete strangers and building a wider movement? If people are able to organise and express themselves better, then what kind of response one finds from different governments?

Are the social media really a new technological phenomenon, giving birth to the present protest movements? Or, are the present protest movements themselves a continuation of a very old trend in human history? Is this a new manifestation of an age old quest of man trying to end injustice and tyranny?

Are the social media enough to sustain the movements, or do they need their revolutionaries, who are willing to stake their all for their cause? Social media may be able to bring strangers together, but does it still require organisers and supporters to build the gathering in to a coherent movement?

If technology is empowering people, then the same technology can also become a tool in the hands of the authorities to restrict access to these social media platforms. What are the internal dynamics of the existing regimes? Do these contexts determine when



they are able to suppress the revolution in the streets, and when they are consumed by the revolutionary fervour?

To try and answer some of these questions it would be useful to pause and look back at human history. The past experiences may help provide a perspective to the present, and in turn may offer some significant clues to the future.

### Looking back

Since the early days of civilisation, man has used every means available to mobilise other people for one cause or another. Public orators like Demosthenes in Ancient Greece performed that role quite successfully. William Shakespeare dramatized the significance of public oratory in the ancient world in his play Julius Caesar. With the epic speeches of Brutus and Mark Anthony following Caesar's death, each side attempted to win over the people to their side.

With the advent of the printing press, pamphlets became a very common form advocating a cause. During the American War of Independence, pamphlets were used to great effect to mobilise public opinion. In revolutionary France, printed materials were widely used to rally the masses. Thomas Paine's classic pamphlet "The Rights of Man" continues to inspire people today, as it in the 18<sup>th</sup> century.

In the 20<sup>th</sup> Century, Adolf Hitler and his propaganda machine demonstrated how a mix of political promise of a glorious future, coupled with a ruthless strong arm tactics, could sway a large section of the German population to fall in line. The conflict that it triggered proved deadly not just for the rest of the world, but even more so for a generation of Germans themselves.

In sharp contrast, Winston Churchill, the war time prime minister of Britain, known for his rousing speeches over the radio, helped in sustaining the morale of his people through some of the very difficult war years in the 1940s.

On the other hand, Mahatma Gandhi, the leader of India's Independence struggle against the British rule, was not a great orator, but was nevertheless a great



Children listening to the radio in the 1940's  
(Photo: Australian Broadcasting Corporation/Flickr)

communicator. He was a genius in finding simple ways by which ordinary people could grasp the essence of his ideas. Millions adopted his call for the spinning wheel (charkha), not only to make the home spun fabric, but mainly, as a symbol of self-sufficiency and dignity, against colonial rule. Gandhi's epic Dandi March to a coastal village in Gujarat, to make salt and publicly defy the British government's tax policy, was a master political statement that successfully conveyed to millions of people the possibility of defying colonial rule with a very simple gesture.

At the height of the cold war, John F. Kennedy's "Ich bin ein Berliner" speech in Berlin, where he identified with a city that had been cut off by the Soviet and East German forces, had become a symbol of that era.

In the 1960s and 70s, the spread of television had left its mark on the various protest movements that dominated political life, particularly in the US and Europe. That period gave birth to a wide range of movements, from the hippies and the anti-nuclear protests, to the modern environmentalism.

Ronald Reagan, the US president, was seen as a great communicator for his ability to carry his message of the virtues of a small government to the public in a simple but effective form, and dominated the television during his time in the 1980s.

By the end of the 1980s, when the Berlin Wall fell, the role of the media was limited to reporting the dra-



matic events. Not many people credit the media for bringing about the end of communism in much of Western Europe. Nor had many experts foreseen the tumultuous days in Eastern Europe, even a few months before the dramatic events. The aspiration for freedom among people proved so strong, yet, the trend had remained largely undetected by the media and the leadership in most countries.

In Asia, the first glimpse of people power came long before the era of live TV broadcast. In India, the Congress Party which had been in government continuously for three decades since Independence, lost the national election in 1977. Various undemocratic actions, including curbs on political protests, censorship of the media, and other atrocities committed during the 20 month Emergency rule, led millions to abandon the Congress party that had led the Independence struggle. The restraints imposed on the media only triggered an avalanche of informal means of communication among people uniting a large section of the people against the highhandedness of the ruling party. This was, at that time, one of the rare occasions when democratic transition of power could take place at the national level, following the people's verdict through the ballot box in a poor and developing country.



Street stall with used TVs in Mumbai, India  
(Photo: lecercle/Flickr)

Less than a decade later, popular revulsion against the cold and calculated murder of Senator Benigno Aquino in 1983, on his return to the Philippines from self-imposed exile, culminated in the first "people power" revolution, which ended the two-decade long dictatorship of President Ferdinand Marcos in 1986.

The 1980s ended with the first mass protests in communist China at the Tiananmen Square in Beijing in June 1989, with people demanding civic and political rights. This was the dawn of live global television, and the first act of the Chinese authorities was to simply cut the lines of communication, as they moved in to crush the protests. The iconic picture of a lone man, standing before a column of Chinese tanks, remained symbolic.

A couple of years later, a misdirected communist coup against Mikhail Gorbachev's attempt to reform the system from within failed. The image of Boris Yeltsin climbing on to a army tank in front of the Soviet Parliament broke the resolve of the coup leaders as their forces disintegrated.

These are just a few brief sketches from recent human history which show that ideas mattered, and that the relevance of the idea, its contemporary context, the political timing, and how the people related to the idea, all go on to define the power of the idea, and shape its impact. Technology may define the media, but the medium remained mostly as a messenger, it was the message that was paramount.

However, these instances also show that there were leaders who were able to nurture the movement around their message in order to be effective. The message may not have been sufficient on its own. Has anything changed substantively in this equation with the advent of social media?

### The world today

History is a great leveller. The purpose of briefly relating a few episodes from human history was to remind ourselves of how societies adopted to changing situations. While the new technologies often helped, the success or failure depended mostly on the power of the political idea, and the ability of the leadership to harness it.

Barack Obama, the US president, was among the first to successfully harness the potential of social media, and various information and communication technologies (ICTs) during his election campaign in 2008. He was able to spread his message of hope, and raised





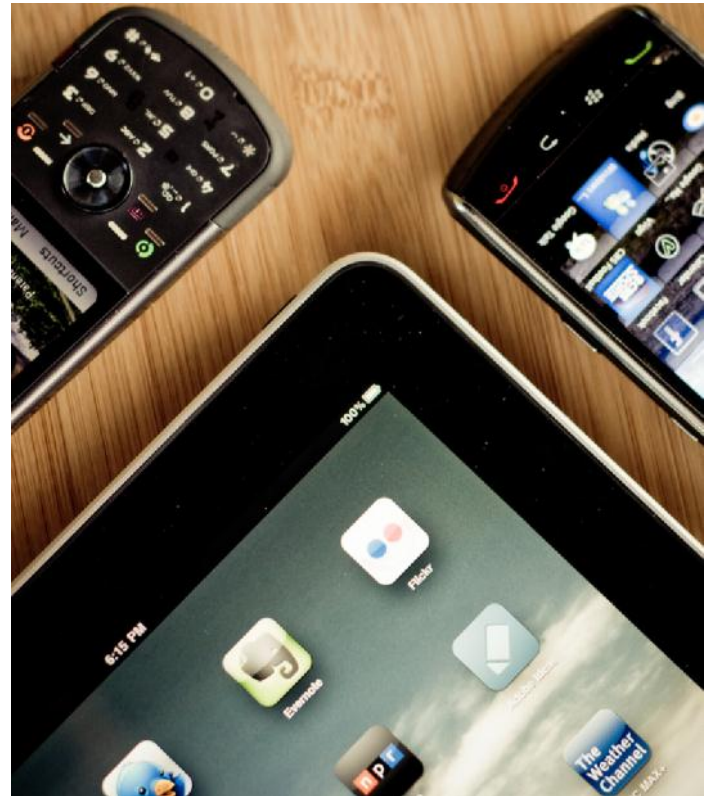
huge amounts of money engaging with the people on the social media. Two years in office, however, has again demonstrated that President Obama is no longer able to inspire in the same way as he had done during the campaign. The social media technologies have improved significantly during the past couple of years, its reach has deepened, yet, without a simple and coherent message that connects to people, Obama has become a pale shadow of himself!

Needless to say that with the technological changes the conventional view of the media is changing too. Traditionally, media was a one way communication, where the authors or editors conveyed their perspective to the readers, listeners and viewers. The emergence of social media has diffused the distinction between the generators of content, and those who are consuming the information. There has been an enormous spurt in content in recent years, with the spread of ICT, it has enabled a wide range of people to have their say, and share their thoughts on different social media platforms. Media have evolved from being a one way flow of information, to a very platform for multi-directional flow of information. Consequently, social media has expanded its scope from information sharing, to possible organisation for some common action.

To effectively leverage the new phenomenon, it would be useful to assess the real impact of social media on our life and times. Needless to say that, in 2011, the various kinds of protest movements in different parts of the world have shaken up conventional thinking. While the reasons and context of these protests differ, both in scale and scope, one common thread running through all of them is that social media has given a new voice to a lot of people.

In Europe, grappling with the financial crisis, protests against the austerity drive in Greece and Spain have sparked periodic protests on the streets. In United Kingdom, the death of an innocent man sparked the most serious riots that country had witnessed in a generation. Unlike in the past, this time elements from almost every section of British society participated in the rioting and looting, and the costs were borne by almost the same segments. It was reported that many of the rioters coordinated their action using Blackberry and Facebook. On the other hand, the

police gathered a lot of evidence from the social media platforms to successfully prosecute many of the rioters. And many Londoners too used the media to mobilise citizens for cleaning up their neighbourhood after the week long riots and damage to property.



Portable digital media devices (Photo: Sean Hobson/Flickr)

In India, in a rare incident of social mobilization, largely youngsters from sections of middle and upper classes rallied around a 70-year old man to protests against rampaging corruption affecting most functions of society. "India Against Corruption" emerged on Facebook as a platform for not only a lot of discussion, but also for coordination of the protest movement in different parts of the country. The pressure on the political class grew to such an extent that the government had to promise to work towards a more effective anti-corruption legislation.

### The Arab Spring

On the other hand, the most dramatic of these protests has taken place in the Middle East and North Africa. Without any particular leadership, youngsters gathered in city centres demanding political participation in their own countries affairs, protection of basic



rights, and recognition of human dignity, while expressing their lack of confidence in the existing crop of un-elected and unaccountable leadership which has reigned in most of these countries for decades.

In Tunisia, the image of the death of a street vendor at hands of the police triggered a flood of popular protests against the thirty year long dictatorship of Ben Ali. Within days the leadership had fled, and the regime collapsed like a house of cards. According to one estimate, less than 20% of Tunisians use social media, although nearly everyone has a mobile phone.

In neighbouring Egypt, the young protestors extensively used the social media to share information, and stimulate protests in Tahir Square in the heart of Cairo. The regime adopted a carrot and stick approach, talking of democratic reforms, while sending in storm troopers to unleash a reign of terror. But the month long campaign against the Mubarak regime came to an end when the Egyptian army declined to fire on its own people.

It has been reported that in the week prior to the fall of Hosni Mubarak's regime, the tweets emanating from Egypt increased from just over 2000 a day to well over 200,000 a day.

However, protests and tweets may not have been sufficient to remove the Mubarak regime. The wheel turned against the regime only when Egypt's military leadership decided that the risk of going along with the old regime was too high. While the regime changed, the nature of the regime has not changed much in Egypt, at least not yet. Again the lack of a coherent and united opposition has only allowed the new rulers of Egypt to try to maintain status quo as much as possible.

For authorities in government, it is quite simple to cut the formal lines of communication, and silence the channels of formal communication. For months together, the Syrian government had cut off access to internet and telephone, tightly controlled the media in an attempt to suppress the news of protests, and violence perpetrated by the state. Videos and photos taken with mobile phones and surreptitiously uploaded on the internet have provided a glimpse of the repression unleashed on its own people. Now Syrians abroad

are said to be sponsoring costly satellite phones in order to bypass the restrictions imposed by the state, so that those inside the country can more easily share information with the rest of the world. On the other hand, the Syrian government has periodically allowed access to social media platforms such as Facebook, and used it as a tool to identify opposition activists.

While Syria's regime has been on the edge for some time now, it is not clear if the opposition support within the country is organised and widespread enough to bring down the Assad regime. The opposition also has not been able to come up with a clear leadership, organisation or coherent strategy, although the death toll in the ongoing violence is now over 3.000.



Protests in Syria (camera phone picture)  
(Photo: Syria-Frames-Of-Freedom/Flickr)

On the other hand, the Libyan regime of Colonel Gaddafi severely restricted the lines of communication in the areas they controlled, but as the area under the control of the opposition forces increased, the real horror of the Gaddafi regime started to come to light. Only about 5% of Libyans had access to internet, and Gaddafi did not consider the new media to be a threat. But the elements based in the eastern city of Benghazi, opposed to Col Gaddafi were more cogent in their strategy, mobilising disparate groups of militias, and coordinating with the NATO forces.

While the outside world may have become aware of the true nature of the Gaddafi regime only after the fall of that regime, the success of the apparently un-organised opposition forces, no doubt aided by the



NATO air strikes on Gaddafi forces, bears testimony to the widespread animosity against the four decade long rule of Gaddafi that must have been building for a long time, although the enormity of that sentiment had remained undetected for years.

### Jasmine fails to bloom

The country that paid very close attention to the Arab Spring may have been China. Within weeks of the turmoil in North Africa, the great Chinese firewall added new word to their vocabulary of banned searches on the internet. The word 'Jasmine' found a place along with 'democracy', 'freedom' and related ideas that the Chinese authorities deem inappropriate. The authorities reportedly banned gathering of more than five people at critical locations across the country for the fear of inspiring a wave of protests.

Recent experience of China adds to this mosaic of popular experiences. While China severely restricts access of Chinese citizens to international social media platforms, such as blogspots and Twitter, it has allowed local companies to provide services similar to social media and micro-blogging platforms. The government has employed thousands of censors to monitor discussions, and block what is deemed politically sensitive, and try to identify potential dissidents. But during the recent spate of high-speed train crashes, the raging debate and criticism on these platforms simply overwhelmed the official censors. The authorities simply decided to delete all discussions which were deemed inappropriate. On the other hand, many Chinese citizens have become extremely IT savvy, and are constantly discovering new ways to outmanoeuvre the authorities. And the state agencies are engaged in a running cat and mouse game!

Another country where the Jasmine apparently failed to bloom is Iran. In 2009, following the presidential election, which saw the reelection of Mahmoud Ahmadinejad, people protested on the streets for weeks. The government cracked down heavily, leading to many arrests, injuries and deaths. The death of Neda Agha Soltan, a 27 year old woman, on a Teheran street, was vividly captured by cameras on mobile phones, and posted on the internet. She was among the hundreds that were killed by government snipers

randomly shooting at crowds to instil a sense of fear. While these protests completely exposed the inherent weakness in the echelons of the Iranian regime, the regime was able to contain the opposition movement. One reason for that is perhaps that the opposition was not seeking to change the regime, but only its present leadership.

The social media have emerged in recent years as a new way to build awareness, mobilise opinion, and organise people. But it would be worthwhile to keep in mind that mass mobilisation on critical social and political issues have been there for a couple of thousand years. Therefore building organisations and expanding networks of contacts are critical if the movements are to become more meaningful. And this requires a leadership with vision and competence.

Spring is a time for hope. And the events in the Arab world do give a lot of hope to people fighting injustice and oppression across the world. But spring is followed by summer, and it takes leadership to nurture the movements through difficult times. And only if the ground has been prepared well, only then the rains that follow the summer will be able to promise a good harvest.

Social media has greatly enhanced people's capacity to communicate and share news and opinions. The new technology has made communication truly a two way street. But the destination still has to be agreed upon, and the capacity to undertake the journey needs to be developed. Social media provides a tool. Leadership is necessary to productively harness the new technologies. Too often in history, revolutions have failed to deliver the promise because of the failure of leadership.

**Barun S. Mitra**

President Liberty Institute India

Bildnachweis Titel: Gerd Altmann/Pixelio





## Online-Papiere aus dem Bereich Internationale Politik

	<p><b>Politische Berichte aus aktuellem Anlass</b></p> <p>N° 55/11 Neue Machtverhältnisse in Slowenien nach Neuwahlen: Triumph für Politikneulinge, Dämpfer für etablierte Parteien, Debakel für Liberale</p> <p>N° 54/11 Machtwechsel in Kroatien: Liberale Kräfte im Aufwind</p> <p>N° 53/11 Russland nach der Wahl: Trotz massiver Manipulationen bleibt nicht alles beim alten</p> <p>N° 52/11 Parlamentswahl in Marokko: Gemäßigte Islamisten gehen als Sieger hervor</p> <p>Download unter: <a href="http://www.freiheit.org/webcom/show_article.php/_c-415/i.html">http://www.freiheit.org/webcom/show_article.php/_c-415/i.html</a></p>
	<p><b>Policy Papers der Regionen</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Europäische Institutionen und Nordamerika</li> <li>- Lateinamerika</li> <li>- Mittelmeerraum</li> <li>- Mittel-, Südost- und Osteuropa, Südkaukasus und Zentralasien</li> <li>- Südost- und Ostasien</li> <li>- Subsahara Afrika</li> <li>- Südasien</li> </ul> <p>Download unter: <a href="http://www.freiheit.org/webcom/show_article.php/_c-413/i.html">http://www.freiheit.org/webcom/show_article.php/_c-413/i.html</a></p>
	<p><b>Hintergrundpapiere</b></p> <p>Nr. 19/2011 Ägypten vor den Wahlen: Historische Entscheidung am Nil</p> <p>Nr. 18/2011 Russland vor den Wahlen – Geringe Chancen für die Demokratie</p> <p>Nr. 17/2011 Wandel in Myanmar</p> <p>Nr. 16/2011 Mythenkultur und Markenbildung – Argentinien vor den Wahlen</p> <p>Download unter: <a href="http://www.freiheit.org/webcom/show_article.php/_c-414/i.html">http://www.freiheit.org/webcom/show_article.php/_c-414/i.html</a></p>

### IMPRESSUM

#### Herausgeber

Friedrich-Naumann-Stiftung für die Freiheit  
 Bereich Internationale Politik  
 Referat für Querschnittsaufgaben  
 Karl-Marx-Str. 2  
 14482 Potsdam-Babelsberg

Redaktion: Johannes Issmer  
 E-Mail: [politikanalyse@freiheit.org](mailto:politikanalyse@freiheit.org)

Telefon: +49(331) 7019-520  
 Fax: +49(331) 7019-132/133

Bildnachweis Titel: Gerd Altmann/pixelio.de

Weitere Publikationen aus dem Bereich Internationale Politik der Friedrich-Naumann-Stiftung für die Freiheit finden Sie unter [www.freiheit.org](http://www.freiheit.org)