

Die Bedeutung Sozialer Netzwerke in der arabischen Welt

Wäre die arabische Revolution auch ohne Social Media möglich gewesen? Seit Beginn der Protestbewegungen in Nordafrika im Dezember 2010 wird diskutiert, inwieweit Facebook, Twitter, YouTube und Co zum Umsturz und Wandel in der arabischen Welt beigetragen haben.



Quelle: www.flickr.com

Das Phänomen Social Media

Was sind Soziale Netzwerke? Die virtuellen Plattformen sind ein Medientypus, der unterschiedliche Formate wie E-Mail, Chat, Video und Foto miteinander verbindet und sowohl der privaten als auch der beruflichen Kommunikation dient. Die Plattform Facebook, die im September 2006 erstmals online ging, verbindet über 550 Millionen Menschen auf der ganzen Welt miteinander und ermöglicht es ihnen Kontakt zu Freunden und Bekannten zu halten sowie Informationen zu veröffentlichen. Neben der Verbreitung von unterhaltenden Inhalten, werden Netzwerke wie Facebook, Twitter und YouTube vermehrt auch für politische und ökonomische Zwecke genutzt.

Tahrir Square vs. Internet

Die Meinungen über den Einfluss der Social Media auf die arabische Welt gehen weit

auseinander. Jillian C. York, die als Journalistin für *Al Jazeera English* und *Global Voices Online* arbeitet, ist der Meinung, dass die Revolutionen in Nordafrika nicht alleine durch virtuelle Netzwerk-Dienste in Gang gesetzt wurden und unterstreicht dies mit dem Verweis auf den Tunesier Mohamed Bouazizi, der sich am 17. Dezember 2010 in Brand gesteckt hatte, nachdem er von einer Polizistin geohrfeigt worden war¹. Der Wille der Menschen, die auf dem Kasbah Platz in Tunis oder auf dem Tahrir Platz in Kairo für ein demokratisches System in ihrem Land demonstrieren, sei derart stark, dass sie keine Social Media bräuchten, so York.

Professor Philip Howard von der Washington University und Autor des Buches *The Digital Origins of Dictatorship and Democracy: Information Technology and Political Islam* ist da anderer Meinung: „Virtuelle Plattformen ermöglichen nicht nur eine freie Meinungsäußerung, sondern können zudem eine große Masse von Menschen mobilisieren. Du musst wissen, dass du auf dem Platz nicht der Einzige bist, der gegen das System demonstriert.“²



Quelle: www.telegraph.co.uk

¹ <http://recampaign.de/tools-of-change-das-internet-social-media-und-der-arabische-fruhling>

² <http://flipthemedias.com/index.php/2011/02/the-arab-revolution-and-social-media/>

Konrad-Adenauer-Stiftung e.V.

**REGIONALPROGRAMM
GOLF-STAATEN**

KATHARINA MILZ

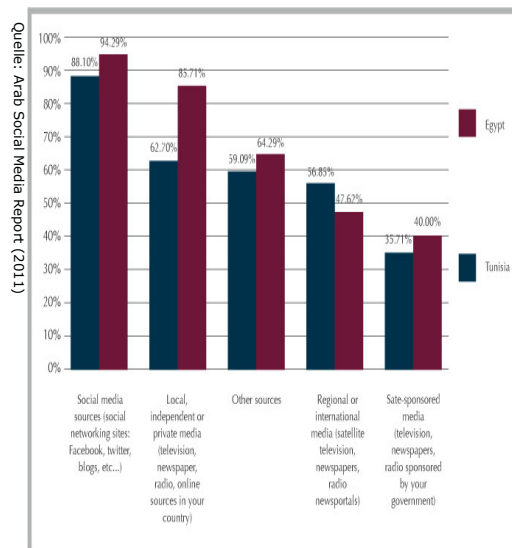
Juli 2011

www.kas.de/rpg

www.kas.de

Egal aus welcher Perspektive der Einfluss sozialer Netzwerke auf die arabische Revolution betrachtet wird, sie ermöglichen den Aktivisten ihr Anliegen voranzutreiben und die Geschehnisse nicht nur zu dokumentieren, sondern einer breiten Öffentlichkeit zeitnah zugänglich zu machen. Angesprochen auf die Bedeutung von Facebook in der arabischen Welt, reagiert Mark Zuckerberg, Gründer und Vorstandsvorsitzender der virtuellen Plattform, bescheiden: „Es wäre von jeder Art von Technologie äußerst arrogant zu glauben, die Revolution sei ihr Produkt. Facebook spielt keine bedeutende Rolle im arabischen Frühling“³. Die Bloggerin Elisabeth Hunter ist der Ansicht, dass die sozialen Netzwerke zwar als Katalysator für die Protestwellen dienen, traditionelle Medien aber weitaus mehr Einfluss haben. Arabische Fernsehsender, insbesondere *Al Jazeera*, geben Fotos, Videos und Informationen gebündelt an ein Weltpublikum weiter und liefern dazu eine Einordnung der Ereignisse. *Al Jazeera* erreicht allein im arabischen Raum über 40 Millionen Menschen und damit auch jene, die keinen Internetzugang haben und dennoch informiert sein möchten⁴.

Where did you get your /information on the events during the civil movements?



3 Reuters am 26. Mai 2011

4 Allied Media Corporation: http://www.allied-media.com/aljazeera/jazeera_advertising.html am 6.07.2011

Das *Abu Dhabi Gallup Center*, ein Meinungsforschungsinstitut, fand heraus, dass beispielsweise lediglich 17% der Ägypter einen Internetzugang haben und 81% der ägyptischen Bevölkerung beziehen ihre Informationen aus dem *Egyptian State TV*; 63% schauen *Al Jazeera* ⁵.

Facebook in der arabischen Welt

Mit der Frage nach dem Einfluss der virtuellen Netzwerke hat sich die *Dubai School of Government* in ihrem im Januar 2011 veröffentlichten *Arab Social Media Report (ASMR)* beschäftigt. Dieser zeigt nicht nur die Veränderungen und aktuelle Trends in der Nutzung Sozialer Netzwerke (schwerpunktmäßig Facebook) auf, sondern gibt insbesondere Aufschluss über verschiedene Einflussfaktoren.

In der arabischen Welt benutzen immer mehr Menschen die virtuellen Plattformen um sich zu vernetzen. Innerhalb eines Jahres hat sich die Zahl der arabischen Facebook-Nutzer beinahe verdoppelt, von 14,8 Millionen (Stand April 2010) auf 27,7 Millionen (Stand April 2011). „Der arabische Frühling führte zu einem Wachstum der Facebook-Gemeinde und veränderte auch die Art und Weise wie Facebook von den Nutzern verwendet wird“, so Fadi Salem von der *Dubai School of Government* ⁶. Auch der Kurznachrichten-Dienst *Twitter* erfreut sich vermehrter Beliebtheit. Allein in den Vereinigten Arabischen Emiraten nutzen an die 200.000 Menschen *Twitter* ⁷. Ein Großteil der Kurznachrichten ist auf Englisch, um sie so weltweit zugänglich zu machen.

Etwa 21,4 Millionen Menschen aus dem arabischen Raum nutzen Facebook regelmäßig (Stand Dezember 2010). Ein Drittel der arabischen Bevölkerung ist zwischen 15 und 29 Jahre alt, unter den Facebook-Nutzern gehören 75% dieser Altersgruppe

5 <http://www.abudhabigallupcenter.com/147896/Egypt-Tahrir-> am 06.07.2011

6 Fadi Salem bei der Konferenz „The Role of the Media in Arab Societies“ der KAS in Abu Dhabi am 14.06.2011

7 Gulfnews.com am 8.06.2011

Konrad-Adenauer-Stiftung e.V.

**REGIONALPROGRAMM
GOLF-STAATEN**

KATHARINA MILZ

Juli 2011

www.kas.de/rpg

www.kas.de

an⁸. Der große Zuwachs von *Facebook*-Nutzern wird häufig mit den Möglichkeiten, welche die Plattform bietet, erklärt. So haben Social Media das Potential die regionale Bürgerbeteiligung zu steigern, soziale Integration und ökonomischen Fortschritt zu fördern. Dabei ist der Anteil arabischer *Facebook*-Nutzer, die zwischen 15 und 29 Jahre alt sind, signifikant höher als der gesamte Anteil von Jugendlichen (15-29) im arabischen Raum.

Generell wird *Facebook* in der arabischen Welt nicht nur zur Aufrechterhaltung bestehender Kontakte genutzt, sondern zudem um Menschen mobilisieren, sei es um politische, wirtschaftliche oder kulturelle Themen. *Facebook* wird ebenso zur Stärkung des Bürger-Journalismus sowie zur Verbesserung der Interaktion zwischen Regierung und Bevölkerung genutzt. Das Staatsoberhaupt der VAE, Scheich Khalifa bin Zayed Al Nahyan, hat beispielsweise eine eigene *Facebook*-Seite, auf welcher in regelmäßigen Abständen über das Herrscherhaus berichtet wird.

Facebook Users and Official Population Figures for the GCC Countries

Quelle: Arab Social Media Report (2011)

Country	Population	Facebook users	Facebook penetration
Oman	3,103,580	277,840	8.95
Saudi Arabia	27,136,979	4,092,600	15.08
Kuwait	3,484,881	795,100	22.82
Bahrain	1,234,596	302,940	24.54
Qatar	1,699,435	481,280	28.32
UAE	8,260,000	2,406,120	29.13

Von allen arabischen Ländern wird *Facebook* in den Vereinigten Arabischen Emiraten am häufigsten benutzt. Mehr als 45% der emiratischen Bevölkerung hat ein *Facebook*-Profil, somit sind die VAE im weltweiten Vergleich unter den Top-Zehn Ländern, in denen *Facebook* am intensivsten genutzt

wird. Um die jeweilige Nutzungsrate von *Facebook* zu ermitteln, wurden für die ASMR die *Facebook*-Profile im Verhältnis zur Gesamtbevölkerung eines Landes betrachtet. Interessanterweise wird *Facebook* besonders in jenen Ländern außerordentlich stark genutzt, die auch die höchste Rate an Ausländern haben.

Untersucht man die geschlechtsspezifischen Unterschiede der *Facebook*-Nutzung im arabischen Raum, wird deutlich, dass es im Libanon das ausgeglichene Verhältnis von weiblichen und männlichen Nutzern gibt, gefolgt von Bahrain, Jordanien und Tunesien. Im Gegensatz dazu sind die *Facebook*-Nutzer in Somalia und im Jemen überwiegend männlich. Generell liegt der Anteil weiblicher *Facebook*-Nutzer mit 30% weit unter dem Durchschnitt von 54%. Geringe politische und ökonomische Beteiligung sowie schlechte Zugangsmöglichkeiten zum Gesundheitssystem und zur Bildung sind Gründe, auf die der ASMR den relativ niedrigen Anteil von arabischen *Facebook*-Nutzerinnen zurückführt.

Als weiterer Einflussfaktor auf die *Facebook*-Nutzung analysierte die *Dubai School of Government* den *Digital Access Index* (DAI), welcher die Zugangsmöglichkeiten zum Internet in messbaren Kennziffern anzeigt. Länder mit hohem DAI, also mit guten Zugangsmöglichkeiten zum Internet, haben eine hohe *Facebook*-Nutzungsrate. In Ländern mit sehr hoher beziehungsweise sehr niedriger *Facebook*-Nutzungsrate, sind DAI und Einkommen ausschlaggebende Einflussfaktoren. Ebenso wie das Einkommen und der DAI, hat auch der *Human Development Index* (HDI) Einfluss auf den Konsum von *Facebook* in der arabischen Welt. Der HDI beschreibt die Entwicklungen eines Landes in den Bereichen Lebenserwartung, Bildung und Bruttoinlandsprodukt pro Kopf. Je höher der HDI-Wert eines Landes, desto größer die *Facebook*-Nutzungsrate.

Interessanterweise gibt es in manchen arabischen Ländern, wie Djibouti und dem Irak, mehr *Facebook*-Nutzer als Internet-Nutzer. Das lässt sich dadurch erklären, dass *Facebook*-Nutzer in diesen Ländern mit

⁸ Arab Social Media Report, Dubai School of Government (2011)

Konrad-Adenauer-Stiftung e.V.

**REGIONALPROGRAMM
GOLF-STAATEN**

KATHARINA MILZ

Juli 2011

www.kas.de/rpg

www.kas.de

ihrem Handy im Internet surfen, sich einen Internetanschluss teilen oder die Plattform in Internet-Cafés nutzen. Der ASMR befasste sich zudem mit der Frage wie frei das Internet in den jeweiligen arabischen Ländern genutzt werden kann und prüfte dann die Auswirkungen dessen auf die *Facebook*-Nutzungsrate. Erstaunlicherweise haben jene Länder, mit der höchsten *Facebook*-Nutzung (VAE, Bahrain, Katar) das am stärksten regulierte Internet. Wie in vielen westlichen Ländern, haben die VAE kommerzielle Richtlinien zum Gebrauch des Internets erlassen, die sich insbesondere auf Unternehmen beziehen. Dieser Leitfaden wurde von der *General Information Authority* und der *Dubai School of Government* herausgegeben. Saudi Arabien hingegen zensiert das Internet und erließ Regelungen, die Webseiten mit unmoralischen, unislamischen und oppositionellen Inhalten verbieten.

Der *Global Gender Index* (GGI), entwickelt vom Weltwirtschaftsforum, zeigt geschlechtsspezifische Unterschiede in den Bereichen Wirtschaft, Politik, Bildung und Gesundheitsversorgung an und wurde vom ASMR als Einflussfaktor auf die *Facebook*-Nutzungsrate untersucht. Die Analyse zeigt, dass es keine Korrelation zwischen dem GGI und dem Konsum von *Facebook* gibt. Während der Anteil weiblicher *Facebook*-Nutzer in den arabischen Ländern variiert, ist der GGI in der Region größtenteils einheitlich. Insgesamt lässt sich sagen, dass jene arabischen Länder mit der höchsten *Facebook*-Nutzungsrate über ein hohes Bruttoinlandsprodukt pro Kopf verfügen, einen hohen HDI und DAI Wert haben und das Internet intensiv und häufig benutzen. Allerdings sind es auch diese Länder, in denen das Internet am stärksten von der Regierung reguliert und überwacht wird⁹.

Keine Arabische Revolution ohne Social Media?

Die Bürgerbewegungen in Tunesien und Ägypten sind Beispiele für die veränderte Nutzung neuer Medien im arabischen

Raum. Innerhalb von zwei Wochen¹⁰ wuchs die tunesische *Facebook*-Gemeinde um 8% . Es ist nicht zu beantworten, ob die arabische Revolution auch ohne die Nutzung Sozialer Netzwerke möglich gewesen wäre. Allerdings lässt sich sagen, dass die Geschehnisse im arabischen Raum durch die Kombination von Social Media und klassischen Medien, die darüber berichten, schneller an die Weltöffentlichkeit gelangten, als es vielleicht ohne die virtuellen Plattformen der Fall gewesen wäre. Soziale Netzwerke ermöglichen eine flexible Koordination von Protestbewegungen und können daher als Beschleuniger dieser Prozesse gesehen werden.



Zwar werden die virtuellen Netzwerke in der arabischen Welt von immer mehr Menschen verwendet, jedoch darf die Rolle traditioneller Medien in der Gesellschaft nicht unterschätzt werden. So wurden in Kairo beispielsweise ausgedruckte *Facebook*-Seiten, mit den neuesten Mitteilungen, unter den Protestierenden verteilt, so dass auch jene ohne *Facebook*-Account und Internet von den aktuellen Entwicklungen erfuhren. Es werden ohne Zweifel viele Informationen über soziale Medien mitgeteilt, doch an eine breite Öffentlichkeit gelangen sie meist über klassische Medien, wie Fernsehen, Radio und Print. Die Politik der einzelnen arabischen Länder und die Unzufriedenheit der Menschen ist letztlich entscheidend, ob ein Umsturz der Regierung stattfindet oder nicht. Ob dies mit oder ohne Hilfe von Social Media geschieht, ist dabei nebensächlich.

⁹ Arab Social Media Report, Dubai School of Government (2011)

¹⁰ Zwischen dem 1. Januar und dem 15. Januar 2011