



Hochschule für Angewandte
Wissenschaften Hamburg
Hamburg University of Applied Sciences

Bachelorarbeit

im Studiengang Medien und Information

Hochschule für Angewandte Wissenschaften, Hamburg
Fakultät Design, Medien und Information
Department Information

Erstprüfer: Prof. Dr. Johannes Ludwig

Zweitprüfer: Prof. Dr. Dirk Lewandowski

Bearbeitungszeitraum: 22. Juli 2009 bis 22. Oktober 2009

Die Bedeutung von Social Media in Ländern mit eingeschränkter Meinungsfreiheit. Fallbeispiel: Die Vorgänge in Iran im Jahr 2009

Sandra Rudel

Kurzfassung

Die Islamische Republik Iran ist eines der Länder, in denen die Meinungs-, Presse- und Informationsfreiheit von der Regierung stark eingeschränkt wird. Das Internet stellt deshalb ein wichtiges Mittel für die iranische Bevölkerung zur freien Meinungsäußerung dar. Durch Social Media-Anwendungen werden die Kommunikationsmöglichkeiten im World Wide Web erweitert. Die vorliegende Arbeit untersucht die Bedeutung der Social Media in der Islamischen Republik Iran. Die Untersuchungsgrundlage hierzu bilden die Vorgänge im Zuge der Präsidentschaftswahlen am 12. Juni 2009. Der Einsatz von Social Media im Rahmen der Präsidentschaftswahlen gibt Auskunft über den Nutzen für verschiedene Interessengruppen in Iran. Die Formen und Auswirkungen der staatlichen Meinungseinschränkungen lassen weitere Schlüsse auf die Bedeutung der Social Media zu, der Fokus liegt hierbei auf der Zensur des Internets als Träger der Social Media-Anwendungen. Aus diesen unterschiedlichen Sichtweisen wird die Bedeutung von Social Media im Allgemeinen und bezogen auf das Fallbeispiel im Speziellen deutlich.

Schlagwörter: Social Media, Iran, eingeschränkte Meinungsfreiheit, Internet, Internetzensur, Regime

Inhaltsverzeichnis

Kurzfassung	2
Inhaltsverzeichnis.....	3
Abbildungsverzeichnis	5
Tabellenverzeichnis.....	5
Abkürzungsverzeichnis.....	6
1 Einleitung.....	7
1.1 Hypothesen	8
1.2 Untersuchungsziele und Methodik	8
1.3 Gliederung und Aufbau der Arbeit	10
2 Das Internet zwischen Partizipation und Zensur	12
2.1 Internetzensur.....	14
3 Social Media	17
3.1 Social Networks	18
3.1.1 Facebook	19
3.2 Social Sharing	21
3.2.1 YouTube	21
3.2.2 Flickr	22
3.3 Weblogs	23
3.4 Mikroblogging / Twitter	24
4 Das politische System des Iran.....	26
4.1 Das geistliche Oberhaupt / der Revolutionsführer.....	28
4.2 Der Wächterrath.....	28
4.3 Der Staatspräsident (Exekutive)	29
4.4 Der Expertenrat.....	29
4.5 Der Schlichtungsrath.....	30
4.6 Das Parlament (Legislative).....	30
4.7 Der Oberste Rat der Justiz (Judikative)	30
4.8 Das Volk	30

4.9	Parteien in Iran	31
5	Internet, Medien und Zensur in Iran.....	32
5.1	Meinungsfreiheit	32
5.2	Die staatliche Kontrolle der Medien in Iran	33
5.3	Internet in Iran.....	34
5.3.1	Die Entwicklung des Internets in Iran	36
5.4	Internetzensur in Iran	39
5.5	Freiheit im Internet	41
5.6	Weblogs in Iran.....	43
6	Präsidentenwahlen 2009 in Iran	45
6.1	Chronologie der Wahlen	47
7	Einsatz von Social Media in Iran.....	57
7.1	im Wahlkampf	57
7.2	im Rahmen der Proteste	62
7.3	Der Twitter-Nutzer ‚persiankiwi‘	64
8	Die Bedeutung von Social Media	68
8.1	für die Protestbewegung	69
8.2	für die iranische Regierung	71
8.3	für die internationale Berichterstattung	73
9	Zusammenfassung und Ausblick.....	76
	Anhang A: E-Mail-Interview mit Reporter ohne Grenzen	78
	Anhang B: Statistik zu persiankiwi	81
	Literaturverzeichnis.....	82
	Erklärung.....	99

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Internetnutzer weltweit am 31. März 2009	12
Abbildung 2: Zusammenhang zwischen Vernetzungsgrad und Regulierungsbedarf	15
Abbildung 3: Social Media-Anwendungen	18
Abbildung 4: Screenshot der Webseite Flickr	22
Abbildung 5: Die verfassungsmäßige Machtstruktur des Iran	27
Abbildung 6: Entwicklung des Breitbandnetzes in Iran 1997 bis März 2008	35
Abbildung 7: Facebook-Seite von Mir Hossein Mussawi	60
Abbildung 8: Videos auf YouTube zu den Wahlen in Iran	63
Abbildung 9: ‚Where is my vote?‘ – Solidaritätssymbol im Web	64
Abbildung 10: Twitter-Account ‚persiankiwi‘	65
Abbildung 11: Intervall der Nachrichten von persiankiwi	66

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1: Wahlergebnisse der Präsidentschaftswahl 2009 in Iran	51
Tabelle 2: Webseiten und Blogs der Präsidentschaftskandidaten	58

Abkürzungsverzeichnis

ARD	Arbeitsgemeinschaft der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten der Bundesrepublik Deutschland
BBC	British Broadcasting Corporation
BITNET	“Because It’s Time Network”
CERN	Conseil Européen pour la Recherche Nucléaire / Europäische Organisation für Kernforschung
EARN	European Academic & Research Network
FNA	Fars News Agency
ILNA	Iranian Labour News Agency
IPM	Institute for Studies in Theoretical Physics and Mathematics
IRI	Iranische Republik Iran
IRIB	Islamic Republic of Iran Broadcasting
IRNA	Islamic Republic News Agency
ISNA	Iranian Student's News Agency
ISP	Internet Service Provider
NGO	Non-Governmental Organization
ONI	OpenNet Initiative
ROG	Reporter ohne Grenzen
SCCR	Supreme Council of the Cultural Revolution
TCI	Telecommunication Company of Iran
VOA	Voice of America
ZDF	Zweites Deutsches Fernsehen

1 Einleitung

„Where is my vote?“ – Diese Frage stellt sich nach der Präsidentschaftswahl am 12. Juni 2009 das iranische Volk. Das grüne Bild mit den weißen Buchstaben ist auch Tage später auf den Straßen präsent und sogar in der virtuellen Welt des Internet zierte es die Nutzer-Seiten von Social Media-Anwendungen wie Facebook oder Twitter.

Das Ergebnis der Präsidentschaftswahl 2009 fällt mit 62,6 Prozent der Stimmen (vgl. BBC 2009) eindeutig zugunsten des ultrakonservativen Hardliners Mahmud Ahmadi-nedschad aus, der damit seine zweite Amtszeit begeht. Mit diesem Wahlausgang hatten weder Wahlexperten, noch die Opposition gerechnet. Es wird von Wahlbetrug gesprochen.

Das umstrittene Wahlergebnis löst Massenproteste in vielen Teilen des Landes aus. Hunderttausende Iraner gehen auf die Straße und fordern ihre Stimme zurück. Die iranischen Ordnungshüter gehen mit einem hohen Maß an Gewalt gegen die Protestler vor. Mehr als 1.000 Demonstranten und Oppositionelle werden während der Proteste festgenommen, mindestens 20 von ihnen werden getötet (vgl. NDR/ARD-AKTUELL 2009d).

Die Protestler dokumentieren die Geschehnisse mit ihren Handykameras und stellen die wackeligen Bilder anschließend auf Internetportalen wie YouTube und Flickr ein. Informationen zur aktuellen Lage werden im Minutentakt über den Mikroblogging-Dienst Twitter verbreitet. „On one side are government thugs firing bullets. On the other side are young protesters firing ‘tweets’“ (KRISTOF 2009). So gelangen Informationen an die Öffentlichkeit, die die iranische Regierung gerne unter Verschluss halten möchte.

Das repressive Regime versucht Herr der Lage zu bleiben: „Um die Berichterstattung über Betrugsvorwürfe zu unterdrücken, werden Journalistinnen und Journalisten festgenommen, Zeitungen geschlossen, Webseiten gesperrt, Beamte entlassen, Artikel zensuriert und das Mobilfunknetz teilweise gesperrt“ (ROG 2009c).

Die Islamische Republik Iran ist eines der Länder, in denen die Meinungs-, Presse- und Informationsfreiheit von der Regierung stark eingeschränkt wird. So befinden sich Fernsehen und Rundfunk komplett in staatlicher Hand. Die internationale Menschenrechtsorganisation *Reporter ohne Grenzen* veröffentlicht jährlich eine Rangliste der Pressefreiheit. In dieser belegt der Iran Platz 166, die Volksrepublik China Platz 167, das Schlusslicht auf Rang 173 bildet der Staat Eritrea in Nord-Afrika. (vgl. ROG 2008)

Die Zensur der Medien ist eine gängige Praxis des iranischen Regimes, der auch das Internet unterworfen ist. Als „größter Feind des Internets im Nahen Osten“ (ROG 2009) versucht das iranische Regime das Internet in ein Intranet umzuwandeln, ein internes Netzwerk für den Datenaustausch innerhalb des Landes. Dennoch ist es für viele Iraner eines der freisten Mittel zum Meinungs- und Informationsaustausch. (vgl. ROG 2009)

Mit Social Media-Anwendungen werden die Kommunikationsmöglichkeiten über das World Wide Web erweitert. „Die Portale liefern einen virtuellen Weg aus der publizistischen und moralischen Enge des Landes, sie bieten auch die Möglichkeit, sich international auszutauschen“ (FARAH 2009).

1.1 Hypothesen

In der Islamischen Republik Iran ist das Internet eines der freisten Mittel zur Meinungsäußerung und zur Verbreitung von Informationen. Durch die eingeschränkte Meinungsfreiheit in Iran, hat Social Media eine große Bedeutung für die Bevölkerung. Die Verwendung von Social Media-Anwendungen trägt zum Kommunikationsprozess und Informationsaustausch der Bevölkerung bei. Web-Autoren können dadurch mit einfachen Mitteln über das World Wide Web ein großes Publikum erreichen. Damit wird nicht nur Einfluss innerhalb der virtuellen Welt genommen.

Mit Tricks und technischen Mitteln, wie spezieller Software, schafft es die iranische Bevölkerung, sich der staatlichen Internetzensur zu entziehen. Die einschränkende Seite versucht dem durch entsprechende Filterprogramme entgegenzuwirken. Ungewünschte Webseiteninhalte werden dem Nutzer dadurch erst gar nicht zugänglich gemacht.

Findet die Software eine Webseite mit regierungskritischen Äußerungen, so hat dessen Autor mit rechtlichen Konsequenzen des iranischen Regimes zu rechnen. Die Grundlage hierzu bilden die rechtlichen Rahmenbedingungen des Iran. Aus Sicht westlicher Demokratien kollidieren diese in erheblichem Maße mit den Grundsätzen der Meinungsfreiheit.

1.2 Untersuchungsziele und Methodik

In der vorliegenden Arbeit soll herausgefunden werden, welche Bedeutung den Social Media-Anwendungen in der Islamischen Republik Iran zuteil kommt. Hierfür werden die Vorgänge im Zuge der Präsidentschaftswahlen im Juni 2009 analysiert.

Die Bedeutung der Social Media lässt sich zum einen aus dem Nutzen, den diese dem Anwender stiftet, herleiten. Zum anderen spielen die Formen der Meinungseinschrän-

kung eine wichtige Rolle. In Ländern mit eingeschränkter Meinungsfreiheit kommt dem Internet und dessen Möglichkeiten zur Kommunikation eine wichtige Rolle für die Bevölkerung zuteil.

Der theoretische Nutzen der Social Media lässt sich durch eine Analyse der Funktionen ausgewählter Social Media-Anwendungen im Internet herausfinden. Hierbei wird sich auf einige für das Fallbeispiel relevante Anwendungen beschränkt. Es erfolgt eine Betrachtung der Funktionen von Facebook, YouTube, Flickr und Twitter. Ergänzende Informationen werden der Fachliteratur entnommen.

Der praktische Nutzen der Social Media soll anhand der Vorgänge anlässlich der Präsidentschaftswahlen analysiert werden. Hierzu wird der Einsatz von Social Media während des Wahlkampfes und im Rahmen der Proteste durch Internetrecherchen, insbesondere in Social Media-Anwendungen, ermittelt. Um relevante Seiten ausfindig zu machen, wird sich zusätzlich auf die journalistische Berichterstattung im Internet gestützt. Die Sprachbarriere stellt einen bedeutenden Nachteil zur inhaltlichen Analyse der iranischen Social Media-Auftritte im Internet dar. Dem kann nur bedingt durch iranischsprachige Kontakte entgegengewirkt werden.

Um die Formen und das Ausmaß der Meinungseinschränkung in Iran zu beschreiben, wird sich zum einen auf Fachliteratur und -aufsätze gestützt, zum anderen sind auch hier Internetrecherchen erforderlich.

Das Internet nimmt, bedingt durch den Schwerpunkt der Social Media, eine wichtige Rolle als Recherchewerkzeug für diese Arbeit ein. Aufgrund der Aktualität der Präsidentschaftswahlen, sind zudem zahlreiche Expertenmeinungen zu den Vorgängen anlässlich der Präsidentschaftswahlen verfügbar. In Hinblick auf das Untersuchungsziel sollen weitere Meinungen eingeholt werden.

Aus den gewonnenen Informationen und Erkenntnissen soll anschließend die Bedeutung von Social Media in Iran hergeleitet werden. Hierbei wird eine Unterteilung der Bedeutung in Iran im Allgemeinen, und bezogen auf das Fallbeispiel im Speziellen vorgenommen.

Empirische Untersuchung zur Nutzung und Bedeutung von Social Media in Iran gibt es nicht. Eine Umfrage würde, aufgrund der verschärften Zensurmaßnahmen der iranischen Regierung im Rahmen der Präsidentschaftswahlen, eine große Gefahr für die Befragten Internetnutzer in Iran bergen.

1.3 Gliederung und Aufbau der Arbeit

Zu Beginn der Arbeit erhält der Leser eine theoretische Einführung in die Kommunikationsmöglichkeiten des Internets. Diese ist wichtig, denn das Internet ist nicht nur Träger der Social Media-Anwendungen, sondern auch das Ziel von Zensurmaßnahmen durch repressive Regimes. Kapitel 2 beschreibt deshalb die Struktur des Internets und dessen Potential zur Kommunikation. In einem weiteren Schritt soll in die Thematik der Internetzensur eingeführt werden.

Das dritte Kapitel gibt eine theoretische Einführung zum Begriff der Social Media und stellt einige der für das Fallbeispiel relevanten Social Media-Anwendungen vor. Die Relevanz ergibt sich aus der Nutzung dieser Plattformen im Zuge der Präsidentschaftswahlen in Iran in 2009. In diesem Zusammenhang werden einige der Kommunikationsmöglichkeiten und Funktionen dieser Dienste erläutert, um daraus im späteren Verlauf auf die Bedeutung von Social Media für den Nutzer schließen zu können.

Kapitel 4 stellt das politische System der Islamischen Republik Iran vor. Dieses Grundwissen ist zum besseren Verständnis der politischen Machtstrukturen im Hinblick auf den weiteren Verlauf der Arbeit unerlässlich.

Die Formen der eingeschränkten Meinungsfreiheit werden dem Leser im fünften Kapitel nahegebracht. Dazu bedarf es vorab der Begriffsklärung der Meinungsfreiheit. Hierauf folgt ein kurzer Einblick in die staatliche Kontrolle der Medien in der Islamischen Republik Iran. In Hinblick auf die Bedeutung von Social Media anhand des Fallbeispiels, liegt der Fokus dieses Kapitels auf der Einschränkung der Meinungsfreiheit im Internet. Nach einer kurzen Einführung zum Internet in Iran, wird anhand dessen Entwicklung die zunehmende Zensur durch die iranische Regierung verdeutlicht. Zusätzlich werden einige der Zensurmaßnahmen vorgestellt, sowie die Möglichkeiten der Internetnutzer in Iran, diese zu umgehen, um auf geblockte Inhalte trotz staatlicher Zensurmaßnahmen zuzugreifen. Den Abschluss dieses Kapitels bilden die Weblogs in Iran, als Mittel zur freien Meinungsäußerung. Diesen kommt in Iran eine besondere Stellung zu.

Kapitel 6 beschreibt die Präsidentschaftswahlen in Iran am 12. Juni 2009. Nach einer kurzen Einführung, folgt eine Chronologie, welche die Zeit vor und nach den Wahlen dokumentiert. Dieser Teil der Arbeit ist wichtig, um die Gesamtzusammenhänge des Fallbeispiels zu erfassen. Des Weiteren lässt sich hierdurch auf die Bedeutung von Social Media in Iran schließen.

Der Einsatz von Social Media im Zusammenhang mit den Präsidentschaftswahlen in Iran wird in Kapitel 7 analysiert: Zum einen im Zuge des Wahlkampfs, zum anderen im

Zuge der Proteste, die sich nach den Wahlen entwickelt. Durch die Einsatzmöglichkeiten können auch in diesem Kapitel schon erste Schlüsse zur Bedeutung gezogen werden.

Schließlich wird in Kapitel 8 die Bedeutung von Social Media in Iran analysiert. Hierbei erfolgt eine Unterteilung der Bedeutung von Social Media in Iran im Allgemeinen und bezogen auf das Fallbeispiel: In diesem Zusammenhang wird die Bedeutung für die Protestbewegung, die iranische Regierung und die internationale Berichterstattung geklärt.

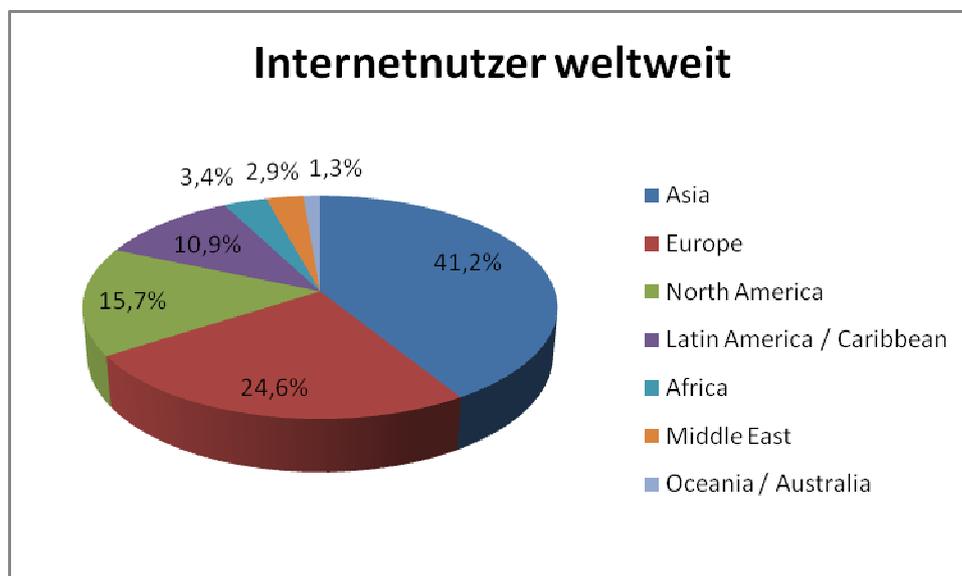
Am Schluss dieser Arbeit, in Kapitel 9, folgt eine Zusammenfassung der Ergebnisse, sowie ein Ausblick zur Relevanz von Social Media in Iran.

2 Das Internet zwischen Partizipation und Zensur

Technisch betrachtet, ist das Internet das größte Rechnernetzwerk weltweit. Es besteht aus sehr vielen miteinander verbundenen nationalen und internationalen Rechnernetzen. Die Computer in diesem Netzwerkverbund kommunizieren über die TCP/IP-Netzwerkprotokolle. Ein bedeutendes Merkmal des Internet ist dessen dezentrale Organisationsstruktur, d. h. es gibt keine leitende Instanz, die es kontrolliert. Über das Internet können verschiedene Dienste, wie die Informationsabfrage über das *World Wide Web*, der Kommunikationsaustausch über E-Mail oder das Versenden von Daten über das File Transfer Protocol in Anspruch genommen werden. (vgl. IT WISSEN 2009)

Weltweit haben im März 2009 mehr als 1,5 Milliarden Nutzer Zugang zum Internet. Abbildung 1 zeigt die ungleiche Konzentration der Internetnutzer weltweit, die unter anderem der Gesamtbevölkerungszahl, aber auch dem technischen Fortschritt und anderen politischen und ökonomischen Einflüssen zuzuschreiben sein könnten.

Abbildung 1: Internetnutzer weltweit am 31. März 2009



Quelle: IWS 2009

Ein bedeutender Faktor des Internets ist die vereinfachte Kommunikation durch Anwendungen wie Foren, Chats und Weblogs. Der ökonomische Aufwand zur Erreichung eines großen Publikums durch Internettechnologien ist sehr gering im Vergleich zum Aufwand des Betriebs eines Medienunternehmens (vgl. LUDWIG 1999, S. 362). Im Ge-

gensatz zu analogen Medien wie Print und Fernsehen, kann mittels Internettechnologien mit niedrigen ökonomischen, sowie technischen und rechtlichen Barrieren eine große Öffentlichkeit erreicht werden (NEUBERGER 2004, S. 7f. ; PALFREY/GASSER 2008, S. 150). Die kostenlose, frei verfügbare Software nimmt eine wesentliche Rolle für die Kommunikation und Offenheit des Internets ein. Nach Trümper, gehört sie zu einem der „wichtigsten Elemente der Organisationsstruktur des Internets“ (TRÜMPER 2008, S. 31).

Durch die vereinfachten Kommunikationsstrukturen innerhalb des World Wide Web kann faktisch jeder, der Zugang zu diesen Technologien erhält und sich diese leisten kann, eine große Öffentlichkeit erreichen. Der aktive Rezipient erhält somit die Möglichkeit die Rolle des „aktiven Kommunikators“ (LUDWIG 1999, S. 364) einzunehmen, der Empfänger wird zum Sender. Internettechnologien bieten neue Wege der Meinungsfreiheit und Wege, die Einschränkung der Meinungsfreiheit zu umgehen. Jeder kann seine persönlichen Ansichten zu Politik, Wirtschaft, Kultur, Religion und anderen Themengebieten über die Kommunikationstechnologien des Internets verbreiten. Wie Franz Dröge und Gerd G. Kopper bereits 1991 festgestellt haben, tragen digitale Medien wie das Internet „verstärkend und nachhaltig zur gesellschaftlichen Integration bei“ (DRÖGE/KOPPER 1991, S. 79).

Die Verfügbarkeit der neuen Kommunikationstechnologien des Internets verändert die öffentliche Kommunikation und beeinflusst Wirtschaft, Politik und andere Interessengruppen dadurch, dass „wirtschaftliches und politisches Handeln heute in steigendem Maß kommunikativ geprägt ist“ (EISENEGGER/IMHOF 2004). Die Islamwissenschaftlerin Katajun Amirpur sieht durch das Internet auch die gesellschaftspolitische Entwicklung beeinflusst:

„Das Internet besitzt das Potential, neue Formen von gesellschaftlicher Vernetzung und Kommunikation hervorzubringen, die wiederum einen bedeutenden Einfluss auf die gesellschaftspolitische Entwicklung eines Staates haben können. „Entwicklung“ ist hier gemeint als die Veränderung der Gesellschaft von einem rückständigen zu einem fortschrittlichen Zustand.“ (AMIRPUR 2007, S. 13)

Die kommunikativen Zusammenschlüsse im World Wide Web stellen Teil-Öffentlichkeiten¹ dar, die in der Lage sind auch eine massenmediale Öffentlichkeit oder eine politische Öffentlichkeit zu erreichen (vgl. LUDWIG 1999, S. 364), in dem sie rele-

¹ Nach Jarren ist die Öffentlichkeit ein „einheitlicher und umfassender Raum gesellschaftlicher Meinungsbildung, in dem Argumente, Anschauungen und Informationen allgemein verfügbar sind [...] sowie grundsätzlich offen, frei und rational kommuniziert wird“ (JARREN 1994, S. 191).

vante Themen und Skandale aufdecken und über die Kommunikationsmöglichkeiten des Internets publizieren und verbreiten.

2.1 Internetzensur

Wie eingangs erwähnt, ist die Grundstruktur des Internet dezentral organisiert. Es gibt keine Hierarchien und keine institutionalisierte Kontrollinstanz, die über das gesamte Netz verfügt (vgl. HARTH 2000, S. 64). Durch diese Dezentralität ist das Internet wenig wirksam zu beherrschen. Es bedroht „das Informationsmonopol der Regierungen und setzt zähe Auseinandersetzungen über die Kontrolle der Medien in Gang“ (ENZENSBERGER 2000).

Eine Grenze zum Zugang von Informationen im Web ist durch die Sprachbarriere gesetzt. Einem englischen Muttersprachler wird es nur mit Hilfe einer Übersetzung möglich sein ein japanisches Weblog zu lesen, wenn er der Sprache in Wort und Schrift nicht mächtig ist.

Das World Wide Web ist in vielen Teilen der Welt zugänglich und überschreitet somit länderspezifische Grenzen (vgl. Abbildung 1: Internetnutzer weltweit am 31. März 2009). Der Grad der Nutzung des Webs ist durch die Regierungen der Länder unterschiedlich geregelt, denn jedes Land hat seine eigenen Gesetze und Auflagen.

Nach Palfrey und Zittrain ballen sich die Länder mit staatlicher Internetzensur vorwiegend in Ost-Asien, im Mittleren Osten und in Nordafrika. Dennoch findet die Zensur auch in anderen Teilen der Welt statt: In Nordeuropa werden Webseiten die kinderpornographische Inhalte enthalten gefiltert, in Frankreich und Deutschland nationalsozialistische Inhalte. (vgl. PALFREY/ZITTRAIN 2008, S. 3)

Besonders in Ländern mit autokratischem Herrschaftssystem, wie Iran oder China, wird das Internet stark durch den Staat zensiert. Die Nutzung des Internet als Kommunikations- und Informationsmittel für die Bevölkerung wird stark eingeschränkt. (vgl. NASSERI 2007, S. 22 f.)

Die Bertelsmann Stiftung ist der Auffassung, dass der Regulierungsbedarf eines Netzwerkes von dessen Vernetzungsgrad abhängt (vgl. Abbildung 2).

Abbildung 2: Zusammenhang zwischen Vernetzungsgrad und Regulierungsbedarf

Grad der Vernetzung: Vom PC bis zum Internet		Notwendiger Regulierungsumfang	
Internet wird Massenmedium		Funktion zur Bekämpfung von Kriminalität; Sicherung der gesellschaftlichen Nützlichkeit	
Kommunikation für offene Benutzergruppen		Sicherheit, Authentizität, Vertraulichkeit müssen netzweit existieren	
Mehr als 2 PCs kommunizieren über das Netz		Adressen müssen eindeutig zugewiesen, Routen geschaffen und gefunden werden	
Datenaustausch über das Netz		Gemeinsame Protokolle für die Kommunikation müssen vorhanden sein	
Datenaustausch zwischen 2 PCs		Datenformate müssen über Rechengrenzen hinaus verstanden werden	

Grad der Vernetzung steigt

Grad der Vernetzung steigt

Quelle: HAMM/MACHILL 2001, S. 34

Für den Datenaustausch zwischen zwei PCs sind nur die technischen Rahmenbedingungen notwendig. Sobald jedoch eine unbestimmte Anzahl an PCs die Möglichkeit zur Vernetzung erhält, setzt der staatliche Regulierungsbedarf ein. „Je mehr die Computernetzwerke wachsen, je weiter sie in die Gesellschaft vordringen, umso mehr müssen die technischen Funktionen auch gesellschaftliche Anforderungen unterstützen wie beispielsweise den Schutz vor Netzkriminalität“ (HAMM/MACHILL 2001, S. 33).

Als Motiv der Internetzensur sehen Faris und Villeneuve drei wesentliche Punkte: Politik und Macht, gesellschaftliche Normen und Moral und Sicherheitsrisiken (vgl. FARIS/VILLENEUVE 2008, S. 9).

Repressive Regime versuchen die Kontrolle über das Volk auf zwei Wegen zu erhalten. Zum einen durch das Sammeln von Informationen im Internet um Regimekritiker zu ermitteln, zum anderen durch das Manipulieren und Blockieren von Inhalten / Informationen im Netz.

In einigen Fällen erhalten die zensurierenden Regierungen Unterstützung durch ausländische Unternehmen:

„Auch US-Diensteanbieter arbeiten eng mit den chinesischen Behörden zusammen. Anfang Januar 2006 löschte etwa der von Microsoft betriebene Blog-Dienst „MSN Spaces“ kommentarlos das Blog eines chinesischen Dissidenten, offenbar, um so eine Zensur des gesamten Blog-Dienstes zu verhindern.“ (MÖLLER 2006, S. 156)

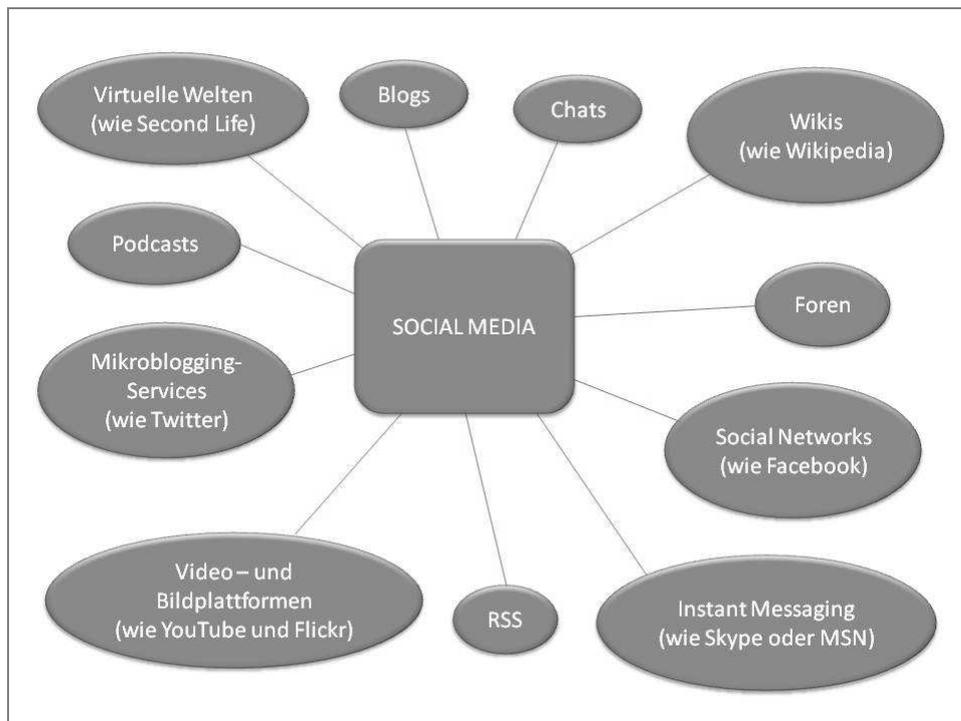
Mit der Unterzeichnung der „Global Network“-Initiative Ende 2008, verkünden große Internetfirmen wie Google, Yahoo! und Microsoft, die Meinungsfreiheit der Internetnutzer weltweit zu respektieren. Einige dieser Firmen hatten bisher aus eigener Entscheidung oder auf Druck der Regierung die Internetzensur in diesen Ländern unterstützt bzw. ermöglicht. (vgl. ROG 2009b, S. 2)

3 Social Media

Das Internet hat im Laufe seiner Weiterentwicklung an Interaktivität zugenommen. „Ein Merkmal dieser Veränderung ist der Gedanke, dass sich durch eine gemeinschaftliche Nutzung ein Mehrwert in der Gestaltung der Inhalte ergibt“ (TRÜMPER 2008, S. 18). Die von Trümper angeführte Veränderung wird maßgeblich durch Anwendungen der Social Media vorangetrieben. Der Begriff Social Media beschreibt „Onlinewerkzeuge und Hilfsmittel, die das Kommunizieren von Online-Informationen und die Teilnahme daran ermöglichen“ (NEWSON 2009, S. 49f.). Mit Werkzeugen und Hilfsmitteln sind dabei spezielle Software und Online-Anwendungen gemeint. Die Teilnahme an diesen Anwendungen in einem sozialen Kontext ist das bedeutendste Merkmal der Social Media. Im Gegensatz zu den analogen Massenmedien (Print, TV, Radio), wird durch Social Media-Anwendungen das klassische Sender-Empfänger-Modell aufgehoben (vgl. SCHULZ 2004, S. 60). Der Nutzer kann gleichzeitig als Empfänger und Sender agieren. So können beispielsweise Webnutzer Informationen und persönliche Meinungen in ihrem eigenen Weblog veröffentlichen. Im Gegenzug können die Leser des Weblogs mittels der häufig vorhandenen Kommentarfunktion sofort darauf reagieren. Social Media-Anwendungen unterstützen den Nutzer beim Austausch von Informationen, dem Aufbau von Beziehungen und der Kommunikation in einem sozialen Kontext mit anderen Nutzern im Web.

Die Anwendungen der Social Media lassen sich in verschiedene Kategorien unterteilen (siehe Abbildung 3). Es ist anzunehmen, dass diese Darstellung künftig noch um weitere Kategorien erweitert werden kann.

Abbildung 3: Social Media-Anwendungen



Quelle: KAMPS/LIEBL 2008, S. 8

In dieser Arbeit wird auf die für das Fallbeispiel als relevant eingestuft Social Media-Anwendungen näher eingegangen um deren Möglichkeiten für die Nutzer aufzuzeigen. Hierzu gehören die Social Networks, die Social Sharing-Plattformen, sowie Weblogs und Mikroblogging-Services. Diese kristallisieren sich in Zusammenhang mit den Protesten sowohl vor, als auch nach den Wahlen in Iran, als zentrale Kommunikationsplattformen heraus, auf die sich auch die internationale Berichterstattung stützt (vgl. FARAH 2009 ; BOLDT 2009 ; EBERLE 2009).

3.1 Social Networks

Der Begriff Social Networks wird synonym mit dem Begriff der Social Communities verwendet. Social Networking-Plattformen im Internet erlauben es Nutzern sich in einer ursprünglich nicht kommerziellen Weise zusammenzuschließen. Die Nutzer dieser Plattformen sind nach Rusch, Schanze und Schwering schon vorher „in gewissem Sinne vergemeinschaftet“, denn „sie weisen gewisse „konsensuelle Orientierungen und wie immer partielle, so doch auch parallele Sozialisierungen und Kompetenzen auf“ (RUSCH/SCHANZE/SCHWERING 2007, S. 376).

So sind die Nutzer der Social Networking-Plattform StudiVZ anhand ihrer soziodemografischen Merkmale (Alter, Studentenstatus) als homogene Gruppe einzustufen. Durch ihre Homogenität, decken die StudiVZ-Nutzer partiell die gleichen Interessensgebiete ab, beispielsweise rund ums Studium. StudiVZ bietet den Nutzern eine Plattform in der sie „innerhalb ihrer Interessengemeinschaft“ kommunizieren können.

Ursprünglich mit einem nicht-kommerziellen Charakter versehen, nutzen mittlerweile immer mehr Firmen Social Networks zu Werbezwecken und einer zielgruppenorientierten Vermarktung. So finden sich auf der Social Networking-Plattform Facebook die Profile großer Unternehmen, wie das des Schuhherstellers Converse oder der Fastfood-Kette McDonald's. Auch Politiker wie Barack Obama oder Angela Merkel und NGO-Organisationen wie Greenpeace entdecken die Plattform für sich.

„Welches politische und ökonomische Potential dieser webbasierte Vergemeinschaftungsmodus hat, konnten NGOs wie z. B. Greenpeace und Attac schon mehrfach demonstrieren. Es gelingt nicht nur international große Anzahlen von Gemeinschaftsmitgliedern zu gewinnen, sondern auch, diese in belangvollen Situationen (z. B. Brent Spar) dazu zu mobilisieren, ökonomischen Druck und politischen Einfluss auszuüben. Das neue Vertrauen in den Erfolg zivilgesellschaftlichen Engagements ist in großem Maße solchen Erfolgen virtueller Gemeinschaften zu verdanken.“
(RUSCH/SCHANZE/SCHWERING 2007, S. 376)

Im Kampf um die Nutzer, verknüpfen viele der Social Networking-Plattformen mittlerweile verschiedene Technologien der Social Media und integrieren beispielsweise Blogging-Funktionen in ihr Angebot. (vgl. NEWSON 2009, S. 59)

„Viele der Innovationen der Social Media entstammen der Nutzerseite“ (NEWSON 2009, S. 59), so auch das im nachfolgenden Kapitel beschriebene Social Network Facebook.

3.1.1 Facebook

Facebook ist eine Social Networking-Plattform, die im Februar 2004 (FACEBOOK 2009) von Mark Zuckerberg und seinen Kommilitonen an der Harvard University gegründet wird (vgl. PALFREY/GASSER 2008, S. 269). Innerhalb von drei Jahren wird Facebook, mit wenig Kapital und weitestgehend unabhängig von großen Partnern entwickelt.

Im Juni 2007 besuchen 52,2 Millionen Nutzer die Seite, damit steigen die Besucherzahlen um 270 Prozent im Vergleich zum Juni des Vorjahres (vgl. COMSCORE 2007). Im August 2009 kann die Plattform 200 Millionen aktive Nutzer vorweisen (vgl. FACEBOOK 2009).

Im Gegensatz zu anderen Social Networking-Plattformen registriert sich der Nutzer bei Facebook mit seinem echten Namen. Bei der Registrierung wird unterschieden in

- *Nutzerprofile*: diese werden in der Regel von Privatpersonen geführt,
- *Seiten*: sie präsentieren Politiker, Künstler, Unternehmen, Marken und eine Reihe öffentlicher Institutionen. Nutzer können „Fans“ dieser Seiten werden und erhalten so automatisch Updates.

Facebook bietet seinen Nutzern verschiedene Wege innerhalb der Community miteinander zu kommunizieren und verknüpft dadurch verschiedene Technologien der Social Media. Nutzer können sich unter Anderem E-Mails schicken, in Echtzeit miteinander chatten und Nachrichten auf der elektronischen Pinnwand anderer Nutzer hinterlassen. Der Austausch von Informationen bei Facebook beschränkt sich aber nicht nur auf die Textform. Im eigenen Nutzerprofil können Fotos und Videos eingestellt werden. Anderen Nutzern ist es möglich diese zu kommentieren.

Eine weitere Funktion ist das Eröffnen einer Gruppe, beispielsweise einer Fangruppe eines Sportvereins. Andere Nutzer können dieser Gruppe beitreten und über diese mit den anderen Mitgliedern der Gruppe kommunizieren.

Als Open Source-Programm haben Drittprogrammierer Zugriff auf den Quellcode der Facebook-Seite und sind in der Lage kleine Zusatzprogramme, im Folgenden Applikationen genannt, für Facebook zu entwickeln. Mittlerweile gibt es eine Vielzahl an Applikationen, von nützlichen (Terminplaner, Geburtstagserinnerung) bis hin zu Spaß-Applikationen („Welcher Star bist Du?“, „Was bedeutet Dein Name?“). Meldet sich ein Facebook-Nutzer für eine Applikation eines Drittanbieters an, so wird er in der Regel dazu aufgefordert, den Zugriff auf die eigenen Daten zu gestatten. Meist erfährt der Drittanbieter dadurch nicht nur den Namen des Facebook-Nutzers, sondern erhält auch Zugriff auf dessen Fotoalben, Terminkalender u. a. (vgl. PC WELT 2009).

Um die Internationalität von Facebook zu steigern, gibt Facebook Drittentwicklern auch Zugriff auf seine Übersetzungapplikation: „Die Anwendung bietet Nutzern die Möglichkeit, während ihrer normalen Nutzung der Website Übersetzungsvorschläge zu machen. Diese werden dann von anderen Nutzern bewertet“ (HEISE ONLINE 2008). Neben 50 bereits verfügbaren Übersetzungen, sind 40 weitere in der Entwicklungsphase (vgl. FACEBOOK 2009a).

3.2 Social Sharing

Der Begriff Social Sharing beschreibt Web-Anwendungen, die es dem Nutzer ermöglichen, digitale Inhalte über Plattformen im Internet zu verwalten und zu teilen. Zu den digitalen Inhalten zählen unter Anderem Fotos, Videos und Linksammlung. Der Vorteil des Einstellens von Inhalten auf Social Sharing-Plattformen liegt in der ortsungebundenen Verfügbarkeit. Ausgewählte Inhalte können zudem allen Nutzern oder nur einer ausgewählten Gruppe zur Verfügung gestellt werden. Die bereitgestellten Inhalte können von anderen Nutzern bewertet und mit Schlagworten oder Texten versehen werden. Durch die Nutzer-Bewertung gewinnen diese Inhalte an Relevanz. (vgl. EBERSBACH/GLASER/HEIGL 2008, S. 33f.)

3.2.1 YouTube

YouTube wurde im Februar 2005 von Chad Hurley und seinen Freunden als kostenloser Service für persönliche Videos gegründet und im November 2005 mit Investitionen der Risikokapital-Gesellschaft Sequoia Capital gestartet (vgl. YOUTUBE 2009, YOUTUBE 2009a, PALFREY/GASSER 2008, S. 272). Im November 2006 wurde das Unternehmen von dem Suchmaschinenanbieter Google übernommen und ist seitdem eine unabhängige Tochtergesellschaft der Google, Inc. (vgl. YOUTUBE 2009).

YouTube ermöglicht das Hochladen von Videos, die über Webseiten, Mobilgeräte, Blogs und E-Mails verbreitet werden können. Nutzer können sich Videos ansehen, sie weiterempfehlen und Kommentare hinterlassen. (vgl. YOUTUBE 2009)

Nach eigenen Angaben des Betreibers, werden in jeder Minute zehn Stunden Videomaterial auf YouTube hochgeladen. Millionen Videos werden täglich angeschaut. Die Nutzer von YouTube sind zwischen 18 und 55 Jahren. (vgl. YOUTUBE 2009)

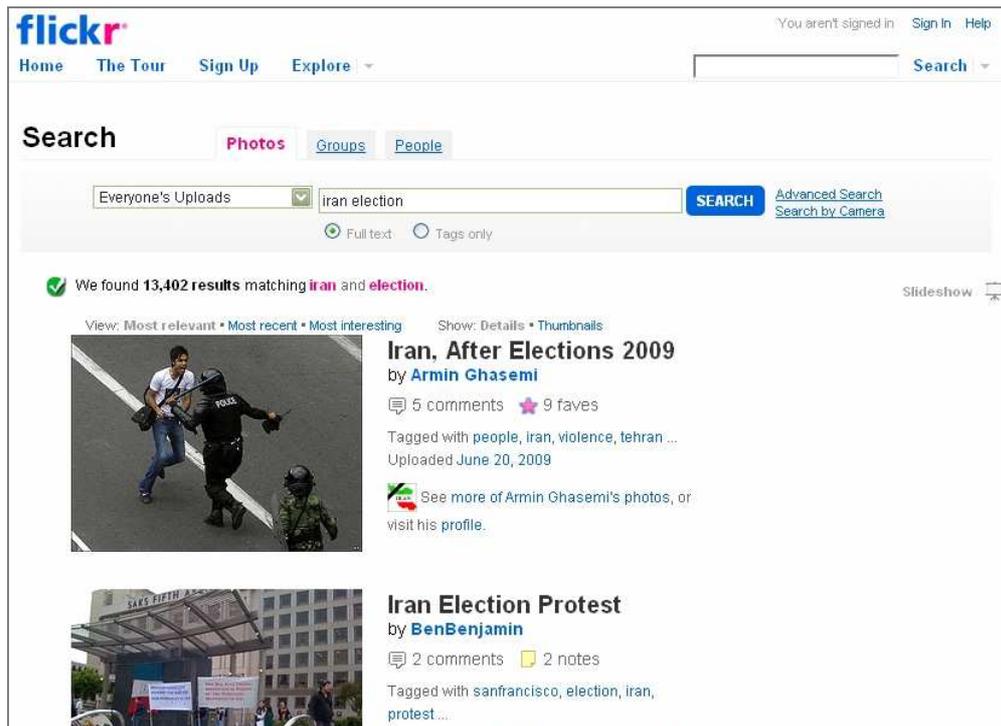
Viele Videos können, ohne bei YouTube registriert zu sein, abgespielt werden. Nur registrierten Nutzern ist es jedoch möglich Videos einzustellen und zu empfehlen. Beim Hochladen eines Videos legt der Nutzer fest, ob das Video der Öffentlichkeit, oder nur einem engen Kreis zugänglich sein soll. Mit einem YouTube-Account können Favoriten gespeichert, Playlisten erstellt und Kommentare zu Videos abgegeben werden (vgl. NEWSON 2009, S. 69).

Da die Nutzer der Plattform auch Auszüge von Fernseh- und Kinofilmen einstellen, sah sich YouTube schon mit erheblichen Urheberrechtsverletzungen konfrontiert. Nachdem das Unternehmen mehrere Male verklagt wurde, handelt es mittlerweile Lizenzvereinbarungen mit den großen Urheberrechtsinhabern aus Fernsehen und der Musikindustrie aus. (vgl. NEWSON 2009, S. 69)

3.2.2 Flickr

Flickr wurde im Februar 2004 von Stewart Butterfield und Caterina Fake gegründet. Knapp drei Jahre später, im November 2007, wurde das 2 Billionste Foto hochgeladen (vgl. ARRINGTON 2007). Im März 2005 wurde Flickr für eine unbekannte Summe von Yahoo! übernommen (vgl. NEWSON 2009, S. 71).

Abbildung 4: Screenshot der Webseite Flickr



Quelle: <http://www.flickr.com/search/?q=iran+election> (2009-08-03)

Flickr ist eine Social Sharing-Plattform für Fotos. Registrierte Nutzer können auf der Webseite von Flickr Fotos einstellen, verwalten und diese mit anderen Nutzern teilen. Dabei kann der Nutzer selbst entscheiden, ob er die Fotos der Öffentlichkeit oder einem begrenzten Nutzerkreis zur Verfügung stellen möchte. Die Fotos können mittels einer Software, über die Webseite, per E-Mail oder mit einem internetfähigen Handy hochgeladen werden. Eingestellte Fotos können online auf der Seite von Flickr nachbearbeitet und anschließend in Alben abgelegt, oder in eine Themengruppe einsortiert werden. Durch die Vergabe von Tags (Schlagwörtern), können Fotos besser verwaltet und einfacher gefunden werden. Des Weiteren können Fotos Orts-Tags zugewiesen werden. Somit wird die Suche nach Fotos, die an bestimmten Orten aufgenommen wurden, erleichtert. (vgl. FLICKR 2009)

Fotos können von registrierten Nutzern kommentiert und als Favorit deklariert werden. Aus dem Social Networking bei Flickr innerhalb der (Interessen-)Gruppen sind mittlerweile auch Treffen außerhalb der virtuellen Gemeinschaft entstanden. Mitglieder von Fotogruppen einer bestimmten Region treffen sich oder gehen zusammen fotografieren. (vgl. NEWSON 2009, S. 71)

Über Programmierschnittstellen (APIs) können Dritte auf Flickr zugreifen. Das bedeutet, dass jeder sein eigenes Programm schreiben kann, um offen zugängliche Daten von Flickr auf verschiedene Art und Weise zu präsentieren. (vgl. FLICKR 2009b)

3.3 Weblogs

Nach Zerfaß und Boelter sind Weblogs „Online Publikationen, die sich durch kurze, umgekehrt chronologisch angeordnete Einträge sowie eine starke Dialogorientierung auszeichnen und besonders expressive, authentische Ausdrucksformen ermöglichen“ (ZERFAß/BOELTER 2005, S. 20). Der Begriff des Weblogs bildet sich aus „Web“ für Internet und dem englischen Wort „Log“ für Tagebuch, die Kurzform lautet Blogs. Die Gesamtheit aller Weblogs, die durch Verlinkungen und Kommentare eng miteinander verknüpft sind, bildet die Blogosphäre. (vgl. ZERFAß/BOELTER 2005, S. 20)

Zahlreiche Blogger sind der Ansicht, das erste Blog sei gleichzeitig auch die erste Webseite im Internet gewesen. Diese stammt von dem Erfinder des Internet, Tim Berners-Lee, Physiker und Wissenschaftler der Europäischen Organisation für Kernforschung (CERN)². (vgl. KOCH/HAARLAND 2004, S. 73 f.)

Die ersten Weblogs bestehen aus einer mit Kommentaren versehene Linksammlung. Mittlerweile sind Weblogs multimedial. Sie bündeln zum einen verschiedene Kommunikationselemente des Webs, wie Foren, Nachrichtengruppen, Mailinglisten und Online-Datenbanken. Zum anderen werden auch Fotos, Videos, Audiodateien und Filme mit eingebunden. Einige der wichtigsten Blog-Techniken sollen nachfolgend vorgestellt werden:

- *Trackback*: Ein Trackback ist ein Link in einem anderen Blog, der auf einen Artikel des eigenen Blogs verweist. Statt eines Kommentars wird also ein Artikel auf der eigenen Seite verfasst und ein Trackback in dem zu kommentierenden Weblog gesetzt. Wichtig ist, dass im Artikel auf der eigenen Blogseite auch eine Verlinkung zu dem anderen Blog vorgenommen wird. Geschieht dies nicht, strafen einige Blogsoftware den Trackback als Spam ab und löschen ihn.

² Die Seite wurde unter der Webadresse <http://info.cern.ch/> archiviert

- *Pingback*: ist ein automatisierter Prozess des Trackbacks. Mittels Software wird auf die im eigenen Artikel verlinkten Blogs automatisch ein Trackback gesetzt.
- *Permalink*: einzelne, abgeschlossene Beiträge in Blogs erhalten eine direkt adressierbare URL, die sich nachträglich nicht ändern lässt und unter der der Beitrag auffindbar bleibt. (vgl. SCHMIDT 2006, S. 14)
- *Blogrolls*: Linksammlung anderer Weblogs. Diese befindet sich meist im rechten Seitenbereich des eigenen Blogs.
- *RSS-Feed*: RSS steht für “Really Simple Syndication” oder “Rich Site Summary”. Web-Nutzer können RSS-Dateien abonnieren oder auch selbst zur Verfügung stellen. Eine RSS-Datei besteht aus auf reinen Text reduzierten Informationen, das Layout entfällt. Um RSS-Dateien zu lesen, benötigt der Abonnent eine RSS-Software, es gibt aber auch Online-Services hierfür. In beiden Fällen wird dem Leser das mühsame Zusammentragen von Informationen von verschiedenen Blog- und News-Seiten erspart.

Blogs bieten ihren Betreibern die Möglichkeit auf „einfachste Art und Weise [...] Weltanschauung, Ideen und Gedanken“(KOCH/HAARLAND 2004, S. 21) im Internet zu veröffentlichen.

Die Größe der Blogosphäre ist durch bestehende Abgrenzungs- und Messprobleme schwer ermittelbar. Einerseits ist nicht einfach zu bestimmen, wann eine Webseite als Blog zu definieren ist. In die Beurteilung fließen Faktoren wie die Häufigkeit der Aktualisierung und das Vorhandensein einer Kommentarfunktion mit ein. Zudem sind viele Blogs inaktiv oder automatisiert zum Zweck der Suchmaschinenoptimierung erstellt worden. Andererseits gibt es Webseiten mit installierten Weblog-Skripten, die nicht automatisch erfasst werden können. (vgl. SCHMIDT 2006, S. 15, 19)

Nach Schätzungen der Forschungsgruppe Perseus Development Corporation im April 2005 beläuft sich die Anzahl der Blogs zum Messzeitpunkt auf 31, 6 Millionen (vgl. Möller 2006, S. 128f.). Der Blog-Suchmaschinenanbieter Technorati veröffentlicht in 2008 den Bericht „State of the Blogosphere / 2008“. Seit dem Jahr 2002 wurden 133 Millionen Blogs von der Blog-Suchmaschine erfasst (vgl. TECHNORATI 2008).

3.4 Mikroblogging / Twitter

Twitter wurde 2006 von Jack Dorsey, Evan Williams und Biz Stone gegründet (vgl. RIDDERBUSCH 2009). Der Online-Service funktioniert nach einem einfachen Prinzip: es fragt seine Nutzer „What are you doing?“. Dem Autor stehen dafür pro Nachricht nur

140 Zeichen zur Verfügung. Twitter wird deshalb oft als Mikro-Blog bezeichnet. Der Service ist kein vollständiges Weblog und bietet auch keine Podcast oder Videofunktion an (vgl. NEWSON 2009, S. 67).

Um Nachrichten zu schreiben (twittern) ist eine Anmeldung erforderlich. Der Nutzer kann seinen Benutzernamen frei wählen und eine sehr knappe Biografie („One Line Bio“) von sich veröffentlichen. Nachrichten können per SMS, internetfähigem Handy, Messenger oder über das Internet versendet werden. Die bei Twitter veröffentlichten Nachrichten werden auch Tweets genannt. Der Begriff kommt aus dem Englischen und steht für ‚Zwitschern‘. Mit Twitter ist es möglich die Tweets anderer Nutzer zu abonnieren und diese gesammelt auf einer Seite angezeigt zu bekommen. Dadurch muss nicht jede Nutzerseite einzeln besucht werden. Auf dem Profil des Twitter-Nutzers wird unter der Bezeichnung ‚following‘ die Anzahl der Twitter-Nutzer angezeigt, deren Tweets abonniert wurden. Die Statistik ‚Followers‘ wiederum zeigt auf, wie viele andere Twitter-Nutzer die eigenen Tweets verfolgen.

Neben der Veröffentlichung eigener Tweets ist es möglich Tweets anderer Nutzer zu zitieren. Die Option des Zitierens oder Weiterleitens eines Tweets nennt sich Re-Tweet (RT). Der Autor des Original-Tweets muss dabei angegeben werden. Beispiel: RT@hans [Text]. Mit dieser Funktion können sich Nachrichten in der Twitter-Community sehr schnell verbreiten.

Viele Twitter-Nutzer versehen ihre Tweets mit Schlagworten (Hashtags), um sie bei einer Suche zu einem bestimmten Schlagwort auffindbar zu machen. Das Hashtag wird vor den zu verschlagwortenden Begriff gesetzt. Beispiel: #iranelection.

Über Programmierschnittstellen (APIs) steht es Web-Nutzern offen, Programme bzw. Applikationen für Twitter zu schreiben. Dies ermöglicht beispielsweise auch das Einbinden von Twitter-Nachrichten in Blogs und Webseiten (vgl. TWITTER 2009 ; NEWSON 2009, S. 67). Eine kleine Auswahl dieser Applikationen soll nachfolgend umrissen werden:

- *Twirl*: Ein Programm, ähnlich dem eines Instant-Messengers, mit dem verschiedene Twitter-Accounts auf dem Desktop des Computers verwaltet werden können. Zudem ist das direkte Schreiben und Versenden von Nachrichten möglich.
- *TwitPic*: Registrierter Twitter-Nutzer können auf der Webseite <http://twitpic.com> Bilder hochladen und diese anschließend mittels einer automatisierten, kurze URL auf Twitter veröffentlichen. Die Bilder können von unterwegs über ein internetfähiges Handy oder im Internet übermittelt werden.

4 Das politische System des Iran

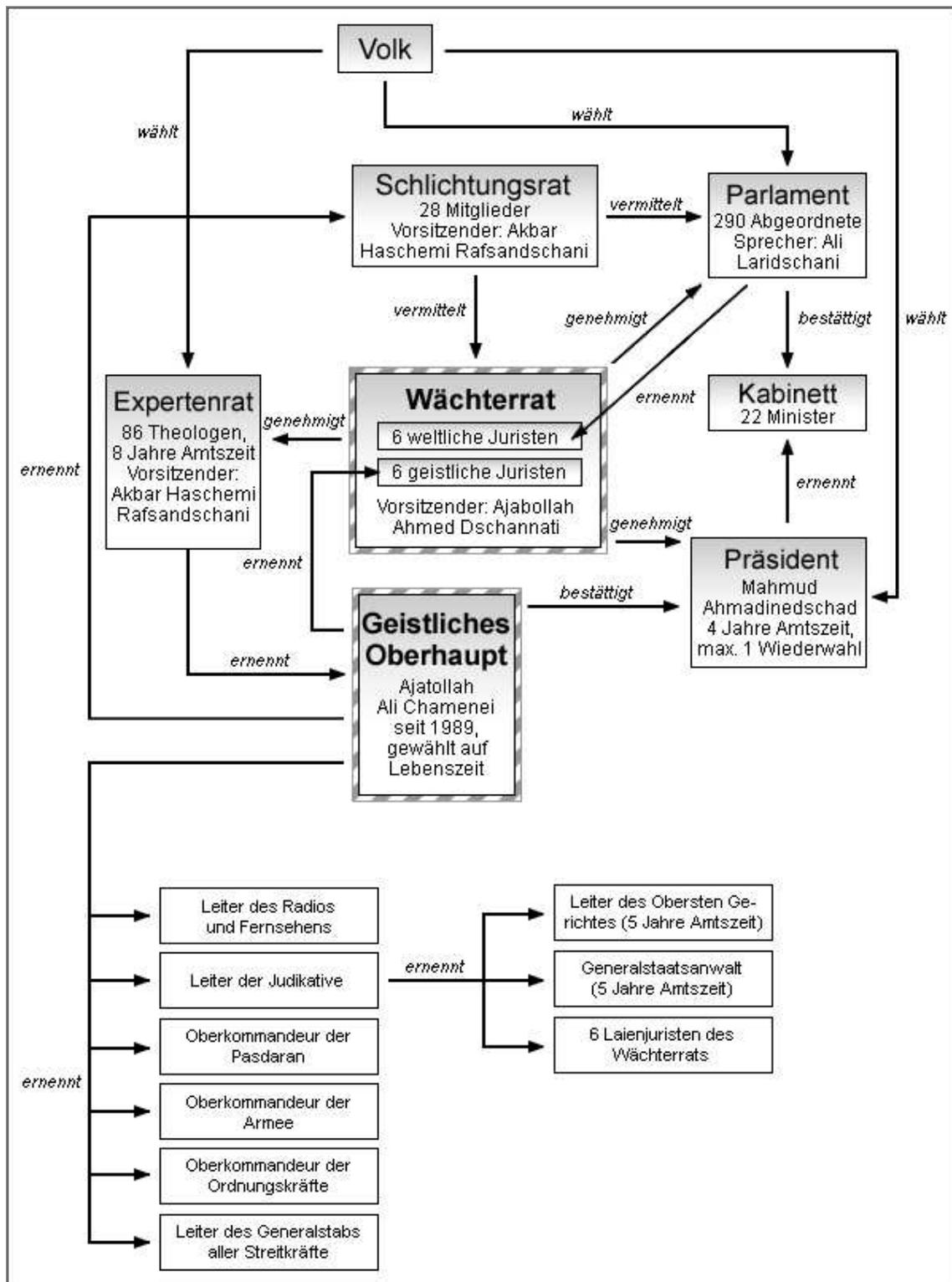
In diesem Kapitel soll eine kurze Einführung in das politische System der Islamischen Republik Iran gegeben werden. Hierdurch soll der Leser Hintergrundwissen zu den politischen Machtstrukturen in Hinblick auf das Fallbeispiel, der Präsidentschaftswahlen in Iran in 2009, erhalten.

„Das wesentliche Merkmal des politischen Systems der Islamischen Republik Iran ist eine Mischung aus parlamentarischer Demokratie und theokratischer Herrschaft nach islamischen Richtlinien.“

(NASSERI 2007, S. 27)

Zu den demokratischen Elementen des Systems gehört die Gewaltenteilung. Die Staatsgewalt des Iran verteilt sich auf die Exekutive, die aus dem Präsidenten, den Ministern, der Armee und dem Korps der Revolutionsführer besteht, die Legislative, die sich aus dem Parlament und dem Expertenrat bildet, sowie die Judikative, die der Oberste Rat der Justiz vertritt. Weitere demokratische Züge sind durch das Parlament und den vom Volk gewählten Präsidenten gegeben. Hinzu kommen eine Reihe einflussreicher „klerikaler Institutionen“ (NASSERI 2007, S. 27). So ist das geistliche Oberhaupt das höchste politische Organ in Iran. Dieses wird jedoch nicht vom Volk gewählt.

Abbildung 5: Die verfassungsmäßige Machtstruktur des Iran



Quelle: Eigene Darstellung in Anlehnung an NASSERI 2009, S. 8, und NDR/ARD-AKTUELL 2009a

4.1 Das geistliche Oberhaupt / der Revolutionsführer

Das geistliche Oberhaupt, auch Revolutionsführer genannt, ist die mächtigste politische und religiöse Instanz der islamischen Republik Iran. Dieses Amt hält derzeit der Ajatollah Ali Chamenei inne, der damit im Juni 1989 die Nachfolge des Ajatollah Chomeini antritt. Der Ajatollah wird vom Expertenrat auf Lebenszeit ernannt, kann von diesem aber theoretisch wieder abgesetzt werden.

Kraft seines Amtes kontrolliert er Religion, Justiz, Militär und die Medien in Iran. Er ernennt die sechs geistlichen Führer des Wächterrates, den Vorsitzenden des Schlichtungsrates, den Leiter der Judikative, den Präsidenten der staatlichen Funk- und Fernsehanstalt und andere leitende Positionen im iranischen Staatsapparat (siehe Abbildung 5: Die verfassungsmäßige Machtstruktur des Iran).

Das geistliche Oberhaupt hat das Recht, die Eignung von Präsidentschaftskandidaten zu beurteilen, zudem muss es den vom Volk gewählten Staatspräsidenten, vor dessen Amtsantritt, bestätigen. Hierbei handelt es sich jedoch eher um einen symbolischen Akt.

4.2 Der Wächterrat

Der Wächterrat besteht aus sechs geistlichen Mitgliedern, die vom Revolutionsführer ernannt werden, und sechs weltlichen Juristen, die vom Leiter der Judikative vorgeschlagen und anschließend vom Parlament gewählt werden. Der Wächterrat ist ausschließlich mit Personen aus dem konservativen Lager besetzt und gilt deshalb auch als „Bastion der Konservativen“ (vgl. GEHLEN/RICHTER 2009). „Dies ist ein großer Schwachpunkt für die reformorientierte Politik“ (NASSERI 2007, S. 32).

Der Wächterrat ist das oberste Kontrollorgan für Rechtsfragen. Jegliche vom Parlament verabschiedeten Gesetze werden durch ihn, innerhalb einer Frist von zehn Tagen, auf die Vereinbarkeit mit der islamischen Rechtslehre geprüft. Falls der Wächterrat einem Gesetz nicht zustimmt, wird es dem Parlament zur Überarbeitung gegeben oder endgültig abgelehnt. „Die Entscheidungen des Wächterrats im Gesetzgebungsverfahren sind daher ausschlaggebend für die Ratifizierung von Gesetzen“ (NASSERI 2007, S. 32). Kommt es zu keiner Einigung zwischen Parlament und Wächterrat, wird der Schlichtungsrat eingesetzt.

Dem Wächterrat kommt auch eine wichtige Rolle bei der Wahl des Staatspräsidenten, des Expertenrats und des Parlaments zuteil, denn er entscheidet darüber, ob Kandidaten zur Wahl zugelassen werden.

Bei den Parlamentswahlen im März 2008 wurden von 4.500 kandidierenden Personen mehr als 1.700 durch den Wächterrat von der Wahl ausgeschlossen. Den Kandidaten wurde „religiöse Unzuverlässigkeit“ oder mangelnde Loyalität zu den „Werten der Islamischen Revolution“ vorgehalten. (vgl. SUEDEUTSCHE.DE 2008)

4.3 Der Staatspräsident (Exekutive)

Um für die offiziell zweitmächtigste politische Position der Islamischen Republik Iran zu kandidieren bedarf es der Genehmigung des Wächterrates (vgl. NASSERI 2007, S. 34). Der Staatspräsident wird auf vier Jahre vom Volk gewählt und kann seine Amtszeit um maximal eine Periode verlängern. Die Wahl muss dabei direkt an die erste Amtszeit anschließen. Nach einer Pause von einer Legislaturperiode ist es wieder möglich, sich erneut zur Wahl aufstellen zu lassen. Der Staatspräsident ernennt die Minister, diese müssen vom Parlament bestätigt werden. Zu seinem Zuständigkeitsbereich gehören auch alle Fragen der Politik, des Sozialwesens, des Kulturellen und der Ökonomie. „In der Realität geht seine Machtbefugnis jedoch nicht über soziale und kulturelle Bereiche hinaus. Vor Allem in außenpolitischen Angelegenheiten besitzt er eine schwache Position“ (NASSERI 2007, S. 34).

In der Vergangenheit ist es oft zu Auseinandersetzungen zwischen dem Revolutionsführer und dem Staatspräsidenten gekommen. Der Staatspräsident unterlag dabei stets dem Revolutionsführer, der durch den Rückhalt des konservativen Lagers gestützt wird. Die Politik des amtierenden Staatspräsidenten Ahmadinedschad deckt sich mit den Ansichten des geistlichen Oberhauptes und macht dadurch alle Reformbestrebungen zunichte. (vgl. NASSERI 2007, S. 35)

4.4 Der Expertenrat

Der Expertenrat besteht aus 86 Geistlichen, die vom Wächterrat genehmigt und vom Volk gewählt werden. Er wird alle acht Jahre neu gewählt und agiert als zweite Legislative neben dem Parlament.

Zu den Funktionen des Rats gehört das Kontrollieren des Revolutionsführers. Es ist ihm zudem vorbehalten das geistliche Oberhaupt gegebenenfalls zu korrigieren. Der Expertenrat kann den Revolutionsführer auch absetzen. „In accordance with Article 111, the assembly can remove the supreme leader, if he becomes unable to fulfil his duties, if he loses one or more of the qualifications necessary to perform in his office, or if it is revealed that he never possessed the qualifications in the first place“ (BUCHTA 2000, S. 69f.).

4.5 Der Schlichtungsrat

Die 28 Mitglieder des Schlichtungsrats vermitteln zwischen dem Wächterrat und dem Parlament. Der Rat nimmt zudem eine Beratungsfunktion für den Revolutionsführer ein. In seinem Auftrag kontrolliert der Schlichtungsrat zudem die Regierung. Die Mitglieder des Schlichtungsrates werden vom Revolutionsführer ernannt.

4.6 Das Parlament (Legislative)

Die 290 Abgeordneten des Parlaments werden alle vier Jahre vom Volk gewählt. Das Parlament wird traditionell von den Konservativen dominiert, ihnen stehen nach den Parlamentswahlen im März 2008 insgesamt 132 Sitze zu. Die Reformer hingegen sind mit 31 Sitzen vertreten. Welche Kandidaten sich zur Wahl aufstellen dürfen, entscheidet der Wächterrat. Abgeordnete können Gesetzesvorschläge einbringen. Diese Möglichkeit steht auch dem Kabinett zu.

Das Parlament ist befugt, Gesetze „gemäß Artikel 71 der Verfassung und unter Beachtung der islamischen Rechtsauffassung“ (NASSERI 2007, S. 33) zu verabschieden, diese müssen jedoch vom Wächterrat genehmigt werden. Zu den weiteren Aufgaben des Parlaments gehören die Ratifizierung internationaler Verträge und die Verabschiedung des Staatshaushaltes.

4.7 Der Oberste Rat der Justiz (Judikative)

Der Oberste Rat der Justiz ist in Iran das höchste Organ der Justizverwaltung. Er besteht aus dem Leiter des obersten Gerichts, dem Generalstaatsanwalt, sowie sechs religiösen Juristen. Der Leiter der Judikative entscheidet über die Besetzung der Posten. Er selbst wurde vom Revolutionsführer ernannt. Alle Rechtssprechungen in Iran basieren auf der Scharia. Somit müssen die Richter alle Entscheidungen nach Islamischen Gesetzen und Vorschriften fällen. Zu den Kompetenzen des Obersten Rates der Justiz gehört das Ernennen aller Richter. Er kann zudem Vorschläge zur Besetzung des Justizministeriums machen.

4.8 Das Volk

In der Islamischen Republik Iran sind im Jahr 2009 insgesamt 46 Millionen Iraner wahlberechtigt. Diese dürfen mit Vollendung des 17. Lebensjahres ihre Stimme abgeben. Das iranische Volk wählt den Präsidenten, das Parlament und die Mitglieder des Expertenrates.

4.9 Parteien in Iran

Eine Kommission im iranischen Innenministerium ist für die Gründung und das Verbot von Parteien zuständig. Parteien sind in Iran jedoch keine festen Institutionen:

„[...] im Großen und Ganzen sind die 220 iranischen Parteien und politische Gruppen nicht mehr als Zusammenschlüsse gleichgesinnter Menschen, die sich ab und zu treffen, um über wichtige Themen zu diskutieren und öffentlich ein Statement abzugeben.“ (KIDERLEN 2009)

Bei anstehenden Wahlen, schließen sich die Parteien einem charismatischen Kandidaten an um diesen zu unterstützen. Programme und langfristige Planung sind dabei eine Seltenheit. (vgl. KIDERLEN 2009)

5 Internet, Medien und Zensur in Iran

Wie in der Einleitung dargestellt, ist der Iran eines der Länder, in denen die Presse-, die Informations- und die Meinungsfreiheit stark durch die Regierung eingeschränkt wird. Wie sich die eingeschränkte Meinungsfreiheit auf die iranische Bevölkerung auswirkt, soll anhand dieses Kapitels verdeutlicht werden. Dafür wird dem Leser ein Überblick über die Zensurmaßnahmen der iranischen Regierung gegeben. Vorab bedarf es jedoch der Begriffsklärung der Meinungsfreiheit. Der Schwerpunkt des Kapitels liegt in der Kontrolle und Entwicklung des Internets in Iran. Dieses stellt ein wichtiges Mittel zur Kommunikation und zum Informationsaustausch für die iranische Bevölkerung dar und **bildet zudem die Grundlage** für die Anwendungen der Social Media (vgl. Kapitel 2: Das Internet zwischen Partizipation und Zensur).

„Die iranische Öffentlichkeit hat sich ins Netz zurückgezogen. In diesem Land, wo offizielle politische Opposition kaum mehr möglich ist und jede Zeitung, die Kritik übt, sofort verboten wird, ist das Netz der einzige Ort zur Informationsbeschaffung und Meinungsäußerung.“ (AMIRPUR 2007, S. 5)

Rund 21 Millionen der insgesamt 70 Millionen Einwohner der Islamischen Republik Iran haben Zugang zum Internet. 60 Prozent der iranischen Bevölkerung sind jünger als 30 Jahre. Viele junge Menschen in Iran sind sehr technikbegeistert. (vgl. BOZORGMEHR 2009)

Vermutlich gelingt es auch deshalb vielen Iranern trotz starker Zensur des Internets, auf die geblockten Seiten zuzugreifen, sowie weiterhin ihre Meinung auf Weblogs und Webseiten zu verbreiten. **Einige der Möglichkeiten für mehr Freiheit im Internet sollen vorgestellt werden.**

5.1 Meinungsfreiheit

„Meinungsfreiheit“ ist die Kurzform für „Meinungsäußerungsfreiheit“, denn „Meinungsfreiheit bedeutet nicht, dass man Meinungen frei haben, sie jedoch nicht äußern darf“ (NIESEN 2005, S. 28). Genauso besagt der Begriff „Redefreiheit“ nicht, dass nur die mündliche Rede geschützt ist (vgl. NIESEN 2005, S. 28).

In Deutschland ist die Meinungsfreiheit eines der zentralen Grundrechte, das in Artikel 5 des Grundgesetzes, verankert ist. Meinungsfreiheit ist das Recht „sich eine eigene

Meinung zu bilden, diese frei zu äußern und zu verbreiten“ (SCHUBERT/KLEIN 2006). Die Meinungsäußerung ist nicht auf ‚bloße Fakten und Informationen‘ beschränkt, sondern schützt auch ‚Meinungen, Überzeugungen und Wertungen‘. Zu den Formen der Meinungsfreiheit gehören Äußerungen in Wort, Schrift und Bild, aber auch andere Formen, wie stille Proteste. Einschränkungen dieser Rechte ergeben sich durch anderer Gesetze, wie beispielsweise dem ‚Recht der persönlichen Ehre‘. (vgl. SCHUBERT/KLEIN 2006).

Der Artikel 5 des Grundgesetzes umfasst auch das Recht auf Informationsfreiheit, die Freiheit sich aus allgemein zugänglichen Quellen zu informieren, sowie die Pressefreiheit und die Freiheit der Berichterstattung durch Rundfunk und Film. Somit ist die Meinungsfreiheit auch „Grundlage für [...] die Freiheit aller anderen Medien, insbesondere des Rundfunks, Fernsehens und Films“ (SCHUBERT/KLEIN 2006).

Der Begriff der Meinungsfreiheit ist ebenfalls durch die Vereinten Nationen in Artikel 19 der Allgemeinen Erklärung der Menschenrechte definiert:

Jeder hat das Recht auf Meinungsfreiheit und freie Meinungsäußerung; dieses Recht schließt die Freiheit ein, Meinungen ungehindert anzuhängen sowie über Medien jeder Art und ohne Rücksicht auf Grenzen Informationen und Gedankengut zu suchen, zu empfangen und zu verbreiten.
(OHCHR 1948)

Die Vereinten Nationen umfassen insgesamt 192 Mitgliedsstaaten. Somit haben fast alle Staaten der Erde die Erklärung unterzeichnet (vgl. UNITED NATIONS 2009). Die Allgemeine Erklärung der Menschenrechte ist eine „rechtlich nicht verbindliche Resolution der UNO-Generalversammlung“ (KAESTLI 2009). Darauf folgende Menschenrechtskonventionen erhielten die Form eines rechtsverbindlichen Vertrages. In ihnen sind die zu schützenden Grundrechte festgelegt. Den Mitgliedsstaaten der Vereinten Nationen ist es freigestellt, den Konventionen zuzustimmen. „Verantwortlich für die Durchsetzung dieser internationalen Konventionen sind die Regierungen, die sie unterschrieben, beziehungsweise die Staaten, die sie ratifiziert haben“ (KAESTLI 2009).

5.2 Die staatliche Kontrolle der Medien in Iran

„Die Gesetze und Regelwerke bezüglich der Medien wurden nach der iranischen Revolution im Jahre 1979 maßgeblich von der klerikalen Herrschaft unter Ajatollah Khomeini beschlossen und verwaltet“ (NASSERI 2007, S. 61). Dies führte zu einer Auslegung der Medienlandschaft nach islamischen Grundsätzen. Fernsehen und Rundfunk in Iran unterliegen auch heute noch vollkommen der Kontrolle durch den Staat und werden von

ihm als Werkzeug zur Verbreitung islamischer Ideologien eingesetzt. Der Einfluss des Staates wird unter anderem durch die personellen Strukturen der staatlichen Fernseh- und Rundfunkanstalt des Iran, Islamic Republic of Iran Broadcasting (IRIB), deutlich. So wird der Direktor der IRIB vom Revolutionsführer ernannt. Ihm unterliegt die Aufgabe der technischen und inhaltlichen Verantwortung für alle Stationen der IRIB. Zusätzlich beobachtet und kontrolliert der Aufsichtsrat die Umsetzung der Inhalte nach islamischen Richtlinien. Ihm gehören je zwei Vertreter des Staatspräsidenten, zwei Vertreter des Präsidenten des Obersten Rates der Justiz, sowie zwei Vertreter des Parlamentspräsidenten an. (vgl. NASSERI 2007, S. 61 f.)

In den Printmedien sind neben staatlichen auch private Presseerzeugnisse vertreten. Wenngleich diese privaten Erzeugnisse nicht unter staatlicher Hand geführt werden, unterliegen sie dennoch dem iranischen Pressegesetz und sind somit der staatlichen Überwachung und Kontrolle ausgesetzt. Im Gegensatz zum rein staatlichen Fernseh- und Rundfunk, eröffnen private Printmedien die Möglichkeit „sich außerhalb der systemkonformen Bereiche zu bewegen, ohne sich strafbar zu machen“ (NASSERI 2007, S. 63). Die Regulierung der iranischen Medienlandschaft ist in der iranischen Verfassung von 1979 und im Pressegesetz von 1985 (zuletzt geändert im April 2002) geregelt (vgl. ROG 2009i). Grundsatz 24 der Iranischen Verfassung regelt die Meinungsfreiheit in Publikationen und Presse. Nach Nasseris lässt die Formulierung des Gesetzes viel Interpretationsspielraum bei regimekritischen Veröffentlichungen. (vgl. NASSERI 2007, S. 62 ff., S. 69)

Grundsatz 24

„Die Meinungsfreiheit in Publikation und Presse wird gewährleistet, es sei denn, die Grundlagen des Islam und die Rechte der Öffentlichkeit werden beeinträchtigt. Einzelheiten regelt das Gesetz.“

(Verfassung der Islamischen Republik Iran, S. 35)

Dass die iranische Regierung von ihrer selbstaufgelegten Pflicht Gebrauch macht, belegen Informationen der Organisation Reporter ohne Grenzen. Demnach hat die iranische Regierung im Jahr 2008 insgesamt 30 Zeitungen aufgelöst, 29 Journalisten wurden verhaftet, einer kam ums Leben (vgl. ROG 2009i).

5.3 Internet in Iran

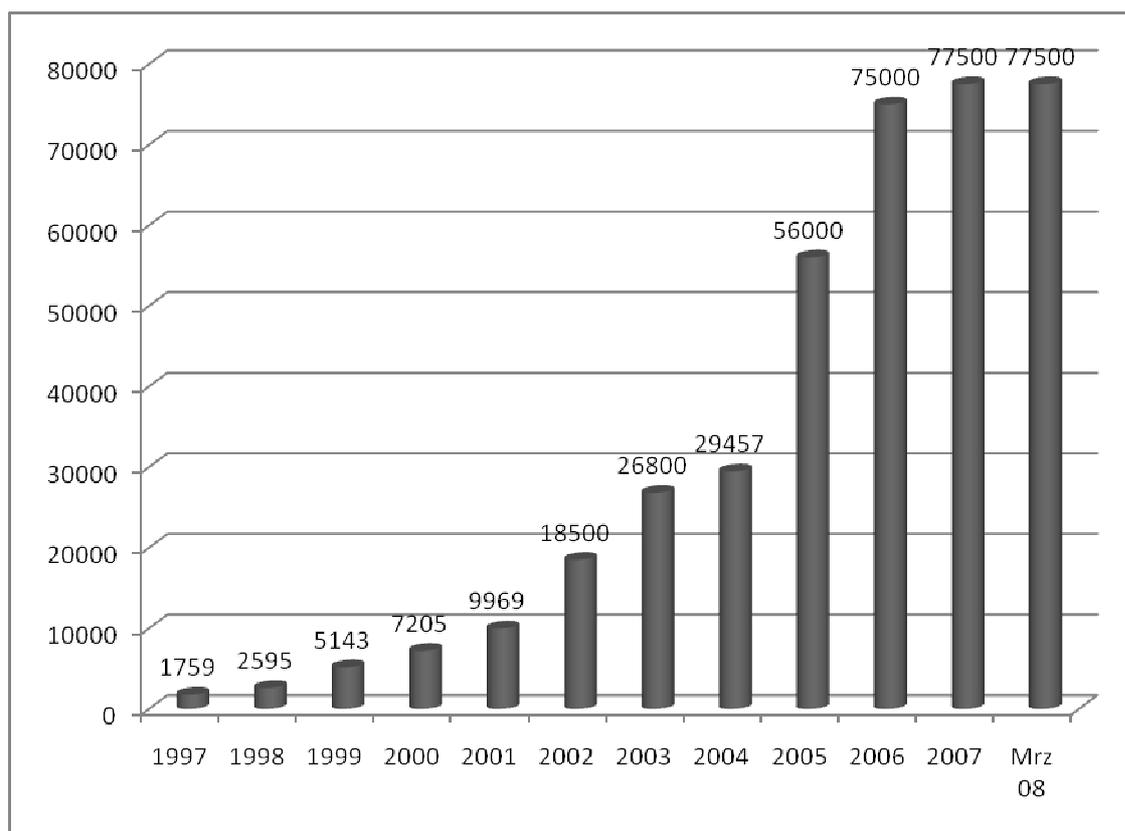
Das Internet in Iran dient der Bevölkerung zum einen als Unterhaltungs- und Kommunikationsmittel, zum anderen spielt es durch die fehlenden demokratischen Strukturen des Landes eine wichtige Rolle für die iranische Gesellschaft als Mittel zur freien Mei-

nungsäußerung und „relativ unbeobachteten Informationsbeschaffung“ (NASSERI 2007, S. 14). Das Internet trägt somit zum Informationsaustausch und zur Meinungsbildung in Iran bei (vgl. HUHTASAARI 2009). Die hohe Bedeutung des Internet für die iranische Bevölkerung spiegelt auch die wachsende Anzahl der Internetnutzer wieder. Sind es im Jahr 2000 noch unter eine Million Iraner, die das Internet nutzen (vgl. ITU 2008), so steigt die Zahl der Nutzer in 2008 auf circa 23 Millionen an (vgl. ITU 2008a).

Die durchschnittliche Zuwachsrate der Internetnutzer beträgt 48 Prozent und ist höher als in allen anderen Ländern des Mittleren Ostens. Knapp 35 Prozent der Bevölkerung in Iran nutzt das Internet. (vgl. ONI 2009, S. 2)

Bei der Nutzung des Internets besteht eine Kluft zwischen Stadt und Land, sowie reich und arm. „Das Internet wird vor allem von der städtischen Mittelschicht in Privathaushalten genutzt“ (HUHTASAARI 2009).

Abbildung 6: Entwicklung des Breitbandnetzes in Iran 1997 bis März 2008



Quelle: TCI 2008, S. 6

In den letzten zehn Jahren hat sich das Internet in Iran stark entwickelt. Es wird an der Vergrößerung des Breitbandnetzes durch Verlegung neuer Breitbandanschlüsse gearbeitet.

tet. Vor der Amtsübernahme durch Mahmud Ahmadinedschad, legen die staatlichen Behörden viel Wert auf den Ausbau der Infrastruktur des Netzes und unterstützten diesen durch Fördermittel. Durch die Regierung Ahmadinedschads ist diese Entwicklung rückläufig. Anfang November 2006 lässt er die Nutzung von Breitbandanschlüssen verbieten. (vgl. NASSERI 2007, S. 105)

Eine Studie Nasseris in 2007 ergibt, dass verschiedene Aspekte des Internetwesens in Iran verbesserungswürdig sind bzw. Defizite aufweisen (vgl. NASSERI 2007, S. 105f.). Ein wesentliches Ergebnis der Studie ist die ungleichmäßige Verfügbarkeit des Internets. Demnach ist die Internetanbindung außerhalb der großen Städte mangelhaft. Ein erheblicher Kritikpunkt der Befragten ist zudem die Geschwindigkeit des Internets. Diese ist bei privaten Anschlüssen und in Internetcafés sehr langsam. Die Kosten für einen Internetzugang werden in der Regel als sehr hoch bewertet. Trotz der Zensur durch den Staat, wird die Reichweite des Internet von den Befragten wiederum als angemessen erachtet, denn „die globale Vernetzung des Internet ist weitgehend vorhanden“ (NASSERI 2007, S. 106).

2008 verzeichnet das ‚World Fact Book‘ 2.860 Internetanbieter (ISP) in Iran (vgl. CIA 2009). Die Internetverbindungen der kommerziellen ISP für die Bevölkerung laufen über die staatliche Telecommunication Company of Iran (TCI) (vgl. ONI 2009, S. 3).

„Obwohl private Firmen existieren, bleibt die staatliche TCI Hauptakteur im Telekommunikationsmarkt. Weisungen des Ministers für Kultur und Islamische Orientierung, Mohammed Saffar Harandi, können so schnell umgesetzt werden“ (ROG 2009b, S. 13).

5.3.1 Die Entwicklung des Internets in Iran

Seit den achtziger Jahren besteht in Europa das ‚Because It’s Time Network‘ (BITNET). Dabei handelt es sich um ein Rechnernetzwerk über das Forschungseinrichtungen und Universitäten durch das ‚European Academic & Research Network‘ (EARN) verbunden sind. Der Iran tritt Anfang der neunziger Jahre in die EARN ein. Die erste E-Mail des Iran wird 1993 vom Direktor des Institute for Studies in Theoretical Physics and Mathematics (IPM), Dr. Mohammad Javad Larijani, versendet: Eine Gruß-E-Mail an die Universität in Wien. (vgl. SEMATI 2008, S. 38 ; NASSERI 2007, S. 81f.)

Die ersten Erfahrungen mit dem Internet sammelt der Iran im institutionellen Umfeld der Universität: Nur diesen und einigen staatlichen Forschungseinrichtungen ist der Zugang vorbehalten. Anfänglich wird die Internetnutzung von der Iranischen Regierung sogar noch gefördert. Der gewerbliche Bereich und das Bildungswesen erhalten uneingeschränkten Zugriff. Das Internet soll zudem während der durch den Iran-Irak-Krieg

ausgelösten Wirtschaftskrise als Hilfsmittel dem wissenschaftlichen und technischen Fortschritt dienen. (vgl. SEMATI 2008, S. 38f.)

1994, mit Gründung des IRANET durch die Abteilung für Netzwerke am IPM, wird auch Privatpersonen der Zugang zum Internet ermöglicht (vgl. NASSERI 2007, S. 82). Diese entdecken das Internet als neue Möglichkeit der Kommunikation und freien Meinungsäußerung zu Themen wie Politik, Kultur und Gesellschaft.

Ende der neunziger Jahre bis 2003 können viele Internet Service Provider (ISP) „recht frei agieren und ihren Nutzern ungefilterte Inhalte zur Verfügung stellen“ (SEMATI 2008, S. 42). Dafür sieht Semati zwei Gründe: Zum einen die bis dahin unüberwindbaren technischen Hürden der Regierung zur Zensur des Internets, zum anderen die ökonomischen Vorteile in Verbindung mit den vom Staat geförderten Privatisierungsmodellen. (vgl. SEMATI 2008, S. 42)

Die ersten Maßnahmen zur Internetzensur leitet der Supreme Council of the Cultural Revolution (SCCR), ein von den Konservativen dominierter Rat, am 07. November 2001 ein: Alle ISP müssen Webseiten mit anti-islamischen oder regierungsfeindlichen Inhalten von ihren Servern entfernen und sollen fortan von der Regierung genehmigte Filter-Software verwenden. Zudem möchte der SCCR erwirken, dass alle ISP der staatlichen Kontrolle unterliegen. (vgl. SEMATI 2008, S. 46)

Im Januar 2002 wird eine neue Kommission vom SCCR eingerichtet. Die Kommission wird mit der Erstellung einer Liste mit „illegalen“ Webseiten beauftragt. Parallel fordert Ajatollah Shahroudi, der Chef der iranischen Justizbehörde, die Einrichtung eines Special committee for legal investigation of Internet-related crimes and offences. (vgl. ebd.)

Erst im Jahr 2003 entwickeln die Iranischen Behörden eine „systematische Strategie zum Blockieren von Webseiten oder Filtern von Inhalten im Internet“ (SEMATI, 2008, S. 41). Bisher waren sie darauf konzentriert, die Verbreitung anderer neuer Technologien, wie Satelliten-TV, zu kontrollieren. Zu den jetzt verstärkt einsetzenden Maßnahmen der Iranischen Behörden gehört das Verbieten und Blockieren von 100 Webseiten mit politischen oder pornografischen Inhalten im März 2003. (vgl. SEMATI 2008, S. 47)

Zudem verhaftet die Iranische Regierung als erste Regierung weltweit einen Blogger. Der Journalist Sina Motallebi schreibt für die Reformzeitung Hayat-e-No. Dieser wird im Januar 2003 die Lizenz entzogen, woraufhin Motallebi weiterhin in seinem Blog veröffentlicht. Im Mai 2003 wird er von der iranischen Religionspolizei verhaftet. Er wird des Vergehens „undermining national security through cultural activities“ beschuldigt. Seit Juli 2003 ist sein Blog offline. (vgl. KOCH/HAARLAND 2004, S. 91 ff.)

Im Sommer 2004 unterliegen alle von Iranern betriebenen Webseiten und ISP der direkten Überwachung einer Kommission des Supreme Council of the Cultural Revolution. In diesem Jahr wird auch die Filter-Software ‚SmartFilter‘ der US-amerikanischen Firma Secure Computing in das iranische Filtersystem implementiert. Diese ermöglicht es der iranischen Regierung Webseiten aus dem In- und Ausland zu zensurieren. Der Einsatz der Software wird lange Zeit geheim gehalten, denn in gewisser Weise ist das Bekanntwerden dieser Geschäftsbeziehung für beide Seiten unvorteilhaft. Für die Firma Secure Computing, bedeutet dies schlechte PR, da sie durch das Bereitstellen der Software zur Unterdrückung der Meinungsfreiheit beiträgt. Für die iranische Regierung, könnte das Vertrauen auf westliche Technologien als Schwäche ausgelegt werden. (vgl. ONI 2009, S. 4 ; SEMATI 2008, S. 47)

Mittlerweile sind auch iranische Firmen in diesem Marktsegment vertreten und bieten Hard- und Software für das Iranische Filtersystem an³. (ONI 2009, S. 4)

In Juni 2005 beginnt die Amtszeit des neuen Präsidenten Mahmud Ahmadinedschad. Unter seiner Regierung geschehen viele repressive Eingriffe in das Verlagswesen und Internet. Die Iranischen Behörden lassen mehr als 10 Millionen Webseiten filtern oder sperren. Die strengere Medien- und Internetpolitik zeigt ihre Wirkung, denn viele Blogger die unter eigenem Namen schreiben, betreiben seitdem Selbstzensur. Sie trauen sich nicht mehr ihre Meinung frei zu äußern. (vgl. ALAVI 2009a)

Auf die neue Regierungslinie von Ahmadinedschad folgen, zahlreiche Zensurmaßnahmen: das Blockieren von Webseiten und Filtern von Inhalten im Internet, sowie Repressionen gegen die Internetdissidenten. Die international tätige NGO Reporter ohne Grenzen berichtet regelmäßig über die Inhaftierung von Journalisten und Internetdissidenten in Iran.⁴

Mit der Errichtung eines neuen Zensurkomitees durch die Justizkommission des iranischen Parlaments am 03. November 2008, werden verschiedene Paragraphen in dem Gesetzentwurf für ‚Internetvergehen‘ ratifiziert. Ein Gesetzentwurf vom 02. Juli 2008 befindet sich im Umsetzungsprozess. Dieser belegt „das Erstellen von Blogs und Webseiten die Korruption, Prostitution und Abtrünnigkeit verbreiten“ mit der Todesstrafe. (vgl. ROG 2009b, S. 13)

Die Polizei äußert sich am 08. Februar 2009 zum ersten Mal zum Thema Internetzensur. Das Identifizieren von verbotenen Webseiten und das Verhaften von Internetnutzern die

³ Beispiel: Sharif SecureWare: <http://www.amnafzar.com/eng.html>

⁴ Webseite Reporter ohne Grenzen: <http://www.reporter-ohne-grenzen.de>

diese Seiten besuchen läge im Verantwortungsbereich der Spezialeinheit für moralische Sicherheit. (vgl. ROG 2009b, S. 13)

Im März 2009 stirbt der Blogger Omidreza Mirsayafi im Evin-Gefängnis in Teheran. Mirsayafi war depressiv und konnte, laut eines ebenfalls dort inhaftierten Arztes, die Haftbedingungen nicht länger ertragen. (vgl. ROG 2009e ; ALAVI 2009a)

5.4 Internetzensur in Iran

Die iranische Regierung betreibt eine extensive Filterpolitik: Im Jahr 2008 werden mehr als fünf Millionen Webseiten durch die iranischen Behörden blockiert. (vgl. ROG 2009). Im Herbst 2008 testet die OpenNet Initiative den Zugang zu 8.800 farsisprachigen Blogs. Neun Prozent sind nicht zugänglich. Viele Bloghostingdienste sind komplett gesperrt, darunter www.livejournal.com oder www.techonorati.com. Auch viele Social Networking-Seiten wie www.flickr.com, www.delicious.com oder www.youtube.com werden permanent oder temporär gesperrt. Im Mai 2009, nach einer langen Sperrperiode, können Internetnutzer in Iran wieder auf www.youtube.com zugreifen, zu den Präsidentschaftswahlen im Juni 2009 ist die Plattform wieder gesperrt. (vgl. ONI 2009, S. 9)

Die Studie der OpenNet Initiative in 2009 belegt, dass das Iranische Filtersystem kontinuierlich erweitert und verfeinert wird. Dies beinhaltet auch die Liste der zu filternden Inhalte, denn, „zusätzlich zum Filtern ‚unmoralischer‘ Inhalte im Internet, werden die Stimmen Unabhängiger und Andersdenkender zu einem breiten Spektrum an Themen gefiltert, unter Anderem zur politischen Reform, Kritik an der Regierung, Berichten über Menschenrechtsverletzungen und Minderheiten und Frauenrechten“ (ONI 2009, S. 8).

Der iranischen Regierung stehen verschiedene Techniken zur Filterung und Manipulation des Internet zur Verfügung. Eine Analyse der Techniken hat Morgan Sennhauser in ‚The State of Iranian Communication‘ am 13. Juli 2009 veröffentlicht. Nach seiner Untersuchung werden die folgenden Methoden zur Kontrolle des Internet eingesetzt:

- *Monitoring*: Die Iranische Regierung beobachtet den Datenverkehr, indem sie diesen nach bestimmten von ihr definierten Keywords durchsucht. Im Jahr 2006 nimmt die Zentralstelle für Filtering ihre Arbeit auf. Diese Praktik erfordert viel Aufwand und benötigt viel Personal, das den Datenverkehr durchforstet. (vgl. SENNHAUSER 2009, S. 6 ; KAZERNI 2006)
- *IP-Blocking*: Durch diese Methode wird der Zugriff auf alle von den iranischen Behörden als illegal eingestuften Webseiten verhindert. Die Iranische Regierung hat hierzu ein Überwachungskomitee eingerichtet, das Webseiten zu verbotenen

Themen herausucht und diese auf eine Verbotsliste (Blacklist) setzt. Seiten in dieser Liste werden geblockt. So wurde die Webseite des Informationsportals Tagir Bary Barbary Ende 2008 zum 18. Mal in zwei Jahren blockiert (vgl. ROG 2009b, S. 14).

Das Blockieren von Webseiten wird von der iranischen Regierung transparent gehalten. Wählt ein Nutzer eine blockierte Seite an, landet er auf einer Meldungsseite mit der Warnung, dass es ihm nicht erlaubt ist auf die gewünschte Seite zuzugreifen. Meist enthält die Meldungsseite auch eine E-Mail-Adresse für Nachfragen oder die Anfechtung der Blockierung. (vgl. ONI, S. 7)

- *Bandbreite*: Das Herabsetzen der Bandbreite macht die Internetverbindung in Iran sehr langsam. Aufwändige Seiten haben extrem lange Ladezeiten. Durch die Limitierung des Datenverkehrs kann dieser genauer beobachtet werden. (vgl. SENNHAUSER 2009, S. 11)
- *Keyword-Filtern*: Datenpakete die bestimmte Keywords enthalten, werden geblockt.
- *Traffic Classification / Quality of Service Control (QoS)*: Mit dieser Methode verhindern die Iranischen Behörden das Versenden von Daten über ein bestimmtes Übertragungsprotokoll, beispielsweise FTP, TCP.

Der Projekt-Koordinator der Hacker-Gruppe NedaNet, Morgan Sennhauser, sieht als Vorteile dieser Zensurmethode die einfache Konfiguration und den geringen Ressourcenaufwand, der dafür nötig ist. Deshalb wird die Quality of Service Control seiner Meinung nach am häufigsten zur Manipulation und Zensur des Internet eingesetzt. (vgl. NETWORK WORLD 2009)

- *Shallow Packet Inspection*: Hierbei handelt es sich um ein Verfahren zum Blockieren von Datenpaketen. Es wird nur der Header des Datenpakets untersucht, der Auskunft über das Protokoll, die Optionen und die Länge des Datenpakets gibt. Durch diese Methode kann ein großes Datenvolumen einfacher bewältigt werden. Am häufigsten wird diese Manipulationsmethode beim Datenverkehr über das verschlüsselte SSL-Protokoll verwendet. (vgl. SENNHAUSER 2009, S. 15 ; NETWORK WORLD 2009)
- *Fingerprint Packet Inspection*: Diese Technik inspiziert die Länge, die Übertragungshäufigkeit und andere Charakteristika eines Datenpakets um eine grobe Einschätzung des Inhalts vorzunehmen. Die Methode wird angewandt, um Datenpakete besser klassifizieren zu können. (vgl. SENNHAUSER 2009, S. 16 ; NETWORK WORLD 2009)

- *Deep Packet Inspection*: Mit dieser Methode ist eine ausführliche Analyse eines Datenpakets möglich um herauszufinden um welche Art von Datenverkehr es sich handelt. In einem Bericht des Wall Street Journal vom 22. Juni 2008 bestätigt ein Sprecher des Gemeinschaftsunternehmens *Nokia Siemens Networks*, dass die Hard- und Software für eine Deep Packet Inspection beim staatlichen Telekommunikationsunternehmen in Iran angeliefert wurde. (RHOADS/CHAO 2009)

Die Deep Packet Inspection kann, so Morgan Sennhauser, nur temporär umgangen werden, indem Makel im System der Regierung gefunden werden. Die Umgehung funktioniert meist nur temporär, weil die Regierung die Lücken ausbessert, sobald sie diese entdeckt. (vgl. NETWORK WORLD 2009)

Eine weitere Praktik der Regierung zur Manipulation und Beeinflussung ist das Einstellen regierungstreuer Webseiten (vgl. HUHTASAARI 2009). Mutmaßlich soll die iranische Bevölkerung auf diese Art und Weise indirekt beeinflusst werden. Die Iranische Regierung wendet aber auch in steigendem Maß Drohungen und Repressionen gegen Internetdissidenten an. Im Jahr 2008 verhafteten die Behörden 17 Blogger, sieben mehr als im Jahr 2007 (vgl. ROG 2009b, S. 13).

5.5 Freiheit im Internet

Die im vorherigen Kapitel erläuterten Zensur- und Spionage-Praktiken der iranischen Regierung zeigen, wie schwierig es für die Internetnutzer in Iran geworden ist, an unabhängige Informationen zu gelangen. Durch das Analysieren der Datenpakete im Internet steigt zudem die Wahrscheinlichkeit, von den iranischen Behörden identifiziert zu werden. Dadurch wird es gefährlich Informationen und persönliche Meinungen im Netz zu verbreiten. Da das Internet trotzdem das freiste Mittel zur Meinungsäußerung für die Iraner darstellt (vgl. ROG 2009), greifen diese zu verschiedenen Techniken, um sich anonym im Internet zu bewegen und blockierte Webseiten zu erschließen. Im Folgenden sollen einige der auf der Webseite www.sesawe.net vorgestellten Praktiken erklärt werden (vgl. SESAWE.NET 2009):

- *Anonymisierungssoftware*: Eine der wichtigsten Techniken zum anonymen und sicheren publizieren und im Internet stellt die Verwendung von Anonymisierungssoftware wie beispielsweise TOR⁵ dar. Das Programm bildet die Kommunikationsschnittstelle zu einem Netzwerk von Servern, das von Privatpersonen betrieben wird. Verbindungen werden durch das Netzwerk geleitet und dadurch

⁵ Webadresse: www.torproject.org

anonymisiert. Das Programm kann von einem USB-Stick geladen werden und ist deshalb beispielsweise auch in Internetcafés einsetzbar.

In Iran installieren Anfang Juni 2009 täglich ca. 100 neue Nutzer das Programm TOR auf ihrem PC. Ende des Monats sind es mehr als 1.000 Rechner täglich. (vgl. NICKELSEN 2009)

- *Seiten über den Cache der Suchmaschine aufrufen*: Viele Suchmaschinen speichern Kopien der von ihnen erfassten Webseiten. Da der Nutzer eine Kopie der gespeicherten Seite der Suchmaschine aufruft und nicht die Seite selbst, ist es daher unter Umständen möglich auf die Seite zuzugreifen. Einige Länder blockieren mittlerweile jedoch auch den Cache-Service der Suchmaschinen.
- *RSS-Reader*⁶: Hierbei handelt es sich um Programme, die elektronische Nachrichten, sogenannte RSS-Feeds sammeln. Die Feeds werden vom Nutzer über den RSS-Reader abonniert. Dieser greift dann auf die ausgewählten Webseiten zu. Da das Programm den Zugriff übernimmt und der Nutzer die Seiten nicht direkt aufsucht, können dadurch unter Umständen Inhalte geblockter Seiten angezeigt werden.
- *Übersetzungsprogramme*⁷: Wird eine Webseite über einen Online-Übersetzungsdienst aufgerufen, ist es der Dienst, der auf die Seite zugreift anstelle des Nutzers. Auch hierdurch können Inhalte von blockierten Seiten unter Umständen angezeigt werden.
- *Low-bandwidth-Filter*⁸: Hierbei handelt es sich um einen Webservice, der das Surfen im Internet bei einer langsamen Internetverbindung unterstützt. Die Anzeige von Webseiten wird auf den Text reduziert. Auch mit diesem Service ist es gegebenenfalls möglich, den Inhalt von blockierten Webseiten angezeigt zu bekommen.
- *Verwendung eines alternativen DNS Servers*⁹: Die vom Nutzer eingegebenen Webadressen (Domainnamen) werden in der Regel vom DNS-Server des Internetserviceproviders in die IP-Adresse des Servers, auf dem sich die gewünschte Webseite befindet, übersetzt. Da der Internetserviceprovider den Zugriff auf ei-

⁶ Beispiele: <http://reader.google.com> und www.bloglines.com

⁷ Beispiele: <http://babelfish.yahoo.com> und <http://translate.google.com>

⁸ Beispiel: www.loband.org

⁹ Beispiel: <https://www.opendns.com>

nige Seiten blockt, kann es sinnvoll sein, Seiten über einen alternativen DNS-Server aufzurufen.

- *E-Mail-Services*¹⁰: Dieser Service ermöglicht es Nutzern Webseiten per E-Mail anzufordern. Der Nutzer schickt eine E-Mail mit der gewünschten Webadresse im Betreff oder Text an die E-Mail-Adresse des Services. Kurze Zeit später erhält der Nutzer eine E-Mail mit der gewünschten Webseite.
- *Online-E-Mail-Dienste*¹¹ zum Austausch von Dokumenten: Um Informationen und Dokumente nur einer bestimmten Gruppe von Nutzern zugänglich zu machen wird ein Online-E-Mail-Account bei einem E-Mail-Provider angelegt. Alle Nutzer die Zugriff darauf haben sollen, erhalten das Passwort des E-Mail-Accounts.

Netzaktivisten, wie die Gruppe ‚Anonymus‘¹², stellen den Internetnutzern in Iran Anleitungen zur Verfügung, mit denen sie die Zensurmaßnahmen der iranischen Regierung umgehen können. Dort lernt der Leser, wie er sich anonym im Netz bewegen kann oder die iranischen Firewalls umgeht, um Daten hochzuladen. Andere Zusammenschlüsse von Computer-Hackern wie ‚NedaNet‘¹³ möchten den Internetnutzern in Iran durch einen Zusammenschluss von Proxy-Servern mit entsprechender Anonymisierung die freie Kommunikation über das Internet ermöglichen (vgl. NEDANET 2009).

5.6 Weblogs in Iran

Im Mittleren Osten führt der Iran das Feld der Internetrepressionen an, hat aber auch „die militantesten Blogger dieser Region“ (ROG 2009b, S. 13). Diese haben das Internet als Mittel zur freien, wenn auch oft anonymen, Meinungsäußerung entdeckt. Den Weblogs kommt in Iran eine besondere Bedeutung zuteil. Die iranische Blogosphäre ist eine der größten der Welt. Die ersten Blogs lassen sich auf das Jahr 2001 rückdatieren und in den ersten Jahren steigt die Anzahl der Blogs in Iran sehr schnell. Dieser Trend hat in der Zwischenzeit etwas nachgelassen, Iran hat jedoch immer noch eine sehr aktive Bloggerszene. (vgl. HUHTASAARI 2009)

Zu den Pionieren der Blogszene gehört der Iraner Hoder Hossein Derakhshan. Er zählt zu den prominentesten Bloggern des Iran. Die staatliche Kontrolle und Medienzensur

¹⁰ Beispiele: www.pagegetter.com und www.web2mail.com

¹¹ Beispiel: www.googlemail.com

¹² Webseite Anonymus: <http://iran.whyweprotest.net>

¹³ Webseite NedaNet: <http://nedanet.org>

des iranischen Regimes motivieren ihn in 2001, ein Weblog zu schreiben. In seinem Blog stellt er eine Anleitung für Weblogs auf Persisch zur Verfügung. Danach hilft er vielen anderen iranischen Bloggern bei der Umsetzung ihrer Weblogs. (vgl. KAZERNI 2006)

Die Anzahl der aktiven Blogs in Iran lässt sich nicht präzise ermitteln. Die Unterschiede in den vorhandenen Schätzungen über die Größe der Blogosphäre fangen schon bei der Definition an, wann ein Weblog aktiv ist. Es kann zudem vermutet werden, dass einige Iraner ihr Weblog auf einem ausländischen Server liegen haben. Viele Blogger veröffentlichen aus Angst vor staatlichen Repressionen nur anonym. Nicht alle Blogger schreiben zudem in Persisch.

Kelly und Etling schätzen in einer Studie des Berkman Center for Internet Society, die im April 2008 veröffentlicht wird, die Zahl der aktiven, regelmäßig aktualisierten Blogs in Iran auf 60.000 (vgl. KELLY/ETLING 2008).

Bedeutend andere Zahlen nennt der Islamwissenschaftler Marcus Michaelsen ein Jahr später in einem Interview mit der Bundeszentrale für Politische Bildung im Mai 2009. Er verweist darin auf eine Anzahl von 400.000 aktiven, iranischen Blogs. Als aktiv definiert er Blogs, die innerhalb der letzten zwei Monate mit Inhalten aktualisiert oder aber auch besucht wurden. Dazu gehören nach seiner Definition auch Webseiten, auf denen Musik heruntergeladen wird. Die Zahl der Blogs, die regelmäßig durch neue Inhalte ergänzt werden, grenzt Michaelsen auf etwa 10.000 ein. Nur ca. 1.000 bis 2.000 Blogs haben Einfluss auf die Meinungsbildung zu politischen oder sozialen Themen. Diese Blogs werden von bekannten Politikern, Journalisten oder Bloggern geführt. (vgl. HUHTASAARI 2009)

Eine Methode zur Erfassung der Sprache in Weblogs verwendet das Programm NITLE Blog Census¹⁴. Durch statistische Techniken ist es diesem möglich, die Sprache anhand des Inhalts eines Blogs zu identifizieren. Im August 2009 verzeichnet es insgesamt 19.730 in Farsi erfasste Weblogs (vgl. NITLE 2009). Hierbei muss jedoch berücksichtigt werden, dass diese unter Umständen auch von Autoren außerhalb des Iran verfasst wurden.

¹⁴ NITLE BLOG Census durchsucht das Internet nach Blogs. Mit statistischen Techniken analysiert das Programm anhand des Textinhalts eines Blogs, in welcher Sprache dieser verfasst ist.

6 Präsidentschaftswahlen 2009 in Iran

Die iranischen Präsidentschaftswahlen am 12. Juni 2009 bilden die Untersuchungsgrundlage zur Bedeutung von Social Media in Iran. Dieser Teil der Arbeit ist für den Leser wichtig, um die Gesamtzusammenhänge des Fallbeispiels zu erfassen. Gleichzeitig lassen sich damit Schlüsse zur Bedeutung der Social Media in Iran ziehen.

Die Kandidaten, die sich zur Wahl aufstellen lassen dürfen, werden zuvor vom Wächterrat, der wiederum nicht gewählt wurde, auf deren Loyalität gegenüber der islamischen Republik und der islamischen Grundsätze geprüft. Von den 475 Kandidaten werden nur vier vom Wächterrat zur Wahl zugelassen (vgl. BOZORGMEHR 2009). Der amtierende Staatspräsident Mahmud Ahmadinedschad gilt als persischer Nationalist. Sein Wahlkampfprogramm ist deshalb stark islamisch geprägt. Ahmadinedschad war bei den Präsidentschaftswahlen im Jahr 2005 der erste Kandidat in Iran, der erst durch eine Stichwahl die Mehrzahl der Stimmen erlangte. Hätte er die Wahl im Jahr 2009 nicht gewonnen, so wäre er auch der erste Präsident des Iran, der nicht im Amt bestätigt würde. Mohsen Resai ist der ehemalige Chef der Revolutionsgarden und der zweite Kandidat der Konservativen. Er spricht sich in seinem Wahlkampf gegen die konservativen Hardliner unter der Regierung Ahmadinedschads aus. Mehdi Karrubi ist ein Geistlicher mit liberalem Programm: Er möchte weg vom Fundamentalismus, das internationale Image des Iran verbessern und Frauen für Ministerposten zulassen. Als größter Konkurrent wird Mir Hossein Mussawi gehandelt. Dieser war 1980 bis 1988 während des Irak-Kriegs als Premierminister tätig und hat sich zum konservativen Reformler gewandelt. Mussawis verspricht Freiheiten wie Gleichberechtigung, die Aufhebung der Zensur und die Auflösung der Sittenpolizei und erhält damit den Zuspruch vieler Iraner (vgl. NIRUMAND 2009, S. 5).

Als Reformkandidat wird Mussawi besonders von der oberen Mittelschicht und der Oberschicht unterstützt. Viele junge Iraner, sowie Händlern, die auf den Außenhandel angewiesen sind, zählen sich auch zu diesem Reformlager. (vgl. PICK/ENCKE 2009)

Um auch die Unterschicht zu erreichen, hebt die Kampagne Mussawi in seiner Eigenschaft als Nachfahre des Propheten hervor (vgl. BOZORGMEHR 2009).

Mussawi ist aber nicht nur der größte Konkurrent Ahmadinedschads, er nutzt zudem neue Wege der Kommunikation, führt einen „modernen Wahlkampf“ (NIRUMAND 2009, S. 5). Da die iranischen Medien nahezu komplett von der Iranischen Regierung kontrolliert werden, stehen den anderen Kandidaten für ihren Wahlkampf fast ausschließlich

Internet, SMS und Telefon zur Verfügung. Durch den Einsatz dieser Medien erlangt Mussawi innerhalb kürzester Zeit Bekanntheit, gerade bei den jungen Wählern die mit dem Internet und Handy gut vertraut sind. Für seine Kampagne verwendet Mussawi unter anderem die Wahlkampflogos „yes we can“ und „change“ des amtierenden US-Präsidenten Barack Obama. Mussawi ist zudem der erste Kandidat, der auch seine Ehefrau in den Wahlkampf integriert. Damit gewinnt er vor allem die Stimmen der Frauen und Jugendlichen für sich. Die anderen Präsidentschaftskandidaten folgen später diesem Beispiel. Mussawis Frau Sahra Rhanaward, sowie die Frau des Kandidaten Mehdi Karrubi, Fatemeh Karrubi, äußern sich während der Wahlkampfveranstaltungen zu den Rechten der Frauen und setzen sich für die Bürgerrechte ein. Sie fordern zudem die Aufhebung der Gesetze und Maßnahmen zur Einschränkung der Meinungs-, Presse-, sowie zur Einschränkung der Freiheit zur künstlerischen Entfaltung. (vgl. NIRUMAND 2009, S. 5f.)

Nicht nur die Strategien im Wahlkampf sind neu: 2009 werden zum ersten Mal in der Geschichte der Islamischen Republik Wahlkampfdebatten zwischen den Präsidentschaftskandidaten im staatlichen Fernsehen ausgestrahlt.

Mit der Lockerung der Regeln für den Wahlkampf verfolgt die iranische Regierung das Ziel, die Wahlbeteiligung zu erhöhen. Eine Regierung, die aus der Wahlbeteiligung einer geringen Minderheit entsteht, wäre eine Blamage für das Regime. (vgl. NIRUMAND 2009a)

Die ‚Politikverdrossenheit‘ die bei der Wahlbeteiligung der letzten Präsidentschaftswahl im Jahr 2005 durchschimmert, wandelt sich 2009 zur aktiven Teilnahme am Wahlkampfgeschehen (siehe auch: Kapitel 6.1 Chronologie der Wahlen). Liegt die Wahlbeteiligung im Jahr 2005 noch bei 61 Prozent (vgl. NIRUMAND 2005, S. 3), wird bei diesen Wahlen eine Rekordbeteiligung von 80 Prozent (vgl. NIRUMAND 2009, S. 13) erreicht.

Dennoch liegen den Präsidentschaftskandidaten ungleiche Wahlkampfbedingungen vor. Die Steuerung und Kontrolle nahezu aller Medien in Iran führt zu einer einseitigen, regierungsfreundlichen Berichterstattung. Unabhängige Informationen bleiben den Wählern vorenthalten. Reporter ohne Grenzen berichtet im Rahmen der bevorstehenden Wahlen von Bedrohungen und Kontrollen iranischer Journalisten durch staatliche Behörden. Jegliche Kritik an Präsident Ahmadinedschad oder das Äußern der politischen Meinung werde zudem gerichtlich verfolgt. Eine objektive Berichterstattung der iranischen Journalisten ist dadurch nicht mehr möglich. Auch die zur Verfügung gestellte Zeit für die Wahlkampfberichterstattung in den Medien ist ungleich: „Ahmadinedschads Gegenkandidaten hatten jeweils weniger als zwei Stunden Redezeit in nationalen Radio- und Fernsehprogrammen. Die Redezeit des Präsidenten belief sich dagegen auf das

zehnfache“ (ROG 2009g). Eine ähnlich ungleiche Verteilung verzeichnet ROG auch bei den staatlichen Zeitungen. (vgl. ROG 2009g)

6.1 Chronologie der Wahlen

Dieses Kapitel soll dem Leser einen Einblick in den Verlauf der Wahlen und die daran anschließenden Proteste geben. Dabei werden vorwiegend die Berichte des Autors und Iranexperten Bahman Nirumands für die Heinrich Böll Stiftung, sowie Artikel der Autorin Nasrin Alavi für die Bundeszentrale für politische Bildung, dokumentiert und durch verschiedene Berichte deutscher und englischer Medien¹⁵ ergänzt. Auf eine komplette Erfassung der Geschehnisse wird bewusst verzichtet. Zum einen ist der Wahrheitsgehalt vieler Quellen nicht prüfbar, zum anderen würde dies den Rahmen dieser Arbeit übersteigen.

Mai 2009

Telefonische Umfragen der US-Institute *Terror Free Tomorrow* und *New America Foundation* mit 1.001 Iranern ergeben, dass sich 87 Prozent freie Wahlen wünschen. 84 Prozent wünschen sich eine freie Presse, 90 Prozent sind mit der Wirtschaftslage unzufrieden und wünschen sich dort eine Verbesserung. (vgl. NIRUMAND 2009, S. 11)

18. Mai 2009

Der Revolutionsführer Chamenei äußert sich in einer Rede in der Stadt Bidschar zu den bevorstehenden Wahlen. In Anspielung auf die reformorientierte Opposition fordert er die Wähler auf, ihre Stimme nicht den Kandidaten zu geben, „die sich dem Feind unterwerfen“. (vgl. ALAVI 2009b)

22. Mai 2009

Am 22. Mai ist der offizielle Beginn des Wahlkampfs zur Präsidentschaftswahl in der Islamische Republik Iran.

30. Mai 2009

Eine Wahlrede des reformorientierten Präsidentschaftskandidaten Mehdi Karrubi in der Teheraner Amir-Kabir-Universität wird verboten. Daraufhin reißen die Studenten unter „Tod den Diktatoren“-Rufen die Absperrungen ein. Die Versammlung findet statt.

Der Präsidentschaftskandidat Mir Hossein Mussawi verspricht auf einer Kundgebung die Bekämpfung ungerechter Gesetze gegen Frauen.

¹⁵ Quellen: Financial Times, NDR/ARD-Aktuell, Spiegel, AFP

Das „Zentrum für strategische Forschung“ unter der Leitung von Hassan Rowhani, ehemaliger Chef des Sicherheitsrates und Atom-Unterhändler, veröffentlicht eine Erklärung, in der es Äußerungen des Staatspräsidenten Ahmadinedschads stark kritisiert. Der Staatspräsident hatte das von seinem Vorgänger Mohammed Chatami im Jahr 2003 beschlossene Abkommen zur Aussetzung der Atomanreicherung als beschämend bezeichnet. Nach Aussage des Forschungszentrums wolle Ahmadinedschad damit nur von seiner eigenen Fehlpolitik (Inflation, Arbeitslosigkeit, Anstieg der Importe, fehlende Investitionen) ablenken, mit der er dem Iran geschadet habe.

Mit dieser Erklärung erlaubt es sich erstmalig in der Geschichte der Islamischen Republik eine staatliche Institution, einen amtierenden Präsidenten derart scharf zu kritisieren (vgl. NIRUMAND 2009, S. 4). Durch die Äußerungen Rowhanis und Ahmadinedschads wurden die Atom- und die Außenpolitik zu einem Zentralthema des Wahlkampfs.

Der ehemalige Staatspräsident Mohamed Chatami reagiert auf die Äußerungen Ahmadinedschads, indem er im Gegenzug die Import- und die Außenpolitik des Präsidenten kritisiert und die Kompetenzen des Oppositionskandidaten Mussawi hervorhebt. Dieser sei in der Lage „die materiellen und geistigen Ressourcen des Landes für Fortschritt, Wohlstand und Gerechtigkeit einzusetzen. Gerechtigkeit habe nicht nur eine wirtschaftliche Bedeutung, sie müsse auch in Bezug auf politische Freiheit und freie Meinungsäußerung zur Geltung kommen“ (NIRUMAND 2009, S. 4). Chatami hatte seine Kandidatur zur Präsidentschaftswahl zu Gunsten Mussawis zurückgestellt.

01. Juni 2009

Ahmadinedschad droht mit der Veröffentlichung interner Unterlagen über Vorgängerregierungen, um die Vorwürfe seiner drei Kontrahenten, er habe Iran durch seine Politik wirtschaftlichen und politischen Schaden zugefügt, zu widerlegen. Die Dokumente sollen die Korruption und Vetternwirtschaft der Vorgängerregierung darlegen. Die Unterlagen datieren bis Anfang der achtziger Jahre zurück. Mussawi war von 1981 bis 1989 Ministerpräsident.

04. Juni 2009 – Fernsehduell

Ahmadinedschad und Mussawi debattieren in einem Fernsehduell:

Ahmadinedschad beschuldigt Mussawi einer Hetzkampagne gegen ihn, bei der auch Haschemi Rafsandschani, Vorsitzender des Schlichtungsrats und der Expertenversammlung, und Mohammed Chatami involviert sind. Mussawi erklärt seine Kandidatur damit, dass die Regierung große Fehler gemacht habe, die gefährlich für den Iran seien. Er wirft Ahmadinedschad vor, seine Außenpolitik bestehe aus realitätsfremden Parolen. Zudem kritisiert er Ahmadinedschads Israelpolitik.

Dazu kontert Ahmadinedschad, dass Mussawi während seiner Amtszeit als Ministerpräsident die Auflösung des zionistischen Regimes gefordert hatte. Er wirft Mussawi eine ‚Politik der Schlichtung‘ und Fehler bei der Atompolitik vor.

Mussawi äußert, dass sich die Bevölkerung über die starke Zensur beklagt, Ahmadinedschad ist dazu der Auffassung, dass unter seiner Regierung weit weniger Zensur stattfindet, als unter der Vorgängerregierung. Er unterstellt Mussawi die Politik der ‚Herrschaft der Reichen‘ des Rafsandschanis weiterführen zu wollen. Mussawi hingegen meint, dass Ahmadinedschad die Gesetze und Beschlüsse des Parlaments missachtet. Daraufhin unterstellt Ahmadinedschad der Frau von Mussawi, Sahra Rahnoward, sie habe rechtswidrig ihren Dokortitel erlangt und der Posten der Universitätsrektorin stehe ihr nicht zu.

In einer Rede zum 20. Todestag des Ajatollah Ruhollah Chomeini, die auf der Internetseite des iranischen Fernsehens veröffentlicht wird, leugnet Ahmadinedschad erneut den Holocaust und bezeichnet diesen als ‚großen Betrug‘.

Das geistliche Oberhaupt Ali Chamenei äußert in einer Rede im Fernsehen, dass „die Nationen in diesem Teil der Welt [...] die USA zutiefst hassen.“. Kurze Zeit später hält der US-Präsident in Kairo seine Rede in der er „eine neue Epoche der Beziehungen zwischen den USA und den islamischen Staaten“ ankündigt (NIRUMAND 2009, S. 10).

05. Juni 2009

Sahra Rahnoward, die Frau Mussawis, legt ihren Abschluss von der Universität in Teheran vor, um die Anschuldigungen Ahmadinedschads zu widerlegen.

Wahlkämpfer Mussawis informieren per SMS über Veranstaltungen. So auch über die Kundgebung auf dem Vali-Asr-Platz in Teheran. Dort singen die Anhänger Mussawis „bye-bye Ahmadinedschad“-Sprechchöre.

Die Wochenzeitung der Revolutionswächter veröffentlicht eine Erklärung, in der sie androht „jeden Versuch einer sanften Revolution im Keim zu ersticken“ (NIRUMAND 2009, S. 15).

06. Juni 2009

Der Reformler Mehdi Karrubi und der amtierende Präsident Mahmud Ahmadinedschad treten in einem TV-Duell gegeneinander an. Ahmadinedschad hebt hervor, dass unter seiner Regierung die Wirtschaft gewachsen ist und lediglich eine Inflationsrate von 15 Prozent vorweist. Dies korrigiert Karrubi. Die Inflationsrate läge bei 25 Prozent.

Ahadinedschad war zu einem früheren Zeitpunkt in Erklärungsnot geraten, den Verbleib einer Milliarde US-Dollar in den Währungsreserven des Landes zu erklären. Das

Fehlen des Geldes tat er als Buchhaltungsfehler ab. Im TV-Duell stellte Ahmadinedschad sich nun als einfachen Mann dar, der von einem bescheidenen Lehrergehalt lebe (und sich somit gegen das korrupte System stelle). Er bestreite seinen Wahlkampf zudem ohne finanzielle Hilfe.

07. Juni 2009

Rund 800 iranische Regisseure und Künstler bekunden in einem Video über die Social Media-Plattform *YouTube* ihre Sympathie für Mussawi und sprechen eine Wahlempfehlung aus.

08. Juni 2009

Mussawi-Anhänger bilden eine fast 20 km lange Menschenkette auf der Vali-Asr-Straße. Diese erstreckt sich vom vermögenden Norden Teherans bis zu den Arbeitervierteln im Süden.

09. Juni 2009

Ein offizieller Brief des Haschemi Rafsandschani an das staatliche Oberhaupt wird veröffentlicht. In diesem Schreiben spricht er sich gegen Ahmadinedschad aus und verlangt nach einer Entschuldigung bezüglich seiner Äußerungen im Fernsehduell. Gleichzeitig droht er mit rechtlichen Konsequenzen. Rafsandschani warnt den Revolutionsführer davor, Ahmadinedschad weiterhin zu unterstützen.

Zahlreiche konservative Abgeordnete bekennen sich zum Staatspräsidenten Ahmadinedschad und sprechen ihre Wahlempfehlung aus, darunter Abgeordnete des Osulgaran-Block (Block der Prinzipientreuen).

10. Juni 2009

Bei einem Besuch der Sharif Universität in Teheran wird Ahmadinedschad von den Studenten unter „Mussawi“-Rufen vertrieben.

Ahmadinedschad erklärt den Wahlkampf zum „Psychokrieg“, die Propaganda-Taktiken seiner Opponenten erinnern ihn an die des dritten Reiches. Die Opposition unterstellt Ahmadinedschad die Öffentlichkeit bezüglich der Inflationsrate betrogen zu haben. Diese sei auf 25 Prozent gestiegen und nicht, wie von Ahmadinedschad veröffentlicht, auf 15 Prozent gefallen. Mittlerweile droht Ahmadinedschad mit Haftstrafen, da seine Kritiker eine Straftat begingen, den iranischen Präsidenten zu beleidigen.

Jadollah Dschawani, politischer Chef der Revolutionsgarden warnt, dass die Sicherheitskräfte keine sanfte Revolution oder politische Zusammenschlüsse ‚unter dem Banner einer Farbe‘ dulden werden, in Anspielung auf Mussawis ‚grüne Bewegung‘.

12. Juni 2009 – Wahltag

Der Revolutionsführer Ali Chamenei ruft zu friedlichen Wahlen auf. Die Wahlbeteiligung am Wahltag erreicht eine Rekordhöhe von 80 Prozent der insgesamt 46 Millionen Wahlberechtigten. Durch diesen Ansturm auf die Wahlurnen werden die Öffnungszeiten der Wahllokale um sechs Stunden bis 21.30 Uhr und anschließend teilweise bis Mitternacht verlängert. Dennoch können viele Wähler ihre Stimme nicht abgeben.

Den von den Reformern gestellten Wahlbeobachtern wird der Zugang zu den Wahllokalen verboten, viele der mobilen Wahlurnen können nicht überprüft werden. „An zahlreichen Wahllokalen fehlen die Stimmzettel, obwohl das Innenministerium nach eigenen Angaben weit mehr als benötigt Wahlzettel zur Verfügung gestellt hatte“ (NIRUMAND 2009, S. 15).

Internationale Leitungen sind unterbrochen, das Versenden von Kurzmitteilungen über das Handy ist nicht mehr möglich und auch das Internet ist stundenlang nicht erreichbar. Ab 17 Uhr werden Versammlungen verboten und die Straßen mit Polizei und Militär gerüstet.

Kurz nach 23 Uhr verkündet die Nachrichtenagentur IRNA schon den Sieg Ahmadinedschads. Zu dieser Zeit sind die Wahllokale noch nicht geschlossen.

13. Juni 2009

Am frühen Morgen kommt es zwischen Mussawi-Anhängern und der Polizei zu Auseinandersetzungen.

In einer Pressekonferenz spricht Mussawi von Unregelmäßigkeiten während der Wahl. Nicht alle Wähler hätten ihre Stimme abgeben können, zudem waren zu wenig Stimmzettel in einigen Wahllokalen. Mussawi sieht sich offiziell als Gewinner.

Das Innenministerium verkündet den Sieg Ahmadinedschads, dieser hat mehr als doppelt so viele Stimmen wie sein Hauptkonkurrent Mussawi erhalten.

Tabelle 1: Wahlergebnisse der Präsidentschaftswahl 2009 in Iran

Mahmud Ahmadinedschad	62,6 %
Mir Hossein Mussawi	33,8 %
Mohsen Resai	1,7 %
Mehdi Karrubi	0,9 %

Quelle: BBC 2009

Der IT-Mitarbeiter des iranischen Innenministeriums, Mohammed Asgari arbeitete am 12. Juni 2009 im Wahlzentrum. Er notierte ein Wahlergebnis, nach dem Mussawi 21,3 Millionen Stimmen erlangte, Ahmadinedschad hingegen 10,5 Millionen. (vgl. BEDNARZ/FOLLATH/ROHR/SPÖRL 2009, S. 97)

Experten in den USA sprechen von Betrug, sie hatten damit gerechnet, dass sich keiner der Kandidaten in der ersten Wahlrunde durchsetzen und es somit zu Stichwahlen kommen würde.

Der Revolutionsführer Ali Chamenei gratuliert Ahmadinedschad im staatlichen Fernsehen zu seinem Wahlsieg. Zu diesem Zeitpunkt hat der Wächterrat das endgültige Ergebnis noch nicht offiziell verkündet.

Versammlungen werden bis zum endgültigen Wahlergebnis verboten.

Bis zum Mittag versammeln sich immer mehr Einwohner auf den Straßen Teherans. Sie sehen Ahmadinedschad als Verantwortlichen für den ‚Ruin‘ des Landes, vermuten Wahlbetrug und fordern ihre Stimme zurück. (vgl. Nirumand 2009, S. 13)

Ahmadinedschad hält am Abend eine Siegesrede, in der er das Wahlergebnis für eindeutig erklärt. Mussawi hingegen spricht auf seiner Internetseite offen von Wahlbetrug.

Der US-Präsident Barack Obama äußert, dass er einen Wechsel in den Beziehungen zu Iran für möglich halte.

Trotz Versammlungsverbot gehen hunderttausende Iraner auf die Straße. Es kommt in mehreren Stadtteilen zu gewaltvollen Auseinandersetzungen mit der Polizei. Diese setzt Tränengas und Schlagstöcke gegen die Demonstranten ein. Die Protestanten bewerfen die Polizei mit Steinen. Sie rufen ‚Tod dem Diktator‘ und ‚Ahmadinedschad schäm Dich‘.

Mussawi ruft seine Anhänger in einer kurzen Erklärung dazu auf Ruhe zu bewahren und sich nicht von Krawallmachern in eine Falle locken zu lassen. Er wird von der Polizei gehindert, eine Pressekonferenz abzuhalten. Mussawis Hauptquartier wird durch das Innenministerium abgeriegelt um seine für den Vormittag des 14. Juni 2009 geplante Rede an seine Anhänger zu verhindern.

„Nachts steigen Hunderttausende auf die Dächer und rufen ‚Allah o Akbar‘ (Gott ist mächtig) und ‚Nieder mit der Diktatur‘“ (NIRUMAND 2009, S. 13).

Die Polizei nimmt mehr als 100 reformorientierte Politiker fest, unter ihnen ist der Bruder des ehemaligen Präsidenten Mohammed Chatami.

14. Juni 2009

Mohammed Chatami wird verhaftet.

15. Juni 2009

Der Revolutionsführer Chamenei beauftragt den Wächterrath den Vorwurf des Wahlbetrugs sorgsam zu prüfen.

16. Juni 2009

Ahmadinedschad reist zum Gipfeltreffen der Shanghaier Organisation für Zusammenarbeit (SOZ) in Russland.

Der IT-Mitarbeiter des Inneministeriums, Mohammed Asgari, kommt bei einem Unfall ums Leben. (vgl. BEDNARZ/FOLLATH/ROHR/SPÖRL 2009, S. 97)

17. Juni 2009

Der Kapitän der iranischen Nationalmannschaft, Mehdi Mahdavia, sowie fünf weitere Nationalspieler tragen während des WM-Qualifikationsspiels gegen Südkorea in Seoul grüne Armbänder. In der zweiten Halbzeit sind die Armbänder verschwunden. Die Spieler werden später von den staatlichen iranischen Medien als Landesverräter geächtet.

18. Juni 2009

Zehntausende Protestler nehmen an einem von Mussawi aufgerufenen Schweigemarsch teil um den Opfern der Proteste der letzten Tage zu gedenken.

Die Social Community-Plattform *Facebook* bietet die komplette Benutzerfläche jetzt auch in Persisch an. Im Facebook-Blog erklärt der Software-Entwickler dies mit dem regen Informationsaustausch seit den Wahlen in Iran. Mehr als 400 Personen, die die persische Sprache beherrschen, hatten individuelle Übersetzungen der Seite eingereicht. (vgl. KWAN 2009)

19. Juni 2009

In seiner Freitagspredigt auf dem Gelände der Teheraner Universität erklärt das geistliche Oberhaupt, Ajatollah Ali Chamenei, das Wahlergebnis für rechtens und stellt sich damit hinter den Präsidenten Ahmadinedschad. Die Vorwürfe sollten dennoch überprüft werden. Chamenei droht bei anhaltenden Protesten mit dem Einsatz der Staatsgewalt und harten Strafen. Mussawi sagt daraufhin eine für diesen Tag geplante Kundgebung ab.

20. Juni 2009

Der Wächterrat trifft sich mit den unterlegenen Kandidaten der Präsidentschaftswahl. Diese hatten insgesamt 646 Beanstandungen vorgelegt.

US-Präsident Barack Obama fordert die Iranische Regierung in einer Erklärung auf die Gewalt gegen das eigene Volk einzustellen.

Trotz der Warnung Chameneis gehen die Anhänger Mussawis auf die Straße. Es kommt zu harten Auseinandersetzungen zwischen den Protestlern und den Sicherheitskräften.

Die Berichterstattung ausländischer Journalisten wird von der iranischen Regierung immer weiter eingeschränkt. Sie sollen das Land verlassen. Das Mobilfunknetz, sowie das Internet sind nicht mehr erreichbar. Auch die Telefonverbindungen werden zeitweise unterbrochen.

Die 27-jährige Iranerin Neda Agha-Soltan wird nach Augenzeugenberichten von einem Mitglied der Basij-Milizen bei einer Demonstration in Teheran durch einen Schuss in den Brustkorb getötet. Ihr Sterben wird mit einer Handykamera gefilmt und anschließend über YouTube verbreitet. Das Video erreicht innerhalb kürzester Zeit weltweite Bekanntheit. Die junge Frau gilt seither für viele Protestler als Symbol für den Widerstand.

22. Juni 2009

Der Wächterrat beginnt mit der Auszählung von 10 Prozent der Stimmzettel.

23. Juni 2009

Nur 110 der 290 geladenen Parlamentsabgeordneten erscheinen zu der Siegesfeier von Präsident Ahmadinedschad.

29. Juni 2009

Der Wächterrat gibt bekannt, dass die von den unterlegenen Kandidaten geäußerten Vorwürfe weitgehend geprüft sein, und es keine auffälligen Unregelmäßigkeiten gegeben habe.

Auf den Straßen Teherans herrscht wieder etwas Ruhe. Nach wie vor rufen die Menschen jedoch nachts von den Dächern.

Ein eigens dafür einberufener Sonderausschuss soll über das Schicksal der inhaftierten Demonstranten entscheiden. Innerhalb der letzten zwei Wochen waren hunderte Demonstranten bei Kundgebungen verhaftet worden.

Die Iranian Student's News Agency (ISNA) gibt bekannt, dass Ahmadinedschad den Tod der Studentin Neda untersuchen lassen möchte um den Verantwortlichen zu finden. Als Grund der Untersuchung nennt er die propagandistische Berichterstattung der ausländischen Medien zu diesem Ereignis.

30. Juni 2009

Der Wächterrat bestätigt offiziell das Wahlergebnis.

25. Juli 2009

Weltweit beteiligen sich Menschen am ‚Aktionstag für Menschenrechte und Medienfreiheit in Iran‘ zu dem Amnesty International, Reporter ohne Grenzen und die Schriftstellervereinigung P.E.N. aufgerufen hatten. (vgl. AFP 2009a)

30. Juli 2009

Trotz Verbot, versammeln sich tausende Menschen in Teheran um den im Rahmen der Proteste Getöteten zu gedenken. Viele Iraner suchen das Grab der am 20. Juni 2009 getöteten Studentin Neda auf um dieser, traditionell nach schiitischem Glauben, 40 Tage nach ihrem Tod zu gedenken. Hierbei kommt es erneut zu gewaltsamen Auseinandersetzungen.

01. August 2009

Rund 100 Oppositionellen, sowie iranischen Mitarbeiter der französischen und britischen Botschaft und einer französischen Staatsbürgerin, wird der Prozess vor dem Revolutionsgericht in Teheran gemacht. Ihnen wird vorgeworfen, sich an den Protesten nach der Präsidentschaftswahl beteiligt und dadurch die nationale Sicherheit gefährdet, sowie die öffentliche Ordnung gestört zu haben. Der Prozess findet unter Ausschluss der internationalen Presse statt, vielen Angeklagten wird ein Anwalt verwehrt. Zu den Hauptangeklagten gehört der ehemalige Vizepräsident Mohammad Ali Abtahi. Er ist geständig. Mussawi vermutet in einer Erklärung auf seiner Internetseite, dass dieses Geständnis unter Folter erzwungen wurde. (NDR/ARD-AKTUELL 2009b)

08. August 2009

Die Europäische Union protestiert gegen den in Teheran stattfindenden Massenprozess. In einer Erklärung der schwedischen EU-Ratspräsidentschaft fordert sie die unverzügliche Freilassung der Angeklagten. Jede Handlung der iranischen Behörden gegen ein einzelnes Mitgliedsland erachte man als gegen die gesamte Union gerichtet. (vgl. NDR/ARD-AKTUELL 2009d)

09. August 2009

Jadollah Dschawani, politischer Chef der Revolutionsgarden, fordert die Verurteilung und Bestrafung der drei unterlegenen Präsidentschaftskandidaten aufgrund ihrer Rolle bei den Protesten.

7 Einsatz von Social Media in Iran

Zum Zeitpunkt dieser Arbeit gibt es keine wissenschaftlichen Studien zur Nutzung von Social Media in Iran. Die Messung gestaltet sich zudem schwierig. Seiten wie Facebook oder Twitter werden in Iran unregelmäßig geblockt (vgl. VIOHL 2009). Internetnutzer finden, wie in Kapitel 5.5: Freiheit im Internet erläutert, dennoch Wege, um auf die verbotenen Seiten zuzugreifen. Die Betreiber selbst geben keine Auskunft über die Anzahl der iranischen Nutzer auf ihren Plattformen. Vermutlich sind diese durch falsche Identitätsangaben und Anonymisierungssoftware auch schwer zu ermitteln.

Im nachfolgenden wird der Einsatz von Social Media in Iran während des Wahlkampfs und der anschließenden Proteste betrachtet. Zusätzlich wird die Seite des iranischen Twitterers persiankiwi analysiert.

7.1 Einsatz von Social Media im Wahlkampf

Durch die staatliche Kontrolle nahezu aller Medien in Iran, spielt neben SMS und Telefon, das Internet eine bedeutende Rolle im Wahlkampf der Opposition (siehe Kapitel 6: Präsidentschaftswahlen 2009 in Iran). Einen Vorteil in der Nutzung dieser Technologien sieht Behzad Mortazavi, Leiter der Wahlkampagne von Mir Hossein Mussawi, in der Verbreitung dieser Technologien:

"We are using new technologies because they have the capacity to be multiplied by people themselves who can forward Bluetooth, e-mails and text messages and invite more supporters on Facebook."

(BOZORGMEHR 2009)

Jeder der Kandidaten hat Webseiten und / oder Blogs zur Verbreitung des Wahlkampfprogramms, der Ankündigung von Aktivitäten und Bereitstellen von Reden (vgl. HUH-TASAARI 2009). Die Seiten werden jedoch in den meisten Fällen nicht von den Kandidaten selbst, sondern von deren Unterstützern geführt. Tabelle 2 listet einen Auszug der Webseiten und Blogs der Präsidentschaftskandidaten. Die Webseiten www.ghalamnews.ir und www.mirhussein.com waren zum Zeitpunkt der Untersuchung gesperrt, deshalb konnten die dort angebotenen Sprachen nicht mehr ermittelt werden.

Tabelle 2: Webseiten und Blogs der Präsidentschaftskandidaten

Kandidat	Webseite	Verfügbarkeit ¹⁶	Sprachen
Ahamadinedschad, Mahmud	www.ahmadinejad.ir	Ja	Persisch, Arabisch, Französisch, Englisch
	www.president.ir	ja	Persisch, Arabisch, Englisch
	www.farsnews.ir	ja	Persisch, Arabisch, Englisch, Türkisch
	www.irna.ir	ja	Persisch, Arabisch, Englisch und andere
Karrubi, Mehdi	www.karroubi.ir	Ja	Persisch
	www.etemademelli.ir	ja	Persisch
	http://campaign88.ir	ja	Persisch
Mussawi, Mir Hossein	www.ghalamnews.ir	Nein	Persisch
	www.mowjcamp.com	ja	
	www.mirhussein.com	nein	Persisch, Englisch
	www.mowj.ir	ja	
Resai, Mohsen	www.rezaee.ir	Ja	Persisch

Quelle: Eigene Darstellung

Der Blog www.ahmadinejad.ir des Präsidenten Mahmud Ahmadinedschads ist in vier Sprachen verfügbar. Neben der Möglichkeit, das Farbprofil der Seite zu wechseln und die Schriftgröße anzupassen, bietet sie eine Kommentar- / Fragenfunktion. Der Nutzer kann selbst entscheiden, ob sein Kommentar öffentlich angezeigt werden soll. Auch kritische Kommentare finden so ihren Weg auf die Seite. So schreibt Kevin aus den Vereinigten Staaten:

„You are the type of man that would start WW3. You say some pretty stupid things sometimes”

Durch die fehlende Datumsanzeige ist nicht ersichtlich, wann die Kommentare verfasst wurden. Der erste Blog-Eintrag des Präsidenten, der offensichtlich in Englisch, Französisch und Arabisch übersetzt wird, ist auf den 08. August 2006 datiert. Der letzte Ein-

¹⁶ Die Verfügbarkeit bezieht sich auf den Zeitpunkt der Untersuchung am 20. August 2009

trag ist im Dezember 2007. Daraus lässt sich schlussfolgern, dass die Webseite generell und insbesondere für den Wahlkampf keine Relevanz hat.

Ahmadinedschad wird durch die Webauftritte der staatlichen Nachrichtenseiten Fars News Agency (FNA) und Islamic Republic News Agency (IRNA) unterstützt. Der amtierende Staatspräsident führt seinen Wahlkampf jedoch primär über die klassischen, staatlich kontrollierten Medien wie Zeitung, TV und Radio. Sein Wahlkampfvideo¹⁷, das im staatlichen Fernsehen läuft, ist auch über die Social Sharing-Plattform YouTube verfügbar.

„In seinem Wahlkampffilm im Stil der Ära des Kalten Krieges wird Ahmadinedschad hingegen als derjenige gepriesen, der die Nation durch enorme technische Fortschritte nach vorn gebracht hat. Dem Zuschauer werden begeisterte Massen gezeigt, die ihren Präsidenten in der gesamten islamischen Welt als Helden bejubeln. [...] Ahmadinedschads Wahlkampffilme sind durchsetzt mit unverhohlenen Ungenauigkeiten. Sie zielen auf das Publikum des staatlichen Fernsehens ab, das unter Umständen keinen Zugang zu anderen Medien hat.“ (ALAVI 2009c)

Mehrere Webseiten des größten Konkurrenten, Mir Hossein Mussawis, werden von der iranischen Regierung gesperrt oder sind das Ziel von Angriffen durch Hacker, die falsche Informationen auf den Seiten verbreiteten. So ist die offizielle Webseite www.ghalamnews.ir mittlerweile nicht mehr erreichbar.

Mir Hossein Mussawis Unterstützer nutzen deshalb intensiv die Social Community-Plattform Facebook, um Wahlkampfreden, Fotos und andere Informationen zu verbreiten. Dadurch gelingt es ihnen innerhalb kürzester Zeit, Millionen Iraner für Mussawi zu mobilisieren. Besonders junge Menschen werden durch den Einsatz der neuen Technologien erreicht. Mussawi erlangt so innerhalb kürzester Zeit große Bekanntheit und kann viele Unterstützer für sich gewinnen. (vgl. NIRUMAND 2009, S. 5)

¹⁷ Quelle: <http://www.youtube.com/watch?v=jEodDTX15iE>

Abbildung 7: Facebook-Seite von Mir Hossein Mussawi



Quelle: <http://www.facebook.com/mousavi> (2009-08-03)

Am 13. Juni 2009 sind ca. 20 Facebook-Seiten des Kandidaten Mussawi online, die 7.500 Mitglieder verzeichnen (vgl. BOZORGMEHR 2009). Diese Zahlen haben sich am 20. August 2009 stark erhöht. So sind für den Suchterm ‚Mir Hossein Mousavi‘ zwei Personeneinträge, sieben Seiten und 67 Gruppen bei Facebook vorhanden. Die Gruppen wurden u. a. von Mussawi-Unterstützern verschiedener Nationen angelegt. Die offizielle Politiker-Seite (siehe Abbildung 7) hat zwischenzeitlich 116.274 Unterstützer weltweit.

Außer Mohsen Resai, sind auch die anderen Präsidentschaftskandidaten auf Facebook vertreten. Mehdi Karrubi ist durch seine Unterstützer mit jeweils zwei Nutzerprofilen, Seiten und Gruppen vertreten. Seine Politiker-Seite verzeichnet 11.168 Anhänger. Präsident Ahmadinedschad ist zum Zeitpunkt der Analyse mit zwei Nutzerprofilen, 18 Seiten und 378 Gruppen bei Facebook zu finden. Neun der 18 Seiten zu Ahmadinedschad sind von Befürwortern, sechs von Gegnern eröffnet worden. Bei den Ahmadinedschad-Gruppen sind es sowohl Befürworter, als auch Gegner, die diese auf Facebook betreiben. Die Fancial Times berichtet am 13. Mai 2009 von der Facebook-Gruppe „I bet I can find 1,000,000 people who dislike Mahmoud AhmadiNejad“ die zu diesem Zeitpunkt mehr als 35.000 Mitglieder zählt (vgl. BOZORGMEHR 2009).

Das Informationsministerium veranlasst die Sperrung des Social Networks Facebook am 23. Mai 2009. Am 26. Mai 2009 darf wieder von Iran darauf zugegriffen werden. Die reformnahe Nachrichtenagentur Iranian Labour News Agency (ILNA) vermutet dahinter die Absicht, Anhänger Mussawis an der Nutzung der Plattform für den Wahlkampf zu hindern. (vgl. AFP 2009)

Die Zensurmaßnahmen der iranischen Regierung beginnen aber schon früher. Viele regierungskritische Webseiten, oder Webseiten der potentiellen Gegner des Staatspräsidenten, werden seit dem 24. Januar 2009 von verschiedenen Internetprovidern in Iran unzugänglich gemacht. Darunter die Webseiten des teheranischen Bürgermeisters Baqer Oalibaf¹⁸. Razzien bei politischen Bloggern nehmen im Zuge der bevorstehenden Präsidentschaftswahlen zu. (vgl. ROG 2009b, S. 13)

Auch ausländische Medien in Iran sind zeitweilig von der Zensur der iranischen Regierung betroffen. Am 26. Januar 2009 werden die persischsprachigen Webauftritte der Deutschen Welle¹⁹ und von Radio France International²⁰, sowie die arabischsprachige Webseite von Arabiya Television²¹ gesperrt. (vgl. ROG 2009b, S. 13)

Trotz der Zensurmaßnahmen im Internet dominieren Mussawis Unterstützer kurz vor der Wahl das Wahlkampfgeschehen.

„Täglich wurden zehntausende Kurztexte per SMS verschickt. Auch über Blogs sowie Facebook, Twitter und andere Internetdienste wurde zur Teilnahme an der Wahl aufgefordert. Phantasievolle Slogans wurden von Musikern vertont, ebenso wie Parolen wie „Ahmadi-bye-bye“ wurden über das ganze Land verbreitet.“ (NIRUMAND 2009, S. 10)

Anhänger Mussawis verkünden über Social Media-Anwendungen offen ihre Sympathie zu dem Reformier. Der Karikaturist Touka Neyestani schreibt in seinem Blog, er werde Mussawi wählen, „weil er in der Jugend und in Teilen der Gesellschaft die Hoffnung erweckt hat, dass ihre Stimmen von Bedeutung sind“ (vgl. ALAVI 2009d). In einem YouTube-Video²² rufen iranische Regisseure und Künstler zur Wahl Mussawis auf.

¹⁸ Farda News (www.fardanews.com) und Parsine (www.parsine.com)

¹⁹ Webadresse: www.dw-world.de/dw/0,,641,00.html

²⁰ Webadresse: www.rfi.fr/actufa/pages/001/accueil.asp

²¹ Webadresse: www.alarabiya.net/persian

²² Quelle: <http://www.youtube.com/watch?v=2HaEBTyueCs> (2009-08-27)

7.2 Einsatz von Social Media im Rahmen der Proteste

Neueste Nachrichten, Gerüchte oder Verweise auf die nächste Demonstration: Im Zuge der Wahlen in Iran dient Twitter vielen Menschen in und außerhalb des Iran als alternative und oftmals als einzige Informationsquelle zu den aktuellen Geschehnissen. Der Autor Eckart Aretz fasst für die Tagesschau einige dieser Tweets zusammen:

„Thetilo teilt mit, dass in der westiranischen Stadt Mahabad die Bürger den Basar geschlossen und sich dem nationalen Streik angeschlossen hätten. Andere Tweets weisen auf eine für Mittwoch geplante Großdemonstration hin und fragen, ob Präsidentschaftskandidat Mir Hussein Mussawi daran teilnehmen wird. Faryaade empfiehlt Teilnehmern, nicht mehr die grünen Symbole der Bewegung zu benutzen. Vielmehr solle man normal gekleidet erscheinen und angeben, man sei unterwegs zum Einkauf.“
(ARETZ 2009)

„Twitter ist zur unverzichtbaren Informationsquelle für die Protestbewegung geworden“ (EBERLE 2009). Knapp eine Woche nach den Wahlen ist ‚IranElection‘ der meistbenutzte Suchbegriff bei dem Mikroblogging-Dienst. Der Wahrheitsgehalt dieser Quellen ist oft nicht verifizierbar, denn es ist unklar wer diese Informationen verbreitet und welches Ziel er damit verfolgt. (vgl. EBERLE 2009)

Das Web Ecology Project ist eine interdisziplinäre Forschungsgruppe in Boston, Massachusetts. Sie veröffentlicht am 26. Juni 2009 eine Studie über die Rolle von Twitter bei den iranischen Protesten. Im Zeitraum 07. Juni 2009 bis 26. Juni 2009 misst sie durch die Verwendung vordefinierter Suchbegriffe insgesamt 2.024.166 Tweets im Zusammenhang mit der Wahl in Iran. Ungefähr 480.000 Nutzer beteiligen sich an der Diskussion innerhalb der untersuchten Tweets, dabei hinterlassen 59,3 Prozent nur einmalig einen Kommentar. Einer von vier Tweets zum Iran ist ein Re-Tweet, eine Weiterleitung des Inhaltes eines anderen Nutzers. (vgl. WEB ECOLOGY PROJECT 2009)

Der in Europa lebende Blogger Hamid Tehrani²³ ist der Auffassung, dass Informationen die über Twitter laufen, eher der Außendarstellung und Mobilisierung einer internationalen Audienz, als der Organisation der Proteste in Iran dienen, zumal diese Meldungen in den meisten Fällen in Englisch verfasst seien. Da die internationalen Medien verstärkt von der iranischen Regierung an der Aufnahme eigener Bilder aus dem Iran gehindert seien, würden diese bei YouTube und Co. eingestellte Videos übernehmen. Die Demonstrationen und Aktionen in Iran würden zentral durch die Büros der reformisti-

²³ Tehranis Blog: www.digiactive.org

schen Kandidaten organisiert. Der Kandidat Mussawi nutze Webseiten wie ‚Ghalam News‘ und besonders seinen Facebook-Account zur Ankündigung von Aktionen. (vgl. BOLDT 2009)

Neben Twitter, werden andere Social Media-Anwendungen wie YouTube und Flickr von Iranern genutzt, um die oftmals mit der Handykamera aufgenommen Videos und Bilder der Proteste an die Öffentlichkeit zu bringen. „Wo Journalisten an ihrer Arbeit gehindert werden, sind es die Youtube-Videos, die dafür sorgen, dass das brutale Vorgehen der Sicherheitskräfte an die Öffentlichkeit kommt“ (EBERLE 2009).

Abbildung 8: Videos auf YouTube zu den Wahlen in Iran

The image shows a screenshot of a YouTube search results page for the query "iran election". The search bar at the top contains "iran election" and a "Suchen" button. Below the search bar, there are navigation links for "Startseite", "Videos", and "Kanäle". The search results are displayed as a list of videos. The first video is titled "BBC - Protest against Iran election results -please share- Iran protest The protest is extraordinary since 30 years ago that the revolution happened. The election is stolen. Down with Dictator I Mousavi ...". The second video is titled "iran election THIS IS THE REAL ELECTION IN IRAN !!! SHAME". The third video is titled "Iran election. Riot in tehran streets after election day - 13/06/ ...". Each video entry includes a thumbnail, a title, a description, a duration, a rating, and the number of views.

Quelle: http://www.youtube.com/results?search_query=iran+election&search_type=&aq=f
(2009-08-22)

Einige der Videos werden aufgrund der grausamen Inhalte, wie dem Tod eines Menschen, sofort von den Betreibern der Plattform gelöscht. Als Beispiel ist hier das Video vom Tod der 27-jährigen Iranerin Neda Agha-Soltan am 20. Juni 2006 zu nennen. Jeglicher Versuch der Betreiber, das Video von YouTube zu entfernen scheitert, denn es

wird immer wieder von anderen Nutzern auf der Plattform eingestellt. Die Betreiber kommen nicht hinterher. (vgl. FARAH 2009)

Das Video wird auch von den ausländischen Medien übernommen und auf Weblogs und Webseiten eingestellt. So erreicht es innerhalb kürzester Zeit international Bekanntheit.

Viele Nutzer von Social Media-Anwendungen bekunden ihre Solidarität zu den Protestlern. Nutzer von Twitter färben ihr Profil grün oder versehen dieses mit einer grünen Schleife – der Farbe der oppositionellen Protestbewegung in Iran. Die Vorlage hierzu bildet eine Applikation²⁴, die ein Dritt-Programmierer für Twitter erstellte. Auch die Facebook-Nutzer bekunden Verbundenheit, indem sie ihr Profilbild in eines der Symbolbilder der Protestbewegung ändern (siehe Abbildung 9).

Abbildung 9: ‚Where is my vote?‘ – Solidaritätssymbol im Web



Quelle: Facebook.com (2009-08-02)

Wie in Kapitel 5.5: Freiheit im Internet erläutert, erhalten die Nutzer in Iran zudem Unterstützung von verschiedenen Hackergruppen und Netzaktivisten, die Anleitungen und Software zur Umgehung der Internetzensur und zum anonymen Surfen im Netz bereitstellen.

7.3 Der Twitter-Nutzer ‚persiankiwi‘

Der Twitter-Account von persiankiwi gilt als beispielhaft für die Berichterstattung über die Proteste nach den Präsidentschaftswahlen in Iran. Wenn auch die Informationen des iranischen Twitterers nicht unabhängig geprüft werden können, erachten ihn viele Journalisten und Blogger als glaubwürdig. Mehr als 38.000 Twitter-Nutzer folgen den Berichten von persiankiwi in Juni 2009. (vgl. URBACH 2009)

²⁴ Webseite: <http://helpiranelection.com/>

Abbildung 10: Twitter-Account ‚persiankiwi‘



Quelle: <http://twitter.com/persiankiwi> (2009-08-24)

Die Identität persiankiwis kann nicht ermittelt werden. Bestimmte Informationen in den Tweets lassen lediglich Rückschlüsse zu. So ist davon auszugehen, dass hinter persiankiwi mehrere Personen stehen. Zum einen spricht persiankiwi selbst von einer Gruppe, zum anderen verschicken sie zeitweise Tweets im Minutentakt. Die meisten der Nachrichten sind in Englisch. Somit scheinen persiankiwi auf internationaler Ebene auf Missstände aufmerksam machen zu wollen. Dennoch verbreiten sie viele Informationen, die für die Protestler in Iran relevant sind. So kündigen sie Demonstrationen an, geben Tipps:

“Advice - Wash face/mouth/eyes/nose/ears with lemon juice is gassed - #Iraelection RT RT RT”

und sprechen Warnungen aus:

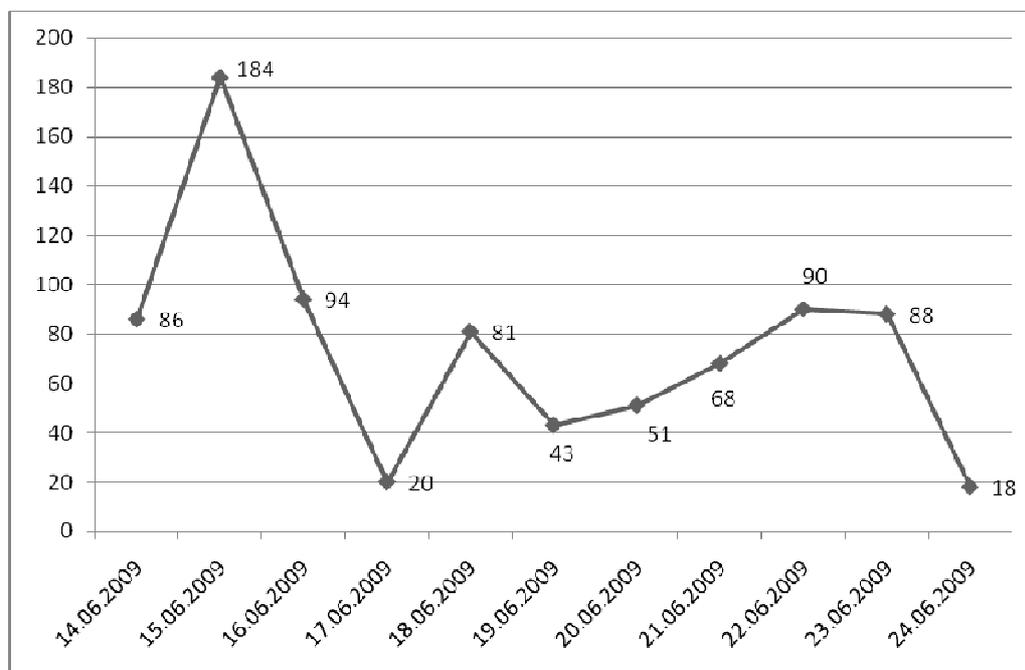
“do NOT follow any instructions on twitter except from the trusted sources - cont..... #Iraelection”.

Persiankiwi folgt bei Twitter 41 anderen Twitterern, darunter offiziellen Quellen wie BBC Persian, Barack Obama und die United Nations Refugees. Auch das Account des Tehran Bureau, ein Projekt iranischer und amerikanischer Journalisten in den Vereinig-

ten Staaten, gehört dazu. Es ist anzunehmen, dass die Informationen von persiankiwi mitunter auch Weiterleitungen anderer Twitter-Nutzer sind.

Die Gruppe wirkt gut organisiert und scheint viele Kontakte zu haben, mit denen sie über verschiedene Wege kommunizieren. Die Informanten berichten persiankiwi oft direkt vom Ort des Geschehens, dadurch können neue Informationen zur Situation sehr zeitnah auf dem Twitter-Account veröffentlicht werden. Fast alle Nachrichten werden mit dem Hashtag ‚#Iraelection‘ kategorisiert und dadurch bei einer Suche nach diesem Schlagwort angezeigt. Persiankiwi unterteilen die Informationen in ihren Tweets in ‚confirmed‘, ‚unconfirmed‘ und ‚rumor‘. Ein Großteil der Nachrichten ist aber ohne Klassifizierung.

Abbildung 11: Intervall der Nachrichten von persiankiwi



Quelle: www.twitter.com/persiankiwi (2009-08-28)

In dem Zeitraum 14. Juni bis 24. Juni 2009 veröffentlichen persiankiwi insgesamt 823 Tweets, davon 184 am 15. Juni 2009. An diesem Tag informieren sie über Proteste in verschiedenen Teilen Irans, des Weiteren berichten sie von Hackerangriffen auf ihr Twitter-Account:

“My twitter was hacked. am back in again. they are shutting down all internet services. #Iraelection“

Neben dem virtuellen Kampf im Netz wird aus den Tweets auch die von der iranischen Regierung betriebene Internetzensur deutlich. Persiankiwi greift über offene Proxies auf Twitter zu, berichtet aber, dass diese schnell von den iranischen Behörden gefunden und blockiert werden.

Die Tweets von persiankiwi geben einen guten Einblick in die Situation nach den Präsidentschaftswahlen in Iran. Diese wirken im Zeitverlauf immer panischer, persiankiwi berichten von immer härteren Übergriffen der Polizei gegen die Demonstranten. Am 24. Juni 2009 beenden sie deshalb ihre Berichterstattung.

8 Die Bedeutung von Social Media

Die vorangegangenen Kapitel dokumentieren, wie die iranische Bevölkerung in ihrer Meinungsfreiheit eingeschränkt wird. Zudem wird aufgezeigt, wie Social Media sowohl von der Politik, als auch von der Zivilbevölkerung zur Vertretung ihrer Interessen eingesetzt wird. Im Nachfolgenden soll herausgearbeitet werden, welche Bedeutung Social Media für diese einzelnen Interessengruppen einnimmt. Hierfür wird eine Betrachtung im Allgemeinen, sowie bezogen auf das Fallbeispiel der Präsidentschaftswahlen in Iran vorgenommen.

"Ich führe ein Weblog, damit ich in dieser stickigen Luft überhaupt atmen kann. In einer Gesellschaft, in der man zur Schlachtbank der Geschichte geführt wird, nur weil man das Verbrechen begeht nachzudenken, schreibe ich, damit meine Verzweiflung mich nicht überwältigt."
(www.lolivashe.blogspot.com)²⁵

Insbesondere Blogs sind in Iran ein wichtiges Mittel, sowohl zum Austausch von Informationen, als auch um Gedanken anonym und frei zu bestimmten Themen zu äußern. Blogs sind durch das Angebot verschiedener Blogdienste²⁶ einfach einzurichten und einfach zu verlinken.

Durch die staatlich dominierte Medienlandschaft und die damit verbundene Einschränkung der Pressefreiheit (vgl. 5.2: Die staatliche Kontrolle der Medien in Iran), nutzen iranische Journalisten Blogs unter anderem als alternatives Mittel zur Veröffentlichung ihrer, in den Zeitungen zensierten, Texte (vgl. KAZERNI 2006).

Der iranische Weblogpionier Hossein Derakshan spricht den Weblogs im Jahr 2006 die Fähigkeit zur Bildung einer neuen politischen Opposition ab, denn sie seien „dezentralisiert und beschäftigen sich eher mit unpolitischen und privaten Themen“ (KAZERNI 2006). Er empfiehlt jedoch, die Bedeutung von Blogs nicht zu unterschätzen. Weblogs seien ein „Aufstand gegen die traditionelle Kultur, gegen eine Regierung, die die Gesellschaft geschlossen halten möchte“ (KAZERNI 2006).

Im Leben der iranischen Jugendlichen spielt Social Media eine wichtige Rolle, denn Chats, Instant-Messaging-Dienste und Weblogs ermöglichen ihnen, die strengen Regeln

²⁵ Blog-Eintrag vom 17. November 2004, übersetzt von Nasrin Alavi (ALAVI 2005, S. 12)

²⁶ Beispiele: www.wordpress.com und www.blogger.com

zur Geschlechtertrennung im Alltag gewissermaßen auszutricksen. Im Netz lässt es sich über Neuigkeiten und Interessen auszutauschen. (vgl. SEMATI 2008, S. 40f.)

Social Media-Anwendungen sind auch für Minderheiten und Unterdrückte relevant. Frauenrechtlerinnen in Iran nutzen Blogs und Webseiten zur Aufklärung und zur Mobilisierung von Unterstützern in Iran. Unter anderem werden Demonstrationen über Webseiten und Blogs organisiert (vgl. KAZERNI 2006). Der iranische Blog „4equality“ sammelt im Jahr 2008 Unterschriften gegen frauenfeindliche Gesetze (vgl. FUCHS 2009). Durch die Reichweite der Nachrichten im Internet ist es einfacher, ein internationales Publikum zu erreichen und dadurch weltweit auf Missstände aufmerksam zu machen. Auch der Kontakt zu Menschenrechtsorganisationen wird erleichtert.

Die Botschaften im Internet bleiben in vielen Fällen auch der Regierung nicht verborgen. So bergen sie auch eine Gefahr für die Betreiber solcher Seiten. (vgl. ROG 2009b, S. 14)

Durch Social Community-Plattformen wie Facebook, oder das Führen von Weblogs, die meist einen tagebuchartigen Charakter besitzen, wird der Dialog zwischen Iranern und Exil-Iranern im Ausland gestärkt. Es ist für beide Seiten einfacher auf dem Laufenden zu bleiben und aus dem Leben des Anderen zu erfahren, sowie den Kontakt zu pflegen. (vgl. Kazerni 2006)

Die Solidarisierung der Nutzer auf Facebook und Twitter mit den Protestlern in Iran zeigt beispielhaft, dass durch Anwendungen der Social Media der Kontakt und Austausch mit dem Rest der Welt ermöglicht wird. Dieser internationale Austausch treibt viele Veränderungen in der iranischen Gesellschaft voran (vgl. SEMATI 2008, S. 40f.).

8.1 Die Bedeutung von Social Media für die Protestbewegung

Durch die Verlagerung des Wahlkampfes der Opposition ins Internet, kommen Anwendungen der Social Media eine tragende Rolle zuteil. Über Blogs und Facebook-Seiten, werden Wahlkampfprogramme und Aktionen angekündigt, und Fotos von Veranstaltungen eingestellt. Dies kommt gerade bei den jungen, „technikbesessenen“ (BOZORGMERH 2009) Iranern gut an und ermöglicht, innerhalb kürzester Zeit eine große Anhängerschaft zu mobilisieren (vgl. Nirumand 2009, S. 5). Das Internet stellt zudem ein kostengünstiges Medium dar.

In Online-Gemeinschaften wird in der Regel die Gleichwertigkeit aller Nutzer hervorgehoben. „Das Prinzip des gleichen Rechts auf Meinungsäußerung und der gleichwertigen Positionierung der Beiträge entspricht an sich einem egalitären System („peer to

peer'), also unserer Vorstellung von gleichberechtigten Bürgern in einer demokratischen Gesellschaft" (EIGNER/LEITNER/NAUSNER/SCHNEIDER 2003, S. 37).

Personen, die außerhalb des virtuellen Raums eine höhere gesellschaftliche Position besetzen, sind innerhalb der Community gleichgestellt mit Personen in niedrigeren Positionen: Der Politiker ist neben dem Arbeiter gleich. Die Kommunikation über Weblogs und Community-Seiten wie Facebook ermöglicht es den iranischen Präsidentschaftskandidaten durch Berichte und Stellungnahmen, die mitunter auch einen persönlichen Charakter besitzen, den Wählern näherzukommen, sie am Geschehen teilhaben zu lassen. Das Gefühl der Unnahbarkeit wird ausgeschaltet. Durch den persönlichen Charakter wirken die Berichte und Veröffentlichungen authentischer und lebendiger, als die in offiziellen Medien veröffentlichten Darstellungen. Zerfaß und Boelter sind der Auffassung, dass „die subjektive und nicht von den Routinen der massenmedialen Nachrichtenproduktion glattgebügelte Berichterstattung in Weblogs [...] einen Informationsvorsprung und [...] damit Exklusivität bietet“ (ZERFAß/BOELTER 2005, S. 65).

Für die Protestler in Iran wird durch die Vernetzung über Facebook, die Verbreitung von Informationen über Twitter oder das Einstellen von Videos auf YouTube das Gemeinschaftsgefühl gestärkt. Dort finden sie Gleichgesinnte und Verbündete. Informationen werden ausgetauscht, Tipps gegeben und Mut zugesprochen (siehe Kapitel 7.2: Einsatz von Social Media Einsatz von Social Media im Rahmen der Proteste). Dies hat laut dem Nahostexperten Udo Steinbach reale Auswirkungen in Iran, denn es motiviere die Menschen „Dinge weiterzutreiben und auf die Straße zu gehen“ (FUCHS 2009). Gleichzeitig ist es den Iranern durch das Einstellen von Informationen auf Social Media Plattformen möglich, entgegen dem Bestreben der iranischen Regierung, die Geschehnisse im Land nach außen zu tragen und in das Bewusstsein der internationalen Öffentlichkeit zu bringen. Berichte über weltweite Demonstrationen und die Kritik des US-Präsidenten Barack Obama an dem Vorgehen der iranischen Regierung gegen die Protestler (vgl. BUNDESREGIERUNG 2009), erreichen die Menschen in Iran über das Internet. Auch die Solidaritätsbekundungen aus dem Ausland tragen zur Motivation der Protestler bei.

Als sogenannte ‚Bürgerjournalisten‘, die vom Ort des Geschehens berichten, nehmen die Protestler in Iran Einfluss auf die internationale Berichterstattung (vgl. BOLDT 2009), denn Mangels der Möglichkeit eigene Bilder aufzunehmen, übernehmen viele internationale Medien die Fotos und Videos (vgl. FARAH 2009).

Das Internet und Social Media ermöglichen den Iranern eine weitere Kommunikationsmöglichkeit, um Kontakt zu internationalen Menschenrechtsorganisationen aufzunehmen. „Wenn jemand verhaftet wird, kann dies schnell bekannt gemacht werden.

Dadurch ist es nicht mehr möglich, ihn einfach verschwinden zu lassen“ (HUHTASAARI 2009).

Die Relevanz von Twitter als Kommunikationsmittel für die Protestbewegung, wird auch durch die Verschiebung der Wartungsarbeiten des Mikroblogging-Dienstes verdeutlicht. In seinem Blog verkündet Twitter am 15. Juni 2009, das Unternehmen und dessen Netzwerkanbieter NTT America wären sich bewusst, welche Rolle Twitter aktuell für die Kommunikation in Iran einnehme. Die Wartungsarbeiten würden deshalb auf den Folgetag, 01:30 Uhr iranische Zeit, verschoben. In den internationalen Medien kursierte derweil das Gerücht, das US-Außenministerium hätte die Verschiebung veranlasst. Dies dementiert der Mikroblogging-Dienst in einem weiteren Blogeintrag am Folgetag. (vgl. TWITTER 2009a)

Journalistenorganisationen wie Reporter ohne Grenzen berichten von einer Zusammenarbeit mit Journalisten in Iran (vgl. HUHTASAARI 2009). Die iranischen Journalisten sind im Zuge der Wahlen in Iran stark in ihrer Arbeit eingeschränkt. Deshalb bildet Social Media für sie eine alternative Möglichkeit, Informationen und Meinungen beispielsweise über Blogs zu verbreiten. Es ist jedoch unklar, wie stark sie davon Gebrauch machen, denn auch die iranischen Journalisten sind starken Repressionen ausgesetzt.

8.2 Die Bedeutung von Social Media für die iranische Regierung

Wie groß die Bedeutung von Social Media für die iranische Regierung ist, lässt sich nur mutmaßen. Zumindest ist ersichtlich, dass auch das Internet und Social Media einer starken Zensur unterliegen. Wie in Kapitel 5.4: Internetzensur in Iran und Kapitel 7.1: Einsatz von Social Media Einsatz von Social Media im Wahlkampf ausgeführt, werden die Zensurmaßnahmen mit den Präsidentschaftswahlen ausgeweitet. So werden etliche Webseiten und Blogs oppositioneller Kandidaten blockiert. Auch die Webseite www.youtube.com ist betroffen, der Zugang zu dieser in Iran, wird auf Veranlassung des Informationsministeriums für drei Tage gesperrt (vgl. AFP 2009).

Seit der Bekanntgabe der Wahlergebnisse versucht die iranische Regierung durch erweiterte Zensurmaßnahmen, die Kontrolle über die Situation zu bekommen. Zeitungen werden an der Veröffentlichung kritischer Artikel gehindert oder gleich komplett geschlossen, darunter vier der wichtigsten reformorientierten Zeitungen. Vier Mitarbeiter des Innenministeriums werden verhaftet, nachdem sie von den offiziellen Wahlergebnissen abweichende Zahlen nennen. Rund zwölf Webseiten oppositioneller Gruppen

werden unzugänglich gemacht. Die Seiten von YouTube und Facebook sind in Iran nur schwer zu erreichen. (vgl. ROG 2009c)

Nach Auffassung des Projektleiters der Hackergruppe NedaNet, Morgan Sennhauser, ist der einzige Grund, warum die Kommunikation der Dissidenten im Internet von der iranischen Regierung noch nicht komplett gestoppt wurde, die Armee von Computerhackern, die hinter den Internetdissidenten steht und für sie nach Schlupflöchern im iranischen Filtersystem sucht. (vgl. NETWORK WORLD 2009)

Blogger und Journalisten, die Kritik an den Islamischen Grundsätzen oder an der Regierung über das Internet verbreiten, müssen mit staatlichen Repressionen rechnen. Diese reichen von Geld- über Haftstrafen. Insgesamt fünf Cyberdissidenten sind im August 2009 in iranischen Gefängnissen inhaftiert. Drei davon wurden kurz nach den Wahlen festgenommen. (vgl. ROG 2009f)

Zu den als Internetdissidenten verhafteten Iranern gehört auch Mohammed Ali Abtahi, der ehemalige Vizepräsident des Iran. Dieser hatte im Wahlkampf den Oppositionskandidaten Mehdi Karrubi unterstützt. Nach der Verkündung der Wahlergebnisse hatte er diese in seinem Blog als Betrug deklariert. (vgl. ROG 2009h)

Am 01. August 2009 muss sich Abtahi neben rund 100 weiteren Oppositionellen, die im Rahmen der Proteste angeklagt wurden, vor dem Revolutionsgericht in Teheran verantworten. (NDR/ARD-AKTUELL 2009b)

Die Bestrafung Einzelner ist mutmaßlich ein Versuch der iranischen Regierung, die Protestbewegung einzuschüchtern und dadurch zum Erliegen zu bringen. Der Ökonom und Nobelpreisträger Gary Becker argumentiert, dass eine Regierung zur Verringerung der Straftaten „die Wahrscheinlichkeit und die Härte der Strafe an einen Punkt bringen muss, an dem der Aufwand diese zu begehen den Nutzen übersteigt“ (vgl. BECKER 1974, S. 25ff.). Hierbei ist nach Goldsmith und Wu jedoch zu berücksichtigen, dass „einige Personen arm genug, oder pessimistisch bezüglich ihrer Zukunftsperspektiven sind, dass auch harte Strafen sie nicht vom Begehen einer Straftat abschrecken“ (vgl. GOLDSMITH/WU 2008, S. 80).

Die Anwendung der beschriebenen Zensur- und Einschüchterungsmaßnahmen belegt, dass das Internet und die Kommunikation über Weblogs, Facebook und andere Plattformen, von der iranischen Regierung als eine durchaus ernstzunehmende Gefahr betrachtet wird: Regierungskritische Ansichten lassen sich durch Social Media einfach verbreiten, zum anderen kann das iranische Volk so an ‚unliebsame‘ und unabhängige Informationen gelangen.

Neben dem Versuch, kritische Äußerungen im Internet einzudämmen, nutzt die iranische Regierung die neuen Kommunikationsmöglichkeiten auch für ihre eigene Zwecke, wengleich das Internet „offiziell [...] als verpöntes Medium gilt, welches westlichen Staaten und den USA zuzuordnen ist“ (VIOHL 2009). So lassen sich über regierungstreue Blogs, Facebook-Seiten oder andere Plattformen auch die eigenen Ansichten und Meinungen positionieren.

Nach Berichten von Reporter ohne Grenzen, werden Plattformen wie Facebook oder Twitter mittlerweile auch von repressiven Regierungen zur ‚partizipativen Zensur‘ genutzt. Zur Manipulation von Inhalten bezahlen repressive Regime ausgewählte Internetnutzer für das Einstellen von regierungsfreundlichen Kommentaren oder initiieren Hackerangriffe um Webseiten zu blockieren. (vgl. ROG 2009b, S. 2 f.)

8.3 Die Bedeutung von Social Media für die internationale Berichterstattung

Die ausländische Berichterstattung zu den Präsidentschaftswahlen wird von der iranischen Regierung stark eingeschränkt. Am 12. Juni 2009 wird die Übertragung der farsisprachigen Fernsehsender BBC und VOA gestört. Zwei Tage später verfügen iranische Behörden über die einwöchige Schließung des arabischen Nachrichtensenders Al-Arabija. Dieser hatte Bilder der Demonstrationen ausgestrahlt. (ROG 2009c)

Ausländische Journalisten in Iran werden in ihrer Tätigkeit als internationale Wahlberichterstatter der Präsidentschaftswahlen stark behindert. So dürfen die Mitarbeiter von ARD und ZDF seit dem 13. Juni 2009 nicht mehr ihr Hotel verlassen. Weitere Auflagen für ausländische Journalisten verhängt das „Ministerium für Kultur und islamische Führung“ am 16. Juni 2009: Die Berichterstattung vom Ort des Geschehens ist nur noch, zu vom Innenministerium genehmigten, Demonstrationen gestattet. Viele Journalisten können daraufhin lediglich von ihren Büros oder Unterkünften aus berichten. Interviews dürfen nur noch per Telefon geführt werden. Die zur Wahl akkreditierten Journalisten erhalten zudem keine Visa-Verlängerung. Mitarbeiter der BBC werden von der iranischen Polizei bedroht, andere Journalisten werden festgenommen und verhört oder ausgewiesen. Einige Mitarbeiter ausländischer Medien berichten von Gewaltanwendungen der Polizei gegen sie. (vgl. NDR/ARD-AKTUELL 2009c ; ROG 2009c ; ROG 2009d)

Parallel betreibt das iranische Regime eine Hetzkampagne gegen die westlichen Medien. In einer Pressemitteilung am 17. Juni 2009 betitelt das iranische Außenministerium ausländische Medien als „Feinde“, iranische Behördenvertreter werfen ihnen vor, als „Sprachrohr der Protestler“ zu dienen. (vgl. ROG 2009d)

Diese Schilderungen unterstreichen, dass eine reguläre Berichterstattung der internationalen Medien nicht möglich ist. Den reformorientierten Webseiten, Blogs und den westlichen Social Media-Seiten kommt deshalb eine tragende Rolle als Informationsquelle zuteil. Durch die Berichterstattung der Protestler über Twitter werden Informationen verfügbar, die „offline“ durch die vom Regime verhängten Auflagen nur schwer zugänglich sind. (vgl. NIEDERMAIER 2008, S. 50)

Dadurch wird die internationale Berichterstattung zu den Wahlen in Iran zeitweise von Amateurbilder und -aufnahmen dominiert. Insbesondere die Fernsehmedien stützen sich nach dem Drehverbot auf diese (vgl. VIOHL 2009): Die BBC erhält Amateurvideos aus dem Iran, die ARD und das ZDF verwenden die verwackelte YouTube-Videos. In der Bildberichterstattung verweisen Fotoagenturen bei Anfragen auf die Foto-Community Flickr. (vgl. FARAH 2009)

So wird auch das Video vom Tod der Studentin Neda am 20. Juni 2009 von den Medien übernommen und ausgestrahlt. Die dazu kursierenden Informationen sind unterschiedlich. Erst heißt es, die junge Frau stand zusammen mit ihrem Vater am Rande der Demonstrationen, als ein Basidji-Mitglied²⁷ sie vom Dach eines zivilen Hauses erschießt. Zwei Tage später kursieren widersprüchliche Informationen im Internet: Der Begleiter sei nicht ihr Vater, sondern ihr Professor gewesen, zudem sei sie von einem auf einem Motorrad vorbeifahrenden Milizionär erschossen worden. Dieser Fall ist beispielhaft für die Problematik des Wahrheitsgehaltes der zu den Protesten kursierenden Informationen. Gleichzeitig zeigt er auf, dass auch Nutzer der Social Media Informationen gegenprüfen und richtigstellen. (vgl. TAZ.DE 2009)

Fehlinformationen im Internet werden zwar häufig entdeckt und richtiggestellt, dennoch können sie sich im World Wide Web erstmal sehr schnell verbreiten, und haben dort unter Umständen eine erhebliche Lebensdauer. (vgl. PATALONG 2004)

Die Verwendung der Informationen und Bilder von YouTube, Twitter und anderen Social Media-Anwendungen, bedingt ein verändertes Arbeitsverhalten der Journalisten. Durch die eingeschränkten Möglichkeiten vom Ort des Geschehens zu berichten, wird die Prüfung des Wahrheitsgehalts von Informationen erschwert.

²⁷ „Die Basidji-Milizen waren im Zuge der Revolution in 1979 zum Aufbau des Landes berufen worden. Inzwischen haben sie sich zu einer militärischen und geheimdienstlichen Stütze des Regimes entwickelt. Seit vergangem Jahr stehen sie unter direktem Befehl des Chefs der Revolutionswächter.“ (NIRUMAND 2008)

„Social Media-Plattformen können Hinweise auf Geschehnisse in Iran geben, bieten aber keine Grundlage für eine seriöse Berichterstattung, da es sehr schwierig ist, Quellen und Informationen nachzuprüfen“ (VIOHL 2009).

Die Glaubwürdigkeit der Informationen und Bilder zu den Protesten in Iran kann nicht komplett sichergestellt werden, da es nicht auszuschließen ist, dass einzelne Interessengruppen einen bestimmten Eindruck erzeugen möchten. Zudem besitzen die digitalen Handyvideos meist eine minderwertige Qualität, die eine Manipulation der Bilder zulässt. Journalisten können das im Internet kursierende Material dementsprechend nur durch Gegenrecherchen prüfen. So kann der Wahrheitsgehalt eines Videos nur durch begleitende Zusatzinformationen, Augenzeugenberichte oder Aussagen von vertrauten Personen bestätigt werden. (vgl. DOBOVISEK 2009)

9 Zusammenfassung und Ausblick

Die vorangegangenen Kapitel haben verschiedene Formen der eingeschränkten Meinungsfreiheit dargestellt und verdeutlicht, wie diese von der iranischen Regierung eingesetzt werden. Andererseits haben sie gezeigt, wie die Menschen, deren Meinungsfreiheit stark eingeschränkt wird, über das Internet Mittel und Wege zur freien Kommunikation finden. In diesem Zusammenhang spielt Social Media in Iran eine wichtige Rolle.

Sie erleichtert zum einen die Kommunikation und die Verbreitung alternativer Informationen im Internet, zum anderen hilft sie den Menschen in Iran, sich untereinander und auch weltweit zu vernetzen. Letzteres ist als wesentliche Bedeutung der Social Media zu werten.

Am Beispiel der Präsidentschaftswahlen in Iran wird deutlich, wie diese Vernetzung die Gruppendynamik auch außerhalb der virtuellen Welt stärkt. Ohne die vielen Informationen, Videos und Bilder in den Social Media-Plattformen hätte sich die Protestbewegung vermutlich nicht in diesem Ausmaß entwickeln können. Durch Social Media kann also auch ein Einfluss in der realen Welt genommen werden.

Durch die hohe Reichweite einiger Social Media-Anwendungen kann der Einfluss auf die Meinungsbildung beachtlich sein. So mobilisiert der zum Wahlkampfzeitpunkt nahezu unbekanntes Oppositionskandidat Mussawi (neben Telefon und SMS) auch über seinen Blog und seine Facebook-Seite eine große Anhängerschaft.

Eine weitere Bedeutung kommt der Social Media in Hinblick auf die Schnelligkeit der Verbreitung von Informationen zuteil. Durch die Vernetzung innerhalb der Social Media-Plattformen verbreiten sich diese in kürzester Zeit und haben zudem oft eine hohe Reichweite und Lebensdauer.

Zudem wird es durch die Nutzung von Social Media-Anwendungen einfacher, auf Missstände aufmerksam zu machen und eine internationale Solidarität zu mobilisieren. Durch die vielen englischsprachigen Social Media-Seiten in Iran wird deutlich, dass viele iranischen Nutzer von dieser Möglichkeit Gebrauch machen.

Wenngleich das Internet und die Nutzung von Social Media eine Freiheit für die Menschen in Iran bedeutet, birgt sie gleichzeitig auch eine Gefahr. Das repressive Regime des Iran ist sich der Möglichkeiten von Social Media zur Verbreitung ‚unliebsamer‘ Informationen bewusst, und versucht diese Dynamik einzudämmen, in dem es Internetdissidenten bedroht, verfolgt und in einigen Fällen auch mit Haftstrafen versieht.

Einige der Social Media-Plattformen werden durch die iranische Regierung geblockt, somit stehen sie nur denen zur Verfügung, die diese technische Barriere umgehen können. Anleitungen im Internet sind zwar vorhanden, dennoch ist eine gewisse Computeraffinität vonnöten. Somit bieten Social Media-Anwendungen den Internetnutzern in Iran zwar viele Vorteile, sie sind jedoch nicht jedem Bürger zugänglich und die Nutzung birgt eine gewisse Gefahr.

Viele junge Menschen in Iran sind technikbegeistert. Kommende Generationen wachsen zudem mit dem Internet auf. Es ist deshalb anzunehmen, dass die Nutzung und Bedeutung von Social Media zur freien Meinungsäußerung in Iran zunehmen wird.

Anhang A: E-Mail-Interview mit Reporter ohne Grenzen

E-Mail-Interview am 25. August 2009 mit der internationalen Menschenrechtsorganisation Reporter ohne Grenzen.

Beantwortet durch die Pressereferentin Anja Viohl.

Welche Bedeutung hat Social Media für

1. ... die Protestbewegung in Iran?

„Social Media“ nehmen in der iranischen Protestbewegung eine zentrale Rolle ein. Da die klassischen Medien im Iran einer starken Zensur unterliegen, werden „Social Media“ oft als alternative Foren genutzt, um Kritik an der Regierung zu posten oder Menschen zum Protest zu mobilisieren.

Die iranische Blogger-Szene gehört zu den engagiertesten der Welt. Da klassische Blogs immer stärker unter Kontrolle stehen, bieten „Social Media“-Plattformen im Allgemeinen eine zunehmend wichtige Fläche für die Protestbewegung (allerdings waren auch diese Plattformen während der Proteste zeitweise aus dem Iran nur schwer zu erreichen). Aufrufe zu Demonstrationen und Treffen sowie Bildmaterial wurden dort veröffentlicht. Der Meinungs Austausch wird dank der Anonymität des Internets eher ermöglicht als im direkten Kontakt. Als politisches Kommunikationsmittel hat das Internet im Iran wachsende Bedeutung.

2. ... für die iranische Regierung?

Genau wie die Opposition versucht auch die Regierung „Social Media“-Plattformen für sich zu nutzen, was jedoch nur sehr bedingt erfolgreich ist. Offiziell gilt das Internet als verpönte Medium, welches westlichen Staaten und den USA zuzuordnen ist. Offiziell gibt es deshalb keine Auftritte der iranischen Regierung auf „Social Media“-Plattformen. Da die Regierung die Kontrolle über die klassischen Medien hat, nutzt sie eher diese.

Iran ist, wenn es um das Internet geht, einer der repressivsten Staaten weltweit und gehört nach dem aktuellen Internetbericht von Reporter ohne Grenzen zu den weltweit „12 Feinden des Internets“. Insbesondere im Vorfeld der Präsidentschaftswahl am 12. Juni

2009 hat die Zensur im Internet zugenommen und wurde im Zuge der Proteste massiv verstärkt. Regimekritische Blogger werden immer wieder bedroht und verhaftet.

3. ... für die internationale Berichterstattung?

„Social Media“-Plattformen können Hinweise auf Geschehnisse im Iran geben, bieten aber keine Grundlage für eine seriöse Berichterstattung, da es sehr schwierig ist, Quellen und Informationen nachzuprüfen.

4. In wieweit informieren sich Journalisten über Social Media zu den aktuellen Geschehnisse in Iran?

Das Internet entwickelte sich zu einer wichtigen Informationsquelle für Journalisten während der Proteste nach der Präsidentschaftswahl. Besondere Bedeutung erlangte das Medium vor allem für Fernsehmedien, die nach dem Drehverbot auf den Straßen Bilder und Videoaufnahmen nutzten, die von Teilnehmern der Proteste unter anderem mit Mobiltelefonen gemacht wurden und im World Wide Web verbreitet wurden. Allerdings bestand immer die Gefahr, dass Informationen unzuverlässig, auf Gerüchten basieren oder gar gefälscht sind.

Nach einigen Wochen konnte aber auch der „Bürgerjournalismus“ die Lücken in der journalistischen Berichterstattung nicht mehr füllen: So gab es immer weniger Bilder von den Auseinandersetzungen und in immer schlechterer Qualität, da Polizei und Sicherheitskräfte gezielt Menschen festnehmen ließen, die mit ihren Mobiltelefonen Aufnahmen machten.

Hinzu kommt, dass das Internet zeitweise nur mit gedrosselter Geschwindigkeit verfügbar war, wenn es nicht ganz unterbrochen wurde.

4.1 Auf welche Seiten? Können sie 2-3 Quellen nennen?

Wir kennen bisher keine entsprechende Studie zum Nutzungsverhalten der Journalisten. Hierzu müsste eine Befragung von Medienvertretern selber vorgenommen werden. Aber, wie in vielen Ländern wo „Social Media“ eine wichtige Rolle einnehmen, weil ein freier Informationsfluss nicht möglich ist, wären an dieser Stelle aber auch für den Iran Plattformen wie Facebook, Twitter oder Youtube zu nennen.

5. Woran erkennt man, ob eine Seite / ein Blog etc. vertrauenswürdig ist bzw. wahrheitsgemäße Informationen verbreitet?

Eine Garantie, dass die Inhalte auf einer Internetseite seriös sind und die Informationen wahrheitsgemäß, gibt es leider kaum. Die Quelle der Beiträge ist oft nicht bekannt. Gerade die Anonymität des Internets macht eine Einschätzung über die Seriosität der Inhalte schwierig. Wenn eine Quelle angegeben ist, ist diese wiederum nur schwer nachprüfbar. Eine Ausnahme bildet hierbei natürlich der Fall, wenn persönlicher Kontakt zum Verfasser eines Beitrages besteht. Vielleicht hat sich der/die Autor/in eines Beitrags auch schon in der Vergangenheit mit verlässlichen Informationen einen Namen gemacht. Dies erhöht die Glaubwürdigkeit einer Quelle.

Reporter ohne Grenzen e. V.

Anja Viohl

Pressereferentin

Skalitzer Strae 101

10997 Berlin

T: +49 (0) 30 615 85 85

F: +49 (0) 30 614 56 49

Anhang B: Statistik zu persiankiwi

Anzahl der Tweets von Persiankiwi

Datum	Anzahl Nachrichten (Tweets)	Erste Nachricht um	Letzte Nachricht um	Davon in Persisch
14.06.2009	86	19:07	2:08	0
15.06.2009	184	10:19	2:34	1
16.06.2009	94	8:25	3:41	2
17.06.2009	20	10:50	23:22	0
18.06.2009	81	9:39	2:28	2
19.06.2009	43	13:43	3:49	6
20.06.2009	51	4:14	3:26	1
21.06.2009	68	10:33	3:08	0
22.06.2009	90	10:34	2:22	13
23.06.2009	88	10:52	23:15	20
24.06.2009	18	15:34	17:39	0
Summe	823			45

Quelle: www.twitter.com/persiankiwi

Literaturverzeichnis

AFP 2009

AFP: Iran 'restores access' to Facebook [online]. In: Google News. – URL: <http://www.google.com/hostednews/afp/article/ALeqM5ixCDAAwmHuB-iK2jY99UrnfyvQ7A> [Abruf: 2009-08-21]

AFP 2009a

AFP: Weltweiter Protest gegen Menschenrechtsverletzungen im Iran [online]. In: Google News. – URL: <http://www.google.com/hostednews/afp/article/ALeqM5gagD3szIfSwnoNvb9k1APCqd3yzyg> [Abruf: 2009-08-18]

ALAVI 2009

Alavi, Nasrin: Wahlen in Iran [online]. In: Bundeszentrale für politische Bildung: Internationale Politik : Medienbeobachtung. – URL: http://www.bpb.de/themen/SGJG68,0,Wahlen_in_Iran.html [Abruf: 2009-08-09]

ALAVI 2009a

Alavi, Nasrin: „Der hohe Preis der Freiheit“ [online]. In: Bundeszentrale für politische Bildung: Iran : Irans Blogosphäre. – URL: http://www.bpb.de/themen/4OB82O,0,Der_hohe_Preis_der_Freiheit.html [Abruf: 2009-08-09]

ALAVI 2009b

Alavi, Nasrin: „Ajatollah Chameini hat seine Wahl getroffen“ [online]. In: Bundeszentrale für politische Bildung. – URL: http://www.bpb.de/themen/LFL2I7,0,0,Ajatollah_Chameini_hat_seine_Wahl_getroffen.html [Abruf: 2009-08-16]

ALAVI 2009c

Alavi, Nasrin: „Wahlkampf per TV und SMS“ [online]. In: Bundeszentrale für politische Bildung. – URL: http://www.bpb.de/themen/7VEMFP,0,0,Wahlkampf_per_TV_und_SMS.html [Abruf: 2009-08-16]

ALAVI 2009d

Alavi, Nasrin: „Die Hoffnung ist erwacht“ [online]. In: Bundeszentrale für politische Bildung. – URL: http://www.bpb.de/themen/YB41LR,0,0,Die_Hoffnung_ist_erwacht.html [Abruf: 2009-08-20]

ALAVI 2005

Alavi, Nasrin: Wir sind der Iran : Aufstand gegen die Mullahs : die junge persische Weblog-Szene. Köln : Kiepenheuer & Witsch, 2005. – ISBN 3-462-03651-3.

ALBRECHT/HARTIG-PERSCHKE/LÜBCKE 2008

Albrecht, Steffen; Hartig-Perschke, Rasco ; Lübcke, Maren: Wie verändern neue Medien die Öffentlichkeit? : Eine Untersuchung am Beispiel von Weblogs im Bundestagswahlkampf 2005. In: Jäckel, Michael (Hrsg.) ; Stegbauer, Christian: Social Software : Formen der Kooperation in computerbasierten Netzwerken. Wiesbaden : VS Verlag für Sozialwissenschaften, 2008, S. 95-118. – ISBN: 978-3-531-15395-7.

AMIRPUR 2007

Amirpur, Katajun: Vorwort. In: Nasser, Aydin: Internet und Gesellschaft in Iran : Mit einem Vorwort von Katajun Amirpur. Berlin : Frank & Timme, 2007, S. 5-8. – ISBN 978-3-86596-116-7.

ARETZ 2009

Aretz, Eckart: Twitter nutzen ohne eigenen Account : Entwicklungen im Iran "live" verfolgen [online]. In: tagesschau.de. – URL: <http://www.tagesschau.de/ausland/twitteriran102.html> [Abruf: 2009-08-20]

ARRINGTON 2007

Arrington, Michael: 2 Billion Photos On Flickr [online]. – URL: <http://www.techcrunch.com/2007/11/13/2-billion-photos-on-flickr/> [Abruf: 2009-08-03]

BBC 2009

BBC: Ahmadinejad wins Iran presidential election [online]. – URL: http://news.bbc.co.uk/2/hi/middle_east/8098305.stm [Abruf: 2009-08-15]

BECK/ENGEL/KROPP 2008

Beck, Gerald ; Engel, Astrid ; Kropp, Cordula: Visualisierung von Risikokonflikten als Chance für Gestaltungsöffentlichkeiten. In: Jäckel, Michael (Hrsg.) ; Stegbauer, Christian: Social Software : Formen der Kooperation in computerbasierten Netzwerken. Wiesbaden : VS Verlag für Sozialwissenschaften, 2008, S. 217-239. – ISBN: 978-3-531-15395-7.

BECKER 1974

Becker, Gary: Crime and Punishment : An Economic Approach. In: Becker, Gary ; Landes, William M.: Essays in the economics of crime and punishment. New York, NY [u.a.] : National Bureau of Economic Research [u.a.] : distributed by Columbia Univ. Press, 1974. – ISBN 0-87014-263-1.

BEDNARZ/FOLLATH/ROHR/SPÖRL 2009

Bednarz, Dieter ; Follath, Erich ; Rohr, Matthieu von ; Spörl, Gerhard: Rebellen im Gottesstaat [online]. In: Der Spiegel. – URL: <http://wissen.spiegel.de/wissen/image>

/show.html?did=65794377&aref=image040/2009/06/20/ROSP200902600900102.PDF&thumb=false [Abruf: 2009-08-26]

BOLDT 2009

Boldt, Klaus: Iran-Berichte in sozialen Medien [online]. – URL: http://www.epo.de/index.php?option=com_content&view=article&id=5107:iran-berichte-in-sozialen-medien&catid=79&Itemid=139 [Abruf: 2009-07-31]

BOZORGMEHR 2009

Bozorgmehr, Najmeh: Facebook sets tone in Iran's electoral contest [online]. In: Financial Times UK. – URL: http://www.ft.com/cms/s/0/9a232204-3f57-11de-ae4f-00144feabdc0.html?nclick_check=1 [Abruf: 2009-08-18]

BUCHTA 2000

Buchta, Wilfried: Who rules Iran? : Who rules Iran? : The structure of power in the Islamic Republic. Washington, DC : The Washington Inst. for Near East Policy [u.a.], 2000. – ISBN 0-944029-39-6.

BRUNS/JACOBS 2006

Bruns, Axel ; Jacobs, Joanne: Uses of Blogs. New York, NY [u.a.] : Lang, 2006. – ISBN 0-8204-8124-6.

BUNDESREGIERUNG 2009

Die Bundesregierung: Mitschrift Pressekonferenz : Pressekonferenz Bundeskanzlerin Merkel und US-Präsident Obama in Washington [online]. – URL: http://www.bundesregierung.de/nn_1516/Content/DE/Mitschrift/Pressekonferenzen/2009/06/2009-06-26-pk-merkel-obama.html [Abruf: 2009-08-30]

CIA 2009

Central Intelligence Agency: The World Factbook : Middle East : Iran [online]. – URL: <https://www.cia.gov/library/publications/the-world-factbook/geos/ir.html> [Abruf: 2009-08-12]

COMSCORE 2008

Comscore: Social Networking Explodes Worldwide as Sites Increase their Focus on Cultural [online]. – URL: http://www.comscore.com/layout/set/popup/Press_Events/Press_Releases/2008/08/Social_Networking_World_Wide [Abruf: 2009-07-27]

COMSCORE 2007

Comscore: Social Networking Goes Global : Major Social Networking Sites Substantially Expanded Their Global Visitor Base during Past Year [online]. – URL:

http://www.comscore.com/Press_Events/Press_Releases/2007/07/Social_Networking_Goes_Global [Abruf: 2009-07-27]

DEMOPOULOS 2006

Demopoulos, Ted: What no one ever tells you about blogging and podcasting : real-life advice from 101 people who successfully leverage the power of the blogosphere. Chicago, Ill. : Kaplan, 2006. – ISBN 1-419-58435-9.

DOBOVISEK 2009

Dobovisek, Mario: Interview mit Uwe Kammann zur Rolle von Laienjournalisten in Iran [online]. In: tagesschau.de : Multimedia. – URL: <http://www.tagesschau.de/multimedia/audio/audio40292.html> [Abruf: 2009-08-25]

DRÖGE/KOPPER 1991

Dröge, Franz ; Kopper Gerd G.: Der Medien-Prozeß : Zur Struktur innerer Errungenschaften der bürgerlichen Gesellschaft. Opladen : Westdt. Verl., 1991. – ISBN 3-531-12223-1.

EBERLE 2009

Eberle, Sebastian: Trotz Zensur im Iran : Der vernetzte Aufstand [online]. In: tagesschau.de. – URL: <http://www.tagesschau.de/ausland/iranlinkliste112.html> [Abruf: 2009-08-14]

EBERSBACH/GLASER/HEIGL 2008

Ebersbach, Anja ; Glaser, Markus ; Heigl, Richard: Social Web. Konstanz : UVK-Verl.-Ges., 2008. – ISBN 978-3-8252-3065-4.

EIGNER/LEITNER/NAUSNER/SCHNEIDER 2003

Eigner, Christian ; Leitner, Helmut ; Nausner, Peter ; Schneider, Ursula: Online-Communities, Weblogs und die soziale Rückeroberung des Netzes. Graz : Nausner & Nausner, 2003. – ISBN 3-901402-37-3.

EISENEGGER/IMHOF 2004

Eisenegger, Mark ; Imhof, Kurt: Reputationsrisiken moderner Organisationen. In: Röttger, Ulrike (Hrsg.): Theorien der Public Relation : Grundlagen und Perspektiven der PR-Forschung. Wiesbaden : VS Verlag für Sozialwissenschaften, 2004, S. 239-260. – ISBN 3-531-14044-2.

ENZENSBERGER 2000

Enzensberger, Hans Magnus: Das digitale Evangelium [online]. In: Der Spiegel 2/2000, S. 92-101. – URL: <http://wissen.spiegel.de/wissen/dokument/dokument.html?id=15376078> [Abruf: 2009-08-07]

FACEBOOK 2009

Facebook: Facebook Factsheet [online]. – URL:
<http://www.facebook.com/press/info.php?factsheet> [Abruf: 2009-07-26]

FACEBOOK 2009a

Facebook: Statistics [online]. – URL:
<http://www.facebook.com/press/info.php?statistics> [Abruf: 2009-07-26]

FARAH 2009

Farah, Hindeja: Nedas Film [online]. In: Berliner Zeitung. – URL:
<http://www.berlinonline.de/berliner-zeitung/archiv/.bin/dump.fcgi/2009/0623/feuilleton/0006/index.html> [Abruf: 2009-08-18]

FARIS/VILLENEUVE 2008

Faris, Robert ; Villeneuve, Nart: Measuring Global Internet Filtering. In: Deibert, Ronald ; Palfrey, John ; Rohozinski, Rafal, Zittrain, Jonathan: Access denied : the practice and policy of global Internet filtering. Cambridge, Mass. u. a. : MIT Press, 2008, S. 5-28. – ISBN 0-262-54196-3.

FLICKR 2009

Flickr: Was ist Flickr? [online]. – URL: <http://www.flickr.com/tour/> [Abruf: 2009-07-28]

FLICKR 2009b

Flickr: Flickr Services [online]. – URL: <http://www.flickr.com/services/> [Abruf: 2009-08-03]

FÖG 2009

Forschungsbereich Öffentlichkeit und Gesellschaft: Forschungsbereich [online]. – URL: <http://www.foeg.uzh.ch/forschungsbereich/forschungsbereich/> [Abruf: 2009-07-26]

FUCHS 2009

Fuchs, Richard: Aufstand im Netz [online]. In: DW-World.de : Deutsche Welle. – URL: <http://www.dw-world.de/dw/article/0,,4365178,00.html> [Abruf: 2009-08-21]

GEHLEN/RICHTER 2009

Gehlen, Martin ; Richter, Steffen: Unruhen in Iran : Irans Wächterrat, Bastion der Konservativen [online]. In: ZEIT Online. – URL: <http://www.zeit.de/online/2009/26/waechterrat-wahlen-funktion> [Abruf: 2009-08-14]

GERHARDS/NEIDHARDT 1991

Gerhards, Jürgen ; Neidhardt, Friedhelm: Strukturen und Funktionen moderner Öff-

fentlichkeit : Fragestellungen und Ansätze [online]. – URL: <http://bibliothek.wzb.eu/pdf/1990/iii90-101.pdf> [Abruf: 2009-07-26]

GLOBAL NETWORK INITIATIVE 2009

Global Network Initiative: Global Network Initiative : Protecting and Advancing Freedom of Expression and Privacy in Information and Communications Technologies [online]. – URL: <http://www.globalnetworkinitiative.org/index.php> [Abruf: 2009-08-11]

GOLDSMITH/WU 2008

Goldsmith, Jack; Wu, Tim: Who Controls the Internet? : Illusions of a Borderless World. 2., Aufl. New York : Oxford University Press, 2008. – ISBN 978-0-19-534064-8.

GOSCHE 2007

Gosche, Anna: Das Spannungsverhältnis zwischen Meinungsfreiheit und Ehrenschutz in der fragmentierten Öffentlichkeit. Baden-Baden : Nomos, 2008. – ISBN 978-3-8329-3012-7.

HAMM/MACHILL 2001

Hamm, Ingrid ; Machill, Marcel (Hrsg.): Wer regiert das Internet? : ICANN als Fallbeispiel in global internet governance : Who controls the internet? Gütersloh : Verl. Bertelsmann-Stiftung, 2001. – ISBN 3-89204-571-2.

HARTH 2000

Harth, Thilo: Das Internet als Herausforderung politischer Bildung. Schwalbach/Ts. : Wochenschau-Verl., 2000. – ISBN 3-87920-478-0.

HEISE ONLINE 2008

Heise Online: Facebook-Nutzer sollen Applikationen übersetzen [online]. – URL: <http://www.heise.de/newsticker/Facebook-Nutzer-sollen-Applikationen-uebersetzen--/meldung/104435> [Abruf: 2009-08-03]

HIPPNER/WILDE 2005

Hippner, Hajo ; Wilde, Thomas: Social Software. In: Wirtschaftsinformatik 47 (2005), Nr. 6, S. 441-444.

HUHTASAARI 2009

Huhtasaari, Hanna: „Das Internet ist für die Reformer sehr wichtig“ : Interview mit dem Islamwissenschaftler Marcus Michaelson [online]. In: Bundeszentrale für Politische Bildung: Iran : Internet und Politik. – URL: http://www.bpb.de/themen/KKY67A,0,0,Das_Internet_ist_f%FCr_die_Reformer_sehr_wichtig.html [Abruf: 2009-08-09]

ITU 2008

International Telecommunications Union: ITU Internet Indicators 2000 [online]. – URL: http://www.itu.int/ITUD/icteye/Reporting/ShowReportFrame.aspx?ReportName=/WTI/InformationTechnologyPublic&RP_intYear=2000&RP_intLanguageID=1 [Abruf: 2009-08-12]

ITU 2008a

International Telecommunications Union: ITU Internet Indicators 2008 [online]. – URL: http://www.itu.int/ITUD/icteye/Reporting/ShowReportFrame.aspx?ReportName=/WTI/InformationTechnologyPublic&RP_intYear=2008&RP_intLanguageID=1 [Abruf: 2009-08-12]

IT WISSEN 2009

IT Wissen: Internet [online]. – URL: <http://www.itwissen.info/definition/lexikon/Internet-Internet.html> [Abruf: 2009-08-06]

IWS 2009

Internet World Stats: Internet Usage Statistics : The Internet Big Picture : World Internet Users and Population Stats : World Internet Users by World Region [online]. – URL: <http://www.internetworldstats.com/stats.htm> [Abruf: 2009-08-18]

JARREN 1994

Jarren, Otfried: Medien- und Öffentlichkeitswandel im modernen Staat : Anmerkungen zum Öffentlichkeitsverständnis des Bundesverfassungsgerichts. In: AfP 25, 1994, S. 191-196.

KAESTLI 2009

Kaestli, Tobias: Politische Bildung : Menschenrechte [online]. – URL: <http://www.politischebildung.ch/themenfelder/menschenrechte/menschenrechte/?details=1&cHash=c30579d6a2> [Abruf: 2009-08-02]

KAMPS/LIEBL 2008

Kamps, Christoph, Liebl, Franz: Social Media : Wie die PR den Medienwandel verpasst [online]. – URL: http://www.k-mb.de/files/k-mb_social_media_studie_einleitung_2008.pdf [Abruf: 2009-08-18]

KAZERNI 2006

Kazerni, Mohammad Reza: Aufstand per Mausklick [online]. In: Spiegel Online Netzwissen. – URL: <http://www.spiegel.de/netzwelt/web/0,1518,427796,00.html> [Abruf: 2009-08-17]

KELLY/ETLING 2008

Kelly, John ; Etling, Bruce: Mapping Iran's Online Public : Politics and Culture in

the Persian Blogosphere [online]. In: Berkman Center for Internet & Society at Harvard University. – URL: http://cyber.law.harvard.edu/publications/2008/Mapping_Irans_Online_Public [Abruf: 2009-08-12]

KIDERLEN 2009

Kiderlen, Elisabeth: Marmor, Stein und Eisen bricht... [online]. In: Heinrich Böll Stiftung. – URL: <http://www.boell.de/weltweit/nahost/naher-mittlerer-osten-7028.html> [Abruf: 2009-08-20]

KOCH/HAARLAND 2004

Koch, Markus Christian ; Haarland, Astrid: Generation Blogger. Bonn : mitp-Verl., 2004. – ISBN 3-8266-1400-3.

KRISTOF 2009

Kristof, Nicholas D.: Tear Down This Cyberwall! [online]. – URL: http://www.nytimes.com/2009/06/18/opinion/18kristof.html?_r=2&partner=rss&emc=rss [Abruf: 2009-08-26]

KWAN 2009

Kwan, Eric: Launching Facebook in Persian [online]. In: Facebook Blog. – URL: <http://blog.facebook.com/blog.php?post=97122772130> [Abruf: 2009-08-17]

LUDWIG 1999

Ludwig, Johannes: Vom Buchdruck zum Internet : Gesellschaftliche Emanzipationsprozesse als Folge ökonomischer Entwicklungen. In: Rundfunk und Fernsehen 47 (1999), Nr. 3, S. 341-367.

MÖLLER 2006

Möller, Erik: Die heimliche Medienrevolution : wie Weblogs, Wikis und freie Software die Welt verändern. 2., erw. und aktualisierte Aufl. Hannover : Heise, 2006. – ISBN 3-936931-36-4.

NASSERI 2007

Nasseri, Aydin: Internet und Gesellschaft in Iran : Mit einem Vorwort von Katajun Amirpur. Berlin : Frank & Timme, 2007. – ISBN 978-3-86596-116-7.

NDR/ARD-AKTUELL 2009

NDR/ARD-Aktuell: Wahlkampf im Netz torpediert : Irans Behörden sperren Facebook [online]. – URL: <http://www.tagesschau.de/ausland/facebook120.html> [Abruf: 2009-08-02]

NDR/ARD-AKTUELL 2009a

NDR/ARD-Aktuell: Das politische System des Iran [online]. – URL: <http://www.tagesschau.de/ausland/irananimation102.html> [Abruf: 2009-08-14]

NDR/ARD-AKTUELL 2009b

NDR/ARD-Aktuell: Ex-Präsident Chatami kritisiert Massen-Prozess im Iran : „Dieses Verfahren verstößt gegen die Verfassung“ [online]. – URL: <http://www.tagesschau.de/ausland/prozessiran102.html> [Abruf: 2009-08-24]

NDR/ARD-AKTUELL 2009c

NDR/ARD-Aktuell: Interview mit Iranexperte Mohammed Schams über Irans aktuelle Lage im Blog [online]. In: tagesschau.de : Multimedia. – URL: <http://www.tagesschau.de/multimedia/audio/audio39994.html> [Abruf: 2009-08-24]

NDR/ARD-AKTUELL 2009d

NDR/ARD-Aktuell: EU protestiert gegen Gerichtsverfahren im Iran : „Aktion gegen die ganze EU“ [online]. – URL: <http://www.tagesschau.de/ausland/iran794.html> [Abruf: 2009-08-26]

NEDANET 2009

Nedanet: Welcome to NedaNet [online]. – URL: <http://nedanet.org> [Abruf: 2009-07-27]

NETWORK WORLD 2009

Network World: Five technologies Iran is using to censor the Web [online]. – URL: <http://www.networkworld.com/news/2009/072009-iran-censorship-tools.html> [Abruf: 2009-08-07]

NEUBERGER 2007

Neuberger, Christoph ; Nuernbergk, Christian ; Rischke, Melanie: Weblogs und Journalismus : Konkurrenz, Ergänzung oder Integration? [online]. In: Media Perspektiven 02/2007. S. 96-112. – URL: http://www.media-perspektiven.de/uploads/tx_mppublications/02-2007_Neuberger.pdf [Abruf: 2009-07-26]

NEUBERGER 2007a

Neuberger, Christoph: Interaktivität, Interaktion, Internet : Eine Begriffsanalyse [online]. – URL: http://www.vsjournals.de/pdf/pub04_neuberger.pdf [Abruf: 2009-07-26]

NEUBERGER 2004

Neuberger, Christoph: Wandel der aktuellen Öffentlichkeit im Internet [online]. – URL: http://egora.uni-muenster.de/ifk/personen/bindata/PDF_tab_gutachten.pdf [Abruf: 2009-07-26]

NEWSON 2009

Newson, Alex ; Houghton, Deryck ; Patten, Justin: Blogging and Other Social Media : Exploiting the Technology and Protecting the Enterprise : by Alex Newson, with Deryck Houghton and Justin Patten. Farnham : Gower, 2009. – ISBN 978-0-566-08789-9.

NICKELSEN 2009

Nickelsen, Brigitta: Wahl-Protest im Iran : Die Net-Gemeinde mischt sich ein [online]. In: Radio Bremen: Funkhaus Europa. – URL: <http://www.radiobremen.de/funkhauseuropa/serien/netsurfer/netsurfer128.html> [Abruf: 2009-08-25]

NIEDERMAIER 2008

Niedermaier, Hubertus: Können interaktive Medien Öffentlichkeit herstellen? : Zum Potenzial öffentlicher Kooperation im Internet. In: Jäckel, Michael (Hrsg.) ; Stegbauer, Christian: Social Software : Formen der Kooperation in computerbasierten Netzwerken. Wiesbaden : VS Verlag für Sozialwissenschaften, 2008, S. 49-69. – ISBN: 978-3-531-15395-7.

NIESEN 2005

Niesen, Peter: Kants Theorie der Redefreiheit. Baden-Baden : Nomos, 2005. – ISBN 3-8329-1283-5.

NIRUMAND 2009

Nirumand, Bahman: Iran Report 07/2009 [online]. In: Heinrich Böll Stiftung (Hrsg.): Iran Report. – URL: http://www.boell.de/downloads/weltweit/iran_report_07.pdf [Abruf: 2009-08-15]

NIRUMAND 2009a

Nirumand, Bahman: Der Iran von 1979 bis 2009 : Hintergründe und Ausblick / Vortrag auf der Fachtung „Der Iran und seine Revolution : Steht das Land erneut vor einem einschneidenden Umbruch?“. – 2009-07-02 14.00 Uhr Berlin, Heinrich Böll Stiftung

NIRUMAND 2008

Nirumand, Bahman: Iran Report 08/2008 [online]. In: Heinrich Böll Stiftung (Hrsg.): Iran Report. – URL: <http://www.melliun.org/bein/b08/02/ir0808.pdf> [Abruf: 2009-08-25]

NIRUMAND 2005

Nirumand, Bahman: Iran Report 07/2005 [online]. In: Heinrich Böll Stiftung (Hrsg.): Iran Report. – URL: <http://www.boell.de/alt/downloads/presse2005/iran-report0705.pdf> [Abruf: 2009-08-17]

NITLE 2009

NITLE Blog Census: Languages [online]. – URL:
<http://www.knowledgesearch.org/census/lang.html> [Abruf: 2009-08-19]

OHCHR 1948

Office of the United Nations High Commissioner for Human Rights: Resolution 217 A (III) der Generalversammlung vom 10. Dezember 1948 : Allgemeine Erklärung der Menschenrechte [online]. – URL: http://www.ohchr.org/EN/UDHR/Documents/UDHR_Translations/ger.pdf [Abruf: 2009-08-01]

ONI 2009

OpenNet Initiative: Internet Filtering in Iran [online]. – URL: http://opennet.net/sites/opennet.net/files/ONI_Iran_2009.pdf [Abruf: 2009-07-20]

ONI 2007

OpenNet Initiative: Internet Filtering in Iran in 2006-2007 : A Country Study [online]. – URL: http://opennet.net/sites/opennet.net/files/ONI_Iran_2007.pdf [Abruf: 2009-07-20]

PALFREY/GASSER 2008

Palfrey, John ; Gasser, Urs: Generation Internet : die Digital Natives : wie sie leben, was sie denken, wie sie arbeiten. München : Hanser, 2008. – ISBN 978-3-446-41484-6.

PALFREY/ZITTRAIN 2008

Palfrey, John ; Zittrain, Jonathan: Introduction. In: Deibert, Ronald ; Palfrey, John ; Rohozinski, Rafal, Zittrain, Jonathan: Access denied : the practice and policy of global Internet filtering. Cambridge, Mass. u. a. : MIT Press, 2008, S. 1-4. – ISBN 0-262-54196-3.

PATALONG 2004

Patalong, Frank: US-Wahlkampf : Blogger als Berichterstatter? [online]. In: Spiegel Online Netzwelt. – URL: <http://www.spiegel.de/netzwelt/web/0,1518,310724,00.html> [Abruf: 2009-07-31]

PICK/ENCKE 2009

Pick, Ulrich ; Encke, Ulrich: Die grüne Revolte [online]. – URL:
<http://www.dradio.de/dlf/sendungen/hintergrundpolitik/987437/> [Abruf: 2009-08-21]

PC WELT 2009

PC Welt: Privatsphäre im Web : Die richtigen Sicherheitseinstellungen für Facebook [online]. – URL: <http://www.pcwelt.de/start/sicherheit/antivirus/>

praxis/198444/die_richtigen_sicherheitseinstellungen_fuer_facebook/index3.html
[Abruf: 2009-08-03]

RHOADS/CHAO 2009

Rhoads, Christopher ; Chao, Loretta: Iran's Web Spying Aided By Western Technology : European Gear Used in Vast Effort to Monitor Communications [online]. In: The Wall Street Journal. – URL: <http://online.wsj.com/article/SB124562668777335653.html> [Abruf: 2009-08-13]

RIDDERBUSCH 2009

Ridderbusch, Katja: Twitter : Die Zeichen der Revolution [online]. In: Handelsblatt.com. – URL: <http://www.handelsblatt.com/unternehmen/koepfe/twitter-die-zeichen-der-revolution;2373867> [Abruf: 2009-08-04]

RINGMAR 2007

Ringmar, Erik: A blogger's manifesto : free speech and censorship in the age of the internet. London [u.a.] : Anthem Press, 2007. – ISBN 978-1-8433-1288-8.

ROG 2009

Reporter ohne Grenzen: Welttag gegen Internetzensur : ROG-Internetbericht : 12 „Feinde des Internets“ : Auch demokratische Regierungen überwachen das Netz [online]. – URL: <http://www.reporter-ohne-grenzen.de/presse/pressemitteilungen/news-nachrichten-single/browse/4/article/9/welttag-gegen-internetzensur-rog-internetbericht-12-feinde-des-internets-auch-demokratische-r.html> [Abruf: 2009-07-20]

ROG 2009a

Reporter ohne Grenzen: Ein Monat nach der Wahl : 41 Journalistinnen und Journalisten in Haft [online]. – URL: <http://www.reporter-ohne-grenzen.de/presse/pressemitteilungen/news-nachrichten-single/article/9/menschenrechtsanwalt-und-politischer-weggefaehrte-der-friedensnobelpreistraegerin-shirin.html> [Abruf: 2009-07-20]

ROG 2009b

Reporter ohne Grenzen: Internet Enemies [online]. – URL: <http://www.reporter-ohne-grenzen.de/fileadmin/pdf/Internetbericht.pdf> [Abruf: 2009-08-09]

ROG 2009c

Reporter ohne Grenzen: Pressefreiheit fällt Wahl zum Opfer [online]. – URL: <http://www.reporter-ohne-grenzen.de/presse/pressemitteilungen/news-nachrichten-single/article/9/pressefreiheit-faellt-wahl-zum-opfer.html> [Abruf: 2009-08-11]

ROG 2009d

Reporter ohne Grenzen: Weitere Festnahmen von Journalisten / ROG protestiert gegen Repressionen [online]. – URL: <http://www.reporter-ohne-grenzen.de/presse/pressemitteilungen/news-nachrichten-single/article/9/rog-protestiert-gegen-verfolgung-von-journalisten.html> [Abruf: 2009-08-11]

ROG 2009e

Reporter ohne Grenzen: Teheran: Blogger stirbt in Gefängnis [online]. – URL: [http://www.reporter-ohne-grenzen.de/index.php?id=65&tx_ttnews\[tt_news\]=799&tx_ttnews\[backPid\]=59#799](http://www.reporter-ohne-grenzen.de/index.php?id=65&tx_ttnews[tt_news]=799&tx_ttnews[backPid]=59#799) [Abruf: 2009-08-13]

ROG 2009f

Reporter ohne Grenzen: 2009 : 87 cyberdissidents imprisoned [online]. – URL: http://www.rsf.org/en-barometre56-Cyberdissidents_imprisoned.html [Abruf: 2009-08-13]

ROG 2009g

Reporter ohne Grenzen: Keine unabhängige Berichterstattung vor der Präsidentschaftswahl [online]. – URL: <http://www.reporter-ohne-grenzen.de/presse/pressemitteilungen/news-nachrichten-single/article/9/keine-unabhaengige-berichterstattung-vor-der-praesidentschaftswahl.html> [Abruf: 2009-08-17]

ROG 2009h

Reporter ohne Grenzen: Iran : Globaler Aktionstag 2009 [online]. – URL: <http://www.reporter-ohne-grenzen.de/kampagnen-aktionen/iran-globaler-aktionstag-2009.html> [Abruf: 2009-08-21]

ROG 2009i

Reporter ohne Grenzen: Annual Reports : Iran [online]. – URL: http://www.rsf.org/en-rapport153-id_rubrique948-Iran.html [Abruf: 2009-08-22]

ROG 2008

Reporter ohne Grenzen: Rangliste der Pressefreiheit 2008 : Die Plätze [online]. – URL: <http://www.reporter-ohne-grenzen.de/fileadmin/rte/docs/2008/TabelleIndex08.pdf> [Abruf: 2009-08-05]

ROG 2008a

Reporter ohne Grenzen: Freedom of the press worldwide in 2008 [online]. – URL: http://www.reporter-ohne-grenzen.de/fileadmin/rte/docs/2008/ROG-Jahresbericht_2008.pdf [Abruf: 2009-08-05]

ROG 2008b

Reporter ohne Grenzen: Pressefreiheit 2008 [online]. – URL: <http://www.reporter-ohne-grenzen.de/fileadmin/rte/docs/2008/Jahresbilanz.pdf> [Abruf: 2009-08-05]

ROG 2007

Reporter ohne Grenzen: 23 Internetdissidenten verhaftet, 24 Internetcafés geschlossen [online]. – URL: <http://www.reporter-ohne-grenzen.de/archiv/pressemitteilungen/archiv-pressemitteilungen-single/period/1167606000/31535999/archived/select/pressemitteilungen/article/39/23-internetdissidenten-verhaftet-24-internet-cafes-geschlossen.html> [Abruf: 2009-08-09]

RUSCH/SCHANZE/SCHWERING 2007

Rusch, Gebhard ; Schanze, Helmut ; Schwering, Gregor: Theorien der neuen Medien : Kino, Radio, Fernsehen, Computer. Paderborn : Fink, 2007. – ISBN 3-8252-2840-1.

SCHMIDT 2008

Schmidt, Jan: Zu Form und Bestimmungsfaktoren weblogbasierter Netzwerke. Das Beispiel twoday.net. In: Jäckel, Michael (Hrsg.) ; Stegbauer, Christian: Social Software : Formen der Kooperation in computerbasierten Netzwerken. Wiesbaden : VS Verlag für Sozialwissenschaften, 2008, S. 71-93. – ISBN: 978-3-531-15395-7.

SCHMIDT 2006

Schmidt, Jan: Weblogs : eine kommunikationssoziologische Studie. Konstanz : UVK Verl.-Ges., 2006. – ISBN 3-89669-580-0.

SCHUBERT/KLEIN 2006

Schubert, Klaus ; Klein, Martina: Das Politiklexikon : mit über 1300 Stichwörtern sowie informativen Grafiken, Tabellen und Karten. 4., erw. und aktualisierte Aufl. Bonn : Dietz, 2006. ISBN 3-8012-0359-X.

SCHULZ 2004

Schulz, Winfried: Kommunikationsprozess. In: Noelle-Neumann, Elisabeth ; Schulz, Winfried ; Wilke, Jürgen: Fischer Lexikon : Publizistik Massenkommunikation. 3., aktualisierte, vollst. überarb. und erg. Aufl. Frankfurt am Main : Fischer-Taschenbuch-Verl., 2004. – ISBN 3-596-15495-2.

SEBALD 2008

Sebald, Gerd: Person und Vertrauen : Mediale Konstruktionen in den Online-Kooperationen der Free/Open-Source-Softwareentwicklung. In: Jäckel, Michael (Hrsg.) ; Stegbauer, Christian: Social Software : Formen der Kooperation in com-

puterbasierten Netzwerken. Wiesbaden : VS Verlag für Sozialwissenschaften, 2008, S. 11-26. – ISBN: 978-3-531-15395-7.

SEMATI 2008

Semati, Mehdi: Media, Culture and Society in Iran : Living with globalization and the Islamic State. London [u.a.] : Routledge, 2008. – ISBN 0-415-77216-8.

SENNHAUSER 2009

Sennhauser, Morgan: The State of Iranian Communication : Manipulation and Circumvention [online]. – URL: <http://iranarchive.openmsl.net/SoIC-1.21.pdf> [Abruf: 2009-08-07]

SESAWE.NET 2009

Sesawe.net: Manual : Simple tricks to circumvent filtering [online]. – URL: <http://www.sesawe.net/Simple-tricks-to-circumvent.html> [Abruf: 2009-08-25]

STATISTICAL CENTRE OF IRAN 2009

Statistical Centre of Iran: Iran Statistical Year book 1385 [Abruf: 2006- 2007] : Main telephone lines in operation per 100 inhabitants, mobile telephone subscribers and Internet users in selected countries [online]. – URL: http://www.sci.org.ir/content/userfiles/_sci_en/sci_en/sel/year85/f22/CS_22_21.HTM [Abruf: 2009-07-20]

STROHMEIER 2004

Strohmeier, Gerd: Politik und Massenmedien : Eine Einführung. Baden-Baden : Nomos, 2004. – ISBN 3-8329-0965-6.

SUEDDEUTSCHE.DE 2009

Sueddeutsche.de: Parlamentswahl in Iran : Popularitätstest für Ahmadinedschad [online]. – URL: <http://www.sueddeutsche.de/politik/404/436150/text/> [Abruf: 2009-08-19]

TAHERI 2009

Taheri, Amir: The Persian Night : Iran under the Khomeinist Revolution. New York [u.a.] : Encounter Books, 2009. – ISBN 978-1-59403-240-0.

TAZ.DE 2009

Taz.de: Tod einer Frau auf Video : „Neda“ wird zum Protestruf der Iraner [online]. – URL: <http://www.taz.de/1/politik/nahost/artikel/1/%5Cneda%5C-wird-zum-protestruf-der-iraner/> [Abruf: 2009-08-25]

TCI 2008

Telecommunication Company of Iran: Performance Report : March 2008 [online].
– URL: http://www.irantelecom.ir/pdfs/amar/march_2008.pdf [2009-08-06]

TECHNORATI 2008

Technorati: State of the Blogosphere / 2008 [online]. – URL: <http://technorati.com/blogging/state-of-the-blogosphere/> [Abruf: 2009-08-04]

TOR 2009

Tor: Anonymität online [online]. – URL: <http://www.torproject.org/index.html.de>
[Abruf: 2009-08-25]

TRÜMPER 2008

Trümper, Stefanie: ‘Weblog is watching you’ : Auf der Suche nach neuen Formen öffentlicher Medienkritik und ihrer Einbindung in den Journalismus. Hamburg : Diplomica Verlag GmbH, 2008. – ISBN 978-3-8366-6080-8.

TWITTER 2009

Twitter: About Twitter : Where did the idea for Twitter come from? [online]. – URL: <http://twitter.com/about#about> [Abruf: 2009-07-28]

TWITTER 2009a

Twitter: Twitter blog : Down Time Rescheduled [online]. – URL: http://blog.twitter.com/2009_06_01_archive.html [Abruf: 2009-08-23]

UNITED NATIONS 2009

United Nations: Member States of the United Nations [online]. – URL: <http://www.un.org/en/members/index.shtml> [Abruf: 2009-08-01]

UNITED NATIONS 2009a

United Nations: Treaty Collection : Chapter IV : Human Rights : 8. Convention on the Elimination of All Forms of Discrimination against Women [online]. – URL: http://treaties.un.org/Pages/ViewDetails.aspx?src=TREATY&mtdsg_no=IV-8&chapter=4&lang=en [Abruf: 2009-08-02]

URBACH 2009

Urbach, Matthias: Iranischer Twitterer bleibt stumm :Wo ist persiankiwi? [online]. In: taz.de. – URL: <http://www.taz.de/1/politik/nahost/artikel/1/wo-ist-persiankiwi/> [Abruf: 2009-08-27]

VIOHL 2009

Viohl, Anja: Fragen zur Bedeutung von Social Media in Iran [E-Mail]. – E-Mail: presse@reporter-ohne-grenzen.de. [2009-08-27]

WEB ECOLOGY PROJECT 2009

Web Ecology Project: The Iranian Election on Twitter : The First Eighteen Days [online]. – URL: <http://www.webecologyproject.org/wp-content/uploads/2009/08/WEP-twitterFINAL.pdf> [Abruf: 2009-08-22]

WOLFF 2007

Wolff, Peter: Die Macht der Blogs : Chancen, Risiken, rechtliche Grundlagen. 2., überarb. und erw. Aufl. Frechen : DATAKONTEXT-Fachverl., 2007. – ISBN 978-3-89577-464-5.

YOUTUBE 2009

YouTube: Über YouTube : Überblick und Features [online]. – URL: http://www.youtube.com/t/fact_sheet [Abruf: 2009-07-26]

YOUTUBE 2009a

YouTube: Geschichte des Unternehmens [online]. – URL: <http://www.youtube.com/t/about> [Abruf: 2009-08-03]

ZERFASS/BOELTER 2005

Zerfaß, Ansgar ; Boelter, Dietrich: Die neuen Meinungsmacher : Weblogs als Herausforderung für Kampagnen, Marketing, PR und Medien. Graz : Nausner & Nausner, 2005. – ISBN 3-901402-45-4.

ZERFASS/WELKER/SCHMIDT 2008

Zerfaß, Ansgar ; Welker, Martin ; Schmidt, Jan (Hrsg.): Kommunikation, Partizipation und Wirkungen im Social Web : Strategien und Anwendungen : Perspektiven für Wirtschaft, Politik und Öffentlichkeit. Köln : Halem, 2008. – ISBN 978-3-938258-68-2. (Neue Schriften zur Online-Forschung , Bd. 3)

Erklärung

Hiermit erkläre ich, dass ich die vorliegende Bachelorarbeit selbständig angefertigt habe. Es wurden nur die in der Arbeit ausdrücklich benannten Quellen und Hilfsmittel benutzt. Wörtlich oder sinngemäß übernommenes Gedankengut habe ich als solches kenntlich gemacht.

Ort, Datum

Unterschrift