

Die Rolle sozialer Medien in den Internationalen Beziehungen

Einleitung in das Forum¹

Schaut man in die Indizes ausgewählter Lehrbücher zu den Internationalen Beziehungen (IB) aus dem letzten Jahrzehnt (Baylis et al. 2017; Dunne et al. 2010; Grieco et al. 2015; Lechner/Boli 2012; Viotti/Kauppi 2012), so zeigt sich, dass soziale Medien kaum Erwähnung finden. Dabei haben zum Beispiel Charli Carpenter und Daniel W. Drezner bereits 2010 gefordert, dass die Disziplin der IB die Auswirkungen sozialer Medien auf das Weltgeschehen ernst nehmen sollten, und zwar „as a subject of research in its own right“ (Carpenter/Drezner 2010: 260).

Soziale Medien sind Teil des Web 2.0. Letzteres unterscheidet sich vom Web 1.0, zu dem unter anderem Homepages gehören, durch die kontinuierliche Veränderung von Inhalten „by all users in a participatory and collaborative fashion“ (Kaplan/Haenlein 2010: 61). Soziale Medien können dabei als internetbasierte Applikationen verstanden werden, die die Erstellung und Verbreitung von so genanntem *User Generated Content* (UGC) unterstützen (Kaplan/Haenlein 2010: 61; König/König 2019; Rubenzer 2017). Im Sinne des Web 2.0 ist die Produktion und Verbreitung von UGC ein interaktiver Prozess, der es Nutzer*innen erlaubt, Netzwerke mit anderen zu bilden (DeNardis/Hackl 2015: 762). Vor diesem Hintergrund bezeichnen Carpenter und Drezner das Web 2.0 als „the second revolution in communications technology that redefined the relationship between producers and consumers of online information“ (Carpenter/Drezner 2010: 256).

In der Literatur werden die diversen Plattformen, die sozialen Medien zuzurechnen sind, mit Blick auf ihre (primäre) Funktion unterschieden (DeNardis/Hackl 2015: 762; Kaplan/Haenlein 2010: 61-63; Nahon 2016: 40), wobei aufgrund des stetigen Wandels und der Weiterentwicklung sozialer Medien einzelne Plattformen über Zeit im Sinne einer technologischen Konvergenz mehrere Funktionen erfüllen und einzelne Plattformen inzwischen miteinander verknüpft sind:

- Kollaborative Projekte (z.B. Wikipedia)
- Soziale Netzwerke (z.B. Facebook)
- Berufliche Netzwerke (z.B. LinkedIn)

1 Ich danke insbesondere Matthias Ecker-Ehrhardt, Helge Jürgens, Daniel Lambach und Frank Stengel für einzelne Formulierungen und Frank Stengel für die Erlaubnis, die von ihm recherchierten Nutzer*innenndaten sozialer Medien für Deutschland für die Einleitung zu verwenden. Darüber hinaus danke ich allen am Forum beteiligten Autor*innen für die sehr gute und konstruktive Zusammenarbeit sowie den Gutachter*innen der zib für das sehr konstruktive Feedback. Last but not least danke ich Marie Schönfels für ihre Unterstützung.

- Blogs und Microblogging-Plattformen (z.B. Twitter)
- Empfehlungs- bzw. Ratingportale (z.B. Yelp)
- Instant-Messenger-Dienste (z.B. Snapchat, Telegram)
- Virtuelle Spielplattformen (z.B. Xbox Live, World of Warcraft)
- Audio-Visuelle Plattformen (z.B. YouTube, Instagram)
- Social News Aggregator (z.B. Reddit)

So stand die Microblogging-Funktionalität von Twitter zwar zu Beginn im Vordergrund, doch hat sich Twitter zu einem sozialen Netzwerk entwickelt.² Mit Blick auf Verknüpfungen lassen sich zum Beispiel Tweets inzwischen auf Snapchat direkt einbinden.

Dem Onlinedienst Alexa zufolge liegen YouTube, Facebook, Wikipedia, Reddit, Instagram, Twitter und LinkedIn auf den Plätzen 2, 7, 13, 19, 24, 38 und 50 der meistbesuchten Webseiten weltweit.³ Allerdings schwankt die Nutzung sozialer Medien, zum Beispiel abhängig vom Alter (siehe Nutzer*innendaten für Deutschland in Tabelle 1) und von anderen Variablen wie der Berufsgruppe (Farrell/Drezen 2008).

Tabelle 1: Reichweite sozialer Medien (2020)

Plattform	Anteil wöchentlicher Nutzer*innen an der deutschen Gesamtbevölkerung (14- bis 29-Jährige) ^a	Anzahl wöchentlicher Nutzer*innen in Deutschland ^b
YouTube	41%	34.080.384
Facebook	26% (44%)	21.611.951
Instagram	20% (65%)	16.624.578
Snapchat	9% (41%)	7.481.060
Twitter	5% (8%)	4.156.144

^a ARD/ZDF-Onlinestudie;⁴ Daten für YouTube aus Beisch/Schäfer (2020: 470), dort keine Zahlen verfügbar für 14-29-Jährige.

^b Näherungswerte; Berechnung (Frank Stengel) mit Daten über die Gesamtbevölkerung vom Statistischen Bundesamt (2020).

Soziale Medien sind „algorithmic media“ (Milan 2015: 56) und unterliegen bestimmten Funktionslogiken, bei denen das mit dem Medium verbundene Netzwerk Teil der Nachricht ist (Klinger/Svensson 2015). Unter anderen daher betrachten die Autor*innen dieses Forums soziale Medien nicht als neutrale Informationskanäle,

2 Facebook und Flickr existieren seit 2004, YouTube seit 2005, Twitter seit 2006, Instagram seit 2010 und Snapchat seit 2011.

3 <https://www.alexa.com/topsites>; 27.5.2021.

4 <https://www.ard-zdf-onlinestudie.de/social-mediawatsapp/>; 5.8.2021.

sondern als „political in and of themselves“ (Jackson 2019a: 521): „The politics of social media [...] produces, reproduces, reinforces and shifts power and privilege“ (Nahon 2016: 41). Durch soziale Medien werden (1) politische Meinungsbildungs- und Entscheidungsprozesse, zum Beispiel Wahlen (Cogburn/Espinoza-Vasquez 2011; Cornfield 2017; Williams 2017) oder bewaffnete Konflikte und deren Bearbeitung (Jackson et al. 2020; Kunstman/Stein 2015), (2) Strukturen wie diplomatische Beziehungen zwischen Staaten und/oder internationalen Organisationen (Duncombe 2017; Manor/Segev 2020) oder zivilgesellschaftliche Netzwerke (Barry 2017; Bennett/Segerberg 2012; Milan 2015), (3) die Identitäten, Selbst- und Fremdwahrnehmungen von Akteuren und damit zusammenhängende Bedeutungen (Kempf 2019; Nahon 2016: 42; Schneiker 2019) beeinflusst.

Die Beiträge in diesem Forum behandeln die Nutzung sozialer Medien durch unterschiedliche Akteure in den internationalen Beziehungen: nicht-staatliche Gewaltakteure (Klausen 2015; Weimann 2010), Nichtregierungsorganisationen (NGOs) (Hall et al. 2020), internationale Regierungsorganisationen (Ecker-Ehrhardt 2021; Hofferberth 2021), Streitkräfte (Deverell et al. 2015; Olsson et al. 2016; Shim/Stengel 2017; Stengel/Shim 2021), Außenministerien (DiPLO 2016; Manor/Crilly 2018; 2020). Die Beiträge diskutieren dabei aus unterschiedlichen Perspektiven, inwiefern soziale Medien ein für die IB relevanter Untersuchungsgegenstand sind und welche theoretischen und methodischen Herausforderungen sich für die IB stellen. Dabei geht es weniger darum, Ergebnisse aus einzelnen Forschungsprojekten vorzustellen, sondern vielmehr darum – mal mehr mal weniger thesengetrieben – Forschungsbedarf hervorzuheben. Die Beiträge zeigen auf, dass soziale Medien transnationale Politik verändern. Dabei fallen die Antworten auf die Frage nach den Folgen des Einsatzes sozialer Medien in der Literatur insgesamt und auch in diesem Forum unterschiedlich aus. Ein Beispiel hierfür ist die Frage, ob soziale Medien zur Demokratisierung beitragen (Deibert/Rohozinski 2010; Drezner 2010). Der Gebrauch sozialer Medien kann – unter anderem aufgrund des Netzwerkpotenzials und der Reichweite sozialer Medien – zur Mobilisierung gesellschaftlicher Akteure, wie im Zuge des so genannten Arabischen Frühlings (z.B. Tufekci/Wilson 2012), sowie zur Demokratisierung internationaler Verhandlungen im Sinne von einem Mehr an Transparenz führen. Der Rückgriff auf soziale Medien kann aber auch – unter anderem durch die Bildung von Echokammern – die Exklusivität von Diskursen und Inhalten stärken und/oder – unter anderem durch die Macht der die Plattformen betreibenden Unternehmen – Möglichkeiten zur Kontrolle der Nutzer*innen erhöhen (siehe Debatten zu *surveillance capitalism* [Zuboff 2015; siehe auch Hintz et al. 2017]). Im Folgenden werden einige Beiträge der Forums-Aufsätze zu aktuellen Debatten herausgegriffen, ohne dabei auf alle relevanten Forschungslücken eingehen zu können.

Die erste Herausforderung bei der Analyse von einzelnen Akteuren auf sozialen Medien ist zu entscheiden, welche Accounts dem jeweiligen Akteur zugesprochen beziehungsweise untersucht werden sollen. Denn oft haben korporative Akteure nicht nur eine Präsenz auf einem sozialen Medium, sondern, wie die Beiträge von Daniel Lambach und Frank Stengel in diesem Forum zeigen, unterschiedliche Un-

tergliederungen eines Ministeriums oder von Streitkräften haben jeweils eigene Präsenzen auf der gleichen Plattform. Dies kann dazu führen, dass Bürger*innen unterschiedliche Vorstellungen von einem mehrfach auf sozialen Medien vertretenen Akteur – zum Beispiel einem Staat oder der Bundeswehr – haben, abhängig davon, welches Social-Media-Profil sie sich anschauen. Damit zusammenhängend gilt festzuhalten, dass – wie die Beiträge von Manjana Sold und Hande Abay Gaspar sowie von Matthias Ecker-Ehrhardt in diesem Forum diskutieren – auch das Publikum auf sozialen Medien fragmentiert ist und sich teilweise in *Echokammern* organisiert. Dabei kann sich die Kommunikation – beispielsweise aufgrund von *deplatforming* – auf andere Kanäle oder in so genannte geschlossene Räume, die nicht mehr öffentlich zugänglich sind, verlagern (siehe den Beitrag von Sold und Abay Gaspar).

Die Folgen der Fragmentierung von Akteuren bei der Selbstdarstellung sind nicht eindeutig. Einerseits können politische Akteure ihre Kommunikation zielgruppen-spezifisch ausrichten und dadurch gegebenenfalls die Zustimmung zu ihrem Handeln maximieren. Andererseits erhöht die Fragmentierung eines politischen Akteurs über diverse Plattformen und Accounts hinweg die Schwierigkeit, eine kohärente Kommunikationsstrategie zu verfolgen, wie der Beitrag von Daniel Lambach am Beispiel von *digital diplomacy* zeigt (siehe auch grundlegend Manor 2016).

Auch ist es nicht immer einfach, Personen von Institutionen zu trennen, wie sich an der Nutzung des privaten Twitter-Accounts von US-Präsident Donald Trump für politische Zwecke gezeigt hat und wie die Forums-Beiträge von Matthias Ecker-Ehrhardt zu internationalen Organisationen und von Frank Stengel zur Bundeswehr aufzeigen. Infolge der damit zusammenhängenden Personalisierung kann es, wie in dem Beitrag von Andrea Schneiker und Matthias Ecker-Ehrhardt erläutert wird, zu Zielkonflikten und damit zusammenhängenden Machtverschiebungen kommen. Die Unterstützer*innen von Advocacy-Organisationen im Allgemeinen sowie für diese Organisationen tätige Influencer*innen im Speziellen können andere Interessen verfolgen als die Organisationen selbst und durch ihre Einbindung in die Kommunikation der Organisationen deren Macht schwächen. Dass soziale Medien grundsätzlich ein wichtiges Instrument im Wettbewerb von Staaten und nicht-staatlichen Akteuren um Macht geworden sind und sowohl die Legitimität von Akteuren und Politiken stärken als auch schwächen können, zeigen die Beiträge von Hande Abay Gaspar und Manjana Sold, von Frank Stengel sowie von Daniel Lambach. Dabei nähern sich die Beiträge der Bestimmung von Macht im Sinne von Deutungshoheit an, doch wie Macht in sozialen Medien zu messen und zu bestimmen ist, bedarf weiterer Debatten.

Neben der Nutzung durch unterschiedliche Akteure hat die Forschung sich auch mit der Rolle sozialer Medien für Prozesse in den iB befasst, vor allem mit Blick auf Proteste (Dencik/Leistert 2015) und/oder gewaltsame Konflikte (Kunstmann/Stein 2015; Zeitzoff 2018). Das Forum umfasst jedoch eine in der Diskussion um soziale Medien vernachlässigte Art transnationaler Prozesse: Deliberations- und Entscheidungsprozesse im Zuge internationaler Verhandlungen. Insbesondere der Beitrag von Alexandra Goritz, Helge Jörgens und Nina Kolleck zu internationalen

Verhandlungen macht deutlich, dass durch die Nutzung sozialer Medien eine neue Ebene der politischen Interaktion entsteht, in der Attribute von Akteuren, zum Beispiel ihre Autorität, neu bewertet werden müssen.

Damit verbunden ist die in den Forums-Beiträgen diskutierte Frage, was alles zur online-Kommunikation zu zählen ist beziehungsweise wo diese anfängt und offline-Kommunikation aufhört. Zwar gibt es bereits einzelne Arbeiten, die zu dem Ergebnis kommen, dass sich die online-Strategien von Akteuren von ihren offline-Strategien unterscheiden (Hall et al. 2020), doch wurden bisher weder die online-Strategien ausreichend systematisch erforscht, noch besteht umfassendes Wissen zur Kombination und zu den Wechselwirkungen von online- und offline-Strategien (Abay Gaspar 2020; Sold 2020).

Doch soziale Medien fordern die IB nicht nur auf theoretischer Ebene heraus, sondern auch mit Blick auf Methoden, wie insbesondere der Beitrag von Alexandra Goritz, Helge Jörgens und Nina Kolleck in diesem Forum zeigt (s. auch Goritz et al. 2019a). Die digitale Interaktion von Akteuren der iB erzeugt Daten, die schneller und leichter abgerufen werden können als durch traditionelle Methoden der Datenerhebung. Doch die jeweiligen Datensätze sind oftmals sehr groß und einer stetigen Veränderung unterworfen (Sudulich et al. 2014). Dabei stellen sich unter anderem Fragen nach dem Zugang zu Daten aus sozialen Medien, der Speicherung, der Rekonstruktion von Veränderungen, der Strukturierung der Daten und der möglicherweise notwendigen vorherigen Bearbeitung, um die Daten einer Analyse zugänglich zu machen (Schneiker et al. 2019; Sudulich et al. 2014). Es stellt sich auch die Frage, ob die aus sozialen Medien erhobenen Daten die analogen inhaltlichen Positionen und Interaktionen von Akteuren widerspiegeln oder nicht (Zeitzoff et al. 2015), wie mögliche Unterschiede zu erklären sind und welche Folgen sie haben können und wie die Wirkung sozialer Medien analysiert werden kann (Bjola 2016). Darüber hinaus bedarf es zur Analyse sozialer Medien in vielen Fällen *mixed-methods*-Designs, wobei oftmals quantitative und qualitative Methoden kombiniert werden (Bennett 2015; Bjola 2016). Dabei kommt Netzwerkanalysen eine wichtige Rolle zu (siehe Beitrag von Alexandra Goritz, Helge Jörgens und Nina Kolleck in diesem Forum; Goritz et al. 2019b; Manor/Segev 2020). Des Weiteren sind Daten aus sozialen Medien oft heterogen und umfassen neben Text auch Bilder und/oder Sound. Die Bedeutung von Bildern für politische Kampagnen wird in den Beiträgen von Daniel Lambach, von Matthias Ecker-Ehrhardt und von Andrea Schneiker und Matthias Ecker-Ehrhardt deutlich, die aufzeigen, dass Bilder unter anderem für Emotionalisierung und Individualisierung politischer Kommunikation genutzt werden. Die zunehmende systematische Berücksichtigung von Visualität (Bleiker 2015; 2018; Schlag/Heck 2020) im Zuge des so genannten *visual turn* (Bleiker 2019; Schlag 2019) in den IB hat auch die Weiterentwicklung des methodischen Instrumentariums der IB um zum Beispiel multi-modale Analysemethoden (Jackson 2019b) zur Folge.

Last but not least stellen sich bei der Nutzung von online generierten Daten neben datenschutzrechtlichen auch ethische Fragen für Forschende, unter anderem weil es sich häufig um personenbezogene Daten handelt, die folglich besonders

schutzbedürftig sind (Mutlu 2015; Sold et al. 2020). Zudem zeigen Hande Abay Gaspar und Manjana Sold in ihrem Beitrag, dass Kommunikation auf sozialen Medien nicht immer öffentlich stattfindet, sondern auch in geschlossenen Räumen ablaufen kann, was Forschende vor besondere ethische Herausforderungen stellt.

Literatur

- Abay Gaspar, Hande* 2020: Salafist Groups' use of Social Media and its Implications for Prevention, in: <https://gnet-research.org/2020/04/28/salafist-groups-use-of-social-media-and-its-implications-for-prevention/>.
- Barry, Jack J.* 2017: Social Movements in the Digital Age, in: Monshipouri, Mahmood (Hrsg.): Information Politics, Protests, and Human Rights in the Digital Age, Cambridge, 23-49.
- Baylis, John/Steve, Smith/Patricia, Owens* 2017: The Globalization of World Politics. An Introduction to International Relations, 7. Auflage, Oxford.
- Beisch, Natalie/Schäfer, Carmen* 2020: Internetnutzung mit großer Dynamik: Medien, Kommunikation, Social Media: Ergebnisse der ARD/ZDF-Onlinestudie 2020, in: *Media Perspektiven*: 9/2020, 462-481.
- Bennett, Andrew* 2015: Found in Translation: Combining Discourse Analysis with Computer Assisted Content Analysis, in: *Millennium: Journal of International Studies* 43: 3, 984-997.
- Bennett, W. Lance/Segerberg, Alexandra* 2012: The Logic of Connective Action, in: *Information, Communication & Society*, 15: 5, 739-768.
- Bjola, Corneliu* 2016: Getting digital diplomacy right: what quantum theory can teach us about measuring impact, in: *Global Affairs* 2: 3, 343-353.
- Bleiker Roland* 2001: The Aesthetic Turn in International Political Theory, in: *Millennium: Journal of International Studies* 30: 3, 509-533.
- Bleiker Roland* 2015: Pluralist Methods for Visual Global Politics, in: *Millennium: Journal of International Studies* 43: 3, 872-890.
- Bleiker, Roland* (Hrsg.) 2018: Visual Global Politics, London.
- Bleiker, Roland* 2019: Writing Visual Global Politics: in Defence of a Pluralist Approach – a Response to Gabi Schlag, "Thinking and Writing Visual Global Politics", in: *International Journal of Politics, Culture, and Society* 32:1, 115–123.
- Carpenter, Charli/Drezner, Daniel W.* 2010: International Relations 2.0: The Implications of New Media for an Old Profession, in: *International Studies Perspectives* 11: 3, 255-272.
- Cogburn, Derrick L./Espinoza-Vasquez, Fatima K.* 2011: From networked nominee to networked nation: Examining the impact of Web 2.0 and social media on political participation and civic engagement in the 2008 Obama campaign, in: *Journal of Political Marketing* 10: 1-2, 189-213.
- Cornfield, Michael* 2017: Empowering the party-crasher: Donald J. Trump, the first 2016 GOP presidential debate, and the Twitter marketplace for political campaigns, in: *Journal of Political Marketing* 16: 3-4, 212-243.
- Deibert, Ronald/Rohozinski, Rafal* 2010: Liberation vs. Control: The Future of Cyberspace, in: *Journal of Democracy* 21: 4, 43-57.
- DeNardis, Laura/Andrea M. Hackl* 2015: Internetgovernance by social mediaplatforms, in: *Telecommunications Policy* 39: 9, 761-770.
- Dencik, Liza/Oliver Leistert* (Hrsg.) 2015: Critical Perspectives on Social Media and Protest. Between Control and Emancipation, London & New York.
- Deverell, Edward/Olsson, Eva-Karin/Wagnsson, Charlotte/Hellman, Maria/Johnsson, Magnus* 2015: Understanding public agency communication: the case of the Swedish armed forces, in: *Journal of Public Affairs* 15: 4, 387-396.

- DiPLO* 2016: Social media – Factsheet of Foreign Ministries (Diplomacy), in: <https://www.diplomacy.edu/sites/default/files/E-diplomacy%20infographic%20-%20DiploFoundation%202016.pdf>.
- Drezner, Daniel W.* 2010: Weighing the Scales: The Internet's Effect on State-Society Relations, in: *Brown Journal of World Affairs* 16: 2, 31-44.
- Duncombe, Constance* 2017: Twitter and transformative diplomacy: social media and Iran-US relations, in: *International Affairs* 93: 3, 545–562.
- Dunne, Tim/Kurki, Milja/Smith, Steve* 2010: International Relations Theories. Discipline and Diversity, 2. Auflage, Oxford.
- Ecker-Ehrhardt, Matthias* 2021: IO public communication going digital? Understanding social media adoption and use in times of politicization, in: *Zaiotti, Ruben/Bjola, Cornelius* (Hrsg.): *The Digital Diplomacy of International Organizations: Autonomy, Legitimacy and Contestation in the Global Digital Age*, London, 21-50.
- Farrell, Henry/Drezner, Daniel W.* 2008: The power and politics of blogs, in: *Public Choice* 134: 1-2, 15-30.
- Goritz, Alexandra/Nina Kolleck/Helge Jörgens* 2019a: Analyzing Twitter Data: Advantages and Challenges in the Study of UN Climate Negotiations. SAGE Research Methods Cases. DOI: 10.4135/9781526472441.
- Goritz, Alexandra/Nina Kolleck/Helge Jörgens* 2019b: Education for Sustainable Development and Climate Change Education: The Potential of Social Network Analysis Based on Twitter Data, in: *Sustainability* 11(5499).
- Grieco, Joseph/Ikenberry, G. John/Mastanduno, Michael* 2015: *Introduction to International Relations. Enduring Questions & Contemporary Perspectives*, New York.
- Hall, Nina/Schmitz, Hans Peter/Deadmon, J. Michael* 2020: Transnational Advocacy and NGOs in the Digital Era: New Forms of Networked Power, in: *International Studies Quarterly* 64: 1, 159-167.
- Hintz, Arne/Dencik, Lina/Wahl-Jorgensen, Karin* 2017: Digital Citizenship and Surveillance Society, in: *International Journal of Communication* 11, 731–739.
- Hofferberth, Matthias* 2021: Tweeting to Save Succeeding Generations from the Scourge of War? The UN, Twitter and Communicative Action, in: *Bjola, Cornelius/Zaiotti, Ruben* (Hrsg.): *Digital Diplomacy and International Organisations. Autonomy, Legitimacy and Contestation*, London, 155-183.
- Jackson, Susan T/Crilly, Rhys/Manor, Ilan/Baker, Catherine/ Oshikoya, Modupe/Joachim, Jutta/Robinson, Nick/Schneiker, Andrea/Sunday Grove, Nicole/Enloe, Cynthia* 2020: Forum: Militarization 2.0: Communication and the Normalization of Political Violence in the Digital Age, in: *International Studies Review*, 23: 3, 1046-1071.
- Jackson, Susan T.* 2019a: A Turning IR Landscape in a Shifting Media Ecology: The State of IR Literature on New Media, in: *International Studies Review* 21: 3, 518–534.
- Jackson, Susan T.* 2019b: 'Selling' national security: Saab, YouTube, and the militarized neutrality of Swedish citizen identity, in: *Critical Military Studies*, 5: 3, 257-275.
- Kaempf, Sebastian* 2019: 'A relationship of mutual exploitation': the evolving ties between the Pentagon, Hollywood, and the commercial gaming sector, in: *Social Identities* 25: 4, 542–558.
- Kaplan, Andreas/Haenlein, Michael* 2010: Users of the world, unite! The challenge and opportunities of Social Media, in: *Business Horizons*. 53, 59-68.
- Klausen, Jytte* 2015: Tweeting the Jihad: Social Media Networks of Western Foreign Fighters in Syria and Iraq, in: *Studies in Conflict & Terrorism* 38: 1, 1-22.
- Klinger, Ulrike/Svensson, Jakob* 2015: The emergence of network media logic in political communication: A theoretical approach, in: *New Media & Society* 17: 8, 1241-1257.
- Koch, Wolfgang/Beisch, Natalie* 2020: Erneut starke Zuwächse bei Onlinevideo: Ergebnisse der ARD/ZDF-Onlinestudie 2020, in: *Media Perspektiven*: 9, 482-500.
- König, Mathias/König, Wolfgang* 2019: Soziale Medien (Social Media), in: Klenk, Tanja/Nullmeier, Frank/Wewer, Göttirk (Hrsg.): *Handbuch Digitalisierung in Staat und Verwaltung*, Wiesbaden: Springer Fachmedien Wiesbaden, 1-12.

- Kreps, Sarah* 2020: Social Media and International Relations, Cambridge.
- Kunstmann, Adi/ Stein, Rebecca L.* 2015: Digital Militarism. Israel's Occupation in the Social Media Age, Stanford.
- Lechner, Frank J./Boli, John* 2012: The Globalization Reader, 4. Auflage, Chichester.
- Manor, Ilan und Rhys Crilley* 2018: Visually framing the Gaza War of 2014: The Israel Ministry of Foreign Affairs on Twitter, in: Media, War & Conflict 11: 4, 369–391.
- Manor, Ilan/Crilley, Rhys* 2020: The Mediatisation of MFAs: Diplomacy in the New Media Ecology, in: The Hague Journal of Diplomacy 15, 66–92.
- Manor, Ilan/Segev, Elad* 2020: Social Media Mobility: Leveraging Twitter Networks in Online Diplomacy, in: Global Policy 11: 2, 233–244.
- Manor, Ilan* 2016: Are We There Yet: Have MFAs Realized the Potential of Digital Diplomacy? Results from a Cross-National Comparison, in: Diplomacy and Foreign Policy 1: 2, 1–110.
- Milan, Stefania* 2015: Mobilizing in Times of Social Media, From Politics of Identity to a Politics of Visibility, in Dencik, Lina/Leistert, Oliver (Hrsg.), Critical Perspectives on Social Media and Protest, Between Control and Emancipation. London & New York, 53–70.
- Mutlu, Can E.* 2015: Of Algorithms, Data and Ethics: A Response to Andrew Bennett, in: Millennium: Journal of International Studies 43: 3, 998–1002.
- Nahon, Karine* 2016: Where There is Social Media There is Politics, in: Bruns, Axel/Enli, Gunn/Skogerbo, Eli/Larsson, Anders Olof/Christensen, Christian (Hrsg.), The Routledge Companion to Social Media and Politics, London, 39–55.
- Olsson, Eva-Karin/Deverell, Edward/Wagnsson, Charlotte/Hellman, Maria* 2016: EU armed forces and social media: convergence or divergence?, in: Defence Studies, 16: 2, 97–117.
- Rubenzer, Trevor* 2017: Social Media and Foreign Policy, in: Thompson, William R. (Hrsg.), The Oxford Research Encyclopedia of Politics, Oxford.
- Schlag, Gabi/Heck, Axel* (Hrsg.) 2020: Visualität und Weltpolitik, Praktiken des Zeigens und Sehens in den Internationalen Beziehungen, Springer.
- Schlag, Gabi* 2019: Thinking and Writing Visual Global Politics – a Review of R. Bleiker's Visual Global Politics (2018, Abingdon and New York: Routledge), in: International Journal of Politics, Culture, and Society 32:1, 105–114.
- Schneiker, Andrea* 2019: The New Defenders of Human Rights? How Radical Right-Wing TNGOs Are Using the Human Rights Discourse to Promote Their Ideas, in: Global Society 33: 2, 149–162.
- Schneiker, Andrea/Dau, Magnus/Joachim, Jutta/Martin, Marlen/Lange, Henriette* 2019: How to Analyze Social Media? Assessing the Promise of Mixed-Methods Designs for Studying the Twitter Feeds of PMSCs, in: International Studies Perspectives 20: 2, 188–200.
- Shim, David/Stengel, Frank A.* 2017: Social Media, Gender and the Mediatisation of War: Exploring the German Armed Forces' Visual Representation of the Afghanistan Operation on Facebook, in: Global Discourse 7: 2–3, 330–347.
- Sold, Manjana* (2020): The Amalgamation of Virtuality and Reality in Radicalisation Processes, in: <https://blog.prif.org/2020/04/23/the-amalgamation-of-virtuality-and-reality-in-radicalisation-processes/>.
- Sold, Manjana/Abay Gaspar, Hande/Junk, Julian* 2020: Designing Research on Radicalisation using Social Media Content: Data Protection Regulations as Challenges and Opportunities, in: Günther, Christoph/Pfeifer, Simone (Hrsg.), Jihadi Audiovisuality and its Entanglements. Meanings, Aesthetics, Appropriations, Edinburgh, 51–73.
- Sudulich, Laura/Wall, Matthew/Gibson, Rachel/Cantijoch, Marta/Ward, Stephen* 2014: Introduction: The Importance of Method in the Study of the 'Political Internet.', in: Cantijoch, Marta/Gibson, Rachel/Ward, Stephen, Analyzing Social Media Data and Web Networks, London, 1–21.
- Statistisches Bundesamt* 2020, Bevölkerungsstand, (Destatis-Website, Stand: 30.6.2020), in: <https://www.destatis.de/DE/Themen/Gesellschaft-Umwelt/Bevoelkerung/Bevoelkerungsstand/Tabellen/zensus-geschlecht-staatsangehoerigkeit-2020.html>; 31.12.2020.

- Stengel, Frank A./Shim, David* 2021: Militarizing Antimilitarism? Exploring the Gendered Representation of Military Service in German Recruitment Videos on Social Media, in: International Feminist Journal of Politics, online first, DOI: 10.1080/14616742.2021.1935289.
- Tufekci, Zeynep/Wilson, Christopher* 2012: Social Media and the Decision to Participate in Political Protest: Observations From Tahrir Square, in: Journal of Communication 62: 2, 363-379.
- Viotti, Paul R./Kauppi, Mark V.* 2012: International Relations Theory, 5. Auflage, Pearson.
- Weimann, Gabriel* 2010: Terror on Facebook, Twitter and Youtube, in: The Brown Journal of World Affairs 16: 2, 45-54.
- Williams, Christine. B.* 2017: Introduction: Social media, political marketing and the 2016 U.S. election, in: Journal of Political Marketing 16: 3-4, 207-211.
- Zeitzoff, Thomas* 2018: Does Social Media Influence Conflict? Evidence from the 2012 Gaza Conflict, in: Journal of Conflict Resolution 62: 1, 29-63.
- Zeitzoff, Thomas/Kelly, John/Lotan, Gilad* 2015: Using social media to measure foreign policy dynamics: An empirical analysis of the Iranian–Israeli confrontation (2012–13), in: Journal of Peace Research 52: 3, 368–383.
- Zuboff, Shoshana* 2015: Big other: surveillance capitalism and the prospects of an information civilization, in: Journal of Information Technology 30, 75–89.