

Benjamin Hasselhorn / Christian Onnen /
Katja I. C. Ruete / Jan Schlatter (Hg.)

Wege aus dem Elfenbeinturm

Geschichtswissenschaft
in den Sozialen Medien

wbg Academic

wbg Academic ist ein Imprint der Verlag Herder GmbH
© Verlag Herder GmbH, Freiburg im Breisgau 2024
Alle Rechte vorbehalten
www.herder.de

Satz und E-Book: Arnold & Domnick GbR, Leipzig
Umschlaggestaltung: Arnold & Domnick GbR, Leipzig
Umschlagmotiv: © Jan Schlatter, Julius-Maximilians-Universität Würzburg

Printed in Germany

ISBN Print: 978-3-534-64043-0
ISBN E-Book: 978-3-534-64044-7

Dieses Werk ist mit Ausnahme der Abbildungen (Buchinhalt und Umschlag) als Open-Access-Publikation im Sinne der Creative-Commons-Lizenz CC BY-SA International 4.0 (»Attribution-ShareAlike 4.0 International«) veröffentlicht. Um eine Kopie dieser Lizenz zu sehen, besuchen Sie <https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/>. Jede Verwertung in anderen als den durch diese Lizenz zugelassenen Fällen bedarf der vorherigen schriftlichen Einwilligung des Verlages.

Inhalt

Vorwort 7

Geschichtswissenschaftskommunikation auf Social Media ·

Zur Einführung in dieses Buch

von BENJAMIN HASSELHORN, CHRISTIAN ONNEN UND KATJA I.C. RUETE 9

I Projekte

Das Erbe der Antike in den Sozialen Medien · Chancen, Risiken
und Möglichkeiten mit Fokus auf Instagram

von VINCENT BAUER 21

ExitElfenbeinturm · Ein Werkstattbericht

von BENJAMIN HASSELHORN, CHRISTIAN ONNEN, KATJA I.C. RUETE
UND JAN SCHLATTER 47

Geschichtsvermittlung mit 2200 Zeichen, Hashtags, Bild ·

Die Forschungsstelle Deutscher Orden auf Instagram

von BENEDIKT WEIGAND UND PETER AIFELD 95

@klios_spiegel: Geschichte ohne Geschichten · Warum ich eine
andere Wissenschaftskommunikation der Geschichtswissenschaft
betreibe

von TABEA HENN 113

Wissensvermittlung auf Social Media · In 90 Sekunden Hundert-tausende erreichen – die Kampagne <i>#ZumFeindGemacht</i>	
VON ALINA MENTEN UND ELENA BRAUN	129

II Reflexionen

HerStories · Feministische Geschichtsrevision in den Sozialen Medien	
VON JULIANE KUCHARZEWSKI	165
Wissenschaftskommunikation ohne Fußnoten? · Was Geschichtswissenschaft und Twitter voneinander lernen können	
VON ROBERT SCHOLZ	191
User, Produzentinnen, Lernende und Studierende · Überlegungen aus der Geschichtsdidaktik zu Social Media	
VON MIRIAM MONTAG-ERLWEIN	227
Geschichte in den Social Media: <i>@ichbinsophiescholl</i> als Vorbote für die zukünftige Darstellung von Geschichte?	
VON CHRISTIAN KUCHLER	261
Fünf Regeln für gute Geschichtswissenschaftskommunikation	
VON BENJAMIN HASSELHORN, CHRISTIAN ONNEN UND KATJA I. C. RUETE	273
Autorenverzeichnis	284

Vorwort

Dieses Buch versammelt Beiträge der Tagung „Wege aus dem Elfenbeinturm – Geschichtswissenschaft in den Sozialen Medien“, die unter unserer Leitung vom 23.–25. März 2023 an der Julius-Maximilians-Universität Würzburg durchgeführt wurde. Tagung und Buch sind Teil unseres gleichnamigen Projekts, das 2022 / 23 im Rahmen des Programms „Freiraum 2022“ von der Stiftung Innovation in der Hochschullehre gefördert wurde.

Wir bedanken uns bei der Stiftung Innovation in der Hochschullehre für die Förderung unseres Projekts. Bei der Julius-Maximilians-Universität Würzburg bedanken wir uns für die Betreuung und beim Publikationsfonds der Universität für die finanzielle Förderung dieser Open-Access-Publikation. Dem gesamten Team des Würzburger Lehrstuhls für Neueste Geschichte unter der Leitung von Prof. Dr. Peter Hoeres danken wir zudem für die weit mehr als nur formale oder organisatorische Begleitung dieses Projekts.

Für die aktive Mitarbeit an diesem Buch danken wir schließlich unseren studentischen Hilfskräften Lara Berger, Jan Hendl und Lars Willenberg.

Würzburg, den 4. Juni 2024,

Benjamin Hasselhorn

Christian Onnen

Katja I. C. Ruete

Jan Schlatter

Geschichtswissenschaftskommunikation auf Social Media

Zur Einführung in dieses Buch

von BENJAMIN HASSELHORN, CHRISTIAN ONNEN
UND KATJA I. C. RUETE

Wie könnte gelungene Wissenschaftskommunikation in den Sozialen Medien aussehen? Mit dem Buch „Wege aus dem Elfenbeinturm. Geschichtswissenschaft in den Sozialen Medien“ stellen wir diese Frage für die Geschichtswissenschaft. Es scheint, als prallten hier zwei Welten aufeinander: eine Wissenschaftskultur, die Wert auf Differenzierung und historische Kontextualisierung legt, und eine öffentliche Geschichtskultur, die in erster Linie auf Aufmerksamkeit und Anwendbarkeit setzt.

Durch die Sozialen Medien wird diese Spannung noch verschärft: Die auch aus klassischen Medien bekannten Tendenzen zu Polarisierung, Emotionalisierung und Polemisierung werden durch Social Media geradezu exponentiell gesteigert. Während bei den Wahlen zum US-Präsidenten 2016 und beim etwa zeitgleichen Brexit-Wahlkampf in Großbritannien die Plattform Facebook als Hauptverbreiter von Fake News und Hassbotschaften ausgemacht wurde¹, hat sich die Kritik mittlerweile eher auf TikTok und Twitter² verlagert und auf weitere Kritikpunkte ausgeweitet. Im Falle von TikTok hängt dies mit der Datenschutzproblematik einerseits, mit

¹ Dazu: Kaiser, Brittany: Die Datendiktatur. Wie Wahlen manipuliert werden, Hamburg 2020.

² Elon Musk wurde Anfang 2022 Hauptaktionär bei Twitter und benannte die Plattform Ende Juli 2023 in „X“ um. Die Beiträge in diesem Sammelband wur-

dem hohen Suchpotenzial gerade für Jugendliche andererseits zusammen. In mehreren Staaten ist TikTok inzwischen verboten; auch innerhalb der Europäischen Union wurde 2023 ein Verbot zumindest diskutiert und die App auf EU-Diensthandys tatsächlich untersagt.³

Bei Twitter wiederum richtet sich die Kritik weniger auf eine potenzielle Gefährdung Jugendlicher, sondern eher auf die negativen Konsequenzen für die Demokratie und ihre politische Kultur. Noch deutlich bevor Elon Musk Twitter übernahm und in „X“ umbenannte, kehrten in Deutschland Politiker und andere Personen des öffentlichen Lebens der Plattform den Rücken. So verließ etwa der Grünen-Politiker und heutige Wirtschaftsminister Robert Habeck Anfang 2019 sowohl Facebook als auch Twitter, nachdem auf beiden Plattformen Daten geleakt worden waren. Als Begründung für seinen Ausstieg nannte er allerdings außerdem noch explizit die dortige Diskussionskultur. Twitter, so Habeck, sei „ein sehr hartes Medium, wo spaltend und polarisierend geredet wird“ – auf ihn selbst färbe das ab.⁴ Tatsächlich hatten zuvor einzelne in den Sozialen Medien kursierende Äußerungen Habecks im Zusammenhang mit den Landtagswahlkämpfen in Bayern 2018 und in Thüringen 2019 heftige Kritik hervorgerufen.⁵

den zum überwiegenden Teil bereits vor Juli 2023 abgeschlossen, weswegen die Bezeichnung Twitter in der Regel beibehalten wurde.

- 3 Steinwehr, Uta: Welche Länder verbieten Tiktok und warum?, 19.05.2023, URL: <https://www.dw.com/de/welche-l%C3%A4nder-verbieten-tiktok-und-warum/a-65681872> (letzter Zugriff: 17.08.2023); Pelka, Cedric: TikTok-App auf EU-Diensthandys verboten, 23.02.2023, URL: <https://www.zdf.de/nachrichten/politik/tiktok-diensthandy-eu-kommission-verbot-100.html> (letzter Zugriff: 17.08.2023).
- 4 N. N.: Robert Habeck verlässt Twitter und Facebook, in: Frankfurter Allgemeine Zeitung, 07.01.2019, URL: <https://www.faz.net/aktuell/politik/inland/gruenen-chef-robert-habeck-verlaesst-twitter-und-facebook-15976385.html> (letzter Zugriff: 17.08.2023).
- 5 N. N.: Deutscher Grün-Chef: Twitter-Aus nach Fehlritten, in: Kronen-Zeitung, 07.01.2019, URL: <https://www.krone.at/1838557> (letzter Zugriff: 17.08.2023).

Im Sommer 2022 verließ die Autorin Sophie Passmann Twitter, nachdem es einen Shitstorm gegen sie gegeben hatte. Im Januar 2023 erklärte sie in einem Artikel in der „Zeit“, dass sie sich keineswegs als reines Opfer sehe, sondern dass sie selbst Teil des Problems gewesen sei. Sie sei nämlich voll auf die Twitter-Logik eingestiegen, die sie folgendermaßen beschreibt:

„Wer auf Twitter gewinnen will, findet die besten größten Worte für den eigenen Hass auf eine Person, ein Buch, einen Film. Gerade wenn sich zu einem Thema alle einig zu sein scheinen, reicht es nicht, das zu schreiben, was alle schon geschrieben haben. Redundanz kann nie relevant sein und kriegt nur wenig von dem begrenzten Gut Aufmerksamkeit ab, um die es am Ende in diesen Debatten geht. Also findet man stattdessen etwas noch deutlich schlimmer als alle bisher, oder man findet einen neuen, gerne auch völlig abstrusen Grund, den bisher noch niemand bedacht hatte, um etwas schlimm zu finden. Am Ende ist alles egal, Hauptsache, es knallt.“⁶

Der US-amerikanische Psychologe Jonathan Haidt sammelt seit einigen Jahren Daten zu den Auswirkungen von Social Media und kommt zu folgendem Befund: Bis 2019 sei die empirische Datenlage zu den Auswirkungen von Social Media noch ambivalent gewesen; seitdem habe die Forschung aber mit hinreichender Deutlichkeit nachweisen können, dass Social Media erhebliche Negativauswirkungen auf Jugendliche einerseits, auf die Gesamtgesellschaft andererseits haben. Die zwei gravierendsten Auswirkungen seien:

⁶ Passmann, Sophie: @SophiePassman Dieser Account existiert nicht, in: Die Zeit, 26.01.2023, URL: <https://www.zeit.de/2023/05/twitter-account-loeschung-hass-social-media/komplettansicht> (letzter Zugriff: 17.08.2023).

1. Social-Media-Nutzung ist eine wesentliche Ursache für die starke Zunahme von Angststörungen, Depressionen und anderen psychischen Problemen unter Jugendlichen, ganz besonders unter weiblichen Jugendlichen.⁷
2. Social Media ist ein wesentlicher Erklärungsfaktor für die seit 2016 drastisch zunehmende Dysfunktionalität westlicher Demokratien.⁸

Zu den Gründen für den zweiten Punkt gehört das von Social Media auf die Spitze getriebene Prinzip der Aufmerksamkeitsgenerierung, das mehr oder weniger automatisch dazu führt, dass extreme und polarisierende Meinungen stärker wahrgenommen werden als differenzierte und nuancierte. Der Like-Button und der Share-Button erleichtern es, Halbwahrheiten und Unwahrheiten in Windeseile zu verbreiten.⁹ Zudem verstärkt Social-

7 Haidt, Jonathan: *The Anxious Generation. How the Great Rewiring of Childhood Is Causing an Epidemic of Mental Illness*, London 2024. Außerdem: Haidt, Jonathan / Twenge, Jean: Adolescent mood disorders since 2010: A collaborative review, unpubliziertes Manuskript, New York University, URL: https://docs.google.com/document/d/1diMvsMeRphUH7E6D1d_J7R6WbDdgnzFHDHPx9HXzR50/edit# (letzter Zugriff: 17.08.2023); Haidt, Jonathan / Rausch, Zach / Twenge, Jean: Social media and mental health: A collaborative review, unpubliziertes Manuskript, New York University, URL: <https://docs.google.com/document/d/1w-HOfseF2wF9Y-IpXwUUtP65-olnkPyWcgF5BiAtBEyo/edit> (letzter Zugriff: 17.08.2023).

8 Haidt, Jonathan / Bail, Chris: Social media and political dysfunction: A collaborative review, unpubliziertes Manuskript, New York University, URL: https://docs.google.com/document/d/1vVAtMCQnz8WVxtSNQev_e1cGmY9rnY96ecYuAj6C548/edit (letzter Zugriff: 17.08.2023). Haidt hat seine eigene, die These eines wesentlichen Beitrags von Social Media zur Dysfunktionalität der westlichen Demokratien bejahende, Position entwickelt in: Haidt, Jonathan: Why the Past 10 Years of American Life Have Been Uniquely Stupid, in: *The Atlantic*, 11.04.2022, URL: <https://www.theatlantic.com/magazine/archive/2022/05/social-media-democracy-trust-babel/629369/> (letzter Zugriff: 17.08.2023); Haidt, Jonathan: Yes, Social Media Really is Undermining Democracy, Despite What Meta Has to Say, in: *The Atlantic*, 28.07.2022, URL: <https://www.theatlantic.com/ideas/archive/2022/07/social-media-harm-facebook-meta-response/670975/> (letzter Zugriff: 17.08.2023).

9 Haidt, Uniquely Stupid.

Media-Nutzung die ohnehin hochwirksame Bestätigungstendenz, indem der Algorithmus uns die Inhalte anbietet, die denjenigen ähnlich sind, die uns bereits gefallen haben. Die Gefahr, sich in Echokammern gegeneinander abzuschotten und allenfalls noch im Modus des Kulturmärktes mit Andersdenkenden zu agieren, wird dadurch erheblich erhöht.¹⁰

Wäre es angesichts dieser düsteren Situation nicht das Beste, wenn wir dem Beispiel Habecks, Passmanns und anderer folgen, Social Media den Rücken kehren und uns so oft und so lange wie möglich in der realen Welt aufhalten? Dort gibt es schließlich genügend Entfaltungsmöglichkeiten für Geschichtswissenschaftskommunikation. Allerdings würde ein solcher Schritt nichts daran ändern, dass alle anderen nach wie vor in den Sozialen Medien aktiv sind. Gerade die Vorstellungs- und Wissenswelten heutiger Heranwachsender sind nun einmal von Massenmedien, insbesondere von den Sozialen Medien, geprägt. In diesem Buch verfolgen wir deshalb einen anderen Ansatz und fragen, welche Projekte, Ideen und Ansätze es gibt, um Social Media konstruktiv für Geschichtswissenschaftskommunikation zu nutzen.

Wir fragen uns, ob es nicht auch möglich ist, auf den Plattformen, die uns in vieler Hinsicht so zu schaffen machen, Inhalte zu platzieren, die die genannten Negativfolgen unterlaufen, ausgleichen und ihnen etwas entgegensetzen. Anders gefragt: Gibt es nicht vielleicht doch auch ein gesellschaftliches Bedürfnis nach fundierter Information, nicht nur nach Empörung und Polarisierung? Kann es sein, dass es nur eine Minderheit ist, die Social Media vornehmlich nutzt, um andere zu attackieren und um Unwahrheiten zu verbreiten, und dass die Mehrheit durchaus an echtem Austausch und differenzierten Inhalten interessiert ist? Gibt es nicht vielleicht einen Bedarf danach, mehrere Seiten eines Problems prä-

¹⁰ Dazu auch: Haidt, Jonathan / Lukianoff, Greg: *The Coddling of the American Mind. How Good Intentions and Bad Ideas Are Setting Up a Generation for Failure*, London 2018.

sentiert zu bekommen und sachliche Diskussionen zu führen, statt sich gegenseitig zu beleidigen und zu beschimpfen? Zudem versteht sich dieser Sammelband auch als Beitrag zur Public History: Haben wir als Wissenschaftler nicht auch die Aufgabe, das, was wir der Gesellschaft anzubieten haben, dort bereitzustellen, wo sich nun einmal ein erheblicher Teil der Gesellschaft aufhält? Muss man nicht gerade auf Social Media unterwegs sein, wenn es gelingen soll, wissenschaftliche Forschung und öffentliche Geschichtskultur einander näher zu bringen und dadurch zu einem wissenschaftsaffinen öffentlichen Geschichtsverständnis beizutragen?

Diese und weitere Fragen werden in den Beiträgen dieses Buches aufgeworfen und erörtert. Die Mehrzahl der Beiträge entwuchs der Tagung „Wege aus dem Elfenbeinturm. Geschichtswissenschaft in den Sozialen Medien“ die im März 2023 stattfand. Es diskutierten Blogger, Didaktiker, Redakteure und „klassische“ Historiker miteinander. Die Beiträge sind in zwei Themenbereiche gegliedert: Im ersten Teil werden Projekte zur Wissenschaftskommunikation vorgestellt, die von den jeweiligen Beitragern selbst betrieben werden. Der zweite Teil enthält Reflexionen, sei es über einzelne Social-Media-Projekte aus den Bereichen Public History und Wissenschaftskommunikation, sei es über die Spezifika bestimmter Social-Media-Plattformen oder über allgemeine Phänomene und Trends zur Präsenz von Geschichte in den Sozialen Medien.

Teil 1 unseres Buches wird eröffnet von *Vincent Bauer*. Sein Beitrag beschäftigt sich mit der Rezeption der Antike auf Social Media. Dazu stellt er erstens anhand aktueller Trends die Chancen und Grenzen dieser Art der Geschichtsvermittlung dar. Zweitens präsentiert er seinen Instagram-Account *unusual.ancient.history*, mit dem er über 25 000 Follower erreicht. Dabei beschreibt er seine Strategien beim Erstellen der Posts und geht auch auf die Interaktion mit seinen Usern, den Umgang mit Hatespeech und anderen negativen Entwicklungen ein.

Benjamin Hasselhorn, Christian Onnen, Katja I. C. Ruete und Jan Schlatter stellen das Projekt „Wege aus dem Elfenbeinturm“ im zwei-

ten Beitrag vor. Sie präsentieren vier verschiedene Formate, die sich auf unterschiedliche Art und Weise an gelungener (Geschichts-) Wissenschaftskommunikation auf Social Media versuchen, und zeigen dabei auch die Chancen und Grenzen dieser Methode auf. Abschließend ziehen sie nach Projektabschluss ein erstes Resümee.

Benedikt Weigand und *Peter Aifeld* präsentieren in ihrem Beitrag die Forschungsstelle Deutscher Orden an der Julius-Maximilians-Universität Würzburg. Dabei stellen sie den Instagram-Auftritt der Einrichtung in den Mittelpunkt und zeigen auf, wie auf diesem Weg einem „Nischenthema“ zu einer größeren Aufmerksamkeit verholfen werden kann. Dazu gewähren sie auch einen Blick hinter die Kulissen ihrer Social-Media-Arbeit.

Hinter den Kulissen schließt sich der darauffolgende Beitrag von *Tabea Henn* an, die auf Instagram und Twitter die Accounts *klios_spiegel* betreibt. Die wesentliche Besonderheit ihrer Geschichtsvermittlung ist gerade nicht die konkrete Beschränkung auf historische Begebenheiten, sondern die Konzentration auf Methoden und Zugänge der (Public) History. Henn gibt in ihrem Beitrag Einblicke in ihre persönliche Motivation zu ihrem Ansatz der Geschichtswissenschaftskommunikation: Der Kern ihrer Tätigkeit ist es, erst einmal überhaupt ein Verständnis für die Pluralität der Geschichtswissenschaft zu schaffen.

Elena Braun und *Alina Merten* bieten den Blick auf die Wissensvermittlung auf Social Media aus der Perspektive der Online-Marketing-Agentur SMART LEMON. Sie beschreiben anhand des von ihnen betreuten Projektes *#ZumFeindGemacht*, wie mithilfe von professionellen Partnern innerhalb kurzer Zeit die Reichweite von Social-Media-Auftritten exponentiell gesteigert werden kann.

Der zweite Teil des Buches beginnt mit dem Beitrag „HerStories. Feministische Geschichtsrevision in den Sozialen Medien“ von *Juliane Kucharzewski*. Darin untersucht sie, wie die Rolle von Frauen in der Geschichte in den Sozialen Medien gezielt hervorgehoben wird. Sie geht dabei nicht nur auf das Potenzial und die Zeitgemäßheit dieses Trends ein, sondern hinterfragt auch anhand konkreter Beispiele, wel-

chen Gefahren und Hindernissen – wie nachträgliche Überhöhung und Quellenarmut – *Herstory*-Formate ausgesetzt sind.

Eine weitere kritische Bestandsaufnahme bietet der Beitrag von *Robert Scholz*, der die Plattform Twitter als geeigneten Ort für Geschichtswissenschaftskommunikation beschreibt. In welchem Verhältnis steht der Nutzen von Twitter für die Wissenschaft zu den Risiken, die die Vermittlung mit so stark begrenzter Zeichenzahl birgt? Und welche Rückwirkungen ergeben sich durch die Twitternutzung von Historikern für die Geschichtswissenschaft?

Miriam Montag-Erlwein nähert sich der Wissensvermittlung in den Sozialen Medien aus geschichtsdidaktischer Perspektive. Sie untersucht dabei, welche Möglichkeiten und Grenzen der Einsatz von Social-Media-Formaten im Geschichtsunterricht bietet. Außerdem präsentiert sie erste Ergebnisse eines Instagram-Projektes, das sie gemeinsam mit Lehramtsstudenten betreut. Dabei werden Formate entwickelt, die sich zur praktischen Umsetzung in der Schule eignen.

Ebenfalls vor dem Horizont der Geschichtsdidaktik ist der Beitrag von *Christian Kuchler* anzusiedeln. Anders als Miriam Montag-Erlwein beschäftigt er sich allerdings weniger mit unterrichtsdidaktischen Überlegungen, sondern stattdessen mit dem Wandel der Darstellung von Geschichte in den Medien, insbesondere durch den öffentlich-rechtlichen Rundfunk, der seine Zielgruppe verstärkt auf die jüngere Generation ausweitet und Formate auf Social Media erprobt. Christian Kuchler hinterfragt anhand des Instagram-Projektes *ichbinsophiescholl* Lob und Kritik an diesem Wandel und beleuchtet unter anderem die Frage, wie viel Fiktionalität Geschichtsvermittlung guttut.

Am Schluss unseres Buches steht der Vorschlag von *Benjamin Hasselhorn*, *Christian Onnen* und *Katja I. C. Ruete*, über Kriterien für gute Wissenschaftskommunikation nachzudenken. Als ein Resümee der Beiträge dieses Buches und der Diskussionen auf der dem Buch zugrundeliegenden Tagung stellen sie fünf Regeln guter Geschichtswissenschaftskommunikation zur Diskussion.

Literaturverzeichnis

- Haidt, Jonathan: Why the Past 10 Years of American Life Have Been Uniquely Stupid, in: The Atlantic, 11. 04. 2022, URL: <https://www.theatlantic.com/magazine/archive/2022/05/social-media-democracy-trust-babel/629369/> (letzter Zugriff: 17. 08. 2023).
- Haidt, Jonathan: Yes, Social Media Really is Undermining Democracy, Despite What Meta Has to Say, in: The Atlantic, 28. 07. 2022, URL: <https://www.theatlantic.com/ideas/archive/2022/07/social-media-harm-facebook-meta-response/670975/> (letzter Zugriff: 17. 08. 2023).
- Haidt, Jonathan: The Anxious Generation. How the Great Rewiring of Childhood Is Causing an Epidemic of Mental Illness, London 2024.
- Haidt, Jonathan / Bail, Chris: Social media and political dysfunction: A collaborative review, unpubliziertes Manuskript, New York University, URL: https://docs.google.com/document/d/1vVAtMCQnz8WVxtSNQev_e1cGmY9rnY96ecYuAj6C548/edit (letzter Zugriff: 17. 08. 2023).
- Haidt, Jonathan / Lukianoff, Greg: The Coddling of the American Mind. How Good Intentions and Bad Ideas Are Setting Up a Generation for Failure, London 2018.
- Haidt, Jonathan / Rausch, Zach / Twenge, Jean: Social media and mental health: A collaborative review, unpubliziertes Manuskript, New York University, URL: <https://docs.google.com/document/d/1w-HOfseF2wF9YIpXwUUtP65-olnkPyWcgF5BiAtBEyo/edit> (letzter Zugriff: 17. 08. 2023).
- Haidt, Jonathan / Twenge, Jean: Adolescent mood disorders since 2010: A collaborative re-view, unpubliziertes Manuskript, New York University, URL: https://docs.google.com/document/d/1diMvsMeRphUH7E6D1d_J7R6WbDdgnzFHDHPx9HXzR5o/edit# (letzter Zugriff: 17. 08. 2023).
- Kaiser, Brittany: Die Datendiktatur. Wie Wahlen manipuliert werden, Hamburg 2020.
- N. N.: Deutscher Grün-Chef: Twitter-Aus nach Fehlritten, in: Kronen-Zeitung, 07. 01. 2019, URL: <https://www.krone.at/1838557> (letzter Zugriff: 17. 08. 2023).
- N. N.: Robert Habeck verlässt Twitter und Facebook, in: Frankfurter Allgemeine Zeitung, 07. 01. 2019, URL: <https://www.faz.net/aktuell/politik/inland/gruenen-chef-robert-habeck-verlaesst-twitter-und-facebook-15976385.html> (letzter Zugriff: 17. 08. 2023).
- Pelka, Cedric: TikTok-App auf EU-Diensthandys verboten, 23. 02. 2023, URL: <https://www.zdf.de/nachrichten/politik/tiktok-diensthandy-eu-kommission-verbott-100.html> (letzter Zugriff: 17. 08. 2023).
- Steinwehr, Uta: Welche Länder verbieten Tiktok und warum?, 19. 05. 2023, URL: <https://www.dw.com/de/welche-l%C3%A4nder-verbieten-tiktok-und-warum/a-65681872> (letzter Zugriff: 17. 08. 2023).

