

Visuelle Polarisierung in sozialen Medien

Aspekte von Polarität in russischer Online-Propaganda 2014–2017

Tom Kaden

Beitrag zur Veranstaltung »Polarisierende Bilder« der Sektionen Wissenssoziologie und Methoden der qualitativen Sozialforschung

Einleitung



Abb. 1: Like for Jesus Team, Ignore for Satan Team. Quelle: DiResta et al. 2018, S. 12

Abb. 1 strahlt Polarität auf mehreren Ebenen aus. Formal ist das quadratische Bild hälftig quer in zwei gleich große Teile geteilt, die inhaltlich stark kontrastierend ausgestaltet sind. Zwischen Donald Trump und Mike Pence auf der oberen und Hillary Clinton und Tim Kaine auf der unteren Seite, die als *Jesus Team* bzw. *Satan Team* tituliert werden, bestehen visuell große Unterschiede. Während Trump und Pence unverfremdet lächelnd vor wolkg-himmlisch-hellem Hintergrund und mit zivilreligiösen

Symbolen des US-amerikanischen politischen Systems (Weißes Haus, Landesfarben, Sterne der Flagge) dargestellt werden, erscheinen Tim Kaines Gesichtszüge ins Fratzenhafte verfremdet, der Hintergrund ist schwarz, hinzugefügte Symbole des Teufels (Pentagramm, Hörner) sowie das Feuer und die rot-schwarze Schriftfarbe insinuieren die Hölle bzw. Satan. Die beiden Textzeilen transportieren zugleich eine Aufforderung, die das Bild im Kontext der Social-Media-Kommunikation situiert und eine alternativlose Handlungs dualität setzt: entweder liken oder ignorieren. Diese apodiktische Reduktion geht einher mit einer ebenso eindeutigen inhaltlichen Positionierung des Sprechers. Man gerät nicht in Versuchung, das Bild für Wahlwerbung zugunsten Clintons zu halten.

Das Bild ist dem Bericht eines Forschungsteams entnommen, das im Auftrag des US-Senats die verdeckte russische Einflussnahmeoperation auf den US-Wahlkampf 2016 untersuchte. Die in diesem Bericht getroffenen Analysen und Einschätzungen decken sich mit dem, was vonseiten der betroffenen Social-Media-Firmen, westlichen Geheimdiensten und WissenschaftlerInnen über diese Operation gesagt wurde: Seit 2014 operierte eine in St. Petersburg ansässige Firma namens *Agentstvo internet-issledovaniy*, englisch *Internet Research Agency* oder IRA auf verschiedenen westlichen Social-Media-Plattformen und postete dort täglich Tausende Beiträge, die zum Teil, wie in dem genannten Beispiel, direkt gegen Clinton und für Trump warben, teils aber auch andere gesellschaftspolitische Themen adressierten. Facebook zufolge kamen im Vorlauf der US-Wahl über 120 Millionen AmerikanerInnen mindestens einmal mit von der IRA geposteten Material in Kontakt. Finanziert wurde die IRA von Jewgeni Prigoshin, einem Unternehmer und Vertrauten Wladimir Putins, der auch als Finanzier der Söldnergruppe Wagner bekannt ist. Mehrere ehemalige MitarbeiterInnen der IRA haben sich zu den Abläufen innerhalb der in den Medien sogenannten „Troll-Fabrik“ geäußert (bspw. Savchuk 2017). Unter anderem wurde bei der Rekrutierung von Personal für die Kuratierung von Facebook- und Instagram-Kanälen Wert auf politische und kulturelle Kenntnisse über die USA sowie englische Sprachkenntnisse gelegt. Die Wirkung der Arbeit in Form von Likes und Shares wurde regelmäßig überprüft.

Die AutorInnen des erwähnten Forschungsberichts beschreiben den Zweck der russischen Einflussnahmeoperation wie folgt: „A sweeping and sustained social influence operation consisting of various coordinated disinformation tactics aimed directly at US citizens, designed to exert political influence and exacerbate social divisions in US culture.“ (DiResta et al. 2018, S. 4) Auch andere an der Analyse und Deutung des Geschehens beteiligte Akteure sind sich einig, dass Polarisierung ein zentrales Ziel der Operation war. So konstatiert das Büro des Director of National Intelligence, dass es das Ziel der IRA war, „to undermine public faith in the US democratic process, denigrate Secretary Clinton, and harm her electability and potential presidency.“ (Office of the Director of National Intelligence 2017, S. ii) Und Robert Mueller, der vom US-Justizministerium eingesetzte Sonderermittler fasst das Ziel der IRA in seinem Abschlussbericht so zusammen: „The IRA conducted social media operations targeted at large U.S. audiences with the goal of sowing discord in the U.S. political system.“ (Mueller 2019, S. 14)

Polarisierung, und zwar die politische Polarisierung der Adressatenschaft, steht also in den Deutungen derer, die privilegierten Zugang zu den Daten haben, an zentraler Stelle. Die vorhandenen Analysen des Materials, die das Was und Womit der Operation beschreiben, gehen aber bisher nicht ins Detail, wenn es um das Wie geht. Ziel dieses Texts ist es, eine Möglichkeit zu präsentieren, eine Antwort auf die Frage des Wie der Polarisierung zu finden.

Zur Datenlage

Dabei muss zunächst konstatiert werden, dass die Beobachterposition einer interessierten SozialwissenschaftlerIn ohne Anbindung an relevante geheimdienstliche, politische oder wirtschaftliche Akteure

keineswegs als privilegiert zu bezeichnen ist. Facebook, das dem US-Senat die Daten bereitstellte, übermittelte beispielsweise insgesamt 116.000 Beiträge von 133 Instagram-Kanälen und über 60.000 Facebook-Posts. Diese Daten sind aber bis auf wenige Beispiele in Kongress- und Geheimdienstberichten nicht öffentlich zugänglich. Auch haben die Social-Media-Plattformen mit Ausnahme von Twitter alle Daten entfernt. Die Namen der von der IRA betriebenen Gruppen und Profile sind bekannt. Neben Twitter sind diese Plattformen mit Abstand am stärksten von der IRA bespielt worden. Facebook und Instagram haben jedoch alle Gruppen und deren Inhalte unzugänglich gemacht bzw. gelöscht. Überlebt haben Posts dieser Kanäle jedoch in den Profilen bzw. Timelines anderer User, wenn diese sie geteilt haben.

Da die Channel-Tags oder Wasserzeichen der Kanäle bekannt und auf den Daten sichtbar sind – in Abb. 1 etwa das des Kanals *Army of Jesus*, ist es möglich gewesen, die verstreuten Überreste der Kanalaktivitäten zusammenzusuchen und auszuwerten. Insgesamt wurden über verschiedene Wege knapp 5.000 Bilddateien, viele davon mit den dazugehörigen Hashtags und in manchen Fällen auch mit dazugehöriger Like-Zahl und Metadaten gesammelt, zugeordnet, codiert und ausgewertet.

Die Datenlage hat wichtige Konsequenzen für die quantitative und qualitative Analyse. Denn nicht nur sind die Daten lediglich ein kleiner Ausschnitt der bekannten Gesamtmenge von weit über 100.000 Posts. Das Verhältnis der überlieferten Daten sowohl zum Gesamtoutput der einzelnen Kanäle als auch zu ihrer Prominenz ist höchst variabel. So beinhaltet die Datenbank, die der hier präsentierten Forschung zugrunde liegt, vom nach Interaktionszahl wichtigsten Kanal *Stop A.I.* (Stop All Invaders), einem an ein konservatives Publikum gerichteten Kanal, 84 Daten, vom an ein afroamerikanisches Publikum gerichteten Kanal *Blacktivist*, dem mit über 11 Millionen nachgewiesenen Interaktionen drittgrößten Facebook-Kanal, 172 Daten. Von *Born Liberal*, einem an ein linkes Publikum gerichteten Kanal mit lediglich 212.000 Interaktionen, 119. Die grobe Unterteilung der Kanäle in rechte, linke und afroamerikanische Publika entstammt der bisherigen Forschung und wird zur allgemeinen Orientierung übernommen. Schließlich ist es auch schwer zu sagen, was für einen Ausschnitt jeweils vorliegt. Sicher spielen bei der Auswahl des Materials die Charakteristika der Daten selbst eine Rolle, aber ebenso die Wahrnehmungs- und Interaktionsgewohnheiten der Zielpublika sowie die Strukturen ihrer Online-Communities.

Formale Bestimmung von Polarität

Der hier gewählte Zugang nähert sich dem Thema polarisierender Bilder von der formalen Ebene her an und nimmt dabei Charakteristika sowohl des gesamten Datenkorpus als auch von Einzeldaten und die Beziehung beider in den Blick. Der formale Indikator für Polarität in den Daten ist eine hälftige oder duale Unterteilung des Bildraums. Auf Abb. 1 trifft dies zu.

Zugleich ist klar, dass diese rein formale Bestimmung zugleich zu eng und zu weit ist, wenn es um die Frage geht, wie politische Polarisierung im Zuge einer Einflussnahmeoperation in sozialen Medien funktionieren kann. Zu weit ist sie, weil es in dem Datenkorpus viele Fälle gibt, in denen zwar formale Dualität im hier verwendeten Sinn vorliegt, aber nicht mit dem dargestellten Inhalt korrespondiert. Bei einigen Bildern steht die duale Bildaufteilung im Zusammenhang mit einem (nicht polaren) Vergleich (s. Abb. 2) oder mit Iteration (bspw. zwei Schnappschüsse derselben Szene) oder erscheint als Funktion einer Ergänzung. Es gibt Hinweise, dass diese Art der formal dualen aber inhaltlich nicht polarisierenden Bildaufteilung gerade in Kanälen verhältnismäßig häufig ist, die sich an ein afroamerikanisches Publikum richten. Zugleich ist der rein formale Zugang zu eng, da politisch polarisierende Botschaften auch

in solchen Beiträgen zu finden sind, die planimetrisch keine hälftige Bildaufteilung aufweisen. Insofern ist das hier Dargestellte lediglich als ein erster Zugang zum Phänomen der Polarisierung zu verstehen.

Father recreates his college graduation photo with his daughter to celebrate his newly acquired Master's Degree

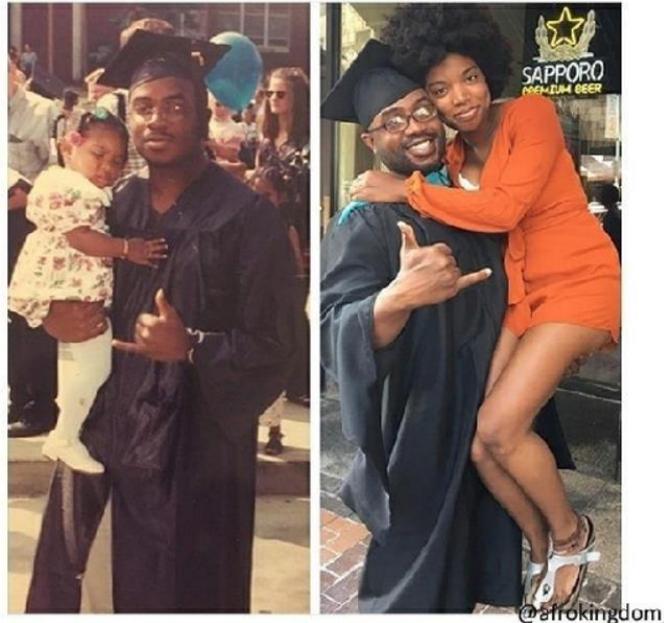


Abb. 2: Father celebrates his college graduation [...]. Quelle: https://miro.medium.com/max/4800/1*7JS_ja65t-7nh_l19mLG9A.jpeg. Letzter Zugriff: 09.11.2022

Für den hier gewählten Ausschnitt gilt jedenfalls, dass mit der formalen Dualität eine inhaltliche Polarität korrespondieren muss, wobei sowohl textliche als auch visuelle Inhalte in Betracht gezogen werden müssen. In Abb. 1 ist beides gegeben. Ausgehend von der theologischen Opposition Jesu und Satans erscheinen die Farben rot bzw. schwarz und weiß als durch diese Opposition informierte Gegensätze. Schließlich wird durch die identische Verwendung des Wortes *Team* eine Verknüpfung der politischen Personen mit jeweils einer Seite dieser Polarität hergestellt, als deren Exponenten sie erscheinen.

Der gesamte Datensatz wurde auf Fälle dieser Kombination von formaler Dualität und inhaltlicher Polarität untersucht. In der folgenden Tabelle sind die Kanäle nach dem prozentualen Vorkommen solcher Daten sortiert.

Tab. 1: Prozentsatz formal und inhaltlich polarisierender Daten je Kanal. Farbkodierung: blau: konservatives Zielpublikum, orange: afroamerikanisches Zielpublikum, grün: liberales/linkes Zielpublikum

Kanalname	Daten gesamt	Daten formal/ inhaltlich polar	Prozent
Stand for Freedom	30	11	36,67%
Watch the Police	28	3	10,71%
Tea Party News	87	8	9,20%
Secured Borders	93	8	8,60%
Stop AI	95	8	8,42%
Woke Blacks	49	4	8,16%
American Made	105	8	7,62%
Anonymous News	125	9	7,20%

Nefertiti Community	42	3	7,14%
Defend the Second	224	15	6,70%
Merican Fury	61	4	6,56%
United Muslims of America	255	16	6,27%
Born Liberal	119	7	5,88%
South United	78	4	5,13%
Pan-African Roots Move	99	5	5,05%
Brown Power	42	2	4,76%
Native Americans United	46	2	4,35%
Black 4 Black	137	5	3,65%
Stay 4 Police	60	2	3,33%
Heart of Texas	31	1	3,23%
Veterans US	104	3	2,88%
Veterans Come First	462	12	2,60%
Black Matters	339	8	2,36%
Being Patriotic	134	3	2,24%
Feminism Tag	261	4	1,53%
Williams & Kalvin	70	1	1,43%
Back the Badge	215	3	1,40%
Blacktivist	172	2	1,16%
Afro Kingdom	323	3	0,93%
Sincerely Black	233	2	0,86%
LGBT United	209	0	0,00%
Missouri News	14	0	0,00%
Muslim Voice	44	0	0,00%
Pro Blackfist	19	0	0,00%
Rainbow Nation US	39	0	0,00%

Es ist eine Tendenz erkennbar, dass sich in Kanälen, die sich an ein konservatives Publikum richten, häufiger die Kombination aus formaler Dualität und inhaltlicher Polarisierung auftritt als in an ein liberales bzw. afroamerikanisches Publikum gerichteten Kanälen.

Datenanalyse

Im Folgenden werden einige Beispiele diskutiert, die den Kanälen *Stand for Freedom* (konservativ), *Sincerely Black* (afroamerikanisch) und *Born Liberal* (liberal) entstammen. Diese Diskussion ist als Annäherung zu verstehen, im Zuge derer verschiedene Aspekte, die am Material signifikant erscheinen, beleuchtet werden.

Das erste Beispiel (Abb. 3) vom Instagram-Kanal *Stand for Freedom* zeigt Portraitaufnahmen zweier Frauen, die jeweils mit *Before Feminism* bzw. *After Feminism* überschrieben sind. Jeweils sechs Stichpunkte unterhalb jedes Bilds kontrastieren Verhalten und Einstellungen beider Frauen.

Das Datum spricht dabei apodiktisch und polemisch, sodass keine Gefahr besteht, es versehentlich für ein Plädoyer für Feminismus zu halten. Die Attribute der Frau links: Fröhlichkeit, Normalität, Moralität, partnerschaftliche Treue, Familienorientierung werden jenen der Frau rechts gegenübergestellt. Sie sei als Feministin wütend, eine Schlampe, hasserfüllt und der Familiengründung abgeneigt.



Repost from
 @stand_for_freedom_ Some
 more disadvantages of going
 left wing apart from losing
 common sense.

Abb. 3: Before Feminism/After Feminism. Quelle: https://miro.medium.com/max/626/1*dEMZr-put 37UZVI7uFGyTw.png. Letzter Zugriff: 09.11.2022

Vor dem Hintergrund dieser eindeutigen wertenden textlichen Gegenüberstellung erscheinen auch die visuellen Unterschiede als gegensätzlich gemeint. Die Unterschiede in der Kleidung – hochgeschlossen versus dekolletiert –, in der Mimik, in der Frisur und dem Make-up können als Hinweise auf die Unterschiede im Verhalten und in der Moral, die auf textlicher Ebene konstatiert werden, gelesen werden. Schließlich ist in diesem Datum auch ein kleiner Ausschnitt des kommunikativen Kontexts sichtbar, in den es eingebettet ist. Der Beitrag ist – wie so gut wie alle Daten des Korpus – ein Repost eines unbekannteren anderen Users. Der Kommentar zum Bild, der Teil des Instagram-Beitrags ist, stellt fest, dass links zu sein gleichbedeutend mit dem Verlust des gesunden Menschenverstandes sei. Die negativen Attribute der feministischen Frau werden implizit als Folgen einer linken Orientierung klassifiziert und der Liste der Nachteile hinzugefügt, die es mit sich bringt, links zu sein. In dem Textkommentar wird also der polare Gegensatz feministisch/nicht feministisch eingebettet in den allgemeineren politischen Konflikt links/rechts oder liberal/konservativ.

Das zweite Beispiel (Abb. 4) entstammt dem Kanal *Sincerely Black* und zeigt eine dunkelhäutige Person mit krausem Haar, die von einer hellhäutigen Hand aufhellendes Make-up aufgetragen bekommt und der mit einem Glätteisen die Haare geglättet werden. Der Winkel, in dem das Glätteisen sich zum Körper der Person befindet, legt nahe, dass auch es von einer fremden Hand gehalten wird. Der Gesichtsausdruck drückt Unmut oder unterdrückte Wut aus. Daneben ist eine hellhäutige Person zu sehen, die sich selbst die Haut mit Make-up verdunkelt und ihre Haare mit einem Lockenstab bearbeitet.



Abb. 4: This speaks volumes. Quelle: https://miro.medium.com/max/640/1*AcJXTB5zH2IV-fNtmiOlow.png. Letzter Zugriff: 09.11.2022

Die verwendeten Hashtags und der Channel Tag, der den Umriss der Vereinigten Staaten enthält, stiften als Kontext die ethnischen Beziehungen in den USA, was eine Identifikation der Figuren als afroamerikanische Frau und weiße Amerikanerin nahelegt. Ohne das Datum hier befriedigend ausdeuten zu können, lässt sich sagen, dass hier ein komplexes Argument vorliegt, in dem Fremdbestimmung durch eine weiße Mehrheitsgesellschaft, ästhetische Hochwertigkeit afroamerikanischer Ästhetik und – vor allem vermittelt durch die Hashtags – die politische Dimension afroamerikanischer Kultur eine Rolle spielen. Es fällt auf, dass der Channel Tag nicht auf den Kanal *Sincerely Black* verweist, sondern auf BM oder *Black Matters*, dessen Beitrag *Sincerely Black* repostete. *Black Matters* ist selbst einer der von der IRA kuratierten Kanäle und in dem Datensatz lässt sich eine Vielzahl solch wechselseitiger Referenzen aufeinander feststellen. Nachdem *Sincerely Black* den Beitrag geteilt hatte, griff eine Userin namens simpleeshanna ihn auf und repostete ihn ihrerseits, wobei die vorige Repost-Nachricht von *Sincerely Black* erhalten blieb. Das Datum hat also eine vage diachrone Dimension, vage deswegen, weil die genauen Zeitpunkte bis auf den des allerletzten Reposts unbekannt sind.

Das letzte Beispiel (Abb. 5) entstammt dem an ein linkes Publikum gerichteten Kanal *Born Liberal*. Zu sehen sind farblich als weiblich und männlich codierte Toilettenfiguren mit einer gemischtfarblichen Position in der Mitte. Der Text gibt Aufschluss, dass diese Figur eine Trans-Person repräsentiert. Ihre Haltung signalisiert, dass sie keine Toilette benutzen kann, und der Text gibt eine einem Du oder Ihr zugeschriebene Haltung wieder, dass Trans-Personen nicht die von ihnen gewünschte Toilette benutzen dürfen.



Abb. 5: If you don't like trans people [...]. Quelle: https://miro.medium.com/max/4800/1*Cl7IEYJbj-ftZD7xDUCp5Q.png. Letzter Zugriff: 09.11.2022

Damit wird auf in den letzten Jahren in einigen Bundesstaaten, Kreisen und Städten ausgetragene Konflikte hingewiesen, in denen es um das Verhältnis von Toilettenbenutzung und angeborenem biologischen Geschlecht ging. Der untere Textteil kontextualisiert die Debatte wiederum in einem größeren dualen politischen Rahmen von konservativ und liberal und gibt zugleich Aufschluss über die Identität des angesprochenen *You*. Die dort geäußerten Vorwürfe der Blindheit gegenüber den genannten sozialen Problemen sind Teil eines Standardrepertoires an Vorwürfen linker bzw. liberaler KritikerInnen an konservative bzw. rechte WählerInnen und die republikanische Partei. Es fällt auf, dass hier planimetrisch keine scharfe Zweiteilung des Bildraums stattfindet. Das Datum wurde dennoch aufgenommen, um zu veranschaulichen, dass diese Form der visuellen Polarisierung als Teil des kommunikativen Anschlusses im digitalen Raum hinzugefügt werden kann. Überlebt hat der Beitrag von *Born Liberal* nämlich auf dem Instagram-Kanal eines konservativen Kommentators mit dem Namen Credible Hulk, der es auf folgende Weise appropriierte (Abb. 6). Credible Hulk bedient sich für seinen Kommentar eines Internet-Mems im engen Sinn der sozialwissenschaftlichen Definition (Shifman 2014), genauer gesagt, eines Exploitable, d.h. eines Grundmusters, das in hunderten verschiedenen Varianten verändert, *exploited*, wird, um verschiedene Argumente zu machen (vgl. <https://knowyourmeme.com/memes/thats-where-youre-wrong-kiddo>; letzter Zugriff: 09.11.2022).



Abb. 6: If you don't like trans people [...]. Quelle: https://miro.medium.com/max/4800/1*CI7IEYJbj-ftZD7xDUCp5Q.png. Letzter Zugriff: 09.11.2022

In Credible Hulks Fall repräsentiert die Mem-Figur den Kanal *Born Liberal*, was dadurch angezeigt wird, dass ihr Kopf durch den Channel Tag ersetzt wird. Das Mem präsentiert auf textlicher Ebene ein aus konservativer Sicht zustimmungsfähiges Argument, dass biologische Männer, wenn sie sich nur als Frauen fühlen, mit weiblichen zwölfjährigen Kindern private Bereiche, d.h. die Toilette, benutzen könnten. Dies sei zu verhindern. In der satirischen Darstellung Credible Hulks stimmt *Born Liberal* dieser Möglichkeit jedoch zu, wodurch aus konservativer Sicht die liberale politische Position desavouiert wird.

Fazit

Das Einigende all dieser Beispiele ist das *tertium non datur*. Es gibt nur Feministinnen und Nichtfeministinnen, mit allem, was in moralischer Hinsicht dazu gehört. Es gibt Schwarz und Weiß mit konkreten ästhetischen Attributen und einer fixen Beziehung. Es gibt nur die korrekte Ansicht, dass zwei Geschlechter existieren und Unfug, der anderes behauptet. Das zentrale Moment der Polarisierung liegt also nur zum Teil in den jeweils gemachten tagespolitischen Argumenten über Toiletten, Frisuren und Frauenrechte. Zum Teil, und dieser mag mit Blick auf die gestellte Frage nach dem Potential zur Polarisierung durch Operationen wie die russische der wichtigere sein, liegt das zentrale Moment im impliziten Ausschluss dritter Positionen. Ähnlich wie beim Fundamentalismus wird die Welt in Gut und Schlecht eingeteilt und die Grauzone ausgelöscht, um eine Formulierung des Islamischen Staates zu gebrauchen. Zudem findet eine eindeutige parteipolitische Allokation jeder der dualistisch begriffenen Positionen statt. In der Welt der Social-Media-Posts, wie sie in dem Datensatz begegnet, ist kein Platz für liberale KritikerInnen des Feminismus, republikanische BefürworterInnen einer trans-freundlichen Gesetzgebung oder irenische Haltungen gegenüber den Beziehungen zwischen Menschen verschiedener Hautfarbe, wie sie etwa von Barack Obama vertreten wurden.

Mit Blick auf den gesamten Datensatz fällt jedoch auf, dass die Beispiele starker formaler und inhaltlicher Polarisierung, wie sie hier in den Blick genommen wurden, nur einen kleinen Teil ausmachen. Auch sind bei weitem nicht alle Daten direkt politischer Natur oder gar werbend für konkrete KandidatInnen; das eingangs diskutierte Beispiel ist durchaus die Ausnahme. Dennoch sind gerade die

identitätspolitischen Beiträge wie das des Kanals *Sincerely Black* politisch relevant bzw. politisierbar, wie die Einbettungen in das duale Schema liberal-konservativ gezeigt haben. In den bisherigen Analysen der Aktivitäten der IRA wird hervorgehoben, dass gerade die Veröffentlichung nur weniger dezidiert politischer Botschaften als Teil eines viel größeren Pools an vermeintlich unpolitischem Output die Chance auf Akzeptanz und Wirkung dieser Botschaften steigern kann (Senate Select Committee on Intelligence 2020, S. 32). Wie dieser Prozess der Politisierung aus dem vorhandenen Material rekonstruiert werden kann, wurde an einem Beispiel aus dem hier verwendeten Datensatz erläutert in einem Sammelbandbeitrag, der 2021 erschienen ist (Kaden 2021).

Literatur

- Clapper, James. 2017. *Assessing Russian Activities and Intentions in Recent US Elections*. Intelligence Community Assessment: Office of the Director of National Intelligence.
- DiResta, Renee, Kris Shaffer, Becky Ruppel, David Sullivan, Robert Matney und Ryan Fox. 2018. *The Tactics & Tropes of the Internet Research Agency*. Austin: New Knowledge.
- Kaden, Tom. 2021. Autoritative Macht und politische Einflussnahme. In *Macht und Herrschaft*, Hrsg. Peter Gostmann und Peter-Ulrich Merz-Benz, 107–131. Wiesbaden: Springer Fachmedien Wiesbaden.
- Mueller, Robert. 2019. *Report On The Investigation Into Russian Interference In The 2016 Presidential Election. Volume I of II*. Washington, D.C.: United States Department of Justice.
- Savchuk, Lyudmila. 2017. My life as a troll. Lyudmila Savchuk's story. <https://www.diis.dk/en/my-life-as-a-troll-lyudmila-savchuk-s-story> (Letzter Zugriff: 09.11.2022).
- Senate Select Committee on Intelligence. 2020. *Report of the Select Committee on Intelligence United States Senate on Russian Active Measures Campaigns and Interference in the 2016 U.S. Election. Volume 2: Russia's Use of Social Media with Additional Views*. Washington D.C.: United States Senate.
- Shifman, Limor. 2014. *Memes in digital culture*. Cambridge Massachusetts: The MIT Press.