

Repositório ISCTE-IUL

Deposited in *Repositório ISCTE-IUL*:

2022-02-17

Deposited version:

Accepted Version

Peer-review status of attached file:

Peer-reviewed

Citation for published item:

Goritz, A., Jörgens, H. & Kolleck, N. (2021). Internationale verhandlungen via Twitter? Möglichkeiten und herausforderungen der analyse von Twitter-Daten in den internationalen beziehungen. Zeitschrift für Internationale Beziehungen. 28 (2), 139-151

Further information on publisher's website:

10.5771/0946-7165-2021-2-139

Publisher's copyright statement:

This is the peer reviewed version of the following article: Goritz, A., Jörgens, H. & Kolleck, N. (2021). Internationale verhandlungen via Twitter? Möglichkeiten und herausforderungen der analyse von Twitter-Daten in den internationalen beziehungen. Zeitschrift für Internationale Beziehungen. 28 (2), 139-151, which has been published in final form at <https://dx.doi.org/10.5771/0946-7165-2021-2-139>. This article may be used for non-commercial purposes in accordance with the Publisher's Terms and Conditions for self-archiving.

Use policy

Creative Commons CC BY 4.0

The full-text may be used and/or reproduced, and given to third parties in any format or medium, without prior permission or charge, for personal research or study, educational, or not-for-profit purposes provided that:

- a full bibliographic reference is made to the original source
- a link is made to the metadata record in the Repository
- the full-text is not changed in any way

The full-text must not be sold in any format or medium without the formal permission of the copyright holders.

Internationale Verhandlungen via Twitter?

Möglichkeiten und Herausforderungen der Analyse von Twitter-Daten in den Internationalen Beziehungen

*Twitter hat sich für viele Disziplinen zu einem wichtigen Untersuchungsgegenstand und einer interessanten Datenquelle entwickelt. Jedoch wird die Kommunikationsplattform von Forscher*innen der transnationalen und Internationalen Beziehungen (IB) bislang wenig untersucht. Unter den verschiedenen sozialen Medien wird Twitter am intensivsten von politischen Akteur*innen genutzt. Dies liegt vor allem an der Zugänglichkeit, Öffentlichkeit und Schnellebigkeit der Plattform. Twitter schafft so einen digitalen öffentlichen Diskursraum, in dem verschiedene Akteur*innen länderübergreifend und ohne Zeitverzögerung direkt miteinander interagieren können. In diesem Beitrag möchten wir aufzeigen, wie Twitter von Akteur*innen im Bereich der internationalen Politik genutzt werden kann, mit besonderem Fokus auf internationalen Verhandlungen. Abschließend erörtern wir die Möglichkeiten und Herausforderungen, die sich für Forscher*innen der IB bei der Nutzung von Twitter-Daten ergeben können.*

1. Einleitung¹

Obwohl Kommunikationsplattformen wie Facebook und Instagram weitaus mehr Nutzer*innen haben als Twitter, ist Twitter aufgrund seiner digitalen Architektur besonders interessant für den politischen Diskurs (Bossetta 2018). Als Microblog bietet Twitter seinen Nutzer*innen die Möglichkeit, kurze Nachrichten öffentlich zu teilen und dabei auch andere Nutzer*innen direkt anzusprechen, ohne dass diese es zulassen müssen. Dies schafft einen digitalen Diskursraum, der in Echtzeit verfolgbar und frei zugänglich ist (Chen et al. 2017; Pond/Lewis 2019; Goritz et al. 2020). So hat sich die Plattform seit ihrer Gründung im Jahr

¹ Wir danken Andrea Schneiker und allen anderen Autor*innen des Forums sowie den zwei anonymen Gutachter*innen herzlich für die konstruktiven Kommentare. Zudem möchten wir uns bei Susanne Helm für ihre wichtige Unterstützung im Rahmen des Projekts bedanken. Dieser Beitrag basiert auf der Forschung der DFG-Forschungsgruppe FOR 1745 "Internationale Verwaltung" (KO 4997/1-1, JO 1142/1-1, KO 4997/4-1 und JO 1142/2-1).

2006 zu einem wichtigen politischen Medium entwickelt, an dem sich eine große Anzahl von Politiker*innen und öffentlichen sowie privaten Organisationen beteiligen (Burson Cohn/Wolfe 2018).

Die Attraktivität von Twitter für verschiedene politische Akteur*innen liegt vor allem in der Möglichkeit, direkten Einfluss auf den aktuellen Diskurs zu nehmen, unabhängig von Vermittler*innen wie es bei den klassischen Medien der Fall ist. Für Bürger*innen eröffnet Twitter die Möglichkeit, politische Ereignisse live zu verfolgen und zu kommentieren sowie in den Austausch mit politischen Akteur*innen zu treten. Die Bedeutung von Kommunikationsplattformen insbesondere von Twitter wird für nationale und lokale Wahlen bereits umfangreich erforscht (Jungherr 2016; Tumasjan et al. 2011). Die Frage, welche Rolle die Kommunikationsplattform auf der internationalen Ebene, z.B. während internationaler Verhandlungen, spielt und welche Möglichkeiten die Daten für Forscher*innen der Internationalen Beziehungen (IB) eröffnen, hat hingegen erst in den letzten Jahren zunehmend an Bedeutung gewonnen (Duncombe 2017; Jörgens et al. 2016; Kolleck et al. 2017; Schuster et al. 2019; Goritz et al. 2020).

Dieser Beitrag möchte sowohl den Nutzen von Twitter als Plattform für die internationale Politik als auch die Erkenntnisse, die durch die Analyse von Twitter-Daten gewonnen werden können, beleuchten. Dabei werden wir die Möglichkeiten und Herausforderungen, die Twitter-Daten für die Analyse von internationalen Verhandlungen bieten, mit einem methodischen Schwerpunkt auf der sozialen Netzwerkanalyse (SNA) herausarbeiten. Der explizite Fokus auf Twitter als Kommunikationsplattform erlaubt uns auf die Wirkweise und Möglichkeiten dieser Daten detaillierter einzugehen. Andere Plattformen wie Facebook oder Instagram unterscheiden sich in Bezug auf die Nutzer*innen, Strukturen und den Datenzugang. Die Bedeutung von Twitter in den IB sowie die Möglichkeiten zur Analyse von Twitter-Daten werden anhand empirischer Forschungen zum Einfluss unterschiedlicher Akteur*innen in den internationalen Klimaverhandlungen veranschaulicht.

2. Twitter als digitales Diskursnetzwerk

Weltweit gab es im Jahr 2020 knapp 315 Millionen Twitter-Nutzer*innen (Briggs 2020). Erste Statistiken für das Jahr 2020 gehen davon aus, dass die Anzahl im Vergleich zum Vorjahr deutlich gestiegen ist und auch in den nächsten Jahren weiterhin wachsen wird (Briggs 2020). Auf den ersten Blick scheinen die Zahlen, verglichen mit denen von anderen Plattformen wie Facebook oder Instagram relativ klein.² Jedoch ist Twitter für den politischen Diskurs und die internationale Diplomatie eine zentrale Plattform geworden (Duncombe 2017, 2018). Fast alle Staats- und Regierungsführer*innen sind auf Twitter vertreten, sowie viele internationale und nichtstaatliche Organisationen, wie *Non-governmental organizations* (NGOs), aber auch Unternehmen (Burson Cohn/Wolfe 2018).

Auch private Akteur*innen und einzelne Bürger*innen können sich direkt in den Diskurs einbringen und mit politischen Akteur*innen interagieren. Dies hat eine vorher noch nie dagewesene Beziehung und Nähe erschaffen, die zu einer Vergesellschaftung internationaler Politik führt (Brand 2012: 281). Für politische Akteur*innen stellt die Möglichkeit, Kontrolle über öffentliche Diskurse zu erlangen und diese sogar aktiv gestalten zu können eine besondere Anziehungskraft der Plattform dar. Der Streit um die diskursive Vorherrschaft basiert auf intentionalem Handeln sowie auf diskursiven Machteffekten (Brand 2012: 265). Mit Bezug auf Twitter lässt sich daraus ableiten, dass sich Akteur*innen aktiv an den online Diskursen beteiligen können, um diese zu gestalten. Strukturelle Faktoren, wie die Anzahl der Follower*innen etc., tragen zu einer diskursiven Vorherrschaft bei. Allerdings handelt es sich immer nur um Versuche, die Diskurse zu lenken. Dadurch, dass die Inhalte von anderen Akteur*innen geteilt und bewertet werden können, wird eine strategische Nutzung der Plattform erschwert.

Die Funktionsweise von Twitter macht die Plattform insbesondere für den politischen Diskurs interessant. Kurznachrichten, die über die Plattform versendet werden, können mit Hilfe von Hashtags an themenspezifische Diskurse gekoppelt werden. So können z.B. Nachrichten, die während der 21. Vertragsstaatenkonferenz der Klimarahmenkonvention (COP21) mit dem Hashtag #COP21 versehen wurden, von Nutzer*innen der Plattform dem Diskurs über die Klimaverhandlungen zugeordnet werden. Diese Diskurs-Identifikationsmöglichkeit ist ein zentraler Bestandteil des Kurznachrichtendienstes. Zusätzlich können Nutzer*innen in Tweets³

² Zum Vergleich: Im Jahr 2020 hatte Facebook 1,9 Milliarden Nutzer*innen (Williamson 2020) und Instagram knapp 1 Milliarden (Enberg 2020).

auch direkt angesprochen werden. Durch die Nutzung von *@-Mentions* werden andere Twitter-Accounts in den Kurz-Nachrichten verlinkt und benachrichtigt.

Aufgrund des Netzwerk-Charakters von Twitter sind Ansätze der SNA für die Analyse von Twitter-Daten besonders vielversprechend und werden von Forscher*innen in zunehmendem Maße genutzt (Steinert-Threlkeld 2018). Netzwerke bestehen zunächst aus Knoten (den individuellen oder kollektiven Akteur*innen) und Kanten (den Beziehungen), welche die Akteur*innen verbinden. Kanten können verschiedene Beziehungen wie Kooperation, Informationsaustausch oder ideologische Nähe darstellen. Die SNA legt den Fokus auf die Beziehungen zwischen Akteur*innen und die Struktur innerhalb des Netzwerkes (Wasserman/Faust 2009). Die Anwendung der SNA in den IB ist vor allem von Bedeutung, wenn Konzepte einen relationalen Charakter haben, so wie viele zentrale Konzepte der IB: Macht, Autorität oder Einfluss. Neben der SNA gibt es viele andere Möglichkeiten, Twitter-Daten zu analysieren, wie zum Beispiel Sentiment-Analysen, Diskurs- und Inhaltsanalysen oder auch *Visual Frame*-Analysen. Jill Hopke und Luis Hestres (2018) nutzen zum Beispiel eine *Visual Frame*-Analyse, um die verschiedenen *framings* der Akteur*innen während der Verhandlungen zum Pariser Klimaschutzabkommen zu untersuchen. Aufgrund der steigenden Popularität der SNA, werden wir in diesem Beitrag diese Ansätze genauer betrachten.

Netzwerke auf Twitter können auf verschiedene Weisen erhoben werden. In diesem Beitrag stehen Kommunikationsnetzwerke im Vordergrund, weshalb die Tweet-Interaktionen zwischen den Akteur*innen im Mittelpunkt stehen (im Gegensatz zu z.B. Follower*innen-Netzwerken). Abbildung 1 zeigt einen Tweet während der Klimaverhandlungen 2015. Der Tweet stammt vom Sekretariat der Klimarahmenkonvention (@UNFCCC) und spricht Laurent Fabius (@LaurentFabius), den Vorsitzenden der Verhandlungen, an. Netzwerkanalytisch betrachtet ist das Sekretariat Sender und Laurent Fabius Empfänger der Nachricht. Das Sekretariat verschafft Laurent Fabius mit diesem Tweet Sichtbarkeit. Die Benennung von Laurent Fabius zeugt zudem von seiner Autorität im Rahmen der Verhandlungen als Vorsitzender der COP21. So können verschiedene sozialwissenschaftliche Konzepte mit Hilfe von Twitter-Daten erfasst werden.

³ Seit 2017 können die Kurznachrichten bis zu 280 Zeichen umfassen. Davor waren Tweets auf 140 Zeichen begrenzt.

Abbildung 1. Tweet von der UNFCCC an Laurent Fabius



Quelle: <https://twitter.com/UNFCCC/status/675630258763259904>; 15.02.2021.

3. Internationale Verhandlungen via Twitter?

Twitter spielt in verschiedenen Bereichen der *digital diplomacy* (Bjola/Holmes 2015) eine Rolle. In diesem Beitrag möchten wir insbesondere die Nutzung der Plattform für den Bereich der multilateralen Verhandlungen diskutieren. Als Fallbeispiel betrachten wir das Politikfeld der internationalen Klimapolitik. Seit dem Scheitern der Kopenhagener Klima-Konferenz im Jahr 2009, fand neben der institutionellen Erneuerung mit dem Pariser Klimaschutzabkommen im Jahr 2015, auch eine performative Wende statt, die von Stefan Aykut et al. (2020) als *incantatory governance* bezeichnet wird. Die Autor*innen argumentieren, dass Narrative, Diskurse und Symbole im Zentrum der aktuellen Klima-*governance* stehen. Dieser Aspekt wurde in der wissenschaftlichen Literatur bisher weitgehend vernachlässigt. Stattdessen stand die institutionelle Erneuerung des Pariser Klimaschutzabkommens mit seiner Kombination aus *top-down* und *bottom-up* Ansatz im Vordergrund. Bei dieser neuen Art der *governance* kommt Kommunikationsplattformen wie Twitter eine bedeutende Rolle zu, da die Vorherrschaft über den Diskurs es erlaubt, ein positives Verhandlungsklima zu schaffen und die Erwartungen der Akteur*innen hinsichtlich eines erfolgreichen Verhandlungsergebnisses zu beeinflussen (Aykut et al. 2020). Auch die Bewertung der Verhandlungsergebnisse und die Festlegung von gemeinsamen langfristigen Zielen sind zentrale Bestandteile der klimapolitischen Diskurse auf Twitter.

Internationale Verhandlungen, wie die der Vertragsstaaten der Klimarahmenkonvention (*United Nations Framework Convention on Climate Change*, UNFCCC) – auch COPs (*Conferences of the Parties*) genannt –, bringen nicht nur Nationalstaaten an den Verhandlungstisch. Bei den jährlichen Verhandlungen⁴ sind diverse Akteur*innengruppen vertreten. Obwohl die Hauptverhandler*innen aus den Regierungen der Vertragsstaaten kommen, nehmen ebenso internationale Organisationen, NGOs, Think Tanks, wissenschaftliche Organisationen sowie Unternehmensverbände an diesen Verhandlungen teil. Viele dieser Akteur*innen sind auch auf Twitter aktiv. Dabei können sie entweder als individuelle oder als kollektive Akteur*innen auftreten.

Twitter bietet während politischen Ereignissen, wie den internationalen Klimaverhandlungen, den Akteur*innen vor allem Sichtbarkeit – beabsichtigt oder unbeabsichtigt –, Reichweite und Vernetzungsmöglichkeiten. Für NGOs ergeben sich nach Nina Hall et al. (2019) insbesondere vier digitale Strategien: *proselytizing* – die zielgerechte Aufbereitung und Verbreitung von Kampagnen; *testing* – die Rückmeldung von den Unterstützer*innen zu z.B. Kampagnen; *conversing* – Unterhaltungen zwischen den NGO-Mitarbeiter*innen und den Unterstützer*innen; sowie *facilitating/brokering* – das *empowering* der Unterstützer*innen zu eigenen Aktionen (siehe Beitrag von Schneiker/Ecker-Ehrhardt in diesem Forum).⁵ Bis auf *testing* können theoretisch alle Strategien auf Twitter stattfinden und auch gemessen werden. So würde beim *proselytizing* zum Beispiel die Information im Vordergrund stehen und keine anderen Nutzer*innen angesprochen werden. Beim *conversing* hingegen würden in den Tweets andere Nutzer*innen verlinkt werden durch ein *@-Mention*, z.B. im Rahmen eines *replies*. Das Amplifizieren von anderen Tweets hingegen durch Retweets könnte als *facilitating/brokering* erfasst werden. Während internationaler Verhandlungen können NGOs vor allem die erste (*proselytizing*) und vierte (*facilitating/brokering*) Strategie einsetzen. Sie können von der Aufmerksamkeit der Öffentlichkeit profitieren, ihre Kampagnen verbreiten und damit die Plattform nutzen, um Informationen zu verbreiten und aufzuklären (Guo/Saxton 2014) sowie weitere Verbündete außerhalb ihrer nationalstaatlichen Grenzen zu finden (Vu et al. 2020). Sie verwenden Twitter aber auch, um Organisationen oder Länderregierungen öffentlich anzuklagen und *naming and shaming* zu betreiben. So wird während der Klimaverhandlungen täglich von dem NGO-Netzwerk *Climate Action Network* (CAN) der *Fossil of the Day*-Award verliehen – ein symbolischer Preis für die Länder, „who are doing the

⁴ Zu den jährlichen Vertragsstaatenkonferenzen (COPs) finden Zwischenverhandlungen statt, an denen auch Nichtregierungsorganisationen teilnehmen.

most to achieve the least", was den Klimawandel betrifft (Climate Action Network 2021). Mit Hilfe von Twitter erreicht dieses *shaming* unter dem Hashtag #fossiloftheday nicht nur die Anwesenden während den Verhandlungen, sondern gelangt in eine breite Öffentlichkeit. Neben CAN, der Organisation, die den Award verleiht, erlangen aber auch die „ausgezeichneten“ Länder und deren Regierungsvertreter*innen mehr Sichtbarkeit, die wahrscheinlich nicht beabsichtigt war (siehe Abbildung 2). Eine Aktivität dieser Akteur*innen ist somit nicht notwendig. Die benannten Organisationen oder Länder werden durch die Aktivität der NGOs als wichtige Akteur*innen identifizierbar.

Abbildung 2. Tweet von der Klima-Allianz während der COP24



Quelle: https://twitter.com/klima_allianz/status/1071091542985723905

https://twitter.com/klima_allianz/status/1071091542985723905, 15.02.2021.

Unternehmen spielen während der Klimaverhandlungen auch eine zunehmend wichtigere Rolle aufgrund der Dringlichkeit der Klimakrise. Durch ihr Potenzial für Emissionsminderungen rücken ihre Tätigkeiten stärker in den Vordergrund. Sie nutzen Twitter vor allem als Kommunikationskanal für ihre Corporate Social Responsibility-Strategie (Etter 2014). So stellen sie im Rahmen der Klimaverhandlungen zum Beispiel ihre neu gesteckten Klimaziele vor und können dadurch ihre Reputation verbessern. Eine Anwendung der von

⁵ Diese Strategien beziehen sich nicht nur auf Twitter, sondern auf digitale Technologien insgesamt.

Nina Hall et al. (2019) definierten NGO-Strategien auf Unternehmen könnte diese Art der Kommunikation als *proselytizing* interpretieren.

Neben der passiven Rolle, die Nationalstaaten einnehmen (siehe *naming* und *shaming* weiter oben), können sie Twitter aber auch nutzen, um Anerkennung und Legitimation für ihre Positionen zu erhalten (Duncombe 2017). Ein Beispiel hierfür könnten die Verhandlungen über das 1,5-Grad Ziel sein. Während der COP21 in Paris wurde die Aufnahme des 1,5-Grad Ziels in den Text des Übereinkommens zu einem der Knackpunkte der Verhandlungen (Dimitrov 2016). Die am stärksten von den Folgen des Klimawandels betroffenen Staaten haben insbesondere diesen Punkt vertreten und auch auf Twitter nach Unterstützung und Legitimation für diese Position gesucht. Dies geschah auch in Netzwerken gemeinsam mit NGOs. Diese Strategie war sehr erfolgreich und das 1,5-Grad Ziel wurde in den finalen Text des Abkommens aufgenommen. *Proselytizing* und *brokering* wären die wichtigsten Strategien für Staaten, um Aufmerksamkeit für ihre Positionen zu erhalten und strategische Partnernetzwerke für diese zu mobilisieren.

Eine Gruppe, die bisher noch wenig Beachtung fand, aber zunehmend an Aufmerksamkeit in den IB gewinnt, sind die Bürokratien von internationalen Organisationen (IOs), sogenannte internationale öffentliche Verwaltungen (*International Public Administrations*) (Knill/Bauer 2016; Eckhard/Ege 2016; Bauer et al. 2017). Sie sind diejenigen, die für die Kommunikation internationaler Organisationen zuständig sind, auch über digitale Kommunikationsplattformen wie Twitter (siehe Ecker-Ehrhardt in diesem Forum). Sie haben soziale Medien und insbesondere Twitter als zentrales Medium entdeckt und ihre Präsenz auf der Plattform stetig ausgeweitet (Ecker-Ehrhardt 2020). Für internationale Verwaltungen ergeben sich durch Twitter neue Möglichkeiten der latenten Einflussnahme. Durch die Bereitstellung von relevanten Informationen für die Öffentlichkeit und Organisationen mit ähnlichen Zielen können sie transnationale Netzwerke aufbauen (*brokering*), um den Erfolg von multilateralen Verhandlungen zu sichern (Jörgens et al. 2017; Goritz et al. 2020). Zudem können sie Twitter zur Selbstdarstellung nutzen, indem sie auf ihre Aktivitäten aufmerksam machen (*proselytizing*), was ihnen zur eigenen Legitimation dienen kann (Ecker-Ehrhardt 2018; Duncombe 2017). Das Sekretariat der Klimarahmenkonvention als zentrale internationale Bürokratie des Klimaregimes ist auch auf Twitter vertreten und hat mehr als 780.000 Follower*innen allein auf ihrem Haupt-Account (@UNFCCC).

Wissenschaftler*innen nutzten Twitter-Daten in Kombination mit SNA während der Klimaverhandlungen, um zu untersuchen, welche Rolle internationale öffentliche Verwaltungen in globalen Klimaverhandlungen spielen und welche Strategien sie einsetzen, um politische Prozesse und Ergebnisse zu beeinflussen (Jörgens et al. 2016; Kolleck et al. 2017; Goritz et al. 2020). Helge Jörgens et al. (2016) untersuchten die Twitter-Debatte rund um das Thema *Gender* während der Klimaverhandlungen im Jahr 2014 (COP20) und fanden auf Basis von deskriptiven SNA-Zentralitätsmaßen heraus, dass das Klimasekretariat, die COP-Präsidentschaft sowie wichtige Umwelt- und Frauenrechts-NGOs die zentralsten Akteure innerhalb des Twitter-Netzwerkes waren. Untersucht wurden die *Betweenness*-Zentralität sowie die *In-Degree*-Zentralität. Akteur*innen mit hoher *Betweenness*-Zentralität stellen die kürzeste Verbindung zwischen zwei nicht direkt verbundenen Konten dar und haben so das Potenzial, eine Broker-Position einzunehmen. In Informationsnetzwerken sind Broker-Positionen deshalb wichtig, weil sie mehr Kontrolle über den Informationsfluss haben. Die *In-Degree*-Zentralität hingegen stellt die Anzahl der *@-Mentions* dar, die ein Account bekommen hat, d.h. wie oft andere Akteure*innen auf den Account verweisen. Diese Zentralität kann als eine Art Indikator für die Popularität des Accounts gesehen werden. Ergebnisse der Studie zeigen, welche Organisationen innerhalb des Twitter-Netzwerkes zentral und damit für den Diskurs wichtig sind. Des Weiteren geben sie Hinweise darauf, welche Organisationen das Potential haben, Einfluss auf die Verhandlungsprozesse und -ergebnisse auszuüben, wenn Twitter-Daten als Proxy-Daten für die Verhandlungsnetzwerke gesehen werden. Nina Kolleck et al. (2017) kommen in ihrer Studie zum Themenfeld *Klimabildung* zu ähnlichen Ergebnissen. Die Wissenschaftler*innen zeigen, dass das Klimasekretariat sowie (Vertreter*innen von) Umweltschutz-NGOs zum Zeitpunkt der Vertragsstaatenkonferenzen die zentralsten Positionen im klimapolitischen Twitter-Netzwerk einnahmen. Alexandra Goritz et al. (2020) bauen auf diesen Befunden auf und argumentieren, dass Twitter die Möglichkeit bietet, das Konzept der *digitalen Autorität* zu messen. Diese Autorität ist nicht gleichzusetzen mit der analogen *de facto* Autorität, also der Autorität, die ein/e Akteur*in z.B. aufgrund ihrer Expertise zugesprochen wird. Sie ist aber auch nicht losgelöst von ihr, da die analoge Welt nicht von der digitalen getrennt beobachtet werden sollte (vgl. Lambach in diesem Forum). Durch den digitalen Raum wird viel mehr eine neue Ebene der Autorität geschaffen, die aber auf der *de facto* Autorität der Akteur*innen im analogen Raum aufbaut, und diese wiederum beeinflussen kann. Gemessen werden kann digitale Autorität durch die Popularität der

Akteur*innen im digitalen Diskurs (d.h. wie oft Akteur*innen von anderen populären Akteur*innen angesprochen/verlinkt/retweeted werden). Die Ergebnisse der Studie, die auf inferenzstatistischen SNA-Verfahren basieren, machen deutlich, dass den Sekretariaten von internationalen Organisationen eine ähnlich hohe digitale Autorität wie staatlichen Akteur*innen zugesprochen wird.

Folglich haben Regierungen und andere politische Akteur*innen vielseitiges Interesse an der Nutzung von Twitter. Während internationaler Verhandlungen bietet die Plattform den Nutzer*innen unter anderem die Chance, Informationen zu teilen und Unterstützer*innen für die präferierte Verhandlungsposition zu gewinnen oder auch Aufmerksamkeit auf die eigene Arbeit zu lenken und sich dadurch Legitimität zu verschaffen. Analysen von Twitter-Daten können uns demnach nicht nur dabei helfen, Verhandlungsergebnisse besser nachzuvollziehen. Vielmehr dienen sie zudem dazu, ein besseres Verständnis latenter Einflussnahmen durch verschiedene Akteur*innen zu gewinnen und die in Kommunikationsnetzwerken tatsächlich einflussreichen Akteur*innen zu identifizieren. Ob und wie die digitalen Diskurse auf der Kommunikationsplattform die Verhandlungen und ihre Ergebnisse direkt beeinflussen, ist noch nicht geklärt.

4. Möglichkeiten und Herausforderungen von Twitter-Daten für die IB

Nachdem wir die wichtigsten Merkmale von Twitter vorgestellt haben, welche die Plattform zu einem interessanten Medium für politische Akteure*innen macht und einige Möglichkeiten der Nutzung aufgezeigt haben, werden wir uns in einem letzten Teil den angewandten Fragen der Forscher*innen stellen. Dabei wollen wir uns nicht mit Wissenschaftler*innen als Nutzer*innen beschäftigen (Arbia 2014), sondern mit den konkreten Möglichkeiten und Herausforderungen für Wissenschaftler*innen der internationalen/transnationalen Beziehungen bei der Analyse von Twitter-Daten.

Für Netzwerkforscher*innen hat Twitter den wichtigen Vorteil, dass (fast) vollständige Netzwerke erhoben werden können. Die Struktur von Netzwerken kann von einzelnen Akteur*innen stark abhängig sein, was Analysen mit geringen Rücklaufquoten verzerren kann. Eine hohe Rücklaufquote bei Themen wie der globalen Klimapolitik zu erreichen, in dem viele

Akteur*innen über Grenzen und Organisationen hinweg miteinander kooperieren, ist fast nicht möglich, da die Netzwerkgrenzen unklar sind. Twitter-Daten erlauben es, dieses Hindernis zu umgehen und vollständige Netzwerke zu erheben.

Ein weiterer Vorteil von Twitter-Daten für Wissenschaftler*innen ist der Datenzugang. Durch den öffentlichen Charakter von Twitter ist es relativ einfach, Zugriff auf die Daten zu erhalten. Die Daten können entweder direkt über die Twitter API geladen oder über einen Drittanbieter gekauft werden (Goritz et al. 2019; Steinert-Threlkeld 2018).⁶ Im Vergleich zu anderen Datenquellen ist der Zugang zu Twitter-Daten für Wissenschaftler*innen mit wenig Aufwand verbunden.

Ein weiterer wichtiger Aspekt ist die Möglichkeit Interaktionen von politischen Akteur*innen direkt zu beobachten. Bei anderen Datenquellen wie z.B. Umfragen oder Interviews besteht die Gefahr, dass Akteur*innen falsche oder unvollständige Aussagen machen – entweder absichtlich, um den Wissenschaftler*innen Informationen vorzuenthalten oder unabsichtlich durch eine verzerrte Wahrnehmung aufgrund der Verzögerung der Befragung. Das schließt nicht aus, dass Twitternutzer*innen (teils intentional) unvollständige oder falsche Informationen verbreiten können, die anschließend (vergleichbar mit beispielsweise Survey-Studien) nicht oder nur schwer als Artefakte aus Analysen ausgeschlossen werden können.

Neben den oben genannten Möglichkeiten, die Twitter-Daten für IB-Forscher*innen bieten, gibt es nicht zu vernachlässigende Herausforderungen. Das Datenvolumen, was Twitter Tag für Tag produziert und welches ein Vorteil für quantitative Analysen sein kann, stellt eine Herausforderung für tiefgreifende qualitative Analysen dar. Qualitative Analysen von Twitter-Daten ohne computer-basierte Unterstützung, wie z.B. Diskursnetzwerkanalysen (Bossner/Nagel 2020) sind sehr zeitintensiv. Wissenschaftler*innen greifen deshalb vermehrt auf Verfahren wie *Topic Modelling*, eine automatisierte thematische Inhaltsanalyse, oder Sentiment Analysen zurück (Schneiker et al. 2019), um die Inhalte der Nachrichten analysieren und bewerten zu können.

⁶ Laut Angaben von Twitter werden täglich rund 500 Millionen Tweets gesendet (Twitter 2014). Diese Zahlen wurden seit 2014 nicht mehr angepasst. Allerdings hat die Covid-19 Pandemie digitalen Kommunikationsplattformen weiter Zuwachs verschafft. Deshalb nehmen wir an, dass die Zahlen zumindest ähnlich oder sogar angestiegen sind.

Eine weitere Herausforderung ist, dass nur Twitternutzer*innen als Akteur*innen erfasst werden. Andere potenziell wichtige Akteur*innen, die zwar in der internationalen Klimapolitik aktiv sind, aber Twitter nicht nutzen, werden aus den Analysen ausgeschlossen – es sei denn, es werden weitere Datenzugänge genutzt (siehe Gaspar/Sold in diesem Forum). Des Weiteren kann sich die Organisationszugehörigkeit von Twitternutzer*innen im Zeitverlauf ändern, was längsschnittliche Analysen erschwert (Golovchenko et al. 2018).

Zudem kann die Nutzung der Plattform durch Twitter selbst beschränkt werden, wenn Nutzer*innen gegen ihre Richtlinien verstoßen. So wurde der ehemalige US-Präsident Donald Trump nach den gewalttätigen Ausschreitungen und der Stürmung des US-Kapitols durch seine Anhänger*innen am 6. Januar 2021 von der Plattform verbannt, weil seine Tweets als Anstiftung zur Gewalt gewertet wurden.

Schließlich kann auch der öffentliche Charakter der Plattform ein Hindernis für Forscher*innen darstellen. Aufgrund der Kürze und der Öffentlichkeit der Nachrichten werden auf der Plattform wenig vertrauliche Informationen geteilt und eher grundlegende Positionen vertreten als komplexe technische Fragen diskutiert (Jörgens et al. 2016). Dies reduziert die Analysemöglichkeiten. Verglichen mit Umfragen, sind Twitter-Daten zudem unflexibel in Bezug auf ihren Informationsgehalt. Es werden neben dem Text der Tweets nur die Informationen wie z.B. Follower*innenzahl, Standort, Zeitpunkt des Tweets, ID des Accounts und andere sogenannte Meta-Daten erfasst. Wissenschaftler*innen können keine spezifischen Fragen formulieren, um sie den Zielen ihrer Studien anzupassen, wie es unter anderem bei Umfragen möglich ist. Obwohl Twitter-Daten viele Vorteile haben, sollten die Hindernisse bei ihrer Auswertung und Interpretation berücksichtigt werden.

5. Schlussfolgerung

Es steht außer Frage, dass digitale Kommunikationsplattformen wichtige Bestandteile der politischen Kommunikation geworden sind. Deshalb erfahren Twitter und Co. immer mehr Aufmerksamkeit in der Politikwissenschaft. Allerdings ist die Nutzung von Twitter-Daten in den IB noch zaghafte. Dieser Beitrag argumentiert, dass Twitter in den IB mehr Beachtung finden sollte und vertritt dabei die Thesen, dass:

- 1) Twitter durch seine besonderen Merkmale einen öffentlichen Diskursraum schafft;
- 2) Dieser Diskursraum durch Akteur*innen der internationalen Politik auf verschiedene Weisen genutzt wird;
- 3) Twitter-Daten viele Möglichkeiten zur Analyse bieten, wobei allerdings eine Reihe von Einschränkungen bei der Interpretation der Daten berücksichtigt werden sollten.

Aktuellen Prognosen zufolge werden die Zahlen der Twitter-Nutzer*innen noch weiter ansteigen. Deshalb ist es für Wissenschaftler*innen der IB wichtig die Plattform nicht zu vernachlässigen. Eine kritische Auseinandersetzung ist notwendig, um die Potenziale und die Schwächen der Daten zu verstehen und dadurch beurteilen zu können, welchen Mehrwert Analysen mit Twitter-Daten bieten können.

Literatur

- Arbia, Ali* 2014: Die Republik der Gelehrten 2.0, in: ZIB Zeitschrift für Internationale Beziehungen 21: 1, 109-127.
- Aykut, Stefan C./Morena, Edouard/Foyer, Jean* 2020: 'Incantatory' governance: global climate politics' performative turn and its wider significance for global politics, in: International Politics.
- Bauer, Michael W./Knill, Christoph/Eckhard, Steffen* (Hrsg.) 2017: International Bureaucracy. Challenges and Lessons for Public Administration Research (Public Sector Organizations), London, s.l.
- Bjola, Corneliu/Holmes, Marcus* (Hrsg.) 2015: Digital Diplomacy. Theory and Practice (Routledge New Diplomacy Studies), Hoboken.
- Bossetta, Michael* 2018: The Digital Architectures of Social Media: Comparing Political Campaigning on Facebook, Twitter, Instagram, and Snapchat in the 2016 U.S. Election, in: Journalism & Mass Communication Quarterly 95: 2, 471-496.
- Bossner, Felix/Nagel, Melanie* 2020: Discourse Networks and Dual Screening: Analyzing Roles, Content and Motivations in Political Twitter Conversations, in: Politics and Governance 8: 2, 311-325.
- Brand, Alexander* 2012: Medien-Diskurs-Weltpolitik: Wie Massenmedien die internationale Politik beeinflussen, Bielefeld.
- Briggs, Paul* 2020: Global Twitter Users 2020. Pandemic Boosts Previously Expected Slow Growth, in: <https://www.emarketer.com/content/global-twitter-users-2020>; 15.1.2021.
- Burson Cohn/Wolfe* 2018: Twiplomacy Study 2018, in: <https://twiplomacy.com/blog/twiplomacy-study-2018/>; 04.8.2021.
- Chen, Wenhong/Tu, Fangjing/Zheng, Pei* 2017: A transnational networked public sphere of air pollution: analysis of a Twitter network of PM2.5 from the risk society perspective, in: Information, Communication & Society 20: 7, 1005-1023.
- Climate Action Network* 2021: Fossil of the Day, in: https://climatenetwork.org/resource_type/fossil-of-the-day/; 04.8.2021.
- Dimitrov, Radoslav S.* 2016: The Paris Agreement on Climate Change: Behind Closed Doors, in: Global Environmental Politics 16: 3, 1-11.

- Duncombe, Constance* 2017: Twitter and transformative diplomacy: social media and Iran–US relations, in: *International Affairs* 93: 3, 545-562.
- Duncombe, Constance* 2018: Twitter and the challenges of digital diplomacy, in: *SAIS Review of International Affairs* 38: 2, 91-100.
- Ecker-Ehrhardt, Matthias* 2018: Self-legitimation in the face of politicization: Why international organizations centralized public communication, in: *The Review of International Organizations* 13: 4, 519-546.
- Ecker-Ehrhardt, Matthias* 2020: IO public communication going digital? Understanding social media adoption and use in times of politicization, in: Bjola, Corneliu/Zaiotti, Ruben (Hrsg.): *Digital Diplomacy and International Organisations*, Abingdon, Oxon, New York, NY, 21-51.
- Eckhard, Steffen/Ege, Jörn* 2016: International bureaucracies and their influence on policy-making: a review of empirical evidence, in: *Journal of European Public Policy* 23: 7, 960-978.
- Enberg, Jasmine* 2020: Global Instagram Users 2020. The Pandemic Propels Worldwide User Base to 1.00 Billion for the First Time, in: <https://www.emarketer.com/content/global-instagram-users-2020>; 15.1.2021.
- Etter, Michael* 2014: Broadcasting, reacting, engaging – three strategies for CSR communication in Twitter, in: *Journal of Communication Management* 18: 4, 322-342.
- Goritz, Alexandra/Kolleck, Nina/Jörgens, Helge* 2019: Analyzing Twitter Data: Advantages and Challenges in the Study of UN Climate Negotiations, in: *SAGE Research Methods Cases*.
- Goritz, Alexandra/Schuster, Johannes/Jörgens, Helge/Kolleck, Nina* 2020: International Public Administrations on Twitter: A Comparison of Digital Authority in Global Climate Policy, in: *Journal of Comparative Policy Analysis: Research and Practice*, 1-25.
- Guo, Chao/Saxton, Gregory D.* 2014: Tweeting Social Change. How Social Media are Changing Nonprofit Advocacy, in: *Nonprofit and Voluntary Sector Quarterly* 43: 1, 57-79.
- Hall, Nina/Schmitz, Hans P./Dedmon, Michael* 2019: Transnational Advocacy and NGOs in the Digital Era: New Forms of Networked Power, in: *International Studies Quarterly* 64: 1, 159-167.
- Jörgens, Helge/Kolleck, Nina/Saerbeck, Barbara* 2016: Exploring the Hidden Influence of International Treaty Secretariats. Using Social Network Analysis to Analyse the Twitter Debate on the ‘Lima Work Programme on Gender’, in: *Journal of European Public Policy* 23: 7, 979-998.
- Jörgens, Helge/Kolleck, Nina/Saerbeck, Barbara/Well, Mareike* 2017: Orchestrating (Bio-)Diversity. The Secretariat of the Convention of Biological Diversity as an Attention-Seeking Bureaucracy, in: Bauer, Michael W./Knill, Christoph/Eckhard, Steffen (Hrsg.): *International Bureaucracy. Challenges and Lessons for Public Administration Research*, London, s.l., 73-95.
- Jungherr, Andreas* 2016: Twitter use in election campaigns: A systematic literature review, in: *Journal of Information Technology & Politics* 13: 1, 72-91.
- Knill, Christoph/Bauer, Michael W.* 2016: Policy-making by international public administrations: concepts, causes and consequences, in: *Journal of European Public Policy* 23: 7, 949-959.
- Kolleck, Nina/Well, Mareike/Sperzel, Severin/Jörgens, Helge* 2017: The Power of Social Networks. How the UNFCCC Secretariat Creates Momentum for Climate Education, in: *Global Environmental Politics* 94: 1, 106-126.
- Pond, Philip/Lewis, Jeff* 2019: Riots and Twitter: connective politics, social media and framing discourses in the digital public sphere, in: *Information, Communication & Society* 22: 2, 213-231.
- 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.
- Schuster, Johannes/Jörgens, Helge/Kolleck, Nina* 2019: The rise of global policy networks in education: analyzing Twitter debates on inclusive education using social network analysis, in: *Journal of Education Policy* 36: 2, 1-21.

- Steinert-Threlkeld, Zachary C.* 2018: *Twitter as Data (Elements in Quantitative and Computational Methods for the Social Sciences)*, Cambridge.
- Tumasjan, Andranik/Sprenger, Timm O./Sandner, Philipp G./Welppe, Isabell M.* 2011: Election forecasts with Twitter: How 140 characters reflect the political landscape., in: *Social Science Computer Review* 29: 4, 402-418.
- Twitter* 2014: The 2014 #YearOnTwitter, in:
https://blog.twitter.com/official/en_us/a/2014/the-2014-yearontwitter.html; 25.7.2019.
- Vu, Hong T./Do, Hung V./Seo, Hyunjin/Liu, Yuchen* 2020: Who Leads the Conversation on Climate Change?: A Study of a Global Network of NGOs on Twitter, in: *Environmental Communication* 14: 4, 450-464.
- Wasserman, Stanley/Faust, Katherine* 2009: *Social network analysis. Methods and applications (Structural analysis in the social sciences, Band 8)*, Cambridge u.a.
- Williamson, Debra A.* 2020: Global Facebook Users 2020. The Pandemic Brought Back Momentum in Lagging Regions and Led to Even Higher Growth in Others, in:
<https://www.emarketer.com/content/global-facebook-users-2020>; 15.1.2021.