

# Zwischen Likes und Leitbildern: Wie Social Media die politische Meinung Jugendlicher prägt

Benjamin Götzinger  
Peter Koch  
Florian Schultz-Pernice

Es ist eine positive Nachricht: Laut der aktuellen Shell Jugendstudie bezeichnen sich 55 Prozent der Jugendlichen im Alter von zwölf bis 25 Jahren als politisch interessiert, und fast ebenso viele informieren sich aktiv über Politik (2019: 36 %). So unterhalten sich Jugendliche heute häufiger als früher mit ihren Eltern sowie mit Freundinnen und Freunden über das aktuelle Weltgeschehen, die immer noch die Hauptinformationsquellen der unter 20-Jährigen darstellen. Deutlichere Zuwächse sind aber laut der aktuellen JIM-Studie auch bei der Informationsbeschaffung über soziale Medien wie Instagram festzustellen. Die Gründe liegen auf der Hand: *Social Media* ermöglicht es, sich jederzeit und überall über aktuelle Themen zu informieren – und zwar in leicht verständlichen Formaten, die passgenau auf die jeweilige Zielgruppe zugeschnitten sind. Zudem befinden sich die Inhalte nicht wie bei vielen etablierten Nachrichtenportalen hinter sogenannten *Paywalls*, sondern sind frei zugänglich – bezahlt wird „lediglich“ mit Aufmerksamkeit, Klicks und Likes, die Social-Media-Influencerinnen und -Influencer (SMI) dann wiederum über die Plattformen monetarisieren, und das zum Teil mit beachtlichem Erfolg. Auch deswegen bespielen viele SMI gleich mehrere Plattformen parallel, mit YouTube, Instagram und TikTok an der Spitze.

## Influencerinnen und Influencer als politische Meinungsführer/-innen

Diese Niedrigschwelligkeit und Ubiquität des Zugangs kann politisches Interesse und Engagement begünstigen, insbesondere wenn Influencer/-innen nicht nur thematisch fokussiert posten, sondern auch Einblicke in andere Lebensbereiche geben und die Nutzer/-innen *shared interests* feststellen (Naderer, 2023). Diese digitalen Meinungsführer/-innen

bereiten komplexere politische Themen vereinfacht und zielgruppengerecht auf und ermöglichen dadurch einer breiteren und zunehmend jüngeren Followerschaft den Zugang, der ihr über traditionelle Medien oftmals zu mühselig erscheint. Diese Kombination kann einen erheblichen Einfluss auf die politischen Einstellungen der Follower/-innen ausüben. Die Simplifizierung führt jedoch neben der verbesserten Zugänglichkeit politischer Inhalte für Jugendliche auch dazu, dass deren Konsum mit einem erhöhten politischen Zynismus einhergehen kann: Die Follower/-innen nehmen die Welt teilweise als übermäßig korrupt und dysfunktional wahr, insbesondere wenn Themen in Infotainment-Formaten stark verkürzt und zugespitzt präsentiert werden, so eine Untersuchung von Schmuck et al. aus dem Jahr 2022.

## Interessen, Strategien und Wirkmechanismen

Die Motivationen für das Posten politischer Inhalte lassen sich in zwei Bereichen verorten: Zum einen gibt es Influencer/-innen, die dies als Geschäftsmodell betreiben und durch die wirkungsvolle, jugendliche ansprechende Aufbereitung ihrer mehr oder minder latent vorhandenen Ressentiments solch hohe Einnahmen generieren, dass sie davon leben können.<sup>1</sup> Zum anderen gibt es explizit politische Akteurinnen und Akteure, beispielsweise Parteien oder deren Mitglieder sowie Sympathisantinnen und Sympathisanten, die keine primär finanziellen Interessen verfolgen, sondern die weite und schnelle Verbreitung ihrer politischen Botschaft als Erfolg ihrer Bemühungen betrachten.

Beide Gruppen bedienen sich derselben Methoden, um ihre Ziele zu erreichen. Diese greifen auf die

<sup>1</sup> Auf Seiten wie <https://socialblade.com/> können diese Einnahmen für einzelne Kanäle geschätzt eingesehen werden.

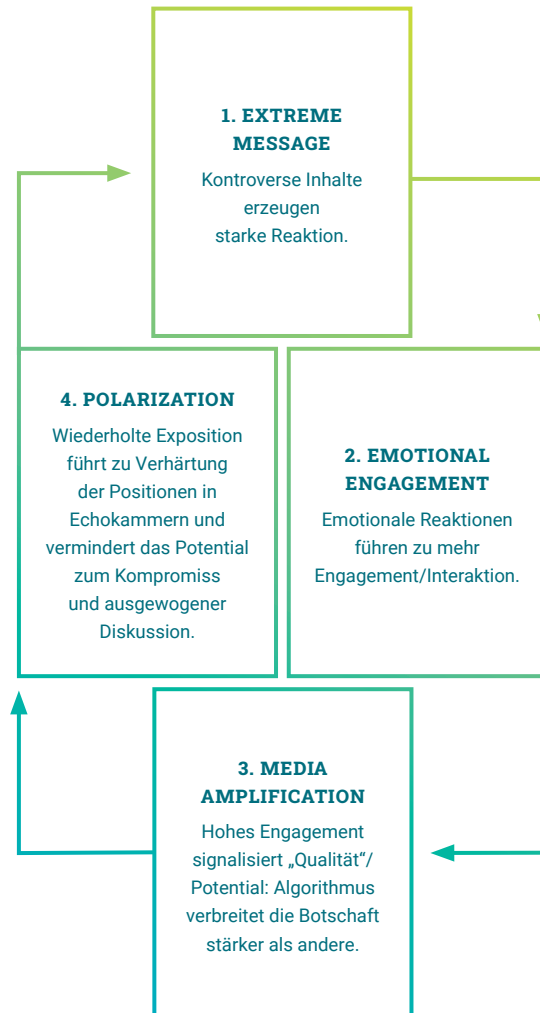
technischen Wirkmechanismen von Social Media zurück und entsprechend auch darauf, wie Menschen auf bestimmte Inhalte reagieren. So können z. B. empörende Beiträge oder Beiträge mit extremen Inhalten bewusst Wut erzeugen und damit Social-Media-Nutzende ködern (sogenanntes *Rage Baiting*), indem sie durch Verwendung von expressiver und Aufmerksamkeit erregender Sprache, Gestik und Mimik in den Vorschaubildern zum Klicken verleiten. 2024 zeigten McLoughlin et al. in einer groß angelegten Studie zudem, dass Fehlinformationsquellen mehr Empörung hervorrufen als vertrauenswürdige Quellen, und dass Nutzer/-innen eher bereit sind, empörungserregende Fehlinformationen zu teilen, unabhängig davon, ob sie sie vorher gelesen haben oder nicht. Brady et al. (2021) stellten zudem fest, dass positives soziales Feedback für Empörungsäußerungen die Wahrscheinlichkeit zukünftiger Empörungsäußerungen erhöht, was den Grundsätzen des Verstärkungslernens entspricht. Wer sich ein Bild davon machen möchte, wie gut dieses Verstärkungslernen funktioniert, muss lediglich die Kommentarspalten zu solchen Rage-Bait-Inhalten auf YouTube oder Instagram lesen. Und wer sich fragt, warum die Plattformen überladen sind mit Inhalten, die negative Emotionen evozieren: Diese werden fast doppelt so oft geteilt wie solche mit positiven Inhalten (Watson et al., 2024).

## Von Empörung zu Polarisierung

Dieses Verhalten der Influencer/-innen, ihre Follower-schaft über Rage Bait zum Engagement anzuregen, wird explizit von den Plattformen über ihre Algorithmen durch Verstärkung belohnt. Dabei konkurrieren die Influencer/-innen aber auch indirekt untereinander. TikTok beispielsweise zeigt neu hochgeladenen Content zunächst einer kleinen User/-innengruppe und misst das Engagement: Wie lange wird der Content betrachtet? Wird er kommentiert/geteilt? Wenn dies der Fall ist, wird das Video jenen Nutzen den angezeigt, die zum Inhalt passende Interessen haben. Rage Bait besteht diesen Test ganz besonders gut. Diese Mechanismen führen aber auch zu inhaltlicher Homogenität im eigenen Feed und damit zur Verstärkung von so genannten Echokammern, in denen die Nutzer/-innen das Gefühl bekommen, dass die breite Mehrheit der Bevölkerung einer bestimmten Meinung ist, da kontroverse Ansichten und Kritik es nicht mehr in die eigene Social-Media-Blase schaffen. Dies kann letztlich zur sogenannten

„Polarisierungsschleife“ nach Marino et al. führen, aus der ein Ausbrechen mit jeder Wiederholung der Schleife schwieriger wird.

## Polarisierungsschleife



Eigene Darstellung nach Marino et al., 2024

## Medienpädagogische Anknüpfungspunkte und strukturelle Rahmenbedingungen

Dass die großen Social-Media-Plattformen hier ohne politischen (und damit oft wirtschaftlichen) Druck Abhilfe schaffen, ist trotz aller wissenschaftlich erforschten negativen Effekte und kritischer Berichterstattung kaum zu erwarten. Letztendlich basiert das Geschäftsmodell von Social Media darauf, Nutzer/-innen möglichst lange und möglichst aktiv auf ihren Plattformen zu halten. Auch die Influencer/-innen oder politisch-institutionellen Akteurinnen und Akteure, die Rage Baiting betreiben, profitieren selbst auf verschiedene Weisen von den

oben gezeigten Wirkmechanismen, sodass von deren Seite kaum Einsicht zu erwarten ist. Wenn sich also kurzfristig die Rahmenbedingungen hier kaum ändern werden, kann effektiv und unmittelbar zunächst nur bei den Nutzenden selbst angesetzt werden, um entweder zu verhindern, dass diese in Polarisierungsschleifen geraten, oder um Wege aufzuzeigen, wie sie aus solchen wieder entkommen können. Eine effektive Regulierung und damit Umsetzung des rechtlichen Jugendmedienschutzes wäre weiterhin wünschenswert – der erzieherische Kontakt mit Nutzenden wirkt aber direkt. Technische Mittel der Reglementierung (Firewall, Filter etc.) unterstützen dabei.

Einen Ansatzpunkt stellt das paradoxe Verhalten der jugendlichen Nutzer/-innen im Hinblick auf Social Media dar: Laut einer UNICEF-Gallup-Umfrage aus dem Jahr 2021 gaben nur 17 Prozent der 15- bis 24-Jährigen an, Social Media als Informationsquelle zu vertrauen, obwohl viele sie trotzdem als solche nutzen. Ein Startpunkt für die medienpädagogische Arbeit kann sein, mit den Jugendlichen über diesen Widerspruch ins Gespräch zu kommen, um herauszuarbeiten, ob es wirklich die Inhalte selbst sind, die die Lernenden engagiert halten, oder eher, im Sinne Marshall McLuhans, was diese in ihrer Repräsentationsform mit ihnen *machen*<sup>2</sup>. Dabei müssen die Wirkmechanismen und Zielsetzungen von Social-Media-Plattformen und deren Akteurinnen und Akteuren analysiert und offengelegt werden, sodass Lernende *Red Flags* in ihrem Medienkonsum besser erkennen und entsprechend reagieren können. Sie sollten befähigt werden, eine differenzierte Haltung zu digitalen Inhalten einzunehmen – nicht im Sinne pauschaler Ablehnung, sondern mit einem wachen, reflektierten und versierten Blick für Mechanismen der Einflussnahme und emotionale Trigger.

Für Lehrkräfte bedeutet das konkret, Medienbildung nicht als Zusatzaufgabe zu begreifen, sondern als integralen Bestandteil des Schulalltags – als selbstverständlichen Baustein zeitgemäßer Bildung. Unterrichtliches Handeln sollte die digitalen Lebenswelten der Lernenden ernst nehmen und integrieren, denn politische Urteilsbildung ist heute untrennbar mit den Medien verknüpft, über die junge Menschen ihre Informationen beziehen. Kompetenzen wie Einordnung und Bewertung mit anschließender Reflexion digitaler Inhalte sind dabei essenziell für einen bewussten und mündigen Medienkonsum. Unterricht sollte daher auch auf aktuelle Medientrends

reagieren und diese diskursiv und unvoreingenommen behandeln, um diejenigen Meinungen zu Wort kommen und faktenbasierte Kontextualisierungen sichtbar werden zu lassen, die in den medialen Blasen oft herausgefiltert werden. Darüber hinaus sollte auch die Empathie gegenüber allen Menschen in ihrer Vielfalt und Diversität gestärkt werden – als hart erkämpfte Errungenschaft, die gerade besonders im Kreuzfeuer revisionistischer politischer Debatten steht.

Wie die Medien selbst muss Schule dabei unterrichtliche Grenzen überschreiten, um wirksamer sein zu können. Eltern können durch Informationsabende, die konkrete Handlungsempfehlungen zur „digitalen Hygiene“ ihrer Kinder geben (und vielleicht auch ihrer selbst, denn auch hier ist die Vorbildfunktion nicht zu unterschätzen), Unterstützung erfahren und somit als Partner/-innen der schulischen Bemühungen um Medienbildung fungieren – beginnend schon in der Grundschule. Lernende können, als Medienexpertinnen und -experten ausgebildet, ihren Peers und jüngeren Lernenden authentische und kompetente Hilfestellungen bieten, denn immerhin rangieren die Freundinnen und Freunde für sie an zweiter Stelle, wenn es darum geht, Informationen zu erhalten und einzuordnen.

Schulleitungen und die zuständigen Behörden sollten Bemühungen dieser Art aktiv unterstützen – und letztere sollten auch in Erwägung ziehen, diese zusätzlich mit zeitlichen und personellen Ressourcen außerhalb des Fachunterrichts zu versehen.

## Das Verhältnis von Medienbildung und Demokratiebildung

Die beschriebene Polarisierungsschleife und der daraus entstehende Verstärkungseffekt zeigen sich eindrücklich in der Begegnung mit und der Verbreitung von extremistischen Botschaften und Haltungen. Die Studie „Jugend – Medien – Extremismus“ (Reinemann et al., 2019) belegt: Nahezu die Hälfte der Jugendlichen kommt über Medien mit extremistischen Inhalten in Kontakt. Das Netz fungiert dabei längst nicht mehr nur als neutraler Informationsraum, sondern hat sich – mit Blick auf die Verbreitung von Hatespeech – zu „einer Art Radikalisierungsmaschine, einem Verstärker und Brandbeschleuniger“ entwickelt (Vasek, 2018). Gerade die digitalen Mechanismen, die demokratiefeindliche

2 In der aktuellen JIM-Studie erklärt fast die Hälfte der Befragten, dass die vielen negativen Nachrichten sie belasten und viele deswegen diese vermeiden.

Inhalte sichtbar machen und massenhaft verbreiten, stellen somit eine zentrale Herausforderung für die Demokratiebildung im digitalen Zeitalter dar. Es braucht daher eine reflektierte Auseinandersetzung mit diesen Dynamiken – und vor allem eine Bildung, die junge Menschen in die Lage versetzt, ihnen souverän zu begegnen. In diesem Kontext erscheint es bedeutsam, Wertebildung und Wertereflexion als zentrale Grundlage von Demokratiekompetenz zu erkennen und darüber die Wertgebundenheit politischen Urteilens bewusst zu machen (Gloe, 2022).

Demokratiebildung und Medienbildung müssen daher im digitalen Raum zusammengedacht werden, denn sie sind bei der Entwicklung und Ausprägung politischer Mündigkeit stets aufeinander bezogen. Unter den Bedingungen einer fortschreitenden Digitalisierung sind sie tragende Säulen politischer Mündigkeit – und unverzichtbar für eine widerstandsfähige Demokratie.

Es muss Ziel schulischer und außerschulischer Bildungsarbeit sein, Jugendlichen zu ermöglichen, die mediensystemischen Mechanismen hinter der Verbreitung von gezielter Falschinformation und Hassrede zu erkennen und kritisch zu durchdringen. Medienbildung bedeutet heute mehr als technisches Wissen: Sie schließt die Fähigkeit ein, die Dynamiken von Aufmerksamkeitsökonomie, Algorithmen und emotionalisierenden Inhalten zu durchschauen – und damit ein Bewusstsein für die Reaktionen und möglichen Verzerrungen im politischen Urteil zu entwickeln – bei sich selbst und bei anderen.

Umgekehrt ist eine fundierte Demokratiekompetenz Voraussetzung dafür, politische Inhalte differenziert einordnen, bewerten und in den gesellschaftlichen Kontext stellen zu können. Sie liefert Orientierung, um faktenbasierte von manipulierten Inhalten zu unterscheiden, und fördert eine reflektierte, eigenständige Meinungsbildung. So sind beide Kompetenzen in der Praxis untrennbar miteinander verbunden: Medienerziehung ist heute in vielerlei Hinsicht auch politische Bildung – und jede Form politischer Urteilsbildung profitiert von medienkritischen Fähigkeiten.

Vor diesem Hintergrund sind Medienkompetenzen nicht nur „Add-ons“ für den Schulalltag, sondern elementare Alltagskompetenzen – denn im täglichen Umgang mit Medien wird heute unsere Demokratie gelebt, ausgehandelt und verteidigt. Der Schutz unserer freiheitlichen, wertebasierten Gesellschaft

beginnt damit, junge Menschen bei ihrer Entwicklung zu mündigen, medien- und demokratiefähigen Bürgerinnen und Bürgern bestmöglich zu unterstützen. Nur so kann gesellschaftlicher Zusammenhalt unter den Bedingungen der Digitalität gelingen.



**StD Benjamin Götzinger**  
Studiengangsbetreuer Medienpädagogik,  
LMU München



**StD Peter Koch**  
Politische Bildung und Didaktik der Sozialkunde/Politik & Gesellschaft, LMU München



**Dr. Florian Schultz-Pernice**  
Medienpädagogische Leitung  
des DigiLLab, LMU München

## Literatur

- Albert, M., Quenzel, G., de Moll, F., Leven, I., McDonnell, S., Rysina, A., Schneekloth, U., & Wolfert, S. (2024). Jugend 2024 – 19. Shell Jugendstudie: Pragmatisch zwischen Verdrossenheit und gelebter Vielfalt [PDF-Zusammenfassung]. Beltz Verlag. URL: [https://www.shell.de/about-us/initiatives/shell-youth-study-2024/\\_jcr\\_content/root/main/section/simple/call\\_to\\_action/links/item0.stream/1730903501282/d8b545435fc2799eb6044e48b4a9fcc80b95b2d/ap-shell-jugendstudie-zusammenfassung-barrierefrei.pdf](https://www.shell.de/about-us/initiatives/shell-youth-study-2024/_jcr_content/root/main/section/simple/call_to_action/links/item0.stream/1730903501282/d8b545435fc2799eb6044e48b4a9fcc80b95b2d/ap-shell-jugendstudie-zusammenfassung-barrierefrei.pdf), 02.07.2025.
- Brady, W. J., McLoughlin, K., Doan, T. N., & Crockett, M. J. (2021). How social learning amplifies moral outrage expression in online social networks. *Science Advances*, 7(33), eabe5641. URL: <https://www.science.org/doi/10.1126/sciadv.abe5641>, 02.07.2025.
- Brinda, T., Brüggem, N., Diethelm, I., Knaus, T., Kommer, S., Kopf, C., Missomelius, P., Leschke, R., Tilemann, F., & Weich, A. (2019). Frankfurt-Dreieck zur Bildung in der digital vernetzten Welt: Ein interdisziplinäres Modell [PDF]. *Gesellschaft für Informatik*. URL: <https://dagstuhl.gi.de/fileadmin/GI/Allgemein/PDF/Frankfurt-Dreieck-zur-Bildung-in-der-digitalen-Welt.pdf>, 02.07.2025.
- Gloe, M. (2022). Medienpädagogik und Medienbildung. In W. Beutel, M. Gloe, G. Himmelmann, D. Lange, V. Reinhardt & A. Seifert (Hrsg.), *Handbuch Demokratiepädagogik* (S. 459–474). Frankfurt am Main.
- Marino, E. B., Benitez-Baleato, J. M., & Ribeiro, A. S. (2024). The polarization loop: How emotions drive propagation of disinformation in online media – The case of conspiracy theories and extreme right movements in Southern Europe. *Social Sciences*, 13(6), 603. URL: <https://www.mdpi.com/2076-0760/13/11/603>, 02.07.2025.

- Matsakis, L. (2020, June 18). TikTok finally explains how the 'For You' algorithm works. Wired. URL: <https://www.wired.com/story/tiktok-finally-explains-for-you-algorithm-works/>, 02.07.2025.
- McLoughlin, K. L., Brady, W. J., Goolsbee, A., Kaiser, B., Klonick, K., & Crockett, M. J. (2024). Misinformation exploits outrage to spread online. Science (New York, N.Y.), 386(6725), 991–996. URL: <https://doi.org/10.1126/science.adl2829>, 02.07.2025.
- mpfs. (2024). JIM-Studie 2024: Jugend, Information, Medien. Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest. URL: <https://www.mpfs.de/studien/jim/2024/>, 02.07.2025.
- Naderer, B. (2023). Influencers as political agents? The potential of an unlikely source to motivate political action. Communications, 48(1), 93-111. URL: <https://doi.org/10.1515/commun-2021-0006>, 02.07.2025.
- Reinemann, C., Nienierza, A., Fawzi, N., Riesmeyer, C. & Neumann, K. (2019). Jugend – Medien – Extremismus. Wo Jugendliche mit Extremismus in Kontakt kommen und wie sie ihn erkennen. Wiesbaden: Springer VS.
- Schmuck, D., Hirsch, M., Stevic, A., & Matthes, J. (2022). Politics – Simply Explained? How Influencers Affect Youth's Perceived Simplification of Politics, Political Cynicism, and Political Interest. The International Journal of Press/Politics, 27(3), 738-762.
- Vasek, T. (2018). Die Realität des Möglichen. In Hohe Luft kompakt, Sonderheft Nr. 2: Total digital! Total menschlich? (S. 5–9).
- Watson, J., van der Linden, S., Watson, M., & al. (2024). Negative online news articles are shared more to social media. Scientific Reports, 14, 21592. URL: <https://doi.org/10.1038/s41598-024-71263-z>, 02.07.2025.
- Zhou, R. (2024). Understanding the impact of TikTok's recommendation algorithm on user engagement. International Journal of Computer Science and Information Technology, 3(2), 201–208. URL: <https://doi.org/10.62051/ijcsit.v3n2.24>, 02.07.2025.

## **BITTE WAS?!** **Kontern gegen Fake und Hass**

Wir wollen nicht zusehen, wie sich Hass, Fake News und Intoleranz im Netz ausbreiten. Mit BITTE WAS?! kontern wir gemeinsam mit Kindern und Jugendlichen gegen Fake und Hass. Wir klären auf und schaffen ein Bewusstsein für Fairness, für Echtheit und gegen Hass. Dazu bieten wir eine Informationskampagne auf Social Media, Workshops und Events für Lernende, Unterrichtsmaterialien für Lehrkräfte sowie regelmäßige Challenges an. Unser Ziel ist dabei stets ein respektvolles Miteinander – online wie offline.



### **Impressum**

#### **HERAUSGEBER**

Landesmedienzentrum Baden-Württemberg  
Vertreten durch Direktor Michael Zieher  
Rotenbergstraße 111  
70190 Stuttgart  
Telefon: +49 (0)711 4909-6399  
E-Mail: [lmz@lmz-bw.de](mailto:lmz@lmz-bw.de)

Dieser Leitartikel ist Teil der Kampagne  
#RespektBW.

#### **PROGRAMMLEITUNG**

Christian Heneka  
[bitte-was@lmz-bw.de](mailto:bitte-was@lmz-bw.de)

#### **AUTOREN**

Benjamin Götzinger  
Peter Koch  
Dr. Florian Schultz-Pernice

#### **REDAKTION**

Angela Klein

#### **GESTALTUNG**

Superherodesign  
Stuttgart, September 2025

#### **URHEBERRECHT**

Die Inhalte (Layout, Grafiken, Bilder etc.) sind urheberrechtlich geschützt. Sofern nicht anders vermerkt, stehen die Inhalte unter einer CC BY-NC-SA 3.0 Lizenz. Sämtliche Rechte an dieser Publikation liegen beim Landesmedienzentrum Baden-Württemberg (LMZ). Nichtkommerzielle Vervielfältigung und Verbreitung sind erlaubt unter Angabe des Herausgebers LMZ Baden-Württemberg und der Webseite [www.lmz-bw.de](http://www.lmz-bw.de). Urheberrechte Dritter sind zu beachten. Sie sind als solche kenntlich gemacht.

#### **BILDER**

von den Autoren zur Verfügung gestellt

#### **INTERNETSEITEN DRITTER ANBIETER/ LINKS**

Soweit Inhalte dieses Materials auf externe Internetseiten verweisen, hat das LMZ auf den Inhalt dieser Seiten keinen Einfluss. Diese Internetseiten unterliegen der Haftung der jeweiligen Betreiber. Das LMZ hat bei der erstmaligen Verknüpfung der externen Links die fremden Inhalte daraufhin überprüft, ob etwaige Rechtsverstöße bestehen. Zu diesem Zeitpunkt waren keine Rechtsverstöße ersichtlich. Eine ständige inhaltliche Überprüfung der externen Links ist ohne konkrete Anhaltspunkte einer Rechtsverletzung nicht möglich. Bei Kenntnis von Rechtsverstößen werden derartige externe Links unverzüglich gelöscht.

---

BITTE WAS?! Kontern gegen Fake und Hass ist Bestandteil von #RespektBW, einer Kampagne der Landesregierung zum gesellschaftlichen Zusammenhalt und für eine respektvolle Diskussionskultur in den sozialen Medien. Das Landesmedienzentrum Baden-Württemberg führt die Kampagne im Auftrag des Ministeriums für Kultus, Jugend und Sport Baden-Württemberg durch.