76. Jahrgang, 49–50/2026, 28. November 2026

AUS POLITIK UND ZEITGESCHICHTE

Social Media

Philipp Lorenz-Spreen
SOCIAL MEDIA UND DEMOKRATISCHER DISKURS

Nina Kolleck
SOCIAL-MEDIA-SUCHT: ALARMISMUS ODER REALE GEFAHR?

Frauke Rostalski
ZUR DEBATTE UM EIN SOCIAL-MEDIA-VERBOT

Felix Maschewski · Anna-Verena Nosthoff
SCHICHTEN DER MACHT

Johannes Gemkow · Sonja Ganguin
EINE FRAGE DES ALTERS? POLITISCHE ORIENTIERUNG IN SOZIALEN MEDIEN

Jens Schröter
EINE KURZE GESCHICHTE DER SOZIALEN MEDIEN

APuZ
ZEITSCHRIFT DER BUNDESZENTRALE FÜR POLITISCHE BILDUNG
Beilage zur Wochenzeitung DAS PARLAMENT

Social Media
APuZ 49–50/2026

PHILIPP LORENZ-SPREEN
SOCIAL MEDIA UND DEMOKRATISCHER DISKURS
Soziale Medien sollten den öffentlichen Diskurs demokratisieren, doch in ihrer jetzigen Form sind sie mit einem solchen nur schwer vereinbar. Die Gesellschaft muss die digitale Öffentlichkeit aktiv gestalten, statt sie kommerziellen Akteuren zu überlassen.
Seite 04–09

NINA KOLLECK
SOCIAL-MEDIA-SUCHT: ALARMISMUS ODER REALE GEFAHR?
Die Sorge vor Gefahren von sozialen Medien für junge Menschen sollte nicht als Medienpanik abgetan werden. Auch wenn wissenschaftlich keine Einigkeit über Definitionen und Diagnosen besteht, sollten Mechanismen des Kontrollverlusts ernst genommen werden.
Seite 10–16

FRAUKE ROSTALSKI
ZUR DEBATTE UM EIN SOCIAL-MEDIA-VERBOT
Soziale Medien bergen Gefahren für junge Menschen, ermöglichen aber auch Freiheitserweiterung. Statt beim schwächsten Glied anzusetzen, sollte die Debatte die Digitalisierung generell und, um kritisches Denken zu erhalten, KI in den Blick nehmen.
Seite 17–23

FELIX MASCHEWSKI · ANNA-VERENA NOSTHOFF
SCHICHTEN DER MACHT. DER SOCIAL-MEDIA-STACK DER TECH-BROS
Am Beispiel des Unternehmensgeflechts von Elon Musk wird deutlich, dass soziale Medien nicht nur Kommunikationsplattformen, sondern Elemente mehrschichtiger Komplexe sind. Mittels solcher Stacks bündeln Akteure der Tech-Elite verschiedene Machtformen.
Seite 24–31

JOHANNES GEMKOW · SONJA GANGUIN
EINE FRAGE DES ALTERS? POLITISCHE ORIENTIERUNG IN SOZIALEN MEDIEN
Politische Orientierung lässt sich nicht bloß anhand von Generationen wie „digitale Jugendliche“ und „analoge Ältere“ analysieren. Die grobe Einteilung in Mediengenerationen übersieht die Heterogenität dieser Gruppen ebenso wie ihre diversen Medienrepertoires.
Seite 33–38

JENS SCHRÖTER
EINE KURZE GESCHICHTE DER SOZIALEN MEDIEN
Die Welt der sozialen Medien scheint unanfechtbar durch die Oligopole der Plattformen geprägt zu sein. Doch ein Blick in ihre Geschichte offenbart Alternativen und erinnert an die soziale Utopie herrschaftsreduzierter Kommunikation und die Denkbarkeit einer anderen Netzwelt.
Seite 39–45

EDITORIAL

Soziale Medien haben den Alltag und die Öffentlichkeit in den vergangenen drei Jahrzehnten tiefgreifend verändert. Dabei wurden nicht nur der Modus von Kommunikation und Information, sondern auch die Bedingungen, denen sie unterworfen sind, auf den Kopf gestellt – und so haftete ihrer Entwicklung anfangs auch etwas Emanzipatorisches, gar Subversives an. In derartigen Erzählungen begegnen uns Nerds, die am Laptop im Studentenwohnheim Websites entwickeln und damit etablierte Medienformate herausfordern, aber auch Aufständische, für deren Bewegungen soziale Netzwerke ein Katalysator sind.

Von all dem scheint heute kaum etwas übrig zu sein. Inzwischen werden vor allem die Risiken von Social Media diskutiert – für die einzelnen Nutzerinnen und Nutzer, aber auch für die Gesellschaft insgesamt. Nicht nur Kinder und Jugendliche werden durch intransparente Algorithmen in einen Sog gezogen, dem sie sich kaum entziehen können. Auch ohne eigenes Zutun stoßen User auf explizite Inhalte, Hasskommentare und Desinformation. Die Debatte darüber, wie mit diesen Problemen umgegangen werden kann, hat sich zuletzt auf ein Social-Media-Verbot für bestimmte Altersgruppen verengt.

Mittlerweile zählen die Unternehmen hinter den sozialen Medien zu den größten der Welt, die meisten Plattformen sind in ein Geflecht verschiedener Technologien, Infrastrukturen und KI-Systeme eingebunden. Begünstigt durch ein jahrzehntelanges Regulierungsdefizit konnten einzelne Akteure vielschichtige Social-Media-Konglomerate aufbauen und sich so eine Macht verschaffen, in der inzwischen eine Gefahr für die Demokratie erkannt wird. Doch die anfänglichen Utopien sind noch nicht ganz vergessen, die realen Potenziale, die soziale Medien trotz allem mit Blick auf Sichtbarkeit, Vernetzung und Teilhabe mitbringen, noch nicht ausgeschöpft. Mit dieser Perspektive gilt es, Social Media im Rahmen verbindlicher Regeln und im Sinne der demokratischen Gesellschaft aktiv zu gestalten.

Peer Morten Pröve

SOCIAL MEDIA UND DEMOKRATISCHER DISKURS

Philipp Lorenz-Spreen

Die Hoffnung war groß, dass soziale Medien den öffentlichen Diskurs demokratisieren würden. Ein vermeintlicher „marketplace of ideas" sollte entstehen, eine Öffentlichkeit, in der jede und jeder Meinungen und Argumente vorbringen und andere darauf reagieren können. Das schien nah dran an Jürgen Habermas' Ideal der Öffentlichkeit, wie er es einst anhand der Salons und Kaffeehäuser des 18. Jahrhunderts entwickelt hatte. Zum ersten Mal brauchte man keine große Redaktion, keine Druckerpresse, keinen Sendeplatz, um die eigene Meinung mit großer Reichweite zu verbreiten. Zudem wurden die Reaktionen des Publikums in Form von Kommentaren und Likes deutlich sichtbarer – und dadurch die Hoffnung auf ein kollektives Korrektiv größer.

Was ist daraus geworden? Nicht viel, könnte man sagen. Mit einem demokratischen Diskurs sind die sozialen Medien in ihrer jetzigen Form nur schwer vereinbar. Habermas selbst hat in seinem späten Nachtrag „Ein neuer Strukturwandel der Öffentlichkeit und die deliberative Politik" die sozialen Medien kritisch betrachtet und den Wert eines professionellen Journalismus für die demokratische Meinungsbildung hervorgehoben.[01] Die Plattformen haben zwar einige Schranken für die Beteiligung abgebaut, aber zugleich die Filter- und Ordnungsfunktion relativ unbemerkt an sich gerissen und journalistische Kriterien durch die Logik ihrer Algorithmen ersetzt, ohne dafür wirklich Verantwortung zu übernehmen.

Diese Situation der Abhängigkeit und Machtkonzentration in den Kommunikationsregeln und Strukturen, die den öffentlichen Diskurs bestimmen, kann von demokratischen Gesellschaften nicht toleriert werden. Die technologische und finanzielle Asymmetrie zwischen der Zivilgesellschaft und den öffentlichen Institutionen auf der einen Seite sowie den Tech-Unternehmen auf der anderen ist mittlerweile enorm. Zudem kommen immer mehr politische Kräfte an die Macht, die so stark von der derzeitigen Logik der sozialen Medien profitieren, dass sie diese kaum infrage stellen werden. Doch für Veränderung ist es noch nicht zu spät. Um sich aus dieser Abhängigkeit zu befreien, brauchen Gesellschaften einerseits eine präzise Diagnose der Probleme und andererseits Alternativen, die sich grundlegend von den uns heute bekannten Social-Media-Plattformen unterscheiden.

FEHLENTWICKLUNGEN

BeobachterInnen und auch der Wissenschaft fällt es weiterhin schwer, eine genaue Problemdiagnose zu stellen. Die Schwierigkeit liegt darin, dass der Einfluss der Plattformen nur indirekt und schwer kausal zu erfassen ist – und zum Teil schlicht nicht zugänglich gemacht wird: Informationen über Algorithmen, Daten und Designentscheidungen liegen in den Händen weniger privater Unternehmen. Unwissend sind wir dennoch nicht. Die wachsende Evidenzbasis aus unterschiedlichsten Forschungsbereichen weist zunehmend darauf hin, dass soziale Medien in ihrer aktuellen Form nicht ohne Weiteres mit dem demokratischen Diskurs vereinbar sind. Zumindest wenn man von einem pluralistischen, inklusiven, epistemischen oder sogar deliberativen Ideal des demokratischen Diskurses ausgeht,[02] stehen die Geschäftsmodelle der Betreiber oft im direkten Widerspruch zu diesen Werten. Ein anschauliches Beispiel hierfür ist das technische Verhindern von klickbaren Links in den Videobeschreibungen auf Tiktok und Instagram. Das Interesse der Plattformen, die NutzerInnen an ihre App zu binden und sie nicht durch solche Links zu verlieren, resultiert in einer direkten Verletzung eines simplen epistemischen Ideals: Quellen anzugeben und diese einfach auffindbar zu machen. Diese Anpassung erscheint (zumindest für Konsumierende) zunächst als eine kaum merkbare Designentscheidung, die aber in Summe und über die Zeit zu einer epistemischen Verschiebung der Qualitäts- und Vertrauensindikatoren von Information im Diskurs führen kann.

Das liegt nicht notwendigerweise daran, dass es sich um eine böswillige Technologie handelt. Aber es handelt sich ebenso wenig um eine neutrale Entität, deren einziges Interesse dem Vernetzen und Informieren der Menschen gilt, wie es die Plattformen selbst oft darstellen. Sie verdienen ihr Geld vor allem mit Aufmerksamkeit und gewinnen so zunehmend, wie sich etwa an X in den USA, Vkontakte in Russland oder Weibo in China zeigt, auch politischen Einfluss: Was sehen wir wann, worauf klicken wir, wie lange bleiben wir? Aus dieser Ökonomie der Aufmerksamkeit sind einige der mächtigsten Unternehmen der Welt hervorgegangen, mit enormem Kapital, mit Informationen über menschliches Verhalten und mit Kontrolle über den Diskurs. Zunehmend zählen dazu in sehr ähnlicher Weise auch die Anbieter von KI-Chatbots.

Wegen der anfänglichen Hoffnung, des verbreiteten Optimismus, aber auch aufgrund gezielter politischer Entscheidungen vor allem in den USA haben sich die westlichen Gesellschaften bei der Entwicklung digitaler Technologien nicht für ein Vorsorgeprinzip entschieden: Anders als etwa bei Arzneimitteln musste niemand vorab beweisen, dass ein Produkt der Gesellschaft nicht schadet. Stattdessen müssen nun WissenschaftlerInnen und die Zivilgesellschaft die Auswirkungen von Social Media, im Politischen wie im Psychologischen, mühsam im Nachhinein nachweisen. In einem komplexen soziotechnischen System, wie es soziale Medien und KI ohne Frage sind, ist das besonders schwierig, weil klassische lineare Ursache-Wirkungs-Zusammenhänge von gekoppelten und nichtlinearen Dynamiken überlagert werden.[03]

Dieser Umstand bedeutet aber weder, dass ein Nachweis dieser Effekte unmöglich wäre, noch, dass sie nicht auf die Plattformen und deren Betreiber zurückzuführen wären. Denn obwohl diese Mechanismen, anders als etwa staatliche Propaganda oder Gesetze, keinen klassischen Top-down-Einfluss etablieren, gilt: Selbst die komplexesten Systeme hängen von den Regeln ab, die dort gelten. Und für diese Regeln tragen die Plattformen Verantwortung, der sie sich immer wieder zu entziehen versuchen.

WAS DIE DATEN ZEIGEN

Welche Inhalte bekommen auf Social-Media-Plattformen besonders viel Aufmerksamkeit? Dazu gibt es inzwischen eine Vielzahl von Studien, deren Befunde in eine sehr ähnliche Richtung weisen. Zum Beispiel haben wir in einer Langzeitstudie Millionen Schlagzeilen von Nachrichtenseiten aus aller Welt mit automatisierten Textanalysen untersucht, von der „Times of India“ über „ABC Australia“ bis zur „New York Times“. Wir konnten messen, dass der Anteil negativer Überschriften über die vergangenen 20 Jahre zugenommen hat, während der Anteil positiver abgenommen hat.[04] Wie andere Studien zeigen, steht dies wahrscheinlich im Zusammenhang mit der Belohnungstruktur sozialer Medien.[05]

In einer anderen Studie wurde untersucht, welche Beiträge auf Facebook und Twitter (heute X) besonders viel „Engagement“ erzeugen. Der stärkste Prädiktor dafür war Feindseligkeit gegenüber der politischen Gegenseite: Beiträge über die jeweils andere Partei erzeugten die meisten Klicks, Shares und wütenden Reaktionen.[06] Eine neuere Studie zu Tiktok während der Bundestagswahl 2025 kommt zu einem ähnlichen Befund: Negative Emotionen, allen voran Ekel, sowie insgesamt negative und gegen andere Gruppen gerichtete Inhalte sagen das Engagement im Wahlkampf auf Tiktok am besten voraus.[07]

Für dieses Muster gibt es einen plausiblen Mechanismus, und der führt über die Aufmerksamkeit. Aus der Psychologie wissen wir, dass Menschen ihre Aufmerksamkeit nicht neutral verteilen. Negative Informationen sollen uns schneller erreichen. Das ist evolutionär gesehen sinnvoll, denn wer eine Gefahr übersieht, kann

01 Vgl. Jürgen Habermas, Drei normative Modelle der Demokratie, in: ders., Die Einbeziehung des Anderen, Frankfurt/M. 1996, S. 275–290; ders., Ein neuer Strukturwandel der Öffentlichkeit und die deliberative Politik, Berlin 2022.
02 Vgl. Cristina Lafont, Deliberative Demokratie nach der digitalen Transformation, in: APuZ 43–45/2023, S. 11–17.
03 Vgl. Joseph B. Bak-Coleman et al., Moving Towards Informative and Actionable Social Media Research, in: Nature Communications (i. E.), www.arxiv.org/abs/2505.09254.
04 Vgl. Pietro Nickl/Mehdi Moussaïd/Philipp Lorenz-Spreen, The Evolution of Online News Headlines, in: Humanities and Social Sciences Communications 12/2025, Art. 364.
05 Vgl. Claire E. Robertson et al., Negativity Drives Online News Consumption, in: Nature Human Behaviour 7/2023, S. 812–822.
06 Vgl. Steve Rathje/Jay J. Van Bavel/Sander van der Linden, Out-Group Animosity Drives Engagement on Social Media, in: Proceedings of the National Academy of Sciences 26/2021, https://doi.org/10.1073/pnas.2024292118.
07 Vgl. Kirill Solovev et al., Engagement with Political Videos on TikTok During the 2025 German Federal Election, in: EPJ Data Science 1/2026, https://doi.org/10.1140/epjds/s13688-026-00632-7.

nicht rechtzeitig fliehen.[08] Ein System, das kurzfristige, mikroskopische Aufmerksamkeit maximiert, verstärkt solche kognitiven Verzerrungen.

Damit wird es politisch. Wenn negative, emotionale und feindselige Inhalte in den sozialen Medien besonders erfolgreich sind, stellt sich die Frage, welche politischen Kräfte davon profitieren. Rund um die Bundestagswahl 2025 haben mehrere Studien untersucht, wer in den sozialen Medien sichtbar ist. Die Daten zeigen immer wieder: Parteien, die populistische Inhalte teilen, erreichen dort eine besonders große Reichweite.[09] Alice Weidel, Spitzenkandidatin der AfD, lag dabei weit vor ihren KonkurentInnen, auf X war ihr Vorsprung besonders ausgeprägt. Elon Musk, der die Plattform 2022 gekauft hatte, mischte sich offen in den deutschen Wahlkampf ein, führte ein Live-Gespräch mit Weidel, und ihre Followerzahl verdoppelte sich.

Dass feindselige, negative Inhalte und Populismus Hand in Hand gehen, überrascht nicht. Populismus ist gerade dadurch definiert, dass er die Gesellschaft in ein homogen gedachtes „reines Volk" und eine „korrupte Elite" spaltet, die gegen dessen Interessen handelt.[10] Auch die erwähnte Studie zu Tiktok zeigt, dass die Parteien an den beiden Rändern des politischen Spektrums mit ihren Inhalten das stärkste Engagement provozieren.

WELCHE ROLLE SPIELEN ALGORITHMEN?

Die Frage nach der Rolle der Algorithmen ist eine kausale und solche Fragen sind in einem derart komplexen System schwer zu beantworten, besonders, wenn die Forschung keinen Zugriff auf ebendiese Sortier- und Auswahlalgorithmen hat. ForscherInnen aus Dublin haben deshalb auf X für eine Studie neue, leere Konten eröffnet und gemessen, was diesen Konten standardmäßig angezeigt wird (man nennt dies die *Sockpuppet*-Methode). Parteien am linken und rechten Rand des politischen Spektrums wurden häufiger im For-You-Feed angezeigt, als es ihrem Anteil an den geposteten Inhalten entsprach, die Parteien der Mitte dagegen seltener.[11]

Vor Kurzem wurde ein weiteres Experiment auf X durchgeführt, um Rückschlüsse auf den Einfluss des For-You-Algorithmus ziehen zu können. Dabei griffen die Forschenden über ein Browser-Add-on, das Inhalte neu ordnet, direkt in den individuellen Feed der Teilnehmenden ein und konnten dabei eine Reduktion von affektiver Polarisierung bei den Teilnehmenden relativ zu denjenigen im originalen For-You-Feed feststellen.[12] Affektive Polarisierung bedeutet dabei nicht inhaltliche Uneinigkeit, sondern Abneigung bis hin zu Hass gegenüber der politischen Gegenseite. Im Rahmen einer weiteren Studie wurden Teilnehmende dafür bezahlt, selbst vom chronologischen zum For-You-Feed und andersherum zu wechseln. Nach sieben Wochen konnte in Umfragen durch diesen Wechsel eine Verstärkung von konservativen politischen Positionen nachgewiesen werden.[13]

Methodisch wird durch diese Studien deutlich, wie Forschende mangels Zugangs zum eigentlichen Algorithmus umständliche und suboptimale Wege finden müssen, um diese für den öffentlichen Diskurs so wichtigen Systeme überhaupt untersuchen zu können. Das allein sollte für eine demokratische Gesellschaft schon bedenklich sein.

Hinzu kommt, dass generative KI das Spielfeld noch einmal verändert hat. Nicht mehr nur die Verbreitung, auch die Produktion von Informationen hat sich gewandelt. In einem Monitoring-Projekt wurde während der Bundestagswahl 2025 erfasst, wie viele KI-generierte Inhalte die Parteien verwenden. Auch hier war die AfD besonders aktiv.[14] Es handelt sich hierbei um Inhalte, die genau in jene emotionale und negative Richtung zielen die oben thematisiert wurde. In den USA inszeniert sich etwa US-Präsident Donald Trump selbst gern mit KI-generierten Bildern, zum Beispiel als König.

08 Vgl. Felicia Pratto/Oliver P. John, Automatic Vigilance. The Attention-Grabbing Power of Negative Social Information, in: Journal of Personality and Social Psychology 3/1991, S. 380–391; Arne Öhman/Anders Flykt/Francisco Esteves, Emotion Drives Attention: Detecting the Snake in the Grass, in: Journal of Experimental Psychology: General 3/2001, S. 466–478.

09 Vgl. Sami Nenno/Philipp Lorenz-Spreen, Do Alice Weidel and the AfD Benefit from Musk's Attention on X?, in: Digital Society Blog, 29.1.2025, https://doi.org/10.5281/zenodo.14749544.

10 Vgl. Cas Mudde, The Populist Zeitgeist, in: Government and Opposition 4/2004, S. 541–563.

11 Vgl. Tabia Tanzin Prama et al., Political Biases on X Before the 2025 German Federal Election, 2025 (preprint), www.arxiv.org/abs/2503.02888.

12 Vgl. Tiziano Piccardi, Reranking Partisan Animosity in Algorithmic Social Media Feeds Alters Affective Polarization, in: Science 6776/2025, https://doi.org/10.1126/science.adu5584.

13 Vgl. Germain Gauthier et al., The Political Effects of X's Feed Algorithm, in: Nature 652/2026, S. 416–423.

14 Siehe www.campaigntracker.de.

Und schließlich ändert sich auch, wo Menschen sich informieren. Ein Bericht des Softwareunternehmens OpenAI hat 2025 erstmals einen (sehr oberflächlichen) Einblick gegeben, wofür Menschen ChatGPT nutzen. Die Informationssuche, also was früher Suchmaschinen und zum Teil soziale Medien geleistet haben, gehört mit steigender Tendenz zu den wichtigsten Anwendungen.[15] Die Daten, die nötig wären, um diese Ergebnisse unabhängig prüfen zu können, sind allerdings nicht verfügbar. Wir sollten daher bei den Chatbots von Anfang an auf Transparenz und Forschungszugang bestehen und nicht dieselben Fehler machen wie bei den sozialen Medien – und uns in zehn Jahren fragen müssen, woher die Menschen eigentlich ihre Informationen beziehen.

Auf Social-Media-Plattformen verbreiten sich also bestimmte Inhalte besonders gut, und Algorithmen haben daran vermutlich ihren Anteil, auch wenn wir hier noch zu wenig kausale Evidenz und keinen Datenzugang haben. Bleibt die Frage: Hat das, was online passiert, auch einen Einfluss auf politisches Verhalten offline?

Motiviert ist die Frage durch den Verdacht, dass sich die Demokratie in der Krise befindet. Der V-Dem-Index, einer der etabliertesten Demokratieindizes, bewertet die Qualität der Demokratie in nahezu allen Ländern der Welt entlang zahlreicher Dimensionen wie etwa der Qualität von Wahlen oder der Presse- und Meinungsfreiheit und fasst sie zu mehreren Subindizes zusammen.[16] Seit etwa 15 bis 20 Jahren zeigt der Index der liberalen Demokratie in sehr vielen Ländern relativ einheitlich nach unten. Dieser Abwärtstrend fällt mit der Digitalisierung zusammen, wenngleich solche zeitlichen Korrelationen nicht Kausalität bedeuten – sie fallen auch mit anderen Entwicklungen zusammen, etwa wachsender sozialer Ungleichheit. Daher ist es keine Frage des Entweder-oder, sondern ein Zusammenspiel verschiedener Faktoren.

Um die Evidenz zu bündeln, hat Lisa Oswald gemeinsam mit mir und weiteren KollegInnen ein systematisches Literatur-Review erstellt. Aus Tausenden Artikeln haben wir knapp 500 sorgfältig ausgewählt und analysiert, welche politischen Verhaltensweisen und Einstellungen mit der Nutzung digitaler Medien in Verbindung gebracht werden.[17] Das Bild ist differenziert – und es gibt durchaus auch Positives zu berichten: Politische Partizipation steht in der großen Mehrheit der Studien in einem positiven Zusammenhang mit der Nutzung von digitalen Medien. Wer digital aktiv ist, geht häufiger wählen und beteiligt sich eher in der Lokalpolitik. Auch politisches Wissen steht eher in einem positiven Zusammenhang.

Vertrauen in Institutionen, insbesondere in Medien, aber auch in politische Institutionen, steht dagegen überwiegend in einem negativen Zusammenhang. Hassrede, affektive Polarisierung und der Erfolg populistischer Parteien gehen häufig mit der Nutzung von digitalen und besonders sozialen Medien einher. Auch wenn die kausale Evidenz hier ebenfalls noch rar gesät ist, zeigen die Korrelationen doch recht deutlich in eine Richtung.

Ein weiterer Befund beunruhigt dabei besonders: Die sozialen Medien wurden über die ganze Welt verbreitet, aber wir wissen nur im Falle der USA einigermaßen, was sie politisch bewirken. Zu Europa gibt es einige Studien, die in dieselbe Richtung deuten. Für viele andere Länder, etwa in Afrika, liegen oft nur eine Handvoll Studien vor, obwohl auch dort sehr viele Menschen diese Plattformen nutzen.

DIGITALE ÖFFENTLICHKEIT ALS KOMPLEXES SYSTEM

Um diese kausale Rolle greifbarer zu machen, hilft die Perspektive der Komplexitätsforschung. Damit betrachtet und behandelt man die Digitalisierung als systemische Veränderung, anstatt hauptsächlich symptomatisch, wie wir es bislang oft tun.

Durch die Digitalisierung hat das Prinzip der Kopplung im gesellschaftlichen System eine neue Qualität gewonnen. Gerade das macht die Faszination sozialer Medien aus: Kleine individuelle Handlungen – einen Inhalt weiterzuleiten oder etwas zu liken – können sich im Kollektiv zu makroskopischen Dynamiken zusammensetzen, bis hin zur Entstehung sozialer Bewegungen. Diese Kopplung vom Mikro- zum Makroskopischen ist durch digitale Medien technologisch verän-

15 Vgl. Aaron Chatterji et al., How People Use ChatGPT, National Bureau of Economic Research, Working Paper Nr. 34255/2025, www.nber.org/papers/w34255.

16 Vgl. Marina Nord et al., Democracy Report 2026. Unraveling the Democratic Era?, Göteborg 2026, www.v-dem.net/documents/75/V-Dem_Institute_Democracy_Report_2026_lowres.pdf.

17 Vgl. Philipp Lorenz-Spreen et al., A Systematic Review of Worldwide Causal and Correlational Evidence on Digital Media and Democracy, in: Nature Human Behaviour 7/2023, S. 74–101.

dert und verstärkt worden. Zunehmend wirkt sie aber auch in die umgekehrte Richtung: Politische Macht hat verstanden, dass sich die digitale Sphäre kontrollieren und beeinflussen lässt, und wirkt so vom Makro- auf das Mikroskopische zurück.

Wenn wir heute Informationen aufnehmen, geschieht das kaum noch technisch ungefiltert. Fast immer steht ein technisches Gerät dazwischen, mit einer Benutzeroberfläche, mit Algorithmen, die Inhalte vorsortieren, und immer häufiger mit Chatbots, die wir zur Informationsbeschaffung nutzen. Die Plattformen bestimmen, wie wir miteinander interagieren können: Kann man liken oder kommentieren? Welche Informationen sind sichtbar? Mit wem kann man überhaupt in Kontakt treten?

Genau hier liegt die Macht der Tech-Plattformen, die ungewohnt schwer zu fassen ist. Sie besteht nicht darin, den Diskurs von oben zu steuern, also Inhalte zu verbieten oder bestimmte Botschaften zu verbreiten, wie wir es von staatlicher Macht oder auch vom Journalismus kennen. Sie liegt auf einer Zwischenebene: Die Plattformen kontrollieren die Kopplung, die unseren Interaktionen zugrunde liegt. Sie setzen die Regeln, nach denen sich aus Millionen einzelner Handlungen ein kollektives Bild ergibt.

Diese indirekte Form der Macht erlaubt es, die Illusion der Selbstorganisation aufrechtzuerhalten. Tech-Milliardäre pflegen sie gezielt. Elon Musk etwa ruft seinen NutzerInnen zu: „You are the media now."[18] Doch die vermeintlich freie Selbstorganisation findet in einer Architektur statt, die andere gebaut haben und laufend verändern.

Hilfreich ist deshalb die Unterscheidung zwischen den zugrunde liegenden Regeln oder Mechanismen und den daraus resultierenden Dynamiken. Die Dynamiken können wir mit deskriptiven Datensätzen beobachten und beschreiben. Zusätzlich können wir plausible Mechanismen skizzieren, die diese Dynamiken hervorbringen könnten, und so versuchen, kausale Zusammenhänge und konkrete Stellschrauben für eine Umgestaltung zu identifizieren.

Das Problem, das wir dafür zuerst lösen müssen, ist der Datenzugang. Darüber ist viel geschrieben worden, und der Digital Services Act (DSA) der EU könnte es auf absehbare Zeit zumindest teilweise lösen. Im Folgenden konzentriere ich mich auf etwas anderes: auf das, was nötig ist, um die grundlegenden Mechanismen zu erfassen, die als Grundlage für Entwürfe einer künftigen digitalen Öffentlichkeit dienen könnten, die ihr Potenzial für den demokratischen Diskurs tatsächlich entfaltet.

HÜRDEN UND CHANCEN

Was wir brauchen, ist unabhängige Tech-Forschung, aber auch unabhängige Entwicklung. Die Technologien, über die ich hier spreche, sind Konsumprodukte in den Händen weniger großer Unternehmen. Daran muss sich etwas ändern, genau wie an der Art, wie wir zu diesen Fragen forschen. Dem stehen derzeit zwei Arten von Hürden entgegen.

Die erste Hürde ist politischer Natur. Es gab zahlreiche Kooperationen zwischen dem Tech-Konzern Meta und US-amerikanischen WissenschaftlerInnen, die den Facebook-Algorithmus rund um die US-Wahl 2020 untersucht haben.[19] Im Nachhinein stellte sich jedoch heraus, dass der Konzern während des Untersuchungszeitraums Änderungen am Algorithmus vorgenommen hatte, sodass sich die Ergebnisse nur schwer interpretieren lassen.[20] Hinzu kommen Interessenkonflikte, unter anderem behielt Meta die Kontrolle über zentrale Schritte der Datenverarbeitung. Ein Beispiel für wirklich unabhängige Forschung ist das nicht.

Spätestens seit der Wiederwahl Donald Trumps zum US-Präsidenten und seinem Bündnis mit mehreren Tech-CEOs gibt es zudem einen offenen Konflikt zwischen der EU und der US-Regierung über Tech-Regulierung. Artikel 40 des DSA soll der Wissenschaft einen besseren Datenzugang verschaffen. Genau dieses Gesetz wird von der Trump-Administration allerdings direkt angegriffen.

Die zweite Hürde ist wissenschaftlicher Natur, und sie führt zurück zum beschriebenen komplexen System. Selbst wenn wir die besten Daten der Welt hätten, hätten wir es mit einem System zu tun, das, ähnlich wie das Klimasystem, viele Kopplungen aufweist. Das Ganze ist nicht einfach die Summe seiner Teile, sondern es gibt Rückkopplungsschleifen, Pfadabhängigkeiten und Kipppunkte. Mit Kausalität ist es da nicht einfach. Wer etwa fragt, ob „der Algorithmus" an einer Radi-

18 @elonmusk, 6.11.2024, x.com/elonmusk/status/1854045379408326909.

19 Vgl. Andrew M. Guess et al., How Do Social Media Feed Algorithms Affect Attitudes and Behavior in an Election Campaign?, in: Science 6656/2023, S. 398–404.

20 Vgl. H. Holden Thorp/Valda Vinson, Context Matters in Social Media, in: Science 6716/2024, S. 1393.

kalisierung schuld ist, muss die Wechselwirkung zwischen menschlicher Psychologie und Algorithmus betrachten. Beide lernen voneinander, und nach zehn Jahren lässt sich kaum noch sagen, wer den Ausschlag gegeben hat.[21]

Das ist jedoch kein Grund, sich derartige Fragen nicht zu stellen. Die Klimaforschung zeigt, dass sich auch in komplexen Systemen belastbare kausale Aussagen treffen und Verantwortlichkeiten benennen lassen. Dafür braucht es eine Kombination von Methoden: Beobachtungsdaten, Experimente, in denen gezielt einzelne Faktoren verändert werden, und eine Theorie, die beides verbindet.

Dieselben Technologien, deren Folgen wir untersuchen, eröffnen der Forschung auch neue Möglichkeiten. Früher hatte man meist die Wahl zwischen einem Laborexperiment mit wenigen Teilnehmenden oder Beobachtungsdaten aus Umfragen. Heute lässt sich die Brücke zwischen beidem schlagen. So können wir etwa digitale Beobachtungsdaten mit Umfragen verknüpfen oder Teilnehmende ein Browser-Add-on installieren lassen, das erfasst, was sie auf sozialen Medien tatsächlich zu sehen bekommen. Nicht zuletzt haben neue, automatisierte Verarbeitungsmethoden die Inhaltsanalyse revolutioniert. Mit ihnen lassen sich Analysen von Texten und Bildern in quantitativem Maßstab durchführen.

Was das heißen kann, zeigt ein Experiment, das wir kürzlich unter der Leitung von Lisa Oswald durchgeführt haben.[22] Auf der Plattform Reddit haben wir eigene Unterforen gegründet, Teilnehmende eingeladen und sie dort vier Wochen lang politisch diskutieren lassen. So konnten wir beobachten, wie die Gruppen miteinander diskutieren, und zugleich gezielt eingreifen. Da sich nur eine Minderheit der Teilnehmenden aktiv beteiligte und die meisten schwiegen, bildete der sichtbare Diskurs ein verzerrtes Bild ab. In einer experimentellen Bedingung haben wir versucht, diese Kluft wieder zu schließen, indem wir Beteiligung gezielt belohnt haben. So konnte die Verzerrung durch die ungleiche Verteilung im Diskurs reduziert werden.

Das Experiment zeigt zweierlei: Erstens lassen sich Mechanismen, nicht nur Dynamiken, empirisch identifizieren, wenn wir die Umgebung kontrollieren können. Zweitens weist es auf ein Gestaltungsziel hin. Wenn wir darüber nachdenken, wie neue Plattformen aussehen sollten, könnte Repräsentativität ein solches Ziel sein.

GESTALTEN STATT NUR EINHEGEN

Aus dem Versprechen des Internet, Information zu demokratisieren, ist mittlerweile ein libertärer (Alb-)Traum geworden, mit maximaler Konzentration von Macht bei wenigen Plattformen und KI-Unternehmen. Demokratien sind dabei zu Zuschauern und Opfern einer ausbeuterischen Marktlogik geworden, die auch ihre gesellschaftlichen Normen zunehmend untergräbt.

Möglich wurde dieser Zustand erst durch ein Vakuum, das wir im technischen Bereich über die vergangenen 20 Jahre zugelassen haben. Wir haben die Gestaltung der digitalen Öffentlichkeit weitgehend dem Markt überlassen und uns darauf verlassen, dass sich das Demokratische schon selbst organisieren werde. Doch Selbstorganisation geschieht immer nach Regeln, und es kommt darauf an, wer diese Regeln setzt und für welche Ziele.

Deshalb reicht es nicht, die Plattformen und Unternehmen nur einzuhegen und ihre schlimmsten Symptome zu regulieren. Es braucht ein aktives Gestalten der digitalen Öffentlichkeit. Dazu gehören unabhängige Forschung und ein durchsetzbarer Datenzugang sowie das Know-how und die Infrastruktur, um Alternativen zu entwickeln, die sich an demokratischen Zielen orientieren. Und wir sollten aus den Fehlern, die im Falle der sozialen Medien gemacht wurden, lernen, bevor sich KI-Chatbots als neue intransparente Verteilungssysteme von Information etablieren.

Wenn das nicht geschieht, wird dieser Raum von anderen gefüllt – mit den libertären Werten der Tech-Milliardäre oder den autokratischen der Machthaber in Russland und China. Die digitale Öffentlichkeit ist aber zu wichtig für die Demokratie, als dass wir sie weiter anderen überlassen könnten.

PHILIPP LORENZ-SPREEN
ist Professor für Computational Social Science am Institut für Kommunikationswissenschaft der Technischen Universität Dresden und Co-Direktor des dortigen Center Synergy of Systems.

21 Vgl. Claudia Wagner et al., Measuring Algorithmically Infused Societies, in: Nature 7866/2021, S. 197–204.
22 Vgl. Lisa Oswald/William Small Schulz/Philipp Lorenz-Spreen, Disentangling Participation in Online Political Discussions with a Collective Field Experiment, in: Science Advances 50/2025, https://doi.org/10.1126/sciadv.ady8022.

SOCIAL-MEDIA-SUCHT: ALARMISMUS ODER REALE GEFAHR?

Nina Kolleck

Nur noch kurz eine Nachricht beantworten, ein Video anschauen oder nachsehen, wer auf den eigenen Beitrag reagiert hat – und plötzlich ist eine halbe Stunde vergangen. Diese Erfahrung kennen viele. Besonders mit Blick auf Kinder und Jugendliche löst die intensive Nutzung sozialer Medien zunehmend Sorge aus. Tiktok, Instagram und Youtube rauben Zeit, schwächen die Konzentration, belasten die Psyche, so lauten geläufige Vorwürfe. Manche sprechen von „Suchtmaschinen", andere vergleichen ihre Wirkung sogar mit der von Heroin. Schnell entsteht das Bild einer Generation, die scrollt und scrollt und kaum noch vom Smartphone loskommt. Die Debatte scheint sich dabei in zwei Lager zu teilen. Die einen warnen vor einem realen Suchtrisiko und seinen Folgen. Die anderen halten schon den Begriff „Social-Media-Sucht" für überzogen und sehen darin vor allem die Neuauflage einer alten Medienpanik. Schließlich hätten neue Medien immer wieder Ängste ausgelöst, besonders dann, wenn junge Menschen sie begeistert nutzten.[01]

Die Angst, dass ein neues Medium seine Nutzer in den Bann zieht, ist älter als das Smartphone. Schon im 18. Jahrhundert sorgte die wachsende Lust am Lesen für Unruhe. Vor allem Romane standen unter Verdacht. Kritiker fürchteten, junge Menschen könnten sich in ihren Geschichten verlieren, stundenlang lesen und darüber Schlaf, Pflichten und soziale Kontakte vernachlässigen. Die Lektüre, so die Sorge, beanspruche nicht nur immer mehr Zeit, sondern könne auch Gefühle aufwühlen, falsche Vorstellungen nähren und die Ordnung gefährden. Was Menschen lasen und welche Ideen dadurch in Umlauf kamen, schien sich zunehmend der Kontrolle moralischer und politischer Instanzen zu entziehen.[02] Aus heutiger Sicht klingt manches daran erstaunlich vertraut. Wenn schon das Lesen einst als gefährliche Leidenschaft galt, dann stellt sich die Frage: Erleben wir mit der Angst vor Tiktok und Instagram nur die nächste Medienpanik – oder ist diesmal wirklich etwas grundlegend anders?

Tatsächlich sollte man sich nicht darauf ausruhen, dass frühere Warnungen heutzutage mitunter überzogen wirken, und so aktuelle Risiken verharmlosen. Die Vorwürfe gegen Tiktok, Instagram und Co. mögen als Aktualisierung der einst gegen den Roman erhobenen Verdächtigung erscheinen, Leser zu Gewalt, sexueller Freizügigkeit oder politisch und moralisch gefährlichen Ideen zu verführen. Doch es kommt nicht nur auf die Inhalte selbst und die mit ihnen assoziierten Gefahren an, sondern auch auf den Zugang und den Konsum. Denn anders als ein Buch, das im Regal steht und darauf wartet, gelesen zu werden, stellen die Plattformen kein rein passives Angebot dar. Ihre Systeme beobachten fortlaufend, was Nutzer anklicken, ansehen, liken oder teilen. Auf dieser Grundlage entscheiden sie, was als Nächstes erscheint. Wer auf extreme oder verstörende Inhalte reagiert, kann so immer wieder mit Ähnlichem konfrontiert werden – etwa mit Gewaltverherrlichung, extremistischen Botschaften oder Darstellungen von Selbstverletzung.

Zugleich sind die Plattformen soziale Räume. Neben der technischen Auswahl der Inhalte beeinflusst auch die soziale Verstärkung, wie häufig, wie lange und in welchem Umfeld Menschen ihnen ausgesetzt sind. Jugendliche beobachten, was andere gutheißen, suchen Anerkennung, vergleichen sich und wollen dazugehören. Soziale Medien sind zu wichtigen Räumen der Sozialisation geworden. Hier begegnen Jugendliche politischen Deutungen und gesellschaftlichen Konflikten, entwickeln Vorstellungen davon, was normal, erstrebenswert oder akzeptabel ist. Die Plattformen gewinnen dadurch erheblichen Einfluss auf die Bedingungen, unter denen sich Einstellungen, Werte und politische Orientierungen herausbilden. Ihre Empfehlungssysteme wirken damit bereits in einer frühen Phase po-

litischer Sozialisation. Sie haben Einfluss darauf, was junge Menschen sehen, welche Deutungen ihnen wiederholt begegnen und wie sie Vorstellungen von sich selbst und von der Gesellschaft entwickeln. Diese Verschiebung lässt sich als eine neue Form digitaler Sozialisation verstehen. Familie, Schule und Freundeskreis verschwinden nicht, aber Plattformen, Influencer und Algorithmen wirken zunehmend daran mit, was sichtbar wird, was Anerkennung findet und was als normal erscheint.[03]

Gerade deshalb greift der historische Vergleich mit der „Lesesucht" nur bedingt. Er erinnert daran, wie schnell Gesellschaften neue Medien und die Begeisterung junger Menschen für sie zum Problem erklären. Er entbindet aber nicht von der Frage, welche Risiken soziale Medien unter heutigen technischen und sozialen Bedingungen mit sich bringen, welche Inhalte von Plattformen verstärkt werden und wie psychische und soziale Belastungen entstehen. Zwischen der Behauptung einer „süchtigen Generation" und der beruhigenden Diagnose einer bloßen Medienpanik liegt deshalb die Frage: Wann wird aus alltäglichem Scrollen eine Nutzung, die Menschen nicht mehr selbst kontrollieren können – und warum trifft das manche stärker als andere?

SÜCHTIG – SAGT WER?

Kontrollverlust, Entzugserscheinungen, Toleranzentwicklung – wer Debatten zu sozialen Medien und Handynutzung verfolgt, begegnet schnell dem Vokabular der Suchtmedizin. In Befragungen berichten Jugendliche von Schwierigkeiten, ihre Nutzung zu begrenzen, von der Vernachlässigung anderer Tätigkeiten oder von Unruhe, wenn soziale Medien nicht verfügbar sind. Wie verbreitet solche Erfahrungen sind, hängt allerdings auch davon ab, wie sie erfasst werden.[04] Doch die Krankheit, die damit vermeintlich beschrieben wird, gibt es als eigenständige medizinische Diagnose bislang nicht. Weder die Internationale Klassifikation der Krankheiten der Weltgesundheitsorganisation WHO (ICD-11) noch das in der Psychiatrie maßgebliche amerikanische DSM-5-TR zur Klassifikation von psychiatrischen Krankheiten führen „Social-Media-Sucht" als eigenständige Störung. Die WHO hat mit der Gaming Disorder zwar eine Verhaltenssucht anerkannt, bei der keine Substanz konsumiert wird.[05] Für soziale Medien fehlt aber eine vergleichbare Klassifikation.

Wissenschaftler haben bereits vor Jahren begonnen, Messinstrumente zu entwickeln, um solche suchtähnlichen Nutzungsmuster zu erfassen. Doch diese Instrumente beruhen auf unterschiedlichen Definitionen, stellen verschiedene Fragen, ziehen jeweils andere Grenzen – und führen letztlich in der Forschung zu sehr abweichenden Einschätzungen darüber, welcher Konsum überhaupt als problematisch und wer als suchtgefährdet gilt. Entsprechend weit liegen auch die ermittelten Anteile auseinander. Studien zur Social-Media-Sucht kamen je nach Klassifikationsverfahren in den Jahren vor 2021 auf geschätzte Anteile Betroffener von 5 bis 25 Prozent.[06] Forscher, die hingegen eine problematische Smartphone-Nutzung mit der sogenannten Smartphone Addiction Scale erfassen, berichten teilweise noch deutlich höhere Werte und stufen teils über 67,5 Prozent der befragten Studierenden als süchtig ein.[07] Wie groß das Problem erscheint, hängt also auch davon ab, welches Messinstrument gewählt wird, welche Fragen gestellt werden und wo Forscher die Schwelle zum Risikofall ziehen.

Das klingt nach langweiligen Methodendetails. Doch an ihnen entscheidet sich, welches Problem am Ende sichtbar wird. Denn bevor Forscher messen können, müssen sie sich darüber einigen, was gemessen werden kann und soll. Ist die Unruhe,

01 Vgl. Amy Orben, The Sisyphean Cycle of Technology Panics, in: Perspectives on Psychological Science 5/2020, S. 1143–1157.
02 Vgl. Robert Darnton, The Literary Underground of the Old Regime, Cambridge, MA–London 1982.
03 Vgl. Nina Kolleck, Der Kampf in den Köpfen. Wie TikTok, Instagram & Co unsere Kinder manipulieren, Berlin 2026.
04 Vgl. Simon Schnetzer/Kilian Hampel/Nina Kolleck, Trendstudie Jugend in Deutschland 2026. Zukunft unter Druck, Kempten 2026.
05 Vgl. World Health Organization (WHO), Addictive Behaviours: Gaming Disorder, 22. 10. 2020, www.who.int/news-room/questions-and-answers/item/addictive-behaviours-gaming-disorder.
06 Vgl. Cecilia Cheng et al., Prevalence of Social Media Addiction Across 32 Nations: Meta-Analysis with Subgroup Analysis of Classification Schemes and Cultural Values, in: Addictive Behaviors 117/2021, Art. 106845.
07 Vgl. Raghad Alharbi/Alaa Ibrahim/Turki Abualait, Smartphone Usage in Young Adults: Cross-Sectional Associations with Physical Activity, Sleep, Social Isolation, Academic Achievement, and Anxiety, in: Frontiers in Psychiatry 16/2025, https://doi.org/10.3389/fpsyt.2025.1722523; Schnetzer/Hampel/Kolleck (Anm. 4).

wenn das Smartphone zu Hause liegt, schon eine Entzugserscheinung? Handelt es sich bereits um Toleranzentwicklung, wenn jemand immer länger scrollt? Und ist der Griff zu Instagram nach einem schlechten Tag bereits ein Symptom oder schlicht eine Form der Ablenkung? Was bei Alkohol oder anderen Substanzen vergleichsweise klar erscheint, wird bei alltäglichen digitalen Praktiken schnell unscharf. Diese Unschärfe steckt in vielen Messinstrumenten. Ein Beispiel ist die sogenannte Social Media Disorder Scale, die die Kriterien für Computerspielsucht auf soziale Medien überträgt. Sie fragt unter anderem nach Kontrollverlust, Entzug, erfolglosen Versuchen aufzuhören, der Verdrängung anderer Aktivitäten und Konflikten.[08] Die Smartphone Addiction Scale wiederum setzt am Smartphone an und erfasst unter anderem Beeinträchtigungen des Alltags, Entzug, übermäßige Nutzung und Toleranz.[09] Schon damit stellt sich eine Frage, die erstaunlich schwer zu beantworten ist: Was soll hier eigentlich süchtig machen? Das Gerät, die Plattform oder das, was Menschen dort tun und erleben?

Der Suchtforscher Mark Griffiths hat dieses Problem am Begriff der „Facebook Addiction" verdeutlicht und darauf hingewiesen, dass Menschen die Plattform völlig unterschiedlich nutzen. Sie kommunizieren mit Freunden, spielen, betrachten Bilder oder suchen Informationen.[10] Wer all das unter einer Plattformabhängigkeit zusammenfasst, verwechselt womöglich den Ort eines Verhaltens mit dem Verhalten selbst. Beim Smartphone wird das Problem noch offensichtlicher. Dasselbe Gerät dient für Tiktok und Instagram ebenso wie für Instant Messaging, Navigation, Musik, Schule oder den Kontakt zur Familie. Wenn wir eine Sucht klassifizieren, strukturieren wir unseren Blick auf das Verhalten und bestimmen mit über das Ergebnis: wie viele Menschen als betroffen gelten, welche Gruppen als besonders gefährdet erscheinen und wie groß der politische Handlungsdruck wird. In diesem Sinne ist auch die Vermessung von Sucht eine Machtfrage.

08 Vgl. Regina J. J. M. van den Eijnden/Jeroen S. Lemmens/Patti M. Valkenburg, The Social Media Disorder Scale, in: Computers in Human Behavior 61/2016, S. 478–487.
09 Vgl. Min Kwon et al., The Smartphone Addiction Scale: Development and Validation of a Short Version for Adolescents, in: PLOS ONE 12/2013, Art. e83558.
10 Vgl. Mark D. Griffiths, Facebook Addiction: Concerns, Criticism, and Recommendations – A Response to Andreassen and Colleagues, in: Psychological Reports 2/2012, S. 518–520.

Doch die Unschärfe der Messung macht das Problem nicht weniger real. Denn schon heute zeigt sich, dass es vielen Nutzern schwerfällt, sich der Sogwirkung digitaler Plattformen zu entziehen. Warum gelingt es manchen Jugendlichen, ihr Nutzungsverhalten zu begrenzen, während andere zunehmend die Kontrolle darüber verlieren? Um das nachvollziehen zu können, darf man nicht ausschließlich auf die Individuen und ihre Willenskraft schauen und damit die Verantwortung wieder bei den Nutzern oder ihren Eltern abladen. Wenden wir uns also im nächsten Schritt der anderen Seite des Bildschirms zu: den Plattformen selbst.

DER SOG IST KEIN ZUFALL

Ein Buch endet. Ein Tiktok-Feed nicht. Früher oder später kommt im Buch die letzte Seite, ein Kapitel schließt, und auch eine TV-Sendung ist irgendwann vorbei. Soziale Medien haben solche natürlichen Haltepunkte weitgehend abgeschafft. Ist ein Video zu Ende, läuft es oft noch einmal von vorn. Zum nächsten Video genügt eine kurze Wischbewegung. Ein klarer Anlass, die App zu schließen, fehlt. Push-Nachrichten holen die Plattform zurück ins Bewusstsein, obwohl das Smartphone längst in der Tasche steckt. Aufhören müssen Nutzer aktiv, aber das Weitermachen geschieht von ganz allein. Dazu tragen Infinite Scroll, Autoplay, Empfehlungen und Benachrichtigungen bei, die in der Forschung als Elemente eines Persuasive Design diskutiert werden, da sie Aufmerksamkeit binden und die Nutzungsdauer verlängern.

Hinzu kommt, dass Tiktok, Instagram oder Youtube nicht allen Nutzern dasselbe Programm zeigen. Zu sehen ist auch kein repräsentativer Querschnitt dessen, was gepostet wird. Empfehlungssysteme analysieren fortlaufend das Verhalten der Nutzer. Was wird angeklickt, angesehen oder übersprungen? Wo bleibt jemand hängen? Was wird gelikt, geteilt oder kommentiert? Aus diesen Spuren entsteht ein immer stärker personalisierter Strom von Inhalten. Das System entscheidet immer wieder neu, welcher Inhalt als Nächstes die größte Chance hat, die Aufmerksamkeit zu halten. Dahinter steht ein handfester ökonomischer Anreiz: Je länger Menschen bleiben und je häufiger sie zurückkehren, desto mehr Gelegenheiten entstehen für Interaktion, Datenerhebung, Werbung oder andere Formen der Mo-

netarisierung. Aufmerksamkeit besitzt für Plattformen wirtschaftlichen Wert. Sie konkurrieren mit ihren Nutzern um Minuten und Stunden ihres Lebens. Es ist die wohl zentralste Ressource, die uns zur Verfügung steht: Zeit.

WO DER SOG ANSETZT

Warum schauen wir doch noch einmal nach, obwohl wir das Smartphone gerade erst weglegen wollten? Warum interessiert uns, wer auf eine Nachricht reagiert, ein Foto gelikt oder einen Beitrag gesehen hat? Die Antwort beginnt nicht beim Algorithmus. Sie beginnt bei uns. Menschen wollen dazugehören. Sie wollen erleben, dass sie etwas können und mit ihrem Handeln etwas bewirken. Und sie wollen selbst entscheiden können, was sie tun. Die Psychologen Edward Deci und Richard Ryan bezeichnen diese drei psychologischen Grundbedürfnisse als soziale Eingebundenheit, Kompetenz und Autonomie. Werden sie erfüllt, fühlen wir uns eher verbunden, handlungsfähig und selbstbestimmt. Werden sie dauerhaft frustriert, kann das Wohlbefinden leiden.[11]

Soziale Medien treffen damit auf Bedürfnisse, die lange vor ihnen existierten. Sie haben sie nicht erfunden. Aber sie schaffen neue Möglichkeiten, sie zu erfüllen. Menschen können durch sie Beziehungen pflegen, sich ausdrücken, Resonanz erfahren und erleben, dass das eigene Handeln andere erreicht. Auch die Entscheidung darüber, wem wir folgen, was wir posten oder welcher Community wir uns anschließen, kann Selbstbestimmung vermitteln. Das erklärt einen Teil der enormen Attraktivität sozialer Medien.

Gleichzeitig können soziale Medien genau jenes Bedürfnis nach Bindung verletzen, das sie zu erfüllen versprechen. Diese Verletzungen müssen nicht immer durch einen großen Bruch verursacht werden, wenn zum Beispiel der Kontakt zu einer wichtigen Bezugsperson abreißt. Häufig handelt es sich um kleine, oft beiläufige Verluste von Aufmerksamkeit, Nähe und Resonanz, die ich als „Mikrobrüche“ bezeichne.[12] Eine Nachricht bleibt unbeantwortet, jemand wird aus einem Gruppenchat ausgeschlossen oder beim Ghosting ohne Erklärung aus einer Beziehung zurückgewiesen. Auch kleine Kränkungen und Demütigungen im Chat können sich einprägen. Der einzelne Moment erscheint vielleicht belanglos, in der Summe können solche Erfahrungen jedoch das Gefühl berühren, gesehen zu werden und dazuzugehören.

Im Jugendalter hat diese Dynamik besonderes Gewicht. Freundschaften verändern sich, Jugendliche lösen sich stärker vom Elternhaus, probieren Rollen aus und suchen ihren Platz unter Gleichaltrigen. Wer bin ich? Wo gehöre ich dazu? Wie sehen mich die anderen? Fragen wie diese werden wichtiger – und in den sozialen Medien lassen sich Antworten darauf scheinbar jederzeit abrufen. Ein Like kann Anerkennung vermitteln, eine Nachricht Nähe, eine hohe Zahl an Views das Gefühl, gesehen zu werden. Doch solche Rückmeldungen sind flüchtig. Schon im nächsten Moment ist wieder offen, was passiert: Hat noch jemand reagiert? Warum antwortet die Freundin nicht? Wie kommt das nächste Foto an? Die Plattform bietet damit nicht nur soziale Rückmeldungen. Sie hält auch die Erwartung auf die nächste wach. Und die könnte jederzeit eintreffen – beim nächsten Blick auf das Smartphone.

Hinzu kommt, dass Plattformen sozialer Anerkennung eine neue Form geben. Ein anerkennender Blick auf dem Schulhof bleibt meist auf die unmittelbar Beteiligten beschränkt und lässt sich später kaum nachvollziehen. Auf Instagram oder Tiktok bekommt Resonanz Zahlen: 38 Likes, 700 Views, 2000 Follower. Zustimmung wird gespeichert, Popularität sichtbar, Reichweite vergleichbar. Wer viel Resonanz erhält, sieht es. Wer wenig bekommt, ebenfalls. Was früher oft nur gespürt oder vermutet werden konnte, steht nun auf dem Display. So wird ein Teil der sozialen Resonanz messbar und mit den Rückmeldungen vergleichbar, die andere erhalten.

Auch das Bedürfnis nach Autonomie gerät in einen Widerspruch. Kaum ein Medium vermittelt so viel Wahlfreiheit. Nutzer können selbst entscheiden, wem sie folgen, wann sie weiter wischen, wo sie hängen bleiben und wann sie die App schließen. Welche Inhalte überhaupt zur Auswahl stehen, bestimmen Nutzer allerdings nur teilweise selbst. Empfehlungssysteme haben längst vorsortiert, welche Videos, Personen und Themen auf dem Bildschirm erscheinen. Je

11 Vgl. Richard M. Ryan/Edward L. Deci, Self-Determination Theory and the Facilitation of Intrinsic Motivation, Social Development, and Well-Being, in: American Psychologist 1/2000, S. 68–78.

12 Vgl. Nina Kolleck, Die TikTok-Demokratie: Solidarität und Spaltung im Sekundentakt, 16.7.2026, efbi.de/blog-details/die-tiktok-demokratie-solidaritaet-und-spaltung-im-sekundentakt.html; dies. (Anm. 3).

mehr sie über bisheriges Verhalten lernen, desto genauer können sie antizipieren, was die Aufmerksamkeit am wahrscheinlichsten aufrechterhält. Aus subjektiv freien Einzelentscheidungen entsteht so eine Nutzung in einer Umgebung, die fortwährend auf die einzelne Person zugeschnitten wird.

Als Erklärung für die Effektivität dieser Systeme kursiert in den Debatten über soziale Medien die Vorstellung, ein Like löse ähnlich wie eine Droge einen „Dopamin-Kick" aus und deshalb könnten wir irgendwann nicht mehr aufhören. Ganz so einfach ist es nicht. Dopamin ist zunächst einmal keine Droge, sondern ein körpereigener Botenstoff im Gehirn. Er ist unter anderem daran beteiligt, wie wir lernen, Belohnungen erwarten und uns motivieren.[13] Auch wenn wir essen, Sport treiben oder Anerkennung erfahren, arbeitet dieses System. Drogen wie Heroin sind dagegen eine von außen zugeführte Substanz, die in das körpereigene Opioidsystem eingreift und darüber auch das Dopaminsystem stark beeinflussen kann. Dass Dopamin in beiden Fällen eine Rolle spielt, bedeutet noch nicht, dass Likes und Heroin auf dieselbe Weise wirken oder dieselben Suchtrisiken bergen.

Auch soziale Rückmeldungen wie Likes sind für die Belohnungsverarbeitung relevant. Studien zeigen, dass sie mit der Aktivität von Hirnregionen zusammenhängen, die an sozialer Bewertung und Belohnungsverarbeitung beteiligt sind.[14] Das bedeutet allerdings nicht, dass jedes Like einen „Dopamin-Kick" auslöst. Viele Studien untersuchen mit bildgebenden Verfahren zwar, welche Hirnregionen auf soziale Rückmeldungen reagieren, sie messen aber nicht direkt, ob und wie viel Dopamin dabei ausgeschüttet wird.[15] Die populäre Gleichung „Like = Dopaminschub = Sucht" behauptet damit mehr, als die Forschung bislang zeigen kann. Die Geschichte greift jedoch noch aus einem anderen Grund zu kurz. Ein Like bedeutet uns deshalb etwas, weil jemand reagiert und unsere psychischen Grundbedürfnisse angesprochen werden. Jemand hat uns gesehen, zugestimmt oder Aufmerksamkeit geschenkt. Damit führt die vermeintlich rein neurobiologische Erklärung zurück zu dem Punkt, an dem der Sog begonnen hat, nämlich zu unserer Sehnsucht nach Anerkennung, Zugehörigkeit und der Frage, wie andere uns sehen.

Doch Likes wirken nicht nur auf diejenigen, die sie bekommen. Sie senden auch eine Botschaft an alle, die zusehen. Was kommt bei Nutzern an, was wird bewundert und was zählt? Welche Körper bekommen besonders viele Likes? Welche Lebensstile erzeugen Reichweite? Welche Meinungen werden geteilt, welches Verhalten belohnt? So wird aus einem Like mehr als eine persönliche Rückmeldung. Es wird zu einem sozialen Signal. Und wenn bestimmte Bilder, Lebensstile oder Positionen immer wieder mit Aufmerksamkeit belohnt werden, können sie als besonders attraktiv, erfolgreich und irgendwann normal erscheinen.

WAS VERPASSE ICH GERADE?

Was machen die anderen gerade? Haben sie sich verabredet, ohne mich zu fragen? Sprechen sie über etwas, von dem ich nichts weiß? Gibt es ein Foto, einen Streit, einen Witz, den morgen alle kennen, nur ich nicht? Heute können Posts, Storys und Nachrichten Hinweise darauf liefern. Doch sie zeigen immer nur Ausschnitte. Auch digitale Räume sind nicht allen gleichermaßen zugänglich. Wer bestimmte Apps nicht nutzt, nur begrenzt online sein kann oder keinen Zugang zu einer privaten Gruppe hat, bekommt vieles nicht mit. Ein Blick aufs Smartphone kann deshalb eine Frage beantworten und zugleich neue aufwerfen. Neu ist, dass sich die Antwort heute jederzeit überprüfen lässt. Oft genügt ein Griff zum Smartphone, um von einer Party zu erfahren, zu der man nicht eingeladen wurde.

Das Smartphone schafft damit einen Widerspruch, den es in dieser Form vorher nicht gab. Noch nie konnten Jugendliche so leicht erfahren, was ihre Freunde gerade tun, und noch nie konnten sie so leicht überprüfen, ob sie etwas verpassen. Ein Blick aufs Display kann die Ungewissheit beenden, aber das hält nur für den Moment. Denn schon kurz darauf kann die nächste Nachricht eintreffen, ein neues Foto auftauchen, eine

13 Vgl. Wolfram Schultz, Dopamine Reward Prediction-Error Signalling: A Two-Component Response, in: Nature Reviews Neuroscience 3/2016, S. 183–195.

14 Vgl. Madison M. Hannapel/Minella Aghajani, Neuroscientific Approaches to Adolescent Social Media Use: A Review of Neural Correlates and Potential Associations to Social Media Behaviors, in: Journal of Neurophysiology 5/2025, S. 1406–1409.

15 Vgl. Christian Montag et al., Unlocking the Brain Secrets of Social Media Through Neuroscience, in: Trends in Cognitive Sciences 12/2023, S. 1102–1104.

neue Verabredung entstehen. Bei vielen entsteht so das Gefühl, jederzeit nachsehen zu müssen, was gerade geschieht. Für diese Sorge hat sich ein neuer Begriff etabliert: *fear of missing out*, kurz FOMO. Damit gemeint ist die Befürchtung, dass andere gerade etwas erleben, erfahren oder besprechen, von dem wir selbst ausgeschlossen sind. Dahinter steht eine soziale Frage, die gerade im Jugendalter besonders drängend werden kann: Bin ich noch dabei oder werde ich ausgeschlossen? Freundschaften verändern sich schnell, Gruppen bilden sich neu, Zugehörigkeit muss immer wieder ausgehandelt werden. Und vieles davon geschieht heute auch auf dem Smartphone. Wer nicht online ist, könnte verpassen, was in der eigenen sozialen Welt gerade passiert.

Aber was kommt zuerst? Greifen Jugendliche häufiger zum Smartphone, weil sie Angst haben, etwas zu verpassen? Oder wächst diese Angst erst durch die Nutzung sozialer Medien? Um das herauszufinden, haben die Autoren einer 2024 veröffentlichten Studie 1419 Jugendliche über vier Jahre begleitet. Dabei zeigte sich in der mittleren Jugendphase, dass bei den Probanden mit der Zunahme der Angst, etwas zu verpassen, später auch die problematische Social-Media-Nutzung anstieg. Umgekehrt fanden die Forschenden diesen Effekt nicht.[16] Damit bekommt der wiederholte Griff zum Smartphone eine andere Bedeutung. Es muss gar nichts bimmeln oder aufleuchten. Schon die Frage, ob etwas passiert sein könnte, kann ein Grund sein, wieder nachzusehen.

Das heißt nicht, dass alle Jugendlichen diesem Sog gleichermaßen ausgesetzt sind. Dieselbe Situation kann je nach Person völlig unterschiedlich wirken. Für die eine ist eine unbeantwortete Nachricht kaum der Rede wert. Für den anderen beginnt das Grübeln: Warum antworten sie nicht? Habe ich etwas falsch gemacht? Ein Foto von einer Party ist für manche einfach ein Foto. Für Jugendliche, die sich ohnehin ausgeschlossen fühlen, kann es dagegen eine schmerzhafte Botschaft transportieren: Die anderen sind zusammen – und ich bin nicht dabei.

Diese individuell abweichende Anfälligkeit zeigt, warum sich die Frage nach der Gefährlichkeit sozialer Medien so schwer pauschal beantworten lässt. Was den einen kaum berührt, kann den anderen immer wieder zurück auf die Plattform ziehen. Nicht jeder Like bedeutet gleich viel, nicht jede ausbleibende Nachricht löst dieselbe Reaktion aus, nicht jeder Feed trifft auf dieselben Voraussetzungen. Damit verschiebt sich die entscheidende Frage. Es geht nicht mehr nur darum, was Plattformen tun oder wie viel Zeit Jugendliche dort verbringen. Es geht darum, was passiert, wenn ihre Mechanismen auf unterschiedliche Menschen, Bedürfnisse und Lebenssituationen treffen.

KORRELATION ODER KAUSALITÄT?

Drei Stunden auf Tiktok sind noch keine Sucht. Wenn Jugendliche ihre Nutzung nicht mehr steuern können und zugleich andere Bereiche ihres Lebens darunter leiden, verändert sich die Lage. Dass diese Unterscheidung mehr ist als Wortklauberei, zeigt unter anderem eine umfassende Forschungsübersicht aus dem Jahr 2024, in der die Ergebnisse zahlreicher Studien systematisch zusammengeführt und ausgewertet wurden. Dabei zeigte sich, dass die bloße Nutzung sozialer Medien nur schwach mit Depressionen und Ängsten zusammenhängt. Bei problematischer Nutzung waren die Zusammenhänge deutlicher. Sie ging häufiger mit Depressionen, Ängsten und Schlafproblemen sowie einem geringeren Wohlbefinden einher.[17]

Der Befund beschreibt zunächst eine Korrelation: Problematische Nutzung und psychische Belastungen treten häufig gemeinsam auf. Daraus lässt sich noch keine Kausalität, also eine Ursache-Wirkungs-Beziehung, ableiten. Macht die Nutzung Jugendliche ängstlicher oder depressiver? Oder fällt es gerade Jugendlichen, denen es ohnehin schlecht geht, schwerer, das Smartphone wegzulegen? Wer nachts nicht schlafen kann, kann wegen Tiktok wach liegen – oder Tiktok öffnen, weil er ohnehin nicht schlafen kann. Möglich ist auch, dass sich beides gegenseitig verstärkt. Ob und in welche Richtung ein ursächlicher Zusammenhang besteht, lässt sich aus dem gemeinsamen Auftreten allein nicht bestimmen.

16 Vgl. Yan-Yu Li et al., The Bidirectional Relationships Between Fear of Missing Out, Problematic Social Media Use and Adolescents' Well-Being: A Random Intercept Cross-Lagged Panel Model, in: Computers in Human Behavior 154/2024, Art. 108160.

17 Vgl. Oli Ahmed et al., Social Media Use, Mental Health and Sleep: A Systematic Review with Meta-Analyses, in: Journal of Affective Disorders 367/2024, S. 701–712.

WER TRÄGT DIE VERANTWORTUNG?

Den Zugang zu sozialen Medien erst ab einem bestimmten Alter zuzulassen, klingt für viele nach einer naheliegenden Lösung. Australien etwa sperrt soziale Netzwerke für unter 16-Jährige, auch in vielen europäischen Ländern werden Altersgrenzen diskutiert. Frankreichs Präsident Emmanuel Macron war damit jedoch nicht erfolgreich und ist mit seinem Versuch gescheitert, soziale Medien für unter 15-Jährige zu verbieten. In Deutschland plädiert Bundesfamilienministerin Karin Prien für eine Grenze von 13 Jahren.

Doch so einfach ist es mit einer Lösung der beschriebenen Herausforderungen nicht. Altersgrenzen werden schnell zum Katz-und-Maus-Spiel, wenn Jugendliche ihr Alter manipulieren, andere Zugänge finden oder wenn bei einem Verbot schnell neue Plattformen aus dem Boden sprießen. Und selbst wenn die Kontrolle funktionieren würde, bliebe die Frage: Was ändert sich am Tag des 13., 15. oder 16. Geburtstags? Vor allem aber verschiebt die Frage nach dem Einstiegsalter die Verantwortung weg von den Plattformen und hin zu den Nutzern. Dabei hat die Europäische Union mit dem Digital Services Act (DSA) bereits versucht, die Plattformen in die Verantwortung zu nehmen. Für Minderjährige gelten besondere Schutzpflichten. Die Europäische Kommission empfiehlt etwa, Autoplay und Push-Nachrichten standardmäßig abzuschalten. 2026 kam sie vorläufig zu dem Schluss, dass die „suchterzeugenden Designs“ von Tiktok, Instagram und Facebook gegen den DSA verstoßen.[18]

Auch die Datenschutz-Grundverordnung (DSGVO) setzt Grenzen, indem sie bestimmt, unter welchen Bedingungen Plattformen personenbezogene Daten verarbeiten dürfen; Kinder genießen dabei besonderen Schutz. Warum aber bleiben solche Regeln bislang oft hinter ihrem Anspruch zurück? Warum ziehen Verstöße nicht schneller spürbare Konsequenzen nach sich? Und warum reden wir so viel darüber, ob Jugendliche ihre Nutzung kontrollieren können, aber so wenig darüber, die Plattformen wirksam in die Verantwortung zu nehmen?

Solange darüber gestritten wird, ob Kinder mit 13, 15 oder 16 Jahren Tiktok nutzen dürfen, droht das eigentliche Problem aus dem Blick zu geraten. Maßnahmen müssen dort ansetzen, wo die Anreize für eine möglichst lange Nutzung entstehen. Die Plattformen müssen Verantwortung für die Gestaltung ihrer Angebote übernehmen; der Verweis auf die Selbstkontrolle der Nutzer reicht nicht aus. Das verändert auch den Blick auf die „Social-Media-Sucht“. Über die Frage, ob und wann problematische Nutzung medizinisch als Sucht klassifiziert werden sollte, gibt es in der Wissenschaft bislang keinen Konsens. Dass Plattformen um unsere Aufmerksamkeit konkurrieren und Bedingungen schaffen, die das Aufhören erschweren, ist hingegen kaum umstritten. Wer also lediglich bei der Selbstkontrolle der Nutzer ansetzt, greift folglich zu kurz.

Die Vorstellung einer ganzen „süchtigen Generation“ ist alarmistisch. Die Gefahr des Kontrollverlusts ist jedoch real. Und die Verantwortung dafür lässt sich nicht an Kinder, Eltern und Schulen delegieren. Die Funktionsweisen der Plattformen und die Regeln, denen sie unterworfen sind, sind nicht in Stein gemeißelt. Sie wurden von Menschen hervorgebracht, und sie können von Menschen auch wieder verändert werden.

18 Vgl. Europäische Kommission, Commission Preliminarily Finds TikTok's Addictive Design in Breach of the Digital Services Act, 6.2.2026, digital-strategy.ec.europa.eu/en/news/commission-preliminarily-finds-tiktoks-addictive-design-breach-digital-services-act; dies., Commission Preliminarily Finds the Addictive Design of Instagram and Facebook in Breach of the Digital Services Act, 10.7.2026, digital-strategy.ec.europa.eu/en/news/commission-preliminarily-finds-addictive-design-instagram-and-facebook-breach-digital-services-act.

NINA KOLLECK
ist Professorin für Erziehungs- und Sozialisationstheorie an der Universität Potsdam.

ZUR DEBATTE UM EIN SOCIAL-MEDIA-VERBOT

Frauke Rostalski

Im Leben vieler junger Menschen spielen soziale Medien eine große Rolle.[01] Eine Längsschnittstudie des Deutschen Zentrums für Suchtfragen des Kindes- und Jugendalters ergab, dass Kinder und Jugendliche werktags durchschnittlich 146 Minuten und am Wochenende durchschnittlich 201 Minuten mit sozialen Medien verbringen.[02]

Die Plattformen eröffnen Kommunikationsräume, die vorher kaum vorstellbar waren. Sie überwinden mühelos vormalige Grenzen räumlicher Distanz. So entstehen digitale Räume der Gemeinschaft und der Resonanz – mit all den Vorzügen, aber auch den Schattenseiten, die dies nach sich zieht. Gerade Letztere, die Risiken von Social Media, haben zuletzt die öffentliche Debatte in Deutschland geprägt. Gesundheitsrisiken, Risiken für die (sexuelle) Selbstbestimmung, Suchtrisiken – sie alle gehen mit der Nutzung sozialer Medien einher und haben daher die Frage in den Fokus gerückt, ob ein Social-Media-Verbot für bestimmte Altersgruppen ein angemessenes gesellschaftliches Risikomanagement bedeutet.

Auf europäischer Ebene wurde unterdessen der KIDS Act vorgeschlagen.[03] Dieser sieht vor, dass Social-Media-Plattformen ihre Dienste für Kinder unter 13 Jahren nicht zugänglich machen dürfen. Zudem soll ein EU-weites Mindestalter von 15 Jahren für die Eröffnung eines eigenen Social-Media-Kontos durch Minderjährige festgelegt werden. Der KIDS Act würde außerdem die Beweislast umkehren, da die Anbieter nachweisen müssten, dass ihre Dienste altersgerecht und inhärent sicher („safe by design“) sind. Doch ist ein Verbot tatsächlich der richtige Weg? Nicht nur der Deutsche Ethikrat hat hieran Zweifel angemeldet.[04] Im Folgenden werden die Gründe für und wider ein Verbot diskutiert. Dabei soll der Blick auf die Risiken, die mit der Nutzung von Social Media einhergehen, auf das Gesamtfeld Digitalisierung geweitet werden.

RISIKEN VON SOCIAL MEDIA

Die Nutzung von Social Media birgt gerade für junge Menschen erhebliche Risiken.[05] In den Fokus rückt dabei die individuelle Selbstbestimmung der Nutzer. Soziale Medien werden als Anwendungen so gestaltet, dass sie die Aufmerksamkeit der Nutzer möglichst umfassend in Anspruch nehmen und auf diese Weise die Verweildauer maximieren.[06] Dies geschieht beispielsweise durch den Einsatz personalisierter Empfehlungen, das Abspielen von Endlos-Feeds oder psychologische Belohnungsmechanismen wie Likes oder virtuelle Gewinne. Die Beeinflussung von Menschen, die sich noch in der Entwicklung befinden, gelingt auf diese Weise besonders effektiv. Grund dafür ist, dass dieser Personenkreis in der Regel noch keine vollumfänglich ausgebildete Fähigkeit zur Selbstbestimmung und -regulierung besitzt. Das macht ihn in besonderer Weise empfänglich für äußere Einflüsse.[07] Zudem reagieren junge Menschen unter anderem aufgrund der noch nicht abgeschlossenen Reifung des präfrontalen Kortexes oftmals impulsiv und ohne Berücksichtigung etwaiger langfristiger Konsequenzen.[08] In der Gesamtschau weisen sie spezifische Vulnerabilitäten auf, die sie besonders empfänglich für die Beeinflussung durch soziale Medien machen.

Beeinträchtigungen der individuellen Selbstbestimmung können wiederum in Abhängigkeit von der konkreten Ausgestaltung der Techniken und Inhalte nachteilige Folgen für weitere Grundrechte der Nutzer zeitigen. Dies betrifft in erster Linie das Risiko, eine gesundheitsgefährdende Abhängigkeit zu entwickeln, die nicht nur den Alltag der jungen Menschen massiv beeinflussen, sondern darüber hinaus auch deren geistig-sittliche Entwicklung hemmen beziehungsweise stören kann.[09] So kann die seelische Gesundheit junger Menschen erheblich beeinträchtigt werden, wenn sie mit Inhalten konfrontiert werden, die ihrem Alter nicht angemessen sind oder eine starke psy-

chische Belastung darstellen. Das gilt insbesondere für sexualbezogene oder gewaltverherrlichende Darstellungen, deren Rezeption bei Kindern und Jugendlichen besondere Risiken begründet. Hinzu kommt, dass eine exzessive Nutzung sozialer Medien nach dem derzeitigen Stand der einschlägigen Forschung mit einer erhöhten Häufigkeit depressiver Symptome in Zusammenhang steht. Hierzu zählen unter anderem Schlafstörungen sowie das Auftreten verschiedener Ängste.[10]

Soziale Medien bieten auch vielfältige Gelegenheiten für die Begehung von Straftaten zulasten junger Menschen, insbesondere mit Blick auf deren sexuelle Selbstbestimmung. Entsprechende Plattformen können etwa von pädophil veranlagten Erwachsenen dazu genutzt werden, um – oftmals unter Vorspiegelung einer falschen Identität – sexualbezogene Kontakte zu jungen Menschen aufzubauen.[11] Letztere sind aufgrund ihres Alters und der damit einhergehenden Unerfahrenheit häufig nicht in der Lage, entsprechende Anbahnungsversuche angemessen einzuordnen, und geraten infolgedessen unter Umständen in besonders gefährliche Situationen. Auch im Übrigen besteht eine erhöhte Gefahr, durch Erwachsene oder andere junge Menschen mittels übermittelter Inhalte wie (Sprach-)Nachrichten, Fotos oder Videos sexuell belästigt zu werden. Dass es im digitalen Raum vermehrt zu – häufig sogar strafbaren – Grenzüberschreitungen kommt, ist nicht zuletzt auf die spezifischen Modalitäten seiner Ausgestaltung zurückzuführen: Die (vermeintliche) Anonymität, das Ausbleiben einer unmittelbaren Konfrontation mit dem Gegenüber und die aufgrund der häufigen Konsequenzlosigkeit bestehende Annahme, es handele sich faktisch um einen rechtsfreien Raum, begünstigen die Bereitschaft zu sozialschädlichem Verhalten.[12]

Dies zeigt sich unter anderem in der zu beobachtenden Verrohung des Diskurses in sozialen Medien: Insbesondere vulnerable Personengruppen wie etwa queere Menschen, Menschen mit Behinderung oder mit Migrationsgeschichte sind zunehmend gruppenbezogenen Herabwürdigungen ausgesetzt. Diese haben weitreichende Folgen, die über die individuelle Ehrverletzung hinausgehen: Sie beeinträchtigen sowohl die individuelle Meinungsfreiheit der unmittelbar Betroffenen als auch die kollektive Meinungsfreiheit der mittelbar Betroffenen, die aus Sorge vor einer erneuten Viktimisierung beziehungsweise vergleichbaren Erfahrungen davor zurückschrecken, sich (erneut) an einem öffentlichen Austausch zu beteiligen (sogenannte Silencing-Effekte).[13]

01 Vgl. Elisabeth Staksrud/Sonia Livingstone/Kjartan Ólafsson, Use, Views and Worries on Age Bans on Social Media: Responses from 29169 Children in 19 European Countries, 2026, https://doi.org/10.21953/researchonline.lse.ac.uk.00138705.

02 Vgl. Kerstin Paschke et al., Zwischen Fortnite, TikTok und ChatGPT: Mediennutzung, Risiken und neue Nutzungstrends bei Kindern und Jugendlichen in Deutschland. Ergebnisbericht 2025/2026, o. O. 2026, S. 13, abrufbar unter: www.dak.de/mediensucht. Teilnehmende der Studie waren Kinder und Jugendliche im Alter von 10 bis 17 Jahren.

03 Vgl. Europäische Kommission, EU Kids Act, COM (2026) 681 final, 17. 9. 2026, www.eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX%3A52026PC0681.

04 Vgl. Deutscher Ethikrat, Schutz, Teilhabe und Befähigung von Kindern und Jugendlichen in der digitalen Welt, Ad-hoc-Stellungnahme vom 11. 6. 2026, Berlin, S. 37 f., S. 73 f., www.ethikrat.org/publikationen/stellungnahmen/kinder-und-jugendliche-in-der-digitalen-welt.

05 Vgl. ebd., S. 22–24; Julia Brailovskaia et al., Soziale Medien und die psychische Gesundheit von Kindern und Jugendlichen, Nationale Akademie der Wissenschaften Leopoldina, Diskussion 40/2025, www.leopoldina.org/fileadmin/Daten/Publikationen/Dokumente/2025_Diskussionspapier_Soziale_Medien.pdf.

06 Vgl. Christian Montag/Simon Hegelich, Understanding Detrimental Aspects of Social Media Use: Will the Real Culprits Please Stand Up?, in: Frontiers in Sociology 5/2020, Art. 599270, https://doi.org/10.3389/fsoc.2020.599270.

07 Vgl. Eveline A. Crone/Elly A. Konijn, Media Use and Brain Development During Adolescence, in: Nature Communications 9/2018, Art. 588, https://doi.org/10.1038/s41467-018-03126-x.

08 Vgl. Kerstin Konrad/Christine Firk/Peter J. Uhlhaas, Brain Development During Adolescence. Neuroscientific Insights Into This Developmental Period, in: Deutsches Ärzteblatt International 25/2013, S. 425–431.

09 Vgl. Kerstin Paschke/Maria Isabella Austermann/Rainer Thomasius, ICD-11-Based Assessment of Social Media Use Disorder in Adolescents: Development and Validation of the Social Media Use Disorder Scale for Adolescents, in: Frontiers in Psychiatry 12/2021, Art. 661483, https://doi.org/10.3389/fpsyt.2021.661483.

10 Vgl. Paschke et al. (Anm. 2); Brailovskaia et al. (Anm. 5).

11 Vgl. Landesanstalt für Medien NRW (Hrsg.), Kinder und Jugendliche als Opfer von Cybergrooming. Zentrale Ergebnisse der 4. Befragungswelle 2024, Düsseldorf 2024.

12 Vgl. vertiefend zu den Charakteristika von Cybercrime Bernd-Dieter Meier, Kriminologie und Internet: ein ungeklärtes Verhältnis, in: ders./Susanne Beck/Carsten Momsen (Hrsg.), Cybercrime und Cyberinvestigations. Neue Herausforderungen der Digitalisierung für Strafrecht, Strafprozessrecht und Kriminologie, Baden-Baden 2015, S. 93–118.

13 Vgl. Frauke Rostalski/Erik Weiss, Strafrechtlicher Umgang mit gruppenbezogenen Herabwürdigungen unter besonderer Berücksichtigung des § 192a StGB, in: Kriminalpolitische Zeitschrift (KriPoZ) 3/2023, S. 199–210, hier S. 200 f.; Thomas Hestermann/Elisa Hoven/Michael Autenrieth, „Eine Bombe, und alles ist wieder in Ordnung": Eine Analyse von Hasskommentaren auf den Facebook-Seiten reichweitenstarker deutscher Medien, in: KriPoZ 4/2021, S. 204–214, hier S. 205.

Eine bislang vergleichsweise wenig beachtete Folge der Nutzung sozialer Medien liegt in der möglichen Verfestigung bestehender sozialer Ungleichheiten: Die dargestellten Risiken für junge Menschen machen hinreichende Schutzvorkehrungen und Interventionen erforderlich, um Beeinträchtigungen ihrer Entwicklung möglichst frühzeitig entgegenzuwirken. Dabei ist davon auszugehen, dass sozioökonomisch besser gestellte Eltern eher über die erforderlichen zeitlichen, kognitiven und emotionalen Ressourcen verfügen, entsprechende Maßnahmen zu ergreifen. Eltern aus sozioökonomisch schwächeren Verhältnissen verfügen demgegenüber möglicherweise weder über ausreichende Kenntnisse der bestehenden Gefahren noch über die zeitlichen Kapazitäten, sich eingehend mit diesen und ihrer Begrenzung auseinanderzusetzen, da sie vorrangig mit der Versorgung ihrer Familien und den damit verbundenen finanziellen Belastungen beschäftigt sind.[14]

Schließlich stellt auch die zunehmende Verbreitung sogenannter Fake News, also unwahrer Tatsachenbehauptungen in sozialen Medien, eine Gefahr für das demokratische Gemeinwesen als Ganzes dar: Als „Marktplatz der Ideen" ist Demokratie darauf angewiesen, dass gesellschaftliche Aushandlungsprozesse auf einer zumindest im Wesentlichen geteilten Tatsachengrundlage beruhen. Wird diese Grundlage verzerrt oder gehen die Vorstellungen der Bürger hierüber erheblich auseinander, erschwert dies die politische Verständigung und birgt die Gefahr, dass Entscheidungen hervorgebracht werden, die den (objektiven) Interessen der Gesellschaft zuwiderlaufen.[15]

FREIHEITSERWEITERUNGEN DURCH SOCIAL MEDIA

Dabei geht Social Media nicht bloß mit Risiken einher. Grundsätzlich bedeutet die Möglichkeit, soziale Medien zu nutzen, einen Zugewinn an individueller Freiheit.[16] Dies gilt im besonderen Maße für die in Artikel 5 Absatz 1 Satz 1 GG verbürgte Informationsfreiheit, die jedem das Recht einräumt, sich aus allgemein zugänglichen Quellen ungehindert zu unterrichten. Über Social Media werden Nachrichten aus aller Welt geteilt und dies in einer Geschwindigkeit, die die klassischen Medien und deren Onlinedienste nicht selten überholt. Zwar finden sich darunter auch Falschinformationen, was im Zeitalter von Deepfakes besondere Herausforderungen aufwirft.[17] Dies lässt den grundsätzlichen freiheitsrelevanten Nutzen sozialer Medien für die Verbreitung zutreffender Informationen jedoch unberührt.

Soziale Medien bieten Räume zur Entfaltung von Meinungsfreiheit.[18] Dabei verfügen sie über ein besonderes Beteiligungspotenzial, das weit über die Möglichkeiten klassischer Medien hinausgeht. Durch eigene Äußerungen gelingt es, ohne größeren Aufwand und weltweit in Kontakt mit anderen zu treten und so dem freien Austausch von Gedanken und Ideen eine digitale Form zu verleihen. Diese Praxis darf in ihrer Bedeutung nicht unterschätzt werden. Soziale Medien sind – trotz bestehender Hindernisse durch rüde Umgangsformen – mehr und mehr zu einem „digitalen Marktplatz der Ideen" geworden, sie werden von vielen Menschen zum Austausch genutzt, was nicht zuletzt mit der Anonymität zusammenhängt, die die Plattformen in der Regel ermöglichen.[19] Denn nicht jeder möchte seine Meinung unter seinem Klarnamen äußern, sondern sucht hierfür einen geschützten Raum. Grundsätzlich fallen auch sozialethisch zu missbilligende Äußerungen, die gemeinhin als Hass und Hetze bezeichnet werden, unter den Schutz der Meinungsfreiheit. Strafbar sind sie nur unter den engen Voraussetzungen etwa der Volksverhetzung gemäß § 130 Strafgesetzbuch (StGB)

14 Vgl. Pengfei Zhao/Natalie N. Bazarova/Natercia Valle, Digital Parenting Divides. The Role of Parental Capital and Digital Parenting Readiness in Parental Digital Mediation, in: Journal of Computer-Mediated Communication 5/2023, Art. zmad032, S. 1–13, hier S. 9–11, https://doi.org/10.1093/jcmc/zmad032; Jessica L. Navarro/Michealine Jensen, Styles of Digital Parental Mediation: A Multi-Group Person-Centered Approach, in: Journal of Child and Family Studies 2/2026, S. 481–501, hier S. 497.

15 Vgl. vertiefend zu dem Begriff Fake News und den einschlägigen Gefahren Michelle Duda/Alison Evans/Frauke Rostalski, Fake News mit Social Bots bekämpfen?, in: Zeitschrift für Digitalisierung und Recht 4/2024, S. 365–390, hier S. 366–370.

16 Vgl. Deutscher Ethikrat (Anm. 4), S. 29f.; ders., Mensch und Maschine – Herausforderungen durch Künstliche Intelligenz, Stellungnahme vom 20.3.2023, Berlin, S. 264–273.

17 Vgl. Deutscher Ethikrat (Anm. 4), S. 21, S. 24, S. 78f.

18 Vgl. Christoph Wagner, Kommunikation in sozialen Medien und Grundrechte – Zur Drittwirkung der Meinungsfreiheit und Ausgestaltung einer dienenden Medienfreiheit, in: Zeitschrift für Urheber- und Medienrecht 12/2022, S. 861–869; Berit Völzmann, Freiheit und Grenzen digitaler Kommunikation, in: Multimedia und Recht 8/2021, S. 619–624, hier S. 620.

19 Zur Bedeutung der Anonymität in einer liberalen Demokratie siehe Jens Kersten, Anonymität in der liberalen Demokratie, in: Juristische Schulung 3/2017, S. 193–203.

und der Ehrdelikte gemäß §§ 185 ff. StGB. Dies trägt der Ultima-Ratio-Funktion des Strafrechts als „schärfstem Schwert des Staates" Rechnung.[20] Der Verrohung des Diskurses darf mit *straf*rechtlichen Mitteln demnach lediglich maßvoll begegnet werden.[21]

Als weiterer Freiheitsgewinn durch Social Media ist nicht zu vergessen, dass die Plattformen Bildungsinhalte vermitteln. Videos etwa, die schulischen Lernstoff enthalten, werden vielfach aufgerufen und genutzt.[22] Und auch über diesen Bereich hinaus gelingt es sozialen Medien, Bildungsinhalte an Menschen zu vermitteln.[23] Sie ermöglichen damit insgesamt gesellschaftliche Teilhabe. In der analogen Welt bestehen mitunter Barrieren, die im digitalen Raum keine Entsprechung finden. Soziale Medien können die Freiheitssphäre insbesondere jener erweitern, die andernorts auf entsprechende Grenzen stoßen. Dies gilt auch für die politische und gesellschaftliche Teilhabe.[24]

VERBOT ALS RICHTIGE ANTWORT?

Angesichts der nicht zu unterschätzenden Freiheitsgewinne, die soziale Medien mit sich bringen, stellt sich die Frage, ob Verbote die richtige Antwort auf die mit den Plattformen ebenfalls einhergehenden Risiken darstellen. Verbote sind grundsätzlich besonders eingriffsintensive staatliche Maßnahmen. Sie bedürfen daher in besonderem Maße der verfassungsrechtlichen Rechtfertigung. In einem freiheitlichen Rechtsstaat ist insbesondere der Grundsatz der Verhältnismäßigkeit zu wahren. Ein staatlicher Grundrechtseingriff ist danach nur gerechtfertigt, wenn er erstens einem legitimen Zweck dient, zweitens zur Erreichung dieses Zwecks geeignet ist, drittens unter mehreren gleichermaßen geeigneten Mitteln das mildeste und damit erforderliche Mittel darstellt und viertens nach umfassender Abwägung unter Orientierung am Prinzip des wesentlich überwiegenden Interesses als angemessen anzusehen ist.[25]

Ein Verbot von Social Media für bestimmte Altersgruppen diente dem Schutz von Jugendlichen vor diversen Risiken. Hierbei handelt es sich zweifelsohne um einen legitimen Zweck. Erste Fragen wirft aber die Ebene der Geeignetheit auf. Provoziert werden sie nicht zuletzt durch einen Blick ins Ausland. Während Deutschland und die meisten Länder Europas sich im Hinblick auf ein Social-Media-Verbot noch im Entscheidungsfindungsprozess befinden, gilt ein solches in Australien bereits seit einiger Zeit.[26] Erste Evaluationen der Wirksamkeit der Maßnahme fallen allerdings uneindeutig aus.[27] Für eine seriöse Einschätzung langfristiger Effekte bedarf es freilich eines längeren Evaluationszeitraums. Gleichwohl hat sich bereits gezeigt, dass das Verbot in der Praxis häufig und ohne größeren Aufwand umgangen werden kann.[28] Dies stellt die Eignung eines Verbots zum Schutz von Kindern und Jugendlichen vor den mit sozialen Medien verbundenen Risiken infrage. Soll dieses gleichwohl als geeignete Maßnahme angesehen werden können, bedarf es daher wirksamerer Vorkehrungen gegen eine Umgehung des Verbots. In Betracht kommen insbesondere verbesserte Verfahren zur Altersverifikation,

20 Vgl. hierzu mit Blick auf § 188 StGB Elisa Hoven/Frauke Rostalski, Beleidigungen von Politikern: Zur Notwendigkeit einer Neujustierung des strafrechtlichen Schutzes, in: Goltdammer's Archiv für Strafrecht 8/2025, S. 421–440, hier S. 428–433.

21 Vgl. zu der kritikwürdigen Ausweitung der Strafverfolgungspraxis mit Blick auf § 188 StGB und ihrer rechtlichen Einordnung ebd., S. 426–428, sowie speziell mit Blick auf § 140 StGB Erik Weiss/Frauke Rostalski, § 140 StGB im Spiegel obergerichtlicher Rechtsprechung: Schutz oder Gefährdung des öffentlichen Friedens?, in: KriPoZ 4/2026, S. 257–266.

22 Siehe etwa Rat für Kulturelle Bildung e. V. (Hrsg.), Jugend/YouTube/Kulturelle Bildung. Horizont 2019, Essen 2019, S. 7 f.

23 Vgl. Nicola Döring/Stephan Lehmann/Claudia Schumann-Doermer, Verhütung auf YouTube, Instagram und TikTok. Eine Inhalts- und Qualitätsanalyse, in: Bundesgesundheitsblatt 66/2023, S. 990–999.

24 Vgl. Dagmar Hoffmann, Zur (Geschlechts-)Identitätskonstruktion in sozialen Medien, in: BzKJAKTUELL 3/2023, S. 5–10, hier S. 7–9; Shelley L. Craig et al., Can Social Media Participation Enhance LGBTQ+ Youth Well-Being? Development of the Social Media Benefits Scale, in: Social Media + Society 1/2023, https://doi.org/10.1177/2056305121988931.

25 Allgemein zum Verhältnismäßigkeitsgrundsatz etwa Michael Sachs/Christian von Coelln, in: Christian von Coelln/Thomas Mann (Hrsg.), Sachs-GG. Grundgesetz Kommentar, 10. Aufl., München 2024, Art. 20 Rn. 145 ff. m. w. N.

26 Der Online Safety Amendment (Social Media Minimum Age) Act 2024 ist am 10. 12. 2025 in Kraft getreten.

27 Vgl. bspw. Sebastian Meineck, Australien zieht Bilanz. Fünf erste Lehren aus dem Social-Media-Verbot, 6. 8. 2026, www.netzpolitik.org/2026/australien-zieht-bilanz.

28 Vgl. Courtney Barnes et al., Assessing Early Effects of Australia's Social Media Minimum Age Act on Adolescents' Social Media Use: Observational Study, in: BMJ 2026, Art. e363695, https://doi.org/10.1136/bmj-2026-363695; Social-Media-Verbot: Jugendliche in Australien umgehen Altersbeschränkungen, 26. 6. 2026, www.aerzteblatt.de/news/-13e017f5-309a-4489-8576-b5e87a86dbc6.

die sich nicht ohne Weiteres umgehen lassen. Die Europäische Kommission setzt im Rahmen ihres Vorschlags eines KIDS Acts insoweit beispielsweise auf eine verpflichtende Verifikation über die individualisierte und datenschutzkonform ausgestaltete digitale Brieftasche EUDI-Wallet. Den berechtigten Belangen der Bürger hinsichtlich des Schutzes ihres Rechts auf informationelle Selbstbestimmung wird dabei Rechnung getragen, indem die Übermittlung der Informationen auf das erforderliche Maß beschränkt wird. Im vorliegenden Zusammenhang würde folglich lediglich die Überschreitung einer bestimmten Altersgrenze bestätigt, nicht hingegen das konkrete Geburtsdatum, der Name oder die Anschrift der betreffenden Person offengelegt.[29]

Doch ist ein Verbot wirklich erforderlich – gibt es nicht weniger eingriffsintensive Mittel, um die damit verfolgten Wirkungen zu erzielen? Oder vielleicht sogar wirksamere? So fällt auf, dass Altersgrenzen für die Nutzung von Social Media am schwächsten Glied in der Kette ansetzen: am einzelnen Jugendlichen. Weil er als Nutzer den Risiken durch Social Media ausgesetzt ist, soll ihm die Nutzung untersagt werden. Der Ansatz lässt außer Acht, durch wen die Risiken maßgeblich verursacht werden. Denn in der Tat lassen sich bestimmte Faktoren, die Risiken für Nutzer bergen, auf anderem Wege und sogar effektiver in den Griff bekommen. Hierzu zählen unter anderem der Ausschluss abhängigkeitsfördernder Algorithmen, die Begrenzung der Nutzungsdauer sowie Pflichten zum Schutz vor unerwünschten Kontakten. Die Anknüpfung an die Plattformbetreiber selbst erscheint auch insoweit sachgerecht, als die vorgesehenen Schutzvorkehrungen sämtliche jungen Menschen gleichermaßen erreichen würden und damit zugleich der Gefahr einer Verfestigung sozialer Ungleichheit entgegengewirkt wird.

Ähnlich lässt sich im Zusammenhang mit den Risiken des Cybergroomings, also der gezielten, internetbasierten Kontaktierung Minderjähriger zwecks Anbahnung sexueller Kontakte und anderer Formen der (sexuellen) Belästigung von Kindern und Jugendlichen im digitalen Raum argumentieren. Das Risiko geht hier klar von denjenigen aus, die entsprechende Übergriffe auf Kinder und Jugendliche verüben. Wiederum wäre es wirksamer, an der Quelle des Übels anzusetzen, anstatt jüngeren Menschen den Zugang zu untersagen, solange ein Verbot grundsätzlich noch umgangen werden kann (und ganz ausschließen lassen wird sich dies selbst bei besonders guter Technik nie). Der Entwurf eines KIDS Acts sieht insoweit beispielsweise vor, Profile und Inhalte Minderjähriger nicht mehr öffentlich sichtbar zu machen, die Geolokalisierung ihrer Profile zu deaktivieren und Direktnachrichten von unbekannten Kontakten an Minderjährige ohne deren vorherige Zustimmung zu unterbinden. Ergänzend erscheint es auf gesamtgesellschaftlicher Ebene sinnvoll, sowohl Eltern als auch junge Menschen für die mit der Nutzung sozialer Medien verbundenen Gefahren zu sensibilisieren, um ihre Fähigkeit zu stärken, entsprechende Risiken zu erkennen und angemessen mit ihnen umzugehen.

Zuletzt stellen sich Fragen der Angemessenheit im Hinblick auf ein mögliches Social-Media-Verbot für Kinder und Jugendliche. Zwar wiegen die Risiken, die mit sozialen Medien einhergehen, schwer, was grundsätzlich weitgehende Freiheitseingriffe rechtfertigt. Zumal Jugendschutz auch in anderen gesellschaftlichen Bereichen eine besondere Eingriffstiefe legitimiert, was sich als Wertung auf die digitale Welt übertragen lässt. Gleichwohl haben gesellschaftliche Teilhabe und freie Meinungsäußerung, die durch soziale Medien ermöglicht werden, für sich genommen ein besonderes Gewicht. Gerade junge Menschen sind in den allermeisten Lebensbereichen auf andere, Erwachsene, angewiesen, um ihre Interessen verfolgen zu können. Der digitale Raum verschafft ihnen eine Souveränität, die sie sonst nicht hätten. Insbesondere vulnerable beziehungsweise marginalisierte Gruppen nutzen diese Freiheit, um zumindest im digitalen Raum zueinander zu finden – was ihnen als junge Menschen sonst nicht immer möglich wäre.[30]

Dasselbe gilt für die Informationsfreiheit: Soziale Medien ermöglichen einen Zugang zu individuell wie gesellschaftlich relevanten Informationen, wie ihn die meisten jungen Menschen sonst nicht hätten. Auch diese Freiheit ist von hoher Bedeutung. Nicht zuletzt die Möglichkeit, sich selbst offen zu äußern und dies gegenüber einem größeren Personenkreis, ist für die meisten, zumal jungen Menschen allein in sozialen Medien geboten.

29 Vgl. zum EUDI-Wallet www.eudi-wallet.gov.de/app.

30 Siehe dazu auch schon Bundesministerium für Bildung, Familie, Senioren, Frauen und Jugend (Hrsg.), Unabhängige Expertenkommission „Kinder- und Jugendschutz in der digitalen Welt", Berlin 2026, hier S. 38 f.

Die Meinungsfreiheit ist eines der zentralen Güter einer freiheitlich verfassten Demokratie. Die Einübung einer diskursiven Praxis sollte bestenfalls schon in jungen Jahren gelingen. Freilich bestehen insoweit gegenwärtig Hindernisse, die in der Ausgestaltung der sozialen Medien und unzureichenden Vorkehrungen etwa gegenüber Falschnachrichten zu sehen sind. Um das freiheitsfördernde Potenzial sozialer Medien dennoch ausschöpfen zu können, bedarf es daher einer gesamtgesellschaftlichen Strategie zur Begrenzung der dargestellten Gefahren für den demokratischen Diskurs. Trotz dieser Verzerrungen und Erschwernisse bleiben soziale Medien ein Raum, in dem der Einzelne seine Meinung kundtun kann. Zugleich gerät er auf diese Weise in Kontakt mit Andersdenkenden, was seine Fähigkeit schult, die eigene Position kritisch zu hinterfragen beziehungsweise gegen Kritik diskursiv zu verteidigen. Soweit es gelingt, der Verrohung des Diskurses und der Entstehung von Filterblasen wirksam und mit Augenmaß im Rahmen der verfassungsrechtlichen Grenzen entgegenzuwirken, können sich soziale Medien daher sogar als meinungsfreiheitsförderndes Instrument erweisen.

Es bleibt abzuwarten, wie sich die Debatte um mögliche Altersbegrenzungen von Social Media weiterdreht. Ein Verbot weist legitimatorische Schwächen auf, vorzugswürdig erscheint in jedem Fall eine Regulierung, die bei den Betreibern der Plattformen ansetzt. Diesen sollten Pflichten hinsichtlich der Ausgestaltung von Algorithmen auferlegt werden, wie sie etwa im Entwurf eines KIDS Acts vorgesehen sind.

GEFAHREN EINER BEGRENZTEN DEBATTE

Unabhängig davon, ob letztlich auch in Deutschland ein Social-Media-Verbot für bestimmte Altersgruppen kommt, erscheint die Begrenztheit der Debatte für sich genommen als Risiko. Social Media *ist* ein Risiko für Kinder und Jugendliche, es ist im Grunde auch ein Risiko für die meisten Erwachsenen, die oftmals ihrerseits wenig Souveränität im Umgang mit sozialen Medien aufweisen.[31] Doch Social Media ist allenfalls ein kleiner Ausschnitt aus dem Risikofeld, in dem wir uns hier bewegen. Es lautet: Digitalisierung.

Die Digitalisierung birgt große Chancen für die Menschen, sie schafft nicht bloß mehr Bequemlichkeiten, sondern trägt dazu bei, dass in vielen Lebensbereichen signifikante Verbesserungen gerade auch im Hinblick auf die Gesundheit, die Redefreiheit und andere Freiheitsrechte gelingen.[32] Das sollte aber nicht davon abhalten, die Risiken einer kritischen Würdigung zu unterziehen, die insgesamt mit dem Fortschritt auf dem Gebiet der Digitalisierung einhergehen. Um abschließend nur einige zu nennen:

Digitale Endgeräte trennen Menschen, selbst wenn sie zusammensitzen. Das lässt sich nicht gesetzlich regeln, berührt aber unser gesellschaftliches Selbstverständnis. Wie viel gemeinsame Zeit wir der digitalen Selbstbespiegelung opfern, muss jeder selbst entscheiden. Eltern sollten sich fragen, was sie ihren Kindern vorleben – und sich daran erinnern, wie schön eine Kindheit ohne solche Störquellen sein konnte.

Auch im Zusammenhang mit Schule und Bildung scheint derzeit echtes Problembewusstsein in Bezug auf den Einsatz von digitalen Medien zu fehlen. Länder wie Schweden und Dänemark, die frühzeitig auf den Digitalisierungszug in Sachen Bildung aufgesprungen sind, rudern vehement zurück – Tablets wurden wieder durch Bücher, Stift und Papier ersetzt.[33] In Deutschland stecken wir stattdessen nach wie vor in dem Irrglauben fest, es brauche nur mehr Tablets, um die Schüler in den internationalen Bildungstests wieder aufs Treppchen zu heben.

Zuletzt hat die gebotene gesellschaftliche Debatte darüber noch gar nicht angefangen, in welchem Umfang Künstliche Intelligenz (KI), die über Nacht nahezu sämtliche Lebensbereiche erobert hat, überhaupt eine sinnvolle Ergänzung unseres täglichen Lebens ist. Aus Studien wissen wir, dass insbesondere die Fähigkeit zu kritischem Denken infolge der Nutzung von Künstli-

31 Vgl. René Arnold, Schwer wegzuwischen: Problematische Online-Nutzungsmuster in Deutschland. Verbraucherverhalten, Risiken und politische Hebel für gesündere Online-Gewohnheiten. Research Brief in Zusammenarbeit mit YouGov Deutschland, Macromedia University 2025.

32 Vgl. Larry Diamond, Liberation Technology, in: Journal of Democracy 3/2010, S. 69–83.

33 Vgl. Maxi Beigang, Weniger Tablets. Skandinavien bekämpft seine Bildungskrise, in: Tagesspiegel, 23.8.2025, S. 8; Karolinska Institutet, Entscheidung über den Vorschlag für eine nationale Digitalisierungsstrategie für das Schulsystem 2023–2027 (deutsche Übersetzung), Stockholm, 28.4.2023, abrufbar unter https://skjp.psychologie.ch/storage/images/634/48hUkWfnDzGXkMtL.pdf.

cher Intelligenz signifikant nachlässt.[34] Wie kann es da sein, dass der Einsatz von KI in den Schulen als Teil einer gelungenen Digitalisierungsstrategie in der Bildung gepriesen wird? Von den Jüngeren einmal abgesehen: Im Zentrum eines freiheitlichen Rechtsstaats steht der mündige Bürger.[35] Wenn Künstliche Intelligenz die kritische Urteilskraft gefährdet: Weshalb wird nicht offen darüber nachgedacht, wie diese Fähigkeit erhalten werden kann, während die Künstliche Intelligenz wie eine Welle über unseren Köpfen zusammenschlägt? Immer wieder wird zwar über Horrorszenarien gesprochen, wonach KI eines Tages die Menschheit vernichten könnte, indem sie Krieg gegen sie führt.[36] Dabei müssen sich derartige Schauergeschichten mit Gänsehautgarantie gar nicht bewahrheiten, um die Künstliche Intelligenz zu einer ernstzunehmenden Herausforderung für freiheitliche Gesellschaften zu machen: Geht Letzteren der mündige Bürger verloren, ist dies Grund genug, um sich Sorgen zu machen.[37] Hieran knüpft die Frage nach der staatlichen Intervention im Bereich von Social Media an: Der staatliche Schutz in sozialen Medien richtet sich bislang vor allem an Minderjährige; Erwachsenen wird ein selbstbestimmter Umgang mit den Risiken zugetraut. Schwächt KI jedoch kritisches Denken, ist diese Annahme zu überprüfen. Schutzmaßnahmen sollten auch Erwachsene einbeziehen, ohne sie zu entmündigen. Dafür müssen KI-spezifische Gefahren erkannt und wirksam begrenzt werden.

34 Vgl. Michael Gerlich, AI Tools in Society: Impacts on Cognitive Offloading and the Future of Critical Thinking, in: Societies 1/2025, https://doi.org/10.3390/soc15010006; Nataliya Kosmyna et al., Your Brain on ChatGPT: Accumulation of Cognitive Debt When Using an AI Assistant for Essay Writing Task (Preprint), https://doi.org/10.48550/arXiv.2506.08872.
35 So etwa auch schon Annika Bünzel, Die strafrechtliche Resonanz auf Verhaltensnormverstöße und deren Folgen. Zur Legitimation konkret-individueller Sanktionsnormen und deren Bildung im freiheitlichen Rechtsstaat, Berlin 2024, S. 24, S. 56.
36 Hierzu etwa Dan Hendrycks/Mantas Mazeika/Thomas Woodside, An Overview of Catastrophic AI Risks, 2023, https://doi.org/10.48550/arXiv.2306.12001, S. 34–42.
37 Siehe hierzu bereits Frauke Rostalski/Erik Weiss, Wenn die KI uns das eigenständige Denken abnimmt, 13.4.2026, www.welt.de/debatte/article69b7f840fc05063917a4d3ad.

FRAUKE ROSTALSKI
ist Inhaberin des Lehrstuhls für Strafrecht, Strafprozessrecht, Rechtsphilosophie und Rechtsvergleichung an der Universität zu Köln und Publizistin. Seit 2020 ist sie zudem Mitglied des Deutschen Ethikrats.

Schon gehört?
Die APuZ gibt es auch als Podcast!

bpb.de/
apuz-podcast



SCHICHTEN DER MACHT

Der Social-Media-Stack der Tech-Bros

Felix Maschewski · Anna-Verena Nosthoff

Seitdem die australische Regierung Ende 2025 ein flächendeckendes Social-Media-Verbot für unter 16-Jährige verhängt hat, ist die Diskussion über dessen Sinn und Unsinn nicht abgeebbt – auch hierzulande nicht. Viele Vertreter:innen insbesondere der Mitteparteien halten eine grundlegende Intervention für notwendig: zu süchtigmachend die Algorithmen, zu gravierend die psychischen Folgen eines exzessiven Social-Media-Konsums, zu hoch das Radikalisierungsrisiko.

Wenige Monate nach Inkrafttreten des Verbots in Australien brachte eine erste Erhebung jedoch ernüchternde Ergebnisse zutage: Wie die dortige Behörde eSafety feststellte, nutzten mehr als 80 Prozent der Jugendlichen die Dienste weiter. Die Beschränkungen waren kinderleicht zu umgehen, zumal die Compliance der Konzerne in Sachen Altersverifikationskontrollen zu wünschen übrig ließ.[01] Auch rechtliche Hürden – in Frankreich etwa wurde Emmanuel Macrons konsensfähiger Vorstoß zu einem Verbot vom Verfassungsrat kassiert – dämmen die Anfangseuphorie in Kreisen der Verbotsbefürworter.[02] Seither illustriert der australische Fall ein grundlegendes Dilemma der Social-Media-Regulierung, auf das auch Forschende im Rahmen der Verbotsdebatte vehement hingewiesen hatten:[03] Die bloße Beschränkung des Zugangs wird der Komplexität eines mittlerweile jahrzehntelang gewachsenen Problems nicht umfassend gerecht.

Immer evidenter ist stattdessen, dass die Frage nach dem Umgang mit den Problemen sozialer Netzwerke – ebenso wie die derzeit verstärkt wahrnehmbare Tendenz zum Autoritarismus im Silicon Valley – auf die generelle Macht von Big Tech verweist, die an sich und umfassend zu adressieren wäre. Wer sich nur auf die Regulierung der Zugänglichkeit kapriziert, nimmt erstens die verantwortlichen (Problem-)Instanzen, also die großen Firmen hinter den Netzwerken wie Meta oder X, nicht ausreichend in den Blick – und verschiebt so indirekt die Verantwortung vom Verursacher auf die Betroffenen. Zweitens ist zu betonen, dass sich die von Social-Media-Unternehmen ausgehende Macht keineswegs nur auf die Plattformen und die auf ihnen stattfindenden Diskurse beschränkt. Vielmehr zeigt sich, dass insbesondere in einem Zeitalter großer Sprachmodelle (Large Language Models, LLMs), KI-Agenten und annoncierter Superintelligenzen ein infrastrukturell mehrschichtiger Komplex – ein „Stack"[04] – formativ für die Machtkonzentration von Social-Media-Konzernen ist. Es ist daher sinnvoll, nicht allein von Social-Media-Plattformen, sondern vielmehr von „Social-Media-Stacks" zu sprechen.

DER SOCIAL-MEDIA-STACK

Dem Social-Media-Stack ist nicht nur die kommunikative Schicht des bloßen Social-Media-Interface zuzuordnen, sondern auch das, was man „physische Konnektivitätsschicht" oder „Komputisierungsschicht" nennen könnte und eine Sammlung von Technologien beschreibt, die innerhalb einer Software miteinander verbunden sind. Dies lässt sich schon ganz oberflächlich anhand unterschiedlicher Konzerninfrastrukturen illustrieren: Zu Mark Zuckerbergs Meta etwa gehören nicht nur sozialmediale Datenlieferanten wie Facebook oder Whatsapp, sondern auch Meta AI, das die LLMs Llama und mittlerweile Muse trainiert und entwickelt, sowie die dahinter operierenden Infrastrukturen, die von Rechenzentren bis zu hauseigenen Unterseekabel- und Glasfasernetzen reichen. Elon Musks Social-Media-Plattform X ist kaum ohne das Weltraumunternehmen SpaceX, das Satelliteninternet Starlink oder das KI-Subunternehmen SpaceXAI samt seines riesigen KI-Rechenzentrumsclusters denkbar. Ähnlich verhält es sich bei den Konzernen von Jeff Bezos, der ausgehend von Amazon ein vielschichtiges, plattformlogisches Ökosystem aufgebaut hat, das Daten, Inhalte und Nutzerinteraktionen sammelt. Auch Alphabet, der Kon-

zern hinter Google, verfügt mit Youtube nicht nur über eine Social-Media-Plattform, sondern auch über eine Rechenzentrumsinfrastruktur und KI-Dienste. Diese Liste ließe sich fortführen. Sie macht deutlich, dass die einzelnen Unternehmen, ihre Tochter- und Subunternehmen vielschichtige Stacks innerhalb eines größeren digitalkapitalistischen Ganzen bilden. Klar wird auch, dass einzelne Figuren – im Populärdiskurs häufig „Tech-Bros" genannt – dahinter über enormen Einfluss auf die proprietäre Gestaltung des Social-Media-Stacks, seine Prozesse, Verfahren und Infrastrukturen und damit über unsere digitale Gegenwart verfügen.

Die Vielschichtigkeit der unterschiedlichen, sich ähnelnden Konzerngeflechte verweist dabei nicht zuletzt auf den Umstand, dass die jeweiligen Schichten mit eigenständigen Machtformen verbunden sind; dass also nicht nur die Infrastrukturen selbst, sondern auch deren Mächte im Plural gedacht werden müssen. Deutlich wird dies besonders anhand des Social-Media-Stacks des reichsten Mannes der Welt, Elon Musk, beziehungsweise seines unternehmerischen Ökosystems: Dieser Stack steht weniger für eine „muskistische" Besonderheit und Idiosynkrasie,[05] als dass er recht exemplarisch mindestens vier Machtformen vereint, die nicht voneinander isoliert zu lesen sind, sondern vielmehr in Schichten ineinander aufgehen, sich überlappen und wechselseitig potenzieren: diskursive, infrastrukturelle, politische und finanzielle Macht.

DAS BEISPIEL MUSK

Diskursive Macht

Das Unternehmensnetz von X, SpaceX, Starlink und SpaceXAI kann einerseits als exemplarisches Vehikel der Machtkonzentration von Elon Musk gelten, andererseits steht es prototypisch für die Komplexität von Social-Media-Stacks. Unter den genannten Machtformen, die von diesem Stack ausgehen, ist die diskursive Macht die lauteste und grellste, und womöglich ist sie auch diejenige, die öffentlich bislang am stärksten diskutiert wurde. Besonders anschaulich wurde sie im Falle Musks, als dieser den Microblogging-Dienst Twitter, später X, im Oktober 2022 für 44 Milliarden US-Dollar erwarb.

Vor dem Kauf betonte Musk Twitters enormes Potenzial und erklärte, dass er die Plattform nicht aus ökonomischen Motiven übernehme: Es gehe ihm um die Meinungsfreiheit als den „Grundpfeiler einer funktionierenden Demokratie". Die infrastrukturelle Grundlage dafür sehe er in Twitter als „common digital townsquare",[06] auf dem Fragen diskutiert werden, „die für die Zukunft der Menschheit von entscheidender Bedeutung" sind. Sein erster, damals noch Tweet genannter Post lautete: „the bird is freed".[07]

Natürlich waren solche Aussagen von Anfang an mit Vorsicht zu genießen. Nicht allein, weil schon zu diesem Zeitpunkt sichtbar war, dass Musks Auffassung der Meinungsfreiheit stets das Posten von Beleidigungen, Desinformationen und Fakenews beinhaltet, sondern auch, weil er die Plattform vor allem als Lautsprecher für seine eigene Sicht auf die Dinge und seine Agenda verstand; als Modus, Aufmerksamkeit zu kanalisieren und zu binden. Hatte sich der CEO und vormalige Obama-Fan vor allem in der Pandemie von der Partei der Demokraten entfremdet, sich immer wieder gegen die demokratischen Institutionen und ihre Maßnahmen zur Kontaktbeschränkung während der Covid-19-Pandemie ausgesprochen und begonnen, im kulturkämpferischen Gestus gegen die Wokeness (auch der Plattform selbst) zu wettern, erschien es fast folgerichtig, dass Musk Twitter sukzessive „auf rechts" drehte und gegen einen selbstdiagnostizierten „left wing bias"[08] vorging. Als eine der ersten Amtshandlungen kündigte der selbst-

01 Vgl. eSafety Commissioner, Early Days, Early Insights: Understanding Experiences of Social Media Age Restrictions at the Three-Month Follow-up, 2026, www.esafety.gov.au/sites/default/files/2026-08/Early-days-Early-Insights-SMMA-Evaluation-Understanding-experiences-of-social-media-age-restrictions-August2026.pdf.

02 Vgl. Französischer Verfassungsrat kippt Social-Media-Verbot für unter 15-Jährige, 14.8.2026, www.faz.net/-3bquws.

03 Vgl. Forschende für breitere Regulierung, 5.10.2026, https://science.orf.at/stories/3237615.

04 Vgl. Benjamin H. Bratton, The Stack: On Software and Sovereignty, Cambridge, MA 2016.

05 Vgl. Quinn Slobodian/Ben Tarnoff, Muskismus. Aufstieg und Herrschaft eines Technoking, Berlin 2026.

06 Zit. nach Peter Suciu, Experts Weigh In On Musk's Buying Twitter And What It Means For „Free Speech", 25.4.2022, www.forbes.com/sites/petersuciu/2022/04/25/experts-weigh-in-on-musks-buying-twitter-and-what-it-means-for-free-speech (*hier und im Folgenden eig. Übersetzung*).

07 @elonmusk, 28.10.2022, x.com/elonmusk/status/1585841080431321088.

08 @elonmusk, 9.5.2022, x.com/elonmusk/status/1523653429410770945.

erklärte „free speech absolutist“[09] einer Vielzahl von Angestellten – von der Chefetage bis zu den Teams, die Hassrede und Desinformation eindämmen sollten –, um rechte bis rechtsextreme Akteure wie Donald Trump oder Andrew Tate auf der Plattform wieder zu begrüßen – alles im Zeichen der Demokratie und der Meinungsfreiheit. Doch auch jenseits personeller Veränderungen wurde seit Musks Übernahme deutlich, wie der CEO seine Ansichten skalierte, wie er neben den Sichtachsen der plattformeigenen Timelines immer auch gesellschaftliche Diskurse prägte, um sich in einer Zuspitzung der Vermachtung der öffentlich-diskursiven Sphäre zu üben.

Lange konnte man angelehnt an Jürgen Habermas von einem „erneuten Strukturwandel der Öffentlichkeit“[10] sprechen: Soziale Medien hatten eine Entwicklung angestoßen, die uns einerseits unabhängig von massenmedialen Gatekeepern neue Einsichten und Sichtbarkeiten verschafften und so ein neues Sendungsbewusstsein ermöglichten, uns andererseits aber an die kommerziell überformte Öffentlichkeit „weltbeherrschender Digitalkonzerne“[11] band. Elon Musk potenziert und verdichtet diese Entwicklung: Bespielte der Milliardär seine Timeline jahrelang mit einer Melange aus Werbung für seine Unternehmen, abgestandenen Memes und Dad-Jokes, entwickelte sich Musk sukzessive zu einem radikalisierten Troll und seine Plattform zur affektökonomischen Propagandamaschine des rechtsautoritären Spektrums. So veränderte sich mit der Einführung des sogenannten For-You-Feeds im Januar 2023 auch die Oberflächenanmutung von X: Seither werden nicht nur Posts mit Videos und Bildern gegenüber reinem Text priorisiert, sondern auch meinungsstarke Inhalte, die emotionalisieren und Affekte mobilisieren. Da gerade Affekte von Angst bis zum Zorn bekanntlich als Schmiermittel eskalierender Kommunikation auf Social Media wirken, agieren hier vor allem rechtspopulistische bis rechtsextreme Accounts erfolgreich.

Darüber hinaus baute Musk X strukturell auch zu seinem ganz eigenen Sprachrohr um: Mit algorithmischer Programmatik – alles, was Musk postet, wird um den Faktor 1000 favorisiert –[12] und extremen Einstellungen forcierte er die eigene Reichweite und stieg mit weit über 200 Millionen Followern zum meist rezipierten Account der Plattform auf. Was er sagt, wird ganz programmatisch gesehen, wird zum geteilten Thema, auch in anderen Medien. So wird eine Personalisierung beziehungsweise Privatisierung der öffentlichen Sphäre und ihrer Diskurse anschaulich, denen nun ein global ausgerichtetes Publikum folgen kann. Wurde Trump „Tweeter-in-Chief“ genannt, erklärte sich Musk bei der Übernahme der Plattform zum „Chief Twit“, eine Entwicklung, die demokratietheoretisch kaum weniger bedenklich war und extreme Früchte trug.

In Trumpscher Mimesis wirkt Musk besonders seit seiner Parteinahme für die republikanische Partei im US-Präsidentschaftswahlkampf 2024 als eine Art Diskursdisrupter, der sich in einer Mischung aus affektökonomischem Trash-TV und eskalierender Egomanie kontinuierlich in gesellschaftliche Debatten einschaltet, sie geradezu dominiert. So stehen Posts über die Erfolge von SpaceX, Tesla und Co. direkt neben politischer Propaganda, neben mal antiislamischen, mal antisemitischen Aussagen und einem regelrechten Feldzug gegen das sogenannte „woke mind virus“[13] – ein Begriff Musks, der dessen antiwoken Affekte kanalisiert und zu einer weitverbreiteten Kampfvokabel der extremen Rechten geworden ist. So gehört das Pejorativum „woke mind virus“ heute zum rhetorischen Inventar von Politiker:innen wie Ron DeSantis, Nikki Haley oder Tommy Tuberville, wirkt auch über die US-Grenzen hinaus – etwa im via X live gestreamten Gespräch zwischen Alice Weidel und Musk – und unterstreicht, dass der Tech-CEO X als strategisches Medium nutzt, um sich in Diskurse einzuschreiben, diese selbst zu orchestrieren: Souverän ist, wer über das Diskursklima entscheidet.

Vor diesem Hintergrund ist es kaum verwunderlich, dass sich in Musks affektiven Tiraden auf X persönliche Angriffe, Verschwörungstheorien

09 @elonmusk, 5.3.2022, x.com/elonmusk/status/1499976967105433600.

10 Jürgen Habermas, Überlegungen und Hypothesen zu einem erneuten Strukturwandel der politischen Öffentlichkeit, in: Martin Seeliger/Sebastian Sevignani (Hrsg.), Ein neuer Strukturwandel der Öffentlichkeit? Leviathan Sonderband 37, Baden-Baden 2021, S. 470–500.

11 Ebd., S. 488.

12 Vgl. Kari Paul, Elon Musk Reportedly Forced Twitter Algorithm to Boost His Tweets After Super Bowl Flop, 15.2.2023, www.theguardian.com/technology/2023/feb/15/elon-musk-changes-twitter-algorithm-super-bowl-slump-report.

13 Vgl. Felix Maschewski/Anna-Verena Nosthoff, Löschen als Regierungsprogramm. Musks Feldzug gegen das „Woke-Mind-Virus“, in: Blätter für deutsche und internationale Politik 5/2025, S. 97–104.

und unheilvolle Spekulationen mit dezidiertem Lob für illiberale Demokrat:innen, rechtspopulistische bis rechtsextreme Politiker:innen, neoreaktionäre Ideolog:innen und einer damit verbundenen kontinuierlichen Abwertung von Gerichten, Behörden oder liberalen Medien abwechseln.[14] Immer wieder greift der vermögendste Mensch der Welt demokratische Politiker:innen und (Nichtregierungs-)Organisationen an, gibt unter anderem für die AfD Wahlempfehlungen ab, diffamiert Opponenten und wirkt damit tatsächlich als „Chief Amplifier des Autoritarismus".[15]

Neben der Themensetzung und diskursiven Frequenz, in der sich diese Machtform kristallisiert, bestimmt sich X vor allem als ein Medium, das über das *Wie* der Kommunikation im Social-Media-Stack entscheidet. Neben der Priorisierung der Bild- beziehungsweise Memekommunikation wirkt dabei auch die Integration von KI-Chatbots stilbildend. So können Nutzende über den von SpaceXAI entwickelten Chatbot Grok Social-Media-Inhalte generieren lassen und unmittelbar auf X posten. Es handelt sich hierbei um eine Dynamik, die einerseits zu einer weiteren Verwilderung des Diskursklimas führte, unter anderem durch KI-generierte Nacktbilder und kinderpornographische Inhalte diverse Skandale produzierte und so massenhaft erzeugte, qualitativ minderwertige KI-Inhalte („KI-Slop") und sexualisierte Deepfakes zum alltäglichen, visuellen Konsuminhalt machte; und die andererseits zeigt, dass die diskursive Macht mit einer weiteren Machtform einhergeht.

Infrastrukturelle Macht

Im Falle Musks wurde in den vergangenen Jahren immer wieder deutlich, wie die diskursive Macht nicht allein frei flottiert, sondern mit einer infrastrukturellen Macht[16] verwoben ist. Mit Blick auf Musks Social-Media-Stack gerät neben der programmatischen Gestaltung der Plattform auch der enorme Ausbau der KI-Infrastrukturen von SpaceXAI für den Chatbot Grok in den Blick, für den Musk unter anderem das AI-Cluster Colossus betreibt – eine Anlage, die zuletzt vor allem ob ihrer desaströsen ökologischen Auswirkungen für Anwohner und Umwelt in die Medien geriet.[17] Darüber hinaus ist das zu SpaceX gehörende Satellitennetzwerk Starlink zu nennen, das Nutzenden kabellosen Internetzugang bereitstellt und so auch – zumindest temporär – als Möglichkeitsbedingung Muskscher Services beziehungsweise seiner diskursiven Macht gelten kann.

Eindrücklich zeigte sich das Ineinandergreifen diskursiver und infrastruktureller Macht im Jahr 2024, als der brasilianische Bundesrichter Alexandre de Moraes die Abschaltung von X und des Starlink-Satellitennetzwerks anordnen ließ, weil Musks Unternehmen Auflagen nicht erfüllten, Strafen nicht zahlten und die Accounts rechtsgerichteter Aktivist:innen, die Desinformationen und Verschwörungserzählungen teilten, nicht sperrten. Schnell wurde Musk persönlich: In einem reichweitenstarken, erhitzten Wortgefecht auf X beschimpfte er de Moraes unter anderem als einen „bösen, einen Richter inszenierenden Diktator".[18] Der Tech-CEO wetterte in der Folge nicht nur auf Kundgebungen der Anhänger:innen des rechtsextremen Politikers Jair Bolsonaro gegen de Moraes (der ehemalige, mittlerweile wegen eines Putschversuchs verurteilte Präsident Brasiliens schlug sich zuvor auf die Seite von X), X führte sogar den Account @AlexandreFiles ein, um die „rechtswidrigen Anordnungen" gegen X zu dokumentieren und Stimmung gegen den Richter und den Obersten Gerichtshof zu machen. Dies war ihm nicht zuletzt möglich, weil Musk X über sein Satellitennetzwerk für einige Tage und entgegen richterlichen Beschlusses weiterbetrieb.

Zwei weitere Episoden, die den Zusammenhang zwischen Musks infrastruktureller und diskursiver Macht illustrieren – und gleichzeitig auf dessen politische Macht verweisen – wurden in Musks vielbesprochenen Posts zum Ukrainekrieg anschaulich: Während der Unternehmer

14 Vgl. zur Bedeutung der neoreaktionären Bewegung für Musks Denken und politisches Handeln Anna-Verena Nosthoff/Felix Maschewski, Politik der dunklen Aufklärung. Dark MAGA und die rechtsautoritäre Wende im Silicon Valley, in: Mittelweg 36 5–6/2025, S. 70–90.

15 So Carolin Amlinger/Oliver Nachtwey, Nach Rechtsaußen abgebogen, 2.1.2025, www.faz.net/-1tm45p.

16 Der Soziologe Michael Mann prägte diesen Begriff, fokussierte damit jedoch vornehmlich staatliche Institutionen bzw. Infrastrukturen, während heute mehr und mehr Akteure aus der Privatwirtschaft involviert sind. Vgl. Michael Mann, The Autonomous Power of the State: Its Origins, Mechanisms and Results, in: European Journal of Sociology 2/1984, S. 185–213.

17 Vgl. Rebecca Stegmann, Musks KI-Datenzentren verschmutzen die Luft in den USA, 16.10.2025, www.surplusmagazin.de/ki-memphis-gas-xai-klima-verschmutzung-luft.

18 @elonmusk, 30.8.2024, x.com/elonmusk/status/1829308905177956551.

zunächst große Wertschätzung erfuhr, als er zu Beginn der russischen Invasion im Februar 2022 Starlink in der Ukraine freischalten ließ, empörte einer seiner Tweets Anfang März die europäische Öffentlichkeit. Darin behauptete er, Starlink sei von einigen Regierungen – nicht der ukrainischen – angewiesen worden, russische Nachrichtenquellen zu sperren. Pathetisch wies er diese Forderung zurück: „We will not do so unless at gunpoint. Sorry to be a free speech absolutist."[19] In persönlichen Chats schrieb Musk gar davon, dass er die russischen Kanäle ziemlich unterhaltsam finde, dass sie zwar „a lot of bullshit",[20] aber auch einige gute Punkte sendeten. Daher wolle er die Nachrichten des Aggressors entgegen neuer EU-Regeln verfügbar halten.

Im Oktober 2022 provozierte Musk weitere Empörung: Zunächst ließ er seine Follower mit einer Art Friedensplan auf Twitter scheindemokratisch darüber abstimmen, ob es nicht Neuwahlen unter UN-Aufsicht in den von Russland annektierten Gebieten geben sollte, ob die Krim Russland zuzusprechen sei und ob die Ukraine nicht besser neutral sein sollte. Nach diesen Forderungen, die wie russische Propaganda klangen und die Gemüter von ukrainischen Diplomat:innen erhitzten, drohte Musk wenig später, die Nutzung des Satellitennetzes wegen der zu hohen Kosten ganz auszusetzen. Im Frühjahr 2023 untersagte er der Ukraine, Starlink für Gegenoffensiven zu nutzen, und verhinderte nach eigenen Angaben unter anderem Angriffe auf die russische Flotte – zur „Deeskalation". Hatte der CEO seine Autorität schon für das Deplatforming kritischer Journalist:innen auf X genutzt, wurden nun die Entscheidungshoheit über die Kommunikationskanäle eines Landes und damit neue Souveränitätseffekte bezeugt.

Deutlich wird an dieser Stelle, dass Musks diskursive Macht seine libertären Launen und autoritären Neigungen mit geopolitischer Bedeutung versieht. Seine Unternehmen sichern ihm die Kontrolle über kritische Kommunikationskanäle, begründen damit, wie beschrieben, eine infrastrukturelle Macht, die konstitutiv mit seiner diskursiven Macht beziehungsweise mit dem Strukturwandel der Öffentlichkeit verbunden ist. Neben der algorithmischen Privilegierung des Meinungshaften, der programmatischen, affektiven Verkürzung, der Verdichtung individuellen Einflusses und der proprietären Struktur der (teils essentiellen) Kommunikationskanäle findet auf vorgelagerter Ebene eine Machtkonzentration statt, die über eine bloße (meinungs-)monopolistische Dominanz im Zeichen der Plattformlogik hinausgeht. Sie trägt politische Züge und lässt die einstmals libertär antistaatlichen Impulse der Silicon-Valley-Elite mehr und mehr zu parastaatlichen, zu autoritären Direktiven gerinnen.

Politische Macht

Dass der Social-Media-Stack in vielerlei Hinsicht mit politischer Macht verknüpft ist, trat mit Blick auf die Allianz zwischen der zweiten Trump-Administration und den Repräsentanten von Big Tech wie Jeff Bezos, Mark Zuckerberg und eben ganz besonders im Falle von Elon Musk zutage: Hatte Musk einst verkündet, dass Twitter „politisch neutral"[21] sein müsse, war es aus unternehmerischer wie ideologischer Sicht fast folgerichtig, dass der CEO Donald Trump politisch unterstützen würde. Neben mindestens 250 Millionen US-Dollar an Wahlkampfspenden war der Umbau von X zur MAGA-Maschine nur ein erster Schritt.[22]

Musk galt wegen seines Engagements im Wahlkampf, seiner inhaltlichen Positionen und seiner Posts als eine Art Schattenminister Trumps. Er agierte als Gleichgesinnter, als Lautsprecher und Verstärker, als der „Great Elon Musk" (Trump), der nicht nur die aufmerksamkeitslogische Bewirtschaftung der Öffentlichkeit, sondern ein radikales (Gegen-)Programm unter dem Rubrum der freien Rede entfaltete: gegen die Politik beziehungsweise die „Zensur" der Demokraten; ein Gegenprogramm, das mit Trumps ersten Amtshandlungen Unterstützung in Form einer Executive Order erhielt, die staatliche Eingriffe in die Moderationsrichtlinien sozialer Medien unterbinden sollte. Die Vorgängerregierung habe die Meinungsfreiheit „mit Füßen getreten",

19 @elonmusk, 5.3.2022, x.com/elonmusk/status/1499976967105433600.

20 Zit. nach State of Delaware, Court of Chancery, Case No. 2022-0613-KSJM, 28.9.2022, [S. 84], s3.documentcloud.org/documents/23108357/redacted-version-of-exhibits-a-j-to-letter-to-the-honorable-kathaleen-st-j-mccormick-from-edward-b.pdf.

21 @elonmusk, 27.4.2022, x.com/elonmusk/status/1519415674111672325.

22 Vgl. Tim Reid/Jason Lange, Musk Spent Over a Quarter of a Billion Dollars to Help Elect Trump, 6.12.2024, www.reuters.com/world/us/musk-spent-over-quarter-billion-dollars-help-elect-trump-2024-12-06.

indem sie Plattformen unter erheblichen Druck gesetzt habe, missliebige Äußerungen zu moderieren, Nutzer:innen zu sperren oder anderweitig zu unterdrücken. Staatliche Zensur sei „in einer freien Gesellschaft untragbar".[23]

Während Trumps Executive Order vordergründig das First Amendment der US-Verfassung wie auch die Neutralität der Plattformen als vermeintlich transideologische Intermediäre zu unterstreichen scheint,[24] reflektiert sich darin vor allem Musks anti-woke, libertär-autoritäre Agenda, die alles, was seiner Auffassung von freier Rede widerspricht – vom Factchecking bis zur Political Correctness –, als Zensur interpretiert und institutionell gelöscht sehen will.[25] Ebendieser Dynamik folgte noch am selben Tag ein zweiter Schritt, der mit der Verkündung des Department of Government Efficiency (DOGE) die politische Macht Musks untermauern sollte.

Als „special government employee" war es Musks Auftrag, staatliche Bürokratie und Regulierung abzubauen, „verschwenderische" Ausgaben zu kürzen und die Bundesbehörden umzustrukturieren,[26] das heißt, eine radikale Kürzungs- und Deregulierungspolitik durchzusetzen. Auch X war hier mehr als relevant: So rekrutierte der temporäre Staatsdiener unter anderem Personal für DOGE über das Netzwerk und nutzte es zur Berichterstattung über sein Wirken. Bemerkenswert agierte hier besonders der offizielle X-Kanal von DOGE, der eine Mischung aus Kündigungsstatistiken, Kampagnen gegen Behörden und direkten Angriffen auf Beamte umfasste. In dieser Hinsicht wusste Musk seine diskursive wie infrastrukturelle mit seiner politischen Macht zu verbinden, entlang des Plans, den Behördenapparat disruptiv zu schrumpfen und „Schockwellen durch das System"[27] zu senden.

So war DOGE mitverantwortlich für die Demontage ganzer Institutionen, von der U.S. Agency for International Development (USAID) bis hin zum Bildungsministerium. Zudem trieb Musk im binär-algorithmischen und gleichermaßen politisch-dualistischen Freund-Feind-Denken (Carl Schmitt)[28] seine anti-woke Agenda voran, ließ alle Initiativen und Programme im Zusammenhang mit Diversity, Equity and Inclusion (DEI) kürzen, stornierte diverse Forschungsförderungen und kündigte nicht zuletzt zehntausenden Staatsangestellten.

In diesem Zusammenhang versprach DOGE auch, KI-Systeme zur Automatisierung der staatlichen Services einzuführen: Wurde in den vergangenen Jahren deutlich, wie gut KI-Systeme in der Text-, Bild- und Objekterkennung geworden sind, durchforsteten diese nun Archive, Datenbanken und Webseiten der Behörden, um nach unerwünschten Inhalten, Gesichtern, Geschlechtern und historischen Ereignissen zu suchen. Natürlich wurden solche Maßnahmen auch hier von einer Reihe Executive Orders Trumps flankiert. Nicht wenige Kommentator:innen sahen hier zu Recht Dynamiken im „Gepräge des Faschismus"[29] beziehungsweise einen „AI-Coup"[30] am Werk, bei dem die Freiheit der Andersdenkenden und -sprechenden „gelöscht" wurde.

So exzeptionell Musks Position als „special government employee" Trumps scheint, so deutlich zeigte sich auch, dass er durchaus stellvertretend für die enge Beziehung zwischen Wirtschaft und Staat, zwischen Tech-Oligarchen und Regierung und damit letztlich für eine Dynamik steht, in der die Disruption ins Zentrum der Politik vordringt – eine Dynamik, die sich wesentlich in einer vierten Machtform begründet findet.

Finanzielle Macht

Dass die politische Macht grundlegend mit dem finanziellen Einfluss der Elite von Big Tech verknüpft beziehungsweise unmittelbar auf ihn zurückzuführen ist, ist evident. Finanzielle Macht kann als fundierende Macht des gesamten Social-Media-Stacks und der mit ihm verknüpf-

23 The White House, Restoring Freedom of Speech and Ending Federal Censorship, 20.1.2025, www.whitehouse.gov/presidential-actions/2025/01/restoring-freedom-of-speech-and-ending-federal-censorship.

24 Vgl. ausführlich dazu Anna-Verena Nosthoff, Kybernetik und Kritik. Eine Theorie digitaler Regierungskunst, Berlin 2026, S. 411–413.

25 Vgl. Maschewski/Nosthoff (Anm. 13).

26 Donald J. Trump, Statement by President-Elect Donald J. Trump Announcing That Elon Musk and Vivek Ramaswamy Will Lead the Department of Government Efficiency („DOGE"), 12.11.2024, www.presidency.ucsb.edu/documents/statement-president-elect-donald-j-trump-announcing-that-elon-musk-and-vivek-ramaswamy.

27 Ebd.

28 Vgl. Carl Schmitt, Der Begriff des Politischen, Berlin 1963, S. 26.

29 Rainer Mühlhoff, Trump und der neue Faschismus, 9.2.2025, www.verfassungsblog.de/trump-und-der-neue-faschismus.

30 Eryk Salvaggio, Anatomy of an AI Coup, 9.2.2025, www.techpolicy.press/anatomy-of-an-ai-coup.

ten Machtformen gelten: Nur durch die enorme Konzentration von Eigentum ist es überhaupt denkbar, dass Tech-CEOs die Infrastrukturen der Öffentlichkeit nicht nur meinungshaft bespielen, sondern *besitzen*, dass sie derart aktiv gesellschaftliche Diskurse wie auch das politische Geschehen beeinflussen können. Dass diese Entwicklung noch weitere, sich selbst verstärkende Effekte kennt, dass Social-Media-Plattformen immer mehr, als „Meinungsmärkte“[31] strukturiert, finanzökonomischen Spekulationsplattformen gleichen, wird ebenfalls im Social-Media-Stack Musks und besonders im Kontext des Börsengangs von SpaceX im Juni 2026 deutlich.

Musk, der es schon vorher verstand, finanzökonomische Spekulationen über allerlei Postings auszulösen, benutzte die Social-Media-Plattform X auch, um den Börsengang seines Raketenunternehmens kommunikativ vorzubereiten und zu promoten – und schließlich um seine Followerschaft als „speculative community“[32] zu adressieren und als potenzielle Anleger zu mobilisieren. Dies durchaus mit Erfolg, besonders für Musk selbst: So wurde der Börsengang von SpaceX mit einer Bewertung von 1,77 Billionen US-Dollar als bisher größter der Geschichte gefeiert, ein Ereignis, das auch Musk zum ersten Billionär machte.

Doch die Verschränkung der Unternehmen reicht über das Marketing hinaus. Denn Musks aufmerksamkeitsökonomische Avancen sind stets von finanzökonomischen Usancen gedeckt. So bestimmen sich seine Unternehmen als vielschichtige Konstellation, die finanzielle Macht mehr und mehr bündelt. Während X oberflächlich immer mehr der Muskschen Vision von einer „Everything App“ gleicht und seit Juli 2026 über „X Money“ Premium-Nutzer:innen gar ein eigenes autonomes Zahlungssystem bietet, war Musk vor allem im Hintergrund tätig. So ist aus den x-fachen Unternehmen innerhalb der letzten Jahre eine gemeinsame Struktur – ein Stack – erwachsen, in dem über „eine Kaskade aus Aktientauschgeschäften übereinandergestapelt“[33] das eine Unternehmen im anderen aufgeht.

Bemerkenswert ist, dass das enorme Verlustgeschäft mit Twitter mittlerweile kaum mehr als solches zu lesen ist. X wurde im März 2025 erst in einer All-Stock-Transaktion, die Musk natürlich via X kommunizierte, von XAi übernommen. Dieses Unternehmen, welches inzwischen unter dem Namen SpaceXAI firmiert, wurde Anfang 2026 und nur wenige Monate vor seinem Börsengang wiederum von SpaceX gekauft. Wer vorher – vor allem Wagniskapitalgeber und Milliardärsfreunde – Anteile von X besaß, konnte sich, weil er so sukzessive auch Anteile von SpaceX erhielt, über den größten Börsengang der Geschichte freuen, in dem Kleinanleger beziehungsweise Follower von Musk den Einstieg bei X vergoldet haben. Damit bestimmt sich X weniger als „Grundpfeiler einer funktionierenden Demokratie“ denn als buchhalterisches Vehikel, das zeigt, „wie man eine überschuldete, politisch verbrannte Social-Media-Übernahme in eine Rendite für diejenigen verwandelt, die den Scheck unterschrieben haben.“[34]

Was vor diesem Hintergrund anschaulich wird, ist ferner, dass Musks finanzielle Macht vor allem die eines ökonomischen Netzwerks ist, das es versteht, einerseits Anteile und Gewinne wie Social-Media-Posts unter sich zu teilen, um andererseits die systemischen Risiken ihrer Unternehmen breiter zu streuen. Damit ist Musks Einfluss nicht zu unterschätzen. Denn so abhängig er von externen Geldgebern und auch Followern ist, so sehr weiß er auch, dass diese Abhängigkeit bei den enormen Summen, die seine Unternehmen bewegen, keine einseitige ist, dass sich in SpaceX und Co., vor allem aber in seiner Figur selbst, eine enorme, vielschichtige Macht konzentriert, deren gesellschaftlicher Einfluss Risiken und Nebenwirkungen kennt. Schon in den „Risiko-Faktoren“, die im Wertpapierprospekt von SpaceX angegeben werden, heißt es vielsagend: „Wir sind in hohem Maße vom fortgesetzten Wirken und von der Leistung von Herrn Musk abhängig, dessen Führung, Vision und Expertise für die Entwicklung unserer Technologien und die Umsetzung unserer Geschäftsstrategie von entscheidender Bedeutung sind.“[35]

31 Joseph Vogl, Kapital und Ressentiment. Eine kurze Theorie der Gegenwart, München 2021, S. 56.

32 Aris Komporozos-Athanasiou, Speculative Communities. Living with Uncertainty in a Financialized World, Chicago 2022.

33 John Stanley Hunter, SpaceX-Börsengang: Musk rettet sein angeschlagenes Imperium, 17.6.2026, www.surplusmagazin.de/spacex-borsengang-ipo-elon-musk-twitter-ki.

34 Ebd.

35 Space Exploration Technologies Corp., Form S-1. Registration Statement Under the Securities Act of 1933, 20.5.2026, S. 57, www.sec.gov/Archives/edgar/data/1181412/000162828026036936/spaceexplorationtechnologi.htm#id286866c4c474ba490d6531a57db9e93_538.

INFRASTRUKTUREN DER MACHTZERSTREUUNG

Musk ist das Zentrum seines Social-Media-Stacks, persönlich wie strukturell. Er versteht es, im Prisma seiner Unternehmen nicht nur diverse Interessen zu konvergieren, sondern auch auf andere auszustrahlen. So ist seit geraumer Zeit zu beobachten, wie sich erhebliche Teile der Tech-Elite in technischer, unternehmerischer und infrastruktureller Hinsicht, vor allem aber im „Mindset" angleichen.[36] Mit schon karikaturesker Verve ringen sie um Position und Einfluss, um dabei eine tech-autoritäre Bewegung ins Werk zu setzen, bei der wirtschaftliche und staatliche Interessen in- und durcheinander, fast ununterscheidbar wirken. Musk steht mit seinem Social-Media-Stack fast emblematisch für das, was die Wirtschaftswissenschaftlerin Francesca Bria den „autoritären Stack"[37] genannt hat: ein eng verflochtenes Netzwerk aus Tech-Konzernen, -CEOs, Kapital- und Machtinteressen, das im Zeichen einer „privatisierten Souveränität" immer mehr staatliche Aufgaben, Dienste und Infrastrukturen unter die Kontrolle privater Unternehmen bringt und dabei aktuell nicht nur un-, sondern neoreaktionär-antidemokratische Züge trägt.[38] Ob die Ergebnisse der Midterm-Wahlen im November diesen autoritären Stack längerfristig umschichten können, bleibt abzuwarten. In jedem Fall ist anzuerkennen, dass auch den Muskschen Mächten Grenzen gesetzt werden können – von den Wähler:innen.[39]

Vor diesem Hintergrund und mit Blick auf die unterschiedlichen, miteinander verwobenen Machtformen und ihre Bündelung erscheint es ratsam, bei der demokratischen Antwort beziehungsweise Regulierung von Social-Media-Plattformen ebenfalls vielschichtig zu agieren. Natürlich bleibt Regulierung so wichtig wie unumgänglich: So hat die EU – vom Digital Services Act bis zum AI Act – ein Rahmenwerk geschaffen, das, zumindest wenn man sich die Gegenwehr von Musk und Konsorten vor Augen führt, durchaus Effekte zeitigt. Zugleich wirkt Regulierung derzeit einerseits zu anfällig für ökonomischen wie (geo-)politischen Druck, andererseits noch immer zu symptombezogen – und beim Social-Media-Verbot nicht mal als Placebo.

Versteht man Social Media allerdings als Stack und damit als Konstellation unterschiedlicher Machtformen, wird deutlich, dass es auf anderer Ebene anzusetzen gilt, dass es – wie es etwa auch Bria fordert – um den Aufbau anderer Infrastrukturen, eines anderen Stacks geht. Die industriepolitische Initiative „EuroStack"[40] könnte eine solche werden. Sie zielt auf eine europäische Infrastruktur – von Rechenzentren bis zu digitalen Plattformen –, die sich weniger über den Einfluss privatwirtschaftlicher Interessen und Machtkalküle denn über eine demokratische Gestaltung, vor allem die Unabhängigkeit von US-amerikanischen Technologien, bestimmt. Gleichzeitig, und dies wird zuweilen in der Diskussion um eine europäische Techniksouveränität vernachlässigt, muss es hier darum gehen, sich nicht in der Imitation der Machtkonzentration, im Nacheifern der vermeintlichen Erfolgsmodelle und ihren Proponenten zu üben.[41] Sondern am Aufbau wirklicher Alternativen (im Plural) zu arbeiten, die uns zeigen, dass es dezentraler, offener, selbstorganisierter, kooperativer, autonomer, lokaler, demokratisch-verfasster gehen kann; mit anderen Strukturen, Protokollen und Algorithmen, mit anderen (oder weniger) LLMs und KIs, mit anderen (oder weniger) Rechenzentren. In den Fokus gerieten dann Infrastrukturen der Vielfalt, der Mitbestimmung, der Machtzerstreuung – und damit eine Ursachen-, nicht allein die Symptombekämpfung.

36 Vgl. Douglas Rushkoff, Survival of the Richest. Warum wir vor den Tech-Milliardären noch nicht einmal auf dem Mars sicher sind, Berlin 2025, S. 22.
37 www.authoritarian-stack.info.
38 Vgl. ebd.
39 Musk hat in den republikanischen Wahlkampf fast 500 Millionen US-Dollar, hauptsächlich im Staat Texas, wo seine Firmen angesiedelt sind, investiert. Vgl. 445 Millionen Dollar Wahlkampfhilfe – Elon Musks schlechtestes Investment, 7.11.2026, www.wiwo.de/100268070.html.
40 Siehe www.eurostack.eu.
41 Vgl. Aline Blankertz/Malte Engeler, Digitale Solidarität. Zur Überwindung kapitalistischer Technologie, Berlin 2026, S. 103f.

FELIX MASCHEWSKI
ist Medien-, Kultur- und Wirtschaftswissenschaftler sowie Ko-Direktor des Critical Data Lab an der Humboldt-Universität zu Berlin und der Carl von Ossietzky Universität Oldenburg.

ANNA-VERENA NOSTHOFF
ist Juniorprofessorin für Ethik der Digitalisierung an der Carl von Ossietzky Universität Oldenburg und Ko-Direktorin des Critical Data Lab.

Zum Weiterlesen.

bpb.de/shop



Bestell-Nr. 11337 | 5 €



Bestell-Nr. 11379 | 5 €



Bestell-Nr. 11341 | 5 €

EINE FRAGE DES ALTERS?

Politische Orientierung in sozialen Medien

Johannes Gemkow · Sonja Ganguin

In der öffentlichen Wahrnehmung hält sich nach wie vor ein zweigeteiltes Bild: auf der einen Seite Jugendliche, deren politische Orientierung eng mit den sozialen Medien verknüpft ist, während auf der anderen Seite die politische Welt der älteren Erwachsenen weiterhin von Fernsehen, Zeitung und etablierten Nachrichtenmarken geprägt ist – zugespitzt: Tiktok gegen ARD.

Aber unterscheiden sich die Nachrichtenrepertoires jüngerer und älterer Menschen wirklich so deutlich? Zum Teil tun sie das tatsächlich, doch daraus folgt nicht, dass sich Jugendliche und ältere Menschen automatisch unterschiedlich politisch orientieren. Entscheidend ist weniger, ob sie soziale Medien nutzen, als vielmehr, welche Akteur:innen sie dort wahrnehmen, welchen Quellen sie vertrauen, wie sie Informationen einordnen und wie soziale Medien mit Familie, Freundeskreis, Journalismus und politischen Institutionen zusammenwirken. Dieser These wird im Folgenden nachgegangen. Dabei geht es allerdings nicht darum, welche politischen Einstellungen Jüngere und Ältere haben, sondern unter welchen medialen und sozialen Bedingungen sich ihre politische Orientierung in sozialen Medien vollzieht. Zunächst wird der Generationenbegriff kritisch beleuchtet; anschließend werden die Informations- und Aneignungspraktiken beider Gruppen dargestellt und miteinander verglichen.

POLITISCHE ORIENTIERUNG – MEHR ALS NACHRICHTENKONSUM

Politische Orientierung umfasst politisches Wissen, politische Interessen, Wertvorstellungen, Vertrauen in Medien und Institutionen, die Wahrnehmung gesellschaftlicher Konflikte sowie die Bereitschaft, sich zu äußern oder politisch zu handeln. Sie entsteht nicht erst, wenn Menschen wählen, einer Partei beitreten oder an einer Demonstration teilnehmen. Auch alltägliche Praktiken des Deutens, Bewertens, Teilens und Sich-Positionierens können politische Bedeutung gewinnen.[01]

Politische Orientierung ist Teil lebenslanger Sozialisationsprozesse. Menschen verarbeiten innere und äußere Anforderungen, entwickeln sich in der Auseinandersetzung mit ihrer sozialen Umwelt und verändern diese zugleich durch ihr Handeln. Politische Orientierung ist daher weder das determinierte Ergebnis eines spezifischen Aufwachsens noch die bloße Wirkung bestimmter Medien und ihrer Inhalte. Daten zur Mediennutzung geben deshalb Auskunft über Gelegenheiten und Wege politischer Orientierung, nicht über politische Einstellungen selbst. Im Folgenden stehen entsprechend Praktiken der Informationsaneignung im Mittelpunkt, in denen sich politische Orientierung ausbildet, festigt oder verschiebt.

Für den Vergleich verschiedener Altersgruppen folgt daraus eine wichtige Einschränkung: Alter ist eine relevante Kategorie, aber keine hinreichende Erklärung. Altersunterschiede können auf konkrete Lebensphasen, historische Medienerfahrungen, geteilte Bildungswege oder gesellschaftliche Ereignisse zurückgehen. So können Querschnittstudien zwar zeigen, dass jüngere Menschen anders kommunizieren als ältere; daraus lässt sich jedoch nicht ableiten, dass es sich um einen dauerhaften Kohorteneffekt handelt oder um eine Veränderung, die nahezu alle Menschen im weiteren Lebensverlauf durchlaufen.[02]

Häufig werden kohortenspezifische Nutzungsweisen und deren öffentliche Wahrnehmung unter dem Generationsbegriff gefasst, zum Beispiel als Boomer, Millennials oder Generation Z. Der Generationenbegriff bezeichnet jedoch nicht einfach Menschen ähnlichen Alters mit einem ähnlichen sozialen Hintergrund. Von einer Generation lässt sich mit dem Soziologen Karl Mannheim erst sprechen, wenn es eine gemeinsame, sinnstiftende Deutung des Lebenswegs gibt.[03]

Unter Bezug auf mediale Nutzung und Praktiken bleibt der Begriff der Mediengeneration empirisch vage. Zwar lassen sich – auch unter Kontrolle sozialstruktureller Merkmale – sogenannte Medienpraxiskulturen beobachten, in denen ähnliche Muster der Mediennutzung und -deutung auftreten.[04] Ob diese tatsächlich auf Generationeneffekte zurückgehen oder zeitlich begrenzte Trends sind, lässt sich jedoch kaum nachweisen.

JUGENDLICHE ZWISCHEN SNACK NEWS UND KOMMENTARSPALTEN

Die Mediennutzung Jugendlicher ist vielfältig; sie unterscheidet sich etwa nach Alter, Bildungsgrad und Einstellung gegenüber journalistischen Quellen.[05] Dennoch sind soziale Medien – in unterschiedlicher Intensität und mit unterschiedlicher Wirkung – fest in der Lebenswelt Jugendlicher verankert. Repräsentative Erhebungen zur Mediennutzung zeigen deutlich, dass Plattformen wie Instagram, Tiktok oder Youtube für sie zu den wichtigsten medialen Quellen politischer Information gehören – auch wenn Gespräche in Familie und Freundeskreis weiterhin häufiger genannt werden.[06] Einer Studie aus dem Jahr 2021 zufolge nutzen jedoch 14- bis 17-Jährige soziale Medien als häufigste Informationsquelle: Je nach Nutzungstyp (journalistisch, nicht journalistisch, gering oder umfassend informationsorientiert) gaben 71 bis 100 Prozent von ihnen an, soziale Medien für Nachrichten zu nutzen – mehr als jede andere mediale Quelle.[07]

Der Weg Jugendlicher zu politischen Nachrichten ist dabei stark algorithmisch geprägt. Politische Nachrichten werden häufig nicht gezielt gesucht, sondern im Tagesverlauf verstreut als sogenannte Snack News – kurze, beiläufig konsumierte Nachrichtenhäppchen – aufgenommen.[08] Jugendliche müssen keine Nachrichtensendung einschalten, um mit einem politischen Thema in Kontakt zu kommen; sie begegnen ihm über Empfehlungen, geteilte Beiträge, Kurzvideos, Kommentare, Memes, politische Akteur:innen, Influencer:innen oder persönliche Kontakte. Diese niedrigschwellige Begegnung kann politische Themen leicht zugänglich machen, verwischt mitunter aber auch die Grenzen zwischen Information, Meinung, Unterhaltung und politischer Werbung.

Besonders deutlich wird dies mit Blick auf die Quellen, denen Jugendliche in sozialen Medien begegnen, und bezüglich der Frage, inwieweit Inhalte als politisch erkennbar sind. Zu beobachten ist eine Zunahme von Akteur:innen, die die Aufmerksamkeitsökonomie der Plattformen gezielt nutzen, um ihre politische Sichtbarkeit zu erhöhen.[09] Darin liegt die Gefahr einer verzerrten Wahrnehmung der öffentlichen Meinung. Bei der Erkennbarkeit politischer Inhalte geht es hingegen um die Frage politischer Beeinflussung. Viele Inhalte in sozialen Medien gleichen sich über plattformtypische Gestaltungsmittel an, etwa über visuell-ästhetische Filter oder Musik.[10] Werden diese ästhetischen Formen politisch genutzt, verbinden sich ähnliche politische Deutungen mit gleichen Darstellungsformen. So kann bereits die Rezeption von Inhalten mit bestimmten Filtern oder mit bestimmter

01 Vgl. Martina Gille/Winfried Krüger (Hrsg.), Unzufriedene Demokraten. Politische Orientierungen der 16- bis 29jährigen im vereinigten Deutschland, Opladen 2000.

02 Vgl. Klaus Beck, Mediengenerationen? Grundlagen und Kritik aus mediensoziologischer Perspektive, in: Christian Oggolder/Caroline Roth-Ebner (Hrsg.), Medien – Biografien – Generationen. Theoretische, empirische und praktische Perspektiven, Baden-Baden 2024, S. 41–61.

03 Vgl. Karl Mannheim, Das Problem der Generationen, in: Kurt H. Wolff (Hrsg.), Karl Mannheim. Wissenssoziologie. Auswahl aus dem Werk, Berlin 1964 (1928), S. 509–565, hier S. 544.

04 Vgl. Burkhard Schäffer, Generationsspezifische Medienpraxiskulturen. Zu einer Typologie des habituellen Handelns mit neuen Medientechnologien in unterschiedlichen Altersgruppen, in: Ben Bachmair/Peter Diepold/Claudia de Witt (Hrsg.), Jahrbuch Medienpädagogik 2005, S. 193–215.

05 Vgl. Uwe Hasebrink/Sascha Hölig/Leonie Wunderlich, #UseTheNews. Studie zur Nachrichtenkompetenz Jugendlicher und junger Erwachsener in der digitalen Medienwelt, Hamburg 2021.

06 Vgl. Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest (mpfs), JIM-Studie 2025. Jugend, Information, Medien. Basisuntersuchung zum Medienumgang 12- bis 19-Jähriger, Stuttgart 2025, S. 46f.

07 Vgl. Hasebrink/Hölig/Wunderlich (Anm. 5), S. 30.

08 Vgl. Jakob Ohme/Cornelia Mothes, News Snacking and Political Learning. Changing Opportunity Structures of Digital Platform News Use and Political Knowledge, in: Journal of Information Technology & Politics 1/2025, S. 1–15.

09 Vgl. Maximilian Schober et al., „Was ich like, kommt zu mir". Kompetenzen von Jugendlichen im Umgang mit algorithmischen Empfehlungssystemen, München 2022.

10 Vgl. Deborah Schnabel/Eva Berendsen (Hrsg.), Das TikTok-Universum der (extremen) Rechten. Trends, Strategien und Ästhetik in der Social-Media-Kommunikation, Frankfurt/M. 2024.

Musik zu einem politisch einseitig aufgeladenen Feed führen, der zunächst nicht als solcher erkennbar war.

Themen, die politische Orientierung vorbereiten oder herausfordern – etwa die Darstellung gesellschaftlicher Konflikte oder Vorstellungen vom Zusammenleben –, nehmen Jugendliche in sozialen Medien wahr, ohne dass die Beteiligten dies ausdrücklich als Politik oder politisch bezeichnen. Vor allem Kommentarspalten dienen Jugendlichen dabei als Gradmesser für die Richtigkeit einer Aussage und zur Einschätzung des politischen Meinungsbilds.[11] Soziale Medien verstärken damit die Verbindung von Alltag und Politik: Private, jugendkulturelle und öffentliche Kommunikationsräume greifen ineinander, und politische Themen werden stark durch kulturelle Deutungen geprägt. Ein Beitrag über Geschlecht, Migration, Klima oder soziale Ungleichheit kann zugleich persönliche Identität, Gruppenzugehörigkeit und politische Positionierung berühren. Politische Informationen werden von Jugendlichen also nicht linear aufgenommen und anschließend unverändert in Wissen oder Einstellungen überführt, sondern beiläufig mit persönlichen Erfahrungen, sozialen Beziehungen und eigenen Zugehörigkeiten verknüpft.

Dadurch wird politische Beteiligung jedoch nicht zwangsläufig öffentlich sichtbar. Jugendliche berichten von Zurückhaltung beim Kommentieren und Posten, weil sie Hasskommentare, öffentliche Sanktionen oder direkte Angriffe befürchten. Das Teilen von Posts innerhalb eines vertrauten Freundeskreises kann deshalb als kontrollierbare Form politischen Handelns attraktiver sein als eine öffentliche Stellungnahme.[12]

DAS MEDIENREPERTOIRE ÄLTERER ERWACHSENER

Für Erwachsene ab 60 Jahren sind soziale Medien eine wichtige, aber nicht die häufigste Nachrichtenquelle. Fernsehen, Radio und Tageszeitung werden häufiger genutzt als soziale Medien; zusammengenommen werden sie von 76 Prozent der älteren Erwachsenen als Hauptquellen für Nachrichten genannt.[13] Unter denjenigen, die das Internet nutzen, ist der Anteil regelmäßiger Nutzer:innen allerdings relativ hoch: Ebenfalls 76 Prozent der älteren Onliner:innen geben an, täglich oder fast täglich im Internet zu sein.[14]

Soziale Medien – mit Facebook als mit Abstand verbreitetster Plattform – bilden dabei allerdings nur einen Teil der digitalen Mediennutzung: Nur etwa ein Viertel der Älteren nutzt sie mindestens wöchentlich für Nachrichten.[15] Zwischen 2020 und 2025 hat sich der Anteil der Social-Media-Nutzer:innen ab 65 Jahren in Deutschland von 15 auf 44 Prozent jedoch fast verdreifacht.[16] Die wichtigsten Onlineaktivitäten älterer Menschen sind die Suche nach Informationen außerhalb sozialer Medien, der Austausch über Messenger und die Nutzung von E-Mail.

Eine klare Trennung zwischen sozialen Medien und Messengern ist für die Nutzungspraxis älterer Menschen allerdings nur bedingt sinnvoll. Messenger sind deutlich weiter verbreitet als öffentliche soziale Netzwerke: 83 Prozent der älteren Onliner:innen verwenden zumindest gelegentlich Whatsapp, Signal oder einen anderen Kurznachrichtendienst.[17] Diese Zahlen sprechen für eine digitale Medienpraxis, in der private Kommunikation eine zentrale Rolle spielt. Messenger ermöglichen den Austausch von Texten, Bildern, Videos und Sprachnachrichten sowie Videotelefonate und bieten einen vergleichsweise klar bestimmbaren Kreis von Empfänger:innen. Ältere Erwachsene beschreiben Messenger-Apps als eher intime und geschützte Kommunikationsräume, während sie soziale Medien häufig als weniger kontrollierbar wahrnehmen. Diese Wahrnehmung begrenzt die Bereitschaft, selbst persönliche Inhalte in sozialen Netzwerken zu

11 Vgl. Johannes Gemkow/Sonja Ganguin, Zwischen Praxis, Deuten und Positionieren, in: Jane Müller et al. (Hrsg.), Jahrbuch Medienpädagogik 23/2026, S. 79–103, hier S. 97.
12 Vgl. ebd., S. 91.
13 Vgl. Die Medienanstalten, Info-Monitor 2025, Berlin 2025, S. 39, www.die-medienanstalten.de/fileadmin/user_upload/die_medienanstalten/Forschung/Info-Monitor/Info-Monitor_2025.pdf.
14 Vgl. mpfs, SIM-Studie 2024. Senior*innen, Information, Medien. Basisuntersuchung zum Medienumgang von Personen ab 60 Jahren in Deutschland, Stuttgart 2025, S. 21.
15 Vgl. Julia Behre et al., Reuters Institute Digital News Report 2025. Ergebnisse für Deutschland, Hamburg 2025, S. 16.
16 Vgl. Bitkom, Immer mehr Seniorinnen und Senioren nutzen soziale Netzwerke, 16. 2. 2026, www.bitkom.org/Presse/Presseinformation/Mehr-Seniorinnen-und-Senioren-nutzen-soziale-Netzwerke.
17 Vgl. mpfs (Anm. 14), S. 28.

veröffentlichen oder aktiv mit anderen zu kommunizieren.[18]

Ähnlich wie Jugendliche verfolgen viele ältere Erwachsene eher einzelne Posts in ihrem Feed als selbst öffentlich zu posten oder zu kommentieren. Die häufigste Form der Beteiligung ist bei ihnen das Liken, das Teilen von Inhalten bleibt dagegen selten. Als Gründe nennen sie nicht nur Datenschutzbedenken, sondern auch die Einschätzung, persönliche Erlebnisse seien zu privat, zu trivial oder für andere nicht relevant.[19]

Politische Nachrichten in sozialen Medien haben für ältere Erwachsene eine ambivalente Bedeutung. Für politisch besonders Interessierte können sie ein zentraler Grund sein, soziale Medien zu nutzen. Sie schätzen die Themen- und Meinungsvielfalt sowie die Möglichkeit, sich aktuell zu informieren. Andere lehnen soziale Medien als Nachrichtenquelle ab, weil sie die dortige Kommunikation als feindselig, oberflächlich oder unglaubwürdig wahrnehmen. Eine besondere Rolle spielen lokale und regionale Themen: Für einige Ältere ist Facebook eine wichtige Quelle, weil sie entsprechende Informationen über andere Medien nicht mehr oder nicht rechtzeitig erhalten. Soziale Medien schließen in diesem Fall eine Lücke zwischen überregionaler Berichterstattung und dem unmittelbaren sozialen und räumlichen Umfeld. Snack News finden sich auch bei älteren Erwachsenen, stehen dort aber neben Praktiken, die stärker an etablierte Mediengewohnheiten erinnern. Der Social-Media-Feed wird mitunter ähnlich gelesen wie eine Tageszeitung: Inhalte werden überflogen, einzelne Beiträge ausgewählt, andere bewusst ignoriert.[20]

Politisch bedeutsam ist dabei weniger die Plattform als die soziale Rahmung von Informationen. Beiträge, die in Familien- oder Freundeskreisgruppen weitergeleitet werden, beziehen ihre Glaubwürdigkeit häufig eher aus der Beziehung zur absendenden Person als aus der ursprünglichen Quelle. Die Nachrichtennutzung älterer Erwachsener lässt sich daher als hybrides Medienrepertoire verstehen: Fernsehen, gedruckte oder digitale Zeitungen, Nachrichtenwebsites, Suchmaschinen, Facebook und Messenger stehen nicht isoliert nebeneinander, sondern werden je nach Situation und Bedürfnis selektiv kombiniert.

GEMEINSAMKEITEN UND UNTERSCHIEDE

Der Vergleich der Nutzung sozialer Medien durch Jugendliche und ältere Erwachsene legt zunächst einen Gegensatz nahe: Jugendliche begegnen politischen Informationen häufiger auf Instagram, Youtube oder Tiktok, während ältere Erwachsene stärker auf Facebook, Whatsapp und klassische Nachrichtenmedien zurückgreifen.

Diese Unterschiede sind empirisch bedeutsam, sollten aber nicht als Gegenüberstellung zweier getrennter Medienwelten missverstanden werden. Denn nicht nur ältere Erwachsene verfügen über hybride Medienrepertoires. Vielmehr lassen sich auch bei Jugendlichen eine Kombination verschiedener Plattformen, journalistischer Angebote und persönlicher Kontakte sowie situative Informationspraktiken beobachten.

Eine zentrale Gemeinsamkeit beider Altersgruppen besteht darin, dass politische Orientierung in sozialen Medien nicht als linearer Prozess der Informationsaufnahme verstanden werden kann. Zwischen dem Ansehen eines Beitrags und einer sichtbaren Reaktion liegt ein Prozess des Bewertens und Einordnens, der sich weitgehend der Beobachtung entzieht – und der auch dann stattfindet, wenn am Ende weder ein Like noch ein Kommentar steht. Politische Orientierung entsteht damit weniger durch die isolierte Wirkung einzelner Beiträge als durch alltägliche Aneignungsprozesse, in denen Medieninhalte mit Identitäten, Beziehungen und gesellschaftlichen Deutungen verbunden werden.

In beiden Altersgruppen ist die Grenze zwischen Information und Kommunikation durchlässig. Politische Inhalte werden nicht ausschließlich über institutionelle Nachrichtenangebote vermittelt, sondern auch durch Personen aus dem eigenen sozialen Netzwerk, durch politische Akteur:innen, Influencer:innen sowie private Nutzer:innen. Der soziale Zusammenhang beeinflusst dabei, ob ein Beitrag wahrgenommen, für glaubwürdig gehalten und weitergegeben wird.

Auch die Bewertung von Informationen erfolgt in beiden Gruppen nicht allein anhand formaler journalistischer Kriterien. Jugendliche

18 Vgl. Anna Sophie Kümpel/Luise Anter/Martin Fischer, Wie nutzen Menschen 60+ Informationen auf sozialen Medien und Messenger-Apps? Ergebnisse aus dem DFG-Projekt „Informations- und Nachrichtennutzung von älteren Menschen in sozialen Medien und Messenger-Apps. Wahrnehmung, Praktiken und Inhalte", München 2026, S. 13.

19 Vgl. ebd., S. 14.

20 Vgl. ebd., S. 15.

beurteilen politische Beiträge unter anderem nach wahrgenommener Authentizität, persönlicher Betroffenheit, geteilten Erfahrungsbezügen und den vermuteten Absichten der Absender:innen. Bei älteren Erwachsenen hängt Glaubwürdigkeit stärker an der Person, die einen Inhalt teilt, und am Vertrauen in die jeweilige Informationsumgebung.

Gemeinsam ist beiden Gruppen außerdem eine selektive Nutzung. Niemand übernimmt sämtliche Inhalte, die im Feed erscheinen. Die Nutzer:innen entscheiden – bewusst oder routiniert –, welchen Beiträgen sie Aufmerksamkeit schenken und welche sie überspringen. Diese Gemeinsamkeiten sprechen gegen die Vorstellung, Jugendliche eigneten sich digitale Medien aktiv an, während ältere Erwachsene Medieninhalte lediglich passiv empfingen. Beide Gruppen verfügen über eigene Routinen des Suchens, Auswählens und Bewertens. Sie unterscheiden sich jedoch darin, welche Plattformen sie dafür verwenden, wie stark sie öffentlich interagieren und wie ihre digitalen Routinen durch frühere Medienerfahrungen geprägt sind.

Der deutlichste Unterschied liegt in den Plattformen, auf denen politische Informationen rezipiert werden. Die Informationsumgebungen Jugendlicher sind stärker durch die algorithmischen Empfehlungssysteme visueller Plattformen geprägt; bei älteren Erwachsenen spielen dagegen häufiger sozial vorstrukturierte Informationsräume eine Rolle, etwa Messengergruppen oder Facebook-Kontakte. Ein weiterer Unterschied betrifft die Einbettung des Politischen: Politische Themen begegnen Jugendlichen häufig in multimedialen Posts, die zugleich an Unterhaltung, Lifestyle und Peer-Interaktion gekoppelt sind. Der Nachrichtenkonsum älterer Erwachsener ist dagegen stärker von Pflichtgefühl und Gewohnheit geprägt.[21]

Der Vergleich verweist auf einen allgemeinen Wandel des Informationsverhaltens. Politische Nachrichten werden zunehmend nicht mehr nur über etablierte Medienmarken und lineare Sendungen abgerufen, sondern über Plattformen, Suchmaschinen, Empfehlungen und soziale Weiterleitungen erreicht. Verändert haben sich auch die zeitlichen, sozialen und technischen Bedingungen der Rezeption. Am deutlichsten zeigt sich dieser Wandel in den stark algorithmisch geprägten Informationsumgebungen Jugendlicher. Ältere Erwachsene übernehmen die neuen Bedingungen nicht einfach, sondern verbinden sie mit etablierten Medienpraktiken. Während die Personalisierung des Newsfeeds für Jugendliche weitgehend selbstverständlich geworden ist, stehen ihr viele ältere Erwachsene kritisch gegenüber, weil sie diese häufiger als überfordernd, undurchsichtig oder bevormundend empfinden. Dabei sind unterschiedliche Formen von Homogenität zu unterscheiden: Algorithmisch kuratierte Feeds können thematisch und ästhetisch stark vereinheitlicht sein, Messengergruppen eher sozial – weil sich dort vor allem Menschen austauschen, die einander kennen und häufig ähnliche Sichtweisen teilen.

Unterschiede im Umgang mit algorithmisch kuratierten Plattformen sollten allerdings nicht als einfache Kompetenzhierarchie verstanden werden. Zwar zeigen Daten, dass ältere Befragte Algorithmen weniger gut verstehen und seltener aktive oder passive Kuratierungspraktiken nutzen; eine intensive Nutzung sozialer Medien ist unter Jugendlichen jedoch kein hinreichendes Kriterium für höhere algorithmische Kompetenz.[22] Ältere Erwachsene verfügen im Durchschnitt über geringere digitale Grundkompetenzen und geringere algorithmische Kompetenzen; innerhalb dieser Gruppe fallen jedoch vor allem Bildungsniveau, Internetnutzung und hohes Alter ins Gewicht.[23] Umgekehrt sind Jugendliche trotz ihrer intensiven Plattformnutzung nicht automatisch kritischere oder kompetentere Informationsnutzer:innen, sondern überschätzen ihre Kompetenzen vor allem im Umgang mit Algorithmen eher.[24]

FAZIT

Ist die politische Orientierung in den sozialen Medien also eine Frage des Alters? Nur zum Teil. Jugendliche und ältere Erwachsene unterschei-

21 Vgl. Shelley Boulianne/Adam Shehata, Age Differences in Online News Consumption and Online Political Expression in the United States, United Kingdom, and France, in: The International Journal of Press/Politics 3/2022, S. 763–783, hier S. 767.

22 Vgl. Myojung Chung, Overconfident Youth, Underconfident Elders. Age Differences in Algorithmic Knowledge Confidence and Information Perceptions, in: New Media & Society 2026, https://doi.org/10.1177/14614448261459666.

23 Vgl. mpfs (Anm. 14), S. 55.

24 Vgl. Chung (Anm. 22), S. 15.

den sich vor allem darin, über welche Plattformen und Wege sie politischen Inhalten begegnen und wie sichtbar sie darauf reagieren. Ältere Erwachsene nutzen soziale Medien nicht einfach weniger, sondern anders.

Diese Unterschiede werden gern als Generationenunterschiede gedeutet. Das greift zu kurz. Das Alter kann historische Medienerfahrungen widerspiegeln, verweist aber ebenso auf Lebensphasen, soziale Rollen und unterschiedliche politische Interessen. Ob sich daraus Mediengenerationen im Sinne Mannheims ergeben, lässt sich mit den vorliegenden, überwiegend querschnittlich angelegten Daten nicht entscheiden. Zudem differenzieren Bildung, politisches Interesse und soziale Einbettung die Nutzung sozialer Medien innerhalb beider Altersgruppen erheblich; weder „die Jugendlichen“ noch „die Älteren“ bilden eine homogene Gruppe.

Zugleich ist die Forschungslage noch lückenhaft. Befunde zu älteren Erwachsenen werden häufig im Rückgriff auf Forschung zu Jugendlichen eingeordnet, obwohl sich ihre Wahrnehmungen und Praktiken teilweise deutlich unterscheiden. Vergleichende Studien sollten deshalb mehrere Alterskohorten mit denselben Instrumenten, Plattformen und Begriffen untersuchen – idealerweise im Längsschnitt, um Alters-, Perioden- und Kohorteneffekte auseinanderhalten zu können.

Politische Orientierung in sozialen Medien ist damit weder bloß eine Frage des Alters noch eine direkte Folge der Plattformnutzung. Die entscheidende Differenz verläuft womöglich weniger zwischen „digitalen Jugendlichen“ und „analogen Älteren“ als zwischen unterschiedlichen Medienrepertoires, sozialen Kontexten und Formen der Informationsaneignung.

JOHANNES GEMKOW
ist wissenschaftlicher Mitarbeiter am Forschungsinstitut Gesellschaftlicher Zusammenhalt (FGZ) der Universität Leipzig im Bereich Sozialisationsforschung.

SONJA GANGUIN
ist Professorin für Medienkompetenz- und Aneignungsforschung am Institut für Kommunikations- und Medienwissenschaft sowie Direktorin des Zentrums für Medienproduktion (ZMP) der Universität Leipzig.



EINE KURZE GESCHICHTE DER SOZIALEN MEDIEN

Jens Schröter

Wenn man eine kurze Geschichte der sogenannten sozialen Medien schreiben will, stellen sich zunächst zwei grundlegende Fragen: Was gehört zu den sozialen Medien? Und wann beginnt ihre Geschichte? Es gibt Auffassungen, nach denen diese Geschichte schon in der Antike anzusetzen sei – schließlich müssen Menschen kommunizieren, und dazu wurden schon sehr früh Medien wie der Brief eingesetzt.[01] So gesehen wären soziale Medien koevolutionär mit der Evolution des Menschen überhaupt.[02] Solche Sichtweisen haben aber das offenkundige Problem, dass dann jedes Kommunikationsmedium bereits ein soziales Medium ist und es dem Begriff somit an Kontur mangeln würde.

Der Begriff „soziale Medien" ist schon zu Beginn der 1990er Jahre zu beobachten und tritt in den frühen 2000er Jahren zunehmend auf, etwa in Verbindung mit Plattformen wie Facebook.[03] Heutzutage beschreibt er üblicherweise computergestützte Plattformen, auf denen Nutzer:innen Inhalte „posten", fremde „Posts" kommentieren, „liken" und sich in Diskussionen oder kollaborative Projekte begeben können.[04] Bevor man sich jedoch der Geschichte der explizit so genannten sozialen Medien widmet, scheint es sinnvoll, mit der Vorgeschichte der Nutzung von Computern als Kommunikationsmedien zu beginnen.

Soziale Medien setzen das Internet voraus.[05] Aber das allein ist zu unspezifisch. Die E-Mail etwa stammt schon von 1971[06] und diente, anders als der überwiegende Teil der bis dahin entwickelten Kommunikation mittels Computersystemen, tatsächlich der zwischenmenschlichen Verständigung. Zu den sozialen Medien würde man sie heute dennoch kaum zählen. Eine Einigkeit über die Abgrenzung besteht gleichwohl nicht: Würde man etwa Wikipedia als soziales Medium bezeichnen?[07]

Der Weg von frühen Vorläufern zu dem, was heute unter sozialen Medien verstanden wird, lässt sich gut anhand von wissenschaftlichen Beiträgen und Diskursen nachvollziehen, die diese Entwicklung begleiteten. Dabei wird auch deutlich, wie schwierig es ist, genau zu bestimmen, was zur Geschichte der sozialen Medien gehört und was nicht.[08]

VORGESCHICHTE: KOMMUNIKATION DURCH COMPUTER

Verfolgt man den Beginn der sozialen Medien in der Computergeschichte zurück, dann stellt ein wegweisender Text von J. C. R. Licklider und Robert W. Taylor von 1968 mit dem programmatischen Titel „The Computer as a Communication Device" einen wichtigen Ausgangspunkt dar.[09] Der Anstoß dazu ging von einem Besuch der beiden Computerpioniere am Stanford Research Institute (SRI) aus, wo ihnen Douglas Engelbart mit seinen Mitarbeitern das oN-Line System (NLS) präsentierte. Das NLS nahm mit in Fenster unterteilbaren grafischen Displays, einem Vorläufer heutiger Textverarbeitungen und den ersten Computermäusen als Eingabegeräten viele Features der Personal Computer vorweg.[10] Angesichts ihrer Eindrücke kamen Licklider und Taylor zu dem Schluss: „In wenigen Jahren werden Menschen über eine Maschine wirksamer miteinander kommunizieren können als von Angesicht zu Angesicht."[11] Sie erhofften sich von Computern, dass diese „die Kunst des Modellierens revolutionieren und dabei die Wirksamkeit der Kommunikation unter Menschen so sehr steigern, dass womöglich auch diese revolutioniert"[12] würde. Die Betonung von Modellierung und Effektivität legt bereits nahe, dass Licklider und Taylor dabei zunächst an professionelle, wissenschaftliche oder militärische Settings dachten. So gesehen waren diese von ihnen ersonnenen Anwendungen also keine direkten Vorläufer sozialer Medien. Allerdings verweisen die beiden Autoren auch auf andere Typen der Kommunikation. Ihre 1968 spekulativ skizzierten Ideen, die auch andere, alltäglichere Themen von Suppenrezep-

ten bis hin zu Fragen der Liebe umfassten, verwiesen bereits auf Operationen heutiger sozialer Medien. Besonders interessant ist ihre Beschäftigung mit der Frage, wie interaktive Online-Gemeinschaften („On-line interactive communities") beschaffen sein werden.[13] Ihre Antworten sind für die Zeit verblüffend, denn sie beschreiben ein kommendes Netz aus Netzen – wie das Internet, dessen Name genau darauf verweist – und User-Communities, die über alle geografischen Distanzen hinweg von gemeinsamen Interessen zusammengehalten werden. Anders als oft angenommen, geht diese Idee also nicht auf den Publizisten Howard Rheingold zurück, der das Konzept Virtueller Gemeinschaften populär gemacht hat. Rheingold gibt allerdings, deutlich später, nichtprofessionellen Verwendungen mehr Raum als Licklider und Taylor.[14]

Ein weiterer Schritt auf dem Weg zu den heutigen sozialen Medien war PLATO, eine Art Lernplattform, die ab 1960 an der University of Illinois entwickelt wurde. Ab den 1970er Jahren enthielt sie Foren, Chaträume, Instant Messaging, Remote-Screen-Sharing sowie Multiplayer-Spiele und nahm damit viele heutige Praktiken vorweg. Die Kommunikationsforscher Steve Jones und Guillaume Latzko-Toth ordnen sie einer „pre-Internet history of social computing" zu.[15] Dennoch ist auch PLATO in einem professionellen, konkret einem akademisch-didaktischen Kontext zu verorten. Dieser Fokus und die dementsprechend marginale Bedeutung für Freizeit und Alltag sind nicht überraschend, da vernetzte Computer seinerzeit im privaten Bereich kaum verbreitet waren. Die Ausbreitung und schließlich mobilisierte Omnipräsenz durch Smartphones[16] ist eine der entscheidenden Diskontinuitäten in der Geschichte sozialer Medien.

Im Jahr 1978 erscheint mit „The Network Nation. Human Communication via Computer" der Soziologin Starr Roxanne Hiltz und des Informatikers Murray Turoff ein weiterer Beitrag, an dem sich die damaligen Entwicklungen und Vorstellungen über Computer als Kommunikationsinstrumente ablesen lassen.[17] Sie betonen dabei zwar ebenfalls professionelle Anwendungsfälle, allerdings beschäftigen sich Hiltz und Turoff unter anderem auch mit sogenannten Bulletin Boards, einer in den 1970er Jahren aufkommenden Hobby-Computerpraxis.[18] Die Boards basierten auf einer niedrigschwelligen Struktur meist privat betriebener Rechnersysteme, in die man sich per Modem über die Telefonleitung einwählte. Obwohl ihre Verbreitung weit von der heutiger sozialer Medien entfernt blieb,[19] werden sie inzwischen den-

01 Vgl. Tom Standage, Writing on the Wall. The Intriguing History of Social Media, from Ancient Rome to the Present, London u. a. 2013.

02 Vgl. John Hartley, Pushing Back. Social Media as an Evolutionary Phenomenon, in: Jean Burgess/Alice E. Marwick/Thomas Poell (Hrsg.), The SAGE Handbook of Social Media, Los Angeles u. a. 2018, S. 13–34.

03 Vgl. Christina Ortner/Philip Sinner/Tanja Jadin, The History of Online Social Media, in: Niels Brügger/Ian Milligan (Hrsg.), The SAGE Handbook of Web History, Los Angeles u. a. 2019, S. 372–384, hier S. 373.

04 Zur Definition siehe u. a. Jan H. Kietzmann et al., Social Media? Get Serious! Understanding the Functional Building Blocks of Social Media, in: Business Horizons 3/2011, S. 241–251.

05 Vgl. Janet Abbate, Inventing the Internet, Cambridge, MA–London 1999.

06 Vgl. Paul Ferdinand Siegert, Die Geschichte der E-Mail. Erfolg und Krise eines Massenmediums, Bielefeld 2008.

07 Vgl. Ortner/Sinner/Jadin (Anm. 3), S. 373 f. Das Beispiel Wikipedia stammt von José van Dijck, The Culture of Connectivity. A Critical History of Social Media, Oxford 2013, Kapitel 7. Das Buch von van Dijck ist eine sehr gute Einführung in die Analyse sozialer Medien.

08 Für eine etwas andere Gewichtung siehe Ortner/Sinner/Jadin (Anm. 3), S. 374 f., die etwa den „Internet Relay Chat" auch noch zur Vorgeschichte zählen.

09 Vgl. J. C. R. Licklider/Robert W. Taylor, The Computer as a Communication Device, in: Science and Technology 76/1968, S. 21–31. Vgl. zu Licklider und Taylor Jens Schröter, Das Netz und die Virtuelle Realität. Zur Selbstprogrammierung der Gesellschaft durch die universelle Maschine, Bielefeld 2004, S. 47–59.

10 Vgl. Thierry Bardini, Bootstrapping. Douglas Engelbart, Coevolution, and the Origins of Personal Computing, Stanford 2000.

11 Licklider/Taylor (Anm. 9), S. 21 (*hier und im Folgenden eig. Übersetzungen*). Zur Rezeption des Textes vgl. Schröter (Anm. 9), S. 51–59.

12 Licklider/Taylor (Anm. 9), S. 25.

13 Vgl. ebd., S. 30.

14 Vgl. Howard Rheingold, Virtuelle Gemeinschaft. Soziale Beziehungen im Zeitalter des Computers, Bonn u. a. 1994.

15 Steve Jones/Guillaume Latzko-Toth, Out from the PLATO Cave. Uncovering the Pre-Internet History of Social Computing, in: Internet Histories 1–2/2017, S. 60–69, hier S. 60. Siehe auch Brian Dear, The Friendly Orange Glow. The Untold Story of the PLATO System and the Dawn of Cyberculture, New York 2017.

16 Vgl. Timo Kaerlein, Smartphones als digitale Nahkörpertechnologien. Zur Kybernetisierung des Alltags, Bielefeld 2018.

17 Vgl. Starr Roxanne Hiltz/Murray Turoff, The Network Nation. Human Communication via Computer, Reading, MA u. a. 1978.

18 Vgl. ebd., S. 205–209.

19 Vgl. Aaron Delwiche, Early Social Computing. The Rise and Fall of the BBS Scene (1977–1995), in: Burgess/Marwick/Poell (Anm. 2), S. 35–52.

noch auch als deren Vorwegnahme interpretiert. So zeigt etwa der Medienhistoriker Kevin Driscoll in seiner Studie „The Modem World. A Prehistory of Social Media“,[20] wie mit dem Modem eine spezifische Technologie dieses Praxisfeld erst eröffnet hat. Darin stellt er fest: „Die Geschichte dieser Modem-Welt bietet eine neue Erklärung dafür, wie das Internet sozial wurde – eine Ergänzung zu jenen Darstellungen, die sich auf das US-Militär, die akademische Forschung oder das Silicon Valley konzentrieren.“[21] Mit Blick auf die Zukunft der sozialen Medien plädiert er für ein anderes Bewusstsein für die Internetgeschichte – eine Geschichte, die auch die „aufgegebenen Prototypen und die nicht eingeschlagenen Wege einer experimentierfreudigeren Ära einschließt“.[22] In ihrer Dezentralität unterscheiden sich die Bulletin-Board-Systeme von den heute durch Oligopole bestimmten sozialen Medien. Driscoll betont daher die Kontingenz der heutigen Entwicklung. Mit Blick auf die Geschichte eröffnet sich also die Denkbarkeit einer anderen Netzwelt. Allerdings weist er auch auf ein methodisches Problem bei der Erforschung solcher Hobbyisten-Kulturen hin: Die Quellenlage ist schwierig, weil nicht systematisch archiviert wurde.[23]

Nicht zuletzt lässt sich die Vorgeschichte der sozialen Medien auch in künstlerischen Praktiken ausmachen. Der Medienwissenschaftler Tilman Baumgärtel platziert schon im Titel seines Buches „Van Gogh TV's ‚Piazza Virtuale'. The Invention of Social Media at documenta IX in 1992“ die These, dass die gleichnamige Medieninstallation des Künstlerkollektivs Van Gogh TV Praktiken heutiger sozialer Medien vorgegriffen hat: „Sie nahmen Formen der Programmgestaltung und Interaktion vorweg, die sich erst mithilfe der ‚Sozialen Medien' der letzten beiden Jahrzehnte durchgesetzt haben.“[24] Interessanterweise war es hier das Fernsehen, für das am Vorabend der Ausbreitung des World Wide Web ab 1994 eine Zukunft als interaktives Medium imaginiert wurde.

Für alle genannten Beispiele lässt sich diskutieren, was „vorwegnehmen“ heißt und ob nicht doch die Unterschiede überwiegen – etwa die Abtastung von Nutzerdaten oder die Datenbankstrukturen hinter den sozialen Medien gegenüber der flüchtigen Erscheinung in einem Fernsehprogramm bei Piazza Virtuale. Eben das ist diffizil an historischen Rekonstruktionen: Wie gewichtet man Kontinuität und Diskontinuität? Gäbe es nur Kontinuität, wäre keine Veränderung zu verzeichnen, es existierte nur ein immerwährendes Jetzt; gäbe es nur Diskontinuität, gäbe es statt einer Geschichte nur ein atemporales Chaos.

SOZIALE MEDIEN IM ENGEREN SINNE

Die Vorgeschichte bis hierhin ist schon sehr umfänglich. Noch unübersichtlicher wird es, wenn man versucht, die Geschichte der eigentlichen sozialen Medien zu schreiben. Denn inzwischen gibt es eine ganze Fülle an Plattformen: Usenet, The Well, Sixdegrees.com, Blogging, Friendster, Myspace, dann natürlich Facebook und weiter Twitter (heute: X), Linkedin, Instagram, Pinterest, Snapchat, Youtube, Tiktok. Hinzu kommen Flickr, Google+, Vine, Soundcloud, Bandcamp, Bereal und andere mehr, zudem könnte man noch jene Plattformen hinzufügen, auf die Nutzer:innen aus Frustration über die Praktiken der dominanten Anbieter ausweichen, so etwa Diaspora oder neuerdings, aus Unmut über die Übernahme von Twitter durch Elon Musk, Mastodon.

Um dieses unübersichtliche Feld besser zu überblicken, schlagen die Kommunikationsforscher:innen Christina Ortner, Philip Sinner und Tanja Jadin eine chronologische Aufteilung in vier, sich mitunter überlappende Phasen vor:

„1) die erste Phase vor dem Aufkommen der modernen sozialen Medien, als die Online-Interaktion hauptsächlich über Diskussionsforen, Newsgroups, Mailinglisten, Chats oder Instant Messenger stattfand, 2) die zweite Phase, in der neue webbasierte Dienste wie Wikis, Weblogs, Podcasts oder Social Bookmarking populär wurden, 3) die dritte Phase, die durch eine Diversifizierung der Social-Media-Dienste gekennzeichnet ist, die neue Möglichkeiten der sozialen Interaktion bieten, und 4) schließlich die jüngste Zeit, in der Apps für mobile Geräte es uns ermöglichen, jederzeit und überall über soziale Medien zu interagieren.“[25]

20 Vgl. Kevin Driscoll, The Modem World. A Prehistory of Social Media, New Haven–London 2022.
21 Ebd., S. 27.
22 Ebd., S. 28.
23 Vgl. ebd., S. 25.
24 Tilman Baumgärtel (unter Mitarbeit von Julian Weinert), Van Gogh TV's „Piazza Virtuale". The Invention of Social Media at documenta IX in 1992, Bielefeld 2021, S. 12.
25 Ortner/Sinner/Jadin (Anm. 3), S. 372f.

Die in der dritten Phase aufkommende Diversifizierung lässt sich erstens anhand von Medienformaten beschreiben. Es bilden sich etwa Plattformen heraus, die stärker um Bilder (Flickr, Instagram), Videos (Youtube) oder Töne (Soundcloud, Bandcamp) zentriert sind. Zweitens können sie entlang der schon von Licklider und Taylor beschworenen Online-Communities differenziert sein. So gibt es Netzwerke für den beruflich-geschäftlichen Austausch (Linkedin, Xing) oder für die Liebes- beziehungsweise Sex-Kommunikation (Tinder, Grindr). Und schließlich sind sie auch regional und kulturell diversifiziert. So sind etwa in der Russischen Föderation oder in China, wo bestimmte westliche soziale Medien wie Facebook verboten sind, ganz andere Netzwerke populär – die dann aber, wie das ursprünglich chinesische Tiktok, neuerdings wieder in den Westen ausstrahlen.

Eindrücklich veranschaulicht wird diese Gleichzeitigkeit durch die Tatsache, dass im Titel des „Routledge Companion to Global Internet Histories" sowie einem Kapitel über „Histories of Social Internets" jeweils im Plural die Rede von „Geschichten" und von „Internets" ist.[26] Ein konkretes Beispiel für solch eine alternative Entwicklung liegt im „Minitel"-System. Dabei handelte es sich um ein System spezieller, kleiner, vernetzter Terminals, die sehr spezifisch für Frankreich waren. Zwar wurde Minitel am Ende durch das Internet und seine sozialen Medien ersetzt. Aber nichtsdestotrotz war es eine alternative soziale Praxis durch vernetzte Computer.[27] Es zeigt sich also einerseits, dass „die" sozialen Medien historisch und geokulturell differenziert auf verschiedenen Vorläufererscheinungen aufgebaut haben – und auch zeitgenössisch hinsichtlich der mit ihnen verbundenen Praktiken teilweise differenziert sind. Andererseits führt die globale Ausbreitung sozialer Medien zugleich zu einer tendenziellen Normierung und Uniformierung von Praktiken.[28]

PROBLEMLAGEN

Mit der massenhaften Verbreitung sozialer Medien im engeren Sinne, die ab etwa 2005 mit Facebook ihren Anfang nahm, entstand eine Reihe neuartiger Phänomene, Praktiken und Probleme. Diese Probleme sind ihrerseits nicht statisch und so gab und gibt es auch in den vergangenen gut zwanzig Jahren Entwicklungen und Zäsuren, die verschoben haben, worüber gestritten wird.

Erstens: Wie so oft bei neuen Medien war ihr Auftauchen auch eine Wiederbelebung der anfänglich mit dem Internet überhaupt verknüpften sozialen Utopien.[29] All die Vorstellungen von herrschaftsreduzierter, horizontaler Kommunikation blühten erneut auf. Dies wurde insbesondere im Zusammenhang mit dem Arabischen Frühling 2011 diskutiert, gar von „Facebook-Revolutionen" war die Rede.[30] Allerdings ist dieses Bild später einer differenzierten Betrachtung gewichen. Die Soziologin Zeynep Tufekci, die die Proteste vor Ort mitverfolgt hat, hält fest: Digital vernetzte Bewegungen bringen sehr schnell sehr viele Menschen auf die Straße – allerdings ohne dabei jene organisatorischen Kapazitäten aufzubauen, die ältere Bewegungen in jahrelanger Kleinarbeit etablieren mussten. Was in wenigen Tagen entsteht, kann auch in wenigen Tagen wieder zerfallen. Und die Regierungen haben gelernt: Statt zu zensieren, ist es aus ihrer Sicht oft klüger, die Aufmerksamkeit der Öffentlichkeit mit Desinformation und bezahlten Trollen zu überschwemmen.[31]

Zweitens: Umgekehrt wird an sozialen Medien oft auch ihre Funktion für ökonomische Abtastung und mithin die Kommerzialisierung von Freundschaft und Privatsphäre sowie der Zwang kritisiert, das eigene Selbst in eine Art permanenten Werbeclip zu verwandeln.[32] In diesem Sinne sind soziale Medien Treiber einer kapitalistischen Umformatierung des Sozialen. Zusätzlich können sie für politische Überwachung genutzt werden. Die Sozialpsychologin Shoshana Zuboff hat diese Logik als „Überwachungskapitalismus"

26 Vgl. Gerard Goggin/Mark McLelland (Hrsg.), The Routledge Companion to Global Internet Histories, New York 2017, S. 311–338.
27 Vgl. Julien Mailland/Kevin Driscoll, Minitel. Welcome to the Internet, Cambridge, MA–London 2017. Siehe auch Valérie Schafer/Benjamin G. Thierry, From the Minitel to the Internet. The Path to Digital Literacy and Network Culture in France (1980s–1990s), in: Goggin/McLelland (Anm. 26), S. 77–89.
28 Matthew Brennan beschreibt, wie sich Bytedance, das Unternehmen hinter Tiktok, wiederum die US-Industrie zum Vorbild genommen hat. Vgl. Matthew Brennan, Attention Factory. The Story of TikTok & China's ByteDance, o. O. 2020.

29 Vgl. Schröter (Anm. 9), Kapitel 1.
30 Vgl. Albrecht Hofheinz, Soziale Medien im Arabischen Frühling, in: Thorsten Gerald Schneiders (Hrsg.), Der Arabische Frühling. Hintergründe und Analysen, Wiesbaden 2013, S. 117–125. Vgl. auch Standage (Anm. 1), Kapitel 3, 7 und 8.
31 Vgl. Zeynep Tufekci, Twitter and Tear Gas. The Power and Fragility of Networked Protest, New Haven–London 2017.
32 Vgl. auch Standage (Anm. 1), Kapitel 4.

beschrieben: Verhaltensdaten fallen zunächst als Nebenprodukt an, werden dann zum Rohstoff für Vorhersageprodukte und schließlich gezielt erzeugt, indem das Verhalten selbst manipuliert wird.[33] Historisch bemerkenswert ist, dass diese Geschäftsmodelle am Anfang gar nicht vorherrschten. Erst der Druck, Wachstum in Umsatz zu übersetzen, hat aus Kommunikationsdiensten Werbeunternehmen gemacht. Der kanadisch-britische Autor und Blogger Cory Doctorow nennt den daraus resultierenden Verfallszyklus „enshittification": Plattformen sind zuerst gut zu ihren Nutzer:innen, dann zu ihren Geschäftskunden und am Ende nur noch zu sich selbst.[34]

Drittens: Kritisiert werden auch die disruptiven Effekte auf die Öffentlichkeit, ihre Zersplitterung in zahllose Teilöffentlichkeiten, die Verbreitung von Verschwörungstheorien, die Überschwemmung mit Informationen, die es schwierig macht, herauszufinden, was „wirklich" ist – und natürlich die „Shitstorms", die Schweigen erzwingen können. Jürgen Habermas sprach angesichts dieser Effekte gar von einem neuen Strukturwandel der Öffentlichkeit.[35] Gerade populistische Politiken – wie etwa jene von US-Präsident Donald Trump – bedienen sich sozialer Medien, um kurze Botschaften und propagandistische, oft KI-generierte Bilder in Umlauf zu bringen. Habermas' Diagnose ist allerdings nicht unumstritten. Ob der Begriff des Strukturwandels hier trägt, wird kontrovers diskutiert.[36] Und auch die populärste Metapher der Debatte, die „Filterblase", hält der empirischen Prüfung nur bedingt stand: Der Medienwissenschaftler Axel Bruns hat die vorliegenden Studien gesichtet und hält den Effekt für erheblich überschätzt.[37] Das Problem liege weniger in der Abschottung als in der nutzerspezifischen Zusammenstellung der Inhalte durch die Plattformen. Überdies konnte gezeigt werden, dass die Moderation von Inhalten keine nachträgliche Reparatur durch die Plattformen ist, sondern vielmehr zu ihrem Kerngeschäft gehört – erledigt von schlecht bezahlten Beschäftigten in Manila oder Hyderabad, deren Arbeit unsichtbar bleiben soll.[38]

Viertens: Es sind neue Berufsfelder entstanden, die zunächst die kommerzielle Nutzung der Aufmerksamkeitsökonomie vorantreiben, aber auch politisch im oben diskutierten Sinne operieren. Das gilt insbesondere für Influencer:innen. Diese reduzieren die Komplexität der überbordenden Informationen in sozialen Medien und im Internet überhaupt. Die Podcaster und Medienkritiker Ole Nymoen und Wolfgang M. Schmitt lesen diese Figur ideologiekritisch: Verkauft wird weniger ein Produkt als die Vorstellung, die eigene Person sei eines.[39] Historisch ist dies ein Nebenprodukt der algorithmischen Sortierung: Wo Sichtbarkeit nicht mehr der Chronologie folgt, sondern über Reichweitenkennzahlen zugeteilt wird, entsteht ein Beruf, der darin besteht, diese Kennzahlen zu bedienen.

Fünftens: Gerade die Umformatierung der Öffentlichkeit und zugleich von Begriffen wie Freundschaft lässt es vielen jüngeren Menschen, die mit den sozialen Medien bereits aufgewachsen sind, als unverzichtbar erscheinen, die sozialen Medien ständig zu beobachten und sich selbst beobachten zu lassen.[40] Auch dies ist viel diskutiert worden, etwa hinsichtlich der Fragen nach psychischen Schäden durch zu viel oder falsche Information, Suchtverhalten und Ähnlichem. Auch die mangelnde Fähigkeit zur Konzentration, die an den Schulen und Universitäten zu Problemen führen kann, gehört in dieses Feld. Hier ist allerdings Vorsicht geboten, denn die Debatte ist polarisiert. Die von dem US-amerikanischen Sozialpsychologen Jonathan Haidt vorgebrachte These, eine „Umverdrahtung" der Kindheit durch Smartphones habe eine Epidemie psychischer Erkrankungen ausgelöst, hat enor-

33 Vgl. Shoshana Zuboff, Das Zeitalter des Überwachungskapitalismus, Frankfurt/M.–New York 2018.

34 Cory Doctorow, The „Enshittification" of TikTok, 23.1.2023, www.wired.com/story/tiktok-platforms-cory-doctorow. Vgl. auch José van Dijck/Thomas Poell/Martijn de Waal, The Platform Society. Public Values in a Connective World, New York 2018.

35 Vgl. Jürgen Habermas, Ein neuer Strukturwandel der Öffentlichkeit und die deliberative Politik, Berlin 2022.

36 Vgl. Martin Seeliger/Sebastian Sevignani (Hrsg.), Ein neuer Strukturwandel der Öffentlichkeit?, Leviathan Sonderband 37, Baden-Baden 2021.

37 Vgl. Axel Bruns, Are Filter Bubbles Real?, Cambridge 2019.

38 Vgl. Tarleton Gillespie, Custodians of the Internet. Platforms, Content Moderation, and the Hidden Decisions That Shape Social Media, New Haven–London 2018; Sarah T. Roberts, Behind the Screen. Content Moderation in the Shadows of Social Media, New Haven–London 2019.

39 Vgl. Ole Nymoen/Wolfgang M. Schmitt, Influencer. Die Ideologie der Werbekörper, Berlin 2021; Crystal Abidin, Internet Celebrity. Understanding Fame Online, Bingley 2018.

40 Vgl. Christian Schulz, Infrastrukturen der Anerkennung. Eine Theorie sozialer Medienplattformen, Frankfurt/M.–New York 2023.

me Resonanz gefunden.[41] Die einschlägige Forschung stützt sie in dieser Schärfe jedoch nicht: Die Psycholog:innen Amy Orben und Andrew Przybylski kommen in ihrer Untersuchung mit mehr als 350 000 Jugendlichen auf einen zwar negativen, aber winzigen Zusammenhang, und die Entwicklungspsychologin Candice Odgers hält Haidt vor, evidente Ursachen wie Armut und Gewalterfahrungen nicht hinreichend zu beachten.[42]

Sechstens: Die wichtigste Entwicklung war ein Prozess, der sich über Jahre hingezogen hat: die Abkehr von der chronologischen Anordnung der Inhalte. Die frühen Plattformen zeigten das Neueste zuerst, und die Nutzer:innen hatten die Kontrolle über das, was sie sahen. Facebook hat diese Ordnung mit dem News Feed früh gelockert, Twitter stellte im Februar 2016 auf eine Sortierung nach den „besten Tweets" um, und Instagram kündigte im März desselben Jahres an, der Feed werde künftig jene Momente zuerst zeigen, von denen das Unternehmen glaube, dass sie den Nutzer:innen am wichtigsten seien.[43] Der Protest dagegen war beträchtlich, aber folgenlos. Technisch handelt es sich hier um eine Änderung der Sortierreihenfolge, medienhistorisch um eine Verschiebung des Machtgefüges zwischen den Plattformen und den Nutzer:innen: Solange chronologisch sortiert wurde, war die Timeline das Ergebnis einer Entscheidung der Nutzer:innen. Seither ist sie das Ergebnis einer Schätzung darüber, was diese am längsten auf der Plattform hält. Die Medien- und Kommunikationswissenschaftlerin Taina Bucher hat schon 2012 anhand von Facebook beschrieben, welche Machtform daraus hervorgeht: Anders als im Panoptikum fürchten die Nutzer:innen nicht, gesehen zu werden, sondern zu verschwinden.[44] Die Plattform muss gar nicht vorschreiben, was gepostet wird, sie muss nur Sichtbarkeit ungleich verteilen. Die Zersplitterung der Öffentlichkeit rührt also weniger daher, dass Nutzer:innen sich abschotten, als vielmehr daher, dass ihnen unterschiedliche Ausschnitte zugeteilt werden.

Siebtens: Eine Zäsur stellt schließlich die Übernahme von Twitter am 27. Oktober 2022 durch Elon Musk dar. Was danach geschah – die Entlassung eines Großteils der Belegschaft samt der Moderationsteams, die Umbenennung in X, der Verkauf des ehemaligen Verifikationshakens als Abonnement, die Rückkehr zuvor gesperrter Accounts –, ist für die Geschichte der sozialen Medien vor allem deshalb relevant, weil ein bis dahin nicht hinterfragtes (Selbst-)Verständnis widerlegt wurde: Plattformen galten zuvor als quasinatürliche Infrastrukturen, deren Regeln sich nur langsam und unter öffentlichem Druck verändern. Der Fall X zeigt jedoch, dass eine Infrastruktur, an der ein erheblicher Teil des politischen Diskurses hängt, samt ihren Regeln käuflich ist. Die empirischen Untersuchungen der Reaktionen auf dieses Ereignis zeichnen ein ambivalentes Bild: Die Kritik an der Übernahme wurde überwiegend auf der Plattform selbst geäußert und erhöhte dort die Aktivität, was ökonomisch dem neuen Eigentümer zugutekam. In einer Studie wurden rund 75 000 zu Mastodon abgewanderte Nutzer:innen verfolgt und gezeigt, dass sich diese Bewegung ähnlich wie eine Epidemie über dicht kommunizierende Communities ausbreitete.[45] Gemessen an den Nutzerzahlen von X blieb die Abwanderung klein. Gemessen an der Geschichte, die hier erzählt wurde, ist sie bemerkenswert, denn das „Fediverse", ein Verbund dezentraler, untereinander kompatibler Dienste, zu dem auch Mastodon gehört, schließt an genau jene dezentrale Architektur an, die Driscoll für die Modem-Welt beschrieben hat. Die nicht eingeschlagenen Wege sind offenbar nicht endgültig verschlossen.

AUSBLICK

Die sozialen Medien werden uns absehbar nicht mehr verlassen und bieten ja auch viel Kurzweiliges und Informatives, wenn man sich nicht in

41 Vgl. Jonathan Haidt, Generation Angst. Wie wir unsere Kinder an die virtuelle Welt verlieren und ihre psychische Gesundheit aufs Spiel setzen, Hamburg 2024.

42 Vgl. Amy Orben/Andrew K. Przybylski, The Association Between Adolescent Well-Being and Digital Technology Use, in: Nature Human Behaviour 3/2019, S. 173–182; Candice L. Odgers, The Great Rewiring. Is Social Media Really Behind an Epidemic of Teenage Mental Illness?, in: Nature 628/2024, S. 29 f.

43 Vgl. Never Miss Important Tweets from People You Follow, 10. 2. 2016, blog.x.com/en_us/a/2016/never-miss-important-tweets-from-people-you-follow.

44 Vgl. Taina Bucher, Want to Be on the Top? Algorithmic Power and the Threat of Invisibility on Facebook, in: New Media & Society 14/2012, S. 1164–1180; sowie dies., If … Then. Algorithmic Power and Politics, New York 2018.

45 Vgl. Rui Wang et al., Empowered or Constrained in Platform Governance? An Analysis of Twitter Users' Responses to Elon Musk's Takeover, in: Social Media + Society 3/2024; Lucio La Cava/Luca Maria Aiello/Andrea Tagarelli, Drivers of Social Influence in the Twitter Migration to Mastodon, in: Scientific Reports 13/2023, Art. 21626.

Shitstorms hineinziehen lässt. Zudem tauchen immer wieder neue Formate auf. So ist etwa Bereal als Antwort auf die permanente Selbstinszenierung in den sozialen Medien entstanden: „Bei Bereal kannst du sehen, was deine Freunde tatsächlich tun – und nicht, was sie vorgeben zu tun. Es ist die einzige Plattform, auf der echte Menschen jeden Tag Beiträge veröffentlichen, sodass du echte Verbindungen zu den Menschen knüpfen kannst, die dir wirklich wichtig sind. (P.S.: KI ist nicht erlaubt).“[46] Ob das so funktioniert oder nicht einfach wieder in eine Meta-Selbstinszenierung mündet, sei dahingestellt. Wichtiger scheint der Punkt: „KI ist nicht erlaubt.“ Denn seit der Ausbreitung von Verfahren generativer KI werden die sozialen Medien zunehmend mit KI-generierten Inhalten geflutet. Dagegen ist zwar nicht per se etwas einzuwenden, doch wenn die Inhalte immer gleichförmiger werden, wenn das, was gesucht und gewünscht ist, kaum noch gefunden werden kann, oder wenn gar die KI-Inhalte platter Indoktrination dienen sollen, dann macht das soziale Medien zunehmend unattraktiv. Sollen die KIs doch in ihr eigenes soziales Netzwerk entschwinden – das es mit Moltbook als „Social Network for AI Agents“ ja schon gibt: „Hier tauschen sich KI-Agenten aus, diskutieren und vergeben Upvotes. Menschen sind herzlich eingeladen, zuzuschauen.“[47] Das zeigt dann vielleicht doch: Die radikale Medientheorie hat Recht behalten – nur dass es gar nicht des Weltalls bedarf: „Ohne Referenz auf den oder die Menschen haben Kommunikationstechniken einander überholt, bis schließlich eine künstliche Intelligenz zur Interzeption möglicher Intelligenzen im Weltraum schreitet.“[48]

46 www.bereal.com.
47 www.moltbook.com.
48 Friedrich Kittler, Geschichte der Kommunikationsmedien, in: Jörg Huber/Alois Martin Müller (Hrsg.), Raum und Verfahren, Basel–Frankfurt/M. 1993, S. 169–188, hier S. 188.

JENS SCHRÖTER
ist Professor für Medienkulturwissenschaft an der Universität Bonn und forscht unter anderem zur Vergangenheit, Gegenwart und Zukunft der (digitalen) Medien.





Illustration büro ident. Peter Pichler

InfoPool Rechtsextremismus

Online-Portal mit praxisnahen Hintergrundinformationen

Wie wandelt sich Rechtsextremismus? Wie lässt sich die Hinwendung zu rechtsextremen Szenen erkennen? Und wie können Beratung und Ausstieg gelingen?

Der **InfoPool Rechtsextremismus** bietet **praxisnahe Hintergrundinformationen**, um die Arbeit gegen rechtsextreme Einstellungsmuster zu stärken. Das Online-Portal richtet sich an alle Berufsgruppen, die mit dem Thema in Berührung kommen – in Schule, Sozialer Arbeit, politischer Bildung, aber auch in der öffentlichen Verwaltung oder bei den Sicherheitsbehörden.

Das Angebot wird kontinuierlich erweitert: Mehrmals im Jahr werden neue **Themenschwerpunkte** veröffentlicht. Bisher erschienen sind unter anderem Texte zum Umgang mit Reichsbürgern, zu Ansätzen der Präventionsarbeit, zum Ausstieg aus der rechten Szene, zu Antifeminismus und zu Gedenkstättenarbeit.

Der InfoPool Rechtsextremismus ist ein Angebot der **Bundeszentrale für politische Bildung/bpb**. Besuchen Sie ihn online unter:
www.bpb.de/infopool

bpb:

Herausgegeben von der
Bundeszentrale für politische Bildung
Bundeskanzlerplatz 2, 53113 Bonn

Redaktionsschluss dieser Ausgabe: 20. November 2026

REDAKTION
Lorenz Abu Ayyash
Anne-Sophie Friedel
Julia Heinrich
Sascha Kneip (verantwortlich für diese Ausgabe)
Baran Korkmaz
Johannes Piepenbrink
Peer Morten Pröve (Volontär)
apuz@bpb.de
www.bpb.de/apuz
www.bpb.de/apuz-podcast

Newsletter abonnieren: www.bpb.de/apuz-aktuell
Einzelausgaben bestellen: www.bpb.de/shop/apuz

GRAFISCHES KONZEPT
Meiré und Meiré, Köln

SATZ
le-tex publishing services GmbH, Leipzig

DRUCK
L.N. Schaffrath GmbH & Co. KG DruckMedien, Geldern

ABONNEMENT
Aus Politik und Zeitgeschichte wird mit der Wochenzeitung
DAS PARLAMENT ausgeliefert.
Jahresabonnement 25,80 Euro; ermäßigt 13,80 Euro.
Im Ausland zzgl. Versandkosten.
Fazit Communication GmbH
c/o Cover Service GmbH & Co. KG
fazit-com@cover-services.de

Die Veröffentlichungen in „Aus Politik und Zeitgeschichte“ sind keine Meinungsäußerungen der Bundeszentrale für politische Bildung (bpb). Für die inhaltlichen Aussagen tragen die Autorinnen und Autoren die Verantwortung. Beachten Sie bitte auch das weitere Print-, Online- und Veranstaltungsangebot der bpb, das weiterführende, ergänzende und kontroverse Standpunkte zum Thema bereithält.

ISSN 0479-611 X

Die Texte dieser Ausgabe stehen unter einer Creative Commons Lizenz vom Typ Namensnennung-Nicht Kommerziell-Keine Bearbeitung 4.0 International.

APuZ
Nächste Ausgabe
51/2026, 12. Dezember 2026
SPORT
UND POLITIK

APuZ
AUS POLITIK UND ZEITGESCHICHTE
www.bpb.de/apuz