

Politische Sozialisation Jugendlicher in Zeiten von TikTok

Wie die Persönlichkeitsentwicklung junger Menschen insgesamt, findet auch deren politische Sozialisation immer mehr in der Social-Media-Welt statt. Eine zunehmende Bedeutung hat hier die beliebte Mikrovideo-Plattform TikTok. Zwar stehen bei der eher rezeptiven Nutzung Spaß und Unterhaltung im Vordergrund, nicht wenigen dient die Plattform aber auch zur Aneignung politischer Information.

Politische Sozialisation im Jugendalter

Wenn wir über politische Sozialisation reden, dann geht es im Kern um die Entwicklung politischer Einstellungen, Werte und Verhaltensweisen einer Person in verschiedenen Sozialisationskontexten (vgl. Eckstein/Noack 2018). Dies kann sich, neben explizit politischen Themen, auf soziale Einstellungen beziehen und bewusste, unbewusste sowie geplante und ungeplante Prozesse beinhalten (vgl. Greenstein 1967). Obwohl es sich wie bei der Sozialisation allgemein um einen lebenslangen Prozess handelt, werden der Jugendphase entwicklungstheoretisch seit jeher Entwicklungsaufgaben zugeschrieben, die für die politische Sozialisation besonders bedeutsam sind.

In diesem Zusammenhang wird das *Partizipieren* als eine zentrale Entwicklungsaufgabe der Jugend beschrieben und beinhaltet die Entwicklung eines individuellen Normen- und Wertesystems sowie die Fähigkeit, „die eigenen Bedürfnisse und Interessen in der Öffentlichkeit zu artikulieren“ (Hurrelmann/Quenzel 2016, S. 28). Eine Besonderheit der Jugendphase, die hierbei zum Tragen kommt, ist die zunehmende Abgrenzung vom Elternhaus und die wachsende Bedeutung von Gleichaltrigen bzw. der Peergroup als Sozialisationsinstanz, durch die vorhandene Sichtweisen häufig erstmals modifiziert werden (Reinders 2016).

Während Jugendliche seit den 1980er-Jahren zunächst eine zunehmende Distanz zu Politik entwickelten, zeichnet sich in den letzten Jahren ein Paradigmenwechsel ab, der vor allem mit der *Fridays for Future*-Bewegung ab 2019 in das öffentliche Bewusstsein gerückt ist (vgl. Calmbach u.a. 2020). Hier haben sich nicht wenige Heranwachsende die Möglichkeiten eines sogenannten Hashtagaktivismus zu eigen gemacht und ihre Sicht auf die Dinge dann mit niedrigschwelligen, lebenswelt- und erlebnisorientierten Beteiligungsformen auf die Straße getragen (vgl. Eisewicht 2019). So gab bei der *JIM-Studie 2019* gut ein Fünftel der 12- bis 19-Jährigen an, *Fridays for Future* auf Social-Media-Kanälen wie Facebook und Instagram zu folgen. Ebenso viele hatten demnach im Spätsommer 2019 bereits an einer entsprechenden Demo teilgenommen (vgl. mpfs 2020).

Literatur:

- Ackermann, J./Dewitz, L.:** *Kreative Bearbeitung politischer Information auf TikTok. Eine multimethodische Untersuchung am Beispiel des Hashtags #ww3*. In: Medienpädagogik, 38/2020, S. 69–93. Abrufbar unter: DOI: 10.21240/mpaed/38/2020.11.16.X
- Baey-Ernsten, M. de/Denstädt, D./Hajok, D.:** *Kriegsberichterstattung auf TikTok. Kreative Traumbewältigung und Informationskrieg auf einer kind- und jugendaffinen Plattform?*. In: mediendiskurs.online, 10.05.2022. Abrufbar unter: <https://mediendiskurs.online>
- Blumenthal, L. S.:** *Die Wahrnehmung von Filterblasen bei der Aneignung von TikTok durch Jugendliche und junge Erwachsene*. Masterarbeit im Masterstudiengang Kinder- und Jugendmedien. Universität Erfurt 2022
- Calmbach, M./Flaig, B./Edwards, J./Möller-Slawinski, H./Borchard, I./Schleer, C.:** *SINUS-Jugendstudie 2020 – Wie ticken Jugendliche? Lebenswelten von Jugendlichen im Alter von 14 bis 17 Jahren in Deutschland*. Bonn 2020
- Eckstein, K./Noack, P.:** *Politische Sozialisation*. In: B. Gniewosz/P. F. Titzmann (Hrsg.): *Handbuch Jugend. Psychologische Sichtweisen auf Veränderungen in der Adoleszenz*. Stuttgart 2018, S. 371–387
- Eisewicht, P.:** *Zwischen Straßenbarrikade und Hashtagaktivismus. Zum Wandel des Engagements Jugendlicher in der modernen Gesellschaft*. In: *Thema Jugend*, 2/2019, S. 6–8
- Fleischer, J.:** *Erwachsenwerden als Prozess mediatisierter Sozialisation. Wie junge Menschen mit Hilfe online verfügbarer Informationen eigene Entwicklungsaufgaben bearbeiten*. Baden-Baden 2018
- Franke, L./Hajok, D.:** *Rechtsextremismus im Social Web. Mit neuen Propagandastrategien nun auch bei TikTok?*. In: *JMS-Report*, 3/2022/45, S. 2–4
- Greenstein, F. I.:** *Children and Politics*. New Haven/London 1967
- Guddat, D./Hajok, D.:** *Zwischen Selbstdarstellung und Influencer*innen. TikTok als Thema des Kinder- und Jugendmedienschutzes*. In: *JMS-Report*, 6/2020/43, S. 2–6

Natürlich ist die politische Sozialisation eine sehr individuelle, soziostrukturell bedingte Angelegenheit. Im Kontext der weiterhin beobachteten Distanz Jugendlicher gegenüber konventioneller politischer Teilhabe, dem politischen System und Politiker*innen bekommen die „neuen“ zivilgesellschaftlichen Teilhabeformen für viele eine besondere Attraktivität (vgl. Hajok/Wiese 2022). *Fridays for Future* ist in diesem Zusammenhang immer noch das beste Beispiel für ein erhöhtes zivilgesellschaftliches Engagement vieler Jugendlicher, das einerseits vor dem Hintergrund der wirtschaftlichen Stabilität, andererseits im Kontext der (immer spürbareren) Bedrohung des Klimawandels zu sehen ist (vgl. Hurrelmann/Albrecht 2020). Neben der aktiven Auseinandersetzung mit der Covid-19-Pandemie mit samt ihren Einflüssen auf die politische Sozialisation war das Interesse der Jugend auch im vergangenen Jahr vor allem noch auf den Klimawandel bezogen; zwei Drittel der 12- bis 19-Jährigen zeigten sich daran (sehr) interessiert (vgl. mpfs 2021).

Aneignung politischer Information in Social Media

Die Möglichkeiten der Aneignung politischer Information haben sich in der digitalen Welt grundlegend gewandelt. So bestehen für Nutzer*innen schon seit Jahren weitgehend selbstbestimmte Zugangsmöglichkeiten sowie die Option zur Weiterverarbeitung und Speicherung unendlich großer und stets hochaktueller, multimedialer Datenmengen (vgl. Kuttner/Schorb 2013; Wagner/Gebel 2014). Soziale Medien lösen darüber hinaus die strikte Trennung von journalistisch-publizistischen Öffentlichkeiten und dem vorgesehenen Zielpublikum auf. Die jeweilige Plattformlogik bestimmt dabei durch Algorithmisierung, Filterung, Bewertung und Personalisierung maßgeblich über den individuellen Informationsstrom (vgl. Schmidt 2018).

Für Jugendliche gewinnen soziale Netzwerke bzw. Social-Media-Angebote als Informationszugang und Nachrichtenquelle zunehmend an Relevanz (Müller 2019). Während klassische politische Themen, wie z.B. Wahlen, weiterhin eher in klassischen Medien verfolgt werden, ziehen Jugendliche - insbesondere zu den Themen, bei denen sie sich vermehrt zivilgesellschaftlich engagieren (z.B. Klimawandel, Urheberrechtsreform) - eher soziale Medien als Informationsquelle heran (vgl. Vodafone Stiftung Deutschland 2019). Offenbar schätzen Jugendliche solche Onlineinformationen, weil sie sich in gesellschaftlich relevante Themen einarbeiten können, dabei jedoch keine Verpflichtungen eingehen oder große Umstände auf sich nehmen müssen (vgl. Fleischer 2018). Zumeist steht dementsprechend das rezeptive Informationshandeln in sozialen Medien im Vordergrund (vgl. Hoffmann 2017; Wagner/Gebel 2014). Bei einer intensiven Auseinandersetzung mit entwicklungsrelevanten Themen ist es jedoch möglich, dass junge Nutzer*innen in den produktiven Austausch gehen und Informationen selbst weiterverbreiten (vgl. Fleischer 2018).

Auch mit Blick auf die aktuell beliebten Social-Media-Welten im Spannungsfeld von Instagram und TikTok bleibt allerdings noch immer fraglich, inwiefern der Schritt von der „Teilhabe im Netz“ zur „Teilhabe mithilfe des Netzes“ tatsächlich gelingt, dieser Online-aktivismus sich dann nicht doch im häufig kritisierten „Slackivism“ oder „Clicktivism“ (vgl. Jenkins 2016; Schmidt 2018) ergießt. Partizipatives Medienhandeln ist allerdings als Spektrum zu betrachten, in dem - unter den richtigen Bedingungen - zunehmend auch politische Beteiligung realisiert wird (Wagner/Gebel 2014). So können politische Onlinecommunitys als *Participatory Cultures* betrachtet werden, die auf dem kreativen Austausch ihrer Mitglieder basieren und deren Fähigkeiten zur politischen Beteiligung fördern (vgl. Jenkins 2016).

„Die Möglichkeiten der Aneignung politischer Information haben sich in der digitalen Welt grundlegend gewandelt.“

Hajok, D.: *Veränderter Medienumgang von Jugendlichen. Wie die Corona-Krise auch den Jugendmedienschutz fordert.*

In: JMS-Report, 1/2021/44, S. 2-5

Hajok, D./Wiese, A.: *Jugendliche und die Aneignung politischer Information auf TikTok.* In: merz – Medien + Erziehung. Zeitschrift für Medienpädagogik, 4/2022/66, S. 61-68

Hautea, S./Parks, P./Takahashi, B./Zeng, J.: *Showing They Care (Or Don't): Affective Publics and Ambivalent Climate Activism on TikTok.* In: Social Media + Society, 2/2021/7, S. 1-14. Abrufbar unter: DOI: 10.1177/20563051211012344

Hoffmann, D.: *Politische Sozialisation unter Mediatisierungsbedingungen.* In: H. Gapski/M. Oberle/W. Staufer (Hrsg.): Medienkompetenz. Herausforderung für Politik, politische Bildung und Medienbildung. Bonn 2017, S. 197-206

Hurrelmann, K./Albrecht, E.: *Fridays for Future als Sinnbild ihrer Generation.* In: S. Haunss/M. Sommer (Hrsg.): Fridays for Future – Die Jugend gegen den Klimawandel. Konturen der weltweiten Protestbewegung. Bielefeld 2020, S. 227-236

Hurrelmann, K./Quenzel, G.: *Lebensphase Jugend. Eine Einführung in die sozialwissenschaftliche Jugendforschung.* Weinheim/Basel 2016

Jenkins, H.: *Youth Voice, Media, and Political Engagement: Introducing the Core Concepts.* In: H. Jenkins/S. Shresthova/L. Gamber-Thompson/N. Kligler-Vilenchik/A. Zimmerman (Hrsg.): *By any media necessary. The new youth activism.* New York 2016, S. 1-16

Khattab, M.: *Synching and Performing: Body (Re)-Presentation in the Short Video App TikTok.* In: Widerscreen, 16.01.2020. Abrufbar unter: <http://widerscreen.fi> (letzter Zugriff: 04.07.2021)

Klinger, U./Svensson, J.: *The end of media logics? On algorithms and agency.* In: New Media & Society, 12/2018/20, S. 4.653-4.670

Kuttner, C./Schorb, B.: *Informationshandeln Jugendlicher in der konvergenten Medienwelt – ein Fazit.* In: B. Schorb (Hrsg.): *Jugend - Information - Medien.* Report des Forschungsprojektes Medienkonvergenz Monitoring zur Aneignung von Information durch 12- bis 19-Jährige. Leipzig 2013, S. 116-125

Literat, I./Kligler-Vilenchik, N.: *Youth collective political expression on social media: The role of affordances and memetic dimensions for voicing political views.* In: New Media & Society, 9/2019/21, S. 1.988-2.009

mpfs (Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest) (Hrsg.): *JIM-Studie 2019/2021. Jugend, Information, Medien. Basisuntersuchung zum Medienumgang 12- bis 19-Jähriger.* Stuttgart 2020/2021

Müller, P.: *Social Media und Wissenskluft. Nachrichtennutzung und politische Informiertheit junger Menschen.* Wiesbaden 2019

Reinders, H.: *Politische Sozialisation Jugendlicher. Entwicklungsprozesse und Handlungsfelder.* In: A. Gürlevik/K. Hurrelmann/C. Palentien (Hrsg.): *Jugend und Politik. Politische Bildung und Beteiligung von Jugendlichen.* Wiesbaden 2016, S. 85-102

Zunehmende Bedeutung von TikTok

Kein anderes Social-Media-Angebot hat in den letzten zwei, drei Jahren so stark in der Lebenswelt junger Menschen hinzugewonnen wie die Mikrovideo-Plattform TikTok. Mittlerweile ist sie eine der wichtigsten Apps der jungen Generation überhaupt (vgl. Hajok 2021; mpfs 2020; Rohleder 2022). Spätestens mit Beginn der Coronapandemie kann TikTok auch nicht mehr als reine Unterhaltungsplattform betrachtet werden. Zumindest fand hier in den letzten Jahren zunehmend auch eine Auseinandersetzung mit politischen Themen statt, was im Kontext der Plattformstruktur und spezifischen Aneignungsweisen der jungen Nutzer*innen zu sehen ist. Und hier weist TikTok einige Besonderheiten auf.

Der Informationsfluss ist anstelle von Freundschaftsnetzwerken wie Facebook in erster Linie durch den Empfehlungsalgorithmus geprägt (vgl. Hautea u.a. 2021; Guddat/Hajok 2020), der in Kombination mit einer hohen Nutzer*innenaktivität (Zuo/Wang 2019) eine besondere Dynamik produziert. Bedeutungen und Narrative werden nicht in einzelnen Videos, sondern durch Imitation und Replikation als Memes im Gesamtkontext der App entwickelt (Zulli/Zulli 2020; Hautea u.a. 2021; Literat/Kligler-Vilenchik 2019). Innerhalb von TikTok bilden sich damit fluide, lose Nutzer*innengemeinschaften, die auf einer gemeinsamen Ästhetik oder auf inhaltlichen Gemeinsamkeiten basieren (Zulli/Zulli 2020; Hautea u.a. 2021). Auch politische Äußerungen werden so anhand von geteilten symbolischen Ressourcen und Memes kollektiv getätigt (Literat/Kligler-Vilenchik 2019; Ackermann/Dewitz 2020).

Da ständig neue Inhalte von diversen Accounts zu den Nutzer*innen gespült werden, kann TikTok die Auseinandersetzung mit neuen Themen begünstigen. Gleichzeitig führt die hohe Personalisierung dazu, dass sehr spezifische Themen und Sichtweisen generiert (vgl. Müller 2019; Schmidt 2018) und eher bereits vorhandene Sichtweisen verstärkt werden (vgl. Zulli/Zulli 2020). Dies bietet auch einen Nährboden für Falschinformation sowie für die Reproduktion problematischer Stereotype (vgl. Ackermann/Dewitz 2020; Khattab 2020). Obwohl es Hinweise gibt, dass junge Nutzer*innen die algorithmusbasierte Logik von TikTok zu einem gewissen Grad durchschauen (vgl. Stecher u.a. 2020; Blumenthal 2022), sind Algorithmen in ihrer genauen Wirkungsweise letztlich undurchschaubar. Plattformbetreiber*innen können dabei unbemerkt bestimmen, welche Informationen verbreitet werden und welche nicht (vgl. Klinger/Svensson 2018). Gerade TikTok wurde ein solches Vorgehen bereits nachgewiesen.

Spezifische Informationsaneignung bei TikTok

Aktuellere empirische Studien geben bereits spannende Einblicke, inwieweit die TikTok-App den jungen Nutzer*innen in der heutigen Zeit auch zur Aneignung politischer Information dient. So zeigt eine im vergangenen Jahr durchgeführte Studie, bei der eine Onlinebefragung auf der Plattform lanciert und vertiefende Interviews mit ausgewählten Jugendlichen geführt wurden (vgl. Wiese 2021), sehr deutlich, dass eine politisch-informative Nutzung durchaus verbreitet ist. „Lustige Videos“ sind unter den Jugendlichen zwar die beliebteste Videokategorie, was für eine noch immer vordergründig unterhaltende Nutzung spricht (vgl. auch Zuo/Wang 2019). Politisch-informative Inhalte, die den Jugendlichen eher nebenbei in ganz unterschiedlichen Formaten (in Meinungs- und Erklärvideos, Erfahrungsberichten, Videodokumenten etwa zu Polizeigewalt, in symbolischen Botschaften wie dem Posieren mit einer LGBTQ+-Flagge etc.) begegnen, bieten aber durchaus einen Mehrwert. Eine 16-Jährige hierzu: „Dann schaue ich die Videos an, weil es mich halt interessiert, was da auch in der Welt so abgeht und nicht bei mir irgendwie nur lauter Schwachsinn kommt“ (vgl. Hajok/Wiese 2022).

Sehr deutlich wird die partizipative Bedeutung der App im Hinblick auf die Herausbildung und Artikulation eigener politischer Interessen im öffentlichen Raum (vgl. Hurrelmann/Quenzel 2016). Mit der festgelegten Auswahl der „Für Dich“-Seite, auf der algorithmisch personalisiert ausgewählte Kurzvideos in Dauerschleife durchlaufen, gibt TikTok hierfür zwar den Rahmen vor. Auch erfolgt die Zuwendung zu einem politischen Thema eher zufällig. Interessierende Videos werden aber von den Jugendlichen aktiv angeeignet, gelikt, geteilt oder kommentiert, was wiederum neue Videos zum Thema in die personalisierte Schleife spült und eine (vertiefte) persönliche Auseinandersetzung evozieren kann.

Mit Bezug auf rassismuskritische Inhalte stellt eine 13-Jährige beispielsweise fest: „[...] mir wird es halt vorgeschlagen und dann baut sich dazu Interesse auf und dann guckt man sich da immer mehr Videos von an“. Bei der TikTok-Nutzung eignen sich die Jugendlichen nicht nur Wissen über politische Themen an, im Sample finden sich auch Beispiele dafür, dass eigenes politisches Engagement angeregt wird (hier eine Plakataktion gegen häusliche Gewalt) und angeeignetes Wissen aktiv weitergegeben wird. In den Worten einer 18-Jährigen:

„[...] mir ist das schon mal passiert, dass eine Person nicht wusste, was Cultural Appropriation ist. Dann konnte ich ihr das erklären und dann auch klar mit Beispielen zeigen, was es ist und wie man das vermeidet“ (vgl. Hajok/Wiese 2022).

Obwohl TikTok die Möglichkeit eröffnet, an einem kreativen Aushandlungsprozess zu politischen Themen aktiv teilzuhaben (vgl. Ackermann/Dewitz 2020), sind auch bei den interviewten Jugendlichen neben der rezeptiven Nutzung lediglich niederschwellige Interaktionen wie Liken, Speichern oder Teilen beliebt. Im Sinne einer Participatory Culture (vgl. Jenkins 2016) verschaffen sie bestimmten politischen Botschaften mehr Reichweite. In der Perspektive einer 13-Jährigen: „[...] wenn du einen Kommentar oder ein Like schreibst, dann merkt TikTok, dass sich viele Menschen dafür interessieren, und dann wird es auch mehreren angezeigt [...]. Und deshalb denke ich einfach, dass das hilft“ (vgl. Hajok/Wiese 2022). Politische Äußerungen werden so als kollektiver Zusammenschluss von Personen wahrgenommen, die Videos nicht nur veröffentlichen, sondern diese auch liken, kommentieren und weiterschicken (vgl. Literat/Kligler-Vilenchik 2019). Kaum bewusst ist den Jugendlichen hierbei, dass in den Informationsfluss auch die Interessen der Plattformbetreiber*innen hereinspielen (vgl. auch Stecher u.a. 2020).

Markante Entwicklungen

Die skizzierten Perspektiven auf die politische Sozialisation Jugendlicher in der Welt von Social Media allgemein und die explorativen Befunde zur Aneignung politischer Information auf TikTok speziell erhalten mit den Entwicklungen bei den usergenerierten Videos eine besondere Bedeutung. So zeigte eine Inhaltsanalyse aus dem letzten Jahr, dass sich längst auch rechtsextremistische Akteur*innen der plattformspezifischen Möglichkeiten bedienen und, orientiert an den besonderen Aneignungsweisen der jungen Nutzer*innen, TikTok aktiv zur Verbreitung ihrer Propaganda nutzen. Die Plattform dient hier gewissermaßen als weiterer Kanal, um (noch) mehr Reichweite zu generieren – und die Nutzer*innen mit entsprechenden Verweisen auf die geschlosseneren Artikulations- und Partizipationsräume anderer Dienste (Discord, Telegram etc.) zu locken (vgl. Franke/Hajok 2022).

Rohleder, B.: *Kinder- & Jugendstudie 2022*. Berlin 2022. Abrufbar unter: <https://www.bitkom.org>

Schmidt, J.-H.: *Social Media*. Wiesbaden 2018

Stecher, S./Bamberger, A./Gebel, C./Cousseran, L./Brüggen, N.: „Du bist voll unbekannt!“ *Selbstdarstellung, Erfolgsdruck und Interaktionsrisiken auf TikTok aus Sicht von 12- bis 14-Jährigen*. In: ACT ON! Short Report Nr. 7. München 2020. Abrufbar unter: www.act-on.jff.de (letzter Zugriff: 30.07.2021)

Vodafone Stiftung Deutschland: *Alles auf dem Schirm? Wie sich junge Menschen in Deutschland zu politischen Themen informieren*. Düsseldorf 2019. Abrufbar unter: www.vodafone-stiftung.de (letzter Zugriff: 29.07.2021)

Wagner, U./Gebel, C.: *Jugendliche und die Aneignung politischer Information in Online-Medien*. Wiesbaden 2014

Wiese, A.: *Jugendliche und die Aneignung politischer Information auf TikTok. Eine qualitative Interviewstudie*. Masterarbeit im Studiengang MA Kinder- und Jugendmedien. Universität Erfurt 2021

Zulli, D./Zulli, D. J.: *Extending the Internet meme: Conceptualizing technological mimesis and imitation publics on the TikTok platform*. In: *New Media & Society*, 8/2020/24, S. 1.872-1.890. Abrufbar unter: DOI: 10.1177/1461444820983603

Zuo, H./Wang, T.: *Analysis of Tik Tok User Behavior from the Perspective of Popular Culture*. In: *Frontiers in Art Research*, 3/2019/1, S. 1-5. Abrufbar unter: <https://francispress.com>

Eine besonders auffällige Entwicklung markiert der frühe plattformspezifische Austausch zum Krieg in der Ukraine. Hier zeigt sich wie unter einem Brennglas, dass TikTok bei jungen Nutzer*innen eine schnelle und vielfältige Auseinandersetzung mit einem hochaktuellen politischen Thema anregen kann, gleichzeitig aber die Gefahr der Verunsicherung oder unkritischen Übernahme von Falschinformation birgt (vgl. Hajok/Wiese 2022). Neben Clips zu den militärischen Auseinandersetzungen, Truppenbewegungen, Sabotageakten etc. waren auf TikTok bereits früh auch Videos von tanzenden Soldaten, vom künstlerisch aufbereiteten Alltag in Schutzbunkern, Lip-sync-Videos während der Flucht, Tutorials zur Verwundetenversorgung u. a. m. zu sehen (vgl. Baey-Ernsten u. a. 2022).

Die Feedback-, Reaktions- und Bearbeitungstools ermöglichen auch hier neue Formen der politischen Meinungsäußerung, die „klassische“ Social-Media-Funktionen (Likes, Teilen, Kommentieren, Folgen) ergänzen. Videounterschriften, Hashtags und kleine, über die Videos gelegte Text-Snippets ordnen die Videos politisch ein. Mit humoristischen, ironischen Elementen oder fröhlicher Musik, etwa zum Kochen eines ukrainischen Borschtsch (борщ) im Bunker, werden ästhetische Brüche hergestellt und zugleich kreative Bewältigungsformen angewandt. Auch außerhalb der ukrainischen Community nahmen bereits früh viele junge TikTok-Nutzer*innen am Austausch teil. Solidaritätsbekundungen für die betroffenen Menschen, Memes vom ukrainischen Präsidenten als gut aussehendem Filmhelden und ein Filter mit einem tanzenden Selenskyj, der über TikTok-Videos gelegt werden kann, stehen Videos mit kremlnahen Botschaften, Kritik an der europäischen Gemeinschaft, der NATO oder den USA gegenüber. Mit dem TikTok-Algorithmus bekamen auch Videos unbekannter Accounts schnell hohe Reichweiten – ebenso schnell machten gezielte Fakes die Runde (ebd.). Auch hier zeigt sich eindrucksvoll, dass die politische Sozialisation Jugendlicher in der Social-Media-Welt unter spezifischen Vorzeichen steht.



Dr. Daniel Hajok ist Honorarprofessor am Seminar für Medien- und Kommunikationswissenschaft der Universität Erfurt und Gründungsmitglied der Arbeitsgemeinschaft Kindheit, Jugend und neue Medien (AKJM) in Berlin.

Amelie Wiese absolvierte den Master Kinder- und Jugendmedien an der Universität Erfurt und ist zurzeit wissenschaftliche Mitarbeiterin am Lehrstuhl Erziehungshilfe und Soziale Arbeit der Universität zu Köln.