

Radikalisierungsmaschine YouTube?

Über die Rolle von Algorithmen bei rechtspopulistischem Gedankengut

„YouTube – Doch keine Radikalisierungsmaschine!“ So oder ähnlich titelten im September dieses Jahres mehrere Nachrichtenplattformen in ihren Berichten über eine Studie¹, die am 30. August 2023 im Fachjournal *Science Advances* veröffentlicht worden war. Wie schon zuvor² kamen auch diesmal die Forschenden zu dem Ergebnis, dass der Empfehlungsalgorithmus von YouTube unbedarften Menschen keine beziehungsweise nur in Ausnahmefällen Videos mit „alternativen“ oder „extremistischen“ Inhalten vorschlägt. Zudem konnte ein – in der Vergangenheit bereits mehrfach unterstellter – „Rabbit-Hole-Effekt“, bei dem die auf Aufmerksamkeit getrimmte Videoplattform Nutzer*innen zu immer radikaleren Inhalten leitet, nur äußerst selten nachgewiesen werden. Hierfür wurden in den USA fast 1200 Menschen befragt und wurde ihr Nutzungsverhalten von Juli bis Dezember 2020 ausgewertet. Also doch alles nicht so schlimm wie gedacht?

■ Es sind die Mediennutzenden und ihre Lebensumstände, denen unsere Aufmerksamkeit gelten sollte.

Solche Schlagzeilen spielen natürlich mit den Erwartungen ihrer Leser*innen. Denn wen bei obigem Titel Zweifel beschleichen, die*der muss nicht zwangsläufig falsch liegen. Ist doch für die Frage, welche Art von Inhalten den Nutzer*innen vorgeschlagen werden, letztlich die Definition entscheidend, was hier als „alternativ“ oder „extremistisch“ gilt. Auch dass sich in der Studie das Verständnis von Radikalisierung scheinbar eher auf den Anfang als auf die Fortsetzung (im Sinne von Festigung und Verstärkung) dieses Prozesses bezieht, erklärt die Studienergebnisse eher, als dass es sie untermauert. So ließen sich noch weitere Schwachstellen der unter methodischen Aspekten als valide geltenden Studie³ aufzählen: Sowohl der kurze Zeitraum der Erhebung, der erst nach einer Anpassung des YouTube-Algorithmus im Jahr 2019 lag, als auch die

Personengruppe in den USA, welche sich freiwillig und im Wissen um die Beobachtung ihres Nutzungsverhaltens den Forschenden zur Verfügung stellte, ließen sich kritisch hinterfragen. Diese gleichermaßen berechtigten wie auch typischen Fragen zum Forschungsdesign sollten allerdings nicht von jenen Erkenntnissen der Studie ablenken, welchen auch in den Schlagzeilen größere Aufmerksamkeit hätte geschenkt werden können. Denn abgesehen von dem eher schwachen Radikalisierungseffekt belegten die Untersuchungen (ebenfalls erneut) deutlich, dass einschlägige Videos zu ähnlichen Inhalten führten. Als Hauptursachen hierfür wurden die aktive Suche nach diesen Inhalten, deren wiederholter Konsum wie auch das Abonnieren der dazugehörigen Kanäle identifiziert. Dass es innerhalb der Studie lediglich eine sehr kleine Nutzer*innengruppe war, die auf diese Weise mit „alternativen“ und „extremistischen“ Videos in Berührung kam, ändert nichts am enormen Potenzial, das YouTube zur „Versorgung“ mit entsprechenden Inhalten bereithält. Geringe Radikalisierung wird hier locker durch mangelhafte Identifikation und kaum gebremste Verbreitung wettgemacht. Ein Umstand, der insbesondere im Zusammenhang mit der zuletzt erschienenen Mitte-Studie⁴, welche erneut die Zunahme rechtspopulistischen Gedankenguts im Zentrum der Gesellschaft beschreibt, zu denken geben sollte. Vor diesem Hintergrund legt die anfangs zitierte Studie vor allem nahe, dass die weitverbreitete Fixierung auf die Mediensysteme mit ihren Algorithmen zwar nicht gänzlich unwichtig, oft aber wenig zielführend ist. Denn das eigentliche Problem sitzt vor den Bildschirmen – ob nun konsumierend oder produzierend. Es sind die Mediennutzenden und ihre Lebensumstände, denen unsere Aufmerksamkeit gelten sollte. Wenn sich in Zukunft weitere Teile der Gesellschaft radikalieren, spielt es am Ende keine Rolle, ob sie es nun *durch* die oder *mit* den Algorithmen getan haben. •

1 <https://bit.ly/3QGodKW>

2 <https://bit.ly/3SB6OpR>

3 <https://bit.ly/47d2Dov>

4 <https://bit.ly/3FZWVOK>



Arne Frisch

0431 56 02 – 53

a.frisch@paritaet-sh.org