

## Algorithmische Selektion von Medieninhalten

---

### Der Einfluss impliziter Personalisierung auf politische Inhalte auf TikTok

Diese Arbeit untersucht den Einfluss impliziter Personalisierung auf die Darstellung politischer Inhalte auf TikTok. Mittels eines explorativen „Agent-Based-Testing“-Ansatzes werden Profile anhand politischer Präferenzen trainiert, um zu analysieren, wie der Empfehlungsalgorithmus von TikTok auf unterschiedliches Nutzungsverhalten reagiert. Der Fokus liegt auf den gegensätzlichen Parteien „Bündnis 90/Die Grünen“ und der „Alternative für Deutschland“ (AfD).

Die Ergebnisse zeigen, dass politisch trainierte Profile häufiger politische Inhalte erhalten als neutrale Kontrollgruppen. Profile, die auf die AfD trainiert wurden, sehen vermehrt parteikonforme Inhalte, während Profile der Grünen weniger politische Inhalte erhalten. Zudem ist die AfD in allen Untersuchungsgruppen präsenter als andere Parteien, was auf eine verstärkte Nutzung der Plattform hinweist.

Die Studie liefert neue Einblicke in die Funktionsweise von Empfehlungsalgorithmen und deren Auswirkungen auf die politische Kommunikation in sozialen Medien, insbesondere auf TikTok.

Begleitet von: Prof. Dr. Thomas Zerback

Team: Dominic Altstädter, Torben Krauß, Sören Leonhard Minkenberg