

Analyse von Wahrnehmung und Verhalten gegenüber Falsch-Informationen in sozialen Medien

Thema:

Analyse von Wahrnehmung und Verhalten gegenüber Falsch-Informationen in sozialen Medien

Art:

BA, MA

Betreuer:

Thomas Schmidt

Professor:

Christian Wolff

Status:

Entwurf

Stichworte:

Fake News, Information Behavior, Informationsverhalten, Misinformation, Desinformation, Falsch-Information, empirische Studie, Fragebogen, Survey, Diary Study, Tagebuchstudie, Twitter, Facebook, Soziale Medien

angelegt:

2018-09-03

Hintergrund

Fake News, Falsch-Informationen, Fehl- und Desinformation im Web und in den sozialen Medien sind Konzepte, die in den letzten Jahren große mediale Beachtung erfahren haben. Tatsächlich gibt es noch nicht viel empirische Forschung zur Wahrnehmung sowie zum allgemeinen Umgang mit Falschinformationen im Web.

Zielsetzung der Arbeit

Im Rahmen der Arbeit soll eine empirische Studie durchgeführt werden die subjektive Wahrnehmung und das subjektive Verhalten gegenüber Falsch-Informationen im Web untersucht. Dies kann in Form von Fragebögen und/oder Diary Studies oder Ähnlichem gemacht werden. Ziel ist es gesicherte Daten zu verschiedenen Faktoren wie dem Umgang mit Falsch-Informationen, der subjektiven Menge an Falsch-Informationen oder zur Verbreitung von Falsch-Informationen zu erhalten.

Im weiterführenden Kontext können auch Einflussfaktoren wie Geschlecht, Persönlichkeit oder Bildungsstand untersucht werden.

Konkrete Aufgaben

- Aufbereitung relevanter Literatur
- Aufstellung von Hypothesen

- Konzeption und Durchführung einer empirischen Studie
- Erstellung eines passenden Fragebogens oder einer Diary Study
- Statistische Auswertung der Ergebnisse

Erwartete Vorkenntnisse

- Erfahrung in statistischer Auswertung

Weiterführende Quellen

Chen, X., & Sin, S. C. J. (2013). 'Misinformation? What of it? Motivations and individual differences in misinformation sharing on social media. Proceedings of the American Society for Information Science and Technology, 50(1), 1-4.

Jackob, N. G. E. (2010). No alternatives? The relationship between perceived media dependency, use of alternative information sources, and general trust in mass media. International Journal of Communication, 4, 18.

Karlova, N. A., & Fisher, K. E. (2013). A social diffusion model of misinformation and disinformation for understanding human information behaviour. Information Research, 18 (1).

Marett, K., & Joshi, K. D. (2009). The decision to share information and rumors: Examining the role of motivation in an online discussion forum. Communications of the Association for Information Systems, 24(1), 47-68.

Mendoza, M., Poblete, B., & Castillo, C. (2010). Twitter Under Crisis: Can we trust what we RT?. In Proceedings of the first workshop on social media analytics (pp. 71-79). ACM.

Starbird, K., Maddock, J., Orand, M., Achterman, P., & Mason, R. M. (2014). Rumors, false flags, and digital vigilantes: Misinformation on Twitter after the 2013 Boston marathon bombing. iConference 2014 Proceedings.

From:
<https://wiki.mi.ur.de/> - MI Wiki

Permanent link:
https://wiki.mi.ur.de/arbeiten/analyse_von_wahrnehmung_und_verhalten_gegenueber_falsch-informationen_in_sozialen_medien?rev=1535975543

Last update: 03.09.2018 11:52

