Masterarbeit zum Thema: Datenqualität in sozialen Netzwerken

# Einführung

Bei Entscheidungsprozesse bei großen Institutionen wie z.B. Landesregierungen oder Unternehmen wird in zunehmendem Maße auch die öffentliche Meinung und Meinungstendenzen zu einem bestimmten Thema herangezogen. Seit Beginn des 21 Jahrhunderts stehen der öffentlichen Meinungsäußerung auch neue Medien zur Verfügung. Zur Meinungsäußerung aber auch zur Meinungsbildung werden vermehrt sozialen Netzwerke herangezogen. Es ist zu beobachten, dass zentrale „Meinungsbildner“ in der Lage sind, die Diskussion zu einem Thema tendenziell in eine Richtung zu lenken. Solche Tendenzen lassen sich auf Plattformen wie Facebook und Twitter sehr gut beobachten. Ideen erscheinen und verbreiten sich unter den Nutzern extrem schnell und infolgedessen wächst durch Übertragungseffekt deren Popularität auch bei der breiteren Öffentlichkeit.

Allerdings unterscheiden sich die Sozialen Netzwerke von altmodischen Informationsressourcen in ihrer Qualität. Bei Fernsehsendungen, Zeitungsartikel und in vielen Internetbeiträgen sind die Autoren Fachleute in ihrem Bereich, vielfach mit fundierter journalistischer Grundausbildung. Als solche sind diese Informationskanäle zuverlässig und darüber und sich ihrer Verantwortung für ihre Veröffentlichungen bewusst. Im Gegensatz dazu gibt es keine nennenswerte „Eintrittsbarriere“ bei sozialen Medien wie z.B. Twitter. Eine Prüfung der verbreiteten Information findet zumeist nicht statt, entsprechend ist die Informationsqualität auch zu bewerten.

# Erforschung

Die Arbeit den Zusammenhang zwischen Informations-/Datenqualität und Einfluss auf die Meinungsbildung analysieren. Dabei werden folgende Punkte fokussiert:

* Trends erkennen und ihre Entwicklung von Erscheinen zum Abebben beobachten
* Verbreitungsfaktoren bei Trends
* Diffusionsanalyse
* Die Qualität der Information
* Beeinflussbarkeit von *Influencern*
* Einfluss auf dem Zielobjekt (Markt, Regierung usw.)

# Empirie

## Daten

Die Studie wird sich hauptsächlich auf Daten aus sozialen Netzwerken und deren Analyse basieren. Als Hauptquelle wird vorrausichtlich **Twitter** benutzt.

## Tools

* R für statistische Analyse (**twitteR** library u. a)
* SQL Server
* xAlerator – weitere Analyse und Präsentation der Ergebnisse

# Weitere Fragen zu klären

* Sprache der Arbeit (Englisch?)
* Umfang
* Zeitraum
* Meilensteine um Zwischenergebnisse zu Präsentieren