

## Lehrstuhl VWL III

### Seminar: Verhaltensökonomische Erklärungen von Fake News, Verschwörungstheorien und verzerrter Information

Betreuer: Prof. Dr. Joachim Weimann, Dr. Dmitri Bershadskyy

Zahlreiche Entscheidungen in der Gesellschaft werden durch das Prinzip der „Weisheit der Menge“ getroffen. Damit ist gemeint, dass die unvollständige private Information der einzelnen Menschen aggregiert und zum Wohle der Gesellschaft genutzt wird. Jedoch können während dieses Prozesses zahlreiche Probleme und Verzerrungen auftreten, und es kann zur Manipulationen der Entstehung von „Wissen“ kommen. Das Seminar beleuchtet, wie die Aggregation von Information absichtlich zu manipulativen Zwecken beeinflusst werden kann. Das Seminar findet als *Präsenzveranstaltung* statt und ist unterteilt in vier Themengebiete mit 3-4 Unterthemen.

<b>Themengebiete:</b>	<b>Soziale Medien</b>	<b>Wissenschaftliche Mythen, Fake News, Verschwörungstheorien</b>	<b>Wirkungen von Umfragen und Nachrichten</b>	<b>Relevante Ansätze der Verhaltensökonomik</b>
	1) Information Bubbles in Social Networks	1) Fake news in the new era and who falls for it?	1) The Effect of Polls and Beliefs on Voting Decision	1) Overconfidence
	2) Social Influence Bias and Biased Voting in Networks	2) Conspiracy Theories	2) Can prediction markets be manipulated?	2) Sense-making and intention seeking
	3) Economics of Social Media	3) How to debunk Scientific Myth, Fake News, and Conspiracy Theories.	3) Sources of Information	3) Confirmation Bias
				4) Information Avoidance

Das Seminar besteht aus einer Einführungsveranstaltung in der ersten Semesterwoche und vier geblockten Terminen im Semester jeweils von 9 bis 14 Uhr. Zusätzlich besteht wöchentlich die Möglichkeit zur Konsultation und Diskussion der Themen (montags 9-11 Uhr). Sobald mehr Informationen über die jeweiligen Termine und Räume vorliegen, werden wir diese umgehend aktualisieren.

In der Einführungsveranstaltung werden die Themen vergeben. Dabei werden 3-4 Studierenden dem jeweiligen Themengebiet als *Vortragende* zugeordnet. Weitere 3-4 Studierende werden als *Diskutanten* dem Themengebiet zugeordnet. Innerhalb des Themengebietes müssen alle Themen von den Vortragenden entsprechend einer Literaturliste vorbereitet werden. Jedes Themengebiet wird an einem der Blocktermine behandelt. Am Tag der Präsentation des Themengebietes wird gelost, wer der 3-4 zugeordneten Studierenden welches Unterthema vorstellt. Die zugeordneten Diskutanten halten ein Koreferat von 5-10 Minuten Länge. Die Leistung im Seminar besteht aus einem 30-minütigen Vortrag (inkl. vorbereiteter Folien) zu einem der Themen, 5-10-minütiges Koreferat und der allgemeinen Diskussionsteilnahme.

**Interessenten tragen sich bitte in eine Liste ein, die im Sekretariat des Lehrstuhls ausliegt oder bewerben sich per Mail (mit Namen, Matrikelnummer, Studiengang) an [dmitri.bershadskyy@ovgu.de](mailto:dmitri.bershadskyy@ovgu.de) !**

## Literaturliste

### 1. Soziale Medien

#### 1.1. Information Bubbles in Social Networks

Barberá, P., Jost, J. T., Nagler, J., Tucker, J. A., & Bonneau, R. (2015). Tweeting from left to right: Is online political communication more than an echo chamber?. *Psychological science*, 26(10), 1531-1542.

#### 1.2. Social Influence Bias and Biased Voting in Networks

Muchnik, Lev, Sinan Aral and Sean J. Taylor (2013). Social Influence Bias: A Randomized Experiment. *Science*, 341(6146), 647-651.

Kearns, Michael, Stephen Judd, Jinsong Tan and Jennifer Wortman (2009). Behavioral experiments on biased voting in networks. *PNAS*, 106(5), 1347-1352.

#### 1.3. Economics of Social Media

Egebark, J., & Ekström, M. (2018). Liking what others “Like”: using Facebook to identify determinants of conformity. *Experimental Economics*, 21(4), 793–814

### 2. Wissenschaftliche Mythen, Fake News, Verschwörungstheorien

#### 2.1. Fake news in the new era and who falls for it?

Pennycook, G., & Rand, D. G. (2018). Who falls for fake news? The roles of bullshit receptivity, overclaiming, familiarity, and analytic thinking. *Journal of personality*.

#### 2.2. Conspiracy Theories

Sunstein, C. R., & Vermeule, A. (2009). Conspiracy theories: Causes and cures. *Journal of Political Philosophy*, 17(2), 202-227.

#### 2.3. How to debunk Scientific Myth, Fake News, and Conspiracy Theories.

Barrera, O., Guriev, S., Henry, E., & Zhuravskaya, E. (2020). Facts, alternative facts, and fact checking in times of post-truth politics. *Journal of Public Economics*, 182, 104-123.

### 3. Wirkungen von Umfragen und Nachrichten

#### 3.1. The Effect of Polls and Beliefs on Voting Decision

Agranov, M., Goeree, J. K., Romero, J., & Yariv, L. (2018). What makes voters turn out: The effects of polls and beliefs. *Journal of the European Economic Association*, 16(3), 825-856.

#### 3.2. Can prediction markets be manipulated?

Deck, C., Lin, S. and Porter, D., 2013. Affecting policy by manipulating prediction markets: Experimental evidence. *Journal of Economic Behavior & Organization*, 85, pp.48-62.

#### 3.3. Sources of Information

Alaoui, L., & Germano, F. (2020). Time scarcity and the market for news. *Journal of Economic Behavior and Organization*, 174, 173–195.

## 4. Relevante Ansätze der Verhaltensökonomik

### 4.1. Overconfidence

Kruger, J., & Dunning, D. (1999). Unskilled and unaware of it: How difficulties in recognizing one's own incompetence lead to inflated self-assessments. *Journal of Personality and Social Psychology*, 77(6), 1121–1134.

### 4.2. Sense-making and intention seeking

Brotherton, R., & French, C. C. (2015). Intention seekers: Conspiracist ideation and biased attributions of intentionality. *PLoS One*, 10(5), e0124125.

### 4.3. Confirmation Bias

Nickerson, R. S. (1998). Confirmation bias: A ubiquitous phenomenon in many guises. *Review of general psychology*, 2(2), 175-220.

### 4.4. Information Avoidance

Golman, R., Hagmann, D., & Loewenstein, G. (2017). Information avoidance. *Journal of Economic Literature*, 55(1), 96-135.