

Information avoidance in the context of privacy decision-making [Arbeitstitel]

Betreuer: Victoria Fast <victoria.fast@uni-passau.de>

Datum: ab sofort

Typ: Bachelorarbeit, Masterarbeit

Motivation:

Die Preisgabe personenbezogener Daten ist für Nutzer nicht nur mit Vorteilen (z.B. kostenloser Zugang zu Onlinediensten, Preisnachlässe, Unterhaltung, personalisierte Empfehlungen) verbunden, sondern birgt auch Risiken, insbesondere wenn Daten nicht ordnungsgemäß gespeichert und geschützt werden. Beispielsweise kann die Preisgabe von personenbezogenen Daten zu unerwünschter zielgerichteter Werbung, Datenweitergabe an Dritte oder Identitätsdiebstahl führen. Um Nutzer bei der Einschätzung von Datenschutzrisiken und immer komplexeren Abwägungen bezüglich Datenpreisgabeentscheidungen zu unterstützen, raten Regulierungs- und Verbraucherschutzbehörden Onlinediensten zu mehr Transparenz. Insbesondere sollten Onlinedienste ihren Nutzern klare Informationen zu Datensammlung, -verwendung und -schutz geben. Hierbei wird angenommen, dass die Nutzer Informationen, die ihre Entscheidungen unterstützen, wertschätzen sowie verwenden. Allerdings zeigt die Forschung auch, dass es Situationen gibt, in denen Individuen dazu neigen, Informationen bewusst zu vermeiden („Information avoidance“). Daher stellt sich die Frage, ob Nutzer von Onlinediensten Informationen bzgl. Datensammlung und -verwendung tatsächlich wertschätzen oder eher dazu neigen, diese Informationen zu vermeiden, um Risiken auszublenden.

Ziel:

Das Ziel der Abschlussarbeit ist es, einen umfassenden Überblick über das Themengebiet „Information Avoidance“ zu geben und auf den Datenkontext zu übertragen. Aus welchen Gründen könnten Nutzer die Beschaffung und Nutzung von Informationen bzgl. Datenschutzrisiken meiden, auch wenn diese ihre Entscheidungen unterstützen könnten? Welche theoretischen Erklärungen und welche empirischen Ergebnisse sind in der Literatur bekannt? Zudem soll dargestellt werden, welche Rolle Transparenz in diesem Zusammenhang spielt.

Literatur:

- Dinev, T., McConnell, A. R., & Smith, H. J. (2015). Research commentary—informing privacy research through information systems, psychology, and behavioral economics: thinking outside the “APCO” box. *Information Systems Research*, 26(4), 639-655.
- Golman, R., Hagmann, D., & Loewenstein, G. (2017). Information avoidance. *Journal of Economic Literature*, 55(1), 96-135.
- Hertwig, R., & Engel, C. (2016). Homo ignorans: Deliberately choosing not to know. *Perspectives on Psychological Science*, 11(3), 359-372.
- Karwatzki, S., Dytynko, O., Trenz, M., & Veit, D. (2017). Beyond the personalization–privacy paradox: Privacy valuation, transparency features, and service personalization. *Journal of Management Information Systems*, 34(2), 369-400.