

Themenvorschläge Abschlussarbeiten in der MKW

Selbsteffekte der aktiven Produktion von Medieninhalten

Valkenburg (2017) beschreibt Selbsteffekte, die die eigene Produktion von Medieninhalten auf die Produzent*innen selbst haben kann (z. B. Verstärkung der eigenen Einstellungen, Selbstmobilisierung zu politischem Verhalten, Steigerung des eigenen affektiven Involvements u.a.). Wählen Sie ein Anwendungsfeld und untersuchen Sie an diesem Beispiel, unter welchen situativen Umständen, bei welchen individuellen Persönlichkeitsmerkmalen und/oder welchem Feedback solche Effekte auf die Kognitionen, Emotionen und/oder das Verhalten der Produzent*innen auftreten.

Wie gehen Nutzer*innen mit dem Risiko um, dass sie im Netz ständig Desinformationen ausgesetzt sind?

Ein verantwortungsvoller Umgang mit Informationsquellen fängt damit an, dass man sich der Risiken bewusst ist, getäuscht zu werden. Wie sehr beschäftigen sich die Nutzer*innen damit? Was wissen sie darüber und haben sie Strategien entwickelt, damit umzugehen? Wenn ja, wie sehen diese aus?

Wie kommt es dazu, dass Menschen wissenschaftliche Erkenntnisse und Empfehlungen rundheraus ablehnen?

In der Corona-Pandemie wurde deutlich, dass es einen nicht unerheblichen Anteil von Menschen gab (und gibt), die der etablierten Wissenschaft offen misstrauten und deren Empfehlungen nicht folgten. Wie kann man erklären, wie Menschen dazu kommen? Wurden sie (früher) von der Wissenschaft enttäuscht oder speist sich ihre ablehnende Haltung aus anderen Quellen und Motiven? Welche Rolle spielen Nachrichtenmedien und andere Informationsquellen?

Analog versus digital / Digitalisierung und Digitalität

Die oben genannten Begriffe begegnen uns täglich, doch was bedeuten sie eigentlich, wie grenzen Sie sich voneinander ab, wie verwenden sie Menschen im Alltag und wie werden sie in der Medien- und Kommunikationswissenschaft definiert, diskutiert oder operationalisiert? Ein Thema zu dem sich theoretische aber auch methodisch-empirische Fragestellungen und Arbeiten entwickeln lassen.

The Rider and the Elephant

Leiten Sie aus den von Jonathan Haidt (2012) explizierten Menschenbildannahmen drei bis fünf Hypothesen und ggf. noch eine oder zwei Forschungsfragen ab und überprüfen Sie diese an einem Beispiel Ihrer Wahl.

Systematisierung von Erkenntnissen zu bestimmten Konstrukten, die positive oder negative Einstellungen gegenüber Nachrichtenmedien bezeichnen

Nicht selten ist zu beobachten, dass a) ein bestimmtes Phänomen mit unterschiedlichen Begriffen belegt und b) dasselbe Phänomen unterschiedlich operationalisiert wird. In solchen Fällen mag es sinnvoll sein, die Forschung zu systematisieren, indem Gemeinsamkeiten und Unterschiede aufgezeigt und diskutiert werden.

Einfluss von Spotify, Netflix und anderen Streaming-Plattformen

Das Streamen von Inhalten (Musik, Filme etc.) ist nicht nur ein technischer Vorgang, sondern auch eine Kulturtechnik, die einen Einfluss darauf hat, wie wir Inhalte rezipieren, tradieren, darüber sprechen etc. Entwickeln Sie zu dieser Thematik ein methodisch geleitetes Forschungsprojekt oder auch eine Theoriearbeit.

Vertrauen in Nachrichtenmedien und andere Informationsquellen

Unter dieser Überschrift können Sie einer Vielfalt von Fragestellungen nachgehen, so z. B. diesen: Wie sehr vertrauen oder misstrauen Menschen den etablierten Nachrichtenmedien? Welche Faktoren spielen eine Rolle dafür? Gibt es bestimmte Schlüsselereignisse, die hierauf einen Einfluss ausgeübt haben? Welche Rolle spielt das Vertrauen in Nachrichtenmedien im Leben der Menschen? Vertrauen die Menschen stattdessen oder zusätzlich auch in andere Informationsquellen? Welche Risiken, sich auf Nachrichtenmedien oder andere Informationsquellen zu verlassen, sehen die Rezipient*innen? In welchem Umfang informieren sich Menschen aus mehreren Quellen gleichzeitig (Gegencheck)?

Delegitimierung der etablierten Nachrichtenmedien

Nicht nur im Netz versuchen radikale und extreme Kritiker westlicher Demokratien, deren Institutionen grundsätzlich zu delegitimieren. Beschreiben und analysieren Sie solche Kommunikationskampagnen, die sich gegen die etablierten Nachrichtenmedien oder die sich gegen die Wissenschaft richten.

Strategische Kommunikation im Kontext des Medienwandel(-Diskurses) (Inhaltsanalyse oder qualitative Interviews)

Eine Reihe kollektiver Akteure sind als Stakeholder an Prozessen des Medienwandels beteiligt, bspw. Internet-Unternehmen, Medienkonzerne, staatliche Institutionen, politische Akteure oder Gewerkschaften. All diese Akteursgruppen bzw. Einzelakteure haben ein strategisches Interesse daran, dass der Diskurs über Medieninnovationen in bestimmte Richtungen verläuft. Frühere Forschung zeichnet bspw. nach, wie verschiedene Stakeholder die massenhafte Nutzung des Internets noch vor ihrem Eintreten als Zwangsläufigkeit dargestellt haben, weil sie sich davon ökonomische Vorteil erhofft haben. In ähnlicher Weise lässt sich aktuell beobachten, wie Unternehmen, die im Feld KI tätig sind, stark versuchen, den öffentlichen Diskurs zum Thema in verschiedener Hinsicht (Wirkmacht von KI, richtige Regulierung von KI, Gefahren von KI, etc.) zu beeinflussen. Die kommunikative Intention ist hierbei sicherlich das Kreieren selbsterfüllender Prophezeiungen durch die Beeinflussung der öffentlichen Meinung. Wie verschiedene (oder einzelne) strategische Akteure konkret vorgehen, um kommunikativen Einfluss auf den Fortgang des Medienwandels zu nehmen lässt sich an diesem und anderen Beispielen wunderbar mittels Inhaltsanalysen oder qualitativen Interviews untersuchen.

Remake, Mashup, Sample, Coverversion, Remix, Reaction-Videos etc.

... sind Begriffe, die mediale Produkte und Phänomene unterschiedlicher Verfasstheit beschreiben, die etwas bereits Vorhandenes aufnehmen und damit arbeiten. Wie das Arbeiten mit dem Vorhandenen passiert, welche Referenzen dabei gezogen oder konstruiert werden und auf welchen kulturellen und technischen Entwicklungen und Konstellationen es beruht, lässt sich in zahlreiche Fragestellungen übertragen, die auf vielfältige Art und Weise empirisch bearbeitet werden können.

Algorithmische Empfehlungssysteme als Bedrohung vielfältiger Mediennutzung?

Suchmaschinen und soziale Medien filtern und sortieren als Gatekeeper Informationen und haben damit einen maßgeblichen Einfluss auf deren Selektion durch die Nutzer*innen. Vor

diesem Hintergrund stellt sich die Frage, ob dies mit einer Vielfaltsverengung der genutzten Inhalte einhergeht und/oder wie die Auswirkungen aus demokratietheoretischer Perspektive zu werten sind bzw. welche medienpolitischen Ansätze hier diskutiert werden.

Umgang mit Medienwandel in beteiligten Stakeholder-Gruppen (qualitative oder quantitative Befragungen; z.B.: Generative KI im Journalismus)

Medienwandel wird entscheidend durch eine Reihe beteiligter Stakeholder geprägt: Medienproduzentinnen und -produzenten, Medienpolitikerinnen und -politiker, Medienmanager und nicht zuletzt Mediennutzerinnen und -nutzer treffen tagtäglich eine Reihe miteinander vernetzter Entscheidungen, die maßgeblichen Einfluss darauf ausüben, wie sich medienvermittelte Kommunikation verändert, insbesondere ob und wie eine bestimmte (neue) Medientechnologie genutzt wird. Die Prozesse der Entscheidungsfindung sind dabei hoch spannend, können diese doch von Phänomenen wie Fehlwahrnehmungen, strategischen Beeinflussungen oder Irrationalitäten getrieben sein. Vor diesem Hintergrund bieten sich Abschlussarbeiten an, die den Umgang mit konkreten Medieninnovationen (z.B. generative KI), oder abstrakteren Phänomenen des Medienwandels (z.B. schleichender Bedeutungsverlust des Journalismus im Zeitalter der Digitalisierung) innerhalb einer konkreten Stakeholder-Gruppe beleuchten und systematisch einordnen. Dabei kann, je nach Zugänglichkeit der Stichprobe und vorhandenen Vorarbeiten anderer Forscher:innen eher explorativ auf qualitative Studien gesetzt werden oder ein quantifizierendes Zugang gewählt werden.

Einflüsse auf und Effekte von Medienkompetenz

Mit dem SMILE-Modell haben Schreurs & Vandenbosch (2020) ein Modell zu Einflüssen auf kompetente Nutzung sozialer Medien und deren Auswirkungen auf das Wohlbefinden der Nutzer*innen vorgelegt. Testen Sie einen Teilbereich dieses Modell an einem Anwendungsbeispiel Ihrer Wahl.

Subversion und Medien

Ein mit einem Skalpell durchschnittenes Auge in dem surrealistischen Film „Ein Andalusischer Hund“ (1928); der Wunsch, den eigenen Vater zu töten im Song „The End“ von den Doors; ein anarchistischer Fernsehauftritt der Sex Pistols; Zuschauer*innen, die empört das Kino verlassen, weil sie die Sexszenen in "Titane" (2021) nicht ertragen etc. Medien werden auf verschiedenste Art und Weise genutzt, um umstürzlerische Inhalte zu transportieren und/oder die Grenzen des Machbaren immer wieder neu (künstlerisch) auszuloten. Aber auch auf Seiten der Rezipient*innen gibt es widerständiges Potential, was zahlreiche Studien vor dem Hintergrund der Cultural Studies eindrucksvoll zeigen. Nähern Sie sich dem Thema „Subversion und Medien“ aus verschiedenen Positionen und am Beispiel unterschiedlicher Medien (Musik, Film etc.) theoretisch oder methodisch-analytisch an.

Inhalte populistischer Alternativmedien oder demokratiefeindlicher Influencer-Kommunikation (Inhaltsanalysen)

(Rechts-)populistische Online-Alternativmedien und demokratiefeindliche Influencer dürften einen erheblichen Anteil am Aufschwung rechtspopulistischer bzw. rechtsextremer politischer Strömungen in westlichen Demokratien in den letzten Jahren haben. Während es zu den in diesen Kanälen verbreiteten Inhalten bereits erste Forschungsergebnisse gibt, sind noch viele Fragen, zumal es sich um ein dynamisches Feld handelt, in dem ständig neue Outlets und Akteure hinzukommen, die noch nicht systematisch untersucht wurden. Bei der Wahl dieses Themenfelds sollte allerdings berücksichtigt werden, dass das manuelle Codieren entsprechender Inhalte durchaus belastend sein kann.

Darstellung sozialer Gruppen oder gesellschaftlicher Gruppenhierarchien im öffentlichen Diskurs (Inhaltsanalyse oder Wirkungsexperiment)

Unser gesellschaftliches Zusammenleben ist in vielfältiger Weise durch die Einteilung von Menschen in soziale Gruppen (nach Ethnie, Geschlecht, Alter, Bildung, soziale Klasse, usw.) und die Hierarchisierung dieser Gruppen geprägt. Wie einzelne soziale Gruppen oder gesellschaftliche Gruppenhierarchien in unterschiedlichen Teilbereichen des öffentlichen Diskurses dargestellt werden, hat erheblichen Einfluss darauf, diese Gruppeneinteilungen und -hierarchien erst zu etablieren, später fortzuschreiben, oder aber auch zu hinterfragen und zu durchbrechen. Eingeladen sind daher Bachelorarbeiten, die einzelne konkrete Phänomene in diesem Gesamtkontext inhaltsanalytisch oder im Rahmen von Medienwirkungsexperimenten untersuchen wollen (z.B. Geschlechterrollen in der Sport-Berichterstattung oder die Hierarchisierung ethnischer Gruppen im Migrationsdiskurs).

Reinforcing Spirals

Leiten Sie aus dem sog. Reinforcing Spirals Model von Michael Slater (2015) drei bis fünf Hypothesen und ggf. noch eine oder zwei Forschungsfragen ab und überprüfen Sie diese an einem Beispiel Ihrer Wahl.

Wissenschaftskommunikation und Wissenschaftsimage

Wie informieren sich die Menschen über Wissenschaft? Haben sie ein Interesse an wissenschaftlichen Themen, und wenn ja, wie begründet sich dieses? Welche Informationsquellen nutzen die Menschen? Welche Vorstellungen haben die Menschen von Wissenschaft? Woher stammen diese Vorstellungen? Welche Rolle spielen hierfür Nachrichtenmedien und Informationsquellen und welche Rolle spielt Wissenschafts-PR?

Was machen Fans jeglicher Art und warum und wie tun sie dieses?

Realisieren Sie zu diesem Themenfeld spezifische Interviewstudien.

Analysieren Sie vor dem Hintergrund eines spezifischen Forschungsinteresses Fanobjekte oder Fanaktivitäten sowie Fanart.

Entwickeln Sie auf der Basis einer Fragestellung einen fokussierten Literaturüberblick zu theoretisch relevanten Problemen.

POPC

Leiten Sie aus dem sog. POPC-Modell (Reinecke et al., 2018; Vorderer et al., 2018) drei bis fünf Hypothesen und ggf. noch eine oder zwei Forschungsfragen ab und überprüfen Sie diese an einem Beispiel Ihrer Wahl.

Wirkungen der Rezeption populistischer Alternativmedien oder demokratiefeindlicher Influencer (Experimentaldesigns)

(Rechts-)populistische Online-Alternativmedien sind in den vergangenen Jahren von der politischen Kommunikationsforschung bereits inhaltsanalytisch und mit Blick auf ihre Verbreitung und Nutzung untersucht worden. Unklar ist bislang weitestgehend die Wirkung der typischen Argumentationsmuster, die sich in diesen Publikationen finden. Hier besteht Potential für Experimentalstudien, die basierend auf bestehenden Inhaltsanalysen wiederkehrende Botschaften dieser neuen Mediengattung identifizieren und diese hinsichtlich ihrer (kurzfristigen) Effekte untersuchen. In ähnlicher Weise besteht auch ein Bedarf nach Rezeptions- und Wirkungsstudien zu demokratiefeindlicher Influencer-Kommunikation. Hier sind die Forschungslücken sogar noch größer als bei den Alternativmedien. Zu bedenken ist allerdings beim Entwurf solcher Studien der forschungsethische Gesichtspunkt. Es muss hier gut abgewogen werden, welche Inhalte als Stimuli verwendet werden können.

Identifikation mit medialen Akteuren

Leiten Sie aus der Konzeptualisierung von Identifikationsprozessen mit unterhaltenden Medieninhalten von Jonathan Cohen und Christoph Klimmt (2021) drei bis fünf Hypothesen und ggf. noch eine oder zwei Forschungsfragen ab und überprüfen Sie diese an einem Beispiel Ihrer Wahl.

DSMM

Leiten Sie aus dem sog. DSMM Model (Differential Susceptibility to Media Effects) Model von Patti Valkenburg und Jochen Peter (2013) drei bis fünf Hypothesen und ggf. noch eine oder zwei Forschungsfragen ab und überprüfen Sie diese an einem Beispiel Ihrer Wahl.

Homeoffice, Mobile Office, Workation und Co.

Nicht nur die Generation Z hat eine veränderte Vorstellung davon, was Arbeit bedeutet, wo und wie sie stattfindet und welche Rolle dabei digitale Medien für die Arbeit als solche aber auch für die Inszenierung von Arbeit im Alltag und in den sozialen Medien spielen. Ein Bereich, mit dem sich die Medien- und Kommunikationswissenschaft bisher nur am Rande beschäftigt, zu dem sich aber zahlreiche für die MKW relevante Fragenstellungen und Abschlussarbeiten entwerfen und realisieren lassen.

Politische Diskurse in Instant Messenger-Gruppen

Instant Messenger dienen nicht nur dem Beziehungsmanagement und der Alltagsorganisation, sondern auch als Forum für private oder teilöffentliche politische Diskussionen. Übertragen Sie einen bestehenden theoretischen Ansatz zur Polarisierung, Diskursgestaltung, Einstellungsbildung oder des Konfliktmanagement auf diesen Kommunikationskontext.

Wie wirkt gendersensible Sprache auf die Rezipient*innen?

Gendersensible Sprache wird zwar von Teilen der Bevölkerung verwendet, stößt andere aber ab. Empirische Befunde über mögliche wünschenswerte oder unerwünschte Effekte sind jedoch gering. Wählen Sie einen Kommunikationskontext und untersuchen Sie, welche Formen gendersensibler Sprache Wirkungen auf verschiedene Outcome-Variablen hat.

TEBOTS

Leiten Sie aus dem sog. Tebots Model (Temporarily expanding boundaries of the self) von Michael Slater und anderen (2016) drei bis fünf Hypothesen und ggf. noch eine oder zwei Forschungsfragen ab und überprüfen Sie diese an einem Beispiel Ihrer Wahl.

Wie funktioniert generationenübergreifendes Lernen über digitale Medien?

Neben eigenen empirischen Arbeiten zur intergenerationalen Kompetenzvermittlung bietet sich auch ein systematischer Literaturüberblick zur Frage an, wie jüngere und ältere Menschen Medienkompetenz aneinander weitergeben.

Politische Kommunikation auf TikTok

TikTok wird in der jüngeren Altersgruppe zunehmend auch als Informationsmedium genutzt, immer mehr Nachrichtenmedien wie auch Politiker*innen und politische Parteien sind daher dort aktiv. Welche Inhalte publizieren sie dort und wie bereiten sie diese auf, welche Kommunikationsstrategien wenden sie an und wie sehr orientieren sie sich hierbei an einer Social Media-Logik (bzw. TikTok-Logik)? Fokussieren Sie sich auf einen Teilbereich der politischen Kommunikation (z. B. Politainment/softening, Partizipation/Interaktion Nutzer*innen, Populismus etc.). Möglich sind Überblicksarbeiten wie auch Vergleiche (z. B.

zwischen Parteien/Parteifamilien, Medienmarken/-typen, Mediensystemen, Vergleiche mit anderen Plattformen etc.).

Schweigespiralprozesse in sozialen Medien

Schweigespiralprozesse können die öffentliche Meinungsbildung entscheidend beeinflussen. Die Frage ist jedoch, inwiefern dieses *massenmediale* Phänomen auch im Kontext sozialer Medien zum Tragen kommt. Betrachten Sie einzelne Faktoren (z. B. Darstellung des Meinungsklimas), bei denen sich die Kommunikation in sozialen Medien verändert hat und/oder analysieren Sie, welche Konsequenzen dies für bestimmte Outcome-Variablen (z. B. Wahrnehmung des Meinungsklimas, Artikulationsbereitschaft) hat. Auch eine Social Media-spezifische Analyse der methodischen Herausforderungen der Messung der Schweigespirale ist möglich.

R2EM

Leiten Sie aus dem sog. R2EM Model (Recovery and Resilience in Entertaining Media Use) von Leonard Reinecke und Diana Rieger (2021) drei bis fünf Hypothesen und ggf. noch eine oder zwei Forschungsfragen ab und überprüfen Sie diese an einem Beispiel Ihrer Wahl.

Analyse audiovisueller Produkte

Im Mittelpunkt einer filmanalytischen Perspektive steht die Frage, wie (mit Hilfe von welchen inszenatorischen und narrativen Mitteln etc.) audiovisuelle Produkte den Zuschauer*innen *etwas* zeigen und welches Verständnis eines Inhalts oder einer Thematik sie damit wie konstruieren. Was das *etwas* konkret ist, ist durch den Betrachtenden oder Forschenden definiert.

Wenn Sie ein *etwas* haben, dem Sie in einem audiovisuellen Produkt jeglicher Art und jeglicher Provenienz nachgehen möchten, entwickeln Sie eine Fragenstellung und machen sich an die wissenschaftliche Arbeit.

Künstliche Intelligenz in den Medien

Das Thema Künstliche Intelligenz (KI) ist gerade in aller Munde. Dabei ist es interessant zu beobachten, dass es in Filmen, in der Musik und in anderen (populärkulturellen) Medien schon lange thematisiert und verhandelt wird. Die Möglichkeiten, zu dieser Beobachtung bzw. diesem Phänomen wissenschaftlich relevante Fragestellungen und Forschungsprojekte zu entwickeln, sind vielfältig und Ihre Vorschläge willkommen.

Wie lernen Heranwachsende, auf welche Informationsmedien sie sich (nicht) verlassen können?

Der in höherem Alter so selbstverständlich wirkende Umgang mit Informationsmedien (z. B. Nachrichtensendungen) wird schon in der Kindheit erlernt. Mit dem ersten Smartphone haben die Erwachsenen immer weniger Kontrolle darüber.

Wie kommen aber Kinder und Jugendliche dazu, bestimmten Informationsmedien zu vertrauen, anderen wiederum nicht? Beschäftigen sie sich überhaupt groß damit? Reden sie mit anderen darüber? Was sind ihre Kriterien, sich auf Informationen zu verlassen? Und wann ist dieser Prozess weitgehend abgeschlossen?

Resonanz

Leiten Sie aus dem sog. Resonanzkonzept von Hartmut Rosa (2016) drei bis fünf Hypothesen und ggf. noch eine oder zwei Forschungsfragen ab und überprüfen Sie diese an einem Beispiel Ihrer Wahl.

Alternative Medien

Sogenannte alternative Medien verstehen sich als journalistischer und gesellschaftspolitischer Gegenentwurf zu den etablierten. Analysieren Sie die Strukturen und Inhalte solcher Medien und auch deren Publika: Wer rezipiert diese Inhalte und warum?

Diskurse über Medieninnovationen (Inhaltsanalyse; z.B.: Generative KI in der Medienberichterstattung)

Wie Gesellschaften mit Medieninnovationen umgehen und wie diese den Wandel öffentlicher Kommunikation vorantreiben, wird zu einem großen Teil diskursiv ausgehandelt. In der Medienberichterstattung, im wissenschaftlichen und politischen Diskurs sowie in der interpersonalen Kommunikation über Medieninnovationen (wie jüngste die Entwicklungen im Bereich der generativen KI) bilden sich bestimmte Deutungsmuster der Potentiale und Gefahren neuer Medien heraus, die dann den weiteren gesellschaftlichen Umgang mit ihnen prägen und sogar zu „Self-Fulfilling Prophecies“ werden können. Eingeladen sind Arbeiten, die diese Diskurse (am Beispiel generativer KI, aber auch an anderen Medieninnovationen der jüngeren oder älteren Mediengeschichte) inhaltsanalytisch untersuchen wollen.