

Themenvorschläge Abschlussarbeiten in der MKW

Verlässlichkeit großer Sprachmodelle für aktuelle MKW-Fragestellungen

Lässt sich der aktuelle wissenschaftliche Kenntnisstand über Streitfragen aus der MKW mit Hilfe von großen Sprachmodellen wie ChatGPT valide zusammenfassen? Um diese Frage zu beantworten, erarbeiten Sie sich den Kenntnisstand zu einer aktuellen wissenschaftlichen Streitfrage aus dem Bereich der MKW auf traditionelle Weise, also ohne KI nur mit Hilfe wissenschaftlicher Literatur. Hier dürfen Sie als Ausgangspunkt auf Themen und Literatur aus einem Hauptseminar zurückgreifen. Vergleichen Sie dann den Kenntnisstand mit den Antworten, die Sie durch geeignete Prompts von einem großen Sprachmodell erhalten und reflektieren Sie die Stärken und Probleme KI-generierter Zusammenfassungen des Forschungsstands.

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?

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?

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.

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.

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 quantifizierenden Zugang gewählt werden.

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. Untersuchen Sie theoretisch oder empirisch eine Frage der Rezeption, Polarisierung, Diskursgestaltung, Einstellungsbildung oder des Konfliktmanagement in diesem Kommunikationskontext.

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.

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.

Soziale Medien-Regulierung

Weltweit werden die Rufe nach Einschränkungen oder Verboten der Sozialen Medien-Nutzung von Kindern und Jugendlichen lauter. Wie lassen sich solche Regulierungsforderungen erklären? Welche Vorstellungen und Einstellungen über die Wirkung von Sozialen Medien herrschen in der Öffentlichkeit vor? Mögliche Zugänge sind Inhaltsanalysen zum öffentlichen Diskurs (z. B. Nachrichtenmedien) oder die Befragung unterschiedlicher Bevölkerungsgruppen (z. B. Eltern, Jugendliche).

Phubbing

Phubbing – ein Kofferwort aus Phone und Snubbing (jmdn. vor den Kopf stoßen) – beschreibt das Phänomen, bei dem Menschen statt ihrem Gegenüber ihrem Smartphone ihre Aufmerksamkeit schenken. Welche Wahrnehmungen und soziale Normen zur Smartphonennutzung in sozialen Situationen herrschen in verschiedenen Bevölkerungsgruppen vor und was beeinflusst das eigene Verhalten? Denkbare Ansätze sind Befragungen oder experimentelle Studien zu Phubbing in verschiedenen Interaktionssituationen.

Demokratische Qualität unterschiedlicher Medientypen

Unterschiedliche Medientypen erfüllen zum Teil sehr verschiedene Funktionen für die demokratische Meinungs- und Willensbildung. Wählen Sie ein oder mehrere Qualitätskriterien aus, die in einer normativen Theorie der Öffentlichkeit von Bedeutung sind. Entwickeln Sie dann theoriegeleitete Hypothesen darüber, wie gut diese Qualitätskriterien in verschiedenen Medientypen erfüllt sind, und stellen Sie dann einen empirischen Vergleich dieser Medientypen an.

Kann aktuelle Medienberichterstattung ihre Nutzer*innen überfordern?

Hier interessieren Fälle, in denen die Medienberichterstattung zwar wissenschaftlichen oder journalistischen Qualitätskriterien entspricht, diese aber von bestimmten Teilen der Nutzenden als überfordernd wahrgenommen werden. Berichterstattung kann beispielsweise zu komplex oder zu vielstimmig sein oder von den Nutzenden zu viel eigenes Nachdenken und Handeln erwarten. Was wissen wir über solche Formen der medialen Überforderung? Bei diesem Thema sind rein literaturbasierte wie auch empirische Arbeiten möglich.

Determinanten der aktiven Teilhabe in sozialen Medien

Wovon hängt das ab, ob Menschen in sozialen Medien aktiv sind, sei es Influencing, politischer Aktivismus, oder gar solches destruktive Verhalten wie Trolling? Welche plattformbezogene Affordanzen und persönliche Merkmale könnten es erklären? Zählt das Liken oder Teilen eines Beitrags als politische Beteiligung? Füllen die Teilhaber durch das Feedback belohnt? Die Daten könnten durch halbstrukturierte Interviews erhoben werden.

Fehlinformationen und ihre Typologie

McCright & Dunlap (2017) unterscheiden vier Arten von Falschinformationen: Truthiness, Bullshit, systematische Lügen sowie Schock und Chaos. Diese Arten unterscheiden sich in ihrer ontologischen Position zu Wahrheit und Fakten sowie in ihrem rhetorischen Stil und ihrer Zielgruppe. Nutzen Sie die Medieninhaltsanalyse, um mit diesem Ansatz eine vergleichende Analyse durchzuführen.

Faktencheck

Es gibt widersprüchliche Erkenntnisse darüber, ob die Korrektur von Fehlwahrnehmungen individuelle Überzeugungen beeinflusst. Ein wichtiger Faktor ist der Grad der Parteilichkeit einer Person. Auch die Einstellungen zum Faktencheck sind insgesamt unterschiedlich: Manche sehen darin ein Instrument zur Sicherstellung der Qualität und sachlichen Richtigkeit von (meist

Online-)Medieninhalten, andere hingegen ein Mittel zur Durchsetzung einer versteckten Agenda. Umfrageexperimente können zur Untersuchung verwandter Forschungsfragen eingesetzt werden.

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?

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.

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?

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.

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.

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.

Vorstellungen vom Publikum

In digitalen Medien haben postende Nutzer*innen häufig nur wenige Anhaltspunkte, wer tatsächlich ihre Inhalte wahrnimmt. Untersuchen Sie die Vorstellungen über diesen „imagined audience“ und wie diese mit dem Posting-Verhalten und der Selbstwirksamkeitserwartung der Postenden zusammenhängen.

Länderübergreifende Vergleichsanalyse

Wie unterscheiden sich Medienproduktion und -rezeption zwischen Ländern? Vergleichen Sie die verschiedenen Mediensysteme und Länderkontexte. Betonen Sie die Unterschiede hinsichtlich kultureller und politischer Variablen. Thesen zu diesem Thema können von der Inhaltsanalyse zweier oder mehrerer Medienquellen aus verschiedenen Ländern, möglicherweise sogar in verschiedenen Sprachen, profitieren. Alternativ könnten Umfragedaten betrachtet werden, in denen Befragte in mehreren Ländern zu ihrem Medienkonsum befragt wurden.

Agenda-setting, priming und framing

“Mass media may not be successful much of the time in telling people what to think, but is stunningly successful in telling its readers what to think about”— schrieb Bernard Cecil Cohen (1963, S. 13). Untersuchen Sie die Fähigkeit von Priming oder Framing, den Denkprozess des Rezipienten in die gewünschte Richtung zu lenken, mithilfe eines experimentellen Designs. Alternativ können Sie eine Medieninhaltsanalyse durchführen, um die Berichterstattung zu einem bestimmten Thema im Zeitvergleich zu ermitteln und die Ergebnisse mit einer theoretisch fundierten Erklärung zu untermauern.

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.

Generative KI im Journalismus

Generative KI unterstützt mittlerweile auch Journalist*innen bei der Arbeit. Was halten die Nutzer*innen von diesem Einsatz künstlicher Intelligenz? Wie nehmen sie die so entstandenen Nachrichten wahr und wie bewerten sie ihre Qualität?

Umgang mit generativer künstlicher Intelligenz

Anwendungen generativer Künstlicher Intelligenz werden zunehmend zur Informationsrecherche, Inhaltserstellung, Interaktion und Unterhaltung genutzt. Untersuchen Sie in einem systematischen Literaturüberblick oder einer eigenen empirischen Erhebung Fragen der Einstellung der Nutzer*innen gegenüber und Kompetenz im Umgang mit generativer künstlicher Intelligenz.

Populismus

Populismus hat zwei Definitionen: eine vereinfachte, die ihn als rhetorisches Mittel betrachtet, und eine umfassende, die zwei Hauptmerkmale aufweist: Anti-Elitismus und Bürgerzentriertheit. Mazzoleni (2014) unterscheidet vier Phasen des Populismus: die

Gründungsphase, die Aufstandsphase, die Etablierungsphase und die Niedergangsphase. Unter Berücksichtigung dieser Definitionen sollte eine Inhaltsanalyse der Aussagen von Politikern, Parteien oder anderen politischen Akteuren in traditionellen oder digitalen Medien durchgeführt werden.

Illiberale Öffentlichkeit

Phänomene, die im Kontext von Medien und Kommunikation unter Illiberalismus fallen, umfassen populistische Kommunikation, demokratischen Rückschritt, Medienvereinnahmung und potenziell sogar Staatsvereinnahmung. Paradoxerweise ist Illiberalismus sowohl dem Liberalismus entgegengesetzt als auch von ihm abhängig: Er trägt zur Erosion liberaldemokratischer Institutionen bei und untergräbt liberale Werte und Einstellungen, stützt sich dabei aber auf genau die Institutionen und Werte, die er herausfordern will. In verschiedenen Ländern lassen sich drei Stadien illiberaler Öffentlichkeit identifizieren: *incipient*, *ascendant* und *hegemonic* (Štetka & Mihelj, 2024). Konzentrieren Sie sich auf ein oder zwei Länderkontexte, in denen sich solche Prozesse abspielen, und beschreiben Sie das aktuelle Stadium der illiberalen Öffentlichkeit dort. Es wird empfohlen, die Medieninhaltsanalyse als Methode zu verwenden.

Mehrsprachigkeit und Medien

Das Leben in westlichen Demokratien wird vielfältiger. Das betrifft Deutschland auch. Viele begegnen Mehrsprachigkeit im Alltag, sei es an der Arbeit, in der Familie oder in den Medien. Wie sieht Medienkonsum in einem mehrsprachigen Kontext aus? Welche Rolle spielt Sprachkompetenz? Andererseits, welche Muster gibt es in der Berichterstattung mehrsprachiger Medien wie etwa ARTE? Für diese Forschungsfrage eignen sich besonders gut qualitative Interviews. Inhaltsanalyse könnte eventuell auch sich anbieten wenn die Berichterstattung untersucht wird.

Digitales Abschalten

In einer Gesellschaft, die permanent online und vernetzt ist („permanently online, permanently connected“, POPC), wird der Ruf nach digitaler Entschleunigung immer lauter. Welche Motive leiten das digitale Abschalten an und welche Strategien werden genutzt? Welche Effekte hat das digitale Abschalten? Mögliche Zugänge sind Inhaltsanalysen zum Diskurs (z. B. in Sozialen Medien) oder die Befragung verschiedener Bevölkerungsgruppen.

Qualitätsmängel in der Terrorismuskommunikation

Terrorismus ist auch strategische Kommunikation: Terroristische Akteure versuchen, ihre Ziele und Interessen auch entsprechende Resonanz in der Medienberichterstattung sowie auf sozialen Medien zu erreichen. Deshalb steht die öffentliche Kommunikation über Terrorismus immer in der Gefahr, ungewollt die Ziele von Terroristen zu befördern. Wie steht es um die Qualität der Terrorismuskommunikation? Und welche Muster der Berichterstattung und der Kommunikation durch Mediennutzende versprechen Abhilfe?

Mediale Legitimierung und Delegitimierung in internationalen Konflikten

Ein wichtiger Erfolgsfaktor für Konfliktparteien in internationalen Konflikten besteht darin, das eigene Handeln als legitim, den Gegner jedoch als völlig illegitim zu inszenieren. Dies geschieht zumeist durch Botschaften und Bilder, die in den Medien wichtiger Zielländer platziert werden (sollen) – ein Vorgang, der zum Bereich der „Public Diplomacy“ gerechnet werden kann. Zeigen Sie am Beispiel eines internationalen Konflikts wie dem Krieg in der Ukraine oder dem Nahost-Konflikt auf, wie solche Legitimierungs- und Delegitimierungsprozesse ablaufen und welche Folgen sie haben.

Soziale Medien und sozialer Vergleich

Soziale Medien bieten zahlreiche Anlässe für Vergleiche – mit Freund*innen, entfernten Bekannten oder Influencer*innen. Wie wirken soziale Vergleiche auf Sozialen Medien in verschiedenen Lebensbereichen (wie Ernährung, Sport, Reisen); unter welchen Bedingungen sind sie frustrierend oder inspirierend? Mögliche Zugänge sind Befragungen zu Vergleichsprozessen, Selbstwert und Wohlbefinden oder experimentelle Untersuchungen zu Darstellungen, die Vergleiche fördern oder verstärken.

Algorithmische vs. soziale Empfehlungen

Neben sozialen Kontakten beeinflussen zunehmend Algorithmen, was wir auf den Sozialen Medien sehen. Wie einflussreich sind algorithmische und soziale Empfehlungen zum Beispiel mit Blick auf die Wahl von Medieninhalten (z. B. Nachrichten, Unterhaltungsangebote)? Untersucht werden können beispielweise Vertrauen in und Wahrnehmungen verschiedener Empfehlungsquellen über Befragungen sowie die Wirkung von Empfehlungen in experimentellen Designs.

ChatGPT = Meinungsführer 3.0?

Chatbots werden zunehmend als Dialogpartner und Ratgeber für verschiedene Lebensbereiche (z. B. Gesundheit, Politik) genutzt. Welche Rolle nehmen Sprachmodelle wie ChatGPT für Nutzer*innen ein und inwiefern übernehmen sie Funktionen von Meinungsführerschaft? Denkbar sind Befragungen zur Nutzung und Funktion von Chatbots in verschiedenen Alltagsbereichen.

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.

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.

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)?

Alternative Medien

Sogenannten 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?

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.

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.

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.

Demokratisches Zuhören in politischen Online-Diskursen

Zur Demokratie gehört nicht nur, dass Bürger*innen ihre Meinungen und Interessen äußern, sondern auch, dass sie den Äußerungen Anderer zuhören. Aber Zuhören ist erst einmal ein „stiller“ Prozess, der sich nicht so einfach beobachten lässt. Woran kann man in Online- oder Offline-Diskussionen dennoch erkennen, ob jemand zugehört hat? Zur Beantwortung dieser Frage bieten sich Inhaltsanalysen von einzelnen Diskussionsverläufen oder Befragungen von Nutzer*innen an.

TV-Duelle in Deutschland und den USA

TV-Duelle zwischen Präsidentschafts- bzw. Kanzlerkandidat*innen sind Schaukämpfe zur Überzeugung (bestimmter Teile) des Publikums. Sie reflektieren zugleich wichtige Unterschiede in der politischen Kultur verschiedener Demokratien. Vergleichen Sie die TV-Duelle im US-amerikanischen und im aktuellen deutschen Wahlkampf im Hinblick auf solche Unterschiede.

Der Einfluss von Moderation auf Online-Diskussionen

Online-Diskussionen sind vielfach von Inzivilität, der Verbreitung von Desinformation oder der Abschottung gegenüber Andersdenkenden geprägt – sei es in den Kommentarbereichen redaktioneller Medien oder auf sozialen Netzwerkmedien. Ein Mechanismus, der Abhilfe verspricht, ist die interaktive Moderation durch Journalist*innen, Plattformbetreiber*innen oder die Diskutierenden selbst. Wie unterscheiden sich moderierte von unmoderierten Diskussionen? Und welcher Stil der Moderation bewirkt welche Veränderungen der Diskussionsqualität?

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.

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).

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 Fragstellungen und Arbeiten entwickeln lassen.

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 informiert!?

Mediennutzende können überall und jederzeit aktuelle Nachrichten und Informationen beziehen. Dies vermittelt das Gefühl, stets bestens informiert zu sein. Doch wie viel wissen Nutzende am Ende des Tages tatsächlich über das politische Geschehen? Über Befragungen lassen sich verschiedene Rezeptionsmodi (z. B. incidental vs. intentional news exposure), Praktiken (z. B. lesen, teilen, kommentieren) und politische Informiertheit erfassen.

Schlechter Einfluss? Soziale Medien und Risikoverhalten Jugendlicher

Auf Sozialen Medien sind Jugendliche mit ihren Peers vernetzt und zudem risikoaffinen Inhalten – wie Post, die einen übermäßigen Alkoholkonsum darstellen (geteilt von ebendiesen Gleichaltrigen) – ausgesetzt. Inwiefern geht ein „schlechter Einfluss“ von der Sozialen Medien-Nutzung auf das Risikoverhalten Jugendlicher und junger Erwachsener aus? Mögliche Zugänge sind Inhaltsanalysen zu risikoaffinen Sozialen Medien-Inhalten oder Befragungen Jugendlicher zur Nutzung solcher Inhalte und ihrem Risikoverhalten.