



Hinweise und Themenvorschläge Bachelorarbeiten Empirische Kommunikations- und Medienforschung I

Prof. Dr. Anne Bartsch
Christal Bürgel, M.A.
Dr. Felix Frey
Dr. Freya Sukalla

Stand: 22.6.2023

Hinweise zum Verfahren

Allgemeine Angaben zum Bewerbungs- und Vergabeverfahren, zu Terminen in diesem Zusammenhang sowie das Themenantragsformular finden Sie auf der [Institutshomepage](#). Der nächste reguläre Bearbeitungszeitraum beginnt mit dem kommenden Semester (1.4. oder 1.10.), das Vergabeverfahren dazu ca. drei Monate zuvor (Juli bzw. Januar). Im ersten Schritt des Verfahrens werden lediglich Plätze bei betreuenden Lehrbereichen angemeldet und vergeben, die Absprache konkreter Themen findet erst zwischen Zuteilung der Plätze und der Anmeldung der Arbeit statt. Die folgende Themenliste ist daher als Orientierung für die Wahl des betreuenden Lehrbereichs und Basis für die individuelle Themenabsprache gedacht.

Bitte berücksichtigen Sie bei der Wahl von Themenvorschlägen und bei der Entwicklung eigener Themenideen auch Ihre eigenen theoretischen und methodischen Vorkenntnisse und Erfahrungen.

Hinweise zu den Themen

Neben den beispielhaft aufgelisteten Themenvorschlägen (s.u.) ist auch die Bearbeitung eigener Themenvorschläge möglich. Diese freien Themen müssen im Forschungs- und Lehrgebiet von Prof. Bartsch und ihrer Mitarbeiter:innen angesiedelt sein, also in der Mediennutzungs-, Medienrezeptions- und Medienwirkungsforschung oder in der Methodik der Kommunikationswissenschaft.

Für jeden eigenen Themenvorschlag reichen Sie bitte zur ersten Themenbesprechung mit den Betreuer:innen (nach Zuteilung eines Betreuungsplatzes im Lehrbereich) ein Forschungskonzept (ca. 1 Seite) mit Angaben zur Fragestellung, theoretischen Bezügen und erster Kernliteratur sowie Ideen zur methodischen Umsetzung ein.

Themenvorschläge

Thema	Methode	Betreuer
Die "dunkle Seite" der Mediennutzung: Populismus und Mediennutzung; Produktion/Nutzung und Rezeption von Verschwörungserzählungen, fake news, Propaganda, extremistischen Inhalten usw. insbes. in sozialen Medien	IA, BE, BO, EX, QS	FF
Achtsamkeit und Self-Tracking zur Selbstoptimierung - Potenziale und Risiken von Well-Being Apps	EX, BE, QS	FS
Replikation von Studien (insbes. Experimenten) zur Mediennutzung, -rezeption und -wirkung	IA, BE, BO, EX, QS	FF
Themenfeld Medienvertrauen, Glaubwürdigkeitseinschätzung und Fact-Checking durch Mediennutzer:innen	IA, BE, BO, EX, QS	FF
Von Reaktanz, Counterarguing und Boomerangeffekten – Die Rezeption und Wirkung dissonanter Medieninhalte (nicht-fiktional und/oder fiktional)	BE, EX, LS, MS	FS
Mediennutzungsstrategien: Selektionsstile, räumliche und soziale Arrangements, kognitive Haltungen, Emotionsregulation usw. bei der Nutzung von Online-/sozialen Medien	BE, BO, EX, QS	FF
Klassen, Schichten, Milieus und Kommunikation: Soziale Ungleichheit und Nutzung von (sozialen) Medien	BE, QS, SA	FF
Zwischen Aufklärung und Stigmatisierung – Die Darstellung stigmatisierter Gruppen (z. B. Minderheiten, Personen mit psychischen Erkrankungen) in den Medien (z. B. Instagram, YouTube, Filmen oder Fernsehserien) und ihre Wirkung	IA, BE, EX, LS	FS & AB
<i>Freies Thema (mit Projektskizze), vorrangig in den Themenfeldern:</i>	(alle)	(alle)
<ul style="list-style-type: none"> - Gesundheitskommunikation - narrative Persuasion - Nutzung und Rezeption von sozialen Medien - Medienrezeption und -wirkung - Methodenforschung 		

Kürzel Methode:

BE = (standardisierte) Befragung

BO = Beobachtung

EX = Experiment

IA = Inhaltsanalyse

LS = Literaturstudie/Theoriearbeit

MS = Methodenstudie/-entwicklung

SA = Sekundäranalyse

NA = Soziale Netzwerkanalyse

QS = Qualitative Studie (Interviews, Gruppendiskussionen o.Ä.)

SA = Sekundäranalyse

Kürzel Betreuer:

AB = Prof. Dr. Anne Bartsch

CB = Christal Bürgel

FF = Dr. Felix Frey

FS = Dr. Freya Sukalla