

Themen für Bachelor-Arbeiten am Lehrbereich Meyen

Diese Liste versteht sich als Vorschlag. Wenn Sie eigene Ideen haben: gern.

Bitte wenden Sie sich an den entsprechenden Betreuer, wenn Sie Interesse an einem Thema gefunden haben. Es sind natürlich auch eigene Vorschläge möglich.

BA-Anmeldezeitraum: 23. Juni bis 6. Juli 2014/ Bearbeitungszeit: 7. Oktober bis 1. Dezember 2014

Thema	Aufgabe/Problem	Betreuer
Selbstverständnis von Musikern	Analog zur Journalismus- und PR-Berufsfeldforschung. Methoden: Dokumentenanalyse, Experteninterviews	Meyen
Identität und Musik	Welchen Anteil hat die Musik, die wir hören, an der Antwort auf die Frage, wer wir sind und wohin wir wollen? In den entsprechenden Studien soll es weniger um Mainstream-Musik gehen (die schlecht taugt, wenn man sich abgrenzen möchte), sondern eher um die Nischen. Geplant sind Leitfadeninterviews, eventuell gekoppelt mit qualitativen Inhaltsanalysen von Musik und Text (Stichwort: Identitätsangebote).	Meyen
Mediensport und Sportkommunikation	Dieser Punkt wird bewusst sehr offen gehalten, da sich nahezu alle Fragen des Fachs auf Gegenstände aus dem Sport anwenden lassen (Medieninhalte, Kommunikator-, Nutzungs- und Wirkungsforschung, Sport-PR etc.). Methoden: abhängig vom konkreten Thema	Meyen
Mediendiskurse	Massenmedien definieren, wie wir die Welt wahrnehmen. Was erfahren wir in den deutschen Leitmedien über Europa, über Lateinamerika, über Kuba? Woher wissen wir, wer ein Diktator ist und wer ein Demokrat? Seit wann gibt es überhaupt Diktatoren? Geplant sind hier qualitative Inhaltsanalysen (Diskursanalysen) zu einem konkreten Gegenstand (gern zu einem selbst gewählten Beispiel).	Meyen
Mediensysteme jenseits von Hallin & Mancini	Denkbar als Länderstudie oder auch im Vergleich. Methoden: Dokumentenanalyse, Experteninterviews. Die konkrete Forschungsfrage wird entwickelt, wenn das Land oder die Länder feststehen.	Meyen
Die Piratenpartei und die Geschlechterdebatte	Methode: Qualitative Inhaltsanalyse	Löblich
Der Diskurs über das Leistungsschutzrecht	Methode: Qualitative Inhaltsanalyse/Dokumentenanalyse	Löblich
Weblogik	Anhand von Leitfadeninterviews mit Journalisten in verschiedenen Mediengattungen (Print, TV, Hörfunk, Online) soll der Frage nachgegangen werden, welche Merkmale die Berichterstattung des World Wide Webs charakterisieren und damit die Weblogik bestimmen. Welche Themen werden von Online-Medien gegenüber klassischen Medien bevorzugt aufgegriffen, wie unterschiedlich dargestellt und mit einem eigenen „Dreh“ vermittelt? Wie zeichnen die Journalisten die Ausdifferenzierung des WWW als eigenständiges Medium in einer Veränderung ihrer Arbeit nach?	Thieroff
Filmpolitik auf dem Prüfstand	Filmpolitik bedeutet in Deutschland vor allem Filmförderung. Dass ein deutscher Film ins Kino gelangt, ohne Mittel von den entsprechenden Institutionen auf Bundes- oder Länderebene erhalten zu haben, ist nicht mehr denkbar. Doch nach welchen Kriterien werden die Gelder vergeben? Oder anders gefragt: Was muss ein Filmprojekt haben, um Teil des nationalen Filmdiskurses werden zu dürfen? Ziel ist es, die Förderpraxis mithilfe von Experteninterviews (mit Akteuren der Filmförderung) zu untersuchen und Faktoren zu ermitteln, die dafür verantwortlich sind, dass ein Filmprojekt (mehrfach) bezuschusst wird und ein anderes überhaupt nicht.	Wiedemann

Identität und europäisches Kino	Dass ein typisch europäisches Kino überhaupt existiert, ist umstritten. Gleichwohl betreibt die Europäische Union mit MEDIA ein Programm zur Unterstützung der europäischen Filmindustrie, das der US-Marktdominanz begegnen und das Gemeinschaftsgefühl in Europa stärken soll. Ziel ist es, mittels Gruppendiskussionen die Motive für den Besuch europäischer Filme im Kino zu ermitteln und herauszufinden, welche Bedeutung dem Herkunftsland des besuchten Films überhaupt zukommt bzw. welcher Zusammenhang zwischen europäischen Filmen und europäischer Identität besteht.	Wiedemann
Selbstverständnis deutscher Filmemacher	Der deutsche Kinofilm ist so vielfältig wie nie zuvor. Das Nebeneinander von romantischen Komödien (den Quotenbringern), „Groß-Events“, historischen Stoffen, Heimatstreifen und Arthouse-Produktionen der Berliner Schule macht es interessant, einen Blick auf das Selbstverständnis eines oder mehrerer ausgewählter Filmemacher (Regisseure, Produzenten) in Deutschland zu werfen. Dabei soll (mit Interview und/oder Dokumentenanalyse) herausgefunden werden, welche Ziele er verfolgt und inwiefern sein Selbstverständnis das Produkt und damit mögliche Wirkungen beim Publikum beeinflusst.	Wiedemann
Diskursive Praxis im Film	Diskursanalysen beschränken sich meist auf die Untersuchung von Texten. Doch welche diskursiven Praktiken lassen sich in Filmen ermitteln? Anders gefragt: Ist der Film Spiegel der gesellschaftlichen Wirklichkeit oder konstituieren die in ihm enthaltenen Diskurse erst die Gegenstände, die unser Wissen und Denken bestimmen? Ziel ist es, Foucaults Ideen auf Spielfilme anzuwenden. Filme und Schwerpunkte können frei gewählt werden.	Wiedemann
Skandalberichterstattung	Massenmedien richten bevorzugt den Blick auf Skandale, da sich dadurch gute Nachrichtengeschichte erzählen lassen, die eine gewisse Dramatik beinhalten und allgemeine Aufmerksamkeit generieren. Geplant sind quantitative oder qualitative Inhaltsanalysen, die die Skandalberichterstattung im Zeitverlauf näher betrachten.	Karidi
Medienlogik im internationalen Vergleich	Die Medienlogik verändert sich nicht nur über die Zeit, sie unterscheidet sich auch von Land zu Land. Geplant sind hier qualitative oder quantitative Inhaltsanalysen, in denen Medieninhalte im Ländervergleich untersucht werden. Alternativ kann hier auch untersucht werden, wie über ausländische Akteure (z.B. ausländische Investoren) in der deutschen Berichterstattung berichtet wird.	Karidi
Außenpolitische Experten in deutschen TV-Talkshows	Geplant ist eine qualitative Untersuchung von Außenpolitik-Experten in deutschen TV-Talkshows. Interessant wäre hier vor allem Akteurstyp und Akteursrolle. Kurzum: Was sind das für Leute, die als Experten in den Talkrunden sitzen?	Karidi
Medialisierung von Gipfeltreffen	Gipfeltreffen waren bis in die 70er Jahre vorwiegend genuine Ereignisse. Helmut Schmidt und Giscard d'Estaing haben im Grunde die mediale Begleitung und den Wandel dieser Treffen hin zu Medienereignissen eingeleitet. Interessant wäre hier die historisch-vergleichende Betrachtung der Berichterstattung zu Gipfeltreffen (G7, G8, G20, EU) und damit einhergehend die Untersuchung von Außenpolitik in den Medien.	Karidi
Medienkompetenz als Sozialkompetenz	Qualitative Paar-Interviews mit jugendlichen Internetnutzern	Pfaff-Rüdiger
Peer-to-Peer-Ansätze in der Vermittlung von Medienkompetenz	Experteninterviews z.B. mit den Lesescouts oder juuuport	Pfaff-Rüdiger
Medienkompetenz bei der Nutzung von Scripted Reality Formaten oder bei Computerspielen	Leitfadeninterviews	Pfaff-Rüdiger
Medienkompetenz im gesellschaftlichen Diskurs	Inhaltsanalyse	Pfaff-Rüdiger