

### Themen für Bachelor-Arbeiten am Lehrbereich Meyen

Bitte wenden Sie sich an den entsprechenden Betreuer, wenn Sie Interesse an einem Thema gefunden haben.

BA-Anmeldezeitraum: 28.1.-10.2.2013 / Bearbeitungszeit: 16.4. bis 10.6.2013

Thema	Aufgabe/Problem	Betreuer
Muster und Motive für den Kinobesuch	Die Filmbranche ist im Wandel begriffen und steht wie nie zuvor in Konkurrenz mit anderen Medienangeboten. Die Kinobetreiber begegnen dem drohenden Bedeutungsverlust mit unterschiedlichen Strategien (technische Innovationen, Fortsetzungsformate, Events, Nischenprodukte). Ziel ist es, mittels Gruppendiskussionen die Muster und Motive der Besucher eines bestimmten Angebots im Kino zu ermitteln und so den Erfolg der jeweiligen Strategie abzuwägen. Dazu bieten sich unter anderem an: Sneak Previews, Filmfestivals, französischer/lateinamerikanischer Film, ...	Wiedemann
Identität und europäisches Kino	Dass ein typisch europäisches Kino existiert, ist angesichts seiner Vielfalt mehr als umstritten. Kann man dennoch davon ausgehen, dass Filmproduktionen aus Europa eine identitätsstiftende Wirkung jenseits nationaler Grenzen entfalten? 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.	Wiedemann
Selbstverständnis deutscher Filmregisseure	Trotz einiger Erfolge in den letzten Jahren hat der deutsche Film immer noch ein Imageproblem. Er wird kritisiert als Gremienfilm, der sich nicht an den Vorlieben des Publikums orientiert, bietet gerade in den Augen jüngerer Kinogänger nur schwer verdauliche Kost, und findet im Ausland kaum Anklang. Ziel ist es vor diesem Hintergrund, einen Blick auf das Selbstverständnis eines ausgewählten Filmemachers in Deutschland (Andreas Dresen, Christian Petzold, Doris Dörrie, ...) zu werfen und mittels Dokumentenanalyse (und Interview) herauszufinden, welche Ziele er verfolgt und welche Position er im Berufsfeld Film einnimmt.	Wiedemann
Filmförderung auf dem Prüfstand: die Perspektive der Filmbranche	Filmpolitik bedeutet in Deutschland vor allem Filmförderung. Initiativen zur Stärkung des heimischen Marktes gehen von Institutionen auf europäischer, Bundes- und Länderebene aus. Doch wie effizient ist dieser „Förderdschungel“? Ziel ist es, mit Leitfadenterviews in Erfahrung zu bringen, wie ausgewählte Vertreter der Branche (etwa Regisseure, Produktionsunternehmen, Verleihfirmen, Kinobetreiber, ...) filmpolitische Maßnahmen hinsichtlich ihres Erfolgs beurteilen und welche Auswirkungen diese auf ihre eigene Arbeit haben.	Wiedemann
Filmförderung in der Praxis: die Entscheidungen der Förderkommissionen	Dass die Filmförderung in Deutschland in der Kritik steht, liegt auch an den nicht immer nachvollziehbaren Entscheidungen der Förderkommissionen. Der jüngste Aufruf von Filmschaffenden und Filmkritikern, die Vergabep Praxis des Deutschen Filmpreises zu überdenken, ist dafür nur ein Beispiel. Ziel ist es, mithilfe von Dokumentenanalyse und Experteninterviews die tatsächliche Förderpraxis (etwa am Fall des FilmFernsehFonds Bayern, der Filmförderungsanstalt, ...) zu untersuchen und Faktoren zu ermitteln, die dafür verantwortlich sind, dass ein Filmprojekt (mehrfach) bezuschusst wird und ein	Wiedemann

	anderes überhaupt nicht.	
Medienlogik von Online-Medien	Methode: Leitfadeninterviews Fragestellung: Wie zeichnen Journalisten mit klassischem (z. B. Print- und Rundfunkjournalisten) oder neuartigem Hintergrund (z. B. Blogger) die Ausdifferenzierung des World Wide Webs als eigenständiges Medium in einer Veränderung ihrer Arbeit nach? Wie wird eine durch das WWW spezifisch gebrochene Medienlogik von Seiten der Journalisten charakterisiert?	<b>Thieroff</b>
Medialisierung von Kirche und Religion	Methode: Leitfadeninterviews Fragestellung: Der Bedeutungszuwachs massenmedialer Kommunikation betrifft auch das gesellschaftliche Teilsystem der Religion: Kirchen müssen sich auf die Medienlogik einstellen, sind sie doch aufgrund einer rückläufigen breiten gesellschaftlichen Verankerung mutmaßlich zunehmend auf die Öffentlichkeitsfunktion des Mediensystems angewiesen. Abgesehen von einem twitternden Papst – wie reagieren ausgewählte Akteure von Kirchen und Religionsgemeinschaften (Geistliche, Gemeindevorstände, Medienbeauftragte von Verbänden, ...) darauf?	<b>Thieroff</b>
Medienlogik der Kirchen- und Religionsberichterstattung	Methode: Qualitative Inhaltsanalyse Fragestellung: Themen und Ereignisse aus dem kirchlichen bzw. religiösen Umfeld haben einen mehr oder minder festen Platz in den Massenmedien. Wie ist in diesem Zusammenhang ein Wandel der Medienlogik hinsichtlich der Selektion von Themen und Themenaspekten, ihrer Präsentation sowie ihrer interpretatorischen Ausgestaltung in den letzten Jahrzehnten zu beschreiben? Untersuchungsgegenstände können bspw. sein: Berichterstattung über Kirchentage und Skandale, anlässlich kirchlicher Feste (Weihnachten, Ostern); aber auch die Kirchenseite in Zeitungen.	<b>Thieroff</b>
Die Nutzung von social media durch die „Generation 30 plus“	Methode: Qualitative Leitfadeninterviews Die „Generation 30 plus“ ist in einer Zeit ohne Internet und social media groß geworden, so dass viele der heute über 30-Jährigen (wenn überhaupt) erst im Erwachsenenalter mit der Nutzung von social media wie Facebook oder Twitter begonnen haben. Damit markiert diese Generation den Umbruch: Während jüngere Internetuser ganz selbstverständlich mit den neuen Medienangeboten sozialisiert werden, muss sich die „Generation 30 plus“ viel „bewusster“ für einen Beitritt zu einem Netzwerk wie Facebook entscheiden. Ziel ist es, mithilfe von qualitativen Leitfadeninterviews herauszuarbeiten, für welche Zwecke die „Generation 30 plus“ social media nutzt und inwiefern soziale Netzwerke zum Identitätsmanagement eingesetzt werden. Ergänzt werden könnte die Untersuchung durch eine Befragung von „social media-Verweigerern“.	<b>Fiedler</b>
Die Piratenpartei und die neuen Medien	Methode: Qualitative Leitfadeninterviews oder qualitative Inhaltsanalyse Im September 2013 finden Bundestagswahlen statt. Erstmals könnten in der Geschichte der Bundesrepublik die Piraten in den Bundestag einziehen. Während die Partei für die einen nichts anderes als ein Sammelbecken für „Internetnerds“ ist, sehen viele Anhänger und Wähler (vor allem die jüngere Generation und die „Nicht-Wähler“) in der Partei eine Chance, die eigenen Interessen und Vorlieben durch die Nutzung von neuen Medien zu artikulieren. Aber wie „politisch“ und „partizipativ“ sind die Piraten eigentlich? Geht es tatsächlich um politisches Engagement und das Angebot einer Alternative in der deutschen Parteienlandschaft (Stichwort: Gegenkultur) – oder doch eher vorrangig um die	<b>Fiedler</b>

	Selbstdarstellung ihrer Anhänger über soziale Netzwerke und Blogs? Die Untersuchung kann entweder durch eine Befragung von Mitgliedern der Piratenpartei geleitet werden oder durch eine Analyse des Internetauftritts der Partei und ihrer Mitglieder.	
Medialisierung der Familie	Unter Medialisierung wird die Anpassung gesellschaftlicher Teilsysteme an die Medienlogik verstanden. Mithilfe von Gruppeninterviews oder Leitfadeninterviews soll untersucht werden, ob diese für andere Bereiche wie Politik, Sport und Kultur bereits untersuchte Anpassungen sich auch im System Familie finden lassen.	<b>Strenger</b>
Online-Journalisten im internationalen Vergleich	Mit dem Internet ist praktisch auf allen Ländern dieser Erde zu den Radio-, TV- und Printjournalisten ein weiterer Berufstypus hinzugekommen: der Online-Journalist. Stelle sich schon für die klassischen Journalisten die Frage, ob sich deren Selbstverständnisse und Arbeitsweisen weltweit angleichen, könnte sich die Tendenz einer Homogenisierung durch das digitale Medium noch verstärken. Welche nationalen Charakteristika zeigen sich bei der Aufnahme der neuen Technologien?	<b>Mirbach</b>
Bourdieu und das journalistische Feld	Die Erforschung des journalistischen Handelns mit der Theorie Pierre Bourdieus hat sich in der Kommunikationswissenschaft etabliert. Die Studien bieten zahlreiche Anknüpfungspunkte, um sich mit dem journalistischen Feld auseinanderzusetzen.	<b>Mirbach</b>
Message: Nutzung und Bewertung einer „Internationalen Zeitschrift für Journalismus“	Gruppendiskussionen mit den Zielgruppen	<b>Meyen</b>
Professoren in der KW: Biografische Fallstudien	Für ein biografisches Lexikon sind Wissenschaftlerbiografien zu erarbeiten. Methode: Dokumentenanalyse. Quellen: Webseiten, biografische Notizen, lebensgeschichtliche Interviews. Vorteil: Die Resultate können (bei Gelingen) veröffentlicht werden	<b>Meyen</b>
Entwicklung der Medienlogik	Wie wählen die Medien das aus, worüber sie berichten (Selektionslogik), wie gestalten sie diese Inhalte (Präsentationslogik) und (vor allem): Wie haben sich diese Logiken in den vergangenen vier Jahrzehnten verändert? Geplant sind <b>qualitative Inhaltsanalysen</b> zu klar abgrenzbaren „Fällen“, die einen solchen Langzeitvergleich erlauben. Jede einzelne Bachelorarbeit kann sich dabei auf einen „Fall“ konzentrieren. Als Untersuchungsgegenstände denkbar sind zum Beispiel: Parteitage, Naturkatastrophen, Unglücksfälle, sportliche Großereignisse (etwa: 100-m-Finale bei Olympia, Springen von der Großschanze ebenda, Finals der Champions League), Wechsel in den Chefetagen von Großkonzernen ...	<b>Meyen</b>