

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: 16. bis 30. Januar 2012 / Bearbeitungszeit: 16. April bis 11. Juni 2012

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 qualitative Inhaltsanalysen 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 ...	Meyen
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	Meyen
Medien und kulturelles Gedächtnis	Methode: qualitative Inhaltsanalyse Ziel: Welches DDR-Bild zeichnen die deutschen Medien und wie hat sich dieses Bild seit 1990 möglicherweise verändert?	Meyen/Pfaff-Rüdiger
Medien und kulturelles Gedächtnis	Methode: Gruppendiskussionen Ziel: Wie erinnern Ost- und Westdeutsche an die DDR und welche Rolle spielen dabei eigene Erfahrungen, Medienberichte und soziale Kontakte?	Meyen/Pfaff-Rüdiger
Mediennutzung und Werte	Methode: Leitfadenterviews Ziel: Wie beeinflussen Werte die Mediennutzung und wie tragen Medien zur Wertevermittlung bei?	Pfaff-Rüdiger
Muster und Motive für den Besuch eines 3-D-Films im Kino	Der Boom des 3-D-Films hat die Kinobranche im vergangenen Jahr vor einem massiven Umsatzeinbruch bewahrt. Doch was treibt das Kinopublikum scharenweise in 3-D-Filme und behält der traditionell meistgenannte Besuchsgrund „Thema und Story“ auch hier seine Gültigkeit? Ziel ist es, mithilfe von Gruppendiskussionen mehr über die Nutzungsmuster und -motive von 3-D-Kinogängern herauszufinden.	Wiedemann
Muster und Motive für den Besuch eines Dokumentarfilms im Kino	Dokumentarfilme haben eine geringe Reichweite und die Forschung beschäftigt sich mit ihnen höchstens am Rande. Dennoch behauptet das Genre einen festen Platz im Kinoangebot, untermauert von seiner starken Präsenz auf Filmfestivals. Aber wo liegt die Faszination eines Dokumentarfilms, der keine Traumwelt verspricht und meist einen geringeren Unterhaltungswert aufweist? Mittels Gruppendiskussionen sollen die Nutzungsmuster und -motive von Kinobesuchern ermittelt werden, die sich Dokumentationen im Kino zuwenden.	Wiedemann
Muster und Motive für den Besuch von Programmkinos	Das Kinopublikum ist heterogen und der Kinobesuch dient demnach zur Befriedigung unterschiedlicher Bedürfnisse. Doch greifen die für Mainstream-Kinogänger schon oft ermittelten Motive Integration, Unterhaltung, Identität und Information genauso auch	Wiedemann

	für Fans von Autorenfilmen abseits der Masse oder ist die Gewichtung hier ganz anders? Mit Gruppendiskussionen soll den Besuchsmustern und -motiven von Programmkinogängern auf die Spur gekommen werden.	
Muster und Motive für den Besuch von deutschen Filmen im Kino	Nach den glänzenden Zahlen der vergangenen Jahre verbuchte der deutsche Film im vergangenen Jahr einen Besucher- und Umsatzrückgang um beinahe 50 Prozent. Wie konnte es zu diesem Einbruch kommen? Spielt das Herkunftsland der Produktionen überhaupt eine Rolle beim Kinobesuch? Und warum spricht gerade der junge und ambitionierte deutsche Film überdurchschnittlich ältere Kinogänger an? Gruppendiskussionen mit Freunden des deutschen Kinos sollen Aufklärung bringen.	Wiedemann
Leitprinzipien der Internetpolitik in der Medienberichterstattung	Ziel: Wie soll das Internet politisch gestaltet werden? Welche Werte und Normen werden in der Öffentlichkeit verhandelt, die internetpolitische Entscheidungen anleiten sollen? Wie Länder-spezifisch sind diese Leitprinzipien und wie sind sie zu erklären? Methode: Qualitative Inhaltsanalyse der Medienberichterstattung in einem Land Hinweis: <ul style="list-style-type: none"> - Zu diesem Thema sind <i>mehrere Bachelorarbeiten</i> möglich! - Wer das Hauptseminar im WS 2011/12 besucht hat, kann dieses Thema auch <i>Länder vergleichend</i> bearbeiten. 	Löblich
Netzpolitische Leitprinzipien der Grünen und der SPD im Vergleich	Die Grünen und die SPD haben im Herbst 2011 jeweils eigene Beschlüsse zur Internetpolitik verabschiedet und versuchen sich auf diese Weise, netzpolitisch zu profilieren. Wie ist es zu diesen Initiativen gekommen, welche Akteure in den Parteien haben die Netzpolitik auf die Parteiagenda gebracht? Was sind die Leitprinzipien der beiden Parteien und welche Gemeinsamkeiten und Unterschiede gibt es zwischen ihnen? Methode: Dokumentenanalyse	Löblich
„Chaostruppe“ und „Spaßpartei“? Die Medienberichterstattung über die Piratenpartei	Die Piratenpartei ist seit den Protesten gegen „Zensursula“ stärker in das Bewusstsein der Öffentlichkeit gerückt, spätestens seit ihrem Wahlerfolg (Berlin) aber ist die neue Partei zu einem viel diskutierten Thema in der Berichterstattung geworden. Sie wurde als „Chaostruppe“, „Spaßpartei“ und „Politamateure“ bezeichnet. Welche Deutungsmuster stecken hinter diesen Bezeichnungen und wie haben sie sich im Zeitverlauf gewandelt? Methode: Qualitative Inhaltsanalyse	Löblich
Netzpolitische „Aufrüstung“ der Parteien in Deutschland?	Die Piratenpartei hat die anderen politischen Parteien in Deutschland unter „netzpolitischen Zugzwang“ gebracht. Welche Initiativen und Strukturen haben die Parteien mittlerweile entwickelt (Beschlüsse, Parteiprogramme, Fachpolitiker, Beratungsrunden, Anträge im Bundestag usw.), um ihre Kompetenz in diesem Politikfeld zu demonstrieren? Methode: Dokumentenanalyse	Löblich
Netzpolitische Kompetenz der Parteien in der Medienberichterstattung	Die Piratenpartei hat die anderen politischen Parteien in Deutschland unter „netzpolitischen Zugzwang“ gebracht. Von den Medien wird die Netzpolitikkompetenz der Parteien kritisch begleitet. Wie wird die Kompetenz der Parteien von ihnen dargestellt? Methode: Qualitative Inhaltsanalyse	Löblich
Beratung und Expertise in der Internetpolitik	Welches Wissen fließt in internetpolitische Prozesse ein? Wer sind die Experten in der Internetpolitik und welche Rolle spielen hier neben Wissenschaftlern andere	Löblich

	<p>Sachverständige aus Wirtschaft, Verbänden und Zivilgesellschaft? Diese Fragen sollen anhand eines Fallbeispiels (z.B. Enquete-Kommission Internet und digitale Gesellschaft im Bundestag, Dialogrunde zur Netzpolitik im Bundesinnenministerium) bearbeitet werden.</p> <p>Methode: Dokumentenanalyse, qualitative Inhaltsanalyse</p> <p>Hinweis: Das Thema kann für <i>Deutschland, USA sowie weitere Länder</i> bearbeitet werden.</p>	
Journalismus und Public Relations	<p>Methode: Leitfadeninterviews</p> <p>Aufgabe: Charakterisierung des Arbeitsalltags und des wechselseitigen Verhältnisses, Benennung von Einflussfaktoren auf das Verhältnis</p> <p>mögliche Themenfelder:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Politik vs. Polit-PR (Kommunal-, Landes-, oder Bundespolitik) - Automobil-Journalismus (vor allem TV) vs. Auto-PR - Sportjournalismus vs. Sport-PR - Wissenschaftsjournalismus vs. Wissenschafts-PR 	Riesmeyer
Berufsfeld Medienmanager	<p>Methode: Leitfadeninterviews</p> <p>Aufgabe: Charakterisierung des Berufsfeldes vor dem Hintergrund der Wirtschaftskrise und dem Druck des Werbemarktes, besonders im Hinblick auf den Arbeitsalltag, den Umgang mit Anzeigenkunden und das Verhältnis zur Redaktion (Stichwort: Kopplungsgeschäfte)</p> <p>mögliche Berufsfelder:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Tageszeitungen (überregional, regional, lokal) - Öffentlich-rechtlicher Rundfunk (Radio und TV) - Privater Rundfunk (Radio und TV) - Online-Medien 	Riesmeyer