

Themenvorschläge für Masterarbeiten am Forschungs- und Lehrbereich Reinemann

Stand: 4.12.12; MA-Arbeiten im SoSe 2013

Hinweise

☐ Sie können entweder ein Thema aus der Liste des Lehrbereichs auswählen oder einen eigenen Vorschlag machen. Wenn Sie einen eigenen Vorschlag machen wollen, schicken Sie bitte zunächst eine Email an Prof. Reinemann, in der Sie Ihre Idee skizzieren. Sie erhalten dann eine Rückmeldung.

☐ Wenn Sie ein Thema ausgewählt bzw. eine Rückmeldung zu ihrem eigenen Vorschlag erhalten haben, wenden Sie sich bitte per Email an Frau Schwarze und lassen Sie sich unter Nennung des Themas auf die Liste der M.A. Kandidat/innen des Lehrstuhls setzen. Eine endgültige Zusage erhalten Sie erst durch die Mitteilung des Prüfungsamtes.

Themenvorschläge

Journalismus-/Kommunikatorforschung

- Die Lage der bayerischen Tageszeitungen. Status, Herausforderungen und redaktionelle Strategien.
- Qualitätsbegriff und Werteorientierung im Medienmanagement. (*Riesmeyer*)
- Wenn Profit den Inhalt schlägt: Die Implementierung von neuen Arbeitsformen im Journalismus aus Medienmanagementperspektive. (*Riesmeyer*)
- Erst mal sehen, was auf Facebook ist. Journalistische Recherche im Social Web. (*Riesmeyer*)
- Zwischen Nähe und Distanz: Die politisch-medialen Beziehungen in ausgewählten Kommunen. Quantitative oder qualitative Befragung. (*Baugut*)
- Die politische Kommunikationskultur Bayerns. Quantitative oder qualitative Befragung. (*Baugut*)

Medieninhalte

- Darstellung und Interpretation von Umfragetrends in den Medien (z.B. ARD Deutschlandtrend, Politbarometer). (*Zerback*)
- Alles neu, alles besser? Politik- und Wirtschaft in der Bild-Zeitung 2008-2012. Weiterführung einer für 1984-2006 vorliegenden Studie. (*Reinemann*)
- Ausgewogenheit außer Kraft? Die Berichterstattung bayerischer Medien im Vorfeld des Volksbegehrens/Volksentscheids zu den Studiengebühren. (*Fawzi/Reinemann*)
- Ausgewogen und neutral? Eine Qualitätsanalyse der kommunalpolitischen Berichterstattung der Münchner Tageszeitungen. (*Fawzi/Reinemann*)
- Image ist alles! Die Berichterstattung der Münchner Tageszeitungen über TU und LMU. (*Reinemann*)
- Same but different? Eine international vergleichende Inhaltsanalyse zur Umsetzung von Medienguidelines zur Suizidberichterstattung. (*Scherr*)
- Geisterfahrsuizide in Deutschland. Inhaltsanalyse zur Berichterstattung in Deutschland. (*Scherr*)

Rezeptions- und Wirkungsforschung

- Die Wirkung von PR-Strategien: Replikation eines ursprünglich mit Journalisten durchgeführten Experiments mit studentischen Versuchsgruppen.
- Lernen auf dem Boulevard? Politikbezogene Effekte unterhaltender Medieninhalte. (*Reinemann*)
- Mediennutzung und Depression. Eine Sekundäranalyse. (*Scherr*)
- Wie überzeugt man Nimbys? Die Kommunikation von Energie- und Infrastrukturprojekten an die unmittelbar betroffene Bevölkerung.
- Informationsverhalten und Urteilsbildung der Teilnehmer von Wahl-Prognosemärkten. (*Zerback*)
- Ich und die Anderen. Wie die Wiederholung einer Botschaft die eigene Meinung und die wahrgenommene Mehrheitsmeinung beeinflusst. (Experimentelle Studie) (*Zerback*)
- Die üblichen Verdächtigen? Politische On- und Offline-Meinungsführer im Vergleich. (*Fawzi*)
- Zuschauen oder Eingreifen? Der Bystander-Effekt im Kontext von Cyber-Mobbing (*Fawzi*)