



LUDWIG-  
MAXIMILIANS-  
UNIVERSITÄT  
MÜNCHEN

INSTITUT FÜR KOMMUNIKATIONSWISSENSCHAFT  
UND MEDIENFORSCHUNG



**Themenvorschläge für die Abschlussarbeiten im Sommersemester 2021**  
Stand: 13.01.2021

**Dr. Philip Baugut**

**Medien und Antisemitismus**

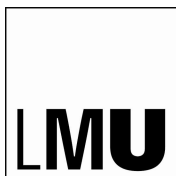
- Berichterstattung über Antisemitismus in Deutschland (empirische Untersuchung)
- Medienkritik in jüdischen Medien (empirische Untersuchung)
- Medienwirkungen auf Holocaust-Überlebende (empirische Untersuchung)

**Medien und sexueller Missbrauch**

- Berichterstattung über sexuellen Missbrauch in Boulevard- und Qualitätszeitungen (empirische Untersuchung)
- Berichterstattung über sexuellen Missbrauch in kirchlichen Medien (empirische Untersuchung)
- Medien und sexueller Missbrauch (Literaturarbeit)

**Medien und Wahlkampf**

- Kandidat\*innen-PR im innerparteilichen Wettbewerb (empirische Untersuchung)



LUDWIG-  
MAXIMILIANS-  
UNIVERSITÄT  
MÜNCHEN

INSTITUT FÜR KOMMUNIKATIONSWISSENSCHAFT  
UND MEDIENFORSCHUNG



**Lehrstuhl Prof. Dr. Hans-Bernd Brosius**

Wichtig: Eine Anmeldung ist nur nach Vorabsprache mit der\*dem jeweiligen Betreuer\*in möglich. Bitte nehmen Sie also bei Interesse Kontakt mit der als Betreuer\*in genannten Person auf, um das gewünschte Thema abzustimmen.

<b>(1) Rezeptions- und Wirkungsforschung</b>	
<i>Thema</i>	<i>Betreuer*in</i>
Suchstrategien von Suchmaschinennutzer*innen zur (politischen) Information [Befragung/Experiment]	Unkel
Abonniere Beauty, bekomme Einstellung? Wie Influencer*innen Politik machen	Peter
No FOMO during Corona? Die Rolle des Konzepts fear of missing out für die Wahrnehmung von und das Wohlbefinden in der Corona-Krise	Peter
Who's afraid of fake news? Die Rolle von Emotionen bei der Widerlegung von Fehlinformationen	Peter
60% dagegen oder 40% dafür? – „Opportunes“ Framing von Statistiken in der Berichterstattung [empirisch]	Peter
<b>(2) Digitalisierung</b>	
Die Berichterstattung über den Medienstaatsvertrag [Inhaltsanalyse]	Unkel
Die Berichterstattung über den Digital Services Act [Inhaltsanalyse]	Unkel
Algorithmische Empfehlungssysteme und Vielfalt/Transparenz [Literaturarbeit]	Unkel
Angebots- und Plattformstrategien öffentlich-rechtlicher Rundfunkanstalten [Inhaltsanalyse oder Literaturarbeit oder Experteninterviews]	Unkel
Public Value aus Rezipient*innen-Sicht [Befragung]	Unkel
Die Berichterstattung über den Einfluss von Bots, künstlicher Intelligenz und Automatisierung auf die Politik [quantitative Inhaltsanalyse]	Haßler
<b>(3) Politische Kommunikation</b>	
Südtirol vs. Flandern: Die Berichterstattung über Sezessionsbestrebungen in Europa [Inhaltsanalyse]	Dan
Deepfakes: Eine Gefahr für die Demokratie? [(Experten)Interviews]	Dan
Einfluss von Wertvorstellungen auf die Beurteilung der Themenrelevanz	Haas
Vertrauen in Informationen zu politischen Themen	Haas
Zwischen Filterblasen und Fake News: Verlieren Massenmedien ihre Integrationsfunktion?	Haas
Ein Kandidat für die Partei aber nicht für die Wähler*innen? Die mediale	Haßler

Berichterstattung über die Wahl des CDU-Vorsitzenden [quantitative Inhaltsanalyse]	
#VisualisiertePolitik: Wie nutzen Politiker*innen Instagram im Wahlkampf? [theoretisch oder quantitative Inhaltsanalyse]	Haßler
YouTube bewegt: Eine Darstellung von Verfahren zur Analyse von Bewegtbildern auf YouTube [Literaturarbeit]	Haßler
Micro-Targeting im Superwahljahr: Wie Parteien und Politiker*innen Werbung in sozialen Medien nutzen [theoretisch oder empirisch]	Haßler
Latest Developments in Campaigning: Wie Whatsapp, Telegram und TikTok das Superwahljahr prägen [theoretisch oder empirisch]	Haßler
Von #FridaysForFuture bis Querdenker: Wie moderne soziale Bewegungen Anhänger*innen mobilisieren [theoretisch oder empirisch]	Haßler
Suche Merkel, finde Digitalisierung: Themenhoheiten von Politiker*innen/Parteien bei Google [Inhaltsanalyse]	Unkel
„Das ist der Wille des Volkes!“ – Verwendung/Wirkung von Bevölkerungsbezügen durch Politiker*innen [empirisch]	Peter
Wie kommen einfache Bürger*innen in den Nachrichten vor? [theoretisch oder empirisch]	Peter
Von Lefloid bis Rezo. Wie stellen (politische) Influencer politische Inhalte auf YouTube dar? [Inhaltsanalyse]	Schlosser
Wie gelingt erfolgreiche Online-Mobilisierung? Eine Darstellung des aktuellen Forschungsstandes zur Mobilisierungsthese im Internet [Literaturarbeit]	Schlosser
<b>(4) Gesundheitskommunikation</b>	
Werbung getarnt als Information? Kampagnen zur gesundheitlichen Aufklärung durch Pharmaunternehmen [Experiment]	Dan
Produktplatzierung von Pharmazeutika in Krankenhausserien [Experiment]	Dan
Panikmache vs. Beschwichtigung. Die Wirkung von Alarmist vs. Reassurance Frames im Gesundheitsjournalismus [Experiment]	Dan
Der Einfluss medialer Darstellungen von psychischen Erkrankungen auf Erkrankte [theoretisch oder empirisch]	Peter



LUDWIG-  
MAXIMILIANS-  
UNIVERSITÄT  
MÜNCHEN

INSTITUT FÜR KOMMUNIKATIONSWISSENSCHAFT  
UND MEDIENFORSCHUNG



**Prof. Dr. Romy Fröhlich**

**Hinweis:** Die hier genannten Themenbereiche sind Vorschläge aus den Expertisegebieten der PrüferInnen und BetreuerInnen am Arbeits- und Forschungsbereichs von Prof. Fröhlich. **Eigene Ideen der KandidatInnen – auch über die hier gelisteten Themenvorschläge hinaus – sind jederzeit willkommen!**

Viele der hier aufgeführten Themenbereiche sind keine wissenschaftlichen Fragestellungen im engeren Sinne sondern eher allgemeine Themenfelder. Sie bedürfen der Konkretisierung in Absprache mit dem/der BetreuerIn. Zum Teil sind verschiedene methodische Ansätze (je nach der konkreten Fragestellung qualitativ und/oder quantitativ) und auch theoretische bzw. literaturbasierte Arbeiten möglich. ExamenskandidatInnen sind aufgefordert, sich innerhalb dieser Themenschwerpunkte eigene konkrete Fragestellungen (mit Methode) zu überlegen. Ideen zu Fragestellung, theoretischem Rahmen und methodischer Umsetzung bilden die Grundlage eines ersten Gesprächs mit den gewünschten/jeweiligen BetreuerInnen.

Für die Vergabe der Themen gilt das Motto „first come, first served“. Bei den unten angeführten Vorschlägen kennzeichnet jeweils ein **X**, ob das Thema als Bachelorarbeit (BA) oder Masterarbeit (MA) geeignet ist. Bitte setzen Sie sich für die Gespräche zur Themenauswahl jeweils direkt mit dem/der angegebenen BetreuerIn in Verbindung (siehe Initialen hinter den Themen; RF = Prof. Fröhlich; AE = Ahmed Elmezeny). Themen in Englisch bedeuten nicht, dass die Examensarbeit dazu in Englisch verfasst werden muss. Wer das möchte, kann das aber. Mark Jungblut führt als Prüfungsberechtigter am Lehr- und Forschungsbereich Fröhlich eine eigene Themenliste (siehe [zentrale website](#)). Zur Vorbereitung auf die Gespräche mit PrüferIn/BetreuerIn sollten sich die InteressentInnen bereits erste eigene Gedanken über eine mögliche Konturierung und Schwerpunktsetzung des gewählten Themenvorschlags machen (siehe hierzu auch unsere Informationen „[Leitfaden zur Erstellung eines Exposés](#)“).

Bitte informiert Sie sich außerdem zuvor anhand des online abrufbaren **Leitfadens über die Regularien für Examina** meines Lehr- und Forschungsbereichs. Hier bieten wir auch weitergehende Informationen über die Schritte zur Anmeldung für die Bachelor- bzw. Masterarbeit bei Prof. Fröhlich:

<http://www.ifkw.lmu.de/lehrbereiche/froehlich/pruefung/index.html>

**Themenvorschläge**

	<b>Betr.</b>	<b>BA</b>	<b>MA</b>
<b><i>PR-Berufsfeldforschung</i></b>			
(Kritische) Literatursynopse und Bestandsaufnahme zur deutschsprachigen (oder US-amerikanischen) PR-Berufsfeldforschung seit 2000	RF	X	
Ethik in der PR – Bestandsaufnahme zu branchenabhängigen Standards	RF/AE	X	X
PR-Aus- und Weiterbildung: Qualifikationsprobleme junger Berufseinsteiger aus Sicht der Arbeitgeber (Unternehmen oder Agenturen)	RF	X	
PR-Aus- und Weiterbildung: Qualifikationsprobleme junger Berufseinsteiger aus Sicht der Berufseinsteiger	RF	X	
PR-Ausbildung in Deutschland: Entwicklung und Status quo akademischer PR-Ausbildung an deutschen Universitäten und Fachhochschulen	RF		X
Das PR-Berufsbild im Wandel der Zeit	RF	X	
Spannungsfeld PR und Journalismus (z.B. das (neue/veränderte...?) Bild der PR in Redaktionen etc.)	RF	X	X

	<b>Betr.</b>	<b>BA</b>	<b>MA</b>
<b>Berufsfeldforschung Medienberufe</b>			
Berufe in Buchhandel und Verlagswesen: Auswertung einer bereits vorliegenden qualitativen Befragung aus einer Berufsfeldstudie	RF/AE	X	X
Berufsausstieg im Journalismus: eine Studie über BerufsaussteigerInnen	RF	X	
Berufsausstieg in der Kommunikationswissenschaft (Studien über BerufsaussteigerInnen unter diversen thematischen Schwerpunkten)	RF	X	X
Motive, Präferenzen, Kompetenzen: genderspezifische Kategorien der Berufswahl im Mediensektor (Spezialisierung auf Journalismus, PR, Buchwesen usw. möglich)	RF	X	
<b>PR-Beratung</b>			
Moden der PR-Beratung (Befragung unter Agenturen oder Inhaltsanalysen der Selbstdarstellung)	RF	X	
Funktionen von PR allgemein vs. Funktionen von PR-Beratung (Literatursynopse und Theoriearbeit)	RF/AE	X	
Erfolgsfaktoren der PR-Beratung	RF		X
Ligitation-PR (empirische Fallanalysen)	RF		X
PR-Beratungsforschung international	RF	X	X
Unternehmens-PR als interne PR-Beratung	RF	X	X
Anwendbarkeit von Ansätzen aus der Managementberatung auf PR-Beratung	RF		X
Macht in PR-Beratungsinteraktionen (z.B. Klient vs. Berater)	RF		X
<b>Angewandte (online) PR (inkl. deren Wirkung)</b>			
Die Zukunft der PR: Globalisierung, Internationalisierung und aktuelle Entwicklungen der (Massen)Kommunikation – Auswirkungen auf die Praxis, Glaubwürdigkeit und Wirkung von PR	RF/AE		X
Evaluationsmaßnahmen für Internet-PR	RF /AE		X
Wahrnehmung, Vorkommen und Wirkung von PR in nicht PR-originären online-Angeboten (versch. Einzelprojekte möglich: z.B. Online-Zeitungen, Online-Zeitschriften, online-Foren usw.)	RF		X
Evidenz moderner PR (strategischer Kommunikation) im post-faktualen Zeitalter – u.a. auch Evidenzsicherung und Wirkung/ Glaubwürdigkeit von (online) PR	RF		X
Glaubwürdigkeit von und Vertrauen in PR im Wandel der Zeit	RF /AE	X	X
PR im Web 2.0 – Systematisierung und Evaluation aktueller Vorgehensweisen, Angebote, Probleme usw. (versch. Einzelprojekte möglich)	RF		X
PR-Ethik unter den Bedingungen der Digitalisierung von PR	RF /AE		X
die Zukunft der Organisationskommunikation: Funktionswandel von PR, Werbung & Co im 21. Jahrhundert (aus Sicht von Unternehmen oder Agenturen)	RF		X
<b>Politische Kommunikation und Polit-PR</b>			
Wahlkampf goes Web 2.0 – Einsatz von Twitter & Co durch Parteien in Wahlkämpfen (auch im Ausland)	RF		X
Public Affairs, Lobbying, Corporate Social Advocacy etc.	RF /AE		X
Kommunikationsstrategien von Protestbewegungen	RF	X	X
<b>Rolle von Medien in Krisen, Kriegen und Konflikten</b>			
Analyse der Berichterstattung über Anti-Regime-Protteste & Bürgerkriege (z.B. Tunesien, Ägypten, Libyen, Albanien, Iran, Syrien,	RF		X

Darfur) [jeweils unterschiedliche thematische Schwerpunkte möglich]			
Analyse der Berichterstattung über Terrorismus / Terrorattacken [jeweils unterschiedliche thematische Schwerpunkte möglich]	RF /AE	X	X
Kriegsberichterstatterinnen	RF	X	X
Soziale Medien in gewaltsamen Konflikten (jeweils unterschiedliche thematische Schwerpunkte nach Art des Kommunikators und/oder betrachteten Konfliktfall denkbar)	RF	X	X
Kriegspropaganda, Terror-Propaganda, persuasive Kommunikation in gewalttätigen Konflikten/Kriegen	RF /AE	X	X
<b>Spezifische Inhaltsanalysen zu diversen Themen</b>			
Neue Frauenbilder im TV? (z.B. Daily-Soaps, Serien, Krimis etc.)	RF		X
Quantität und Qualität der Auslandsberichterstattung deutscher Qualitätszeitungen. Eine Längsschnittuntersuchung im Kontext (geo)politischer Entwicklungen	RF		X
Kriegsberichterstattung (diverse Medien)	RF		X
Corona-Berichterstattung (diverse Medien, diverse thematische Schwerpunkte; Ländervergleiche...)	RF /AE	X	X
Commercial themes and overtones in official PR communication from various organization (NGOs, for profit, etc.; can also be conducted comparatively).	AE	X	X
The role of PR in visual aesthetics and representation of public and political figures	AE	X	X
<b>Sonstige Themen</b>			
Die Web-Aktivitäten von Fernsehsendern: Entwicklung, Bestandsaufnahme und Analyse einschlägiger Angebote und Initiativen	RF		X
Just another Old Boys Network? Geschlechtergerechtigkeit im WWW	RF	X	X
Materialization of virtual spaces during current times. Is it digital or social influences? Using zoom, breakout rooms, etc. as a case example.	AE		X
The Digital PR practices of everyday individuals. Intentional or unintentional actions by people to improve their online image.	AE	X	X
Visual communication and public relations: How are they connected? (auch als Literatursynopse denkbar)	AE	X	X



LUDWIG-  
MAXIMILIANS-  
UNIVERSITÄT  
MÜNCHEN

INSTITUT FÜR KOMMUNIKATIONSWISSENSCHAFT  
UND MEDIENFORSCHUNG



## Dr. Lars Günther

*Alle Themen sind grundsätzlich als Vorschläge zu verstehen. Eigene Schwerpunktsetzungen, Themen bzw. thematische Eingrenzungen und/oder methodische Zugänge sind stets möglich. Offenheit besteht bspw. gegenüber der Wahl qualitativer als auch quantitativer Methoden, sowie einem Fokus auf textbasierte oder visuelle Inhalte. Wenn Sie einen eigenen Vorschlag machen wollen, schicken Sie einfach eine E-Mail an [lars.guenther@ifkw.lmu.de](mailto:lars.guenther@ifkw.lmu.de), in der Sie Ihre Idee skizzieren. Sie erhalten dann per E-Mail Rückmeldung über die Annahme des Themas.*

*Ist Ihr Thema angenommen, melden Sie die BA- bzw. MA-Arbeit online sowie schriftlich im Prüfungsamt an. Vom Betreuer erhalten Sie eine E-Mail, in der Sie Informationen zum weiteren Verlauf erhalten.*

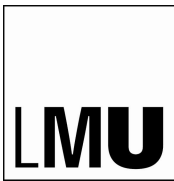
*Beginnen Sie mit der Literaturrecherche und formulieren Sie eine Forschungsfrage. Danach können Sie mit Ihrem Betreuer einen Termin für eine erste Besprechung vereinbaren. Im weiteren Verlauf erstellen Sie dann ein 2-seitiges Exposé rechtzeitig vor Beginn des Bearbeitungszeitraums. Sie erhalten dann dazu Feedback.*

### **Themenbereich 1: Wissenschafts- und Gesundheitskommunikation**

- Das Framing von Klimawandel in medialen Angeboten [Literaturarbeit oder Inhaltsanalyse]
- Zwischen Risiken und Unsicherheiten: Die Darstellung wissenschaftlicher Ergebnisse und ihrer Evidenz in den Medien [Literaturarbeit oder Inhaltsanalyse]
- Die Wirkung von konkreten vs. abstrakten Zukunftsszenarien des Klimawandels [Experiment]
- Aktuelle Trends im Wissenschaftsjournalismus [Literaturarbeit]
- Churnalism: Wie sehr ähneln sich wissenschaftliche Pressematerialien und ihre evozierte Berichterstattung? [Inhaltsanalyse]
- Vertrauensindikatoren in der Kommunikation über Wissenschaft und Gesundheit [Literaturarbeit oder Inhaltsanalyse]
- Wissenschaftler\*innen auf Twitter: zwischen Selbstdarstellung und Erkenntnisgewinn [Literaturarbeit oder Inhaltsanalyse]

### **Themenbereich 2: Kriminalität, Migration und Medien**

- Das Framing von Migrant\*innen in medialen Angeboten [Literaturarbeit oder Inhaltsanalyse]
- Alle kriminell? Die Darstellung von Migrant\*innen unterschiedlicher Herkunft und ihre Wirkungen [Literaturarbeit, Inhaltsanalyse oder Experiment]
- Individuell-psychologisches vs. gesellschaftliches Problem: Ursachenbeschreibungen in der Kriminalitätsberichterstattung und ihre Wirkungen [Literaturarbeit, Inhaltsanalyse oder Experiment]



LUDWIG-  
MAXIMILIANS-  
UNIVERSITÄT  
MÜNCHEN

INSTITUT FÜR KOMMUNIKATIONSWISSENSCHAFT  
UND MEDIENFORSCHUNG



## Prof. Dr. Thomas Hanitzsch

*Die folgenden Themenbereiche sind keine Fragestellungen. Vielmehr sind Studierende aufgefordert, sich innerhalb dieser Themenschwerpunkte eigene Fragestellungen zu überlegen. Ideen zu Fragestellung, theoretischem Rahmen und methodischer Umsetzung bilden die Grundlage eines ersten Gesprächs mit den jeweiligen BetreuerInnen.*

Betreuung durch Prof. Dr. Thomas Hanitzsch

- Mediensysteme (im internationalen Vergleich)
- Journalismuskulturen
- Kommunikatorforschung
- Berufliches Rollenverständnis
- Journalismus und Objektivität
- Journalistische Berufsethik
- Journalismus und Gender/Geschlecht
- Prekarisierung im Journalismus
- Medienskepsis und -vertrauen
- Lügenpresse und „Fake News“
- Politischer Journalismus
- Kriegsberichterstattung und Krisenkommunikation
- Lifestyle- sowie People-/Promi-Journalismus

BETREUUNG DURCH CORINNA LAUERER, MA

- Werbung & Journalismus
- (Künftige) Finanzierung von Journalismus
- Unabhängigkeit des Journalismus (Autonomie & Einflussfaktoren)
- Organisationsforschung in Medienunternehmen (Strukturen & handelnde Akteure)
- Prekarisierung/Flexibilisierung der journalistischen Arbeit
- Gender-Gaps im Journalismus

BETREUUNG DURCH JANA RICK, MA

- Lokale Kommunikation und Lokaljournalismus (Herausforderungen, Chancen, Zukunft, Berufsbild)
- Das Berufsbild des Journalisten
- Arbeitsbedingungen im Journalismus
- Journalismus im Wandel
- Print- und Radiojournalismus

BETREUUNG DURCH MAG. NINA STEINDL, MA

- Politisches Vertrauen und Journalismus
- Medienvertrauen
- Politikberichterstattung im internationalen Vergleich
- Journalismus und Gewalt
- Kriegsberichterstattung und Friedensjournalismus
- Politische Satire
- KommunikatorInnenforschung





LUDWIG-  
MAXIMILIANS-  
UNIVERSITÄT  
MÜNCHEN

INSTITUT FÜR KOMMUNIKATIONSWISSENSCHAFT  
UND MEDIENFORSCHUNG



**Dr. Marc Jungblut**

Studiengänge: Bachelor Kommunikationswissenschaft, Master Kommunikationswissenschaft, Master Internationale Public Relations

Hinweis: Die hier genannten Themen sind Vorschläge aus dem Interessensgebiet des Prüfers. Eigene Ideen der KandidatInnen – auch über dieses Interessensgebiet und die hier gelisteten Themenvorschläge hinaus – sind jederzeit willkommen!

Thema	B.A.	M.A.
<b>Themengebiet „strategische Kommunikation“</b>		
Polizeikommunikation in sozialen Medien [Experimentalforschung, quantitative oder automatisierte Inhaltsanalyse]	X	X
Corporate Social Advocacy & Political Brand Communication [Experimentalforschung]	X	X
Strategische Gesundheitskommunikation [Experimentalforschung, quantitative oder automatisierte Inhaltsanalyse]		X
Datafication of Public Relations Practices [Qualitative Befragung oder Survey]		X
Öffentlichkeitsarbeit im Sport [Survey, quantitative oder automatisierte Inhaltsanalyse]	X	X
<b>Themengebiet „politische Kommunikation“</b>		
Medien und Journalismus in Kriegen und Krisen [quantitative oder automatisierte Inhaltsanalyse]	X	X
Wahlkampf in sozialen Medien [Experimentalforschung, quantitative oder automatisierte Inhaltsanalyse]	X	X
Protestbewegungen in sozialen Medien [quantitative oder automatisierte Inhaltsanalyse]	X	X
Visuelle politische Kommunikation [Experimentalforschung, quantitative oder automatisierte Inhaltsanalyse]		X
<b>Themengebiet „Journalismusforschung“</b>		
Sportjournalismus und -berichterstattung [Survey, quantitative oder automatisierte Inhaltsanalyse]	X	X
Berichterstattung in alternativen Medien [quantitative oder automatisierte Inhaltsanalyse von Fanzines, alternativer Presse o.ä.]	X	X
Rolle von „Expert*innen“ in der Berichterstattung [quantitative oder automatisierte Inhaltsanalyse]	X	X



LUDWIG-  
MAXIMILIANS-  
UNIVERSITÄT  
MÜNCHEN

INSTITUT FÜR KOMMUNIKATIONSWISSENSCHAFT  
UND MEDIENFORSCHUNG



## PD Dr. Veronika Karnowski

Sie können entweder ein Thema aus der Liste auswählen oder einen eigenen Vorschlag machen. Wenn Sie einen eigenen Vorschlag machen wollen, schicken Sie bitte zunächst eine E-Mail an [karnowski@ifkw.lmu.de](mailto:karnowski@ifkw.lmu.de), in der Sie Ihre Idee skizzieren. Wenn Sie ein Thema aus der Liste wählen, ist eine Vorabsprache nicht nötig.

### **Mobile Medien:**

- Die Nutzung von Metamedien aus Nutzersicht: Wie klassifizieren Nutzer\*innen Smartphoneapps? (Qual. Interviews)
- Mobile Medien – was ist das? (Systematic Review)
- Parenting-Apps im Alltag der Nutzer\*innen (Qual. Interviews)
- Der Markt der Parenting-Apps (Inhaltsanalyse)

### **mHealth:**

- Vertraue ich meinem Fitnesstracker? Vertrauen und Glaubwürdigkeit im Umgang mit Selftrackingdevices (Qual. Interviews)
- Nutzung und Wirkung von mHealth-Anwendungen im Alltag von Brustkrebspatientinnen (Systematic Review)



LUDWIG-  
MAXIMILIANS-  
UNIVERSITÄT  
MÜNCHEN

INSTITUT FÜR KOMMUNIKATIONSWISSENSCHAFT  
UND MEDIENFORSCHUNG



## Dr. Bianca Kellner-Zotz

- Ostdeutsche Medienbiographien  
Biographische Interviews, vergleichende Analyse; Identifizierung von zentralen Einflüssen ostdeutscher Medienbiographien; Medien können hier sehr weit gefasst werden (Print, TV, Radio, Blogs, Moderation, Gesang, Film, PR, Design...)
- Selbstverständnis ost- und westdeutscher Medienmenschen  
Gruppendiskussion mit ost- und westdeutschen Medienmachern zu Sozialisation, Identität, Berufsrolle; Identifizierung von Gemeinsamkeiten und Unterschieden; Medien können hier sehr weit gefasst werden (Print, TV, Radio, Blogs, Moderation, Gesang, Film, PR, Design...)
- Werkanalysen ostdeutscher Medienmacher  
qualitative Inhaltsanalysen; Medien können hier sehr weit gefasst werden (Print, TV, Radio, Blogs, Moderation, Gesang, Film, PR, Design...)



LUDWIG-  
MAXIMILIANS-  
UNIVERSITÄT  
MÜNCHEN

INSTITUT FÜR KOMMUNIKATIONSWISSENSCHAFT  
UND MEDIENFORSCHUNG



## PD Dr. Benjamin Krämer

Viele der Themen sind als allgemeine Themenfelder zu verstehen und bedürfen der Konkretisierung in Absprache mit dem Betreuer. Zum Teil sind verschiedene methodische Ansätze (je nach der konkreten Fragestellung oft qualitativ und quantitativ) und auch theoretische bzw. literaturbasierte Arbeiten möglich.

Die Themen sind für Bachelor- und Masterarbeiten geeignet. Bei Bachelorarbeiten wird ein engerer Zuschnitt und eine einfachere Vorgehensweise gewählt als bei Masterarbeiten. Die Anforderungen und Bewertungskriterien richten sich dann nach der Art der Arbeit.

Neben den nachfolgend aufgelisteten Themen bzw. Themenfeldern können natürlich auch andere, selbst gewählte Themen bearbeitet werden (meine Publikationsliste auf der Instituts-Website gibt Anhaltspunkte, bei welchen Forschungsfeldern eine Betreuung durch mich sinnvoll sein könnte). Zur Vorbesprechung eines Themas auf dieser Liste oder eines anderen Themas wenden Sie sich bitte frühzeitig an mich ([kraemer@ifkw.lmu.de](mailto:kraemer@ifkw.lmu.de)).

### **(Rechts-)Populismus und Medien**

- Das Zusammenspiel von sozialstrukturellen und medialen Ursachen von Rechtspopulismus (Literaturstudie/Theoriearbeit)
- Rechtspopulismus und Wissenschaftskommunikation (z.B. Leugnung des Klimawandels, Kritik an Gender Studies und anderen Forschungsfeldern) (Literaturstudie/Theoriearbeit, Inhaltsanalyse oder Befragung)
- Das Verhältnis von Populismus und Medien in (ausgewählten) außereuropäischen Ländern (Literaturstudie)
- Rechtspopulistische Medienpolitik (Literaturstudie/systematischer Überblick medienpolitischer Positionen und Entscheidungen)
- Rechtspopulistische Memes (Literaturstudie/Theoriearbeit oder Inhaltsanalyse)
- Formen der öffentlichen Kritik an Rechtspopulismus (Inhaltsanalyse)

### **Die Kanzler und die Medien**

- Die Berichterstattung über einen oder mehrere vergangene Bundeskanzler (Überblick zu inhaltsanalytischen Studien, zeitgenössischen Einschätzungen und der sonstigen Literatur; Einbettung in einen geeigneten Theorierahmen)
- Spezielle Aspekte der Berichterstattung über einen oder mehrere vergangene Bundeskanzler, z.B. in der illustrierten Presse, in der Pressefotografie, ausländischen Presse, über das Privatleben, die Zeit vor der Kanzlerschaft usw. (Inhaltsanalyse)
- Das Verhältnis von Journalistinnen und Journalisten zu den Kanzlern (Auswertung von (Auto-)Biografien und anderen Publikationen von Journalistinnen und Journalisten oder qualitative Interviews)
- Ausgewählte Aspekte der Öffentlichkeitsarbeit und/oder Medienpolitik eines oder mehrerer vergangener Bundeskanzler (Analyse von Medieninhalten, Archivdokumenten oder qualitative Interviews)

### **Nutzungsstrategien/-weisen von Medien**

- Nutzungsstrategien/-modi bei der Nutzung des Internets (ausschnittsweise: bestimmte Aspekte von Strategien und bestimmte Internetangebote) (Theoriearbeit oder qualitative/quantitative Befragung oder Beobachtung; möglich sind auch Methoden wie lautes Denken)

- Nutzungsstrategien/-modi bei anderen Mediengattungen oder -angeboten (z.B. Zeitung, Nachrichten, Musik, Streamingdienste) oder medienübergreifend für ausgewählte Dimensionen und/oder Einflussfaktoren (sozial, situativ etc.) (Vorgehensweise wie vorstehend)
- Die Nutzung und/oder Wahrnehmung von Empfehlungssystemen (für Nachrichten, Musik, Filme etc.) (Befragung)
- Systematisierung und Bewertung von Methoden zur empirischen Identifikation bzw. Messung von Medien-nutzungs- und -rezeptionsweisen (-strategien, -modalitäten) (methodisch orientierte Literaturarbeit)

#### **Themen aus verschiedenen Bereichen**

- Die Rezeption von Verschwörungstheorien in sozialen Medien (Theoriearbeit oder qualitative/quantitative Befragung)
- Der Beitrag (ausgewählter) techniksoziologischer Ansätze für die Kommunikationswissenschaft (Theoriearbeit)
- Experimente zu Einflussfaktoren und Varianten des Fallbeispieleffekts
- Die soziale Herkunft von Studierenden der Kommunikationswissenschaft (in München oder im Standortvergleich) (Befragung)
- Die soziale Herkunft von Forschenden in der Kommunikationswissenschaft (Befragung)
- Studienbezogene Kompetenzen von Studienanfänger\*innen der Kommunikationswissenschaft (Befragung)
- Einfache Metaanalysen zu ausgewählten Forschungsfeldern
- Studien und Literatur-/Theoriearbeiten zu Musik und Medien
- Neue Medienstrukturen (z.B. Social-Media-Plattformen, journalistische Startups, User-Generated Content etc.) aus (institutionen-)ökonomischer Sicht (Literaturstudie/Theoriearbeit)



LUDWIG-  
MAXIMILIANS-  
UNIVERSITÄT  
MÜNCHEN

INSTITUT FÜR KOMMUNIKATIONSWISSENSCHAFT  
UND MEDIENFORSCHUNG



**Prof. Dr. Michael Meyen**

Die auf dieser Liste genannten Themen verstehen sich als Vorschlag. Die Vorschläge sind dabei so breit angelegt, dass im Rahmen eines Oberthemas mehrere Arbeiten geschrieben werden können und jede Kandidatin auf diese Weise ihre eigenen Interessen einbringen kann.

Wer Sorge hat, die gewünschten Methoden nicht zu beherrschen: Das Forschungskolloquium bietet Raum, auch neue Verfahren (etwa: Diskursanalyse, qualitative Inhaltsanalyse) zu trainieren.

Wenn Sie eigene Ideen haben: gern. In jedem Fall: Mail an [meyen@ifkw.lmu.de](mailto:meyen@ifkw.lmu.de) oder an [gordeeva@ifkw.lmu.de](mailto:gordeeva@ifkw.lmu.de) bzw. [schamberger@ifkw.lmu.de](mailto:schamberger@ifkw.lmu.de)

Beispiele für gute Master- und BA-Arbeiten: <https://medienblog.hypotheses.org/publikationen>

Thema	Aufgabe/Problem/Untersuchungsanlage	Betreuer
Medienvertrauen	Persönliche Interviews, die die Einstellungen zu traditionellen und anderen Medienangeboten über die Lebensgeschichte, die Lebenswelt und das Medienmenü der Befragten erklären sollen. Untersuchungsanlage: am besten ein abgegrenztes Milieu wählen (etwa bayerische Landbewohner, Verkäuferinnen in München oder ausländische Studierende) und dort dann über eine theoretische Auswahl auch mit einer begrenzten Zahl von Gesprächen (Richtwert: sechs) „Sättigung“ erzielen	<b>Meyen, Mirbach</b>
Medienrealitäten	Qualitative Inhaltsanalysen – im Prinzip möglich zu jedem Thema und zu allen Medienangeboten und damit zu allem, was einen ganz persönlich interessiert. <i>Beispiele aus den letzten Semestern:</i> 365 Tage (Filmanalyse zu Erotik in Paarbeziehungen), Umweltaktivisten in D und GB, Dieter Nuhr, Frauenbild in Streamingserien, Ultras in den Medien (Fußball), Care-Arbeit, Brexit	<b>Meyen, Schamberger</b>
Qualität im öffentlich-rechtlichen Rundfunk	Möglich sind in diesem Bereich sowohl (qualitative) Inhaltsanalysen einzelner Sendungen (Tagesschau/Tagesthemen, heute, Politikmagazine, Talks etc.) als auch Studien zu bestimmten Themen (etwa: China im Ersten)	<b>Meyen, Schamberger</b>
Film- und Serienanalysen	Siehe auch: Medienrealitäten	
Die DDR im Spielfilm	Ein Spezialfall zu Filmanalysen: Wie wird die DDR zum Beispiel in „Gundermann“ dargestellt? Filme: (fast) freie Auswahl (Ausnahmen: Klassiker wie „Sonnenallee“; hundertfach erforscht)	<b>Gordeeva, Meyen</b>
Gegenöffentlichkeit	Inhaltsanalysen: Kabarettprogrammen, Internetplattformen, Demonstrationen	<b>Meyen, Schamberger</b>

---

Nationale Nachrichtenmedien im Vergleich	Voraussetzung: sehr gute Kenntnisse von mindestens zwei Sprachen. Möglichkeiten: Fremdbilder (Beispiel: Gordeeva 2017), ein bestimmtes Ereignis (etwa in russischen und deutschen Nachrichten oder Talks) oder ein bestimmtes Thema	<b>Gordeeva</b>
Medienzukunft	Wie sollten journalistische/publizistische Angebote organisiert (finanziert, beaufsichtigt) sein, damit sie das Vertrauen möglichst weiter Kreise der Bevölkerung haben? <i>Methode:</i> Zukunftswerkstatt (Media Future Lab) mit drei Phasen (Kritik, Utopie, Realisierung)	<b>Meyen, Mirbach</b>



## Prof. Dr. Carsten Reinemann

### Hinweise

- Sie können ein Thema aus der Liste des Lehrbereichs auswählen oder einen eigenen Vorschlag machen.
- Wenn Sie ein vorgeschlagenes Thema wählen, ist eine vorherige Absprache nicht nötig.
- Wenn Sie ein eigenes Thema vorschlagen, schicken Sie bitte zunächst eine E-Mail an eine mögliche Betreuerin / einen möglichen Betreuer, in der Sie Ihre Idee skizzieren.
- Die Anmeldung erfolgt zweistufig:
  1. Online: Sie erhalten einen personalisierten Link zur Onlineanmeldung. Dort tragen Sie bitte den Themenwunsch und zwei Prüfer\*innenwünsche ein.
  2. Schriftlich: Geben Sie bis zum 1. April im Prüfungsamt das von Ihnen ausgefüllte und vom Prüfer und Ihnen unterschriebene Anmeldeformular ab.
- Nach der Verteilung der Prüflinge auf die Prüfer\*innen erhalten Sie vom Lehrstuhl eine E-Mail, in der Ihnen ein Betreuer bzw. eine Betreuerin zugeteilt wird.
- Beginnen Sie mit der Literaturrecherche, formulieren Sie eine Forschungsfrage und erstellen Sie eine vorläufige Gliederung. Zusammen schicken Sie alles als 2-seitiges Exposé rechtzeitig vor Beginn des Bearbeitungszeitraums an Ihren Betreuer bzw. Ihre Betreuerin. Sie erhalten ein Feedback.

### Themenvorschläge

#### Meinungsfreiheit, Political Correctness (Carsten Reinemann)

- Wie kann man nur denken, die Meinungsfreiheit sei eingeschränkt? Einflüsse auf die Wahrnehmung von Meinungsfreiheit (Sekundäranalyse; qualitative Befragung; quantitative Befragung)
- Wie wirkt die politische Instrumentalisierung von Political Correctness? (empirisch oder Literatursynopse)
- Wie wirkt gendergerechte Sprache? (empirisch oder Literatursynopse)
- Endet die Meinungsfreiheit bei der Religion? (empirisch oder Literaturarbeit)

#### Meinungsmacht im High-Choice Media Environment (Carsten Reinemann)

- Wirkt TV wirklich am stärksten? Intermediale Vergleiche von Medienwirkungen (Literatursynopse bezüglich einzelner Konzepte wie politisches Interesse, Wissen, Meinungsklima-Wahrnehmungen; Meta-Analyse)
- Wirkt Unterhaltung genauso wie aktuelle Berichterstattung? Politisch relevante Effekte fiktionaler Inhalte (Literatursynopse)

#### Corona-Pandemie (Carsten Reinemann) [nur Master-Arbeiten]

- Mediennutzung, -bewertung und -vertrauen in der Pandemie (Sekundäranalyse zweier Befragungen 2020/2021)
- Panikmache oder Verharmlosung? Die Darstellung der Pandemie in klassischen Nachrichtenmedien (empirische Arbeit; mglw. als kooperative Masterarbeit)
- Panikmache oder Verharmlosung? Die Darstellung der Pandemie durch Spitzenpolitiker (empirische Arbeit; mglw. als kooperative Masterarbeit)
- Nur Verharmlosung und Verschwörungstheorien? Die Pandemie im Spiegel von „Alternativmedien“ (empirische Arbeit; mglw. als kooperative Masterarbeit)

#### Medienkompetenz (Claudia Riesmeyer, Jessica Kühn)

- Soziale und persönliche Normen der Selbstdarstellung in sozialen Medien



- Medienbildung der Zukunft. Ansprüche und Ziele der schulischen Medienbildung aus Sicht von Lehrer\*innen, Schüler\*innen und Eltern
- Ein Schritt in Richtung Zukunft? Das Medienkonzept bayerischer Schulen aus Sicht der Lehrer\*innen
- #followme: Warum folgen wir Influencern auf Instagram, YouTube und Co.?

#### **Pro- und antisoziales Verhalten in den digitalen Medien (Magdalena Obermaier)**

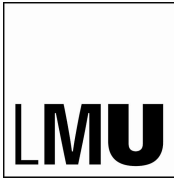
- „Hate leads to suffering.“ Die Wirkung von Online Hate Speech auf betroffene Gruppen wie LGBTQ, Aktivist\*innen (z.B. F4F) oder religiöse bzw. ethnische Minderheiten (empirische Arbeit)
- Was tun gegen Hass? Formen, Wirkungsmechanismen und Folgen von Zivilcourage in den digitalen Medien (Literatur-Synopse oder empirische Arbeit)
- Social (media) comfort? Motive und Folgen der Nutzung prosozialer Angebote in den sozialen Medien (z.B. Social Support Groups, Engagement, Nachhaltigkeit) (Literatur-Synopse oder empirische Arbeit)

#### **Intra-/Intergruppenprozesse und Medien (Johanna Schindler)**

- Verarbeitungs- und Wirkungsprozesse bei der Medienrezeption in Gruppen (Literatursynopse)
- Kollektive Informationsverarbeitung in Kommentarspalten (empirische Arbeit)
- Die Reduktion von Vorurteilen durch parasozialen Kontakt über soziale Medien (empirische Arbeit)

#### **Messung von Meinungsmacht im Internet (Lisa Zieringer)**

- Traditionelle und automatisierte intermediale Nutzungsmessung (Literatursynopse)
- Vergleichende Analyse verschiedener Systeme des Medienmonitorings/ der Medienregulierung von Meinungsmacht
- Meinungsmacht alternativer Medien (Literatursynopse)



LUDWIG-  
MAXIMILIANS-  
UNIVERSITÄT  
MÜNCHEN

INSTITUT FÜR KOMMUNIKATIONSWISSENSCHAFT  
UND MEDIENFORSCHUNG



**Prof. Dr. Diana Rieger, Dr. Tim Wulf und Dr. Brigitte Naderer**

### Allgemeine Hinweise

- Im Lehrbereich Rieger sind **Prüfungen** bei **Prof. Diana Rieger, Tim Wulf und Brigitte Naderer** möglich
- Kontaktaufnahme mit den Prüfenden garantiert nicht, dass auch diese kontaktierte Person die Arbeit betreut. Innerhalb des Lehrbereichs kann es je nach Kapazität zu Umverteilung der Betreuung kommen.
- Für grobe Themenabsprachen können Sie mit den Prüfenden Kontakt aufnehmen (zu ausgeschriebenen Themen sowie zu eigenen Themenvorschlägen). Die genaue Ausgestaltung der Arbeit findet erst nach der finalen Zuteilung der Prüfenden im März statt.
- 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 E-Mail an einen der Betreuer\*innen, in der Sie Ihre Idee skizzieren.

Ist Ihr Thema angenommen, melden Sie die BA- bzw. MA-Arbeit online sowie schriftlich im IfKW-Zentralsekretariat an. Von dem/der Betreuer\*in erhalten Sie eine E-Mail, in der Sie Informationen zum weiteren Verlauf erhalten.

Beginnen Sie mit der Literaturrecherche und formulieren Sie eine Forschungsfrage. Danach können Sie mit Ihrem/Ihrer Betreuer\*in einen Termin für eine erste Besprechung ausmachen. Im weiteren Verlauf erstellen Sie dann ein 2-seitiges Exposé rechtzeitig vor Beginn des Bearbeitungszeitraums. Sie erhalten dann dazu Feedback (nähere Informationen hierzu bekommen Sie dann vom Lehrbereich).

### Themen (BA und MA)

#### Hate Speech, Gegenrede & Extremismus

- One does not simply hate: Wird Hass innerhalb von Memes erkannt und als problematisch eingestuft? [empirisch] (Ursula Schmid)
- Versteckter Hass: Wahrnehmung von Hate Speech unter dem Deckmantel von Humor und Ironie [empirisch] (Ursula Schmid)
- Welche Faktoren (Persönlichkeitseigenschaften vs. Botschaftsmerkmale) bestimmen, ob und warum auf Hate Speech intervenierend reagiert wird? [empirisch] (Ursula Schmid)
- Wie nutzen rechte Akteure das Attentat von Wien für sich? [empirisch – Quant. IA oder Computational – Daten vorhanden] (Julian Hohner)
- Radikalisierung und extremistische Inhalte von Jugendlichen auf TikTok. [empirisch] (Julian Hohner)
- Youtube-Prediger im Islam - Inhalte, Sentiment und die Frage: Ist das schon radikal? [Empirisch - Qualitativ oder Quantitativ] (Julian Hohner)
- Das Netzwerk radikaler und extremistischer Bands auf Spotify und was sie gemeinsam haben. [Empirisch] (Julian Hohner)
- Die Verbreitung von Memes mit extremistischen Botschaften im Netz: welche Faktoren bedingen den Erfolg? [empirisch] (Heidi Schulze)
- Bitchute, Discord, Telegram und Co: zur Nutzung alternativer Plattformen durch die Rechstaußen-Szene [Literaturarbeit oder empirisch] (Heidi Schulze)
- Dark Social: Radikalisierung auf Telegram? [empirisch, Daten vorhanden] (Heidi Schulze)
- YouTube & Redpilling: Wie Extremist:innen auf YouTube ihren Radikalisierungsprozess beschreiben [empirisch] (Heidi Schulze)

#### Unterhaltungserleben und Medienwirkungsforschung

- Wie beeinflussen individuelle Lebenssituationen das Unterhaltungserleben? [empirisch; Experiment] (Diana Rieger)
- Erholung durch Unterhaltung - Empirische Überprüfung des R<sup>2</sup>EM Modells. [Empirisch] (Diana Rieger)
- Warum diskutieren Rezipient\*innen Serien und Filme in sozialen Medien? [empirisch; methodisches Design je nach Forschungsfrage] (Ulrike Schwertberger)
- Wie wirken sich Gewaltdarstellungen in Filmen und Serien auf das Unterhaltungserleben von Rezipient\*innen aus? [empirisch; Experiment] (Ulrike Schwertberger)
- Positives Multitasking? Wie Social TV unser Wissen zu politischen Talkshow-Themen beeinflusst [empirisch; Experiment] (Ulrike Schwertberger)
- E-Sports und Videogamestreaming: Was sind Faktoren für das Unterhaltungserleben und den Erfolg von Videogamestreamingplattformen wie Twitch? [empirisch, Experiment] (Tim Wulf)
- Podcasts – a medium that demands our attention? Wer nutzt welche Podcasts und warum? [empirisch, Studie] (Tim Wulf)
- Die Rolle von Nostalgie im Kontext von Unterhaltungsangeboten und persuasiver narrativer Medienbotschaften [empirisch, Experiment] (Tim Wulf)
- Werbung und Unterhaltung: Wie beeinflusst eudaimonisches Unterhaltungserleben Werbewirkung? [empirisch, Experiment] (Tim Wulf)
- Welche Faktoren begünstigen antisoziales Verhalten in bestimmten Medien [Literaturarbeit] (Tim Wulf)
- #friendshipgoals. Welche medienpsychologischen Prozesse helfen dabei, Freundschaften über Medien zu entwickeln und aufrechtzuerhalten? [Literaturarbeit] (Tim Wulf)
- Pornographie 2.0: Chancen und Risiken pronographischer Mediennutzung in der digitalen Gesellschaft aus medienpsychologischer Sicht [Literaturarbeit] (Tim Wulf)

### **Social Media und Nachrichten**

- Meinungsbildung im Internet [Literaturarbeit] (Diana Rieger)
- Ansätze zur Konzeptualisierung alternativer Medien im Internet [Literaturarbeit] (Heidi Schulze)
- Intermedia Agenda-Setting zwischen rechten alternativen Medien und traditionellen Nachrichten [empirisch] (Heidi Schulze)
- Sind Medien objektiv? Semantische und ideologische Nähe von Medienunternehmen zu Parteien. [Empirisch] (Julian Hohner)
- Personalisierung von Social Media Werbung im Gesundheitsbereich: Hilfreich oder Unheimlich? [empirisch, Experiment] (Brigitte Naderer)
- Medienkompetenz auf Social Media [Literaturarbeit oder empirisch] (Brigitte Naderer)
- Influencer als Opinion Leader: Die moderierende Rolle von wahrgenommener Ähnlichkeit mit dem Kommunizierenden [empirisch, Experiment] (Brigitte Naderer)
- Kennzeichnung von Social Media Inhalten: Effekte und Grenzen der Disclosure-Praxis [Literaturarbeit oder empirisch, Experiment] (Brigitte Naderer)
- Markierung von Fake-News auf Twitter [empirisch, Experiment] (Brigitte Naderer)
- Die Rolle des Sleeper Effekts bei der Verbreitung von Falschnachrichten und Radikalisierungsprozessen [empirisch, Experiment] (Brigitte Naderer)

### **Werbung und Werbewirkungsforschung**

- #pinkwashing #rainbowwashing: Wahrnehmung von queeren Marketingstrategien. Wie beeinflussen individuelle Faktoren die Beurteilung des Marketings zum Pride Month? [empirisch, Experiment] (Brigitte Naderer & Tim Wulf)
- Gesellschaftspolitisches Marketing in Werbebotschaften: Wie wirken Werbespots, die kein klassisches Produkt, sondern eine gesellschaftliche Idee bewerben sollen? [Literaturarbeit oder empirisch] (Tim Wulf)

- Das Erkennen und Verarbeiten von Green-, Rainbow- und Wokewashing: Wie beeinflusst die Vorgabe gesellschaftlicher Standpunkte die Wirkung von Werbebotschaften? [empirisch, Experiment] (Brigitte Naderer & Tim Wulf)

**Weitere Themenbereiche**

- Adaption, Validierung und Anwendung eines Multidimensionalen Diktionärs zur Messung von Emotionalität im Rechtsextremismus [Empirisch – Computational: Diktionär ist vorhanden, soll aber auf Untersuchungsgegenstand angepasst werden] (Julian Hohner)
- Unterschiede in Kommunikation & Inhalt der AfD im Wahlkampf und der politischen Arbeit im Parlament [Empirisch] (Julian Hohner)



LUDWIG-  
MAXIMILIANS-  
UNIVERSITÄT  
MÜNCHEN

INSTITUT FÜR KOMMUNIKATIONSWISSENSCHAFT  
UND MEDIENFORSCHUNG



## Prof. Dr. Neil Thurman

- Theses supervised by Professor Thurman to be written in English.
- Theses supervised by Dr Stalph or Dr Wilczek can be written in English or German, but English is preferred.
- You can either select a topic from the list or **make your own suggestions**. If you want to make your own proposal, please send an email to Professor Thurman <[neil.thurman@ifkw.lmu.de](mailto:neil.thurman@ifkw.lmu.de)> with an outline of your idea.

### General topics of interest:

- Perceptions of automated news
- Sensor journalism
- Structured journalism / atomised news
- News personalization / news recommenders
- Social media surveillance in journalism
- Automated news in local and hyperlocal contexts
- Media audience measurement / 'ratings analysis'
- Regulation of internet pornography
- Media platform cessation (e.g. periodicals or newspapers going online-only)
- Media and journalism in the UK
- Data journalism
- Data visualisation in journalism
- Epistemology of journalism
- Journalism innovation
- Effects of media use on political participation

### Some other, more specific, ideas:

#### 1. Predictors of television viewing on non-linear (streaming) platforms (Prof Thurman)

*(METHODODOLOGY: quantitative multivariate analysis; DATA: key data supplied – some additional coding required)*

As more television is watched on non-linear streaming platforms, there is much to learn about the factors that predict the success of programmes in this environment. Older research isolated some of the predictors of the ratings performance of linear (broadcast) television programs (e.g. the 'lead-in' effect). However, there is little research that has attempted to do the same for television programmes on non-linear (streaming) platforms. Factors could include programme genre, level of promotion on streaming platform (e.g. whether an "editors' pick"), critical acclaim etc. The importance of such factors might differ from the factors that are important on linear (broadcast) television. For example, genre might be more important on non-linear platforms given that users can choose what they want to watch rather than being limited to a broadcast schedule. This project will be based on audience viewing data (at the individual programme episode level) that Professor Thurman will provide. He will also provide data on the level of promotion the programmes received on the streaming platform. This data may need to be supplemented with additional data that the student will need to code (e.g. on the critical acclaim the programmes' received). The student will then undertake quantitative multivariate analysis to determine the strength of the predictors.

#### 2. Re-examining the relationship between periodicals' print circulations and web traffic: A natural experiment over 'corona-time' (Prof Thurman)

*(METHODODOLOGY: quantitative analysis; DATA: data supplied)*

The Covid-19 pandemic has badly affected some newspapers and magazines whose print circulations fell, with a resulting reduction or elimination of print advertising and subscription

income. Some decided to stop printing all together for a limited period or reduce their print runs or to stop printing forever and go online-only. This project will use this 'natural experiment' as an opportunity to re-examine the relationship between print circulation and online traffic. Theoretically, print products might act to promote periodicals' websites, with drops in print circulation negatively affecting their online traffic. On the other hand, the unavailability of print editions might boost website traffic as readers have to move online to read their favoured newspapers and magazines. Alternatively, periodicals' print and online audiences may not overlap significantly, meaning falls in print circulation might not change levels of online traffic. The number of titles affected by Covid-19 (and the fact that some will come back into print) offers a unique opportunity to look at this issue. Professor Thurman will provide the data, or access to the data.

3. **Regulation of internet pornography (Prof Thurman).** In a number of democracies around the world (e.g. France and UK) legislation has been recently passed to restrict access to legal online pornography via age verification technology. In other countries (e.g. Canada) legislation is in progress. In Germany, long-standing legislation is starting to be enforced. In light of these attempts to restrict access to legal online pornography various questions arise? What is the extent of the 'problem'? I.e. what proportions of adolescents access online pornography? Is the legislation targeted at the right online platforms? Will the legislation have unintended consequences? Will it be effective? Around this theme various projects are possible. For example, surveys of adolescents in Canada and/or Germany to establish a baseline of online pornography use. The results of such surveys could be used to interrogate whether emerging legislative approaches are targeting the right platforms and as a baseline for future studies on the effectiveness of the legislation.
4. **German newspaper readers' consumption behaviour (Prof Thurman).** This project would use data from <https://www.lesewert.de/> panellists. Lesewert is a unique data source that includes print consumption data at the level of the story (not just the edition). Various projects are possible using this data, for example:
  - a. How does consumption of newspapers' print, e-paper, and online editions differ?
  - b. How does consumption differ by demographics?
  - c. Is there a "formula" for the perfect newspaper regarding the coordination of sections and topics? Are four pages of local sport on Wednesday too much, but just right on Monday? Or are the user interests too different to find such a formula?
  - d. What makes newspaper stories worth reading? How important is the topic vs the presentation (e.g. the headline, length, complexity, language) of the articles?
5. **Automated Journalism: Theory and practice (Florian Stalph)**  
 (Method: Systematic literature review)  
 The candidate will analyse a corpus of papers related to automated journalism, computational journalism, and algorithmic journalism that have been published in journals central to journalism studies over the past decade. The systematic literature review, applied both quantitatively and qualitatively, generates an overview of developing research trends, clusters research foci, and synthesises and arranges findings of relevant studies. The review will be based on Petticrew and Roberts' (2006) framework for systematic literature reviews.
6. **The (In)Dependence of Journalism: How Exogenous Forces Shape Digital Journalism (Florian Stalph)**  
 (Method: Semi-structured interviews)  
 The candidate will interview informants that are either identified as journalistic actors or actors closely related to the field of journalism such as tech companies. The central question is how the journalistic ecosystem is being affected by technologies that originate from third parties and what dynamics are set in motion by making journalism more dependent on external technology providers.
7. **Algorithmic Proof: The Epistemology of Automated Journalism (Florian Stalph)**

*(Method: Semi-structured interviews + content analysis)*

The candidate will identify and interview suitable journalists who work at the intersection of journalism and algorithmic technology. Instead of eyewitness reports or first-hand quotes, automated journalism bases its claims on computation and the automated analysis of data. This changes journalism as an institution of knowledge production as these knowledge claims are increasingly de-humanised. This thesis will look at the changing nature of journalistic argumentation.

#### **8. Statistics as Evidence: Numerical Information and Journalistic Authority (Florian Stalph)**

*(Method: Online Survey)*

The candidate will develop an online survey to assess the credibility and intelligibility of data-backed journalism. This study seeks to shed light on the data literacy of audiences and whether statistics affect the trustworthiness of journalistic claims.

#### **9. Falling Idols: The Transformation of Journalistic Values (Florian Stalph)**

*(Method: Focus group interviews)*

In the past decade, we have seen a transformative shift of journalistic values, from objectivity towards transparency as objectivity was increasingly considered unachievable. Recent studies have shown, however, that audiences are welcoming news algorithms, resonating with notions of the neutrality of computation and inevitability of human bias. Within two focus groups, the candidate will explore the social construction of journalistic values and what values readers are actually looking for.

#### **10. Adoption of AI Applications in Local Journalism (Bartosz Wilczek)**

*(Method: online survey)*

The study will draw on the theory of diffusion of innovations and conduct an online survey to investigate factors, which drive the adoption of AI applications by local media. More specifically, the study will investigate the adoption of AI applications for different activities along the news value chain, i.e., for input, throughput and output activities. Moreover, the study will focus on local media in Germany or compare local media in different countries, which are characterized by specific market conditions.

#### **11. Acceptance of AI Applications in Local Journalism (Bartosz Wilczek)**

*(Method: survey experiment)*

The study will draw on technology acceptance theories and conduct a survey experiment to investigate factors, which drive audiences' acceptance of AI applications in local journalism. More specifically, the study will compare AI applications for different activities of the news value chain, i.e., for input, throughput and output activities. Moreover, the study will compare AI applications, which either apply specific journalistic quality standards or don't apply specific journalistic quality standards.

#### **12. Fighting "Fake News" in the Digital Age (Bartosz Wilczek)**

*(Method: in-depth interviews)*

The study will draw on technology innovation theories and conduct in-depth interviews to investigate how and under what conditions fact-checking organizations are using digital technologies (e.g., Artificial Intelligence) to detect and debunk different types of "fake news": e.g., false information regarding politics, economics or covid-19; false information conveyed via text, audio or video; false information spread by journalistic or non-journalistic actors.

#### **13. Debunking "Fake News" with Artificial Intelligence (Bartosz Wilczek)**

*(Method: survey experiment)*

The study will draw on information processing theories and conduct a survey experiment to investigate factors, which facilitate the debunking of "fake news", i.e., of false information. More specifically, the survey experiment will investigate whether and under what conditions audiences are more likely to change their beliefs regarding "fake news" if it is debunked by humans (i.e., journalists) or by machines (i.e., Artificial Intelligence applications).