



## Ausgeschriebene Abschlussarbeiten

Datum: 04.08.2023

Wenn Ihnen eines der ausgeschriebenen Themen zusagt, wenden Sie sich bitte per Mail mit Ihrem Themenwunsch an die in der Ausschreibung angegebene verantwortliche Person. Die Arbeiten können sowohl als BA- als auch als MA-Arbeit – mit jeweils unterschiedlichem Umfang – konzipiert werden.

### Inhalt

Sekundäranalysen .....	2
Meta-Analysen .....	2
Mediennutzung und Medienwirkung .....	2
Darknet-Technologien, ihre Nutzung und Wirkung .....	2
Politische Debatten auf TikTok .....	3
Oddly Satisfying: Kann Entspannung Konzentration fördern? .....	3
Gender und Diversität .....	4
Geschlechtergerechte Sprache in Leitmedien .....	4
Wer hat eigentlich etwas zu sagen? Diversität in der Wissenschaftskommunikation .....	4
Repräsentation geschlechterspezifischer Gewalt in Medien .....	5
Privatheit .....	5
Wie verhandeln Social Media-Nutzer:innen Privatheit mit ihrem Umfeld? .....	5
Make Privacy Tactile Again – Verringerung der psychologischen Distanz zu Privatheitsbedrohungen Online .....	6
Politisches Microtargeting .....	6
„Das funktioniert doch eh nicht“ – Wer bemerkt Targeting und wie wird es bewertet? .....	6
Wie nehmen Nutzer:innen sozialer Medien personalisierte Wahlwerbung wahr? .....	7

## Sekundäranalysen

Sekundäranalysen ermöglichen Ihnen mit großen Datensätzen zu rechnen, ohne dass Sie sich um die aufwändige Rekrutierung kümmern müssen. Die eingesparte Zeit können Sie in die Recherche eines geeigneten Datensatzes und die intensive Datenanalyse investieren. Sekundäranalysen sind sinnvoll, weil viele sehr gute Datensätze frei zur Verfügung stehen. Bei der Recherche eines geeigneten Datensatzes und der Aufbereitung für die eigene Auswertung unterstützen wir Sie. Verwenden können Sie zum Beispiel die Daten der großangelegten Studien DEAS, SOEP, NEPS, die Shell Jugendstudie, EU Kids Online. Oder Sie finden kleinere Datensätze über Google Dataset Research, die Gesis Datenbank und den Deutschen Bildungsserver.

**Betreuerin:** Prof. Dr. Sabine Trepte / Regine Frener, M.Sc. / Jana Dombrowski, M.A.

## Meta-Analysen

Angetrieben von dem Bedürfnis, robuste Forschungsergebnisse zu erzielen, führen Wissenschaftler:innen zunehmend Meta-Analysen durch. Diese fassen die Ergebnisse von bereits durchgeführten, publizierten Studien zusammen. Es werden also beispielsweise alle Korrelationen aus  $N = 30$  verschiedenen Studien zusammengefasst, um den tatsächlichen (sog „wahren“) Effekt besser schätzen zu können. Es können auf diese Weise Aussagen getroffen werden, die unabhängiger vom Kontext sind, also z. B. von einem Land, in dem sie durchgeführt wurden. Meta-Analysen eignen sich besonders für Themengebiete, in denen bereits viel geforscht wurde. Ziel der Abschlussarbeit ist es, dass Sie eine spannende Fragestellung finden, geeignete Studien recherchieren und diese anhand der dafür vorgesehenen statistischen Verfahren analysieren. Als Forschungsfragen sind alle Zusammenhangshypothesen denkbar, zu denen bereits geforscht wurde. Eine Meta-Analyse ist für Abschlussarbeiten besonders interessant, da der reiche Fundus vorhandener Daten genutzt werden kann.

**Betreuerin:** Jana Dombrowski, M.A. / Prof. Dr. Sabine Trepte

## Mediennutzung und Medienwirkung

### Darknet-Technologien, ihre Nutzung und Wirkung

Schenkt man Medienberichten Glauben, handelt es sich hier um ein Synonym, das für alles Böse und Illegale steht. Dabei bleibt das Spannungsfeld von kriminellen Aktivitäten und dem Bedürfnis nach anonymer Kommunikation oft gänzlich außer Acht. Doch gerade in Zeiten von Massenspeicherung und Überwachungsmöglichkeiten des Internetverkehrs wird das Verlangen nach Privatsphäre im Online-Kontext immer stärker. Eine Möglichkeit, Daten zu schützen, ist der Einsatz von Privacy Enhancing Technologies (PETs), wie beispielsweise Tor.

Obwohl es viele verschiedene Darknet-Technologien gibt, ist mit dem Begriff „Darknet“ zumeist das Tor-Netzwerk gemeint, welches sowohl zum Surfen im Clear- als auch im Darknet verwendet werden kann. Informationen des Tor Projects zur Folge gehen allerdings nur 3% des Datenverkehrs im Tor-Netzwerk auf Onion-Adressen bzw. Hidden Services und somit „ins

Darknet“ (blog.torproject.org, 2015). Den hauptsächlichen Anteil des Datenstroms stellen somit Verbindungen ins Clearnet dar. Wie wird das Darknet genutzt und für welche Zwecke? Handelt es sich bei Tor um ein Nischenmedium, das beispielsweise primär von einer technisch versierten Gruppe verwendet wird? Welche Rolle spielen Anti-Konsumismus und -Materialismus für die Nutzung? Wie wirkt die Nutzung des Darknets auf die User?

**Betreuerin:** Prof. Dr. Sabine Trepte

## Politische Debatten auf TikTok

Mit über 800 Millionen Nutzer:innen weltweit hat die Video-App TikTok sich innerhalb kurzer Zeit zum wertvollsten Start-Up der Welt entwickelt. Durchschnittlich 50 Minuten verbringen Nutzer:innen dabei täglich damit, die kurzen Videos zu betrachten. Während TikTok zu Beginn als reine Unterhaltungsplattform für eine junge Zielgruppe angesehen wurde, werden mittlerweile zunehmend Beiträge zu wissenschaftlichen oder politischen Themen veröffentlicht und sprechen eine breite Zielgruppe an. In einer Abschlussarbeit soll untersucht werden, wie ein politisch relevantes Thema auf TikTok aufgegriffen und präsentiert wird. Außerdem kann über Reaktionen und Kommentare die Wirkung auf Nutzer:innen analysiert werden.

### Literatur

Carson, D. (2021). A content analysis of political discourse on TikTok. *Student Research Submissions*. 415. [https://scholar.umw.edu/student\\_research/415](https://scholar.umw.edu/student_research/415)

Cervi, L. & Marín-Lladó, C. (2021). What are political parties doing on TikTok? The Spanish case. *Profesional de la información*(30)4. <https://doi.org/10.3145/epi.2021.jul.03>

**Betreuerin:** Regine Frener, M.Sc. / Prof. Dr. Sabine Trepte

## Oddly Satisfying: Kann Entspannung Konzentration fördern?

Eine Hand, die ein Stück Kreide zu Staub zerdrückt; ein scharfes Messer, das eine hauchdünne Tomatenscheibe abtrennt; ein Produkt, welches farblich und formlich perfekt passend in ein Supermarktregal gestellt wird. Diese Szenen sind Beispiele für „oddly satisfying“-Videos, welche trotz ihrer unspektakulären Handlungen viele Social Media-Nutzer:innen in den Bann des endlosen Scrollens ziehen. Dieses Phänomen wird durch die ausgelöste Synästhesie erklärt (Nansen & Balanzategui, 2022): Die Betrachter:innen werden dazu eingeladen, die gezeigten Verformungen und Bewegungen nachzuempfinden, was bei vielen Gefühle von Zufriedenheit und Entspannung auslöst.

Können die Videos aber auch mehr als nur einen Moment der Entspannung verschaffen? Vor dem Hintergrund der Mood Management Theory zeigten Reinecke und Trepte (2008) in ihrem Experiment, dass eine kurze Videospielsequenz das Erregungsniveau und nachfolgend auch die Leistung ihrer Proband:innen in einer kognitiven Aufgabe verbessern konnte. Möglicherweise könnte ein ähnlicher Effekt durch Oddly Satisfying Videos hervorgerufen werden. Dies soll in einer Abschlussarbeit experimentell untersucht werden.

### Literatur

Nansen, B., & Balanzategui, J. (2022). Visual tactility: 'Oddly satisfying' videos, sensory genres and ambiguities in children's YouTube. *Convergence*, 28(6), 1555–1576.  
<https://doi.org/10.1177/13548565221105196>

Reinecke, L., & Trepte, S. (2008). In a working mood? The effects of mood management processes on subsequent cognitive performance. *Journal of Media Psychology*, 20(1), 3–14. <https://doi.org/10.1027/1864-1105.20.1.3>

**Betreuerin:** Regine Frener, M.A. / Prof. Dr. Sabine Trepte

## Gender und Diversität

### Geschlechtergerechte Sprache in Leitmedien

Bisher gibt es unter den Leitmedien keinen Konsens zur Verwendung geschlechtergerechter Sprache. In einer quantitativen Inhaltsanalyse soll im ersten Schritt untersucht werden, ob und wie ausgewählte Medienformate geschlechtergerechte Sprache einsetzen. Des Weiteren können die Reaktionen der Nutzerinnen und Nutzer untersucht und vor dem Hintergrund der politischen Ausrichtung verglichen werden.

**Betreuerin:** Regine Frener, M.Sc. / Prof. Dr. Sabine Trepte

### Wer hat eigentlich etwas zu sagen? Diversität in der Wissenschaftskommunikation

Selbst aktuelle Studien aus den letzten Jahren zeigen, dass Männer im Vergleich zu Frauen häufiger zitiert werden, häufiger in hohe Positionen kommen und in Kollaborationen bevorzugt werden (siehe Matilda-Effekt). Auf der anderen Seite zeigt sich auch, dass das nicht unbedingt daran liegt, dass es weniger weibliche Autorinnen wissenschaftlicher Artikel gibt. Ziel einer Abschlussarbeit zu diesem Thema wäre es herauszufinden, wie es in der öffentlichen Wissenschaftskommunikation aussieht. Beispielsweise könnte das Geschlecht von Expert:innen in Medieninterviews untersucht werden. Denn diese Interviews beeinflussen auch die öffentliche Wahrnehmung von Wissenschaft an sich und auch das Prestige von einzelnen Wissenschaftler:innen.

#### Literatur

Trepte, S., & Loths, L. (2020). National and gender diversity in communication: A content analysis of six journals between 2006 and 2016. *Annals of the International Communication Association*, 44(4), 289-311.  
<https://doi.org/10.1080/23808985.2020.1804434>

**Betreuerin:** Prof. Dr. Sabine Trepte

## Repräsentation geschlechterspezifischer Gewalt in Medien

Kriminalstatistiken zeigen, dass beinahe ein Drittel der Frauen in ihrem Leben Opfer von sexualisierter und körperlicher Gewalt wird. Obwohl geschlechterspezifische Gewalt omnipräsent ist, ist die Darstellung – insbesondere die differenzierte Darstellung der Opferperspektive – in Film und Fernsehen bislang unterrepräsentiert. Beispielsweise wird in der Filmreihe *365 Days* eine Liebesgeschichte inszeniert, die ihren Ursprung in einer Entführung findet. Obwohl der Entführer sexuelle Gewalt ausübt, verliebt sich die Protagonistin in den Boss der italienischen Mafia. Ziel der Arbeit soll es sein, die Darstellung und ihre Wirkung auf Rezipierende genauer zu untersuchen. Denkbar sind sowohl inhaltsanalytische Ansätze wie auch Experimentalstudien, die (Unter-)Repräsentation und Wirkung von geschlechterspezifischer Gewalt in Medien ergründen.

### Literatur

Meltzer, C. E. (2021). *Tragische Einzelfälle? Wie Medien über Gewalt gegen Frauen berichten*. Otto-Brenner-Stiftung, SB-Arbeitspapier 47.

**Betreuerin:** Jana Dombrowski, M.A. / Prof. Dr. Sabine Trepte

## Privatheit

### Wie verhandeln Social Media-Nutzer:innen Privatheit mit ihrem Umfeld?

Die Nutzung von sozialen Medien ist in Hinblick auf Privatheit ein Balanceakt. Einerseits wollen Nutzer:innen Einblicke in ihr Privatleben geben, andererseits erhält so auch ein erweitertes Publikum Zugriff auf persönliche Informationen oder Fotos. Neben technologischen Möglichkeiten, wie der Nutzung von Privatsphäre-Einstellungen, wenden Nutzer:innen aber auch andere Taktiken an, um eine Verletzung der Privatsphäre durch das eigene Umfeld zu vermeiden. Eine davon ist Kommunikation. Beispielsweise vereinbaren Freunde Daumenregeln, welche Inhalte und Fotos geteilt werden dürfen, oder sie suchen ein offenes Gespräch, wenn ihre Privatheit von jemandem aus ihrem Umfeld verletzt wurde. Auch Beschwerden nach auftretenden Privatsphäre-Problemen ist eine Form von Kommunikation.

Ziel dieser Arbeit ist es herauszufinden, welche kommunikativen Taktiken von Nutzer:innen angewandt werden, um die Privatheit auf sozialen Medien sicher- und wiederherzustellen. Außerdem sollen diese Taktiken systematisiert werden, um ihre Untersuchung im Rahmen weiterer Forschung zu ermöglichen. Um diese Fragestellung zu untersuchen, soll eine qualitative Studie erarbeitet und durchgeführt werden.

### Literatur

Trepte, S. (2020). The Social Media Privacy Model: Privacy and communication in the light of social media affordances. *Communication Theory*, 19(4), 1–22.  
<https://doi.org/10.1093/ct/qtz035>

**Betreuerin:** Jana Dombrowski, M.A. / Prof. Dr. Sabine Trepte

## Make Privacy Tactile Again – Verringerung der psychologischen Distanz zu Privatheitsbedrohungen Online

Stell dir vor, du sitzt in einem vollen Bus oder in einer überfüllten Bahn. Es ist unangenehm, wenn fremde Personen zu nah an dich herankommen, oder? Dies ist ein Beispiel für die Verletzung von physischer Privatheit offline. Aber wie ist es im Online-Raum? Es fehlen teilweise visuelle und haptischen Hinweisreize wie auch spürbare, materielle Folgen ausgehend von Bedrohungen. User sehen weder, von wem die Bedrohung genau ausgeht, noch können sie einschätzen, wie groß das Ausmaß der Bedrohung ist. Damit einher geht psychologische Distanz. Sie wissen nicht, ob sie ernsthaft bedroht sind, ob und wie sie den Bedrohungen gegenüberzutreten sollen.

Die Förderung von Wissen über Privatheit und Datenschutz (*privacy literacy*) gilt dabei als eine zentrale Maßnahme, um Individuen zum Schutz Ihrer Privatheit anzuregen. Privacy literacy ist wichtig, aber die Komplexität der Themen erschwert die Wissensvermittlung. In Studien beobachten wir, dass User Bedenken bezüglich ihrer Privatheit online hegen, aber sie zeigen ebenso Müdigkeit und Vermeidung, wenn es um das Thema Datenschutz geht. Ein möglicher Ansatz, um den Zugang zum Thema Privatheit zu vereinfachen, ist es Daten und Privatheit Materialität und Taktilität zu verleihen. Materialität kann auf viele Art und Weisen hergestellt werden, beispielsweise durch physische Repräsentation von Daten oder der Zuweisung eines Geldwertes. Ziel der Arbeit ist es eine derartige Intervention zu konzipieren und ihre Wirksamkeit in Bezug auf zentrale Einstellungs- und Verhaltensvariablen experimentell zu testen.

**Betreuerin:** Jana Dombrowski, M.A. / Prof. Dr. Sabine Trepte

## Politisches Microtargeting

„Das funktioniert doch eh nicht“ – Wer bemerkt Targeting und wie wird es bewertet?

Wahlkampf für das Individuum statt für die Masse – das verspricht politisches Microtargeting. Die auf Charakteristika der potenziellen Rezipierenden zugeschnittene Wahlwerbung wird nicht uneingeschränkt mit Begeisterung aufgenommen; beispielsweise fordern 89% der Deutschen, dass politische Werbung deutlicher gekennzeichnet sein müsse, und wünschen sich eine Regulierung politischer Online-Werbung (Landesanstalt für Medien NRW, 2019). In welchem Umfang die zielgerichtete Wahlwerbung als solche erkannt wird, ist unklar.

In einer Abschlussarbeit kann untersucht werden, welche psychologischen Konstrukte die Bewusstheit für und Einstellung zu politischem Microtargeting beeinflussen. Eine zentrale Rolle könnte beispielsweise das Privatheitsbedürfnis spielen. Des Weiteren lassen sich situative Faktoren wie Priming experimentell untersuchen.

**Betreuerin:** Regine Frener, M.Sc. / Prof. Dr. Sabine Trepte

## Wie nehmen Nutzer:innen sozialer Medien personalisierte Wahlwerbung wahr?

Diese Abschlussarbeit soll sich mit dem Thema „Wirkung und Wahrnehmung von Wahlwerbung“ beschäftigen. Es soll eine qualitative Studie mit einer Stichprobe von ca.  $N = 12$  Personen durchgeführt werden. Die Teilnehmenden erhalten auf sie zugeschnittene und personalisierte Wahlwerbung. Dazu werden Social Media Profile erstellt, auf denen aktuelle politische Werbung verschiedener Parteien zu sehen ist. Die Teilnehmer:innen erhalten die Anweisung, sich über eine anstehende Wahl (z. B. Europawahl 2024) anhand der Social Media-Feeds zu informieren und dabei in der Methode des lauten Denkens ihre Eindrücke zu reflektieren. Im Anschluss werden sie dazu befragt, welche Quellen sie wahrgenommen haben, wie sie diese Quellen bewerten, und ob und wie Microtargeting wahrgenommen wurde. Zudem soll untersucht werden, wie dabei die eigene Privatheit wahrgenommen wurde. Die Studie kann im Labor des Fachgebiets Medienpsychologie oder online, z. B. via Zoom, durchgeführt werden.

**Betreuerin:** Prof. Dr. Sabine Trepte