

SUPERVISION OF MASTER AND BACHELOR THESES

ASSOC. PROF. MELANIE MAGIN

(August 2019)

MASTER THESES SUPERVISED AT NTNU, TRONDHEIM, NORWAY (2017-)

- 6) The Dark Web – between criminality and privacy.
- 5) Kampen om tilværelsen. En kvalitativ innholdsanalyse av norske partiledere på Facebook under valgkampen 2017. [The struggle for life. A qualitative content analysis of Norwegian party leaders on Facebook during the 2017 election campaign.]
- 4) Lokal politisk kommunikasjon: Personifisering i stedet for profesjonalisering? [Local political communication: Personalization instead of professionalization?]
- 3) Et vindu mot verden: En kvantitativ innholdsanalyse av humanitære organisasjoners strategiske arbeid for å nå ut til nyhetsmedia, og hvor stor suksess de har. [A window to the world: A quantitative content analysis of humanitarian organizations' strategies to reach out to news media, and how successful they have.]
- 2) Livet på Instagram blant unge voksne – verknaden av eit personalisert fotonettverk. [Life on Instagram among young people – the effect of a personalized photo sharing platform.]
- 1) Trusting News Online. A qualitative study of perceptions of online newspaper credibility among young Norwegian adults.

MASTER THESES SUPERVISED AT JGU MAINZ, GERMANY (2014-2017)

- 4) 100 Jahre Erster Weltkrieg. Die Berichterstattung deutscher und österreichischer Tageszeitungen im Gedenkjahr 2014. [First World War centenary. The media coverage of German and Austrian newspapers in the commemorative year 2014.]
- 3) Die Qualität von Internet-Suchmaschinen im inhaltsanalytischen Vergleich. [The quality of search engines – a comparative content analysis.]
- 2) Like TV news? Ein inhaltsanalytischer Vergleich der Nachrichtenqualität von Tagesschau, heute, RTL Aktuell und Sat.1 im Fernsehen und auf Facebook. [Like TV news? A comparative content analysis of news quality of tagesschau, heute, RTL Aktuell and Sat.1 on TV and on Facebook.]
- 1) “Privacy is no longer a social norm.” Eine qualitative Befragung junger Erwachsener über das Verständnis von und die Einstellung zur Privatsphäre im Internet. [“Privacy is no longer a social norm.” Qualitative interviews with young adults about their understanding of and attitude towards privacy on the Internet.]

BACHELOR THESES SUPERVISED AT NTNU, TRONDHEIM, NORWAY (2018-)

- 5) Freedom of expression versus gender expression. Arguments against anti-discrimination laws in Canada.
- 4) Meksikanere i møte med Norge. En kvalitativ studie av meksikaneres konfrontasjon med fordommer og stereotypier i Norge. [Mexicans meeting Norway. A qualitative study on the confrontation of Mexicans with prejudices and stereotypes in Norway.]
- 3) Menn, kvinner og bloggere. En analyse av hatefulle kommentarer i offentlige kommentarfelt. [Men, women and bloggers. An analysis of hateful comments in public commentary sections.]
- 2) Et utdatert begrep? En undersøkelse av hvordan lærere snakker om, og ikke snakker om, rasisme i klasserommet. [An outdated term? A study on how teachers speak respectively not speak about racism in the classroom.]

- 1) Ammunisjon til diskusjon: En analyse av feministisk engasjement på sosiale medier. [Ammunition for discussion: An analysis of feministic involvement on social media.]

BACHELOR THESES SUPERVISED AT JGU, MAINZ, GERMANY (2012-2017)

- 30) “Angeln, wo die Fische sind.“ Die Bedeutung von Social Media für die Mitarbeitergewinnung von Unternehmen. [“Fishing where the fish are.” The importance of social media for personal recruiting.]
- 29) Berlusconi's One Man Show? Das Verhältnis von Medien und Politik in Italien. [Berlusconi's one man show? The interrelationship between media and politics in Italy.]
- 28) Boulevardisierung: Ein Überblick über den Stand der Forschung und der Versuch einer Definition eines “catch-all terms“. [Tabloidization: Giving an overview over the current state of research and trying to define a “catch-all term”.]
- 27) Darstellung von Migranten und Multikulturalität im Unterhaltungsfernsehen – eine qualitative Inhaltsanalyse der Serie “Türkisch für Anfänger“. [The portrayal of migrants and multiculturalism in television entertainment – a qualitative content analysis of the TV serial “Turkish for Beginners”.]
- 26) Der Unterhaltungsanteil in deutschen Fernsehnachrichtensendungen – Entwicklung eines Messinstruments. [The share of entertainment in German television news – developing a codebook.]
- 25) Die Darknets – Web der Kriminellen oder der Privatsphäre? Ein Überblick über Nutzergruppen, Chancen und Risiken des “dunklen Netzes“. [The darknets – Web of criminals or of privacy? An overview over users, chances and risks of the “Dark Web”.]
- 24) Die Qualität von Google-Trefferlisten aus der Nutzerperspektive. Ein Experiment. [The quality of Google's search engine result pages from the users' perspective.]
- 23) Die Relevanz der sozialen Medien für die politische Partizipation: ein Überblick über den aktuellen Forschungsstand. [The relevance of social media for political participation: an overview over the current state of research.]
- 22) Die Rolle der Medien bei der Entstehung von Fremdenfeindlichkeit. [The role of media for the emergence of xenophobia.]
- 21) Die Wirkung von Arzt- und Krankenhausfernsehserien – ein Überblick über den Forschungsstand. [Effects of television serials on physicians and hospitals – an overview over the current state of research.]
- 20) E-Petitionen – Systematisierung des Forschungsstandes und Vorstellung zentraler Plattformen. [E-petitions – systematizing the state of research and giving an overview over pivotal platforms.]
- 19) Fernsehen mit Kinderaugen. Wie Kinder das Medium konsumieren, erleben und verarbeiten – ein Überblick über den Forschungsstand. [Watching television with children's eyes. How children watch, experience and process television – an overview over the current state of research.]
- 18) Gleichberechtigung oder Ungleichbehandlung? Die Darstellung deutscher Politikerinnen in den Printmedien. [Equality or discrimination? The portrayal of German female politicians in print media.]
- 17) Google – the World Brain. Was passiert, wenn die ganze Welt zum Index wird? Zur Entwicklung, Auswirkung und Bedeutung von Google für unsere Informationsgesellschaft. [Google – the World Brain. What happens if the whole world is indexed? On the development, effects and importance of Google for our information society.]
- 16) Hätte der ACTA-Konflikt vermieden werden können? Eine Fallstudie zu Konfliktentstehung und -vermeidung in der Medienpolitik. [Would it have been possible to prevent the ACTA conflict? A case study on the development and prevention of conflicts in media policy.]
- 15) „Ich habe nichts gegen Ausländer, aber...“ Diskussionen über Zuwanderung und Asyl den Facebook-Seiten von Bild und Süddeutsche Zeitung. [“I don't dislike foreigners, but...” Discussions on migration and asylum on the Facebook-pages of Bild Zeitung and Süddeutsche Zeitung.]

- 14) Lachen gegen die Politikverdrossenheit? Das Zusammenspiel von Politainment und Satire – eine Online-Befragung zur ZDF heute show. [Laughing against political apathy? The interrelationship between politainment and satire – an online-survey on the ZDF heute show.]
- 13) “Lagerfeuer 2.0“ – ein Überblick über den Stand der Forschung zu Social TV. [”Campfire 2.0”? An overview over the state of research on social TV.]
- 12) Medien als starke Marken – Markenbildung und -führung in der Medienbranche zwischen Konvergenz und Crossmedialität. [Media as strong brands – branding and brand leadership in the media industry between convergence and cross media.]
- 11) Onlinejournalisten in Deutschland. Neuer Beruf oder alte Bekannte? Eine qualitative Befragung zu Erfahrungshintergrund, Tätigkeitsprofil und Rollenselbstverständnis. [Online journalism in Germany – a new profession or old acquaintances? Qualitative interviews on the experiences, job profile and role self-perception.]
- 10) Politiker am Medienpranger? Über Politik(er)-verdrossenheit durch Satiresendungen am Fallbeispiel der heute show. [Politicians in the media pillory? On political apathy through TV satire – the example of ZDF heute show.]
- 9) Politikvermittlung durch Satire? Entwicklung eines Codebuchs zur Analyse der ZDF heute show. [Transfer of political knowledge through satire? Developing a codebook for the analysis of the ZDF heute show.]
- 8) Politischer Blitzstart 2.0? Die Berichterstattung über die Anfänge der Grünen und der Piratenpartei im Vergleich – eine qualitative Inhaltsanalyse. [Political dash 2.0? Media coverage on the beginnings of the Green Party and the Pirate Party – a qualitative content analysis.]
- 7) Professionalisierung und Kommerzialisierung auf YouTube – eine qualitative Untersuchung anhand ausgewählter Fallbeispiele. [Professionalization and commercialization on YouTube – a qualitative analysis based on selected example cases.]
- 6) Scripted Reality – Scripted Identity? Geschlechterstereotype im Reality TV und Hypothesen über deren Wirkung auf Jugendliche am Beispiel von Scripted Reality Formaten. [Scripted reality – scripted identity? Gender stereotypes in reality TV and hypotheses on their effects on adolescents – the example of scripted reality formats.]
- 5) Shareability im viralen Marketing: Inhalte teilen als höchste Empfehlung? Ein Überblick über den Forschungsstand. [Shareability in viral marketing: Sharing content as best recommendation? An overview over the current state of research.]
- 4) Social TV: Temporärer Hype oder ernstzunehmender Trend in der deutschen Fernsehlandschaft? Eine Beurteilung mittels Experteninterviews. [Social TV: Temporary hype or serious trend in the German television sector? An evaluation based on expert interviews.]
- 3) Was ist Medienkompetenz? Theoretische Konzepte im Vergleich. [What is media literacy? Comparing theoretical concepts.]
- 2) ”Wir brauchen eine Obergrenze!“ Entwicklung eines Messinstruments für die Qualität des Diskurses über die Flüchtlingskrise auf der Facebook-Seite von ZDFheute. [”We need an upper limit!” Developing a codebook for analyzing the quality of understanding of the discourse on the refugee crisis on the Facebook page of ZDF heute.]
- 1) YouTube: Von Heimvideos zum Lebensunterhalt. Die Wechselbeziehung zwischen YouTube, seinen Rezipienten, YouTubern und werbetreibenden Unternehmen. [YouTube: From home videos to subsistence. The interrelationship between YouTube, its recipients, YouTubers and advertisers.]