



# Ideen generieren / Gekonnt **recherchieren**

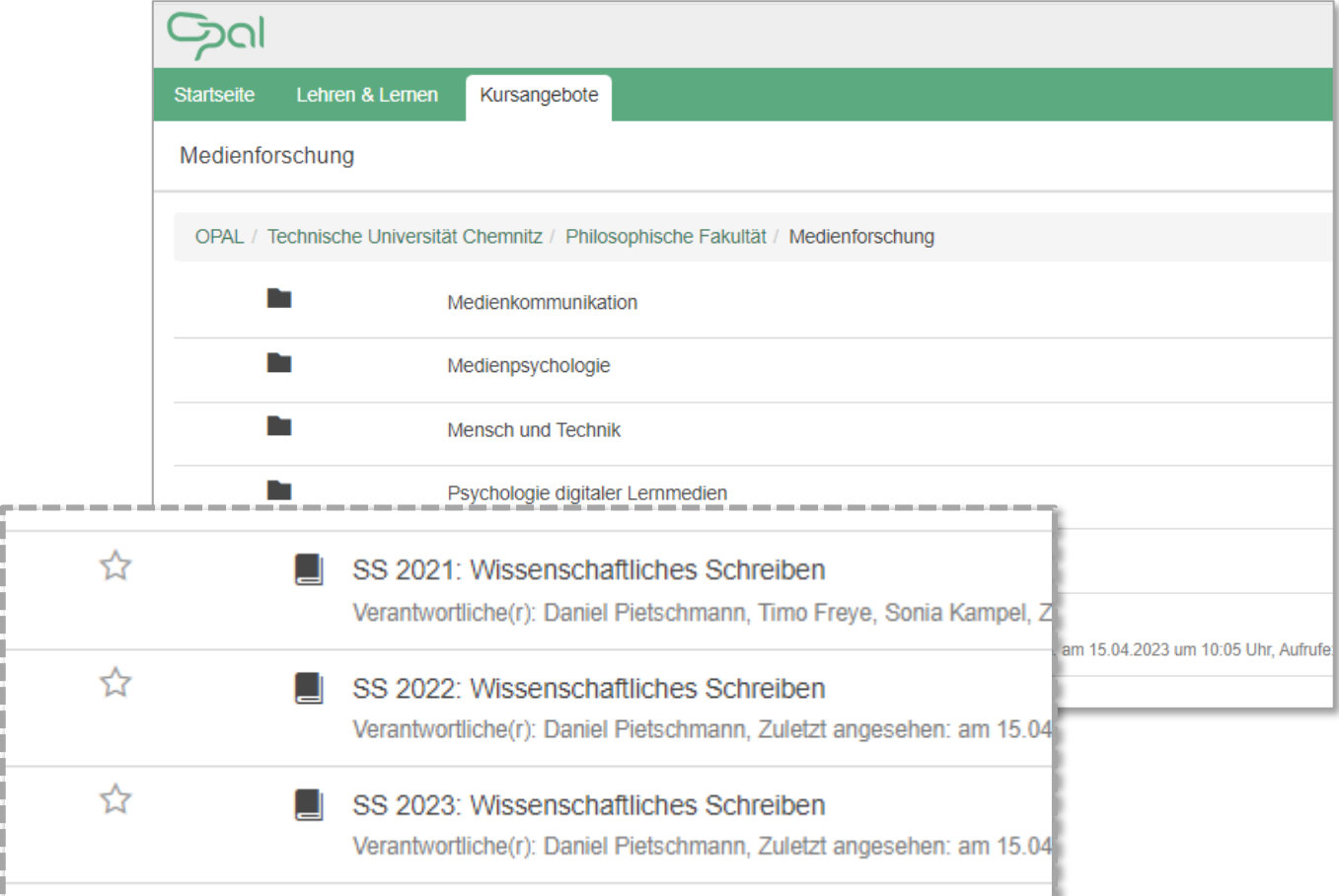
**Video-Tutorial**

von Prof. Dr. Jan-Philipp Stein



- Umfangreiche Angebote am **IMF**

- Umfassende Materialien / Folien im OPAL



The screenshot displays the OPAL website interface. At the top, there is a navigation bar with the OPAL logo and menu items: 'Startseite', 'Lehren & Lernen', and 'Kursangebote'. Below this, the page title 'Medienforschung' is shown. A breadcrumb trail indicates the path: 'OPAL / Technische Universität Chemnitz / Philosophische Fakultät / Medienforschung'. A list of course categories is provided, each with a folder icon: 'Medienkommunikation', 'Medienpsychologie', 'Mensch und Technik', and 'Psychologie digitaler Lernmedien'. A dashed box highlights a specific list of courses:

☆	📖	SS 2021: Wissenschaftliches Schreiben Verantwortliche(r): Daniel Pietschmann, Timo Freye, Sonia Kappel, Z...
☆	📖	SS 2022: Wissenschaftliches Schreiben Verantwortliche(r): Daniel Pietschmann, Zuletzt angesehen: am 15.04...
☆	📖	SS 2023: Wissenschaftliches Schreiben Verantwortliche(r): Daniel Pietschmann, Zuletzt angesehen: am 15.04...

A woman with long brown hair and glasses is sitting at a desk, looking frustrated. She has her hand on her forehead and is looking down at an open book. There are several other books on the desk around her. The background is a plain wall.

Ich komme einfach nicht auf eine Idee –  
**trotz** wissenschaftlicher Lektüre.

---



- „...zeigt sich in einer systematischen und methodisch kontrollierten Verbindung **eigenständiger und kreativer Gedanken** mit bereits vorliegenden **wissenschaftlichen Befunden.**“ (Bohl, 2008, S. 13)



• Bohl, T. (2008). *Wissenschaftliches Arbeiten im Studium der Pädagogik*. Beltz.





- „...zeigt sich in einer systematischen und methodisch kontrollierten Verbindung **eigenständiger und kreativer Gedanken** mit bereits vorliegenden **wissenschaftlichen Befunden.**“ (Bohl, 2008, S. 13)
- Doch wie fördern wir unseren kreativen Fluss?
- **Positive Stimmung** (Baas et al., 2008)
- **Stressoren vermeiden** (Byron et al., 2010)



- Baas, M., De Dreu, C. K. W., & Nijstad, B. A. (2008). A meta-analysis of 25 years of mood-creativity research: Hedonic tone, activation, or regulatory focus? *Psychological Bulletin*, 134(6), 779–806.
- Byron, K., Khazanchi, S., & Nazarian, D. (2010). The relationship between stressors and creativity: A meta-analysis examining competing theoretical models. *Journal of Applied Psychology*, 95(1), 201–212.





- „Bed, bathroom, bicycle“-Prinzip





## Ideen generieren > Theorie + Praxis = Win

- Sie studieren etwas **Medienbezogenes** – **wo** sollten Sie also nach **Inspiration** suchen?

tinder™



Instagram





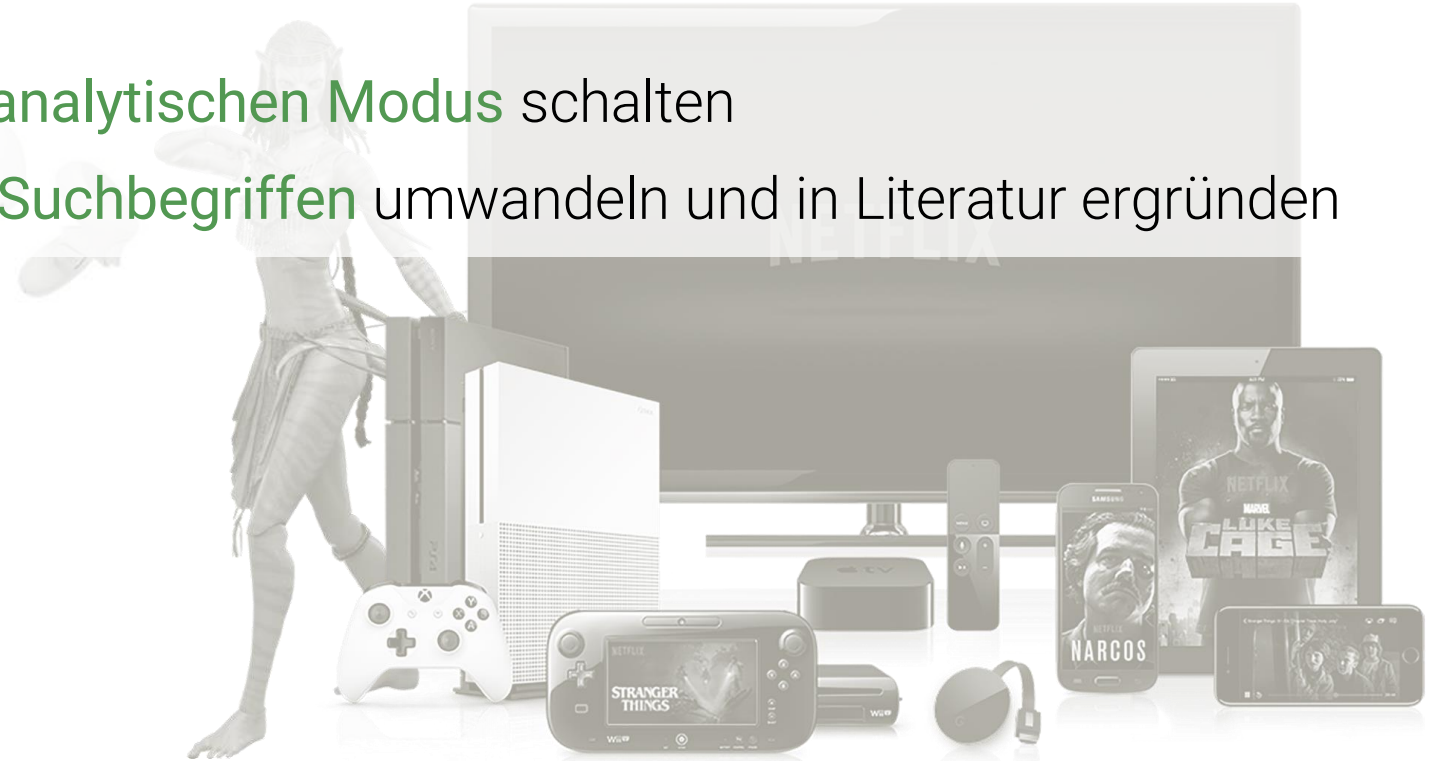


## ■ Empfehlenswert:

- Eigenen **Tellerrand überwinden** (Neue Formate, Plattformen, Genres, etc. ausprobieren!)
- Vom **rezipierenden** in den **analytischen Modus** schalten
- Eigene Beobachtungen zu **Suchbegriffen** umwandeln und in Literatur ergründen



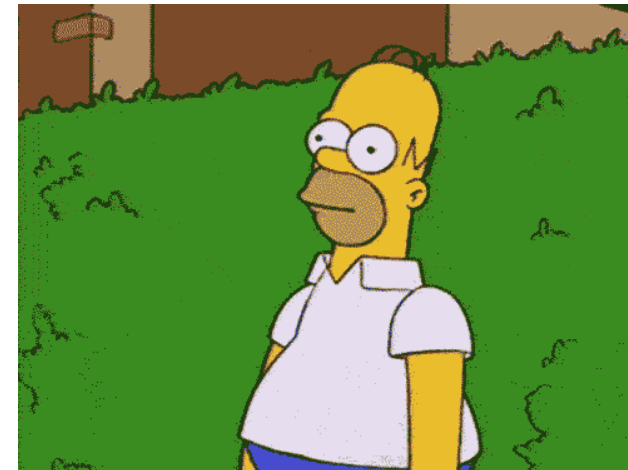
Instagram





## ■ Reale Beobachtung

- Immer, wenn Leute in meinem Umfeld begeistert über die beliebte TV-Serie „*How I Met Your Mother*“ sprechen, klinge ich mich höflich aus.



Schüchtern besonders enthusiastische Mehrheitsmeinungen vielleicht ein?



- **Fund in der wissenschaftlichen Literatur**
  - Menschen unterliegen der Angst, auf Ablehnung zu stoßen und sich dadurch gesellschaftlich zu isolieren. Durch diesen inneren Druck schweigen Sie lieber, als eine Minderheitsmeinung zu äußern. (Die „Schweigespирale“; Noelle-Neumann, 1980)
- **Eine Forschungsfrage formt sich...**
  - **RQ1:** Hängt die Anzahl negativer Meinungen in einem Twitterthread von der vorherigen Anzahl positiver Meinungen ab?



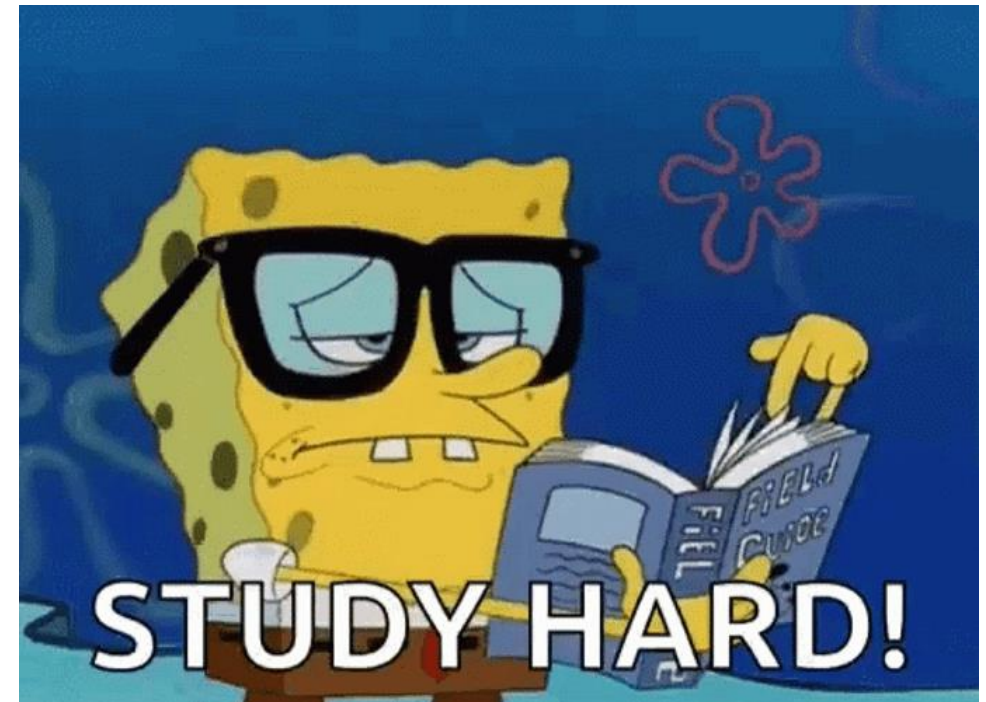
• Noelle-Neumann, E. (1980). *Die Schweigespирale. Öffentliche Meinung – unsere soziale Haut*. Langen Müller.





## Ideen generieren > Die richtigen Konzepte benennen

- Gerade für weniger erfahrene Studierende:  
**Schwierig**, richtige Konstrukte / Konzepte für die Suche zu benennen





## „Real sein auf Instagram“





# Ideen generieren > Die richtigen Konzepte benennen

## **Authenticity**

*Globales Wahrnehmungsmerkmal; bezieht sich auf die gesamte Identität / das gesamte Auftreten; holistisch*

## **Credibility**

*Speist sich aus der Wahrnehmung von Kompetenz und Vertrauenswürdigkeit*

## **Competence**

## **Trustworthiness**

*Wahrgenommene Absicht, ehrlich zu sein („benevolence“)*

## **Openness**

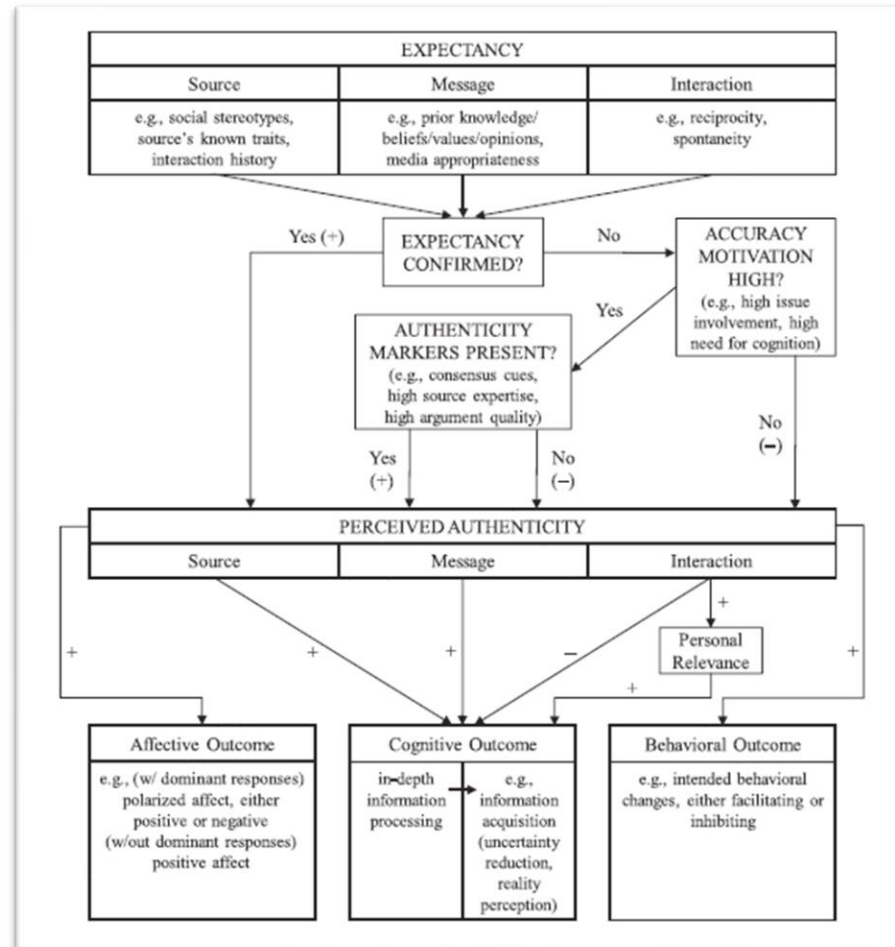
*Der Wille, Information preiszugeben; bezieht sich nicht nur auf Qualität, sondern vor allem auf Quantität*

## **Spontaneity**

*Die Abwesenheit von Vorbereitung; lack of scripts*



# Ideen generieren ➤ Die richtigen Konzepte benennen



- Lee, E.-J. (2020). Authenticity model of (mass-oriented) computer-mediated communication: Conceptual explorations and testable propositions. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 25, 60–73.



- **Eine neue mediale Beobachtung wissenschaftlich beleuchten**
  - **Neue Inhaltstrends:** True Crime, Mukbang, DeInfluencing, Gamification, Antihelden...
  - **Neue Plattformen und Systeme:** Twitch, BeReal, Gacha-Games, Lootbox-Bezahlmodelle, ...
  - **Neue Technologien:** Metaverse, SmartHome-Systeme, Companion Robots, ChatGPT...
- **(Moderator-)Variablen auf Seiten der Nutzenden beleuchten**
  - **Persönlichkeitsvariablen, soziales Umfeld, motivationale Aspekte, demografische Faktoren, Geschlecht und Sexualität, besondere Zielgruppen**
  - ...als mögliche Erklärung für besondere mediale Tendenzen, Effekte und Nutzungsmuster
  - **Wichtige Grundlage: Verschiedene Arten von psychologisch relevanten Variablen kennenlernen**





## Ideen generieren > Variablenvielfalt: Dispositions & Needs



- Big Five / HEXACO
- Dark Triad / Dark Tetrad
- FoMO
- Impulsivität
- Need to Belong / Loneliness
- Need for Cognition
- Need for Consistency
- Need for Control
- Need for Social Approval
- Need for Touch
- Resistance to Change
- Resistance to Peer Pressure
- Self-Control
- Self-Efficacy
- Self-Esteem (state / trait)
- Sensation Seeking
- Social Comparison Orientation
- Social Dominance Orientation
- Social Phobia

...sowie **interkulturelle Faktoren** (z. B. Interdependence vs. Independence), **Einstellungen, Verinnerlichung sozialer Normen...**

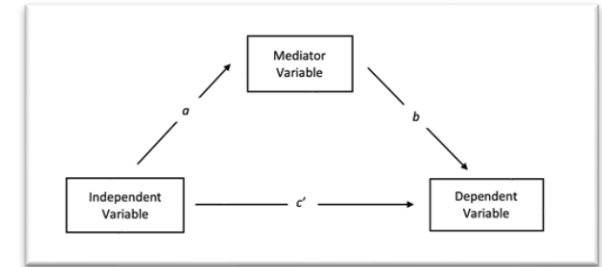


- **Inhaltsanalysen: Medienprodukte in eine Übersicht bringen**
  - Besonders bei neuen und noch relativ überschaubaren Themenfeldern kann es der Wissenschaft sehr zuträglich sein, wenn Sie in studentischen Arbeiten den **aktuellen „Status Quo“** im Sinne einer **systematischen Inhaltsanalyse** abstecken
- **Einen relevanten Einzelfall wissenschaftlich ‚sezieren‘**
  - Bei maßstabsetzenden medialen Produkten kann sich auch eine **detaillierte Einzelfallanalyse** lohnen – diese muss jedoch theoretisch gut fundiert werden
  - „Body Positivity am Beispiel der Influencerin XY“; „Mediale Inszenierung von Tod am Beispiel von ...“



### ■ Vermutungen über eine Mediatorvariable anstellen

- Ergründen Sie **Mechanismen**, die den Zusammenhang zwischen einer UV und einer AV erklären: Welche Variable steht vielleicht als Mediator dazwischen?



### ■ Limitationen aus früheren Arbeiten ausbügeln

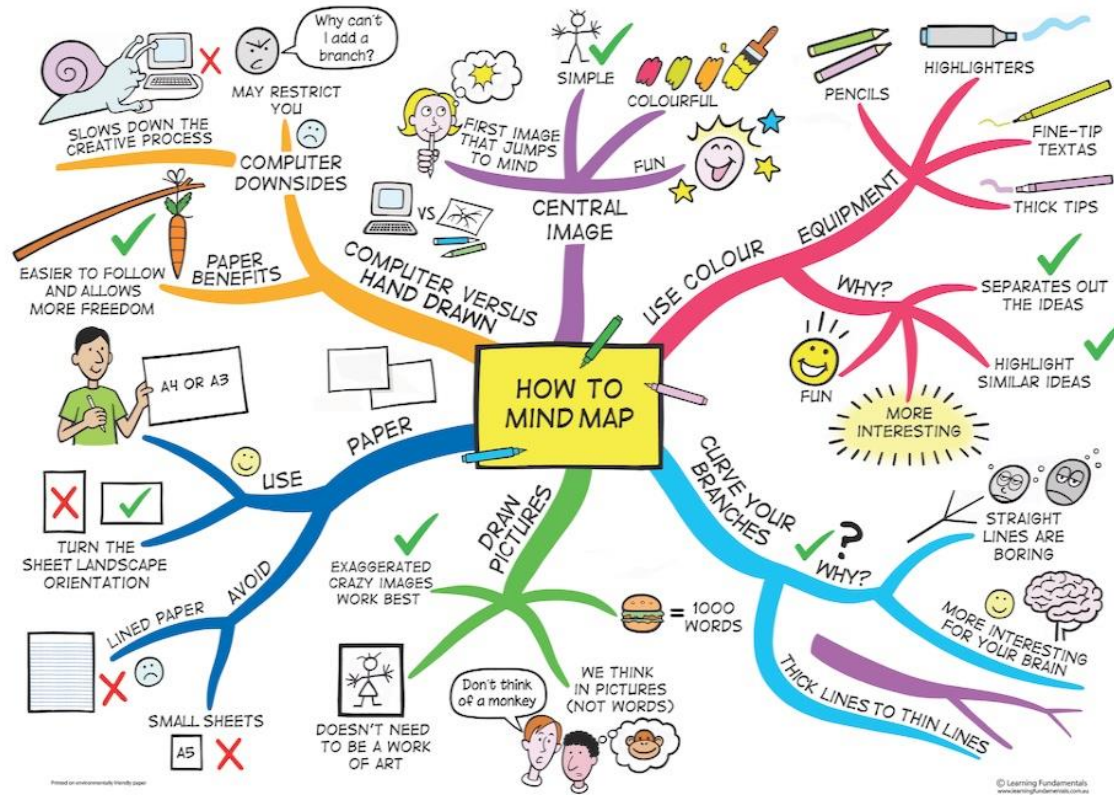
- Ergibt sich vor allem aus den **Diskussionskapiteln bereits veröffentlichter Studien**
- Kann sehr hilfreich sein, da jemand anderes für Sie „die Denkarbeit“ teilweise übernommen hat
  - ✓ Es gibt zu wenig Längsschnittuntersuchungen und Experimente
  - ✓ Es mangelt an externer Validität, man müsste die Daten weniger artifiziell erheben (experience sampling)
  - ✓ Nicht-studentische Stichproben, andere Zielgruppen erwünscht



- **Kreative Methoden: Brainstorming**
  - Sollte mit oder nach gemeinsamer Mediennutzung passieren
  - Gegenseitiges „Ausfragen“ (Was gefällt Dir an...? Worin siehst Du Risiken...? Wie, glaubst Du, entwickelt sich...?)

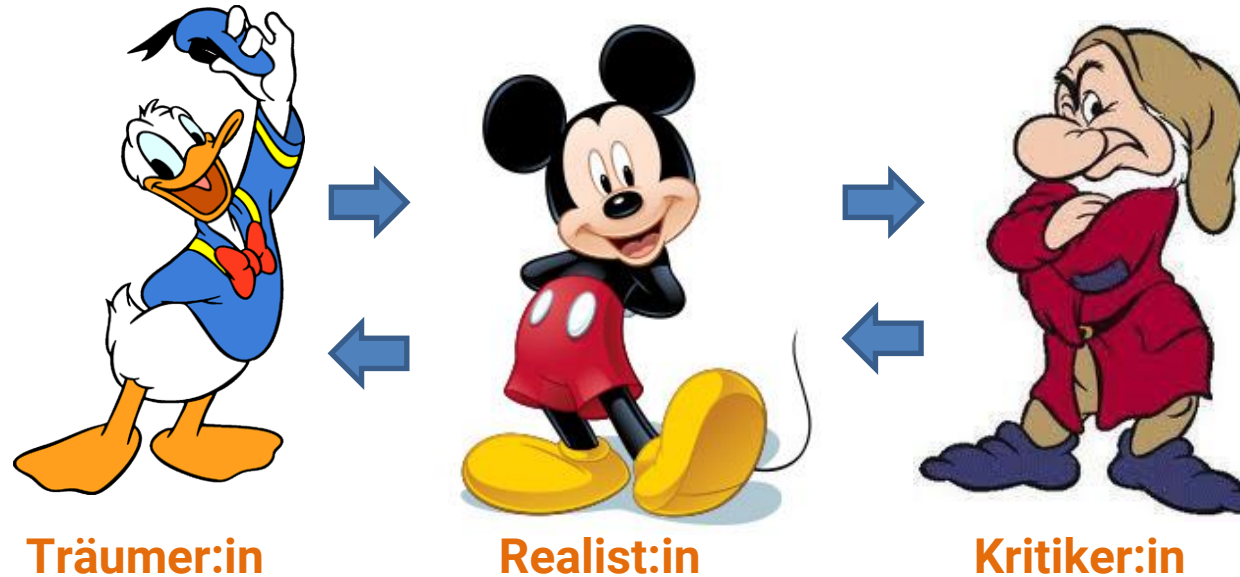


## Kreative Methoden: Mindmapping





- Kreative Methoden: **Walt-Disney-Methode**





## Ideen generieren > Anspruchsniveau

- Sie sollen in den Forschungs- und Abschlussprojekten **nicht das Rad neu erfinden...**
- ...doch Sie brauchen dennoch einen Forschungsfrage mit **Substanz!**

Wird eine Kunst-KI anders  
wahrgenommen als ein menschlicher  
Kunstschafter?

Benutzen Personen über 70 weniger  
WhatsApp-Sticker als Jugendliche?

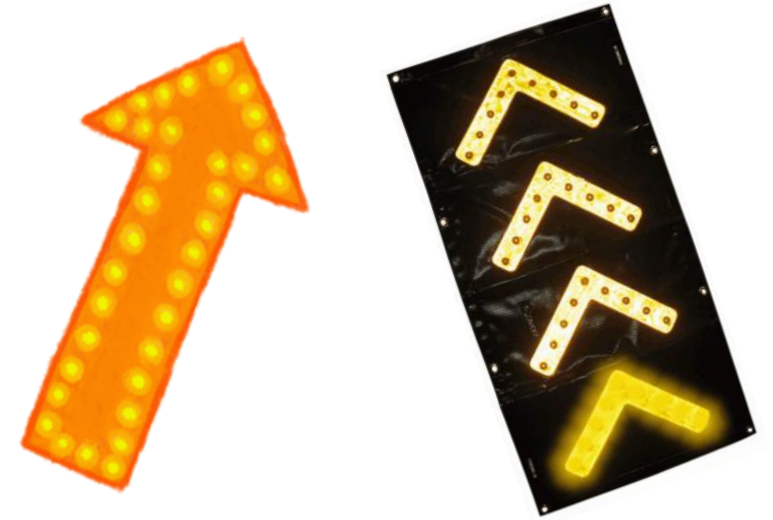
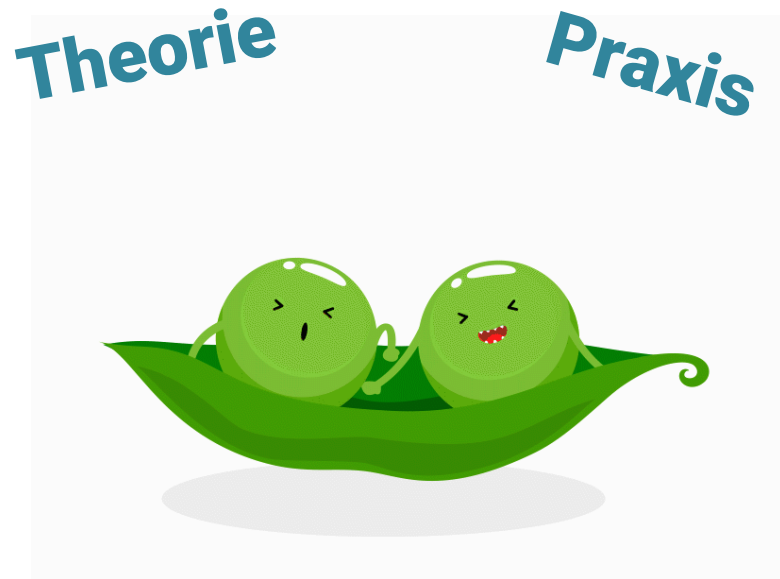
Erhöht positives Feedback auf den eigenen  
Instagram-Post den Selbstwert?





# Ideen generieren > Theorie + Praxis = Win

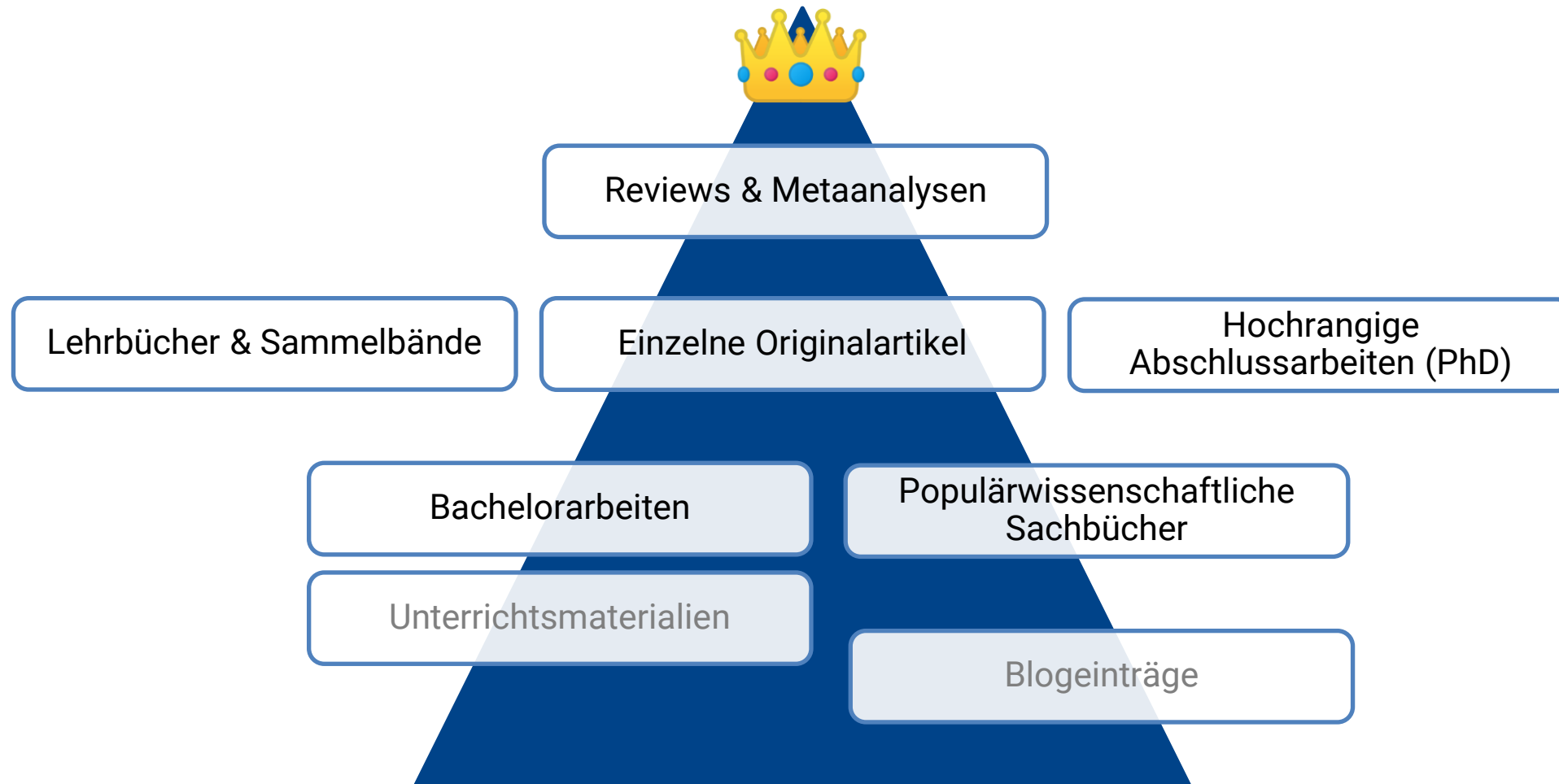
- ...und da kommen wir dann doch wieder an beim Thema „**Lesen, Lesen, Lesen**“





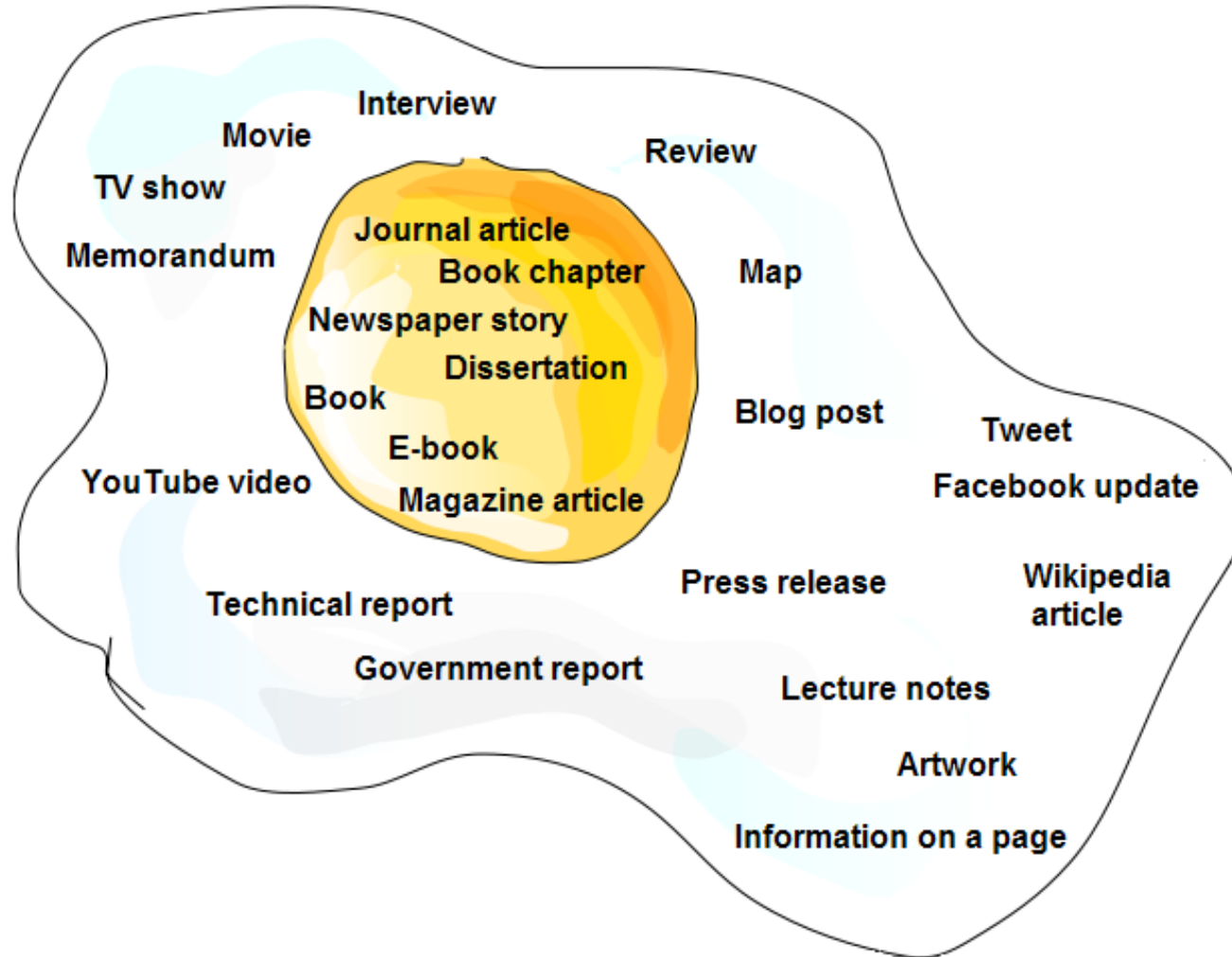


# Gekonnt recherchieren » Der Wert verschiedener Quellen





# Gekonnt recherchieren » Das Gelbe vom Ei





- **Graue Literatur**
- Dient zur Orientierung, nicht von der Hand zu weisen
  - Handouts, Manuskripte, Thesenpapiere
  - Vorlesungsfolien
  - Google Books
  - die meisten Internetquellen (Wikipedia!)



# Gekonnt recherchieren ➤ Wikipedia...runtergescrollt

W Uncanny valley - Wikipedia x +

https://en.wikipedia.org/wiki/Uncanny\_valley

- Cross-race effect
- Reborn doll
- Dev Null
- Virtual Woman

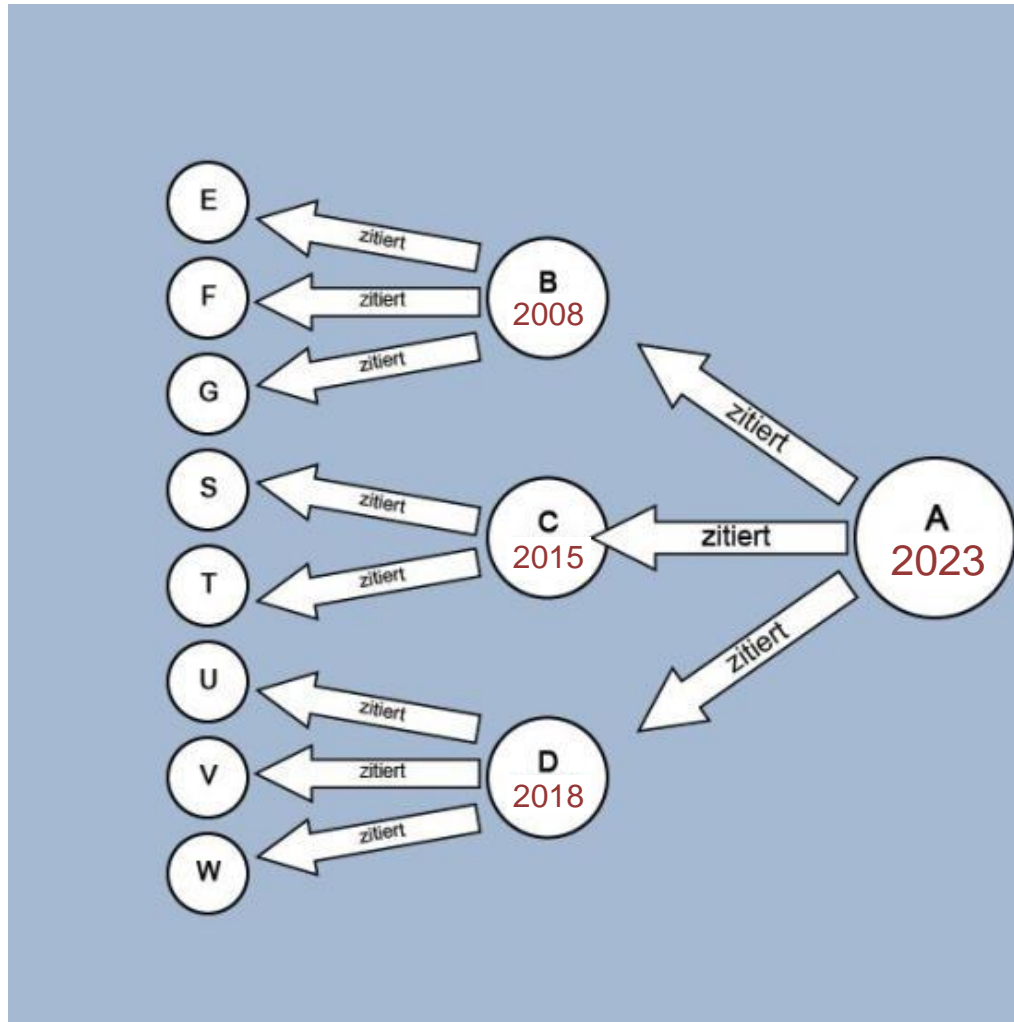
## References [edit]

### Notes

- <sup>a</sup> <sup>b</sup> <sup>c</sup> Mathur, Maya B.; Reichling, David B. (2016). "Navigating a social world with robot partners: a quantitative cartography of the Uncanny Valley" (PDF). *Cognition*. **146**: 22–32. doi:10.1016/j.cognition.2015.09.008. PMID 26402646.
- <sup>a</sup> MacDorman, K. F.; Ishiguro, H. (2006). "androids". *Interaction Studies*. **7** (3): 297–337. doi:10.1075/is.7.3.03mac.
- <sup>a</sup> MacDorman, K. F.; Chattopadhyay, D. (2016). "Reducing consistency in human realism increases the uncanny valley effect; increasing category uncertainty does not". *Cognition*. **146**: 190–205. doi:10.1016/j.cognition.2015.09.019.
- <sup>a</sup> MacDorman, Karl F.; Chattopadhyay, Debaleena. "Categorization-based stranger avoidance does not explain the uncanny valley effect". *Cognition*. **161**: 132–135. doi:10.1016/j.cognition.2017.01.009.
- <sup>a</sup> Mori, M. (2012). Translated by MacDorman, K. F.; Kageki, Norri. "The uncanny valley". *IEEE Robotics and Automation*. **19** (2): 98–100. doi:10.1109/MRA.2012.2192811.
- <sup>a</sup> "An Uncanny Mind: Masahiro Mori on the Uncanny Valley and Beyond". *IEEE Spectrum*. 12 June 2012. Retrieved 1 April 2015.
- <sup>a</sup> MacDorman, K. F.; Vasudevan, S. K.; Ho, C.-C. (2009). "Does Japan really have robot mania? Comparing attitudes by implicit and explicit measures" (PDF). *AI & Society*. **23** (4): 485–510. doi:10.1007/s00146-008-0181-2.
- <sup>a</sup> Jentsch, E. (25 Aug. 1906). Zur Psychologie des Unheimlichen. *Psychiatrisch-Neurologische Wochenschrift*, 8(22), 195-198.
- <sup>a</sup> Chattopadhyay, D.; MacDorman, K. F. (2016). "Familiar faces rendered strange: Why inconsistent realism drives characters into the uncanny valley". *Journal of Vision*. **16** (11, 7): 1–25. doi:10.1167/16.11.7.
- <sup>a</sup> Kätsyri, J.; Förger, K.; Mäkaräinen, M.; Takala, T. (2015). "A review of empirical evidence on different uncanny valley hypotheses: support for perceptual mismatch as one road to the valley of eeriness". *Frontiers in Psychology*. **6**. doi:10.3389/fpsyg.2015.00390.
- <sup>a</sup> MacDorman, K. F.; Chattopadhyay, D. (2017). "Categorization-based stranger avoidance does not explain the uncanny valley". *Cognition*. **161**: 129–135. doi:10.1016/j.cognition.2017.01.009.
- <sup>a</sup> Burleigh, T. J.; Schoenherr, J. R. (2015). "A reappraisal of the uncanny valley: categorical perception or frequency-based sensitization?". *Frontiers in Psychology*. **5**: 1488. doi:10.3389/fpsyg.2014.01488.
- <sup>a</sup> Kaplan, F. (2004). "Who is afraid of the humanoid? Investigating cultural differences in the acceptance of robots". *International journal of humanoid robotics*. **1** (3): 465–480. doi:10.1142/s0219843604000289.
- <sup>a</sup> MacDorman, K.F.; Entezari, S.O. (2015). "Individual differences predict sensitivity to the uncanny valley". *Interaction Studies*. **16** (2): 141–172. doi:10.1075/is.16.2.01mac.
- <sup>a</sup> Ferrari, F.; Paladino, M.P.; Jetten, J. (2016). "Blurring Human–Machine Distinctions: Anthropomorphic Appearance in Social Robots as a Threat to Human Distinctiveness". *International Journal of Social*
- <sup>a</sup> "Venturing into the uncanny valley c attribution on the acceptance of huma reality setting". *Cognition*. **160**: 43–43. doi:10.1016/j.cognition.2016.12.010.
- <sup>a</sup> Dario Floreano. "Bio-Mimetic Robot
- <sup>a</sup> EPFL. <http://moodle.epfl.ch/mod/res:inpopup=true&id=41121>
- <sup>a</sup> Eveleth, Rose (September 2, 2013) uncanny valley real?". BBC.com. R
- <sup>a</sup> Wissler, Virginia (2013). *Illuminated of Digital Lighting*. Cengage Learni via Google Books.
- <sup>a</sup> Plantec, Peter (December 19, 2007 Valley – Animation World Network". 2015.
- <sup>a</sup> Bradshaw, Peter (August 2, 2001). ' – Film – The Guardian". *The Guar* 2015.
- <sup>a</sup> Travers, Peter (July 6, 2001). "Final *Rolling Stone*. Retrieved September 6
- <sup>a</sup> "Polar Express a creepy ride". *CT from the original* on 2011-08-10. Re
- <sup>a</sup> Loder, Kurt (November 10, 2004). "Human". MTV.
- <sup>a</sup> Dargis, Manohla (November 10, 20



# Gekonnt recherchieren ➤ Schneeball-System





# Gekonnt recherchieren » ResearchGate

ResearchGate Home Questions Jobs Search for research, people, and more

**Susan T. Fiske**  
PhD · Professor at Princeton University  
United States

Research Interest Score 37,200  
Citations 64,266  
h-index 106  
[Citations over time](#)

Profile Research (317) Stats Follow Message More

About Susan

Disciplines  
Social Psychology

Skills and expertise  
Social Psychology · Stereotypes · Cross Cultural Psychology · Motivational Psychology

Activity on ResearchGate  
317 Research Items · 0 Questions · 0 Answers

Featured research

**Warmth and competence in human-agent cooperation**  
File available Preprint January 2022  
Kevin R. McKee · Xuechunzi Bai · Susan T. Fiske

Cited this researcher

Vincent Yzerbyt  
Université Catholique ... Follow

Peter Glick  
Lawrence University Follow

Miguel Moya  
University of Granada Follow

View all

Top co-authors

Peter Glick  
Lawrence University Follow





# Gekonnt recherchieren » Shhh...sagen Sie jetzt nichts.





# Gekonnt recherchieren » Der Karteikarten-Tipp

**Autor (Jahr), Studienname**

**Theorie:** Grundaussage / Modell / Effekt  
Grundaussage / Modell / effekt

→ **Hypothese:** Je ..., desto ...

**Methoden:** Anzahl Versuchspersonen, evtl. Besonderheiten  
(Kultur, Status)

UV: ... (wie manipuliert / selektiert)

AV: ... (wie gemessen)

Auswertungsmethode: ...

**Ergebnis:** Hypothese unterstützt; ....

**Diskussion:** Fehler, Vorteile, weitere Studienideen

Positive effects

\_Appel et al. (2016) - Review - FB use, SC, envy, depression.pdf

\_Meier, Johnson (2020) - Review - Early SNS research bad envy, now mixed results.pdf

\_Verduyn et al. (2020) - Review - Social comparisons mostly negative effects.pdf

Chou, Edge (2012) - FB use predicts perceiving others as happier (correlational).pdf

de Vries et al. (2018) - SC as the thief of joy (experimental).pdf

Engeln et al. (2020) - IG worse body esteem effects than FB (experimental).pdf

Feinstein et al. (2013) - Rumination as a SC mechanism.pdf

Kleemans et al. (2018) - Filtered IG posts decrease body image via SC despite salience (ex)

Krasnova et al. (2013) - Envy mediates between FB lurking, happiness.pdf

Lee (2014) - Personality predicts SC frequency on FB predicts negative feelings.pdf

Liu et al. (2017) - Self-esteem mediates upward FB comparisons, depression (correlation)

Lup et al. (2015) - SCO on IG predicts depression, moderated by followed profiles (correl)

Nesi, Prinstein (2015) - Gender, popularity moderate SNS social comparison effect on we

Rhodes Lonergan et al. (2019) - Selfie editing leads to body dissatisfaction, self-compass





# Probieren Sie's! > Kreativitätsübung

- Formulieren Sie eine **aktuelle, relevante und gehaltvolle** Forschungsfrage für die folgenden Themenfelder:



**Tinder**  
**ChatGPT**

**Influencer-Marketing**

**Beliebtheit des klassischen Kinos**

**TV-Werbung für alkoholische Getränke**

**Toxisches Verhalten von Streamer:innen**



@mp\_tuc



@jpstein.de



jpstein@phil.tu-chemnitz.de



# Viel Erfolg bei Ihren wissenschaftlichen Vorhaben...

...und denken Sie an die wertvollen Ressourcen des IMF!

**Prof. Dr. Jan-Philipp Stein**

