

Praxisprojekte:

WiSe 23/24

Wissenserwerb auf sozialen Medien - nur eine Illusion?

Bild: Social Media (Source: Alexandra_Koch via pixabay)

Dozentin: Luna Frauhammer

Lehrstuhl: Psychologische Prozesse der Bildung in sozialen Medien

Soziale Medien werden immer stärker auch für politische Themen und zur Informationsbeschaffung genutzt. Studien legen allerdings nahe, dass das Lesen von Nachrichten auf sozialen Medien zwar das Gefühl erhöhen kann, mehr über politische Themen zu wissen, aber zu keinem tatsächlichen Wissenserwerb führt. Diese Selbstüberschätzung des eigenen Wissens kann gravierende Folgen haben und zum Beispiel die Entstehung von falschen Überzeugungen begünstigen. Das Praxisprojekt „Wissenserwerb auf Sozialen Medien – nur eine Illusion“ untersuchte dieses Phänomen und schaute sich unterschiedliche Gründe, sowohl auf der Seite der Nutzer:innen als auch auf Seite der Nachrichten-Posts an. Im Projekt bearbeiteten zwei Kleingruppen unterschiedliche Fragestellungen mit unterschiedlichen empirischen Projekten. Eine Kleingruppe analysierte und verglich die Eigenschaften von Social Media Posts verschiedener Nachrichtenseiten (z.B. Tagesschau) und auf verschiedenen Plattformen (Instagram, TikTok, X). Hier wurde zum Beispiel gezeigt, dass Posts, die Emotionen enthalten, öfter geteilt werden. Die zweite Kleingruppe führte eine Fragebogenstudie durch. Hierbei konnte unter anderem gezeigt werden, dass die Nutzungsintention eine wichtige Rolle für den gefühlten Wissenserwerb spielt – Personen die Sozialen Medien gezielt nutzen, um sich über politische Themen zu informieren, schätzten ihr Wissen auch höher ein.

Interactive Data Exploration and Analytics (IDEA) - Informatik

Lehrstuhl: Social Computing Group

Dozierende: Shoeb Joarder; Mhamed Chatti

Bild IDEA.jpg

Der Kurs Interactive Data Exploration and Analytics (IDEA) konzentriert sich auf die effektive Integration von Techniken der Mensch-Computer-Interaktion (HCI), der Informationsvisualisierung und des maschinellen Lernens, um User bei der interaktiven Erforschung und Visualisierung von Daten zu unterstützen. Ziel des IDEA-Labors im WS 2023/24 (<https://www.uni-due.de/soco/teaching/courses/lab-idea-ws23.php>) war es, die Plattform Exploratory Learning Analytics Toolkit for Students (ELAS) (<https://www.uni-due.de/soco/research/projects/elas.php>) mit neuen Anwendungen zu erweitern, um UDE-Studierende bei ihren Lernaktivitäten zu unterstützen. ELAS umfasst Anwendungen, die von

Studierenden für Studierende im Rahmen von früheren Studierendenprojekten entwickelt wurden.

Das Ziel des Praktikums in diesem Semester war die Integration der NoteBot-Anwendung in ELAS. NoteBot ist eine Learner-Sourcing-Webanwendung, die es Studierenden ermöglicht, mit Hilfe von generativen KI-Modellen (z.B. ChatGPT) Vorlesungsnotizen zu erstellen.

NoteBot wurde zunächst von Masterstudierenden im Rahmen des AWT-Kurses im Sommersemester 2023 entwickelt. Die Studierenden arbeiteten erfolgreich in Gruppen an (1) der Durchführung einer Evaluation von NoteBot mittels heuristischer Evaluation oder kognitivem Walkthrough, (2) der Erstellung von High-Fidelity-Prototypen mit Figma, (3) der Verbesserung und Weiterentwicklung von NoteBot mit dem MERN-Stack, (4) und der Integration von NoteBot in die Microservice-Architektur von ELAS.

Augmented Reality (AR) im E-Commerce:

Projektbetreuer: Dr. Alper Beser und Yannic Söhngen.

Abteilung: Interaktive Systeme

Bild: shopping (source: Mohamed_hassan via pixabay

<https://pixabay.com/illustrations/ecommerce-online-shopping-3082813/>)

Im Praxisprojekt „Augmented Reality (AR) im E-Commerce“ wurde untersucht, wie AR-Brillen das Online-Shopping der Zukunft verändern könnten. Der Fokus lag auf dem Online-Kauf von Kleidung, da hier die Rücksendequoten besonders hoch sind. Die zentrale Idee ist, das Einkaufserlebnis durch AR zu verbessern, indem Kund:innen zu Hause Kleidung an lebensgroßen virtuellen Schaufensterpuppen interaktiv anprobieren können, um sich vor der Bestellung ein besseres Bild von der Kleidung zu machen.

Das Projekt zielte darauf ab, folgende Fragen zu beantworten: Wie könnte ein AR-Onlineshop der Zukunft aussehen und welche Unterschiede gibt es im Vergleich zum klassischen Online-Shopping?

Die Studierenden entwickelten zwei Varianten eines AR-Onlineshops. Bei der ersten Variante („Regalansicht“) wurde ein virtuelles Regal mit Kleidung platziert. Kund:innen konnten die Kleidung aus dem Regal nehmen und auf eine virtuelle Puppe ziehen. Bei der zweiten Variante („Webseitenansicht“) wurden die Kleidungsstücke auf einer virtuellen Webseite angezeigt. Kund:innen konnten per Klick die Kleidungsstücke der Puppe anziehen.

Das Konzept wurde auf der Microsoft HoloLens 2 umgesetzt und unter Laborbedingungen evaluiert. Teilnehmer:innen testeten beide Varianten in zufälliger Reihenfolge (Within-Subject-Design) und füllten anschließend einen Fragebogen aus. Die Ergebnisse zeigen, dass Benutzer:innen AR-Onlineshops in vielen Punkten ähnlich wahrnehmen wie klassische Onlineshops, jedoch oft positiver in Bezug auf die visuelle Ästhetik.

SoSe 23

Klimawandel auf Social Media - können Memes Wissen vermitteln?

Lehrstuhl: psychologische Prozesse der Bildung in sozialen Medien

Lehrende: Jana Dreston & Luna Frauhammer

Bild: Klima-Meme, selbst erstellt, Quelle: <https://www.zeit.de/politik/deutschland/2023-04/gruene-klimaschutzgesetz-klarstellung-olaf-scholz>

Der menschengemachte Klimawandel ist die derzeit größte Bedrohung für die Menschheit. Forschende, Aktivist:innen, aber auch Privatpersonen teilen daher immer häufiger Informationen zum Klimawandel in den sozialen Medien. Besonders beliebt sind dabei sogenannte Memes, die auf humorvolle Weise auf Missstände aufmerksam machen. Doch welchen Einfluss hat dies auf andere Nutzer, die diese Beiträge sehen? Ist es möglich, dass sie dadurch ein höheres Klimabewusstsein oder mehr Wissen über den Klimawandel erlangen?

Diesen Fragen gingen wir in unserem Forschungsprojekt nach. Studierende erstellten eigenständig "Klima-Memes" und verglichen deren Wirkung in einem Online-Experiment mit sogenannten "Info-Posts". Es konnte gezeigt werden, dass Memes zu mehr Online-Interaktion wie Teilen und Liken führen, was wiederum die Verbreitung dieser Informationen fördert.

Praxisprojekt Softwarekonzept gegen den inneren Schweinehund

Lehrstuhl Allgemeine Psychologie: Kognition

Lehrende: Andreas Oelker, Annica Keßling

Bild: Schweinehund

Seit Oktober 2020 können digitale Gesundheitsanwendungen (DiGA), auch genannt App auf Rezept, verschrieben werden. DiGA sollen helfen, Erkrankungen zu erkennen, zu lindern oder bei der Diagnosestellung unterstützen und basieren auf digitaler Technologie. Dabei werden verschiedenste Krankheitsbilder eingeschlossen, z. B. Herz und Kreislauf, Krebs oder auch psychische Erkrankungen. Zu den DiGA zählen unter anderem Apps, oder auch browserbasierte Anwendungen und können durch andere Geräte wie Pulsmessung unterstützt werden. In diesem Projekt sollte ein eigenes Konzept für eine DiGA entwickelt werden, die hilft ein bestimmtes Verhalten zu regulieren, z. B. mehr Sport machen, gesünder essen oder weniger soziale Netzwerke zu nutzen.

Im Rahmen des Praxisprojekts sollten Studierende in Kleingruppen ein wissenschaftlich fundiertes Softwarekonzept zur Selbstregulierung entwickeln. Dazu musste mittels selbstständiger Literaturrecherche ein Themengebiet untersucht und evidenzbasierte Lösungsansätze für Probleme ausgearbeitet werden. Basierend auf diesen Erkenntnissen wurden dann konkrete Lösungen für Probleme in kreative Softwarelösungen umgesetzt. Es wurden grafische Oberflächen (Mockups und Prototypen) für Apps gestaltet, dabei waren Aspekte wie Benutzerfreundlichkeit und Barrierefreiheit besonders wichtig. Heraus kamen innovative Ansätze: eine Art Tinder, um sich besser zu ernähren (Freshfuel), ein im wilden Westen angesiedelter gamifizierter Ansatz mehr zu lernen (Educowboys) und eine tierische App zur Selbstorganisation, die für Ruhe beim Lernen sorgt (Focius).

WiSe 22/23

Sex Education via Instagram: Erfolgreiche Aufklärungsstrategien von Health Influencer:innen

Leitung: German Neubaum

Lehrstuhl: Psychologische Prozesse der Bildung in sozialen Medien

Bild: Sexeducation; (Source: HtcHnm via pixabay, edited;

<https://pixabay.com/illustrations/stay-home-coronavirus-isolation-5205390/>)

Auf TikTok, YouTube oder Instagram finden sich Kanäle wie die von Gianna Bacio oder gynaeko.logisch, die uns Wissen zu unserer Sexualität vermitteln. "Sex Education" mit wenigen Klicks quasi leicht gemacht. Was wir aber nicht wissen: Welche Themen decken diese Kanäle ab? Treffen sie überhaupt das Interesse der Menschen ab? Wer sind eigentlich die Personen, die solche Kanäle abonnieren und tatsächlich etwas zu ihrer Sexualität lernen?

Um diese Fragen zu beantworten haben wir als Praxisprojekt zwei Studien durchgeführt. Mit einer Inhaltsanalyse überprüften wir, welche Themen auf solchen Kanälen behandelt werden. Mit einer repräsentativen Befragung mit über 1.000 Social Media-Nutzenden brachten wir in Erfahrung, welche Themen sie im Bereich Sexualität interessiert und welche sie auf Social Media gerne abgedeckt hätten. Mit diesem Ansatz können wir konkrete Empfehlungen für sogenannte "Health Influencer" oder "Sexfluencer" formulieren.

WS2018

Pokémon Go – Augmented Reality & Co: Eine empirische Untersuchung zu Nutzungsmotiven und eine weiterführende Konzeption neuer Augmented Reality Applikationen

Leitung: Jessica Szczuka

Lehrstuhl: Sozialpsychologie: Medien und Kommunikation

Bild: Pokemon go

stux via pixabay <https://pixabay.com/photos/pokemon-pokemon-go-pocket-monster-1543353/>

Die durch Technologien erweiterte Realität birgt für verschiedene Anwendungsfelder, die vom Lernen bis hin zu Entertainment oder Marketing reichen, viel Potential.

Basierend auf medienpsychologischen Theorien wurden im Praxisprojekt neue Konzepte für Augmented Reality Applikationen entwickelt, die wiederum durch Fokusgruppen auch am potenziellen Nutzer getestet worden sind. Hierbei wurden, im Sinne der Triangulation, qualitative und quantitative Methoden miteinander verbunden, um Nutzungsmotive, das Spielverhalten und damit verbundene Stärken und Schwächen zu erheben.

Sowohl die empirische Untersuchung als auch die Entwicklung des weiterführenden Konzepts bauten auf (sozial-) psychologischen Theorien auf, welche die Studierenden im Laufe des Semesters erarbeitet haben. Inhaltlich sollten sich die Studierenden somit nicht nur mit neusten App-Technologien auseinandersetzen, sondern auch mit Theorien aus den Bereichen der Medienpsychologie und des Gamings (Nutzungsmotivationen verschiedener Spielegenres, Uses and Gratification im Spielbereich, Self-Determination Theory im Spielbereich, Einfluss von Presence bei Spielen, Self-determination Theory in Spielen,

Einfluss von Narration in Spielen, Novelty Effect etc.), welche in Referatsform aufgearbeitet wurden.

Die Ergebnisse wurden in Form von einer Website, eines „Produktvideos“ und eines Abschlussberichts festgehalten: <https://ghostrunnerpraxisprojekt.wordpress.com/>

WISE2016

RefUDEe Buddy

Leitung: Jessica Szczuka & Nicole Krämer

Lehrstuhl: Sozialpsychologie: Medien und Kommunikation

Bild: Buddy

WOKANDAPIX via pixabay, <https://pixabay.com/photos/rock-craft-people-friends-support-1771913/>

Rund ein Viertel aller Flüchtlinge sind im „studierfähigen Alter“ zwischen 18-25 und verschiedenen Schätzungen zufolge haben rund 30% der Flüchtlinge aus Syrien und dem Iran mindestens einen mittleren Schulabschluss bzw. eine Hochschulreife (Arbeitsmarktservice Österreich, 2015; Institut für Arbeitsmarkt und Berufsforschung, 2015). Die Probleme der Ankommenden sind vielschichtig; Ihnen fehlt der zwischenmenschliche Kontakt zu Ansässigen, sie tun sich schwer mit Ämtergängen und langweilen sich in den Unterkünften.

Ziel des Praxisprojekts war es, ein Buddy-System an der Universität Duisburg-Essen zu etablieren im Zuge dessen studieninteressierte Flüchtlinge mit eingeschriebenen Studierenden in Kontakt treten können und eine Verbindung aufbauen können.

Die so genannten Buddys sind hierbei freiwillige Studierende aus verschiedenen Fachbereichen, um den Flüchtlingen eine inhaltlich passende Betreuung zu ermöglichen. Die freiwilligen Helfer können sich anmelden, werden auf Passung überprüft und dann im System gespeichert. Sollte sich dann eine geflüchtete Person melden, die sich für einen Studiengang interessiert, in dem der Buddy immatrikuliert ist, wird dieser kontaktiert. So wird Anonymität für die Flüchtlinge und Buddys garantiert.

Inhaltlich haben sich die Studierenden demnach nicht nur mit der aktuellen Flüchtlingspolitik, sondern auch psychologischen Mechanismen und Motivationen des Ehrenamts und Theorien zum Abbau von Stereotypen beschäftigt. Diese theoretische Basis war wichtig, um eine fundierte Bedarfsanalyse in Form von qualitativen Interviews durchzuführen und somit das Konzept auf die Bedürfnisse der relevanten Nutzergruppen anzupassen.

RefUDEe Buddy wurde nach Beendigung des Praxisprojekts als offizielles Projekt des akademischen Auslandsamts übernommen.