



Feierliche Verabschiedung der Absolventinnen und Absolventen

Abschlussfeier der Medienwissenschaft 2023

Samstag, 02. Dezember 2023, 16.00 Uhr
Audimax
Universität Trier

Programm

Begrüßung des Geschäftsführers
Prof. Dr. Christian Nuernbergk

Grußwort Medianetz Trier e.V.
Björn Rohles

Musikalisches Intermezzo
Ensemble des Collegium Musicum

Jahrgangsreden
Jessica Kulke & Matthias Kehrbaum
Anna-Lena Würz & Darius Mees

Abschlussehrungen im Master

Musikalisches Intermezzo
Ensemble des Collegium Musicum

Abschlussehrungen im Bachelor

Jahrgangsfoto

Sektempfang im Gästeraum der Mensa

Absolvent:innen 2023

Promotion

Inge Kreutz, Promotion zur Dr. phil.

Lokale Politikberichterstattung.

Wer ihre Rezipienten sind und was sie erwarten. Eine Studie zu Inhalten, Leistungen, Formaten und Attraktivitätsfaktoren aus der Perspektive des Publikums.

Gutachter im Promotionsverfahren:

Prof. em. Dr. Hans-Jürgen Bucher & Prof. Dr. Tanjev Schultz

Master of Arts

Laura Selina Arnold, B.A.

Soziale Medien als Nachwuchswerbeplattform.
Eine Analyse ausgewählter Beispiele auf Instagram.
Betreuer: Dr. Christof Barth

Joelle Born, B.A.

Die Darstellung der Black Lives Matter-Bewegung online.
Eine Visual Framing-Analyse der ABC News-Bilderserie.
Betreuerin: Prof. Dr. Marion G. Müller

Nicole Dietrich, B.A.

Nachhaltigkeitskommunikation von Lebensmitteleinzelhändlern auf Instagram.
Betreuer: Dr. Christof Barth

Paula Dietze, B.A.

Krisenkommunikation durch kommunale Behörden
nach der Flutkatastrophe 2021.
Gemeinsame Abschlussarbeit mit Alexandra Franziska Meier.
Betreuer: Prof. Dr. Christian Nuernbergk

Jana Ernst, B.A.

Queer Coming Out Versus Un-Queering the School in Netflix's Sex Education.
The Case of Hope Haddon at Moordale Secondary.
Betreuerin: Prof. Dr. Marion G. Müller

Tabea Fischer, B.A.

Zwischen Fiktion und Realität: Virtuelle Influencer & deren Follower –
Eine Inhaltsanalyse von Instagram-Kommentaren
zur Rezeption virtueller Influencer.
Betreuer: Dr. Christof Barth

Naima Flick, B.A.

Politische Kommunikation auf Instagram:
Bildstrategien der sechs Bundestagsparteien nach der Bundestagswahl 2021.
Betreuerin: Prof. Dr. Marion G. Müller

Hannah Grunewald, B.A.

Heteronormativität und die Inszenierung von „Andersartigkeit“ –
Eine Gegenüberstellung queerer Figuren im Hollywood- und Nicht-Hollywood-
Kino von 2018-2022.
Betreuer: Dr. Christof Barth

Pascal Hoffmann, B.A.

Sportwettenwerbung – Mehr als nur ein Spiel.
Eine Untersuchung der Werbewirkung anhand des Werbespots
vom Sportwettenanbieter Tipico.
Betreuer: Dr. Peter Maurer

Luca Sören Karger, B.A.

Die visuelle Wahlkampfkommunikation der Spitzenkandidat:innen auf Instagram
zur Bundestagswahl 2021.
Betreuerin: Prof. Dr. Marion G. Müller

Nadine Kick, B.A.

Wodurch wirken Influencer auf Instagram glaubwürdig? –
Eine empirische Untersuchung der Determinanten von Glaubwürdigkeit
im Influencer Marketing.
Betreuer: Dr. Christof Barth

Jacqueline Kirsten, B.A.

Politikerinnen auf Instagram.
Eine quantitative Inhaltsanalyse der Anschlusskommunikation
zu Annalena Baerbocks Instagram-Profil.
Betreuerin: Prof. Dr. Marion G. Müller

Moritz Mathieu, B.A.

Garten Eden oder Stierkampfarena? CEO-Kommunikation auf Twitter.
Ein inhalts- und netzwerkanalytischer Vergleich deutscher und
US-amerikanischer CEOs von Unternehmen und NGOs.
Betreuer: Prof. Dr. Christian Nuernbergk

Darius Mees, B.A.

Turn Your Brand Up to Eleven:
Stranger Things' Social Media Branding on Instagram.
Betreuerin: Prof. Dr. Marion G. Müller

Alexandra Franziska Meier, B.A.

Krisenkommunikation durch kommunale Behörden
nach der Flutkatastrophe 2021.
Gemeinsame Abschlussarbeit mit Paula Dietze.
Betreuer: Prof. Dr. Christian Nuernbergk

Banu Mendekeyeva, B.A.

„Yoongi Marry Me“: Die Auswirkungen der Mediennutzung
auf die parasoziale Beziehung zwischen Fans und ihren Idolen.
Eine Fallstudie zur koreanischen Pop-Fan-Community.
Betreuer: Dr. Christof Barth

Christina Mosler (geb. Weber), B.A.

Visuelle Unternehmenskommunikation –
Wie kommunizieren Unternehmen auf Instagram?
Betreuerin: Prof. Dr. Marion G. Müller

Hannah Schmitz, B.A.

Medienkritik in der YouTube-Anschlusskommunikation
zu politischen Satireformaten.
Eine quantitative Inhaltsanalyse am Beispiel der heute-show und
des ZDF Magazin Royale.
Betreuer: Prof. Dr. Christian Nuernbergk

Franziska Uschner, B.A.

Bildberichterstattung im Russland-Ukraine-Krieg. Die Darstellung des Massakers von Butscha 2022 auf den Onlineseiten von Bild und Süddeutsche Zeitung.

Eine vergleichende ikonographisch-ikonologische Analyse.

Betreuerin: Prof. Dr. Marion G. Müller

Anna-Lena Würz, B.A.

Affektive Abbildungen misshandelter Tiere.

Ein Experiment zur visuellen Empathie von Betrachter*innen.

Betreuerin: Prof. Dr. Marion G. Müller

Shuang Xing, B.A.

A worldview shaped and changed by the media?

A mixed research approach for public-media relations in Chinese media during the Russian-Ukrainian war.

Betreuer: Prof. Dr. Christian Nuernbergk

Absolvent:innen 2023

Bachelor of Arts

Melissa Aksakal

Wahrnehmungsphänomene von Instagramfiltern.
Eine Online-Befragung zur Ermittlung von Third-Person-Perception.
Betreuer: Prof. Dr. Christian Nuernbergk

Emilio Alioto

Internetmemes zum Bergkarabachkonflikt (2020-2023) –
Eine Bildtypenanalyse.
Betreuerin: Prof. Dr. Marion G. Müller

Annalena Auweiler

Persil – da weiß Frau, was sie hat?
Eine qualitative Videoanalyse zum Wandel weiblicher Geschlechterstereotype
in Persil-Werbespots.
Betreuerin: Dr. Ira Plein

Florian Bajus

Branding und Vernetzung deutscher Sportjournalist:innen.
Eine Inhalts- und Netzwerkanalyse von Twitter-Interaktionen.
Betreuer: Prof. Dr. Christian Nuernbergk

Joel Bamiselu

Sendestrukturen und Wissensvermittlung im Kinderhörfunk –
Eine Analyse des Kinderhörfunkprogramms MausLive.
Betreuer: Dr. Christof Barth

Lukas Bauch

Entwicklung und Veränderung von Propaganda im digitalen Zeitalter:
Eine Literaturanalyse zum Einsatz von Computational Propaganda
auf Social Media.
Betreuer: Prof. Dr. Pascal Jürgens

Alexander Berg

Wie schreiben Leitmedien über Künstliche Intelligenz?
Eine quantitative Inhaltsanalyse der Berichterstattung
im deutschen Journalismus.

Betreuer: Prof. Dr. Christian Nuernbergk

Hannah Bertram

Zwischen sexy und sexistisch:
Eine qualitative Bildtypenanalyse über Aktphotographien in der Vogue
und der Männer Vogue/Gentlemen's Quarterly.

Gemeinsame Abschlussarbeit mit Jessica Kulke.

Betreuerin: Dr. Ira Plein

Leonie Bidon

Analyse der visuellen Online-Auftritte des Sportstudios,
sowie von Magentasport auf Instagram und TikTok
während der Fußball-WM 2022.

Betreuerin: Katharina Christ, M.A.

Hanna Blume

Rechte Strukturen auf Twitter.
Eine Netzwerkuntersuchung der rechten Szene
anhand der Twitter-Kommunikation
zum Anschlag von Hanau am 19. Februar 2020.

Betreuer: Prof. Dr. Pascal Jürgens

Rosalyn Bradler

The Multimodal Portrayal of Sex(-Related) Work in the YouTube Video.

Betreuerin: Prof. Dr. Marion G. Müller

Alexander Brady

Musik in Werbung.
Eine empirische Studie zu Wertfaktoren von Musik in Werbevideos.

Betreuer: Prof. Dr. Pascal Jürgens

Sofia Brehm

Ukraine-Kriegsberichterstattung in der Kindernachrichtensendung ‚logo!‘:
Eine qualitative Inhaltsanalyse ausgewählter Sequenzen.
Betreuerin: Prof. Dr. Marion G. Müller

Nadine Brill

Edward Bernays' Erbe in der modernen Kommunikationspraxis?
Eine literaturbasierte Analyse seiner Strategien
anhand ausgewählter Kampagnen.
Betreuerin: Dr. Ira Plein

Simone Daiker

Die ZDF-Berichterstattung zum Tod von Jina Mahsa Amini.
Eine TV-Analyse.
Betreuerin: Prof. Dr. Marion G. Müller

Lilja Dittmer

Eine explorative Studie über die Inszenierung von Musikfans
und deren Nutzungsmotiven auf der Social-Media-Plattform Instagram.
Betreuerin: Katharina Christ

Lena Drumm

Killer Entertainment.
Eine Analyse der Beweggründe junger Frauen zur Rezeption
von True Crime-Inhalten.
Betreuer: Dr. Christof Barth

Florian Elpel

Visuelle Präsentation der Bundeswehr auf Instagram.
Eine quantitative Bildtypenanalyse
von fotografischen Instagram-Beiträgen der Bundeswehr.
Betreuerin: Prof. Dr. Marion G. Müller

Maxi Espig

Infodemie und Medienskepsis:
Eine quantitative Online-Befragung zum Medienvertrauen
in der Corona-Pandemie.

Betreuerin: Nina Fabiola Schumacher, M.A.

Sophia Frackoviak

Ikonische Onlinefotografien der Generation Z.
Eine qualitative Bildtypenanalyse auf Instagram (2020-2023).

Betreuerin: Prof. Dr. Marion G. Müller

Merlin Gard

Aktivismus, der kleben bleibt:
Das mediale Framing von umweltaktivistischen Protestgruppen
am Beispiel der „Letzten Generation“.

Eine quantitative Inhaltsanalyse.
Betreuer: Prof. Dr. Christian Nuernbergk

Samara Gogräfe

Vom Twitter-Hashtag zur Cancel Culture? –
Eine systematische Literaturlauswertung über den Online-Aktivismus auf Twitter
anhand der Fallbeispiele „Black Lives Matter“ und „MeToo“ und der Frage nach
einem möglichen Zusammenhang mit dem Phänomen der „Cancel Culture“.

Betreuerin: Dr. Ira Plein

Clara Gutbrodt

Co-Promotion-Strategien im Kontext von Product Placements.

Betreuer: Dr. Christof Barth

Jessica Hau

Wie beeinflussen TikTok-Videos das Körperbild und Selbstbewusstsein
von Jugendlichen und jungen Erwachsenen und welche Rolle spielen dabei
Faktoren wie Gender, Alter und Nutzungsmuster?

Betreuer: Prof. Dr. Pascal Jürgens

Helene Heins

Das Rollenverständnis deutscher Journalist:innen in der Kriegsberichterstattung
am Beispiel des Ukraine-Kriegs.

Eine quantitative Befragung zum journalistischen Rollenverständnis
in der Berichterstattung zum Ukraine-Krieg.

Betreuerin: Nina Fabiola Schumacher, M.A.

Timea Heising

Untersuchung der Nutzerkommentare in den Gästebüchern
der Talkshow Anne Will am Beispiel der Waffenlieferungen an die Ukraine.

Betreuer: Dr. Christof Barth

Christian Herweck

Die Wirkung der Medienberichterstattung auf Amoktaten:

Eine interdisziplinäre Überprüfung des Copycat-Effekts.

Betreuerin: Prof. Dr. Marion G. Müller

Crischa Hoffmann

Die Darstellung der Capitol-Erstürmung am 6. Januar 2021 auf Gab.com.

Betreuerin: Prof. Dr. Marion G. Müller

Anna Hüttemann

Der Missbrauchsskandal der katholischen Kirche in der Karikatur –

Eine qualitative Bildtypenanalyse.

Betreuerin: Prof. Dr. Marion G. Müller

Michael Illjes

Verschweigen, Vertuschen, Vernichten –

Welche kommunikativen Strategien verfolgt die katholische Kirche
im Rahmen des Trierer Missbrauchsskandals?

Betreuerin: Prof. Dr. Marion G. Müller

Felix Jakobs

Mit Augen sehen, die nicht von Hass getrübt sind:
Religion und der Konflikt Natur gegen Technik in asiatischen Animationsfilmen.
Eine literaturbasierte Studie des spirituellen Einflusses auf das Verhältnis
von Natur und Technik in Hayao Miyazakis Prinzessin Mononoke.

Betreuer: Prof. Dr. Pascal Jürgens

Maya Karyeem

Das Rezeptionsphänomen „Binge-Watching“:
Nutzungsmotive und Gratifikationserwartungen
am Beispiel verschiedener Kulturräume.

Betreuer: Dr. Christof Barth

Matthias Kehrbaum

Diversität der Sportberichterstattung auf Instagram.
Eine inhaltsanalytische Untersuchung der Beiträge
von @sportschau und @sportstudio.

Betreuerin: Nina Fabiola Schumacher, M.A.

Benjamin Kuhn

Darstellung atomarer Bedrohung.
Eine ikonologische Untersuchung der Titelseiten des Spiegels.

Betreuerin: Dr. Ira Plein

Clara Kühne

Greta Thunbergs Twitter-Nutzung im Kampf gegen den Klimawandel.
Eine quantitative Inhaltsanalyse der Tweets von April 2021 bis Dezember 2022.

Betreuer: Prof. Dr. Christian Nuernbergk

Jessica Kulke

Zwischen sexy und sexistisch:
Eine qualitative Bildtypenanalyse über Aktphotographien in der Vogue
und der Männer Vogue/Gentlemen's Quarterly.
Gemeinsame Abschlussarbeit mit Hannah Bertram.
Betreuerin: Dr. Ira Plein

Julia Mayer

Journalistische Meinungsäußerungen auf Twitter zum Ukraine-Krieg.
Eine quantitative Inhaltsanalyse der politischen Twitter-Kommunikation
deutscher Leitmedien-Journalist:innen.
Betreuerin: Nina Fabiola Schumacher, M.A.

Lina Meisner

Wissenschaftlerinnen im Spielfilm.
Eine Figuranalyse zur stereotypischen Darstellung von Jane Foster
im Film Thor (2011).
Betreuerin: Dr. Ira Plein

Elias Müller

Die visuelle Kommunikation des Nachhaltigkeitsaspekts
in der Werbung von Automarken.
Eine quantitative Bildinhaltsanalyse.
Betreuer: Prof. Dr. Pascal Jürgens

Jannis Müller

Das Phänomen der Echokammer aus kommunikationswissenschaftlicher Sicht.
Eine Metaanalyse empirischer Forschung.
Betreuer: Prof. Dr. Christian Nuernbergk

Dalida Mustafic

Klimakleber – Klimachaoten – Klimakriminelle.
Eine Inhaltsanalyse zur Berichterstattung der Bild-Zeitung
über den Einsatz der Klimaaktivist*innen.

Betreuer: Dr. Christof Barth

Jessica Neu

Evaluation eines Wissenschaftsvideos –
Eine Concept-Mapping-Studie über Wissensvermittlung auf YouTube
anhand eines Erklärvideos zum Thema „Gendersensible Sprache“.

Betreuer: Dr. Christof Barth

Vivien Ottlik

The ambiguous appeal of algorithmic journalism –
Eine standardisierte Befragung zur Quellenglaubwürdigkeit
automatisch generierter Texte.

Betreuer: Prof. Dr. Pascal Jürgens

Annabell Pawlowski

Stereotype im Kinderfilm.
Eine vergleichende qualitative Filmanalyse der Disney-Filme Peter Pan (1953)
und Peter Pan und Wendy (2023).

Betreuerin: Dr. Ira Plein

Annika Rieger

PETA's Aufruf zum Veganismus.
Eine Analyse der Appelle und Frames in YouTube-Werbespots
sowie ihrer Rezeption in den Kommentaren.

Betreuer: Prof. Dr. Christian Nuernbergk

Sophia Röhring

Zwischen Tradition und Emanzipation.
Eine kritische Betrachtung weiblicher Stereotypen in Bridgerton.

Betreuerin: Prof. Dr. Marion G. Müller

Leon Scheid

Wie wird das Thema Religion im deutschen Rap innerhalb von YouTube-Kommentaren verarbeitet und diskutiert?

Betreuer: Prof. Dr. Pascal Jürgens

Franka-Maria Schneider

Sustainable Fashion-Marken und Fast Fashion-Marken auf Instagram.
Eine qualitative Inhaltsanalyse der Marken ARMEDANGELS, hessnatur, H&M und ZARA.

Betreuer: Dr. Christof Barth

Adrian Stürmer

Auf dem Prüfstand: Interpretativer Journalismus und Meinungsäußerungen.
Eine vergleichende Analyse der Berichterstattung zu den Koalitionsverhandlungen 2005 und 2021.

Betreuer: Prof. Dr. Christian Nuernbergk

Michelle Thomé

Personalisierung im Politikjournalismus.
Eine Metaanalyse empirischer Studien.

Betreuer: Prof. Dr. Christian Nuernbergk

Amelie Totzke

Kann die das?

Eine quantitative Inhaltsanalyse zur genderstereotypischen Berichterstattung deutscher Leitmedien zwischen Merkel und Schulz im Bundestagswahlkampf 2017.

Betreuerin: Nina Fabiola Schumacher, M.A.

Alessandra Tufaru

Sexismus in der Fernsehbranche –
Auswirkungen und Wahrnehmung des Sexismus-Skandals der 20. „Deutschland sucht den Superstar“ - Staffel auf ihre Zuschauer:innen.

Betreuer: Prof. Dr. Pascal Jürgens

Gina Maria van Dijk

Bilder, Botschaften und Bedeutungen: Die Rekrutierungs-Werbespots der U.S. Army von 2000-2023 im Vergleich.
Eine qualitative Videoanalyse.
Betreuer: Dr. Christof Barth

Lien Vogt

Misogynie auf Instagram und TikTok:
Eine Inhaltsanalyse der Anschlusskommunikation zu misogynen Inhalten.
Betreuer: Prof. Dr. Christian Nuernbergk

Julia Weyer

Eine Analyse der Berichterstattung des Trierischen Volksfreunds über die Amokfahrt in Trier.
Betreuerin: Prof. Dr. Marion G. Müller

Alana Wilhelm

Das emanzipierte Frauenbild?
Eine qualitative Analyse ausgewählter Cover und Texte der US-amerikanischen Vogue (1948-1951).
Betreuerin: Dr. Ira Plein

Lara Marie Willmes

Bilder in Kriegsbeilagen in deutschen Modezeitschriften aus dem Ersten Weltkrieg.
Eine qualitative Bildtypen- und Framing-Analyse.
Betreuerin: Dr. Ira Plein

Amadeus Wolff

Personalisierung und Weltmeisterschaften im Sport.
Eine vergleichende Inhaltsanalyse der Berichterstattung über die deutsche Fußball-Nationalmannschaft in Tageszeitungen.
Betreuer: Prof. Dr. Christian Nuernbergk

Ann-Madeleine Zimmermann

Zwischen Expertise und Erfahrung:
Ein qualitativer Vergleich von Instagram-Profilen
zum Thema psychische Erkrankungen.

Betreuer: Dr. Christof Barth

Medianetz Trier e.V. stellt sich vor

*Medianetz – ehrenamtliches Engagement für die
Trierer Medienwissenschaft*

Medianetz Trier ist der Verein der Trierer Medienwissenschaft –
für Studierende, Alumni und Freund:innen des Fachs.

Die Vereinszwecke von Medianetz Trier sind:

Förderung von studentischen Projekten und der Austausch zwischen
Studierenden und Alumni der Medienwissenschaft,

•

Bildung und Wissensaustausch durch Gastvorträge, Workshops
und Exkursionen,

•

Networking zwischen Studierenden, Alumni und Dozent:innen

•

Praktika- und Jobvermittlung sowie ein

•

regelmäßig stattfindender Stammtisch.

Weitere Informationen finden Sie unter

www.media-netz-trier.de





Prof. Dr. Marion G. Müller



Prof. Dr. Christian Nuernbergk



Prof. Dr. Pascal Jürgens



Jonas Büttner, M.A.



Dr. Christof Barth



Dr. Ira Plein



Jasmin Rädler, M.A.



Nina Fabiola Schumacher, M.A.



Katharina Christ, M.A.

**Das Team der Trierer Medienwissenschaft und das
Media Netz Trier e. V. wünscht Ihnen alles Gute
für Ihre Zukunft!**

Kontakt:
Karin Knod
knod@uni-trier.de

Susanne Kupp
kupp@uni-trier.de

 UNIVERSITÄT
TRIER