



Feierliche Verabschiedung der Absolvent:innen

Graduierendenfeier 2022

Samstag, 26. November 2022, 16.00 Uhr
Audimax
Universität Trier

Programm

Begrüßung des Geschäftsführers
Prof. Dr. Christian Nuernbergk

Grußwort Medianetz Trier e.V.
Katharina Christ, M.A.

Musikalisches Intermezzo
Bourrée (Jean Joseph Mouret)
1. Geige Anna Mannke & 2. Geige Annette Golub

Jahgangsrede
Leon Jennißen & Lara Kuck

Abschlussehrungen im Master
*Prof. Dr. Marion G. Müller &
Prof. Dr. Christian Nuernbergk*

Musikalisches Intermezzo
Canon (Georg Philipp Telemann)
1. Geige Annette Golub & 2. Geige Anna Mannke

Abschlussehrungen im Bachelor
*Prof. Dr. Marion G. Müller &
Prof. Dr. Christian Nuernbergk*

Jahgangsfoto

Sektempfang im Gästeraum der Mensa

Absolvent:innen 2022

Master of Arts

Julia Bordunov, M.A.

Misogynie auf YouTube.

Ein inhaltsanalytischer Vergleich von Nutzerkommentaren unter YouTube-Videos der Bereiche Politik, Wissenschaft und Sport.

Betreuer: Prof. Dr. Christian Nuernbergk

Jessica Cebula, M.A.

Current Practices, Problems and Trends in Influencer Marketing.
Three Brand Perspectives.

Betreuer: Dr. Christof Barth

Mirjam Gwosdek, M.A.

Emotionales Storytelling als Marketinginstrument.

Eine sequenzielle Filmanalyse von Werbespots.

Betreuer: Dr. Christof Barth

Jacqueline Kirsten, M.A.

Politikerinnen auf Instagram.

Eine quantitative Inhaltsanalyse der Anschlusskommunikation zu Annalena Baerbocks Instagram-Profil.

Betreuerin: Prof. Dr. Marion G. Müller

Jana Knoblich, M.A.

So nah an der Realitätsferne.

Eine Rezeptionsstudie über die Authentizität von Instagram-Influencern.

Betreuer: Dr. Christof Barth

Emilie Mertes, M.A.

(Ent-) Stigmatisierung?

Mediale Darstellung von psychischen Krankheiten im Wandel der Zeit.

Betreuer: Dr. Peter Maurer

Celine Müller, M.A.

Digitale Populärkultur am Beispiel südkoreanischer Popmusik.

Eine netzwerk- und diskursanalytische Untersuchung der
Twitter-Kommunikation zu BTS.

Betreuer: Prof. Dr. Christian Nuernbergk

Ida Wilms, M.A.

Visualisierung von Folgen des Klimawandels.

Eine qualitative Bildanalyse am Beispiel von Instagram Beiträgen.

Betreuerin: Prof. Dr. Marion G. Müller

Absolvent:innen 2022

Bachelor of Arts

Michael Barg, B.A.

The role of interactivity for the reception of a videogame exemplified in the interactive comic Florence.

Betreuer: Dr. Christof Barth

Julien Bauer, B.A.

Silver Surfer und Social Media.

Eine explorative Studie über die Altersgruppe der 50- bis 70-Jährigen und ihrem Umgang mit sozialen Medien.

Betreuerin: Prof. Dr. Marion G. Müller

Maïke Beau, B.A.

Multimodale Wissenschaftskommunikation.

Wissensveränderungen zum Thema HPV-Impfung mit Concept Mapping sichtbar machen.

Betreuerin: Katharina Christ, M.A.

Celine Bier, B.A.

Konsum feministischer Inhalte rund um die Menstruation auf Instagram und deren Effekte auf die Selbstwahrnehmung der Nutzer*innen.

Eine quantitative Befragung.

Betreuerin: Nina Fabiola Schumacher, M.A.

Leon Decker, B.A.

Berichterstattung über die geplante Cannabis-Legalisierung in überregionalen deutschen Tageszeitungen.

Eine quantitative Inhalts- und Framinganalyse.

Betreuer: Dr. Peter Maurer

Hendrik Diwo, B.A.

Profisportler auf Instagram.

Qualitative Analyse zu den Strategien von Profisportlern auf Instagram.

Betreuer: Dr. Christof Barth

Annika Döbert, B.A.

Produktplatzierungen in Musikvideos.
Rezeptionsstudie am Beispiel des Musikvideos „We can't stop“ (Miley Cyrus).
Betreuerin: Nina Fabiola Schumacher, M.A.

Katrin Eckert, B.A.

Katastrophen-Warnapps und ihr Weg der gesellschaftlichen Etablierung.
Eine quantitative Befragung.
Betreuer: Prof. Dr. Christian Nuernbergk

Louisa Fackler, B.A.

Menschen mit Behinderung im Fernsehen.
Der Einfluss des Fernsehkonsums der Rezipient*innen auf die Wahrnehmung der
Darstellung von Menschen mit Behinderung im Fernsehen.
Eine quantitative Befragung.
Betreuer: Dr. Peter Maurer

Luca Frisch, B.A.

Journalismus und Propaganda?
Eine Analyse der kommunikativen Strategien der BILD-Zeitung.
Betreuerin: Dr. Ira Plein

Jessica Gronert, B.A.

Die Darstellung des Russisch-Ukrainischen Krieges auf Instagram.
Eine inhaltsanalytische Untersuchung der drei Accounts „bild“, „faz“ und „sz“.
Betreuer: Dr. Christof Barth

Christoph Hau, B.A.

Klimabewegung auf Twitter.
Der Zusammenhang von Nutzungsmustern und Anschlusskommunikation.
Eine quantitative Inhaltsanalyse.
Betreuer: Prof. Dr. Christian Nuernbergk

Rebecca Hinkel, B.A.

Do Black Lives Matter in Brooklyn Nine-Nine?
Die Darstellung von Rassismus und Diskriminierung in der Polizei-Sitcom.
Betreuer: Dr. Christof Barth

Moritz Huhn, B.A.

Den Elfenbeinturm aufbrechen.
Audiovisuelle Wissenschaftskommunikation auf TikTok.
Betreuerin: Katharina Christ, M.A.

Leon Jennißen, B.A.

Die Impfpflicht-Berichterstattung in auflagenstarken deutschen Tageszeitungen.
Eine Inhalts- und Framinganalyse.
Betreuer: Prof. Dr. Christian Nuernbergk

Jennifer Klein, B.A.

Politische Krisenkommunikation auf Social Media.
Eine quantitative Inhaltsanalyse der Kommunikation
deutscher Parteien zum Ukraine-Krieg mit dem Framing-Ansatz.
Betreuer: Dr. Peter Maurer

Mick Kohl, B.A.

Telegram im russisch-ukrainischen Krieg.
Eine quantitative Inhaltsanalyse von Nutzerkommentaren
in der Telegram-Gruppe „Rusländer & Friends“.
Betreuer: Prof. Dr. Christian Nuernbergk

Jana Kopp, B.A.

Instagram im Spannungsfeld von Medienkompetenz und mentaler Gesundheit.
Eine qualitative Studie zur Vermeidbarkeit negativer Effekte im Umgang mit
sozialen Medien am Beispiel junger Rezipientinnen von Instagram.
Betreuer: Dr. Christof Barth

Eva Krämer, B.A.

Eine Untersuchung der visuellen Kommunikationsstrategien
von Marken auf sozialen Medien anhand von Bewegungsbildern.
Betreuer: Dr. Christof Barth

Johannes Krämer, B.A.

Analyse der Rede- und Moderationsstrategien
in einem TV-Triell des Bundestagswahlkampfes.
Betreuerin: Katharina Christ, M.A.

Lara Kuck, B.A.

Menschen auf der Flucht in der Berichterstattung deutscher Tageszeitungen.
Eine vergleichende qualitative Inhaltsanalyse.
Betreuerin: Nina Fabiola Schumacher, M.A.

Hannah Lebenstedt, B.A.

Instagram und #Werbung.
Eine Inhaltsanalyse über die inhaltliche, sprachliche
und bildliche Aufbereitung von Werbebeiträgen deutscher Influencer.
Betreuer: Prof. Dr. Christian Nuernberg

Sophia Lemmer, B.A.

Macht der Bilder – Bilder der Macht.
Eine Analyse der Repräsentation politischer Herrschaft am Beispiel
des russischen Präsidenten Wladimir Putin in den
staatlich veröffentlichten Fotografien von 2013 bis 2022.
Betreuerin: Dr. Ira Plein

Vanessa Mahr, B.A.

Die Rezeption von grüner Werbung und Greenwashing.
Eine quantitative Online-Umfrage.
Betreuer: Dr. Peter Maurer

Mary-Anita Mathias, B.A.

Wahlkampf auf Twitter.
Eine inhaltsanalytische Untersuchung der Twitter-Kommunikation
deutscher Spitzenkandidat:innen während der Bundestagswahl 2021.
Betreuerin: Nina Fabiola Schumacher, M.A.

Laura Münker, B.A.

Old wine – new bottle?

Christliche Ikonographie in der Selbstinszenierung weiblicher Popmusikstars
auf Instagram im Zeitraum von 2020 bis 2022.

Betreuerin: Dr. Ira Plein

Philippe Nicklaus, B.A.

Motivation für Beratungsdienstleistungen.

Eine qualitative Interviewstudie mit Kund:innen
der Unternehmensberatung Holzhey-Consulting.

Betreuerin: Prof. Dr. Marion G. Müller

Greta Katharina Päßler, B.A.

Berichterstattung über Sexismus im Deutschrapp.

Eine qualitative Inhaltsanalyse der
Online-Berichterstattung zu #deutschrappmetoo.

Betreuer: Dr. Christof Barth

Lara Petry, B.A.

Die CSR-Kommunikation problematischer Industrie auf Microblogging-Diensten.

Eine vergleichende Inhaltsanalyse

am Beispiel der Twitter-Accounts führender Tabakkonzerne.

Betreuer: Prof. Dr. Christian Nuernbergk

Maurice Pittner, B.A.

E-Sport in Deutschland.

Eine quantitative Befragung zur Nutzungsmotivation
von E-Sport-Broadcasts.

Betreuer: Prof. Dr. Christian Nuernbergk

Melanie Ptok, B.A.

Momblogs bei Instagram und Youtube.

Eine Analyse des Jugendschutzes anhand der Betrachtung von
Kinderfotos/-videos und der damit verbundenen Anschlusskommunikation.

Betreuerin: Prof. Dr. Marion G. Müller

Nico Reingold, B.A.

Toxische Maskulinität in der Serie „Die Sopranos“.
Betreuer: Dr. Christof Barth

Jan Ruscheinski, B.A.

Sportevents in nicht-demokratischen Staaten.
Eine Befragung zu den Erwartungen des Publikums an die Berichterstattung über
Sportgroßveranstaltungen in nicht-demokratischen Staaten.
Betreuer: Dr. Peter Maurer

Thomas Sausen, B.A.

Darstellungsstrategien im zeitlichen Wandel am Beispiel James Bond.
Eine Untersuchung zur Veränderung der Informationsvermittlung im Blockbuster-
Kino seit der Etablierung digitaler Medien.
Betreuer: Dr. Christof Barth

Katharina Schackmar, B.A.

Medienvertrauen während gesellschaftlicher Krisensituationen
am Beispiel des Ukraine-Kriegs.
Betreuer: Dr. Peter Maurer

Miriam Scharley, B.A.

Konfliktsensibler Journalismus auf Twitter.
Eine quantitative Inhaltsanalyse am Beispiel des russisch-ukrainischen Kriegs.
Betreuerin: Nina Fabiola Schumacher, M.A.

Jan-Niklas Schmitz, B.A.

Kommunikationsstrategien in öffentlich-rechtlichen Gesprächssendungen.
„Markus Lanz“ und „Maybrit Illner“ im Vergleich.
Betreuer: Dr. Christof Barth

Eva Schöben, B.A.

Phänomen: Squid-Game.
Eine Analyse von Gratifikationserwartungen
und Gratifikationsmustern einer Netflix-Serie.
Betreuer: Dr. Christof Barth

Nils Schwager, B.A.

Die Kanzlerkandidaten in der Berichterstattung
des Bundestagswahlkampfes 2021.
Eine automatisierte Inhaltsanalyse überregionaler Tageszeitungen.
Betreuer: Dr. Peter Maurer

Malena Segschneider, B.A.

Werbeanzeigen für Alkohol und Tabak aus
Produzenten- und Rezipientenperspektive.
Betreuer: Dr. Christof Barth

Christopher Leon Staek, B.A.

Objektivität im Journalismus.
Eine quantitative Befragung zur Wahrnehmung journalistischer Normen.
Betreuer: Dr. Peter Maurer

Nadine Strupp, B.A.

Untersuchung des visuellen Auftritts von Jugendradiosendern
auf Instagram mithilfe von Inhalts- und Bildanalyse.
Betreuer: Dr. Christof Barth

Isabell Therre, B.A.

Multimodale Muster des Privaten in der Kommunikation
auf Instagram Travelblogs.
Die Beispiele Yvonnepferrer und Mariefeandjakesnow.
Betreuerin: Prof. Dr. Marion G. Müller

Antonia Trinkaus, B.A.

Die Schweigspirale – Zur Aktualität der Theorie.
Eine empirische Überprüfung am Beispiel der Corona-Pandemie.
Betreuer: Dr. Christof Barth

Carla Tropf, B.A.

Zwischen Feminismus und Männerhass – Aktivismus auf der virtuellen Straße.
Eine multimodale Videoinhaltsanalyse von TikTok-Videos
unter den Hashtags #allmen und #notallmen.
Betreuer: Dr. Christof Barth

Robinh Truong, B.A.

Satire auf Twitter.
Eine quantitative Inhaltsanalyse zu den Erfolgsfaktoren
am Beispiel des Accounts von El Hotzo.
Betreuer: Prof. Dr. Christian Nuernbergk

Joleen Turner, B.A.

TikTok im Alltag.
Eine quantitative Online-Befragung zur neuen Video-Plattform.
Betreuerin: Prof. Dr. Marion G. Müller

Fabian Veit, B.A.

Visuelle Wahlkampfkommunikation der Bundestagswahl 2021.
Eine politisch-ikonografische Analyse der
Wahlplakate im Bundestagswahlkampf 2021.
Betreuerin: Prof. Dr. Marion G. Müller

Elena Weber, B.A.

Anschlusskommunikation auf YouTube.
Eine inhaltsanalytische Untersuchung von YouTube-Kommentaren unter
ausgewählten Videos am Beispiel des funk-Kanals „DIE DA OBEN!“.
Betreuerin: Nina Fabiola Schumacher, M.A.

Susan Weber, B.A.

#rethinkracing: Die W-Series auf Twitter.
Betreuerin: Prof. Dr. Marion G. Müller

Sven Weber, B.A.

Resilienz und Social Media in der Krise.
Social Media als Coping-Strategie während der Pandemie.
Betreuerin: Prof. Dr. Marion G. Müller

Maria Wiebke, B.A.

Wie sprechen Politiker:innen auf Twitter über Gleichstellung?
Eine quantitative Inhaltsanalyse über Meinungsäußerungen von Mitgliedern
des deutschen Bundestages vor der Bundestagswahl 2021 auf Twitter zum
Themenkomplex der Gleichstellung von Personen.
Betreuerin: Nina Fabiola Schumacher, M.A.

Nana Osei, B.A.

Social Media in der Hochschulkommunikation.
Eine empirische Analyse am Beispiel der Universität Trier mit ihren Studierenden.
Betreuerin: Prof. Dr. Marion G. Müller

Gina Zöhler, B.A.

Muster der Smartphone-Abhängigkeit junger Erwachsener.
Eine Online-Befragung.
Betreuer: Prof. Dr. Christian Nuernbergk

Anna Zoter, B.A.

Populismus in der politischen Kommunikation.
Eine automatisierte Sentimentanalyse von Facebook Kommentaren der
Bundestagsparteien AfD und Linke.
Betreuer: Dr. Peter Maurer

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



Dr. Christof Barth



Dr. Ira Plein



Dr. Peter Maurer



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