

projektforum

2022

UNIVERSITÄT ERFURT

Bachelor-Studiengang
Kommunikationswissenschaft
der Universität Erfurt

Präsentation der Abschlussarbeiten

UNIVERSITÄT
ERFURT

Grußwort

Liebe Studierende,

ein Jahr Projektstudienphase liegt hinter Ihnen. Wenn Sie zurückblicken, war es sicherlich ein Jahr voller Herausforderungen, voller intensiver Diskussionen, voller neuer Erkenntnisse – aber sicher auch ein Jahr, in dem die ein oder andere Gruppe darüber ins Diskutieren geraten ist, was schlimmer sei: ein hoher R-Wert oder ein niedriger r^2 -Wert. Ihre Projektstudienphase war wieder eine unter Pandemiebedingungen.



Dies ist nun also das dritte Grußwort zu einem Projektforum, in dem es auch um die Pandemie geht und wir alle hoffen, dass es das letzte solche Grußwort sein muss – denn wir möchten uns doch einzig und allein Ihren spannenden Projekten widmen, die Sie heute vorstellen. Die PSP war und ist immer eine sehr intensive Studienphase, egal was in der Welt los ist, ob Krieg oder Pandemie. Ihre Projekte zeigen aber auch, dass wir als Kommunikationswissenschaftler*innen nicht die Augen verschließen vor den großen Herausforderungen der Gesellschaft: Wir suchen unsere eigene Antwort auf diese



Fragen und dabei (meist) nach einer empirischen Antwort, einer Antwort also, die an der Erfahrung scheitern kann, wie es Karl Popper als grundlegendes Prinzip von Wissenschaft festgelegt hat. Wir überprüfen, verwerfen und überprüfen erneut, bis wir sagen können: „So, nach bestem Wissen ist es jetzt so, nun liegt es an anderen, meine Erkenntnisse zu widerlegen“.

Wie wir heute sehen werden, haben Sie für diejenigen Studierenden, die nach Ihnen kommen, hierbei eine hohe Messlatte aufgestellt! Seien Sie also stolz auf das, was Sie geschafft haben. Denken Sie aber daran, dass der Weg weiter geht und Wissenschaft immer weiter nach Antworten sucht. In Ihren Projekten haben Sie gezeigt, dass Sie Wissenschaftler*innen sind. Wir, Ihre Betreuenden und die Mitarbeitenden des Seminars für Medien- und Kommunikationswissenschaft, freuen uns mit Ihnen. Wir wünschen Ihnen, dass Sie nie aufhören, sich Fragen zu stellen und dass wir mit dem Rüstzeug aus der Kommunikationswissenschaft einen kleinen Beitrag dazu geleistet haben, diese Fragen auch zu beantworten.

Ihnen allen ein wunderschönes Projektforum!

Ihr Prof. Dr. Sven Jöckel

– im Namen des ganzen Seminars für Medien- und
Kommunikationswissenschaft –



KIZ Universität Erfurt

Forschungsgruppe ABE

Internationale Auslandsberichterstattung
über die Bundestagswahl 2021
Eine Momentaufnahme des politischen Deutschlandbildes

Ziel

Ziel des Projekts war es, eine Momentaufnahme des politischen Auslandsbildes Deutschlands zu liefern. Durch eine quantitative und in Teilen auch qualitative Betrachtung ausgewählter ausländischer Zeitungsartikel sollte die Untersuchung einen Einblick darüber geben, wie das politische Deutschland im Zeitraum der Bundestagswahlperiode 2021 in ausländischen Zeitungen dargestellt wird. Damit sollten die Ergebnisse Aufschluss darüber geben, welches Bild von Deutschland Medienrezipient*innen in anderen Ländern präsentiert wird. Folglich werden auf der Basis massenmedialer Berichterstattung Anhaltspunkte für die komparative, internationale Kommunikationsforschung geliefert.

Das vorliegende Forschungsprojekt versteht sich demnach als ein wichtiger und aktueller Beitrag zur Erweiterung der Kenntnisse über die Auslandsberichterstattung.

Untersuchungsanlage

Untersucht wurde die Auslandsberichterstattung von jeweils zwei überregionalen Qualitätszeitungen aus Österreich, Spanien, Großbritannien und den USA. In die Untersuchung miteinbezogen wurden alle Artikel, die zwischen dem 18. Juni 2021 und dem 04. Januar 2022 in den Qualitätszeitungen veröffentlicht wurden. Zudem mussten die analysierten Artikel nach festgelegten Kriterien ausreichend deutschlandpolitischen Bezug und oder Bezug zur Bundestagswahl 2021 aufweisen.

So wurden insgesamt 917 Artikel vor allem auf häufig vorkommende Themen und Akteur*innen untersucht. Ergänzt wurde diese quantitative Inhaltsanalyse durch einen Exkurs in Form einer qualitativen Framing-Analyse. Basierend auf den Ergebnissen der Inhaltsanalyse, wurde die Darstellung der Altkanzlerin Angela Merkel in der Auslandsberichterstattung gesondert betrachtet.



Gruppenmitglieder (v.l.n.r.): Jan-Ole Haga, Frauke Klinkmüller, Pauline Hille, Sophie Loewen, Linus Kieser, Marina Langheinrich, Moritz Bohm, Johanna Siekmann

Ergebnisse

Die Ergebnisse der Studie zeigen, dass Angela Merkel über alle Länder und Zeitungen hinweg eine durchgängig in der Auslandsberichterstattung häufig thematisierte Figur darstellt. Damit prägt sie sichtlich das in der Bundestagswahlperiode 2021 medial vermittelte politische Deutschlandbild.

Daneben ist die allgemeine Darstellung Deutschlands in Österreich stark von innenpolitischen Themen in Bezug auf die Wahl geprägt. Spanien, die USA und Großbritannien blicken dagegen stärker auf die außenpolitischen Beziehungen, die sie zu Deutschland führen. So wird in den untersuchten Artikeln besonders die außenpolitische Stellung innerhalb der EU sowie die starke Position Deutschlands in der Weltwirtschaft betont. Die vertiefende Framing-Analyse konnte zudem zeigen, dass der Altkanzlerin ein überwiegend positiv konnotierter Führungsstil in europäischen und globalen Krisen zugeschrieben wird.

Projektbetreuerin

Dr. Regina Cazzamatta

Zweitbetreuer

Prof. Dr. Kai Hafez

Projektbetreuer

BOHM · JAAP & KOLLEGEN Rechtsanwälte GbR



BOHM · JAAP & KOLLEGEN
Rechtsanwälte GbR

True Crime – Wie werden Verbrechen, Verbrechenaufklärung und -bekämpfung in deutschen True Crime On-Demand Angeboten dargestellt?

Ziel

Ziel des Projektes war es zu untersuchen, wie Verbrechen, Verbrechenaufklärung und -bekämpfung in deutschen True Crime On-Demand Formaten dargestellt werden. Im Rahmen der Kultivierungsforschung wurde analysiert, inwiefern die mediale Darstellung von Verbrechen in deutschen True Crime Podcasts, Serien und Printmagazinen von der kriminalistischen Wirklichkeit abweicht und diese verzerrt abbildet. So wurde erstmals der Frage nachgegangen, inwiefern deutsche True Crime On-Demand Formate Kultivierungspotentiale besitzen, also inwiefern sie möglicherweise Einschätzungen der Realität von Intensivnutzer*innen beeinflussen können. Die in True Crime verschwimmenden Grenzen zwischen Information über wahre Kriminalfälle und fiktionaler Aufarbeitung machten eine Untersuchung besonders spannend.

Untersuchungsanlage

Den Forschungsfragen wurde in einer standardisierten Inhaltsanalyse der beliebtesten deutschen True Crime Podcasts, Serien und Printmagazine nachgegangen. Der Untersuchungszeitraum erstreckte sich auf die zweite Jahreshälfte 2021 vom 01. Juli bis zum 31. Dezember.

In Anknüpfung an frühere Kultivierungsstudien und Inhaltsanalysen medialer Kriminalitätsdarstellung wurden die Kriminalfall-, Tat- und Akteursebene innerhalb der True Crime Beiträge untersucht. So stand beispielsweise im Fokus, welches Bild True Crime On-Demand Formate von Tatverdächtigen und Opfern skizzieren. Die Ergebnisse der Inhaltsanalyse wurden anschließend relevanten Daten der Polizeilichen Kriminalstatistik 2020 gegenübergestellt, um Rückschluss auf Realitätsabweichungen zu erhalten.

Ergebnisse

Abschließend zeigte sich ein verzerrtes Bild der kriminalistischen Wirklichkeit in deutschen True Crime On-Demand Formaten. Neben einer klaren Dominanz von grausamen Verbrechen stach außerdem das Fehlen reliabler Informationsquellen hervor. Insbesondere die stereotype Darstellung der True Crime Opfer gilt es kritisch zu beobachten. Die Opfer sind meist weiblich und



Gruppenmitglieder (v.l.n.r.): Selina Willing, Laura Marie Hattenhauer, Thassia Lobermeier, Julia Thyrauer, Alexandra Seidler, Nora Wildenstein

es wird häufig Gewalt an Kindern und Risikogruppen impliziert. Diese mediale Darstellung weicht stark von Zahlen der Polizeilichen Kriminalstatistik ab. In Resümee ist so zu vermuten, dass deutsche True Crime On-Demand Angebote in erster Linie unterhalten und nicht gesellschaftlich aufklären. Die festgestellte verzerrte Darstellung von Verbrechen, Verbrechensaufklärung und -bekämpfung lässt Kultivierungseffekte vermuten, die in anknüpfenden Studien untersucht werden sollten, um Wirkungen auf Individuum und Gesellschaft zu identifizieren.

Projektbetreuerin

PD Dr. Veronika Karnowski

Zweitbetreuer

Prof. Dr. Patrick Rössler

Projektpartner

Stern Crime; ZEIT Verbrechen, das Kriminalmagazin
(Livingstone Media)

Intermedia-Agenda-Setting zwischen Online-Journalismus und Sozialen Medien

Ziel

Twitter ist eine politisierte Plattform, die digitale, öffentliche Diskussionsräume zu eröffnen kann. Auf dem Sozialen Medium werden nicht selten emotionale politische Debatten geführt, was auch im Mai 2021 ersichtlich wurde, als der Israel-Gaza-Konflikt erneut eskalierte. Da der Einfluss von Politiker*innen und Nachrichtenportalen bereits erforscht wurde, war es das Ziel dieser PSP Intermedia-Agenda-Setting zwischen Online-Journalismus und nicht-etablierten Akteuren auf Twitter zu untersuchen. Inwiefern beeinflussen deutschsprachige nicht-etablierte Akteure auf Twitter die deutsche Online-Berichterstattung über den Israel-Gaza-Konflikt im Mai? Darüber hinaus sollte in Erfahrung gebracht werden, welche Faktoren IAS-Effekte bedingen: Welche Bedingungen erhöhen die Wahrscheinlichkeit einer Beeinflussung des Online-Journalismus durch Online-Meinungsführer auf Twitter?

Untersuchungsanlage

Mittels einer qualitativen Inhaltsanalyse wurden vorerst Themenfelder sowie Miniframes in den Tweets und Online-Artikeln erhoben. Das Twitter-Sample besteht dabei aus Tweets nicht-etablierter Akteure, die im Untersuchungszeitraum vom 10.-15.05.2021 veröffentlicht wurden. Das Sample der untersuchten Online-Nachrichtenanbieter beinhaltet alle im selben Zeitraum veröffentlichten Artikel der folgenden Medienangebote: BILD.de, n-tv.de, FAZ.NET, DER SPIEGEL (online), tagesschau.de, ZEIT ONLINE und Thüringer Allgemeine (online). Neben direkten Übernahmen von einzelnen Miniframes auf Twitter in die Online-Berichterstattung wurden auch indirekte IAS-Effekte zwischen den Agenden untersucht. Für die Beantwortung der zweiten Forschungsfrage eigneten sich qualitative, leitfadengestützte Expert*inneninterviews. Die Interviews wurden mit Journalist*innen aus fünf unterschiedlichen Redaktionen geführt.

Ergebnisse

Die Ergebnisse können eine rein einseitige Beeinflussung von Twitter auf die ausgewählten deutschen Online-Nachrichtenanbieter nicht bestätigen. Weder direkte Übernahmen von Miniframes noch ein konstanter indirekter



Gruppenmitglieder (v.l.n.r.): Annika Eifert, (Prof. Dr. Kai Hafez), Tanika Trum, Malte Hahs, Luisa Schindel, Julia Hinkel, Sabri Ben Toumine, Maik Alexandi, Elias Thümmeler

Einfluss von Twitter auf die Berichterstattung über den Konflikt lassen sich statistisch nachweisen. Vielmehr sprechen die gewonnenen Daten für eine reziproke Ko-Orientierung zwischen nicht-etablierten Akteuren auf Twitter und Journalist*innen der Online-Nachrichtenmedien. Gleichzeitig ist festzuhalten, dass Beeinflussungen in Abhängigkeit von unterschiedlichen Themengebieten sowie von unterschiedlichen Nachrichtenmedien variieren. Die Interviews bestätigen die Erkenntnis, dass nicht-etablierte Akteure auf Twitter im Vergleich zu etablierten Akteuren, insbesondere der politischen Elite, nur eine geringe Rolle innerhalb des Produktionsprozesses von Online-Nachrichten spielen.

Projektbetreuer

Prof. Dr. Kai Hafez

Zweitbetreuerin

Dr. Regina Cazzamatta

Projektpartner

Alternative 54 Erfurt e.V.

Andreas Trum IT ; Eifert Eventtechnik

Erfurter Verein für Kommunikation und Medien e.V.

ALTERNATIVE 54



Kognitive Dissonanz im Impfkontext
Eine mehrmethodische Untersuchung des Einflusses
von kognitiver Dissonanz auf die selektive Medien-
nutzung in Bezug zur Covid-19-Impfung

Ziel

Das Ziel der Studie war es, den Einfluss des Grades an kognitiver Dissonanz hinsichtlich unterschiedlicher inhaltlicher Faktoren auf die Auswahl und Lesedauer von Informationen bezüglich der Covid-19 Impfung zu ermitteln. Zudem wurde überprüft, ob Auswahl und Lesedauer valide Indikatoren sind, um kognitive Dissonanz zu messen.

Da nicht davon ausgegangen werden konnte, dass der Grad der kognitiven Dissonanz generell die gleiche Stärke aufweist, wurde zudem untersucht, wie unterschiedliche inhaltliche Faktoren den Dissonanzgrad beeinflussen. Hierfür wurde die Theorie der kognitiven Dissonanz nach Leon Festinger (1956) mit den 5C-Faktoren nach Betsch et al. (2019) in Verbindung gebracht. Während Festingers Theorie eine Erklärung für die Selektion verschiedener Inhalte lieferte, dienten die 5C-Faktoren als inhaltliche Elemente, um einen Bezug zur Impftematik herzustellen.

Untersuchungsanlage

Der methodische Schwerpunkt der Studie bestand aus einem quantitativen Online-Fragebogen. Dabei bot eine Studie von Knobloch-Westerwick & Meng (2009) eine Orientierung.

Innerhalb des Fragebogens wurde eine verdeckte Verhaltensbeobachtung integriert. Den Teilnehmenden wurde ein für diese Studie erstelltes fiktives Online-Magazin gezeigt. Dieses bestand aus zehn Texten, welche thematisch auf vier der 5C-Faktoren ausgerichtet waren. Jeweils zwei Artikel enthielten gegensätzliche Sichtweisen zu einem C-Faktor. Während der Rezeption der Inhalte wurden Auswahlverhalten und Lesedauer mithilfe einer Software aufgezeichnet. Weiterhin wurden qualitative Expert:innen-interviews geführt, deren Ergebnisse mit denen des quantitativen Erhebungsteils verglichen wurden.

Die Rekrutierung von 510 Proband*innen erfolgte mittels eines Access-Panels. Dabei wurde eine Quotierung angestrebt.



Gruppenmitglieder (v.l.n.r.): Meike Rößler, Jennifer Hübner, Hannah Tabea Mönning, Emily Paatz, Julia Pabst, Julia Flügge

Ergebnisse

Die Ergebnisse der Untersuchung zeigten, dass ein Zusammenhang zwischen der direkt gemessenen kognitiven Dissonanz sowie der Auswahl zu existieren scheint. Eine Korrelation zwischen der direkten kognitiven Dissonanz und der Lesedauer besteht nur teilweise. Zudem weisen die Ergebnisse darauf hin, dass Auswahl und Lesedauer keine validen Faktoren darstellen, um den Grad an kognitiver Dissonanz zu messen. Ergänzend zeigte sich kein einheitlicher Einfluss der Einstellungen auf Auswahl und Lesedauer. Eine mögliche Ursache ist, dass das Auslösen von kognitiver Dissonanz nur in Teilen erfolgreich war, wie der Treatment-Check zeigte. Zudem konnten weitere Erkenntnisse hinsichtlich der Relevanz der verschiedenen Faktoren generiert werden. Diese stimmten mit den Aussagen der befragten Expert*innen überein.

Projektbetreuer

Prof. Dr. Patrick Rössler

Zweitbetreuerin

Prof. Dr. Cornelia Betsch

Projektpartner

BARMER

BARMER



Die Darstellung sexueller Orientierungen in unterhaltenden Fernsehformaten im deutschsprachigen Raum
Eine Untersuchung der zeitlichen Entwicklung am Beispiel der Daily Soap *Gute Zeiten, schlechte Zeiten*

Ziel

Aufgrund rechtlicher Neuerungen verbesserte sich in den letzten Jahren die Lebensqualität nicht-heterosexueller Menschen in Deutschland. Dennoch ist Diskriminierung sexueller Minderheiten weiterhin verbreitet und führt zu eingeschränkter Sichtbarkeit, die besonders für Heranwachsende den Prozess der Integration ihrer sexuellen Orientierung in die eigene Identität erschweren kann. Als Sozialisierungseinfluss können Massenmedien dabei kompensierend wirken und Identifikationspotenzial bieten. Eine hohe Sichtbarkeit und angemessene Darstellung nicht-heterosexueller Figuren kann die Identitätsentwicklung positiv beeinflussen. Ziel des Projekts war es deshalb, die seit 1992 ausgestrahlte und von Jugendlichen vielfach rezipierte Daily Soap *Gute Zeiten, schlechte Zeiten* auf die Quantität und Qualität der Darstellung nicht-heterosexueller Orientierungen im zeitlichen Verlauf hin zu untersuchen.

Untersuchungsanlage

Um die Forschungsfrage „Wie entwickelt sich die Darstellung nicht-heterosexueller Orientierungen in der Daily Soap *Gute Zeiten, schlechte Zeiten*?“ zu beantworten, wurde eine zweistufige Inhaltsanalyse durchgeführt.

Zunächst fand eine quantitative Erhebung anhand einer Stichprobe von 152 Folgen statt. Dabei wurde die Häufigkeit des Auftretens nicht-heterosexueller Figuren, der Gespräche mit nicht-heterosexuellem Bezug und der nicht-heterosexuellen romantischen/sexuellen Handlungen sowie die zeitliche Länge dieser Gespräche und Handlungen ermittelt. Die im ersten Untersuchungsschritt identifizierten nicht-heterosexuellen Figuren wurden daraufhin in einer vertiefenden Inhaltsanalyse anhand von 39 Folgen hinsichtlich zentraler Eigenschaften und der ihnen vor dem Hintergrund ihrer sexuellen Orientierung von anderen Seriencharakteren entgegengebrachten (Nicht-)Akzeptanz analysiert.



Gruppenmitglieder (v.l.n.r.): Valentina Gunkel, Alma Melzer, Melanie Heyne, Lea Hergeth, Lara Gathmann, Matthes Schade, Katharina Möbius

Ergebnisse

Über knapp 30 Jahre hinweg ließen sich drei zentrale Phasen des Auftretens nicht-heterosexueller Figuren, Gespräche und Handlungen erkennen, wodurch eine nahezu dauerhafte Sichtbarkeit nicht-heterosexueller Orientierungen in GZSZ gewährleistet wird. Weiterhin zeichneten sich diese Figuren durch ein breites Spektrum an charakterlichen Merkmalen aus, wobei die nicht-heterosexuelle Orientierung zu keinem Zeitpunkt als distinktives Hauptmerkmal fungierte. Bezüglich einzelner Merkmale war die Vielfalt der Darstellung jedoch nach wie vor eingeschränkt. Hinsichtlich der Reaktion anderer Serienfiguren auf nicht-heterosexuelle Orientierungen zeigte sich ein Trend hin zur nahezu vollständigen Akzeptanz nicht-heterosexueller Figuren. Nichtsdestotrotz blieben Beleidigungen über den gesamten Zeitraum hinweg fester Bestandteil der nicht-heterosexuellen Gespräche.

Projektbetreuer

Dr. Markus Seifert

Zweitbetreuer

Prof. Dr. Sven Jöckel

Projektpartner

RTL interactive GmbH

Projektbetreuende



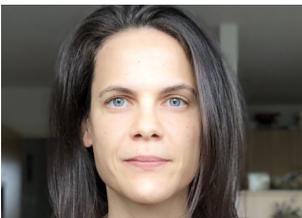
Prof. Dr. Patrick Rössler
Inhaber der Professur für Empirische
Kommunikationsforschung / Methoden



Prof. Dr. Kai Hafez
Inhaber der Professur für Kommunikations-
wissenschaft mit Schwerpunkt Vergleichende Analyse
von Mediensystemen / Kommunikationskulturen



PD Dr. Veronika Karnowski
Inhaberin der Vertretungsprofessur
für Kommunikationswissenschaft
mit Schwerpunkt Soziale Kommunikation



Dr. Regina Cazzamatta
Wissenschaftliche Mitarbeiterin
am Seminar für Medien- und
Kommunikationswissenschaft



Dr. Markus Seifert
Senior Lecturer (Universität Erfurt) und
Vertretungsprofessor für Medienkommunikation
(TU Chemnitz)

Erfurter Verein für Kommunikation und Medien

Der im Jahr 2011 gegründete Verein dient insbesondere der Förderung und Unterstützung von interdisziplinärer Forschung und akademischer Lehre im Bereich Kommunikationswissenschaft an der Universität Erfurt. Gefördert wurden zuletzt eine Reihe studentischer Forschungsprojekte in Bachelor- und Masterstudiengängen, Fachtagungen und Workshops sowie die traditionsreiche Summer School.

Im Verein engagieren sich Professorinnen und Professoren, Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, Studierende, Doktorandinnen und Doktoranden, Absolventinnen und Absolventen, aber auch Unternehmen und Partner der Universität Erfurt. Durch die Unterstützung unserer Mitglieder und Förderer ist es dem Erfurter Verein für Kommunikation und Medien e.V. auch in diesem Jahr möglich, einen Förderpreis für die beste Abschlussarbeit im Rahmen dieser Projektstudienphase auszuloben.

Der EKM e.V. ist offen für jede Form von Initiative, Anregung und Hilfe. Bei Fragen wenden Sie sich gerne direkt an uns. Sie haben jederzeit die Chance, Mitglied im Verein zu werden und unsere Arbeit zu unterstützen. Natürlich haben Sie auch die Möglichkeit einer einmaligen Spende, ganz unkompliziert in Bar oder per Überweisung. Gerne stellen wir auf Wunsch auch Zuwendungsbestätigungen aus.

Vorstand

Henriette Pohle (Vorstandsvorsitzende)
Daniel Silberhorn (Stellvertreter)
Prof. Dr. Patrick Rössler (Schatzmeister)

Kontakt

E-Mail: ekm.erfurt@googlemail.com
Telefon: +49(361)7374170

Konto

IBAN: DE71 8205 1000 0125 0106 13
BIC: HELADEF1WEM
Kreditinstitut: Sparkasse Mittelthüringen





Gewinnerinnen und Gewinner des Förderpreises 2021:
Verschwörung(s)trennt





Projektforum 2022

Feierliche Abschlussveranstaltung am 02. Juli 2022

Online-Teilnahme per Webex: <https://uni-erfurt.webex.com/meet/philfak.kw>

Im Veranstaltungssaal bitten wir um das Tragen einer medizinischen Schutzmaske.

| | |
|--------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Moderation: | Prof. Dr. Patrick Rössler |
| ab 13:30 Uhr | Get Together mit Sektempfang |
| 14:00 Uhr | Begrüßung Prof. Dr. Sven Jöckel (Sprecher Seminar für Medien- und Kommunikationswissenschaft) |
| | Grußwort des Präsidiums Prof. Dr. Beate Hampe (Vizepräsidentin für Internationales der Universität Erfurt) |
| 14:15 Uhr | Eröffnungsrede Jan Hollitzer (Chefredakteur der Thüringer Allgemeinen) |
| 14:30 Uhr | Präsentationen – Teil I Forschungsgruppe ABE Faszination (True) Crime |
| 15:10 Uhr | Pause mit Kaffee |
| 15:40 Uhr | Grußworte der PSPlerrinnen und PSPlerr |
| 15:50 Uhr | Präsentationen – Teil II IMD – influence. media. discourse Impfinformationssuche |
| 16:30 Uhr | Pause mit Kaffee |
| 17:00 Uhr | Präsentationen – Teil III LGBTV |
| 17:20 Uhr | Verleihung des Förderpreises „Beste Abschlussarbeit“ Erfurter Verein für Kommunikation und Medien e.V. |
| 17:45 Uhr | Ende der Veranstaltung und Ausklang |



Impressum

Organisationsteam: Kirsten Wünsche und Pauline Hille

Layout und Satz: Jennifer Hübner

Koordination: Kirsten Wünsche

Inhalte der Projektbeschreibungen: PSP-Gruppen

Bilder: Universität Erfurt, Projektgruppen (Gruppenbilder)

Seminar für Medien- und Kommunikationswissenschaft

Postadresse: Universität Erfurt, Postfach 90 02 21, 99089 Erfurt

Besucheradresse: Universität Erfurt, Nordhäuser Str. 63, 99089 Erfurt

Kontakt:

Seminar für Medien- und Kommunikationswissenschaft

philfak.kw@uni-erfurt.de

Telefon: +49 (361) 73741 70

Telefax: +49 (361) 73741 79

<https://www.instagram.com/kw.unierfurt>

<https://www.facebook.com/KWUniErfurt>
