

Dr. Philipp Müller (E-Mail: p.mueller@uni-mannheim.de)

Beispielthemen früherer Abschlussarbeiten

- Gibt es plattformspezifische “News-Finds-Me Perceptions” auf verschiedenen Social-Media-Kanälen? (2021)
- Zur Wirkung der Verwendung von geschlechtergerechter Sprache in Nachrichtentexten auf die Leser:innen (2021)
- Wirkungen der Darstellung von Menschen mit Behinderung auf Werbebildern (2021)
- Die Folgen unterschiedlicher Formen der Terrorismusberichterstattung für sogenannte Verdachtsgemeinschaften: ein systematischer Literaturüberblick (2021)
- Gesundheitskommunikation im Medienwandel – Der Einfluss von eHealth und Online-Gesundheitsangeboten auf traditionelle Rollenverständnisse sowie die Arzt-Patienten-Beziehung. (2019)
- Der Einfluss von Falschinformationen im Internet auf die Wissensunterschiede in der Gesellschaft (2019)
- Vertrauen in Influencer auf Social-Media-Kanälen: Unterschiede der Glaubwürdigkeitsbewertung der Facebook-Auftritte von Videoblogger LeFloid und der Tagesschau als Teilaspekt der Vertrauensbeziehung (2019)
- Die Botschaft erinnere ich wohl, allein mir fehlt die Quelle – Chancen und Risiken von Branding auf Drittplattformen für Nachrichtenorganisationen (2019)
- Informations- und Lügenquelle? Der Einfluss von „Fake News“ auf das Vertrauen in die Informationen auf Facebook und auf das Nutzungsverhalten (2017)
- Vorsicht Lüge! Wie wahrgenommene Medienwirkungen das Korrigieren von Fake News beeinflussen (2017)
- Die Beziehung von Populisten und Talkshowproduzenten – eine einseitige Instrumentalisierung oder ein symbiotisches Verhältnis? (2017)
- ‚I glab gor nix!‘ Die Medienskopsis von FPÖ-Wählern aus dem ländlichen Raum Österreichs am Beispiel der Gemeinden Stumm und Stummerberg in Tirol (2017)
- Homeless Media – Eine qualitative Befragung zur Bedeutung von Medienmarken im Zeitalter von Facebook und Facebook Instant Articles (2017)
- Online-Journalismus auf Facebook: Wahrnehmung von Qualität, Publikumsorientierung und Selbstbild von Online-Journalisten in Deutschland (2017)
- Der Einfluss idealisierter Frauendarstellungen auf das körperbezogene und psychogene Verhalten asiatischer und westlicher Frauen (2017)
- Immer schneller, immer weiter, immer höher – Wahrnehmungen von Veränderungen der Informations- und Nachrichtennutzung und deren Folgen (2017)
- Schlechte Nachrichten für Geflüchtete? Eine qualitative Analyse zum Thema Medien und Flüchtlinge in Deutschland hinsichtlich der Mediennutzung, -wahrnehmung und -wirkung (2016)
- Digitale Mediennutzung von syrischen Geflüchteten in Deutschland: Rahmenbedingungen, Fertigkeiten und Unterstützungsbedarfe (2016)
- Ältere Menschen und neue Medien – Qualitative Untersuchung der Faktoren der Nichtnutzung bei Ab-75-Jährigen (2016)
- Auswirkungen der öffentlichen Debatte um eine Vertrauenskrise des Journalismus auf den Arbeitsalltag und die Aussagenproduktion der Journalisten (2016)

- Die Rolle von Social Media bei der Meinungsklimawahrnehmung – Eine Diskussion anhand der „Flüchtlingskrise“ (2016)
- Direkte und langfristige Auswirkungen der familiären Mediensozialisation in Kindheit und Jugend (2016)
- „Ich muss was tun“ – Die Motivlage von Flüchtlingsunterstützern und welche Bedeutung den Medien dabei zukommt (2016)
- Die „Facebook-Offliner“ – Zu den Prädiktoren der Nicht-Nutzung von Facebook (2016)
- Populistische Strategien in der politischen Kommunikation – Eine Fallstudie am Beispiel der Kommunikationsstrategien der „Alternative für Deutschland“ (2015)
- Medienvermittelter Populismus und soziale Identität. Eine Literaturstudie (2015)
- Medienwirkungsvorstellungen von Journalisten und deren Relevanz im Berufsalltag. Qualitative Leitfadeninterviews mit Journalisten aus dem Raum Mainz (2015)
- Geschlechterbilder im Musikvideo – Der Darstellungswandel der Geschlechterrollen zwischen den Jahren 1985 und 2014 (2015)
- Einflüsse von Layout und Gestaltung auf die Verarbeitung medialer Inhalte (2015)
- Appetizer oder Hauptgericht? Subjektive Informiertheit durch Rezeption journalistischer Nachrichtenteaser auf Facebook und ihre Folgen für die restliche Nachrichtennutzung (2014)
- Ethnic Minorities’ Perception and Evaluation of Media Coverage on Their Group and its Consequences (2014)
- Politische Layouteffekte. Der Einfluss des Layouts von Tageszeitungen auf die politische Einordnung und Wahrnehmung ihres Inhalts (2014)