

# Conferința Studențească Media & Society

29 mai 2026, T1/T2/T3

Panel <i>Reprezentare, imagine și construcție audiovizuală</i> Sala T1, ora 9:00 Chair: dr. Flavia Țăran		Panel <i>Platforme digitale, comunități online și reprezentări culturale</i> Sala T2, ora 9:00 Chair: dr. Sînziana Jurău		Panel în limba maghiară Sala T3, ora 9:00 Chair: dr. Györfy Gábor	
<b>ANTONIA TAT</b> (MD3)	Animația românească din timpul regimului comunist: teme recurente, mesaje subversive și propagandă politică	<b>IULIA-ANDREEA LAZA</b> (MD3)	Neo-triburile de pe TikTok. Un studiu al #alternative și #coquette	<b>Páll Hanna</b> (MD3)	Paraszociális kapcsolódások hatása a fogyasztói viselkedésre a közösségi médiában az erdélyi magyar fiatalok körében
<b>MARINA NIȚU</b> (MD3)	Reprezentarea mediatică a corupției în țările post-comuniste: Lituania, Cehia și România. Analiză comparativă.	<b>ALEXIA-ANDREEA CHERCIU</b> (MD3)	Aplicația Goodreads și lectura ca practică gamificată și automonitorizată	<b>Herdelő Patrik</b> (JHU3)	A 2026-os magyarországi országgyűlési választások megjelenése az erdélyi magyar írott médiában
<b>LORIANA APAHIDEAN</b> (JEN3)	Media coverage of domestic violence in Romanian news media	<b>IULIA-ALEXANDRA FUIOREA</b> (MD3)	Cărțile în era TikTok: Analiza discursului și a conținutului din comunitatea BookTok România	<b>Gombár Evelyn-Henrietta</b> (MD3)	A tökéletlenség esztétikája: Emma Chamberlain YouTube-videóinak narratív és vizuális elemzése
<b>DANIELA CROITOR</b> (JRO3)	Design local sub brand global. Identitatea vizuală a edițiilor Vogue din Europa de Est	<b>DAN-GABRIEL IOAN</b> (MD3)	Educația financiară pe TikTok: analiza discursului din comunitatea FinTok România	<b>Diel Eduárd</b> (MD3)	Elemzés a kolozsvári magán színházi szféra online kommunikációjáról
<b>ALESIA RAȚIU</b> (MD3)	Fotografia de produs ca instrument de branding vizual	<b>FILOTEEA POP</b> (MD3)	Identitate profesională și strategii discursive pe TikTok: o analiză multimodală a profesiei de psiholog în spațiul digital românesc	<b>Domokos Irisz-Kamilla</b> (JHU3)	Gyilkosságok megjelenése a magyarországi nyomtatott sajtóban
<b>ANDREEA-MARINA MOLDOVAN</b> (MD3)	Relația dintre experiența utilizatorului (UX) și loialitatea față de brand în aplicația mobilă Lidl Plus	<b>DANIELA-IOANA MARIȘ</b> (MD3)	Reprezentarea digitală a minorilor din familiile de vloggeri din Republica Moldova și România	<b>Sata Zalán</b> (JHU3)	Tajvan a magyarországi online médiában. Esettanulmány Nancy Pelosi 2022-es látogatásáról
<b>MIRUNA-MARIA ILEȘ</b> (JRO3)	Trailerele filmelor Marvel ca produse media – analiză vizuală pe trailerele filmelor Captain America și Spider Man	<b>DENISA VAIDA</b> (MD3)	Reprezentarea personajelor feminine în anime		
<b>CĂTĂLINA PETROV</b> (MD3)	Structuri narative în videoclipuri muzicale	<b>IULIA MUREȘAN</b> (MMC2)	Gatekeepers of Patriarchal Dogma: Anti-Feminist Rhetoric and the Prerogative of Gender Essentialism in Female-Led American Conservative Podcasting		
<b>DIANA METEA</b> (MD3)	Rolul efectelor vizuale digitale în videoclipurile muzicale contemporane	<b>IOANA-DAIANA TALOȘ</b> (MD3)	Reprezentarea „vieții perfecte” în conținutul de lifestyle feminin vs. masculin de pe Instagram		
<b>ANA-ANTONIA IONESCU</b> (MD3)	Strategii de montaj audiovizual în construirea tensiunii și ghidarea atenției în emisiunea Vocea României - o analiză comparativă a reprezentării concurenților				
<b>DARIA ȘANDRU</b> (MD3)	Analiza montajului tonal în filmele horror. Studiu de caz: Tim Burton				