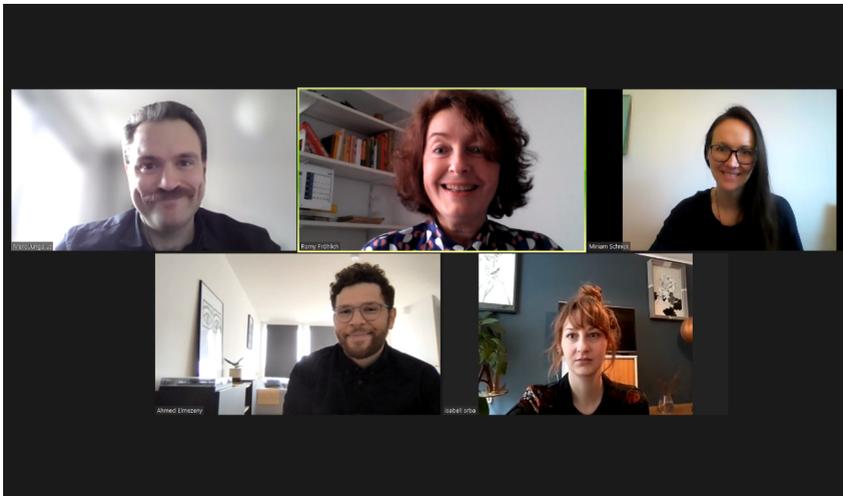


Lehr- & Forschungsbereich Prof. Dr. Romy Fröhlich

Institut für Kommunikationswissenschaft
und Medienforschung (IfKW)

Ludwig-Maximilians-Universität München

Jahresbericht 2020-2021



Lehrbereich Prof. Dr. Romy Fröhlich



v.l.n.r.: Miriam Schnick (1. Reihe), Ahmed Elmezeny, Romy Fröhlich, Elena Pohl
(2. Reihe), Marc Jungblut, Anke Fiedler (3. Reihe), Isabell Srba (4. Reihe)

„When written in Chinese, the word 'crisis' is composed of two characters. One represents 'danger' and the other represents 'opportunity'.“

John F. Kennedy (1917 - 1963)

Liebe Alumni, FreundInnen
und KooperationspartnerInnen,

als wir im März 2020 unseren Jahresbericht 2018-2019 vorlegten, hatte Corona gerade erst Deutschland erreicht: Ende Januar gab es die erste bestätigte Infektion mit dem neuartigen Coronavirus in Deutschland. Damals konnten wohl die Wenigsten die volle Bandbreite der Folgen erahnen. Mittlerweile sind wir im dritten Corona-Jahr, und auch in Lehre und Forschung an den Hochschulen ist (immer noch) nichts mehr, wie es einmal war. Wie in allen anderen gesellschaftlichen Bereichen, so sind es auch hier für uns schwere Zeiten – auch für die Studierenden. Mittlerweile, so ist zumindest meine Wahrnehmung, setzt sich bei uns aber auch die Einsicht durch, dass diese ‚Krise‘ eben nicht nur ‚danger‘ bedeutet, sondern ganz deutliche ‚opportunities‘ gerade für uns an den Hochschulen mit sich gebracht hat. Fast könnte man sagen: Wir hoffen, dass nichts mehr so wie früher wird. Wie das?

Nun, die Corona-Pandemie hat hier Entwicklungen getriggert und beschleunigt, die ohne die Einschränkungen durch die Pandemie sicherlich nicht so rasch so weit vorangetrieben worden wären, wie es nun tatsächlich der Fall ist. Das trifft vor allem auf die sogenannte online-Lehre zu. Als ich 2003 am IfKW in Kooperation mit der [Virtuellen Hochschule Bayern](#) meine erste online-Vorlesung konzipierte, wurde mir und dem Projekt noch sehr viel Misstrauen entgegengebracht – auch und gerade von Kollegen. Das

hat sich auch bis zum Ende meines Engagements in diesem Bereich 2016 nicht geändert. Obwohl ich im Rahmen zahlreicher weiterer online-Lehre-Projekte bis dahin auch viel Drittmittel eingeworben hatte (insg. über € 800.000) und Promotionsstellen geschaffen werden konnten, legte sich die Skepsis nie. Wie man aber sieht: Totgeglaubte leben länger — Dank Corona ist das Thema online-Lehre aktueller denn je. Die LMU hat hier deutlich in Technik und Personal investiert. Und auch das Thema ‚home-office‘ hat durch die Pandemie ganz enorm an Fahrt aufgenommen. Schade, dass es derart dramatische Entwicklungen brauchte, um bei solchen Zukunftsthemen WIRKLICH ZÜGIG voranzukommen.

Vor dem beschriebenen Hintergrund gebührt zu aller erst dem gesamten Team meines Forschungs- und Lehrbereichs Dank für den geradezu heroischen Einsatz, das tolle Engagement bei der Bewältigung der Online-Lehre und ganz allgemein die große Kooperationsbereitschaft während der Pandemie. Wir haben alle durch die Umstellung über den Anschlag hinaus gearbeitet, damit die Lehre auch in strikten Lockdown-Zeiten weiter auf hohem Niveau sichergestellt werden konnte. Am letztendlich guten Gelingen der ganzen Sache haben auch die Studierenden einen großen Anteil. DANKE!

Die Erfahrungen, die wir alle in dieser Zeit mit Online-Lehre gemacht

haben, sind wertvoll. Nicht Alles ist gut (gelungen), aber Vieles verdient es, auch im ‚Normal-Betrieb‘ bedacht und angewandt zu werden. Wie genau das in Zukunft aussehen kann, daran arbeiten wir im Hintergrund noch. Aber in Zukunft ganz auf online-Lehre zu verzichten, das kann sich von uns aktuell niemand so recht vorstellen. Am wahrscheinlichsten weil sehr gewinnbringend sind blended-learning Konzepte. Andererseits hat sich aber auch gezeigt, wo die Grenzen virtueller Lehre liegen. Das war ein wichtiger Lernprozess unter Realbedingungen. Wann hat man ein solches Szenario schon...

Was im Bereich Lehre von Vorteil war, hat sich im Bereich Forschung als Nachteil herausgestellt. So waren z.B. Vor-Ort-Konferenzteilnahmen rund um den Globus nicht möglich. Virtuelle Konferenzen erschweren aber das mit Blick auf neue Forschungsk Kooperationen so wichtige Netzwerken ganz ungemein. Auch aus karrieretechnischen Gesichtspunkten ist diese Netzwerken eine ganz wichtige Angelegenheit – vor allem für den akademischen Nachwuchs. Hier für die Zukunft gute Konzepte zu entwickeln, wenn man zumindest teilweise auch den Vorteil der Reduktion unserer CO2-Fußabdrücke weiter sicher möchte — das wird eine echte Herausforderung werden. Davon abgesehen haben wir alle aber sicherlich auch die enormen Kosten- und Zeitersparnisse geschätzt, die uns virtuelle Teilnahmen an Konferenzen oder Meetings beschert haben. Auch hier gilt es also, die ‚opportunity‘ zu nutzen, die uns die Krise eben auch bietet.

Wieder einmal hat sich die Zusammensetzung meines Arbeiterteams

geändert, etwas was typisch ist in der Welt von Forschung und Lehre. Als Nachfolgerin von Dr. Clarissa Schöllner konnten wir Dr. Ahmed Elmezeiny gewinnen. Dr. Marc Jungblut hat im WS 21/22 eine Vertretungsprofessur an der Universität Jena übernommen und wurde vertreten durch Dr. Anke Fiedler. Und unsere B.A.-Alumna Elena Pohl hat ihr Masterstudium „internationale Public Relations“ überaus erfolgreich abgeschlossen und arbeitet mittlerweile bei der UNO in Wien. Eine wunderbare Konstante haben wir mit Isabell Srba B.A. im Sekretariat. Sie war und ist in den schwierigen Zeiten der Pandemie auch im home-office ein ganz besonders zentraler Ankerpunkt für uns alle. Gerade vor dem Hintergrund der pandemischen Turbulenzen kann ich sagen: Ich schätze mich sehr glücklich mit diesem wunderbaren Team.

Über unsere weiteren Aktivitäten können Sie sich regelmäßig und aktuell auf unserer [Website](#) und neuerdings auch auf unserem [Blog](#) informieren. Hier finden Sie auch abstracts zu den interessantesten und besten Examensarbeiten an unserem Lehr- und Forschungsbereich und können die vollständigen Arbeiten anfragen. Auch ein Blick in den [Schriftenserver der LMU](#) lohnt. Wie immer sehen wir mit großem Interesse neuen Kooperationsangeboten, gemeinsamen Projekten und Gesprächen mit Ihnen entgegen.

Sprechen Sie uns an!



München, im Februar 2022



Prof. Dr. Romy Fröhlich

romy.froehlich@ifkw.lmu.de
+49 (0)89 2180-9454 (-9457)

Studium der Kommunikationswissenschaft, Neueren Deutschen Literaturgeschichte und der Theaterwissenschaft an der Universität München. Danach 1985–86 wissenschaftliche Mitarbeiterin der Gesellschaft für Konsum-, Markt- & Absatzforschung (GfK) Nürnberg. 1986-93 wissenschaftliche Mitarbeiterin am Institut für Journalistik und Kommunikationsforschung der Hochschule für Musik und Theater Hannover. 1993-94 Senior Consultant der PR-Agentur Kroehl Identity Consultants, Frankfurt a. M. 1993 Promotion zum Thema „Rundfunk-PR“. 1998-2000 Professorin für Journalistik und Öffentlichkeitsarbeit an der Ruhr-Universität Bochum. Seit Oktober 2000 Professorin für Kommunikationswissenschaft am Institut für Kommunikationswissenschaft (IfKW) der Ludwig-Maximilians-Universität München. 2001-06 Mitglied der DPRG-Zertifizierungskommission für PR-Aus-/Weiterbildung sowie Vorsitzende der DPRG-Ausbildungskommission. 2002-2004 Senatorin der LMU. Internationale Forschungsaufenthalte als Visiting Scholar an der School of Journalism der Ohio State University in Columbus, Ohio, USA (1989), an der University Newcastle, Australien (2002/03) und an der University Melbourne, Australien (2011/12). 2002-2006 Vorsitzende der Deutschen Gesellschaft für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft. 2006-2008 geschäftsführender Vorstand des IfKW. Im Rahmen von LMUexcellent 2007-2017 Mentorin für hochbegabte Nachwuchswissenschaftlerinnen der Fakultät 15. Mitglied der Ethik-Kommission der Fakultät 15. 2014-2016 Konsortiums-Koordinatorin des EU-FP7-Projekts [INFOCORE](#) und Principal Investigator des Work Package No 6 „[Strategic Communication](#)“ (2014-2016).

Lehr- und Forschungsschwerpunkte

Persuasive Kommunikation, Organisationskommunikation/Public Relations, Framing-Analyse (Nachrichten, Konflikt/Krieg/Krise), geschlechtsspezifische Aspekte der Kommunikations- und Medienforschung, empirische Methoden der Sozialwissenschaft (insbes. quantitative und qualitative Inhaltsanalyse, quantitative und qualitative Befragung)

Forschungs- und Drittmittelprojekte

„Journalistinnen im privaten Rundfunk in Bayern“ (2019-2020)

Veröffentlichungen

- Fröhlich, R. (2021). Der weite Weg der PR/OK: Vom fünften Rad am Wagen bis in die Mitte des Faches. In S. Huck-Sandhu, & O. Hoffjann (Hrsg.), *UnVergessene Geschichten – PR- und Organisationskommunikationsforschung autobiographisch* (S. 249-275). Wiesbaden: Springer VS. Online first 14.12.2021
- Fröhlich, R. (2021). Journalistinnen im privaten Rundfunk in Bayern: Diagnose zu Entwicklung und Status quo. In M. Behmer, & V. Katzenberger (Hrsg.), *Vielfalt vor Ort. Die Entwicklung des privaten Rundfunks in Bayern* (S. 257-271). Bamberg: University of Bamberg Press.
- Fröhlich, R., & Jungblut, M. (2021). Epistemic evidence in strategic-persuasive communication: On the effects of investing in the truthfulness of NGOs' strategic crisis and conflict communications. *International Journal of Communication*, 15, 2968–2986.
- Fröhlich, R., & Knobloch, A. S. (2021). "Are they allowed to do that?" Content and typology of corporate socio-political positioning on TWITTER. A study of DAX-30 companies in Germany. *Public Relations Review*, 47(5), Article 102113 (online first). <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0363811121001065>
- Fröhlich, R., & Rizzi (2021). Evidenzbasierte PR im postfaktualen Zeitalter. Zur Bedeutung von Evidenzen für die wahrgenommene Glaubwürdigkeit strategisch-persuasiver Kommunikation. *PRMagazin/Theorie & Praxis*, o.Jg.(5), 2-9.
- Fröhlich, R. (2021). Grußwort. In J. Althaller & M. Leopold (Hrsg.), *Aufbruch in die digitale Dimension. Wie zehn Jahre Social Media die Businesskommunikation verändert haben* (S. 7-9). München: Redline.
- Fröhlich, R. (2020). Auf ein Wort. CSA im Mittelstand. *Hessenmetall. Mitglieder-magazin des Verbands der Metall- und Elektro-Unternehmen Hessen e.V.*, o.Jg.(2), 36.
- Fröhlich, R., & Knobloch, A. (2020). Wenn Unternehmen Stellung beziehen. *Presseprecher*, o.Jg.(1), 64-68.

Vorträge, Podiumsteilnahmen, sonstiges

- Kiefl, F., Sauter, S., Pohl, E., & Fröhlich, R. (2020). Journalistische Simulationen persuasiver Kommunikation im WWW. Eine Untersuchung zur Konvergenz von Journalismus und PR aus Nutzersicht. Vortrag auf der DGPUK-Fachgruppen-Tagung „OK/PR“, 30.10.2020, Mainz, Universität Mainz.

Aktivitäten & Engagement

Mitglied des Editorial Boards der wissenschaftlichen Fachzeitschrift „Media, War and Conflict“.

Mitglied des (Associate) Editorial Boards der wissenschaftlichen Fachzeitschrift „Communication, Culture & Critique“.

Mitglied des International Editorial Advisory Boards der wissenschaftlichen Fachzeitschrift „Journalism & Mass Communication Editor“.

Mitglied der Review Boards der internationalen Fachzeitschriften “Studies in Communication Sciences”, “Corporate Communication” und “Communication Research”.

Ad-hoc-Gutachterin der Deutschen Forschungsgemeinschaft (DFG).

Mitglied des Hochschulrats der Hochschule für Musik, Theater und Medien Hannover.

Vorsitzende der Expertenjury des Bundesverbandes deutscher Pressesprecher für die Auszeichnung „Pressestelle des Jahres“.

Mitglied der Initiative FidAR (Frauen in die Aufsichtsräte) e.V., Berlin.



Dr. Marc Jungblut

marc.jungblut@ifkw.lmu.de

2007-2013 Studium der Publizistik, Media Studies, Psychologie und Filmwissenschaft an der Johannes Gutenberg-Universität Mainz und der New School in New York. 2014-2015 Wissenschaftlicher Mitarbeiter im EU-Projekt (In)Forming Conflict Prevention, Response and Resolution: The Role of Media in Violent Conflict (INFOCORE) am Institut für Kommunikationswissenschaft und Medienforschung der Ludwig-Maximilians-Universität München. 2015-2019 Wissenschaftlicher Mitarbeiter am Institut für Kommunikationswissenschaft und Medienforschung der Ludwig-Maximilians-Universität München. 2017 Forschungsaufenthalt am Cline Center for Advanced Social Research der University of Illinois in Urbana-Champaign. 2019 Promotion im Fach Kommunikationswissenschaft am Institut für Kommunikationswissenschaft und Medienforschung der Ludwig-Maximilians-Universität München. Titel der Arbeit „Strategic communication and its role in conflict news production. A comparative computational analysis of the international news coverage on four violent conflicts“. 2019-2020 Wissenschaftlicher Assistent am Institut für Kommunikationswissenschaft und Medienforschung der Ludwig-Maximilians-Universität München. Seit 2020 Akademischer Rat (auf Zeit) am Institut für Kommunikationswissenschaft und Medienforschung der Ludwig-Maximilians-Universität München. Im Wintersemester 2021 Vertretung der Professur für strategische Kommunikation am Institut für Kommunikationswissenschaft der Friedrich-Schiller-Universität Jena.

Lehr- und Forschungsschwerpunkte

Strategische Kommunikation, Die Rolle von Medien in Krieg, Krisen und Terrorismus, Computational Communication Science

Veröffentlichungen

Chan, C.H., Bajjalieh, J., Auvil, L., Wessler, H., Althaus, S., Welbers, K., van Atteveldt, W., & Jungblut, M. (2021). Four best practices for measuring news sentiment using 'off-the-shelf' dictionaries: a large-scale p-hacking experiment. *Computational Communication Research*, 3(1), 1-27. <https://doi.org/10.5117/CCR2021.1.001.CHAN>

Chan, C.H., Zeng, J., Wessler, H., Jungblut, M., Welbers, K., Bajjalieh, J., van Atteveldt, W., & Althaus, S. (2020). Reproducible Extraction of Cross-lingual Topics (rectr). *Communication Methods and Measures*, 14(4), 285-305. <https://doi.org/10.1080/19312458.2020.1812555>.

- Fröhlich, R., & Jungblut, M. (2021). Epistemic evidence in strategic-persuasive communication: On the effects of investing in the truthfulness of NGOs' strategic crisis and conflict communications. *International Journal of Communication*, 15, 2968-2986.
- Haim, M., & Jungblut, M. (2021). Politicians' Self-depiction and Their News Portrayal: Evidence from 28 Countries Using Visual Computational Analysis. *Political Communication*, 38(1-2), 55-74. <https://doi.org/10.1080/10584609.2020.1753869>
- Haßler, J., Wurst, A.-K., Jungblut, M., & Schlosser, K. (2021). The influence of the pandemic lockdown on Fridays for Future's hashtag activism. *New Media & Society*. Advanced Online Publication. <https://doi.org/10.1177/14614448211026575>
- Jungblut, M. (2020a). *Strategic communication and its role in conflict news. A computational analysis of the international news coverage on four conflicts*. Springer VS.
- Jungblut, M. (2020b). Kriegs- und Konfliktberichterstattung im digitalen Zeitalter. In I. Borucki, K. Klein-von-Königslow, S. Marschall, & T. Zerback (Hrsg.), *Handbuch Politische Kommunikation*. Springer VS. Advanced Online Publication. https://doi.org/10.1007/978-3-658-26242-6_23-1
- Jungblut, M., & Haim, M. (2021). Visual gender stereotyping in campaign communication: Evidence on female and male candidate imagery in 28 countries. *Communication Research*. Advanced Online Publication. <https://doi.org/10.1177/00936502211023333>
- Jungblut, M., & Johnen, M. (2021). When brands (don't) take my stance. The ambiguous effectiveness of political brand communication. *Communication Research*. Advanced Online Publication. <https://doi.org/10.1177/00936502211001622>
- Jungblut, M., & Jungblut, J. (2021). Do organizational differences matter for the use of social media by public organizations? A computational analysis of the way the German police use Twitter for external communication. *Public Administration*. Advanced Online Publication. <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/padm.12747>
- Welbers, K., van Atteveldt, W., Althaus, S., Bajjalieh, J., Shalmon, D., Joshi, P., Wessler, H., Chan, C.H., & Jungblut, M. (2021). Linking event archives to news: A computational method for analyzing the gatekeeping process. *Communication Methods and Measures*. Advanced Online Publication. <https://doi.org/10.1080/19312458.2021.1953455>

Wessler, H., Althaus, S., Chan, C.H., Jungblut, M., Welbers, K., & van Atteveldt, W. (2021). Multiperspectival normative assessment: the case of mediated reactions to terrorism. *Communication Theory*. Advanced Online Publication. <https://doi.org/10.1093/ct/qtab007>

Vorträge, Podiumsteilnahmen, sonstiges

Althaus, S., Bajjalieh, J., Jungblut, M., Shalmon, D., van Atteveldt, W., & Wessler, H. (2020). Is it easier to scare us or piss us off? The impact of terrorist attacks on news dis-course across 74 years of New York Times reporting. Gehalten auf der 70. Jahrestagung der International Communication Association (ICA), virtuelle Konferenz.

Chan, C.H., Zeng, J., Wessler, H., Jungblut, M., Welbers, K., Bajjalieh, J., van Atteveldt, W., & Althaus, S. (2020). Reproducible extraction of cross-lingual Topics using R. Gehalten auf der 70. Jahrestagung der International Communication Association (ICA), virtuelle Konferenz.

Haim, M., & Jungblut, M. (2020). Politicians' self-depiction and news portrayal: Evidence from 28 countries. Gehalten auf der 70. Jahrestagung der International Communication Association (ICA), virtuelle Konferenz.

Haim, M., & Jungblut, M. (2021). How open is communication science? Analyzing open-science principles in communication science and psychology. Gehalten auf der 71. Jahrestagung der International Communication Association (ICA), virtuelle Konferenz.

Jungblut, M., & Jungblut, J. (2020). "Tweets of Da Police" – How the German Police Uses Twitter to Relate to the Public. Gehalten auf der Jahrestagung des European Consortium for Political Research (ECPR), virtuelle Konferenz.

Jungblut, M., & Jungblut, J. (2021). Do organizational differences matter for the use of social media by public organizations? A computational analysis of the way the German police use Twitter for external communication. Gehalten auf der Sektionstagung Policy Analyse und Verwaltungswissenschaften der Deutschen Vereinigung für Politikwissenschaft (DVPW), virtuelle Konferenz.

Jungblut, M., Kümpel, A. S., & Steer, R. (2021). Die Krisenkommunikation der Polizei in sozialen Medien: Eine Mixed- Method-Studie zur Verwendung sozialer Medien während Organisationskrisen und externen Krisensituationen. Gehalten auf der Jahrestagung der Fachgruppe Public Relations und Organisationskommunikation der Deutschen Gesellschaft für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft (DGPK), Mainz.

Kümpel, A. S., Jungblut, M., & Steer, R. (2021). Social media use of the police in crisis situations: A mixed-method study on communication practices of the German police. Gehalten auf der 71. Jahrestagung der International Communication Association (ICA), virtuelle Konferenz.

- Markiewitz, A., & Jungblut, M. (2021). Media in mental health: An approach to conceptualize the media's role in the help-seeking of people suffering from mental health issues. Gehalten auf der European Conference on Health Communication (EHC) 2021, virtuelle Konferenz.
- Welbers, K., van Atteveldt, W., Althaus, S., Wessler, H., Bajjalieh, J., Chan, C.H., & Jungblut, M. (2020). Media portrayal of terrorist events: Using computational text analysis to link news items to the Global Terrorism Database. Gehalten auf der 70. Jahrestagung der International Communication Association (ICA), virtuelle Konferenz.
- Weißler, H., Althaus, S., Chan, C.H., Jungblut, M., Welbers, K., & van Atteveldt, W. (2021). Responsible terrorism communication. Linking normative theories and empirical insights to inform guidelines for communicators. Gehalten auf der 71. Jahrestagung der International Communication Association (ICA), virtuelle Konferenz.
- Wurst, A.-K., Jungblut, M., Haßler, J., & Schlosser, K. (2021). Slacktivism only? The influence of the pandemic lockdown on Fridays for Future's hashtag activism. Gehalten auf der 71. Jahrestagung der International Communication Association (ICA), virtuelle Konferenz.
- Wurst, A.-K., Schlosser, K., Jungblut, M., & Haßler, J. (2021). Slacktivism only? The influence of the pandemic "lockdown" on online debates about Fridays for Future. Gehalten auf der ersten Dreiländertagung für Kommunikationswissenschaft (DACH 2021), virtuelle Konferenz.

Auszeichnungen

2020: Best Paper Award der International Communication Association's (ICA) Interest Group Computational Methods [Beitrag: Chan, C.H., Zeng, J., Wessler, H., Jungblut, M., Welbers, K., Bajjalieh, J., van Atteveldt, W., & Althaus, S. (2020). Reproducible extraction of cross-lingual Topics using R.]



Dr. Ahmed Elmezeny

ahmed.elmezeny@ifkw.lmu.de

2005 bis 2009: Studium in Journalismus und Massenkommunikation an der American University in Kairo. Auslandsjahr an der University of Colorado, Boulder im akademischen Jahr 2008/2009. 2011 bis 2013 Communication and Advocacy Officer bei *Save the Children International*, Kairo. M.A.-Abschluss im November 2013 an der TU Ilmenau mit einer Arbeit zum Thema „Mass Media and Social Media Representations of Game Culture“. September 2015 bis Oktober 2016: Wissenschaftlicher Mitarbeiter im Fachgebiet Public Relations & Technikkommunikation, Institut für Medien- und Kommunikationswissenschaft (IfMK) der TU Ilmenau. November 2016 bis Juli 2020: Wissenschaftlicher Mitarbeiter im Fachgebiet Medienrealität, Institut für Medien, Wissen und Kommunikation (imwk) an der Universität Augsburg. Seit August 2020: Wissenschaftlicher Mitarbeiter am Lehrbereich von Prof. Romy Fröhlich. 2021: Promotion an der Universität Augsburg mit einer Arbeit zum Thema „The Complete Cost of Play: An Ethnography of Commercialization in Free-to-Play Culture“ (Näheres siehe S. 20).

Lehr- und Forschungsschwerpunkte

Public Relations, Digitalkultur, Qualitative Methoden, Mediensoziologie, Online Kommunikation und Spielkultur

Veröffentlichungen

Elmezeny, A. (2021). *The Complete Cost of Play: An Ethnography of Commercialization in Free-to-Play Game Culture*. Göttingen: Cuvillier Verlag.

Elmezeny, A. (2020). Just 1€ to Unlock This Guide! How and Why to Study Free-To-Play Game Cultures. In G. Maïke, K. Nina, T. Angela, & W. André (Eds.), *Games and Ethics: Theoretical and Empirical Approaches to Ethical Questions in Digital Game Cultures* (Vol. 7, Digitale Kultur und Kommunikation, S. 113-129). Wiesbaden: Springer VS.

Vorträge, Podiumsteilnahmen, sonstiges

Demling, J. & Elmezeny, A. (2021). Sad Boys and Girls: A new form of humor and social sharing through online meme culture. European Communications and Research Association Conference, online, 2021.

Aktivitäten & Engagement

YECREA Representative of the Digital Games Research Group (European Communication Research and Education Association)



Miriam Schnick, M.A.
schnick@ifkw.lmu.de

2006-2011 Bachelor- und Masterstudium der Kommunikationswissenschaft an der LMU München. Studienbegleitende Tätigkeiten und Praktika u.a. als studentische Hilfskraft (Lehrbereiche Brosius und Peiser), in der Marktforschung (klare Antworten/tns infratest; iconkids & youth) sowie beim Hörfunk (M94.5; Radio Gong). Seit April 2013 wissenschaftliche Mitarbeiterin und seit November 2014 zudem Auslandsbeauftragte des IfKW.

■ Schwerpunkte in der Lehre

Professional Communication and Media Institutions in Munich

Dr. Anke Fiedler
 anke.fiedler@ifkw.lmu.de



Studium der Kommunikationswissenschaft, Soziologie und Psychologie (Magister Artium) am Institut für Kommunikationswissenschaft und Medienforschung der Ludwig-Maximilians-Universität München, Studium am Institut Français de Presse der Université Panthéon-Assas Paris II. Mehrere studienbegleitende Praktika und freiberufliche Tätigkeiten im Journalismus, in der Werbebranche sowie für die UNESCO in Paris, Bujumbura und Amman. 2006–2008 Projektassistentin UNESCO Irak Büro in Amman. 2009–2011 Projektmitarbeiterin am IfKW der LMU München im Rahmen eines DFG-Projektes zur DDR-Tagespresse, 2012 Promotion zum Dr. phil. mit einer Dissertation zum Thema „Medienlenkung in der DDR“ (ausgezeichnet mit dem Dissertationspreis der DGPUK Fachgruppe Kommunikationsgeschichte), 2012–2013 wissenschaftliche Mitarbeiterin am IfKW. 2013–2016 wissenschaftliche Mitarbeiterin in dem EU-geförderten Projekt INFOCORE (FP7) an der Université libre de Bruxelles (ULB). Wintersemester 2015/16 Vertretung der W2-Professur „Kommunikationsgeschichte und Medienkulturen“ am Institut für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft (IfPuK) der Freien Universität Berlin, 2018–2019 Vertretung der W3-Professur „Kommunikationspolitik/Medienökonomie“ am IfPuK der FU Berlin. 2018–2021 Leiterin in dem EU-geförderten Projekt RePAST (H2020) am IfKW der LMU München. Im Wintersemester 2021/22 wissenschaftliche Mitarbeiterin (Vertretung) am Lehrbereich von Prof. Dr. Romy Fröhlich am IfKW der LMU.

Lehr- und Forschungsschwerpunkte

Mediensysteme in internationaler und transnationaler Perspektive (Schwerpunkte: Subsahara-Afrika, Naher Osten, Nordafrika), Kommunikations- und Informationsprozesse im Kontext fragiler Staatlichkeit, Medien und Migration, Medien und Erinnerung, Mediengeschichte (DDR, postsozialistische Transformation), Öffentlichkeitswandel

Forschungs- und Drittmittelprojekte

„RePAST – Revisiting the Past, Anticipating the Future“ (Horizon 2020 – The EU Framework Programme for Research and Innovation) (2018–2021)

Veröffentlichungen

Fiedler, A. (2021). The Power of Hegemonic Memory: Tracing the Past in Everyday Discourse on the Example of National Socialism in Germany. *International Journal of Communication*, 15, 3379–3396.

Badr, H., Behmer, M., Fengler, S., Fiedler, A., Grüne, A., Hafez, K., Hahn, O., et al. (2020). Kosmopolitische Kommunikationswissenschaft: Plädoyer für eine 'tiefe Internationalisierung' des Fachs in Deutschland: Ein wissenschaftspolitisches Positionspapier. *Publizistik*, 65(3), 295–303.

Fiedler, A. (2020). From Being Aware to Going There: On the Awareness and Decision-Making of (Prospective) Migrants. *Mass Communication and Society*, 23(3), 356–377.

Vorträge, Podiumsteilnahmen, sonstiges

Fiedler, A., & Wollenberg, A. (2021). Issues with trust in fragile contexts: what impact for armed violence and transition on media perception?. Symposium des Forums Medien und Entwicklung (FoME), Berlin, 18. November 2021.

Fiedler, A. (2021). Assessing the Gap Between Private and Public Memory: The Perception and Interpretation of Conflicting Mnemonic Narratives – A Comparative Study from Germany and Poland. RePAST Final Conference: Negotiating Troubled Pasts: History, Politics, Arts and the Media, Online, 15. Oktober 2021.

Fiedler, A., & Wollenberg, A. (2021). Filling the hegemonic void: Information seeking and processing in violent conflict. IAMCR Annual Conference, Nairobi, 11.-15. Juli 2021.

Traunspurger, J., & Fiedler, A. (2021). Do the Two Go Together? National Self-Image and Nation-Memory in German Media Discourse. IAMCR Annual Conference, Nairobi, 11.-15. Juli 2021.

Fiedler, A., Traunspurger, J., Świrek, K., & Rawski, T. (2021). Same same but different – the public and everyday memory discourse in Germany and Poland. 5th Annual Conference der Memory Studies Association (MSA), Warschau, 5.-9. Juli 2021.

Siapera, E., & Fiedler, A. (2021). Media and Past Conflict: Hegemonic Memory and Media Processes. RePAST International Workshop: Negotiating Troubled Pasts: History, Politics, Arts and the Media, Online, 28. Mai 2021.

Fiedler, A., & Traunspurger, J. (2021). The Power of Political Memory: Tracing the Past in Everyday Discourse on the Example of National Socialism in Germany. 71st ICA Annual Conference, Denver, 27.-31. Mai 2021.

Fiedler, A., & Traunspurger, J. (2020). The power of public memory: The Third Reich in all-German communicative memory. IAMCR Annual Conference, Tampere, 12.-17. Juli 2020.

Fiedler, A. (2021). Policy recommendations for Germany. RePAST International Workshop for Policy-makers and other stakeholders, Online, 26. März 2021.

Auszeichnungen

2021: Top Paper Award der International Communication Association's (ICA) Communication History Division [Beitrag: Fiedler, A., & Traunspurger, J. (2021). The Power of Political Memory: Tracing the Past in Everyday Discourse on the Example of National Socialism in Germany.]

Aktivitäten & Engagement

Seit 2021 Vice Chair der „Communication in post- and neo-authoritarian societies Working Group“ der International Association for Media and Communication Research (IAMCR)

Seit 2021 Mitglied des DFG-geförderten Netzwerks „Kosmopolitische Kommunikationswissenschaft“



Elena Pohl

Elena Pohl studierte 2016 bis 2021 an der Ludwig-Maximilians-Universität München – zunächst im Bachelor Kommunikationswissenschaft, dann im Master Internationale Public Relations. Ihre Abschlussarbeiten schrieb sie zum Thema Karrierebarrieren von Frauen in der PR-Branche (Bachelor) und zu strategischer Kommunikation islamistischer Extremisten und deren Einfluss auf Jugendliche (Master). Während dieser Studienzeit arbeitete sie 2017 bis Anfang 2021 als Hilfskraft am Lehrbereich Fröhlich. Nach langjähriger Berufserfahrung in der Kommunikation und PR im Privatsektor arbeitet Elena Pohl nun seit Abschluss des Masterstudiums im September 2021 als Consultant im Gender Team des Büros der Vereinten Nationen für Drogen und Verbrechensbekämpfung (UNODC) in Wien. Ihre Forschungsarbeiten veröffentlichte sie bisher unter anderem in Peer Reviewed Journals sowie auf internationalen Konferenzen (ICA) und Sammelbänden.

■ Veröffentlichungen

Riesmeyer, C., Pohl, E., & Ruf, L. (2021). Stressed, but connected. Adolescents, their perceptions of and coping with peer pressure on Instagram. *Medienpädagogik* (Occasional Papers), 17-41. doi:<https://bit.ly/2R1f70C>

■ Vorträge, Podiumsteilnahmen, sonstiges

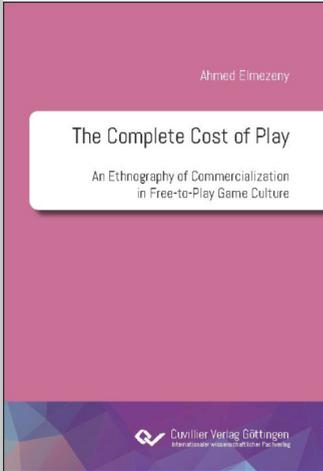
Kiefl, F., Sauter, S., Pohl, E., & Fröhlich, R. (2020). Journalistische Simulationen persuasiver Kommunikation im WWW. Eine Untersuchung zur Konvergenz von Journalismus und PR aus Nutzersicht. Vortrag auf der DGPUK-Fachgruppen-Tagung „OK/PR“, 30.10.2020, Mainz, Universität Mainz.

Isabell Srba

isabell.srba@ifkw.lmu.de
sekretariat-froehlich@ifkw.lmu



Isabell Srba arbeitete nach dem erfolgreichen Studium der Anglistik, Literaturwissenschaften und Französisch in verschiedenen Münchner Kultureinrichtungen, wie beispielsweise dem temporären Projekt ‚Mixed Munich Arts‘, realisierte Ausstellungen und Veranstaltungen. Zuletzt assistierte sie der Leitung des Kulturzentrums der Israelitischen Kultusgemeinde in München. Seit Februar 2019 ist Isabell Srba Sekretärin am Lehr- und Forschungsbereich Fröhlich.



Dr. Ahmed Elmezeny
ahmed.elmezeny@ifkw.lmu.de

Dissertationsprojekt

Die Dissertation von Ahmed Elmezeny „The Complete Cost of Play: An Ethnography of Commercialization in Free-to-Play Game Culture“ ist im April 2021 erschienen. Darin setzt er sich mit der Transformation und Kommerzialisierung von Free-to-Play Spielen am Beispiel von *Empire* auseinander und präsentiert die Ergebnisse seiner ethnografischen Studie.

Abstract

Free-to-play (F2P) games have been taking the market by the storm, proving to be both popular among users and developers. Delivering the core experience for free and functional or decorative benefits within the game for a small price (microtransactions), can these games really be labelled free? This research explores the costs involved in playing or taking part in free-to-play game communities through an 18-month virtual ethnography. Using a specific F2P browser game which is developed and published in Germany as a case example, interviews are conducted with professionals from the game company, as well as players of the game to explore the influence the payment model has on the various aspects of the game culture. Utilizing the circuit of culture (du Gay et al., 1997) as a theoretical framework, the research empirically explores all the contexts of the game culture in question, from official and non-official game content production and regulation, to appropriation and identification by members of the culture and the representation of themes within the game and of the game within media and public discourse.

Die Arbeit ist [hier](#) im open access verfügbar.

Masterarbeiten

2020:

Isabella Althoff: „Influencer in der internen Kommunikation. Experteninterviews zum Status Quo des strategischen Einsatzes von Influencern in der Mitarbeiterkommunikation.“

Celine Felgitsch: „FolowUs? – Unternehmenskommunikator*innen im Vergleich: Public Relations vs. Mitarbeiter*innen als Botschafter*innen auf sozialen Medien.“

Annelie Heitmann: „Evidenzbasierte PR in der Klimadebatte. Wie setzen strategisch-persuasive Texte von E.ON, RWE, Greenpeace und Fridays for Future Evidenz ein und welche Medienresonanz erreichen sie damit? “

Lea Köthe: „Public Relations in Zeiten des Klimawandels. Auswirkungen von Evidenz und Greenwashing auf die Qualität und Glaubwürdigkeit strategisch-persuasiver Kommunikation.“

Franziska Küpfer: „Public Relations im postfaktischen Zeitalter. Eine Untersuchung der heutigen Bedeutung von Wahrhaftigkeit für die PR-Praxis.“

Julian Lowell: „PR im Spannungsfeld von Information und Unterhaltung. Wie wirken sich hedonische und eudaimonische Unterhaltung durch PR-Texte auf die Glaubwürdigkeit von Unternehmen sowie Handlungsabsichten, Wissen und Einstellungen von Rezipierenden aus?“

Daniela Preis: „Einflussnahme oder seriöse Medienarbeit? Eine empirische Untersuchung zum aktuellen Umgang mit Incentives für Journalisten in der Unternehmenskommunikation.“

Julian Rathgeber: „Unterscheiden sich Journalismus und strategisch-persuasive Kommunikation in der „post-faktischen“ Internetkommunikation bei der Anwendung von Evidenz und Evidenzsicherungsverfahren? Eine Inhaltsanalyse von journalistischen Artikeln und strategisch-persuasiven Pressemitteilungen im Internet.“

Marie Richter: „Wahrnehmung und Wirkung von PR in nicht PR-originären Online-Angeboten. Eine experimentelle Online-Befragung unter Nutzer*innen.“

Sophia Rizzi: „Evidenzbasierte Public Relations im post-faktualen Zeitalter. Der Einfluss von Evidenzen auf die wahrgenommene Glaubwürdigkeit strategisch-persuasiver Kommunikation.“

2021:

Sarah Gaspers: „Sport-PR in Zeiten einer globalen Krise. Eine quantitative Inhaltsanalyse der Krisenkommunikation der mitgliederstärksten deutschen Sportverbände in der Corona-Pandemie anhand von Pressemitteilungen“

Franziska Kiefl: „‘Je ehrlicher die Headline, desto weniger knallt’s’: Ethische Konflikte für PR-Praktiker*innen vor dem Hintergrund moderner Post-Truth-Tendenzen.“

Annika Kühnl - "Die strategische Krisenkommunikation der deutschen Bundesregierung über Impfungen während der Covid 19-Pandemie. Eine quantitative Inhaltsanalyse der Botschaften auf Twitter"

■ Bachelorarbeiten

Sophia Meliss: „Story Telling Goes Digital: Eine inhaltsanalytische Untersuchung digitaler Formen narrativer PR und eines möglichen Funktionswandels von PR.“

Tiziana Müller: „Authentische Kommunikation auf Augenhöhe: Die Zusammenarbeit zwischen PR und Influencer_innen.“

Carolin Ruppert: „Nachhaltigkeitskommunikation 2.0. Eine Untersuchung der Kommunikationsstrategien von Umweltbewegungen und der Nachhaltigkeitskommunikation von Unternehmen auf Social Media.“

Simon Sauter: „Das ist gut für unseren Ruf (?!). Der Einfluss gesellschaftspolitischer CEO-Kommunikation auf die Reputation von Unternehmen.“

Verena Beck: „Politische PR im post-faktischen Zeitalter: die Asyl- und Migrationsdebatte.“

Chiara Coenen: „Die Diskrepanz zwischen theoretischer Modellbildung und Praxis der internationalen Public Relations. Eine Expertenbefragung zur Integration von Social Media in den theoretischen Diskurs internationaler Public Relations.“

2020:

Leonardo Ferreira: „Das Frauenbild im Deutschrapp. Eine Analyse der weiblichen Selbstinszenierung anhand ausgewählter Songtexte deutschsprachiger Rapperinnen.“

Sebastian Frank: „Ultras in den Medien – „Fußballkulturzerstörer, Chaoten, Randalierer und Kriminelle“? Diskursanalyse medialer Berichterstattung über Ultras in Deutschland.“

Alexandra Fielker: „Unternehmenskommunikation im Web 2.0: Die Funktionen von PR auf Instagram und die Abgrenzung zu Marketing - Eine Quantitative Inhaltsanalyse.“

Anita Gašparević: „Framing der 2019 Hongkong Proteste auf Twitter. Ein Ländervergleich in Bezug auf Text und Bild.“

Veronika Graf: „Berichterstattung als Quelle der Angst? Eine qualitative Inhaltsanalyse der Berichterstattung eines Boulevard- und Qualitätsmediums über den islamistischen Terroranschlag in Manchester 2017.“

Stephan Keitel: „Funktionswandel von PR und Marketing im 21. Jahrhundert: Die Zukunft der Organisationskommunikation aus Sicht der Unternehmen.“

“

2021:

Veronika Fischer: „Kommunikation über Krieg in sozialen Medien: Wirkung von Human-Interest-Frames in sozialen Medien am Beispiel der gewaltsamen Auseinandersetzung um die Bergkarabach-Region.“

Stefan Korfesmeyer: „Gamifizierte Prüfung. Eine empirische Studie über den Einsatz von Gamification im Kontext von Prüfungen und dessen Auswirkung auf Motivation und Leistung.“

Oana Neagoe: „Wahrnehmung der Qualität von Nachhaltigkeitskommunikation deutscher Unternehmen aus Rezipientensicht.“

Anja Wöhrer: „Sportarten im Aufstiegs-kampf? Wie vielfältig ist die sportjournalistische Berichterstattung der Tagesschau?“

Aktuelles aus Forschung & Praxis

Zum Schluss dürfen wir noch auf unsere Web-Präsenz aufmerksam machen, die im Februar 2019 anlässlich des 60. Geburtstags von Romy Fröhlich von Marc Jungblut, Clarissa Schöller und Elena Pohl gelauncht wurde und seit dem stetig wächst. Unter RomyFroehlich.de finden Sie hier regelmäßig kürzere Beiträge aus Wissenschaft und Praxis zu den Forschungsschwerpunkten des Lehrbereichs sowie Abstracts zu den besten Masterarbeiten bei uns. Bei Interesse an einer der dort kurz vorgestellten Masterarbeiten nehmen Sie bitte Kontakt mit uns auf.

Auch Gastautoren können gerne Beiträge für den Blog einreichen. Unser Ziel ist es, die PR-Forschung an den Rest der Kommunikationswissenschaft anzubinden – ein Thema, das Romy Fröhlich besonders am Herzen liegt.

Die Texte können sich beschäftigen mit den verschiedensten Aspekten rund um aktuelle Themen der PR-Forschung und/oder -Praxis. Es kann sich sowohl um wissenschaftliche Texte (Theoriebeiträge und/oder empirische Befunde sowie wissenschaftlich fundierte Stellungnahmen zu aktuellen Themen) wie auch um Praxisbeiträge (z.B. Best Practices, Kommentare zu ethischen Fragestellungen, Entwicklungen im Berufsfeld etc.) handeln.

Die Texte sollten eine Gesamtlänge von 10.000 Zeichen inklusive Leerzeichen nicht überschreiten. Beiträge müssen nicht nur aus Text bestehen: Sie haben selbstverständlich die Möglichkeit, Grafiken und Tabellen einzu-

binden. Für interaktive Grafiken nutzen wir den Dienst [plotly](https://plotly.com/).

Die Plattform ist zudem responsive, d.h. sie passt sich sämtlichen Displaygrößen automatisch an. Ihre Beiträge sind damit auch für mobile Leser entsprechend aufbereitet.

Das Online-Angebot gliedert sich zurzeit noch in fünf thematische Schwerpunkte (bei Bedarf fügen wir weitere Rubriken hinzu). Darunter sammeln sich dann jeweils verschiedene speziellere Themengebiete:

- Public Relations
- Kriegskommunikation
- Nachrichteninhalte
- Gender
- Berichte aus der PR-Praxis

Neue Beiträge sowie besonders relevante Texte werden auf der Startseite hervorgehoben. Gastautorinnen bzw. -autoren werden selbstverständlich mit vollem Namen (und ggf. auch mit Verlinkung zum eigenen Web-Auftritt) genannt. Damit sind die Texte eindeutig auf Ihre Urheberinnen und Urheber zurückzuführen.

Bei Fragen können Sie uns jederzeit unter info@romyfroehlich.de kontaktieren.

Prof. Dr. Romy Fröhlich
Institut für Kommunikationswissenschaft & Medienforschung (IfKW)
Ludwig-Maximilians-Universität München
Oettingenstr. 67
D-80538 München
T +49 (0)89 2180-9454
F +49 (0)89 2180-9014
www.ifkw.lmu.de/lehrbereiche/froehlich/