

Lehr- & Forschungsbereich Prof. Dr. Romy Fröhlich

Institut für Kommunikationswissenschaft
und Medienforschung (IfKW)

Ludwig-Maximilians-Universität München

Rechenschaftsbericht 2011-2013



Lehrbereich Prof. Dr. Romy Fröhlich



v.l.n.r.: Clarissa Schöller, Thomas Koch, Claudia Hahn, Romy Fröhlich, Christin Döring-Mazraani, Katya Stolpovskaya, Brigitte Huber, Marc Jungblut, Christian Baden

Nicht im Bild sind Sabine Baudisch, die ehemaligen Mitglieder am Lehrbereich Irene Helmes und Lisanne Sauerwald (siehe S. 29) sowie die studentischen Hilfskräfte (siehe S. 30).

„Wenn ich die Folgen geahnt hätte, wäre ich Uhrmacher geworden.“

Albert Einstein (1879-1955)

Liebe Alumni, Freunde
und Kooperationspartner,

long time no see — wir haben lange nichts von uns hören lassen. Der letzte „Rechenschaftsbericht“ meines Forschungs- und Lehrbereichs erschien für das Jahr 2010. 2011 stürzten wir uns dann mit Haut und Haaren in das Abenteuer „EU-Projekt-Antrag“, und so blieb für Anderes kaum Zeit. Im Rückblick auf diese harte Zeit bin ich versucht mit Albert Einstein zu sagen: „Wenn ich die Folgen geahnt hätte, wäre ich Uhrmacherin geworden.“ Na ja - nicht wirklich. Denn die Folgen dieses Kraftakts sind ganz wunderbar: Wir haben „den Pot“ gewonnen.

Am 1.1.2014 startete das insgesamt € 2,5 Mio. schwere EU-Projekt INFOCORE (www.inocore.eu), in dem wir uns nun bis 2016 gemeinsam mit neun WissenschaftlerInnen aus ganz Europa und Israel mit dem Thema „Medien und Krieg“ befassen. Insgesamt arbeiten an den einzelnen Standorten der sieben Länder zurzeit 21 ForscherInnen; wenn alle Stellen besetzt sind, werden es insgesamt 25 sein. Als Koordinatorin des Konsortiums und als Principal Investigator eines eigenen Teilprojekts zur Rolle von PR in violenten Konflikten kann ich nun locker sogar einen 48-Stunden-Tag füllen. Ich ahnte aber schon vorher, was da auf mich zukommt und bin froh, dass ich nicht Uhrmacherin geworden bin. Christian Baden, Post-Doc in meinem Team und maßgeblich an der Erstellung des EU-Antrags für INFOCORE

beteiligt, und ich hatten in den letzten drei Jahren aber auch aus einem anderen Grund leider keine Muße für Rechenschaftsberichte: Wir haben zusammen die Einführung eines neuen Masterstudiengangs „Internationale Public Relations“ am Institut vorangetrieben, der nun im Wintersemester 2013/14 an den Start ging. Die paper work hierfür war enorm. Ständige und scheinbar endlose Veränderungen im Bologna-Prozess lösten immer wieder aufs neue komplexe Überarbeitungswellen unserer Konzepte aus. Um nur eine von vielen Besonderheiten des Konzepts zu nennen, für die wir lange gekämpft haben: Die Studierenden gehen im dritten Semester für mindestens sechs Monate am Stück in ein PR-Praktikum. In diesem Sommer startet die zweite Aufnahmeprüfung für den Studiengang, den wir intern schlicht „IPR“ nennen.

Im Bereich der PR-Lehre gibt es außerdem eine weitere Erfolgsmeldung, denn hier ging 2013 ein weiterer EU-Antrag von mir durch: Zusammen mit Prof. Serra Görpe (Istanbul University und Zayed University United Arab Emirates) sowie Prof. Liz Yeomans (Leeds Metropolitan University) veranstalte ich mit Fördermitteln der EU Ende Juli diesen Jahres an der Universität Leeds eine Summer School für Graduates zum Thema „The Feminization of Public Relations — Women In Public Relations in Europe (WIPRE).“

Studierende unseres „IPR“ werden daran in großer Zahl beteiligt sein.

Es hat sich also viel getan bei uns, und das nehme ich nun zum Anlass, mit der vorliegenden Leistungsbilanz zwischen 2011 und 2013 wieder in die Tradition unserer Rechenschaftsberichte einzusteigen. Dabei nehme ich die Gelegenheit wahr, hier die neuen MitarbeiterInnen besonders zu erwähnen: Im Zuge der INFOCORE-Projekteinwerbung verstärken Diplom-Betriebswirtin Christin Döring-Mazraani (Projekt Managerin), Marc Jungblut M.A. (doctoral researcher) und Katsiaryna (Katya) Stolpovskaya M.A. (doctoral researcher) meinen Forschungs- und Lehrbereich. Neu im Team willkommen heißen konnte ich im Herbst 2013 außerdem Dr. Brigitte Huber, die von der Universität Wien zu uns wechselte. Sie vertritt die Stelle von Dr. Thomas Koch, der im Wintersemester eine Vertretungsprofessur an der Universität Mainz wahrnahm (Gratulation!) und danach bis Sommer 2014 in Elternzeit ist. Die neuen MitarbeiterInnen stärken in idealer Weise unser bestehendes Expertise-Portfolio in den Bereichen PR-Forschung, Medieninhalts- und Framing-Analyse sowie Computer gestützte Inhalts-/Textanalyse und erweitern es um die Themen Wissenschaftskommunikation und Journalismusforschung. Über unsere weiteren Aktivitäten können Sie sich regelmäßig und aktuell auf unserer Website informieren:

<http://www.ifkw.uni-muenchen.de/lehrbereiche/froehlich/index.html>

Nach Auslauf entsprechender Fördermittel haben uns aber auch zwei Projekt-Mitarbeiterinnen, die uns zwischen 2010 und 2012 bei der EU-Antragstellung unterstützt haben, wieder verlassen: Irene Helmes M.A. schreibt heute für die Online-Ausgabe der Süddeutschen Zeitung im Ressort Kultur und Medien. Dr. Lisanne Sauerwald bleibt uns als Expertin und Beraterin in Sachen EU-Projekt im LMU-Referat „Internationale Förderprogramme“ erhalten. Beiden sage ich herzlichen Dank für die Zeit der überaus fruchtbaren und auch menschlich ganz wunderbaren Zusammenarbeit.

Ein Blick in die Liste der Abschlussarbeiten unserer Studierenden am Ende dieser Broschüre vermittelt wieder einen Eindruck von der Kreativität unserer AbsolventInnen in den Bachelor- und Masterstudiengängen. Die interessantesten und besten Examensarbeiten aus den Masterstudiengängen finden Sie online auf dem Schriftenserver der LMU — damit gute und spannende Forschung auch nach außen dringt und nicht in den Examensarchiven der Universität verstaubt:

<http://epub.ub.uni-muenchen.de/view/subjects/150101.html>

Und nach wie vor sehen wir mit großem Interesse neuen Kooperationsangeboten, gemeinsamen Projekten oder Gesprächen mit Ihnen entgegen. Sprechen Sie uns an!



Prof. Dr. Romy Fröhlich
froehlich@ifkw.lmu.de

Romy Fröhlich studierte Kommunikationswissenschaft, Neuere Deutsche Literaturgeschichte und Theaterwissenschaft an der Ludwig-Maximilians-Universität München. Nach ihrem Studienabschluss 1985 war sie zunächst Wissenschaftliche Mitarbeiterin der Gesellschaft für Konsum-, Markt- & Absatzforschung (GfK) Nürnberg in der Abteilung Marktforschung. 1986 wechselte sie an die Hochschule für Musik und Theater Hannover. Dort promovierte sie 1993 am Institut für Journalistik und Kommunikationsforschung zum Thema Rundfunk-PR. Während ihrer Zeit als Wissenschaftliche Mitarbeiterin in Hannover war sie mehrere Monate Visiting Scholar an der School of Journalism der Ohio State University in Columbus, Ohio (USA). Anfang der 90er Jahre arbeitete sie als Senior Consultant in der Frankfurter PR-Agentur Kroehl Identity Consultants. 1998 nahm sie einen Ruf auf die Professur für Journalistik und Öffentlichkeitsarbeit an der Sektion Publizistik der Ruhr-Universität Bochum an. Seit Oktober 2000 ist Romy Fröhlich Professorin für Kommunikationswissenschaft am Institut für Kommunikationswissenschaft und Medienforschung (IfKW) der Ludwig-Maximilians-Universität (LMU) München.

Prof. Fröhlich war von 2002 bis 2004 Senatorin der LMU und von 2006 bis 2008 geschäftsführender Vorstand des IfKW. Sie absolvierte Forschungsaufenthalte an der University Newcastle (2002/03) und an der University Melbourne (2011/12). Von 2002 bis 2006 war sie Erste Vorsitzende der Deutschen Gesellschaft für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft (DGPK). Seit 2007 fungiert sie im Rahmen von LMUexcellent als LMU-Mentorin für Nachwuchswissenschaftlerinnen der Fakultät 15. Seit 2009 ist sie Mitglied des Hochschulrates der Hochschule für Musik, Theater und Medien Hannover.

Schwerpunkte in Forschung & Lehre

Persuasive Kommunikation, Organisationskommunikation/Public Relations/Public Affairs, Framinganalyse (Nachrichten, Konflikt/Krieg/Krise), geschlechtsspezifische Aspekte der Kommunikations- und Medienforschung, E-Learning; empirische Methoden der Sozialwissenschaft (quantitative und qualitative Inhaltsanalyse, quantitative und qualitative Befragung).

Forschungs- & Drittmittelprojekte

1. INFOCORE – (In)Forming Conflict Prevention, Response and Resolution: The Role of Media in Violent Conflict (INFOCORE). Internationales Forschungsprojekt im 7. EU-Forschungsrahmenprogramm, 2014-2016 (siehe S. 39).
2. The Feminization of Public Relations – Women In Public Relations in Europe (WIPRE). Internationales ERASMUS IP-Projekt gefördert im Rahmen des „Lifelong Learning Programme“ der Europäischen Kommission (mit Prof. Serra Görpe, Istanbul University/Zayed University, United Arab Emirates, und Prof. Liz Yeomans, University Leeds, GB), 2013/2014 (siehe S. 38).
3. Informationsprozesse & -strukturen im Themenfeld Lebensmittelsicherheit. Eine qualitative Erhebung unter Journalisten und NGOs. Projekt im Auftrag der LMW – Gesellschaft für Beratung und Unterstützung der Lebensmittelwirtschaft mbH (mit Clarissa Schöller M.A., München und Berlin), 2013.
4. Transnational media and re-territorialised proximity. DFG-Förderung im Programm „Internationale Zusammenarbeit“ für eine bilaterale Kooperation mit der University Melbourne, Australien, 2011/2012.
5. MEDIA Conflicts, Anbahnungsförderung durch das Bayerische Ministerium für Bildung und Kultus, Wissenschaft und Kunst (mit Dr. Christian Baden), 2012/2013.
6. The role of media in escalating & deescalating international armed conflicts. Sonderprogramm ‚Forschungsförderung‘ der Universität Bayern e.V. (mit Dr. Christian Baden, München), 2011/2012.
7. Konzeption und Realisierung einer englischsprachigen Version des E-Learning-Kurses „PRcliv – Einführung in die Public Relations“. Projekt gefördert von der Virtuellen Hochschule Bayern, 2011/12.
8. MEDIA Conflicts, Sonderprogramm ‚Forschungsförderung‘ der Universität Bayern e.V. (mit Dr. Christian Baden), 2010/11.
9. Qualität von PR-Beratung als Sonderform der Unternehmensberatung. Theoretische Grundlagen und empirische Überprüfung (mit Dr. Thomas Koch und Clarissa Schöller M.A., München), 2010/12.

Veröffentlichungen

- Fröhlich, R., & Scheufele, B. (2013). Parteien-PR und Wahlkampfberichterstattung im Fernsehen. Eine Inhaltsanalyse zum Einfluss der politischen PR von SPD und CDU/CSU auf die Fernsehberichterstattung im Bundestagswahlkampf 2002. <http://epub.ub.uni-muenchen.de/18994/> (Open Access LMU)
- Fröhlich, R. (2013). Politik – PR – Persuasion. DGPUK-Fachgruppentagung „PR und Organisationskommunikation“ im November 2013 in München. In O. Hoffjann & Huck-Sandhu, S. (Hrsg.), *UnVergessene Diskurse – 20 Jahre PR- und Organisationskommunikationsforschung* (S. 554–556). Wiesbaden: VS-Verlag.

- Fröhlich, R. (2013). PR-Ausbildung: Und sie bewegt sich doch. In O. Hoffjann, & Huck-Sandhu, S. (Hrsg.), *UnVergessene Diskurse – 20 Jahre PR- und Organisationskommunikationsforschung* (S. 135-164). Wiesbaden: VS-Verlag.
- Fröhlich, R. (2013). Women, the media and war: The representation of women in German broadsheets between 1980 and 2000. In J. Seethaler, M. Karmasin, G. Melischek, & R. Wöhlert (Hrsg.), *Selling war. The role of the mass media in hostile conflicts from World War I to the 'War on Terror'* (S. 157–180). Bristol, UK, und Chicago, IL: Intellect und The University of Chicago Press.
- Fröhlich, R. (2013). Young future PR-professionals: Perceptions of the future occupational field and assessment of current PR education. A survey of tertiary level students in Austria, Germany and Switzerland. *Studies in Communication Sciences*, 13(1), 24–32. Online first 2.4.2013; doi: 10.1016/j.scoms.2013.04.002
- Fröhlich, R., Koch, T., & Obermaier, M. (2013). What's the harm in moonlighting? A qualitative survey on the role conflicts of freelance journalists with secondary employment in the field of PR. *Media, Culture and Society*, 35, 809–829.
- Fröhlich, R. (2012). „Pressestelle des Jahres“ – Jurybegründungen. *Pressesprecher*, 7, 61.
- Fröhlich, R., & Kerl, K. (2012). Das Bild der Public Relations in der Qualitätspresse. Eine Langzeitanalyse. *Publizistik*, 57(2), 179-203. doi: 10.1007/s11616-012-0147-8
- Fröhlich, R., & Kerl, K. (2012). Die mediale Konstruktion von PR als Barometer für die Stimmungslage zwischen Journalismus und PR. In N. Springer, J. Raabe, H. Haas, & W. Eichhorn (Hrsg.), *Medien und Journalismus im 21. Jahrhundert* (S. 139–162). Wiesbaden: VS.
- Fröhlich, R., Oberpriller, A., & Roß, J. (2012). Nomen est Omen! Unternehmensdifferenzierung und Corporate Branding als Herausforderung für die Namensgebung von PR-Agenturen. *prmagazin*, 3, 60–65
- Fröhlich, R., Quiring, O., & Engesser, S. (2012). Between Idiosyncratic Self-Interests and Professional Standards: A Contribution to the Understanding of Participatory Journalism in Web 2.0. Results from an Online Survey in Germany. *Journalism – Theory, Practice & Criticism*, 13, 1041–1063. Online first: <http://jou.sagepub.com/content/early/2012/04/17/1464884912442282> doi: 10.1177/1464884912442282
- Fröhlich, R., & Schöllner, C. (2012). Online brand communities: New public relations challenges through social media. In S. Duhe (Hrsg.), *New media and public relations* (2. Auflage, S. 86–95). New York, NY: Peter Lang.
- Koch, T., Fröhlich, R., & Obermaier, M. (2012). Tanz auf zwei Hochzeiten. Rollenkonflikte freier Journalisten mit Nebentätigkeiten im PR-Bereich. *Medien & Kommunikationswissenschaft*, 60, 520 – 535.

- Scherer, H., Fröhlich, R., & Scheufele, B. (2012). Das Zusammenspiel von gesellschaftlicher Umwelt- und Selbstbeobachtung in der Medienberichterstattung. Eine zeitreihenanalytische Untersuchung zum Mediendiskurs über Kriege und über Sicherheits- und Verteidigungspolitik der 1990er Jahre. *Publizistik*, 57(3), 271–292.
- Fröhlich, R. (2011). BMW Group's "What's Next" campaign: Responding to a trend. *Communication Director*, 4, 12.
- Fröhlich, R. (2011). Women, media, and war: The representation of women in German broadsheets 1980 – 2000. In Seethaler et al. (Hrsg.), *Selling war: The role of the mass media in hostile conflicts from world war I to the war on terror* (S. 46–68). Bristol, Wilmington NC, Toronto, ON: Intellect.
- Fröhlich, R., & Schöller, C. (2011). Markenstrategien im Netz. *Pressesprecher*, 1, 40–42.
- Fröhlich, R. & Schöller, C. (2011). Brand Communities im Einsatz. *Pressesprecher*, 2, 44–46.

Vorträge & Podiumsteilnahmen

- Fröhlich, R. (2013). *Compliance in der internen Mitarbeiterkommunikation*. Eingeladener Vortrag anlässlich des Annual Compliance Management Meetings, Audi AG, 26.6.2013, München.
- Fröhlich, R. (2013). *Feminisierung der Public Relations. Empirischer Status quo und Ausblick auf zukünftige international vergleichende Forschung*. Eingeladener Vortrag anlässlich der Vorstandssitzung des Bundesverbands deutscher Pressesprecher (BdP), 13.6.2013, Berlin.
- Fröhlich, R. (2013). *Informationsprozesse und -strukturen im Themenfeld Lebensmittelsicherheit*. Eingeladener Vortrag auf dem Symposium „Die Lebensmittelwirtschaft – Ohne Zweifel sicher?“, die Lebensmittelwirtschaft e.V., 16.4.2013, Berlin.
- Fröhlich, R. (2013). *Mentoring – mehr als ein Buzz-Wort? Erfahrungen, Fallstricke und Empfehlungen nach sechs Jahren „LMUMentoring“*. Eingeladener Vortrag, Universität Regensburg, 21.11.2013.
- Baden, C., Tenenboim-Weinblatt, K., & Fröhlich, R. (2013). *Dynamics of conflict framing in media coverage: Psychological, social, and semantic processes of evolving conflict perceptions*. Präsentation auf der Jahrestagung der International Society of Political Psychology (ISPP), The Political Psychology & Decision Making Program of the Lauder School of Government, Diplomacy and Strategy, IDC Herzliya, 8.-11.7.2013, Herzliya, Israel.
- Fröhlich, R. (2011-2013). *Hindernislauf mit spezifischen Tücken. Ursachen und Hintergründe für Karrierebarrieren weiblicher Berufslaufbahnen*. Vortrag und Seminar beim „Excellence Dialogue: Frauen gehen in Führung“, Weiterbildungsprogramm der LMU für Führungskräfte, 18.2.2011, 8.11.2012, 14.6.2013, München.

- Fröhlich, R. (2011). *Buchhandel und Verlagswesen: Traumberufe auf dem Weg zum Alptraum?* Eingeladene Keynote auf dem Netzwerktag der Buchwissenschaften der LMU München, 24.5.2011.
- Fröhlich, R. (2011). *Fostering peace-building in a changing geopolitical context.* Eingeladener Vortrag auf der Konferenz „Conflict and peace in a changing international context“. Organized by BMBF, NKS & net4society, 6.–7. 7.2011, Brussels, Belgium.
- Fröhlich, R. (2011). *Frauen in Führung. Positionen und Perspektiven.* Eingeladene Key-Note anlässlich der Tagung der Führungskräfte der bayerischen Wirtschaft und der Evangelisch-Lutherischen Kirche in Bayern, Evangelische Akademie Tutzing, 27.6.2011.
- Fröhlich, R. (2011). *Weibliche Krisenberichterstattung – Der kleine Unterschied? Perspektiven der Kommunikations- und Medienforschung.* Eingeladene Keynote und Podiumsdiscussant auf der Veranstaltung „Der kleine Unterschied? Journalistinnen in der Krisenberichterstattung und die mediale Wahrnehmung von Konflikten.“ Friedrich-Ebert-Stiftung und Landeshauptstadt München, 1.2.2011.
- Fröhlich, R., Schöller, C., & Koch, T. (2011). *Success factors in PR-consultancy. A survey among internationally and nationally operating companies and agencies.* Vortrag auf der wissenschaftlichen Tagung der DPRG-Fachgruppe „PR/Organisationskommunikation“, 3.-5.11.2011, Fribourg, Schweiz.

Auszeichnungen

- Auszeichnung für exzellente Lehre (am besten evaluierte Lehrveranstaltung des IfKW im WS 2010/2011)
- Auszeichnung für exzellente Lehre (Top 4 aller Lehrveranstaltungen des IfKW im WS 2010/2011)
- Auszeichnung für exzellente Lehre (Top 2 aller Lehrveranstaltungen des IfKW im SoSe 2011)
- Auszeichnung für exzellente Lehre (Top 4 aller Lehrveranstaltungen des IfKW im WS 2012/2013)

Aktivitäten & Engagement

- Mitglied der (Associate) Editorial Boards der wissenschaftlichen Fachzeitschriften „Feminist Media Studies“ und „Communication, Culture & Critique“
- Mitglied des International Editorial Advisory Board der wissenschaftlichen Fachzeitschrift „Journalism & Mass Communication Editor“
- Mitglied der Review Boards der internationalen Fachzeitschriften „Studies in Communication Sciences“ und „Corporate Communication“
- Ad-hoc-Gutachterin der Deutschen Forschungsgemeinschaft (DFG)
- Mentorin für Nachwuchswissenschaftlerinnen der Fakultät 15 im Rahmen von LMUexcellent
- Gewähltes Mitglied des Fakultätsrats der Sozialwissenschaftlichen Fakultät der Ludwig-Maximilians-Universität München
- Mitglied des Hochschulrats der Hochschule für Musik, Theater und Medien Hannover
- Mitglied bei FidAR (Frauen in die Aufsichtsräte) e.V., Berlin
- Vorsitzende der Expertenjury des Bundesverbandes deutscher Pressesprecher für die Auszeichnung „Pressestelle des Jahres“.



Dr. Christian Baden
baden@ifkw.lmu.de

Christian Baden studierte Politikwissenschaft, Kommunikations- und Medienwissenschaft an der Universität Leipzig (Magister, 1999-2004) sowie Europäische politische Ökonomie an der London School of Economics and Political Science (MSc, 2004-2005). Von 2006 bis 2010 promovierte er an der Universität Amsterdam (ASCoR) mit dem Dissertationsprojekt "Communication, Contextualization and Cognition: Patterns and Processes of Frames' Influence on People's Interpretations of the EU Constitution." Seit 2012 habilitiert er über sozial interaktive Diskursdynamiken an der LMU München. Christian Baden forscht vor allem zu theoretischen und methodischen Aspekten der Analyse dynamischer und kollaborativer Konstruktionsprozesse von Bedeutung in öffentlichen politischen Debatten. Christian Baden ist Mitarbeiter im EU Projektkonsortium INFOCORE – "(In)Forming Conflict Prevention, Response, and Resolution: The Role of Media in Violent Conflict." Er ist seit März 2009 wissenschaftlicher Mitarbeiter, und seit Januar 2011 Akademischer Rat am Lehrbereich Fröhlich.

Schwerpunkte in Forschung & Lehre

Framing (textuell/visuell, in Diskurs, Kommunikation, Kognition); Prozesse und Diskursdynamiken in der öffentlichen Deutungskonstruktion; Propaganda und strategische politische Kommunikation (in Krisen/Konflikten); Methoden der Diskurs- und Inhaltsanalyse, semantischen Netzwerke und dynamische Analyseverfahren

Habilitationsprojekt

Measuring Meaning: Unraveling the Dynamic Co-Construction of Political Discourse.

Forschungs- & Drittmittelprojekte

1. INFOCORE: (In)Forming Conflict Prevention, Response, and Resolution: The Role of Media in Violent Conflict. Verbundforschungsprojekt im 7. EU-Forschungsrahmenprogramm, mit Romy Fröhlich, Thomas Hanitzsch (LMU), Christoph Meyer (King's College London), Gadi Wolfsfeld (IDC Herzliya), Keren Tenenboim-Weinblatt (Hebräische Universität Jerusalem), Dimitra Dimitrakopoulou (ELIAMEP), Georgios Terzis (Global Governance Institute), Snezana Trpevska (School of Journalism & PR Skopje), Rosa Berganza (Universität Rey Juan Carlos) und Marie-Soleil Frère (Université Libre Bruxelles), 2014-2016.
2. MEDIA Conflicts, Anbahnungsförderung durch das Bayerische Ministerium für Bildung und Kultur, Wissenschaft und Kunst (mit Romy Fröhlich), 2012-2013.
3. LMU Graduate Center, Förderung für einen Doktorandenworkshop zu „Complex Causality“, 2012.
4. The role of media in escalating & deescalating international armed conflicts, Anbahnungsförderung durch die Universität Bayern e.V., (mit Romy Fröhlich, LMU und Christine Eilders, Universität Augsburg), 2011-2012.
5. ERASMUS Dozentenmobilität an die VU Amsterdam, 2011.
6. MEDIA Conflicts, Anbahnungsförderung durch das Bundesministerium für Bildung und Forschung (mit Romy Fröhlich), 2010-2011.
7. Diverse Konferenzreiseförderungen (von DAAD, Münchener Universitätsgesellschaft, vfkW e.V.) zur Teilnahme an Konferenzen in Istanbul, Durban, Boston, London, etc.

Veröffentlichungen

- Geise, S., & Baden, C. (2013). Bilder Rahmen. Ein integratives Modell (multi-)modaler Informationsverarbeitung im Framing-Prozess. In S. Geise & K. Lobinger (Hrsg.), *Visual Framing: Perspektiven und Herausforderungen der Visuellen Kommunikationsforschung* (S. 142-174). Köln: Herbert von Halem.
- Koch, T., Baden, C., Klötzer, H., & Müller, E. (2013). Bedingt professionell. Eine Untersuchung zur Kommunikations- und Medienarbeit bayerischer Kommunalpolitiker. *Studies in Communication / Media*, 3(2), 275-300.
- Motta, G., & Baden, C. (2013). Evolutionary Factor Analysis of the Dynamics of Frames: Introducing a method for analyzing high-dimensional semantic data with time-changing structure. *Communication Methods & Measures*, 7(1), 48-84.
- Baden, C., & Lecheler, S. K. (2012). Fleeting, fading, or far-reaching? A knowledge-based model of the persistence of framing effects. *Communication Theory*, 22, 359-382.

Baden, C. (2011). Rezension zu Böcking, T. (2009). Strategisches Framing: Gesellschaftliche Akteure und ihre Einflussnahmeversuche auf die mediale Debatte über die embryonale Stammzellenforschung in Deutschland. Köln: Herbert von Halem. *rezensionen:kommunikation:medien*, online abrufbar <http://www.rkm-journal.de/archives/5294>

Vorträge und Podiumsteilnahmen

- Baden, C., & Springer, N. (2013). „...mir ist das Wort zu frech und zu rotzig, liebe Journalisten“. *Eine Analyse der Transformation von Medienframes durch aktive Nutzer*. Vortrag auf der Jahrestagung der Fachgruppe Computervermittelte Kommunikation der DGPK, Wien.
- Baden, C., Tenenboim-Weinblatt, K., & Fröhlich, R. (2013). *Dynamics of conflict framing in media coverage: Psychological, social, and semantic processes of evolving conflict perceptions*. Präsentation auf der Jahrestagung der International Society of Political Psychology (ISPP), Herzliya, Israel.
- Baden, C., & Schultz, F. (2013). *Institutional justification of frames. The role of social institutions for legitimizing and stabilizing re-emerging meaning in crises*. Vortrag auf der 63. Jahrestagung der ICA, London und auf der Etmaal van de Communicatiewetenschap, Rotterdam, Niederlande.
- Geise, S., & Baden, C. (2013). *Putting the image back into the frame: Modeling the linkage between visual communication and frame-processing theory*. Vortrag auf der 63. Jahrestagung der ICA, London.
- Baden, C., & Schultz, F. (2013). On „greedy brokers“ and „help packages“ in the „financial crisis“: *The legitimizing function of metaphors and institutional references in crisis frames*. Vortrag auf der Jahrestagung der IAMCR, Dublin, Irland.
- Baden, C., & Springer, N. (2013). *Can user frames contribute to the plurality of media frames on the financial crisis?* Vortrag auf der Jahrestagung der IAMCR, Dublin, Irland.
- Baden, C., Motta, G., & Dimitrakopoulou, D. (2013). *Transnationalized discourses: The emergence of common semantic structure and the synchronicity of distinct national debates on the financial crisis*. Vortrag auf der INSNA XXXIII Sunbelt Social Networks Conference, Hamburg.
- Klötzer, H., Müller, E., Steinle, T., Tachtler, A., Wieland, A., Baden, C., & Koch, T. (2013). *Ist die Medialisierung in der Kommunalpolitik angekommen? Eine Untersuchung zur Professionalisierung der Öffentlichkeitsarbeit bayerischer Kommunalpolitiker*. Vortrag auf der gemeinsamen Jahrestagung des Arbeitskreises „Politik und Kommunikation“ des DVPW und der Fachgruppe „Kommunikation und Politik“ der DGPK, Wien.

- Obermaier, M., Orendi, M.-L., Dushi, E., Koch, T., & Baden, C. (2013). *Wahlen nach Zahlen. Effekte von Wahlprognosen und vergangenen Wahlergebnissen*. Vortrag auf der gemeinsamen Jahrestagung des Arbeitskreises „Politik und Kommunikation“ des DVPW und der Fachgruppe „Kommunikation und Politik“ der DGPUK, Wien.
- Baden, C. (2013). *The quantitative analysis of discourse*. Eingeladener Vortrag am Truman Center for Peace Research, 7.10.2013, Jerusalem.
- Baden, C. (2013). *Die dynamische, quantitative Analyse von Frames im Diskurs: Semantische Netzwerke, Evolutionary Factor Analysis (EFA), und quantitative Diskursanalyse (qDA)*. Eingeladener Vortrag im Rahmen des Workshops „Entwicklungen der sozialwissenschaftlichen quantitativen Diskursforschung“ an der Universität Bremen, 1.10.2013.
- Baden, C. (2013). *Using automated coding & semantic network analysis to investigate meaning in large scale discourse texts*. Workshop gehalten an der Hebrew University of Jerusalem, 15.7.2013 (mit W. van Atteveldt).
- Baden, C., Motta, G., & Dimitrakopoulou, D. (2012). *The dynamic reconstruction of meaning in the debt crisis: An Evolutionary Factor Analysis of strategic frames and journalistic accounts in Germany and Greece*. Vortrag auf der ECREA 4th European Communication Conference, Istanbul.
- Motta, G., & Baden, C. (2012). *Evolutionary Factor Analysis of the semantic dynamics of frames: Tracing the emergence and evolution of meaning in the Dutch EU constitutional debate*. Vortrag auf der ECREA 4th European Communication Conference, Istanbul.
- Struckmann, S., Steinle, L., Biedermann, D., Koch, T., & Baden, C. (2012). *(Dis-)covering uncertainty in war journalism: A content analysis of source related uncertainty in the coverage of wars*. Vortrag auf der ECREA 4th European Communication Conference, Istanbul.
- Wassink, V., Baden, C., & Koch, T. (2012). *(Re)covering reflexivity in war journalism: Investigating purposes and contents of metacoverage in war reporting*. Vortrag auf der ECREA 4th European Communication Conference, Istanbul.
- Baden, C., & Schultz, F. (2012). *Re-shaping the meaning of crises: The role of strategic framing and institutional justifications for affecting mass media crisis coverage*. Vortrag auf der Jahrestagung der IAMCR, Durban, South Africa.
- Schultz, F., & Baden, C. (2012). *Neutralizing frames: The role of institutional justifications for deflecting responsibility attributions in mass media crisis coverage*. Vortrag auf der Jahrestagung der IAMCR, Durban, South Africa.
- Baden, C., & Schultz, F. (2012). *Re-shaping the meaning of crises: The role of strategic framing and institutional justifications for affecting mass media crisis coverage*. Vortrag auf der Jahrestagung der DGPUK, Berlin.
- Geise, S., & Baden, C. (2012). *Assoziatives Framing als Theorierahmen für die Verarbeitung visueller Information: Die Bedeutung relationalen Vorwissens bei der Bedeutungskonstruktion aufgrund visueller Reize*. Vortrag auf der Jahrestagung der Fachgruppe Visuelle Kommunikation der DGPUK, Berlin.

- Baden, C., & Koch, T. (2011). *The dynamics of frames in media discourse: Stability & change in the Dutch press coverage of the EU constitution*. Vortrag auf der 61. Jahrestagung der ICA, Boston, MA, USA.
- Baden, C., & Lecheler, S.K. (2011). *Fleeting, fading, or far-reaching? A knowledge-based model of the persistence of framing effects*. Vortrag auf der 61. Jahrestagung der ICA, Boston, MA, USA.
- Baden, C., Lecheler, S. K., & de Vreese, C. H. (2011). *Verflüchtigt, verblasst oder verbleibend? Zur Dauerhaftigkeit von Framing-Effekten*. Vortrag auf der gemeinsamen Jahrestagung des Arbeitskreises „Politik und Kommunikation“ der DVPW und der Fachgruppe „Kommunikation und Politik“ der DGPUK, Münster.
- Koch, T., & Baden, C. (2011). *Convinced by the message or the speaker? Deliberative and intuitive information processing for persuasion and third person perception*. Vortrag auf der 65. Jahrestagung der WAPOR, Amsterdam.
- Baden, C. (2011). *Searching for semantic structures in dynamic discourse: Theoretical and methodological potentials for the measurement of meaning (using semantic network analysis)*. Eingeladener Vortrag an der VU Amsterdam, 14.9.2011.

Aktivitäten & Engagement ■

- Reviewertätigkeit für Journal of Communication, Communication Theory, Communication Methods & Measures, The International Journal of Public Opinion Research, JASIST, die ICA- und ECREA-Jahreskonferenzen, etc.
- Mitglied des Ausschusses zur Einrichtung einer Ethikkommission an der Sozialwissenschaftlichen Fakultät der LMU
- Mitglied des Expertenpanels für die Challenge 6 „Inclusive, innovative, & reflective societies“ in Horizon 2020, Nationale Kontaktstelle Sozial-, Wirtschafts- und Geisteswissenschaften
- Mitglied der Jury für den Best Paper Award 2013 der DGPUK Fachgruppe Visuelle Kommunikation
- Mitglied des Programmkomitees der Sektion „Words and Networks“ der ACM Web Science Communication Conference 2012, Evanston, FL
- Konferenz-Organisator für die Preconference „Social & Semantic Networks in Communication Research“ auf der 64. Jahrestagung der ICA 2014, Seattle, WA



Dipl.-Betriebsw. Christin Döring-Mazraani
doering-mazraani@ifkw.lmu.de

Christin Döring-Mazraani studierte Betriebswirtschaftslehre mit dem Schwerpunkt Marketing Ostasien an der Hochschule Ludwigshafen am Rhein. Sie studierte ein Semester im Ausland an der Shandong University, Shandong Provinz, VR China. Ihre berufliche Karriere begann sie als Account Managerin für den chinesischen Telekommunikationsmarkt bei Siemens in München. Im Anschluss daran arbeitete sie als kaufmännische Projektmanagerin für eine mittelständische IT-Unternehmensberatung, wo sie für das Design und die Optimierung der kaufmännischen Prozesse verantwortlich war. Ihr Wunsch, sich entwicklungspolitisch zu engagieren, führte sie zu dem Themengebiet der Mikrofinanzierung. Hier arbeitete sie für führende deutsche Beratungsfirmen wie IPC und Frankfurt School of Finance and Management. Als Senior-Beraterin und Projektmanagerin beriet sie Banken in China, Albanien, Kirgistan, Kasachstan, Mazedonien und Sudan im Bereich der Mikrofinanzierung. Daneben war sie auch für die Akquise von neuen Projekten verantwortlich. In dieser Zeit arbeitete sie mit Auftraggebern wie KfW, GIZ, EIB, EU, Weltbank, IFC, China Development Bank und anderen Geberorganisationen zusammen. Im Rahmen des Microfinance Initiative for Asia – Projektes (MIFA) für die KfW und IFC verfasste sie als Co-Autorin die Studie „China Diagnostik“. Seit Januar 2014 arbeitet sie als Projektmanagerin für das Drittmittelprojekt INFOCORE.

■ Forschungs- und Drittmittelprojekte

Mitarbeiterin im EU-geförderten Projekt INFOCORE



Dr. Brigitte Huber
huber@ifkw.lmu.de

Brigitte Huber studierte von 2002 bis 2008 Publizistik- und Kommunikationswissenschaft an der Universität Wien. Von 2009 bis 2013 war sie als wissenschaftliche Mitarbeiterin am Institut für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft der Universität Wien tätig. Dort promovierte sie im Juni 2013 mit einer Arbeit über Experten als journalistische Quellen und Akteure in der Medienöffentlichkeit. Von Juli bis September 2013 war sie wissenschaftliche Projektmitarbeiterin am Institute for Social Research and Consulting SORA in Wien. Seit Oktober 2013 ist Brigitte Huber wissenschaftliche Mitarbeiterin am Lehrbereich Fröhlich.

Schwerpunkte in Forschung & Lehre

Journalismusforschung, Wissenschaftskommunikation, Politische Kommunikation, Journalismus und Meinungsforschung, Journalismus und PR

Veröffentlichungen

- Brantner, C., & Huber, B. (2013). How Visible is Communication Studies? Press Coverage of the Discipline in Three German-Language Quality Newspapers. *Studies in Communication / Media*, 2(2), 247-264.
- Huber, B. (2012). Pollsters as Entertainers in the Spotlight. Do We Need Special Guidelines for Pollsters' Appearance in the Media? In H. Haas, H. Jerabek, & T. Petersen (Hrsg.), *The Early Days of Survey Research and Their Importance Today* (S. 259-267). Wien: Braumüller.
- Huber, B. (2011). Experten oder Ersatzjournalisten? Zur Rolle der Meinungsforscher in der Wahlkampfberichterstattung. In J. Haschke & A. Moser (Hrsg.), *Politik - Deutsch, Deutsch - Politik. Aktuelle Trends und Forschungsergebnisse* (S. 113-132). Berlin: Frank&Timme.
- Huber, B. (2011). Rezension zu Roessing, T. (2009). Öffentliche Meinung – die Erforschung der Schweigespirale. Baden-Baden: Nomos. *rezensionen:kommunikation:medien*, online abrufbar <http://www.rkm-journal.de/archives/6979>
- Huber, B., & Aichberger, I. (2011). Auf dem Weg zu neuen Darstellungsformen? Die zunehmende Bedeutung von Experten in der journalistischen Wirklichkeitskonstruktion. In *Tagungsdokumentation Medienlogik und Medienrealität* (S. 80-86). Tübingen, online abrufbar http://napex.net:8600/napex/upload/dgpuk/FG%20Mediensprache_Mediendiskurse/tdok_tue_2011.pdf

Vorträge und Podiumsteilnahmen

- Huber, B., & Aichberger, I. (2012). *Commonly quoted, rarely questioned, vaguely labelled: Experts as Sources in Austrian Newspapers*. Präsentation auf der ECREA 4th European Communication Conference, Istanbul.
- Brantner, C., & Huber, B. (2011). *Mediating Communications. Quality media coverage of Communication Science in three European Countries*. Vortrag auf der Jahrestagung der IAMCR, Istanbul.
- Huber, B., & Maireder, A. (2011). *FollowerPower: Sharing Know How in Online Networked Publics*. Vortrag auf der Jahrestagung der IAMCR, Istanbul.
- Brantner, C., & Huber, B. (2011). *Zur öffentlichen Sichtbarkeit der Kommunikationswissenschaft. Wie über das Fach in Qualitätszeitungen berichtet wird*. Vortrag auf der 56. Jahrestagung der DGPK, Dortmund.
- Huber, B., & Aichberger, I. (2011). *Auf dem Weg zu neuen Darstellungsformen? Die zunehmende Bedeutung von Experten in der journalistischen Wirklichkeitskonstruktion*. Vortrag auf der gemeinsamen Tagung der DGPK-Fachgruppen Journalistik/Journalismusforschung und Mediensprache/Medien-diskurse, Tübingen.

Auszeichnungen

VÖZ-Förderpreis Medienforschung in der Kategorie „Beste Dissertation“
Anerkennungsurkunde Dr. Maria Schumayer Stiftung für die Dissertation

Aktivitäten und Engagement

Mitglied im Verein „Initiative Qualität im Journalismus“



Marc Jungblut, M.A.
jungblut@ifkw.lmu.de

Marc Jungblut studierte von 2007 bis 2013 Publizistik, Film und Psychologie an der Johannes Gutenberg-Universität Mainz. Während dieser Zeit arbeitete er als studentische Hilfskraft am Institut für Publizistik. Im akademischen Jahr 2010/11 absolvierte er ein Auslandsjahr an der New School in New York. Im „spring term“ 2011 war er dort als Teaching Assitant tätig. Von September bis Oktober 2011 war er studentische Hilfskraft am Institut für Wissensmedien in Tübingen. Während des Studiums erhielt er Förderung durch die Studienstiftung des deutschen Volkes, den Deutschen Akademischen Austausch Dienst (DAAD), sowie ein „departmental merit scholarship“ der New School. Im Juli 2013 schloss er sein Magisterstudium ab. Das Thema der Magisterarbeit lautete: „„Frischer Wind in Deutschlands Segeln‘? Eine vergleichende Framing-Analyse der Berichterstattung über kleine, nicht-etablierte Parteien in der BRD am Beispiel der Grünen und der Piratenpartei“. Seit Januar 2014 ist Marc Jungblut Projektmitarbeiter und Doctoral Researcher im INFOCORE-Projekt.

Schwerpunkte in Forschung & Lehre

Politische Kommunikation, Kriegs- und Krisenberichterstattung, Framing

Dissertationsprojekt

Marc Jungblut beschäftigt sich in seiner Dissertation mit Erfolgsbedingungen von Framing in der Kriegs- und Krisenberichterstattung.



Dr. Thomas Koch
koch@ifkw.lmu.de

Thomas Koch studierte von 2000 bis 2005 Medien- und Kommunikationswissenschaft, Psychologie und Rechtswissenschaft an der Friedrich-Schiller-Universität Jena. Von 2006 bis 2009 war er wissenschaftlicher Mitarbeiter am Lehrstuhl für Kommunikationswissenschaft an der Friedrich-Alexander-Universität Erlangen-Nürnberg. Seit April 2009 ist er wissenschaftlicher Mitarbeiter am Lehrbereich Fröhlich. 2010 promovierte er mit einer Arbeit zum Einfluss von Gewohnheiten auf die Fernsehnutzung zum Dr. rer. pol. Er absolvierte Forschungs- und Lehraufenthalte an der University of Sheffield, der Göteborgs Universität sowie an der Venice International University. Im April 2010 wurde er zum akademischen Rat auf Zeit ernannt. Von Oktober 2013 bis März 2014 vertrat er eine Professur für Kommunikationswissenschaft mit dem Schwerpunkt Politische Kommunikation an der Johannes Gutenberg-Universität Mainz.

■ Schwerpunkte in Forschung & Lehre

Wirkungen persuasiver Kommunikation, Mediennutzung, politische Kommunikation, Journalismus und PR

■ Habilitationsprojekt

Die Habilitation beschäftigt sich mit Effekten der wiederholten Darbietung persuasiver Stimuli.

■ Veröffentlichungen

Koch, T., & Zerback, T. (2013). Helpful or harmful. How frequent repetition affects perceived statement credibility. *Journal of Communication*, 63(6), 993-1010.

Koch, T., Baden, C., Klötzer, H., & Müller, E. (2013). Bedingt professionell. Eine Untersuchung zur Professionalität der Kommunikations- und Medienarbeit bayerischer Kommunalpolitiker. *SCIM – Studies in Communication I Media*, 2(3), 275-299.

- Koch, T., Peter, C., & Obermaier, M. (2013). Optimisten glaubt man nicht. Wie sich valenzbasiertes Framing auf die Glaubwürdigkeit von Aussagen und deren Kommunikator auswirkt. *Medien & Kommunikationswissenschaft*, 61(4), 551-567.
- Fröhlich, R., Koch, T., & Obermaier, M. (2013). What's the harm in moonlighting? A qualitative survey on the role conflicts of free-lance journalists with secondary employment in the field of PR. *Media, Culture and Society*, 35(7), 809-829.
- Obermaier, M., & Koch, T. (2013). Von der Doppelrolle. Auswirkungen von Inter-Rollenkonflikten freier Journalisten mit Nebentätigkeiten im PR-Bereich. *Medien & Kommunikationswissenschaft*, 61(3), 406-419.
- Koch, T., & Obermaier, M. (2013). Schwieriger Spagat. Eine quantitative Befragung freier Journalisten mit Nebentätigkeiten im PR-Bereich. *SCIM – Studies in Communication | Media*, 2(1), 115-127.
- Koch, T., & Zerback, T. (2013). Das Wiederholungsparadoxon. Warum die Wiederholung einer Aussage ihre Glaubwürdigkeit zugleich erhöht und senkt. *Publizistik*, 58(1), 5-21.
- Schöller, C., & Koch, T. (2013). Erfolgsfaktoren von PR-Beratung. Eine Befragung international und national agierender Unternehmen und Agenturen. In D. Ingenhoff (Hrsg.), *Internationale PR-Forschung* (S. 159-179). Konstanz: UVK.
- Koch, T., Fröhlich, R., & Obermaier, M. (2012). Tanz auf zwei Hochzeiten. Rollenkonflikte freier Journalisten mit Nebentätigkeiten im PR-Bereich. *Medien & Kommunikationswissenschaft*, 60(4), 520-535.
- Koch, T., & Lindemann, A.-K. (2012). Dem Bauchgefühl vertrauen? Einfluss der Quellenglaubwürdigkeit auf die Persuasion deliberater und intuitiver Rezipienten. In O. Jandura, A. Fahr, & H.-B. Brosius (Hrsg.), *Theorieanpassungen in der Mediengesellschaft* (S. 175-190). Baden-Baden: Nomos.
- Koch, T. (2011). Vielschichtig verknüpft. Zum Zusammenhang von Gewohnheiten und Zeit bei der Fernsehnutzung. In M. Suckfüll, H. Schramm, & C. Wünsch (Hrsg.), *Rezeption und Wirkung in zeitlicher Perspektive* (S. 53-69). Baden-Baden: Nomos.
- Wolf, B., & Koch, T. (2011). Bedeutung visueller und verbaler Informationen bei der Beurteilung politischer Kandidaten in TV-Duellen: Eine Bestandsaufnahme. In J. Haschke, & A. Moser (Hrsg.), *Politik - Deutsch, Deutsch - Politik, Aktuelle Trends und Forschungsergebnisse* (S. 59-74). Berlin: Frank&Timme.
- Koch, T., & Zerback, T. (2011). Wiederholung und Wahrheit. Wie die mehrmalige Präsentation politischer Slogans die Einschätzung ihrer Glaubwürdigkeit beeinflusst. *Medien & Kommunikationswissenschaft*, 59(4), 487-504.
- Koch, T., & Ruland, A. (2011). Versteckte Effekte. Wirkungen subtiler und exponierter Product Placements. *Publizistik*, 56(3), 263-280.

Vorträge und Podiumsteilnahmen

- Peter, C., & Koch, T. (2013). *The Negativity Credibility Bias. Effects of Valence Framing on Truth Judgments and Source Credibility*. Vortrag auf der 8. Konferenz der Fachgruppe Medienpsychologie, Würzburg.
- Zerback, T., Koch, T., & Krämer, B. (2013). *Thinking of others. Effects of implicit and explicit media cues on climate of opinion perceptions*. Vortrag auf der Jahrestagung der IAMCR, Dublin, Irland.
- Koch, T., & Zerback, T. (2013). *The Repetition Paradox: Why the Repetition of a Statement Both Increases and Decreases its Credibility*. Vortrag auf der 63. Jahrestagung der ICA, London.
- Obermaier, M., & Koch, T. (2013). *Mind the gap. Consequences of inter-role conflicts of freelance journalists with secondary employment in the field of PR*. Vortrag auf der 63. Jahrestagung der ICA, London.
- Koch, T., Peter, C., & Obermaier, M. (2013). *Never Trust an Optimist! Effects of Valence-Framing on Message and Source Credibility*. Vortrag auf der 63. Jahrestagung der ICA, London.
- Obermaier, M., & Koch, T. (2013). *Von der Doppelrolle. Auswirkungen von Inter-Rollenkonflikten freier Journalisten mit Nebentätigkeiten im PR-Bereich*. Vortrag auf der 58. Jahrestagung der DGPUK, Mainz.
- Zerback, T., Koch, T., & Krämer, B. (2013). *Die Meinung der Anderen. Effekte impliziter und expliziter medialer Hinweise auf die Wahrnehmung des Meinungsklimas*. Vortrag auf der 58. Jahrestagung der DGPUK, Mainz.
- Koch, T., Peter, C., & Obermaier, M. (2013). *Optimisten sind unglaubwürdig – Effekte von valenzbasiertem Framing auf die Glaubwürdigkeit von Botschaft und Kommunikator*. Vortrag auf der Tagung der DGPUK-Fachgruppe Rezeptions- und Wirkungsforschung, Wien.
- Obermaier, M., Orendi, M.-L., Dushi, E., Koch, T., & Baden, C. (2013). *Wahlen nach Zahlen. Effekte von Wahlprognosen und vergangenen Wahlergebnissen*. Vortrag auf der gemeinsamen Jahrestagung des Arbeitskreises „Politik und Kommunikation“ der DVPW und der Fachgruppe „Kommunikation und Politik“ der DGPUK, Wien.
- Klötzer, H., Müller, E., Steinle, T., Tachtler, A., Wieland, A., Baden, C., & Koch, T. (2013). *Ist die Medialisierung in der Kommunalpolitik angekommen? Eine Untersuchung zur Professionalisierung der Öffentlichkeitsarbeit bayerischer Kommunalpolitiker*. Vortrag auf der gemeinsamen Jahrestagung des Arbeitskreises „Politik und Kommunikation“ der DVPW und der Fachgruppe „Kommunikation und Politik“ der DGPUK, Wien.
- Koch, T., & Obermaier, M. (2013). *Schwieriger Spagat. Freie Journalisten mit Nebentätigkeiten im PR-Bereich*. Vortrag auf der Tagung der DGPUK-Fachgruppe Journalistik/Journalismusforschung, München.

- Koch, T., Obermaier, M., & Peter, C. (2012). *Viel hilft viel? Einfluss von Wiederholungsanzahl und Größe von Internetwerbepartnern auf Mere-Exposure- und Truth-Effekt*. Vortrag auf der Jahrestagung der Ad-hoc-Gruppe Werbekommunikation in der DGPK, Würzburg.
- Peter, C., & Koch, T. (2012). *Sag mir wer du bist und ich sag dir was du brauchst. Wahrnehmung und Wirkung personalisierter Werbebotschaften im Web 2.0*. Vortrag auf der Jahrestagung der Ad-hoc-Gruppe Werbekommunikation in der DGPK, Würzburg.
- Struckmann, S., Steinle, L., Biedermann, D., Koch, T., & Baden, C. (2012). *(Dis-)Covering uncertainty in war journalism: A content analysis of source related uncertainty in the coverage of wars*. Vortrag auf der ECREA 4th European Communication Conference, Istanbul.
- Schöller, C., Koch, T., & Fröhlich, R. (2012). *Success factors in PR consulting – clients' and consultants' perceptions*. Posterpräsentation auf der ECREA 4th European Communication Conference, Istanbul.
- Wassink, V., Baden, C., & Koch, T. (2012). *(Re)Covering reflexivity in war journalism: Investigating the purposes and contents of metacoverage in war*. Vortrag auf der ECREA 4th European Communication Conference, Istanbul.
- Zerback, T., Koch, T., & Krämer, B. (2012). *Doubts and uncertainty in judgments about the climate of opinion*. Vortrag auf der ECREA 4th European Communication Conference, Istanbul.
- Koch, T., Zerback, T., & Fawzi, N. (2012). *Repetition and truth. How repeated political slogans affect judgments of credibility*. Vortrag auf der 62. Jahreskonferenz der ICA, Phoenix, AZ.
- Koch, T., & Zerback, T. (2012). *Wiederholung und Wahrheit. Warum die Wiederholung einer Aussage ihre Glaubwürdigkeit zugleich erhöht und senkt*. Vortrag auf der 57. Jahrestagung der Deutschen Gesellschaft für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft, Berlin.
- Koch, T., & Zerback, T. (2012). *Relevanz des Truth-Effekts für die Markenkommunikation*. Vortrag auf Einladung der Volkswagen AG an der AutoUni Wolfsburg.
- Fröhlich, R., Schöller, C., & Koch, T. (2011). *Erfolgsfaktoren von PR-Beratung. Eine Befragung international und national agierender Unternehmen und Agenturen*. Vortrag auf der Tagung der DGPK-Fachgruppe PR / Organisationskommunikation, Fribourg, Schweiz.
- Koch, T., & Baden, C. (2011). *Convinced by the message or the speaker? Deliberative and intuitive information processing for persuasion and third person perception*. Vortrag auf der 64. Jahrestagung der WAPOR, Amsterdam.
- Baden, C., & Koch, T. (2011). *The dynamics of frames in media discourse: Stability & change in the Dutch press coverage of the EU constitution*. Vortrag auf der 61. Jahrestagung der ICA, Boston, MA.

Koch, T., & Zerback, T. (2011). *Wer dreimal lügt dem glaubt man? Wie die mehrmalige Präsentation die Einschätzung des Wahrheitsgehalts von Wahlplakatslogans beeinflusst*. Vortrag auf der Tagung der DGPUK-Fachgruppe Rezeptions- und Wirkungsforschung, München.

Koch, T., & Lindemann, A.-K. (2011). *Andere Quelle – andere Wirkung? Einfluss der Kommunikatorgläubwürdigkeit auf Einstellungen und Third-Person-Wahrnehmung deliberater und intuitiver Rezipienten*. Vortrag auf der Tagung der DGPUK-Fachgruppe Rezeptions- und Wirkungsforschung, München.

■ Auszeichnungen

Auszeichnung für exzellente Lehre (am drittbesten evaluierte Lehrveranstaltung des IfKW im WS 2010/2011)

Auszeichnung für exzellente Lehre (am besten evaluierte Lehrveranstaltung des IfKW im WS 2011/2012)

Auszeichnung für exzellente Lehre (am besten evaluierte Lehrveranstaltung des IfKW im WS 2012/2013)

Auszeichnung für exzellente Lehre (am zweitbesten evaluierte Lehrveranstaltung des IfKW im WS 2012/2013)



Clarissa Schöller, M.A.
schoeller@ifkw.lmu.de

Clarissa Schöller studierte von 2005 bis 2008 im Bachelorstudiengang „Medien und Kommunikation“ an der Universität Augsburg, und im Anschluss bis 2010 Kommunikationswissenschaft (Master) an der LMU München. Studienbegleitend absolvierte sie verschiedene Praktika und Tätigkeiten, u.a. bei Telefónica o2 Germany, Children for a better World e.V. und dem Mitteldeutschen Rundfunk. Ihre Masterarbeit verfasste sie über „Brand Communication in Social Media: Strategische Nutzung von Brand Communication als Kommunikationsinstrument durch Unternehmen“. Seit Oktober 2010 ist Clarissa Schöller wissenschaftliche Mitarbeiterin am Lehrbereich Fröhlich und Auslandsbeauftragte des IfKW.

Schwerpunkte in Forschung & Lehre

Public Relations, Organisationskommunikation, Organisationsberatung, Kommunikation mit Neuen Medien, Social Media

Dissertationsprojekt

Die Dissertation beschäftigt sich mit der Interaktionsbeziehung zwischen Beratern und Klienten in PR-Beratungsprozessen.

Veröffentlichungen

- Schöller, C., & Koch, T. (2013). Erfolgsfaktoren von PR-Beratung. Eine Befragung international und national agierender Unternehmen und Agenturen. In D. Ingenhoff (Hrsg.), *Internationale PR-Forschung* (S. 159-179). Konstanz: UVK.
- Fröhlich, R., & Schöller, C. (2012). Online brand communities: New public relations challenges through social media. In Sandra C. Duhe (Hrsg.), *New media and public relations* (2. Aufl., S. 86-95). New York, NY: Peter Lang.
- Fröhlich, R., & Schöller, C. (2011). Brand Communities im Einsatz. *Pressesprecher*, 2, 44-46.
- Fröhlich, R., & Schöller, C. (2011). Markenstrategie im Netz. *Pressesprecher*, 1, 40-42.

■ Vorträge und Podiumsteilnahmen

Schöller, C. (2012). *Exploring a (fairly) new instrument for corporate communication in the social Web: Brand Communities*. Vortrag auf der ECREA 4th European Communication Conference, Istanbul.

Schöller, C., Koch, T., & Fröhlich, R. (2012). *Success factors in PR consulting – clients' and consultants' perceptions*. Posterpräsentation auf der ECREA 4th European Communication Conference, Istanbul.

Fröhlich, R., Schöller, C., & Koch, T. (2011). *Erfolgsfaktoren von PR-Beratung. Eine Befragung international und national agierender Unternehmen und Agenturen*. Vortrag auf der Tagung der DGPK-Fachgruppe PR / Organisationskommunikation, Fribourg, Schweiz.

■ Aktivitäten & Engagement

Frauenbeauftragte der Fakultät 15



Katya Stolpovskaya, MA
katya.stolpovskaya@ifkw.lmu.de

Katya Stolpovskaya graduated from Belarusian State University in 2011 majoring in Linguistic and Country Studies of China. After that, she was awarded Chinese Government Scholarship to complete graduate program at Tsinghua University, Beijing. In June 2013 she obtained a Master degree in Applied and Computational Linguistics from above named institution. The topic of her master thesis was „Pragmatic Labeling Based on Body Language“, in which Katya was researching sign and body language and developing a tagset to enable automated processing of gestures.

As for professional experience, Katya used to work for Invention Machine Inc. as a computational linguist being one of the developers of Chinese semantic engine. Afterwards she worked for EPAM Systems as a computational linguist creating an Arabic language pack for customers' reviews processing tool, mainly sentiment analysis.

Since March 2014 Katya has joined LMU Munich as a doctoral researcher for INFOCORE project, in which she supports WP6 and deals with automated content analysis.

Research Focus

Automated Content Analysis

Publications

Stolpovskaya, K. (2011). Disambiguation of Compound Words and Word Combinations in Chinese Language. *Puti Podnebesnoj*, 194-200.



Dipl.-Sozw. Sabine Baudisch
baudisch@ifkw.lmu.de

Sabine Baudisch studierte von 2002 bis 2007 Sozialwissenschaften mit den Hauptfächern Medien- und Kommunikationswissenschaften, Politikwissenschaft, Marketing, Medienrecht und dem Zusatzfach Wirtschafts- und Sozialpsychologie (Schwerpunkt: Marktpsychologie) an der Georg-August-Universität Göttingen. Zwischenzeitlich verbrachte sie von 2004 bis 2005 ein Auslandsstudium mit Lehrassistenz am German Department des Amherst College, USA. Studienbegleitend absolvierte sie mehrere Praktika und Nebentätigkeiten u.a. beim Norddeutschen Rundfunk, Bayerischen Rundfunk, StadtRadio Göttingen und Bosch Rexroth AG. Ihre Diplomarbeit verfasste sie zum Thema „Das Verhältnis zwischen Öffentlichkeitsarbeit und Journalismus am Beispiel des Lokalsenders ‚StadtRadio Göttingen‘“. 2007 absolvierte sie ein PR-Volontariat bei ComMen-Do, Agentur für Unternehmenskommunikation, wo sie anschließend als Junior PR-Beraterin arbeitete. Anfang 2010 wechselte sie in die Pressestelle des Planungsverbandes Äußerer Wirtschaftsraum München. Seit Juli 2009 ist Sabine Baudisch Wissenschaftliche Hilfskraft am Lehrbereich Prof. Fröhlich.



Claudia Hahn
hahn@ifkw.lmu.de

Claudia Hahn absolvierte nach ihrem Abitur eine Ausbildung zur staatlich geprüften Fremdsprachenkorrespondentin für Englisch und Spanisch sowie eine Ausbildung zur Industriekauffrau. Sie arbeitete als Sachbearbeiterin, Sekretärin und Systemadministratorin bei Lloyd's Register of Shipping in Augsburg, sowie als Sekretärin am Fachgebiet Siedlungsstruktur und Verkehrsplanung der TU München. Seit Mai 2005 ist Claudia Hahn Sekretärin am Institut für Kommunikationswissenschaft und Medienforschung (IfKW).



Irene Helmes, M.A., MA
irene.helmes@sz.de

Irene Helmes studierte von 2001 bis 2007 Kommunikationswissenschaft, Neuere und Neueste Geschichte und Interkulturelle Kommunikation an der LMU München mit einem Aufenthalt am Istituto Universitario Suor Orsola Benincasa in Neapel. Ihre Magisterarbeit verfasste sie zum Thema „Karikaturenstreit. Eine Inhaltsanalyse von Berichterstattung und Argumentation ausgewählter europäischer Tageszeitungen“. Während des Studiums absolvierte sie verschiedene redaktionelle Praktika in Online- und Printmedien und war nach dem Abschluss hauptberuflich als Journalistin tätig, so am Newsdesk und im Politikressort von sueddeutsche.de in München. Von 2009 bis 2010 erwarb sie einen Master in Advanced European and International Studies am Institut Européen des Hautes Études Internationales in Nizza und am Institut für Europäische Politik in Berlin. Titel ihrer Masterarbeit war „Migration to the European Union: An analysis of national and common policies.“ Von 2010 bis 2012 war sie wissenschaftliche Mitarbeiterin am Lehrbereich Fröhlich. Heute schreibt Irene Helmes für die Süddeutsche Zeitung im Ressort Kultur und Medien.



Dr. Lisanne Sauerwald
lisanne.sauerwald@lmu.de

Dr. Lisanne Sauerwald studierte von 2000 bis 2002 International Relations und Russisch an der University of St. Andrews (Undergraduate Program). Von 2002 bis 2006 erwarb sie einen Magisterabschluss in Politikwissenschaft, Russisch und Spanisch an der LMU München. Dort promovierte sie auch zum Dr.phil. in Slavischer Philologie zum Thema „Mystisch-hermetische Aspekte im Kunstdenken der russischen Dichter des Absurden“. Zwischenzeitlich absolvierte sie zwei Auslandssemester an der Universidad de Santiago de Compostela sowie an der Staatlichen Universität St. Petersburg (SPbGU). Seit 2009 ist Lisanne Sauerwald Mitarbeiterin des Referats für Forschungsförderung. Dort unterstützt sie insbesondere WissenschaftlerInnen aus den Sozial-, Wirtschafts- und Geisteswissenschaften bei der Beantragung von (EU)Drittmittelprojekten. Von 2010 bis 2012 war Lisanne Sauerwald darüber hinaus wissenschaftliche Mitarbeiterin am Lehrbereich Fröhlich.

■ Studentische Hilfskräfte am Lehrbereich



Emmi Dushi
Tutorin



Nora Denner
Tutorin



Thimeo Hensmann
PRclıc, ProFITclıc



Carolin Köppel
PRclıc



Helene Golz
Tutorin



Elisabeth Müller
Tutorin



Verena Waßink
Tutorin

Abschluss- & Qualifikationsarbeiten am Lehrbereich 2011-2013

Bachelorarbeiten

Anders, Florian Maximilian

Das Verhältnis von Audio-PR und Radio-Journalismus. Eine qualitative Befragung Münchner Hörfunk-Journalisten.

Baumgartl, Christina

Die Besonderheiten und Herausforderungen der Umweltkommunikation. Ausgewählte theoretische Ansätze und Befunde.

Bergers, Mona

Wen schockt das schon? Der Mediendiskurs über die Benetton-Werbekampagne von 1991 und 2011 im Vergleich. Eine quantitative Inhaltsanalyse.

Biermann, Gesa Anna

Verboten kurvig oder verdammt knochig? Die Entwicklung des im deutschen und US-Playboy dargestellten Schönheitsideals.

Boneva, Denitsa

Auswirkungen von Details über das Privatleben auf die Wahrnehmung von Politikern.

Braitmayer, Kathrin

Zu teuer und inhaltlich überholt? Die außeruniversitäre PR-Weiterbildung in Deutschland.

Bredl, Beate

Redenschreiber in DAX-30-Unternehmen: Eine qualitative Berufsfeldstudie.

Burkhard, Sarafina Ramona

Die Einflussfaktoren auf die Werbewirkung von Product Placements in Film und Fernsehen. Eine Systematisierung des bisherigen Forschungsstandes.

Cheurfi, Samira

Die Berichterstattung des SPIEGEL über den „Arabischen Frühling“: Von Pharaonen, Kleptokraten und Araberfürsten.

Dang, Binh-An

Emotional Appeals in Campaign Advertisement: Affect in Campaign Ads and the Impact on Voters.

Droemann, Markus

Political Discourse in the Peking Review (1965 – 1969).

Dushi, Emmi

Verlängerte Werkbank oder Kooperation auf Augenhöhe? Erfolgskriterien der externen PR-Beratung aus Kundenperspektive.

Ebert, Thomas

Spielberg und der Andere. Public-Diplomacy-Botschaften zum Thema Toleranz in Steven Spielbergs Filmen vor und nach 9/11.

Egger, Laura

Public Diplomacy 2.0: Strategische Kommunikation des Auswärtigen Amtes in den sozialen Medien.

Eltze, Denise

Subliminale Effekte. Eine kritische Analyse alter und aktueller Befunde.

Faucheux, Elisabeth Christina

Kinder und Küche – oder doch lieber Karriere? Eine Analyse der Darstellung weiblicher Berufstätigkeit in Daily Soaps.

Freudling, Rebecca

Der Truth-Effekt in der Werbewirkungsforschung. Wie die Präsentationsdauer von Werbeslogans den Truth-Effekt beeinflusst.

Garcia Lopez, Jorge

Rezeption der venezolanischen Mediated Public Diplomacy in Lateinamerika: Eine qualitative Inhaltsanalyse der venezolanischen Regierungszeitung Correo del Orinoco und drei weiterer Zeitungen Lateinamerikas.

Hauer, Friederike Elisabeth

Mere-Exposure-Effekt im Kontext der Kommunikationswissenschaft. Forschungsüberblick im Zusammenhang mit affektiven, kognitiven und konativen Prozessen.

Hertle, Kathrin

Die Bedeutung von Intuition und Deliberation für den Third-Person-Effekt.

Hintermayr, Susanne

Erfolgsfaktor Evaluation? Eine qualitative Befragung von PR-Beratern zu Erfolgsfaktoren in der Beratungsphase der Ergebniskontrolle und zur Evaluation von Beratungsprozessen

Hoepner, Friederike Marie

Ursachen und Effekte von Reaktanz in der persuasiven Kommunikation.

Hristo, Gergov

Web 2.0 als die neue Arena der politischen Kommunikation und PR?

Kim, Mogyoen

Die Wirkung visuellen Framings in der Lifestyle-Werbung.

Kothe, Astrid

Sind Gerüchte stärker als die Wahrheit? Eine experimentelle Untersuchung zu den Folgen des Backfire-Effekts für die Berichtigung von Falschinformationen.

Ludolph, Ramona

Zum PR-Profi durch ein PR-Studium? Bestandsaufnahme und Analyse akademischer PR-Ausbildungsangebote in Deutschland.

Mayer, Michael B.

PR im Web 2.0. Social Media als Instrument der PR.

Mayer, Theresa

Powered by Emotion? Eine empirische Studie zur Werbewirkung emotionaler Imagefilme im B2B-Markt am Beispiel der Forstwirtschaft.

Meneva, Kalina

Erfolgsfaktoren für PR-Beratung aus Klientenperspektive.

Meyer, Anna-Lina

Das Berufsfeld Public Affairs und Lobbying: Eine empirische Untersuchung zu den Unterschieden zwischen Public Affairs Beratern und Lobbyisten in Berlin.

Minderer, Christina

THEMEN – TIMING – TAUSCHGESCHÄFTE? Eine qualitative Untersuchung der Beziehung von Public Relations und Journalismus am Beispiel der Mode-PR.

Moskvina, Anna

Bewegtbild in der Finanzkommunikation: Professionalisierung des Videoeinsatzes in der internen Kommunikation von Banken.

Obermaier, Magdalena Katharina

„Journalisten machen keine PR?!“ Rollenkonflikte freier Journalisten, mit Nebentätigkeit PR.

Oberpriller, Anna-Maria

Zwischen Differenzierung und Konformität. Eine qualitative Inhaltsanalyse von Firmenbezeichnungen US-amerikanischer PR-Agenturen.

Pavlishyna, Kseniia

Lifestyle-Journalismus: Wie Journalisten die Rolle und den Einfluss der PR wahrnehmen und wie sie damit umgehen.

Peukert, Selina Marie

Werbliche Beeinflussung unter der Lupe. Ein Literatur- und Studienüberblick zum Persuasionswissen der Rezipienten.

Regös, Erika Nóra

Die PR-Agentur – Kunden – Interaktion als ein Beratungsspiel.

Reichensperger, Nina Theresa

...macht Kinder froh und Erwachsene ebenso!? Eine Untersuchung zum Persuasionswissen von Kindern und Jugendlichen.

Richter, Irina

Win on sunday, sell on monday? Die Bedeutung und Wirkung von Sponsoring im Sport.

Romberg, Benjamin

„Auch Diktatoren haben eine Würde“: Untersuchung des journalistischen Umgangs mit User-Generated Videos in der Berichterstattung über den Arabischen Frühling.

Roß, Johanna

Firmenbezeichnungen im Berufsfeld PR – von der „PR-Agentur“ über „Kommunikationsberatung“ bis hin zu „Identity Consultants“. Eine Analyse der Eigenbezeichnung als Form des Brandings.

Rummenhohl, Friederike

Zu den Hintergründen des PR-Images in Deutschland. Eine qualitative Journalisten-Befragung.

Saffnauer, Sarah Semiramis

Analyse der Kommunikation der Bundeswehrführung nach dem Luftangriff auf Kundus 2009. Eine qualitative Fallstudie zum Thema Krisen- und Kriegskommunikation.

Sauer, Ines

Spezifische Trends der deutschsprachigen PR-Berufsfeldforschung seit 2000: Professionalisierung, Berufsrolleausdifferenzierung und Feminisierung.

Scharf, Carina Luise

Social Media Usage of International Exchange Students. Which place do Facebook Groups occupy in students sojourners' everyday life during their stay abroad?

Schmid, Julia Marie

Wirkungen von Product Placements. Eine Systematisierung des Forschungsstandes.

Schmid, Simon

Von Wiederholung, Wissen und Wahrheit. Der Einfluss von Persuasionswissen auf den Truth-Effekt.

Schnüttgen, Hendrik

Profitorientierung des Kommunikators: Ein Fluch für die Wirkung von Schuldappellen? Unterschiede in der Wirkung Schuldinduzierender Werbeanzeigen von karitativen und kommerziellen Organisationen.

Schuler, Maria Elisabeth

Mehr bringt mehr? Der Einfluss der Wiederholung von Aussagen auf die Einschätzung der Glaubwürdigkeit der Aussagen und des Kommunikators.

Speer, Luise

Symbolische Kommunikation in der Unternehmenskrise: Kommunikationsbotschaften als Rituale, Stereotypen und rhetorische Symbole.

Masterarbeiten

Stonyte, Jurgita

Dialogorientierte Unternehmenskommunikation – endlich realisierbar durch Anwendungen des Social Web?

Tesfaledet, Salome Lea

Vergleich der Wirkungen ein- und zweiseitiger persuasiver Kommunikation. Untersuchung der persuasiven Wirksamkeit.

Ulbricht, Stefanie Vanessa

Motive, Präferenzen und Kompetenzen. Die Berufswahl von Frauen im PR-Berufsfeld.

Weckbach, Laura

Reaktanz in der persuasiven Kommunikation. Folgen der Variation des Beeinflussungsgrades.

Wilk, Nathalie

Revolutions-Gezwitscher vs. Fulltime-Job: Eine explorative Untersuchung über den Einfluss von Bürgerjournalismus auf den klassischen Journalismus während des Arabischen Frühlings in Ägypten.

Biedermann, Dorothee

Alles Routine? Die Auseinandersetzung des Journalismus mit einem publizistischen Konflikt am Beispiel des Mohammed-Videos.

Bruder, Christa Sarah

Social-Media-Arbeit in der B2C-Kommunikation deutscher Grossunternehmen: Social-Media-Arbeit auf dem Weg zur Professionalisierung?

Defèr, Jakob

Politische Öffentlichkeit 2.0. Reputationsmanagement und Identitätsmanagement von Abgeordneten des Deutschen Bundestages via Social Media.

Dohnal, Andrea

Die Erlernbarkeit von Medienkompetenz im kommunikationswissenschaftlichen Studium: Exemplarische Untersuchung anhand der Fähigkeit, persuasive Botschaften zu durchschauen.

Feierabend, Christina

Sauber oder reingewaschen? Die Darstellung und Bewertung der Nachhaltigkeitsleistungen von Unternehmen in deutschen Qualitätszeitungen.

Galatsch, Johannes Michael

Alles hat seinen Preis. Erfolgsfaktoren für Paid Content aus dem Bereich der Nachrichten.

Gegner, Jana Mareike

Eine Welt – Ein Traum. Der Tibet-Konflikt im Schein oder Schatten des Olympischen Feuers 2008. Thematisierungsprozesse in der Konfliktberichterstattung.

Heinrich, Simon

Litigation-PR in Deutschland: Eine kritische Betrachtung.

Hövekamp, Kathrin

Beweise als linguistische Glaubwürdigkeitsindikatoren in Botschaften perusativer Kommunikation.

Klötzer, Hannah

Wahlkampf zum Anfassen? Eine quantitative Politikerbefragung zu interpersonalen und medialen Kommunikationskanälen in der kommunalen Wahlkampfführung.

Küsters, Hannah

Furchtbar und fruchtbar? Kurz- und langfristige Wirkungen von Furchtappellen in der persuasiven Gesundheitskommunikation.

Mettke, Michael

Strategisches Framing in der (De-)Legitimierung von Kriegen. Eine inhaltsanalytische Untersuchung der Kommunikation des Auswärtigen Amtes zur Enthaltung im Libyen-Krieg 2011 und seiner (sic!) Resonanz in den deutschen Printmedien.

Müller, Christa Catharina

Corporate Publishing – Eine qualitative Befragung zum journalistischen Handeln bei Kundenzeitschriften.

Olsson, Anna

Issues Management. Ein wirksames Instrument der Krisenprävention? Überprüfung der Wirksamkeit der Krisenprävention am Beispiel des Issues Managements.

Orendi, Marie-Luise

Geht ins Netz, bleibt im Kopf? Radiosender auf Facebook. Public Relations in sozialen Netzwerken.

Peters, Markus

Tanz auf zwei Hochzeiten. Freie Journalisten im Spannungsfeld zwischen Journalismus und PR – eine qualitative Analyse.

Sörensen, Lena

Win-Win-Situation? Die Beziehung zwischen PR-Akteuren und Journalisten im Modebereich.

Steinle, Theresa

Kopf oder Inhalt? Zur Personalisierung in der Kommunalpolitik. Eine quantitative Befragung deutscher Kommunalpolitiker.

Steinlein, Laura

Die Erlernbarkeit von Medienkompetenz im kommunikationswissenschaftlichen Studium: Exemplarische Untersuchung anhand der Fähigkeit, persuasive Botschaften zu durchschauen.

Tschochner, Julia

Dienstleister durch und durch oder Hüter des Qualitätsjournalismus? Eine qualitative Studie zum beruflichen Selbstverständnis von Kundenmagazin-Redakteuren.

Velez Urruchi, Jean Loui

Issues Management durch Social Media: Zum potenziellen Beitrag von Facebook für die Issues Management-Arbeit – Eine inhaltsanalytische Untersuchung.

Waßink, Verena

Einflussfaktoren auf die politische Wahlkampfkommunikation und die Entstehung von Interaktion im Social Web. Eine empirische Untersuchung der Kommunikationsstrukturen und Diskussionen auf Facebook während des Landtagswahlkampfes in Nordrhein-Westfalen 2012.

Wieland, Alisa

Tu Gutes und lass darüber schreiben? Eine qualitative Befragung zum Verhältnis zwischen CSR-Kommunikation und Journalismus.

Projekt WIPRE: Women In Public Relations in Europe

BREAKING through the glass ceiling

WIPRE <http://www.leedsmet.ac.uk/wipre/> is an international collaborative ERASMUS Intensive Programme-Project funded for two years under the Lifelong Learning Programme of the European Commission. The project has been launched in November 2013 at Leeds Metropolitan University. Project partners of Prof. Dr. Romy Fröhlich are Prof. Serra Görpe from the Istanbul University and Prof. Liz Yeomans from the Leeds Metropolitan University, who is the coordinator of WIPRE. The Lifelong Learning Programme of the European Commission provides funding for Higher Education Institutions across Europe to bring together staff and students to participate in learning opportunities, skills development and access to information.

The primary objective of the WIPRE Intensive Programme (IP) is to facilitate a European shared learning experience at postgraduate level for students and academics in regard to gender awareness, which will include a focused multi-disciplinary approach, an understanding of rapidly changing social and economic contexts, and a heightened level of skills and capacities to enable practitioners, scholars and students to make a difference in their professional lives.

This IP will bring together male and female students from several European countries, all with their own views and perspectives of gender, culture and PR practice, thus enabling valuable and diverse sources of shared experience and learning.

The thematic areas of the intensive programme include:

- Gender (gender perspectives, feminist perspectives, gender mainstreaming)
- Strategic Communication (including the professional relationship with journalism)
- Leadership theory and practice (including contemporary knowledge on gender mainstreaming as management tool and leadership value)
- Intercultural communication
- Personal effectiveness (self-awareness; negotiating; influencing others; emotional intelligence; ethics, equity/equal opportunities)

As part of WIPRE, we will recruit 30 students (10 from each Institution) to attend a two week, fully funded intensive teaching programme, examining the issue of gender in public relations (PR), which will take place in July 2014. The programme will have a multi-disciplinary focus, drawing together tutors and practitioners from a range of academic and professional backgrounds. Students will primarily be drawn from the following disciplines: Public Relations / Communication Management, Social Sciences (Sociology / Psychology), Humanities (Communication, Media, Journalism, Gender / Womens' Studies).



Internationales Forschungsprojekt INFOCORE

(IN)FORMING CONFLICT PREVENTION,
RESPONSE AND RESOLUTION:



■ INFOCORE <http://www.infocore.eu/> is an international collaborative research project funded until 2016 under the 7th European Framework Programme of the European Commission. It comprises eleven leading experts from all social sciences and includes nine renowned research institutions from seven countries. Its main aim is to investigate the role(s) that media play in the emergence or prevention, the escalation or de-escalation, the management, resolution, and reconciliation of violent conflict.

INFOCORE provides a systematically comparative assessment of various kinds of media, interacting with a wide range of relevant actors and producing diverse kinds of conflict coverage. It focuses on three main conflict regions - the Middle East, the West Balkans, and the African Great Lakes area. Its findings address both the socially interactive production process behind the creation of conflict coverage, and the dynamics of information and meaning disseminated via the media.

INFOCORE focuses on the conditions that bring about different media roles in the cycle of conflict and peace building. It generates knowledge on the social processes underlying the production of conflict news, and the inherent dynamics of conflict news contents, in a systematically comparative fashion. Based on this perspective, the project identifies the conditions under which media play specific constructive or

destructive roles in preventing, managing, and resolving violent conflict, and building sustainable peace.

INFOCORE reconstructs the production process of conflict-related media contents, focusing on the interactions between professional journalists, political actors, experts/NGOs, and lay publics. It analyzes these actors' different roles as sources or advocates, mediators, users and audiences in the production of professional news media, social media, and semi-public expert analysis.

To assess the roles of media for shaping conflict perceptions and responses to ongoing conflicts, INFOCORE analyzes the dynamics of conflict news content over time. It identifies recurrent patterns of information diffusion and the polarization/consolidation of specific frames and determines the main contextual factors that influence the roles media play in conflict and peace building. Specifically, the project assesses the roles of individual agendas and resources, professional norms, media organizations and systems, political systems, and characteristics of the conflict situation.

The INFOCORE consortium started its work on January 1, 2014. Its findings and data will (as far as not protected by privacy/copyright law, after an embargo period) be accessible to all public. During and beyond the project duration, we invite collaboration by interested researchers and practitioners.

Prof. Dr. Romy Fröhlich, Project Coordinator





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/