

Lehr- & Forschungsbereich Prof. Dr. Romy Fröhlich

Institut für Kommunikationswissenschaft
und Medienforschung (IfKW)

Ludwig-Maximilians-Universität München

Rechenschaftsbericht 2014-2015



Lehrbereich Prof. Dr. Romy Fröhlich



v.l.n.r.: Ieva Zakareviciute, Katya Stolpovskaya, Clarissa Schöller, Marc Jungblut, Christin Döring-Mazraani, Romy Fröhlich

Nicht im Bild sind Christian Baden, Sabine Baudisch, Thomas Koch, Miriam Schnick sowie die studentischen Hilfskräfte (siehe S. 33).

„Es wird ja fleißig gearbeitet und viel mikroskopiert, aber es müßte mal wieder einer einen gescheiten Gedanken haben.“

Dr. Rudolf Virchow (1821 - 1902)

Liebe Alumni, FreundInnen
und KooperationspartnerInnen,

2013 habe ich mich dazu entschlossen, unseren „Rechenschaftsbericht“ nicht mehr jährlich sondern alle zwei Jahre zu erstellen. Seitdem ist wieder viel passiert bei uns, und auch turnusmäßig ist es jetzt wieder Zeit, über die Leistungen und gescheiten Gedanken meines Lehr- und Forschungsbereichs in den Jahren 2014 und 2015 zu berichten.

Zuletzt hatte ich Sie darüber informiert, dass im Januar 2014 unser großes EU-Projekt **INFOCORE** an den Start ging. Noch bis Ende 2016 wird uns diese internationale Forschungs-kooperation zum Thema „Die Rolle von Medien in Kriegen und violenten Konflikten“ beschäftigen — und sicherlich noch viele Jahre darüber hinaus. In INFOCORE verantworte ich das Teilprojekt „The Role of Strategic Communication and PR in War and Violent Conflict“ (Work Package Nr. 6 von insgesamt 10) und koordiniere darüber hinaus neun Wissenschaftler-KollegInnen aus sieben Ländern, die vor Ort selbst jeweils eigene ForscherInnen-Teams bilden. Mittlerweile sind wir insgesamt 31 ForscherInnen in diesem Projekt; sechs davon arbeiten am IfKW.

WissenschaftlerInnen sind es ja nicht unbedingt gewohnt, in großen Teams zusammenzuarbeiten. Im Rahmen unserer eigenen kleinen Projekte hängen wir in der Regel eher über unseren

persönlichen ‚Mikroskopen‘ und forschen im abgeschirmten Kämmerlein fleißig – aber meist alleine – vor uns hin. Das geht in INFOCORE nicht. Hier liegt für uns alle die Herausforderung darin, ständig miteinander zu kooperieren, sich kontinuierlich auszutauschen und in zahlreichen virtuellen und realen Meetings andauernd gescheite Gedanken entstehen zu lassen und auszutauschen. In INFOCORE hat fast jede Woche ein/e andere/r einen klugen Gedanken. Das ist anstrengend, zugleich aber auch ungemein gewinnbringend und inspirierend – und es macht sehr viel Spaß.

Große internationale Forschungsverbände verlangen allen Beteiligten viel ab: Verlässlichkeit, Termintreue, Verständnis, Wertschätzung, Kritikfähigkeit, Kompromissfähigkeit, interkulturelle Kompetenz, interdisziplinäres Denken sowie die Bereitschaft, auch jenseits des eigenen Mikrokosmos neue Ideen zuzulassen und zu diskutieren. Nicht jede/r bringt diese Fähigkeiten schon gleich von Anfang an mit, was die Sache natürlich verkompliziert. Mittlerweile aber können wir das alle ganz gut. In INFOCORE müssen wir uns darüber hinaus der unfassbar komplexen und aufwändigen EU-Administration und -Bürokratie unterwerfen. Auch deshalb ist insgesamt für eine solche EU-Forschungs-Kooperation meiner Erfahrung nach mindestens doppelt so viel Zeit aufzu-

wenden wie für ein normales national gefördertes Forschungsprojekt, das man alleine bearbeitet. Niemand von uns erhält für diesen Aufwand eine Freistellung von der Lehre oder den allgemeinen administrativen Aufgaben am Institut. Und trotzdem möchten wir nach dieser international kooperativen Erfahrung nie wieder nur im abgeschirmten Kämmerlein über dem eigenen kleinen ‚Mikroskop‘ abhängen.

Im Oktober 2014 konnte ich in Kooperation mit Christian Baden einen weiteren Research Grant einwerben zum Thema „Imag(in)ing Conflict and its Resolution“. Das Projekt wird für zwei Jahre gefördert von der Gerda-Henkel-Stiftung. Ieva Zakareviciute M.A., eine junge Sozial-Anthropologin aus Litauen, promoviert im Rahmen dieses Projekts an meinem Lehr- und Forschungsbereich über „Visual Representations of Social Conflict and Imagery Diffusion in Various Media“. Freude bereitet auch unser neu eingeführter Masterstudiengang „Internationale Public Relations“. Mit dem Wintersemester 2015/16 gehen gerade der erste Jahrgang in den Beruf und der dritte Studienjahrgang bei uns an den Start — der zahlenmäßig größte bisher. Das Feedback aus der Praxis über die Qualität unserer Studierenden, die ja im dritten Semester für sechs Monate in ein internationales Praktikum gehen, ist fantastisch. Viele bekommen direkt das Angebot, nach Abschluss ihres Studiums eine feste Stelle zu übernehmen. Wir sehen darin die Bestätigung, dass unser Curriculum stimmig ist: die bewusste Verbindung von sozialwissenschaftlicher Forschungs-Expertise und praxisorientiertem fachlichem Know-how. Und im aktuellen Ranking der Erhebung „Profession Pressesprecher“ (Bente-

le et al., 2015) rangieren wir bereits nach so kurzer Zeit auf Platz drei der staatlichen Universitäten mit PR-Studiengang.

Das ‚fröhlich(s)che‘ Team hat sich in den zurückliegenden beiden Jahren auch wieder leicht verändert. Den Neuzugang unserer Stipendiatin Ieva Zakareviciute M.A. habe ich bereits erwähnt. Die größten Veränderungen ergaben sich aber durch Abgänge, die allesamt sehr erfreuliche Hintergründe haben: Dr. Christian Baden hat sich bei der EU erfolgreich um ein Marie Skłodowska-Curie Stipendium beworben, das ihn für drei Jahre an die Hebrew-University Jerusalem führt. Dr. Brigitte Huber von der Universität Wien, die an meinem Forschungs- und Lehrbereich für ein Jahr befristet die Assistentenstelle von Dr. Thomas Koch vertrat, kehrte mit Beginn des WS 2014/15 auf eine neu geschaffene Post-Doc-Stelle an der Universität Wien zurück, wo sie nun ihre Habilitation vorantreibt. Und Dr. Thomas Koch erhielt einen Ruf auf eine Professur an die Universität Mainz (Gratulation!), die er im Herbst 2015 antrat. Wir sind sehr stolz auf diese Karrierewege. Ich nutze die Gelegenheit, mich an dieser Stelle im Namen meines gesamten Teams bei allen ehemaligen MitarbeiterInnen ganz herzlich für die wunderbare Zusammenarbeit zu bedanken. Ich danke auch herzlich Claudia Hahn, die sich nach 10 Jahren in meinem Sekretariat Ende 2015 beruflich verändert hat.

Auf die Assistentenstelle von Dr. Thomas Koch rückt nun Clarissa Schöller M.A. vor, die im Oktober 2015 ihre Dissertation abgegeben und Anfang 2016 ihre Schrift verteidigt hat. Auf ihre Mitarbeiterstelle wiederum rückt Marc Jungblut M.A. aus INFOCORE nach.

Über unsere weiteren Aktivitäten können Sie sich regelmäßig und aktuell auf unserer Website informieren, so z.B. auch über die [Themen der Abschlussarbeiten und Dissertationen](#) im Berichtszeitraum. Die interessantesten und besten Examensarbeiten an unserem Lehr- und Forschungsbereich finden Sie online in voller Länge auf dem [Schriftenserver der LMU](#) — damit gescheite Gedanken auch nach außen dringen und nicht in den Examensarchiven der Universität verstauben.

Wie immer sehen wir mit großem Interesse neuen Kooperationsangeboten, gemeinsamen Projekten und Gesprächen mit Ihnen entgegen. Sprechen Sie uns an!

München, im Februar 2015



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 (HMT). 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 Sektion Publizistik der Ruhr-Universität Bochum. Seit Oktober 2000 Professorin für Kommunikationswissenschaft am Institut für Kommunikationswissenschaft (IfKW) der Ludwig-Maximilians-Universität (LMU) München. 2001-06 Mitglied der DPRG-Zertifizierungskommission für PR-Aus-/Weiterbildung sowie Vorsitzende der DPRG-Ausbildungskommission. 2002-2004 Senatorin der LMU. Internationale Forschungsaufenthalt 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 seit 2007 LMU-Mentorin für hochbegabte Nachwuchswissenschaftlerinnen der Fakultät 15. Konsortiums-Koordinatorin des EU-FP7-Projekts INFOCORE sowie Principal Investigator im Work Package No 6 „Strategic Communication“ (2014-2016).

Lehr- und Forschungsschwerpunkte

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

Forschung- und Drittmittelprojekte

„INFOCORE – (In)Forming Conflict Prevention, Response and Resolution: The Role of Media in Violent Conflict (INFOCORE).“ Koordination eines internationalen Forschungsprojekts gefördert unter dem 7. Forschungsrahmenprogramm der europäischen Kommission (2014-2016).

„Imag(in)ing conflict and its resolution: The role of the media imagery for shaping the image of conflict and peace building.“ Projektförderung im Rahmen des Sonderprogramms „Sicherheit, Gesellschaft und Staat“ der Gerda Henkel Stiftung (2014-2016) (mit Dr. Christian Baden).

„Englische Studienangebote: Konzeption und Realisierung eines englischsprachigen Moduls im Masterstudiengang ‚Internationale Public Relations‘.“ Projektförderung durch das International Office der LMU (2014-2015).

„The Feminization of Public Relations.“ ERASMUS IP-Projekt in Kooperation mit Prof. Serra Görpe (Istanbul University/Zayed University, United Arab Emirates) und Prof. Liz Yeomans (University Leeds, GB) (2013 bis 2014).

„Input-Output Analyse zum Absturz der Germanwings-Maschine im Frühjahr 2015“. Forschungsprojekt mit Unterstützung der Pressestelle von Germanwings (2015-2016) (mit Clarissa Schöller M.A.).

Veröffentlichungen

Fröhlich, R. (2015). Befunde der PR-Berufsfeldforschung in Deutschland. In R. Fröhlich, P. Szyszka, & G. Bentele, (Hrsg.), *Handbuch der Public Relations. Wissenschaftliche Grundlagen und berufliches Handeln. Mit Lexikon* (3., neue und komplett überarbeitete Auflage) (S. 555-569). Wiesbaden: VS Verlag.

Fröhlich, R. (2015). Berufsbild. In R. Fröhlich, P. Szyszka, & G. Bentele, (Hrsg.), *Handbuch der Public Relations. Wissenschaftliche Grundlagen und berufliches Handeln. Mit Lexikon* (3., neue und komplett überarbeitete Auflage) (S. 1094-1095). Wiesbaden: VS Verlag.

Fröhlich, R. (2015). Die Feminisierung der PR – Grundlagen und empirische Befunde. In R. Fröhlich, P. Szyszka, & G. Bentele, (Hrsg.), *Handbuch der Public Relations. Wissenschaftliche Grundlagen und berufliches Handeln. Mit Lexikon* (3., neue und komplett überarbeitete Auflage) (S. 669-678). Wiesbaden: VS Verlag.

Fröhlich, R. (2015). Feminisierung. In R. Fröhlich, P. Szyszka, & G. Bentele, (Hrsg.), *Handbuch der Public Relations. Wissenschaftliche Grundlagen und berufliches Handeln. Mit Lexikon* (3., neue und komplett überarbeitete Auflage) (S. 1106). Wiesbaden: VS Verlag.

Fröhlich, R. (2015). Framing. In R. Fröhlich, P. Szyszka, & G. Bentele, (Hrsg.), *Handbuch der Public Relations. Wissenschaftliche Grundlagen und berufliches Handeln. Mit Lexikon* (3., neue und komplett überarbeitete Auflage) (S. 1106-1107). Wiesbaden: VS Verlag.

Fröhlich, R. (2015). Frauen, Medien und Krieg: Die Darstellung von Frauen in der Kriegsberichterstattung überregionaler Tageszeitungen in Deutschland von 1989 bis 2000. In F. Reer, K. Sachs-Hombach, & S. Schahadat (Hrsg.), *Krieg und Konflikt in den Medien. Multidisziplinäre Perspektiven auf mediale Kriegsdarstellungen und deren Wirkungen* (S. 117-141). Köln: Halem.

Fröhlich, R. (2015). *INFOCORE definitions: "Gender-sensitive perspective"*. München: Ludwig-Maximilians-Universität München. Online available at <http://www.infocore.eu/results/definitions/>

- Fröhlich, R. (2015). PR-Definition. In R. Fröhlich, P. Szyszka, & G. Bentele, (Hrsg.), *Handbuch der Public Relations. Wissenschaftliche Grundlagen und berufliches Handeln. Mit Lexikon* (3., neue und komplett überarbeitete Auflage) (S. 1140-1141). Wiesbaden: VS Verlag.
- Fröhlich, R. (2015). Professionalisierung. In R. Fröhlich, P. Szyszka, & G. Bentele, (Hrsg.), *Handbuch der Public Relations. Wissenschaftliche Grundlagen und berufliches Handeln. Mit Lexikon* (3., neue und komplett überarbeitete Auflage) (S. 1145). Wiesbaden: VS Verlag.
- Fröhlich, R. (2015). Werbeäquivalenzanalyse (WÄA) [engl.: Advertising Value Equivalents Analysis]. In R. Fröhlich, P. Szyszka, & G. Bentele, (Hrsg.), *Handbuch der Public Relations. Wissenschaftliche Grundlagen und berufliches Handeln. Mit Lexikon* (3., neue und komplett überarbeitete Auflage) (S. 1158-1160). Wiesbaden: VS Verlag.
- Fröhlich, R. (2015). Zur Problematik der PR-Definition(en). In R. Fröhlich, P. Szyszka, & G. Bentele, (Hrsg.), *Handbuch der Public Relations. Wissenschaftliche Grundlagen und berufliches Handeln. Mit Lexikon* (3., neue und komplett überarbeitete Auflage) (S. 103-120). Wiesbaden: VS Verlag.
- Fröhlich, R. & Jungblut, M. (2015). *INFOCORE definitions: "Strategic communicator/communication"*. Munich: Ludwig-Maximilians-Universität München. Online available at <http://www.infocore.eu/results/definitions/>
- Fröhlich, R. & Jungblut, M. (2015). *Methodological Framework of WP6: Strategic Communication. Development, structure and context of frames – The analysis of verbal communication material of strategic communicators in PR and Propaganda*. Online available at http://www.infocore.eu/wp-content/uploads/2015/11/INFOCORE_Methodological-Framework-WP6.pdf
- Fröhlich, R., & Peters, S. B. (2015). Non-Profit-PR. In R. Fröhlich, P. Szyszka, & G. Bentele, (Hrsg.), *Handbuch der Public Relations. Wissenschaftliche Grundlagen und berufliches Handeln. Mit Lexikon* (3., neue und komplett überarbeitete Auflage) (S. 631-649). Wiesbaden: VS Verlag.
- Fröhlich, R., Szyszka, P., & Bentele, G. (2015). Berufsfeld Öffentlichkeitsarbeit – Intro. In R. Fröhlich, P. Szyszka, & G. Bentele, (Hrsg.), *Handbuch der Public Relations. Wissenschaftliche Grundlagen und berufliches Handeln. Mit Lexikon* (3., neue und komplett überarbeitete Auflage) (S. 481-485). Wiesbaden: VS Verlag.
- Fröhlich, R., Szyszka, P., & Bentele, G. (2015). Disziplinäre Perspektiven – Intro. In R. Fröhlich, P. Szyszka, & G. Bentele, (Hrsg.), *Handbuch der Public Relations. Wissenschaftliche Grundlagen und berufliches Handeln. Mit Lexikon* (3., neue und komplett überarbeitete Auflage) (S. 27-28). Wiesbaden: VS Verlag.
- Fröhlich, R., Szyszka, P., & Bentele, G. (2015). Einführung: Forschungsfeld Public Relations. In R. Fröhlich, P. Szyszka, & G. Bentele, (Hrsg.), *Handbuch der Public Relations. Wissenschaftliche Grundlagen und berufliches Handeln. Mit Lexikon* (3., neue und komplett überarbeitete Auflage) (S. 19-23). Wiesbaden: VS Verlag.

- Fröhlich, R., Szyszka, P., & Bentele, G., (Hrsg.). (2015). *Handbuch der Public Relations. Wissenschaftliche Grundlagen und berufliches Handeln. Mit Lexikon* (3., neue und komplett überarbeitete Auflage). Wiesbaden: VS Verlag.
- Fröhlich, R., Szyszka, P., & Bentele, G. (2015). Handlungsfelder – Intro. In R. Fröhlich, P. Szyszka, & G. Bentele, (Hrsg.), *Handbuch der Public Relations. Wissenschaftliche Grundlagen und berufliches Handeln. Mit Lexikon* (3., neue und komplett überarbeitete Auflage) (S. 691-696). Wiesbaden: VS Verlag.
- Fröhlich, R., Szyszka, P., & Bentele, G. (2015). Schlüsselbegriffe und Bezugsgrößen – Intro. In R. Fröhlich, P. Szyszka, & G. Bentele, (Hrsg.), *Handbuch der Public Relations. Wissenschaftliche Grundlagen und berufliches Handeln. Mit Lexikon* (3., neue und komplett überarbeitete Auflage) (S. 381-383). Wiesbaden: VS Verlag.
- Fröhlich, R., Szyszka, P., & Bentele, G. (2015). Theorien: Ansätze und Modelle – Intro. In R. Fröhlich, P. Szyszka, & G. Bentele, (Hrsg.), *Handbuch der Public Relations. Wissenschaftliche Grundlagen und berufliches Handeln. Mit Lexikon* (3., neue und komplett überarbeitete Auflage) (S. 99-101). Wiesbaden: VS Verlag.
- Jungblut, M., & Fröhlich, R. (2015). *INFOCORE definitions: "Source/advocate"*. Munich: Ludwig-Maximilians-Universität München. Online available at <http://www.infocore.eu/results/definitions/>
- Fröhlich, R. (2014). Book people in Germany: A study on the professional situation and career conditions of men and women in the German book publishing industry and the book trade. *Publishing Research Quarterly*, 30, 223-243.
- Fröhlich, R. (2014). *Strategic communication's contributions and roles in the media's dynamic construction and contestation of conflict discourse*. Theoretical/conceptual framework for Work Package 6: "Strategic Communication", INFOCORE Working Paper 2014/06. Online available at http://www.infocore.eu/wp-content/uploads/2014/12/Conceptual-Paper-WP6_final.pdf
- Fröhlich, R. (2014). *Theoretical/conceptual framework for the gender-sensitive perspective of INFOCORE (WP1–WP10)*. INFOCORE Theoretical Framework Paper. Online available at http://www.infocore.eu/wp-content/uploads/2016/02/INFOCORE-conceptual-paper_INFOCOREs-gender-sensitive-Perspective.pdf
- Fröhlich, R. & Koch, T. (Hrsg.). (2014). *Politik – PR – Persuasion. Strukturen, Funktionen und Wirkungen politischer Öffentlichkeitsarbeit*. Wiesbaden: Springer VS.
- Fröhlich, R. & Koch, T. (2014). Politik und PR: Persuasive politische Kommunikation jenseits von Wahlkampfzeiten. In R. Fröhlich & T. Koch (Hrsg.), *Politik – PR – Persuasion. Strukturen, Funktionen und Wirkungen politischer Öffentlichkeitsarbeit* (S. 1-8). Wiesbaden: Springer VS.

Vorträge, Podiumsteilnahmen, Sonstiges

- „Frauen in Medienberufen“. Eingeladene Podiumsdiscussant beim 62. Münchner Mediengespräch der Friedrich Ebert Stiftung, München, 18. November 2015. <http://www.journalistenakademie.de/index.php?p=242>
- „Wenn Medien über Konflikte berichten. Stirbt im Krieg die Wahrheit zuerst?“ Radio-Feature der Sendereihe „Forschungsquartett“ auf „detektor.fm“. 17. November 2015. <http://detektor.fm/wissen/forschungsquartett-medien-und-krieg>
- “INFOCORE: The consortium’s theoretical and empirical approach to production and dissemination of news in violent conflict.” Introductory speech at INFOCORE’s Stakeholder Conference, 9. Oktober 2015, Brüssel, Belgien.
- Fröhlich, R., Baden, C., Berganza, R., Dimitrakopoulou, D., Frère, M-S., Hanitzsch, T., Meyer, C. O., Tenenboim-Weinblatt, K., Terzis, G., Trpevska, S., & Wolfsfeld, G. (2014). *(In)forming conflict prevention, response & resolution: The INFOCORE consortium’s approach to production and dissemination of news in violent conflict*. Vortrag auf der ECREA European Communication Conference, 12.-15. November 2014, Lissabon, Portugal.
- „Möglichkeit und Grenzen der Institutionalisierung von Forschungsethik“ – Eingeladene Podiumsdiscussant auf der Tagung „Forschungsethik in der qualitativen und quantitativen Sozialforschung“, LMU München, 11. September 2014.
- “The battle for attention: How do the media and public relations strategists affect the course and the public’s perception of violent conflicts?” LMU News, 12. Oktober 2015. http://www.en.uni-muenchen.de/news/newsarchiv/2015/froehlich_interview.html

Aktivitäten & Engagement

- Mitglied des (Associate) Editorial Boards der wissenschaftlichen Fachzeitschriften „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.
- Mitglied der Ethik-Kommission der Fakultät 15 der LMU.
- 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
c.baden@mail.huji.ac.il

Christian Baden war von März 2009 bis August 2014 Mitarbeiter (ab 2011 Akademischer Rat) am Lehrbereich Fröhlich und beschäftigte sich dort vorrangig mit Fragen der politischen strategischen Kommunikation, Protestkommunikation und Propaganda. Er forscht vor allem zu theoretischen und methodischen Aspekten der Analyse dynamischer und kollaborativer Konstruktionsprozesse von Bedeutung in öffentlichen politischen Debatten. Seit 2012 habilitiert er über sozial interaktive Diskursdynamiken an der LMU München. Seit September 2014 ist er Marie Curie Fellow am Department für Kommunikation und Journalismus an der Hebräischen Universität in Jerusalem. Seine Promotion an der Universität von Amsterdam (Communication, Contextualization, & Cognition; 2010) untersuchte die Bedeutung diverser Frames im öffentlichen Diskurs am Beispiel des europäischen Verfassungsprojekts. Sein Studium der Politik-, Kommunikations- und Medienwissenschaft absolvierte er an der Universität Leipzig (M.A.) und studierte außerdem Europäische Politischen Ökonomie (MSc) an der London School of Economics and Political Science. Er ist Mitglied des Executive Board sowie Koordinator der inhaltsanalytischen Strategie im Rahmen des EU-Projekts INFOCORE.

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), Diversität, Kollektives Gedächtnis, Methoden der Diskurs- und Inhaltsanalyse, semantischen Netzwerke und dynamische Analyseverfahren

Habilitationsprojekt

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

Forschungs- & Drittmittelprojekte

- 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.
- RECORD: Frame Justification and Resonance in Conflict-Related Discourse: Legitimation Strategies in the Public Construction of Collective Conflicts. Marie Curie Intra European Fellowship Grant im 7. EU-Forschungsrahmenprogramm, mit Tamir Sheafer (Hebräische Universität Jerusalem), 2014-2016.
- Imag(in)ing Conflict and its Resolution: Promotionsstipendium der Gerda Henkel Stiftung (Promovendin: Ieva Zakareviciute, am Lehrbereich; mit Romy Fröhlich), 2014-2016.
- Measuring Social Media Dynamics: Internationaler Workshop gefördert durch das Bayerische Ministerium für Wissenschaft und Kultur, 2014.
- LMU Exchange Grant für die Anbahnung einer Internationalen Summer School zur Rolle der Medien im Konflikt, 2014.
- Förderung durch die Münchener Universitätsgesellschaft für die Anbahnung einer Internationalen Summer School zur Rolle der Medien im Konflikt, 2014.

Veröffentlichungen

- Baden, C. (2015). Vermessen von Verzerrungen: Quantitäten, Qualitäten und operationale Herausforderungen bei der automatisierten Erfassung von Media Bias. *Arbeitspapiere des Instituts für Rundfunkökonomie der Universität zu Köln*, Nr. 305. Universität zu Köln, Köln.
- Baden, C. & Springer, N. S. (2015). Conceptualizing viewpoint diversity in news discourse. *Journalism*.
- Geise, S. & Baden, C. (2015). Putting the image back into the frame: Modeling the linkage between visual communication and frame-processing theory. *Communication Theory*, 25(1), 46-69.
- Obermaier, M., Koch, T., & Baden, C. (2015). Everybody follows the crowd? Effects of opinion polls and past election results on electoral preferences. *Journal of Media Psychology*.
- Baden, C., Koch, T., Steinle, T., & Wieland, A. (2014). Personalisierung und Entertainingisierung als Strategien der politischen Kommunikation auf kommunaler Ebene. Eine quantitative Befragung bayerischer Kommunalpolitiker. In R. Fröhlich, & T. Koch (Hrsg.), *Politik – PR – Persuasion*. Wiesbaden, Germany: VS Verlag.

- Baden, C. & Springer, N. S. (2014). Com(ple)menting the news on the financial crisis: The contribution of news users' commentary to the diversity of viewpoints in the public debate. *European Journal of Communication*, 29(5), 529-548.

Vorträge und Podiumsteilnahmen

- Baden, C. (2015). *Automated Content Analysis using JAmCAT*. Hosted workshop für das INFOCORE Consortium in München.
- Baden, C. (2015). *Semantische Strukturen & Kohärenz: Ansätze zur Analyse semantischer Netzwerke im dynamischen Diskurs*. Invited talk auf der Pre-conference "Computerlinguistische Methoden der Inhaltsanalyse in den Sozialwissenschaften", Jahreskonferenz der DHd Digital Humanities im Deutschsprachigen Raum, in Graz, Österreich.
- Baden, C. (2015). *Vermessen von Verzerrungen*. Invited Key Note auf der Jahreskonferenz der Institute für Rundfunkrecht und für Rundfunkökonomie, "Media bias im Internet", Universität zu Köln.
- Baden, C. & Stalpouskaya, K. (2015). *Maintaining frame coherence between uncertain information and changing agendas: The evolving framing of the Syrian chemical attacks in the US, British, and Russian news*. Vortrag auf der 65. ICA Annual Conference, San Juan, Puerto Rico.
- Stalpouskaya, K. & Baden, C. (2015). *To do or not to do: The role of agendas for action in analyzing news coverage of violent conflict*. Vortrag auf dem workshop on computing news storylines, ACL Annual Conference, Peking, China.
- Baden, C. (2014). *Automated Content Analysis*. Hosted workshop für das INFOCORE Consortium in München.
- Baden, C. (2014). *Automatisierte Textanalyse*. Invited workshop der DGPK & DVPW Fachgruppentagung Politische Kommunikation "Kommunikationspolitik und Medienregulierung in der Digitalen Gesellschaft", Berlin.
- Baden, C. (2014). *Nur nicht nichtstun. Die internationale Berichterstattung über Chemiewaffen in Syrien*. Invited talk an der Universität der Bundeswehr, München.
- Baden, C. & Motta, G. (2014). *The comparative evolutionary factor analysis of debates: Analyzing the co-movement and mutual dynamic influences between high-dimensional semantic network data*. Vortrag auf der Pre-conference "Social and Semantic Networks in Communication Research" auf der 64. ICA Annual Conference, Seattle, WA.
- Baden, C. & Prinzing, M. (2014). *Inhaltsanalyse*. Invited workshop an der FH Nürtingen-Geislingen, Nürtingen.

- Baden, C. & Springer, N. S. (2014). *Conflict coverage as guidance or resource: Interpretative autonomy and constrained diversity in news user reconstructions of the war in Libya*. Vortrag auf der ECREA European Communication Conference, Lissabon, Portugal.
- Baden, C. & Springer, N. S. (2014). *Rearranging Repertoires: How user commentary contributes to journalistic diversity in the coverage of the financial crisis*. Vortrag auf der 64. ICA Annual Conference, Seattle, WA.
- Fröhlich, R., Baden, C., Berganza, R., Dimitrakopoulou, D., Frère, M-S., Hanitzsch, T., Meyer, C. O., Tenenboim-Weinblatt, K., Terzis, G., Trpevska, S., & Wolfsfeld, G. (2014). *(In)forming conflict prevention, response & resolution: The INFOCORE consortium's approach to production and dissemination of news in violent conflict*. Vortrag auf der ECREA European Communication Conference, 12.-15. November 2014, Lissabon, Portugal.
- Obermaier, M., Koch, T., & Baden, C. (2014). *Everybody follows the crowd? Effects of opinion polls and past election results on electoral preferences*. Vortrag auf der ECREA European Communication Conference, Lissabon, Portugal.
- Springer, N. S. & Baden, C. (2014). *Com(ple)menting Journalism? The contribution of online user commentary to viewpoint diversity in the news*. Vortrag auf der ECREA Journalism Studies section conference "Journalism in Transition: Crisis or Opportunity?", Thessaloniki, Griechenland.

Aktivitäten & Engagement

- Reviewertätigkeit für Journal of Communication, Communication Theory, Communication Methods & Measures, The International Journal of Public Opinion Research, European Journal of Communication, Journalism, die ICA- und ECREA-Jahreskonferenzen, verschiedene Enzyklopädien, etc.
- Organisator der Preconference "Social and Semantic Networks in Communication Research", 64. ICA Annual Conference, Seattle, WA, 2014.
- Organisator der Preconference "Bringing together Social and Semantic Networks in Communication Research", 65. ICA Annual Conference, San Juan, 2015.
- Koordinator der Inhaltsanalytischen Strategie im Rahmen des EU-Projekts Infocore.
- Mitglied des Executive Board des EU-Projekts INFOCORE.
- Mitglied der Kommission zur Einrichtung einer Ethikkommission an der Sozialwissenschaftlichen Fakultät der LMU.

Auszeichnungen

- IfKW Best Teaching Award für die Kurse "Propaganda!" & "After the election is before the election".
- Honorable Mention der AEJMC Communication Theory and Methodology Division für den Communication Methods and Measures "Article of the Year", für 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.



Dipl.-Betriebsw. Christin Döring-Mazraani
christin.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 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.



Dr. Brigitte Huber
brigitte.huber@univie.ac.at

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. Von Oktober 2013 bis Juni 2014 war Brigitte Huber wissenschaftliche Mitarbeiterin am Lehrbereich Fröhlich. Im Juli 2015 hat Brigitte Huber eine Post-Doc-Stelle am Institut für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft der Universität Wien angetreten.

Schwerpunkte in Forschung & Lehre

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

Veröffentlichungen

- Wetzstein, I., & Huber, B. (2016). Debating ‚alternative‘ gender identities: The online discourse triggered by the 2014 Life Ball advertising posters. *International Journal of Communication*, 10, 432-450.
- Huber, B. (2014). *Öffentliche Experten. Über die Medienpräsenz von Fachleuten*. Wiesbaden: Springer VS.

Vorträge und Podiumsteilnahmen

- Wetzstein, I., & Huber, B. (2015, May). *Debating ‚alternative‘ gender identities: The online discourse triggered by the 2014 Life Ball advertising posters*. Präsentation auf der 65. ICA Annual Conference, San Juan.
- Wetzstein, I., & Huber, B. (2014, November). *Werbebotschaften als Trigger gesellschaftlicher Diskurse: Wissenssoziologische Diskursanalyse der Debatte über die Werbeplakate zum Wiener Life Ball 2014 in Online-Foren*. Vortrag auf der Jahrestagung „Sozialität der Werbung“ der DGPuK-Fachgruppe „Werbekommunikation“, Mainz.

■ Aktivitäten & Engagement

Mitglied im Verein „Initiative Qualität im Journalismus“.

■ Auszeichnungen

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



Marc Jungblut, M.A.
marc.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 auch als Teaching Assistant 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 im INFOCORE-Projekt, seit Oktober 2015 wissenschaftlicher Mitarbeiter am Lehrbereich Fröhlich.

Schwerpunkte in Forschung & Lehre ■

Politische Kommunikation, Kriegs- und Krisenberichterstattung, Framing, quantitative Forschung

Dissertationsprojekt ■

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

Publikationen ■

Jungblut, M. & Fröhlich, R. (2015). *INFOCORE definitions: "Source / advocate"*. Munich: LMU. Online available at: <http://www.infocore.eu/results/definitions/>

Fröhlich, R., & Jungblut, M. (2015). *Development, structure and context of frames. The analysis of verbal communication material of strategic communicators in PR and Propaganda*. INFOCORE Working paper: http://www.infocore.eu/wp-content/uploads/2015/11/INFOCORE_Methodological-Framework-WP6.pdf

Fröhlich, R. & Jungblut, M. (2015). *INFOCORE definitions: "Strategic communicator/communication"*. Munich: LMU. Online available at: <http://www.infocore.eu/results/definitions/>

Vorträge und Podiumsteilnahmen

- Jungblut, M. (2015). *INFOCORE Work Package 6: A computer-assisted analysis of strategic communication and PR*. Präsentation vor internationalen Politikern, Journalisten, NGO Mitarbeitern und Akademikern im Rahmen des INFOCORE's Stakeholder Workshop. Brüssel, Belgien.
- Jungblut, M. (2015). *Measuring, explaining and determining the success of strategic communication in wars and violent conflicts*. NaPoKo PhD Workshop. Münster, Deutschland.
- Jungblut, M. (2015). *Measuring, explaining and determining the success of strategic communication in wars and violent conflicts*. PhD Workshop on "Public Relations and Strategic Communication", 65. ICA Annual Conference. San Juan, Puerto Rico.
- Jungblut, M., & Hoxha, A. (2015). *Journalistic self-censorship in post conflict societies: a qualitative perspective on the news production in Serbia, Kosovo and Macedonia*. 65th ICA Annual Conference. San Juan, Puerto Rico.
- Jungblut, J., & Jungblut, M. (2015). *Die Leitbilder deutscher Universitäten. Eine Fallstudie zur Verdeutlichung des Potentials der quantitativen Inhaltsanalyse für die Hochschulforschung*. Theoriebildung und Methodenentwicklung in der Hochschulforschung. 10. Jahrestagung der Gesellschaft für Hochschulforschung (GfHf). Kassel, Deutschland.
- Jungblut, J., & Jungblut, M. (2015). *Window dressing or institutional identity – A quantitative analysis of mission statements of German universities using computer-based content analysis*. ECPR Annual Conference. Montreal, Kanada.
- Zakareviute, I., Jungblut, M., & Stalpouskaya, K. (2015). *Compliance of thematic frames in images and news texts in conflict media coverage*. 4. International Conference on Conflict, Terrorism and Society – "Framing Violence: Borders, Conflicts, and Identities". Istanbul, Türkei.



Prof. Dr. Thomas Koch
thomas.koch@uni-mainz.de

Studium der Medien- und Kommunikationswissenschaft, Psychologie und Rechtswissenschaft an der Friedrich-Schiller-Universität Jena. Von 2006-2009 wissenschaftlicher Mitarbeiter am Lehrstuhl für Kommunikationswissenschaft an der Friedrich-Alexander-Universität Erlangen-Nürnberg. Promotion zum Dr. rer. pol. mit einer Arbeit zum Einfluss von Gewohnheiten auf die Fernsehnutzung.

Von 2009 bis 2015 Tätigkeit als akademischer Rat auf Zeit am Institut für Kommunikationswissenschaft und Medienforschung der Ludwig-Maximilians-Universität München. Forschungs- und Lehraufenthalte an der University of Sheffield, der Göteborgs Universitet sowie an der Venice International University. Im Wintersemester 2013/2014 Vertretung einer Professur für Kommunikationswissenschaft mit dem Schwerpunkt Politische Kommunikation an der Johannes-Gutenberg-Universität Mainz.

Seit Januar 2015 Sprecher der Fachgruppe Rezeptions- und Wirkungsforschung der Deutschen Gesellschaft für Publizistik und Kommunikationswissenschaft. Seit Oktober 2015 Professor für Publizistik mit Schwerpunkt Unternehmenskommunikation am Institut für Publizistik der Johannes Gutenberg-Universität Mainz.

Schwerpunkte in Forschung & Lehre

Persuasive Kommunikation, Beziehung von Journalismus und PR, Glaubwürdigkeit und Vertrauen

Monographien und Herausgeberschaften

Fröhlich, R., & Koch, T. (Hrsg.) (2015). *Politik – PR – Persuasion. Strukturen, Funktionen und Wirkungen politischer Öffentlichkeitsarbeit*. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.

Publikationen in Fachzeitschriften (peer-reviewed)

- Koch, T., Schäfer-Hock, C., & Zillich, A. F. (2015). Conflict, coordination, compromise? The potential of game theory to explain the choice of viewing in shared domestic television use. *Communications - The European Journal of Communication Research*, accepted.
- Obermaier, M., & Koch, T. (2015). Mind the gap. Consequences of inter-role conflicts of freelance journalists with secondary employment in the field of PR. *Journalism: Theory, Practice & Criticism*, 16(5), 615-629
- Obermaier, M., Fawzi, N., & Koch, T. (2015). Bystanderintervention bei Cybermobbing. Warum spezifische Merkmale computervermittelter Kommunikation prosoziales Eingreifen von Bystandern einerseits hemmen und andererseits fördern. *Studies in Communication / Media (SCM)*, 4(1), 28-52.
- Obermaier, M., Koch, T., & Baden, C. (2015). Everybody follows the crowd? Effects of opinion polls and past election results on electoral preferences. *Journal of Media Psychology*.
- Obermaier, M., Koch, T., & Riesmeyer, C. (2015). Deep impact? How journalists perceive the influence of public relations on their news coverage and which variables determine this impact. *Communication Research*, accepted.
- Peter, C., & Koch, T. (2015). Of myths and facts: Why journalistic coverage of scientific facts may backfire and how judgment-formation strategies can prevent this effect. *Science Communication*.
- Zerback, T., Koch, T., & Krämer, B. (2015). Thinking of others. Effects of implicit and explicit media cues on climate of opinion perceptions. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 92(2), 421-443.
- Koch, T., & Obermaier, M. (2014). Blurred lines. German freelance journalists with secondary employment in public relations. *Public Relations Review*, 40(3), 473-482.
- Koch, T., & Obermaier, M. (2014). With heart and (no) mind? How recipients negatively infer missing information about politicians and how this affects the assessment of the speaker. *Communication Research*.
- Obermaier, M., Fawzi, N., & Koch, T. (2014). Bystanding or standing by? How the number of bystanders affects the intention to intervene in cyberbullying. *New Media and Society*.

Publikationen in Sammelbänden und Handbüchern

- Koch, T. (2015). Replication. In J. Matthes, C. S. Davis, & R. F. Potter (Hrsg.), *International Encyclopedia of Communication Research Methods*. Wiley-Blackwell.
- Koch, T. (2015). Wirkung von Product Placements. Einflussfaktoren, theoretische Grundlagen und empirische Befunde. In G. Siegert, W. Wirth, P. Weber, & J. Lischka (Hrsg.), *Handbuch Werbeforschung* (S. 373-394). Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Koch, T., & Arendt, F. (2015). Media Effects: Cumulation and Duration. In P. Rössler et al. (Hrsg.), *The international encyclopedia of media effects*. Hoboken, NJ: Wiley-Blackwell.

- Baden, C., Koch, T., Steinle, T., & Wieland, A. (2015). Personalisierung und Entertainingisierung als Strategien der politischen Kommunikation auf kommunaler Ebene. Eine quantitative Befragung bayerischer Kommunalpolitiker. In R. Fröhlich, & T. Koch (Hrsg.), *Politik – PR – Persuasion* (S. 193-218). Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Fröhlich, R., & Koch, T. (2015). Politik und PR: Persuasive politische Kommunikation jenseits von Wahlkampfzeiten. In R. Fröhlich, & T. Koch (Hrsg.), *Politik – PR – Persuasion. Strukturen, Funktionen und Wirkungen politischer Öffentlichkeitsarbeit* (S. 1-8). Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Koch, T., Obermaier, M., & Peter, C. (2014). Viel hilft viel? Der Einfluss von Wiederholungsanzahl und Größe von Internetwerbepostern auf Mere-Exposure- und Truth-Effekt. In H. Schramm, & J. Knoll (Hrsg.), *Innovation der Persuasion. Die Qualität der Werbe- und Markenkommunikation in neuen Medienwelten* (S. 141-157). Köln: Halem.
- Peter, C., & Koch, T. (2014). Sag mir wer du bist und ich sag dir was du brauchst! Wahrnehmung und Wirkung personalisierter Werbebotschaften im Web 2.0. In H. Schramm, & J. Knoll (Hrsg.), *Innovation der Persuasion. Die Qualität der Werbe- und Markenkommunikation in neuen Medienwelten* (S. 124-140). Köln: Halem.

Vorträge auf wissenschaftlichen Konferenzen (peer-reviewed)

- Koch, T., & Obermaier, M. (2015). *Wenn Schweigen Gold ist. Eine Analyse der paradoxen Effekte starker und schwacher Argumente*. Tagung der DGPUK-Fachgruppe Rezeptions- und Wirkungsforschung. Bamberg. [ausgezeichnet als Best Paper]
- Koch, T., & Obermaier, M. (2015). *With heart and (no) mind? How recipients negatively infer missing information about politicians and how this affects the assessment of the speaker*. Communication across the life span, 65. Annual Conference of the International Communication Association (ICA). San Juan, Puerto Rico.
- Koch, T., Obermaier, M., & Riesmeyer, C. (2015). *Eine Frage der Perspektive. Eine quantitative Befragung zum Verhältnis zwischen Journalisten und PR-Praktikern in Deutschland*. Gemeinsame Fachkonferenz des Instituts für Journalismus & Medienmanagement und des Instituts für Kommunikation, Marketing & Sales der FH Wien der WKW: Verschwimmende Grenzen zwischen Journalismus, Public Relations, Marketing und Werbung. Wien.
- Obermaier, M., & Koch, T. (2015). *Do you say it best, when you say nothing at all? Analyzing the paradoxical effects of strong and weak arguments*. Communication across the life span, 65. Annual Conference of the International Communication Association (ICA). San Juan, Puerto Rico.
- Peter, C., & Koch, T. (2015). *Backfire-Effekte: Warum das Korrigieren von Fehlinformationen gegenteilige Effekte evozieren kann*. Tagung der DGPUK-Fachgruppe Rezeptions- und Wirkungsforschung. Bamberg. [ausgezeichnet als Best Paper]

- Peter, C., & Koch, T. (2015). *Media's influence on judgments of truth. Why people trust in bad rather than good news*. Global Bridges, 98. Annual Conference of the Association for Education in Journalism and Mass Communication (AEJMC). San Francisco, CA. [ausgezeichnet als Top Faculty Paper (3rd place) der Communication Theory & Methodology Division].
- Peter, C., & Koch, T. (2015). *Of myths and facts: How judgment-formation strategies can prevent backfire effects and their consequences for people's attitudes*. Communication across the life span, 65. Annual Conference of the International Communication Association (ICA). San Juan, Puerto Rico.
- Koch, T., & Obermaier, M. (2014). *Politiker mit Herz haben keinen Verstand? Wie Rezipienten fehlende Informationen über Politiker negativ inferieren*. Tagung der DGPK-Fachgruppe Rezeptions- und Wirkungsforschung. Hannover.
- Koch, T., Obermaier, M., & Riesmeyer, C. (2014). *Friend or foe or in-between? A quantitative survey on the relationship between journalists and public relations practitioners in Germany*. Communication for Empowerment: Citizens, Markets, Innovations, 5. European Communication Conference of the European Communication Research and Education Association (ECREA). Lissabon, Portugal.
- Obermaier, M., Koch, T., & Baden, C. (2014). *Everybody follows the crowd? Effects of opinion polls and past election results on electoral preferences*. Poster presented at Communication for Empowerment: Citizens, Markets, Innovations, 5. European Communication Conference of the European Communication Research and Education Association (ECREA). Lissabon, Portugal.
- Obermaier, M., Fawzi, N., & Koch, T. (2014). *Beistehen statt nur dabei stehen? Wie sich die Anzahl der Bystander auf die Intention auswirkt, in einen Vorfall von Cyber-Mobbing einzugreifen*. Tagung der DGPK-Fachgruppe Rezeptions- und Wirkungsforschung. Hannover.
- Obermaier, M., Fawzi, N., & Koch, T. (2014). *Bystanding or standing by? How the number of bystanders affects the intention to intervene in cyberbullying*. Communication and 'the good life', 64. Annual Conference of the International Communication Association (ICA). Seattle, WA.
- Peter, C., & Koch, T. (2014). *When truth hurts: How rectifying misinformation can lead to unintended consequences*. Communication and 'the good life', 64. Annual Conference of the International Communication Association (ICA). Seattle, WA.

Auszeichnungen

- Top Faculty Paper (third place) der Communication Theory & Methodology Division der Association for Education in Journalism and Mass Communication (AEJMC) für den Beitrag "Media's influence on judgments of truth. Why people trust in bad rather than good news" (gemeinsam mit Christina Peter)
- Best Paper auf der Jahrestagung der FG Rezeptions- und Wirkungsforschung für die Einreichung „Backfire-Effekt: Warum das Korrigieren von Fehlinformationen gegenteilige Effekte evozieren kann“ (gemeinsam mit Christina Peter)
- Best Paper auf der Jahrestagung der FG Rezeptions- und Wirkungsforschung für die Einreichung „Wenn Schweigen Gold ist. Eine Analyse der paradoxen Effekte starker und schwacher Argumente“ (gemeinsam mit Magdalena Obermaier)



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

2005 bis 2008 Bachelorstudium Medien und Kommunikation an der Universität Augsburg. 2008 bis 2010 Masterstudiengang Kommunikationswissenschaft an der LMU München. Studienbegleitende Tätigkeiten und Praktika u.a. bei Telefónica o2 Germany, Children for a better World e.V. und dem Mitteldeutschen Rundfunk. Seit Oktober 2010 wissenschaftliche Mitarbeiterin am Lehrbereich Fröhlich. Bis November 2014 Auslandsbeauftragte des IfKW.

■ Schwerpunkte in Forschung & Lehre

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

■ Aktuelles Dissertationsprojekt

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

■ Vorträge und Podiumsteilnahmen

Schöller, C. (2014). *Management consulting or extended workbench? An examination of public relations professionals' work*. Communication for Empowerment: Citizens, Markets, Innovations, 5. European Communication Conference of the European Communication Research and Education Association (ECREA). Lissabon, Portugal.

Schöller, C. (2014). *Successful PR Consulting - When is PR work consulting and what is necessary to ensure success? Communication and 'the good life'*, 64. Annual Conference of the International Communication Association (ICA). Seattle, WA.

Baudisch, S., Fröhlich, R., & Schöller, C. (2014). *Food (safety) scandals and the media: A survey of journalists on informative processes behind the scene*. Poster presented at Communication for Empowerment: Citizens, Markets, Innovations, 5. European Communication Conference of the European Communication Research and Education Association (ECREA). Lissabon, Portugal.

■ 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 a 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 of Sign and 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 FP7 EU-Project INFOCORE, in which she supports content analysis work packages and deals with automated content analysis.

■ Dissertation Project

In her doctoral thesis, Katya Stolpovskaya is taking the agenda setting theory one step further than its classical scope, advancing its theoretical framework as well as applying computational linguistics and machine learning techniques to operationalize it.

■ Research Focus

Automated content analysis, formal and algorithmic foundations of computational linguistics, computational semantics and pragmatics, question-answering, morphological and syntactical analysis, statistical methods for NLP, sentiment analysis, information retrieval

Conference Papers

- Stalpouskaya, K. & Baden, C. (2015). *To do or not to do: The role of agendas for action in analyzing news coverage of violent conflict*. Vortrag auf dem workshop on computing news storylines, ACL Annual Conference, Peking, China.
- Baden, C. & Stalpouskaya, K. (2015). *Maintaining frame coherence between uncertain information and changing agendas: The evolving framing of the Syrian chemical attacks in the US, British, and Russian news*. Vortrag auf der 65. ICA Annual Conference, San Juan, Puerto Rico.
- Zakareviciute, I., Jungblut, M., & Stalpouskaya, K. (2015). *Compliance of thematic frames in images and news texts in conflict media coverage*. 4. International Conference on Conflict, Terrorism and Society – "Framing Violence: Borders, Conflicts, and Identities". Istanbul, Türkei.



Ieva Zakareviciute, M.A.
ieva.zakareviciute@ifkw.lmu.de

Ieva Zakareviciute is a PhD researcher at Ludwig-Maximilians-University. She holds a scholarship from Gerda Henkel Stiftung and works in liaison with INFOCORE research project studying the role of media in violent conflict. She studies visual representations of violent conflicts and imagery diffusion in various media, primarily focusing on conflicts in the Middle East. In her research she combines framing theories, approaches of conflict and visual anthropology. In 2011, Ieva graduated from Vilnius University Institute of International Relations and Political Sciences. She earned a MA degree in Social Anthropology from Vytautas Magnus University in Kaunas in 2013. During her studies she mainly focused on the Middle East region and conducted fieldwork in Israel, Palestine and Egypt. During her professional years she also worked as a consultant for Communication and Information Sector at UNESCO Office in Cairo and contributed to various media outlets.

Research Focus and Teaching

Media and conflict, visual communication, conflict anthropology

Dissertation Project

Dissertation research explores visual frames used in conflict coverage in the Middle East.

Publications

- Zakareviciute, I. (2015) Telling the stories of martyrs: The cases of the Egyptian and Lithuanian revolutions, *Journal of Contemporary Central and Eastern Europe*, (23)2.
- Zakareviciute, I. (2014). Reading revolution on the walls: Cairo graffiti as an emerging public sphere, *Hemispheres*, (29)1.

Conference Papers

- Zakareviciute, I. (2015). *Imag(in)ing violent conflict*. Young Scholars Pre-Conference on Visual Methods, 65. ICA Annual Conference, San Juan, Puerto Rico.
- Zakareviciute, I. (2015). *Meanings and strategies of jihadi selfies*. PhD and Research Course "Media and visual cultures in contemporary Arab societies", organisiert durch das Danish Institute in Cairo (DEDI), das Department for Cross Cultural and Regional Studies der Copenhagen University, und des Project for Advanced Research in Global Communication der Annenberg School for Communication an der University of Pennsylvania, Kairo, Ägypten.
- Zakareviciute, I. (2015). *Why Jihadis post selfies? Visual ethnography inquiry*. NISIS Spring School 2015 "Images, Objects and Collections", Rabat, Marokko.
- Zakareviciute, I., Jungblut, M., & Stalpouskaya, K. (2015). *Compliance of thematic frames in images and news texts in conflict media coverage*. 4. International Conference on Conflict, Terrorism and Society – "Framing Violence: Borders, Conflicts, and Identities". Istanbul, Türkei.
- Zakareviciute, I. (2014). *Imaging woman in the streets of Cairo. Analyses of Cairo graffiti*. Baltic Alliance for Asian Studies (BAAS) Conference, Vilnius, Litauen.
- Zakareviciute, I. (2014). *Martyrs of revolutions*. Gemeinsame Konferenz der CA-SAW, CREES und CEELABS "25 years of revolution. Comparing revolt and transition from Europe 1989 to Arab world 2014", Edinburgh, Schottland.



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 ComMenDo, 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.

Vorträge und Podiumsteilnahmen

- Baudisch, S., Fröhlich, R., & Schöllner, C. (2014). *Food (safety) scandals and the media: A survey of journalists on informative processes behind the scene*. Poster presented at Communication for Empowerment: Citizens, Markets, Innovations, 5. European Communication Conference of the European Communication Research and Education Association (ECREA). Lissabon, Portugal.



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. Von 2005 bis 2015 war Claudia Hahn Sekretärin am Lehr- und Forschungsbereich Fröhlich.

Studentische Hilfskräfte am Lehrbereich



Maria Freundorfer
Tutorin



Cristina Monzer
INFOCORE



Carolin Köppel
PRclie



Thiemo Hensmann
PRclie, ProFITclie

Abschluss- & Qualifikationsarbeiten am Lehrbereich 2014-2015

Masterarbeiten

Lisa Böttinger:

„Die Journalistinnen-Mütter. Wie Frauen im Journalismus Beruf und Familie vereinbaren.“

Beate Bredl:

„Der Einfluss von Schlüsseleignissen auf journalistische Frames: Eine quantitative Inhaltsanalyse am Beispiel der Berichterstattung über die Energiewende.“

Emmi Dushi:

„Ein Journalist macht sich nicht gemein mit einer Sache, auch nicht mir einer guten? Eine qualitative Befragung zum Verhältnis zwischen Journalisten und PR-Vertretern von umweltpolitischen NGOs.“

Marion Fischer:

„Der Stellenwert von Public Relations in Unternehmen – Eine qualitative Befragung von Kommunikationsverantwortlichen zu Selbstverständnis, Wertschätzung, strategischer Relevanz und Bedeutungstreibern.“

Caroline Ganz:

„Jugendliche als Prosumer – Nutzung von Social Media Angeboten.“

Kerstin Kruppok:

„Qualifikationsprobleme von PR-Berufseinsteigern. Eine Befragung von Unternehmen und PR-Agenturen über Qualifikationsanforderungen sowie

Aus- und Weiterbildungsmöglichkeiten.“

Nina Reichensperger:

„Beliebt aber inkompetent? Warum Rezipienten fehlende Informationen über Testimonials negativ auf beworbene Produkte transferieren.“

Lisa-Marie Roth:

„Externe Unternehmenskommunikation von Startups.“

Sonja Salzburger:

„Von „Quotenfrauen“ und „Profilierungssucht“: Eine Inhaltsanalyse der Berichterstattung über die Frauenquote.“

Lena Schraud:

„Glaubwürdigkeit durch Wiederholung? Der Truth-Effekt in der Werbewirkungsforschung.“

Barbara Schweigert:

„Fünf Wochen im Münchner Plakatwald. Eine qualitative Chronikstudie zu den Wirkungspänomenen der Plakatwerbung zur Wahl des Europäischen Parlaments 2014.“

Theresa Steinle:

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

Inken Stremetzne:

„Betriebsjournalisten oder Kommunikationsmanager? Eine qualitative Befragung zum beruflichen Rollenselbstverständnis der Redakteure von Mitarbeiterzeitschriften.“

Anna Tachtler:

„Lesen im Kontext der jugendlichen Lebenswelt. Eine qualitative Studie zur Büchernutzung und -rezeption von 15- bis 20-jährigen.“

Sabrina Wolf:

„Interne Kommunikation in Kleinunternehmen.“

Die Liste der Bachelorarbeiten finden Sie auf unserer [Webseite](#).

Dissertationen



Foto: Lena Biberacher, Stuttgart

Prof. Dr. Katrin Hassenstein

Zur Person

Katrin Hassenstein ist Professorin für Public Relations und Kommunikationsmanagement an der Hochschule der Medien in Stuttgart. Nach dem Studium der Publizistik, Soziologie und Rechtswissenschaft an der Johannes Gutenberg-Universität in Mainz sammelte sie in verschiedenen Bereichen der Unternehmenskommunikation, zuletzt als Pressesprecherin der Deutschen Lufthansa AG in Frankfurt am Main, praktische PR-Erfahrung.

Dissertationsprojekt

Berufserfolge in der PR-Branche. Expressivität, Instrumentalität, Motivation.

Seit den frühen 2000er Jahren gilt das Berufsfeld Public Relations in Deutschland als feminisiert: In nahezu allen Bereichen der PR-Praxis stellen Frauen mindestens die Hälfte der Beschäftigten. Katrin Hassenstein konzentriert sich in ihrer Dissertation auf die nach gängiger These den Frauen zugesprochenen besseren kommunikativen, empathischen und sozialen Fähigkeiten und hinterfragt die Bedeutung dieser angeblich vorteilhaften Persönlichkeitseigenschaften für den beruflichen Erfolg im Berufsfeld PR.

Hassenstein untersucht insbesondere die Aussagekraft von Persönlichkeitsfaktoren für den beruflichen Erfolg: Inwiefern spielt die Ausprägung von expressiven und instrumentellen Eigenschaften sowie der beruflichen Motivation eine Rolle für den Berufserfolg? Welche geschlechtsspezifischen Erkenntnisse können dazu generiert werden? Befragt wurden Pressesprecherinnen und Pressesprecher der 500 größten Unternehmen in Deutschland.

Die Ergebnisse zeigen, dass bestimmte Persönlichkeitseigenschaften und Ausprägungen der beruflichen Motivation durchaus eine Vorhersagekraft für den objektiven Berufserfolg haben – dieses gilt jedoch fast ausschließlich für Frauen. So zeigt sich, dass der berufliche Erfolg, gemessen an der Höhe des Einkommens oder der Hierarchiestufe, bei männlichen Pressesprechern unabhängig von diesen psychologischen Dimensionen ist, wohingegen einige dieser Ausprägungen der Persönlichkeit eine starke Vorhersagekraft für den beruflichen Erfolg von Pressesprecherinnen haben. Besonderes Gewicht kommt hierbei dem Erfolgswillen und Ausprägungen der extrinsischen beruflichen Motivation sowie der Ausprägung instrumenteller (maskuliner) Persönlichkeitsmerkmale zu. Für weiblich konnotierte Persönlichkeitsmerkmale hingegen kann kein Zusammenhang mit dem Berufserfolg gezeigt werden, weder bei Frauen noch bei Männern.



Dr. Stefan Gröner

Zur Person

Dr. Stefan Gröner war lange Jahre in Verlagsleitungs- und Geschäftsführungspositionen in den größten deutschen Medienhäusern beschäftigt. Seit über zehn Jahren ist er zusätzlich als Marken- und Strategieberater und Changemanager für Medien- und Lifestyle-Unternehmen tätig. Darüber hinaus ist er als Dozent am IfKW der Ludwig-Maximilians-Universität München und der Hochschule Fresenius tätig, an der er auch die Studiengangsleitung für Corporate Communication inne hat.

Dissertationsprojekt

Kopf oder Bauch? Formale und strukturelle Erfolgsfaktoren bei der redaktionell-thematischen Ausrichtung von Zeitschriften.

Ziel der Arbeit war es, die unternehmerischen und redaktionellen Entscheidungen und Fehlentscheidungen bei Zeitschriftenmarken über einen langen Zeitraum hinweg zu analysieren.

Die Rückkopplung von operativen Entscheidungen des Führungspersonals von Verlagen an die Studien und Leserbefragungen, die Verlage regelmäßig zur Vorbereitung ihrer Entscheidungen extern beauftragen, wurde bis dato noch nicht vorgenommen. Es fehlte auch an Studien, die darüber hinaus anhand der tatsächlichen Publikationsprodukte die getroffenen Entscheidungen im Hinblick auf die Stimmigkeit zwischen mehr oder weniger abstrakter Entscheidung einerseits und konkreter Umsetzung dieser Entscheidungen andererseits überprüfen. Durch diese in der Arbeit vorgenommenen Analysen in Form einer zweistufigen methodologischen Vorgehensweise und darüber hinaus durch einen außergewöhnlichen guten Zugang zu allen benötigten Daten kann die Dissertation neue Befunde vorlegen, die über den bisherigen Stand der Forschung deutlich hinausgehen.



Das Team des Lehr- und Forschungsbereichs Fröhlich auf der ECREA Konferenz in Lissabon, November 2014.

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/