

Dr. Simon M. Luebke

simon.luebke@ifkw.lmu.de

Last update: June 2025

PUBLICATIONS

Dissertation

Luebke, S. M. (2022). *Authenticity in Political Communication: Conceptualization, Measurement, and Examination of a Popular Concept*. Dissertation, Friedrich Schiller University Jena.

<https://nbn-resolving.org/urn:nbn:de:gbv:27-dbt-20221110-131122-006>

Journal articles

Luebke, S. M., Ozornina, N., Haim, M., & Haßler, J. (2025). Climate Communication in the Hybrid Media System: Media and Stakeholder Logics on Social Media. *Media and Communication*, 13, 1-22. <https://doi.org/10.17645/mac.9892>

Luebke, S. M. & Steffan, D. (2025). Who Values Political Authenticity? The Antecedents and Electoral Consequences of Voters' Preference for Authentic Politicians. *Polity*, 57(2), 328-349. <https://doi.org/10.1086/734727>

Stein, H., **Luebke, S. M.**, Engelmann, I. (2025). The Impact of Politicians' Populist Performance on Perceived Political Authenticity. *Polity*, 57(2), 282-305. <https://doi.org/10.1086/734726>

Luebke, S. M. & Steffan, D. (2023). Pathway to authenticity? The influence of politicians' gender and multimodal self-presentation in social media on perceived authenticity. *New Media & Society*, 27(4), 2373-2392. <https://doi.org/10.1177/14614448231208920>

Schmiede, J., Engelmann, I., & **Luebke, S. M.** (2023). Populistisch und verschwörungstheoretisch? Die Darstellung der Covid-19-Pandemie in rechtsalternativen Online-Medien. *Publizistik*, 68(4), 433-457. <https://doi.org/10.1007/s11616-023-00819-2>

Luebke, S. M. & Engelmann, I. (2023). Perceiving politicians as true to themselves: Development and validation of the Perceived Political Authenticity Scale. *PLoS ONE*, 18(5), e0285344. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0285344>

Luebke, S. M. & Engelmann, I. (2022). Do we know politicians' true selves from the media? Exploring the relationship between political media exposure and perceived political authenticity. *Social Media & Society*, 8(1), 1-11. <https://doi.org/10.1177/20563051221077030>

- Engelmann, I., **Luebke, S. M.**, & Kessler, S. H. (2021). Effects of news factors on users' news attention and selective exposure on a news aggregator website. *Journalism Studies*, 22(6), 780-798. <https://doi.org/10.1080/1461670X.2021.1889395>
- Luebke, S. M.** (2021). Political authenticity: Conceptualization of a popular term. *The International Journal of Press/Politics*, 26(3), 635-653. <https://doi.org/10.1177/1940161220948013>
- Luebke, S. M.** & Dogruel, L. (2018). Erfolgsfaktoren von YouTube-Kanälen - Die Perspektive der Multi-Channel-Netzwerke. *MedienWirtschaft*, 15(1), 12-19. <https://doi.org/10.15358/1613-0669-2018-1-12>

Book chapters

- Luebke, S. M.** & Enli, G. (in press). Authenticity, Populism and the Celebrification of Politics. In Lilleker, D., Wheeler, M., & Iosifidis, P. (eds.), *De Gruyter Handbook of Digital Political Communications*.
- Luebke, S. M.** (in press). Political Communication. In Stockemer, D., Sawyer, S., & Gagnon, A. (eds.), *IPSA Companion to Political Science*.
- Luebke, S. M.** (in press). Authenticity. In A. Nai, M. Grömping, & D. Wirz (eds.), *Encyclopedia of Political Communication*. Edward Elgar Publishing Edward Elgar Publishing.
- Luebke, S. M.** & Haßler, J. (in press). Wirkungen politischer Kommunikation [Effects of political communication]. In W. Schweiger & D. Wirz (Eds.), *Handbuch Medienwirkungsforschung [Handbook media effects research]*. Springer VS.
- Engelmann, I. & **Luebke, S. M.** (2022). Framing und Journalismus. In M. Löffelholz & L. Rothenberger (eds.), *Handbuch Journalismustheorien* [2. Überarbeitete Auflage]. Wiesbaden. https://doi.org/10.1007/978-3-658-32153-6_34-1
- Goldhammer, K., Birkel, M., & **Luebke, S. M.** (2022). Radio. In J. Krone, & T. Pellegrini (eds.), *Handbook of Media and Communication Economics*. Wiesbaden: Springer VS. https://doi.org/10.1007/978-3-658-09632-8_34-1
- Goldhammer, K., Birkel, M., & **Luebke, S.** (2016). Hörfunk. In J. Krone, & T. Pellegrini (Hrsg.), *Handbuch Medienökonomie*. Wiesbaden: Springer VS. https://doi.org/10.1007/978-3-658-34048-3_34-2
- Luebke, S.**, Gräßer, D., & Dogruel, L. (2015). Medienwahl als medienökonomisches Problem. Eine Analyse zum Einfluss visueller Stimuli auf die Auswahlentscheidung auf Video-on-Demand-Plattformen. In S. Pagel (Hrsg.), *Schnittstellen (in) der Medienökonomie*. Baden-Baden: Nomos, S. 323-338. <https://doi.org/10.5771/9783845264868-321>

TALKS

Conference talks (peer-reviewed)

Luebke, S. M., Ozornina, N., Haim, M., & Haßler, J. (2025). *Fighting the Climate Crisis with Humor: Analyzing Climate-Related Internet Memes on Reddit*. Paper accepted for the International Association for Media and Communication Research (IAMCR) Conference, July 13-17, Singapore.

Luebke, S. M., Ozornina, N., Haim, M., & Haßler, J. (2025). *The Rise of Climate Change Skepticism in Germany: Analyzing the Climate Communication of the Right-Wing Populist Party Alternative for Germany*. Paper presented at the International Communication Association (ICA) Conference, June 12–16, Denver.

Haßler, J., **Luebke, S. M.,** Ozornina, N., & Haim, M. (2025). *Fragmentation of Digital Climate Change Discourse? Comparative Analysis of German Stakeholders' Communication on Four Social Media Platforms*. Paper presented at the International Communication Association (ICA) Conference, June 12–16, Denver.

Luebke, S. M. (2025). *Wählt mich, ich bin authentisch! Über die Bedeutung und Wirkung von Authentizität in der Politik*. Paper presented at re:publica25, May 26–28, Berlin.

Luebke, S. M., Ozornina, N., Haim, M., & Haßler, J. (2025). *Der deutsche Klimawandeldiskurs im Plattformvergleich. Eine Inhaltsanalyse der Klimakommunikation auf Instagram, Facebook, TikTok und YouTube*. Paper presented at the Annual Conference of the German Communication Association (DGPUK), March 19–21, Berlin.

Luebke, S. M., Ozornina, N., Haim, M., & Haßler, J. (2025). *Institutionalisierte Klimawandelskepsis: Eine Analyse der Klimakommunikation der AfD in sozialen Medien*. Paper presented at the Annual Conference of the German Communication Association (DGPUK), March 19–21, Berlin.

Luebke, S. M. & Steffan D. (2025). *Authentizität als Wert in der Politik. Ursachen und Folgen der individuellen Präferenz für authentische Politiker:innen in Deutschland*. Paper presented at the Annual Conference of the German Communication Association (DGPUK), March 19–21, Berlin.

Luebke, S. M., Dupeire, P., Röckert, M.; Stach, J., Engelmann, I. (2025). *Vote for Us, We Are Authentic! The Role of Political Authenticity in the Election Campaigns of Lead Candidates in Germany*. Paper presented at the Annual Conference of the Communication and Politics Division of the German Communication Association (DGPUK), February 26–28, Innsbruck.

- Luebke, S. M.** & Steffan, D. (2024). *The antecedents and electoral consequences of voters' preference for authentic politicians*. Paper presented at the European Communication Research and Education Association (ECREA) Conference, September 24–27, Ljubljana.
- Luebke, S. M.**, Ozornina, N., Haim, M., & Haßler, J. (2024). *The use of humor styles in memes on climate change*. Paper presented at the European Communication Research and Education Association (ECREA) Conference, September 24–27, Ljubljana.
- Ozornina, N., **Luebke, S. M.**, Haim, M. (2024). *Mehr als die Summe seiner Teile. Herausforderungen und Ansätze der automatisierten Analyse multimodaler Social-Media-Inhalte*. Paper presented at the Annual Conference of the Methods Division of the German Communication Association (DGPUK), September 18–20, Hamburg.
- Luebke, S. M.** (2024). *Humor in der Klimakrise: Wie Memes den politischen Klimadiskurs beeinflussen*. Paper presented at re:publica24, May 27–29, Berlin.
- Luebke, S. M.**, Haim, M., & Haßler, J. (2024). *Klimakommunikation multimodal. Die Rolle und Wirkung Politischer Internet Memes im Klimadiskurs*. Paper presented at the Annual Conference of the Communication and Politics Division of the German Communication Association (DGPUK), February 7–9, Bern.
- Stein, H., Engelmann, I., & **Luebke, S. M.** (2023). *The Impact of Politicians' Populist Performance on Perceived Political Authenticity*. Paper presented at the International Journal of Press/Politics Conference, October 12–13, Edinburgh.
- Luebke, S. M.** & Steffan, D. (2023). *Gender, modality, and perceived political authenticity in social media: Evidence from an online survey experiment*. Paper presented at the ECREA Political Communication Section Conference, August 31–September 1, Berlin.
- Luebke, S. M.** (2023). *Performed Political Authenticity in Germany*. Paper presented at the International Communication Association (ICA) Conference, May 25–29, Toronto.
- Luebke, S. M.** & Steffan, D. (2023). *Geschlecht, Modalität und Authentizität in sozialen Medien: Ein Experiment zum Einfluss der Selbstdarstellung von Politiker:innen auf ihre wahrgenommene Authentizität*. Paper presented at the Annual Conference of the German Communication Association (DGPUK), May 18–20, Bremen.
- Schmiege, J., Engelmann, I., & **Luebke, S. M.** (2023). *Populistisch und verschwörungsideologisch? Die Konstruktion der Covid-19-Pandemie in alternativen Online-Medien*. Paper presented at the Annual Conference of the German Communication Association (DGPUK), May 18–20, Bremen.
- Luebke, S. M.** & Azevedo, F. (2023). *What makes us perceive politicians as (more) authentic? Exploring predictors of perceived political authenticity in the United States and Brazil*. Paper presented at the Society for Personality and Social Psychology (SPSP) Preconference on "Authenticity", February 22.

- Engelmann, I., **Luebke, S. M.**, & Marzinkowski, H. (2022). *Mediendiskurse und politische Legitimität. Ein Modell zu Effekten von Diskursarenen und Diskursmerkmalen auf die wahrgenommene politische Unterstützung und Legitimität*. Paper presented at the Annual Conference of the Communication and Politics Division of the German Communication Association (DGPuK), September 28–30, Trier.
- Luebke, S. M.** & Engelmann, I. (2022). *Media Exposure and Perceived Political Authenticity*. Paper presented at the Annual Conference of the International Communication Association (ICA), May 26–30, Paris.
- Engelmann, I., **Luebke, S. M.** & Marzinkowski, H. (2022). *Political Media Discourses and their Effects on Users' Political Support*. Paper presented at the Annual Conference of the International Communication Association (ICA), May 26–30, Paris.
- Luebke S.** & Engelmann, I. (2021). *Toward a New Measure of Perceived Political Authenticity*. Paper presented at the Annual Conference of the International Communication Association (ICA), May 27–31.
- Luebke, S. M.** (2021). *Are Politicians True to Themselves? Dimensions and Operationalization of Perceived Political Authenticity*. Paper presented at the Three-Country Conference on Communication Science (DACH21), April 7–9.
- Luebke, S. M.** & Engelmann, I. (2021). *Wann halten wir PolitikerInnen für authentisch? Entwicklung und Validierung einer neuen Skala für wahrgenommene politische Authentizität*. Paper presented at the Annual Conference of the Communication and Politics Division of the German Communication Association (DGPuK), February 12.
- Luebke, S. M.** (2021). *Wahrgenommene politische Authentizität: Skalenentwicklung und -validierung*. Paper presented at the Annual Conference of the Media Reception and Effects Division of the German Communication Association (DGPuK), January 27–29.
- Luebke, S. M.** (2020). *Authentizität in der politischen Kommunikation*. Paper presented at the NapoKo colloquium, November 26–27.
- Luebke, S. M.** (2020). *Politische Authentizität: Konzeptualisierung eines populären Begriffs*. Paper presented at the Annual Conference of the German Communication Association (DGPuK), March 10–12, Munich.
- Engelmann, I., Kessler, S. & **Luebke, S. M.** (2019). *The Role of News Cues for News Attention and News Clicking on a News Aggregator Website*. Paper presented at the Annual Conference of the International Communication Association (ICA), May 24–28, Washington, D.C.
- Wagener, S., **Luebke, S. M.**, & Engelmann, I. (2019). *Mediale Konstruktionen des Ukraine-Konflikts. Eine Analyse des journalistischen Framings in der Deutschen Welle und in Sputnik Deutschland*. Paper presented at the Annual Conference of the German Communication Association (DGPuK), May 9–11, Münster.

Engelmann, I., Kessler, S., & **Luebke, S. M.** (2018). *Kriterien der Nachrichtenauswahl auf einer News Aggregator Website*. Paper presented at the Annual Conference of the German Communication Association (DGPUK), May 9–11, Mannheim.

Luebke, S. M. & Dogruel, L. (2017). *Vom einmaligen Klick-Hit zum langfristigen Erfolg - Erfolgsfaktoren von YouTube-Kanälen aus Anbieterperspektive*. Paper presented at Annual Conference of the Media Economics Division of the German Communication Association (DGPUK), October 26–28, St. Pölten.

Luebke, S. M., Gräßer, D., & Dogruel, L. (2014). *Medienwahlentscheidungen als medienökonomisches Problem. Eine Analyse zum Einfluss visueller Stimuli auf die Zahlungsbereitschaft auf Online-Filmplattformen*. Paper presented at the Annual Conference of the Media Economics Division of the German Communication Association (DGPUK), November 13–15, Mainz.

Invited talks and panel discussions

Luebke, S. M. (2025). *Climate Memes. An Interdisciplinary Project on Multimodal Climate Communication*. Collaborative Workshop on Media & Climate Change at Colorado University, June 10, Boulder.

Luebke, S. M. (2025). *The Rise of Climate Change Skepticism in Germany. Analyzing the Climate Communication of the Right-Wing Populist Party Alternative for Germany (AfD)*. Invited talk at Boston University, June 4, Boston.

Ozornina, N. & **Luebke, S. M.** (2025). *Digital Climate Discourses. Collecting and Analyzing Social Media Data for Computational Communication Science*. Invited talk at the MaiNLP research lab, May 13, Munich.

Luebke, S. M., Wurst, A.-K., Haßler, J. (2025). *Mit TikTok in den Bundestag?! Eine Inhaltsanalyse zur Wahlkampfkommunikation der Parteien zur Bundestagswahl 2025 auf TikTok*. PRUF-Symposium, May 8, Düsseldorf.

Luebke, S. M. (2025). *Gegen die „Klima-Ideologie“: Die Rolle von Klimawandelskepsis im deutschen Klimawandeldiskurs auf Social Media*. Workshop hosted by bidt and BLM, March 28, Munich.

Luebke, S. M. (2025). *Die Rolle von Internet-Memes in Online-Diskussionen zum Klimawandel*. Invited Talk at the Institute for Planetary Health Behaviour (IPB), March 27, Erfurt.

Dunkel, G.; Georgi, O., **Luebke, S. M.** & Polenz, R. (2025). *Von Wutreden und Mutreden: Wer spricht die Sprache der Wähler?* Panel discussion hosted by the Association of German Speech Writers (VRdS). February 18. Landesvertretung Nordrhein-Westfalen, Berlin.

- Luebke, S. M.** (2024). *Wählt mich, ich bin authentisch! Einblicke in die aktuelle Forschung zu Authentizität in der politischen Kommunikation*. Invited guest lecture at the Free University Berlin, December 12, Berlin.
- Luebke, S. M.** (2024). *(News) Media and Climate Change*. Workshop at the LMU Munich Climate School, October 11, Munich.
- Ozornina, N. & **Luebke, S. M.** (2024). *Collecting and Analyzing Social Media Data for Interdisciplinary Research*. Invited talk at the MaiNLP research lab, April 30, Munich.
- Luebke, S. M.**, Ozornina, N., Haim, M. & Haßler, J. (2024). *KLIMA-MEMES and the challenges in interdisciplinary research projects*. Invited talk at the University Vienna, February 16, Vienna.
- Luebke, S. M.** & Haßler, J. (2024). *Memes im Klimawandeldiskurs. Einblicke in die Analyse zur COP28*. Invited guest lecture at University of Augsburg, January 25, Augsburg.
- Luebke, S. M.** (2024). *Authentizität in der politischen Kommunikation*. Invited guest lecture at the Free University Berlin, January 11, Berlin.
- Luebke, S. M.** & Haßler, J. (2023). *(News) Media and Climate Change*. Workshop at the LMU Munich Climate School, October 11, Munich.
- Luebke, S. M.** (2018). *Frames in der politischen Kommunikation. Perspektiven, Methoden, Befunde (Teil 1)*. Talk at Netzwerktagung Deutsch des Niedersächsischen Landesinstituts für schulische Qualitätsentwicklung (NLQ), November 30, Bad Salzdetfurth.
- Luebke, S. M.** (2018). *Frames in der politischen Kommunikation. Beispiele aus aktuellen politischen Diskursen (Teil 2)*. Talk at der Netzwerktagung Deutsch des Niedersächsischen Landesinstituts für schulische Qualitätsentwicklung (NLQ), November 30, Bad Salzdetfurth.

MEDIA APPEARANCES

- WDR-Reportage (2025). Analyse zur Bundestagswahl. So nutzen die Spitzenkandidaten TikTok, X, Instagram und Co. 17.02.2025. <https://reportage.wdr.de/wie-spitzenkandidaten-im-wahlkampf-auf-social-media-kommunizieren>
- BR24 Medien (2025). Wird die Wahl auf Instagram entscheiden? 26.01.2025. <https://www.br.de/mediathek/podcast/br24-medien/wird-die-wahl-auf-instagram-entschieden/2102415>
- t-online (2025). "Es ist nicht gang und gäbe, sich so zu zeigen". 25.01.2025. https://www.t-online.de/nachrichten/deutschland/bundestagswahl/id_100582316/wahlkampf-scholz-habeck-oder-merz-wer-praesentiert-sich-am-besten-.html
- Bayerischer Rundfunk (2024). Ampel vs. Ampel vs. Union: Nur noch Streit in der Politik? 15.11.2024. <https://www.br.de/nachrichten/deutschland-welt/ampel-vs-ampel-vs-union-urnoch-streit-in-der-politik,UU0JJJeJ>

- WDR 5 Töne, Texte, Bilder (2024). Ampel-Memes: Humor in Krisenzeiten. 09.11.2024.
<https://www1.wdr.de/radio/wdr5/sendungen/toene-texte-bilder/index.html>
- NDR Kultur (2024). Mit Humor durch die Krise: Die politische Lage in Memes. 07.11.2024.
<https://www.ndr.de/kultur/Mit-Humor-durch-die-Krise-Die-politische-Lage-in-Memes,memes106.html>
- Bayerischer Rundfunk (2024). Mit Likes zur Macht? Die Rolle von TikTok und Co bei Wahlen. 02.11.2024. <https://www.br.de/nachrichten/wissen/die-rolle-von-tiktok-und-co-bei-wahlen-mit-likes-zur-macht,USUbl2q>
- Süddeutsche Zeitung (2024). Propaganda vom Fließband. Einblicke in Russlands hybride Kriegsstrategie. 16.09.2024.
<https://www.sueddeutsche.de/projekte/artikel/politik/russland-propaganda-desinformation-social-design-agency-ilja-gambaschidse-sofia-sacharowa-facebook-telegram-memes-kaikaturen-putin-ukraine-krieg-in-der-ukraine-e843184/?reduced=true>
- Bayerisches Forschungsinstitut für digitale Transformation (2023). #climatechange – Beeinflussen Internetmemes die Klimapolitik? 04.10.2023.
<https://www.bidt.digital/climatechange-beeinflussen-internet-memes-die-klimapolitik/>
- Bayerische Staatszeitung (2023). Kaum Experimente. Fast alle setzen auf Bewährtes beim Plakatieren. 08.09.2023. <https://www.bayerische-staatszeitung.de/staatszeitung/politik/detailansicht-politik/artikel/kaum-experimente.html#topPosition>
- ARD mittagsmagazin (2023). Selbstinszenierung in der Politik. 08.08.2023.
<https://www.daserste.de/information/politik-weltgeschehen/mittagsmagazin/videos/selbstinszenierung-in-der-politik100.html>
- Mittelbayerische (2023). Sind diese Regensburger Wahlplakate Stimmenbringer? 03.08.2023.
<https://www.mittelbayerische.de/lokales/stadt-regensburg/sind-diese-regensburger-wahlplakate-stimmenbringer-13821032>
- M94.5 To Go Podcast (2023). Zwischen Solidarität und Abneigung – Was bewegt Streik in Deutschland? 19.05.2023. <https://www.m945.de/zwischen-solidaritaet-und-abneigung-was-bewegt-streik-in-deutschland/>