

Dr. Simon Luebke

simon.luebke@ifkw.lmu.de

Last update: August 2024

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

Schmiege, J., Engelmann, I., & **Lübke, S.** (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>

Lübke, S. & 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.** (accepted). Authenticity. In A. Nai, M. Grömping, & D. Wirz (eds.), *Encyclopedia of Political Communication*. Edward Elgar Publishing.
- Engelmann, I. & **Lübke, S.** (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., & **Lübke, S.** (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., & **Lübke, 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
- Lübke, 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

- Luebke, S. M.** & Steffan, D. (2024). *The antecedents and electoral consequences of voters' preference for authentic politicians*. Paper accepted for the European Communication Research and Education Association (ECREA) Conference, 24 – 27 September, Ljubljana.
- Luebke, S. M.**, Ozornina, N., Haim, M., & Hassler, J. (2024). *The use of humor styles in memes on climate change*. Paper accepted for the European Communication Research and Education Association (ECREA) Conference, 24 – 27 September, Ljubljana.
- Ozornina, N., **Lübke, S.**, Haim, M. (2024). *Mehr als die Summe seiner Teile. Herausforderungen und Ansätze der automatisierten Analyse multimodaler Social-Media-Inhalte*. Paper accepted for the Annual Conference of the Methods Division of the German Communication Association (DGPK), 18 – 20 September, Hamburg.
- Lübke, S.** (2024). *Humor in der Klimakrise: Wie Memes den politischen Klimadiskurs beeinflussen*. Paper presented at re:publica24, 27 – 29 May, Berlin.

- Lübke, S.**, 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), 07 – 09 February, 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, 12 – 13 October, 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, 31 August – 1 September, Berlin.
- Luebke, S. M.** (2023). *Performed Political Authenticity in Germany*. Paper presented at the International Communication Association (ICA) Conference, 25 – 29 May, Toronto.
- Lübke, S.** & 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), 18 – 20 May, Bremen.
- Schmiege, J., Engelmann, I., & **Lübke, S.** (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), 18 – 20 May, Bremen.
- Luebke, S.** & 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", 22 February.
- Engelmann, I., **Luebke, S.**, & 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), 28 – 30 September, Trier.
- Luebke, S.** & Engelmann, I. (2022). *Media Exposure and Perceived Political Authenticity*. Paper presented at the Annual Conference of the International Communication Association (ICA), 26 – 30 May, Paris.
- Engelmann, I., **Luebke, S.**, & 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), 26 – 30 May, 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), 27 – 31 May.
- Lübke, S.** (2021). *Are Politicians True to Themselves? Dimensions and Operationalization of Perceived Political Authenticity*. Paper presented at the Three-Country Conference on Communication Science (DACH21), 7 – 9 April.
- Lübke, S.** & 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), 12 February.
- Lübke, S.** (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), 27 – 29 January.
- Lübke, S.** (2020). *Authentizität in der politischen Kommunikation*. Paper presented at the NapoKo colloquium, 26 – 27 November.
- Lübke, S.** (2020). *Politische Authentizität: Konzeptualisierung eines populären Begriffs*. Paper presented at the Annual Conference of the German Communication Association (DGPuK), 10 – 12 March, Munich.
- Engelmann, I., Kessler, S. & **Luebke, S.** (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), 24 – 28 May, Washington, D.C.
- Wagener, S., **Lübke, S.**, & 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), 09 – 11 May, Münster.
- Engelmann, I., Kessler, S. & **Lübke, S.** (2018). *Kriterien der Nachrichtenauswahl auf einer News Aggregator Website*. Paper presented at the Annual Conference of the German Communication Association (DGPuK), 09 – 11 May, Mannheim.
- Lübke, S.** & 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), 26 – 28 October, St. Pölten.
- Lübke, S.**, 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), 13 – 15 November, Mainz.

Invited talks

- Ozornina, N. & Luebke, S. M. (2024). *Collecting and Analysing Social Media Data for Interdisciplinary Research*. Invited talk at the MaiNLP research lab, 30 April, 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, 16 February, Vienna.
- Lübke, S. & Haßler, J. (2024). *Memes im Klimawandeldiskurs. Einblicke in die Analyse zur COP28*. Invited guest lecture at University of Augsburg, January 25, Augsburg.
- Lübke, S. (2024). *Authentizität in der politischen Kommunikation*. Invited guest lecture at the Free University Berlin, 11 January, Berlin.
- Luebke, S. M. & Hassler, J. (2023). *(News) Media and Climate Change*. Workshop at the LMU Munich Climate School, 13 October, Munich.
- Lübke, S. (2018). *Frames in der politischen Kommunikation. Perspektiven, Methoden, Befunde (Teil 1)*. Talk at Netzwerktagung Deutsch des Niedersächsischen Landesinstituts für schulische Qualitätsentwicklung (NLQ), 30 November, Bad Salzdetfurth.
- Lübke, S. (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), 30 November, Bad Salzdetfurth.

MEDIA APPEARANCES

- Rummel, M. (2023). #climatechange – Beeinflussen Internetmemes die Klimapolitik? bidt, 04.10.2023, <https://www.bidt.digital/climatechange-beeinflussen-internet-memes-die-klimapolitik/>
- Stark, T. (2023). Kaum Experimente. Fast alle setzen auf Bewährtes beim Plaktieren. Bayerische Staatszeitung, 08.09.2023, <https://www.bayerische-staatszeitung.de/staatszeitung/politik/detailansicht-politik/artikel/kaum-experimente.html#topPosition>
- Brestrich, J. (2023). Selbstinszenierung in der Politik. ARD mittagsmagazin, 08.08.2023, <https://www.daserste.de/information/politik-weltgeschehen/mittagsmagazin/videos/selbstinszenierung-in-der-politik100.html>
- Ried, J. (2023). Sind diese Regensburger Wahlplakate Stimmenbringer? Mittelbayerische, 03.08.2023, <https://www.mittelbayerische.de/lokales/stadt-regensburg/sind-diese-regensburger-wahlplakate-stimmenbringer-13821032>

Lüngen, B. (2023). Zwischen Solidarität und Abneigung – Was bewegt Streik in Deutschland?
M94.5. <https://www.m945.de/zwischen-solidaritaet-und-abneigung-was-bewegt-streik-in-deutschland/>