

Lebenslauf

Dr. Christina Peter

Formale Ausbildung und beruflicher Werdegang

02/2018 – 07/2018	Gastprofessur an der Universität Wien (kompetitives Verfahren)
10/2017 – 02/2018	Gastprofessur an der Hochschule für Musik, Theater und Medien Hannover
03/2017	Research Visit an der University of Haifa in Israel (Host: Yariv Tsfati)
seit 06/2015	Akademische Rätin a. Z., Ludwig-Maximilians-Universität München, Institut für Kommunikationswissenschaft und Medienforschung, Lehrstuhl Prof. Dr. Hans-Bernd Brosius
2010 - 2016	Promotionsstudium der Kommunikationswissenschaft an der Ludwig-Maximilians-Universität München (Nebenfach: Psychologie) <i>Titel der Arbeit:</i> Menschen wie du und ich? Soziale Vergleiche im Rahmen der Fernsehnutzung <i>Abschluss:</i> Dr. phil. (magna cum laude)
10/2009 – 05/2015	Wissenschaftliche Mitarbeiterin, Ludwig-Maximilians-Universität München, Institut für Kommunikationswissenschaft und Medienforschung, Lehrstuhl Prof. Dr. Hans-Bernd Brosius
2008 – 2009	Hilfskraft am Lehrstuhl Prof. Dr. Hans-Bernd Brosius, Tutorin für Datenanalyse (Master)
2007 - 2009	Masterstudium der Kommunikationswissenschaft (Schwerpunkt Medienforschung) an der Ludwig-Maximilians-Universität München <i>Titel der Arbeit:</i> Der Einfluss von Fallbeispielen und statistischer Information in der Politikberichterstattung <i>Abschluss:</i> Master of Arts (Abschlussnote 1,3)
2006 - 2009	Werksstudentin im Bereich Marketing bei der Firma Online-Media-World in München
02-03/2007	Praktikum in der Lokalredaktion der Münchner Abendzeitung in München, weiterhin als freie Mitarbeiterin tätig
09/2006	Praktikum bei der Immobilienagentur Imitalia in Luino, Italien im Bereich PR/Werbung/Marketing

- 03/2006 Praktikum bei der Marketing- und Werbeagentur Dextl & Partner in Deggendorf
- 2004 – 2007 Bachelorstudium der Kommunikationswissenschaft an der Ludwig-Maximilians-Universität München (Nebenfach Politische Wissenschaft)
Titel der Arbeit: Die Führungskrise um Edmund Stoiber – eine qualitative Inhaltsanalyse
Abschluss: Bachelor of Arts (Abschlussnote 1,6)
- 09/2005 Praktikum bei der Marketingagentur trivero in München
- 03-04/2005 Praktikum bei der Lokalredaktion der Deggendorfer Zeitung in Deggendorf
- 1995 - 2004 Robert-Koch Gymnasium Deggendorf
Abschluss: Allgemeine Hochschulreife (Abschlussnote 1,5)

Universitäres und fachliches Engagement

- | | |
|---------------|---|
| seit 09/2018 | Erste Sprecherin der Fachgruppe Methoden der Gesellschaft für Publizistik und Kommunikationswissenschaft (DGPuK) |
| seit 2018 | Mitglied des Award Committees für den James W. Carey Urban Communication Award (ICA) |
| 2017 | Mitglied in der Jury des DGPuK-Zeitschriftenpreises |
| 2017 | Leitung einer Arbeitsgruppe zur Reformierung des Nachwuchsförderkonzepts der LMU |
| seit 02/ 2017 | Koordinatorin des SoSci-Panels (DGPuK) |
| 2016 - 2018 | Stellvertretende Sprecherin der Fachgruppe Methoden der Gesellschaft für Publizistik und Kommunikationswissenschaft (DGPuK) |
| seit 09/2016 | Stellvertretende Frauenbeauftragte der Sozialwissenschaftlichen Fakultät der Ludwig-Maximilians-Universität München (in dieser Funktion Mitglied des Fakultätsrats sowie Mitglied der Institutsleitung) |
| seit 2015 | Mentorin im Programm „Ment15: Mentoring-Programm für Doktorandinnen und Studentinnen der Sozialwissenschaftlichen Fakultät“ |
| 2016 | Mitwirkung am Akkreditierungsverfahren der Studiengänge BA Kommunikationswissenschaft (Hauptfach/Nebenfach), MA Kommunikationswissenschaft sowie MA Journalismus |
| 2012 bis 2016 | Mittelbausprecherin des Instituts für Kommunikationswissenschaft und Medienforschung (in dieser Funktion Mitglied der Institutsleitung) |
| 2014 | Organisation der Jahrestagung der Fachgruppen Methoden in München |
| seit 2012 | Redakteurin der Zeitschrift „Transfer: Kommunikationswissenschaftliche Nachwuchsforschung im Internet“ der Deutschen Gesellschaft für Publizistik und Kommunikationswissenschaft (DGPuK) |

Drittmittel

- *Beantragt:* Projektantrag für die BMBF-Förderlinie "Kleine Fächer Große Potentiale" zum Thema „Ene mene muh, so krank bist du!“ – Die mediale Darstellung von Essstörungen und die Wirkung auf erkrankte Personen“ (beantragte Fördersumme: 200.000 €)
- Förderprojekt der Stadt Wien zum Thema: "Wahrnehmung und Wirkung von Aufklärungshinweisen über den Einsatz von Bildbearbeitungstechniken bei Mädchen und jungen Frauen", zusammen mit Kathrin Karsay und Brigitte Naderer, Universität Wien (Gesamtfördersumme: 12.155 €)
- LMUMentoring-Förderung für exzellente Nachwuchswissenschaftlerinnen (Gesamtfördersumme: ca. 6.000 Euro)
- DAAD-Reisestipendien (Gesamtfördersumme: 6.271 €)
- LMUExcellent Reisestipendien (Gesamtfördersumme: 6.198 €)
- Lehre@LMU (Gesamtfördersumme ca. 2.500 €)

Auszeichnungen

- Top Faculty Paper Award (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 Thomas Koch, Universität Mainz)
- Best Paper auf der Jahrestagung der Fachgruppe Rezeptions- und Wirkungsforschung der Deutschen Gesellschaft für Publizistik und Kommunikationswissenschaft (DGPK) für die Einreichung „Backfire-Effekt: Warum das Korrigieren von Fehlinformationen gegenteilige Effekte evozieren kann“ (gemeinsam mit Thomas Koch, Universität Mainz)

Sonstiges

- 2012-2016 Mentee im LMUMentoring-Programm für exzellente Nachwuchswissenschaftlerinnen
- Mitgliedschaften in führenden nationalen und internationalen Fachgesellschaften (DGPuK, ICA, AEJMC, ECREA)
- Reviewertätigkeit für diverse nationale und internationale Fachtagungen (DGPuK, DGPs, SGKM, ICA, ECREA, AEJMC)
- Reviewertätigkeit für diverse nationale und internationale Fachzeitschriften
 - Communication Methods & Measures, Information
 - Communication & Society
 - Information, Communication & Society
 - International Journal of Communication
 - Journalism & Mass Communication Quarterly
 - Human Communication Research
 - Journal of Computer-Mediated Communication
 - Journal of Media Psychology
 - Media Psychology
 - Mobile Media Communication
 - Studies in Communication | Media
 - Studies in Communication Science

Publikationen

Monographien & Herausgeberschaften

- Koch, T., Peter, C., & Müller, P. (im Druck). *Das Experiment in der Kommunikations- und Medienwissenschaft*. Wiesbaden: Springer VS.
- Müller, P., Geiß, S., Schemer, C., Naab, T., & Peter, C. (Hrsg., in Vorbereitung). *Dynamische Prozesse in der Publizistik- und Kommunikationswissenschaft: Methodische Herausforderungen*. Köln: Herbert von Halem Verlag.
- Peter, C., Naab, T. K., & Kühne, R. (Hrsg., in Vorbereitung). *Measuring Media Use and Exposure: Recent Developments and Challenges*. Köln: Herbert von Halem Verlag.
- Peter, C. (2016). *Fernsehen als Zerrspiegel - Relevanz und Bedingungen sozialer Vergleichsprozesse im Rahmen der Fernsehnutzung*. Wiesbaden: Springer VS.

Publikationen in Fachzeitschriften (peer-reviewed)

- Zerback, T. & Peter, C. (2018). Exemplar Effects on Public Opinion Perception and Attitudes: The Moderating Role of Exemplar Involvement. *Human Communication Research, 44*, 176-196. doi: 10.1093/hcr/hqx007
- Peter, C. & Ponzi, M. (2018). Advertising Strategies for Hedonic and Utilitarian Brand Types: The Risk of Omitting Warmth or Competence Information. *Journal of Advertising Research*. Advance Online Publication. doi: 10.2501/JAR-2018-005
- Koch, T. & Peter, C. (2017). Effects of Equivalence Framing on the Perceived Truth of Political Messages and the Trustworthiness of Politicians. *Public Opinion Quarterly, 81*, 847–865. doi: 10.1093/poq/nfx019
- Denner, N. & Peter, C. (2017). Der Begriff Lügenpresse in deutschen Tageszeitungen – Eine Framing-Analyse. *Publizistik, 62*, 273-297. doi:10.1007/s11616-017-0354-4
- Peter, C., & Zerback, T. (2017). The Role of Similarity for Exemplification Effects. *Studies in Communication | Media, 6*, 71-80. doi: 10.5771/2192-4007-2017-1-71
- Arendt, F., Peter, C., & Beck, J. (2016). Idealized Female Beauty, Social Comparisons, and Awareness Intervention Material: Evidence for Preventive Effects in Young Women. *Journal of Media Psychology*. Advance Online Publication.
- Peter, C., & Brosius, H.-B. (2016). Massenmedien und ihr Bildungspotenzial aus medien- und kommunikationswissenschaftlicher Sicht. *Pädagogische Rundschau, 70*, 143-158.
- Peter, C., & Koch, T. (2016). When Debunking Scientific Myths Fails (and When It Does Not): The Backfire Effect in the Context of Journalistic Coverage and Immediate Judgments as Prevention Strategy. *Science Communication, 38*, 3-25. doi: 10.1177/1075547015613523.

- Peter, C., Rossmann, C., & Keyling, T. (2014). Exemplification 2.0? The roles of direct and indirect social information on conveying health messages through social network sites. *Journal of Media Psychology*, 26, 19-28. doi: 10.1027/1864-1105/a000103
- Koch, T., Peter, C., & Obermaier, M. (2013). Optimisten glaubt man nicht. Wie sich valenzbasiertes Framing auf die Glaubwürdigkeit von Aussagen und deren Kommunikator auswirkt. *Medien & Kommunikationswissenschaft*, 61, 551-567.
- Peter, C., Fahr, A., & Früh, H. (2012). Im Spiegel der Anderen. Soziale Vergleiche mit Personen aus dem persönlichen und medialen Umfeld. *Publizistik*, 57, 161-178. doi: 10.1007/s11616-012-0146-9
- Peter, C., & Brosius, H.-B. (2010). Grenzen der Wirksamkeit von Fallbeispielen? *Publizistik*, 55, 275-288. doi: 10.1007/s11616-010-0091-4

Publikationen in Sammelbänden und Handbüchern

- Haas, A., Karnowski, V., & Peter, C. (2018). Hans-Bernd Brosius und die deutschsprachige Kommunikationswissenschaft: Autoren der Beiträge in Publizistik, Rundfunk und Fernsehen und Medien & Kommunikationswissenschaft 1983 bis 2016. In Patrick Rössler & Constanze Rossmann (Hrsg.), *Kumulierte Evidenzen Replikationsstudien in der empirischen Kommunikationsforschung*. (S. 225-244). Wiesbaden: Springer VS.
- Brosius, H.-B., Peter, C., & Kümpel, A. (2018). Medien und Gewalt. In D. Hermann & A. Pöge (Hrsg.), *Handbuch Kriminalsoziologie* (S. 235-248). Baden Baden: Nomos-Verlag.
- Peter, C. (2017). Analysis of Covariance. In J. Matthes, C. S. Davis, & R. F. Potter (Hrsg.), *International Encyclopedia of Communication Research Methods*. London: Wiley-Blackwell.
- Brosius, H.-B., & Peter, C. (2017). Exemplification Theory. In P. Rössler (Hrsg.), *International Encyclopedia of Media Effects*. Hoboken: Wiley-Blackwell.
- Peter, C. (2017). Fallbeispiele in der Gesundheitskommunikation. In C. Rossmann & M. Hastall (Hrsg.), *Handbuch Gesundheitskommunikation*. Springer VS. Advance Online Publication.
- Brosius, H.-B., & Peter, C. (2016). Die Berichterstattung der Medien über Kriminalität und Justiz und ihre Wirkung auf die Öffentlichkeit. In U. Murmann (Hrsg.), *Strafrecht und Medien*. Göttingen: Universitätsverlag (S. 37-49). Göttingen: Universitätsverlag.
- Brosius, H.-B., & Peter, C. (2015). Third-person effects. In W. Donsbach (Hrsg.), *The Concise Encyclopedia of Communication* (S. 620-621). New York, NY: John Wiley & Sons.
- Peter, C. & Brosius, H.-B. (2013). Wahrnehmungsphänomene. In W. Schweiger & A. Fahr (Hrsg.), *Handbuch Medienwirkungsforschung* (S. 463-480). Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.

Koch, T., Obermaier, M., & Peter, C. (2013). Viel hilft viel? 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: Herbert von Halem Verlag.

Peter, C. & Fahr, A. (2013). Vergleiche vergleichen - Instrumente zur Messung sozialer Vergleiche mit Medienpersonen. In T. K. Naab, D. Schlütz, W. Möhring & J. Matthes (Hrsg.), *Standardisierung und Flexibilisierung als Herausforderungen der kommunikations- und publizistikwissenschaftlichen Forschung* (S. 156-179). Köln: von Halem.

Peter, C. & Koch, T. (2013). 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: Herbert von Halem Verlag.

Peter, C. (2013). Quo vadis Fallbeispielforschung? Aktuelle Befunde und zukünftige Herausforderungen an ein Forschungsfeld. In O. Jandura, A. Fahr & C. Wunsch (Hrsg.), *Neue Medienumgebungen, neue Rezeptionssituationen, andere Wirkungen? Theoretische Herausforderungen für die Rezeptions- und Wirkungsforschung* (S. 123-140). Baden-Baden: Nomos.

Sonstige Publikationen

Brosius, H.-B., & Peter, C. (2011). Selective Exposure. In P. Moy (Hrsg.), *Oxford Bibliographies Online: Communication*. New York: Oxford University Press.

Naab, T., Peter, C., Bilandzic, H., Lauf, E., & Hartmann, T. (2015). *How to go international. DGPUK-Wegweiser Publizieren und Referieren in der internationalen Kommunikationswissenschaft*. Broschüre der Deutschen Gesellschaft für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft. Online verfügbar unter: http://www.dgpuk.de/wp-content/uploads/2012/01/DGPuK_How-to-go-international_Auflage-2_2015.pdf

Wissenschaftliche Vorträge

Vorträge auf deutschsprachigen Fachgruppentagungen

Denner, N., & Peter, C. (2017, April). *Die Lügenpresse in den Medien – Eine Framing-Analyse*. Vortrag auf der 62. Jahrestagung der DGPK „Vernetzung. Stabilität und Wandel gesellschaftlicher Kommunikation“, Düsseldorf, Deutschland.

Peter, C., Arendt F., & Stoykova, C. (2017, Januar). *Awareness-Videos als Präventionsstrategie für die Wirkung medialer Schönheitsideale: Experimentelle Evidenz für junge Männer*. Vortrag auf der Jahrestagung der DGPK-Fachgruppe Rezeptions- und Wirkungsforschung, Erfurt.

Peter, C., & Meier, A. (2016, Januar). *“Tomorrow: @House of Cards” – (Unerwünschte) Effekte der Verwendung popkultureller Referenzen auf die Wahrnehmung von Politikern*. Vortrag gehalten auf der Jahrestagung der DGPK-Fachgruppe Rezeptions- und Wirkungsforschung, Amsterdam, Niederlande.

Peter, C. (2016, Januar). *Wir mussten uns aus Imagegründen von ihm trennen.” – Wirklich? Auswirkungen von Negativberichterstattung über Experten-Testimonials auf das beworbene Produkt und die Kaufbereitschaft*. Vortrag gehalten auf der Jahrestagung der DGPK-Fachgruppe Rezeptions- und Wirkungsforschung, Amsterdam, Niederlande.

Peter, C. & Koch, T. (2015, Januar). *Backfire-Effekt: Warum das Korrigieren von Fehlinformationen gegenteilige Effekte haben kann*. Vortrag gehalten auf der Jahrestagung der Fachgruppe Rezeptions- und Wirkungsforschung der DGPK, Bamberg.

Zerback, T. & Peter, C. (2014, Mai). *Fallbeispiele als Auslöser von Schweigespiralprozessen? Wirkungen von Anzahl und Tenor individueller Meinungsäußerungen auf Meinungsklimawahrnehmung, Isolationsfurcht und Redebereitschaft*. Vortrag gehalten auf der Jahrestagung der Deutschen Gesellschaft für Publizistik und Kommunikationswissenschaft (DGPK), Passau.

Peter, C. & Koch, T. (2013, September). *The Negativity Credibility Bias. Effects of Valence Framing on Truth Judgments and Source Credibility*. Vortrag auf der Jahrestagung der DGPs-Fachgruppe Medienpsychologie, Würzburg.

Peter, C. & Brosius, H.-B. (2013, Mai). *Neue Perspektiven in der Fallbeispielforschung – Der Einfluss von visuell aufbereiteten Umfragedaten und Fallbeispielen in der Politikberichterstattung*. Vortrag gehalten auf der Jahrestagung der Deutschen Gesellschaft für Publizistik und Kommunikationswissenschaft (DGPK), Mainz.

Koch, T., Peter, C., & Obermaier, M. (2013, Januar). *Optimisten sind unglaubwürdig - Effekte von valenzbasiertem Framing auf die Glaubwürdigkeit von Botschaft und Kommunikator*. Vortrag gehalten auf der Jahrestagung der DGPK-Fachgruppe Rezeptions- und Wirkungsforschung, Wien.

Peter, C., & Koch, T. (2012, November). *Sag mir wer du bist und ich sag dir was du brauchst. Wahrnehmung und Wirkung personalisierter Werbebotschaften im Web 2.0*. Vortrag gehalten auf der Jahrestagung der Ad-hoc-Gruppe Werbekommunikation der DGPUK, Würzburg.

Koch, T., Obermaier, M., & Peter, C. (2012, November). *Viel hilft viel? Einfluss von Wiederholungsanzahl und Größe von Internetwerbepartnern auf Mere-Exposure- und Truth-Effekt*. Vortrag gehalten auf der Jahrestagung der Ad-hoc-Gruppe Werbekommunikation der DGPUK, Würzburg.

Jandura, O., Peter, C., & Küchenhoff, H. (2012, September). *Die Guten ins Töpfchen, doch wer sind die Schlechten? Ein Vergleich verschiedener Strategien der Datenbereinigung*. Vortrag gehalten auf der 14. Jahrestagung 2012 der Fachgruppe Methoden der DGPUK, Zürich (Schweiz).

Peter, C. (2012, Januar). *Soziale Vergleichsprozesse mit Medienpersonen*. Vortrag gehalten auf dem Doktorandenworkshop der Fachgruppe Rezeptions- und Wirkungsforschung der DGPUK, Hamburg.

Peter, C., & Fahr, A. (2011, September). *Vergleiche vergleichen. Validierung eines Comparative ranking durch Bildvorlagen zur Erfassung sozialer Vergleichsprozesse mit Medienpersonen*. Vortrag gehalten auf der Jahrestagung der DGPUK-Fachgruppe Methoden, Hannover.

Peter, C., Fahr, A., & Früh, H. (2011, Juni). *Im Spiegel der Anderen: Soziale Vergleiche mit Medienpersonen und Personen aus dem sozialen Umfeld*. Vortrag gehalten auf der Jahrestagung der Deutschen Gesellschaft für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft, Dortmund.

Peter, C. (2011, Januar). *Quo vadis Fallbeispielforschung? Aktuelle Befunde und zukünftige Herausforderungen an ein Forschungsfeld*. Vortrag gehalten auf der Jahrestagung der DGPUK-Fachgruppe Rezeptions- und Wirkungsforschung, München.

Peter, C., & Brosius, H.-B. (2010, Mai). *Grenzen der Wirksamkeit von Fallbeispielen? – Ein Experiment zum Einfluss der summarischen Realitätsbeschreibung in der Fallbeispielforschung*. Vortrag gehalten auf der Jahrestagung der Deutschen Gesellschaft für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft, Ilmenau.

Vorträge auf internationalen Fachtagungen

Peter, C. (August, 2018). *The Will of the People? – Effects of Subjective References to Public Opinion by Politicians*. Poster auf der Jahrestagung der Association for Education in Journalism and Mass Communication (AEJMC), Washington, USA.

Peter, C. (Mai, 2018). *The People's Voice – The People's Choice? Effects of Vox Pops and the Moderating Role of Populist Attitudes*. Poster auf der 68. Jahrestagung der International Communication Association (ICA), Prag, Tschechien.

Peter, C. & Zerback, T. (Mai, 2018). *Who Breaks the Silence? Linking Perception of German Media Coverage on Refugees to Willingness to Speak Out*. Vortrag gehalten auf der Preconference „Refugees, Religious Threats, and Political Radicalization“ im Vorfeld der 68. Jahrestagung der International Communication Association (ICA), Prag, Tschechien.

Peter, C. (2017, August). *Credibility and Persuasiveness of News Reports Featuring Vox Pops and the Role of Populist Attitudes*. Vortrag auf der Jahrestagung der Association for Education in Journalism and Mass Communication (AEJMC), Chicago, USA.

Peter, C. (2017, Mai). *Are Common People More Trustworthy? Perception and Persuasiveness of Media Content featuring Vox Pops*. Vortrag auf der Preconference „Ordinary Citizens in the News“ im Vorfeld der 67. Jahrestagung der International Communication Association (ICA), San Diego, USA.

Peter, C., Arendt, F., & Stoykova, C. (2017, Mai). *Exposure to idealized media images and preventive effects of awareness intervention material for young men*. Vortrag auf der 67. Jahrestagung der International Communication Association (ICA), San Diego, USA.

Denner, N., & Peter, C. (2016, November). *Self-Referential Reporting in German News Coverage - How Media Refers to the Term Lügenpresse*. Vortrag auf der 6. Jahrestagung der 6. European Communication Conference (ECREA). Prag, Tschechien.

Arendt, F., Peter, C., & Beck, J. (2016, Juni). *Idealized Female Beauty, Social Comparisons, and Awareness Intervention Material: Evidence for Preventive Effects in Young Women*. Vortrag auf der 66. Jahrestagung International Communication Association (ICA). Fukuoka, Japan.

Peter, C. (2016, Juni). *Does Negative Information About an Expert Endorser Harm the Promoted Product?* Vortrag auf der 66. Jahrestagung International Communication Association (ICA). Fukuoka, Japan.

Peter, C. & Ponzi, M. (2016, Juni.). *Advertising Strategies for Hedonic vs. Utilitarian Brands: The Risk of Omitting Warmth or Competence Dimension*. Vortrag auf der 66. Jahrestagung International Communication Association (ICA). Fukuoka, Japan.

Peter, C., & Koch, T. (2015, August). *Media's Influence on Judgments of Truth. Why People Trust in Bad Rather Than Good News*. Vortrag gehalten auf der Jahrestagung der Association for Education in Journalism and Mass Communication (AEJMC), San Francisco, USA.

Peter, C. (2015, Mai). *Social Comparison in Everyday Television Usage – The Role of Perceived Realism of Television Content*. Vortrag gehalten auf der Jahrestagung der International Communication Association (ICA), Puerto Rico, USA.

Peter, C. & Koch, T. (2015, Mai). *Misremembering Corrected Misinformation: How Judgment-Formation Strategies Can Prevent Backfire Effects and Their*

- Consequences for People's Attitudes*. Vortrag gehalten auf der Jahrestagung der International Communication Association (ICA), Puerto Rico, USA.
- Peter, C. (2014, Mai). *"This Ad Is So You!" – Perception and Effectiveness of Personalized Online-Advertisement*. Vortrag gehalten auf der Jahrestagung der International Communication Association (ICA), Seattle, USA.
- Peter, C. & Koch, T. (2014, Mai). *When Truth Hurts: How Rectifying Misinformation Can Lead to Unintended Consequences*. Vortrag gehalten auf der Jahrestagung der International Communication Association (ICA), Seattle, USA.
- Zerback, T., Fawzi, N., & Peter, C. (2014, Mai). *Can Exemplars Trigger a Spiral of Silence?* Vortrag gehalten auf der Jahrestagung der International Communication Association (ICA), Seattle, USA.
- Peter, C. & Brosius, H.-B. (2013, Juni). *If You Want it to Count, Make it Visual? Effects of Poll Results and Exemplars on People's Judgments on Political Issues*. Vortrag gehalten auf der Jahrestagung der International Communication Association (ICA), London, UK.
- Peter, C. & Fahr, A. (2013, Juni). *Mirror, Mirror on the (Digital) Wall: Social Comparison in Social Networks and the Effects on Self-Concept and Mood*. Vortrag gehalten auf der Jahrestagung der International Communication Association (ICA), London, UK.
- Koch, T., Peter, C., & Obermaier, M. (2013, Juni). *Never Trust an Optimist! Effects of Valence-Framing on Message and Source Credibility*. Vortrag gehalten auf der Jahrestagung der International Communication Association (ICA), London, UK.
- Peter, C. (2012, Oktober). *„Compared to the folks on TV...“ - Proposal for a Process Model of Social Comparison with Media Characters*. Vortrag gehalten auf der 4. Jahrestagung der European Communication Research and Education Association (ECREA), Istanbul (Türkei).
- Peter, C., & Jandura, O. (2012, Oktober). *Media Influence is Relative: Comparative Rating as a Measurement of Third-Person Effects*. Vortrag gehalten auf der 4. Jahrestagung der European Communication Research and Education Association (ECREA), Istanbul (Türkei).
- Peter, C., & Brosius, H.-B. (2012, Mai). *Processing Political Information in the Light of Exemplification Theory - Exemplification Effects Limited?* Vortrag gehalten auf der 62. Jahrestagung der ICA „Communication and Community“, Phoenix (USA).
- Peter, C., Fahr, A., & Früh, H. (2012, Mai). *The Differences in Social Comparison Between Media Characters and Real Persons: Measures and Results*. Vortrag gehalten auf der 62. Jahrestagung der ICA „Communication and Community“, Phoenix (USA).
- Peter, C., Rossmann, C., & Keyling, T. (2012, Mai). *Exemplification 2.0: Exemplars in the Online Environment and Their Impact on Users' Judgements*. Vortrag gehalten

auf der 62. Jahrestagung der ICA „Communication and Community“, Phoenix (USA).

Peter, C., Fahr, A., & Früh, H. (2011, Mai). *Who tells us who we are? Differences in social comparisons with media characters and real persons*. Vortrag gehalten auf der Jahrestagung der International Association for Media and Communication Research, Istanbul.

Peter, C., & Brosius, H.-B. (2011, Mai). *Exploring the Impact of Base-Rate Information in News Reports: Visualization as a Key Factor?* Vortrag gehalten auf der Jahrestagung der International Communication Association, Boston.

Eingeladene Vorträge

Peter, C. (2018, April). *Citizen Voices in German News Coverage and Their Effects on Audience Judgments*. Research Talk am Institut für Publizistik und Kommunikationswissenschaft an der Universität Wien.

Peter, C. (2017, November). *Die Meinung der Anderen – Die Darstellung von Meinungsklimahinweisen und ihre Wirkungen auf Rezipientenurteile*. Vortrag gehalten am Institut für Publizistikwissenschaft und Medienforschung, Universität Zürich.

Peter, C. (2017, Oktober). *Der einfache Bürger in den Medien*. Vortrag gehalten auf dem Symposium zu Ehren Prof. Dr. Hans-Bernd Brosius, Universität München.

Lehr- und Betreuungstätigkeit

Sommersemester 2018 (Gastprofessur Universität Wien)

Vorlesung:	Politische Kommunikation	Bachelor	1,30
Seminar:	Die Rolle der Anderen in der politischen Kommunikation (Forschungsseminar)	Bachelor	1,80
Seminar:	Begleitseminar zur Bakk2-Arbeit	Bachelor	1,30
Research Project:	Changes in Journalism (englischsprachiger Research Master)	Master (englisch)	1,60

Wintersemester 2017/18 (Gastprofessur HMTM Hannover)

Seminar:	Internationale Medien	Bachelor	1,41
Seminar:	Ausgewählte Bereiche der Rezeptions- und Wirkungsforschung	Bachelor	1,11
Seminar:	Befragung	Bachelor	1,62
Projekt:	Mediennutzung zwischen Emotionsmanagement und sozialer Distinktion	Master	nicht evaluiert

Sommersemester 2017

Seminar:	Computergestützte Datenanalyse	Bachelor	1,40
Seminar:	Computergestützte Datenanalyse	Bachelor	1,79
Blockkurs:	Summer School: Media Theory / Communications (englisch)	Undergraduates (international)	nicht evaluiert

Wintersemester 2016/17

Seminar:	Deine Meinung, meine Meinung? – Die Rolle der Anderen im Medienwirkungsprozess (Experiment)	Bachelor	1,58
Seminar:	Methoden der Kommunikator- und Rezipientenforschung	Bachelor	1,58
Hauptseminar:	Die Meinung der Anderen – Sozialer Einflüsse im Medienwirkungsprozess	Master	1,33
Seminar:	Sozialer Einflüsse im Medienwirkungsprozess (Vertiefung)	Master	1,33

Sommersemester 2016

Blockkurs:	Summer School: Media Theory / Communications (englisch)	Undergraduates (international)	nicht evaluiert
------------	---	--------------------------------	-----------------

Wintersemester 2015/16

Seminar:	Computergestützte Datenanalyse	Bachelor	1,86
Seminar:	Mediatisierung & Journalistische Praxis im internationalen Vergleich	Master IPR	1,79
Hauptseminar:	Persuasionsforschung - Wirkung persuasive Inhalte auf Rezipienten	Bachelor	1,50
Seminar:	Persuasionsforschung	Bachelor	1,50

Sommersemester 2015

Proseminar:	Kommunikationsforschung	Bachelor	1,75
Proseminar:	Kommunikationstheorie	Bachelor	1,92

Wintersemester 2014/15

Seminar:	Computergestützte Datenanalyse für Fortgeschrittene	Master	nicht evaluiert
----------	---	--------	-----------------

Wintersemester 2013/14

Seminar:	Computergestützte Datenanalyse für Fortgeschrittene	Master	nicht evaluiert
Hauptseminar:	Die Meinung der Anderen – Die Darstellung des Meinungsklimas in den Massenmedien und dessen Relevanz für Rezipientenurteile	Bachelor	1,62
Seminar:	Die Meinung der Anderen (Methodische Vertiefung)	Bachelor	1,62
Masterseminar :	Medienverdrossenheit – Einstellung zu und Abwendung von Medien	Master	1,52
Seminar:	Medienverdrossenheit (Methodische Vertiefung)	Master	1,52

Sommersemester 2013

Masterseminar :	Medienverdrossenheit – Einstellung zu und Abwendung von Medien	Master	1,52
Seminar:	Grundlagen und Durchführung der Datenerhebung	Master	1,52

Wintersemester 2012/13

Hauptseminar:	Werbewirkungsforschung	Bachelor	1,60
Seminar:	Werbewirkungsforschung (Methodische Vertiefung)	Bachelor	1,60
Seminar:	Datenanalyse	Master	nicht evaluiert

Sommersemester 2012

Proseminar: Kommunikationsforschung	Bachelor	1,69
-------------------------------------	----------	------

Wintersemester 2011/12

Seminar: Datenanalyse	Master	1,72
Hauptseminar: Facebook, Twitter & Co. – Fallbeispieleffekte in der Online-Welt	Bachelor	1,70
Seminar: Facebook, Twitter & Co. (Methodische Vertiefung)	Bachelor	1,70
Proseminar: Kommunikationstheorie	Bachelor	nicht evaluiert

Sommersemester 2011

Proseminar: Kommunikationsforschung	Bachelor	1,49
-------------------------------------	----------	------

Wintersemester 2010/11

Seminar: Datenanalyse	Master	1,89
-----------------------	--------	------

Sommersemester 2010

Proseminar: Kommunikationsforschung	Bachelor	1,84
Seminar Grundlagen und Durchführung der Datenanalyse	Master	nicht evaluiert

Wintersemester 2009/10

Hauptseminar: Fallbeispiele in der Medienwirkungsforschung	Bachelor	1,63
Seminar: Fallbeispielforschung (Methodische Vertiefung)	Bachelor	1,30

Betreute Abschlussarbeiten

- 12 Masterarbeiten (LMU München, HMTM Hannover)
- 43 Bachelorarbeiten (LMU München)
- 21 Bakkelaureatsarbeiten (Universität Wien)
- Gutachterin für Dissertation (Universität Wien)