

Simon Kruschinski, M.A.

PhD Student | Research Assistant | Department of Communication | Political Communication

Johannes Gutenberg-University Mainz | Jakob-Welder-Weg 12 | 55128 Mainz | Germany

✉ simon.kruschinski@uni-mainz.de | ☎ +49 6131 39-29413 | 🌐 simonkruschinski.de

Work Experience

Johannes Gutenberg-University Mainz, Department of Communication since 2015

PhD Student | Research Assistant

Cumulative Dissertation: My dissertation papers focus on technology-intensive election campaigns and how data and analytics are used to inform, persuade, or mobilize voters on- and offline. In particular, these papers analyze Facebook advertising and door-to-door canvassing with a specific focus on European elections.

Teaching: Undergraduate classes on data-driven political campaigning, political behaviors, and quantitative research methods

Johannes Gutenberg-University Mainz, Department of Communication 2017-2019

Research Project Member

The influence of social bots and fake news on the 2017 federal elections: A "Big Data" analysis of political discussions on Facebook.

Education

University of Erfurt, Department of Communication 10/2013 - 06/2015

Degree: Master of Arts, Political Communication

Masterthesis: "An empirical analysis of door-to-door campaigning in Germany using the example of the 2014 Thuringian federal state election."

Johannes Gutenberg-University Mainz, Department of Political Science 04/2009 - 10/2013

Degree: Bachelor of Arts, Political Science

University of Memphis, USA, Department of Political Science 08/2011 - 12/2011

Semester abroad

Research Interest

Data-driven political campaigning: organization, strategy and conduct of technology-intensive election campaigns, data-driven voter research, data-driven canvassing, power and (ab)use of information intermediaries in election campaigns, democratic-theoretical and normative implications of data-driven campaigning, computational propaganda campaigns

Political behaviors: informal political discussion and its impact, political knowledge and attitudes, electoral behaviors, social media and political engagement, social psychological process of mediated / interpersonal message and its impacts on political behaviors.

Advanced quantitative research methods: Computational communication science methods, including text as data (LDA topic modeling), multilevel analysis, big data and social media crawling and analytics

Third-party funding activities

Projects listed in which I participated in the project's conceptualization, application, and conduct

Campaigning for Strasbourg (CamforS) (2018-2021)

A cross-national comparison of how political actors use social media to inform, interact with, and mobilize voters, and which target audiences they address during the European Election Campaign 2019

Mercator Foundation (2020-2021)

45.000 EUR

Five years of reporting on the "refugee crisis" in the German news media

Johannes Gutenberg-University Research Platform „Medienconvergence“ (2017-2019)

90.000 EUR

The influence of social bots and fake news on the 2017 federal elections: A "Big Data" analysis of political discussions on Facebook.

Allensbach Foundation (2016-2017)

30.000 EUR

Accuracy and balance of media coverage: The depiction of the "refugee crisis" in the German and British media

Academic Service

Speaker of the junior political communication scientists' group

since 2017

German Association for Communication (DGPK)

Ad-hoc reviewer for national and international journals and conferences

since 2016

Awards and honors

Top Paper Award of the German Association for Communication (DGPK)

2020

ICA Travel Grant for the 69th Conference of the International Communication Association

2019

Teaching

Undergraduate Methods Courses: Content Analysis; Survey Methods

Other Undergraduate Courses: Political Communication, Media Use, Media effects, New Media / Online Communication

Refereed Journal Articles

Haller, A. & **Kruschinski, S.** (accepted for publication). Politisches Microtargeting. Eine normative Analyse von datenbasierten Strategien der gezielten Wähler_innenansprache. *Communicatio Socialis*.

Maurer, M., Haßler, J., **Kruschinski, S.**, Jost, P. (accepted for publication). Looking over the channel. The balance of media coverage about the “refugee crisis” in Germany and the UK. *Communications*.

Maurer, M., Jost, P., Haßler, J., & **Kruschinski, S.** (2018). Auf den Spuren der Lügenpresse. Zur Richtigkeit und Ausgewogenheit der Medienberichterstattung in der „Flüchtlingskrise“. *Publizistik*, online first, 1-21. doi: 10.1007/s11616-018-00466-y

Kruschinski, S. & Haller, A. (2017). Restrictions on data-driven political micro-targeting in Germany. *Internet Policy Review*, 6(4). DOI: 10.14763/2017.4.780
<https://policyreview.info/articles/analysis/restrictions-data-driven-political-micro-targeting-germany>

Kruschinski, S. & Haßler, J. (2017). Die Instrumentalisierung partizipativer Öffentlichkeit durch die AfD bei der rheinland-pfälzischen Landtagswahl 2016. *MedienJournal Zeitschrift für Medien- und Kommunikationsforschung*, 41, 97-112.
http://ejournals.facultas.at/upload/MedienJournal/2%202017/Kruschinski_Ha%C3%9Fler.pdf

Geise, S., Rössler, P. & **Kruschinski, S.** (2016). Automatisierte Analyse medialer Bildinhalte. Potenziale, Grenzen, methodisch-technischer Status Quo und zukünftige Herausforderungen – eine Bestandsaufnahme. *Medien & Kommunikationswissenschaft*, 65, Reihe „Methodeninnovationen in der Kommunikationswissenschaft“.
<http://www.nomos-elibrary.de/10.5771/1615-634X-2016-2-244/>

Journal Articles Submitted or in Progress

Kruschinski, S., & Bene, M. (revise and resubmit). The Use and Challenges of Digital Political Marketing on Facebook. An empirical analysis of posts, sponsored posts and ads across 28 countries in the European Election Campaign 2019. *European Union Politics*.

Kruschinski, S., Haßler, J., Jost, P. & Sülflow, M. (submitted). How “micro” is political microtargeting?! The strategic use of political online advertising on Facebook in Germany; *Social Media + Society*.

Sülflow, M., Jost, P., **Kruschinski, S.**, & Haßler, J. (ready to submit). Driving voter’s attention through targeted Facebook-ads?! Using an eye-tracking-experiment to understand how and why users pay attention to political ads on Facebook. *Political Communication*.

Kruschinski, S. (submitted). Data-Driven Campaigning in Germany: How parties use data and analytics to organize and communicate in a parliamentary democracy with strict data protection laws. *Electoral Studies*.

Bene, M., Ceron, A., Fenoll, V., Haßler, J., **Kruschinski, S.**, Larsson, A.O., Magin, M., Schlosser, K., & Wurst, A.-K. (submitted). Keep them engaged! A 12-country investigation of content features provoking user engagement on parties’ Facebook posts in the 2019 European Elections. *Political Communication*.

Baranowski, P., **Kruschinski, S.**, Russmann, U., Haßler, J., Lilleker, D., & Magin, M. (submitted). Patterns of Negative Campaigning during the 2019 European Elections: An empirical analysis of political parties’ Facebook posts and users’ sharing behavior across twelve European countries. *Journal of Communication*.

Kruschinski, S. (drafting). To mobilize or persuade?! The effects of canvassing on turnout, vote intention and vote choice using the example of door-to-door campaigning in the 2017 German federal election. *Political Communication*.

Book Chapters

Haßler, J., Magin, M., Russmann, U., Baranowski, P., Bene, M., Schlosser, K., Wurst, A.-K., Fenoll, V., **Kruschinski, S.** & Maurer, P. (in print). Reaching out to the Europeans. Political parties’ Facebook strategies of issue ownership and the second-order character of European Election campaigns. In C.

Holtz-Bacha, (Hrsg.), *Die Europawahl 2019. Die Massenmedien im Europawahlkampf* (S.xx). Wiesbaden: Springer VS.

Maurer, M. & **Kruschinski, S.** (2020). Rezeption und Wirkung des politischen Journalismus. In M. Prinzing / R. Blum (Hrsg.), *Handbuch politischer Journalismus*. Köln: Herbert von Halem Verlag.
<https://www.halem-verlag.de/handbuch-politischer-journalismus/>

Kruschinski, S., Jürgens, P., Stark, B., Maurer, M. & Schemer, C. (2019). In Search of the Known Unknowns – The Methodological Challenges in Developing a Heuristic Multi-Feature Framework for Detecting Social Bot Behavior on Facebook. In P. Müller, S. Geiss, C. Schemer, T.K. Naab & C. Peter (Hrsg.), *Methoden und Forschungslogik der Kommunikationswissenschaft, Bd. 15: Dynamische Prozesse der öffentlichen Kommunikation – Methodische Herausforderungen* (S. 103-146). Köln: Herbert von Halem Verlag.
<https://www.halem-verlag.de/in-search-of-the-known-unknowns/>

Haßler, J. & **Kruschinski, S.** (2019). Vernetzte Kampagne?! Die Verbindung von Offline- und Online-Wahlkampf im Wahljahr 2017 am Beispiel der Mobilisierungskampagnen von CDU und SPD. In C. Holtz-Bacha (Hrsg.), *Die Massenmedien im Wahlkampf. Die Bundestagswahl 2017* (S. 73-95). Wiesbaden: Springer VS.
https://link.springer.com/chapter/10.1007/978-3-658-24824-6_4

Kruschinski, S. & Haller, A. (2018). Back to the roots?! Der datengestützte Tür-zu-Tür-Wahlkampf in politischen Wahlkampagnen. In M. Oswald & M. Johann (Hrsg.), *Strategische Politische Kommunikation im digitalen Wandel. Interdisziplinäre Perspektiven auf ein dynamisches Forschungsfeld* (S. 289-317). Wiesbaden: Springer VS.
https://link.springer.com/chapter/10.1007/978-3-658-20860-8_13

Kruschinski, S. (2017). Der datengestützte Tür-zu-Tür-Wahlkampf bei der Bundestagswahl 2017. Mit Daten, Technologien und Wahlkampfhelfern im direkten Wählerkontakt. In M. Voigt, R. Güldenpoff & J. Böttger (Hrsg.), *Wahlanalyse 2017. Strategien. Kampagne. Bedeutung* (S. 102-110). Berlin: epubli.
<https://www.wahlanalyse2017.de/>

Selected Conference presentations (Peer-reviewed)

2021

Baranowski, P., Kruschinski, S. & Rußmann, U. (2021). *Putting lipstick on a pig? Going negative in the 2019 European Election Campaign*.
Vortrag im Panel "Campaigning on Facebook. Political Parties' Digital Communication Strategies in the 2019 European Elections" auf der 8. Jahrestagung der European Communication Research and Education Association (ECREA) vom 6. bis 9. September 2021 in Braga, Portugal.

Sülflow, M., Jost, P., Kruschinski, S. & Haßler, J. (2021). *Sponsoring political microtargeting's transparency?! How ad disclaimers affect the perception and evaluation of Facebook ads*.
Vortrag auf der 8. Jahrestagung der European Communication Research and Education Association (ECREA) vom 6. bis 9. September 2021 in Braga, Portugal.

Lilleker, D., Haßler, J., Baranowski, P., Bene, M., Ceron, A., Fenoll, V., Jackson, D., Kruschinski, S., Larsson, A.O., Magin, M., Maurer, P., Russmann, U., Schlosser, K. & Veneti, A. (2021). *Populist election campaigning: assessing the spread and impact across 11 EU nations*.
Vortrag auf der 26. Jahrestagung der International Political Science Association (IPSA) vom 10-14 Juli 2021 in Lissabon, Portugal.

Russmann, U., Magin, M., Haßler, J., Baranowski, P., Bene, M., Ceron, A., Farkas, X., Fenoll, V., Jackson, D., Kruschinski, S., Larsson, A. O., Lilleker, D., Maurer, P., Schlosser, K., Veneti, A., & Wurst, A.-K. (2021). *Populists' communication on Facebook during the 2019 EP Elections*.
Vortrag auf dem Protagoras symposium "Europe facing populists in power: communication strategies and practices." vom 14. -15. Januar 2021 in Brüssel, Belgien.

2020

Bene, M., Ceron, A., Fenoll, V., Larsson, A. O., Kruschinski, S., Magin, M., Haßler, J., Schlosser, & Wurst, A.-K. (2020). *A Cross-country Investigation of User Engagement during the 2019 EP Election*.
Virtueller Vortrag auf der 116. Jahrestagung der American Political Science Association (APSA) vom 10. - 13. September 2020 in San Francisco, USA.

Maurer, P., Magin, M., Bene, M., Kruschinski, S., Haßler, J., Schlosser, K. & Wurst, A.-K. (2020). *Engaging users through information or critique? "Likes" and "shares" for parties on Facebook during the 2019 European Election campaign*.
Virtueller Vortrag auf der 3. Weizenbaum Conference "Democracy in Flux – Order, Dynamics and Voices in Digital Public Spheres" vom 19. bis 20. Oktober 2020 in Berlin, Deutschland.

Russmann, U., Baranowski, P., Kruschinski, S., Ceron, A., Jackson, D., Lilleker, D., Magin, M., & Marton, B. (2020). *European Patterns of Negative Campaigning? Going Negative in the 2019 European Election Campaign*.
Virtueller Panelvortrag auf der 14. General Conference des European Consortium for Political Research (ECPR) vom 26.-28. August 2020 in Innsbruck, Österreich.

Sülflow, M., Jost, P., Kruschinski, S. & Haßler, J. (2020). *Zur Wahrnehmung und Wirkung von politischem Microtargeting auf Facebook. Ein Eye-Tracking-Experiment*.
Vortrag auf der 65. Jahrestagung der DGPUK vom 10. bis 12. März 2020 in München.

Haßler, J., Kruschinski, S., Sülflow, M., & Jost, P. (2020). *(P)Reaching to the audience?! Eine empirische Analyse der Reichweite von Facebook-Posts im Wahlkampf mit Facebook-Insight-Daten*.
Vortrag auf der 65. Jahrestagung der DGPUK vom 10. bis 12. März 2020 in München.

Haßler, J., Schlosser, K., Wurst, A.-K., Kruschinski, S. (2020). *Facebook als alternative Öffentlichkeit für Deutschland. Wie die AfD Facebook im Europawahlkampf nutzte*.
Posterpräsentation auf gemeinsamen Jahrestagung 2020 der Fachgruppe „Kommunikation und Politik“ der Deutschen Gesellschaft für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft (DGPUK), des Arbeitskreises „Politik und Kommunikation“ der Deutschen Vereinigung für Politische Wissenschaft (DVPW) und der Fachgruppe „Politische Kommunikation“ der Schweizerischen Gesellschaft für Kommunikations- und Medienwissenschaft (SGKM) vom 05. bis 07. Februar 2020 in Mainz.

Kruschinski, S., Haßler, J., Bene, M., Baranowski, P., Ceron, A., Fenoll, V., Jackson, D., Larsson, A. O., Lilleker, D., Magin, M., Maurer, P., Russmann, U., Schlosser, K., Veneti, A., & Wurst, A.-K. (2020). *Really a European Populist Zeitgeist? How populists used Facebook posts and ads for campaigning across 11 countries in the European Election Campaign 2019*.
Vortrag auf dem Workshop "European Elections 2019" des "Amsterdam Centre for European Studies (ACES)" am 30. und 31. Januar 2020 in Amsterdam.

2019

Magin, M., Baranowski, P., Bene, M., Ceron, A., Fenoll, V., Haßler, J., Jackson, D., Kruschinski, S., Larsson, A. O., Lilleker, D., Maurer, P., Rußmann, U. & Schlosser, K., Veneti, A. & Wurst, A.-K. (2019). *How political parties tried to produce participation in the European Election Campaign 2019 – a comparative content analysis of parties' Facebook campaigns in 11 countries*. Workshop on The Production of Participation in the Digital World, Trondheim, 12. bis 13. Dezember 2019.

Haßler, J., Baranowski, P., Bene, M., Ceron, A., Fenoll, V., Jackson, D., Kruschinski, S., Larsson A. O., Lilleker D., Magin, M., Maurer, P., Rußmann, U., Schlosser, K. (2019). *Campaigning for Strasbourg (CamforS) – a Cross-National Comparison of Campaign Mobilization in Social Media*.
Vortrag auf der Konferenz "European Elections 2019: Populism & Euroscepticism" vom 20. bis 22. November 2019 in Valencia.

Kruschinski, S. & Haller, A. (2019). *Der Wille der Wählerdaten. Eine normative und demokratietheoretische Betrachtung von politischem Targeting*.
Vortrag auf der Bookmaking-Conference "Demokratie und Demokratietheorie im Spannungsfeld zwischen Digitalisierung und digitaler Transformation" vom 2. bis 3. September 2019 am Center for Advanced Internet Studies (CAIS) in Bochum.

Maurer, M., Kruschinski, S., Jost, P. & Haßler, J. (2019). *Wir können das nicht schaffen, müssen es aber trotzdem machen. Zur (In-)Konsistenz der Flüchtlingsberichterstattung in den deutschen Medien*.

Vortrag auf der Konferenz "Flucht, Migration und Integration in den Medien" vom 11. bis 13. Juli 2019 im Haus der Universität Düsseldorf in Düsseldorf.

Kruschinski, S. (2019). *Let the data speak for itself. The evolution, understanding, organization and conduct of political micro-targeting in Germany.*

Vortrag auf der Konferenz "'Scraping the Demos': Political Epistemologies of Big Data" der Research Group Quantification and Social Regulation (Weizenbaum Institute for the Networked Society) and DVPW Thematic Group "Internet and Politics. Electronic Governance" vom 8. bis 9. Juli 2019 am Wissenschaftszentrum Berlin für Sozialforschung in Berlin.

Kruschinski, S. & Haßler, J. (2019). *Toward the digital movement party? How German parties use technological innovations for campaigning and how it shapes their organization.*

Vortrag auf dem Symposium "Social Movements and Parties in a Fractured Media Landscape" unter der Leitung des Journals 'Information, Communication & Society' (iCS) vom 1. bis 2. Juli 2019 am Centre on Social Movement Studies (Cosmos) des Institute of Humanities and Social Sciences of the Scuola Normale Superiore, Florenz.

Kruschinski, S. (2019). *Data, Technology and Volunteers: An empirical analysis of German parties' door-to-door canvassing organization.*

Vortrag auf der 69. Jahrestagung der International Communication Association (ICA) vom 24. bis 28. Mai 2019 in Washington, USA.

Kruschinski, S. & Voigt, M. (2019). *Data-Driven Campaigning in Germany: The evolution and conduct of data-driven canvassing and Facebook targeting in a parliamentary democracy with strict data protection laws.*

Vortrag im Rahmen der 47th ECPR Joint Sessions of Workshops "The New 'Data Science' of Election Campaigning in Comparative Perspective" vom 8. bis 12. April 2019 an der Université catholique de Louvain, Mons, Belgium.

2018

Jürgens, P. & Kruschinski, S. (2018). *A Different Bot Hunt: Platform-Agnostic Bot Detection Using Approximative Clustering.*

Vortrag auf dem iCS Symposium on Challenges to Studying Disinformation vom 27. bis 28. Oktober 2018 in Kopenhagen, Dänemark.

Haller, A. & Kruschinski, S. (2018). *"Data!data!data! Campaigns can't make bricks without clay." A normative and democratic-theoretical evaluation of political micro-targeting.*

Vortrag auf der 7. Jahrestagung der European Communication Research and Education Association (ECREA) vom 31. Oktober bis 3. November 2018 in Lugano, Schweiz.

Kruschinski, S., Jürgens, P., Maurer, M., Schemer, C. & Stark, B. (2018). *A multi-feature framework for detecting Social Bots on Facebook.*

Vortrag auf der 68. Jahrestagung der International Communication Association (ICA) vom 24. bis 28. Mai 2018 in Prag, Tschechien.

Kruschinski, S. & Haller, A. (2018). *Data-Driven Discrimination? An empirical analysis of political micro-targeting's promises and concerns for political parties, the electorate and public discourse.*

Vortrag auf der "Internet, Policy & Politics Conference" des Oxford Internet Institute vom 20. bis 21. September 2018 am St Anne's College der University of Oxford.

Jost, P., Haßler, J., Kruschinski, S. & Maurer, M. (2018). *Looking over the canal. Comparing the objectivity of media coverage on the so-called refugee crisis in Germany and the UK.*

Vortrag auf der Preconference "Refugees, Religious Threats, and Political Radicalization: Theoretical and Empirical Perspectives" der Jahrestagung der International Communication Association (ICA) am 23. Mai 2018 in Prag.

Kruschinski, S. (2018). *Der datengestützte Tür-zu-Tür-Wahlkampf bei der Bundestagswahl 2017. Mit Daten, Technologien und Wahlkampf Helfern im direkten Wählerkontakt.*

Vortrag auf der gemeinsamen Tagung "Die Bundestagswahl 2017" der DVPW-Arbeitskreise „Politik und Kommunikation“ und „Wahlen und politische Einstellungen“ vom 24. bis 25. Mai 2018 in Berlin.

Jost, P., Haßler, J., Kruschinski, S. & Maurer, M. (2018). *Auf den Spuren der Lügenpresse. Zur Objektivität der Medienberichterstattung in der „Flüchtlingskrise“*.
Vortrag auf der Jahrestagung der der 63. Jahrestagung der DGPK vom 09. bis 11. Mai 2018 in Mannheim.

Kruschinski, S. (2018). *Facts & Fiction: The Myth of German Microtargeting*.
Vortrag auf der re:publica 2018 "POP - Power of the People" vom 02. bis 04. Mai 2018 in Berlin.

2017

Kruschinski, S. & Haller, A. (2017). *"What is predictive modeling?!" - Potentials and limitations of data-driven political micro-targeting in Germany*.
Vortrag auf dem Amsterdam symposium on political micro-targeting des Instituut voor Informatierecht der Universität Amsterdam am 22.09.2017 in Amsterdam.

Kruschinski, S. & Jürgens, P. (2017). *Die Erforschung von politischen Diskussionsinhalten in algorithmischen Öffentlichkeiten - Methodische Herausforderungen und Lösungsvorschläge am Beispiel des Projekts „Der Einfluss von Social Bots und Fake News auf die Bundestagswahl 2017“*.
Workshop „Grenzen und Perspektiven der Methodenentwicklung in der Kommunikationswissenschaft“ im Vorfeld der Jahrestagung der DGPK-Fachgruppe Methoden am 20.09.2017 in Mainz.

Kruschinski, S. (2017). *To mobilize and/or persuade?! An empirical analysis of campaign initiated interpersonal political communication's effects on turnout, vote intention and vote choice*.
Vortrag auf der ICA Political Communication PhD Student PreConference 2017 am 25.05.2017 in San Diego.

2016

Kruschinski, S. (2016). *Door-to-door canvassing in the U.S. and Germany. An empirical comparison of canvassing in the U.S. and Germany using the example of the 2014 Thuringian and 2016 Rhineland-Palatinate federal state elections*.
Vortrag auf der 6. European Communication Conference der ECREA vom 09.-12. November 2016 in Prag.

Kruschinski, S. & Haßler, J. (2016). *Soziale Netzwerkeiten im Wahlkampf populistischer Parteien. Eine empirische Analyse am Beispiel des AfD-Landtagswahlkampfes in Rheinland-Pfalz 2016*.
Vortrag auf dem Dresdner Symposium "Digitale Revolution in der Demokratie" vom 08.-10. September 2016 in Dresden.

Kruschinski, S. (2016). *Porting the successful campaign?! An empirical comparison of door-to-door campaigning in the U.S. and Germany using the example of the 2014 Thuringian federal state election*.
Vortrag im Rahmen des Panels „New strategies and techniques to reach voters: insights from recent election campaigns“ auf der Jahrestagung der International Association for Media and Communication Research (IAMCR) vom 27. - 31. Juli 2016 in Leicester/United Kingdom.

Kruschinski, S. (2016). *Der postmoderne Haustürwahlkampf. Eine empirische Analyse am Beispiel des Haustürwahlkampfes der Thüringer Landtagswahl 2014*.
Vortrag auf dem 11. Düsseldorfer Forum Politische Kommunikation (DFPK) vom 14. -16. April 2016 in Düsseldorf.

Kruschinski, S. (2016). *Porting the successful campaign?! Eine empirische Analyse zur Diffusion von Wahlkampfinstrumenten am Beispiel des Haustürwahlkampfes der Thüringer Landtagswahl 2014*.
Short Presentation und Poster auf der 61. Jahrestagung der DGPK vom 30. März bis 01. April 2016 in Leipzig.

Kruschinski, S. (2016). *Beeinflusst Angst das politische Informationsverhalten und die politische Urteilsbildung? Eine empirische Analyse zum Affective Intelligence Modell am Beispiel der Landtagswahl 2011 in Baden-Württemberg*.
Vortrag auf der Jahrestagung der Fachgruppe Politische Kommunikation der DGPK vom 11.-14. Februar 2016 in München.

2015

Kruschinski, S. (2015). *Porting the successful campaign?! An empirical analysis of door-to-door campaigning in Germany using the example of the 2014 Thuringian federal state election*.

Vortrag beim Workshop "Campaigning and voting in Europe: New challenges, new perspectives", 14.-16. Dezember 2015 in Paris.

Podschuweit, N., Roessing, T., Schmidt, D., Kruschinski, S. & Weber, W. (2015). *Political Campaigning in Social Network Sites: Do Campaign Aids Appear to be Opinion Leaders Online?*

Vortrag auf der 65. Jahrestagung der International Communication Association (ICA) vom 21.-25. Mai 2015 in Puerto Rico.

Bell, P., Geise, S., Kruschinski, S. & Rössler, P. (2015). *Automatisierte Analyse medialer Bildinhalte: Potentiale, Grenzen, methodisch-technischer Status Quo und zukünftige Herausforderungen.*

Preconference zur Jahrestagung Deutschen Gesellschaft für Publizistik und Kommunikationswissenschaft (DGPK) vom 13.-15. Mai 2015 in Darmstadt.

Invited Talks & Policy Workshops

Kruschinski, S. (2020). We need to talk about digital journalism! Herausforderungen und Lösungsansätze für guten politischen Journalismus im digitalen Zeitalter.

Leitung einer Session auf dem Barcamp zur politischen Kommunikation des Bundespresseamtes am 21.01.2020 im artloft in Berlin.

Kruschinski, S., Haßler, J., Jost, P. & Sülflow, M. (2019). *Opening Facebook's black box: Using Facebookinsight-data for mapping the reach of sponsored posts on Facebook.*

Vortrag auf dem Workshop "Removing Barriers to Digital Platform Transparency across Europe" der "The European Advisory Group of Social Science One", European Commission (DG Connect) and "Social Observatory for Disinformation and Social Media Analysis" (SOMA) am 18. Oktober 2019 in Brüssel.

Kruschinski, S. (2019). *Strategien, Inhalt und Wirkung von Facebook-Targeting bei der Landtagswahl 2018 in Hessen.*

Vortrag bei der Ringvorlesung "Digitale Kampagnen im Spannungsfeld zwischen Technologie und Demokratie" am 11. Dezember 2019 an der Universität Hamburg.

Kruschinski, S. (2019). *Hass, Populismus und Hetze?! Wie in sozialen Netzwerken politisch kommuniziert wird.*

Vortrag beim Seminar „Die Macht der Worte – Wie Sprache politische Diskurse beeinflusst“ der Fridtjof-Nansen-Akademie und der Landeszentrale für politische Bildung Rheinland-Pfalz am 23. März 2019 im Fridtjof-Nansen-Haus in Ingelheim.

Kruschinski, S. & Jürgens, P. (2019). *Hacking the Electorate?! Challenges and possibilities of political communication research in algorithmic public spheres using the example of social bots and microtargeting.*

Vortrag im Rahmen eines Forschungsaufenthaltes am Graduate Institute of Journalism der National Taiwan University vom 1. bis 7. Dezember 2019.

Kruschinski, S. (2019). *Hacking Politics: Wie Daten und Technologien die politische Kommunikation verändern.*

Vortrag auf dem Treffen des VDI Arbeitskreises "Internet-Sicherheit" am 06. November 2019 an der Johannes Gutenberg-Universität Mainz.

Kruschinski, S. (2019). *Zwischen ‚vernetzt‘ und ‚verstrickt‘ – regionale Kommunikation im web 4.0.*

Podiumsdiskussion auf dem SWR-Studioaktionstag "REGION TRIFFT SWR" am 30. Oktober 2019 im SWR Studio Kaiserslautern.

Kruschinski, S. (2019). *Viele Gesichter - wenige Inhalte. Zur Personalisierung im Wahlkampf.*

Podiumsdiskussion auf dem 45. OPEN OHR Festival am 09. Juni 2019 in Mainz.

Kruschinski, S. (2018). *Microtargeting im Bundestagswahlkampf 2017: Gezielter Wählerkontakt mit Daten und Technologien?!*

Vortrag bei der Ringvorlesung "Digitalisierung der Demokratie" am 28. November 2018 an der Universität Hamburg.

Kruschinski, S. (2018). „Fake News“ & alternative Fakten Desinformation in Zeiten Sozialer Medien.

Vortrag beim Treffen des Marketing Clubs Mainz-Wiesbaden e.V. am 12. November 2018 in der VRM Mainz.

Kruschinski, S. (2018). *Digitaler Demos – Big Data in politischen Kampagnen*.

Diskutant bei abida-Gutachtertagung zum Gutachten „Die öffentliche Verhandlung von Big Data in politischen Kampagnen“ von Christian Pentzold und Lena Fölsche am 17. September 2018 am Wissenschaftszentrum Berlin für Sozialforschung in Berlin.

Kruschinski, S. & Jürgens, P. (2018). *Social Bots und Fake News in der Bundestagswahl 2017*.

Wissenschaftlicher Input beim Besuch des Bundespräsidenten Frank-Walter Steinmeier und der Ministerpräsidentin von Rheinland-Pfalz Malu Dreyer am Institut für Publizistik der Johannes Gutenberg-Universität Mainz (JGU) am 20. März 2018 in Mainz.

Kruschinski, S. & Jürgens, P. (2018). *Wahlkampf der Algorithmen?! Der Einfluss von Social Bots und Fake News auf die Bundestagswahl 2017*.

Vortrag im Rahmen des Lehrbeauftragten-Treffens der Johannes Gutenberg-Universität am 16. Januar 2018 in Mainz.

Kruschinski, S. (2017). *Fake News und Lügenpresse - Wir wollen diskutieren*.

Diskutant bei der Podiumsdiskussion der Johannes Gutenberg-Universität Mainz und Correctiv.org am 28. November 2017 im Kulturcafe in Mainz.

Kruschinski, S. (2017). *Mobilisierung im Jahr 2017: Tools und Strategien in den Kampagnen der Landtagswahlen und der Bundestagswahl*.

Vortrag bei der 15. Internationalen Konferenz für Politische Kommunikation vom 15.-16. Oktober 2017 in der Akademie der Konrad-Adenauer-Stiftung Berlin.

Kruschinski, S. & Hohmann, D. (2016). *Die amerikanischen Präsidentschaftswahlen 2016 - ein Erfahrungsbericht mit wissenschaftlichem Exkurs*.

Vortrag im Rahmen der Ringvorlesung Politikwissenschaft am 14.12.2016 an der Johannes Gutenberg-Universität Mainz.

Kruschinski, S. (2016). *High Tech und High Touch. Das Revival von Tür-zu-Tür!?*

Panel bei der 14. Internationalen Konferenz für Politische Kommunikation vom 9.-10. Oktober 2016 in der Akademie der Konrad-Adenauer-Stiftung Berlin.