



Prof. Dr. Katrin Döveling
Professur Lehrstuhl III, Chair of Media and Communication III

Institut für Kommunikationswissenschaft
Technische Universität Dresden

Katrin Döveling hat Sozialwissenschaften, Psychologie, Medienwissenschaft an der Heinrich-Heine-Universität, Düsseldorf studiert und 2004 an der Universität Erfurt in Medien- und Kommunikationswissenschaften mit der Dissertation „Emotionen – Medien – Gemeinschaft. Eine kommunikationssoziologische Analyse“ promoviert. Zunächst war sie wissenschaftliche Mitarbeiterin im Bereich der Kommunikationssoziologie und -psychologie an der Universität Erfurt und anschließend wissenschaftliche Mitarbeiterin am Institut für Kommunikations- und Medienwissenschaft an der TU Ilmenau, ab 2005 wissenschaftliche Assistentin an der Freien Universität Berlin. 2007 und 2009 war sie Invited Visiting Professor an der Université Val de Marne, Paris, Frankreich. Sie hielt internationale Vorlesungen an die University of Westminster in London, in Paris und 2010 an die Universität Innsbruck.

Seit Oktober 2009 hat Frau Döveling eine Professur III am Institut für Kommunikationswissenschaft an der TU Dresden inne (zeitl. befristet). Die Schwerpunkte ihrer Forschungstätigkeit liegen auf der Emotionsforschung in der Medien- und Kommunikationswissenschaft, Unterhaltungsforschung, Rezeptionsforschung und im Bereich der Mediensoziologie und Medienpsychologie. Mitgliedschaften u.a.: Deutsche Gesellschaft für Publizistik und Kommunikation (DGPK), International Communication Association (ICA), American Sociological Association (ASA), Sociologists for Women in Society (SWS), European Sociological Association (ESA), International Society for Research on Emotion (ISRE).

Herausgeberschaften: Handbook of Emotions and the Mass Media 2009, Im Namen des Fernsehvolkes. Neue Formate für Orientierung und Bewertung 2007.

Weitere Publikationen (Auswahl): Emotionen - Medien - Gemeinschaft. Eine kommunikationssoziologische Analyse 2005, „Anmaßend oder akzeptiert? Geschlechtskonstruktionen und Emotionen auf der politischen Bühne und ihre Relevanz für Jugendliche“, in: Politik auf dem Boulevard? Die Rolle von Männern und Frauen bei der Popularisierung von Politik durch die Medien (zus. mit Dagmar Hoffmann) 2009, „'Powered by emotions'. Zur Macht der Emotionen im Reality TV“, in: Medienmacht und Gesellschaft. Zum Wandel öffentlicher Kommunikation, Michael Jäckel & Manfred Mai (Hg.) 2008, "Mediated Parasocial Emotions and Community: How Media May Strengthen or Weaken Social Communities" in: Theorizing Emotions: Sociological Explorations and Applications. Hopkins, Debra R., Jochen Kleres, Helena Flam, and Helmut Kuzmics (Eds.).2009, „Emotional-personalisierte Vermittlung und Rezeption von Politik – Potenziale für die politische Ansprache von Jugendlichen“, in: Jahrbuch Medienpädagogik 7, Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, 2008, (zus. mit Dagmar Hoffmann),

„Visuelles Trauer-Management. Zum Tod von Johannes Paul II. in der modernen Mediengesellschaft“, in: *Moderne. Kulturwissenschaftliche Jahrbuch*, Jahrgang 3, 2007, Helga Mitterbauer und Katharina Scherke (Hg.).