

CV Prof. Dr. Carolin Gerlitz

akademischer Titel: Prof. Dr. phil.
Geschlecht: Weiblich
Geburtsdatum: 02.07.1982
Position: Professur (W3) für Digital Media and Methods
Adresse: Universität Siegen, Philosophische Fakultät,
Medienwissenschaftliches Seminar,
Herrengarten 3, 57072 Siegen,
Tel.: +49(0)271-740-5150
E-Mail: carolin.gerlitz@uni-siegen.de
Identifikatoren/ORCID: 0000-0002-5716-9355

Qualifizierung und Werdegang

Studium

2007 – 2008 M.A. Gender, Media & Culture, Goldsmiths, University of London. Betreuerin: Prof. Dr. Angela McRobbie, Abschluss mit Auszeichnung („sehr gut“)
2002 – 2007 Gesellschafts- und Wirtschaftskommunikation, Universität der Künste Berlin, Betreuerin: Prof. Dr. Linda Hentschel, Abschluss als Dipl. Kommunikationswirtin

Promotion

2008-2012 Promotion: Soziologie, Goldsmiths, University of London, Großbritannien. Titel: „Brands and Continuous Economies“. Betreuerinnen: Prof. Dr. Celia Lury und Prof. Dr. Angela McRobbie

Stationen des wissenschaftlichen/beruflichen Werdegangs

Seit 2022 Sprecherin DFG SFB 1187 *Medien der Kooperation*
2018 – 2022 stellv. Sprecherin des DFG SFB 1187 *Medien der Kooperation*
2018 Visiting Fellow am *Centre for Interdisciplinary Methodologies*, Warwick University
2016 – 2021 Co-Sprecherin des DFG-Graduiertenkollegs 1769 *Locating Media*
Seit 2016 Professur (W3) für Digital Media and Methods, Universität Siegen (Einserliste)
2012 – 2016 Assistant Professor für New Media & Digital Culture (unbefristet), Universität Amsterdam
2012 – 2013 Visiting Lecturer für Soziologie und Medienwissenschaften, Goldsmiths
2012 Post-Doctoral Researcher Issue Mapping Online, Goldsmiths
2011 Organisatorin der Digital Methods Summer School, Universität Amsterdam
2009 – 2011 Tutorin für den MA Brand, Communication & Culture, Goldsmiths
2008 – 2009 Research Assistant Language Studies Centre, Goldsmiths University of London

Ergänzende Angaben zum Werdegang

02.2019 – 06.2019 Mutterschutz Kind 1
11.2019 – 07.2020 Teilzeit-Elternzeit (70%)
11.2020 – 02.2021 Mutterschutz Kind 2
03.2021 – 07.2022 Teilzeit-Elternzeit (40% bzw. 50%)

Drittmittel, Stipendien und Preise

Seit 2021 PI des Teilprojekts „Fabricating the People. Verhandlung von Repräsentationsansprüchen in sozialen Medien in der Post-Gezi-Türkei“ im SFB 1472 Transformationen des Populären, Universität Siegen gemeinsam mit Prof. Dr. Mine Gencil Bek
2020-2023 PI des Teilprojekts „Medien der Praxeologie III: Forschungstools und -infrastrukturen“ gemeinsam mit Prof. Dr. Patrick Sahle sowie Leitung des Moduls „Integriertes Graduiertenkolleg“ am SFB 1187 Medien der Kooperation

2020-2022	PI im interdisziplinären Forschungsprojekt „Sensing & Sensibility“, Universität Siegen
Seit 2016	PI des Teilprojekts „Navigation in Online/Offline Räumen“ im SFB 1187 Medien der Kooperation gemeinsam mit Prof. Dr. Tristan Thielmann
2016 – 2021	PI und Co-Sprecherin des DFG-Graduiertenkollegs 1769 Locating Media
2014 – 2019	NWO Veni Drittmittelfinanzierung für das Projekt „Numbering Life. Metrics and Measures in Digital Media“ (Niederlande)
2010	Preis: Funds for Women Graduates (FfWG, UK)
2009	Academic Residency Grant (6th framework Programm)
2009	Central Research Fund London für Promovierende
2008-2011	Whitehead Scholarship Goldsmiths, UK (3 Jahre); DAAD Jahresstipendium für Promovierende; FAZ-Stiftung Promotionsstipendium (2,5 Jahre);
2008	FAZ-Stiftung Reisestipendium für die USA
2007	DAAD Jahresstipendium für Graduierte

Engagement im Wissenschaftssystem

Seit 2022	Stellvertretende Seminarsprecherin
Seit 2021	Beirat im Forschungsprojekt MyGender (Universität Coimbra)
2019	Gründung des <i>Centers for Interdisciplinary Methodology in Media, Language and Technology Research</i> , Universität Siegen
2017-2019	Stellvertretende Seminarsprecherin
Seit 2018	Gründungsmitglied der <i>App-Studies Initiative</i>
2017-2019	Mitglied des Fakultätsrats der Philosophischen Fakultät
Seit 2016	Gründungsmitglied des <i>Public Data Lab</i> , einem europaweiten Netzwerk für digitale Methoden und kooperative Forschungsprojekte mit Stakeholdern
Seit 2012	Mitglied der <i>Gesellschaft für Medienwissenschaften e.V.</i> sowie <i>AG Daten und Netzwerke</i>
Seit 2009	Mitglied der <i>Digital Methods Initiative</i> der Universität Amsterdam

Publikationen Peer Review & Herausgeberschaften

- Gießmann, S. und C. Gerlitz. 2023 „Test. Einleitung in den Schwerpunkt“ Zeitschrift für Medienwissenschaften, Themenschwerpunkt „Test“, Heft 29, Herbst 2023.
- Marres, M., L. Bounegru, G. Colombo, C. Gerlitz, J. Gray, J. Tripp 2023 “Testing and not testing for Covid on Twitter: Surfacing testing situations across scales with interpretative methods” *Social Media & Society*. <https://doi.org/10.1177/20563051231196538>
- Chao, J., D. van Geenen, C. Gerlitz 2023 (im Erscheinen) “Towards digital methods for sensory media research: Toolmaking as critical technical practice” *Convergence*, Special Issue on *Critical Technical Practice(s) in Digital Research*. Zur Veröffentlichung angenommen.
- Burkhardt, M., D. van Geenen, C. Gerlitz, S. Hind, T. Kaerlein, D. Lämmerhirt und A. Volmar, Hrsg. 2022. *Interrogating Datafication: Towards a Praxeology of Data*, 1. Aufl. hg. v. *Media in Action*, Bielefeld: transcript.
- Dieter, M., C. Gerlitz, A. Helmond, N. Tkacz, F. N. van der Vlist und E. Weltevrede. 2019. „Multi-situated app studies: Methods and propositions.“ *Social Media + Society*, 5 (2). <https://doi.org/10.1177/2056305119846486>.
- Gerlitz, C. A. Helmond, D. B. Nieborg, und F. N. van der Vlist. 2019 “Apps and Infrastructures – a Research Agenda.” *Computational Culture* 7 (21st October 2019). <http://computationalculture.net/apps-and-infrastructures-a-research-agenda/>.
- Gerlitz, C., A. Helmond, F. N. van der Vlist und E. Weltevrede. 2019. „Regramming the Platform: Infrastructural Relations between Apps and Social Media.“ *Computational Culture* 7. <http://computationalculture.net/regramming-the-platform/>.
- Gray, J., C. Gerlitz und L. Bounegru. 2018. „Data Infrastructure Literacy.“ *Big Data & Society* 5 (2). <http://journals.sagepub.com/doi/10.1177/2053951718786316>.
- Gerlitz, C. und Rieder, B. 2017. “Tweets are not created equal. Investigating Twitter’s Client Ecosystem.” *International Journal of Communication*. 11: 528–547. <https://ijoc.org/index.php/ijoc/article/viewFile/5974/2252>.

- Gerlitz, C. 2016. "What Counts? Reflections on the Multivalence of Social Media Data" *Digital Culture & Society* 2 (2): 19–38. <https://doi.org/10.14361/dcs-2016-0203>.
- Marres, N. und C. Gerlitz. 2015. "Interface Methods: Renegotiating relations between digital research, STS and Sociology" *The Sociological Review*. (3): 1–26. <https://doi.org/10.1111/1467-954X.12314>.
- Gerlitz, C. und Lury, C. 2014. „Social media and self-evaluating assemblages: On numbers, orderings and values." *Distinktion*, 15 (2). <https://doi.org/10.1080/1600910X.2014.920267>.
- Weltevrede, E., A. Helmond, und C. Gerlitz. 2014. „The Politics of Real-Time: A Device Perspective on Social Media Platforms and Search Engines." *Theory, Culture & Society*, <https://doi.org/10.1177/0263276414537318>.
- Gerlitz, C. und B. Rieder. 2013. „Mining One Percent of Twitter: Collections, Baselines, Sampling." *M/C Journal* 16 (2). <https://doi.org/10.5204/mcj.620>
- Gerlitz, C. und A. Helmond. 2013: „The Like economy: Social buttons and the data-intensive web." *New Media & Society* 15 (8): 1348-1365. <https://doi.org/10.1177/1461444812472322>.

Weitere Publikationen

- Werber N, Stein D, Döring J, Albrecht-Birkner V, Gerlitz C, Hecken T, Paßmann J, Schäfer J, Schubert C, Venus J. 2023 „Getting Noticed by Many: On the Transformations of the Popular." *Arts*. 12 (1): 39. <https://doi.org/10.3390/arts12010039>.
- Döring, J., Werber, N., Albrecht-Birkner, V., Gerlitz, C., Hecken, T., Paßmann, J., Schäfer, J., Schubert, C., Stein, D. und Venus, J. 2021, „Was bei vielen Beachtung findet: Zu den Transformationen des Populären." *Kulturwissenschaftliche Zeitschrift*, 6 (2): 1-24.
- Gerlitz, C., und E. Weltevrede. 2019. „What happens to ANT, and its emphasis on the socio-material grounding of the social, in digital sociology?" In *Routledge Companion to Actor-Network Theory*, Roberts, Celia Farias, Ignatio Andrer Blok, 345–356. London and New York: Routledge.
- Dieter, M. J., Gerlitz, C., Helmond, A., Tkacz, N., van der Vlist, F. N., und Weltevrede, E. J. T. 2018. „Store, interface, package, connection: Methods and propositions for multi-situated app studies." *CRC Media of Cooperation Working Paper Series*, (4) <https://www.mediacoop.uni-siegen.de/wp-content/uploads/Working-Paper-Series-No-4.pdf>.
- Gerlitz, C. 2018. „Retrieving". In *Routledge Handbook of Interdisciplinary Research Methods*, herausgegeben von Celia Lury und et al., 126–31. Routledge.
- Marres, N. und C. Gerlitz. 2018. „Social media as experiments in sociality". In *Inventing the Social*, herausgegeben von N. Marres, M. Guggenheim, und A. Wilkie, 253–83. Manchester: Mattering Press.
- Gerlitz, C. 2016. „Data Point Critique". In *The Datafied Society Studying Culture through Data*, herausgegeben von Mirko Tobias Schäfer und Karin van Es, 241–45. Amsterdam: Amsterdam University Press.
- Paßmann, J. und Gerlitz, C., 2017. „Popularisierung einer digitalen Medien-Praktik." *Zeitschrift für Literaturwissenschaft und Linguistik* 3 (47): 375-393.
- Gerlitz, C., 2017. „Interfacing Attachments: The Multivalence of Brands." In *Markets and the Arts of Attachment*, 72-88. Routledge.
- Gerlitz, C., 2017. „Soziale Medien." *Handbuch Popkultur*, 235-239.
- Gerlitz, C. 2016. „Data Point Critique". In *The Datafied Society Studying Culture through Data*, herausgegeben von Mirko Tobias Schäfer und Karin van Es, 241–45. Amsterdam: Amsterdam University Press.
- Gerlitz, C. 2016. „Bots, Software und parasitäre Ökonomien" In *POP. Kultur und Kritik*, Jg. 5, Nr. 2, 54–58. <https://doi.org/10.25969/mediarep/1570>
- Gerlitz, C., 2015. „Whatsapp und Snapchat." *POP. Kultur & Kritik*, (6): 42-46.
- Marres, N. und Gerlitz, C., 2015. „Les méthodes d'interface." *Traces numériques et territoires*, 33-62.
- Gerlitz, C. und Rieder, B., 2014. Data-Mining von einem Prozent Twitter–Sammlungen, Basislinien, Stichproben. In *Big Data*, 203-220. Transcript Verlag.
- Paßmann, J., und C. Gerlitz. 2014. „'Good' Platform-Political Reasons for 'Bad' Platform-Data. Zur Sozio-Technischen Geschichte Der Plattformaktivitäten Fav, Retweet Und Like". *Mediale Kontrolle*

Unter Beobachtung 3.1. <https://dare.uva.nl/search?identifier=c143fa90-6ce9-4c27-a8cc-8135a8b7c1b8>.

Gerlitz, C., 2013. Partizipative Zahlen. Vom Wert der Likes. *POP. Kultur und Kritik*, 2 (2): 34-38.

Gerlitz, C., 2012. *Brands and Continuous economies* (Doctoral dissertation, Goldsmiths, University of London). <https://research.gold.ac.uk/id/eprint/9466/>.

Gerlitz, C. 2011. „Die Like Economy. Digitaler Raum, Daten und Wertschöpfung.“ in Leistert, O. and Röhle, T. (eds) *Generation Facebook. Über das Leben im Social Net*. Bielefeld: Transcript Verlag.

Betreuung von Dissertationen

Fernando van der Vlist	The platform as ecosystem: Configurations and dynamics of governance and power (abgeschlossen)
Tatjana Seitz	APIs as Social Interfaces. Contextualising APIs Web Architecture Historiography between Platform Aesthetics and Platform Criticism
Daniela van Geenen	The Values of Urban Sensing; Making Sense of Sensors Technologies and Data in Public Management and Local Governance
Jason Chao	The Affordances of Research Devices for Sensor Media - the Case of Network Connections and Sensor Data
Yarden Skop	Studying the relationships between platform companies and publishers through the development and deployment of computational tools for content moderation and fact checking
Danny Lämmerhirt	Giving data a purpose. Data mediation and negotiations of fair social relations
Lena Teigeler	The Historical Development of Twitter Automation Practices and Techniques as Platform Co-Production

Reviewtätigkeiten

- Big Data & Society
- Digital Culture & Society
- New Media & Society
- Convergence
- Television & New Media
- International Journal of Communication (IJoC)
- Social Media & Society
- European Journal for Cultural Studies
- Fibreculture