

Nicolas Ruth

Affiliation Department of Psychology, Goldsmiths, University of London
Address New Cross SE14 6NW London, UK
Email drnicolasruth@gmail.com
Webseite www.nicolasruth.de
ORCID orcid.org/0000-0002-4189-3162

FORSCHUNGSSCHWERPUNKTE

Entwicklung musikalischer Fähigkeiten und Persönlichkeit, prosoziale Musik, Streaming, Musikvermarktung und -management, Musik in den Medien

AKADEMISCHE AUSBILDUNG

08/2018 Doktor phil., Medienkommunikation
Ausrichtung: Musik- und Medienpsychologie
Julius-Maximilians-Universität Würzburg

10/2012 Master of Arts, Populäre Musik und Medien
Ausrichtung: Musik-, Medienwissenschaft, Betriebswirtschaftslehre
Universität der Informationsgesellschaft Paderborn

09/2010 Bachelor of Arts, Musikwissenschaft
Ausrichtung: Musikwissenschaft, -pädagogik, Betriebswirtschaftslehre
Justus-Liebig-Universität Gießen

AKADEMISCHE BERUFSERFAHRUNG

Seit 05/2019 Research Fellow am Department of Psychology, Goldsmiths, University of London

11/2012 - 03/2019 Wissenschaftlicher Mitarbeiter an der Professur für Medien- und Wirtschaftskommunikation, Universität Würzburg

03/2014 - 08/2014 Forschungsprojektmitarbeiter
Extern finanziertes Projekt zur Untersuchung von Radiomoderationsstilen
Julius-Maximilians-Universität Würzburg, Institut Mensch-Computer-Medien, Professur für Medien- und Wirtschaftskommunikation

03/2013 - 08/2013 Forschungsprojektmitarbeiter
Extern finanziertes Projekt zur Untersuchung von Musikmischungen im Radio
Julius-Maximilians-Universität Würzburg, Institut Mensch-Computer-Medien, Professur für Medien- und Wirtschaftskommunikation

FORSCHUNGSTIPENDIEN

05/2019 - 04/2021 Feodor Lynen-Forschungstipendium der Alexander von Humboldt Stiftung
Projekttitel: Music was my first love? Zum Einfluss musikalischer Fähigkeiten auf die Entwicklung der Persönlichkeit

FÖRDERUNGEN

- 2019 IASPM Travel Grant
Förderung für die Kongressreise zur IASPM Konferenz in Canberra, Australien
- 2018, 2016, DAAD Förderung für Kongressreisen
2015 Förderung zu folgenden Tagungen: ICA 2018 (Prag, Tschechische Republik), ICMPC 2016 (San Francisco, USA), IASPM 2015 (Campinas, Brasilien)
- 2015 Anschubfinanzierung des Human Dynamic Centre Würzburg
Zur Ausrichtung einer interdisziplinären Tagung

WISSENSCHAFTLICHE TÄTIGKEITEN

- Positionen Editorial Board der GfPM (seit 2020)
- Early Career Researcher Representative – Gewählter Vertreter des akademischen Mittelbaus des Department of Psychology, Goldsmiths (seit 2019)
- Consulting Editor für *Musicae Scientiae* (seit 2019)
- Gutachter Rezeptions- und Wirkungs-Fachgruppentagung (DGPUK); Webkommunikation Fachgruppentagung (DGPUK); SysMus19 – International Conference of Students of Systematic Musicology
- Gutachter Psychology of Aesthetics, Creativity, and the Arts; Psychology of Music; *Musicae*
peer review *Scientiae*; *Empirical Musicology Review*; *Psychology*
Journals of Popular Media Culture; Mobile Media & Communication;
International Journal of Psychology

Auflistung der Gutachten: <https://publons.com/researcher/1601967/dr-nicolas-ruth/>

PUBLIKATIONEN

- Journals **Ruth, N.** & D. Müllensiefen (2020). Associations between musical preferences and personality in female secondary school students. *Psychomusicology*. <https://doi.org/10.1037/pmu0000267>
- Henning, F. & **Ruth, N.** (2020). Save your artist! Der Einfluss moralischer Appelle von Musikschaftern auf die Akzeptanz von kostenpflichtigen Musikstreamingdiensten. *Jahrbuch Musikpsychologie*, 29, e48. <https://doi.org/10.5964/jbdgm.2019v29.48>
- Metcalfe, T. & **Ruth, N.** (2020). Beamer, Benz, or Bentley: Mentions of products in hip hop music. *International Journal of Music Business Research*, 9(1), 41-62. https://musikwirtschaftsforschung.files.wordpress.com/2020/04/volume-9-no-1-april-2020-metcalfe-ruth_end.pdf
- Ruth, N.** & Schramm, H. (2020). Effects of prosocial lyrics and emotional music on emotions, thoughts and behaviour. *Psychology of Music*, online first. <https://doi.org/10.1177/0305735620902534>
- Schaubrich, J. & **Ruth, N.** (2019). Der beste DJ aller Zeiten?! – Meta-Rankings auf Basis von Leser*innen-Umfragen ausgewählter Musikmagazine der elektronischen

Tanzmusik von 1991-2017. *Samples*, 17. http://www.gfpm-samples.de/Samples17/schaubbruch_ruth.pdf

Ruth, N. (2019). "If you wanna make the world a better place": Influential factors for the effects of songs with prosocial lyrics. *Psychology of Music*, 47, 568–584. <https://doi.org/10.1177/0305735618766687>

Ruth, N. (2019). "Where Is The Love?" A content analysis of topics and prosocial behavior in popular music lyrics in Germany from 1954 to 2014. *Musicae Scientiae*, 23, 508–524. <https://doi.org/10.1177/1029864918763480>

Ruth, N. (2018). „They Don't Really Care..." – Effects of prosocial media and corresponding media coverage on prosocial behavior. *Musicae Scientiae*, 22, 415–433. <https://doi.org/10.1177/1029864917716735>

Ruth, N. & Spangardt, B. (2017). Research trends on music and advertising. *Mediterranean Journal of Communication*, 8, 13–23. <http://dx.doi.org/10.14198/MEDCOM2017.8.2.1>

Ruth, N. (2017). „Heal the World“. A field experiment on the effects of music with prosocial lyrics on prosocial behavior. *Psychology of Music*, 45, 298–304. <https://doi.org/10.1177/0305735616652226>

Ruth, N., Spangardt, B. & Schramm, H. (2017). Alternative music playlists on the radio. An experimental study on flow experience and appraisal during the reception of music radio programs. *Musicae Scientiae*, 21, 79–95. <https://doi.org/10.1177/1029864916642623>

Ruth, N., Spangardt, B. & Schramm, H. (2016). „Time for Talents?“ Eine Untersuchung von Erfolgsfaktoren bei Musikcastingshows. *Jahrbuch Musikpsychologie*, 26, 166–187. <http://dx.doi.org/10.23668/psycharchives.2823>

Böhm, T., Ruth, N. & Schramm, H. (2016). "Count on Me" – The Influence of Prosocial Music on Cognitive and Affective Aggression. *Psychomusicology*, 26, 279–283. <https://doi.org/10.1037/pmu0000155>

Spangardt, B., Ruth, N. & Schramm, H. (2016) "... and please visit our Facebook page, too!" How Radio Host Personalities Influence Listeners' Interactions with Radio Stations. *Journal of Radio and Audio Media*, 23, 68–94. <https://doi.org/10.1080/19376529.2016.1155710>

Ruth, N. & Bullerjahn, C. (2015). Loudness War? Eine experimentelle Untersuchung zum Einfluss übersteigerter Dynamikkompression auf die Rezeption populärer Musik. *Jahrbuch Musikpsychologie*, 25, 92–115. <http://dx.doi.org/10.23668/psycharchives.2831>

Beiträge ohne Ruth, N. (in Druck). Streaming und Social Media. In R. Großmann & S. p.r. (Auswahl) Hardjowirogo (Hrsg.), Musik und Medien (Kompendium Musik, Bd. 15). Laaber.

Ruth, N. (2019). Musik auf Online- und Mobilmedien. In H. Schramm (Hrsg.), Handbuch Musik und Medien (S. 225–252). 2. Auflage. Springer VS. https://doi.org/10.1007/978-3-658-21899-7_9

Ruth, N. (2018). MuPsych App für Android Smartphones: Eine neue Möglichkeit für music experience sampling. *Jahrbuch Musikpsychologie*, 28, 255-260. <https://doi.org/10.5964/jbdgm.2018v28.23>

Spangardt, B. & **Ruth, N.** (2018). Werbung und Musik. Versuch einer Typologie ihrer Beziehung mit einem Plädoyer für mehr interdisziplinäre Forschung. In L. Grünewald, M. Lücke, M. Rauch & C. Winter (Hrsg.), *Jahrbuch für Musikwirtschafts- und Musikkulturforschung* (S. 195-211). Springer.

Schramm, H., **Ruth, N.** & Spangardt, B. (2017). The Voice of the Music Industry. Zum Tonträgerabsatz als Funktion von Musikcastingshows. Welche Faktoren erklären das Kaufverhalten der Zuschauer? In H. Schramm & N. Ruth (Hrsg.), *Musikcastingshows - Wesen, Nutzung und Wirkung eines populären Fernsehformats* (S. 225-249). Springer.

Ruth, N., Schramm, H. (2017). German Music Talent Shows. In M. Ahlers & C. Jacke (Hrsg.), *Perspectives on German Popular Music Studies* (S. 259-264). Ashgate.

Schramm, H. & **Ruth, N.** (2014). „The Voice“ of the music industry. New advertising options in music talent shows. In B. Flath & E. Klein (Hrsg.), *Advertising and Design. Interdisciplinary Perspectives on a Cultural Field* (S. 175-190). Transcript.

Monografien & Schramm, H. & **Ruth, N.** (Hrsg.) (2017). Musikcastingshows – Wesen, Nutzung und Wirkung eines populären Fernsehformats. Springer.

Schramm, H., Spangardt, B. & **Ruth, N.** (2017). Musik und Medien (Reihe „Medienwissen kompakt“). Springer.

Ruth, N. (2013). Was ist ACTA? Eine Diskurs- und Medienanalyse zum Ursprung des Urheberrechtsstreits. Lit.

Vollständige Liste: <https://www.nicolasruth.de/files/pubs.pdf>

VORTRÄGE (AUSWAHL)

Konferenz-
Vorträge **Ruth, N.**, Tsigeman, E., Likhanov, M., Kovas, Y. & Müllensiefen, D. (2020). Associations between musical sophistication and personality: Evidence from three countries. Society for Education, Music and Psychology Research (SEMPRE), 09.-11.09.2020, Leeds, UK (online).

Ruth, N. (2018). Running Hits. How mobile listeners appraise mood playlists on music streaming services. International Communication Association (ICA), 24.-28.05.2018, Prag, Tschechische Republik.

Ruth, N. (2017). Rezeption und Wirkung populärer Musik mit prosozialen Inhalten. Gesellschaft für Musikforschung (GfM), 27.-30.09.2017, Kassel.

Ruth, N. (2016). “Let’s start giving” – Effects of prosocial music and corresponding media coverage on prosocial behavior. International Conference on Music Perception and Cognition (ICMPC), 05.-09.07.2016, San Francisco, USA.

Spangardt, B., **Ruth, N.** & Schramm, H. (2015). Influence of personal traits and musicality on Flow experience during radio reception. European Society for the Cognitive Sciences Of Music (ESCOM), 17.-22.08.2015, Manchester, UK.

Ruth, N. (2015). Good music in bad times. A content analysis of norms and values in popular music in times of crisis. International Association for the Study of Popular Music (IASPM), 29.06.-03.07.2015, Campinas, Brasilien.

Ruth, N., Spangardt, B. & Schramm, H. (2013). „Wir ham‘ gehört, unsere Songs laufen im Radio.“ Zur Programmgestaltung und Auswahl deutsch- und fremdsprachiger Musik im Radio. Arbeitskreis Studium Populärer Musik (ASPM), 22.-24.11.2013, Gießen.

Geladene Vorträge **Ruth, N.** (2020). Music was my first love? The influence of musical abilities on the development of personality, Gastvortrag an der University of York, 12.05.2020, online.

Ruth, N. (2014). Medienkommunikation und Event-Management. Gastvortrag an der Justus-Liebig-Universität Gießen, 10.06.2013, Gießen.

Poster **Ruth, N.**, MacGregor, C. & Müllensiefen, D. (2020). Associations between personality and musical emotion discrimination in secondary school students. Brain Cognition Emotion Music Conference, 20.-21.05. 2020, Canterbury, UK (online).

Ruth, N. (2018). Only Good Vibes. Investigation of the production and reception of mood playlists on music streaming services. International Conference on Music Perception and Cognition (ICMPC)/European Society for the Cognitive Sciences Of Music (ESCOM), 23.-27.07. 2018, Graz, Österreich.

Böhm, T. & **Ruth, N.** (2015). "You Can Count on Me" – Effects of prosocial music on the affective and cognitive aggression level. European Society for the Cognitive Sciences Of Music (ESCOM), 17.-22.08.2015, Manchester, UK.

Ruth, N., von Georgi, R., Vuong Le, Q., Schatz, J., Wolf, M. & Bullerjahn, C. (2010). Hat das eigentlich noch irgendetwas etwas mit Musik zu tun? – Eine Untersuchung zur Bedeutung der Musik auf die Spielleistung beim Musikspiel Guitar Hero. DGM, 08.-10.10.2012, Würzburg, Germany.

Vollständige Liste: <https://www.nicolasruth.de/files/talks.pdf>

BEITRÄGE IN ÖFFENTLICHEN MEDIEN

Radio Expertengespräch (2020). Hör Dich gesund: Warum Playlisten zu "Mental Health" im Trend liegen. Deutschlandfunk Kultur, 20.10.2020.

Expertengespräch (2020). Von der Fahrstuhlmusik zum Streaming. Die Überall-Musik (Rubrik Freistil). Deutschlandfunk, 31.05.2020.

Expertengespräch (2020). In der Krise wird mehr Musik gestreamt denn je (Update). Deutschlandfunk Nova, 21.05.2020.

Live Interview (2016). Wie Radio unseren Musikgeschmack beeinflusst (Rubrik Lebenszeit; Interviewer: Andreas Stopp). Deutschlandfunk, 01.07.2016.

Expertengespräch in O. Karnik & V. Zander (2016). Sound-Effekte – Die Popmusik und ihre Klangkulturen (Rubrik Freistil). Deutschlandfunk, 20.01.2016.

Online Interview in L. Teschers (2018). Musik. Macht. Meinung. – Braucht Deutschland politische Musik? YouTube, 23.12.2018.

Liste mit Links: <http://www.nicolasruth.de/>

LEHRERFAHRUNGEN

- | | |
|-----------|--|
| 2020 | Betreuung von 2 Abschlussarbeiten im Studiengang Music, Mind and Brain, M.Sc., Department of Psychology, Goldsmiths, University of London |
| 2012-2019 | Konzeption und Durchführung von 30 Seminaren in den Studiengängen B.Sc. und M.Sc. Medienkommunikation an der Julius-Maximilians-Universität Würzburg |
| 2012-2019 | Betreuung von 33 Abschlussarbeiten in den Studiengängen B.Sc. und M.Sc. Medienkommunikation an der Julius-Maximilians-Universität Würzburg |
| 2011 | Begleitendes Tutorium zur Vorlesung von Prof. Dr. Christoph Jacke „Einführung Populäre Musik und Medien“ |
| 2009 | Begleitendes Tutorium zum Seminar von Prof. Dr. André Doebling „Einführung in die Musikwissenschaft“ |

Ausführliche Liste: <https://www.nicolasruth.de/files/teaching.pdf>

FORTBILDUNG

- | | |
|------|---|
| 2020 | Data Science Spezialisierung der Johns Hopkins University auf Coursera (10 Kurse) |
| 2019 | Introduction to longitudinal data analysis using R. Summer School an der Universität Manchester |
| 2015 | Einführung in die Strukturgleichungsmodellierung mit Mplus. Workshop an der Universität Würzburg |
| | Moderations- und Mediationsanalyseworkshop der Nachwuchsgruppe Rezeptions- und Wirkungsforschung. Workshop an der Universität Bamberg |
| 2013 | Didaktik und Methoden der Hochschullehre im Bereich populärer Musik. Workshop an der Universität Gießen |

WEITERE AUßERUNIVERSITÄRE ERFAHRUNGEN

- | | |
|-----------|---|
| 2014-2016 | Stage-Management, Organisation, Booking und Durchführung eines Festivals: Soundgarden Festival, Bad Nauheim (ca. 4.000 Besucher) |
| 2013 | Bandcoaching: Bechtolsheimer Hof Würzburg (Jugendzentrum) |
| 2009-2014 | Assistant Manager für Mitte & West. Planung, Durchführung und Organisation von Konzertveranstaltung für Nachwuchsbands: Emergenza Festival. |
| Seit 2004 | Bassist, Gitarrist, Sänger in Bands: Hazel The Nut, Evil Cavies und Skatholiken. Über hundert Konzerte, fünf Studioalben und zwei EPs |