

Einführung in die Politische Soziologie: Psychologie politischer Kommunikation (HWS 2014)

Zeit & Ort: Montag, 12:00-13:30 Uhr in A5, Bauteil B, Raum 143

Beginn: 1. September 2014

Sprechstunde: montags, 14:00-15:00 Uhr in A5, Raum 341

Inhalt: In modernen Gesellschaften findet die Vermittlung von Politik zunehmend über die Massenmedien statt. Massenmedien fungieren dabei nicht nur als Plattformen zum Austausch von Informationen, sondern treten auch als Akteure in Erscheinung, die spezifische Positionen vertreten und damit die öffentliche Meinung mitbestimmen. Für das Verständnis politischer Prozesse im Verhältnis von Massenmedien und Politik ist deshalb die Kenntnis der beteiligten Kommunikationsagenten, -strukturen und -inhalte unverzichtbar. Im Rahmen des Seminars werden die wichtigsten Ansätze und Ergebnisse klassischer Studien der politischen Kommunikationsforschung behandelt als auch neuere Studien, die sich mit den veränderten Kommunikationsmöglichkeiten und -gepflogenheiten im Medienzeitalter beschäftigen.

Statistik- und Methodenkenntnisse und Erfahrung mit Stata sind keine notwendige Voraussetzung für den Leistungsnachweis.

Empfohlen für: 2. Semester

ECTS-Punkte: 5

Zugang zur Veranstaltungsseite: <https://portal.uni-mannheim.de>

Alle Texte sind über die Internetplattform ILIAS erhältlich. Sie können sich für die ILIAS-Gruppe direkt aus dem Studierenden-Portal heraus anmelden. Über ILIAS werden ggf. Nachrichten zur Veranstaltung versendet. Bitte beachten Sie, dass alle Nachrichten an Ihre Universitätsadresse gehen (xxxx@student.uni-mannheim.de) und rufen Sie diese Adresse daher regelmäßig ab.

Anforderungen:

1. Regelmäßige und aktive Teilnahme
 - Anwesenheitspflicht: Fehlen ist nur mit vorheriger Entschuldigung per E-Mail und Vorlage eines ärztlichen Attests in der darauffolgenden Sitzung gestattet
 - Vorbereitung der Pflichtlektüre für jede Sitzung. Dies bedeutet, dass Sie selbständig die im Seminarplan als *Pflichtlektüre* gelisteten Texte selbständig vorbereiten und ausgedruckt in der Sitzung mitbringen. Bei Ihrer Vorbereitung der Texte können Sie sich an den unten aufgeführten Leitfragen orientieren. Für jede Sitzung finden Sie im Seminarplan Texte, die als *Vertiefungslektüre* bereit gelistet sind. Diese Texte sind als Ausgangspunkte gedacht wenn Sie die in der Sitzung behandelten Themen, z.B. im Rahmen Ihrer Hausarbeit, weiter verfolgen wollen. Für die Seminarvorbereitung sind diese Texte optional. *Referatstexte* sind Texte, die nur die Referenten der jeweiligen Sitzung vorbereiten müssen.

2. Referat

- Für das Referat erhalten Sie eine Teilnote, die in die Gesamtnote eingeht (30%)
- Referatslänge: ca. 15 Minuten
- Das Referat stützt sich auf einen der auf dem Seminarplan für die jeweilige Sitzung gelisteten Referatstexten. Jeder Referent stellt einen Text vor, der bei der Referatsvergabe festgesetzt wird.
- Das Referat stellt keine Inhaltsanalyse dar. Stattdessen stellen Referenten das Hauptargument der Autoren in Bezug auf den thematischen Schwerpunkt der Sitzung und gegebenenfalls der Texte der Pflichtlektüre, das methodische Vorgehen und ausgewählte Ergebnisse des Textes vor.
- Eine das Referat begleitende PowerPoint oder Keynote Präsentation ist verpflichtend.
- Ein Thesenpapier ist als Handout anzufertigen und vor Beginn des Referats an die Teilnehmer zu schicken. Das Handout senden Sie eine Woche vor der Seminarsitzung an mich. Eine verspätete Abgabe führt zur Abwertung Ihrer Referatsleistung.
- Vor Ihrem Referatstermin besuchen Sie bitte auch meine Sprechstunde und stellen mir die Kernpunkte Ihres Referates vor.

3. Hausarbeit

- Die Benotung Ihrer Hausarbeit geht zu 70% in Ihre Gesamtnote ein.
- In der Hausarbeit, ist eine Fragestellung zu den in dem Seminar behandelten Themenkomplexen zu wählen.
- Die Fragestellung der Hausarbeit ist bis zum 8.12. persönlich in der Sprechstunde mit mir abzuklären.
- Die Hausarbeit beinhaltet: Inhaltsverzeichnis, Einleitung, Theoretischer Hintergrund, Forschungsstand, inhaltliche Argumentation (ggf. einschließlich Datenanalyse), Ergebnisse, Schlussbetrachtung/Fazit, Literaturverzeichnis, ggf. Anhang.
- Länge: 15 Seiten (a 2500 Zeichen inkl. Leerzeichen) (ohne Literaturverzeichnis und ggf. Anhang. Beide werden nicht mitgezählt!) Eine deutliche Über- oder Unterschreitung der vorgegebenen Seitenzahl führt dazu, dass Sie die Arbeit mit dem Hinweis auf Überarbeitung zurückerhalten und binnen einer Frist von drei Tagen erneut einreichen müssen.
- Das Literaturverzeichnis sollte mind. 25 Titel umfassen.
- Zitierweise: Ausschließlich Mannheimer Zitierrichtlinie (siehe ILIAS). Andere Zitiersysteme werden nicht akzeptiert und führen zu deutlichem Abzug bei der Benotung.
- Formalia: Times New Roman (Schriftgröße: 12pt) oder Arial (Schriftgröße: 11pt), Zeilenabstand: 1.5, Seitenränder: 2.5 cm links und rechts und 2cm oben und unten, Blocksatz.
- Deckblatt beinhaltet: Universität, Fakultät, Fachbereich, Lehrstuhl, Veranstaltungstitel, Titel der Arbeit, Name, Matrikelnummer, Semesterzahl und E-Mail-Adresse.
- Die Abgabe der Hausarbeit (als Word- oder PDF-Dokument) muss bis zum 3.1. (12:00 Uhr) via ILIAS (Forum) erfolgen, d.h. Sie laden Ihre Hausarbeit bis zu dem genannten Termin in ILIAS hoch (Eine Verlängerung des Bearbeitungszeitraums ist nicht möglich! Der Abgabetermin ist daher unbedingt einzuhalten, da der Kurs anderenfalls als „nicht bestanden“ gewertet wird!)
- Sollte Ihre Hausarbeit mit einer Note schlechter als 4.0 bewertet werden, dann wird Ihnen ein einmaliger Wiederholungsversuch gewährt, d.h. Sie müssen innerhalb einer Frist von vier Wochen nach Mitteilung über den nicht bestandenen Erstversuch eine neue Hausarbeit zu einer anderen Fragestellung vorlegen. Legen Sie den Zweitversuch nicht innerhalb dieser Frist vor oder die Arbeit wird erneut als nicht bestanden gewertet, dann gilt das Proseminar für dieses Semester endgültig als nicht bestanden. Wer gar keinen Erstversuch vorlegt, dem wird auch kein Zweitversuch gewährt.

Seminarplan

Leitfragen zur Literaturvorbereitung:

- Welche Frage möchte der Autor oder die Autorin in dem Text beantworten? (Fragestellung)
- Wie geht er oder sie vor, um diese Frage zu beantworten? (Methodik)
- Welche zentralen Schlussfolgerungen werden von dem Autor oder der Autorin gezogen? (Ergebnisse)
- Wie kommt der Autor oder die Autorin zu diesen Ergebnissen? (Argumentation)
- An welchen Stellen haben Sie Verständnisschwierigkeiten? (Verständnis)
- Wie schlüssig finden Sie die Argumentation des Texts? An welchen Stellen sehen sie Schwierigkeiten? (Kritik)

Hintergrundtexte:

- Basbøll, T. *Research as a Second Language*. <http://secondlanguage.blogspot.de>
- Bellemare, M. F. (2011). *A Primer on Linear Regression*. <http://marcfbellemare.com/wordpress/wp-content/uploads/2011/01/Regression.pdf>
- Freedman, D. A. (2005). *Statistical Models: Theory and Practice*. New York, NY: Cambridge University Press.
- Freedman, D. A., Purvis, R. & Purves, R. (2007). *Statistics*. 4. ed. New York, NY: W.W. Norton.
- McQuail, D. (2010). *McQuail's Mass Communication Theory*. 6. ed. London, UK: Sage
- Miles, J. & Shevlin, M. (2001) *Applying Regression & Correlation: A Guide for Students and Researchers*. Los Angeles, CA: Sage.
- Reynolds, G. (2012). *Presentation Zen: Simple Ideas on Presentation Design and Delivery*. 2. ed. Berkeley, CA: New Riders.
- Schulz, W. (2011). *Politische Kommunikation: Theoretische Ansätze und Ergebnisse empirischer Forschung*. 3. ed. Wiesbaden, DE: VS Verlag für Sozialwissenschaften.

Sitzungen

01.09.2014 - Einführung, letzter Termin zur Vergabe von Referaten

Vertiefungslektüre

Hedström, P. & Yikoski, P. (2010). Causal Mechanisms in the Social Sciences. *Annual Review of Sociology* **36**, 49-67.

08.09.2014 - Grundlagen: Wer nutzt Medien zur politischen Information?

Pflichtlektüre

Semetko, H. A. (2004). Media, Public Opinion, and Political Action. In J. D. H. Downing, D. McQuail, P. Schlesinger & E. Wartella (Eds.), *The Sage Handbook of Media Studies* (pp. 341-374). Thousand Oaks, CA: Sage.

Referatstexte

Luskin, R.C. (1990). Explaining Political Sophistication. *Political Behavior* **12**, 331-361.
Price, V. & Zaller, J. (1993). Who Gets the News? Alternative Measures of News Reception and Their Implications for Research. *The Public Opinion Quarterly* **57**, 133-164.

15.09.2014 - Framing: Medienframes

Pflichtlektüre

Gamson, W. A. & Modigliani, A. (1989). Media Discourse and Public Opinion on Nuclear Power: A Constructionist Approach. *American Journal of Sociology* **95**, 1-37.

Vertiefungslektüre

- Entman, R. M. (1993). Framing: Toward Clarification of a Fractured Paradigm. *Journal of Communication* **43**, 51-58.
- Scheufele, D. A. (1999). Framing as a Theory of Media Effects. *Journal of Communication* **49**, 103-122.

Referatstexte

- Entman, R. M. (1991). Framing U.S. Coverage of International News: Contrasts in Narratives of the KAL and IRAN Air Incidents. *Journal of Communication* **41**, 6-27.
- Entman, R. M. (2003). Cascading Activation: Contesting the White House's Frame after 9/11. *Political Communication* **20**, 415-432.

22.09.2014 - Framing: Framingeffekte

Pflichtlektüre

- Nelson, T. E., Clawson, R. A. & Oxley, Z. M. (1997). Media Framing of a Civil Liberties Conflict and Its Effect on Tolerance. *The American Political Science Review* **91**, 567-583.

Vertiefungslektüre

- Chong, D. & J. N. Druckman (2007). Framing Theory. *Annual Review of Political Science* **10**, 103-126.
- Matthes, J. (2014). *Framing*. Baden-Bade, DE: Nomos.
- Nelson, T. E., Oxley, Z. M. & Clawson, R. A. (1997). Toward a Psychology of Framing Effects. *Political Behavior* **19**, 221-246.

Referatstexte

- Berinsky, A. J. (2006). Making Sense of Issues Through Media Frames: Understanding the Kosovo Crisis. *Journal of Politics* **68**, 640-656.
- Druckman, J. N. (2004). Political Preference Formation: Competition, Deliberation, and the (Ir)relevance of Framing Effects. *American Political Science Review* **98**, 671-686.
- Simon, A. F. & Jerit, J. (2007). Toward a Theory Relating Political Discourse, Media, and Public Opinion. *Journal of Communication* **57**, 254-271.

29.09.2014 - Priming

Pflichtlektüre

- Krosnick, J. A. & Kinder, D. R. (1990). Altering the Foundations of Support for the President Through Priming. *The American Political Science Review* **84**, 497-512.

Vertiefungslektüre

- Iyengar, S. (1991). *Is Anyone Responsible? How Television Frames Political Issues*. Chicago, IL: Chicago University Press.
- Iyengar, S. & Kinder, D. (1987). *News That Matters: Television and American Opinion*. Chicago, IL: Chicago University Press.

Referatstexte

- Druckman, J. N. & Holmes, J. W. (2004). Does Presidential Rhetoric Matter? Priming and Presidential Approval. *Presidential Studies Quarterly* **34**, 755-778.
- Mendelsohn, M. (1996). The Media and Interpersonal Communications: The Priming of Issues, Leaders, and Party Identification. *The Journal of Politics* **58**, 112-125.

06.10.2014 - Agenda Setting

Pflichtlektüre

Rogers, E. M. & Dearing J. W. (1988). Agenda-Setting Research: Where has it been? Where is it Going? In J. A. Anderson (Ed.). *Communication Yearbook 11* (pp. 555-594). Newbury Park, CA: Sage.

Vertiefungslektüre

McCombs, M. & Shaw, D. L. (1993). The Evolution of Agenda-Setting Research: Twenty-Five Years in the Marketplace of Ideas. *Journal of Communication* **43**, 58-67.

Maurer, M. (2010). *Agenda-Setting*. Baden-Bade, DE: Nomos.

Scheufele, D. A. & Tewksbury, D. (2007). Framing, Agenda Setting, and Priming: The Evolution of Three Media Effects Models. *Journal of Communication* **57**, 9-20.

Referatstexte

Erbring, L., Goldenberg, E. N. & Miller, A. H. (1980). Front-Page News and Real-World Cues: A New Look at Agenda-Setting by the Media. *American Journal of Political Science* **24**, 16-49.

McCombs, M. & Zhu, J. H. (1995). Capacity, Diversity, and Volatility of the Public Agenda: Trends from 1954 to 1994. *Public Opinion Quarterly* **59**, 495-525.

13.10.2014 - Schweigespirale

Pflichtlektüre

Noelle-Neumann, E. (1991). The Theory of Public Opinion: The Concept of the Spiral of Silence. In J. A. Anderson (Ed.). *Communication Yearbook 14* (pp. 256-287). Newbury Park, CA: Sage.

Vertiefungslektüre

Roessing, T. (2011). *Schweigespirale*. Baden-Bade, DE: Nomos.

Scheufele, D. A. & Moy, P. (2000). Twenty-Five Years of the Spiral of Silence: A Conceptual Review and Empirical Outlook. *International Journal of Public Opinion Research* **12**, 3-28.

Referatstexte

Glynn, C. J., Hayes, A. F. & Shanahan, J. (1997). Perceived Support for One's Opinion and Willingness to Speak Out. *Public Opinion Quarterly* **61**, 452-463.

Mutz, D. C. & Soss, J. (1997). Reading Public Opinion: The Influence of News Coverage on Perceptions of Public Sentiment. *Public Opinion Quarterly* **61**, 431-451.

20.10.2014 - Selective Exposure: Psychologische Mechanismen

Pflichtlektüre

Stroud, N. J. (2014). Selective Exposure Theories. In K. H. Jamieson & K. Kenski (Eds.) *The Oxford Handbook of Political Communication*. Oxford, UK: Oxford University Press. (Im Erscheinen).

Vertiefungslektüre

Frey, D. (1986). Recent Research on Selective Exposure to Information. In L. Berkowitz (Ed.) *Advances in Experimental Social Psychology Vol. 19* (pp. 41-80). Orlando, FL: Academic Press, Inc.

Klapper, J. T. (1960). Reinforcement, Minor Change, and Related Phenomena. In J. T. Klapper *The Effects of Mass Communication* (pp. 15-52). New York: Free Press.

Sears, D. O. & Freedman, J. L. (1965). Selective Exposure to Information: A Critical Review. *Public Opinion Quarterly* **31**, 194-213.

Referatstexte

Donsbach, W. (1991). Exposure to Political Content in Newspapers: The Impact of Cognitive Dissonance on Readers' Selectivity. *European Journal of Communication* **6**, 155-186.

Iyengar, S. & Hahn, K. S. (2009). Red Media, Blue Media: Evidence of Ideological Selectivity in Media Use. *Journal of Communication* **59**, 19-39.

27.10.2014 - Selective Exposure: Media Choice

Pflichtlektüre

Garrett, R. K. (2009). Politically Motivated Reinforcement Seeking: Reframing the Selective Exposure Debate. *Journal of Communication* **59**, 676-699.

Vertiefungslektüre

Prior, M. (2007). *Post-Broadcast Democracy: How Media Choice Increases Inequality in Political Involvement and Polarizes Elections*. New York, NY: Cambridge University Press.

Stroud, M. J. (2011). *Niche News: The Politics of News Choice*. New York, NY: Oxford University Press.

Referatstexte

Gentzkow, M. & Shapiro, J. M. (2011). Ideological Segregation Online and Offline. *The Quarterly Journal of Economics* **126**, 1799-1839.

Prior, M. (2013). Media and Polarization. *Annual Review of Political Science* **16**, 101-127.

03.11.2014 - Politisches Lernen

Pflichtlektüre

Jerit, J., Barabas, J. & Bolsen, T. (2006). Citizens, knowledge, and the information environment. *American Journal of Political Science* **50**, 266-282.

Vertiefungslektüre

Delli Carpini, M. X. & Keeter, S. (1996). *What Americans know about politics and why it matters*. New Haven, CT: Yale University Press.

Eveland, W. P. & Garrett R. K. (2014). Communication Modalities and Political Knowledge. In K. H. Jamieson & K. Kenski (Eds.) *The Oxford Handbook of Political Communication*. Oxford, UK: Oxford University Press. (Im Erscheinen).

Referatstexte

Curran, J., Iyengar, S., Lund, A. B. & Salovaara-Moring, I. (2008). Media System, Public Knowledge and Democracy: A Comparative Study. *European Journal of Communication* **24**, 5-26.

Grabe, M. E., Kamhawi, R. & Yegiyan, N. (2009). Informing citizens: How people with different levels of education process television, newspaper, and Web news. *Journal of Broadcasting & Electronic Media* **53**, 90-111.

10.11.2014 - Politische Kommunikation und der Einfluss des sozialen Umfelds

Pflichtlektüre

Southwell, B. G. & Yzer, M. C. (2007). The Roles of Interpersonal Communication in Mass Media Campaigns. In C. S. Beck (Ed.) *Communication Yearbook 31* (pp. 420-462). New York, NY: Lawrence Erlbaum Associates.

Vertiefungslektüre

Lenard, S. (1994). *Shaping Political Attitudes: The Impact of Interpersonal Communication and Mass Media*. Los Angeles, CA: Sage.

Sinclair, B. (2012). *The Social Citizen: Peer Networks and Political Behavior*. Chicago, IL: The University of Chicago Press.

Southwell, B. G. (2014). Two-Step Flow, Diffusion, and the Role of Social Networks in Political Communication. In K. H. Jamieson & K. Kenski (Eds.) *The Oxford Handbook of Political Communication*. Oxford, UK: Oxford University Press. (Im Erscheinen).

Referatstexte

Eveland, W. P. (2004). The effect of political discussion in producing informed citizens: The roles of information, motivation, and elaboration. *Political Communication* **21**, 177–193.

Roch, C. H. (2005). The Dual Roots of Opinion Leadership. *The Journal of Politics* **67**, 110-131.

17.11.2014 - Wahlkampfeffekte

Pflichtlektüre

Iyengar, S. & Simon, A. F. (2000). New Perspectives and Evidence on Political Communication and Campaign Effects. *Annual Review of Psychology* **51**, 149-169

Vertiefungslektüre

Ridout, T. N. & Franz, M. M. (2011). *The Persuasive Power of Campaign Advertising*. Philadelphia, PA: Temple University Press.

Sides, J., Shaw, D., Grossman, M. & Lipsitz, K. (2011). *Campaigns & Elections: Rules, Reality, Strategy, Choice*. New York, NY: Norton.

Referatstexte

Franz, M. M. & Ridout, T. N. (2010). Political Advertising and Persuasion in the 2004 and 2008 Presidential Elections. *American Politics Research* **38**, 303-329.

Giles, M., Vavreck, L. & Cohen, M. (2007). The Mass Media and the Public's Assessment of Presidential Candidates, 1952-2000. *The Journal of Politics* **69**, 1160-1175.

24.11.2014 - Wählermobilisierung

Pflichtlektüre

Gerber, A. S. & Green, D. P. (2000). The Effects of Canvassing, Telephone Calls, and Direct Mail on Voter Turnout: A Field Experiment. *American Political Science Review* **94**, 653-663.

Vertiefungslektüre

Green, D. P. & Gerber, A. S. (2008). *Get Out the Vote: How to Increase Voter Turnout. Second Edition*. Washington, D. C.: Brookings Institution Press.

Issenberg, S. (2012). *The Victory Lab: The Secret Science of Winning Campaigns*. New York, NY: Crown Publishers.

Nielsen, R. K. (2012). *Ground Wars: Personalized Communication in Political Campaigns*. Princeton, NJ: Princeton University Press.

Referatstexte

Davenport, T. C., Gerber, A. S., Green, D. P., Larimer, C. W., Mann, C. B. & Panagopoulos, C. (2010). The Enduring Effects of Social Pressure: Tracking Campaign Experiments Over a Series of Elections. *Political Behavior* **32**, 423-430.

Enos, R. D., Fowler, A. & Vavreck, L. (2014). Increasing Inequality: The Effect of GOTV Mobilization on the Composition of the Electorate. *The Journal of Politics* **76**, 273-288.

Nickerson, D. W. & Rogers, T. (2010). Do You Have a Voting Plan?: Implementation Intentions, Voter Turnout, and Organic Plan Making. *Psychological Science* **21**, 194-199.

01.12.2014 - Wiederholung, Diskussion und Vorbesprechung der Hausarbeiten