

Einführung in die Politische Soziologie: Psychologie politischer Kommunikation (HWS 2015)

Zeit & Ort: Mittag, 13:45-15:15 Uhr in A5, Bauteil B, Raum 103

Beginn: 9. September 2015

Sprechstunde: Mittwoch, 15:30-16:30 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, vor Beginn des Referats an die Teilnehmer zu schicken und in den entsprechenden ILIAS-Ordner hochzuladen. 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 9.12. 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 2,500 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 11.1. (08:00 Uhr) in meinem E-Mail Postfach eingehen. Sie schicken Ihre Hausarbeit bis zu dem genannten Termin an meine E-Mail Adresse andreas.jungherr@gmail.com. Eine Verlängerung des Bearbeitungszeitraums ist nicht möglich! Der Abgabetermin ist daher unbedingt einzuhalten, da der Kurs anderenfalls als „nicht bestanden“ gewertet wird! Zusätzlich geben Sie bitte Ihre ausgedruckte Arbeit in den Folgetagen im Lehrstuhlsekretariat ab. Dies kann auch postalisch erfolgen.
- 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

Überblickstexte Politische Kommunikation:

- Jungherr, A. & Schoen, H. (2013). *Das Internet in Wahlkämpfen: Konzepte, Wirkungen und Kampagnenfunktionen*. Wiesbaden: Springer VS.
- McQuail, D. (2010). *McQuail's Mass Communication Theory*. 6. ed. London, UK: Sage
- Perloff, R. M. (2014). *The Dynamics of Political Communication: Media and Politics in a Digital Age*. New York, NY: Routledge.
- Schulz, W. (2011). *Politische Kommunikation: Theoretische Ansätze und Ergebnisse empirischer Forschung*. 3. ed. Wiesbaden, DE: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Schulz, W. (2015). *Medien und Wahlen*. Wiesbaden, DE: Springer VS.
- Shoemaker, P. & Reese, S. (2014). *Mediating the Message in the 21st Century: A Media Sociology Perspective*. New York, NY: Routledge.
- Sides, J., Shaw, D., Grossman, M. & Lipsitz, K. (2015). *Campaigns & Elections*. 2nd ed. New York, NY: W. W. Norton and Company.

Überblickstexte Psychologie:

- Baron, J. (2008). *Thinking and Deciding*. 4th ed. Cambridge, UK: Cambridge University Press.
- Cialdini, R. B. (2009). *Influence: Science and Practice*. 5th ed. Boston, MA: Pearson.
- Fiske, S. T. (2014). *Social Beings: Core Motives in Social Psychology*. 3rd ed. Hoboken, NJ: Wiley.
- Fiske, S. T. & Taylor, S. E. (2013). *Social Cognition: From Brains to Culture*. 2nd ed. London, UK: Sage.
- Kunda, Z. (1999). *Social Cognition: Making Sense of People*. Cambridge, MA: MIT Press.
- Perloff, R. M. (2014). *The Dynamics of Persuasion: Communication and Attitudes in the 21st Century*. 5th ed. New York, NY: Routledge.

Theorie:

- Hedström, P. & Yikoski, P. (2010). Causal Mechanisms in the Social Sciences. *Annual Review of Sociology* 36, 49-67.
- Martin, J. L. (2015). *Thinking Through Theory*. New York, NY: W. W. Norton and Company.
- van Evera, S. (1997). *Guide to Methods for Students of Political Science*. Ithaca, NY: Cornell University Press.

Quantitative Methoden:

- 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.

- Gelman, A. & Hill, J. (2007). *Data Analysis Using Regression and Multilevel/Hierarchical Models*. Cambridge, UK: Cambridge University Press.
- Kaplan, D. T. (2012). *Statistical Modeling: A Fresh Approach*. 2. ed. Project MOSAIC.
- Miles, J. & Shevlin, M. (2001) *Applying Regression & Correlation: A Guide for Students and Researchers*. Los Angeles, CA: Sage.

Präsentationen:

- Duarte, N. (2009). *slide:ology: The Art and Science of Creating Great Presentations*. Sebastopol, CA: O'Reilly.
- Duarte, N. (2010). *resonate: Present Visual Stories that Transform Audiences*. Hoboken, NJ: John Wiley & Sons.
- Reynolds, G. (2012). *Presentation Zen: Simple Ideas on Presentation Design and Delivery*. 2. ed. Berkeley, CA: New Riders.

Schreiben:

- Basbøll, T. *Research as a Second Language*. <http://secondlanguage.blogspot.de>
- Silvia, P. J. (2007). *How to Write a Lot: A Practical Guide to Productive Academic Writing*. Washington, DC: American Psychological Association.
- Thomas, F. N. & Turner, M. (2011). *Clear and Simple as the Truth: Writing Classic Prose*. 2nd ed. Princeton, NJ: Princeton University Press.

Sitzungen

09.09.2015 - Einführung, letzter Termin zur Vergabe von Referaten

16.09.2015 - Grundlagen: Psychologische Mechanismen Politischer Kommunikation

Pflichtlektüre

Kinder, D. R. (1998). Communication and Opinion. *Annual Review of Political Science* **1**, 167-197.

Vertiefungslektüre

Kinder, D. R. (2003). Communication and Politics in the Age of Information. In: Sears, D. O., Huddy, L., & Jervis, R. (eds.). *Oxford Handbook of Political Psychology*. (pp. 357-393) New York, NY: Oxford University Press.

23.10.2015 - Agenda Setting

Pflichtlektüre

McCombs, M. (2014). Influencing Public Opinion. In: McCombs, M. *Setting the Agenda*. 2nd ed. (pp. 1-23). Cambridge, UK: Polity Press. & Why Agenda Setting Occurs. In: McCombs, M. *Setting the Agenda*. 2nd ed. (pp. 63-78). Cambridge, UK: Polity Press

Vertiefungslektüre

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

McCombs, M. (2014). *Setting the Agenda*. 2nd ed. Cambridge, UK: Polity Press.

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.

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.

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.

30.09.2015 - 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.

07.10.2015 - 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.

14.10.2015 - 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.

21.10.2015 - 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.

28.10.2015 - 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.

04.11.2015 - Information Processing: Online versus Memory-Based Models

Pflichtlektüre

- Lavine, H., Jost, J. T. & Lodge, M. (2015). Political Cognition and its Normative Implications for the „Democratic Experiment“: Theory, Evidence, and Controversy. In: Mikulincer, M., Shaver, P. R., Borgida, E., Bargh, J. A. *APA handbook of personality and social psychology, Volume 1: Attitudes and social cognition* (pp. 721-752). Washington, DC: American Psychological Association.

Vertiefungslektüre

- Fazio, R. H. (2007). Attitudes as Object-Evaluation Associations of Varying Strength. *Social Cognition* **25**, 603-637.
- Kunda, Z. (1990). The Case for Motivated Reasoning. *Psychological Bulletin* **108**, 480-498.
- Lodge, M. & Taber, C. S. (2013). *The Rationalizing Voter*. Cambridge, UK: Cambridge University Press.

Zaller, J. R. (1992). *The Nature and Origins of Mass Opinion*. Cambridge, UK: Cambridge University Press.

Referatstexte

Lodge, M., Steenbergen, M. R., & Brau, S. (1995). The responsive voter: Campaign information and the dynamics of candidate evaluation. *American Political Science Review* **89**, 309–326.

Lodge, M. & Taber, C. S. (2013). *The John Q. Public Model of Political Information Processing*. In: *The Rationalizing Voter*. (pp. 28-73). Cambridge, UK: Cambridge University Press.

Zaller, J., & Feldman, S. (1992). A simple theory of the survey response: Answering questions versus revealing preferences. *American Journal of Political Science* **36**, 579–616.

11.11.2015 - Politisches Wissen

Pflichtlektüre

Barabas, J., Jerit, J., Pollock, W. & Rainey, C. (2014). The Question(s) of Political Knowledge **108**, 840-855.

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. & Yegiyani, 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.

Hochschild, J. L., & Einstein, K. L. (2015). *Do Facts Matter? Information and Misinformation in American Politics*. New York, NY: Oxford University Press.

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

18.11.2015 - Politische Heuristiken

Pflichtlektüre

Lau, R. R., & Redlawsk, D. P. (2001). Advantages and disadvantages of cognitive heuristics in political decision making. *American Journal of Political Science* **45**, 951–971.

Vertiefungslektüre

Gigerenzer, G., & Goldstein, D. G. (1996). Reasoning the fast and frugal way: Models of bounded rationality. *Psychological Review* **103**, 650–669.

Kahneman, D. (2011). *Thinking, Fast and Slow*. New York, NY: Farrar, Straus and Giroux.

Lau, R. R., & Redlawsk, D. P. (2006). *How voters decide: Information processing in election campaigns*. New York, NY: Cambridge University Press.

Lupia, A., & McCubbins, M. D. (1998). *The democratic dilemma: Can citizens learn what they need to know?* New York, NY: Cambridge University Press.

Referatstexte

Bartels, L. M. (1996). Uninformed votes: Information effects in presidential elections. *American Journal of Political Science* **40**, 194–230.

Cohen, G. L. (2003). Party over policy: The dominating impact of group influence on political beliefs. *Journal of Personality and Social Psychology* **85**, 808–822.

Lupia, A. (1994). Shortcuts versus encyclopedias: Information and voting behavior in California insurance reform elections. *American Political Science Review* **88**, 63–76.

25.11.2015 - Wahlkampfeffekte

Pflichtlektüre

Jacobson, G. C. (2015). How Do Campaigns Matter? *Annual Review of Political Science* **18**, 31-47.

Vertiefungslektüre

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

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

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.

Masket, S., Sides, J., & Vavreck, L. (2015): The Ground Game in the 2012 Presidential Election, *Political Communication*, Online First. DOI: 10.1080/10584609.2015.1029657

02.12.2015 - 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.

09.12.2015 - Wiederholung, Diskussion und Vorbesprechung der Hausarbeiten