

A5, Raum: 341 • 68131 Mannheim • Tel. 0621-181-2086 • andreas.jungherr@gmail.com

Ausgewählte Themen der Politischen Soziologie I: Das Internet in der Politischen Kommunikation (FS 2016)

Zeit und Ort: Mittwoch, 12:00-13:30 in A5, 6 Bauteil B, Raum 317

Start: 17. Februar 2016

Office hours: Dienstag, 15:30-16:30 in A5, 6 Raum 341

Kursinformationen: Digitale Dienste sind zu einem allgegenwärtigen Element politischer Kampagnen geworden. Dennoch sind die Effekte der wachsenden Nutzung digitaler Werkzeuge und des Internets in der politischen Kommunikation bisher nur ungenügend verstanden. Die öffentliche Diskussion schwankt zwischen zwei Polen. Einerseits erwarten manche Autoren eine tiefgreifende Veränderung der politischen Öffentlichkeit. Andere Autoren betonen wiederum die Bedeutungslosigkeit des Internets. Auch wenn die akademische Debatte etwas nuancierter ist gibt es auch hier keinen Konsens über die Rolle von digitalen Werkzeugen und dem Internet in der politischen Kommunikation. In diesem Seminar werden wir Schlüsseltexte dieser Debatte diskutieren. Hierbei werden wir uns auf die folgenden Themen konzentrieren: die Nutzung digitaler Werkzeuge durch Bürger zur Sammlung von Informationen und zum Kommentieren von Politik, die Nutzung digitaler Werkzeuge durch Politiker und Kandidaten und die Nutzung des Internets in Collective Action.

Für die Teilnahme ist die Kenntnis und Anwendung statistischer Methoden und Stata nicht notwendig.

Empfohlen für: 4. Semester

ECTS-Punkte: 5

Kursseite: <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
 - Vorbereitung der Pflichtlektüre für jede Sitzung. Dies bedeutet, dass Sie selbständig die im Seminarplan als *Pflichtlektüre* gelisteten Texte selbstständig 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

- 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.
- Vor Ihrem Referatstermin besuchen Sie bitte auch meine Sprechstunde und stellen mir die Kernpunkte Ihres Referates vor.

3. Hausarbeit

- In der Hausarbeit, ist eine Fragestellung zu den in dem Seminar behandelten Themenkomplexen zu wählen.
- Die Fragestellung der Hausarbeit ist bis zum 3. Juni 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. 15 wissenschaftliche 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, erste Zeile jedes Absatzes mit Einzug.
- 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 Montag 17.7. (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)

Überblickstexte:

- Basbøll, T. *Research as a Second Language*. <http://secondlanguage.blogspot.de>
- Chadwick, A. 2006. *Internet Politics: States, Citizens, and New Communication Technologies*. Oxford, UK et al.: Oxford University Press.
- Chadwick, A. & P. N. Howard (Eds.). 2009. *The Routledge Handbook of Internet Politics*. New York, NY et al.: Routledge.
- Jungherr, A. & Schoen, H. 2013. *Das Internet in Wahlkämpfen: Konzepte, Wirkungen und Kampagnenfunktionen*. Wiesbaden, DE: Springer VS.
- Perloff, R. M. 2014. *The Dynamics of Political Communication: Media and Politics in a Digital Age*. New York, NY: Routledge.
- Reynolds, G. 2012. *Presentation Zen: Simple Ideas on Presentation Design and Delivery*. 2. ed. Berkeley, CA: New Riders.
- Stromer-Galley, J. 2014. *Presidential Campaigning in the Internet Age*. Oxford, UK: Oxford University Press.

Sitzungen

17.02.2016 - Einführung, letzter Termin zur Vergabe von Referate

24.02.2016 - Keine Sitzung

02.03.2016 - Was ist das Internet? Stufen der historischen Entwicklung

Pflichtlektüre

Jungherr, A. & H. Schoen. 2013. "Technische Entwicklung und gesellschaftliche Erwartungen: Eine kurze politische Ideengeschichte des Internets". *Das Internet in Wahlkämpfen: Konzepte, Wirkungen und Kampagnenfunktionen*, 11-35. Wiesbaden, DE: Springer VS.

Hintergrundtexte

Abbate, J. 1999. *Inventing the Internet*. Cambridge, MA: The MIT Press.

Dreyfus, H. L. 2009. *On the Internet*. 2nd ed. Oxon, UK: Routledge.

Isaacson, W. 2014. "Ch 7: The Internet" & "Ch 10: Online" & "Ch 11: The Web". *The Innovators: How a Group of Hackers, Geniuses, and Geeks Created the Digital Revolution*, 217-262 & 383-404 & 405-466. New York, NY et al.: Simon & Schuster.

Turner, F. 2006. *From Counterculture to Cyberculture: Stewart Brand, the Whole Earth Network, and the Rise of Digital Utopianism*. Chicago, IL et al.: The University of Chicago Press.

09.03.2016 - Politische Erwartungen an das Internet

Pflichtlektüre

Neuman, W. R., B. Bimber & M. Hindman. 2011. "The Internet and Four Dimensions of Citizenship". In: *The Oxford Handbook of American Public Opinion and the Media*, Eds. R. Y. Shapiro & L. R. Jacobs, 22-42. Oxford, UK et al.: Oxford University Press.

Hintergrundtexte

Benkler, Y. 2006. *The Wealth of Networks: How Social Production Transforms Markets and Freedom*. New Haven, CT et al.: Yale University Press.

Farrell, H. 2012. "The Consequences of the Internet for Politics." *Annual Review of Political Science* 15: 35-52.

Wilhelm, A. G. 2000. *Democracy in the Digital Age: Challenges to Political Life in Cyberspace*. New York, NY et al.: Routledge.

Referatstexte

Freelon, D. 2010. "Analyzing online political discussion using three models of democratic communication". *New Media & Society* 12(7): 1172-1190.

Karpf, D. 2011. "Open Source Political Community Development: A Five Stage Adoption Process." *Journal of Information Technology & Politics* 8(3): 323-345.

Kreiss, D., M. Finn & F. Turner. 2010. "The limits of peer production: Some reminders from Max Weber for the network society". *New Media & Society* 13(2): 243-259.

16.03.2016 - Politische Nutzung des Internets: Empirische Erkenntnisse

Pflichtlektüre

Vaccari, C. 2013. "Ch 9: Online Political Information in Seven Countries" & "Ch 10: Socioeconomic Inequalities and Online Political Information" & "Ch 11: Political Attitudes and Online Information" & "Ch 12: Political Engagement, Mass Media Use, and Online Information". *Digital Politics in Western Democracies: A Comparative Study*, 131-137 & 138-152 & 153-175 & 176-189. Baltimore, MD: Johns Hopkins University Press.

Hintergrundtexte

Anduiza, E., M. J. Jensen, & L. Jorba (Eds.). 2012. *Digital Media and Political Engagement Worldwide: A Comparative Study*. Cambridge, MA: Cambridge University Press.

Referatstexte

Copeland, L. & B. Bimber. 2015. "Variation in the Relationship Between Digital Media Use and Political Participation in U.S. Elections Over Time, 1996–2012: Does Obama's Reelection Change the Picture?" *Journal of Information Technology & Politics* 12(1): 74-87.

Gil de Zúñiga, H., Molyneux, L., and Zheng, P. (2014). "Social media, political expression and political participation: Panel analysis of lagged and concurrent relationships." *Journal of Communication* 64(4): 612-634.

Schlozman, K. L., S. Verba, & H. E. Brady. 2010. "Weapon of the Strong? Participatory Inequality and the Internet." *Perspectives on Politics* 8(2): 487-509.

06.04.2016 - Die Nutzung von Webseiten durch Parteien

Pflichtlektüre

Vaccari, C. 2013. "Ch 5: Structures and Features of Political Websites" & "Ch 6: Disparities in Political Websites" & "Ch 7: Party Characteristics and Their Online Presence" & "Ch 8: What Drives the Online Presence of Parties and Candidates". *Digital Politics in Western Democracies: A Comparative Study*, 69-86 & 87-97 & 98-110 & 111-130. Baltimore, MD: Johns Hopkins University Press.

Hintergrundtexte

Bimber, B. & R. Davis. 2003. *Campaigning Online: The Internet in U.S. Elections*. Oxford, UK: Oxford University Press.

Kluver, R., N. W. Jankowski, K. A. Foot, & S. M. Schneider (Eds.). 2007. *The Internet and National Elections: A Comparative Study of Web Campaigning*. New York, NY: Routledge.

Referatstexte

Kruikemeier, S., A. P. Aparaschivei, H. G. Boomgaarden, G. Van Noort, & R. Vliegenthart. 2015. "Party and Candidate Websites: A Comparative Explanatory Analysis". *Mass Communication and Society* 18(6): 821-850.

Lilleker, D. G., K. Koc-Michalska, E. J. Schweitzer, M. Jacunski, N. Jackson, & T. Vedel. 2011. Informing, engaging, mobilizing or interacting: Searching for a European model of web campaigning. *European Journal of Communication* 26(3): 195–213.

13.04.2016 - Die Einbindung digitaler Werkzeuge in die Kampagnenorganisation

Pflichtlektüre

Kreiss, D. 2012. "Ch 5: Organisation the Obama Campaign". *Taking Our Country Back: The Crafting of Networked Politics from Howard Dean to Barack Obama*, 121-154. Oxford, UK et al.: Oxford University Press.

Hintergrundtexte

Earl, J. & R. Kimport. 2011. *Digitally enabled social change*. Cambridge, MA: MIT Press.

Referatstexte

Bimber, B., A. J. Flanagin, & C. Stohl. 2012. "Ch 4: The American Legion, AARP, and MoveOn in Collective Action Space". *Collective action in organizations: Interaction and engagement in an era of technological change*. Cambridge, MA: Cambridge University Press.

20.04.2016 - Das Internet als Koordinationswerkzeug und als Quelle von Ressourcen

Pflichtlektüre

Hindman, M. 2005. "The Real Lessons of Howard Dean: Reflections on the First Digital Campaign". *Perspectives on Politics* 3(1): 121-128.

Hintergrundtexte

Bimber, B. 2003. *Information and American Democracy: Technology in the Evolution of Political Power*. Cambridge, MA: Cambridge University Press.

Nielsen, R. K. 2011. "Mundane Internet Tools, Mobilizing Practices, and the Coproduction of Citizenship in Political Campaigns." *New Media & Society* 13(5): 755-771.

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

Referatstexte

Karpf, D. 2012. "Ch 1: The New Generation of Political Advocacy Groups" & "Ch 7: Innovation Edges, Advocacy Inflation, and Sedimentary Organizations". *The MoveOn Effect: The Unexpected Transformation of American Political Advocacy*, 3-21 & 156-172. Oxford, UK, et al.: Oxford University Press.

McKenna, E. & Han, H. 2015. "Ch 4: Building Depth by Investing in Relationships" & "Ch 5: Creating a Structure to Share Responsibility: Neighborhood Teams" & "Ch 6 Using Metrics to Get to Scale". *Groundbreakers: How Obama's 2.2 Million Volunteers Transformed Campaigning in America*, 89-129 & 130-152 & 153-182. Oxford, UK: Oxford University Press.

27.04.2016 - Data driven Campaigning

Pflichtlektüre

Nickerson, D. W. & T. Rogers. 2014. "Political Campaigns and Big Data". *Journal of Economic Perspectives* 28(2): 51–74.

Hintergrundtexte

Howard, P. N. 2006. *New Media Campaigns and the Managed Citizen*. New York, NY: Cambridge University Press.

Issenberg, S. 2012. *The Victory Lab: The Secret Science of Winning Campaigns*. New York, NY: Broadway Books.

Sides, J. & L. Vavreck. 2014. "Obama's Not-So-Big Data". *Pacific Standard* (January 21). <http://www.psmag.com/politics-and-law/obamas-big-data-inconclusive-results-political-campaigns-72687>

Referatstexte

Hersh, E. D. 2015. "Ch 2: The Perceived Voter Model". *Hacking the Electorate: How Campaigns Perceive Voters*, 24-44. Cambridge, MA: Cambridge University Press.

04.05.2016 - Die Nutzung digitaler Werkzeuge als Symbol politischer Kampagne

Pflichtlektüre

Kreiss, D. 2012. "Acting in the Public Sphere: The 2008 Obama Campaign's Strategic Use of New Media to Shape Narratives of the Presidential Race." *Media, Movements, and Political Change* **33**: 195-223.

Hintergrundtexte

Alexander, J.C. 2010. *The Performance of Politics: Obama's Victory and the Democratic Struggle for Power*. Oxford, UK et al.: Oxford University Press.

Chadwick, A. 2013. "Symphonic Consonance in Campaign Communication: Reinterpreting Obama for America". *The Hybrid Media System: Politics and Power*, 113-136. Oxford, UK et al.: Oxford University Press.

Stromer-Galley, J. 2000. "On-Line Interaction and Why Candidates Avoid it". *Journal of Communication* **50**(4): 111-132.

Referatstexte

Kreiss, D. 2011. "Open Source as Practice and Ideology: The Origin of Howard Dean's Innovations in Electoral Politics." *Journal of Information Technology & Politics* **8**(3): 367-382.

Kreiss, D. 2014. "Seizing the Moment: The Presidential Campaigns' Use of Twitter During the 2012 Electoral Cycle". *New Media & Society* (Online First).

Stromer-Galley, J. & A. B. Baker. 2006. "Joy and Sorrow of Interactivity on the Campaign Trail: Blogs in the Primary Campaign of Howard Dean." In: *The Internet Election: Perspectives on the Web in Campaign 2004*, Eds. A. P. Williams & J. C. Tedesco. Lanham, MD et al.: Rowman & Littlefield Publishers.

11.05.2016 - Wechselwirkungen zwischen politischer Medienberichterstattung und Online-Aktivität

Pflichtlektüre

Chadwick, A. 2011. "Britain's First Live Televised Party Leaders' Debate: From the News Cycle to the Political Information Cycle". *Parliamentary Affairs* **64**(1): 24-44.

Hintergrundtexte

Chadwick, A. 2013. *The Hybrid Media System: Politics and Power*. Oxford, UK et al.: Oxford University Press.

Referatstexte

Anstead, N. & B. O'Loughlin. 2014. "Social Media Analysis and Public Opinion: The 2010 UK General Election". *Journal of Computer-Mediated Communication* **20**(2): 204-220.

Jungherr, A. 2014. "The logic of political coverage on Twitter: Temporal dynamics and content." *Journal of Communication* **64**(2): 239-259.

Neuman, W. R., L. Guggenheim, S. M. Jang, & S. Y. & Bae. 2014. "The Dynamics of Public Attention: Agenda-Setting Theory Meets Big Data". *Journal of Communication* **64**(2): 193–214.

18.05.2016 - Echo chamber or marketplace of ideas

Pflichtlektüre

Scheufele, D. A. & M. C. Nisbet. 2012. Commentary: Online News and the Demise of Political Disagreement. *Communication Yearbook* **36**: 45-51.

Hintergrundtexte

McPherson, M., L. Smith-Lovin, & J. M. Cook. 2001. "Birds of a Feather: Homophily in Social Networks". *Annual Review of Sociology* **27**: 415-444.

Webster, J. G. 2014. *The Marketplace of Attention: How Audiences Take Shape in a Digital Age*. Cambridge, MA: MIT Press.

Referatstexte

Garrett, R. K. 2009. "Politically motivated reinforcement seeking: Reframing the selective exposure debate". *Journal of Communication* **59**(4): 676-699.

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

25.05.2016 - Forschung zu und mit digitalen Diensten

Pflichtlektüre

Karpf, D. 2012. "Social science research methods in internet time". *Information, Communication & Society* **15**(5): 639–661.

Hintergrundtexte

Cioffi-Revilla, C. 2014. *Introduction to Computational Social Science: Principles and Applications*. Heidelberg, DE et al.: Springer.

Jungherr, A. 2015. *Analyzing Political Communication with Digital Trace Data: The Role of Twitter Messages in Social Science Research*. Heidelberg, DE: Springer.

Rogers, R. 2013. *Digital Methods*. Cambridge, MA: MIT Press.

Referatstexte

Cioffi-Revilla, C. 2010. "Computational social science". *Wiley Interdisciplinary Reviews: Computational Statistics* **2**(3): 259–271.

Freelon, D. 2014. "On the Interpretation of Digital Trace Data in Communication and Social Computing Research". *Journal of Broadcasting & Electronic Media* **58**(1): 59-75.

Jungherr, A., H. Schoen, & P. Jürgens. 2015. The mediation of politics through Twitter: An analysis of messages posted during the campaign for the German federal election 2013. *Journal of Computer-Mediated Communication* **21**(1): 50-68.

Rogers, R. 2010. "Internet Research: The Question of Method". *Journal of Information Technology and Politics* **7**(2-3): 241-260.

01.06.2016 - Diskussion und Besprechung der bevorstehenden Hausarbeit