

Selected Topics in Political Sociology I: The Internet in Political Communication (FS 2015)

Time & Place: Tuesday, 13:45-15:15 in A5, 6 Bauteil B, room 244

Start: February 10, 2015

Office hours: Tuesday, 15:30-16:30 in A5, 6 room 341

Course Information: Digital services have become a common element in political campaigns. Still, the effects of the growing adoption of digital tools and the internet on political communication are far from certain. Public debate oscillates between the expectation of a significant transformation of the political sphere and claims to the internet's insignificance. While academic debate is more nuanced, it is far from offering a consensus on the effects of digital services and the internet on politics. Over the course of the seminar, we will discuss key-texts addressing the role of digital services and the internet in political communication. We will focus on people's use of digital services to gather information and comment on politics, the use of digital services by politicians and candidates, and in collective action.

For the participation in this course, proficiency in the application of statistics or the use of Stata is no prerequisite.

Recommended for: 4th semester

ECTS-points: 5

Course site: <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 6.6. 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 13.7. (00:00 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.

Syllabus

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)

Background readings:

- 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.

Sessions

10.02.2015 - Introduction, last date for the coordination of presentations

17.02.2015 - What is the internet? Stages in its historical development

Mandatory readings

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.

Optional readings

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

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.

24.02.2015 - The internet: expectations of political change

Mandatory readings

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.

Optional readings

- Benkler, Y. 2006. *The Wealth of Networks: How Social Production Transforms Markets and Freedom*. New Haven, CT et al.: Yale University Press.
- Wilhelm, A. G. 2000. *Democracy in the Digital Age: Challenges to Political Life in Cyberspace*. New York, NY et al.: Routledge.

Presentations

- 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.

03.03.2015 - Echo chamber or marketplace of ideas

Mandatory readings

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

Optional readings

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

Presentations

- 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.

10.03.2015 - News and political information on the internet

Mandatory readings

- Farrell, H. & D. W. Drezner. 2008. "The Power and Politics of Blogs" *Public Choice* **134**(1-2): 15-30.

Optional readings

- Tewksbury, D. & Jason Rittenberg. 2012. *News on the Internet: Information and Citizenship in the 21st Century*. Oxford, UK et al.: Oxford University Press.

Presentations

- Karpf, D. 2010. "Macaca Moments Reconsidered: Electoral Panopticon or Netroots Mobilization?" *Journal of Information Technology & Politics* **7**(2-3): 143-162.
- Lawrence, E., J. Sides & H. Farrell. 2010. "Self-Segregation or Deliberation? Blog Readership, Participation, and Polarization in American Politics." *Perspectives on Politics* **8**(1): 141-157.

17.03.2015 - The internet as tool for coordination and as a resource

Mandatory readings

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

Optional readings

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

Presentations

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

24.03.2015 - No session

14.04.2015 - Symbolic uses of the internet in campaigns

Mandatory readings

- 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.

Optional readings

- 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.

Presentations

- 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.

21.04.2015 - Digitally supported organization

Mandatory readings

- 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.

Optional readings

- McKenna, E. & Han, H. 2015. *Groundbreakers: How Obama's 2.2 Million Volunteers Transformed Campaigning in America*. Oxford, UK: Oxford University Press.
- Nielsen, R. K. 2012. *Ground Wars: Personalized Communication in Political Campaigns*. Princeton, NJ: Princeton University Press.
- Stromer-Galley, J. 2014. "Ch 5: 2008: Networked Campaigning and Controlled Interactivity". *Presidential Campaigning in the Internet Age*, 104-139. Oxford, UK: Oxford University Press.

Presentations

- Cogburn, D. L. & F. K. Espinoza-Vasquez. 2011. "From Networked Nominee to Networked Nation: Examining the Impact of Web 2.0 and Social Media on Political Participation and Civic Engagement in the 2008 Obama Campaign". *Journal of Political Marketing* 10(1-2): 189-213.

- Enos, R. D. & E. D. Hersh. 2014. "Party Activists as Campaign Advertisers: The Ground Campaign as a Principal-Agent Problem". *American Political Science Review* (Forthcoming).
- Nielsen, R. K. 2009. "The Labors of Internet-Assisted Activism: Overcommunication, Miscommunication, and Communicative Overload". *Journal of Information Technology & Politics* 6(3): 267-280.

28.04.2015 - Data driven campaigning

Mandatory readings

Stromer-Galley, J. 2014. "Ch 6: 2012: Data-Driven Networked Campaigning". *Presidential Campaigning in the Internet Age*, 140-170. Oxford, UK: Oxford University Press.

Optional readings

- 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.
- Issenberg, S. 2014. "How the Democrats Can Avoid Going Down This November: The new science of Democratic survival". *New Republic* (April 27). <http://www.newrepublic.com/article/117520/how-democrats-can-avoid-going-down-2014-midterm-election>
- Madrigal, A. C. 2012. "When the Nerds Go Marching In". *The Atlantic* (November 16). http://www.theatlantic.com/technology/archive/2012/11/when-the-nerds-go-marching-in/265325/?single_page=true
- 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>

Presentations

- Enos, R. D. & A. Fowler. *The Effects of Large-Scale Campaigns on Voter Turnout: Evidence from 400 Million Voter Contacts*. (Working Paper). http://people.hmdc.harvard.edu/~renos/papers/EnosFowlerGOTV/EnosFowler_AggregateGOTV.pdf
- Hersh, E. D. & B. F. Schaffner. 2013. "Targeted Campaign Appeals and the Value of Ambiguity". *The Journal of Politics* 75(2): 520-534.
- Nickerson, D. W. "Political Campaigns and Big Data". *Journal of Economic Perspectives* 28(2): 51-74.

05.05.2015 - The interaction between online communication and political media coverage

Mandatory readings

Chadwick, A. 2013. "Ch 3: The Contemporary Context of Hybridity". *The Hybrid Media System: Politics and Power*, 42-59. Oxford, UK et al.: Oxford University Press.

Optional readings

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

Presentations

- 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.
- Jungherr, A. 2014. "The logic of political coverage on Twitter: Temporal dynamics and content." *Journal of Communication* 64(2): 239-259.
- Trilling, D. 2014. "Two Different Debates? Investigating the Relationship Between a Political Debate on TV and Simultaneous Comments on Twitter". *Social Science Computer Review* (Online First).

12.05.2015 - The use of digital tools in collective action

Mandatory readings

Bennett, W. L. & A. Segerberg. 2012. "The Logic of Connective Action: Digital Media and the Personalization of Contentious Politics." *Information, Communication & Society* 15(5): 739-768.

Optional readings

Bennett, W. L. & A. Segerberg. 2013. *The Logic of Connective Action: Digital Media and the Personalization of Contentious Politics*. Cambridge, MA et al.: Cambridge University Press.

Bimber, B., A. J. Flanagin & C. Stohl. 2012. *Collective Action in Organizations: Interaction and Engagement in an Era of Technological Change*. Cambridge, MA et al.: Cambridge University Press.

Howard, P. N. & M. Hussain. 2013. *Democracy's Fourth Wave? Digital Media and the Arab Spring*. New York, NY et al.: Oxford University Press.

Presentations

Hussain, M. M. & P. N. Howard. 2013. "What Best Explains Successful Protest Cascades? ICTs and the Fuzzy Causes of the Arab Spring." *International Studies Review* (15)1: 48-66.

Jungherr, A. & P. Jürgens. 2014. "Through a glass, darkly: tactical support and symbolic association in Twitter messages commenting on Stuttgart 21." *Social Science Computer Review* 32(1): 74-89.

Tufekci, Z. & C. Wilson. 2012. "Social Media and the Decision to Participate in Political Protest: Observations From Tahrir Square". *Journal of Communication* 62(2): 363-379.

19.05.2015 - Research on and with the internet

Mandatory readings

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

Optional readings

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

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

Presentations

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.

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

26.05.2015 - Discussion of open questions and the preparation of term papers