

Die Analyse politischer Effekte Digitaler Medien—Methoden und Konzepte: Kursplan

Junprof. Dr. Andreas Jungherr

Raum: D 307
Postfach 85
Universitätsstraße 10
78464 Konstanz

Telefon: +49-7531-882150
Email: andreas.jungherr@gmail.com

Sprechstunde: Nach Absprache

Sekretariat:
Karin Becker
Raum: D 312
Telefon: +49-7531-882602
Email: office.cdm@uni-konstanz.de

1 Beschreibung

Digitale Medien beeinflussen eine immer größere Zahl politischer Prozesse und Bereiche. Die Untersuchung ihrer spezifischen Charakteristiken und Effekte ist damit eine Kernaufgabe zeitgenössischer Politikwissenschaft. In diesem Seminar lernen Studierende, relevante Konzepte, Methoden und Datensätze für die Analyse unterschiedlicher politischer Effekte digitaler Medien kennen. Hierbei liegt der Schwerpunkt des Seminars darauf, dass Studierende lernen, Konzepte und theoretische Wirkungsannahmen zu operationalisieren und anhand bestehender oder von ihnen erhobenen Datensätze empirisch zu untersuchen. Vorkenntnisse in der Nutzung quantitativer empirischer Methoden und der Nutzung von Programmen zur computergestützten Datenanalyse sind empfohlen. Prüfungsleistungen bestehen aus Präsentationen im Seminar, in Gruppenarbeit entwickelter Forschungsdesigns und der Abgabe einer empirischen Hausarbeit nach Ende des Seminars.

Lernziele: Studierende lernen ihre Erwartungen der Effekte digitaler Medien in der Politik in empirische Untersuchungsdesigns zu übersetzen und diese anhand empirischer Daten und Methoden umzusetzen.

2 Anforderungen

2.1 Gruppenarbeit

Der Schwerpunkt des Kurses liegt in Ihrer Entwicklung eines empirischen Forschungsprojekts auf Basis von durch einer durch Sie gewählten Fragestellung. Das Forschungsprojekt werden Sie in Gruppenarbeit gemeinsam mit anderen Studierenden entwickeln.

2.2 Reguläre und aktive Teilnahme

In den einführenden thematischen Sitzungen werden einige typische Themenfelder in der Untersuchung politischer Effekte von digitalen Medien vorgestellt. Damit Sie von dieser Diskussion profitieren ist es wichtig, dass Sie die Pflichtlektüre in Vorfeld der entsprechenden Sitzungen vorbereiten und sich aktiv an der Diskussion beteiligen. Diese Teilnahme wird nicht bewertet.

Für die Sitzungswochen 2-6 finden Sie zusätzlich zu Pflicht- und Referatstexten zwei *Diskussionsfragen* zur Pflichtlektüre. Diese Fragen werden zu Beginn der Sitzung in Kleingruppen diskutiert. Bereiten Sie also bitte beide Fragen im Vorfeld der Sitzung vor.

Die unter *Hintergrund* aufgeführten Texte sind als optionale vertiefende Lektüre gedacht, die Ihnen zusätzliche Perspektiven auf die entsprechenden Debatten bieten. In der Suche nach einer Fragestellung sollten Sie diese und thematisch relevante Präsentationstexte konsultieren.

2.3 Präsentationen

Im Rahmen des Seminars werden die Gruppen gebeten drei Präsentationen zu halten:

1. Die erste Präsentation stellt entweder typische empirische Studien in der Bearbeitung ausgewählter thematisch relevanter Studien oder ausgewählte Datensätze vor:
 - Bitte planen Sie die Dauer der Präsentation für etwa 15 Minuten;
 - Bitte bereiten Sie die Präsentation mit einem Programm Ihrer Wahl vor (außer Prezi);
 - Bitte bereiten Sie ein ein- bis zweiseitiges Handout für Ihre Kommilitonen vor;
 - Bitte laden Sie das Handout am Tag der Präsentation in den Kurs-Dropboxordner. Bitte nutzen Sie die folgende Konvention für den Namen Ihrer Handout-Datei
"Name-handout.pdf";
 - Die Präsentation wird bewertet und macht 15% Ihrer finalen Note aus.

Bitte beachten Sie für die Präsentation von ausgewählten Studien die folgenden Leitfragen:

- Welche Aspekte der Wirkung digitaler Medien auf Politik thematisiert der Text?
- Anhand von welchen Daten lassen sich die vorgeschlagenen Mechanismen und Effekte dokumentieren/widerlegen?

- Zu welchem Schluss kommt der Text?

Bitte beachten Sie für die Präsentation von ausgewählten Datensätzen die folgenden Leitfragen:

- Wie wurden/werden die Daten erhoben?
 - Welche Population wird durch den Datensatz abgedeckt?
 - Welche Fragen oder welche Elemente des Datensatzes erlauben Rückschlüsse auf die Wirkung digitaler Medien auf Politik?
2. Für die zweite Präsentation in der 10. Seminarwoche stellen Sie bitte in einer Gruppenpräsentation Ihr Forschungsvorhaben (i.e. Forschungsfrage, Datensatz, Forschungsdesign) vor:
- Bitte planen Sie die Dauer der Präsentation für etwa 15 Minuten;
 - Bitte bereiten Sie die Präsentation mit einem Programm Ihrer Wahl vor (außer Prezi);
 - Bitte bereiten Sie ein einseitiges Handout für Ihre Kommilitonen vor;
 - Bitte laden Sie das Handout am Tag der Präsentation in den Kurs-Dropboxordner. Bitte nutzen Sie die folgende Konvention für den Namen Ihrer Handout-Datei
`"Name_ihres_Teams-handout1.pdf"`;
 - Die Präsentation wird bewertet und macht 15% Ihrer finalen Note aus.
3. Für die dritte Präsentation der Ergebnisse Ihrer Gruppenarbeit in der 14. Seminarwoche beachten Sie bitten den folgenden Vorgaben:
- Bitte planen Sie die Dauer der Präsentation für etwa 15 Minuten;
 - Bitte bereiten Sie die Präsentation mit einem Programm Ihrer Wahl vor (außer Prezi);
 - Bitte bereiten Sie ein ein- bis zweiseitiges Handout für Ihre Kommilitonen vor;
 - Bitte laden Sie das Handout am Tag der Präsentation in den Kurs-Dropboxordner. Bitte nutzen Sie die folgende Konvention für den Namen Ihrer Handout-Datei
`"Name_ihres_Teams-handout2.pdf"`;
 - Die Präsentation wird bewertet und macht 15% Ihrer finalen Note aus.

2.4 Ergebnisbericht

Die Gruppen reichen am Ende des Semesters einen schriftlichen Ergebnisbericht Ihres Forschungsprojektes ein. Dieser beinhaltet:

- Entwicklung Ihrer Forschungsfrage,
- Beschreibung und Begründung der Wahl Ihres Datensatz,
- theoretische Herleitung von Hypothesen und ihrer Messung durch Variablen,

- Analyse,
- Ergebnisse.

Bitte folgen Sie bei der Erstellung Ihres Ergebnisberichts den folgenden Vorgaben:

- Stilvorgaben:
 - Schriftart: Times New Roman, 12pt;
 - Zeilenabstand: 1.5;
 - Seitenränder: 2.5 cm links und rechts, 2cm oben und unten;
 - Satzart: Blocksatz;
 - Die erste Zeile jedes Absatzes ist eingerückt.
- Zitatstil: Bitte folgen Sie dem Zitierstil des American Political Science Review (APSR), verfügbar unter <https://www.apsanet.org/APSR-Submission-Guidelines>;
- Titelblatt: Namen der Gruppenmitglieder, Universitätszugehörigkeit, Abteilung, Kurstitel, Titel des Berichts, Matrikelnummer, Semesterzahl, Studiengang und E-Mail Adresse;
- Länge: ca. 4000 Worte +/-10%;
- Bitte nutzen Sie die folgende Konvention für Ihre Dateinamen "Name_ihres_Teams-Papier_Titel...";
- Abgabe: Bitte reichen Sie den Ergebnisbericht zum Ende des Wintersemesters (BA: 31. März; MA: 15. April) elektronisch unter andreas.jungherr@gmail.com ein. Zusätzlich reichen Sie bitte eine ausgedruckte Version bei Karin Becker (Raum D 312) ein. Das Abgabedatum ist verpflichtend und kann nur im Fall von Krankheit verlängert werden;
- Der Ergebnisbericht wird bewertet und macht 55% Ihrer finalen Note aus.

3 How To?

3.1 Computational Methods

- Bryce Boe. 2017. *PRAW: The Python Reddit Api Wrapper*. Read the Docs. <https://praw.readthedocs.io/en/v6.4.0/>.
- Michael Bukachi. 2019. "Extracting YouTube Comments with YouTube API & Python". *Gotrained Python Tutorials*. <https://python.gotrained.com/youtube-api-extracting-comments/>.
- Jonathan D. Fitzgerald. 2018. "Working with The New York Times API in R". *Storybench*. <http://www.storybench.org/working-with-the-new-york-times-api-in-r/>.
- Pascal Jürgens und Andreas Jungherr. 2016. *A Tutorial for Using Twitter-Data in the Social Sciences: Data Collection, Preparation, and Analysis*. Social Science Research

Network (SSRN). doi:10.2139/ssrn.2710146. <http://ssrn.com/abstract=2710146>.

- Dana Lindquist. 2019. “Using New York Times API and jq to collect news data”. *Medium*. <https://medium.com/@danalindquist/using-new-york-times-api-and-jq-to-collect-news-data-a5f386c7237b>.
- Felipe Rodrigues. 2018. “How to scrape Reddit with Python”. *Storybench*. <http://www.storybench.org/how-to-scrape-reddit-with-python/>.
- Matthew A. Russell. 2019. *Mining the Social Web*. 3. Aufl. Sebastopol: O’Reilly Media.
- Matthew J. Salganik. 2017. *Bit By Bit: Social Research in the Digital Age*. Princeton: Princeton University Press.
- Zachary C. Steinert-Threkeld. 2018. *Twitter as Data*. Cambridge: Cambridge University Press.

3.2 Präsentieren

- Jonathan Schwabish. 2017. *Better Presentations: A Guide for Scholars, Researchers, and Wonks*. New York, NY: Columbia University Press.

3.3 Qualitative Analysen

- Kathy Charmaz. 2014. *Constructing Grounded Theory*. 2. Aufl. Thousand Oaks: SAGE Publications.
- John W. Creswell und Cheryl N. Poth. 2018. *Qualitative Inquiry and Research Design: Choosing Among Five Approaches*. 3. Aufl. Thousand Oaks: SAGE Publications.

3.4 Quantitative Analysen

- Benjamin S. Baumer, Daniel T. Kaplan und Nicholas J. Horton. 2017. *Modern Data Science with R*. Boca Raton: CRC Press.
- Daniel T. Kaplan. 2012. *Statistical Modeling: A Fresh Approach*. 2. Aufl. Project MOSAIC.
- Richard McElreath. 2016. *Statistical Rethinking: A Bayesian Course with Examples in R and Stan*. Boca Raton: CRC Press.

3.5 Research Design

- Howard S. Becker. 1998. *Tricks of the Trade: How to Think About Your Research While You’re Doing It*. Chicago: The University of Chicago Press.
- Christopher Howard. 2017. *Thinking Like a Political Scientist: A Practical Guide to Research Methods*. Chicago: The University of Chicago Press.
- Paul M. Kellstedt und Guy D. Whittle. 2018. *The Fundamentals of Political Science Research*. 3. Aufl. Cambridge: Cambridge University Press.

3.6 Schreiben

- Thomas Basbøll. 2018a. “The Paper”. *Inframethodology*. https://blog.cbs.dk/inframethodology/?page_id=614.
- Thomas Basbøll. 2018b. “The Paragraph”. *Inframethodology*. https://blog.cbs.dk/inframethodology/?page_id=612.
- Thomas Basbøll. 2018c. “The Rules”. *Inframethodology*. https://blog.cbs.dk/inframethodology/?page_id=599.
- Thomas Basbøll. 2018d. “The Scholar”. *Inframethodology*. https://blog.cbs.dk/inframethodology/?page_id=609.
- Howard S. Becker. 2007. *Writing for Social Scientists: How to Start and Finish Your Thesis, Book, or Article*. 2. Aufl. Champaign: University of Chicago Press.
- Wendy Laura Belcher. 2019. *Writing Your Journal Article in 12 Weeks: A Guide to Academic Publishing Success*. 2. Aufl. Chicago: The University of Chicago Press.
- Steven Pinker. 2014. *The Sense of Style: The Thinking Person’s Guide to Writing in the 21st Century*. New York: Viking.
- Francis-Noël Thomas und Mark Turner. 2011. *Clear and Simple as the Truth: Writing Classic Prose*. 2. Aufl. Princeton, NJ: Princeton University Press.

3.7 Umfragen

- Robert M. Groves u. a. 2009. *Survey Methodology*. 2. Aufl. Hoboken: Wiley.
- Roger Tourangeau, Lance J. Rips und Kenneth Rasinski. 2000. *The Psychology of Survey Response*. Cambridge: Cambridge University Press.

4 Ablauf

Wir treffen uns an den folgenden Terminen und Zeiten:

Donnerstags 11:45–13:15 (C421)

- 4.1 1. Woche: Überblick (24. Oktober)
 - 4.2 2. Woche: Informationsfluss in zeitgenössischen Mediensystemen (31. Oktober)
 - 4.3 3. Woche: Kommunikation in politisch homogenen und heterogenen Kommunikationsumfeldern: Echo-Kammern und Filter-Blasen (7. November)
 - 4.4 4. Woche: Keine Veranstaltung (14. November)
 - 4.5 5. Woche: Aktivismus: Aktivierung der Desinteressierten oder Ermächtigung der Ermächtigten? (21. November)
 - 4.6 6. Woche: Demokratie (28. November)
 - 4.7 7. Woche: Keine Veranstaltung (5. Dezember)
 - 4.8 8. Woche: Datensets (12. Dezember)
 - 4.9 9. Woche: Gruppenbildung, Themenfindung und Elevator Pitch (19. Dezember)
 - 4.10 10. Woche: Präsentationen 1: Research Design (9. Januar)
 - 4.11 11. Woche: Gruppenarbeit 1 (16. Januar)
 - 4.12 12. Woche: Gruppenarbeit 2 (23. Januar)
 - 4.13 13. Woche: Gruppenarbeit 3 (30. Januar)
 - 4.14 14. Woche: Präsentationen 2: Forschungsprojekt und Ergebnisse (6. Februar)
 - 4.15 15. Woche: Diskussion und Ausblick (13. Februar)
-

4.1 1. Woche: Überblick (24. Oktober)

Informationen zum Kursablauf, Anforderungen und Gruppenarbeit.

Pflichtlektüre:

– W. Russell Neuman, Bruce Bimber und Matthew Hindman. 2011. “The Internet and Four Dimensions of Citizenship”. Kap. 2 in *The Oxford handbook of American public opinion and the media*, hrsg. von Robert Y. Shapiro und Lawrence R. Jacobs, 22–42. Oxford, UK: Oxford University Press. doi:10.1093/oxfordhb/9780199545636.003.0002.

Hintergrund:

– Andreas Jungherr. 2017. “Das Internet in der politischen Kommunikation: Forschungsstand und Perspektiven”. *PVS: Politische Vierteljahresschrift* 58 (2): 284–315. doi:10.5771/0032-3470-2017-2-284.

– W. Russell Neuman. 2016. *The Digital Difference: Media Technology and the Theory of Communication Effects*. Cambridge, MA: Harvard University Press.

4.2 2. Woche: Informationsfluss in zeitgenössischen Mediensystemen (31. Oktober)

Pflichtlektüre:

– Andreas Jungherr, Oliver Posegga und Jisun An. 2019. “Discursive Power in Contemporary Media Systems: A Comparative Framework”. *The International Journal of Press/Politics* 24 (4): 404–425. doi:10.1177/1940161219841543.

Diskussion:

- Gruppe 1: Stellen Sie einen aktuellen Fall dar, der den in der Pflichtlektüre besprochenen Mechanismen entspricht.
- Gruppe 2: Stellen Sie einen aktuellen Fall dar, der den in der Pflichtlektüre besprochenen Mechanismen widerspricht.

Hintergrund:

– Yochai Benkler, Robert Faris und Hal Roberts. 2018. *Network Propaganda: Manipulation, Disinformation, and Radicalization in American Politics*. New York: Oxford University Press. doi:10.1093/oso/9780190923624.001.0001.

– Amber E. Boydstun und Annelise Russell. 2016. “From Crisis to Stasis: Media Dynamics and Issue Attention in the News”. In *Oxford Research Encyclopedia of Politics*. New York: Oxford University Press. doi:10.1093/acrefore/9780190228637.013.56.

– Andrew Chadwick. 2017. *The Hybrid Media System: Politics and Power*. 2. Aufl. Oxford, UK: Oxford University Press.

– Maxwell E. McCombs. 2014. *Setting the Agenda: Mass Media and Public Opinion*. 2. Aufl. Cambridge, UK: Polity Press.

– Ralph Schroeder. 2018. *Social Theory after the Internet: Media, Technology and Globalization*. London, UK: UCL Press. doi:10.14324/111.9781787351226.

- Kjerstin Thorson und Chris Wells. 2016. “Curated Flows: A Framework for Mapping Media Exposure in the Digital Age”. *Communication Theory* 26 (3): 309–328. doi:10.1111/comt.12087.

Präsentationen:

- Raymond A. Harder, Julie Sevenans und Peter Van Aelst. 2017. “Intermedia Agenda Setting in the Social Media Age: How Traditional Players Dominate the News Agenda in Election Times”. *The International Journal of Press/Politics* 22 (3): 275–293. doi:10.1177/1940161217704969.
- W. Russell Neuman u. a. 2014. “The Dynamics of Public Attention: Agenda-Setting Theory Meets Big Data”. *Journal of Communication* 64 (2): 193–214. doi:10.1111/jcom.12088.
- Oliver Posegga und Andreas Jungherr. 2019. “Characterizing Political Talk on Twitter: A Comparison Between Public Agenda, Media Agendas, and the Twitter Agenda with Regard to Topics and Dynamics”. In *HICSS 2019: Proceedings of the 52nd Hawaii International Conference on System Science*, 2590–2599. University of Hawaii at Manoa: Scholarspace. doi:10125/59697.
- Chris J. Vargo, Lei Guo und Michelle A. Amazeen. 2018. “The agenda-setting power of fake news: A big data analysis of the online media landscape from 2014 to 2016”. *New Media & Society* 20 (5): 2028–2049. doi:10.1177/1461444817712086.

4.3 3. Woche: Kommunikation in politisch homogenen und heterogenen Kommunikationsumfeldern: Echo-Kammern und Filter-Blasen (7. November)

Pflichtlektüre:

- Seth Flaxman, Sharad Goel und Justin M. Rao. 2016. “Filter Bubbles, Echo Chambers, and Online News Consumption”. *Public Opinion Quarterly* 80 (1): 298–320. doi:10.1093/poq/nfw006.

Diskussion:

- Gruppe 1: Wo widerspricht der Text und die Befunde Ihrer Erfahrung, Ihrem Verhalten oder dem Ihrer Bekannten?
- Gruppe 2: Finden Sie 5 Punkte warum dieses Papier irren könnte.

Hintergrund:

- Diana C. Mutz. 2006. *Hearing the Other Side: Deliberative Versus Participatory Democracy*. Cambridge: Cambridge University Press.
- W. Russell Neuman. 1991. *The Future of the Mass Audience*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Eli Pariser. 2011. *The Filter Bubble: What the Internet is Hiding From You*. New York: The Penguin Press.
- Jaime E. Settle. 2018. *Frenemies: How Social Media Polarizes America*. Cambridge: Cambridge University Press.

- Cass R. Sunstein. 2017. *#Republic: Divided Democracy in the Age of Social Media*. Princeton: Princeton University Press.
- James G. Webster. 2014. *The Marketplace of Attention: How Audiences Take Shape in a Digital Age*. Boston, MA: The MIT Press.

Präsentationen:

- Jisun An u. a. 2019. “Political Discussions in Homogeneous and Cross-Cutting Communication Spaces”. In *ICWSM 2019: Proceedings of the Thirteenth International AAAI Conference on Web and Social Media*, hrsg. von Jürgen Pfeffer u. a., 68–79. Menlo Park: Association for the Advancement of Artificial Intelligence (AAAI).
- Christopher A. Bail u. a. 2018. “Exposure to opposing views on social media can increase political polarization”. *Proceedings of the National Academy of Sciences* 115 (37): 9216–9221. doi:10.1073/pnas.1804840115.
- Matthew Gentzkow und Jesse M. Shapiro. 2011. “Ideological Segregation Online and Offline”. *The Quarterly Journal of Economics* 126 (4): 1799–1839. doi:10.1093/qje/qjr044.
- Diana C. Mutz. 2002. “The Consequences of Cross-Cutting Networks for Political Participation”. *American Journal of Political Science* 46 (4): 838–855. doi:10.2307/3088437.

4.4 4. Woche: Keine Veranstaltung (14. November)

4.5 5. Woche: Aktivismus: Aktivierung der Desinteressierten oder Ermächtigung der Ermächtigten? (21. November)

Pflichtlektüre:

- Shelley Boulianne. 2018. “Revolution in the making? Social media effects across the globe”. *Information, Communication & Society* 22 (1): 39–54. doi:10.1080/1369118X.2017.1353641.

Diskussion:

- Gruppe 1: Was sind die Belege, die die Autoren für ihre Sicht der Welt vorbringen?
- Gruppe 2: Identifizieren Sie fünf Punkte in dem Text bei denen die Autoren Entscheidungen in Konzeptualisierung, Operationalisierung und Interpretation treffen. Identifizieren Sie die Gründe für diese Entscheidungen, ihre Konsequenzen und entwickeln Sie Alternativen.

Hintergrund:

- W. Lance Bennett und Alexandra Segerberg. 2013. *The Logic of Connective Action: Digital Media and the Personalization of Contentious Politics*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Paolo Gerbaudo. 2017. *The Mask and the Flag: Populism, Citizenism and Global Protest*. London: Hurst & Company.
- Martin Gurri. 2018. *The Revolt of The Public and the Crisis of Authority in the New Millennium*. 2. Aufl. San Francisco: Stripe Press.

- Yannis Theocharis und Jan W. van Deth. 2018b. “The continuous expansion of citizen participation: a new taxonomy”. *European Political Science Review* 10 (1): 139–163. doi:10.1017/S1755773916000230.
- Yannis Theocharis und Jan W. van Deth. 2018a. *Political Participation in a Changing World: Conceptual and Empirical Challenges in the Study of Citizen Engagement*. New York: Routledge.

Präsentationen:

- Yarimar Bonilla und Jonathan Rosa. 2015. “#Ferguson: Digital protest, hashtag ethnography, and the racial politics of social media in the United States”. *American Ethnologist* 42 (1): 4–17. doi:10.1111/amet.12112.
- Shelley Boulianne und Yannis Theocharis. 2018. “Young People, Digital Media, and Engagement: A Meta-Analysis of Research”. *Social Science Computer Review*. doi:10.1177/0894439318814190.
- Kay Lehman Schlozman, Sidney Verba und Henry E. Brady. 2010. “Weapon of the Strong? Participatory Inequality and the Internet”. *Perspectives on Politics* 8 (2): 487–509. doi:10.1017/S1537592710001210.
- Yannis Theocharis u. a. 2015. “Using Twitter to mobilize protest action: Online mobilization patterns and action repertoires in the Occupy Wall Street, Indignados, and Aganaktismenoi movements”. *Information, Communication & Society* 18 (2): 202–220. doi:10.1080/1369118X.2014.948035.

4.6 6. Woche: Demokratie (28. November)

Pflichtlektüre:

- Joshua A. Tucker u. a. 2017. “From Liberation to Turmoil: Social Media and Democracy”. *Journal of Democracy* 28 (4): 46–59.

Diskussion:

- Gruppe 1: Was an diesem Text überrascht Sie und verändert Ihr Verständnis der Welt?
- Gruppe 2: Wo irrt dieser Text und bietet gleichzeitig eine interessante Perspektive?

Hintergrund:

- Catie Snow Bailard. 2014. *Democracy’s Double-Edged Sword: How Internet Use Changes Citizens’ Views of Their Government*. Baltimore: Johns Hopkins University Press.
- Bruce Bimber. 2003. *Information and American Democracy: Technology in the Evolution of Political Power*. Cambridge, UK: Cambridge University Press.
- Paolo Gerbaudo. 2019. *The Digital Party: Political Organisation and Online Democracy*. London: Pluto Press.
- Jonathan M. Ladd. 2012. *Why Americans Hate the Media and How It Matters*. Princeton: Princeton University Press.
- Michael A. Neblo, Kevin M. Esterling und David Lazer. 2018. *Politics with the People:*

- Building a Directly Representative Democracy*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Adam Przeworski. 2019. *Crises of Democracy*. Cambridge: Cambridge University Press.
 - Margaret E. Roberts. 2018. *Censored: Distraction and Diversion Inside China’s Great Firewall*. Princeton, NJ: Princeton University Press.
 - Nils B. Weidmann und Espen Geelmuyden Rød. 2019. *The Internet and Political Protest in Autocracies*. New York: Oxford University Press.

Präsentationen:

- Bruce Bimber und Lauren Copeland. 2013. “Digital Media and Traditional Political Participation Over Time in the U.S.” *Journal of Information Technology & Politics* 10 (2): 125–137. doi:10.1080/19331681.2013.769925.
- Lauren Copeland und Bruce 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. doi:10.1080/19331681.2014.975391.
- Andreas Jungherr, Ralph Schroeder und Sebastian Stier. 2019. “Digital Media and the Surge of Political Outsiders: Explaining the Success of Political Challengers in the United States, Germany, and China”. *Social Media + Society* 5 (3): 1–12. doi:10.1177/2056305119875439.
- Elad Klein und Joshua Robison. 2019. “Like, Post, and Distrust? How Social Media Use Affects Trust in Government”. *Political Communication*. doi:10.1080/10584609.2019.1661891.
- Erik C. Nisbet, Elizabeth Stoycheff und Katy E. Pearce. 2012. “Internet Use and Democratic Demands: A Multinational, Multilevel Model of Internet Use and Citizen Attitudes About Democracy”. *Journal of Communication* 62 (2): 249–265. doi:10.1111/j.1460-2466.2012.01627.x.
- Nathaniel Persily. 2017. “The 2016 U.S. Election: Can Democracy Survive the Internet?” *Journal of Democracy* 28, Nr. 2 (): 63–76.
- Elizabeth Stoycheff und Erik C. Nisbet. 2014. “What’s the Bandwidth for Democracy? Deconstructing Internet Penetration and Citizen Attitudes About Governance”. *Political Communication* 31 (4): 628–646. doi:10.1080/10584609.2013.852641.

4.7 7. Woche: Keine Veranstaltung (5. Dezember)

4.8 8. Woche: Datensets (12. Dezember)

Medienberichte:

- LexisNexis: <https://www.lexisnexis.de>
- MediaCloud API: <https://mediacloud.org/support>
- New York Times API: <https://developer.nytimes.com>
- News API: <https://newsapi.org>

- news-please: <https://github.com/fhamborg/news-please>
- Die ZEIT API: <http://developer.zeit.de/index/>

Umfragen:

- American National Election Studies: <https://electionstudies.org>
- The British Election Study: <https://www.britishelectionstudy.com>
- Eurobarometer: <https://www.europarl.europa.eu/at-your-service/de/be-heard/eurobarometer>
- European Social Survey: <https://www.europeansocialsurvey.org>
- German Longitudinal Election Study: <https://www.gesis.org/wahlen/gles/daten/>

Social Media:

- Facebook: <https://developers.facebook.com/>
- Instagram: <https://www.instagram.com/developer/>
- Reddit API: <https://www.reddit.com/dev/api/>
- Twitter API: <https://developer.twitter.com/>
- YouTube API: <https://developers.google.com/youtube/v3>

4.9 9. Woche: Gruppenbildung, Themenfindung und Elevator Pitch (19. Dezember)

4.10 10. Woche: Präsentationen 1: Research Design (9. Januar)

Präsentieren Sie Ihre Forschungsfragen, Datenset und Analysestrategie.

4.11 11. Woche: Gruppenarbeit 1 (16. Januar)

Entwickeln Sie über die nächsten drei Sitzungen Ihre finale Analyse und bereiten Sie Ihren Ergebnisbericht vor. Dies beinhaltet die

- Entwicklung Ihrer Forschungsfrage,
- Beschreibung und Begründung der Wahl Ihres Datensets,
- theoretische Herleitung von Hypothesen und ihrer Messung durch Variablen,
- Analyse,
- Ergebnisse.

4.12 12. Woche: Gruppenarbeit 2 (23. Januar)

4.13 13. Woche: Gruppenarbeit 3 (30. Januar)

4.14 14. Woche: Präsentationen 2: Forschungsprojekt und Ergebnisse (6. Februar)

Präsentieren Sie Ihr Forschungsprojekt.

4.15 15. Woche: Diskussion und Ausblick (13. Februar)