

# ÖK-G1

## Gesellschaftliche Kommunikation und Öffentlichkeit: Syllabus

Univ-Prof. Dr. Andreas Jungherr

### **Kontakt:**

Email: andreas.jungherr@uni-jena.de  
Ernst-Abbe-Platz 8  
07743 Jena

### **Sekretariat:**

Mandy Fickler-Tübel  
Email: mandy.fickler@uni-jena.de  
Phone: +49 3641 9-44930  
Raum 322  
Ernst-Abbe-Platz 8  
07743 Jena

## **1 Kursbeschreibung**

Das Modul gibt einen vertieften Einblick in die Geschichte, Begriffe, Theorien und Methoden an der Schnittstelle zwischen digitaler Kommunikation gesellschaftlicher Kommunikation und Öffentlichkeit. Hierbei werden technisches Design, menschliche Nutzungsmuster und wechselseitiger Einfluss von digitaler Kommunikation, Öffentlichkeiten und Gesellschaft in Hinblick auf ihre Auswirkung auf Politik und gesellschaftliche Kommunikation diskutiert. Entsprechende Themen werden vor dem Hintergrund aktueller, internationaler Fallbeispiele verdeutlicht.

**Lern- und Qualifikationsziele:** Studierende erwerben ein tieferes Verständnis von Konzepten, Theorien, Wirkzusammenhänge und Methoden im Zusammenspiel zwischen digitalen Medien, gesellschaftlicher Kommunikation und Öffentlichkeit. Sie kennen die zentralen theoretischen und forschungsmethodischen Paradigmen relevanter Forschungsperspektiven und können die Vor- und Nachteile der verschiedenen Ansätze vergleichend analysieren. Schließlich entwickeln sie ein Verständnis für die Anwendbarkeit bzw. den Transfer Theorien und Paradigmen unterschiedlicher Wissenschaftstradition in Bezug auf das Zusammenspiel zwischen digitalen Medien, gesellschaftlicher Kommunikation und Öffentlichkeit.

## **2 Anforderungen**

### **2.1 Regelmäßige und aktive Teilnahme**

Es wird von Studierenden erwartet, dass sie regelmäßig an den Sitzungen teilnehmen und sich aktiv in der Diskussion einbringen.

## 2.2 Präsentation

Die Studierenden werden gebeten, während einer der Sitzungen einen Referatstext vorzustellen. Während der ersten Sitzung wird jeder Teilnehmerin und jedem Teilnehmer ein im Seminarplan aufgeführten Text zur Präsentation zugeteilt.

Bitte verwenden Sie bei der Vorbereitung der Präsentationen die folgenden Leitfragen:

1. Was ist die Forschungsfrage?
2. Welche Konzepte werden in der Studie verwendet?
3. Wie werden diese Konzepte gemessen?
4. Welche kausalen Zusammenhänge schlagen die Autoren vor oder testen sie?
5. Was sind die Hypothesen? Wie hängen sie mit den untersuchten Konzepten und Kausalmechanismen zusammen?
6. Welchen empirischen Ansatz verfolgen die Autoren? Welche Daten werden verwendet? Wie werden die Daten analysiert? Scheint dies angemessen?
7. Was sind die Ergebnisse und wie hängen sie mit den untersuchten Konzepten und Kausalmechanismen zusammen?
8. In welcher Beziehung steht die Studie zu den Themen, die in der Pflichtlektüre der jeweiligen Sitzung behandelt wurden?
9. Wie überzeugend finden Sie die Argumente der Autoren?

Darüber hinaus sollten Sie bei der Vorbereitung Ihrer Präsentation die folgenden Überlegungen berücksichtigen:

- Bitte planen Sie Ihre Präsentation so, dass sie zwischen 10 und 15 Minuten dauert.
- Bitte bereiten Sie ein Slide-Deck mit einem Präsentationsprogramm Ihrer Wahl vor (außer Prezi).
- Befolgen Sie bei der Vorbereitung der Präsentation bitte die Richtlinien, die in der ersten Sitzung besprochen wurden.
- Bitte bereiten Sie ein Handout von ein bis zwei Seiten für Ihre Kommilitonen vor, in dem die wichtigsten Punkte Ihrer Präsentation zusammengefasst sind.
- Bitte laden Sie das Handout an dem Tag Ihrer Präsentation im Kursordner des Moodle-Kurses hoch. Verwenden Sie die folgende Vorlage für den Dateinamen "Ihr\_Nachname-handout.pdf";
- Die Präsentation wird benotet und macht 20% Ihrer Abschlussnote aus.

Sollten Sie diese Fragen und Richtlinien nicht befolgen, wird dies in Ihrer Note berücksichtigt.

*Hintergrund:*

- Schwabish, J. (2017). *Better presentations: A guide for scholars, researchers, and wonks*. Columbia University Press.

## 2.3 Gruppenarbeit

Der Kurs bietet Ihnen die Gelegenheit in wöchentlich wechselnden Gruppen, Forschungsfragen und -designs zu den jeweiligen Themenschwerpunkten zu entwickeln und vorzustellen. Dabei wird von Ihnen erwartet, dass Sie sich im Vorfeld der Sitzung nicht nur mit der Pflichtlektüre beschäftigen. Ergänzend hierzu bitte ich Sie, sich vor den jeweiligen Sitzungen Fallbeispiele zu überlegen, die für die besprochenen Themen relevant sind oder an denen die diskutierten Theorien überprüfbar sind.

Im zweiten Teil jeder Sitzung werden vier Gruppen zu fünf bis sechs Teilnehmerinnen und Teilnehmern gebildet. Sie haben daraufhin 30 Minuten Zeit, sich eine Forschungsfrage und ein angemessenes Forschungsdesign zum thematischen Schwerpunkt der Woche zu entwickeln.

Die Ergebnisse dieser Diskussionen werden Sie im Anschluss vor dem Kurs in etwa 10-minütigen Präsentationen vorstellen und diskutieren.

Aktive Teilnahme an Gruppenarbeit, Vorstellungen und Diskussionen wird von Ihnen erwartet. Diese Leistungen werden nicht benotet.

*Hintergrund:*

- Becker, H. S. (1998). *Tricks of the trade: How to think about your research while you're doing it*. The University of Chicago Press.
- Gerring, J. (2012). *Social science methodology: A unified framework* (2nd ed.). Cambridge University Press.
- Luker, K. (2008). *Salsa dancing into the social sciences: Research in an age of info-glut*. Harvard University Press.

## 2.4 Hausarbeit

Im Anschluss an den Kurs werden die Studierenden gebeten, eine Hausarbeit einzureichen. Das Ziel dieses Papiers ist es, dass Sie eines der im Kurs behandelten Themen unabhängig diskutieren, eine Forschungslücke identifizieren und gegebenenfalls mit einer explorativen Analyse überprüfen.

Bitte beachten Sie für die Hausarbeit die folgenden Richtlinien:

- Format:
  - Schriftart: Times New Roman, 12pt;
  - Zeilenabstand: 1.5;
  - Seitenränder: 2.5 cm links und rechts, 2cm oben und unten;
  - Schritsatz: Block;
  - Einzug der ersten Zeile jedes Absatzes;
- Zitationsstil: Bitte befolgen Sie die Zitierkonventionen der *American Psychological Association (APA)*. Beispiele hierfür finden Sie hier <https://apastyle.apa.org/style-grammar-guidelines/references/examples/journal-article-references>. Im Zweifel können Sie auch einfach den Zitationsstil *APA* im Reference-Manager Ihrer Wahl auswählen.

- Bitte vermerken Sie die folgenden Informationen auf dem Titelblatt: Universität, Institut, Kurstitel, Titel, Name, MatrikNr., Semesterzahl, Studienprogramm und E-Mail-Adresse.
- Länge: ca. 4000 Worte +/-10%.
- Frist: Bitte senden Sie das Papier an dem vom Institut bestimmten Datum (1. Versuch: Freitag, 12.03.2021; 2. Versuch: Freitag, 23.04.2021) elektronisch an mich (andreas.jungherr@uni-jena.de) und in Papierform an Mandy Fickler-Tübel (Raum 322). Das Datum ist obligatorisch und kann nur bei offiziell bescheinigter Krankheit verlängert werden.
- Verwenden Sie bitte die folgende Vorlage für den Dateinamen "Ihr\_Nachname-paper.pdf".
- Die Hausarbeit wird benotet und macht 80% Ihrer Abschlussnote aus.

*Hintergrund:*

- Basbøll, T. (2018a). The paper. *Inframethodology*. [https://blog.cbs.dk/inframethodology/?page\\_id=614](https://blog.cbs.dk/inframethodology/?page_id=614).
- Becker, H. S. (2020). *Writing for social scientists: How to start and finish your thesis, book, or article* (3rd ed.). University of Chicago Press.
- Belcher, W. L. (2019). *Writing your journal article in 12 weeks: A guide to academic publishing success* (2nd ed.). The University of Chicago Press.
- Fox, J., & Weisberg, S. (2019). *An R companion to applied regression* (3rd ed.). SAGE.

### **3 Kursplan**

Der Kurs findet während der Vorlesungszeit zu den folgenden Zeiten statt:

Mittwoch 12:15–13:45 & 14:00–15:30

Der Kurs wird online stattfinden und nutzt das Konferenzprogramm Zoom. Der Veranstaltungslink wird den Teilnehmerinnen und Teilnehmern vor Kursbeginn per Email zugeschickt.

---

- 3.1 Woche 1: Einführung (4. November)**
  - 3.2 Woche 2: Medienorganisationen als Plattformen (11. November)**
  - 3.3 Woche 3: Governance (18. November)**
  - 3.4 Woche 4: Gatekeeper (25. November)**
  - 3.5 Woche 5: Networked Publics (2. Dezember)**
  - 3.6 Woche 6: Agenda Setting (9. Dezember)**
  - 3.7 Woche 7: Framing (16. Dezember)**
  - 3.8 Woche 8: Discursive Power (6. Januar)**
  - 3.9 Woche 9: Selective Exposure: Echokammern und Filterblasen (13. Januar)**
  - 3.10 Woche 10: Des- und Falschinformationen (20. Januar)**
  - 3.11 Woche 11: Kommunikation als Datengrundlage (27. Januar)**
  - 3.12 Woche 12: Künstliche Intelligenz (3. Februar)**
  - 3.13 Woche 13: Diskussion offener Fragen und Hausarbeit (10. Februar)**
-

### 3.1 Woche 1: Einführung (4. November)

#### Pflichtlektüre:

- Bennett, W. L., & Pfetsch, B. (2018). Rethinking political communication in a time of disrupted public spheres. *Journal of Communication*, 68(2), 243–253. <https://doi.org/10.1093/joc/jqx017>.

#### Hintergrund:

- Jungherr, A., Rivero, G., & Gayo-Avello, D. (2020). *Retooling politics: How digital media are shaping democracy*. Cambridge University Press. <https://doi.org/10.1017/9781108297820>.
- Neuman, W. R. (2016). *The digital difference: Media technology and the theory of communication effects*. Harvard University Press.

### 3.2 Woche 2: Medienorganisationen als Plattformen (11. November)

#### Pflichtlektüre:

- Nielsen, R. K. (2012c). *Ten years that shook the media world: Big questions and big trends in international media developments*. Reuters Institute for the Study of Journalism. <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/our-research/ten-years-shook-media-world>.

#### Hintergrund:

- Evans, D. S., & Schmalensee, R. (2016). *Matchmakers: The new economics of multisided platforms*. Harvard Business School Publishing.
- Hamilton, J. T. (2004). *All the news that's fit to sell: How the market transforms information into news*. Princeton University Press.
- Parker, G. G., Alstyn, M. W. V., & Choudary, S. P. (2016). *Platform revolution: How networked markets are transforming the economy and how to make them work for you*. W. W. Norton & Company.
- Rusbridger, A. (2018). *Breaking news: The remaking of journalism and why it matters now*. Canongate.

#### Referate:

- Bell, E., Owen, T., Brown, P. D., Hauka, C., & Rashidian, N. (2017). *The platform press: How Silicon Valley reengineered journalism*. Tow Center for Digital Journalism, Columbia University. <https://doi.org/10.7916/D8R216ZZ>.
- Nielsen, R. K., & Ganter, S. A. (2018). Dealing with digital intermediaries: A case study of the relations between publishers and platforms. *New Media & Society*, 20(4), 1600–1617. <https://doi.org/10.1177/1461444817701318>.

### 3.3 Woche 3: Governance (18. November)

#### Pflichtlektüre:

- Gillespie, T. (2018b). Regulation of and by platforms. In J. Burgess, A. Marwick, & T. Poell (Eds.), *The sage handbook of social media* (pp. 254–278). SAGE. <https://doi.org/10.4135/9781473984066.n15>.

#### Hintergrund:

- Gillespie, T. (2018a). *Custodians of the internet: Platforms, content moderation, and the hidden decisions that shape social media*. Yale University Press.
- Kaye, D. (2019). *Speech police: The global struggle to govern the internet*. Columbia Global Reports.
- Keller, D., & Leerssen, P. (2020). Facts and where to find them: Empirical research on internet platforms and content moderation. In N. Persily & J. A. Tucker (Eds.), *Social media and democracy: The state of the field, prospects for reform* (pp. 220–251). Cambridge University Press.
- Napoli, P. M. (2019). *Social media and the public interest: Media regulation in the disinformation age*. Columbia University Press.
- Suzor, N. P. (2019). *Lawless: The secret rules that govern our digital lives*. Cambridge University Press.

#### Referate:

- Douek, E. (2021). Governing online speech: From ‘posts-as-trumps’ to proportionality and probability. *Columbia Law Review*, 121(1). <https://doi.org/10.2139/ssrn.3679607>.
- Fukuyama, F., & Grotto, A. (2020). Comparative media regulation in the United States and Europe. In N. Persily & J. A. Tucker (Eds.), *Social media and democracy: The state of the field, prospects for reform* (pp. 199–219). Cambridge University Press.
- Keller, D. (2018a). *Internet platforms: Observations on speech, danger, and money*. Hoover Institution. <https://cyberlaw.stanford.edu/files/publication/files/381732092-internet-platforms-observations-on-speech-danger-and-money.pdf>.

### 3.4 Woche 4: Gatekeeper (25. November)

#### Pflichtlektüre:

- Shoemaker, P. J., Johnson, P. R., & Riccio, J. R. (2017). The gatekeeping of political messages. In K. Kenski & K. H. Jamieson (Eds.), *The Oxford handbook of political communication* (pp. 347–358). Oxford University Press. <https://doi.org/10.1093/oxfordhb/9780199793471.013.42>.

#### Hintergrund:

- Bruns, A. (2018). *Gatewatching and news curation: Journalism, social media, and the public sphere*. Peter Lang Publishing.
- Jungherr, A., Schroeder, R., & Stier, S. (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. <https://doi.org/10.1177/2056305119875439>.
- Shoemaker, P. J., & Vos, T. P. (2009). *Gatekeeping theory*. Routledge.
- Shoemaker, P. J., & Reese, S. D. (2014). *Mediating the message in the 21st century* (3rd ed.). Routledge.
- Vos, T. P., & Heinderyckx, F. (Eds.). (2015). *Gatekeeping in transition*. Routledge.

#### Referate:

- Bastos, M. T., Raimundo, R. L. G., & Travitzki, R. (2013). Gatekeeping Twitter: Message diffusion in political hashtags. *Media, Culture & Society*, 35(2), 260–270. <https://doi.org/10.1177/0163443712467594>.
- Meraz, S., & Papacharissi, Z. A. (2013). Networked gatekeeping and networked framing on #egypt. *The International Journal of Press/Politics*, 18(2), 138–166. <https://doi.org/10.1177/1940161212474472>.

### 3.5 Woche 5: Networked Publics (2. Dezember)

#### Pflichtlektüre:

- Papacharissi, Z. (2009). The virtual sphere 2.0: The internet, the public sphere, and beyond. In A. Chadwick & P. N. Howard (Eds.), *Routledge handbook of internet politics* (pp. 230–245). Routledge.

#### Hintergrund:

- boyd, d. (2010). Social network sites as networked publics: Affordances, dynamics, and implications. In Z. A. Papacharissi (Ed.), *A networked self: Identity performance and sociability on social network sites* (pp. 39–58). Routledge.
- Fraser, N. (1990). Rethinking the public sphere: A contribution to the critique of actually existing democracy. *Social Text*, (25/26), 56–80. <https://doi.org/10.2307/466240>.
- Jackson, S. J., Bailey, M., & Welles, B. F. (2020). *#HashtagActivism: Networks of race and gender justice*. The MIT Press.
- Papacharissi, Z. A. (2015). *Affective publics: Sentiment, technology, and politics*. Oxford University Press.



- Warner, M. (2002). *Publics and counterpublics*. Zone Books.
- Wessler, H. (2018). *Habermas and the media*. Polity Press.

Referate:

- Knüpfer, C., Hoffmann, M., & Voskrenskii, V. (2020). Hijacking MeToo: Transnational dynamics and networked frame contestation on the far right in the case of the '120 decibels' campaign. *Information, Communication & Society*. <https://doi.org/10.1080/1369118X.2020.1822904>.
- Rauchfleisch, A., & Schäfer, M. S. (2015). Multiple public spheres of Weibo: A typology of forms and potentials of online public spheres in China. *Information, Communication & Society*, 18(2), 139–155. <https://doi.org/10.1080/1369118X.2014.940364>.
- Theocharis, Y., Vitoratou, S., & Sajuria, J. (2017). Civil society in times of crisis: Understanding collective action dynamics in digitally-enabled volunteer networks. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 22(5), 248–265. <https://doi.org/10.1111/jcc4.12194>.

### 3.6 Woche 6: Agenda Setting (9. Dezember)

Pflichtlektüre:

- McCombs, M. E., & Valenzuela, S. (2017). Agenda-setting theory: The frontier research questions. In K. Kenski & K. H. Jamieson (Eds.), *The Oxford handbook of political communication* (pp. 633–648). Oxford University Press. <https://doi.org/10.1093/oxfordhb/9780199793471.013.48>.

Hintergrund:

- Baumgartner, F. R., & Jones, B. D. (2009). *Agendas and instability in american politics* (2nd ed.). The University of Chicago Press.
- Hilgartner, S., & Bosk, C. L. (1988). The rise and fall of social problems: A public arenas model. *American Journal of Sociology*, 94(1), 53–78. <https://doi.org/10.1086/228951>.
- McCombs, M. E. (2014). *Setting the agenda: Mass media and public opinion* (2nd ed.). Polity Press.
- Weaver, D. H., & Choi, J. (2017). The media agenda: Who (or what) sets it? In K. Kenski & K. H. Jamieson (Eds.), *The Oxford handbook of political communication* (pp. 359–376). Oxford University Press. <https://doi.org/10.1093/oxfordhb/9780199793471.013.37>.

Referate:

- Harder, R. A., Sevenans, J., & Aelst, P. V. (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. <https://doi.org/10.1177/1940161217704969>.
- Neuman, W. R., Guggenheim, L., Jang, S. M., & Bae, S. Y. (2014). The dynamics of public attention: Agenda-setting theory meets big data. *Journal of Communication*, 64(2), 193–214. <https://doi.org/10.1111/jcom.12088>.
- Vargo, C. J., Guo, L., & Amazeen, M. A. (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. <https://doi.org/10.1177/1461444817712086>.

### 3.7 Woche 7: Framing (16. Dezember)

#### Pflichtlektüre:

- Nelson, T. E. (2011). Issue framing. In R. Y. Shapiro & L. R. Jacobs (Eds.), *The Oxford handbook of American public opinion and the media* (pp. 189–203). Oxford University Press. <https://doi.org/10.1093/oxfordhb/9780199545636.003.0012>.

#### Hintergrund:

- Benson, R. (2014). *Shaping immigration news: A French-American comparison*. Cambridge University Press.
- Bennett, W. L., & Segerberg, A. (2013). *The logic of connective action: Digital media and the personalization of contentious politics*. Cambridge University Press.
- Borah, P. (2011). Conceptual issues in framing theory: A systematic examination of a decade's literature. *Journal of Communication*, 61(2), 246–263. <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.2011.01539.x>.
- Entman, R. M. (2004). *Projections of power: Framing news, public opinion, and U.S. foreign policy*. The University of Chicago Press.
- Gamson, W. A., & Modigliani, A. (1989). Media discourse and public opinion on nuclear power: A constructionist approach. *American Journal of Sociology*, 95(1), 1–37. <https://doi.org/10.1086/229213>.

#### Referate:

- Corrigan-Brown, C., & Wilkes, R. (2012). Picturing protest: The visual framing of collective action by First Nations in Canada. *American Behavioral Scientist*, 56(2), 223–243. <https://doi.org/10.1177/0002764211419357>.
- Entman, R. M., & Usher, N. (2018). Framing in a fractured democracy: Impacts of digital technology on ideology, power and cascading network activation. *Journal of Communication*, 68(2), 298–308. <https://doi.org/10.1093/joc/jqx019>.

### 3.8 Woche 8: Discursive Power (6. Januar)

#### Pflichtlektüre:

- Jungherr, A., Posegga, O., & An, J. (2019). Discursive power in contemporary media systems: A comparative framework. *The International Journal of Press/Politics*, 24(4), 404–425. <https://doi.org/10.1177/1940161219841543>.

#### Hintergrund:

- Benkler, Y., Faris, R., & Roberts, H. (2018). *Network propaganda: Manipulation, disinformation, and radicalization in American politics*. Oxford University Press. <https://doi.org/10.1093/oso/9780190923624.001.0001>.
- Chadwick, A. (2017). *The hybrid media system: Politics and power* (2nd ed.). Oxford University Press.
- Faris, R., Clark, J., Etling, B., Kaiser, J., Roberts, H., Schmitt, C., Tilton, C., & Benkler, Y. (2020). *Partisanship, impeachment, and the Democratic primaries: American political discourse, January - February 2020*. Berkman Klein Center for Internet & Society at Harvard University. [https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract\\_id=3717670](https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=3717670).
- Schroeder, R. (2018). *Social theory after the internet: Media, technology and globalization*. UCL Press.
- Wells, C., Pevehouse, D. V. S. J. C., Yang, J., Pelled, A., Boehm, F., Lukito, J., Ghosh, S., & Schmidt, J. L. (2016). How Trump drove coverage to the nomination: Hybrid media campaigning. *Political Communication*, 33(4), 669–676. <https://doi.org/10.1080/10584609.2016.1224416>.

#### Referate:

- Kreiss, D. (2016b). Seizing the moment: The presidential campaigns' use of Twitter during the 2012 electoral cycle. *New Media & Society*, 18(8), 1473–1490. <https://doi.org/10.1177/1461444814562445>.
- Thorson, K., & Wells, C. (2016). Curated flows: A framework for mapping media exposure in the digital age. *Communication Theory*, 26(3), 309–328. <https://doi.org/10.1111/comt.12087>.

### 3.9 Woche 9: Selective Exposure: Echokammern und Filterblasen (13. Januar)

#### Pflichtlektüre:

- Bakshy, E., Messing, S., & Adamic, L. A. (2015). Exposure to ideologically diverse news and opinion on facebook. *Science*, 348(6239), 1130–1132. <https://doi.org/10.1126/science.aaa1160>.

- Kitchens, B., Johnson, S. L., & Gray, P. (2020). Understanding echo chambers and filter bubbles: The impact of social media on diversification and partisan shifts in news consumption. *MIS Quarterly*. <https://doi.org/10.25300/MISQ/2020/16371>.

#### Hintergrund:

- Prior, M. (2007). *Post-broadcast democracy: How media choice increases inequality in political involvement and polarizes elections*. Cambridge University Press.
- Stroud, N. J. (2011). *Niche news: The politics of news choice*. Oxford University Press.
- Stroud, N. J. (2017a). Selective exposure theories. In K. Kenski & K. H. Jamieson (Eds.), *The oxford handbook of political communication* (pp. 531–548). Oxford University Press. <https://doi.org/10.1093/oxfordhb/9780199793471.013.009>.
- Webster, J. G. (2014). *The marketplace of attention: How audiences take shape in a digital age*. The MIT Press.

#### Referate:

- Flaxman, S., Goel, S., & Rao, J. M. (2016). Filter bubbles, echo chambers, and online news consumption. *Public Opinion Quarterly*, 80(1), 298–320. <https://doi.org/10.1093/poq/nfw006>.
- Scharkow, M., Mangold, F., Stier, S., & Breuer, J. (2020). How social network sites and other online intermediaries increase exposure to news. *PNAS: Proceedings of the National Academy of Sciences of the United States of America*, 117(6), 2761–2763. <https://doi.org/10.1073/pnas.1918279117>.

### 3.10 Woche 10: Des- und Falschinformationen (20. Januar)

#### Pflichtlektüre:

- Allen, J., Howland, B., Mobius, M., Rothschild, D., & Watts, D. J. (2020). Evaluating the fake news problem at the scale of the information ecosystem. *Science Advances*, 6(14), eaay3539. <https://doi.org/10.1126/sciadv.aay3539>.
- Bennett, W. L., & Livingston, S. (2018). The disinformation order: Disruptive communication and the decline of democratic institutions. *European Journal of Communication*, 33(2), 122–139. <https://doi.org/10.1177/0267323118760317>.

#### Hintergrund:

- Grinberg, N., Joseph, K., Friedland, L., Swire-Thompson, B., & Lazer, D. (2019). Fake news on twitter during the 2016 U.S. presidential election. *Science*, 363(6425), 374–378. <https://doi.org/10.1126/science.aau2706>.
- Mercier, H. (2020). *Not born yesterday: The science of who we trust and what we believe*. Princeton University Press.

- Muirhead, R., & Rosenblum, N. L. (2019). *A lot of people are saying: The new conspiracism and the assault on democracy*. Princeton University Press.
- Southwell, B., Thorson, E. A., & Sheble, L. (Eds.). (2018b). *Misinformation and mass audiences*. University of Texas Press.
- Sperber, D., Clément, F., Heintz, C., Mascaro, O., Mercier, H., Origg, G., & Wilson, D. (2010). Epistemic vigilance. *Mind & Language*, 25(4), 359–393. <https://doi.org/10.1111/j.1468-0017.2010.01394.x>.

*Referate:*

- Benkler, Y., Tilton, C., Etling, B., Clark, J., Faris, R., Kaiser, J., & Schmitt, C. (2020). *Mail-in voter fraud: Anatomy of a disinformation campaign*. Berkman Klein Center for Internet & Society at Harvard University. <https://doi.org/10.2139/ssrn.3703701>.
- Guess, A. M., Nyhan, B., O’Keefe, Z., & Reifler, J. (2020). The sources and correlates of exposure to vaccine-related (mis)information online. *Vaccine*. <https://doi.org/10.1016/j.vaccine.2020.10.018>.

### **3.11 Woche 11: Kommunikation als Datengrundlage (27. Januar)**

*Pflichtlektüre:*

- Wu, A. X., & Taneja, H. (2020). Platform enclosure of human behavior and its measurement: Using behavioral trace data against platform episteme. *New Media & Society*. <https://doi.org/10.1177/1461444820933547>.

*Hintergrund:*

- Salganik, M. J. (2018). *Bit by bit: Social research in the digital age*. Princeton University Press.
- Schroeder, R. (2016). Big data and communication research. In J. F. Nussbaum (Ed.), *Oxford research encyclopedia of communication*. Oxford University Press. <https://doi.org/10.1093/acrefore/9780190228613.013.276>.

*Referate:*

- Jungherr, A., Schoen, H., & Jürgens, P. (2016). 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. <https://doi.org/10.1111/jcc4.12143>.
- McGregor, S. C. (2020). “Taking the temperature of the room”: How political campaigns use social media to understand and represent public opinion. *Public Opinion Quarterly*, 84(S1), 236–256. <https://doi.org/10.1093/poq/nfaa012>.
- Simon, F. M. (2019). “We power democracy”: Exploring the promises of the political data analytics industry. *The Information Society*, 35(3), 158–169. <https://doi.org/10.1080/01972243.2019.1582570>.

### 3.12 Woche 12: Künstliche Intelligenz (3. Februar)

#### Pflichtlektüre:

- Schäfer, M. S., & Wessler, H. (2020). Öffentliche Kommunikation in Zeiten künstlicher Intelligenz. *Publizistik*, 65, 307–331. <https://doi.org/10.1007/s11616-020-00592-6>.

#### Hintergrund:

- Christian, B. (2020). *The alignment problem: Machine learning and human values*. W. W. Norton & Company.
- Diakopoulos, N. (2019). *Automating the news: How algorithms are rewriting the media*. Harvard University Press.
- Mitchell, M. (2019). *Artificial intelligence: A guide for thinking humans*. Farrar, Straus; Giroux.

#### Referate:

- Bonini, T., & Gandini, A. (2019). "First week is editorial, second week is algorithmic": Platform gatekeepers and the platformization of music curation. *Social Media + Society*, 5(4). <https://doi.org/10.1177/2056305119880006>.
- Hansen, M., Roca-Sales, M., Keegan, J. M., & King, G. (2017). *Artificial intelligence: Practice and implications for journalism*. Tow Center for Digital Journalism, Columbia University. <https://doi.org/10.7916/D8X92PRD>.

### 3.13 Woche 13: Diskussion offener Fragen und Hausarbeit (10. Februar)

#### Pflichtlektüre:

- Karpf, D. (2012b). Social science research methods in internet time. *Information, Communication & Society*, 15(5), 639–661. <https://doi.org/10.1080/1369118X.2012.665468>.
- Karpf, D. (2019). Something I no longer believe: Is internet time slowing down? *Social Media + Society*, 5(3). <https://doi.org/10.1177/2056305119849492>.