

## Politische Kommunikation

Bundes- und Landtagswahlen sind größere Kommunikationsereignisse, in denen sich die Interaktionen zwischen den politischen Akteuren und den Wählern verdichten. Die Parteien intensivieren ihre Bemühungen, die Bürgerinnen und Bürger von ihren Angeboten zu überzeugen. Der Kommunikationsaufwand der Parteien ist durch das Internet und die sozialen Medien gestiegen, ebenso die Risiken, mit politischer Kommunikation zu scheitern.

Das Seminar beschäftigt sich mit der "Politischen Kommunikation" im Kontext der von Wahlen und soll für die wissenschaftliche Auseinandersetzung mit der Darstellung, Vermittlung und Wahrnehmung von Politik qualifizieren. Im Seminar werden an Beispielen die Mechanismen der politischen Kommunikation praxisnah verdeutlicht. Es vermittelt Wissen und Erfahrungen über die Strukturen in der Politik, der Wirtschaft, der Gesellschaft und den Medien, die die politische Kommunikation bestimmen, mit Fokus auf die Interaktion zwischen Medien und Politik.

Gäste mit Erfahrungen in der politischen Kommunikation aus Politik und Medien werden nach Verfügbarkeit in das Seminar eingebunden. Die Termine für Themen und Referate müssen darauf jeweils angepasst werden.

Als **Prüfungsleistung** wird von den Studierenden die aktive Teilnahme an der Gruppenarbeit und eine darauf aufbauende Hausarbeit erwartet. Zur Gruppenarbeit gehören ein Referat und die Präsentation/Diskussion der Arbeitsergebnisse (Partei) im Plenum.

Das Seminar wird nach Möglichkeit in Präsenz, coronabedingt ggf. alternativ als live Online-Seminar über die Plattform [zoom.us](https://zoom.us) abgehalten. Den Link zur Veranstaltung finden Sie ggf. in ILIAS.

Kontakt: 0171 9762554

**Dienstags 10:00 - 11:30 – Seminargebäude (Geb. 106) Seminarraum S26****Vorläufiger Seminarplan:**

1	05/04/22	Administratives, Arbeitsgruppen, Einführung
2	12/04/22	Einführung
3	19/04/22	Begriffe: Wahlkampf. Medien. Kommunikation. Politische Kommunikation.
4	26/04/22	Begriffe: Öffentlichkeit. Demokratie. Politik.
5	03/05/22	Wahlkampf im Wandel der Zeit. Rolle der Meinungsforschungsinstitute.
6	10/05/22	Massenmedien. Neue Medien.
7	17/05/22	US-Wahlkämpfe im Vergleich zu Wahlkämpfen zum Deutschen Bundestag. TV-Duelle im Wandel der Zeit (USA und D).
8	24/05/22	Professionalisierung des Wahlkampfes. (Spin Doctors. Online-Wahlkampf. Wirksamkeitsanalysen.)
9	31/05/22	Indexing-These. Framing. Nudging. Schweigespirale.
10	07/06/22	entfällt
11	14/06/22	N.N. Gast Politik/Medien
12	21/06/22	Arbeitsgruppenergebnisse Arbeitsgruppenergebnisse
13	28/06/22	Arbeitsgruppenergebnisse Arbeitsgruppenergebnisse
14	05/07/22	Arbeitsgruppenergebnisse Arbeitsgruppenergebnisse

Wichtige Infos:

**Prüfungsanmeldung** über KLIPS2 ausschließlich durch die Studierenden selbst.

**Prüfungsleistung: Hausarbeit und verpflichtendes Referat**

**Ggf. müssen wir aufgrund neuerlicher Corona-Regeln davon abweichen; in diesem Fall gilt das „Bonus-Modell“:**

Es gelten die von der Universität zu Köln vorgegebenen Regeln des Bonus-Systems.

Die Hausarbeitsnote kann demnach durch eine Referatsleistung innerhalb einer Arbeitsgruppe um maximal 0,7 Punkte (also 2 Teilnoten) verbessert werden. Die Benotung erfolgt durch den Prüfer. Dazu muss die Hausarbeit mindestens mit der Note 4,0 bewertet sein. Gleichzeitig bleibt jedoch die Bestnote auch ohne Referat erreichbar.

**Handout** und **Folien** dazu bitte spätestens am Tag **vor** dem Referat an:

stw.brun@icloud.com

Grundsätzlich müssen Sie Literatur für Referate und Hausarbeiten selbst recherchieren.

**Abgabetermin für die Hausarbeit: 15.09.22**

---

Literatur (Auswahl):

**Schulz**, Winfried (2011): Politische Kommunikation. Theoretische Ansätze und Ergebnisse empirischer Forschung. 3., überarb. Aufl.; Wiesbaden.

**Jarren, Otfried / Donges, Patrick** (2011): Politische Kommunikation in der Mediengesellschaft. Eine Einführung. 3., grundlegend überarb. u. aktualisierte Auflage; Wiesbaden.

Imhof, Kurt/ Blum, Roger et al (Hg.) (2012): Demokratisierung durch Social Media? Mediensymposium 2012: Springer.

Jäckel, Michael (2011): Medienwirkungen. Ein Studienbuch zur Einführung. 5., vollständig überarb. u. erw. Aufl.

Unger, Simone (2011): Parteien und Politiker in sozialen Netzwerken. Moderne Wahlkampfkommunikation bei den Bundestagswahlen 2009. Springer.

Holtz-Bacha, C. (Hg.) (2010): Die Massenmedien im Wahlkampf. Das Wahljahr 2009. VS Verlag Schulz, W. (2015): Medien und Wahlen. Springer

Schweiger, W./Fahr, A. (Hg.) (2013): Handbuch Medienwirkungsforschung. Springer

Friedrich, K. (2010): Publikumskonzeptionen und Medienwirkungsmodelle politischer Kommunikationsforschung. Zum Einfluss theoretischer Grundannahmen auf die empirische Forschungspraxis. Springer.

Nagel, F. (2012): Die Wirkung verbaler und nonverbaler Kommunikation in TV-Duellen. Eine Untersuchung am Beispiel von Gerhard Schröder und Angela Merkel. Springer

Ballensiefen, M. (2008): Bilder machen Sieger - Sieger machen Bilder. Die Funktion von Pressefotos im Bundestagswahlkampf 2005. VS Verlag

Pöttering, H.-G. (Hg.) (2015): Politik in Plakaten. Plakatgeschichte der CDU aus acht Jahrzehnten. Bouvier (elektronische Ressource der Konrad Adenauer Stiftung: [http://www.kas.de/wf/doc/kas\\_41709-544-1-30.pdf?161028145924#page103](http://www.kas.de/wf/doc/kas_41709-544-1-30.pdf?161028145924#page103))

Korte, K.-R. (2013): Wahlen in Deutschland. Grundsätze, Verfahren und Analysen. bpb Reihe Zeitbilder; (elektronische Ressource)

**Sarcinelli**, U. (2011): Politische Kommunikation in Deutschland: Medien und Politikvermittlung im demokratischen System. 3., erweiterte und überarbeitete Auflage. VS Verlag.

**Marcinkowski, F./Pfetsch, B.** (Hrsg.) (2009): Politik in der Mediendemokratie. PVS - Politischen Vierteljahresschrift. Sonderheft 42/2009. VS Verlag.

**Wallner**, R. M. (2018): Digitale Medien zwischen Transparenz und Manipulation. Internet und politische Kommunikation in der repräsentativen Demokratie. Springer VS.

bbp.de: aktuelle Artikel zum Einstieg

Der Großteil der Literatur dürfte als Online Ressource Ihrer Unibibliothek zur Verfügung stehen.