

Fachbereich 03 Gesellschaftswissenschaften
Institut für Politikwissenschaft
Professur für Vergleichende Politikwissenschaft
Campus Westend, Theodor-W.-Adorno-Platz 6
60323 Frankfurt am Main

Dr. Simon Stückelberger
Gebäude: PEG, Raum: 3.G143
+49 (0)69 798 36682
stueckelberger@soz.uni-frankfurt.de

Sprechstunde: Mittwoch 15-16 Uhr
Anmeldung und Zoom Link auf OLAT

Proseminar: Wahlkämpfe im internationalen Vergleich

Seminarplan (Stand 12.04.2022)

Sommersemester 2022
(Dienstag, 14.00 - 16.00 Uhr)
Modulkürzel: PW-BA-P1, POWI-P1

Wichtigste Punkte bezüglich Semesterorganisation:

- Das Seminar findet in Präsenz statt.
- Die Anmeldung findet zentral über QIS-LSF statt. Sobald die definitive Teilnahmeliste feststeht, werden die Teilnehmenden vom Kursleiter auf OLAT eingetragen.
- Der Teilnahmenachweis basiert auf der regelmäßigen Teilnahme, sowie der Abgabe von 2 Arbeitsblättern und dem Halten eines Vortrags (Gruppenarbeit).
- Der Leistungsnachweis beruht auf einer Hausarbeit.

Kursbeschreibung

Wahlkampagnen erfüllen nicht nur eine zentrale Funktion in einer Demokratie, sondern sind auch stark mediatisiert und dadurch ein sehr sichtbarer Aspekt der Politik. In diesem Seminar geht es darum die Instrumente, Inhalte, Strategien, Wirkungen und zentralen Akteure von Wahlkampagnen besser kennenzulernen und den Studierenden eine neue und tiefgründigere Sicht auf ein medial oft diskutiertes Forschungsobjekt zu ermöglichen. Die Literaturen zur Modernisierung von Wahlkampagnen, zu Wahlkampfeffekten und zum Parteienwettbewerb werden dabei als theoretische Grundlagen dienen. Wichtige Fragen der Kampagnenforschung, welche uns beschäftigen werden sind: Wie werden soziale Medien für den Wahlkampf genutzt und bedroht diese Nutzung z.B. durch die Verbreitung von Falschinformationen (Fake News!) die Demokratie? Ermöglichen Wahlkampagnen einen echten Dialog zwischen unterschiedlichen Positionen oder geht es Parteien hauptsächlich darum das von ihnen besetzte Thema zu transportieren? Drehen sich Wahlkämpfe mehr um die Kandidierenden und ihre Persönlichkeit oder um die Parteien und ihre Themen? Diesen und weiteren Fragen werden wir anhand von Daten und Beispielen aus Deutschland und weiteren Demokratien nachgehen.

Die Literatur zu den einzelnen Sitzungen wird zu Beginn des Semesters im Seminarplan angegeben. Es wird eine grundsätzliche Bereitschaft zum Lesen englischsprachiger Texte sowie zur Beschäftigung mit quantitativ-empirischen Arbeiten vorausgesetzt.

Zielgruppe

- Sie studieren in einem der oben genannten Studiengänge.
- Sie haben als Studierende der Politikwissenschaft eine einführende Veranstaltung zum Vergleich erfolgreich besucht (Einführung in die Vergleichende Politikwissenschaft).
- Sie haben Interesse an politischen Strukturen und Prozessen aus vergleichender Sicht.
- Sie interessieren sich für Wahlkampagnen.
- Sie sind bereit englische Texte zu lesen.

Lernziele

Die Studierenden

- kennen die wichtigsten Akteure, Instrumente und Strategien im Wahlkampf
- sind vertraut mit wichtigen Konzepten und Theorien der Wahlkampfforschung
- haben ihre Fähigkeiten im wissenschaftlichen Arbeiten verbessert, insbesondere das Verständnis von wissenschaftlichen Texten.

Grundlagenliteratur

Sides, John, Daron R Shaw, Matthew Grossmann, und Keena Lipsitz. 2019. *Campaigns and Elections*. Third Edition. New York: W.W. Norton and Company.

Swanson, David L, und Paolo Mancini, Hrsg. 1996. *Politics, Media, and Modern Democracy: An International Study of Innovations in Electoral Campaigning and Their Consequences*. Westport, Conn.: Praeger.

Holtz-Bacha, Christina, Hrsg. 2019. *Die (Massen-)Medien im Wahlkampf: die Bundestagswahl 2017*. Wiesbaden: Springer VS.

Farrell, David M., und Rüdiger Schmitt-Beck, Hrsg. 2003. *Do Political Campaigns Matter? Campaign Effects in Elections and Referendums*. London: Routledge.

Anmeldeverfahren

Die Teilnahme an der Lehrveranstaltung ist nur nach vorheriger Anmeldung über QIS-LSF möglich. Die Zuteilung der Plätze wird zentral durch das Dekanat des Fachbereich 03 organisiert und erfolgt nicht über die Veranstaltungsleitung. Die Teilnehmerzahl ist auf 60 begrenzt. Studierende, die auf der Teilnahmeliste stehen, die sich aber gegen eine Teilnahme entscheiden, werden gebeten, sich im Interesse anderer KommilitonInnen wieder im QIS-LSF System abzumelden. Sobald die definitive Teilnahmeliste feststeht, werden die Teilnehmenden vom Kursleiter auf OLAT eingetragen.

Voraussetzung für die Vergabe von Teilnahme- und Leistungsnachweisen in den Studiengängen in der Politikwissenschaft und im Lehramt ist die vorzeitige elektronische Anmeldung bei den zuständigen Prüfungsämtern nach den dort kommunizierten Regeln. Bei Versäumnis der Anmeldung können keine Scheine durch die Professur ausgestellt werden.

Anforderungen

- 1) Ich erwarte regelmässige Teilnahme an den Seminarsitzungen. Bei Fehlzeiten, die über 3 Seminarsitzungen hinausgehen, kann weder ein Teilnahme- noch ein Leistungsschein ausgestellt werden.
- 2) Ich erwarte aktive Teilnahme an den Seminarsitzungen. Die Lektüre ist von allen gründlich vorzubereiten.
- 3) Für den Erwerb eines aktiven Teilnahme-scheins müssen 2 Arbeitsblätter (Umfang 2-3 Seiten) abgegeben und ein Vortrag (als Gruppenarbeit) gehalten werden.
 - a. Arbeitsblätter enthalten Fragen zur Lektüre und Aufgaben für eigene Nachforschungen. Arbeitsblätter müssen bis am Sonntag (20 Uhr) vor der jeweiligen Sitzung auf OLAT hochgeladen werden.
 - b. Der 5-minütige Vortrag beantwortet eine eigenständige Forschungsfrage zum Thema der Sitzung (für Vorschläge siehe jeweilige Sitzung). Die Powerpoint-Folien sollten der Lehrperson bis am Dienstag (12 Uhr) gesendet werden.
- 4) Für den Erwerb eines benoteten Leistungsnachweises wird zusätzlich zum aktiven Teilnahme-schein eine als „ausreichend“ (4.0) bewertete Hausarbeit im Umfang von etwa 4500 Wörter (+/- 10 %, gezählt ohne Deckblatt, Inhaltsverzeichnis, Literaturverzeichnis) zu einem Thema des Seminars verlangt. Die Anmeldungen von Hausarbeiten müssen bis zum **19. Juli 2022** erfolgen. Für die Anmeldung wird ein **Exposé** (Dokument zur Fragestellung, Literatur und Struktur der Hausarbeit) verlangt (Abgabe über OLAT). Der Abgabetermin ist der **25. September 2022** (Abgabe über OLAT und als Ausdruck auf dem Sekretariat der Professur für Vergleichende Politikwissenschaft: Einwurf in Briefkasten vor Sekretariat PEG Raum 3.G145/in Briefkasten des PEG oder brieflich: Campus Westend – PEG, Theodor-W.-Adorno Platz 6, Postfach 40, 60629 Frankfurt am Main).

Wochenübersicht

Sitzung	Datum	Inhalt
1	12.04.2022	Einführung und Organisation
2	19.04.2022	Wandel der Wahlkämpfe
3	26.04.2022	Parteien und Kandidierende im Wahlkampf
4	03.05.2022	Medien im Wahlkampf
5	10.05.2022	Interessengruppen im Wahlkampf
6	17.05.2022	Wahlkampfinstrumente
7	24.05.2022	Soziale Medien im Wahlkampf
8	31.05.2022	Positionen und Themen
9	07.06.2022	Populismus + Input Hausarbeit (Fragestellung)
10	14.06.2022	Image Kampagnen
11	21.06.2022	Negative Campaigning
12	28.06.2022	Input Hausarbeit (Struktur)
13	05.07.2022	Einfluss von Wahlkampagnen
14	12.07.2022	Vorbereitung Exposé (keine Sitzung)
	19.07.2022	Anmeldung Hausarbeit (Abgabe Exposé)

Seminarplan

1. Sitzung (12. April 2022)

Einführung und Organisation

2. Sitzung (19. April 2022)

Wandel von Wahlkämpfen

Lektüre:

- Schoen, Harald. 2014. „Wahlkampfforschung“. In *Handbuch Wahlforschung*, herausgegeben von Jürgen W. Falter und Harald Schoen, 661–681. Wiesbaden: Springer Fachmedien Wiesbaden.

3. Sitzung (26. April 2022)

Parteien und Kandidierende im Wahlkampf

Lektüre:

- Narud, Hanne Marthe, and Rune Karlsen. 2014. “Nominations, Campaigning and Representation: How the Secret Garden of Politics Determines the Style of Campaigning and Roles of Representation.” In *Between-Election Democracy: The Representative Relationship after Election Day*, edited by Hanne Marthe Narud and Peter Esaiasson, 77–101. Colchester: ECPR Press.

Mögliche Fragen für Vortrag:

- Inwiefern sind Wahlkampagnen Kandidaten- oder Parteien-zentriert?
- Wie wählen Parteien Kandidierende aus?
- Wie beeinflusst die Nominierung von Kandidierenden den Wahlkampf?
- Über welche Ressourcen verfügen Parteien/Kandidierende für den Wahlkampf?

4. Sitzung (03. Mai 2022)

Medien im Wahlkampf

Lektüre:

- Luengo, Oscar G., and Belen Fernandez-Garcia. 2019. “Campaign Coverage in Spain: Populism, Emerging Parties, and Personalization.” In *Mediated Campaigns and Populism in Europe*, edited by Susana Salgado, 99–121. Political Campaigning and Communication. Cham: Palgrave Macmillan.

Mögliche Fragen für Vortrag:

- Welche Rolle spielen öffentliche vs. Private Medien im Wahlkampf?
- Welche Rollen spielen Tabloid Medien ?
- Inwiefern ist die Wahlkampfberichterstattung parteiisch/negativ/personalisiert?
- Inwiefern wird die Wahlberichterstattung durch den Staat reguliert?

5. Sitzung (10. Mai 2022)

Interessengruppen im Wahlkampf

Lektüre

- Wilcox, Clyde. 2011. „Interest Groups Back to Basic Questions“. In *New Directions in Campaigns and Elections*, herausgegeben von Stephen K Medvic, 129–44. New York: Routledge.

Mögliche Fragen für Vortrag:

- Wie wichtig sind Interessengruppen für die Finanzierung von Wahlkampagnen?
- Welche Aktivitäten verfolgen Interessengruppen im Wahlkampf?
- Wie wird das Verhalten von Interessengruppen im Wahlkampf durch den Staat reguliert?
- Welche Kandidierenden nutzen im Wahlkampf Unterstützungserklärungen von Interessengruppen ?

6. Sitzung (17. Mai 2022)

Wahlkampfinstrumente

Lektüre:

- Hassler, Jörg, und Simon Kruschinski. 2019. „Vernetzte Kampagne?! Die Verbindung von Offline- und Online-Wahlkampf im Wahljahr 2017“. In *Die (Massen-)Medien im Wahlkampf: Die Bundestagswahl 2017*, herausgegeben von Christina Holtz-Bacha, 73–96. Wiesbaden: Springer Fachmedien Wiesbaden GmbH.

Mögliche Fragen für Vortrag:

- Welche traditionellen Wahlkampfinstrumente nutzen Parteien/Kandidierende?
- Welche Rolle spielen Plakate/Fernsehsports/Tür-zu-Tür Wahlkampf?

7. Sitzung (24. Mai 2022)

Soziale Medien im Wahlkampf

Lektüre:

- Cheeseman, Nic, Jonathan Fisher, Idayat Hassan, and Jamie Hitchen. 2020. “Social Media Disruption: Nigeria’s WhatsApp Politics.” *Journal of Democracy* 31 (3): 145–59.

Mögliche Fragen für Vortrag:

- Welche Rolle spielt WhatsApp für den Wahlkampf?
- Wie werden soziale Medien im Wahlkampf eingesetzt?
- Wie nutzen politische Akteure digitale Werbung auf Facebook/Google?

8. Sitzung (31. Mai 2022)

Positionen und Themen

Lektüre:

- Dolezal, Martin, Laurenz Ennser-Jedenastik, Wolfgang C. Müller, und Anna Katharina Winkler. 2014. „How Parties Compete for Votes: A Test of Saliency Theory“. *European Journal of Political Research* 53 (1): 57–76.

Mögliche Fragen für Vortrag:

- Welche Themen betonen Parteien im Wahlkampf?
- Ist der Wahlkampf geprägt durch einen Dialog zwischen den Parteien oder führt jede Partei einen Monolog mit „ihren“ Themen ?
- Welche Positionen nehmen Parteien im Wahlkampf ein?

9. Sitzung (07. Juni 2022)

Populismus + Input Hausarbeit (Fragestellung)

Lektüre

- Bernhard, Laurent, and Hanspeter Kriesi. 2019. “Populism in Election Times: A Comparative Analysis of 11 Countries in Western Europe.” *West European Politics* 42 (6): 1188–1208.
- Aufgabe Hausarbeit: Überlegen Sie sich eine Forschungsfrage

Mögliche Fragen für den Vortrag:

- Wie populistisch sind die Wahlkampagnen?
- Welche Akteure führen populistische Wahlkämpfe?
- Welche Aspekte populistischer Kommunikation sind präsent?

10. Sitzung (14. Juni 2022)

Image Kampagnen

Lektüre:

- Lalancette, Mireille, und Vincent Raynaud. 2017. «The Power of Political Image: Justin Trudeau, Instagram, and Celebrity Politics». *American Behavioral Scientist* 63 (7): 888–924.

Mögliche Fragen für den Vortrag:

- Welche Images von Kandidierenden sind im Wahlkampf präsent?
- Auf welche Art werden Images durch Wahlkampagnen hervorgehoben?
- Betonen Kandidierende eher rollennahe oder rollenferne Charaktereigenschaften?

11. Sitzung (21. Juni 2022)

Negative Campaigning

Lektüre:

- Maier, Jürgen, und Carolin Jansen. 2017. „When Do Candidates Attack in Election Campaigns? Exploring the Determinants of Negative Candidate Messages in German Televised Debates“. *Party Politics* 23 (5): 549–59.

Mögliche Fragen für den Vortrag:

- Wie negativ sind die Wahlkampagnen?
- Welche Art von negativen Kampagnen werden genutzt?
- Welche Akteure greifen am ehesten zu negativen Kampagnen?

12. Sitzung (28. Juni 2022)

Input Hausarbeit (Struktur)

Aufgaben:

- Aufgabe Hausarbeit: Lesen Sie die Lektüre und beginnen Sie, falls noch nicht geschehen, an Ihrem Exposé zu arbeiten.

Lektüre:

- Beispiele Hausarbeiten
- Merkblatt zu wissenschaftlichen Arbeiten

13. Sitzung (05. Juli 2022)

Einfluss von Wahlkampagnen

Lektüre:

- Schoen, Harald. 2014. „Wahlkampfforschung“. In *Handbuch Wahlforschung*, herausgegeben von Jürgen W. Falter und Harald Schoen, 682–728. Wiesbaden: Springer Fachmedien Wiesbaden.

Mögliche Fragen für den Vortrag:

- Inwiefern haben Wahlkämpfe einen Effekt auf die Wahlteilnahme/Wahlentscheidung?
- Inwiefern hat die Evaluation der Spitzenkandidierenden einen Effekt auf die Wahlentscheidung?

14. Sitzung (12. Juli 2022)

Vorbereitung Exposé (keine Sitzung)

Anmeldung von Hausarbeiten bis zum 19. Juli 2022

Abgabetermin der Hausarbeit: 25. September 2022