
האוניברסיטה העברית בירושלים

סילבוס

תקשורת פוליטית - 50125

תאריך עדכון אחרון 06-10-2021

נקודות זכות באוניברסיטה העברית: 2

תואר: בוגר

היחידה האקדמית שאחראית על הקורס: תקשורת ועיתונאות

השנה הראשונה בתואר בה ניתן ללמוד את הקורס: 2022

סמסטר: סמסטר ב'

שפת ההוראה: עברית

קמפוס: הר הצופים

מורה אחראי על הקורס (רכז): ד"ר ערן אמסלם

דוא"ל של המורה האחראי על הקורס: eran.amsalem@mail.huji.ac.il

שעות קבלה של רכז הקורס: יום שלישי, 13:00-12:00, חדר 5408

מורי הקורס:

תאור כללי של הקורס:

תקשורת פוליטית היא תחום מחקר הבוחן את הדרכים השונות בהן אמצעי התקשורת, שחקנים פוליטיים וציבור האזרחים מחליפים ביניהם מידע בעל אופי פוליטי וכן את ההשלכות הדמוקרטיות של אינטראקציות אלה. מטרתו של הקורס היא לדון במושגי מפתח ולהציג ממצאים מרכזיים מחקר התקשורת הפוליטית. במהלך הקורס נאפיין את זירת התקשורת הפוליטית, נציג את השחקנים המרכזיים הפועלים בה ואת המטרות המרכזיות המניעות אותם ונדון בהרחבה בהשפעות התקשורת הפוליטית על ציבור האזרחים.

מטרות הקורס:

בהסתמך על התיאוריות המרכזיות ועל מחקרים עדכניים בתחום, מטרת הקורס היא להעניק לסטודנטים כלים להבנה בסיסית של הקשר בין התקשורת לבין הפוליטיקה.

תוצרי למידה

בסיומו של קורס זה, סטודנטים יהיו מסוגלים:

1. להגדיר מהי התקשורת הפוליטית ומהם תחומי העניין שלה.
2. להצביע על המחקרים המרכזיים והחוקרים הבולטים בתחום התקשורת הפוליטית.

דרישות נוכחות (%):

80%

- שיטת ההוראה בקורס: 1. הקורס הוא במתכונת הרצאה פרונטלית.
2. יש לקרוא את המאמר הנדרש לקראת כל שיעור. נושא זה חשוב ביותר ויסייע מאוד להצלחה בקורס.
3. הציון בקורס יתבסס על הגשת תרגיל אמצע (40% מהציון) ועל עבודה מסכמת בסוף הסמסטר (60% מהציון).

רשימת נושאים / תכנית הלימודים בקורס:

שיעור 1: מבוא לתקשורת פוליטית

שיעור 2: הערכת תפקוד התקשורת הפוליטית

שיעור 3: מה מסוקר בתקשורת?

שיעור 4: מי מסוקר בתקשורת?

שיעורים 5-6: תקשורת בזמן בחירות

שיעורים 7-8: השפעות התקשורת הפוליטית

שיעור 9: חשיפה סלקטיבית

שיעור 10: תקשורת והשתתפות פוליטית

שיעורים 11-12: שכנוע פוליטי

שיעור 13: תקשורת פוליטית במאה ה-21: מבט מסכם

חומר חובה לקריאה:

מבוא - זירת התקשורת הפוליטית

Strömbäck, J. (2008). *Four phases of mediatization: An analysis of the mediatization of politics*. *The International Journal of Press/Politics*, 13(3), 228-246.

הערכת תפקוד התקשורת הפוליטית

Zaller, J. (2003). *A new standard of news quality: Burglar alarms for the monitorial citizen*. *Political Communication*, 20(2), 109-130.

מה מסוקר בתקשורת?

Soroka, S. N. (2006). *Good news and bad news: Asymmetric responses to economic information*. *The Journal of Politics*, 68(2), 372-385.

מי מסוקר בתקשורת?

Amsalem, E., Zoizner, A., Sheafer, T., Walgrave, S., & Loewen, P. J. (2020). *The effect of politicians' personality on their media visibility*. *Communication Research*, 47(7), 1079-1102.

תקשורת בזמן בחירות

Rahat, G., & Sheafer, T. (2007). *The personalization(s) of politics: Israel 1949-2003*. *Political Communication*, 24(1), 65-80.

השפעות התקשורת הפוליטית

Amsalem, E., & Zoizner, A. (2020). *Real, but Limited: A Meta-Analytic Assessment of Framing Effects in the Political Domain*. *British Journal of Political Science*.

חשיפה סלקטיבית

Dvir-Gvirsman, S., Tsfati, Y., & Menchen-Trevino, E. (2016). *The extent and nature of ideological selective exposure online: Combining survey responses with actual web log data from the 2013 Israeli Elections*. *New Media & Society*, 18(5), 857-877.

תקשורת והשתתפות פוליטית

Prior, M. (2005). *News vs. entertainment: How increasing media choice widens gaps in political knowledge and turnout*. *American Journal of Political Science*, 49(3), 577-592.

Zaller, J. R. (1992). *The nature and origins of mass opinion*. Chapter 3. Cambridge: Cambridge University Press.

חומר לקריאה נוספת:

מבוא - זירת התקשורת הפוליטית

Bennett, W. L., Lawrence, R. G., & Livingston, S. (2006). None dare call it torture: Indexing and the limits of press independence in the Abu Ghraib scandal. *Journal of Communication*, 56(3), 467-485.

Sheafer, T. (2001). Charismatic skill and media legitimacy: An actor-centered approach to understanding the political communication competition. *Communication Research*, 28, 711-736.

Sheafer, T., Shenhav, S. R., & Balmas, M. (2014). Political actors as communicators. In Carsten Reinemann (Ed.), *Political Communication* (pp. 211-230). De Gruyter Mouton.

הערכת תפקוד התקשורת הפוליטית

Humprecht, E., & Esser, F. (2018). Diversity in online news: On the importance of ownership types and media system types. *Journalism Studies*, 19(12), 1825-1847.

Iyengar, S. (1990). Framing responsibility for political issues: The case of poverty. *Political Behavior*, 12(1), 19-40.

Reinemann, C., Stanyer, J., Scherr, S., & Legnante, G. (2012). Hard and soft news: A review of concepts, operationalizations and key findings. *Journalism*, 13(2), 221-239.

Strömbäck, J. (2005). In search of a standard: Four models of democracy and their normative implications for journalism. *Journalism Studies*, 6, 331-345.

מה מסוקר בתקשורת?

Harcup, T., & O'Neill, D. (2017). What is news? News values revisited (again). *Journalism Studies*, 18, 1470-1488.

Helfer, L., & Van Aelst, P. (2016). What makes party messages fit for reporting? An experimental study of journalistic news selection. *Political Communication*, 33(1), 59-77.

Soroka, S., & McAdams, S. (2015). News, politics, and negativity. *Political Communication*, 32(1), 1-22.

מי מסוקר בתקשורת?

Cohen, J., Tsfati, Y., & Sheafer, T. (2008). The influence of presumed media influence in politics: Do politicians' perceptions of media power matter? *Public Opinion Quarterly*, 72(2), 331-344.

Vos, D. (2014). Which politicians pass the news gates and why? Explaining inconsistencies in research on news coverage of individual politicians. *International Journal of Communication*, 8, 2438-2461.

Wagner, M. W., & Gruszczynski, M. (2018). Who gets covered? Ideological

extremity and news coverage of members of the US Congress, 1993 to 2013. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 95(3), 670-690.

Waismel-Manor, I., & Tsfati, Y. (2011). Why do better-looking members of Congress receive more television coverage? *Political Communication*, 28(4), 440-463.

תקשורת בזמן בחירות

D'Alessio, D., & Allen, M. (2000). Media bias in presidential elections: A meta-analysis. *Journal of Communication*, 50(4), 133-156.

Iyengar, S., Norpoth, H., & Hahn, K. S. (2004). Consumer demand for election news: The horserace sells. *The Journal of Politics*, 66(1), 157-175.

Zoizner, A. (2018). The consequences of strategic news coverage for democracy: A meta-analysis. Advance online publication, *Communication Research*. doi:10.1177/0093650218808691

השפעות התקשורת הפוליטית

Druckman, J. N. (2001). The implications of framing effects for citizen competence. *Political Behavior*, 23(3), 225-256.

Iyengar, S., & Kinder, D. R. (2010). *News that matters: Television and American opinion*. University of Chicago Press.

Scheufele, D. A., & Tewksbury, D. (2007). Framing, agenda setting, and priming: The evolution of three media effects models. *Journal of Communication*, 57, 9-20.

Walgrave, S., & Van Aelst, P. (2006). The contingency of the mass media's political agenda setting power: Toward a preliminary theory. *Journal of Communication*, 56(1), 88-109.

חשיפה סלקטיבית

Bennett, W. L., & Iyengar, S. (2008). A new era of minimal effects? The changing foundations of political communication. *Journal of Communication*, 58(4), 707-731.

Iyengar, S., & Hahn, K. S. (2009). Red media, blue media: Evidence of ideological selectivity in media use. *Journal of Communication*, 59(1), 19-39.

Stroud, N. J. (2010). Polarization and partisan selective exposure. *Journal of Communication*, 60(3), 556-576.

תקשורת והשתתפות פוליטית

Norris, P. (2000). *A virtuous circle: Political communications in postindustrial societies*. Cambridge, UK: Cambridge University Press.

Putnam, R. D. (2000). *Bowling alone: The collapse and revival of American community*. New York: Simon & Schuster.

Strömbäck, J., Falasca, K. & Kruikemeier, S. (2018). The mix of media use matters: Investigating the effects of individual news repertoires on offline and online political participation. *Political Communication*, 35, 413-432.

שכנוע פוליטי

Broockman, D. E., & Butler, D. M. (2017). The causal effects of elite position-taking on voter attitudes: Field experiments with elite communication. *American Journal of Political Science*, 61(1), 208-221.

Kalla, J. L., & Broockman, D. E. (2018). The minimal persuasive effects of campaign contact in general elections: Evidence from 49 field experiments. *American Political Science Review*, 112(1), 148-166.

Mutz, D., Sniderman, P., & Brody, R. (Eds.). (1996). *Political persuasion and attitude change*. Ann Arbor: University of Michigan Press.

מבט מסכם

Van Aelst et al. (2017). Political communication in a high-choice media environment: A challenge for democracy? *Annals of the International Communication Association*, 41, 3-27.

הערכת הקורס - הרכב הציון הסופי :

מבחן מסכם בכתב/בחינה בעל פה 0 %

הרצאה 0 %

השתתפות 0 %

הגשת עבודה 60 %

הגשת תרגילים 40 %

הגשת דו"חות 0 %

פרויקט מחקר 0 %

בחנים 0 %

אחר 0 %

מידע נוסף / הערות: