***בס"ד***

******

**תקשורת פוליטית ודעת קהל**

**63-404-01**

**ד"ר י. בלוך-אלקון**

**סוג הקורס:** סמינריון תואר ראשון (קורס מקוון\*) **שנה**: ג'

**שנת לימודים**: תשפ"א **סמסטר**: שנתי **היקף שעות**: 2 ש"ש

**שעות קבלה:** יום ב' 12:00-13:00 בתאום מראש.

**משרד:** חדר 18 בניין לאוטמן 109, ביה"ס לתקשורת

**טל:** 03-5318995 (ישיר)

**דואל**: [Yaeli.Bloch-Elkon@biu.ac.il](mailto:Yaeli.Bloch-Elkon@biu.ac.il)

**א. מטרות הקורס:**

הסמינריון דן בתיאוריות וכלי מחקר עדכניים ביחס לגורמים, ובוחן את מקום ותפקוד התקשורת ודעת-הקהל, בדגש על הדינאמיקה ביניהם. במהלך הקורס תוצג סקירת ספרות נרחבת על המגמות והמחקרים העיקריים בתחום, במקביל ההיבטים העיוניים יודגמו וייושמו על אירועים בולטים בארץ ובעולם, תוך פיתוח חשיבה ביקורתית. עבודת הסמינריון תכלול מחקר הכולל ניתוח הסברי או תיאורי על תפקוד הגורמים, והקשר ביניהם, במהלך אירוע מדיני/פוליטי עדכני.

**ב. תוכן הקורס:**

תקשורת, דעת-הקהל, ויחסי הגומלין ביניהם, מהווים סוגיה מרכזית במחקרי התקשורת והפוליטיקה בעידן הנוכחי. נוכחותם המשמעותית של אמצעי-התקשורת בזירה הציבורית גבר במיוחד בעשור האחרון, במקביל דעת הקהל הפכה לחלק בלתי נפרד ומובנה בכל מערכת שלטונית, ולאחד הכוחות החזקים ביותר הפועלים בחברה. העיסוק במערכת האינטראקציות בין הגורמים חשוב להבנת החברה בה אנו חיים. עקב בינתחומיות הנושא, ההתייחסות תעשה מזוויות שונות, על ההיבטים האמפיריים והנורמטיביים.

--------

***\**** ניתן לקבל הנחיות כניסה למערכת ותדרוך מלא באתר הקורסים המתוקשבים: <http://hl2.biu.ac.il>

בעת הצורך, ניתן גם להיעזר בשירותים של המרכז של פרויקט Bar-e-Learn בבר-אילן, מפס"ר:5317712 – 03.

**תכנית הוראה:**

1. תקשורת – ממשל/פוליטיקה

[Rallying around the Flag]

2. עמדות לבחינת תפקודי התקשורת (סוגי ההשפעות)

[CNN Effect]

[News Indexing]

3. דעת-קהל – מדיניות

4. תקשורת – פוליטיקה – דעת-קהל

5. מסגור תקשורתי Framing

6. סקרי דעת-קהל

*ג. דרישות קדם:* סטודנטים מחויבים בהשלמת קורס החובה 63-001- מבוא לתקשורת המונים, בטרם הרשמתם לסמינריון.

*ד. דרישות הקורס:*

***1.*** *השתתפות פעילה בדיונים קבוצתיים מקוונים****: במהלך השנה נקיים 3 דיונים (2 בסמסטר א', ו- 1 בסמסטר ב'), בהן נדון בסוגיות רלוונטיות לקורס. מטרת מפגשים מקוונים אלו לנתח סוגיה/שאלה שהמרצה תציג מראש במטרה לפתח דיון מאתגר ופורה. בסמסטר ב' הדגש יהיה על נושא מחקרכם.***

***כל סטודנט חייב להשתתף באופן פעיל בדיון אחד בסמס' א' (לפי חלוקת שמות שתעשה ע"י המרצה) ובדיון המסכם בסמס' ב'. ההשתתפות בדיונים חובה (מתקיימים מ-07:00-24:00 – השתתפות בשעות הנוחות לכל אחד) ודינם כמבחן. בשיעור הראשון יינתנו מועדי הדיונים וחלוקת השמות.***

***2.*** *קריאת חומר ביבליוגראפי חובה, כולל הפניות "און-ליין"* ***לחומרים רלוונטיים שישולבו במערכי השיעור באמצעות קישוריות (היפר-לינקס), וחומרים אקטואליים נוספים שיועלו במהלך הקורס על האתר.***

*במפגש הפותח של הקורס יינתנו הנחיות מפורטות והסברים על הסילבוס, אופי השעורים הכפולים והדיונים.*

***3.*** *מצגת:* ***הצגת הממצאים הראשוניים/עיקריים של המחקר לקראת סיום סמסטר ב'. כל משתתף יגיש את ממצאי עבודתו העיקריים לצורך המחשה, דיון והעמקה בנושאי הקורס. מרכיבי המצגת יכללו את הצגת הנושא, רקע כללי, שיטת המחקר, הממצאים הראשוניים והמסקנות הנלוות. המצגות "יוצגו" בפני הקורס (יש להעלותם לאתר הקורס –בפורום מיוחד שיועד למטרה זו ויאפשר עיון חוזר לכל משתתפי הקורס), ולאחריהן נקיים דיון מסכם.***

***4.*** *עבודה מחקרית****: כל משתתף בקורס יבחר נושא/שחקן, בארץ או בעולם, יאבחן את האירוע/ים על-פי פרמטרים שידונו בקורס ויבחן את האמצעים הייחודים למקרה הנבחר. בניתוח יש להדגיש במיוחד את ההיבטים התקשורתיים, מסגור, דעת הקהל והדינאמיקה ביניהם. הסמינריון יתבסס על הדיונים בכיתה, ועל חומר קריאה רלבנטי ועדכני (חובה לשלב לפחות 5 פריטים מהרשימה).***

***בחירת נושא העבודה ושיטות המחקר טעונים אישור המרצה, וייעשו לכל המאוחר לקראת סוף דצמבר 2020 (עד סוף ינואר הצעת המחקר חייבת להיות מאושרת). לא יאושרו שתי עבודות על אותו נושא/שחקן, לפיכך כל הקודם זוכה. היקף העבודה עד 20 עמודים או 6000 מילים, היא תבוצע על-פי הכללים המקובלים של מחקר בתקשורת ובמדעי החברה וכללי הכתיבה המדעית. על עבודת הסמינריון לכלול את כל החלקים המקובלים בעבודת מחקר אקדמית: מבוא, רקע תיאורטי, מקרה בוחן, מערך המחקר, ממצאים, דיון, סיכום, נספחים ורשימה ביבליוגרפית (הרחבה בשיעור הראשון).***

***ניתן להגיש את העבודה בזוגות.***

***מועד אחרון להגשה עד סיום שנת הלימודים – תשפ"א.***

*ה. מרכיבי הציון הסופי*

***השתתפות בדיונים מקוונים - סמסטר א': 15%***

***סמסטר ב' : 15%***

***הצגת הממצאים העיקריים (מצגת) - 20%***

***עבודה סמינריונית - 50%***

*ו. ביבליוגרפיה:*

**הרצאה 1: הקדמה לקורס ורקע כללי**

**הרצאות 2-4: תקשורת – ממשל/פוליטיקה**

**חובה:**

Wolfe, Michelle, Jones, D. Bryan and Baumgartner, Frank M. (2013). "A Failure to Communicate: Agenda Setting in Media and Policy Studies". *Political Communication*, Vol. 30, 2: 175-192.

Helfer, L. & Van Aelst, P. (2020). “Why Politicians React to Media Coverage: A Comparative Experiment of Political Agenda-Setting”, *The Agenda Setting Journal*, 4 (1), 88-108.

Schudson, Michael (2002). “What’s Unusual about Covering Politics as Usual”, in [Zelizer, Barbie& Allan, Stuart (eds.), *Journalism after September 11*](http://www.abebooks.com/servlet/BookDetailsPL?bi=743039058&searchurl=isbn%3D0415287995%26nsa%3D1)*.* New York: Routledge, 36-47.

Deli Carpini, Michael X (2019). “Introduction: Digital Media and the Future(s) of Democracy”, in Deli Carpini, M. X (ed.), *Digital Media and Democratic Futures.* Philadelphia: University of Pennsylvania, 1-16.

Bennett, Lance W., Lawrence, Regina G. and Livingston Steven (2007). *When the Press Fails.* Chicago: The University of Chicago Press. Chapter 2 - “The Semi-Independent Press: A Theory of News and Democracy”, 46-71.

Brown, Katherine A. & Gitlin, Todd (2011). "Partisans, Watchdogs, and Entertainers: The Press for Democracy and its Limits", in Shapiro and Jacobs (eds.), *The Oxford Handbook of American Public Opinion and The Media*. NY: Oxford University Press Inc., 74-88.

Bode, L., Budak, C., Ladd, J., M. et al. (2020). “What Might Have Made News: Big Issues, Historic Candidates, and Hilary Clinton’s Strange Email Scandal”, in *Words That Matter: How the news and Social Media Shaped the 2016 Presidential Campaign*. Washington DC: Brooking Institution Press, 11-34.

**רשות:**

Still, John (2012). *Journalism and Free Speech.* NY: Routledge. pp. 58-74.

Sobel, M. R., & Kim, S. & Riffe, D. (2020). “The World at War: Three and a Half Decades of New York Times Conflict Coverage”, *Media, War & Conflict*, 13 (2), 170-187.

Bloch-Elkon, Yaeli and Nacos L., Brigitte (2014). "**News and Entertainment Media: Government’s Big Helpers in the Selling of Counterterrorism"**, *Perspectives on Terrorism*, 8: 18-32.

Norris, Pippa (2000). *A Virtuous Circle*. Cambridge: Cambridge University Press.

McNair, Brian (2011). *An Introduction to Political Communication*. NY: Routledge. pp. 1-82.

**[Rallying around the Flag] כינוס סביב הדגל**

**חובה:**

[Baum, Matthew A. (2002). “The Constituent Foundations of the Rally-Round-the-Flag Phenomenon", *International Studies Quarterly,* 46, 2: 263-298.](http://www.blackwell-synergy.com/links/doi/10.1111%2F1468-2478.00232)

Glazier, Rebecca A. and Boydstun, Amber E. (2012). "The President, the Press, and the War: A Tale of Two Framing Agendas", *Political Communication*, 29, 4: 428-446.

Hatuel-Radoshitzky, M. & Yarchi, M. (2020). “Rally ‘round the flag Revised: External Soft Threats and Media Coverage”, Media, War & Conflict (online May 24).

**רשות:**

Porat, Roni et al. (2019). “Motivated emotion and the rally around the flag effect: liberals are motivated to feel collective angst when faced with existential threat”, *Cognition and Emotion*, 33:3: 480-491.

Brody, Richard (1984). “International Crises: A Rallying Point for the President?” *Public Opinion*, Vol. 6: 41-43, 60.

**הרצאות 5-8: עמדות לבחינת תפקודי התקשורת - סוגי ההשפעות (דיון I)**

**חובה:**

Valkenburg, Patti M., Peter, Jochen and Walther, Joseph B. (2016). "Media Effects: Theory and Research", *Annual Review of Psychology*, 67: 315-338 .

McQuail, D., & Deuze, M. (2020). “Canon of Media Effects”, in McQuail’s Media and

Mass Communication Theory. 7th Edition, California: Sage, 531-570.

Jerit, Jennifer & Barabas, Jason (2011). "Exposure Measures and Content Analysis in Media Effects Studies", in Shapiro and Jacobs (eds.), *The Oxford Handbook of American Public Opinion and The Media*. New York: Oxford University Press Inc., 139-155.

Bennett, Lance W., Serrin, William (2007). ”The Watchdog Role of the Press”, in Graber Doris A. (ed.), *Media Power in Politics.* Washington, D.C: CQ Press, 326-336.

Bloch, Yaeli & Lehman-Wilzig, Sam (2002). “An Exploratory Model of Media-Government Relations in International Crises: U.S. Involvement in Bosnia 1992-1995”, in [Gilboa, Eytan (ed.), *Media and Conflict*](http://www.amazon.com/exec/obidos/tg/detail/-/1571052763?v=glance)*.* New York: Transnational Publishers, 153-169

**רשות:**

Petersen, Thomas (2019). “Journalism and Pubic Opinion”, **in Vos, Tim P. & Hanusch, Folker (eds.), *The International Encyclopedia of Journalism Studies*. New Jersey: Kohn Wiley & Sons, Inc. 3 volumes (published online April).**

Wojcieszak, M., Azrout R.& de Vreese C. (2018). "Waving the Red Cloth: Media Coverage of a Contentious Issue Triggers Polarization", *Public Opinion Quarterly*, 82 (1), 87-109.

Malek, Abbas & Wiegand, Krista E. (1996). “News Media and Foreign Policy: An Integrated Review”, in Malek, Abbas (ed.), *News Media & Foreign Relations.* New Jersey: Ablex Publishing Corporation, 3-29.

Jamieson, Kathleen H., Hardy, Bruce W., and Romer, Daniel (2007). “The Effectiveness of the Press in Serving the Needs of American”, in Kathleen H Jamieson & Jaroslav Pelikan (eds.)*A Republic Divided* ed., The Annenberg Democracy Project. Oxford: Oxford University Press, 21-54.

Entman, Robert M. & Page, Benjamin, I. (1993). “The News Before the Storm: The Iraq War Debate and the Limits to Media Independence”, in Bennett, Lance W. & Paletz, David L. (eds*.*), *Taken by Storm: The Media, Public Opinion, and Foreign Policy in the Gulf War*. Chicago, IL: University of Chicago Press, 82-101.

Zaller, John R. & Chiu, Dennis (2000). “Government’s Little Helper: U.S. Press Coverage of Foreign Policy Crises, 1946-1999”, in Nacos, Brigitte L., Shapiro, Robert Y. & Isernia, Pierangelo (eds.), *Decisionmaking in a Glass* *House*. New York: Rowman & Littlefield Publishers, Inc., 61-84.

Wolfsfeld, Gadi (1993). “The Role of the News Media in Unequal Political Conflicts: From the Intifada to the Gulf War and Back Again”, *Research Paper R-8.* U.S.A: Harvard College, 1-21.

Baum, Matthew A. (2007).”How Soft News Brings Policy Issues to the Inattentive Public”, in Graber Doris A. (ed.), *Media Power in Politics.* Washington, D.C: CQ Press, 138-153.

**[CNN Effect] אפקט סי-אן-אן**

**חובה:**

[Robinson, Piers (2000). “The Policy-Media Interaction Model: Measuring Media Power during Humanitarian Crisis”,](http://jpr.sagepub.com/cgi/content/refs/37/5/613) *[Journal of Peace Research](http://jpr.sagepub.com/cgi/content/refs/37/5/613)*[, 37, 5: 613-633.](http://jpr.sagepub.com/cgi/content/refs/37/5/613)

Jungblut, M. (2020). “Strategic Communication and its Role in Conflict News”, in The (potential) Impact of Conflict News Coverage – “Politics”. Berlin: Springer, 81-90.

**רשות:**

Gilboa, Eytan (2005). “The CNN Effect: The search for a communication theory of international relations”. *Political Communication*, 22: 27-44.

Livingston, Steven (1997). “Beyond the ‘CNN Effect’: The Media-Foreign Policy Dynamic”, in Norris, Pippa (ed.), *Politics and the Press:* *The News Media and their Influences*. Boulder: Lynne Rienner, 291-318.

**[News Indexing] אינדקסינג**

**חובה:**

Bennett, Lance W. (1990). “Toward a Theory of Press-State Relations in the United States”, *Journal of Communication,* 40: 103-125.

**רשות:**

Seok, Ho Lee and Wang, Qian (2016). "A Comparative Investigation Into Press–State Relations: Comparing Source Structures in Three News Agencies’ Coverage of the North Korean Missile Crisis", **International Journal of Communication**, 10: 1907-1928.

**הרצאות 9-12: דעת-קהל – מדיניות, מדיניות חוץ**

**חובה:**

Herbst, Susan (2011). "Critical Perspectives on Public Opinion", in Shapiro and Jacobs (eds.), *The Oxford Handbook of American Public Opinion and The Media*. New York: Oxford University Press Inc., 302-315.

Page, Benjamin I. & Shapiro, Robert Y.(1992). *The rational public: fifty years of trends in Americans’ policy preferences.* Chicago: Chicago University Press, 1-36, 172-220.

Zaller, John (1992). *The Nature and origins of mass opinion*. Cambridge: Cambridge University, 40-52.

Wilson, Francis (2017). "The Emergence and Shaping of the Study of Public Opinion", in *A Theory of Public Opinion* NY: Rutledge, Chap. 4 (22 pp.).

Foyle, Douglas C.. (2017). "Public Opinion and Foreign Policy", in *Oxford Research Encyclopedia of Politics. August, 1-30*

Shapiro, Robert Y. & Bloch-Elkon, Yaeli (2008). "Do the Facts Speak for Themselves? Partisan Disagreement as a Challenge to Democratic Competence."  *Critical Review*, 20, 1-2: 115-139.

Holsti, Ole R. (2008). *Public Opinion and American Foreign Policy.* Ann Arbor: The University of Michigan Press, Chapter 7, 289-324.

**רשות:**

Jentleson, Bruce W. & Britton, Rebecca L. (1998). “Still Pretty Prudent: Post-Cold War American Public Opinion on the Use of Military Force”, *Journal of Conflict Resolution*, 42: 395-417.

Shapiro, Robert Y. & Jacobs, Lawrence R. (2000). “Who Leads and Who Follows? U.S. Presidents, Public Opinion and Foreign Policy”, in Nacos, Shapiro & Isernia (eds.), *Decisionmaking in a Glass* *House*. NY: Rowman & Littlefield Publishers, 223-246.

Shapiro, Robert Y. & Bloch-Elkon, Yaeli (2007).“Ideological Partisanship and American Public Opinion toward Foreign Policy”, in Halperon M.H et al. (eds.), *Power and Superpower: Global Leadership and Exceptionalism in the 21st Century*. NY: The Century Foundation Press, 49-68.

Snyder, Jack, Shapiro, Robert Y. & Bloch-Elkon, Yaeli (2009). "Free Hand Abroad, Divide and Rule at Home", *World Politics*, 61, 1: 155-187.

Bloch-Elkon, Yaeli (2011). The Polls-Tends: Public Perceptions and the Threat of International Terrorism After 9/11". *Public Opinion Quarterly*, 75 : 366-392.

**הרצאות 13-16: תקשורת – פוליטיקה – דעת-קהל (דיון II)**

(בנוסף לפריטים שצוינו קודם, ב"זוגות")

**חובה:**

Seaver, B. (1997). “The Public Dimension of Foreign Policy”, [*The Harvard International Journal of Press/Politics*](http://hij.sagepub.com), 3: 65-91.

Page, Benjamin I. (2000). “Toward General Theories of the Media, Public Opinion, and Foreign Policy”, in Nacos, Shapiro& Isernia (eds.), *Decisionmaking in a Glass* *House*. New York: Rowman & Littlefield Publishers, Inc., 85-94.

Foyle, Douglas C. (2011). "Public Opinion, and the Media: Toward and Integrative Theory", in Shapiro and Jacobs (eds.), *The Oxford Handbook of American Public Opinion and The Media*. New York: Oxford University Press Inc., 658-674.

Belchior, A., M. (2020). “Media, Public Opinion and Parliamentary Agendas’ Effect in Political Parties’ Agenda Setting” *The Agenda Setting Journal*, 4 (1), 17-42.

Nacos, Brigitte L., Bloch-Elkon, Yaeli, Shapiro, Robert Y. (2011). *Selling Fear: Counterterrorism, The Media and Public Opinion*. Chicago: The University of Chicago Press. chapters 1 and 2, 1-59

Lee, Soo Han (2014). “Analyzing the Multidirectional Relationships Between the President, News Media, and the Public: Who Effects Whom?", *Political Communication*, 31, 2: 259-281.

Bago, B., Rand, D. G., & Pennycook, G. (2020). “Fake news, fast and slow: Deliberation

reduces belief in false (but not true) news headlines”. *Journal of experimental*

*psychology: general*.‏ [http://dx.doi.org/10.1037/xge0000729](https://eur02.safelinks.protection.outlook.com/?url=http%3A%2F%2Fdx.doi.org%2F10.1037%2Fxge0000729&data=02%7C01%7CYaeli.Bloch-elkon%40biu.ac.il%7C27ca9fb470734a11aa3c08d81285c077%7C61234e145b874b67ac198feaa8ba8f12%7C1%7C0%7C637279712950358639&sdata=EAFHIkVDqdT%2BBefxADagn2JI%2FE%2Bh3n8bYqiSFs5cueM%3D&reserved=0)

Geise, S., & Baden, C. (2015). Putting the image back into the frame: Modeling the linkage between visual communication and frame-processing theory. *Communication theory*, 25, 46-69.

**רשות:**

Jenkins, Alexander, Nikolaev, Alexander & Popora, Douglas V. (2012). "Moral Reasoning and the Online Debate about Iraq", *Political Communication*, 29, 1: 44-63.

Nacos, Brigitte & Bloch-Elkon, Yaeli (2011). "The Media, Public Opinion and Terrorism", in Shapiro and Jacobs (eds.), *The Oxford Handbook of American Public Opinion and The Media*. New York: Oxford University Press Inc., 690-712.

Smidt, Corwin D. (2012). "Not All News Is the Same: Protests, Presidents, and the Mass Public Agenda", Public Opinion Quarterly, 76, 1: 72-94.

Entman, Robert (2004). *Projections of power: framing news, public opinion, and U.S. foreign policy.* Chicago: University of Chicago Press., 123-143.

Holsti, Ole R. (2000). “Public Attitudes after the Cold War”, in Nacos, Brigitte L., Shapiro, Robert Y. & Isernia, Pierangelo (eds.), *Decisionmaking in a Glass* *House*. New York: Rowman & Littlefield Publishers, Inc., 211-222.

Jacobs, Lawrence R. & Shapiro, Robert Y. (1996). “Towards the Integrated Study of Political Communications, Public Opinion and Policy-Making Process”, *Political Science* *& Politics* xxix, 1: 10-12.

[Bloch-Elkon, Yaeli (2007). "Studying the Media, Public Opinion and Foreign Policy in International Crises: The United States and the Bosnian Crisis, 1992-1995”, *The Harvard International Journal of Press/Politics*, 12, 4: 20-51](http://hij.sagepub.com/cgi/content/refs/12/4/20).

**הרצאות 17-20: מסגור תקשורתי Framing-**

**חובה:**

[Scheufele, Dietram A. (1999).“Framing as a Theory of Media Effects”, *Journal of Communication*, 49, 1: 103-122.](http://www.blackwell-synergy.com/doi/abs/10.1111/j.1460-2466.1999.tb02784.x)

[Entman, Robert M. (2007). "Framing Bias: Media in the Distribution of Power", *Journal of Communication*, 57, 1: 163–173.](http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/j.1460-2466.2006.00336.x/pdf)

Cacciatore, Michael A., Scheufele, Dietram A., and Iyngar, Shanto (2016). "[The End of Framing as we Know it … and the Future of Media Effects](http://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/15205436.2015.1068811)", [*Mass Communication and Society*,](http://www.tandfonline.com/toc/hmcs20/19/1)19, 1: 7-23.

Nelson, Thomas E. (2011). "Issue Framing", in Shapiro and Jacobs (eds.), *The Oxford Handbook of American Public Opinion and The Media*. New York: Oxford University Press Inc., 189-203.

Bruggemann, Michael (2014). "Between Frame Setting and Frame Sending: How Journalists Contribute to News Frame". *Communication Theory*, 24, 1: 61-82.

Kuhne, R., & Schemer, C. (2015). The emotional effects of news frames on information processing and opinion formation. *Communication research*, 42, 387-407.

**רשות:**

D’Angelo, Paul et al. (2019). “Beyond Framing: A Forum for Framing Researches”, *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 96, 1: 12-30.

Entman, Robert M. (1993). “Framing: Towards Clarification of a Fractured Paradigm”, [*Journal of Communication*](http://www.blackwellpublishing.com/journal.asp?ref=0021-9916), 43, 4: 51-58.

Hong, T. V., & Nyan, L. (2020). “When the News Takes Sides: Automated Framing

Analysis of News Coverage of the Rohingya Crisis by the Elite Press from Three

Countries”, Journalism Studies, DOI: [10.1080/1461670X.2020.1745665](https://doi.org/10.1080/1461670X.2020.1745665)

Entman, Robert M. (2012). Scandal and Silence: Media Responses to Presidential Misconduct. Cambridge: Policy Press, chapters 1 and 2, 1-47.

Hong, Tien Vu, Lei Guo, and Maxwell E. McCombs (2014). "Exploring the World Outside and the Pictures in Our Heads : A Network Agenda-Setting Study". Journalism & Mass Communication Quarterly, 91, 669-686.

Opperhuizen, A.E, Schouten, K.& Klyn H. (2018). "Framing a Conflict! How Media Report on Earthquake Risks Caused by Gas Drilling", *Journalism Studies* (January) <https://doi.org/10.1080/1461670X.2017.1418672>

Guardino, M. (2020). “What’s New? Media Public Opinion and Democracy in the 21st Century”, in *Framing Inequality: News Media, Public Opinion, and the Neoliberal Turn in U.S. Public Policy*. Oxford: Oxford University Press, 180-204.

Nacos, B.L., & Bloch-Elkon, Y. (2018). "U.S Media and Post 9/11 Human Rights Violations in the Name of Counterterrorism", *Human Rights Review*, pp. 1-18. [10.1007/s12142-018-0498-2](https://philpapers.org/go.pl?id=NACUMA&proxyId=&u=http%3A%2F%2Fdx.doi.org%2F10.1007%2Fs12142-018-0498-2)

[Auerbach, Yehudith & Bloch-Elkon, Yaeli (2005) "The Press and Foreign Policy: New York Times and Washington Post vis-à-vis U.S Policy in Bosnia". *Journal of Peace Research,* 42, 1: 31-50.](http://jpr.sagepub.com/cgi/content/abstract/42/1/83)

Bennett, Lance W., Lawrence, Regina G. and Livingston Steven (2007). *When the Press Fails.* Chicago: The University of Chicago Press, Chapter 4 - “The News Reality Filter”,108-130.

Robinson, Lucas L. & Livingston Steven (2006). “The Emergence of the Al Qaeda-Baathist: News Frame Prior to the 2003 Invasion to Iraq”, in Nikolav A. G. & Hakanen E. A (eds.), *Leading to the 2003 Iraq War: The Global Media Debate,* NY: Palgrave Macmillan., 23-37

Gitlin, Todd. (1980). *The Whole World is Watching*. Berkeley, CA: University of California Press.

Wolfsfeld, Gadi (1997). “Fair Weather Friends: The Varying Role of the News Media in the Arab-Israeli Peace Process”, *Political Communication*, 14, 1: 29-48.

Mandelzis, Lea & Naveh, Channan (2006). “American Crisis-Israeli Narrative: The Role of Media Discourse in the Promotion of a War in Iraq”, in Nikolav A. G. & Hakanen E. A (eds.), *Leading to the 2003 Iraq War: The Global Media Debate*, NY: Palgrave Macmillan, 181-196.

Bolsen, Tody, Bruckman, James N. and Cook, Fay Lomay (2014). "How Frames can Undermine Support for Scientific Adaptations: Policization and the Status-Que Bias". Public Opinion Quarterly, 78, 1: 1-26.

Nossek, Hillel (2007). "Oue News and Their News: The Role of National Identity in the Coverage of Foreign News, in Nossek, H., Sreberny A., Sonwalker P. (eds.), *Media and Political Violence*, NJ: Hampton Press, 41-64.

**הרצאות 21-24: סקרי דעת-קהל**

**חובה:**

Althaus, Scott L. (2003). *Collective Preferences in Democratic Politics.* Cambridge: Cambridge University Press, 277-313.

Bishop, George F. (2011). "Instrument Design: Question Form, Wording, and Context Effects", in Shapiro and Jacobs (eds.), *The Oxford Handbook of American Public Opinion and The Media*. New York: Oxford University Press Inc., 348-366.

Erikson, Robert S. & Tedin, Kent L. (2010). *American Public Opinion*: *Its Origins, Content and Impact* (8th edition). NY: Pearson Longman, Polling: The Scientific Assessment of Public Opinion 24-44.

Asher, Herbert (2012). Polling The Public: What Every Citizen Should Know. Washington, DC: PQ Press (Sage). Chapter 1 (Polling and the Public), pp. 1-30, Chapter 3 (Wording and Context of Questions),pp. 55-76, Chapter 6 (The Media and the Polls), pp.119-139.

Leong, A., D. & Ho, S, S. (2020). “Perceiving Online Public Opinion: The Impact of Facebook Opinion Cues, Opinion Climate Congruency, and Source Credibility on Speaking Out”, News Media & Society, [https://doi.org/10.1177/1461444820931054](https://doi.org/10.1177%2F1461444820931054)

Erikson, Robert S. and Wlezien, Christopher (2012). The Timeline of Presidential Elections. Chicago: Chicago Press University, chapter 2, 17-40.

**רשות:**

**Tandoc, Edson C. Jr. & Maitra, Julian (2019). “Audience Measurement”, in Vos, Tim P. & Hanusch, Folker (eds.), *The International Encyclopedia of Journalism Studies*. New Jersey: Kohn Wiley & Sons, Inc. 3 volumes (published online April).**

**Saris, W., & Sniderman, P. (2004). *Studies in public opinion: Attitudes, nonattitudes, measurement error, and change.* Princeton, NJ: Princeton University Press.**

Splichal, Slavko (1999). *Public Opinion: Developments and Controversies in the Twentieth Century*. Lanham, MD: Rowman & Littlefield.

**בחינת מצגות המחקר** (הרצאה 25)

**ניתוח וביקורת על המצגות** (הרצאה 26, דיון III מסכם)

*ז. שם הקורס באנגלית:*

**Political Communication and Public Opinion**