

אוניברסיטת בר-אילן**החוג למדע המדינה****קמפיינים פוליטיים בארה"ב ובישראל: היסטוריה ופרקטיקה (קורס : 71-743-01)**

קורס בחירה שנתי (2 ש"ש) מ.א.

תשס"ז

מרצה : ד"ר אורית גלילי-צוקר

שעת קבלה : יום ב' 13.40-14.30 (או בתיאום טלפוני 0505543577)

חדר : בניין 109

כתובת מייל: oritga@mail.biu.ac.il**מטרות הקורס:**

נקודת המוצא של הקורס היא שבהשוואה לעבר - קמפיינים פוליטיים מהווים היום ציר הכרעה משמעותי בזירת הפוליטיקה המודרנית והפוסט מודרנית. הקורס יעסוק בדיסציפלינות הנלוות לקמפיינים פוליטיים והן: שיווק פוליטי, דעת קהל, מנהיגות פוליטית, ותקשורת פוליטית. הקורס יציג את מרכיביו ושלביו של הקמפיין הפוליטי-תקשורתי המודרני - modern media-based campaigns, גם בפרספקטיבה היסטורית, החל משנות ה-40 בארה"ב, ועד לתחילת המאה ה-21. הקורס ידון במקומם של אמצעי התקשורת בקמפיינים הפוליטיים ואת מידת השפעתם של אירועי קמפיין נקודתיים במערכות הבחירות בישראל מאז שנות ה-80. בין המושגים שיידונו בקורס: קץ המפלגות, פרסונאליזציה, "לשלוט באמצעות קמפיין", בניית תדמית, משאבים כריזמטיים, היתרון של מועמדים מכהנים, ספין דוקטורס, "הליכה אל הציבור", "פוליטיקת האינטימיות" ועוד.

חובות הסטודנטים:

1. נוכחות חובה במפגשים
2. הגשת עבודה – 40% מהציון. העבודה מבוססת על תרגום עצמאי של מאמר באנגלית הנוגע לאחד או יותר מנושאי הקורס. על הסטודנטים לתרגם את המאמר ולהציג את תמציתו בכיתה. למרצה יש להגיש הן את תרגום המאמר והן את התקציר כפי שיוצגו ויופצו בכיתה. שני מרכיבים אלו – תרגום ותמצית המוצגת בכיתה - מהווים את חובת העבודה בקורס. המאמרים יוצגו על ידי הסטודנטים החל ממחצית חודש דצמבר ועד לתחילת או אמצע מאי (תלוי במספר הסטודנטים).
3. הנחיות להצגת המאמר בכיתה: מדובר בתמצית מזוקקת, בהירה ומושכלת של המאמר הכוללת בדרך כלל שלושה מרכיבים: טענת הכותב/ים, אופני ההתמודדות עם הטענה או הטענות, ומושגים תיאורטיים בולטים המשולבים במאמר. מצגת ppt יכולה לסייע להמחשה אך אינה חובה. היקפו של מאמר נע בין 15-25 עמודים. יש אפשרות לשיתוף פעולה של 2 סטודנטים - תלוי במספר הסטודנטים בקורס, בהיקף המאמר ובמידת הקושי. רצוי מאוד – בעת הפרזנטציה בכיתה - להשתמש בתרומה התיאורטית של המאמר על מנת ליישמה על תופעה מן הזירה הישראלית.
3. מבחן בסוף השנה: 60% מהציון (המבחן הוא על הנלמד בכיתה ועל המאמרים המתורגמים אשר יהוו את מאגר הידע לנלמד בקורס). פרטים על המבחן יימסרו בהמשך השנה.

ביבליוגרפיה

ספרים בעברית – קריאת רקע לקורס שהיא בבחינת קריאת רשות
 גלילי, אורית (2004) הטל-פוליטיקאים: מנהיגות פוליטית חדשה במערב ובישראל, הוצאת רמות,
 אוניברסיטת תל אביב, רמת אביב
E 324.22 גלי.טל (588981)

גדעון, דורון (1996) אסטרטגיה של בחירות, כיוונים
שמור מדעי המדינה לפי דור.אס (304960)

כספי, דן (2001) תמונות בראש: דעת קהל ודמוקרטיה, בית ההוצאה לאור של האוניברסיטה הפתוחה, רמת-אביב, תל-אביב
שמור מדעי המדינה לפי כספ.תמ (500273)

כספי, ד. (1997) תקשורת ופוליטיקה, רמת אביב: הוצאת האוניברסיטה הפתוחה
 בתוך: ממשל ופוליטיקה במדינת ישראל יחידה 10
שמור מדעי המדינה לפי אונ.ממ (365269)

כץ, ירון (1999) מוכרים בלבד, תל-אביב: ספריית פועלים
שמור מדעי המדינה לפי כץ.מוכ (424742)

וימן גבי, תמיר שפר (2004) סיקור תקשורת של בחירות בישראל, סדרת אגרתא, מכון חיים הרצוג לתקשורת, חברה ופוליטיקה, אוניברסיטת תל אביב
(586139) E וי.מ.סק 302.2345

פוסטמן, ניל (2000) בידור עד מוות, סדרת מחשבות על חינוך, ספרית פועלים, תל אביב
(444061) פוס.בז 302.234

פריטי הקריאה:

Trent J S (1993) The Ideal Candidate: A Study of the Desired Attributes of the Public and the Media Across Two Presidential Campaigns, American Behavioral Scientist, 37, 2, 225-239
כתב עת בספרית פסיכולוגיה וגם כתב עת אלקטרוני

Miller A H; Klobucar T F (2003) The Role of Issues in the 2000 U.S. Presidential Election, Presidential Studies Quarterly, 33, 1, 101-124
כתב עת אלקטרוני

Esser F; Reinemann,C; Fan D (2000) Spin Doctoring in British and German Election Campaigns: How the Press is Being Confronted With a New Quality of Political PR
אין

Margolis, M; Resnick, D; Wolfe J D(1999) Party Competition on the Internet in the US and Britain, The Harvard International Journal of Press/Politics, 4, 4, 24-47
כתב עת בספרית מדעי החברה וגם כתב עת אלקטרוני

Farrell D M; Kolodny, R; Medvic S (2001) Parties and Campaign Professionals in a Digital Age: Political Consultants in the United States and Their Counterparts Overseas, The Harvard International Journal of Press/Politics, 6, 4, 11-30
כתב עת בספרית מדעי החברה וגם כתב עת אלקטרוני

Tedesco J C (2001) Issue and Strategy Agenda-Setting in the 2000 Presidential Primaries, American behavioral scientist, 44, 12, 2048-2067
כתב עת בספרית פסיכולוגיה וגם כתב עת אלקטרוני

Stromback J; Nord L W (2006) Do Politicians Lead The Tango? A Study of the Relationship Between Swedish Journalists and Their Political Sources in the Context of Election Campaigns, European Journal of Communication, 21, 2, 147-164
כתב עת בספרית מדעי החברה וגם כתב עת אלקטרוני

Esser F; D'angelo P (2006) Framing the Press and Publicity Process in US British and German General Election Campaigns: A Comparative Study of Meta Coverage, The Harvard International Journal of Press/Politics, 11, 3, 44-66
כתב עת בספרית מדעי החברה וגם כתב עת אלקטרוני

Dickson E S; Scheve K(2006) Social Identity, Political Speech, and Electoral Competition, Journal of Theoretical Politics, 18, 1, 5-39
כתב עת בספרית מדעי החברה וגם כתב עת אלקטרוני

Lawson-Borders,G; Kirk R (2005) Blogs in Campaign Communication, American behavioral scientist, 49, 4, 548-559
כתב עת בספרית פסיכולוגיה וגם כתב עת אלקטרוני

Ross K (2004) Political Talk Radio and Democratic Participation: Caller Perspectives on Election Call, Media, Culture and Society, 26, 6, 785-801
כתב עת בספרית מדעי החברה וגם כתב עת אלקטרוני

Polat, R K (2005) The Internet and Political Participation: Exploring the Explanatory Links, European journal of communication, 20, 4, 435-459
כתב עת בספרית מדעי החברה וגם כתב עת אלקטרוני

Gan, F; Teo J L; Detenber, B H (2005) Framing the Battle for the White House: A Comparison of Two National Newspapers' Coverage of the 2000 United States Presidential Election, Gazette, 67, 5, 441-467
כתב עת אלקטרוני

Hourigan, N (2001) New Social Movement Theory and Minority Language Television Campaigns, European journal of communication, 16, 1, 77-100
כתב עת בספרית מדעי החברה וגם כתב עת אלקטרוני