

שם ומספר הקורס:

סיפורי מסע בעידן הדיגיטלי

Travel Narratives across the Digital Divide

**63-422-01**

**שם המרצה: פרופסור חיים נוי**

**סוג הקורס:** סמינר

**שנת לימודים**: תש"פ **סמסטר**: שנתי **היקף שעות**: 2 ש"ש

**אתר הקורס ברשת:**

**שעות הקורס:**

**שעות קבלת קהל:**

**מיקום המשרד:** בנין לאוטרמן 109, חדר 15 (בניין ביה"ס לתקשורת)

**דוא"ל:** [chaim.noy@biu.ac.il](mailto:chaim.noy@biu.ac.il)

**א. מטרות הקורס:**

סיפורי מסע הן אחת מסוגות הסיפור והדיווח העתיקות בעולם. הן מופיעות בכל התרבויות, והיוו מאז ומתמיד חלק אינטגרלי מהפעילויות של המסע עצמו. המונח "סיפורי מסע" מתייחס למגוון עשיר של ייצוגים ומופעים של מסעות וחוויות של נוסעים ותיירים. המדובר בקטגוריה של ייצוגים נרטיביים (סיפוריים), שמבחינה היסטורית התייחסה לכתיבה של סיפורים ורומנים על מסעות והרפתקאות במאות ה-18-20 (Travel narrative, Travel writing, Travel literature). סיפורים אלה נכתבו בעיקר ע"י תיירים גברים מערביים במהלך מסעותיהם ואחריהם.

בסמינר נתייחס לקשת רחבה של ביטויי שיח המתייחסים לטיולים תיירותיים, הכוללת סוגות (genres) וסגנונות ספרותיים שונים, ואמצעי תקשורת מגוונים המתווכים (mediate) סיפורים אלה לפני הטיול, במהלכו, ולאחריו.

בעוד שדוגמאות לסיפורי מסע והרפתקאות מן העבר כוללות כתיבת יומנים וספרים, דוגמאות לסיפורי מסע עכשוויים כוללות כתיבה בבלוגים, ושיתוף ידע, חוויות, והמלצות ודיסהמלצות באמצעות רשתות חברתיות (SNS, כגון עמודי פייסבוק של יעדי תיירות וקבוצות תיירים) ופלטפורמות תיירותיות ייעודיות (כגון TripAdvisor). סיפורי מסע אלה מהווים שיח תיירותי הכולל לא רק טקסטים, אלא גם היבטים חזותיים בולטים: תמונות, קטעי וידיאו (לרוב YouTube) ועוד. זאת, במסגרת האקולוגיה התקשורתית, שהינה דיגיטלית ושיתופית.

סמינר המחקר הנו איכותני (qualitative). הוא יוקדש להכרת סוגות וסגנונות של סיפורי מסע בהווה, וחקר תפקידיהם בהבנת התיירות הגלובאלית בת-זמננו והמשמעויות הקשורות בפנאי ובנופש – וכן באופן בו תעשייה זו מייצרת ומאפשרת ביצוע של זהויות וחוויות אישיות וקולקטיביות. אחת ההנחות הבסיסיות היא ש"זה לא קרה אם לא סיפרת על זה", וכן שהסיפורים, הדיווחים, התמונות וקטעי הווידיאו מהטיול הם חלק מכונן של חוויות המסע. נלמד להכיר ולזהות אתרים חברתיים בהם מבוצעים סיפורי מסע, וכיצד פלטפורמות תקשורתיות וטכנולוגיות שונות מאפשרות זאת ומשפיעות על כך בצורות מגוונות. למרות שפעילויות פנאי ותיירות נתפסות כתחומי חיים 'קלילים' (ואולי דווקא בשל כך) ניתן ללמוד מהן רבות על היחיד, על החברה והתרבות, ועל התהליכים הפוליטיים-כלכליים המעצבים אותם.

העבודה הסמינריונית המסכמת תכלול זיהוי, איסוף, תיעוד וניתוח סיפורי מסע של נוסעים ותיירים ישראלים במגוון אמצעי תקשורת דיגיטליים, וניתוח מבנה הסיפורים והבנת התפקיד החברתי והתרבותי שלהם בעולם התיירות. נעשה שימוש במתודולוגיה איכותנית-פרשנית, המשלבת מסורות ידע ומחקר ממדעי החברה והרוח. נתבסס על אתנוגרפיה של תקשורת ושל הרשת (net-ethno-graphy), ועל ניתוח שיח וניתוח נרטיבי (discourse and narrative analysis).

**ב. תוכן הקורס:**

יחידות הלימוד של הקורס יכללו את הנושאים הבאים:

1. פרקטיקות, ייצוגים ומופעים תיירותיים
2. נרטיביים תיירותיים וספרות מסעות (travel and adventure literature)
3. זירות היגוד/ביצוע ושיתוף של סיפורי מסע
4. פלטפורמת הערכה ייעודיות בתיירות (למשל TripAdvisor, CouchSurfing, Airbnb)
5. מחקר עצמאי, אינדיבידואלי ומקורי:
   1. כיצד נבחר נושא למחקר? בחירה של הפלטפורמות התקשורתיות המשמשות להעלאת ולשיתוף תכנים תיירותיים ברשת (מדיה חברתית, פלטפורמות תיירותיות ייעודיות)
   2. זיהוי ובחירה של סוג הטיול ו/או סוגי התיירים (תיירי מורשת, למשל) ו/או היעדים שמענין אותנו לחקור
   3. ניתוח שיח פרגמטי המתייחס לתגובות תיירים - גולשים ומשתמשים – ביחס לאטרקציות, טיולים וביקורים תיירותיים
6. בניית מחקר אמפירי על כל שלביו, תוך שימוש בשיטות מחקר איכותניות

**מהלך השיעורים:**

השיעורים הראשונים יוקדשו להכרת תחום התיירות המודרנית וסיפורי המסע, מצד אחד, והממשקים והפלטפורמות הדיגיטליות השיטופיות וההשתתפותיות המשמשות תיירים לפרסום ושיתוף סיפורי מסע וחוויות טיול, מצד שני. לאחר מכן, הסטודנטים/ות יבחרו נושאים למחקר, ונתכונן לעריכת מחקר ולכתיבה של עבודה מחקרית-סמינריונית, וכן להצגתה בכיתה. (סוף הקורס יוקדש להצגת המחקר בכיתה ולדיונים במחקרים).

מאחר שסמינר מחקר זה כולל תכנון והוצאה אל הפועל של מחקר עצמאי ושלם, נעבור על מתודולוגיות איכותניות שישמשו את הסטודנטים במחקר, וכן נעבור על מבנה המחקר לפרטיו, על כתיבת עבודה סמינריונית-מחקרית, ועל הצגת תוצאות המחקר בכיתה (בצורת פרזנטציה//רפרט).

**תכנית הוראה מפורטת לכל השיעורים** (יתכנו שינויים: נא לעקוב באתר ובהודעות)**:**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| סדר השיעורים | נושא | קריאה נדרשת | | הערות |
| (1) | היכרות.  הקדמה לחקר התיירות המודרנית + הגדרות רלבנטיות.  אותנטיות והמפנה החזותי | MacCannell, 1976, Chap. 5;  Mkono, 2013  קריאת רשות:  פרקים מתוך  Urry & Larsen, 2011 | | * נא לבקר באתר הקורס * נא להביא לשיעור עותק של הסילבוס ומצגת ראשונהומצגת ראשונהכותניותd practice." |
| (2) | סגנונות תיירותיים  הקשר בין לימודי תקשורת ולימודי תיירות  שפה וגישות מופעיות (performance) לתיירות ומעבר | Adler, 1989; Noy, 2008  קריאת רשות:  Edensor, 2001 | | תיירות כתעשיית מקום-מרחב ותנועה (mobility, transportation, access), שירותים (service industry) |
| (3) | מסע. סיפורי מסע:  היסטוריה של סיפורי מסע | Noy, 2004  קריאת רשות:  Moscardo, 2010; Noy, 2005 | | קריאת רשות על סיפורי מסע: Bruner, 2005  קריאת רשות נוספת על TripAdvisor:  Wilson, 2012 |
| (4) | דמוקרטיזציה ופופולריזציה בתיירות  ממשקים דיגיטליים בתיירות: היכרות  התפנית ההשתתפותית (participatory) בתיירות | Vasquez, 2012; וגם Liu, Pennington-Gray, Donohoe, & Omodior, 2015 על טריודוויזר  קריאת רשות  Rickly-Boyd, 2009; Tivers & Rakic, 2012 | | נבחן שיח רב ממדי בתיירות לאחר התפנית החזותית.  קריאת רשות על סיפורי תיירים בבלוגים: Bosangit, McCabe & Hibbert, 2009 |
| (5) | אוריינות אקדמית 101: ניסוח כתיבה של הצעת מחקר (research proposal) לעבודה הסמינריונית (מבוסס על מסמך + מצגת המצויים באתר הקורס) | תובל-משיח וספקטור, 2010 | | אורך: שלושה עמודים (לא כוללים עמוד שער):  תיאור המחקר המוצע, רקע/הקשר תיאורטי, שיטת מחקר ושאלת מחקר |
| (6) | דיון בהצעה | | -- | ממסך ומצגת מפורטים מצויים באתר ויוצגו בכתה |
| (7) | טכנולוגיות תקשורת בעבר ובהווה: תיירות, ייצוג, ותיווך | -- | | דמוקרטיזציה של טכנולוגיות של תחבורה ותקשורת. ייצוגים  Affordances, mediatization,  תיווך (mediation) |
| (8) | תקשורת פנים-אל-פנים (ftf), תקשורת אנלוגית, ותקשורת דיגיטאלית בתיירות: לפני, במהלך ואחרי הטיול  למי להאמין? אמון בכתיבה של תיירות | Enoch & Grossman, 2010; Azariah, 2010  Ert, Fleischer & Magen, 2016  Yoo & Gretzel, 2009  קריאת רשות:  Yoo, & Gretzel, 2011 | | ה"digital divide" |
| (9) | שיטות מחקר איכותניות: ניתוח שיח ביומיום ובתיירות | חמו, קמפף ובלום-קולקה, 2012 | | מודל ה-SPEAKING של דל היימס  גישות רב-ממדיות (multimodal) |
| (10) | חקר השיח ואתנוגרפיה של תקשורת (EC) | קריאת רשות:  Noy, in press | |  |
| (11) |  |  | |  |
| (12) | מדיה חדשה, תמונות וצילומים בתיירות.  סלפי. המקל של הסלפי | Thurlow & Jaworski, 2011 | | Lo & McKercher, 2015.  **\*היום הגשה בכיתה ובאתר של ההצעה לעבודה הסמינריונית** |
| (13) | מדיה חברתית ותיירות. שימושים שיווקיים של מדיה חברתית בתיירות | Kim & Tussyadiah, 2013 | | נבחן את תפקידיהן של פלטפורמות של מדיה חברתית בתקשורת מילולית וחזותית בין תיירים |
| (14) | הצגה בכיתה של הצעות המחקר | -- | | החזרה של הצעות המחקר עם הערות וציון. הצגה בת 5 ד' לכל סט'. על הצגה לא מקבלים ציון |
| (15) | הסברים על כתיבת עבודה סמינריונית מחקרית, ועל  הצגת העבודה בכיתה (רפרטים) | -- | | בשני שיעורים אלה נעבור על מסמכים ומצגות ייעודיים המצויים באתר של הקורס, העוסקים בכתיבת עבודה ובהצגתה בעומק ובפירוט. |
| (16) | המשך |  | |  |
| (17) | ניתוחים של בלוגים של תיירים | Bosangit, Hibbert, & McCabe, 2015 | | קריאת רשות:  Banyai & Glover, 2012; Bosangit, Dulnuan & Mena, 2012 |
| (18) |  |  | |  |
| (19) | אתנוגרפיה של תקשורת: פרקטיקות של כתיבה במוזיאונים | קריאת רשות: פרקים מתוך:  Noy, 2015 | |  |
| (20) | המשך |  | |  |
| (21) | המשך הסברים על כתיבת עבודה סמינריונית מחקרית, ועל  הצגת העבודה בכיתה (5 מצגות לשיעור) | -- | | בשני שיעורים אלה נעבור על מסמכים ומצגות ייעודיים המצויים באתר של הקורס, העוסקים בכתיבת עבודה ובהצגתה בעומק ובפירוט. |
| (22) |  | -- | | -- |
| (23) | רפרטים: הצגת עבודות המחקר בכיתה | -- | | 15 ד' הצגה + זמן לשאלות ולדיון לכל רפרט. את המצגות יש לעלות לאתר הקורס – למרצה ולשיתוף הסטודנטים האחרים |
| (24) | המשך... הצגת עבודות המחקר בכיתה | -- | | -- |
| (25) | המשך... הצגת עבודות המחקר בכיתה | -- | | -- |
| (26) | סיכום הקורס + חזרה על הסברים לכתיבת עבודה סמינריונית מחקרית | מסמך כתיבה והגשה של עבודה סמינריונית | | הגשת עבודת הסמינר עד 1.9:  הגשה דיגיטלית דרך אתר הקורס |

**ג. חובות הקורס:**

**דרישות קדם:**

חובה: שיטות מחקר איכותניות, תקשורת לשונית

רצוי: רטוריקה, תקשורת חזותית, תקשורת כתרבות שיטות מחקר איכותניות

**חובות, ציפיות ומטלות:**

1. בקורס זה יש חובת נוכחות בכל השיעורים, שתיבדק מדי שיעור. תלמיד שייעדר מעל שתי הרצאות ללא סיבה מוצדקת לא יורשה לגשת לבחינה המסכמת או להגיש עבודה, ולא יקבל ציון בקורס.
2. הגשה, אישור והצגה בכיתה של הצעת מחקר – עד אמצע הסמסטר (15% מהציון הסופי)
3. פרזנטציות בשיעור (רפרט): הצגת המחקר בכיתה – לקראת סוף הסמסטר (15% מהציון הסופי)
4. עבודה סמינריונית מחקרית ב***היקף עד 25 עמודים, לפי הכללים של מחקר וכתיבה מדעית.*** הגשה עד: **1.9** (70% מהציון הסופי)
   * ההגשה היא דיגיטלית ותיעשה באתר הקורס
   * חובה לצרף להגשה הדיגיטאלית *מסמך מקוריות* חתום
5. נא לשים לב: ציון עובר בכל מטלות הקורס הוא 60, ועמידה בהצלחה בכל הדרישות מהווה תנאי לסיום הקורס

\* בשיעור הראשון נעבור בצורה מפורטת על הסילבוס ועל דרישות הקורס

**ד. ביבליוגרפיה:**

בהתאם לאופיו הסמינריוני-מחקרי של הקורס, רוב חומרי הקריאה יותאמו פרטנית לכל עבודת מחקר. עם זאת, כל המשתתפים יתבקשו לקרוא פריטי חובה בתחילת במפגשים הראשונים, המהווים את הבסיס לעבודת המחקר הפרטנית.

**חובת קריאה:**

תיירות: סיפורים, זיכרון וגישות מופעיות

חמו, מ., קמפף, ז., ובלום קולקה, ש. (2012). חקר השיח: זרמים ועקרונות יסוד. בתוך: *שיח התקשורת: מקראה*. עמ' 25-5. רעננה: האוניברסיטה הפתוחה.

ספקטור-מרזל, גבריאלה. (2011) המחקר הנרטיבי כפרדיגמת מחקר פרשנית. *שבילי מחקר 17*, עמ' 63-72.

תובל-משיח, רבקה וגבריאלה ספקטור. (2010). "מבוא כללי – מחקר נרטיבי: הגדרות והקשרים". בתוך, *מחקר נרטיבי: תיאוריה, יצירה ופרשנות,* בעריכת רבקה תובל-משיח וגבריאלה ספקטור-מרזל. הוצאת מכון מופת ומאגנס. עמ' 34-7.

## Adler, J. (1989) Travel as performed art. American Journal of Sociology, 94(6), 1366-1391.

MacCannell, D. (1976). *The Tourist: A New Theory of the Leisure Class*. N.Y.: Schocken Books. Chapter 5: Staged Authenticity, pp. 91-107.

Noy, C. (2004) “The Trip Really Changed Me”: Backpackers’ narratives of self-change. *Annals of Tourism Research*, *31*(1), 78-102.

------. (2008). “Mediation Materialized: The Semiotics of a Visitor Book at an Israeli Commemoration Site.” *Critical Studies in Media Communication*, *25*(2): 175-195.

תיירות ומדיה חדשה

Azariah, D. R. (2010) When travel meets tourism: Tracing discourse in Tony Wheeler’s Blog. *Critical Studies in Media Communication, 29*(4), 275-291.

Bosangit, C., Hibbert, S., & McCabe, S. (2015). “If I was going to die I should at least be having fun”: Travel blogs, meaning and tourist experience. *Annals of Tourism Research*, *55*, 1-14.

Enoch, Y., & Grossman, R. (2010). Blogs of Israeli and Danish backpackers to India. *Annals of Tourism Research, 37*(2), 520-536.

Ert, E., Fleischer, A., & Magen, N. (2016). Trust and reputation in the sharing economy: The role of personal photos in Airbnb. *Tourism Management*, *55*, 62-73.

Kim, J., & Tussyadiah, I. P. (2013). Social networking and social support in tourism experience: The moderating role of online self-presentation strategies. *Journal of Travel & Tourism Marketing, 30*(1-2), 78-92.

Thurlow, C., & Jaworski, A. (2011). “Banal globalization?” Embodied actions and mediated practices in tourists’ online photo-sharing. In C. Thurlow & K. R. Mroczek (Eds.), *Digital Discourse: Language in the New Media* (pp. 220-250). Oxford: Oxford University Press.

Vasquez, C. (2012). Narrativity and involvement in online consumer reviews: The case of TripAdvisor. *Narrative Inquiry, 22*(1), 105-121.

Yoo, Kyung-Hyan, and Ulrike Gretzel. (2009) "Comparison of deceptive and truthful travel reviews." *Information and communication technologies in tourism* (2009): 37-47.

**חומר העשרה/רשות:**

אתר אינטרנטי טוב באנגלית על היסטוריה וסיפורי מסע:

<https://chnm.gmu.edu/worldhistorysources/unpacking/travelaccts.html>

Banyai, M., & Glover, T. D. (2012). Evaluating research methods on travel blogs. *Journal of Travel Research, 51*(3), 267-277.

Bosangit, C., Dulnuan, J., & Mena, M. (2012). Using travel blogs to examine the postconsumption behavior of tourists. *Journal of Vacation Marketing, 18*(3), 207-219.

Bosangit, Carmela, Scott McCabe, and Sally Hibbert. (2009). What is told in travel blogs? Exploring travel blogs for consumer narrative analysis. *Information and communication technologies in tourism*, pp. 61-71.

Bruner, E. M. (2005). Introduction: Travel stories told and retold. *Culture on Tour: Ethnographies of Travel* (pp. 1-29). Chicago: The University of Chicago Press.

Edensor, Tim. (2001). Performing tourism, staging tourism: (Re)producing tourist space and practice. *Tourist studies*, 1(1): 59-81.

Liu, B., Pennington-Gray, L., Donohoe, H., & Omodior, O. (2015). New York City bed bug crisis as framed by tourists on TripAdvisor. *Tourism Analysis, 20*(2), 243-250.

Lo, I. S., & McKercher, B. (2015). Ideal image in process: Online tourist photography and impression management. *Annals of Tourism Research, 52*(104-116).

Mkono, M. (2013). Hot and cool authentication: A netnographic illustration. *Annals of Tourism Research, 41*, 215–218.

Moscardo, G. (2010). The shaping of tourist experience: The importance of stories and themes. In M. Morgan, P. Lugosi & J. R. B. Ritchie (Eds.), *The Tourism and Leisure Experience: Consumer and Managerial Perspectives* (pp. 43-58). Bristol: Channel View Publications.

Noy, C. (2005). Israeli backpackers: Narrative, interpersonal communication, and social construction. In C. Noy & E. Cohen (Eds.), *Israeli Backpackers and Their Society: A View from Afar*. Albany: State University of New York Press.

----. (2015). *Thank You for Dying for Our Country: Commemorative Texts and Performances in Jerusalem*. Oxford: New York: Oxford University Press.

-----. (In press). “Ethnography of Communication.” In Jörg Matthes (Ed.) *The International Encyclopedia of Communication Research Methods*. Malden, MA: Wiley-Blackwell.

Rickly-Boyd, J. M. (2009) The tourist narrative. *Tourist Studies, 9*(3), 259-280.

Tivers, J., & Rakic, T. (Eds.). (2012) *Narratives of Travel and Tourism*. Farnham, Surrey, England: Burlington, VT: Ashgate.

Urry, J., & Larsen, J. (2011). *The Tourist Gaze 3.0*. London: Sage.

Wilson, T. (2012). Hotels as Ready-to-Hand Recreation: TripAdvisor’s Posting Potentiality-for-Being in Play. *Tourist Studies, 12*(1), 70-86.

Yoo, K. H., & Gretzel, U. (2011). Influence of personality on travel-related consumer-generated media creation. *Computers in Human Behavior*, *27*(2), 609-621.

ספר מומלץ על זיכרון

Stewart, S. (1993) *On Longing: Narratives of the Miniature, the Gigantic, the Souvenir, the Collection*. Durham: Duke University Press.