******

הפוליטיקה של הסקרים:

שיקוף ועיצוב דעת קהל

71-038-01

שם המרצה: מר מנחם לזר

**סוג הקורס:** הרצאה

**שנת לימודים**: תש"פ **סמסטר**: ב' **היקף שעות**: 2 ש"ס

**אתר הקורס באינטרנט:**

1. **מטרות הקורס:**

הקניית ידיעה אודות הסקר כמתודולוגיה למדידת דעת קהל בנושאים שונים והאופן שבו הוא משמש ככלי עבודה לאנשי תקשורת, פוליטיקאים ויועצים פוליטיים.

תוצרי הלמידה:

הכרת הסוגים השונים של הסקרים והתאמתם למטרה הנדרשת

הכרת הקמפיין הפוליטי – השילוב של מחקר ותקשורת לבניית מועמד והגעה לניצחון

הבנת המתודולוגיה של הסקר – האוכלוסייה הדגימה ומה שביניהן

הכרת הפוטנציאל והמגבלות של הסקר – סוגיות מקצועיות ואתיות

פיתוח יכולת קריאה ביקורתית של סקרי דעת קהל

1. **תוכן הקורס:**

**רציונל:**

אנחנו "מוקפים" בסקרים. בין אם נרגיש או לא נרגיש, היבטים רבים של חיינו מנותבים ונקבעים כתוצאה של סקרים לסוגיהם. החל מהבגדים שאנו לובשים, עבור למוצרים שאותם אנו צורכים וכלה במפלגות שאליהן אנו מצביעים. הקורס נועד ליצור הבנה של מהו סקר, לשם מה הוא נועד וכיצד נעשה בו שימוש על ידי אמצעי התקשורת והפוליטיקאים כדי להשפיע על התנהגותנו.

**נושאים:**

סקירה היסטורית – מאין בא הסקר ולאן הוא הולך

מושגים בסיסיים וכללי יסוד לביצוע סקרים (על קצה המזלג...)

סוגי הסקרים – פוליטיים ושאינם כאלה

סקרים פוליטיים בין מערכות בחירות ובתוך מערכות בחירות

הקמפיין הפוליטי – עקרונות בסיסיים ואופן ההיעזרות במחקר/סקרים

סקרים ותקשורת: מי מזמין? מי מפרסם? איך מפרסמים ועוד...

מגבלות אתיות וחוקיות בביצוע ופרסום סקרים – ישראל והעולם

כיוונים עתידיים בחקר דעת קהל – לאן הולכים הסקרים.

וכל זה בליווי דוגמאות "חיות" מישראל ומהעולם של סקרים פוליטיים ופרסומי תוצאות סקרים

**מהלך השיעורים:**

השיעורים יועברו כהרצאה פרונטלית, לרוב בליווי מצגת Power Point שתשמש ככלי עזר להבהרת הנקודות המרכזיות ולהצגת חומרים ויזואליים (תוצאות סקרים, כתבות וכד'). תתכן השתתפות מרצים אורחים מתחום התקשורת.

1. **דרישות קדם:**

אין

**ד. דרישות הקורס:**

בקורס זה יש חובת נוכחות בשיעורים, שתיבדק מדי שיעור. תלמיד שייעדר מעל שתי הרצאות ללא סיבה מוצדקת לא יורשה לגשת לבחינה המסכמת או להגיש עבודה, ולא יקבל ציון בקורס.

התלמידים בקורס יידרשו לנוכחות והשתתפות פעילה בשיעורים. במהלך הקורס יהיה עליהם לבצע תרגילים ומטלות שונות ולהגיש עבודה בכתב. בסיומו של הקורס יידרשו התלמידים לעבור בחינה בכתב.

**ה. מרכיבי הציון הסופי:**

הציון הסופי בקורס יורכב מהעבודות והמטלות השונות (30%) והעמידה במטלה המסכמת (70%)

**ו. תכנית הוראה מפורטת לכל השיעורים:**

ספרים מלווים לקורס:

קמיל פוקס (2010) . תשיגו לי את מינה צמח: על סקרים, מתמכרים ומבקרים. אור יהודה: הוצאת דביר

אייל ארד, משה גאון, ארז יעקובי (2018). קילר אינסטינקט: המדריך המלא למועמד ולמנהל הקמפיין. ראשון לציון: הוצאת למשכל.

למעוניינים להעמיק ולהרחיב בנושא הסקרים:

Don A. Dillman, Jolene D. Smyth, Leah Melani Christian (2014). Internet, Mail, and Mixed-Mode Surveys: The Tailored Design Method (4rd Edition).

Hoboken, New Jersey: Wiley.

**שיעור 1:**

סקירה היסטורית של סקרים פוליטיים בעולם ובארץ.

בעולם:

* בחירות 1936 – לנדון נגד רוזוולט
* בחירות 1948 – דיואי נגד טרומן

בארץ:

* שמיר – פרס בחירות 1988 – הפיגוע ששינה את תוצאות הבחירות
* נתניהו – פרס בחירות 1996 – ההצלחה הגדולה והפספוס המוחלט...

**שיעורים 2-3:**

על מה ולמה?

למה בכלל משמשים סקרים, ומהם הסוגים השונים שלהם (שיווקיים, ארגוניים, חברתיים ופוליטיים)

מושגים בסיסיים וכללי יסוד – מהו סקר, במה הוא נבדל ממחקר.

מתודולוגיה על קצה המזלג – הדגימה וטעות הדגימה, השאלות והתשובות, אופן ניתוח הנתונים והצגתם.

חובה:

כספי דן (2001). תמונות בראש: דעת קהל ודמוקרטיה. תל אביב: הוצאת האוניברסיטה הפתוחה, עמ' 302-324.

רשות:

רות בייט-מרום, גלית גורדוני, מינה צמח (2009). שיטות מחקר במדעי החברה: הסקר; יחי' 5 (מהדורה שנייה). עמ' 12-28; 59-72; 99-151.

R.M. Groves, F.J. Fowler Jr., M.P. Couper, J.M. Lepkowski, E. Singer & R. Tourangeau, *Survey Methodology*, 2nd ed. (‏﻿John Wiley & Sons, 2009‎)‏

**שיעור 4:**

סקרים פוליטיים – הדומה והשונה בין סקרים המתבצעים בנקודות זמן שונות במעגל החיים הפוליטי:

* בין מערכות בחירות (סקרי מנדטים, שאלת ראש הממשלה, מה אם...)
* סקרי פריימריז – המכשלות המקצועיות והאתיות
* בתוך מערכת בחירות – מהבנת מפת המצביעים ועד לבחירת הסלוגן והרקע לשלטי החוצות
* ביום הבחירות – קלפיות מדגם לעומת סקר.

חובה:

* איל נדב (2017). המרד נגד הגלובליזציה, ראשל"צ: ידיעות אחרונות. עמ' 310-315.
* פרסיקו א. (2008). סרק סרק. העין השביעית. https://www.the7eye.org.il/25251
* וימן, ג. (1996), מדבר סקר תרחק, העין השביעית.

**שיעור 5:**

הקמפיין הפוליטי והמחקר המלווה –

כיצד נבנה המועמד (האדם/המפלגה).

מהם השאלות שצריך המועמד לענות לעצמו עליהן כתנאי מקדים

מהן התכונות הנדרשות ממועמד

כיצד מזהים קהל מטרה

כיצד בונים אסטרטגיה

איך מלווה המחקר את תהליך בניית האסטרטגיה וניהול הקמפיין

חובה:

אייל ארד, משה גאון, ארז יעקובי (2018). קילר אינסטינקט: המדריך המלא למועמד ולמנהל הקמפיין. ראשון לציון: הוצאת למשכל.

**שיעורים 6-7:**

סקרים פוליטיים והתקשורת:

* מי מזמין
* מי מנסח את השאלות (והתשובות), קובע את המדגם וכד'
* מי מפרסם (ומה מפרסם)
* סקרים פומביים לעומת סקרים "פנימיים"

דוגמאות לסקרים תקשורתיים שעוררו "גלי הדף"

מה קורה לאחר פרסום סקרים פוליטיים בתקשורת:

האם הסקרים מתארים, מנבאים או מייצרים מציאות?

דוגמאות מהעשור האחרון בישראל:

* מפלגת הגמלאים
* הבית היהודי
* הפריימריז בקדימה 2009
* יש עתיד
* האיחוד בין ליברמן ונתניהו.
* כחול לבן בבחירות 2019

**חובה**

חן שליטא, 16.03.2018, "רק תגידי תוצאה ואני מביא אותה": מניפולציות הסקרים נחשפות, <https://www.globes.co.il/news/article.aspx?did=1001227640>

Rothschild, D. and N. Malhotra “Are public opinion polls self-fulfilling prophecies?” Research & Politics July-Sep. 2014, 1-10.

**רשות**

Sveinung Arnesen, Mikael P. Johannesson, Jonas Linde, and Stefan Dahlberg (2017). Do Polls Influence Opinions? Investigating Poll Feedback Loops Using the Novel Dynamic Response Feedback Experimental Procedure, *Social Science Computer Review* 1-9, <https://doi.org/10.1177/0894439317731721>

Leonardo Bursztyn Davide Cantoni Patricia Funk Noam Yuchtman (2017). *Polls, the Press, and Political Participation: The Effects of Anticipated Election Closeness on Voter Turnout*, NBER Working Paper No. w23490. Available at SSRN: <https://ssrn.com/abstract=2984667>

**שיעור 8:**

אופציונאלי – הרצאת אורח של "איש תקשורת" – מה התקשורת מחפשת בסקרים...

**שיעורים 9-10:**

מגבלות אתיות וחוקיות על ביצוע ופרסום סקרים – על הסוקרים / כלי התקשורת

בין מערכות בחירות

בתוך מערכת בחירות

שלשת ימי הגבלה (טרם הבחירות עצמן)

מדינת ישראל בהשוואה לעולם המערבי

חובה:

* נקדימון רוגל ועמית שכטר (1995). מסמך נקדי – תדריך חדשות ואקטואליה, עמ' 32
* דוח וועדת בייניש 2017, עמ' 38-46, 76.
* בייט-מרום, ר. (2013). שיטות מחקר במדעי החברה: עקרונות המחקר וסגנונותיו (מהדורה שנייה). רעננה: האוניברסיטה הפתוחה (יחידות 7.7-7.6: בעיות מוסר בין החוקר לנחקריו ובעיות מוסר בין החוקר לעמיתיו, 62-1). שמור לפי ביט.שי (559211)
* דינה צדוק (2006). הגבלות על פרסום סקרים בתקופת בחירות – סקירה משווה. ירושלים: הכנסת – מרכז מחקר ומידע.

רשות:

ESOMAR-WAPOR-Guideline-on-Opinion-Polls-and-Published-Surveys-August-2014

**שיעור 11:**

מאגרי נתוני סקרים פוליטיים:

* בישראל – המכון הישראלי לדמוקרטיה, INES, פרויקט 61
* בעולם – 538.com, Pew research center

רשות:

<http://fivethirtyeight.com/features/why-fivethirtyeight-gave-trump-a-better-chance-thanalmost-anyone-else/>

מחקר הבחירות הישראלי INES (Israel National Elections Studies) <http://www.ines.tau.ac.il/>

פרויקט מדד השלום – Peace Index <http://www.peaceindex.org>

מרכז גוטמן, המכון הישראלי לדמוקרטיה

https://www.idi.org.il/centers/1123

הרמן ת., א. הלר, ח. כהן, ד. בובליל, פ. עומר. מדד הדמוקרטיה הישראלית 2016

<https://www.idi.org.il/media/7799/democracy-index-2016.pdf>

**שיעור 12:**

סקרים פוליטיים בעשור האחרון – ישראל והמערב

פספוסים (ברייקזיט, טראמפ, בחירות 2015 – התיקו שלא היה...)

הסקר והרשת החברתית

מגמות ותהיות

חובה:

Kennedy, R. S. Wojcik, and D. Lazer “Improving Election Prediction Internationally” Science 3 Feb 2017, 355(6324): 515-520

פוקס, ק. "סקרים ותחזיות בחירות בעולם של רשתות חברתיות והתרופפות הזהות המפלגתית " בתוך מ. שמיר וג. רהט (עורכים) – הבחירות בישראל 2015 ,2017 ,225 -251.

**שיעור 13:**

סיכום וחזרה לקראת הבחינה