תאריך עדכון: 14.6.2020

שם ומספר הקורס:

סוגיות עכשוויות בתקשורת: מדברים מהשטח

63-253-01

שם המרצה: ד"ר כלילה מגן

**סוג הקורס:** בחירה

**שנת לימודים**: תשפ"א **סמסטר**: א' **היקף שעות**: 1 ש"ש

 **אתר הקורס באינטרנט:** [https://lemida.biu.ac.il](https://lemida.biu.ac.il/)

**א. מטרות הקורס ותוצרי למידה:**

מטרת הקורס –

קורס זה נועד לפתוח עבור הסטודנטיות והסטודנטים צוהר אל עולם המעשה של הזירה התקשורתית, באמצעות מפגש ישיר ובלתי אמצעי עם גורמים מן התעשיה.

תוצרי למידה –

1. להיחשף אל עולם המעשה של התקשורת, על היבטיו השונים.
2. להתוודע לסוגיות אקטואליות בתחום לימודיהם של הסטודנטים.

3. להתנסות בהיבטים מעשיים בעבודה התקשורתית (תחקיר, הכנה והיערכות לקראת המפגשים, פרסום דבר ההרצאות, פרסום פוסטים לאחר ההרצאה וכו')

4. לבחון את נקודות ההלימה והפערים שבין התיאוריה הנלמדת בין כותלי האקדמיה לבין המציאות בשטח.

**ב. תוכן הקורס:**

**רציונל, נושאים:** במהלך הקורס נעסוק במגוון סוגיות תקשורתיות, בין אם דרך מפגש עם גורמים מן התקשורת (הכתובה, האלקטרונית והחדשה) ובין אם באמצעות מפגש עם גורמים העוסקים בתקשורת שכנועית על סוגיה השונים (דוברות, יחסי ציבור, שיווק), תוך התייחסות לנישות השונות - פרטי, ציבורי, מלכ"רי ופוליטי.

**מהלך השיעורים:** הקורס מבוסס על הרצאות אורחים מתחומי התקשורת השונים, ועל חלק במפגש שיוקדש לדיון דינמי בנושאים הנדונים. כדי להפיק את המירב מן המפגשים הללו, תעשה עבודת הכנה על-ידי הסטודנטים לקראת ההרצאות, בין אם באמצעות קריאת חומרים אקטואליים רלוונטיים ובין אם באמצעות הכנת שאלות מבעוד מועד עבור המרצים האורחים.

**תכנית הוראה מפורטת לכל השיעורים:\***

**שיעור 1:** מבוא ופתיחה לקורס

**שיעור 2:** מחשבות על עתידה של העיתונות המודפסת

**שיעור 3:** עיתונות 2.0 - סוגיות של תקשורת דיגיטלית

**שיעור 4:** תקשורת וביטחון- היילכו השניים יחדיו?

**שיעור 5:** תקשורת, משפט, משטרה **-** משולשיחסים מסוכן?

**שיעור 6:** על סיפור טוב ומספר אפקטיבי - האתגר של דוברים ואנשי יח"צ

**שיעור 7:** תקשורת פוליטית, סקרים ודעת קהל

**שיעור 8:** דיפלומטיה ציבורית- המקרה הישראלי

**שיעור 9:** תקשורת אסטרטגית במגזר השלישי

**שיעור 10:** יום תקשורתי סגריר: ניהול משברים

**שיעור 11:** דיגיטציה של עולם השיווק

**שיעור 12:** הופעה בפני קהל

**שיעור 13:** פאנל בוגרים

**\*הנושאים הללו ידונו במהלך הקורס, אם כי מטבע הדברים ייתכנו שינויים מסוימים בסדרי המפגשים או בתכנים בשל אילוציהם של המרצים האורחים.**

**ג. דרישות קדם: אין**

**ד. חובות / דרישות / מטלות:**

1. הופעה סדירה לשיעורים והשתתפות פעילה. **הנוכחות במפגשים הינה בגדר חובה**. על כל היעדרות מעבר לשני שיעורים תרדנה 5 נקודות מן הציון הסופי בקורס. נקיטת אמצעים מחמירים אלו נובעת מן הרצון לכבד את האנשים שעושים מאמץ להגיע ולהעשיר את הסטודנטים מניסיונם.
2. קריאת חומרים רלוונטיים לקראת השיעורים.
3. מטלת תחקיר וניהול מפגש - על כל צמד סטודנטים להוביל את אחד המפגשים ולנהלו. לשם כך יהא עליהם לבצע תחקיר לקראת המפגש ולקרוא חומרים רלוונטיים ועדכניים הן על האורחים עצמם, הן על תחום עיסוקם והן על נושא הרצאתם. יהיה על הצמדים להכין שאלות רלוונטיות לצורך קיום דיון פורה עם המרצים האורחים. הנחיות מדויקות יינתנו בשיעור הראשון של הקורס.
4. מטלה מסכמת - חיבור מסמך של 5 עמודים, שיתאר חמש תובנות שעלו לסטודנטים במהלך הקורס על הקירבה או המרחק שבין הנלמד בלימודי תקשורת ל"שטח", כפי שבא לידי ביטוי בקורס. אף על כך יינתנו הוראות מפורטות בשיעור הראשון של הקורס.

**ה. מרכיבי הציון הסופי:**

השתתפות פעילה - 15%

מטלת תחקיר וניהול מפגש - 50%

מטלה מסכמת- 35%

1. **ביבליוגרפיה**

לקראת כל מפגש יועלו לאתר הקורס חומרי קריאה אקטואליים ועדכניים הנוגעים לנושאים הנדונים. על הסטודנטים לקרוא את החומרים ולהכין שאלות לקראת המפגשים עם המרצים. אף בקריאת הרשות ניתן למצוא פריטים אקטואליים, השאובים מכתבי עת ועיתונות מקוונת, שתפקידם לחבר את הסטודנטים ל"שטח" ולמתרחש בזירות התקשורתיות השונות.

**שיעור 1: מבוא ופתיחה לקורס**

**שיעור 2: מחשבות על עתידה של העיתונות המודפסת**

**חובה:**

ליימן-ווילציג, ש' (2007). קץ העיתון המודפס המסורתי: גורמים מאיימים בעיתונות המקוונת על

 העיתונות המודפסת המסורתית, בתוך שוורץ-אלטשולר, ת. (עורכת), **עיתונות דוט.קום: העיתונות**

 **המקוונת בישראל** (עמ' 236-199). המכון הישראלי לדמוקרטיה. <http://www.idi.org.il/media/255234/ITONUT_FOR_WEB.pdf>

 **ספר אלקטרוני (1177988)**

**רשות:**

דרור, י' (2011). **עיתונות מקוונת.**רעננה: האוניברסיטה הפתוחה, עמ' 158-149.

ב"ז, א' (2014). זה לא החינם, טמבל. **העין השביעית**, <https://www.the7eye.org.il/102339>

**שיעור 3: עיתונות 2.0 - סוגיות של תקשורת דיגיטלית**

**חובה:**

שוורץ-אלטושלר, ת' (2020). **האמת על פייק ניוז**. המכון הישראלי לדמוקרטיה, נדלה מ: <https://www.idi.org.il/articles/28828>

**רשות:**

צוק, נ' (2016). טוויטר מחזרת אחרי עיתונאים: "כלי התקשורת לא צריכים לראות בנו איום", **כלכליסט**

[https://www.calcalist.co.il/internet/articles/0,7340,L-3687785,00.html](https://www.calcalist.co.il/internet/articles/0%2C7340%2CL-3687785%2C00.html)

דרור, י' (2019). **קוד סמוי**.מודיעין:כנרת-זמורה-דביר, עמ' 259-201.

**שיעור 4: תקשורת וביטחון- היילכו השניים יחדיו?**

**חובה:**

לפיד, א' (2019). מדוברות צבאית לעליונות תודעתית. *מערכות,* 75-72.

**רשות:**

Magen, C., & Lapid, E. (2018). Israel's military public diplomacy evolution:

 Historical and conceptual dimensions. *Public Relations Review*, *44*(2), 287-

 298.

פרי, י' (2017). מלחמות מונחות תקשורת. תל-אביב: המכון למחקרי ביטחון לאומי, עמ' 43-76.

**שיעור 5: תקשורת, משפט, משטרה - משולש יחסים מסוכן?**

**חובה:**

פלג, ע' (2011). הערכאה העיתונאית: סיקור משפטים פליליים פופולריים בעיתונות הישראלית, *קשר*,

 *42*, 46-35.

**רשות:**

Pugach, D., Peleg, A., & Ronel, N. (2018). Lingual injury: Crime victims between the

 criminal justice system and the media. *International Review of*

 *Victimology*, *24*(1), 3-23.

Dekker, R., van den Brink, P., & Meijer, A. (2020). Social media adoption in the

police: Barriers and strategies. *Government Information Quarterly*, 37, 1-9.

**שיעור 6: על סיפור טוב ומספר אפקטיבי - האתגר של דוברים ואנשי יח"צ**

**חובה:**

לימור, י' לשם, ב' ומנדלזיס, ל' (2014). **יחסי ציבור אסטרטגיה וטקטיקה***.* רעננה: האוניברסיטה הפתוחה, עמ' 212-179.

**רשות:**

לימור, י', לשם, ב' (2017). **איך להפוך צפרדע לנסיך?** ראשון לציון: משכל ידיעות אחרונות, עמ' 102-

 71.

להב, ת' ורוט-כהן, א' (2016). יחסי ציבור בישראל 2016 :יחסים משתנים, בתוך: ר', מן וא' לב-און,

 **דוח שנתי: התקשורת בישראל 2016 סדרי יום, שימושים ומגמות**, המכון לחקר מדיה חדשים, חברה ופוליטיקה, עמ' 90-77.

**שמור לפי לימ.יח (2374967)**

**שיעור 7: תקשורת פוליטית, סקרים ודעת קהל**

**חובה:**

לשם, ב' (2017). נתניהו בית ספר לשיווק פוליטי. תל-אביב: מטר, עמ' 273-250.

**רשות:**

מרום, י' (2020). להציל את הבחירות מהתקשורת; לאסור על פרסום סקרים ומדגמים, העין השביעית,

 <https://www.the7eye.org.il/364464>

Lev-On, A. (2012). YouTube usage in low-visibility political campaigns. *Journal of*

 *Information Technology & Politics*, *9*(2), 205-216.

**שיעור 8: דיפלומטיה ציבורית - המקרה הישראלי**

**חובה:**

בז'רנו, א' ומגן, כ' (2020). תקשורת דו־כיוונית בין ענף תב"ל בדובר צה"ל ובין כתבי החוץ: החוליה

 החסרה בדיפלומטיה הציבורית בישראל, *קשר,* 54, עמ' 151-131.

**רשות:**

# Avraham, E., & Ketter, E. (2016). *Tourism marketing for developing countries:*

#  *Battling stereotypes and crises in Asia, Africa and the Middle East*. Springer,

#  pp. 83-108.

# הירש, ג' (2009). הדיפלומטיה הציבורית של ישראל במהלך מבצע "עופרת יצוקה" ואחריו, עדכן

#  אסטרטגי, 11, 4, <https://www.inss.org.il/he/publication/?psubject=791>

**שיעור 9: תקשורת אסטרטגית במגזר השלישי**

**חובה:**

Saxton, G. D., & Waters, R. D. (2014). What do stakeholders like on Facebook?

 Examining public reactions to nonprofit organizations’ informational,

 promotional, and community-building messages. *Journal of public relations*

 *research*, *26*(3), 280-299.

**רשות:**

הורוביץ-רוזן, ש. (2015). השיח התקשורתי בישראל על פילנתרופיה ופילנתרופים, **מסגרות מדיה, 15**

66-60.

**שיעור 10: יום תקשורתי סגריר: ניהול משברים**

**חובה:**

לימור, י' לשם, ב' ומנדלזיס, ל' (2014). **יחסי ציבור אסטרטגיה וטקטיקה***.* רעננה: האוניברסיטה הפתוחה, עמ' 390-369.

**רשות:**

Shenhar, G. (2014). Crisis communication saved lives in Israel. *Frontiers in public health*, *2*, 222.

Gilboa, E., & Magen, C. (2016). Crisis Communication Research in Israel Growth and Gaps. *The Handbook of International Crisis Communication Research*, *43*, 327.

**שיעור 11: דיגיטציה של עולם השיווק**

**חובה:**

צימד- שיינר, ד' ולהב, ת' (2019). דור ה-Z בעד תוכן שיווקי: תפיסות ועמדות של בני נוער ישראלים כלפי תוכן שיווקי באתרי חדשות באינטרנט, **מסגרות מדיה**, **18,** 85-70.

**רשות:**

רוט-כהן, א' ולהב, ת' (2019). מלכודת תיירים: הטמעת מסרים שכנועים בקבוצות תיירות פנים בפייסבוק, **מסגרות מדיה, 18**, 109-87.

לימור, י' לשם, ב' ומנדלזיס, ל' (2014). **יחסי ציבור אסטרטגיה וטקטיקה***.* רעננה: האוניברסיטה הפתוחה, עמ' 512-493.

**שיעור 12: הופעה בפני קהל**

**חובה:**

שטיין-טיר, מ' משחק מול מצלמה על-פי רותי דייכס. תל-אביב: רמות-אוניברסיטת תל-אביב, עמ' 218-

 201.

**רשות:**

Smith, T. E., & Frymier, A. B. (2006). Get ‘real’: Does practicing speeches before an Audience Improve Performance? *Communication Quarterly*, *54*(1), 111-125.

Furnham, A. & Petrova, E. (2010). *Body Language in Business – Decoding the Signals*, Great Britain: Palgrave Macmillan, pp. 1-29.

**שיעור 13: פאנל בוגרים**

**ז.** **שם הקורס באנגלית**:

Contemporary Issues in Communications: How it Works Behind the Scenes