

שם ומספר הקורס:

סיפורי מסע בעידן הדיגיטלי

Travel Narratives across the Digital Divide

63422-01

**שם המרצה: פרופסור חיים נוי**

**סוג הקורס:** סמינר

**שנת לימודים**: תשפ"א **סמסטר**: א'+ב' **היקף שעות**: 2 ש"ש

**אתר הקורס ברשת:**

**שעות הקורס:** יום ד', 10:00-12:00

**שעות קבלת קהל:** יום ג' 13:00-14:00, יום ד', 16:00-17:00 בתיאום מראש

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

**דוא"ל:** chaim.noy@biu.ac.il

**א. מטרות הקורס:**

סיפורי מסע הן אחת מסוגות הסיפור והדיווח העתיקות בעולם. הן שכיחות בכל התרבויות, והיוו מאז ומתמיד חלק אינטגרלי מהפעילויות של המסע עצמו. המונח "סיפורי מסע" מתייחס למגוון עשיר של ייצוגים ומופעים נרטיביים 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 וביקורים תיירותיים עכשוויים, הכוללת סוגות (genres) וסגנונות ספרותיים שונים, ואמצעי ופלטפורמות 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, תמונות המלצות (ודיס-המלצות!) באמצעות רשתות חברתיות (SNS, כגון עמודי פייסבוק של יעדי תיירות וקבוצות תיירים) ופלטפורמות תיירותיות ייעודיות (כגון TripAdvisor) ואחרות (Google Maps). סיפורי מסע אלה מהווים שיח תיירותי הכולל לא רק טקסטים, אלא גם היבטים חזותיים בולטים: תמונות, קטעי וידיאו ועוד. זאת, במסגרת האקולוגיה התקשורתית הדיגיטאלית, המאופיינת בשיתופיות (participatory).

סמינר מחקר איכותני (qualitative) זה, יוקדש להכרת וחקר סוגות וסגנונות סיפורי מסע בהווה, ותפקידיהם 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 בתיירות הוא שהיא ציבורית ונראית, וכן ש"זה לא קרה אם לא סיפרת על זה", וכן שהסיפורים, הדיווחים, התמונות וקטעי הווידיאו מהטיול מהווים 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 ועל התרבות, ועל התהליכים הפוליטיים-כלכליים המעצבים אותם.

המחקר שיהווה את הבסיס לכתיבת העבודה הסמינריונית יכלול זיהוי, איסוף, תיעוד וניתוח סיפורי מסע של נוסעים ותיירים ישראלים, כפי שהועלו ושותפו בפלטפורמות דיגיטליות מרכזיות: בעיקר Google Maps ו-TripAdvisor. עיקר העבודה תתמקד בתוכן מופק-משתמשים (UGC) שמשתמשים 'רגילים' מחברים ומעלים לפלטפורמות. הסט' יהיה לנתח את הביקורות, הערכות והסיפורים, ולהבין את התפקיד החברתי והתרבותי שלהם בכלכלת התיירות. הדגש יהיה על התפקידים התקשורתיים והפרגמטיים שממלאים הטקסטים (UGC), ולא על התיירים העומדים מאחוריהם. בסמינר נכיר ונתנסה בשיטות דגימה, ניתוח ומחקר איכותניות (איכותנית-פרשנית, וניתוח שיח) המשלבות 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 יכללו את הנושאים הבאים:

* הקדמה והיכרות למערכת התיירות הגלובאלית, על עוצמתה הכלכלית, החברתית, התרבותית והפוליטית
* פרקטיקות, ייצוגים ומופעים תיירותיים
* הכרת התפקיד של ספרות מסעות וסיפורי המסע של נוסעים ותיירים (travel and adventure literature): סוגות ומדיה בעבר ובהווה
* בירור זירות הביצוע (production/performance), המסירה (circulation/dissemination) והשיתוף (sharing) של סיפורי מסע
* הכרת פלטפורמת הערכה ייעודיות ולא-ייעודיות בתיירות (ייעודיות: TripAdvisor, CouchSurfing, Airbnb, לא ייעודיות: Google Maps) – שימוש ואמון
* תוכן מופק משתמשים (User Generated Content) בתיירות – שיח ציבורי של תיירים 'רגילים' מנקודת מבט תקשורתיית
* לימוד, תרגול והתנסות בעריכת מחקר עצמאי, אינדיבידואלי ומקורי – מחשיבה על נושא ועד הצגת והגשת עבודת מחקר אמפירית:
  + כיצד נבחר נושא למחקר? בחירה של נושא ופלטפורמות תקשורתית מתאימה, המשמשת להעלאת ולשיתוף תכנים תיירותיים (מדיה חברתית, פלטפורמות תיירותיות ייעודיות)
  + זיהוי ובחירה של סוג הטיול ו/או סוגי התיירים ("תיירי מורשת", למשל) ו/או היעדים שברצוננו לחקור
  + ניתוח איכותני של שיח מופק משתמשים-תיירים: גישות מפרגמטיקה, ניתוח תמטי, ניתוח שיח וניתוח נרטיבי
* תכנון, בניית והרצה של מחקר אמפירי על כל שלביו
* מופעים ותוצרים אקדמיים: א. הגשת הצעת מחקר - ואישורה, ב. הצגה בכיתה של המחקר (רפרט), ג. הגשת עבודת מחקר סמינריונית מסכמת, ד. הצגת פוסטר המדווח בצורה חזותית על תוצאות המחקר

**מהלך השיעורים:**

השיעורים הראשונים יוקדשו להכרת תחום התיירות המודרנית על עוצמתו התרבותית והכלכלית, ועל התפקיד של פלטפורמות דיגיטליות ושיתופיות ושל סיפורי מסע/הערות/ביקורות שתיירים מעלים אליהן. 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 לכל השיעורים** (יתכנו שינויים: נא לעקוב באתר ובהודעות)**:**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| סדר השיעורים | נושא | קריאה נדרשת | | הערות |
| (1) | \* היכרות עם תחום התיירות הגלובלית-מודרנית  \* עוצמתה הכלכלית והתרבותית של התיירות, ותפקידיה | MacCannell, 1976, Chap. 5 (17);  Mkono, 2013 (4)  קריאת רשות:  פרקים מתוך  Urry & Larsen, 2011 | | * בבקשה לבקר באתר הקורס * בבקשה להביא לשיעור עותק (דיגיטלי) של הסילבוס ומצגת ראשונה |
| (2) | \* אותנטיות סגנונות תיור  \* לימודי תקשורת ולימודי תיירות  \* שפה וגישות מופעיות (performance) לתיירות ומעבר  \* דמוקרטיזציה של תיירות מודרנית | Adler, 1989 (26); Noy, 2008 (21)  קריאת רשות:  Edensor, 2001 (23) | | \* תיירות כתעשיית מקום, מרחב ותנועה  \* תיירות כתעשיית שירותים  \* גלובליזציה וצרכנות |
| (3) | סיפורי מסע: היסטוריה של סוגות ושל מדיה (אמצעי תקשורת) | Noy, 2004 (15)  קריאת רשות:  Moscardo, 2010 (16) | | קריאת רשות על סיפורי מסע: Bruner, 2005 (30)  קריאת רשות נוספת על TripAdvisor:  Wilson, 2012 (18) |
| (4) | \* התפנית ההשתתפותית בתיירות  \* היכרות עם ממשקים דיגיטליים | Vasquez, 2012 (17);  Liu, Pennington-Gray, Donohoe, & Omodior, 2015 (8)  על טריודוויזר-הפשפשים בניו-יורק  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 (11) |
| (5) | אוריינות אקדמית: ניסוח כתיבת הצעת מחקר (research proposal) לעבודה הסמינריונית (מבוסס על מסמך + מצגת המצויים באתר הקורס) | תובל-משיח וספקטור, 2010 (35) | | אורך: שלושה עמודים (לא כוללים עמוד שער):  תיאור המחקר המוצע, רקע/הקשר תיאורטי, שיטת מחקר ושאלת מחקר |
| (6) | דיון בהצעות המחקר | | -- | ממסך ומצגת מפורטים מצויים באתר ויוצגו בכתה |
| (7) | טכנולוגיות השתתפותיות דיגיטליות בתיירות: עבר והווה | Alacovska, 2016 (14)  Azariah, 2010 (17) | | דמוקרטיזציה של טכנולוגיות של תחבורה ותקשורת. ייצוגים  Affordances, mediatization,  תיווך (mediation) |
| (8) | \*תקשורת דיגיטאלית בתיירות:  תוכן מופק משתמשים בפלטפורמות תיירותיות ייעודיות ולא ייעודיות  \*אמון בכתיבה של תיירות | Ert, Fleischer & Magen, 2016 (אמון) (12)  Yoo & Gretzel, 2009 (אמון)(11)  קריאת רשות:  Enoch & Grossman, 2010 (בלוגים של תיירים); Yoo, & Gretzel, 2011 | | ה"digital divide" |
| (9) | שיטות מחקר איכותניות: חקר השיח ופרגמטיקה | חמו, קמפף ובלום-קולקה, 2012 (26) | |  |
| (10) | המשך: ניתוח תוכן מופק משתמשים של תיירים באתר טריפאדוויזר | Hajibayova, 2019 (14)  Hodsdon, 2019 (15) | |  |
| (11) |  |  | |  |
| (12) | מדיה חדשה, תמונות וצילומים בתיירות.  סלפי. המקל של הסלפי | Thurlow & Jaworski, 2011 (31)  קריאת רשות:  Lo & McKercher, 2015 (13) | | **\*היום הגשה בכיתה ובאתר של ההצעה לעבודה הסמינריונית** |
| (13) | מדיה חברתית ותיירות. שימושים שיווקיים של מדיה חברתית בתיירות | Kim & Tussyadiah, 2013 (15) | | 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 בלוגים של תיירים ניתוח תוכן מופק משתמשים של תיירים  \* מעורבות (involvement) | Bosangit, Hibbert, & McCabe, 2015 (15)  Vásquez, 2011 (11), 2014 (26) | |  |
| (18) | ניתוח נרטיבי של UGC | Vásquez, 2012 (17)  ספקטור-מרזל, גבריאלה, 2011 (10)  קריאת רשות:  Bosangit, Dulnuan & Mena, 2012 (13) | |  |
| (19) |  |  | |  |
| (20) |  |  | |  |
| (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) | רפרטים: הצגת עבודות המחקר בכיתה | -- | | 20-25 ד' הצגה + זמן לשאלות ולדיון לכל רפרט. את המצגות יש לעלות לאתר הקורס – למרצה ולשיתוף הסטודנטים האחרים |
| (23) | המשך... הצגת עבודות המחקר בכיתה | -- | | -- |
| (24) | המשך... הצגת עבודות המחקר בכיתה | -- | | -- |
| (25) | סיכום הקורס + חזרה על הסברים לכתיבת עבודה סמינריונית מחקרית | מסמך כתיבה והגשה של עבודה סמינריונית | | מסמך הכנת פוסטרים ומטרתם האקדמית |
| (26) | חגיגת פוסטרים |  | | \*הגשת עבודת הסמינר דרך האתר הקורס עד השיעור האחרון  הצגת פוסטר מחקרי בביה"ס לתקשורת |

**ג. חובות הקורס:**

**דרישות קדם:**

חובה: שיטות מחקר איכותניות, תקשורת לשונית

רצוי: רטוריקה, תקשורת חזותית, תקשורת כתרבות

**חובות, ציפיות ומטלות:**

1. בקורס זה יש חובת נוכחות בכל השיעורים. תלמיד שייעדר מעל שתי הרצאות ללא סיבה מוצדקת לא יורשה להגיש עבודה מסכמת, ולא יקבל ציון בקורס.
2. הגשה, אישור והצגה בכיתה של הצעת מחקר: אמצע סמסטר א' (15% מהציון הסופי)
3. פרזנטציות בשיעור (רפרט): הצגת המחקר בשיעור, חצי שני של סמסטר ב' (15% מהציון הסופי)
4. הכנסת והצגת פוסטר מחקר בשיעור האחרון (10%)
5. הגשת עבודה סמינריונית מחקרית ב***היקף עד 25 עמודים, לפי כללי מחקר וכתיבה מדעית. מועד הגשה:*** השיעור האחרון בקורס (60% מהציון הסופי)
   * ההגשה היא דיגיטלית ותיעשה דרך אתר הקורס
   * חובה לצרף להגשה הדיגיטאלית *מסמך מקוריות* חתום
6. נא לשים לב: ציון עובר בכל מטלות הקורס הוא 60. עמידה 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.

Noy, C. (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/פטלפורמות של תוכן מופק משתשמשים (UCG)

Alacovska, A. (2016). The history of participatory practices: Rethinking media genres in the history of user-generated content in 19th-century travel guidebooks. *Media, Culture & Society, 39*(5), 666-679.

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.

Hajibayova, L. (2019). An investigation of cultural objects in conflict zones through the lens of TripAdvisor reviews: A case of South Caucasus. *Journal of Information Science, ??*(??), 1-13.

Hodsdon, L. (2019). “I expected … something”: imagination, legend, and history in TripAdvisor reviews of Tintagel Castle. *Journal of Heritage Tourism, ??*(??), 1-14.

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.

Vásquez, C. (2011). Complaints online: The case of TripAdvisor. *Journal of Pragmatics, 43*(6), 1707-1717.

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

Vásquez, C. (2014). ‘Usually not one to complain but…’: constructing identities in user-generated online reviews. In P. Seargeant & C. Tagg (Eds.), *The language of social media* (pp. 65-90). London: Palgrave Macmillan.

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>

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.

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.