

תוכנית הקורס ורשימת קריאה לקורס



סמסטר 0 שנה 2023

בית ספר: בית ספר סמי עופר לתקשורת B.A.

חממת תוכן: תרבות, אידיאולוגיה ופורמטים חדשים של התקשורת

מרצים/ות:

פרופ' מורן ירחי myarchi@runi.ac.il

עוזרי/ות הוראה:

גב' יעל חי hay.yael@post.runi.ac.il

מספר הקורס:	7189	סוג הקורס:	סמינריון	שעות שבועיות:	6	נקודות זכות:	6
דרישות הקורס:	עבודה מסכמת	קוד קבוצה:	230718903	שפת לימוד:	עברית		

תנאי קדם

קדם:

4048 - כתיבה אקדמית
7046 - שיטות מחקר איכותניות



נושאי הקורס

נושאי הקורס ורשימת מקורות:

קמפיינים פוליטיים בתקשורת

Wolfsfeld, G. (2011). *Making Sense of Media and Politics: Five Principles in Political Communication*. New-York, NY: Routledge. Chapter 4

Shaefer, T. Weimann, G. & Tsfati, Y. (2008). Campaigns in the holy land: The content and effects of election news coverage in Israel, In: J.Stromback & L.L. Kaid (Eds.), *The handbook of election news coverage around the world* (pp. 207–223). New York: .Routledge

Sheafer, T. & Weimann, G. (2005). Agenda building, agenda setting, priming, individual voting intentions, and the aggregate results: An analysis of four Israeli elections. *Journal of .Communication*, 55, 347–365

Samuel-Azran, T. and Yarchi, M. (2020). Normalization on the politicians' messages level, equalization on the citizens' discussions level: the 2015 Israeli elections campaign on .Facebook. *Journal of Elections, Public Opinion & Parties* 30(2), 161–179

Trippi, J. (2013). How Technology has Restored the Soul of Politics. *M.I.T. Technology Review*, 116: 34–36. Also available at: [//www.technologyreview.com/featuredstory/508831/
/how-technology-has-restored-the-soul-of-politics](http://www.technologyreview.com/featuredstory/508831/how-technology-has-restored-the-soul-of-politics)

-

פוליטיקאים ורשתות חברתיות

Samuel-Azran, T., Yarchi, M., and Wolfsfeld, G. (2015). Aristotelian Rhetoric and Facebook .Success in Israel's 2013 Election Campaign. *Online Information Review*, 39 (2), 149–161

Yarchi, M., and Samuel-Azran, T. (2018). Women politicians are more engaging: Male versus female politicians' ability to generate users' engagement on social media during an .election campaign. *Information Communication & Society* 21(7), 978–995

Bronstein, J. (2013), "Like me! Analyzing the 2012 presidential candidates' Facebook pages", *Online Information Review*, Vol. 37 No. 2, pp. 173–92

Markowitz-Elfassi, D., Yarchi, M., and Samuel-Azran, T. (2019). Share, Comment, but Do Not Like: The Effect of Politicians' Facial Attractiveness on Audience Engagement on Facebook. *.Online Information Review* 43(5), 743–759

Samuel-Azran, T., Yarchi, M., and Wolfsfeld, G. (2017). Engagement and Likeability of Negative messages on Facebook during Israel's 2013 elections. *Journal of Social Media in .Society*, 6(1), 42–68

-

צריכת תקשורת של מצביעים

Wolfsfeld, G. (2011). *Making Sense of Media and Politics: Five Principles in Political .Communication*. New-York, NY: Routledge. Chapter 5

Wolfsfeld, G., Yarchi, M., and Samuel-Azran, T. (2016). Political information repertoires and .political participation. *New Media & society*, 18 (9), 2096–2115

Samuel-Azran, T., Yarchi, M., and Hayat, T. (2020). Uncritical and uninformed in the fake news era: undecided voters during Israel's April 2019 elections. Submitted to *Information .Communication & society*

- Gamson, W. & Wolfsfeld, G. (1993). Movements and Media as Interacting Systems, *Annals of the American Academy of Political and Social Science*, 582: 114-125
- Tenenboim-Weinblatt, K. (2014). Producing Protest News: An Inquiry into Journalists' Narratives. *The International Journal of Press/Politics*, 19(4), 410-429
- Mundt, M., Ross, K., & Burnett, C. M. (2018). Scaling social movements through social media: The case of Black Lives Matter. *Social Media + Society*, 4(4), 1-14
- Wolfsfeld, G. (2003). "The Political Contest Model", In Simon Cottle (Ed.). *News, Public Relations, and Power*. London: Sage. pp. 81-95
- Kavada, A. (2010). Activism transforms Digital: The social movement perspective. In M. Joyce (Ed.), *Digital activism decoded: The new mechanics of change* (pp. 101-118). N.Y.: International Debate Education Association
- Yarchi, M., Baden, C. and Kligler-Vilenchik, N. (2020). Political Polarization on the Digital Sphere: A cross-platform, over-time analysis of interactional, positional, and affective polarization on social media. *Political Communication*. IF: 5.912; 3 citations
- Carney, N. (2016). All lives matter, but so does race: Black lives matter and the evolving role of social media. *Humanity & Society*, 40(2), 180-199
- Wolfsfeld, G., Segev, E., & Sheaffer, T. (2013). Social media and the Arab spring: Politics comes first. *The International Journal of Press/Politics*, 18(2), 115-137
- Kligler-Vilenchik, N., Baden, C. and Yarchi, M. (2020). Interpretative Polarization across Platforms: How Political Disagreement develops over Time on Facebook, Twitter, and WhatsApp. *Social Media + Society*

דיפלומטיה ציבורית

- Wang, J. (2006). Managing national reputation and international relations in the global era: Public diplomacy revisited. *Public Relations Review*, 32, 91-96
- Cull, N. (2008). Public diplomacy: Taxonomies and histories. *The Annals of the American Academy of Political and Social Science*, 616(1), 31-54
- Gilboa, E. (2001). Diplomacy in the media age: Three models of uses and effects. *Diplomacy and Statecraft*, 12, 1-28
- Cull, N. (2011). WikiLeaks, public diplomacy 2.0 and the state of digital public diplomacy. *Place Branding and Public Diplomacy*, 7, 1 – 8
- Taylor, P.M., (2009). Public diplomacy and strategic communications. In N. Snow, & P. M. Taylor (Eds.) *Routledge Handbook of Public diplomacy* (86-100). New-York, NY: Routledge

-

Nye, J. (2008). Public diplomacy and soft power. *Annals of the American Academy of Political and Social Science*, 616, 94-109

Wilson, E. (2008). Hard power, soft power, smart power. *The Annals of the American Academy of Political and Social Science*, 616, 110-124

מיתוג וניהול תדמית של מדינות ושחקנים פוליטיים

Ham, P.V. (2001). The rise of the brand state: Postmodern politics of image and reputation. *Foreign Affairs*, 80, 2-6

Ayalon, A., Popovich, E., & Yarchi, M. (2016). From warfare to imagefare: How states should manage asymmetric conflicts with extensive media coverage. *Terrorism and Political Violence*, 28(2), 254-273

Avraham, E. & Ketter, E. (2008). Media Strategies for Marketing Places in Crisis: Improving the Image of Cities, Countries and Tourist Destinations. Burlington MA: Elsevier Inc. Chapter 1, pp. 3-18

-

מלחמת נרטיבים

Rabasa, A. (2011). Where Are We in the 'War of Ideas'? In B. M. Jenkins and J. P. Godges (eds.). *The Long Shadow of 9/11: America's Response to Terrorism* (p. 61-70), California: RAND Corporation

Ventsel, A., Hansson, S., & Madisson, M.L. (2019). Discourse of fear in strategic narratives: The case of Russia's Zapad war games. *Media, War & Conflicts*

Yarchi, M. (2014). "'Badtime' stories: The frames of terror promoted by political actors". *Democracy & Security*, 10 (1), 22-51

Yarchi, M. and Ayalon, A. (2020). "Fighting over the Image: the Israeli-Palestinian conflict in the Gaza strip 2018-19". *Studies in Conflict & Terrorism*

-

דיפלומטיה ציבורית של ישראל

שין, נ. (2013) *מלחמדיה*. תל אביב: ידיעות אחרונות. עמודים 167-192.

Gilboa, E., & Shai, N. (2011). Rebuilding Public Diplomacy: The Case of Israel. In A. Fisher & S. Lucas (Ed.), *Trials of Engagement: The Future of US Public Diplomacy* (pp. 33-54). Leiden and Boston: Brill

כרמון, י. (2010). שיתוק ההסברה של ישראל. *כיוונים*, 22 (יוני), 30-38.

Gilboa, E. (2006). Public diplomacy: The missing component in Israel's foreign policy. *Israel Affairs*, 12(4), 715-747

Steinberg, G. (2006). Soft powers play hardball: NGOs wage war against Israel. *Israel Affairs*, 12(4), 748-768

Yarchi, M. (2018). Two stories for two nations: Public diplomacy in the Israeli–Palestinian .conflict. *Studies in Conflict & Terrorism* 41(9), 677–695

האינטרנט בשימוש ארגוני הטרור

van Evera, S. V. (2006). Assessing US strategy in the war on terror. *Annals of the American Academy of Political and Social Science*, 607 (1), 10–26

Klausen, J. (2015). Tweeting the Jihad: Social Media Networks of Western Foreign Fighters ,in Syria and Iraq, *Studies in Conflict & Terrorism*, 38:1, 1-22

Weimann, G. (2006). *Terror on the Internet: The New Arena, the New Challenges*. Washington DC: USIP. Chapter 1

(Weimann, G. (2016). Terrorist Migration to the Dark Web. *Perspectives on Terrorism*, 10(3

מטרות הקורס 

תיאור הקורס:

ההשפעה של הרשתות החברתיות והמדיה החדשים כיום, מצריכה גם מהאקדמיה להתפתח ולהתאים את עצמה למציאות המשתנה, במטרה להכשיר את הסטודנטים לעבודה בעולם האמיתי. על בסיס תפיסה זו פותח פרויקט ה-RPD הייחודי (Research, Policy, Digital). במהלך פרויקט חדשני זה ובאמצעות התנסות מעשית, ילמדו הסטודנטים כיצד לנצל את הידע והמחקר האקדמיים, ולתרגם אותם בצורה מגובשת לעולם הציבורי, העסקי והדיגיטלי. במסגרת הסמינר ממחקר לשפעה, ילמדו הסטודנטים לא רק כיצד לבצע מחקר אקדמי מהימן, אלא גם כיצד לתרגם את ממצאיו העיקריים להצעות מדיניות למקבלי החלטות, ולמוצרי מדיה דיגיטליים, כל זאת בכדי להבין וליישם את תהליך יצירת ההשפעה המלא.

במסגרת הסמינר נעסוק באופן רחב בעולם התקשורת הפוליטית, תוך התמקדות הנושאים שונים: תקשורת ומערכות בחירות, פוליטיקה ברשתות החברתיות, פולריזציה, תקשורת וקונפליקטים, טרור במציאות המקוונת, דיפלומטיה ציבורית ועוד. הסטודנטים יערכו מחקר בתחום ובנוסף לעבודה סמינריונית יכתבו מסמך מדיניות (על מנת ללמוד כיצד להשפיע על מקבלי החלטות ולעצב מדיניות) וייצרו קמפיין מקוון בניסיון להשפיע על הציבור ודעת הקהל הרלוונטית בתחום בו הם עוסקים, כל זאת תוך רכישת הכלים הנדרשים וליווי בביצוע המשימות.

מטרות הקורס:

מטרת הקורס היא להכשיר את הסטודנטים לבצע מחקר אקדמי, ולתרגם אותו להשפעה בעולם האמיתי – תוך הבנת העקרונות של כתיבת מסמך מדיניות למקבלי החלטות, ויצירת קמפיין השפעה דיגיטלי.

מבנה ציון הקורס

מטלות ודרישות:

נוכחות והשתתפות בשיעורים, קריאת חומר ביבליוגרפי, הגשת הצעת מחקר, הצגת רפרטים בשיעור (אחד בכל סמסטר), כתיבת עבודת מחקר, כתיבת מסמך מדיניות ויצירת קמפיין דיגיטלי. הפרויקט כולו מבוצע בזוגות.

מבנה ציון הקורס:

הצעת מחקר 5%

רפרט הצעת מחקר 10%

רפרט סיכום 15%

עבודת מחקר 50%

מסמך מדיניות 10%

קמפיין דיגיטלי 10%

רשימת קריאה

מופיעה ביחד עם נושאי הקורס