

# קוּס

**קוּס** DIGITAL INFLUENCE & PERCEPTIONS  
Driving Impact via Strategic Communication

## קורסים וסדנאות

### התמחות בתודעה והשפעה בדיגיטל

ראש ההתמחות: ד"ר מורן ירחי

2022-2023



העולם שלנו השתנה באופן דרמטי בשנים האחרונות. אנחנו מוקפים ברשתות חברתיות שמשנות את האינטראקציה בין אנשים ואת היכולת של יחידים וארגונים לקדם את המטרות שלהם. אנחנו חיים בהצפת מידע תמידית, בין היתר בפייק ניוז (ובדיפ פייק) שמקשה עלינו להבחין בין מידע אמין למזויף, וקשה לנו לסמוך על המידע אליו אנחנו חשופים. אנו מוקפים במבצעי תודעה אשר מופעלים עלינו באופן יומיומי, בתחומים שונים: חברתיים, פוליטיים, צבאיים וכל תחום ציבורי אחר. קחו לדוגמא את הקמפיין של גרטה לקידום איכות הסביבה, את ההתערבות הרוסית בבחירות בארה"ב, את הפעילות האוקראינית בתחום התודעה בעימות מול רוסיה, את מבצעי התודעה של ISIS או את כל נושא הפייק ניוז בנושא חיסוני הקורונה. במציאות כזו אנחנו חייבים להבין את המורכבויות, ולפתח כלים להתמודדות. זה בדיוק מה שאנחנו עושים בהתמחות בתודעה והשפעה בדיגיטל.

בהתמחות בתודעה והשפעה בדיגיטל – DIP, מקבלים הסטודנטים הבנה רחבה של האתגרים וההזדמנויות שהמציאות החדשה יוצרת עבור אלו שמנסים לקדם אג'נדות שונות ועבור הקהל החשוף אליהם, לצד כלים פרקטיים להיות אקטיביסטים, ולהצליח בקידום אינטרסים בעולם של הצפת מידע. הסטודנטים לומדים תקשורת אסטרטגית ויצירת תוכן חוצה פלטפורמות, בדגש על יצירה והפקת מסרים ויזואליים (בעלי ההשפעה העמוקה ביותר על קהלים), העברת מסרים לקהלי יעד מגוונים וניהול קהילות, כל זאת תוך זיהוי והבנת קהלי היעד, הפלטפורמות והדרך הנכונה ליצירת השפעה. הסטודנטים יתנסו בפרויקטים יישומיים, בליווי מנטורים בכירים מהתעשייה, ויראו בזמן אמת את ההשפעה שהם יוצרים במרחב הציבורי, החברתי או הפוליטי. בשנה ג' יתנסו הסטודנטים באחד משלושה פרויקטים במעבדת ההשפעה: יצירת תוכן – תחקיר, הפקה ומדידת השפעה; אימפקט – מהאשטאג לתנועה; או עיתונאות חוקרת חוצת פלטפורמות, ויישמו את הכלים שרכשו בקורסים וסדנאות מעשיות. בסיום הלימודים הסטודנטים יכינו תיק עבודות מקצועי שיסלול את דרכם להשתלב בתפקידי מפתח בחברות ובארגונים בולטים בשוק הישראלי והבינלאומי.

קורסים

# קורסים תאורטיים

# תודעה והשפעה

## מר נעם מנלה

להיות מים: כיצד מתעצבת תודעת המונים בעידן הדיגיטלי – מחקר ותובנות. בעולם הכאוטי והמשתנה, בו האירועים מתרחשים במהירות שיא ובכמות אינסופית, נלמד לזהות אירועים מעצבי תודעה, ולנתח אותם בראיה ביקורתית וחוקרת. הקורס יתנהל כמעבדה חוקרת בה נלמד תוך כדי תנועה לפתח מיונויות מחקר, נקבל כלי למידה ונסגל יכולת זיקוק תובנות שיסייעו לנו להתנהל בעולם המעודכן. הקורס ייחודי בכך שהוא מתעצב כמו המציאות מסביבנו תוך כדי תנועה ועשייה. משבוע לשבוע ומאירוע לאירוע. ההתרחשויות המשתנות יהוו את הסילבוס של הקורס והן אלו שיכתיבו את סדר היום בו נעסוק. בכל מפגש ננתח את אירועי השבוע, נדון בסוגיות תודעתיות משתנות וננתח מהלכים באמצעות כלים ומושגים שנלמד בקורס. במהלך הסמסטר, נארח אורחים מעניינים ממגוון תחומים, נקיים איתם בשיחה חופשית על האתגרים שלהם, על מהלכים שהם עשו, על הטעויות וההצלחות שלהם בעולם המעודכן.

## קהלי התקשורת: שימושים, פרשנות והשפעות

### ד"ר קרן צור אייל

הקורס סוקר את סוגי ותפקידי הקהלים של אמצעי התקשורת השונים, מסורתיים וחדשים, וכן את תהליכי הקבלה וההשפעה של תכנים המוצגים באמצעי התקשורת השונים על קהלים. בין הנושאים בהם יעסוק הקורס: אפיון קהלי התקשורת על סמך מאפיינים שונים, מאפייני הקהל האקטיבי, הקשרים שבין הקהל לתוכן ולאישויות בו וההקשר החברתי של חשיפה לאמצעי התקשורת והשפעותיה. הקורס יתייחס למגוון רחב של אמצעי תקשורת, מסורתיים וחדשים. הסטודנטים יכירו ויבינו את נושא קהלי המדיה על צדדיו השונים, הן בהקשר של חשיפה, הן של שימוש והן של השפעות המדיה על הקהל. הסטודנטים יכירו מושגי יסוד בחקר קהלי התקשורת כמו גם גישות תיאורטיות ושיטות מחקר מרכזיות בתחום.

הסמינר עוסק בחדשנות ביצירת תוכן דיגיטלי דרך מחקר מגמות ומתוך גישה ביקורתית ויישומית כאחד. במהלך הקורס הסטודנטים ילמדו להשתמש בשיטות מחקר שונות הקשורות לתפקיד של תחזיות שוק, ככלי ליצירת תוכן חדשני בדיגיטל. הסטודנטים ירכשו הבנה וידע לגבי מושגים מרכזיים בתחום, יחשפו למודלים שונים שפותחו על ידי החברות המובילות בעולם במחקר טרנדים, ילמדו לזהות בעצמם מגמות חשובות ויתרגלו כלים וטכניקות בתחום. את הידע הנצבר יישמו בפועל דרך פיתוח פרויקטים חדשניים של תוכן דיגיטלי בהשראת טרנדים. מטרת הסמינר הן: הרחבת ידע בנושא השפעת טרנדים על פיתוח תוכן דיגיטלי והיכולת להבחין בין גלובלי ללוקלי; פיתוח יכולות לבחירה מודעת וחכמה יותר בהווה, ביחס לפיתוח של תוכן דיגיטלי עתידי; פיתוח מיומנויות של מנהיגות יצירתית וניהול תוכן דיגיטלי בסביבה בינלאומית; רכישת כלים וטכניקות שונות להבנת טרנדים ומחקר שוק ושימוש בעבודת היום יום; ואימוץ חשיבה אסטרטגית ותכנון עתידי בפיתוח תוכן דיגיטלי.



## יצירת תוכן להשגת ויראליות ברשתות חברתיות: יישום וניתוח

פרופ' טל סמואל-עזרן

בעולם בו גורמים שונים מנסים לקדם מסרים ואנ'נדות במרחב המקוון, השאלה אלו תכנים מובילים לווראליות הינה שאלה מרכזית במחקרי ניהול תוכן. בסמינר ייחודי זה הסטודנטים ילמדו מה המודלים המובילים של ויראליות וינתחו את הרלוונטיות שלהם תוך שימוש במחקר יישומי. בתחילת הסמינר הסטודנטים ייצרו חשבון מקורי באחת מפלטפורמות הרשתות החברתיות וינסו לקדם ויראליות לעמוד שיצרו על בסיס המודלים. בהתאם, כאשר יגיעו לווראליות מסוימת ינתחו את התוצאות וישוו אותם למודלים המרכזיים. מטרת העבודה הסמינריונית תהיה מחקר מקורי אשר משתמש בנתונים כדי לתרום תרומה משמעותית למחקר ויראליות קיימים.



## משפיענים ומושפעים

ד"ר שירי רזניק

הסמינר מתמקד באופנים השונים בהם משפיענים מעצבים את תדמיתם הציבורית ומבססים את סגנונם הרטורי. נבחן את המונח כריזמה, נכיר כלים רטוריים מגוונים ואת היכולת של משפיענים לסחוף אחריהם קהל נרחב של עוקבים, לעצב תפיסות פוליטיות ולתרום לשינוי נורמות חברתיות. ננתח את התדמית של מנהיגים פורמליים שהפכו למותגים, לצד זו של סלבריטיז השואפים להשפיע על השיח הציבורי. האם ביונסה מציעה רטוריקה פמיניסטית חדשה? האם טיילור סוויפט משפיעה על דפוסי ההצבעה בארה"ב? לבסוף, נבחן את השימוש של משפיענים ברשתות החברתיות, כיצד הם יוצרים קשר דמוי-חברתי עם העוקבים שלהם ומכוננים אינטימיות ללא היכרות של ממש? נתהה האם אנו מסוגלים להבחין בין התדמית לבין האדם האמיתי העומד מאחוריה ועל התפקיד הפסיכולוגי שממלאים משפיענים בחיי העוקבים שלהם.



## תקשורת וקונפליקטים בעידן הדיגיטלי

ד"ר מורן ירחי

קונפליקטים במאה ה-21 הם כבר לא מאבק בזירה הצבאית בלבד. לצד העימות בשטח, מתקיימת מלחמת תדמית במסגרתה מנסה כל צד בסכסוך להצדיק את פעולותיו, אמונתו ורעיונותיו. כל זאת במטרה לזכות בתמיכה ציבורית שמובילה ליצירת מדיניות אוהדת כלפי אותו השחקן בזירה הבינלאומית – דבר שמסייע בהשגת מטרות פוליטיות. שחקנים פוליטיים כיום כבר לא יכולים לנצח באמצעות כוח צבאי בלבד, הם חייבים לקחת בחשבון את הקרב על התודעה. במסגרת הקורס נעסוק בהיבטים שונים של סיקור קונפליקטים, נבחן את הסיקור במדינות שמעורבות בסכסוך לעומת הסיקור הבינלאומי; נעסוק בהבנת חדשותיות; בתקשורת וטרור; ובתקשורת מסורתית וברשתות החברתיות. תהליך הלמידה נעשה תוך שימוש נרחב בניתוח מקרים ודוגמאות מהאירועים שמתרחשים בעולם.

המדיה החדשים מספקים לנו, האזרחים, פלטפורמה להבעת דעתנו על עניינים ציבוריים, פרטיים וכאלה שנמצאים על סדר היום הציבורי המפריעים לנו. הם מאפשרים לנו גם להעלות לסדר היום נושאים שלא זוכים לסיקור תקשורתי ולעניין פוליטי. פלטפורמה זו מאפשרת להציג ולהדהד את מחאתנו על עניינים שפוגעים בנו ובאחרים בצורה חזותית ומילולית. המדיה החדשים מאפשרים גם לנהל דיונים על נושאים חברתיים, לגייס אזרחים נוספים בעלי עניין, לפעול לטובת עניין ציבורי-חברתי ואף להוציא לפועל פעולות גם מחוץ לרשת – להוציא אזרחים לרחובות – להפגנות, למיצגים ביקורתיים ולפעולות ציבוריות נוספות שמטרתן לקדם עניינים חברתיים ופוליטיים לטובת הציבור הרחב ו/או לקבוצות מיעוט שחוות פגיעה או חוסר צדק.

בקורס נלמד על כוחה של הרשת להעלות נושאים חברתיים לסדר היום הציבורי ואף להביא לפעולות ולשינויים חברתיים ופוליטיים בנושאים ציבוריים שהמדינה לא הצליחה או לא ביקשה לטפל בהם. אנו נבחן כיצד האזרחים יכולים לקחת את הכוח לידיהם, כדי לתקן עוולות ולטפל בבעיות חברתיות. את יכולת זו אנו נבחן בקורס בעזרת מקרי בוחן המבטאים תיאוריות, מושגים וגישות שעוסקות באקטיביזם חברתי, במחאה ובתנועות חברתיות. נלמד, בין היתר, על החברה האזרחית, על תרבות משתתפת ועל התנגדות לא אלימה.

התיאוריות והגישות ייבחנו בעזרת מקרי בוחן שונים שמוצגים במחקרים ו/או שמתרחשים במדיה החדשים, העוסקים בנושאים כגון: פגיעות מיניות, דימוי גוף ומישטור הגוף, חופש ביטוי ברשתות חברתיות, אי-שיוויון על בסיס דתי, אתני, מיני, גזעי ולאומי, מחאות פוליטיות כנגד אנשי ציבור מרכזיים וקריאה לשמירה על איכות הסביבה-קיימות. אנו נבחן מהו כוח ההשפעה והיכולת של האקטיביזם ברשת לשנות מציאות חברתית, תרבותית, סביבתית וציבורית, נאתר את החוזקות והחולשות של הפעילות האקטיביסטית ברשת ונאפיין ונגדיר את אותה פעילות.

במהלך הקורס הסטודנטים ייחשפו לקבוצות חברתיות שונות ומגוונות בישראל ובעולם שמבקשות לערוך שינוי חברתי. הסטודנטים ילמדו על אסטרטגיות להעברת מסרים, לגיוס אוהדים וליצירת שינוי חברתי. הסטודנטים ילמדו לערוך מחקר עצמאי שבוחן ומנתח בצורה ביקורתית מקרי בוחן ישראליים בתחום. במהלך הסמסטר הסטודנטים יאתרו, יבחרו ויעקבו אחר קבוצה פעילה חברתית שמבקשת לעשות שינוי חברתי בתחום מסוים. בכל שיעור הסטודנטים יעדכנו את הכיתה בנעשה ומתחדש שם. ביחד ננתח בכיתה את האסטרטגיות שמושמות באותם מקרים – את הבעיות ואת היתרונות בהתנהלות הקבוצה.





# המרחב המקוון: אתגרים והזדמנויות

מר דניאל כהן

העולם המכני, המבוזר והאיטי, שהחל עם המהפכה התעשייתית השנייה, הוחלף בעולם רשתי, אלקטרומגנטי, מהיר, בו־זמני ומאוחד, המחבר בין גבולות פיזיים ובין גבולות התודעה ומטשטש אותם. הופעת הרשתות החברתיות בשנת 2005 מסמלת שלב חדש בהתפתחות הרשת. טכנולוגיית המידע המודרנית, שבאה לידי ביטוי בשימוש שעשו תנועות המחאה השונות ברחבי העולם ברשתות החברתיות, מאפשרת מעבר של ידע בצורה מהירה ושקופה ושימוש בו ככלי מרכזי לקידום ושינוי תהליכים פוליטיים וחברתיים. קבוצות קטנות יחסית וחסרות מבנה היררכי מוגדר מצליחות להפגין גמישות ותחכום ומגיעות במהירות להמונים באמצעות המרחב הווירטואלי. בחינת התהליכים שהובילו לגלי במחאות החברתיות והכלכליות ברחבי העולם, מצביעה על חשיבותן המכרעת של הרשתות החברתיות ככלים המשנים את פני החברה. הנגישות הטכנולוגית מאפשרת פיתוח אתרים ויישומים, כולל אזורים מוגנים בסיסמאות הנגישים למעגלי השפעה קרובים, שיתוף ביישומי מסרים מידיים ועוד. שימוש בעוצמה זאת מוחזקת היום ברמה כזו או אחרת בידי מיליארדי אנשים, והיא שינתה מן היסוד את כללי המשחק. האדם יצר את מרחב הסייבר, ובכך הקים רשת תקשורת גלובלית שצמצמה מאוד את הממדים הפיזיים של סביבת חייו.



הקורס יתמקד בהבנה של ההזדמנויות והסיכונים בארגונים שונים דרך רכישת ידע להכרת מגוון הכלים והתפיסות במרחב המקוון. הקורס ייקנה ידע בהכרת מונחי יסוד, תפיסות, כלים ופרקטיקות מעולמות הסייבר, תקשורת אסטרטגית, לוחמה פסיכולוגית ומבצעי השפעה, ארכיטקטורת הרשת, "מודיעין גלוי" ו"מודיעין רשתות חברתיות". לצד ההזדמנויות הרבות, שימוש בטכנולוגיה, תוך הגעה במהירות להמונים באמצעות המרחב הווירטואלי מהווה אתגר גדול מאוד למדינות רבות בעולם. לכן הקורס יעשיר את הידע לגביי תהליכי קבלת ההחלטות של ממשלות מול חברות הביג טק ויסקור את המגמות העכשוויות של טכנולוגיה משבשת, למול מאמצים מדינתיים בתחומי המדיניות, תקינה, רגולציה והגנת הפרטיות.

# סמינר חממת התוכן

ד"ר עמית לביא-דינור

במסגרת הסמינר ניצור מעין מעבדת מחקר שמבקשת לפצח בצורה ביקורתית ואקדמית איך התודעה וההשפעה מתעצבת ומתקבלת בטקסטים פופולריים. נתמקד בעיקר בשאלה איך יוצרים ויוצרות מעבירים וצריכים להעביר מסרים, ערכים ואידיאולוגיה בצורה איכותית, חדשנית, יצירתית ופופולרית. נעשה זאת דרך שימוש בתיאוריות וגישות אקדמיות העוסקות בנושאים אלה.

מטרת הסמינר היא שהידע האקדמי שנצבר בקורס יהפוך לכלי שימושי גם בתהליך יצירת התוכן התקשורתי וגם ישמש לכתובת העבודה הסופית - לבחינה ביקורתית של דרכי העברת מסרים וערכים בתכנים תקשורתיים שונים כגון בקולנוע, בז'אנרים שונים בטלוויזיה, בעיתונות, ביצירת והפצת פורמטים חדשים ובמדיה החדשים. המחקר האמפירי שיעשה בסוף הסמינר יעסוק במשמעות התרבותית, החברתית והאידיאולוגית של תכנים תקשורתיים נבחרים, של ניתוחם, של הבנת דרכי יצירתם ושל דיון ביכולת השפעתם על החברה והפרט.



# ממחקר להשפעה - פרויקט RPD

ד"ר מורן ירחי

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 (Research, Policy, Digital) הייחודי. 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 בנושאים 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.



סדנאות

סדנאות חובה





## סטוריטלינג והעברת מסרים

סיפור טוב, זכיר פי 22 יותר מכל דרך אחרת שבה נבחר להעביר את המסר שלנו – כך מצאו מחקרים באוניברסיטת הארוורד המבססים עד היום את שיטת הסטוריטלינג כשיטה פופולארית ואפקטיבית להעברת מסר באופן מדויק, זכיר וחוויתי לאורך זמן. לא בכדי מודל זה זוכה לשימוש רב בעולם העסקי, כמו גם בעולם התקשורת, היזמות וההשפעה החברתית. הסדנה עוסקת בכלים ומיומנויות לבנית סטוריטלינג נכון, באופן שישרת אותנו בהשגת מטרות כמו שיווק, שכנוע, השפעה חברתית והנעה לפעולה. הסדנה משלבת באופן משלים, כלים מעולם החדשנות והיזמות, כבסיס לחשיבה יצירתית ולבניית סיפור חזק המציג בין השאר התמודדות עם אתגרים ובעיות קיימות. השיטות הייחודיות שנלמדות בסדנה מבטיחות שיפור משמעותי ביכולות השכנוע והפרזנטציה. המטרה היא לחוות וליישם מיומנויות אלה לצורך קידום הלכה למעשה של אג'נדות בעלות חשיבות וערך, שיש בכוחן להביא לשינוי חברתי חיובי. הסדנה מעניקה יישום מתקדם והטמעה של כלים לעמידה מול קהל והעברת מסרים, מנקודת מבט נוספת המעשירה את עולם התוכן וכיווני התמקצעות שונים בעתיד. המאפיינים המרכזיים של שיטת הלמידה באים לידי ביטוי בכך שנרכשים כלים מעשיים ויעילים שאינם תלויים במידת הכישרון הטבעי של הסטודנט. זמן ניכר מוקדש לתרגול מעשי של הכלים שנלמדו.





## New-fluencers

כיום, רבים מחשיבים את עצמם למשפיענים או יוצרי תוכן, אבל לא כולם מצליחים באותה מידה. הסדנה מספקת ארגז כלים מקצועי לכל מי שמעוניין להיות או לעבוד עם ה-Newfluencer (המשפיענים החדשים). הסדנה מלמדת כיצד ניתן לקדם שינוי חברתי, ציבורי או אחר ולפעול למען מטרות גלובליות (המלחמה באלימות, אפליה, תרבות, קיימות או כל נושא אחר), כיצד לשתף פעולה עם ארגונים שונים ולייצר תוכן בעל משמעות והשפעה. הסדנה מעניקה כלים למי שחולמים להפוך לפרזנטור/ית מצליחים המכוונים לעולם החדש ולצרכים המשתנים שלו. הסדנה מסייעת לבנות ולעצב את המותג האישי באמצעים מגוונים כגון: יצירת תוכן שמושך את הקהל שלכם; איסוף עוקבים מסיביים במדיה החברתית; הדרך ליצירת שיתופי פעולה והיתרונות שבהם; בניית מותג אישי ייחודי וניהול המוניטין ברשת.

העבודה לאורך הסמסטר כוללת הפקת תוכן ובניית מסרים ויזואליים, הבנת סודות התקשורת הבלתי מילולית, עבודה מול מצלמה ועוד. הסדנה שמה דגש על יצירת רעיונות מקוריים עצמאיים של הסטודנטים ובסיום ניתן לשלב את התוצרים בתיק העבודות.

## תקשורת אסטרטגית: מיצירה להשפעה

אנחנו חיים בעידן שבו אנחנו חשופים להצפת מידע ומוקפים במבצעי תודעה אשר מופעלים עלינו באופן יומיומי, בתחומים שונים: חברתיים, פוליטיים, צבאיים וציבוריים. בתוך עומס הנתונים, האינטרסים השונים והטכנולוגיות שמקדמות אותם, הצורך בקידום אג'נדות, רעיונות או ארגונים שפועלים למען ה Social good הוא גדול ומשמעותי מתמיד. בסדנה "תקשורת אסטרטגית: מיצירה להשפעה" הסטודנטים ילמדו כיצד להוביל וליצור אסטרטגית תוכן אמינה ורלוונטית בדגש על יצירה והפקת מסרים ויזואליים שמהווים כיום למעלה מ 80 אחוז מהטראפיק ברשת. תהליך העבודה יתבסס על בניית המטרות והיעדים, זיהוי והבנת קהלי היעד, הפלטפורמות והדרך הנכונה לבניית קמפיין דיגיטלי ליצירת השפעה בצורה אורגנית.

כולנו אוהבים לצרוך וידאו ברשת. הוא מרגש אותנו, מצחיק אותנו ומשפיע עלינו. לייקים, שיתופים ותגובות ברשתות החברתיות, יוצרים תחושת סיפוק, נראות ולפעמים ריגושים. אבל רק מטרה ברורה ותוכנית מובנית שתיצור ערך עבור המשתמשים/ לקוחות/ צרכנים בצורה שיטתית – תחולל את השינוי הרצוי ותוביל לתוצאות הרצויות בשטח. העלאת מודעות, גיוס תמיכה, גיוס עובדים, גיוס תקציבים, מידע על שרות/ מוצר חדש לקהילה מסוימת ועוד. במסגרת הסדנה הסטודנטים משתמשים בכלים שנלמדו על מנת להפיק קמפיין דיגיטלי לעמותות וארגונים ללא מטרות רווח.





## הפקה מתקדמת

בעולם שבו וידאו הולך ותופס מקום גדול בחיינו ולכולנו יש מכשירי מובייל ומסכים קטנים שצמודים אלינו כל הזמן ודרכם אנחנו נחשפים לתכנים ויזואליים, גובר הצורך לדעת לספר סיפור בכלים יצירתיים ומקצועיים. צילום ועריכת וידאו הן שפה לכל דבר, שפה שאנו משתמשים בה בכדי להעביר מסר, רעיון ותוכן שמטרתו להגיע לצד השני, לעורר ולייצר השפעה. בסדנה בהפקת וידאו מתקדמת עובדים הסטודנטים בתכנת האדובי פרימייר, תכנה מקצועית שמקובלת בשוק בארץ ובעולם. הם לומדים להבין את השפה הקולנועית ולתרגל יישום של טכניקות שונות שיעזרו לפתח את השפה הויזואלית בצילום והפקת סרטים מז'אנרים שונים כגון: דוקומנטרי, דרמטי, ומסחרי שיווקי.



סדנאות בחירה

סדנאות שנה ג'



קונס



## יסודות בניהול קהילות ברשת

עולם הקהילות המקוונות הולך ומתפתח בשנים האחרונות, ותופס מקום משמעותי בעולם העסקי כמו גם בארגונים ללא מטרות רווח וקידום אג'נדות מגוונות. מטרת הסדנה היא להכשיר את הסטודנטים להקמת קהילה כפלטפורמה להנעה חברתית ואקטיביזם.

הסדנה כוללת הרצאות פרונטאליות המשולבות בקבוצות דיון ועבודה מעשית. הסטודנטים ילמדו להכיר את חברי הקהילה דרך מאפיינים דמוגרפיים, סגנון, שפה, חלומות, צרכים ועוד, במטרה לייצר פעילות אפקטיבית לקידום המטרה לשמה הם פועלים. הסטודנטים ילמדו כיצד לייצר תוכן שמעודד השתתפות אקטיבית באון ליין ובאוף ליין, כיצד להניע משתמשים לפעולה וכיצד לבנות ולשמר קהילה מקוונת. בסוף הסדנה בונים הסטודנטים אסטרטגיה לניהול קהילה, לרבות ביצוע מחקרי שוק ומיפוי צרכים.



## דוקו 360 VR

המציאות המדומה VR הולכת ותופסת תאוצה בעולמות שונים של הקידום והעברת מסרים. בגופי תקשורת ועיתונאות בינלאומיים כמו הניו-יורק טיימס, ה-BBC, ה-Guardian ו-PBS משתמשים יותר ויותר בטכנולוגיות חדשות אלה על מנת להעצים את סיפורים בעולם הדיגיטלי.

בסדנה נלמד ונתנסה ביצירת סיפור במציאות מדומה ווידאו 360 - טכנולוגיות המציבות את הצופה במרכז, ומטמיעות אותו בתוכן. נביר כיצד מדיום סיפורי חדש זה משמש ליצירה דוקומנטרית, עיתונאית וחברתית-אקטיביסטית שמטרתה להעביר מסר משמעותי. נביר כיצד גופי עיתונאות משתמשים ביכולות הדיגיטליות החדשות של אתרי אינטרנט על מנת להעשיר את חווית צריכת התוכן. לכל אורך הסדנה נתמקד בתחקיר, בניית הסיפור, פיתוח הסגנון הוויזואלי וההפקה. במקביל לחלק המעשי נחווה דוגמאות במציאות מדומה, רבודה, ממדית, ונקיים דיונים ערים על נושאים אלה. בסיום הסדנה הסטודנטים יגישו פרויקט וידאו 360 קצר, בסגנון דוקומנטרי.



## ”מטקטים” ההגשה העיתונאית

טיק טוק נתפסה בתחילה בפלטפורמה קלילה בה מתפרסמים בעיקר ריקודים וסרטונים קצרים של בני נוער. זה כבר מזמן לא המצב, וכיום מסרים חברתיים, פוליטיים ועסקיים מקודמים באופן בולט ומתוחכם בפלטפורמה. יוצרי תוכן ועיתונאים מתחילים להשתמש בפלטפורמה כדי להגיע לקהל רחב יותר במטרה ליצור מעורבות ולחולל שינוי. בסדנת TikTok Journos נתמקד בתוכן מתקדם לפלטפורמות דיגיטליות - לימוד המיומנויות הנדרשות לתכנון, פיתוח והנחלת חוויה שלמה המכוונת לקהל יעד מסוים, תוך התמקדות בסטוריטלינג יצירתי. במהלך הסדנה אנחנו נפיק תוכן, נציג הצעות לפורמטים חדשים, נלמד מיומנויות עבודה מול מצלמה כדי להעביר את המסר שלנו, תוך מיקוד בקהל היעד והצופים/ משתמשים. בסדנה מעשית זו נלמד מה כוחו של תוכן דיגיטלי אפקטיבי שהצופים/משתמשים שלנו צורכים וכיצד נוכל לעודד אותם לגלוש ולייצר אינטראקציה עם הסיפור, המסר והתוכן שלנו, לשתף ולהפיץ אותו הלאה.

# פרוייקטים שנתיים

פרוייקטי גמר שנה ג'

# חממת התוכן: יצירת תוכן NON SCRIPTED

בעידן המודרני בו התוכן חוצה פלטפורמות – משודר בטלוויזיה, באינטרנט ובסלולאר, בעידן שבו ערוצי ההפצה והסטרימינג הבינלאומיים פתוחים יותר מאי פעם, מקומו של הדוקו תופס מקום מרכזי בשוק הבינלאומי. הסדנה תתרכז בסיפורים המבוססים על תכנים תיעודיים חברתיים ודוקו-אקטיביסטים שאינם מסתפקים בתיעוד המציאות אלא מנסים לעצב אותה, לשנות ולהשפיע עליה. במסגרת הסדנה נבחן את מקומו של היוצר בהתמודדות עם נושאים חברתיים, תרבותיים ופוליטיים, ועד כמה המצלמה משפיעה על המציאות המתועדת. במרכז הסדנה יושם דגש על בניית הסיפור, התחקיר, תורת הריאיון המצולם, פסיכולוגיית עבודה, שיטות עבודה בשטח, בימוי, צילום והפקה מעשית של סרטים/ סדרות. השיעורים משלבים מפגשים פרונטאליים עם עבודת שטח, תוך ניתוח שבועי של שלבי העבודה וההתקדמות של המשתתפים. לאורך השנה עובדים הסטודנטים על פרויקט שמוחאם לכל דרישות ההפקה בתעשייה בתחום של סדרה דוקומנטרית, סרט דוקומנטרי, סדרת רשת תיעודית, סדרת תחקירים, או פרויקט אקטיביסטי. לקראת סיום הפרויקט אנו מתמקדים בהכנת הסטודנטים לפיץ' מקצועי להצגה בפני אנשי מפתח בתעשייה, שכולל הכנת טריילר וחבילת הגשה לקרנות, חברות מדיה ומפיקים.



# Impact: From # Hashtag to Social Movements

בשנים האחרונות נחשפה שוב ושוב היכולת של הרשתות החברתיות להשפיע על חיינו ולעצב דפוסי חשיבה ותודעה בתחומים מגוונים. במסגרת פרויקט האימפקט השנתי, יתכננו ויבנו הסטודנטים מיזם נרחב המבוסס על אסטרטגיה לקידום מטרה בינלאומית שמושתת על הכלים השונים שנלמדו בהתמחות. תקשורת אסטרטגית, בניית קהילות, יצירת תוכן, הפקת וידאו, אקטיביזם, תחקיר עיתונאי, יצירה ושיתוף של מסרים, קריאטיביות, התאמת פלטפורמות ליצירת השפעה, חסימת מסרים והנעה לפעולה. במסגרת הפרויקט ייצרו הסטודנטים קהילה מקוונת של פעילים מתוך רצון לקדם מטרה חברתית ולהשפיע על דעת הקהל הבינלאומית, תוך שימוש בכלים מגוונים והתמודדות עם האתגרים שמציב המרחב המקוון.





# Journalism

## עיתונאות חוקרת Investigative Journalism

פרויקט גמר משולב למסלול הישראלי והבינלאומי. השיעורים נלמדים באנגלית ואת הפרויקט ניתן להגיש בעברית או באנגלית (כולל הנחייה באותה השפה).

The yearlong workshop, focusing on Investigative Journalism, builds on your knowledge acquired during the basic 1st and 2nd year courses. The workshop exposes students to the fascinating world of journalism in the digital era, it offers the students a unique opportunity to learn from and work with leading professionals in the journalism field and produce high-end investigative projects. The workshop targets students who wish to acquire a deep understanding and practical experience of in-depth investigative journalism.

During the first semester the students will receive the theoretical foundation – focusing on how to build an in-depth story, conduct relevant research, find sources, conduct professional interviews, and build a journalistic narrative that will fit different media platforms.

During the second semester the students will practice their skills.

Lecturers become mentors and will personally guide the students through their individual investigative projects – assist them in conducting their research, seek for credible sources, conduct interviews, and build a coherent narrative. The mentors will guide the students individually throughout the semester, with the aim of creating high-quality projects that might be published on written or video platforms. The subjects for the investigative piece can differ and are chosen by the students – social matters, environmental issues, bureaucracy injustice, etc.



**“Genius is in the idea.  
Impact, however,  
comes from action.”**

**Simon Sinek**

