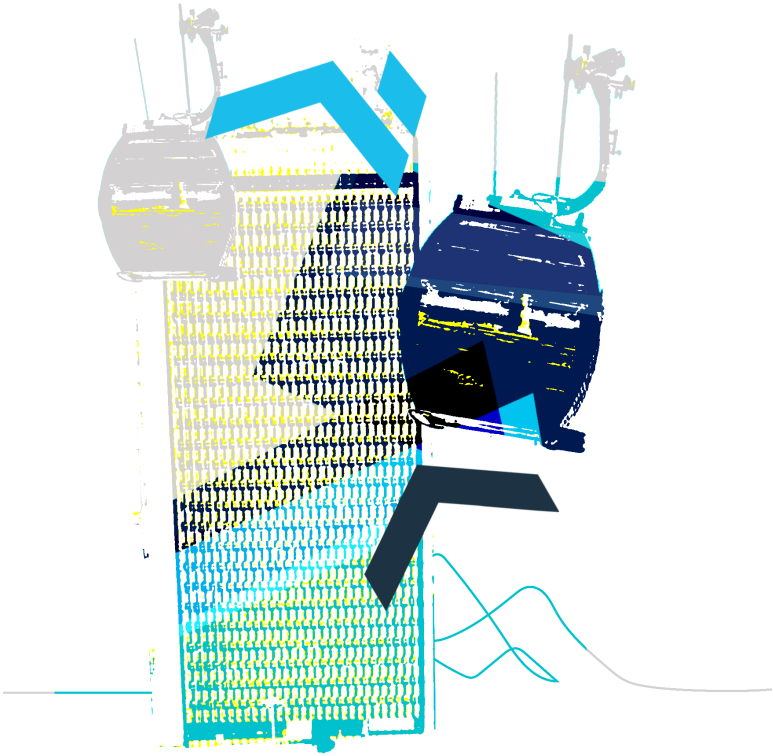
החוג
לתקשורת
אוניברסיטת
חיפה

הפקולטה
למדעי החברה
ע"ש שמואל והרטה עמיר
אוניברסיטת
חיפה

אוניברסיטת חיפה
UNIVERSITY OF HAIFA
جامعة حيفا



כנס 'מְתַקְשְׁרִים' ה-22

לתלמידות ותלמידי מחקר בתקשורת

ע"ש מארק ביאנו ז"ל

יום ראשון | אוניברסיטת חיפה | 6.12.26

ועדת הכנס:
פרופ' יריב צפתי, ד"ר שרון רינגל, מר עודד קמרון

לפי סדר א'-ב' של המציגים

בין הילה בריאותית לאזהרת סוכר: השפעת עיצוב אריזת מזון על תפיסות צרכנים

אליאס פארס, אוניברסיטת חיפה

צרכנים נחשפים על גבי אריזות מזון לשילוב בין רמזים שיווקיים המעוררים רושם בריאותי לבין סימונים תזונתיים שנועדו להזהיר מפני רכיבים בכמות גבוהה. המחקר בחן כיצד עיצוב האריזה ונוכחות תווית האזהרה הישראלית "סוכר בכמות גבוהה" משפיעים, בנפרד ובמשולב, על הערכת בריאות המוצר, כוונת הרכישה והציפייה לטעם. במחקר ניסויי במערך 2×2 השתתפו 123 משיבים לשאלון מקוון בעברית ובערבית. המשתתפים נחשפו לאחת מארבע גרסאות של אריזת חטיף, ששילבו עיצוב בריאותי-טבעי לעומת עיצוב המזוהה עם חטיף מתוק, עם תווית אזהרה או בלעדיה; המידע התזונתי היה זהה בכל התנאים. הממצאים הראו כי האריזה בעלת הרמזים הבריאותיים זכתה להערכה בריאותית גבוהה יותר, ואילו האזהרה הפחיתה הערכה זו בעיקר כשהופיעה על האריזה הבריאותית. לא נמצאו הבדלים מובהקים בכוונת הרכישה, בעוד שהאריזה המזוהה עם חטיף מתוק עוררה ציפייה גבוהה יותר לטעם. הממצאים מדגישים את חשיבות ההקשר העיצובי שבו מוצגות אזהרות תזונתיות.

"למקרה ששכחתם איך אני נראית": נוכחות צילומית וקהילה בימי סלפי של מעריצים

אנה דובין, האוניברסיטה העברית בירושלים

"ימי סלפי" הם אירועים חוזרים בקהילות מעריצים ברשתות החברתיות, ובמסגרתם מעריצים מפרסמים תצלומים תחת האשטאג משותף. למרות השם, ההשתתפות אינה מחייבת צילום סלפי או חשיפת פנים. המחקר בוחן כיצד תצלומים אישיים משתלבים בפעילות קהילתית משותפת ומהו תפקידו של הצילום בשימור קהילות מעריצים. הניתוח האיכותני מתמקד בתוכן החזותי והטקסטואלי של 124 פוסטים שפורסמו ברשת X במסגרת ימי סלפי בארבע קהילות מעריצים (twenty one pilots, דן ופיל, BTS ופורמולה 1). הממצאים מצביעים על דרכים שונות שבהן מעריצים משתמשים בצילום כדי להשתתף באירוע, בהן שחזור תצלומים של מפורסמים, שימוש בחפצים ובמקומות הקשורים למושאי ההערצה, ושימוש בהאשטאגים ובטקסטים המלווים את התמונות. על אף ההבדלים בין התצלומים, ההשתתפות באירוע החוזר מאפשרת למעריצים להציג את עצמם בפני חברי הקהילה ולאפשר אינטראקציה עמם. אני טוענת כי ימי הסלפי מאפשרים לקהילת מעריצים לקבל צורה זמנית של גוף חברתי, באמצעות תצלומים אישיים שהופעתם החוזרת במסגרת האירוע הופכת את הקהילה לנוכחת דרך הצילום.

שדה הקרב המוסרי: שימושה של ישראל בציוצי זוועה להצדקת מלחמתה בעזה

בר פישמן, אוניברסיטת בן-גוריון בנגב

רשתות חברתיות הפכו לזירה בה מדינות מתחרות על לגיטימציה מוסרית בשעת עימות מזוין. מחקר זה בוחן את האופן בו משרד החוץ הישראלי מפעיל אלימות גרפית כמשאב תקשורתי באמצעות "ציוצי זוועה" המתעדים את מתקפת חמאס ב-7 באוקטובר, במסגרת אסטרטגיה של מסגור מוסרי תחרותי. דרך ניתוח תוכן וניתוח כמותי של 559 ציוצים שפורסמו ברשת X במהלך עשרים השבועות הראשונים למלחמה בעזה, נמצא כי ציוצים המציגים זוועות עוררו מעורבות משתמשים גבוהה יותר ושימשו בעיקר לשילוב בין דה-לגיטימציה של חמאס לבין הצדקת פעולותיה הצבאיות של ישראל בעזה. עם זאת, ציוצים אלו לא נטו להצדיק את המלחמה באופן עצמאי והשימוש בהם פחת לאורך זמן. הממצאים מצביעים על כך שאלימות מתווכת הופכת למשאב שבשגרה, אם כי שנוי במחלוקת אתית, של דיפלומטיה דיגיטלית.

הקניית אוריינות מדיה דיגיטלית לביטוי פוליטי וחברתי ברשתות החברתיות באמצעות מערכת החינוך הפורמלית בישראל

דגנית לוי מכלוף, האוניברסיטה העברית בירושלים

מחקר זה בוחן את תפקידה של מערכת החינוך הפורמלי בהקניית אוריינות מדיה דיגיטלית לביטוי חברתי ופוליטי של בני נוער ברשתות החברתיות. המחקר מתבסס על מודל "משפך אוריינות המדיה הדיגיטלית", הכולל ארבעה רבדים: מודעות, צריכה ביקורתית, יצירה והפצה ורפלקציה עצמית. בהתבסס על העקרונות של מחקר עיצוב, נבנתה סביב המודל תוכנית לימודים בת 11 מפגשים, בה השתתפו 13 תלמידי כיתה י' מתיכון ממלכתי בישראל. כדי להעריך את אפקטיביות התכנית, נערכו קבוצות מיקוד למשתתפים (לפני ובסיום התוכנית), בוצע ריאיון חצי-מובנה עם המורה ונותחו התוצרים. הממצאים מראים כי אף שהמשתתפים מודעים לפוטנציאל הרשתות כמרחב לביטוי, הקניית האוריינות אינה מתרחשת באופן טבעי ודורשת הנחיה פורמלית. בנוסף, הודגשה חשיבות המבנה ההיררכי של המודל: הקניית כישורי השלבים המוקדמים (מודעות, צריכה ביקורתית ויצירה והפצה) הייתה הכרחית ליישום שלב הרפלקציה העצמית. לבסוף, המשתתפים והמורה תפסו את התכנית כאפקטיבית, כאשר חלק מהתרומה הייתה עצם היצירה של מרחב פורמלי שבו בני נוער יכולים לערער על האופן שבו הם מתנהלים ברשתות החברתיות.

כשאתגר הלהבה פוגש את הבינה המלאכותית: משוב מבוסס AI על הסברים מדעיים לקהל צעיר

דורין פסט עמר, הטכניון

כשהיה בן 11, שאל השחקן אלן אלדה את המורה שלו "מה זו להבה?", וקיבל תשובה שלא הבין: "זה חמצון". הפער בין ידיעה מדעית לבין היכולת להסביר אותה לקהל שאינו מומחה מוכר גם היום, ומדענים זוכים לעיתים רחוקות למשוב ייעודי על מיומנות זו. במחקר זה אנו בוחנים האם מערכת מבוססת בינה מלאכותית יכולה לספק משוב כזה. סטודנטים למדעים מסבירים בעל פה מושג מדעי כאילו הם מסבירים לילד או לילדה בני 11, מקבלים מהמערכת משוב כתוב המבוסס על מחוון בן חמישה קריטריונים, ומסבירים שוב. ממצאים ראשוניים מראים כי רוב המשתתפים יישמו את המשוב והעריכו אותו כמועיל, אך יישום זה לא התבטא בשיפור מובהק באיכות ההסברים. בהרצאה נציג את המערכת ואת הממצאים ממדגם מורחב, ונדון בשאלה: מה נדרש כדי שמשוב אוטומטי יתורגם להסבר טוב יותר?

A pod of one's own: Women podcasters creating and navigating conversational spaces

פוד משלך: נשים פודקאסטריות יוצרות ומנווטות מרחבי שיחה

דניאל יוסופוב, אוניברסיטת חיפה

This study examines, drawing on in-depth interviews, how women podcasters create and navigate conversational spaces through podcasting. Women have been historically excluded from public conversational spaces or admitted on masculine terms; with minimal formal gatekeeping, podcasting may offer a space where women can produce media on their own terms. The analysis of the 14 interviews identified three interconnected conversational spaces reflecting different degrees of control: the podcast, which the podcasters create through curation and performance; the conversations surrounding the podcasts, which the podcasters co-create with listeners and colleagues while responding to gendered criticism; and the broader public sphere, in which the podcasters participate under systemic gendered exclusion. These boundaries prove permeable: exclusion practices reach the podcasts themselves. Creating "a pod of one's own" emerges as a meaningful act of resistance that does not guarantee recognition or authority, illuminating the possibilities and limits of podcasting as a site of women's counter-public activity.

הדרך הטבעית ממחקר למדיניות: כיצד תקשורת המתווכת בין מדענים לבין מקבלי החלטות בשלבי מחקר מרכזיים תומכת בקידום מדיניות סביבה מבוססת-ראיות

ויקטוריה יעל מיארה, הטכניון

קובעי מדיניות זקוקים למדע כבסיס לקבלת החלטות. עם זאת, חסמים, ובהם תקשורת לקויה עם מדענים, מובילים לפער מתמשך בין מדע למדיניות. על-אף הקביעה בספרות שתקשורת תדירה ורציפה בין מדענים לבין קובעי מדיניות לכל אורך שלבי המחקר והמדיניות לפי מודל השיתוף תוביל למדיניות מבוססת-ראיות, התימוכין האמפירי לכך מועט. על כן, במחקר זה בחנו כיצד התקשרות בין מדענים לבין קובעי המדיניות מובילה להטמעת ידע מדעי בתהליכי מדיניות. במחקר, שנערך בגישה איכותנית השוואתית, בחנו את עמדותיהם של 30 משתתפים לגבי 10 פרויקטים מחקריים שנעשו ביוזמת רשות הטבע והגנים (להלן: הרשות) בשיתוף מוסדות אקדמיים. במחקר ביססנו אמפירית את הטענה לפיה תקשורת בין מדענים למקבלי החלטות לפי מודל השיתוף מקדמת יישום ידע מדעי בתהליכי מדיניות, וסגירת הפער בין מדע למדיניות. מנגד, המחקר מערער על הטענה שהתקשורת צריכה להיות רציפה ותדירה, ומביא תימוכין לכך שעל התקשורת להיות לא רק שיתופית אלא גם מתווכת, ולהתקיים בשלבים קריטיים של תהליכי מחקר ומדיניות על-מנת לעודד הטמעת ידע במדיניות.

ניאו-אוריינטליזם בקולנוע המצרי

זהר פראג', אוניברסיטת חיפה

האם הקולנוע המצרי, המבקש לחשוף את המציאות החברתית שבה הוא נוצר, עלול דווקא לחזק סטריאוטיפים מערביים על העולם הערבי-מוסלמי?

המחקר בוחן ביטויים של ניאו-אוריינטליזם בקולנוע המצרי מאז אירועי 11 בספטמבר 2001 ועד שלהי "האביב הערבי", באמצעות ניתוח איכותני של עשרה סרטים מהשנים 2005–2017. הניתוח נשען על תיאוריות הריאליזם הקולנועי ומתמקד בתוכן ובמבע הקולנועי.

הממצאים חושפים ייצוגים של קיצוניות דתית, טרור, דיכוי נשים, עוני ושחיתות שלטונית, המהדהדים דימויים ניאו-אוריינטליסטיים. לצד זאת, הסרטים מציגים את ההדרה החברתית, המצוקה הכלכלית והדיכוי הפוליטי כגורמים להקצנה, ואת מאבקן של נשים לחירות ולעצמאות.

המחקר מצביע על האפשרות שהקולנוע המצרי, כ"עוצמה רכה", תרם לעיצוב תודעה ביקורתית ברקע מהפכת 2011.

חידושו טמון בחשיפת הפרדוקס שבין ביקורת חברתית אותנטית לבין שעתוק סטריאוטיפים מערביים: הקולנוע אינו רק משקף מציאות, אלא גם מעצב את משמעותה.

בין אופטימיזציה למניפולציה: ארכיטקטורת כפל-קהלים והסיכון להרעלת מידע בריאותי בבינה מלאכותית

יובל הולנדר, אוניברסיטת בר-אילן

שימוש בתוספי תזונה כרוך בסיכונים בריאותיים: תופעות לוואי הקשורות לתוספים מובילות לעשרות אלפי ביקורים בחדרי מיון ולאלפי אשפוזים בשנה. על רקע השימוש הגובר במודלי שפה גדולים (LLMs) לקבלת מידע בריאותי, מתעורר חשש מפני הרעלת בינה מלאכותית (LLM Poisoning), שבמסגרתה מידע מסחרי מטעה עלול להשפיע על תשובות המוצגות לציבור כאמינות ואובייקטיביות. מחקר זה בוחן תשתיות פוטנציאליות להרעלת מידע באמצעות "ארכיטקטורת כפל־קהלים": הצגת מידע שונה לגולשים אנושיים ולמערכות ממוחשבות. בסריקה אמפירית של 424 אתרי תוספי תזונה, זוהו ב־81.4% מקרים של הצגת מידע בשכבות נסתרות, ב־79.7% נמצאו ביקורות ודירוגים שאינם חשופים לקהל אלא רק בקוד האתר. הממצאים, הכוללים גם הפרות בוטות של תקנות רגולציה, מצביעים על תשתיות מידע העלולות לאפשר השפעה מסחרית בלתי שקופה על מערכות AI. המחקר מציע את מושג "פער הנמענים" ומדגיש את הצורך בפיקוח רגולטורי גם על מידע המיועד למכונה.

סיקור מלחמות זרות בתקשורת: מבט השוואתי על ישראל ואוקראינה

יליזבטה סלוסרנקו, אוניברסיטת חיפה

מחקר זה בוחן כיצד התקשורת הישראלית והתקשורת האוקראינית מסקרות מלחמות זרות, באמצעות השוואה בין סיקור המלחמה באוקראינה באתר Ynet לבין סיקור מלחמת חרבות ברזל באתר Ukrainska Pravda. על בסיס תיאוריית המסגור, המחקר בוחן האם הצד התוקף מוצג כאחראי לקונפליקט, האם המדינה המסוקרת מוצגת כמותקפת או מתגוננת, והאם קיימים הבדלים בסוג המסגור הדומיננטי.

המחקר התבסס על ניתוח תוכן כמותי של 80 כתבות חדשותיות, 40 מכל כלי תקשורת, שפורסמו במהלך החודש הראשון לכל מלחמה. הכתבות קודדו לפי ייחוס אחריות, הצגת המדינה המסוקרת וסוג המסגור הדומיננטי. הנתונים נותחו באמצעות שכיחויות, אחוזים ומתאם ספירמן.

הממצאים מצביעים על כך שבשני כלי התקשורת רוסיה וחמאס הוצגו ברוב הכתבות כאחראים לקונפליקט, ואוקראינה וישראל הוצגו כמדינות מותקפות או מתגוננות. נוסף על כך נמצא כי Ynet השתמש יותר במסגרת העניין האנושי, בעוד ש־Ukrainska Pravda השתמש יותר במסגרת אסטרטגית־צבאית. שתי השערות המחקר קיבלו תמיכה. ממצאים אלו מחזקים את הטענה כי סיקור מלחמות זרות מושפע גם מן ההקשר הלאומי, הפוליטי והתקשורתי שבו פועל כלי התקשורת.

תפקידה של הזיקה לטבע בתגובות למסגור חזותי של מידע סביבתי: פרספקטיבה מטא-קוגניטיבית

ירדנה פורטמן, הטכניון

כיום, התקשורת הסביבתית מתמקדת לעיתים קרובות בתוצאות למידה, אך מתעלמת מידע נתפס (perceived knowledge), החשוב להנעת למידה נוספת. מטרת הניסוי היתה לבחון כיצד מסגור חזותי בפוסטים ברשתות החברתיות וכן זיקת המשתתף לטבע עשויים להשפיע יחד על ידע נתפס, ניטור מטא-קוגניטיבי, ולמידה אקראית (incidental learning) לגבי זיהום פלסטיק ימי. בניסוי היו שלושה סוגי מסגור חזותי: מסגור המתמקד בבעיה, מסגור המתמקד בפתרון, ומסגור ניטרלי המתייחס לסביבה הטבעית בלבד. נמצא כי זיקה חזקה יותר לטבע קשורה לביטחון רב יותר בידע וליכולת טובה יותר להבחין בין תשובות נכונות לשגויות. כמו כן, בקרב המשתתפים בקבוצות הבעיה והפתרון, זיקה חזקה יותר לטבע נמצאה קשורה לביטחון רב יותר ולהצלחה בלמידה. מתוך הממצאים עולה כי ייתכן שהרלוונטיות של הפוסטים לבעלי זיקה חזקה יותר לטבע הגבירה את המוטיבציה שלהם לעסוק בתכנים שהוצגו בהם. הממצאים מדגישים את חשיבותם של מאפיינים אישיים בתכנון מאמצי תקשורת חזותית.

"אני אחראי – אך אחריות אין פירושה אשמה": פיתוח טקטיקת האחריות המוגבלת בתקשורת משברית

ליאור אטיאס, אוניברסיטת חיפה

התיאוריות הדומיננטיות בשדה התקשורת המשברית מתייחסות לאחריות כאל מקשה אחת, אף שגורמים במשבר נדרשים להשיב בו-זמנית לשתי זירות: דעת הקהל, העשויה לצפות להודאה, וההליכים הפורמליים, שבהם הודאה עלולה לעלות ביוקר. המחקר מפתח את טקטיקת האחריות המוגבלת: תגובה המפצלת את ייחוס האחריות לשכבות, מקבלת במפורש שכבה אחת ודוחה אחרת. באמצעות ניתוח רטורי וניתוח תוכן איכותני, נבחנו תגובותיהם של ארבעה גורמים במשבר: ראש עיריית תל אביב-יפו רון חולדאי לאחר אסון המעלית (2020), השר אמיר אוחנה לאחר אסון הר מירון (2021), ארז דריגס לאחר שערוריית מין (2021), וגל אוחובסקי לאחר שערוריית מין (2021). זוהו שני פיצולים, אחריות מול אשמה באסונות ומוסרי מול פלילי בשערוריות המין, וארבעה מנגנונים רטוריים המבצעים או מייצבים אותם: דיסוציאציה ישירה, דילול באמצעות הרחבה, חיצוניות ושלילת יכולת המניעה, ודיסוציאציה טמפורלית. כאשר הליך פורמלי נגע לגורם במשבר, השכבה המתקבלת הצטמצמה. הטקטיקה פועלת מחוץ לרצף שבין הכחשה לקבלה, בממד נפרד של פיצול, ומציגה את האחריות כמבנה שכבתי ולא כמקשה אחת.

הקשר בין תפיסת ייצוג שלילי וחסר לחוסר אמון בתקשורת המיינסטרים בקרב אזרחי ישראל הערבים

לנא גאנם איוב, אוניברסיטת חיפה

מחקר זה בוחן את הקשר בין תפיסות של ייצוג שלילי וחסר של החברה הערבית בתקשורת הישראלית המרכזית לבין אמון בתקשורת, תוך הבחנה בין סקפטיות לציניות ובחינת תפקידה של תחושת הניכור מהחברה הישראלית. המחקר התבסס על מחקר מקדים איכותני ועל סקר טלפוני בקרב 150 משיבים בוגרים מהחברה הערבית בישראל. הממצאים מצביעים על קשר מובהק בין תפיסות של ייצוג שלילי וחסר לבין חוסר אמון בתקשורת. נוסף על כך, נמצא כי חוסר האמון ממלא תפקיד מרכזי בקשר שבין תפיסות הייצוג לבין סקפטיות, וכי תחושת הניכור משפיעה על עוצמת הקשר בין חוסר אמון לסקפטיות. המחקר מדגיש את חשיבותן של תפיסות הייצוג התקשורתי להבנת האמון בתקשורת בקרב קבוצות מיעוט, ומציע הבחנה בין ביטויים שונים של חוסר אמון, תוך התייחסות לתחושת השייכות החברתית.

בין ידע מדעי ליכולת לתקשר אותו: בינה מלאכותית ככלי לקידום מגוון באקדמיה

מוריה קרן, הטכניון

ראיונות קבלה לתואר מתקדם דורשים מסטודנטים לא רק ידע מדעי אלא גם יכולת לתקשר אותו. עם זאת, הידע הבלתי כתוב, הכולל את ציפיות המראיינים, או את הקודים הבלתי פורמליים של האקדמיה אינם נגישים לכולם באופן שווה ועלולים להציב חסמים בפני מועמדים מאוכלוסיות בתת ייצוג וסטודנטים דור ראשון לאקדמיה. מחקר פיילוט זה בוחן כיצד סימולטור מבוסס בינה מלאכותית ("AcadeME") תומך בסטודנטים מקבוצות מגוון בהכנה לראיונות, ביכולת שלהם לתקשר את הידע המדעי שלהם או להתאים עצמם לסביבה האקדמית. המחקר בחן שישה משתתפים, וכל אחד מהם עבר ראיון מקדים עם החוקר, שני ראיונות מדומים עם משוב הסימולטור וראיון מסכם עם החוקר. ממצאי הניתוח הראשוני מצביעים על תרומה של הסימולטור בחידוד ההצגה העצמית המחקרית, במיקוד מסרים ובהבנת ציפיות אקדמיות בלתי מפורשות. לצד זאת, עלו כמה מגבלות הנוגעות בעיקר בהתמודדות עם שאלות מקצועיות קשות, ועם היבטים רגשיים שלא מקבלים מענה מספיק בידי הצ'אטבוט. מסקנות המחקר הראשוני מדגישות את הצורך בשילוב הסימולטור עם ליווי אנושי וגם הצעות לשיפור הסימולטור.

From Refuge to Battleground: Israeli Adolescents' Social Media Use in Times of War

ממפלט לזירת קרב: השימוש של בני נוער ישראלים ברשתות חברתיות בזמן מלחמה

מרים סוזן, אוניברסיטת חיפה

השימוש של בני נוער ברשתות חברתיות נחקר בדרך כלל בזמנים רגילים, אך מלחמה היא הקשר שבו סיכוני הרשת עשויים להיות שונים באופיים. מחקר זה בוחן כיצד בני נוער ישראלים מתארים את השימוש ברשתות חברתיות החל מ-7 באוקטובר 2023 ובמהלך שנתיים של מלחמה, בהשוואה לזמנים רגילים, אילו תועלות וסיכונים הם מזהים וכיצד הם מתמודדים עם החשיפה. ערכנו ראיונות עומק עם בני נוער בני 15 עד 17 וניתחנו אותם באופן תמטי. המשתתפים תיארו שינוי בתפקיד הרשתות: מבילוי ובריחה לחלון אל המלחמה ולמקור לחדשות ולתחושת קשר. אותן פלטפורמות הפכו גם לזירה של הסכסוך, שבה תוכן מלחמתי גרפי הגיע אל המשתתפים בלי שחיפשו אותו, דרך הפידים, קבוצות הצ'אט וטלגרם. המשתתפים התאימו את הפיד, חסמו ודיווחו על תוכן, התנתקו והשתמשו בהומור, אך רוב האסטרטגיות פעלו רק לאחר החשיפה. המאמר דן בהשלכות לעיצוב מערכות בטיחות מקוונת המותאמות למצבי משבר ותומכות בחוסן של בני הנוער עצמם.

Parallel Domestications: The Russia–Ukraine War in Israel's Mainstream and Community Press

תהליכי ביות (דומסטיקציה) מקבילים: המלחמה ברוסיה–אוקראינה בעיתונות המיינסטרים והקהילתית בישראל

סרגיי קוניאשין (זאב דהן), אוניברסיטת אריאל בשומרון

How does a national press bring a distant war home to audiences that do not share a single home? This study examines how the Israeli press domesticated the Russia–Ukraine war for four audiences: the Hebrew-language mainstream and the English-, Russian-, and Arabic-language community outlets, whose readers are tied to the diaspora, the post-Soviet space, or the Arab world. A corpus of 423 items from ten outlets, published in the first two months of the invasion, was analyzed through Extended Inductive Thematic Analysis, with AI tools supporting the descriptive stage and all coding verified by the researchers. We identified 45 domestication strategies: 31 direct, anchored in a tangible Israeli marker, and 14 indirect, anchored in the domestic agenda or collective memory. Each segment domesticated the same war toward a different pole of belonging. The study extends domestication theory beyond the single-nation audience and presents community media as a switchboard of belonging.

"אנחנו אתכם" - אסטרטגיות זיקה של מותגים זרים בפרסום הישראלי בשגרה ובמשבר

עינב פרלה, אוניברסיטת חיפה

כיצד מותג זר הופך ל"בן בית" בישראל? זיקה צרכנית היא רגשות חיוביים של צרכנים כלפי מדינה זרה, המגבירים את נכונותם לרכוש את מוצריה. מרבית המחקר בתחום בחן את עמדות הצרכנים, ואילו מחקר זה בוחן את צד המפרסמים, באילו אסטרטגיות משתמשים מותגי צריכה זרים כדי לייצר זיקה בקרב הקהל הישראלי. המחקר נשען על מודל הזיקה, שפותח בהקשר של שיווק יעדים תיירותיים, ועל ניתוח תוכן כמותי וסמיוטי של 303 פרסומות טלוויזיה ודיגיטל שפורסמו בישראל בין השנים 1990- 2025. הממצאים מצביעים על ספירת זיקה חמישית, חברתית, שהיא השכיחה ביותר בקורפוס: המותג הזר ממוקם בתוך המשפחה והקהילה הישראלית, סביב שולחן החג או בטיול המשפחתי. עוד נמצא כי בתקופות משבר מותגים זרים מגייסים את עצמם למאמץ הלאומי. הם מצמצמים מסרים של מחיר ומבצע, ומדגישים את דגל ישראל, סולידריות ושותפות גורל. דפוס זה מומשג במחקר כ"זיקה מגויסת". הממצאים מרחיבים את המודל הקיים לתחום מוצרי הצריכה, ומראים כי בפרסום הישראלי מותג זר ממוסגר כחלק מהמרקם החברתי והלאומי.

רשת של אימהות: הרשת, הכדור והמגרש ב"מאמאנט" כמתווכים עבודת גבולות אימהית קולקטיבית מעבר לאימהות האינטנסיבית

עינבל יצחק, אוניברסיטת אריאל בשומרון

מחקר זה בוחן את המשחק בליגת הכדורשת "מאמאנט" כמדיום חברתי שבאמצעותו אימהות משרטטות גבולות קולקטיביים לדרישות הזמינות והטיפול של האימהות האינטנסיבית. בהשראת תפיסת המשחק כמדיום של מקלוהן ותיאוריית השחקן־רשת, המחקר בוחן כיצד המשחק ורשת השחקנים האנושיים והלא־אנושיים המרכיבה אותו מארגנים זמן, מרחב ויחסים חברתיים. המחקר מבוסס על 12 ראיונות חצי־מובנים ותצפית אתנוגרפית מעורבת בשתי קבוצות לאורך שתי עונות משחק. הממצאים מצביעים על שלושה מנגנוני תיווך: יצירת גבול בין הבית למגרש באמצעות תקשורת דיגיטלית, נורמות ואובייקטים חומריים; ארגון חוויית זמן וגוף חלופית באמצעות הכדור; וכינון סולידריות והכלה באמצעות המדים, הרשת ונורמות התקשורת הבין־אישית, לצד מתח בין תחרותיות לקהילתיות. המחקר מציע להבין עבודת גבולות אימהית כתהליך רשתי, חומרי וקולקטיבי, שבו דווקא המסגרת המאורגנת סביב אימהות משותפת מאפשרת השהיה זמנית של דרישות האימהות האינטנסיבית. בכך מודגם כיצד מדיה משתתפים בעיצוב גבולות חברתיים ובארגון מחדש של זמן, גוף ויחסים.

בין קרב לקירבה - חילונים מבעד עיני העיתונות החרדית בזמן משברים ואי וודאות

ריקי ינקוביץ, אוניברסיטת אריאל בשומרון

מחקרים מראים כי קבוצות מיעוט זוכות לייצוג חסר וסטריאוטיפי בתקשורת המיינסטרים, ומסגור זה מחזק דעות קדומות. בישראל, הציבור החרדי הוא קבוצת מיעוט המחזיקה במערכת תקשורת משלה. כיצד ממסגרת התקשורת החרדית את קבוצת הרוב, הציבור החילוני? המחקר בוחן שאלה זו בשני משברים: מגפת הקורונה (2020–2021) ופיגועי הטרור ברחוב דיזנגוף (2022–2023). נותחו 320 כתבות מהעיתונים "יתד נאמן", "המודיע" ו"הפלס" ומאתרי החדשות "כיכר השבת", "בחדרי חרדים" ו"כל הזמן", בשיטות איכותניות וכמותיות. בתקופת הקורונה הוצגו החילונים ומוסדות המדינה כרודפים (66%) וכמפלים (25%), וסולידריות הופיעה רק ב־9%. נמצאו גם הבדלים מינוריים בין העיתונים, בהתאם לקהל היעד ולאג'נדה שלהם. לעומת זאת, בסיקור הפיגועים הביעו כל כלי התקשורת סולידריות מלאה עם הנפגעים החילונים, הציגו אותם כחלק מ"עם ישראל" ואף כינו אותם "קדושים". הממצאים מלמדים כי אופי המשבר קובע אם התקשורת הקהילתית תעמיק קיטוב או תטפח קרבה. המחקר מציע הבחנה בין "אחר מאיים", "אחר בלתי נראה" ו"אחר הדומה לי", ותורם בכך לתיאוריית הייצוג.

Religious narratives in ultra-Orthodox digital media coverage of the 2025 Israel-Iran War

נרטיבים דתיים בסיקור מלחמת ישראל–איראן (2025) בתקשורת החרדית הדיגיטלית

שיינא זילברשטיין, האוניברסיטה העברית בירושלים

This study examines how ultra-Orthodox (Haredi) digital news media framed the June 2025 Israel–Iran War. Based on a qualitative thematic analysis of 1,223 news items published during the conflict by leading Haredi news websites, the study identifies four recurring narrative patterns. Coverage interpreted wartime events through a religious lens emphasizing divine intervention, miracles, and messianic expectations; morally framed the conflict as a struggle between good and evil; portrayed the crisis as demanding intensified religious action, including prayer, repentance, and charity; and articulated a sense of collective Jewish vulnerability and responsibility that extended beyond Israel's borders. Together, these findings demonstrate how Haredi digital media integrate religious, moral, and ritual frameworks into real-time war reporting, shaping communal meaning-making during periods of acute geopolitical crisis.

That Sounds “Right”: The Effect of Character Accent on Message Credibility, Source Credibility, Transportation, and Narrative Persuasion

זה נשמע "נכון": השפעת מבטא הדמות על אמינות המסר, אמינות המקור, היסחפות ושכנוע נרטיבי

שני אור, רוני סיאני ולינוי רטר, אוניברסיטת חיפה

This study examined how character accent influences narrative persuasion through source credibility, message credibility, and transportation among 155 Israeli smokers from three ethnic-origin groups. Participants heard a first-person narrative about a former smoker who developed lung cancer, delivered in Arab-, Mizrahi-, or standard-accented Hebrew. Results showed that the standard accent increased message credibility relative to the Mizrahi accent, which in turn mediated effects on risk perceptions and behavioral intentions, with these effects varying by recipients’ ethnic origin. Findings suggest that standard-accent favoritism may influence narrative persuasion beyond ethnic in-group preferences, highlighting the role of message credibility in these effects.

"אני סתם מישהו ביוטיוב": סמכות מתווכת ודמות המבקר החדש בעידן הדיגיטלי

תאיר שיוביץ, האוניברסיטה העברית בירושלים

יוצרי ביקורות ביוטיוב פועלים בעמדה כפולה: הם צרכנים של תעשיית המדיה והבידור, ובה בעת מבקשים לבסס סמכות פרשנית מול קהל עוקביהם בנוגע לתוצריה. מיקומם מאתגר את ההבחנה הקלאסית בין המבקר המקצועי למבקר החובב. המחקר בוחן כיצד יוצרי תוכן בתחום ביקורות הקולנוע והטלוויזיה ביוטיוב ממצבים את עצמם בין שני הקטבים, ומתמקד בשימוש בפרקטיקות אינטרטקסטואליות ואנטי-פוליסמיות כאמצעי תיווך. המחקר מבוסס על ניתוח איכותני של סרטוני ביקורת, המשלב ניתוח תמטי ויזואלי ומילולי לצד קידוד קטגוריאלי של אינטרטקסטואליות ופוליסמיה. הממצאים מצביעים כי היוצרים משתמשים בצורה נרחבת בפרקטיקות אינטרטקסטואליות כדי לבסס את מעמדם כסמכויות פרשניות מחד ומשתתפים אותנטיים בפלטפורמה מאידך. זאת בנוסף לשימוש בטכניקות חזותיות המטשטשות את ממד התיווך ומדגישות את חווית הצפייה המשותפת, לצד הצהרות ופעולות עריכתיות השוללות פוליסמיה של הטקסטים המבוקרים ומבקשות לייצר נרטיב פרשני יחיד, שבו המבקר מחזיק בסמכות הפרשנית הבלעדית. המחקר מרחיב את הדיון בתיווך תרבותי ובביסוס סמכות ביקורתית במרחבי מדיה דיגיטליים, ומאיר באור חדש את דמות יוצר התוכן כמבקר תרבותי.

ממטיות, משחקיות ופרדיגמת המחאה: מסגור הסמל "פיראטי כובע הקש" והמחאות המשתמשות בו

תומר כץ, האוניברסיטה העברית בירושלים

בין ה-01.08.2025 עד ל-20.11.2025 יצאו בארה"ב כתבות אשר סיקרו גל בינלאומי של מחאות אנטי-ממשלתיות במהלכן השתמשו בסמל "פיראטי כובע הקש" מתוך זיכיון "וואן פיס" היפני. המוחים השתמשו בסמל כדי ליצור קשר אינטר-טקסטואלי הן עם המאנגה והאנימה המקוריים והן עם מחאות נוספות המשתמשות בסמל. קשר זה אפשר למוחים להביע סולידריות עם המחאות האחרות ולהעביר את המסר בצורה אפקטיבית וברורה. האופי הייחודי, ה-"משחקי" (Playful) והדמוי-ממטי (Memetic) של הסמל עשוי להשפיע על האופן בו גופי תקשורת שונים, בעלי אידיאולוגיות מגוונות, מסקרים את המחאות. במהלך המחקר שלי, ניתחתי 33 כתבות מ-28 אתרי חדשות אמריקאים שונים, העוסקים בגל המחאות של סמל "כובע הקש". תחילה, התייחסתי למסגור הסמל, בעיקר בהקשר ל-"משחקיות" והממטיות שלו; שנית, התייחסתי למסגור המחאות, בעיקר בהקשר לפרדיגמת המחאה ולשימוש של הכתבות בעיצוב והעברת מסגור; ולבסוף, התמקדתי בקשר האפשרי בין שניהם.

החוג
לתקשורת
אוניברסיטת
חיפה

הפקולטה
למדעי החברה
ע"ש שמואל והרטה עמיר
אוניברסיטת
חיפה

אוניברסיטת חיפה
UNIVERSITY OF HAIFA
جامعة حيفا

עקבו אחרינו:



אתר החוג לתקשורת
comm.hevra.haifa.ac.il

גילי נחיב קריאיטיב ועיצוב גרפי