



לומדים
מדברים
עושים

תקשורת המונים



לשכבות היסודי וחיבת הביניים

כתב וערך: לירס מרדכי לוי | 2021 תשפ"ב
© כל הזכויות שמורות ללירס מרדכי לוי, בית הספר היסודי "נחשונים"

תוכן עניינים



הקדמה - פתח דבר.....	4-5
פרק 1 - מה היא תקשורת?.....	6-8
פרק 2 - תולדות התקשורת.....	9-15
א. אמצעי התקשורת על ציר הזמן.....	9
ב. התפתחות התקשורת במצרים העתיקה.....	10
ג. התפתחות התקשורת בסין.....	11
ד. מהפכת הדפוס.....	13
פרק 3 - התקשורת הכתובה.....	16-36
א. העיתונים הראשונים בעולם.....	16
ב. העיתונים הראשונים בארצות הברית.....	19
ג. העיתונות היהודית - מאירופה לא"י.....	23
ד. מפת העיתונים בישראל.....	27
ה. המערכת העיתונאית.....	30
ו. צנזורה.....	32
ז. חמשת המ"מים.....	36
פרק 4 - התקשורת המשודרת.....	37-55
א. הטלגרף.....	37
ב. הרדיו.....	40
ג. הרדיו בישראל.....	45
ד. מבנה תחנת הרדיו.....	52
ה. הרדיו החדש - הפודקאסט.....	53

פרק 5 - הקולנוע.....55-60

א. שלב טרום הקולנוע.....55

ב. הראינוע.....57

ג. סגנונות סרטים.....58

פרק 6 - תפקידי התקשורת.....61-65

א. מבוא.....61

ב. ששת תפקידי התקשורת.....62

פרק 7 - חופש הביטוי.....66-72

א. מבוא.....66

ב. בין חופש הביטוי לגזענות והסתה.....68

פרק 8 - תורת הריאיון.....73-76

א. סוגי ריאיונות.....73

ב. הכנת ריאיון.....74

פרק 9 - פרסום ושיווק.....77-91

א. מבוא.....77

ב. יסודות הפרסום.....79

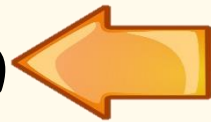
ג. פרסומות והמציאות החברתית.....85

ד. אמצעי שכנוע.....87

פרק 10 - ממצאים צעירים.....92-94

תודות וקרדיטים.....95

הקדמה - פתח דבר



מילה מהעורך

מורים/ות, הורים ותלמידים/ות יקרים/ות,

טרם תהליך הלמידה בחוברת המוצעת ללימודי תקשורת בכיתות היסודי והחט"ב, חשוב להבהיר את מקומה של התקשורת כמקצוע לחיים המפתח יכולות חשיבה ויצירתיות כבר מגיל צעיר. הדעה הרווחת היא כי מקצוע זה מותאם ללמידה רק מגיל תיכון בו הגענו לשלב השכלה המתאים לרכישת הידע והתיאוריות התקשורתיות. ובכן, אמונה זו נכונה באופן חלקי. למעשה, ההבנה כי העולם בו אנו נמצאים כיום איננו דבר מובן מאליה וכי אנו נמצאים בעולם בו קורים שינויים מתמידים והתפתחויות טכנולוגיות שונות, הינה הבנה שניתן לרכוש כבר מגיל יסודי, כך גם ניתן לומר על היכולת לחשיבה ביקורתית אשר הכרחית לחיים בסביבה רוויית תקשורת בה אנו נמצאים יום-יום. כפי שנכתב באתר הפיקוח על התקשורת של משרד החינוך - התקשורת מלווה אותנו בכל שעה משעות היממה. התקשורת מעדכנת אותנו בנעשה סביבנו, מתערבת ועוזרת לנו להחליט מה ללבוש, איפה לבלות, עבור מי להצביע ועוד. בעצם, לולא התקשורת, לא היינו יודעים הרבה ממה שאנו יודעים שלמעשה נודע לנו רק ממה שאנו רואים, שומעים ו/או צופים בה. התקשורת מלמדת אותנו ליצור חשיבה ביקורתית ויוזמת.

בחוברת תמצאו מגוון חומרים מרחיבי דעת הנוגעים בקשת התיאוריות ואמצעי התקשורת ברמה המותאמת ללומדים בבית הספר היסודי. בין היתר תמצאו מידע הנלקח מחומרים יצירתיים של מורי תקשורת מקהילת המורים לתקשורת של הפיקוח על המקצוע. תודה למאיר זילכה מגבעת גון בירושלים, לד"ר ארנת טורין על מערכי שיעור נפלאים של פרסומות ולשמוליק מזרחי על התוכן שהביא המערכת השידורים הלאומית של משרד החינוך.

אני מקווה שתשכילו מהחוברת המציעה ידע נרחב במרבית ענפי התקשורת המוכרים בשוק ותיצרו יחד תוצרים העונים על מטרות החינוך לתקשורת בהנאה והצלחה רבה.

למידה מהנה,

לירם מרדכי לוי

רכז תקשורת, בית הספר היסודי "נחשונים" אריאל



מילה ממנהלת בית הספר "נחשונים"

קוראים/ות ולומדים/ות יקרים/ות,

המילה "תקשורת" היא מילה קטנה שמרכזת בתוכה תחום ענק ואין סופי של העברת מידע בין שני אנשים ויותר. התקשורת קיימת מאז שחר ההיסטוריה – תחילה, כתקשורת באמצעות שפת הגוף ובהמשך כתקשורת מילולית בין בני האדם.

ככל שהעולם התפתח, כך גם הלכה התקשורת ונעשתה מתוחכמת יותר ויותר. החל מהעברת מסרים דרך ציורים על קיר המערה, הפצת הכתיבה על ידי הדפוס, שימוש בעיתונים להעברת ידיעות ומסרים, שימוש בתקשורת אלקטרונית, המצאת הצילום, הטלוויזיה וכמובן ובסופו של דבר העברת מסרים באמצעות האינטרנט והרשתות החברתיות.

לימודי התקשורת מנסים בראש ובראשונה לתת לנו את ההבנה והכלים, כיצד ובאילו דרכים התקשורת משפיעה על האנשים שאליהם היא מגיעה, ומה היא הדרך הכי רצויה להעביר מסרים.

לימודי התקשורת בבית ספר "נחשונים" מעניקים ידע בנוגע להיסטוריה של התקשורת, התרבות, החברה והלשון בשילוב של ידע מעשי הכולל כתיבה לעיתונות, שידור ברדיו, כתיבה שיווקית, צילום, פרסום, אינטרנט ועוד.

חזון בית הספר הוא יצירת דיאלוג בין התלמידים/ות עם עצמם/ן ועם חבריהם/ן ובין המורים/ות והתלמידים/ות. אני מאמינה כי דרך לימודי התקשורת נלמד כיצד לנהל דיאלוג משמעותי וליישם תקשורת מיטבית.

אני מודה למורה לירס מרדכי לוי על כתיבה ועריכת התכנים לכדי חוברת מאוגדת אחת הכוללת מגוון רחב של מידע בתחומי התקשורת, המותאם ללמידה בכיתות היסודי וחטיבות הביניים. ולכם/ן התלמידים והתלמידות אחל – למידה מוצלחת, מהנה והתנסות נעימה בהפקת תוצרים מופלאים שיסייעו לכם/ן לרכוש כלים להתמודדות בחברה עתירת תקשורת.

בהצלחה,

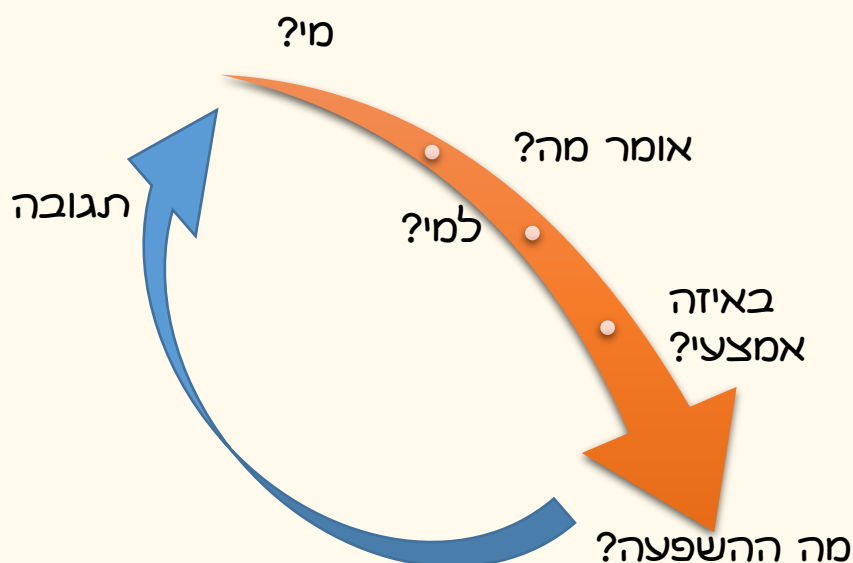
איריס ורד

מנהלת בית הספר היסודי "נחשונים" אריאל

פרק 1: מה היא תקשורת?

א. תהליך תקשורתי

תקשורת היא תהליך שבו מועברים או מוחלפים מסרים בין לפחות שני משתתפים, באמצעות מערכת מוסכמת של סימנים.



מי - המוען

אומר מה - המסר

למי - הנמען

באיזה אמצעי - במה הוא משתמש כדי להעביר את המסר

מה ההשפעה - איך המסר משפיע על הנמען

תגובה - כאשר יש תגובה, התהליך יחזור על עצמו

לדוגמה

נירה שמעה בחדשות ששודרו בטלוויזיה שמחר יצוין יום כדור הארץ הבינלאומי. בעודה נרגשת מהידיעה, נירה מתקשרת לחברתה, נועה, בכדי לספר לה על כך ולתכנן איתה את סדר היום: בבוקר איסוף אשפה מהשכונה, בצהריים מיחזור בקבוקי פלסטיק, ובערב נטיעת עץ בגן הסמוך לשכונה.

מוען (מי) - החדשות

מסר (מה נאמר) - שמחר יצוין יום כדור הארץ

נמען (למי) - הצופים/ נירה

אמצעי - טלוויזיה

השפעה - התרגשות

תגובה - נירה מתקשרת לחברתה ומתכננת את סדר היום למחר



ב. העברת מסרים

מסר סמוי

פירוש הדברים של
המועין כך שניתן יהיה
למצוא מסר נוסף.

מסר הוא רעיון
או כוונה
הטמונים במבע
(דיבור, שיחה)

מסר גלוי

מסר כללי המשתמע
מטקסט שלם או
מדבריו המפורשים של
המועין.

בתהליך תקשורתי ישנו מסר שמועבר מהמועין לנמען. המסר יכול לעבור בשלל
האמצעים התקשורתיים:

1. דיבור 5. רדיו

2. מכתב 6. קולנוע

3. עיתון 7. אינטרנט

4. טלוויזיה רשתות חברתיות

מעניין לדעת!

לעתים המסרים שאני
מעוניין להעביר לא יועברו
כהלכה לנמען.
כלומר, המסר אליו התכוון
המועין עלול להשתנות
כאשר מועבר מאת מועין
אחר.

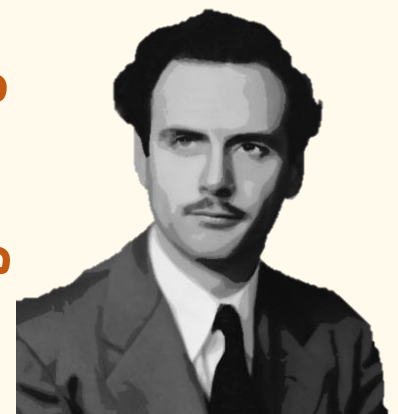


באילו דרכים נוספות ניתן לדעתכם להעביר
מסר? כתבו כאן.

מרשל מקלוהן, פילוסוף וחוקר תקשורת, אמר:

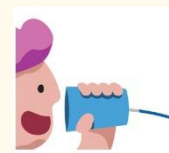
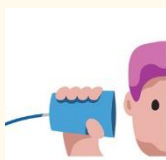
"המדיום הוא המסר"

כלומר, האמצעי דרכו בחר המועין להעביר את
המסר - הוא המסר עצמו.



בואו לאתגר את המוח!

1. כתבו על כל תמונה איזה חלק היא מייצגת בתהליך התקשורתי (מוען, נמען, השפעה, מסר, תגובה, אמצעי) ומתחו קו לפי הסדר של התהליך התקשורתי.





1 2 3 4 5 6



2. הסבירו במילים שלכם את המשפט "המדיום הוא המסר".



3. נתחו את התהליך התקשורתי על פי הדוגמה המוצגת (המוען, הנמען, המסר והאמצעי).

_____ - מוען

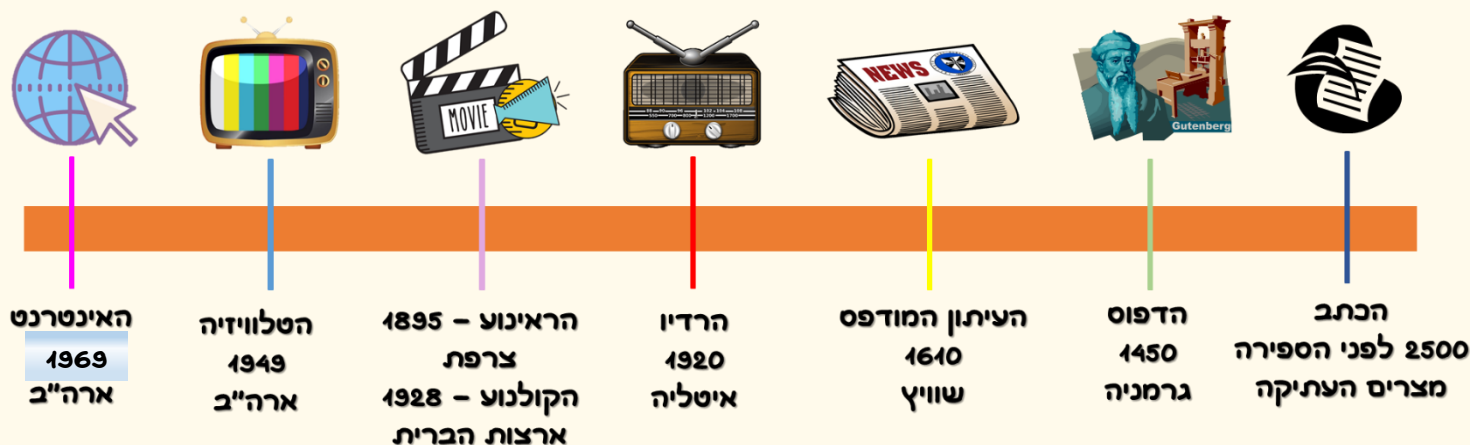
_____ - נמען

_____ - מסר

_____ - אמצעי

פרק 2: תולדות התקשורת

א. אמצעי התקשורת על ציר הזמן



מעניין לדעת!

כל אמצעי כולל בתוכו, במידה מסוימת, את האמצעי שקדם לו (הדפוס כולל את הכתב, העיתון כולל את הדפוס וכו').

מדברים

בפרק זה נדון בהתפתחות אמצעי התקשורת לאורך ההיסטוריה וכיצד הם השפיעו על האדם ויצבו את החברה האנושית. בנוסף, נגלה את היתרונות והחסרונות של כל אמצעי תקשורת אשר תורם את תרומתו ליחיד/לחברה (מידע, השכלה, קדמה, בידור, זמינות וכו'), אך גם גוזל משהו (זמן/פנאי, פרטיות, חיי חברה/משפחה וכו').

ומה קורה היום?

היום, התפתחות הטכנולוגיה הגיעה לרמה של רגיעה, ומה שקורה כרגע הוא שלב השילוב – כל טכנולוגיה חדשה מבוססת על טכנולוגיה קיימת. למשל – צפייה בסרטים וסדרות דרך הטלפון, או קריאת ספרים באינטרנט.

האמצעים התקשורתיים הביאו איתם טכנולוגיה פורצת דרך שפיתחו מדענים וחוקרים מרחבי העולם. כל טכנולוגיה חדשה עונה על צרכים מסוימים של האנושות וגם מפצה על המגבלות של האמצעי שקדם לה. למשל – טכנולוגיית הקלטת תכניות בטלוויזיה הועילה בכך שהנמען לא מחויב להיות צמוד למסך הטלוויזיה כל הזמן, הוא יכול לצפות בתכנית בזמן שנוח לו.

ב. התפתחות התקשורת במצרים העתיקה



מצרים העתיקה הייתה אחת מהאימפריות שפיתחו את אמצעי התקשורת הראשונים.

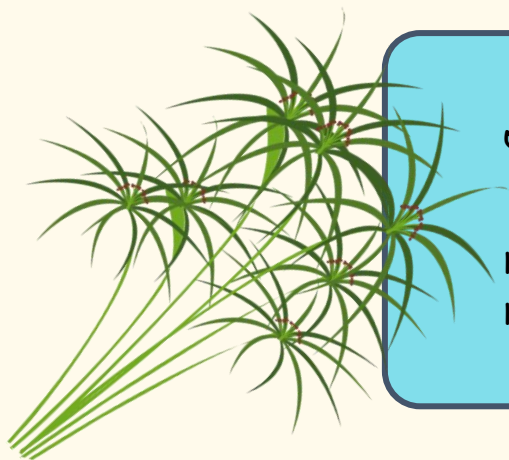
באותה התקופה, היו צריכים לסמן שטחים שהיו בבעלות אנשים, לכן כתבו על אבנים את שמות הבעלים של שטח מסוים ובו מיקמו את האבן הכתובה.



מה היו סימני הכתיבה?

כתב ההירוגליפים – 2,000 סימנים שיוצרים דמויות מצוירות ובעיקר ציורי חפצים וחיות. עם הזמן נותרו כ-600 סימנים.

הכתיבה בכתב ההירוגליפים הייתה ציורית וקישטה את קירות הארמונות שגוללו את ההיסטוריה המצרית.



מהאבן לפפירוס

המעבר מהכתיבה על האבנים לכתיבה על הפפירוס התרחש בשנת 2500 לפני הספירה.

הפפירוס עשוי מעץ גומא שעובדו אותו בכדי שישמש כמו דף בכדי לכתוב דברים. לא מדובר בדף כמו שאנחנו מכירים, אלא על חתיכה עבה מאוד וקשיחה.

איך מייצרים את הפפירוס?

1. מסירים את הקליפה של גזע עץ הגומא
2. פורסים את תוכן הגזע לרצועות דקות ומניחים אותן זו לצד זו על משטח קשיח
3. מניחים שכבה שנייה של רצועות בצורת שתי וערב ובעודן לחות, שתי השכבות נלחצות זו לצד זו עד שהופכות לגיליון אחד

ג. התפתחות התקשורת בסין



באימפריה הסינית בשנת 2500 לפני הספירה, לא כתבו על אבנים, אלא על במבוק. הסינים יצרו מעץ הבמבוק מעין משטח כתיבה. מאוחר יותר נעזרו במשי כחומר לכתיבה ולאחר מכן חזרו שוב לכתיבה על במבוק כיוון שייצור המשי עלה הרבה מאוד כסף.

הנייר יוצר לראשונה בסין על ידי צאי לון

צאי לון, שהיה אציל סיני, המציא את הנייר בשנת 105 לפני הספירה.

תקופה ארוכה, הנייר יוצר על ידי אמנים ולכן עלות הייצור הייתה יקרה מאוד. תהליך הייצור היה ארוך ובו שלבים רבים בעבודה ידנית. הנייר יוצר גליון-גליון, על ידי טבילה של מסגרת מלבנית בתוך חבית עיסת נייר. לאחר שהמסגרת הוצאה מהחבית, המים נלחצו החוצה מתוך העיסה. העיסה שנותרה הונחה לייבוש, ולא ניתן היה להשתמש במסגרת שוב עד שגליון הנייר הקודם הוסר ממנה.



תהליך ייצור הנייר במאה ה-16

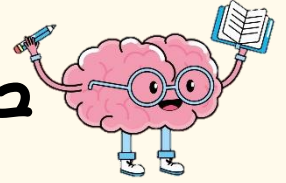
העיתון הראשון בסין? הטיפאו Tipao

בטרם המצאת הנייר, החלו הסינים להשתמש בדף מודיעין בו פורטו מינויים חדשים, קידומים, דיונים בבית משפט ועוד. הדף היה כמו איגרת פנימית של השירות הציבורי באימפריה הסינית כדי לעדכן את הפקידים על ההחלטות וההוראות החדשות בניהול האימפריה. בנפילת אימפריית ה"אן" במאה ה-3 האיגרת הופסקה, אך לאחר הקמת אימפריית ה"טאנג" היא חודשה. באימפריית ה"טאנג" האיגרת הופצה לקהל הרחב – האם לדעתכם מדובר בעיתון הראשון בעולם?



מעניין לדעת!

באירופה השתמשו בקלף ולא ידעו על קיומו של הנייר בסין, במאה ה-8 הידע על ייצור הנייר עבר לסוחרים ערבים והם הביאו אותו לאירופה. עם זאת, לקחו כ-300 שנים עד שהתחילו להשתמש בנייר בכל המדינות באירופה, וזאת כי לא הייתה תקשורת טובה שתבשר על הידיעה.



בואו לאתגר את המוח!



1. נסו לתאר את כתב ההירוגליפים המוצגים.

סין

מצרים

2. סדרו לפי הסדר את
התפתחות התקשורת בכל
אימפריה

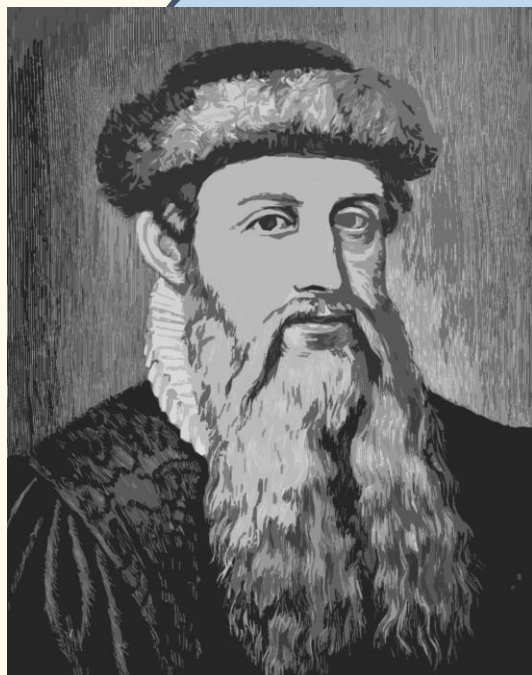
(המצאת הנייר, כתיבה על
אבנים, הבמבוק, ההירוגליפים,
כתיבה על משי, הפפירוס).



3. האם לדעתכם הטיפול הוא העיתון הראשון? נמקו
תשובתכם.

ד. מהפכת הדפוס

יוהאן גוטנברג - ממציא הדפוס



יוהאן גוטנברג (1397-1468) היה צורף זהב במקצועו ולכן הבין היטב במלאכת ההטבעה וההחתמה. עיקר המצאתו היה - מעבר מלוחות מגולפים לאותיות מגולפות שעשויות ממתכת. את האותיות הבודדות אפשר לסדר כל פעם בהרכב אחר ועל ידי כך ליצור את כל המילים של השפה. שימוש באותיות מצופרת איפשר שימוש ממושך וכך הפכה המלאכה היקרה של הדפוס לזולה וגישה יותר.

גוטנברג בנה את מכונת הדפוס הראשונה עם אותיות דפוס עשויות ברזל במיינץ, גרמניה בשנת 1450. הספר הראשון שהודפס היה התנ"ך.

מדוע עלה הצורך בהמצאת הדפוס?

סיבות כלכליות:

1. מחירי הספרים, שנכתבו בכתב יד, לפני המצאת הדפוס היו יקרים מאוד.
2. הפצת הספרים בעותקים דרשה העסקת עובדים רבים.

סיבות חברתיות:

1. הכנת הספרים בכתב יד הייתה עבודה ארוכה מאוד ועל כן, העברת הידע הייתה איטית.
2. האירופאים היו חסרי סבלנות מהקצב האיטי של הפקת הספרים, לכן האיצו את החיפוש אחר חלופה נוחה.

מעניין לדעת!

- כ-1,500 בתי דפוס נפתחו ב-250 ערים באירופה.
- עד שנת 1500, הודפסו מעל 27,000 ספרים או מהדורות. בממוצע - 500 עותקים הודפסו לכל ספר.
- בטורקיה לא הוקם בית דפוס מסיבות דתיות וכן מהסיבה שלא רצו לחשוף ביקורות על הקוראן.
- ברוסיה השליט לא הסכים לפתוח בית דפוס כיוון שלא רצה שתהיה חשיפה על מעשי השלטון.

השפעות הדפוס

- הייתה נגישות גדולה יותר לספרי הקודש והפצת ספרים נגד השלטון הדתי - מה שגם לשלטון הדתי להיחלש.
- פרסום הודעות וצווים של המלכים הגיעו לקהל גדול יותר.
- ספרים הודפסו במגוון שפות: אנגלית, צרפתית, גרמנית וכו' - מה שהוביל להעשרת שפות אלו ולרכישת ידע בתחומים רבים.
- אנשים החלו ללמוד קרוא וכתוב כיוון שרצו לקרוא ספרים.
- הופעת העיתונות - אנשים החלו לקבל יותר מידע מהעיתונים ולכן הפסיקו להיעזר באנשי דת לקבלת מידע.



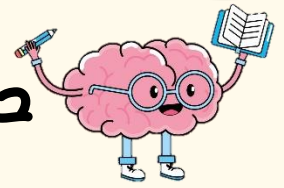
מדברים



הדפוס הוא מטרה טכנולוגית של יצירת טקסטים והדמייה גרפית של תמונות. רעיון הדפוס נועד כדי ליצור מסמכים ותמונות במהירות ולעיתים בכמויות תעשייתיות והמוניות.

מכונת העץ תפקדה באופן איטי והצליחה לייצר 250 עמודים בשעה. בנוסף, המכונה לא הייתה יציבה וצירי העץ התרופפו, מסיבות אלו, בשנת 1772 הוחלפה מכונת העץ במכונה עם חלקי מתכת שיוצרה על ידי וויליאם האס.

ניתן לסכם כי מהפכת הדפוס העלתה את רמת איכות החיים, הידע והחכמה של האנשים שחיו באירופה באותה התקופה. בנוסף, החלה צמיחה כוללת בכל תחומי העשייה והכלכלה.



בואו לאתגר את המוח!

1. השלימו בטבלה את הסיבות להמצאת הדפוס, על פי הנלמד בכיתה.

סיבות כלכליות להמצאת הדפוס	סיבות _____ להמצאת הדפוס
הספרים בכתב יד היו יקרים מאוד	
	חוסר סבלנות מצד האירופאים מהקצב האיטי של הפקת הספרים

2. התאימו ליד כל פריט ברשימה הימנית את ההשפעה מהרשימה השמאלית שבאה בעקבותיו.

- | | |
|---------------------------------------|--|
| 1. _____ הדפסת ספרי קודש | א. העשרת הידע בתחומים רבים |
| 2. _____ הופעת העיתונות | ב. שליטה רחבה על הקהל |
| 3. _____ פרסום רחב של צווים של המלכים | ג. היחלשות השלטון הדתי |
| 4. _____ הדפסת ספרים בשפות רבות | ד. עלייה בלימוד קרוא וכתוב |
| 5. _____ ביקוש לספרים | ה. כבר לא נעזרים באנשי דת בכדי לקבל מידע |



3. סמנו את התשובה הנכונה - גוטנברג הצליח לייצר מכונת דפוס מצליחה כי:

- א. הוא נעזר במהנדסים ובצבא.
 ב. הוא היה צורף זהב.
 ג. הוא חברו הטוב של המלך, מה שקידם את ההמצאה שלו.
 ד. הוא השתמש בברזל כדי לייצר אותה.

פרק 3: התקשורת הכתובה

א. העיתונים הראשונים בעולם

ה'אקטה דיורנה' (אקטה דִי־וֹרְנָה) נוסד בשנת 131 לפני הספירה והכיל בתוכו הודעות יומיומיות מהשלטון הרומי לציבור. זה היה מעין עיתון שחקק על אבן או לוח מתכת ונתלה בכיכר העיר. תחילה, לא פורסמו שם ידיעות על השלטון כיוון שהקיסר לא רצה לחשוף את מעללי השלטון. בשנת 59 לפני הספירה, הקיסר החדש, יוליוס קיסר, חידש את האקטה דיורנה והוסיף חדשות על פעילות השלטון. ליוולוס קיסר היה חשוב ליידע את הציבור על כל הפרטים בנוגע להחלטות שהתקבלו מהשלטון. בסוף כל גיליון, נכתב מטה: "לשתף ולהפיץ", כלומר שהשלטון מבקש כי כל מי שקרא יפיץ את הידיעות לכל מי שמכיר, על מנת שכל האזרחים יהיו מעודכנים.



מעניין לדעת!

- באקטה דיורנה היה מידע על לידות ופטירות של מנהיגים, וגם מידע על משפטים ועונשים, אך בהמשך הורידו ידיעות אלו.
- יש האומרים שזה הוא היה העיתון הראשון, שכן מטרתו הייתה להסביר לציבור על פעילות השלטון.
- האקטה דיורנה היה קיים כ-280 שנים.

העיתונים הראשונים באירופה - "קורנטוס"

העיתון הראשון יצא לאור בבזל שבשווייץ בשנת 1610. לאחר מכן התפשט במהירות לערים מרכזיות נוספות באירופה: וינה 1615, המבורג 1616, ברלין 1617, אמסטרדם 1618.

העיתונים הופיעו בבריטניה וצרפת בשלב מאוחר יותר כיוון שהשלטון לא אהב את המעבר לדפוס. בניגוד למדינות אחרות מתקדמות יותר, השלטון במדינות קטנות מונע מכל הידיעות אודותיו להתפרסם.

מעניין לדעת!

העיתונות החלה באירופה מכיוון שהייתה מרכז העולם עד תחילת המאה ה-20.

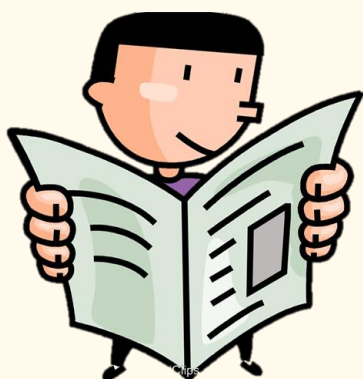
העיתונים נקראו "קורנטוס" מהמילה current באנגלית (הווה, עניינים עכשוויים).

מדברים



בין הדפוס של גוטנברג לעיתון

- ספרים המתארים אירועים כמו מלחמות. באנגליה היו עד כ-20 ספרים בשנה בנושאים שונים במאה ה-16.
- בנקים באירופה החלו להוציא במאה ה-16 ידיעונים ואיגרות שהכילו חדשות כלכליות ופיננסיות. האנשים שצרכו את הידיעונים הללו היו מהמעמד הבינוני-גבוה.
- אם המידע המודפס לא פגע ביציבות השלטון - היה ניתן להוציא לאור כל מידע. הדפסה של טקסט שפגע בשלטון לא אושרה.
- הייתה דרישה להוציא רישיון מהממשלה להחזקת בית דפוס.



- עם פרוץ העיתונות, החלה תרבות "צריכת החדשות" - אנשים רצו תמיד להישאר מעודכנים ולכן הזדקקו לעיתונים.
- לאחר המצאת האבטיפוס של העיתון בבזל, העיתון התפשט במהירות בערים ומדינות שונות באירופה.
- בדומה לדפוס של גוטנברג ב-1450 שהתפשט בזמן קצר למקומות נוספים, גם העיתונות פרצה לכל התחומים.

אופי העיתונים הראשונים

העיתונים הראשונים הופצו דרך הדואר פעם בשבוע. באותה התקופה לא היו קיימים עיתונים יומיים. העיתונים היו באורך של ארבעה עד שמונה עמודים בלבד והכילו בעיקר חדשות חוץ (חדשות על העולם) שהידיעות הגיעו בדרך כלל מתיירים שהגיעו לבקר באותה מדינה.

באותה התקופה היה מסוכן לפרסם חדשות על עניינים פוליטיים מכיוון שהיה חשש מזעם השלטון.

הקוראים העיקריים של עיתונים אלה היו אנשי עסקים שעסקו ביבוא וחקלאים שמעוניינים למכור את מוצריהם ולכן רצו להתעדכן בעיתון.

מעניין לדעת!

העיתון היומי הראשון "דיילי קורנט" (Daily Courant)
הוקם בשנת 1702.

מהו העיתון כיום?

- חייב להיות נגיש לציבור או לרוב הציבור. עיתון שלא נחשף להרבה אנשים לא נחשב אמצעי תקשורת המונים.
- הופעה סדירה - יומי או שבועי, לפחות פעם בחודש.
- צריך להכיל מגוון רחב של נושאים שונים.
- צריך להיראות במתכונת מוכרת: שער, עמודים עם חדשות, עמודים עם כתבות רקע, טורי דעות וכו'.
- כל התנאים הללו מהווים את ההבדל בין עיתון לספר



חשבו, אילו עיתונים אתם מכירים? והאם יש בהם את התכונות שאמורות להיות לעיתון? כתבו כאן

מה הייתה ההשפעה של העיתונים על אירופה?

- העיתונים תרמו לקביעת סדר היום.
- אנשים נהיו יותר מצודכנים במה שקורה בעולם, ובמיוחד אנשי המסחר.
- העיתון תרם למאבק לקראת הדמוקרטיה וכן קידם את זכות הציבור לדעת.
- העיתון גרם לאנשים להסתקרן בענייני היום-יום של מדינות אחרות באירופה.

ניתן לסכם כי לעיתונים הייתה השפעה גדולה על הציבור ועל השלטון. העיתונים גרמו לציבור לדרוש לדעת מה קורה במדינה ולהתעדכן בהחלטות השלטון.

אז והיום

בתקופת העיתונים הראשונים, הדעה הרווחת הייתה שהעיתון לא רק מעלה לתשומת לב הציבור עניינים מסוימים, אלא גם גורם לך לשנות עמדה.

היום, חוקרי תקשורת טוענים כי התקשורת, ובה העיתונים, מפנים את תשומת לב הציבור לעניינים מסוימים אך לא בהכרח גורמת לשינוי עמדות הציבור.

NEWS

ב. העיתונים הראשונים בארצות הברית

אמריקה - ארץ החופש

העיתונות מילאה תפקיד חשוב בעשורים הראשונים של ארצות הברית - גם סיפקה מידע וגם גרמה להתעוררות, פיתוח ושגשוג המדינה החדשה. כבר בשנת 1810 היו 375 בתי דפוס ועד שנת 1825 היו כבר פי שלושה בתי דפוס.

עד שנת 1820 היו כחמישים אלף ספרים וירחונים גם מקומיים וגם ממדינות אחרות, ועדיין - רוב הציבור העדיף לקרוא עיתונים.



עיתונים לפועלים

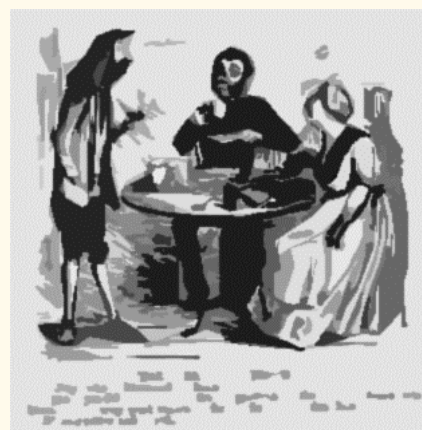
אחד מהמאפיינים בתקופה הזו (1820) היה עיתונים שמיועדים לפועלים.

באותה התקופה, ההפצות של העיתונים היו קטנות והחשיפה הייתה מוגבלת מהסיבה שרוב האזרחים בארצות הברית היו במעמד נמוך (מעמד הפועלים) ועבדו עבור משכורת שבועית של 8 דולר בלבד, וזאת בכדי לכלכל את ביתם, ולכן, לא יכלו לשלם על עיתון.

כיוון שמעמד הפועלים כלל קהל רחב היקף, ואנשי התקשורת לא רצו לוותר על נתח קהל זה - הוקם עיתון הפועלים הראשון בשם "ירחון הפועלים של פילדלפיה" בשנת 1827.

עיתוני הפועלים נמכרו בהיקף גדול כי:

1. הפועלים רצו לייצג את עצמם ולהתמודד נגד הדעות הקדומות עליהם.
2. בכדי לספק ידע על זכויות הפועלים ולעורר את מצב הרוח של המובטלים.

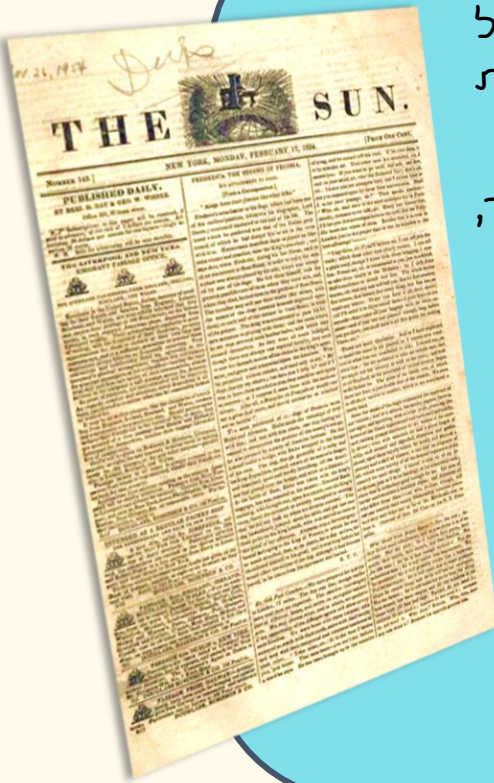


מעניין לדעת!

עיתוני הפועלים תרמו לגיבוש מועצת העובדים, ובשנת 1834 הוקמה אגודת הפועלים הארצית שמטרתה הייתה להיאבק עבור זכויות הפועל בארה"ב.

עיתוני הפני – The Penny Paper

עיתוני הפני (פני – היה המטבע של בריטניה) היוו את תחילתה של העיתונות העממית. העיתון הצליח להתפרסם בזכות פרסומות שממנו אותו.



- עיתוני הפני הופיעו בשנת 1833 ונמכרו במחיר של מטבע אחד, ומכאן נבע השם. העיתון הראשון היה "דה ניו-יורק סאן".
- העיתון הכיל יותר חדשות על הממשלה וחדשות פלילות.
- עיתונים אלה נמכרו בדוכנים וחנויות – בעלי חנויות היו קונים מאה עותקים במחיר של 67 סנט (מטבע אמריקאי) ומכרו כל עותק בסנט אחד לאזרח.
- עיתוני הפני הופצו ב-8,000 העתקים ולכן אנשי פרסום ראו בעיתונים אלו כאמצעי תקשורת טוב להגעה לציבור הרחב.
- עד שנת 1839 היו בניו-יורק 35 עיתוני פני, אך כולם נסגרו חוץ משניים.

אילו ידיעות היו בעיתוני הפני?

- חדשות מקומיות וחדשות בינלאומיות
- ידיעות על פשע ואלימות מקומית
- סיפורים על מפורסמים ואנשים חשובים
- סיפורים מעוררי השראה על מגוון אנשים
- חדשות על כלכלה ופוליטיקה



מה המדור הראשון שהייתם פותחים אם הייתם קוראים בעיתוני הפני?

- א. חדשות על פשע ואלימות
- ב. חדשות על פוליטיקה וכלכלה
- ג. כתבות על מגוון אנשים
- ד. ידיעות על סלבס (מפורסמים)
- ה. חדשות על מדינות אחרות בעולם

בואו לאתגר את המוח!

1. השלימו את המילים החסרות מבנק המילים במשפטים הבאים:

א. בנק המילים: נגד, בעד

יוליוס קיסר היה _____ שיתוף האזרחים על פעולות השלטון, לצומת הקיסר שלפניו שהיה _____ זה.

ב. בנק המילים: נחקק, האימפריה, נתלה, אקטה-דיורנה

ה _____ הופץ לאזרחי ה _____ - הוא _____ באבן ו _____ בכיכר העיר, כך שכל אזרח יוכל להתעדכן בהחלטות השלטון.

2. מה הוא לדעתכם העיתון הראשון בעולם?

א. הקיפו את בחירתכם: האקטה-דיורנה / הטיפאו

ב. הסבירו מדוע בחרתם כך? _____

3. סמנו את התפשטות העיתונים במדינות לפי הסדר הכרונולוגי הנכון (1-5):



4. מדוע העיתונים הגיעו לבריטניה וצרפת בשלב מאוחר יותר?

- א. כי המידע על העיתונים עדיין לא הגיע לשם.
- ב. כי לא ידעו איך לייצר עיתונים עד שנת 1831.
- ג. כי הן היו מדינות קטנות יותר והשלטון לא רצה שתהיה ביקורת עליו.
- ד. כי האזרחים לא רצו, הם נהנו מהספרים.



5. ערכו השוואה בטבלה בין העיתונים הראשונים באירופה לבין העיתון המוכר לנו כיום:

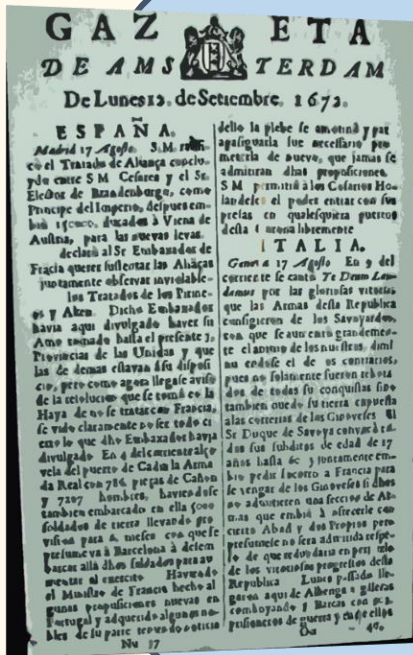
פרטים	העיתונים הראשונים	העיתון כיום
הפצה		
מספר עמודים		
ביקורת על השלטון		
מה התוכן העיקרי?		
מי הקוראים העיקריים?		
האם העיתון יכול לשנות עמדה?		

6. איך העיתון השפיע על העולם?

7. העיתונים הראשונים (עיתוני הפועלים ועיתוני הפני) השפיעו רבות על האזרחים. מה אפיין את העיתונים הללו? סמנו את התשובה הנכונה

- א. העיתונים היו זולים, הכילו חדשות מגוונות וקידמו את המעמד הנמוך בארה"ב.
- ב. העיתונים היו יחסית יקרים, רק אנשים עשירים קראו אותם.
- ג. העיתונים לא הצליחו ורק הפועלים קראו אותם, בשל כך הפועלים הפגינו.

ג. העיתונות היהודית - מאירופה לארץ ישראל



גזטה די-אמסטרדם - העיתון היהודי הראשון

הגזטה די-אמסטרדם הוא העיתון היהודי הראשון בשפה הספרדית שיצא לאור באמסטרדם בשנת 1672 ומהדורתו האחרונה פורסמה בשנת 1702.

לעיתון לא הייתה מתכונת ברורה - לעתים יצא פעם בשבוע ולעתים היו מרווחים ארוכים בין מהדורה למהדורה. החדשות בעיתון היו בעיקר על מסחר וספנות ובקושי היו בו ידיעות פוליטיות.

אמנם הגזטה די-אמסטרדם פתח את העיתונות היהודים, אך פנה לכולם - גם הנוצרים קראו בו.

העיתון הראשון בעברית - פרי עץ חיים

העיתונות בשפה העברית התחילה עם הוצאת כתב העת העברי הראשון, "פרי עץ חיים", שיצא לאור באמסטרדם, החל מ-1691 ובמשך יותר ממאה שנים וכלל בעיקר שאלות ותשובות על ענייני הדת היהודית.

חברי בית המדרש הספרדי הגדול "עץ חיים" שבאמסטרדם, החליטו במחצית השנייה של המאה ה-16 להוציא לאור את תשובותיהם לשאלות שנשאלו על ידי יהודים מכל העולם במסגרת "שאלות ותשובות". תכניתם הייתה להוציא שבועון עברי שכזה, שאלה ותשובה, חתומה על ידי המחבר, אחת לשבוע. הגיליון הראשון יצא לאור בשנת 1691. עם הזמן, הפך השבועון לרחוק ולעיתים קרובות ההפסקות בין גיליון לגיליון היו ארוכות אף יותר.

מעניין לדעת!

המוציא לאור של הגזטה די-אמסטרדם היה דוד די קסטרו טרנס שנולד בפורטוגל למשפחה יהודית שעזבה את היהדות בגלל פרעות כנגדם. המשפחה נמלטה לאמסטרדם ושהה ליהדותה כדוד די קסטרו היה בן עשר. צוות העיתון כולו היה יהודי.



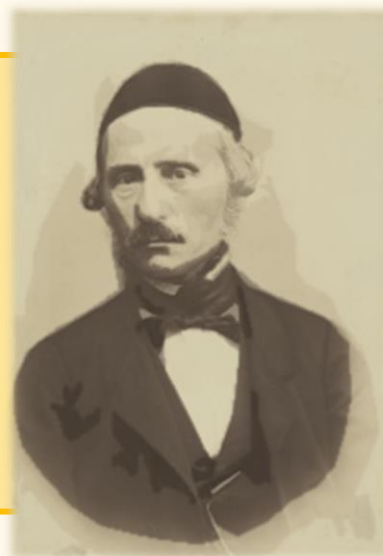
מדברים



העיתונות העברית התפתחה לאט, והעיתון העברי הראשון הופיע רק כמאתיים שנה לאחר הופעת העיתונים באירופה ובאמריקה. אך כשהחלו העיתונים העבריים להופיע, היה להם ביקוש גבוה.

תחילת דרכה של העיתונות הזאת הייתה באירופה ולא בארץ ישראל. השפה העברית החלה אז להתפשט בקבוצות של משכילים, הם ביקשו להתבטא בעברית, ולא רק בענייני דת.

חלוץ העיתונים העבריים היה "המגיד" שיצא לאור על-ידי אליעזר ליפמן זילברמן בשנת תרט"ז (1856) בפרוסיה (מדינה קדומה באירופה). הופעת העיתון עוררה תגובה נלהבת. קוראיו התייחסו אליו בהדרת קודש, והיו מדפדפים בו ומדפדפים בו בהתרגשות. יהודי שרצה לראות משהו מפרי עטו מתפרסם בעיתון, היה יושב וכותב סיפור שלם על מאורע שהתרחש במקומו - ומשגר אותו לעיתון. רבים ממכתבים אלה הודפסו, וכותביהם זכו לכבוד גדול במקומות מגוריהם.



העיתונות היהודית בתקופת השואה

בתקופת השואה על העם היהודי, העיתונות היהודית והעיתונות העברית היו תחילה אדישות לכך ולא סיפקו כותרות ראשיות בנושא. גם בארץ ישראל לא הייתה התייחסות רצינית לנושא עד שפורסמה מטרתם של הנאצים - להשמיד את כל היהודים. מרגע זה, כינס דוד בן-גוריון את עורכי העיתונים בארץ ישראל וביקש מהם לגלות יותר רצינות לנושא.



©לירם מרדכי לוי

העיתונות בתקופת המנדט הבריטי

מלחמת העולם הראשונה הביאה לארץ ישראל את הצבא הבריטי. כל העיתונים שהיו קיימים עד אז נסגרו במהלך השנים הקשות של המלחמה. האנגלים הביאו עמם עיתון חדש לארץ. זה היה שבועון שהוצא לאור בידי צבא הכיבוש ונקרא "חדשות הארץ". הבריטים פיקחו, כמובן, על כל מילה שנכתבה בעיתון זה. עם זאת, באותה התקופה הייתה "העיתונות המחתרתית" – אלה היו עיתונים שהופיעו בימי המאבק בבריטים בלי רשות השלטונות, ופרסמו מידע שהשלטון הזר ניסה להסתירו. אחדים מהם ניסו להמשיך את קיומם גם לאחר השגת עצמאות ישראל, אך עם הזמן נסגרו.



לאחר סיום מלחמת העולם הראשונה תם השלטון הצבאי הבריטי בארץ ישראל והחלה תקופת המנדט הבריטי, אשר נמשכה עד הכרזת המדינה. העיתון של צבא הכיבוש נמכר ליהודי בשם לייב גולדברג, שעלה ארצה מרוסיה. הוא הפך אותו משבועון לעיתון יומי, וקיצר את השם המקורי הארוך שלו ל"הארץ" – השם שעיתון זה נושא עד היום.

מעניין לדעת!

החל מדצמבר 1934, בתקופת המנדט הבריטי, הוציא ארגון "ההגנה" עיתון מחתרתי בשם "במחנה". בשנת 1947 הפך העיתון לעיתון הרשמי של ההגנה ולאחר מכן היה לעיתון הרשמי של צה"ל עד יום זה.

העיתונים הזרים בארץ ישראל

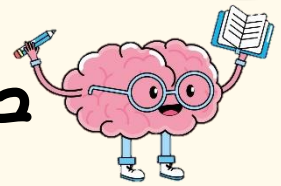
לצד העיתונים בעברית, התקיימה בארץ עיתונות בשפות אחרות. לציבור הערבי הייתה עיתונות משלו בשפה הערבית. עיתונים אחרים נועדו לספק את צורכיהם של העולים החדשים, שלא קראו עברית. גורלה של העיתונות הזו היה קשור באופן ישיר עם גלי העלייה, שהגיעו לארץ. בשנות השלושים והארבעים היה ביקוש לעיתונים בגרמנית, בעקבות עלייתם ארצה של רבים מיהודי גרמניה, אוסטריה וצ'כוסלובקיה. בעשרים השנים הראשונות לאחר קום המדינה יצאו לאור עיתונים יומיים ושבועונים ביידיש, בפולנית, ברומנית ובצרפתית. בשנות התשעים נוסדו עיתונים חדשים ברוסית עבור העולים הרבים מחבר העמים (ברית המועצות לשעבר).



ד. מפת העיתונים בישראל

פרטים	ישראל היום	ידיעות אחרונות	מעריב	הארץ
סמליל	ישראל היום	ידיעות אחרונות	מעריב	הארץ
תאריך הקמה	30 ביולי 2007	11 בדצמבר 1939	15 פברואר 1948 נסגר ב-2014	1918
רקע	ישראל היום הוקם בשנת 2007 ובשנת 2010 הפך לעיתון היומי בעל התפוצה הרחבה ביותר בישראל.	משנות ה-70 הוא הנפוץ ביותר מבין העיתונים הנמכרים בישראל. עד חודש יולי 2010 היה גם הנפוץ ביותר בין כלל עיתוני ישראל, אז איבד את המקום הראשון לטובת החינמון "ישראל היום".	העיתון נוסד על ידי קבוצת עיתונאים, בראשות עזריאל קרליבך, שפרשו מ"ידיעות אחרונות". בשנות ה-50 וה-60 של המאה ה-20 היה העיתון הנפוץ בישראל, אך לאחר מכן הפך לשני בתפוצתו.	היומון הוותיק ביותר הפועל בישראל. מלווה את אזרחי ישראל החל מהשנים הראשונות, ונחשב לעיתון אמין מאוד.
תוכן העיתון	מכיל מגוון נושאים, דיווחים וכתבות בישראל ובעולם, עוסק בעיקר בפוליטיקה	מכיל מגוון נושאים, דיווחים וכתבות בישראל ובעולם, עוסק בעיקר בפוליטיקה	מכיל מגוון נושאים, דיווחים וכתבות בישראל ובעולם.	מכיל מגוון נושאים, דיווחים וכתבות בישראל ובעולם, עוסק בעיקר בפוליטיקה
נוסד על ידי	שלדון אדלסון	נח מוזס	עזריאל קרליבך	יצחק לייב גולדברג
בעלים ועורך	שלדון אדלסון בועז ביסמוט	בנק הפועלים וארנון מוזס נטע ליבנה	שלמה בן צבי	עמוס שוקן אלוף בן
תפוצה	ניתן להשיג בנקודות חלוקה ובחנויות כ-175,000 עותקים בימי חול ו-300,000 עותקים בסופי שבוע. מופץ באופן יומיומי	ניתן להשיג בחנויות כ-174,000 עותקים בימי חול ו-400,000 עותקים בסופי השבוע. מופץ באופן יומיומי	בתקופתו האחרונה, העיתון הודפס בכמות של כ-100,000 עותקים.	ניתן להשיג בחנויות כ-73,000 עותקים בימי חול ו-94,000 בסופי שבוע. מופץ באופן יומיומי
עלות	תחילה היה בחינם, החל משנת 2011 כרוך בתשלום - 65 ₪ למנוי חודשי.	89-111 ₪ למנוי חודשי	99-112 ₪ למנוי חודשי	184 ₪ למנוי חודשי

בואו לאתגר את המוח!



1. סמנו את התשובה הנכונה - הגזטה די-אמסטרדם היה מיועד ל:



א. יהודים בלבד

ב. לא היה קהל אחד - היה מיועד לכולם

ג. נוצרים בלבד

ד. לתושבי אמסטרדם

2. השלימו את המילים החסרות מבנק המילים במשפטים הבאים:

א. בנק המילים: פרי עץ חיים, גזטה די-אמסטרדם

אמנם _____ היה העיתון היהודי הראשון, אך _____ עסק בענייני הדת היהודית.

ב. בנק המילים: חודש, שבוע, יום

העיתון פרי עץ חיים יצא אחת ל _____, באותה התקופה לא יצאו עיתונים כל _____. לעתים העיתון היה יוצא אחת ל _____ ואף יותר.

3. השלימו לפי הסדר הכרונולוגי הנכון: עיתון הארץ, עיתון הלבנון, גזטה די-אמסטרדם, עיתון המגיד, פרי עץ חיים



4. איך נולד העיתון היומי הראשון בארץ ישראל, ובזכות מי?

5. סדרו לפי הסדר הכרונולוגי הנכון את התנהגות העיתונות בזמן השואה (1-5):

- ____ העיתונים פרסמו כותרות קשות בנושא השואה.
- ____ הסוכנות היהודית מודיעה על כוונת הנאצים להשמיד את היהודים.
- ____ תחושה של כאב וחוסר אונים מצד הקוראים.
- ____ בן גוריון מבקש מעורכי העיתונים להתייחס ברצינות לנושא השואה.
- ____ העיתונות אדישה בנוגע לשואה.

6. סמנו את התשובה הנכונה - המנדט הבריטי בארץ ישראל היה בעד העיתונים העבריים:



נכון / לא נכון

7. איך נאבקו ארגוני היהודים כנגד המנדט הבריטי?

8. מדוע הייתה עיתונות בשפות אחרות בארץ ישראל?

- א. לא הייתה סיבה מיוחדת, זה היה לפני וכך נשאר
- ב. כי היו הרבה שפות בישראל באותה התקופה, ולכל שפה היה עיתון
- ג. כדי להעשיר את הידע של האזרחים
- ד. הייתה עלייה של עולים חדשים ממדינות שונות לארץ ישראל והם לא ידעו עברית

9. התבוננו בטבלה בעמוד 23, איזה עיתון הכי כדאי לי ולמה?

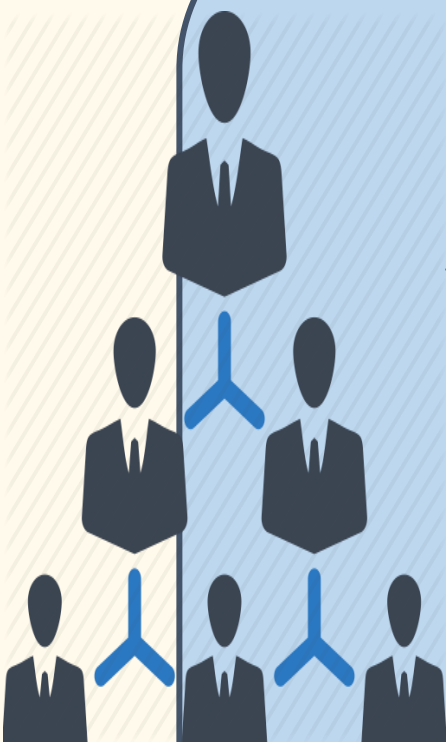


ה. איך נראית המערכת העיתונאית?

בעלי התפקידים בעיתון

בכל מערכת עיתונאית ישנם בעלי תפקידים שאחראים להפעיל את העיתון ולהוציא אותו לאור:

- בעלי העיתון – בדרך כלל יש חברה שמפעילה את העיתון ועוסקת בענייני הכספים
- מוציא לאור (מו"ל) – אחראי על הוצאת העיתון – ניהול המערכת וקביעת המדיניות. למו"ל יש הסמכות להחליט מה נכנס לעיתון ומה לא.
- עורך ראשי – לעורך תפקיד חשוב במערכת העיתון. תפקידו לאסוף את כל החומרים מהכתבים ולערוך אותם בצורה שתתאים לעיתון. העורך רשאי לשנות מילים ולהוסיף כותרות על דעת עצמו.
- עורכי המדורים – בכל עיתון יש מספר מדורים ולכל מדור יש עורך.
- כתבים ופרשנים – מספר כתבים שהם בעצם העיתונאים – תפקידם הוא למצוא סיפורים מעוניינים לעיתון. הכתבים הם אלו שמביאים את התוכן לעיתון.



מדורי העיתון

כדי שעתון יהפוך למעניין ומגוון, עליו להכיל מספר נושאים. כיוון שלכל נושא צריך לתת במה משלו, מחלקים אותם למדורים. לדוגמה:

לכל מדור יש עורך – הוא אחראי לקבל את כל החומרים הקשורים למדור שלו מהכתב ולערוך אותם במדור. למשל – כתב שסיקר את נגיף הקורונה יעביר את הדיווחים שלו לעורך מדור הבריאות.

- מדור פוליטיקה
- מדור ביטחוני צבאי
- מדור הבריאות
- מדור התרבות והפנאי
- מדור חדשות החוץ
- מדור הספורט





מדברים



המערכת העיתונאית דורשת עבודה תחת לחץ ובשעות לא שגרתיות, במיוחד במדינה כמו שלנו בה יש המון סיפורים והמון אירועים לסקר ולדווח עליהם. בעלי התפקידים בעיתון צריכים לעמוד במשימות מורכבות – החל ממצאת הסיפור, דרך השגת כל האנשים הרלוונטיים לתשאל ועד כתיבת הכתבה עצמה.

הכתב חייב להישאר זמין רוב שעות היום בכדי להיות הראשון שמסקר סיפור מסוים – כך הוא יגרום לעיתון להיות הראשון שמוציא סיפורים מעניינים וידיעות חמות.

מעניין לדעת!

בשנת 2000, התפרסמה כתבה על זמר שנשרף בכל גופו בגלל פיצוץ גז שהתרחש בביתו. כתב בעיתון "ידיעות אחרונות" סיקר את הנושא וכתב על "הזמר השרוף" כתבה ארוכה.

לאחר בדיקה, התברר כי "הזמר השרוף" הוא בכלל אדם בשם חיים צינוביץ' והוא אינו שרוף כלל.

מקרה זה העלה שאלות רבות בעניין אמינות העיתונים וכן, בא להזהיר כי המרדף אחרי סיפור טוב יכול להיגמר בבדיה אם לא עושים בדיקה עיתונאית מעמיקה של הדברים.

המרדף אחר הרצון "להיות ראשון" עלול לגרום לכתבים להיות לא אמינים או לעוות את המציאות בכדי להשיג סיפור טוב. לכן, אף על פי העומס והלחץ – על עובדי המערכת להישאר אמינים ולהביא את הדברים כפי שהם. ניתן לתת פרשנות לסיפורים, אך אסור לשקר!

1. צנזורה



הצנזורה היא פיקוח ושליטה על הפצת מידע ודעות. לרוב, היא מוטלת על ידי השלטון. לעיתים קרובות ישנה צנזורה על התקשורת – נושאים שרוצים לפרסם עליהם לציבור אך לא ניתן כי השלטון לא מאשר מכל מיני סיבות.

הצנזורה התחילה כבר בתקופות קדומות כאשר השלטון מנע פרסומי ביקורות נגדו. גם השלטון הדתי התנגד לפרסומים שליליים עליו ולכן בתקופות אלו לא היו ידיעות על השלטון או ביקורות על הדת.

אז כמה היום יש צנזורה? ארבע סיבות עיקריות:

- סיבות מוסריות – למנוע תועבה מהצופים והקוראים.
- מניעת פרסומים ודיווחים על השלטון על מנת לא לפגוע בו.
- סיבות ביטחוניות – למנוע חשיפת סודות צבאיים שעלולים לפגוע בביטחון המדינה.
- סיבות משפטיות – אין לפרסם שמות חשודים בפשע מסוים.



הביקורת על הצנזורה



עיתונות וצנזורה אינן חיות בשלום זו עם זו משום שיש להן מטרות הפוכות: העיתונות רוצה לפרסם כמה שיותר מידע בשם זכות הציבור לדעת. הצנזורה רוצה למנוע כמה שיותר פרסומים בענייני צבא בשם שיקולים של ביטחון המדינה.

יש הרבה חיכוכים בין חופש הביטוי לחופש הצנזורה, האדם זכאי לחופש הביטוי בין אם בכתב, שירה או צילום. בסין למשל יש צנזורה חמורה שלא מאפשרת לאזרחים להתבטא נגד השלטון.

הפיקוח על העיתונים הראשונים באירופה



באווירה של חוסר דמוקרטיה, העיתונים הראשונים באירופה לא פרסמו חדשות שהביכו את השלטון. במאה ה-17 לא שררה דמוקרטיה באירופה שהייתה מרכז העולם באותה התקופה.

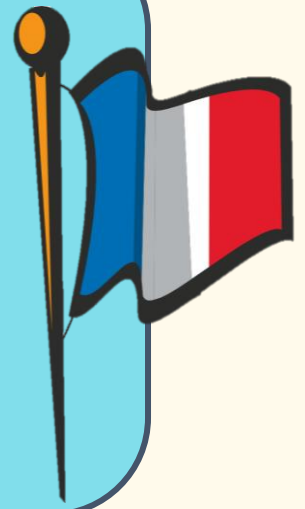
ככל שהשלטון בבריטניה וצרפת היה חזק – הוא שלט על העיתונות בצורה חזקה יותר והטיל צנזורה על מרבית הפרסומים.

בתקופה מסוימת העיתונים באמסטרדם הופקו בשפה האנגלית והצרפתית ונשלחו למכירה בבריטניה ובצרפת עד שהשלטונות אפשרו את הקמת העיתונים במדינות אלו.

מקרה צנזורה ראשון בצרפת

לאור העובדה שהשלטונות בצרפת לא אפשרו הקמת עיתונים, פעלו העיתונים במחתרת. בשנת 1788 היו רק ארבעה עיתונים בפרז.

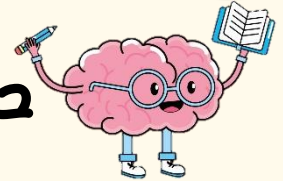
כיוון שלא הייתה דרך מסודרת לאזרחים להתעדכן במה שקורה במלוכה, החלו להתרוצץ שמועות: היו שמועות על כך שהמלך לואי חוטף ילדים כדי להתרחץ בדם שלהם, ביולי 1789 התרוצצה שמועה על כך שהצבא הצרפתי הורג אזרחים חפים מפשע. בגלל שמועות אלו, החלו האזרחים להתנגד לשלטון והדבר הוביל להפגנות גדולות ומאבק נגד בית המלוכה שלבסוף הובס – "המהפכה הצרפתית".



הלקח התקשורתי מהמהפכה הצרפתית – חופש העיתונות

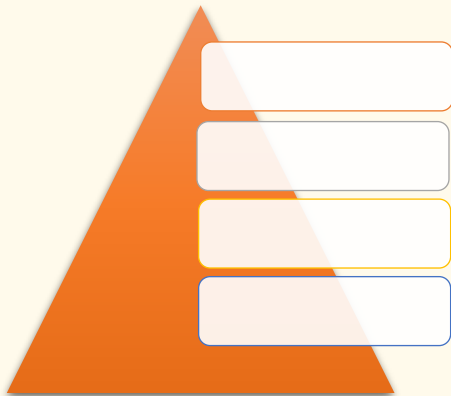
- **1789** – אם הייתה עיתונות חופשית בצרפת, לא היו מתפזרות שמועות שגויות. עיתונות חופשית משרתת ולא מסכנת את השלטון, כשיש תקשורת חופשית, הציבור מרגיש בטוח יותר כי אנשים יודעים מאיפה להתעדכן בחדשות.
- **1789** – בעקבות המהפכה הצרפתית חוקק החוק של זכות הציבור לדעת וכן חוק חופש העיתונות.
- **1790** – בעקבות המהפכה, היה גידול בפרז בעיתונות החופשית: מארבעה עיתונים ל-335 עיתונים.

בואו לאתגר את המוח!



1. סדרו את בעלי התפקידים בפירדמדה לפי גודל התפקיד:

כתבים, עורך ראשי, מו"ל, עורכי המדורים, בעלים



2. שמרית הכינה כתבה על הזמרת עדן אלנה לקראת תחרות השירים "האירוויזיון" שתתקיים בצל נגיף הקורונה. לאיזה עורך מדור היא צריכה להעביר את כתבתה?



א. עורך מדור בריאות

ב. עורך מדור צבא

ג. עורך מדור תרבות

ד. עורך מדור ספורט

3. מה תפקידו של הכתב במערכת העיתונאית?

4. סמנו את התשובה הנכונה – מותר לעוות את המציאות כדי להשיג סיפור טוב לעיתון:

נכון / לא נכון

5. כתבו את ארבעת הסיבות לצנזורה.

1.
2.
3.
4.

6. השלימו את המילים החסרות מבנק המילים במשפטים הבאים:

א. בנק המילים: חלש, חזק

ככל שהשלטון _____ יותר, כך העיתונות חופשית יותר. לעומת מדינות אחרות בהן השלטון _____ יותר כך העיתונות נחלשת.

ב. בנק המילים: חודש, שבוע, יום

העיתון פרי עץ חיים יצא אחת ל_____, באותה התקופה לא יצאו עיתונים כל_____. לעתים העיתון היה יוצא אחת ל_____ ואף יותר.

7. סדרו לפי הסדר הכרונולוגי הנכון כיצד פרצה המהפכה הצרפתית (4-5):

_____ המלך לואי חוטף ילדים

_____ הפגנות גדולות נגד המלוכה

_____ העיתונות לא הייתה חופשית

_____ בית המלוכה נופל

_____ הצבא הצרפתי הורג אזרחים חפים מפשע

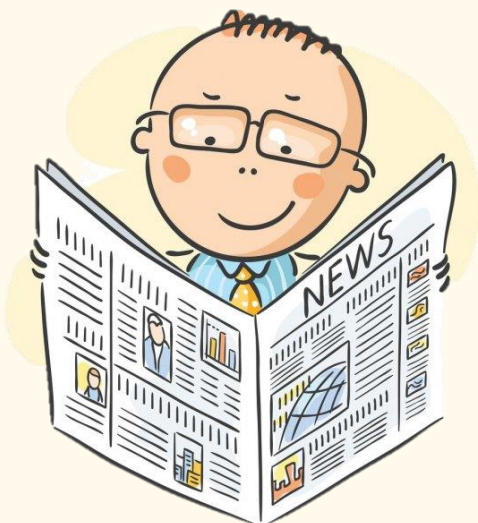
8. מה הלקח התקשורתי העיקרי שנלמד מהמהפכה הצרפתית? סמנו את התשובה הנכונה.

א. שלצבא הצרפתי אסור להרוג אזרחים חפים מפשע

ב. שצריך שתהיה עיתונות חופשית במדינה

ג. שצריך לאסור הפגנות על בית המלוכה

ד. כל התשובות נכונות



ז. חמשת המ"מים

כאשר אנו מתבוננים בטקסט כלשהו, אנחנו מנסים להבין באיזה סוג טקסט מדובר? שיר, סיפור, מדעי ועוד. אם אנחנו מחפשים טקסט **תקשורתי** אנחנו צריכים לעשות לו "אודישן" – כלומר, לבחון האם מדובר בטקסט שמספק לנו תשובות לחמש שאלות:

1. על מי מדובר בטקסט?

2. על מה מדובר בטקסט?

3. מתי קרו האירועים שמתוארים בטקסט?

4. איפה קרו האירועים הללו?

5. למה זה קרה?

אנו יכולים לקרוא לשאלות הללו "חמשת המ"מים" – מי? מה? מתי? מקום? מדוע?

חמשת המ"מים



אם אנו מוצאים את חמש התשובות לשאלות אלו, הרי שמדובר בטקסט תקשורתי.

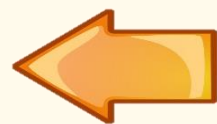
מה הוא טקסט תקשורתי? טקסט שדרכו יש מוען שמעביר מסר לנמען.

לדוגמה – **דיווח חדשות**:

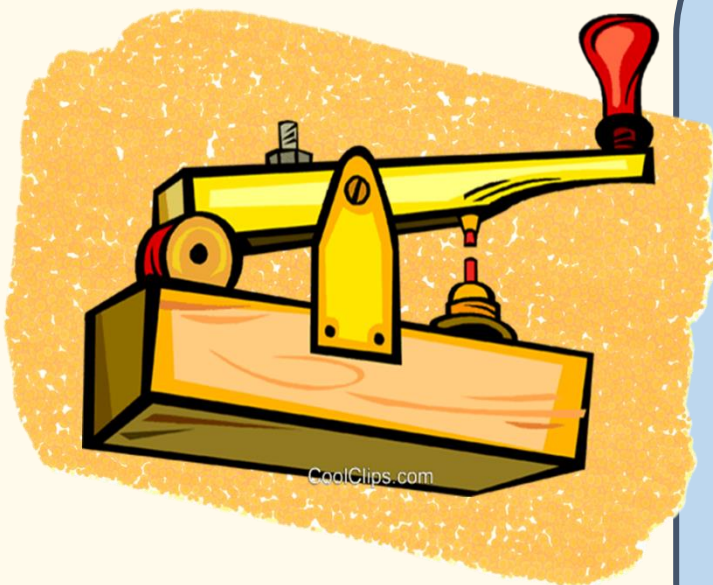
"מנהלת בית ספר מהעיר אריאל, החליטה לחלק סוכריות לכל תלמידי בית הספר על הישגיהם המצוינים בלימודים והעלאת הממוצע הבית ספרי".

נסו לחשוב – מה הם חמשת המ"מים בדיווח הזה?

פרק 4: התקשורת המשודרת



א. הטלגרף



הטלגרף היה אמצעי תקשורת להעברת מידע בין שני מקומות במהירות רבה.

בימי קדם, כשרצו להעביר הודעה למרחקים נעזרו בשליחים, או באמצעים שיכלו להראות או להישמע מרחוק כמו מדורות, דגלי ענק או תופים. לצורת התקשורת הזאת חסרונות רבים - היא מסורבלת, תלויה בראות (עד כמה קל לראות דברים מרחוק) ובמזג האוויר. ובוודאי אי אפשר לשלוח הודעה לארץ אחרת.

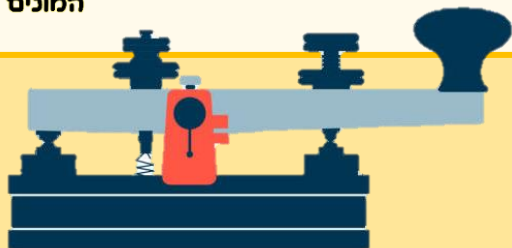
עד המצאת הטלגרף, אנשים ברחבי העולם נעזרו בהעברת מידע רק באמצעות תחבורה כלשהי: רכב, אונייה, רכיבה וכו'. מועד הגעת המידע היה תלוי במהירות הנסיעה. באמצעות הטלגרף, ניתן היה להעביר מידע במהירות גבוהה יותר.

יתרונות הטלגרף

- באותה התקופה הטלגרף מנע תאונות התנגשות בין רכבות, במסילות ברזל יחידות היה ניתן לשדר לרכבות אזהרה על רכבת שעתידה להגיע מהכיוון ההפוך.
- אנשי עסקים יכלו לאסוף מידע על מחירי מוצרים וכך לקנות מוצרים בזול ולמכור אותם עבור סכום גבוה יותר.
- במהלך המאה ה-19 הטלגרף מילא תפקיד חשוב בהעברת חדשות בין סוכנויות ידיעות בפריד ובלונדון.

מעניין לדעת!

מקור המילה טלגרף ביוונית הוא "כתב-רחוק". זה בדיוק מה שאיפשרה טכנולוגיית הטלגרף - לכתוב ולהעביר למרחקים מסרים כתובים, שנקראו אז "מברק".



מדברים



מי יפקח על הטלגרף? האם מדובר באמצעי תקשורת חופשי?

האם הטלגרף צריך להיות בשליטה ממשלתית או בשליטה פרטית?

בעבר, היו יוזמות שאנשים פרטיים יוכלו להשתמש בטלגרף בתשלום. למשל, בארה"ב הטלגרף היה בהתחלה בשליטת הממשלה ובהמשך עבר לשליטה פרטית. אנשים סברו שלא ראוי שכלי עוצמתי כל כך כמו הטלגרף יהיה בידיים פרטיות אך הממשלה לא רצתה לקחת אחריות על מערכת שלא נוסתה ולכן היא עברה לידיים פרטיות.

בבריטניה הייתה ביקורת על כך שהממשלה לא השקיעה ולא פיתחה את הטלגרף ולכן לא היו מספיק משדרי טלגרף.

ממציא הטלגרף

סמואל מורס האמריקאי השלים בשנת 1844 את פיתוח הטלגרף, שארך 10 שנים ואיפשר לשדר מסרים והודעות בשפת מורס שפיתח, באמצעות כבלים.



הטלגרף שפיתח מורס היה מכשיר ששימש להעברה של הודעות למרחקים ארוכים על ידי תשדורות של אותות אלקטרומגנטיים, כשכל צירוף של אותות קו או נקודה משמש בתור אות במסר המילולי. לצופן זה הוא קרא "שפת מורס" או "קוד מורס".

מהו קוד המורס?

קוד מורס או שפת מורס הוא שיטת שידור של מסרים ותקשורת, שקדמה לטלפון. שיטה זו איפשרה להעביר הודעות שנקראו "מברקים", בין מקום למקום ומאדם לאדם. בקוד מורס יש לכל אות ומספר צירוף של קווים ונקודות. האיש המשדר שולח את ההודעה באמצעות מכשיר שמשדר מורס, ברצף ארוך של קווים ונקודות.

לדוגמה - הסימן הבינלאומי למצוקה או חירום הוא SOS. בשפת מורס הוא נראה כמו 3 נקודות, 3 קווים ושוב 3 נקודות. זה כך משום שהאות S היא 3 נקודות והאות O היא 3 קווים.



ה-א'-ב' של קוד המורס בעברית

א	.. - .	1	--- .	(.)	-. -. -. .
ב	 -	2	--- . .	(,)	-. -. -. -. -
ג	... - -	3	--- . . .	(?)	. . -. -. .
ד	.. - -	4	---		
ה	- - - -	5	. . -. -. .		
ו	. - - -	6	. . -. -. -. -		
ז	. . -. -. -	7	. . -. -. -. -. -		
ח	 - -	8	. . -. -. -. -. -. -		
ט	- . . . -	9	. . -. -. -. -. -. -. -		
י	. . . -	0	---		
כ	- . - -				
ת	- - -				



2. הרדיו



רדיו הוא כינוי לאמצעים ולטכנולוגיות המשמשים להעברה, שידור וקליטה של מידע באמצעות גלי רדיו. כיום המושג מתייחס בעיקר להעברה של קול. העברה של תמונה, שנעשית אף היא בגלי רדיו, קרויה "שידורי טלוויזיה באוויר".

שידורי הרדיו מתבצעים מתחנות רדיו ומתקבלים אצל קהל המאזינים במקלטי רדיו. בעת השידור הצלילים והקולות מאולפני השידור עוברים תהליך של אפנון, ולאחר מכן משודרים באמצעות אנטנות. המקלטים שאצל המאזינים קולטים את האפנון, מפענחים אותו, ומשמיעים את הצלילים ששודרו. דרך נוספת לשידור רחב היא שידורי רדיו באינטרנט.

איך נולד הרדיו?

את הרעיון הראשוני להמצאת הרדיו הניח כבר בשנת 1873 ג'יימס קלארק מקסוול. הראשון שיישם את הטכנולוגיה היה דיוויד יוז שבשנת 1878 ביצע שידור ראשון של צלילים, לאחר שגילה כי גלים אלקטרו-מגנטיים הופכים לצלילים באמצעות מכשיר טלפון ביתי. אבל ההוכחה האמתית הראשונה של התאוריה שהציג מקסוול הוצגה רק במהלך השנים 1886-1888, כשהיינריך רודולף הרץ הוכיח את התאוריה באמצעות ניסוי. גם המדענים ניקולה טסלא ותומאס אדיסון לקחו חלק במאמץ לפיתוח הרדיו.



הרדיו כאמצעי תקשורת המונים הוא פרי המצאתו של ג'וליוס מרקוני, שמימש את התאוריה של הרץ על התפשטות גלים אלקטרו-מגנטיים. הוא נכנס להיסטוריה כראשון שיצר קשר אלחוטי במורס בין צרפת לאנגליה, וזכה לתהילת עולם כששידר ב-12 בדצמבר 1901 מסר אלחוטי ראשון, שחצה את האוקיינוס האטלנטי. אט אט הפכה ההמצאה החדשה למכשיר של בידור ומידע, שבו מעבירים סוגי שידור שונים ובעיקר חדשות ומוזיקה למאזינים בביתם.

השפעתו של הרדיו על העולם

- כל מי שרצה להאזין לרדיו יכול לעשות כך – הרדיו נגיש יותר מהטלגרף או מהדואר. ברדיו התנהלו תכניות בשפה רגילה ("בגובה העיניים") כך שכלל הציבור יוכל להבין את תוכן השידורים, ולא רק אנשים מלומדים.
- הרדיו תחילה היה מיועד לקשר ימי – חיבור בין אניות לנמלים. השימוש הראשון בציווד רדיו היה בכדי להודיע לספקים מתי האנייה תגיע לנמל, וגם כדי לקבל מהנמל תחזיות של מזג אוויר ופרטים נוספים לגבי ההפלגה.
- בשנת 1912, לאחר טביעת אניית ה"טיטאניק", ועדת החקירה של אסון הטביעה הודיעה כי קבוצת הניצולים הצליחה להימלט בזכות הרדיו, ובכך הגיעו למסקנה שבכל אנייה צריכים להימצא שני משדרי רדיו.
- הרדיו השפיע גם לרעה בכך ששימש כלי תקשורת במלחמות והעברת מידע מודיעיני. מלחמות פרצו ואויבים מרים כמו הנאצים הצליחו במלחמות בגלל הרדיו.

מדברים



הרדיו הוא דוגמה בולטת לאופן שבו המדע והטכנולוגיה משפיעים על החברה. היכולת להמיר קול לאותות חשמליים, אשר עוברים באמצעות גל נושא, נקלטים במקום מרוחק, ומומרים חזרה לקול, נותנת בידינו כלי חשוב המשמש לתקשורת ולהעברת מידע. היכולת הטכנולוגית היא שמאפשרת לנו את סיקור הסביבה, העברת פרשנות, בידור ויצירת המשכיות תרבותית.

גלי רדיו משמשים לא רק להעברת שידורי רדיו. גם שידורי טלוויזיה מתאפשרים באמצעות גלי רדיו, כמו כן תקשורת נתונים, ניווט ועוד.

ללא הפיתוחים הטכנולוגיים שאפשרו את השימוש ברדיו, לא הייתה מתאפשרת סוג התקשורת אשר משפיעה על חיינו באופן כה מהותי.

מהי תסכית?

תסכית היא תוכנית רדיו שבה מוגש סיפור או חלק מעלילה שלמה באמצעים קוליים.

משתתפים בה קריינים וטכנאי אולפן, המגישים את הסיפור שעבר עיבוד מתאים להאזנה. תסכיתים היו חלק פופולרי מתרבות הבידור של המאה ה-20, והיו מרכיב חשוב בלוח השידורים של כל תחנת רדיו בארץ ובזרות.

מעניין לדעת!

בניגוד לטלגרף ולטלפון שתלויים בחיבור כבלים מנקודה לנקודה, הייחודיות של הרדיו היא שהוא אינו תלוי בחיבור פיזי.

אירוע מרכזי של הרדיו – מלחמת העולמות

ב-30 באוקטובר 1938, לכבוד ליל כל הקדושים שחל למחרת, שידר השדרן בתחנת הרדיו של סי-בי-אס תסכית רדיו המבוסס על ספר של ה' ג' ולס בשם "מלחמת העולמות".

"מלחמת העולמות" הוא ספר בדיוני שחיבר ה' ג' ולס בשנת 1898. עלילת הספר עוסקת בפלישת חייזרים ממאדים לכדור הארץ.

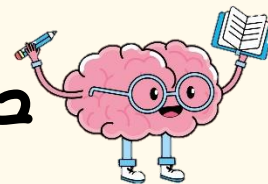
שידור התסכית היה במתכונת של שידור אירוע ישיר, תוך פריצה לשידור באמצע תוכנית של מוזיקה קלה. אורסון וולס היה השדר ועשה זאת בצורה כה משכנעת, עד שהתעוררה בהלה ומנוסה של רבים מבתיים באזור ניו יורק ובאזור ניו ג'רזי.

כוחות של המשמר הלאומי הוזנקו להילחם ב"פולשים" ממאדים, ובדרום ארצות הברית חברו קבוצות רבות של אנשים לתפילות המוניות נגד הפולשים.

נטען אף שמספר אנשים ניסו להתאבד מרוב פחד. השידור הפך למיתוס היסטורי, ונחשב כיום לאירוע מרכזי של הרדיו, שכן מרגע זה ואילך הרדיו הפך לאמצעי תקשורת המונים בעל השפעה רבה ופופולארי מאוד.



בואו לאתגר את המוח!



1. מה הם היתרונות של הטלגרף? סמנו את התשובה הלא הנכונה.

- לראשונה היה ניתן להעביר מסרים קוליים דרך הטלגרף
- המסרים עברו במהירות גבוהה יותר מאשר העברתם באמצעות אנייה
- הטלגרף מנע תאונות התנגשות בין רכבות
- הטלגרף איפשר לאנשי עסקים לאסוף מידע

2. מדוע הטלגרף לא היה מפוקח על ידי הממשלה? הסבירו.

3. בואו לתרגל קוד מורס!

א. נסו לפענח את שפת המורס שכתובה (כל שורה מייצגת אות אחת).

___ - (• • - -)	___ - (- •)	___ - (- - -)	___ - (- -)	___ - (• - • -)
___ - (- - -)	___ - (-)	___ - (- -)	___ - (•)	___ - (- -)
		___ - (- - •)	___ - (• - •)	___ - (•)
	___ - (• •)	___ - (• - • -)	___ - (- •)	
	___ - (- •)		___ - (• • • •)	



ב. כתבו את השם שלכם בשפת המורס:

4. השלימו את המילים החסרות מבנק המילים במשפטים הבאים:

בנק המילים: המקלטים, אנטנות, קולטים, אפנון

בעת השידור הצלילים והקולות מאולפני השידור עוברים תהליך של _____, ולאחר מכן משודרים באמצעות _____. ה _____ שאצל המאזינים _____ את האפנון, מפענחים אותו, ומשמיעים את הצלילים ששודרו.

5. מנו כאן את כל פורצי הדרך של הרדיו:

- | | |
|----------|----------|
| _____ 4. | _____ 1. |
| _____ 5. | _____ 2. |
| _____ 6. | _____ 3. |

6. מה לא נכון בנוגע לרדיו?

- הרדיו שידר תכניות בגובה העיניים
- הרדיו היה כמעין מחבר בין אנייה בים לבין הנמל
- בזכות הרדיו כל האנשים על אניית ה"טיטאניק" ניצלו מטביעה
- הנאצים הסתייעו במכשיר הרדיו בכדי לנצח במלחמות

7. מה לדעתכם השדרן היה צריך לעשות בכדי לא לעורר את הסערה שקרתה בעקבות השידור על "מלחמת העולמות"?

8. מה ניתן לעשות באמצעות הרדיו? סמנו את התשובה הלא נכונה.

- להניע רכבת
- להפעיל שידורי טלוויזיה
- להפעיל תקשורת אינטרנטית
- לנווט

ג. הרדיו בישראל

רשות השידור של פלשתינ

שידורי הרדיו בארץ ישראל החלו לראשונה בתקופת המנדט הבריטי.

- השידור העברי הראשון בארץ ישראל היה בשנת 1936 – בחסות ממשלת המנדט הבריטי.
- תחנת הרדיו נקראה "רשות השידור של פלשתינ" ושידורי הרדיו עצמם נקראו "קול ירושלים".
- השידורים היו רשמיים וכללו הודעות ומסרים מטעם הממשל של המנדט הבריטי בישראל.

הרדיו של המחתרות

המשטר הבריטי לא איפשר ליהודים להחזיק בתחנת רדיו משלהם, מחשש כי באמצעות הרדיו יוכלו ארגוני היהודים לעורר התנגדות כלפי הבריטים.

בשנת 1939 נפתח הרדיו המחתרתי הראשון בארץ ישראל – הרדיו היה של ארגון האצ"ל ושידוריו נקראו "קול ציון הלוחמת". בראשית פעולתה, שידרה התחנה מתל אביב שלוש פעמים בשבוע. תחנת השידור של האצ"ל הייתה מיושנת והמשדרים הונחו בתוך מזוודה קטנה הנוחה לנשיאה. כדי למנוע מהמשטרה הבריטית לאתר את השידור, היו השידורים קצרים, כעשר דקות, ונערכו כל פעם ממקום אחר. הציבור ידע את פרטי התחנה בעזרת כרזים שהופצו על ידי האצ"ל, בהם אורך הגל ושעת השידור. כל שידור פתח בשיר "חיילים אלמונים" ולאחריו המילים: "קול ציון הלוחמת, קול ציון המשתחררת".

במקביל לשידורים המחתרתיים של האצ"ל, ארגון "ההגנה" החל לשדר גם הוא בעברית, השידורים, שנקראו "קול ישראל", כללו חדשות במהלך היום וסיפורים על גיבורים יהודים.

כדי לא להתפס על ידי הבריטים, הייתה התחנה משדרת לסירוגין מדירות שונות בתל אביב ובמקומות נוספים בארץ. גם הקריינים ששידרו בתחנה היו מתחלפים כדי שקולם לא יזוהה וכן, תדרי התחנה היו משתנים. בשנת 1947 שידרה התחנה בשידור ישיר מול חופי חיפה מהאנייה "אקסודוס".

מדברים על "קול ציון הלוחמת"



ב-15 במרץ 1939, לאחר כמה שידורי ניסיון, החלה התחנה לשדר בקביעות מתל-אביב. באוקטובר הופסקה פעילותה, בעיקר בגלל הפילוג בין אצ"ל ללח"י, לאחר שאיש הארגון אליעזר סירקיס פרש ללח"י ולקח איתו את המשדר. מאמצע 1941 ועד תחילת 1942 הפעיל לח"י תחנת שידור באותו שם. בדצמבר 1942 התחדשו השידורים על-ידי האצ"ל, ונמשכו לסירוגין למרות ניסיונות הבריטים להפסיקם, עד לתפיסת המשדר ב-2 במרץ 1944. לאחר שנתיים, חודשו השידורים, ונמשכו בקביעות עד לקום המדינה. כינויה של התחנה בפי אנשי הארגון היה "הקונצרט". כל שידור החל בשריקת הנעימה "חיילים אלמונים", ולאחריו המלים "קול ציון הלוחמת, קול ציון המשתחררת, תחנת השידור של הארגון הצבאי הלאומי בארץ-ישראל". לאחר הפיצול בתנועה השתנתה נעימת הפתיחה לשריקת השורה "למות או לכבוש את ההר" מ"שיר בית"ר".

העדות הכתובה הראשונה לפעילותה של התחנה נמצאת בדיווח ששלח יוסף גרביצקי ב-16 במרץ 1939 לחברי הנהלת הסוכנות היהודית. "אתמול בשעה תשע בערב", כתב, "שמעו במקומות שונים בארץ שידור בגלים קצרים מתחנת רדיו המכריזה על עצמה כעל 'רדיו הארגון הצבאי הלאומי', השידור החל בשירת ה'תקווה' ובהקראת כרוז: 'ברגע היסטורי זה מודיע הארגון הצבאי הלאומי בארץ-ישראל בשם העם כולו: לא נוותר על מולדתנו'. התוכנית נגמרה בשירת ה'תקווה' ובהודעה על השידור הבא".

את השידור הראשון קיריינה אסתר רזיאל. כעבור זמן תיארה את החוויה במלים הבאות: "הוטל עלי לבצע את תפקידי ללא כל הכשרה מוקדמת, ורק הניסיון והזמן מורי. מוצפת התרגשות בל תתואר אחזתי בידי את קופסת המתכת, אותה קופסה שבאמצעותה הועבר דבר הארגון לאוזני העם [...] בסיום השידור היה כתוב השיר 'חיילים אלמונים'. ההוראה היתה לקרוא אותו מן הכתב, אולם בשל ההתרגשות הרבה שאחזה בי, שרתי אותו. למחרת נודע לי כי רבים מחברי הארגון הכירו את קולי בשעת השירה, ונאסר עלי לחזור שנית על מעשה זה".

התחנה מסרה בעיקר הודעות מטעם הארגון, כמו גם חדשות מהארץ והעולם. את החומר לשידור כתבו בתחילת הדרך אברהם שטרן, דוד רזיאל וד"ר י. ה. יבין. מאוחר יותר תרם חומרים גם מנחם בגין. העיתונאי אריה זיו, שעבד בצנזורה הבריטית, היה מביא דרך קבע לרכז מערכת התחנה את הידיעות שנפסלו על-ידי הצנזורה.

אחד השידורים הראשונים, ב-14 ביוני 1939, נפתח במלים: "הללו הללו קול ציון הלוחמת, הללו הללו קול ציון המשתחררת, רדיו של הארגון הצבאי הלאומי. נוער עברי, כולכם רואים עכשיו שהכוח היחיד בארץ-ישראל הפועל, הנלחם בחירוף נפש ובגבורה חשמונאית למען שחרור המולדת וכיבושה הוא הארגון הצבאי הלאומי [...] אסון העם ואסון ציון קורא אותך להצטרף לאלה הכותבים מחדש את דפי הגבורה של ההיסטוריה הישראלית החדשה [...] הצטרפו לשורותינו, לוחמי השחרור, הצטרפו לאלה שיניפו מחדש את נס יהודה המכבי ושמעון בר-כוכבא על הרי ציון ועמקיה – ובכוחות משותפים, אחים, נשחרר את המולדת".

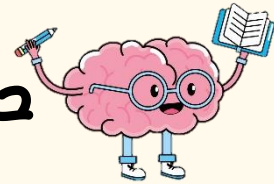
התחנה שידרה בגלים קצרים ובטכנולוגיה בסיסית ביותר, באמצעות משדר נייד בצורת מזוודה שבנה חבר הארגון מישה שלימק. המשדר טולטל ממקום מסתור אחד לאחר לפני כל שידור. תומכי הארגון נדבו למטרה זו את דירותיהם, וההכנות לשידור כללו את ריקון הדירה מיושביה, השגת אליבי מבוסס עבורם ו"פריצה" של השדרים לדירה כך שבעליה לא יואשמו בשיתוף פעולה גם אם הקריינים ייתפסו. צוות אבטחה פיטרל בסביבות מקום השידור, כדי להתריע מפני שוטרים וחיילים בריטים.

בספרו "המרד" כותב מנחם בגין: "אחד האמצעים החשובים בהסברתנו, בייחוד כלפי חוץ, היתה תחנת השידור שלנו [...] מתחילה לא שידרנו אלא חמש דקות. קראנו בספרות המחתרת האירופית כי הגרמנים, בהשתמשם במכונות-גילוי מיוחדות, היו מצליחים, תוך שש דקות, לגלות בדיוק את המקום ממנו נישא קול אויביהם הנסתרים. הנחנו כי אין לבריטים מכונות יותר טובות או יותר גרועות מאשר לגרמנים. לפיכך השארנו לנו דקה אחת לסילוק המשדר. אחר מכן נמאס לנו העניין [...] פירסמנו אזהרה כי אם הבריטים ינסו לגזול מאיתנו את תחנת השידור, ישלמו בעבור הניסיון בדם [...] התחלנו משדרים עשר, חמש-עשרה, עשרים דקות [...] בשידורים היו בדרך-כלל 'חדשות', אם בתיאור עובדות ואם בניתוח פוליטי. הם היו זוכים, כפי שלמדנו, לפרסום נרחב מאוד בעיתונות העולמית, ועד לסידני וסן-פרנסיסקו הגיעו".

ב-14 במאי 1948 נערך השידור האחרון – נאום לאומה של מפקד הארגון מנחם בגין, שהודיע על פירוק ארגון המחתרת והפיכתו למפלגה פוליטית. בספרו "הקונצרט" במחתרת מתאר משה שטיין את המעמד: "המפקד נכנס לחדר שממנו יישא את דבריו והתיישב ליד השולחן שעליו ניצב המיקרופון. קמתי, פתחתי את מתג המיקרופון, השמעתי שלוש שריקות – אות הפתיחה של 'קול ציון הלוחמת' – וקראתי למאזינים: 'האזינו לדברי המפקד של הארגון הצבאי הלאומי'. פניתי לבגין ואמרתי: 'אדוני המפקד, המיקרופון לרשותך'". בתום נאום היציאה מהמחתרת הפך שמה של התחנה ל"קול החירות", והיא המשיכה לשדר עוד כחודשיים.

*הטקסט נלקח מאתר "העין השביעית" | "קול ציון הלוחמת"

בואו לאתגר את המוח!



1. מהו הרדיו המחתרתי?

2. לפי הטקסט "קול ציון הלוחמת", מדוע התחנה נקראה "הקונצרט"?

3. מדוע נאסר על אסתר רזיאל לשיר בשנית בתחנה?

- א. כיוון שמנהלי התחנה לא אהבו את קולה
- ב. כיוון שהקהל לא התעניין בשירתה
- ג. כיוון שהיה חשש שהבריטים יזהו את קולה ויסגרו את התחנה
- ד. כיוון שלא הייתה זמרת כלל, אלא שדרנית

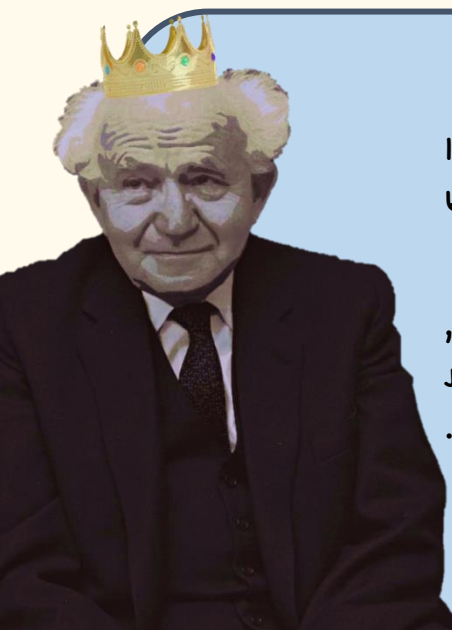
4. סמנו את התשובה הנכונה - באחד השידורים, מפעילי תחנת "קול ציון הלוחמת" ניסו לגייס את הנוער היהודי לשורות הארגון.

נכון / לא נכון

הוכיחו את תשובתכם

מהטקסט:





הרדיו הממלכתי

עם קום מדינת ישראל, אומץ השם "קול ישראל" גם לתחנת הרדיו הממלכתית של המדינה והיא הייתה תחת הפיקוח של משרד ראש הממשלה.

ראש הממשלה, דוד בן-גוריון, שהתנגד נחרצות לייבוא הטלוויזיה לארץ, ראה ברדיו אמצעי תקשורת חשוב ועוצמתי בכדי להעביר הודעות לתושבי המדינה החדשה וגם כדי להעלות את המצב רוח ואת המורל.

לימים הוחלט כי "קול ישראל" יהפוך למוסד ממלכתי, ו"רשות השידור" תפקח עליו.

רשות השידור

רשות השידור של ישראל הוקמה בשנת 1948 והיא מעוגנת בחוק הישראלי החל משנת 1965. הגוף אמון על הפעלת השידורים הממלכתיים של מדינת ישראל, כלומר, שידורי רדיו וטלוויזיה שמתוקצבים על ידי הממשלה.

לפי חוק רשות השידור, הרשות "תקיים את השידורים כשירות ממלכתי". החוק קבע את תפקידיה, ובהם שידור תכניות חינוך, בידור ומידע על מגוון תחומי החברה, הכלכלה, התרבות, המדע והאמנות במטרה להראות, בין השאר, את חיי המדינה, מאבקה, יצירתה והישגיה ואת חייהם ותרבותם של כל חלקי העם. לפי החוק, על הרשות להבטיח כי בשידורים יינתן מקום לביטוי של ההשקפות והדעות השונות הקיימות בציבור הישראלי.

ב-29 ביולי 2014 הכנסת אישרה את סגירתה של רשות השידור והקמת תאגיד שידור חדש בשם "תאגיד השידור הישראלי". הרשות הפסיקה את שידוריה ב-14 במאי 2017.



הרדיו הפיראטי

כל גוף המעוניין לשדר רדיו או טלוויזיה בישראל זקוק לרישיון שידור מתאים ממשרד התקשורת. הפעלת תחנת רדיו בתחומי ישראל ללא רישיון היא עברה פלילית, ומכונה "רדיו פיראטי".

עם זאת, במשך השנים פעלו מספר תחנות רדיו פיראטיות כמו שידורי "קול השלום", של השדרן אייבי נתן שהתחילו בראשית שנות ה-70 ושידורי תחנת הרדיו הימנית, דתית לאומית "ערוץ ד", שהחלה לשדר בסוף שנות ה-80.

מדוע כל מי שרוצה לשדר חייב ברישיון?

- אין הרבה תדרים שניתן לשדר עליהם, ולכן יש צורך שהמדינה תסדר את התחנות לפי תדרים כך שלא יהיו התנגשויות.
- האמצעים בהם משדרים האנשים בלי הרישיון, עלולים לשבש את התדרים הצבאיים וגם את התדרים של התעופה, מה שיכול להוביל לאסונות.

מעניין לדעת!

פעמים רבות הבחירה של תחנת הרדיו לעבוד באופן פיראטי נובעת מהרצון לשדר תכנים שאינם עולים בקנה אחד עם חוקי המדינה ושאר המסגרות המחייבות את תחנות הרדיו, שכן הרדיו הפיראטי אינו כפוף לצנזורה. לדוגמה, בתקופת מלחמת האזרחים בסוריה פועלות תחנות רדיו פיראטיות השייכות לאופוזיציה (המפלגות שלא חלק מהשלטון).

גלי צה"ל

גלי צה"ל (בראשי תיבות: גל"צ) היא תחנת רדיו ארצית, הפועלת במסגרת צה"ל, כיחידה של חיל החינוך והנוער. שידורי גלי צה"ל כוללים יומני חדשות, תוכניות אקטואליה, תוכניות מוזיקה, שידורים של מופעי מוזיקה, מגזינים בנושאי צבא וביטחון ועוד. גלי צה"ל החלה את שידוריה ב-24 בספטמבר 1950, בשעה 18:30. ראש הממשלה דוד בן-גוריון הגדיר את שתי המטרות העיקריות של התחנה החדשה: הראשונה: לשמש כלי לביטחון ולהתגוננות, אמצעי קשר יעיל לכוחות הצבא. והשנייה: לשמש כלי לחינוכו של הנוער והעם, אמצעי לקליטת העולים, להנחלתן של הלשון וידיעת הארץ.



מדברים על "קולה של אמא"



"קולה של אמא" היא אחת מתוכניות הדגל של תחנת הרדיו גלי צה"ל. בתוכנית עולות לשידור אימהות של חיילים, ומספרות על בניהן או על בנותיהן, על המסלול הצבאי של ילדיהן, על תחביביהם ועל המשפחה, על הקושי האישי שלהן ועל הפחדים שלהן.

מבנה התוכנית אינו מקורי לישראל ויובא מגרמניה, שבה הייתה תוכנית רדיו שקישרה בין אימהות לבניהן השוטרים, הכבאים וגם החיילים. כש"יובאה" התוכנית לישראל היא עברה שינויים נדרשים בפורמט, והייתה להצלחה. בתחילה דיברו בכל שבוע עם ארבע אימהות, ולא יצרו קשר עם החיילים בשטח, אך באמצע שנות ה-90 הועלה הרעיון לשלוח בכל שבוע ניידת שידור אל החיילים בשטח, ומאז מיושם הרעיון בהצלחה. ניידת השידור של התוכנית ביקרה בכל חלקי ישראל, כדי להביא את קולות החיילים אפילו מהנקודה הרחוקה ביותר שבה הם נמצאים.

ניידת השידור מאפשרת לחיילים הקרביים לספר קצת על ההווי הצבאי, ונותנת לחיילים לשכוח לזמן קצר את הפעילות המבצעית השוטפת והקשה. כמו כן מחלקת ניידת השידור פרסים לחיילים שהיא מבקרת.

בתקופות של אירועים מיוחדים הפוקדים את המדינה, גם מערכת התוכנית מתגייסת למענם החיילים והתושבים. בתקופת מלחמת לבנון השנייה בשנת 2006 קיבלה התוכנית משמעות רבה ובלטה בקרב תוכניות הרדיו.

בשנת 2005 זכתה התוכנית בפרס מפקד גלי צה"ל לרגל משדר לציון 25 שנה לתוכנית, ובשנת 2008 זכתה בפרס שנית בקטגוריית צבא וביטחון.

*הטקסט נלקח מאתר "בריינפופ"



ד. מבנה תחנת הרדיו

כיצד בנוי האולפן?

אולפן הרדיו הוא לא חדר רגיל, אלא חדר מיוחד שנבנה ומעוצב במיוחד למטרתו – העברת שידורים ללא כל הפרעה.

האולפן הוא בעצם חלל מעוצב על ידי מהנדס אקוסטיקה, מכיל מיקרופונים, אוזניות ומקלדת שליטה מצומצמת. בהרבה מקרים האולפן מכיל גם מצלמות שמצלמות את השדרנים ואת תכנית הרדיו בכדי להתאים את הרדיו לעידן הדיגיטלי.

בנוסף לחדר ההקלטות, בו מתבצעים כלל השידורים ומשם בעצם השדרנים מדברים, קיים חדר נוסף צמוד לחדר ההקלטות – חדר השליטה "הקונטרול".

חדר השליטה (בדרך כלל עמדה ליד חדר ההקלטות) מכיל את ציוד ההקלטה, הניתוב, התפעול והסאונד. בעצם החדר הזה שולט בשידור הרדיו, בעוצמת הקול, בשירים, בפרסומות ועוד. מי שיושב בחדר השליטה הם האחראים והמנהלים של התכנית.

מי הם בעלי התפקידים?

בתחנת הרדיו ישנם בעלי תפקידים שהם אמונים על השידורים ואופי התחנה.

➤ עורך – מנהל את תכנית הרדיו – אחראי על התכנים ועל המידע המועבר לשדרנים.

➤ מפיק ראשי – אחראי על התנהלות נכונה והכנה לשידור.

➤ טכנאי שידור – מפעיל את הרדיו ואת המיכשור.

➤ שדרנים – משדרים את התכנית, מנחים ומובילים את השידור.

➤ תחקירן – אוסף את כל החומרים לפני השידור, מראיין את האנשים מראש, מכין את הטקסטים.



ה. הרדיו החדש - הפודקאסט

אחרי שהרדיו שיגע את העולם והפך להיות המדיום הפופולארי ביותר בקרב האנשים צורכי התקשורת, גם אמצעי זה הגיע לתקופת רגיעה בשלב מסוים. כמו העיתון, גם הרדיו "ננטש" לטובת אמצעי התקשורת הבא שנוצר – הטלוויזיה. אנשים נהנים יותר גם לצפות וגם לשמוע מאשר רק לשמוע, ובכך אחוזי המשתמשים ברדיו צנחו וגם הוא הפך לאמצעי תקשורת מיושן יחסית. עם זאת, הרדיו עדיין נחשב מדיום הכרחי ואנשים רבים עדיין משתמשים בו, אך אנו רואים שהמקום בו אנשים צורכים את הרדיו הכי הרבה הוא הרכב. הנסיעה בדרכים יכולה להיות ארוכה ומעייפת ולכן אנשים רבים נעזרים ברדיו בכדי להאזין למוזיקה או להתעדכן בחדשות היום. למה רדיו למרות שיש אמצעי תקשורת חדישים יותר? כיוון שנסיעה על הכביש דורשת מהנהג להיות תמיד עם העיניים על הכביש ובכך להיות מרוכז בנסיעה, ולכן הרדיו הוא כלי נהדר עבור הנהגים אשר עיניהם אחוזות בכביש ואוזניהם מאזינות לצלילי הרדיו בהנאה.

הרדיו עדיין בשימוש זה נכון, אך חשבו אנשים – כיצד נהפוך את הרדיו לאמצעי חדיש יותר ומושך יותר בקרב מול האמצעים והטכנולוגיות החדשות? וכך נוצר הפודקאסט.

המילה "פודקאסט" מורכבת משתי מילים: ה-Pod נגזר מנגן המדיה של Apple - האיפוד iPod - ה-Cast הוא קיצור של המילה Broadcast (שיטות הפצה בתקשורת נתונים). הרעיון הוא חיבור השידור אל ה-iPod. האקדמיה ללשון עברית החליטה על המילה הסכמת כתרגום לפודקאסט בעברית מהמילה "תסכית".

מה החידוש שהפודקאסט מביא? הפודקאסט הוא בעצם מעין תוכנית רדיו המופצת באינטרנט בחינם או בתשלום, וניתן להאזין לה בכל זמן ובכל מקום, ההבדל הוא שלתכנית רדיו צריך לחכות לזמן השידור ולרוב אינה זמינה באינטרנט.

את הפודקאסט ניתן להכין מהבית באמצעות אמצעים טכנולוגיים כגון מיקרופון איכותי ותוכנת עריכה.

החידוש הנוסף שהפודקאסט מביא הוא **התוכן**. יוצרים רבים מנסים לצאת מהתבנית של הרדיו ומשתדלים ליצור את הפודקאסט ככלי יותר אישי לגשת למאזין. בנוסף, באמצעות הפודקאסט ישנה הזדמנות להאזין לנושאים שלא דווקא משודרים בחדשות הרדיו, אלא נושאים רבים ומגוונים אחרים.

תהליך הכנת הפודקאסט

הכנת פודקאסט היא תהליך יחסית פשוט אך דורש הכנה מראש והשקעה ודיוק בכל הפרטים. בדומה לתכנית רדיו, כתיבת ספר או סדרה – גם בפודקאסט נדרש להגדיר רצף של התחלה, אמצע וסוף – כלומר פתיחה, תוכן הדברים וסיום. פודקאסטים רבים כוללים גם ריאיון או מועברים בצורת שיחה בין שני משתתפים או יותר.

- בפתיחת הפודקאסט אנו נסביר על מה נדבר במהלכו, מה יהיו הדברים המרכזיים בהם נדון ועם מי נשוחח (במידה וכלול גם ריאיון)

פתיחה

- בחלק הזה של הפודקאסט נציג את הרעיון המרכזי עליו מתבסס הפודקאסט. כאן אנו נרחיב בפרטים ונקשור את כולם לרעיון המרכזי

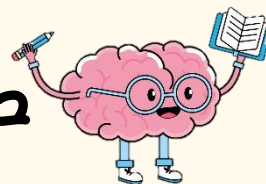
תוכן
הדברים

- בסיומו של הפודקאסט, נחזור על הנושאים המרכזיים עליהם דנו, תובנות ומסקנות שעלו תוך כדי ההקלטה ופרידה מהמאזינים

סיום



בואו לאתגר את המוח!



1. מהן הסיבות שבגללן יש דרישה להוציא רישיון להפעלת רדיו?

2. סמנו את התשובה הנכונה – דוד בן גוריון לא ראה את תחנת גלי צה"ל כתחנה שמספקת צרכים בידוריים.

נכון / לא נכון

כתבו את המטרות שהגדיר ראש הממשלה דוד בן גוריון לתחנת הרדיו גלי צה"ל:

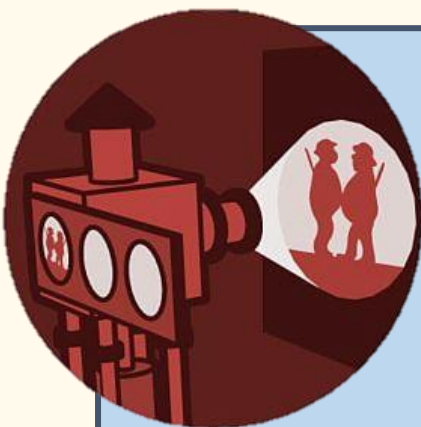
3. מהו עיקרה של התוכנית "קולה של אמא"? תארו את השינויים בתוכנית במהלך השנים

4. תארו את תפקידי הרדיו המתבטאים בשידור תוכניות כמו "קולה של אמא"

פרק 5: הקולנוע

א. שלב טרום הקולנוע

פנס הקסם



מאז ומתמיד השתעשע האדם בהצגת דמויות וצללים על קירות או בדים, וכבר במאה ה-17 החלו אנשים שונים לערוך ניסויים כדי ליצור סרטים. באותה התקופה "סרט" היה לא יותר מסדרה של תמונות דוממות המוקרנות על מסך במהירות מסוימת. פריצת הדרך הראשונה הייתה המצאת "פנס הקסם" שיצר כומר גרמני בשם אתנסיוס קירשר. הפנס היה מעין מקרן שקופיות מסורבל דרכו היה ניתן להקרין תמונות.

אט אט הפך "פנס הקסם" לאטרקציה במקומות רבים ואף נערכו אירועים של הקרנת צלליות בחוצות. בהמשך התפתח הפילם וכך נוצרה המצלמה הנייחת שבאמצעותה צולם הסרט המתנועע שבעצם היה סדרה של תמונות בודדות שכל אחת מהן מתארת מצב שונה מקודמו. כשמקרינים את התמונות האלו במהירות נכונה, נוצרת אשליה של תנועה רצופה.

המצאת המצלמה והקינטוסקופ

בשנת 1889 תומאס אדיסון ועוזרו ויליאם דיקסון הצליחו להמציא את המצלמה הראשונה. כעבור שנתיים אדיסון בנה את אולפן הסרטים הראשון בניו-ג'רזי שבארצות הברית. האולפן היה מבוקש מאוד בגלל המיוחדות שלו, ובו היה ניתן לסובב את גג האולפן לפי תנועת השמש וכך לשלוט בתאורה בזמן הצילומים. הסרטים הראשונים היו באורך של כמה דקות בודדות ותיארו דמויות ומצבים עליזים. הם הוצגו במתקן מיוחד שנקרא "קינטוסקופ". תמורת סכום כסף קטן אפשר היה להציץ בחלונית הקינטוסקופ. כעבור זמן קצר נפתחו אולמות הצצה בקינטוסקופ, המתקנים הללו פוזרו גם בחנויות שונות ועשרות אנשים חיכו בתור למכונות האלו כדי לצפות בסצנות משעשעות.



האחים לומייר והסרטים הראשונים

באותה התקופה, מעבר לאוקיינוס, שקדו האחים אוגוסט ולואי לומייר על שכלול המצלמה של אדיסון. האחים הצליחו לפתח מצלמה ניידת עם ביצועים טובים יותר – הסינמטוגרף, שעל שמו ייקרא המדיום החדש – הסינמה, הקולנוע.



הודות לסינמטוגרף פרץ הצילום אל מחוץ לאולפן הסרטים וכבר בשנת 1895 הפיקו האחים את סרטם הראשון שנקרא "יציאה ממפעל לומייר". הסרט מציג פועלים שיוצאים מחוץ לשערי המפעל.

סרטי האחים לומייר היו קצרים מאוד, אך הצופים בהם היו משתעשעים ומתרגשים. הנושאים של הסרטים היו מאוד פשוטים: רכבת עוזבת את התחנה, הריסת קיר, האכלת תינוק וכו'.



ההזמנה להקרנת הסרטים "גראנד קפה". 1895, פריז.

מעניין לדעת!

ב-28 בדצמבר באותה השנה שהאחים לומייר הפיקו את סרטם הראשון, "גראנד קפה" בפריז, הקרינו האחים אוסף של עשרה סרטים קצרצרים, בני 10 עד 40 שניות כל אחד, לפני 23 צופים תמורת דמי כניסה של פרנק (מטבע צרפתי) אחד. אפשר לומר שאוגוסט ואחיו לואי לומייר היו הראשונים שהביאו את הסרטים לאולם קולנוע, והפכו את הסרט לחוויה קבוצתית ולא יחידנית כפי שהיה בקינטוסקופ.

ב. הראינוע

עידן הסרט האילם

הראינוע, או הסרט האילם, היו יצירות מצולמות בתנועה, אך ללא קולות וצלילים. הם צולמו באופן פשוט למדי. בסרט האילם לא היה אפילו "קלוז אפ", כלומר לא צילמו מקרוב. זאת מכיוון שההתייחסות אליו הייתה אז כאל תיאטרון מצולם. המילה מורכבת משתי מילים: "ראי" = לראות, מראה, ו"נוע" = תנועה, נע.

עידן הסרט האילם הצמיח דמויות פופולריות כמו צ'רלי צ'פלין, הצמד לורל והרדי המוכרים כ"השמן והרזה" ובאסטר קיטון.

מעניין לדעת!

מכיוון שהסרט האילם היה ללא קולות, הושיבו בעלי בתי הקולנוע נגנים שישבו באולם וליוו את הסרט, כשהם מנגנים מוסיקה שמתאימה להתרחשויות שבו.



מדברים על צ'רלי צ'פלין



צ'ארלי צ'פלין נחשב מגדולי שחקני הקולנוע ובמאי הקולנוע הגדול בכל הזמנים, אך הוא היה גם הכוכב הגדול של תקופת הסרט האילם - הראינוע. צ'פלין המציא את דמות "הנווד", דמות קולנועית מרתקת ואהובה שרבים בעולם רצו לראות כל סרט שבו היא משתתפת.

צ'ארלי צ'פלין היה הגיבור הבלתי מעורער של הסרט האילם. גם אחרי שהתחילו לצאת הסרטים המדברים, הוא עדיין המשיך לעשות סרטים אילמים. חלק מכוכבי הראינוע הגדולים לא הצליחו לשרוד את המעבר לסרט המדבר והקריירה שלהם התרסקה. חלק מהם בגלל שקולותיהם לא היו נעימים לצופים וחלק מפני שהדיבור הסגיר את זרותם או את חוסר כשרונם בקולנוע החדש הזה.

אבל גם כשצ'פלין אוזר אומץ ומחליט ליצור סרט מדבר, הוא עושה זאת בזהירות. הפעם הראשונה שצ'פלין מדבר תהיה רק בשיר האחרון שבסוף הסרט המפורסם שלו "אורות הכרך". הדמות הראשית שהוא מגלם מאבדת את מילות השיר שהיא אמורה לשיר וצ'ארלי צ'פלין שר בגיבריש, כאילו הוא רוצה לומר "רציתם דיבור וקולות בסרט, הנה מה שאני חושב על זה..."

זה לא עזר לו. הסרט הצליח וקולו של צ'ארלי צ'פלין החל להישמע בסרטיו הבאים ונחל הצלחה גם בעידן שלאחר הראינוע.

*המידע מתוך אנציקלופדיית "אאוריקה"



ג. סגנונות סרטים

מהו "ז'אנר"?

ז'אנר הוא הכללה של אלמנטים החוזרים בשתי יצירות או יותר. מקור השם הוא בעקבות מילה בצרפתית שפירושה "זהה". ניתן לראות ז'אנרים בכל סוגי האמנות: מוסיקה, ספרים, סדרות טלוויזיה וקולנוע.

לז'אנר יכול להיות גם תתי ז'אנר, שהם ז'אנרים בפני עצמם. כך למשל: ז'אנר "סרטי מתיחות" הוא בעצם תת ז'אנר של סרטי קומדיה.

על מנת לזהות/ לקבוע את שם הז'אנר יש לחלק את הסרטים לשני מרכיבים:

1. **סביבת הסרט:** היכן העלילה מתרחשת, מיקום וזמן

2. **אופי הסרט והצגתו:** איך מוצגת העלילה ובאיזה "טון"

הז'אנרים מתפתחים כל הזמן ולהם תתי סוגים שונים רבים ולעיתים סרט מסוים יכול לענות על מספר רב של קטגוריות בז'אנרים עצמם. חשוב לציין כי סרטים גם מחולקים ל"פורמט" בהם צולמו ונערכו. לדוגמה: סרטי אנימציה והנפשה וסרטים תיעודיים. בנוסף קיימים סיווגים לפי קהל: סרטי ילדים, סרטים לכל המשפחה ועוד.

ז'אנרים לפי סביבת הסרט

פעמים רבות ניתן לזהות את ז'אנר הסרט לפי הסביבה בה הוא מתרחש. הסביבה של הסרט מרמזת לנו על הנושא שלנו עוד לפני הסצנות המתקדמות שקושרות את העלילה.

1. **מערבונים:** סרטים אשר עלילתם מתרחקת בתקופת המערב הפרוע בארה"ב (במהלך המאה ה-19).

2. **סרטי מלחמה:** עלילה העוסקת באירועים צבאיים שהתרחשו לאורך ההיסטוריה. לדוגמה: סרט על מלחמת העולם הראשונה.

3. **סרטי היסטוריה:** סרטים המבוססים על אירועי עבר אמיתיים. לדוגמה: עליית ראשי ממשלה או נשיאים לשלטון.

4. **סרטי תקופה:** הסרטים המתארים תקופה מסוימת שעברה על האנושות. לדוגמה: סרטים על עידן הקורונה.

ז'אנרים לפי תוכן הסרט

1. **סרטי פעולה:** או בשמם הלועזי "אקשן". מתארים לרוב סרט שההתרחשות מתנהלת במהירות שיא תוך מודעות לדמויות טובות או רעות כשלרוב ישנה שימוש ב"אלימות". לדוגמה: שוטרים מול גנבים.
2. **סרטי דרמה:** עלילה המתמקדת בדמויות עצמן ובאינטראקציות ביניהן. לדוגמה: דרמה רומנטית בין זוג חברים.
3. **סרטי הרפתקאות:** סרט המתרחש בעולמות שונים ולרוב מורכב מאלמנטים הקשורים לסרטי פעולה. לדוגמה: הארי פוטר.
4. **סרטי קומדיה:** סרטים בעלי הומור שמטרתם לגרום לבידור אצל הצופים. לדוגמה: בובספוג הסרט.
5. **סרטי מתח:** סרטים בעלי "אקשן" גבוה שמטרתם להשאיר את הצופה מרותק תוך "חשש" מהלא נודע שיבוא בהמשך.
6. **סרטים רומנטיים:** סרטים אשר העלילה הסובבת אותם הינה במערכת היחסים בין הדמויות הראשיות.
7. **סרטי "אסונות":** העלילה המנבאת אסון שעתיד להתרחש. לדוגמה: ספינה טובעת, התנגשות אסטרואיד, שינוי אקלים קיצוני.



מדברים על ההבדל בין מדע בדיוני לפנטזיה

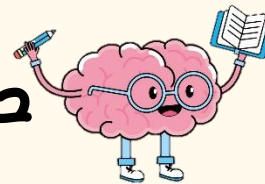


אחת השאלות המבלבלות לעיתים בעולם הז'אנרים היא מה ההבדל בין ז'אנר הפנטזיה לז'אנר מדע בדיוני?

ברוב סרטי הפנטזיה העלילה קיימת בדמיון האנושי של בני האדם בעוד שבסרטי מדע בדיוני הוא מבוסס לעיתים על ממצאים מדעיים אשר עלולים להשפיע על עתיד האנושות. לדוגמה: סרט על נסיכה קסומה עם כוחות על טבעיים (פנטזיה), סרט על מכונות מעופפות (מדע בדיוני).

*המידע נלקח ממערכת השידורים הלאומית של משרד החינוך/ שמוליק מזרחי

בואו לאתגר את המוח!



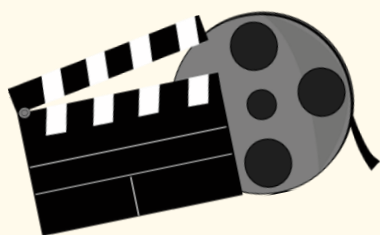
1. מהו "פנס הקסם"? תארו במילותיכם.

3. מה לא נכון לגבי ה"קינטוסקופ"?

- א. היה ניתן להציץ בחלונית הקינטוסקופ תמורת סכום כסף קטן
- ב. הקינטוסקופ הוא מוצר בו משתמשים עד היום
- ג. כעבור זמן קצר נפתחו תחנות קינטוסקופ בחנויות ואולמות.
- ד. רוב הסצנות שהיה ניתן לראות בקינטוסקופ היו סצנות משעשעות

4. מדוע לדעתכם הצופים בסרטי לומייר השתעשעו ונהנו כל כך למרות שהיה מדובר בסרטים קצרים מאוד בעלי סצנות די משעממות? הסבירו.

5. מי לא היה מעורב בהמצאת המצלמה?



- א. האחים לומייר
- ב. ויליאם דיקסון
- ג. מרשל מקלוהן
- ד. תומאס אדיסון

6. סמנו את התשובה הנכונה - צ'רלי צ'פלין לא אהב את המעבר לקולנוע ולכן לא השקיע בדיבורים בסרט הראשון שהוציא לאחר תקופת הראינוע

נכון / לא נכון

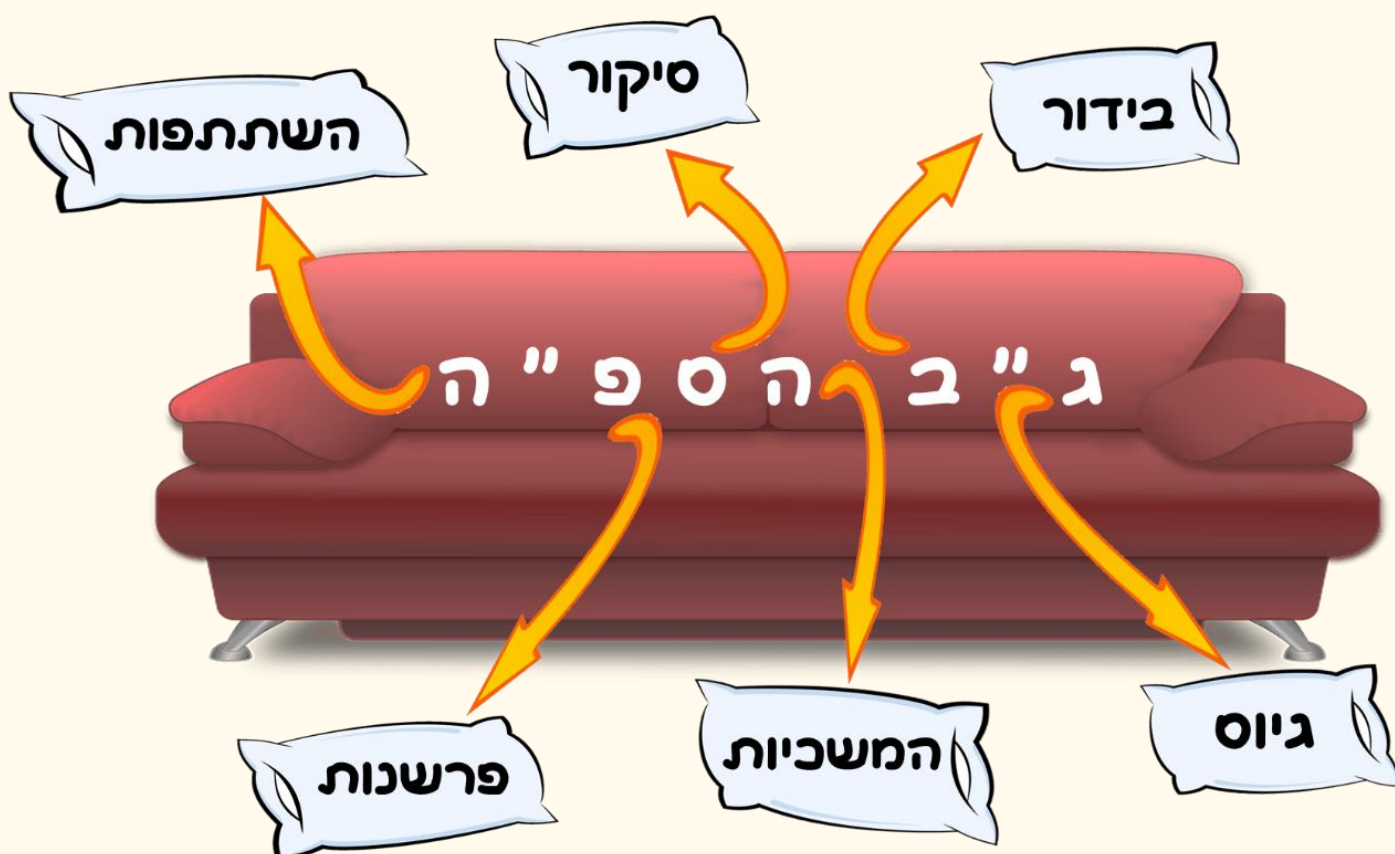
הביאו הוכחה מהטקסט שקראתם:

פרק 6: תפקידי התקשורת

א. מבוא

לתקשורת ההמונים יש שישה תפקידים ברורים המגדירים את הייעוד שלה. לרוב השם הנפוץ ביותר לתקשורת הוא **"כלב השמירה של הדמוקרטיה"** – כלומר התקשורת איננה מחויבת לשום אדם או גוף ותפקידה המוחלט הוא לשמור על הדמוקרטיה. זה נכון אך לתקשורת ישנו גם תפקיד בידורי, הרי שהאדם נעזר בתקשורת פעמים רבות על מנת לבדר את עצמו ואת סובביו.

אם כך, ניתן לסכם כי לתקשורת תפקידים רבים לצד תפקודה ככלב השמירה של הדמוקרטיה, ולמעשה נהוג **לחלק את תפקידיה לשישה:**



*חלק מהמידע נלקח ממערך השיעור של מאיר זילכה, גבעת גון ירושלים

ב. ששת תפקידי התקשורת

גיוס

אחד מתפקידיה של התקשורת הוא **גיוס**. התקשורת מגייסת אנשים וצרכנים לפעולה או אידיאולוגיה מסוימת. למשל, מפלגה תגייס אנשים להצביע לה ביום הבחירות, משרד הבריאות יגייס אנשים להפסיק לעשן, הרשות לבטיחות בדרכים תגייס נהגים לנסוע בזהירות על הכביש ועוד. כמובן שישנם גיוסים שהם טובים כמו לגרום לאנשים לעשות מעשה טוב או לחשוב על האחר, אבל ישנם גיוסים שלא מניעים להתנהגות טובה אלא למשהו רע. כמו למשל כת שתגייס אנשים להאמין בבריונות. זה דוגמה ל**גיוס רע** ושימוש לרעה בתקשורת.

הגיוס מתחלק לשניים:

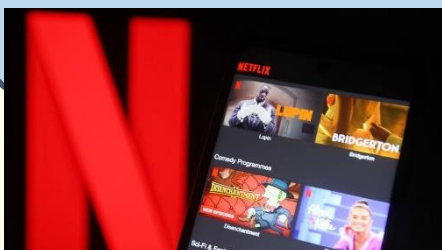
- **גיוס גלוי** - התקשורת לא תסתיר מאיתנו את מה שהיא רוצה שנרכוש/נאמין בו- למשל פרסומות/ תשדירי בחירות וכו'
- **גיוס סמוי** - התקשורת לא תספר לנו בצורה מפורשת את כוונותיה, אבל היא תעשה זאת בצורה סמויה - היא תעודד מועמד אחד על חשבון מועמד

בידור

תפקיד נוסף וחשוב של התקשורת הוא **בידור**. האדם מבדר את עצמו רבות באמצעות התקשורת. צפייה בסרט או משחק כדורגל, משחק ברשת, גלישה ברשתות חברתיות ועוד כל אלו הם אמצעי הבידור הקיימים באמצעי התקשורת.

מושג חשוב בהקשר לבידור הוא **אסקפיזם**.

אסקפיזם פירושו בריחה מהמציאות. אמצעי התקשורת, בעזרת בידור, גורמים לאנשים אשר משתמשים באמצעי התקשורת לשכוח מצרותיהם הרגילות לתקופה קצרה. תפקיד זה בא לידי ביטוי בתוכניות טלוויזיה, שידור מוזיקה ברדיו וכו'. תפקיד זה חשוב לציבות השלטונית והיה ידוע עוד מתקופת האימפריה הרומית בכך שיש לספק להמונים "לחם ושעשועים".



המשכיות

תפקידה של התקשורת ליצור המשכיות תרבותית, וליצור המשכיות מדור לדור. התקשורת מעבירה מידע שקשור להיסטוריה, לתרבות או לדת של החברה בה היא פועלת. לדוגמה, בחברה הישראלית התקשורת משמרת את התרבות ויוצרת המשכיות באמצעות שידורי טקסי ימי הזיכרון, הקפאת השידורים ביום כיפור, שידור תכניות בידור בימי שבת ועוד.



סיקור

התקשורת מסקרת אירועים רבים במדינתה ובעולם, ובישראל לא חסרים אירועים חדשותיים שממלאים את לוח השידורים היומי. על התקשורת להביא לידיעת הציבור אירועים שקורים במדינה כגון אירועי פשע, עניינים פוליטיים, חשיפות ועוד. הסיקור הוא חלק ממה שהופך את התקשורת ל"כלב השמירה של הדמוקרטיה" כאשר התקשורת ובה העיתונאים לא פוסחים על אף אדם, בין אם זה איש רגיל ובין אם זה פוליטיקאי בכיר, התקשורת תחשוף כל שערורייה על מנת לשמור על הדמוקרטיה כפי שהיא.

חשוב לציין כי הסיקור נדרש להיות נקי מדעות אישיות ופרשנויות, מטרתו להביא את העובדות מהשטח כפי שהן מבלי לעוות או להעלים שום פרט.



פרשנות

תפקיד הפרשנות, להבדיל מסיקור, הוא לתת דעה על אירועים מסוימים שקורים במדינה. לרוב, באולפני החדשות, האנשים היושבים מסביב לשולחן מתחלקים לכתבים ולפרשנים. הכתבים מסקרים את האירועים ומביאים אותם לשידור והפרשנים תפקידם הוא **לפרש** את הסיקור, לנתח את העובדות ולהביא מגוון דעות. המדור בו יש הכי הרבה פרשנות הוא מדור פוליטיקה. לדוגמה, הכתב הפוליטי הביא סיקור כי ישראל כהן מתפטר מתפקידו כחבר כנסת. הפרשן הפוליטי ינתח את הדברים ויביא את דעותיו **שמייצגות** דעות של אנשים רבים הצופים בערוץ. למשל הוא מתפטר כי יש חשדות נגדו של שחיתות וכו'.

השתתפות ושיתוף

בעידן שלנו, בו האינטרנט פתוח לכולם ובאמצעות ריבוי הרשתות החברתיות, התקשורת יותר ויותר מאפשרת לצרכנים להשתתף בתקשורת. דרכי ההשתתפות הן רבות ומגוונות ומאפשרות לגולשים לפרסם את מחשבותיהם, זכרונות, דעות ועוד וזאת באמצעות העלאת פוסטים, שידורי לייב, סרטוני טיק-טוק ויוטיוב וכיו"ב.

בעצם הצרכן לוקח חלק אקטיבי בתקשורת ובאמצעות כך התקשורת ממלאת את תפקיד ההשתתפות, בו אנשים לוקחים חלק בייצור תקשורת משלהם.



מדברים

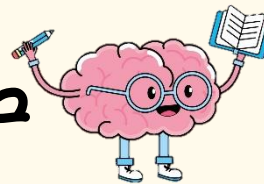


לתקשורת תפקידים רבים אשר מחולקים בסופו של דבר לשישה. כל תפקיד מהווה מרכיב חשוב בתקשורת במדינה דמוקרטית, שכן כל מרכיב מממש זכות כזו או אחרת של בני האדם. חשוב לציין כי ישנם פריטים שמייצגים מספר תפקידים של התקשורת במקביל. לדוגמה מקרה בוחן:

אילו תפקידים ממלאת תכנית דוקומנטרית על מלחמת ששת הימים?

- **המשכיות** - התכנית מראה לדור הנוכחי שלא חווה את המלחמה את קורות העם היהודי ואת המלחמה שעיצבה את מדינת ישראל.
- **פרשנות** - כמו בכל תכנית גם סרט דוקומנטרי מלווה בפרשנויות של מי שהיה שם, עדויות וכו'.
- **בידור** - הסרט הדוקומנטרי נועד גם בשביל לספק לנו הצופים את חווית האסקפיזם, יציאה מהשגרה היומיות בשביל לראות סרט תיעודי מעניין.

בואו לאתגר את המוח!



1. נתחו אלו תפקידים ממלא כל פריט תקשורתי המוצג לפניכם:

א. תחזית מזג האוויר

ב. תשדיר בחירות

ג. טקס הדלקת המשואות של יום העצמאות

ד. תחרות הכדורגל האירופאית "היורו"

ה. תכנית הריאליטי "חתונה ממבט ראשון"

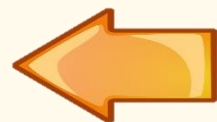
ו. נאום ראש הממשלה ברדיו

ז. סדרת הדוקו "ראשי הממשלה של ישראל"

ח. כתבה בעיתון על המחקרים פורצי הדרך באוניברסיטת אריאל



פרק 7: חופש הביטוי



א. מבוא

מהו חופש הביטוי?

חופש הביטוי הוא זכותו של כל אדם ואדם במדינה דמוקרטית להביע את דעתו בכל דרך שיבחר מבלי הגבלות: כתיבה, שירה, צילום, מופע או בכל אמצעי תקשורת כזה או אחר. חופש הביטוי הוא זכות בסיסית הקיימת לכל אדם במדינה.

חופש הביטוי נחשב לאחת מזכויות האדם החשובות ביותר. בני האדם חיים ופועלים בתוך חברה. היכולת שלנו, כבני אדם, להגשים את עצמנו, תלויה פעמים רבות בכך שנוכל לשתף את הסובבים אותנו בהישגינו ובמעשינו ולקבל את תגובתם לכך. יכולת זו תלויה בקיומו של חופש ביטוי המאפשר לנו לעשות זאת.

נוסף על כך, חופש הביטוי הוא מרכיב חיוני בקיומו של משטר דמוקרטי. חופש הביטוי מאפשר לאזרחי המדינה לשמוע דעות ומידע ולהשמיע את דעתם בקשר למועמדים או למפלגות השונות בבחירות, ובכך הוא מאפשר את השתתפות האזרחים בבחירות מתוך עמדה של ידע והבנה את האפשרויות העומדות בפניהם. בחירות ללא חופש ביטוי עשויות להיות הצגה ולא יותר.

הגבלות על חופש הביטוי

כאנשים במדינה אנו משתייכים למסגרות שונות ביניהן משפחה, בית ספר, קהילה, עיר ומדינה. בכל קבוצת שייכות ישנם מקומות וזמנים מסוימים שבהם אנו חווים חופש וישנם מצבים ומקומות שונים בהם החופש שלנו מוגבל.

כמו כל זכויות האדם, גם הזכות לחופש ביטוי איננה מוחלטת ויש לה גבולות הקובעים את היקפה. חופש הביטוי לא מגן על כל סוג ואופן של ביטוי, אלא רק על ביטוי שאינו מכיל פגיעה שאינה מוצדקת בזכויות אחרות, או בערכים חברתיים אחרים.





מדברים - מקרה בוחן של הגבלה על חופש הביטוי

בואו נדמיין לרגע תלמיד שקם באמצע שיעור, צועק ומתפרץ לדברי המורה ומפריע למהלך התקין של השיעור. בתגובה המורה מענישה את התלמיד על התפרצותו. האם תגובת המורה מוצדקת, או שהיא פוגעת בחופש הביטוי של התלמיד?

התלמיד זכאי לחופש ביטוי. העונש שקיבל מיועד לגרום לכך שלא יתפרץ לדברי המורה פעם נוספת. בכך פוגעת המורה בחופש הביטוי של התלמיד. אולם בכך לא סיימנו לבדוק את האירוע. השאלה החשובה שעלינו לשאול היא, האם הפגיעה בחופש הביטוי של התלמיד הייתה מוצדקת או לא.

עלינו לבדוק מה עמד מאחורי תגובתה של המורה. מהי הסיבה לכך שפגעה בחופש הביטוי של התלמיד? נראה שהסיבה החשובה ביותר היא הגנה על זכותם של התלמידים האחרים בכיתה לחינוך. שהרי, אם כל תלמיד יקום ויתפרץ לפי רצונו, אי אפשר יהיה לקיים שיעור בכיתה, ושאר הכיתה לא תוכל ללמוד את חומר הלימוד.

לכן אפשר להסכים שהדרך והצורה שבהן בחר אותו תלמיד לביטוי אינן ראויות, והפגיעה בחופש הביטוי נובעת מכך שהמורה מונעת עוד הפרעות באמצעות הענשת התלמיד (בתנאי שהעונש סביר). האיסור על ביטוי מסוג זה אמנם כן תחשב כפגיעה בחופש הביטוי של אותו התלמיד, אך זוהי **פגיעה מוצדקת**.

מהי פגיעה מוצדקת?

חופש הביטוי וביטחון המדינה - כאשר ישנו חשש לפגיעה בביטחון מדינת ישראל, בית המשפט יכול לאשר **פגיעה מכוונת** בביטוי שעלול לפגוע בצורה זו או אחרת בביטחון המדינה.

חופש הביטוי ורגשות הציבור - ישנם ביטויים העלולים לפגוע ברגשות אדם או קבוצה. בית המשפט יכול לפסול ביטויים אלו ובכך לפגוע בחופש הביטוי במידה וישנה **פגיעה ממשית** באדם או בקבוצה שהתלוננו.

ב. בין חופש הביטוי לגזענות והסתה

מהי גזענות?

הגזענות היא תופעה מורכבת בעלת מקורות מגוונים. יש גזענות יום יומית הנקראת **'גזענות שקטה'** המתבטאת, למשל, בהימנעות מקנייה בחנויות של ערבים או משיבה לידם באוטובוס או ברכבת; בהתנגדות להשכרת דירות ליוצאי אתיופיה או מגורים בשכונתם; יש **'גזענות רועשת'** בה אנשים פוגעים באופן ממשי באדם אחר והיא מתבטאת באמצעות אלימות מילולית או פיזית כמו למשל הצתת בית כנסת.

הגזענות בישראל לא מופנית רק כלפי ערבים, פליטים או קבוצות אחרות "מבחוץ"; היא מופנית גם, לא מעט, פנימה: יהודים אשכנזים מחזיקים בעמדות גזעניות כלפי יהודים מזרחים, או יהודים אתיופים ולהפך; יהודים חילונים מחזיקים בעמדות גזעניות כלפי יהודים חרדים, ולהפך.

למרות ההבדלים הניכרים בין סוגי הגזענות הללו, הדומה בין כולם הוא דעות קדומות ודימויים סטריאוטיפיים שקבוצה אחת חושבת על אחרת.

חופש הביטוי והסתה - היכן עובר הגבול?

ביטוי יכול להיחשב כאסור כאשר הוא מסית לאלימות פיזית או מילולית או כאשר הוא מסית לגזענות.

במסגרת חופש הביטוי מותר למתוח ביקורת על גורמים בעלי סמכות ולהביע מחאה על פעולותיהם. עם זאת, יש לעשות זאת רק במסגרת החוק ובאמצעים מותרים. למשל, מותר למחות נגד נושא שאנו מתנגדים לו, אך אסור לקרוא לפגיעה באנשים שקשורים לנושא.

- **חוק איסור הסתה לגזענות, אלימות או טרור** - רדיפה, השפלה, ביזוי, עוינות או אלימות כלפי ציבור או כלפי חלקים של האוכלוסייה, והכול בגלל צבע עור או בשל השתייכות לגזע או למוצא לאומי-אתני;
- **חוק איסור לשון הרע** - אוסר הוצאת דיבה ומטרתו להגן על כבודו ושמו הטוב של כל אדם באמצעות הטלת איסור פרסום על פרטים העלולים להשפילו ולבזותו.
- **חוק הגנת הפרטיות** - מגן על האדם ועל קבוצות חלשות באוכלוסייה.

מדברים על בריונות ברשת



בריונות ברשת היא תופעה שהחלה בעידן האינטרנט.

הרשתות החברתיות הן סביבות אינטרנטיות בהן אני יכול לתקשר עם קבוצות של אנשים וגם להיחשף למגוון רחב של דעות. בנוסף, באפשרותי לפרסם תגובותי, להעלות מחשבות ועוד. לעתים, קל לי לפרסם פוסט או תגובה פוגענית כלפי אדם בעל דעה אחרת מכיוון שאני לא פוגש אותו פנים מול פנים. אינני רואה את הבעות פניו או שומע את הטון שלו, לכן בהרבה פעמים גולשים מסכימים לעצמם לכתוב את כל שעולה על רוחם מבלי לשים לב שמאחורי המסך והמקלדת ישנו אדם שקורא תגובות אלו.

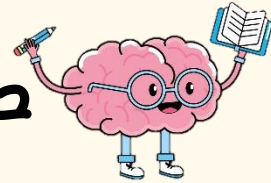
מחד, יש לי את הזכות לחופש הביטוי והיא קיימת גם באינטרנט בעוצמות גדולות יותר. מאידך, לעתים הביטויים המשתחררים בחלל הווירטואלי עלולים לעבור על חוקי איסור לשון הרע, הגנת הפרטיות ואיסור לגזענות והסתה, מה שבעידן האינטרנט נקרא "בריונות ברשת".

במקרים רבים היו דיווחים על בריונות ברשת (הקנטות והעלבות כלפי ילד או קבוצה בוואצפ או ברשתות החברתיות) שהובילו למקרי התאבדות.

אז נכון הרשתות החברתיות מאפשרות לי להתבטא בפתיחות, אבל עליי לשים לב שאני לא עובר על החוקים וגם תמיד לזכור שמאחורי המסך נמצא אדם עם רגשות ודעות משלו.



בואו לאתגר את המוח!



1. התבוננו בכל כרזה והחליטו – האם מדובר בחופש הביטוי, גזענות או הסתה לאלימות? הקיפו בעיגול את התשובה הנכונה.

א. הפגנות נגד ראש המשלה יצחק רבין

גזענות / חופש הביטוי / הסתה לאלימות



הסבירו את בחירתכם:

2. הפגנה נגד ההחלטה לסגור חנויות בשבת

גזענות / חופש הביטוי / הסתה לאלימות



הסבירו את בחירתכם:

ג. קריקטורה נגד חיילי צה"ל

גזענות / חופש הביטוי / הסתה לאלימות



הסבירו את בחירתכם:

ד. הפגנת העדה האתיופית נגד אלימות משטרתית

גזענות / חופש הביטוי / הסתה לאלימות



הסבירו את בחירתכם:

ה. תערוכה נגד ישראל באיראן

גזענות / חופש הביטוי / הסתה לאלימות



הסבירו את בחירתכם:

ו. פוסט בפייסבוק נגד חיסוני הקורונה

גזענות / חופש הביטוי / הסתה לאלימות



ז. מה מהמקרים הבאים לא נחשב "בריונות ברשת"?

- א. העלאת תמונה מביכה של חבר מהכיתה לרשת החברתית "טיק-טוק"
- ב. פתיחת קבוצת פייסבוק שנקראת "שונאים את המורה יוסי"
- ג. שיתוף סיפור מבין של חברה שלי באינסטגרם
- ד. פתיחת ערוץ יוטיוב שנקרא "שירים שאני שונא לשמוע"

פרק 8: תורת הריאיון

א. סוגי ריאיונות



רעיון

מחשבה, פתרון, תשובה



ריאיון

שיחה בין שני אנשים של
שאלות ותשובות

ריאיון עבודה

ריאיון עיתונאי

ריאיון הוא בעצם שיחה עם אדם על נושא מסוים. כאשר מתכוונים לריאיון עיתונאי, קיום הריאיון נעשה על מנת להוסיף **אמינות** לכתבה באותו הנושא. ראשית הריאיונות התחילה בכתיבה בלבד – תחילה בספרים ובהמשך בעיתונים. לאחר התפתחות אמצעי התקשורת אנו נחשפים לריאיונות במגוון המדיה; ברדיו, בתכניות טלוויזיה ובקולנוע.

בריאיון יש את האדם ששואל את השאלות ומוביל את השיחה. האדם הזה נקרא **"מראיין"**, בצד השני, יש את האדם שעונה על השאלות ומספר את הסיפור וכך בעצם הוא מעניק לנו מידע. האדם הזה נקרא **"מרואיין"**. באמצעות תשובות המרואיין, נוכל לספק זווית אמינה או מקצועית יותר לנושא אותו אני סוקר. לדוגמה, אם אני מכין כתבה על מועצת התלמידים בבית הספר, אוכל לראיין את יושב ראש מועצת התלמידים וכך הוא יעניק לי יותר פרטים ומידע.

ב. הכנת ריאיון

השלבים להכנת ריאיון

כאשר ניגשים לערוך ריאיון, צריך קודם כל לבחור את הנושא. **דרך ראשונה** היא, למשל, אם אני עורך כתבה על גלילות, אראין מוכר גלילות כדי שייתן לי מידע נוסף על ייצורן. **הדרך השנייה** היא לכתוב כתבה בעקבות ריאיון שקיימנו. לדוגמה, ראיינתי את סבא שלי על השואה ולאחר מכן החלטתי לערוך כתבה על השואה שכולה תהיה מבוססת על הריאיון. אנו נתמקד בדרך השנייה – כתבה שמבוססת על ריאיון.



שלב ראשון – בחירת הנושא והמראיין

1. בדרך כלל אנחנו נבחר את הנושא שנרצה לעשות עליו ריאיון עם מישהו כאשר אנחנו פוגשים במישהו שמרתק אותנו או כאשר אנחנו רוצים לחקור על נושא שמעניין אותנו.
2. אחרי שבחרתי נושא שמעניין אותי אני צריך לבחור את האדם המתאים שייתן לי מידע על הנושא, למשל, אם בחרתי לחקור על השואה אני אוכל אולי לראיין את סבתא ששרדה את השואה ולשאול אותה שאלות על החוויה האישית שלה.
3. שימו לב, יש מקרים בהם נבחר את הנושא שלנו דווקא על פי אדם שאנחנו מכירים. למשל, סבא שלי הוא רופא, אני יכול לבחור לראיין אותו על החוויה שלו כרופא. מתי התחלת להתעניין ברפואה? למה דווקא החלטת לעשות את זה? האם אתה זוכר את הטיפול הראשון שעשית?

מעניין לדעת!

כאשר אנו מקיימים ריאיון עם אדם שאנו לא מכירים, כעיתונאים חובה עלינו לברר פרטים אודות האדם. חלק מהחובות שלנו כעיתונאים, זה להביא מידע אמיתי לחלוטין ולא לעוות שום פרט.

בשנת 2000, התפרסמה כתבת ריאיון עם זמר בשם חיים צינוביץ' המכונה "השרוף". בכתבה סיפר צינוביץ' כי בעקבות תאונה בדירה שלו התרחש פיצוץ גז מה ששרף את גופו ופניו. לאחר בירור הפרטים התברר כי הזמר שיקר והריאיון כולו היה מזויף. הטעות של העיתונאי הייתה שלא ביצע תחקיר מקדים ובדק את המידע מראש.



שלב שני - ביצוע תחקיר מקדים

1. לעשות חיפוש מידע (תחקיר) על הנושא עליו אני מראיין - חיפוש על הנושא בגוגל ודרך אנשים. למשל, אם אני מראיין אדם שמכין גלידות אני אחפש מידע על גלידות. אילו שאלות עליי לבדוק בנושא? מה ההיסטוריה של הגלידות? מתי הוכנו לראשונה? איפה זה התפתח? מתי זה הכי נמכר? איפה זה נמכר? ומהן הגלידריות הכי מפורסמות?

למעשה, כאשר אני מבצע "תחקיר" מראש על הגלידות, אני מגיע לאחר מכן לריאיון עם מידע מבוסס. אני יודע דבר מה על הגלידות כך שאוכל להתעניין יותר בסיפור המרואיין, וגם לדעת על מה הוא בעצם מדבר.

2. לחפש מידע אודות המרואיין - בן כמה הוא? במה הוא עוסק? מה חושבים עליו מכרים? כמראיין עליי להגיע לריאיון עם מידע מבוסס מראש על המרואיין. גם כדי שאוכל להתעמק יותר וגם כדי לדעת שכל מה שנאמר הוא אמת.

שלב שלישי - התכוננות לריאיון

1. כתיבת שאלות מראש - כל השאלות שיש לי לשאול את המרואיין יש להכין מראש על דף מסודר. השאלות שנשאל יהיו רק על הנושא עליו ביקשנו לדבר מראש וגם שאלות כלליות על המרואיין.

למשל, איפה נולדת? איפה גדלת? מאיפה הגיעו הורייך? במה עסקו הורייך? איך התחלת להתעניין בגלידות? מתי הכנת את הגלידה הראשונה? בעצם עליי לשאול את המרואיין את כל השאלות שיעזרו לי להכין כתבה על הנושא שבחרתי. רצוי להגיע לריאיון עם לפחות 10 שאלות כתובות מראש. בריאיון עצמו לא חייב לשאול את השאלות באותו הסדר שכתבתם אותן.

2. להכין מראש מכשיר הקלטה - כאשר המרואיין מדבר אנחנו צריכים להיות קשובים. לכן יהיה קשה לכתוב בדיוק את אותן המילים שהוא אומר, לכן אנחנו נקליט את השיחה איתו (כמובן באישור של המרואיין!) ובסיום הריאיון נתמלל את ההקלטה - סעיף זה נכון יותר כאשר אנחנו מכינים כתבה בעיתון ופחות לרדיו.



שלב רביעי - קיום הריאיון

השלב הרביעי והאחרון הוא קיום הריאיון. ראשית, חשוב להגיע בזמן לריאיון ולא לאחר, איחור עלול להעיד על חוסר מקצועיות או חוסר רצינות. כשמגיעים, מנהלים שיחה קצרה ובסיסית עם המראיון ולא ישר "תוקפים" עם השאלות. חשוב לזכור שריאיון הוא לא תמיד דבר נוח ובהרבה פעמים חודר לפרטים פרטיים. יש לתת למראיון תחילה הרגשה של פתיחות ולדבר עמו **בגובה העיניים**. ואם ישנן שאלות שהוא לא מוכן לענות עליהן, ננסה כן לשכנע, אך אם הוא מתנגד בתוקף לא נציק ונעבור לשאלות הבאות. דבר נוסף, לאחר שאילת שאלה, המראיון עלול להגיע לסיפורים שלא דווקא קשורים לשאלה שנשאלה או לנושא עצמו. לעתים ניתן לו להמשיך לדבר כיוון שיכול להיות שיגיד משהו מאוד מעניין שלא חשבנו לשאול עליו. עם זאת, המראיון הוא זה שמוביל את השיחה ותפקידו במקרה הצורך להחזיר אותה לנושא לשמו התכנסנו.

כאמור, למרות כל ההכנה מראש, גם בעת ביצוע הריאיון עצמו ישנה עבודה. הגעה בזמן, הקשבה למראיון והתעניינות בדבריו – כל אלו רק חלק מהדברים שאנו **מחויבים** לשמור עליהם במהלך הריאיון.



נחזור ונסכם - מותר ואסור בריאיון



- | | |
|---|--|
| ✗ אין להתחיל את הריאיון בשנייה שהגענו. המראיון עלול להיבהל משצף השאלות הרבות | ✓ כשמגיעים לריאיון, מברכים לשלום את המראיון ומתחילים בשיחה בסיסית |
| ✗ לא מאחרים לריאיון בשום אופן! | ✓ מגיעים בזמן שנקבע ובלבוש רשמי ומקצועי |
| ✗ לא כל מה שהמראיון יגיד יעניין אותנו ולמרות זאת אסור להראות סימני עייפות כמו: פיהוקים רבים, תזוזה מרובה ועוד | ✓ לאורך כל הריאיון מקשיבים לדברי המראיון ומתעניינים בסיפוריו |
| ✗ אין להקליט בסתר את המראיון | ✓ לפני שמקליטים שואלים שוב אם ניתן |
| ✗ לא מעליבים את המראיון או חודרים בכוח לפרטים שהוא אינו רוצה לדבר עליהם | ✓ בתום הריאיון בודקים עם המראיון אם יש לו דברים חשובים להוסיף |
| | ✓ בתום הריאיון מסבירים למראיון כי במידה ויחסרו פרטים נצטרך ליצור עמו קשר שוב |

פרק 9: פרסום ושיווק

א. מבוא

למה יש פרסומות?

בעולם העתיק, למשל בימי האבות והאימהות במקרא, לא היה צורך בפרסום, כל איש חי תחת גפנו תאנתו וצרך את פרי משק ביתו וצאנו. לעיתים הייתה עוברת אורחת גמלים שהייתה נושאת תבלינים, בדים, תכשיטים ומציעה מרכולתה לבני הכפר. העברת מידע ממקום למקום נעשתה **בתקשורת בין אישית**, מפה לאוזן או על ידי שליחים. בעולם מעין זה לא היה צורך ומקום בפרסום המוני.

במקרים הבודדים שבהם רצו לפרסם מידע לכולם, למשל לקבץ את כולם לקראת יציאה לקרב, תקעו בשופר. לדוגמה בספר שמואל א', פרק י"ג, פסוק ג' כתוב: "וַיִּקְרָא יֹנָתָן, אֶת נְצִיב פְּלִשְׁתִּים אֲשֶׁר בְּגִבְעָ, וַיִּשְׁמְעוּ, פְּלִשְׁתִּים; וְשָׂאוֹל תִּקַּע בַּשּׁוֹפָר בְּכָל-הָאָרֶץ לֵאמֹר, יִשְׁמְעוּ הָעִבְרִים".

בימינו אנו, אנו חיים בסביבה רווית פרסומות מהסיבה שיש הרבה מאוד היצע וביקוש – כלומר הרבה אנשים שרוצים לקנות והרבה מוצרים שיש למכור. הפרסומות קיימות מכל מיני סיבות. הן מועילות ומיטיבות ליצרן וגם לצרכן. פרסומות נותנות לנו מידע ועוזרות לנו להחליט, דרכם אנחנו מקבלים מידע על שירותים, מבצעים משתלמים, אנו גם רוויים עונג והנאה מפרסומות יצירתיות. הנאה מהיבטים אסתטיים של הפרסום. יש לפרסומת גם השלכות שליליות עליהן נעמוד בהמשך.

*חלק מהמידע נלקח מתכנית הלימודים של ד"ר ארנת טורין

מהי פרסומת? - הגדרות

רבים ניסו להגדיר את הפרסומת, ובעולם של היום כבר הכל מתחיל להיראות לנו כמו ניסיון לדחוף לנו מוצר מבלי שביקשנו, ולכן ישנן 3 הגדרות שעונות על התשובה – למה אפשר לקרוא "פרסומת"?

1. **מסר שעובר בתקשורת המונים תמורת תשלום ומיועד להרבה אנשים.**
2. **מסר שמבקש להעביר לך מידע, משכנע אותך לקנות מוצר או לאמץ רעיון.**
3. **ישנן פרסומות שמעבירות את המסר בצורה סמויה או בצורה גלויה.**

מה רוצים המפרסמים?

פרסום הינו צורה של תקשורת המבקשת להשפיע על אדם לקנות מוצר או שירות או רעיון. לעיתים קרובות זהו מסר הכולל בתוכו את שם המוצר והתועלת שהוא אמור להביא לקונה. מהמפרסמים רוצים שנרכוש עוד מהמוצר. זה יכול להיות חטיף או מכונית, שירות חיבור לאינטרנט או צלצול לטלפון הנייד. פרסומת יכולה גם לשווק רעיון, אידיאולוגיה או שירות ולא רק מוצר, למשל, פרסומת על מפלגה לקראת הבחירות - המפרסמים רוצים שנאמץ את הרעיונות של המפלגה הזו ונצביע לה ביום הבחירות.

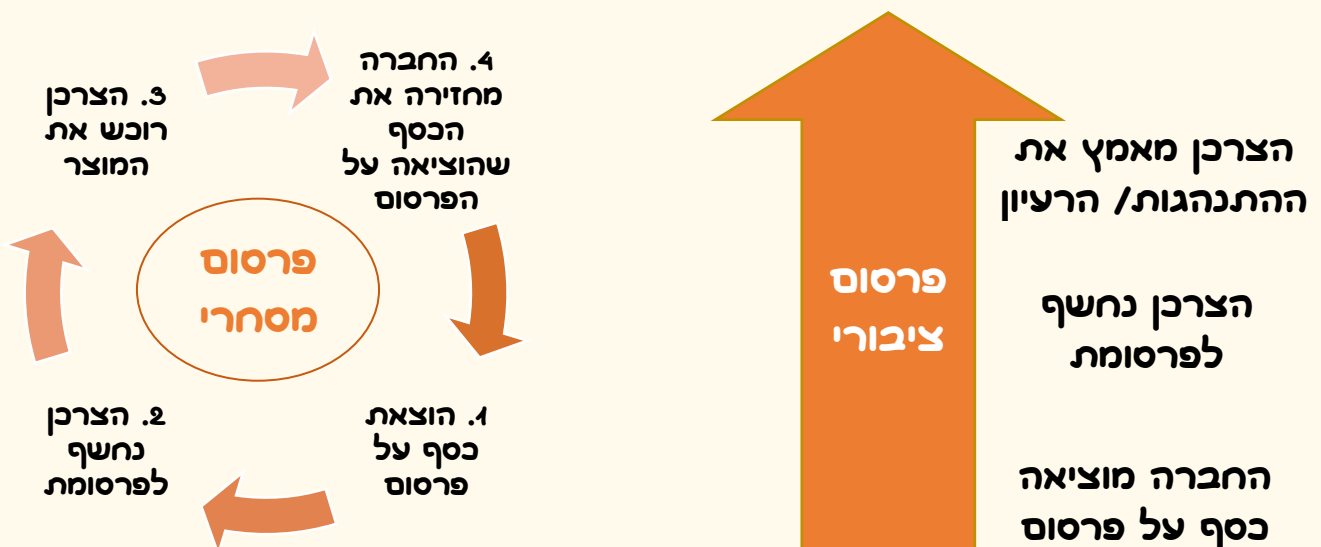
סוגי פרסום

ישנם שני סוגי פרסום כאשר הם מתחלקים לפי מה שהחברה מציעה:

1. **פרסום מסחרי** - הפצת מידע על מוצר במטרה להגביר את המכירות שלו. כמו למשל פרסומת לסרט חדש שיעלה לאקרנים בחופשת החנוכה. הפרסומת מטרתה שאנשים יכירו את הסרט ויבואו לרכוש כרטיסים.



2. **פרסום ציבורי** - פרסום שאינו למטרות רווח כלכלי, אלא לטובת הציבור. כמו למשל פרסומת לשמירה על כללי הקורונה. במקרה זה, הפרסומת מטרתה ליידע את הציבור על נושא מסוים ולגרס לו לאמץ התנהגות או רעיון.



ב. יסודות הפרסום

איך מכינים פרסומת?

הכנת פרסומת כרוכה בהמון מחשבה, כסף ומערכת שורה של אנשי מקצוע אשר כל אחד מהם דואג למשהו אחר כדי שלבסוף תצא פרסומת של דקה ואף פחות. ישנם מספר שלבים המכריעים את תהליך הכנת הפרסומת. ראשית, יש להחליט האם מדובר בפרסומת **גלויה** או **סמויה**.

פרסום גלוי – הצרכן מודע לכך שהיצרן מנסה למכור לו מוצר כלשהו. למשל הפסקת פרסומות במהלך תשדיר של התכנית "האח הגדול" – המנחים מכריזים שיוצאים להפסקת פרסומות כך שאנו יודעים שבדקות הקרובות יציגו לנו רצף של מוצרים ומותגים תמורת תשלום.

פרסום סמוי – בניגוד לפרסום גלוי, במקרה של פרסום סמוי היצרן מנסה למכור מוצרים אך באופן סמוי בו הצרכן אינו יודע כי הוא נחשף לפרסומת וככל הנראה פרסום כזה ישפיע רק על התת-מודע. לדוגמה, במהלך צפייה בתכנית "האח הגדול" משתתפי התכנית עושים קניות מהמותג "רמי לוי". כלומר אנחנו נחשפים פה לפרסום שלא מכריז על עצמו ככזה, אלא מבינים בתת מודע שאולי כדאי לנו לרכוש מ"רמי לוי" שכן הפקת התכנית "האח הגדול" משתמשת במותג זה.

שלבי הכנת פרסומת

כאשר אנו מתכוונים לפרסם באופן **גלוי** את המוצר/ השירות שלנו ישנם מספר שלבים אותם צריך להכין בכדי להגיע למוצר מוגמר של פרסומת.

כל שלב בתהליך הוא חשוב והכרחי כדי להתקדם לשלב הבא. חברה שמעוניינת להכין פרסומת זקוקה לניהול רציני ומקצועי על מנת לעבור כל שלב בהצלחה.

נלמד על כל אחד מהשלבים הללו ומה הפעולות שנדרש לבצע בכל אחד מהם.

מעניין לדעת!

כיצד מייצרים פרסום סמוי? פרסום סמוי נעשה לרוב באמצעות אנשים מפורסמים. לעתים כשאנו מעריצים בנאדם כלשהו בשל כישרון מסוים אנו רוצים לאמץ את ההתנהגויות וההרגלים שלו על מנת להרגיש כמה שיותר קרובים לאישיותו. לכן אם למשל רוצים לפרסם מוצר למטבח יעשו זאת באמצעות שפים מוכרים בתכניות בישול. בעידן של הרשתות החברתיות, כאשר רוצים לפרסם מוצר לצעירים עושים זאת באמצעות שליחת "מתנות" לכוכבי רשת והם מעלים את המוצרים הללו ל"סטורי" שלהם.

שלב ראשון - באיזה מדיום תועבר הפרסומת?

בשלב זה צריך להחליט כיצד אנו מעבירים את הפרסומת לציבור הרחב - תשדיר רדיו, סרטון לטלוויזיה, רשתות חברתיות או כרזה.

רק כאשר מחליטים על המדיום, ניתן יהיה להתקדם עם התהליך, כיוון שכל השלבים שלאחר מכן תלויים באיזה מדיום נעביר את המסר של הפרסומת - גם מבחינת הרעיון, התקציב וההכנות הנוספות.



שלב שני - הכנת התקציב

שלב הכרחי מאוד שמתחלק לשניים:

1. החברה שמעוניינת לפרסם צריכה להעביר למשרד הפרסום סכום מדויק אותו היא מייצעת לצורך קבלת הפרסומת המוכנה.
2. משרד הפרסום מקבל את הסכום ובונה תקציב לפיו. לדוגמה, אם הקצו לנו כ-100 אלף ₪ עבור הפרסומת, אחלק את זה בצורה כזו: 20 אלף ₪ לציווד, עוד 50 אלף ₪ לצילום ועריכה ועוד 30 אלף ₪ לשחקנים.



שלב שלישי - פיתוח האסטרטגיה הפרסומית

בשלב זה מגדירים את כל הנתונים של החברה ולקהל אליה היא מעוניינת לפנות.

1. אוספים נתונים על חברות מתחרות.
2. מרכיבים קהל יעד שמתאים למוצר (נלמד עוד על הנושא בהמשך).
3. מחליטים על אלמנטים שחייבים להיות בפרסומת אשר מייצגים את ערכי החברה ועוד נתונים חשובים.



שלב רביעי - שלב פיתוח הרעיון



בשלב זה נפגשים הגורמים האחראים על ייצור הפרסומת: החברה המפרסמת, משרד הפרסום שמכין את הפרסומת ועוד גורמי מקצוע ומעלים רעיונות. הרעיונות שמעלים צמודים לאסטרטגיה הפרסומית שנקבעה מראש.

בסופו של דבר כאשר חברי הקבוצה מחליטים על רעיון מעבירים אותו את האישורים הנדרשים מטעם מנהל החברה ואחראי מטעם משרד הפרסום וממשיכים הלאה בתהליך.

שלב חמישי - ייצור הפרסומת

השלב החמישי הוא בעצם השלב האחרון בהכנת הפרסומת. לאחר שעשינו את כל השלבים הקודמים, תיקנו טעויות והחלטנו על האסטרטגיה הפרסומית והרעיון באופן סופי - אפשר לגשת לעבודה ולהתחיל ליצור את הפרסומת בצמוד לכל מה שנקבע מראש.

אמנם שלב זה הוא האחרון בייצור הפרסומת אך לא האחרון בתהליך כולו.



שלבים אחרונים - שידור הפרסומת ובדיקת תוצאות

לאחר כל התהליך ישנם את השלבים הסופיים והחשובים ביותר:

1. קניית שטח פרסום - נכון שהוצאת הרבה כסף על ייצור הפרסומת. אך צריך גם לפרסם אותה להמונים, מה שגם עולה כסף. קניית שטח פרסום הוא מושג שתקף לכל המדיה. רדיו, טלוויזיה, עיתון ואפילו רשתות חברתיות - ככל שתשקיע ביותר כסף כך החשיפה לפרסומת תהיה רחבה יותר.

2. בדיקת התוצאות - בסופו של דבר החברה המפרסמת מצפה להחזיק את ההוצאות על הפרסומת בצורת רווחים - כלומר, לאחר שהצרכן נחשף לפרסומת הוא יבוא לרכוש וככל שיש יותר קונים כך הרווח עולה על ההוצאה.

קניית שטח פרסום

לכל אחד מהערוצים יש מחלקה מיוחדת שאחראית על מכירת זמן שידור למפרסמים. הפרסומות צריכות לעמוד בכמה תנאים שהראשון בהם הוא אורך.

לאחר מכן נדרש להחליט מתי אני רוצה לפרסם מפני שמי שרוצה שהפרסומת שלו תשודר בשעות שבהם צופים בטלוויזיה הרבה אנשים, משלם הרבה יותר מאשר מי שרוצה שהפרסומת שלו תשודר בלילה כאשר יש מספר מועט של צופים. במקרה כזה מחליטים לפי רצונות השידור המוצעות.

רצועות השידור המוצעות:

רצועת הבוקר - 06:45-10:00

רצועת היום - 10:00-16:00

רצועת אחר הצהריים - 16:00-19:00

רצועת הערב - 19:00-20:00

רצועת זמן השיא ("הפריים-טיים") - 20:00-23:00

רצועת השעות המאוחרות - 23:00-00:00

רצועת הלילה - 00:00-06:45

בחירת רצועת השידור המתאימה

הזמן היקר ביותר לפרסום הוא זמן השיא, כיוון שבשעות אלו מרבית האנשים נוהגים לצפות בטלוויזיה, אבל לא תמיד המפרסם מעוניין לשלם את המחיר הכי יקר. נניח שיש לי מוצר לילדים, אני רוצה לפרסם מבצע לקורנפלקס, להפיץ שמעתי בתוך כל אריזה יש מדבקה של דמות מתכנית אנימציה המשודרת בימים אלו בערוץ הילדים.

מתי כדאי לי לפרסם? באיזו רצועה של זמן? האם כדאי לי לפרסם ברצועת השעות המאוחרות או בלילה? מפני שילדים צופים בטלוויזיה בשעות אחר הצהריים ואילו בלילה הם כבר ישנים אבחר ברצועת השידור של שעות אחר הצהריים.

ריוטינג

לא רק שעת השידור ביום היא זו שקובעת את מחיר הפרסומת. אם תכנית היא פופולרית וצופים בה הרבה אנשים אז המחיר של להקרין בה פרסומת עולה יותר.

כיצד יודעים כמה צופים יש לתכנית?

נתוני הריוטינג, בעברית - מדרוג, נמדדים בצורה שונה בכלי תקשורת שונים (לרוב בהתאמה למדיום: אינטרנט, טלוויזיה, רדיו וכו'). אם מתכוונים לנתוני הצפייה בתוכניות הטלוויזיה בערוצים המשודרים בישראל נתונים אלה נמדדים על ידי גוף בשם הוועדה הישראלית למדרוג, אשר יוסד ומומן על ידי הגופים המשדרים עצמם.

במסגרת פעילות הוועדה תוכן והוקם מערך מדידה לשיעורי צפייה טלוויזיונית המבוסס על מדגם סטטיסטי בן 468 משפחות - 1,400 איש. המשתתפים במדגם נבחרים על פי מספר מאפיינים ובאופן יחסי ומייצג לציבור הצופים כולו. כל אחד ממקלטי הטלוויזיה בבתי המשפחות המשתתפות במדגם מחובר למכשיר מדידה, המזהה ומתעד את מועדי החלפת הערוצים, ומועדי פתיחת וסגירת המקלט. בנוסף ניתן לכל משפחה שלט, באמצעותו מסמן כל אחד מבני המשפחה מתי החל וסיים לצפות. על בסיס הנתונים הנאספים ובעזרת כלים מתמטיים, מחושבים נתונים משוערים לגבי נתוני הצפייה בציבור הישראלי כולו.

קהלי יעד



המונח קהלי יעד הוא מושג הכרחי להבנה מעמיקה של עולם הפרסום. פרסומאים לא סתם משקיעים מאמץ על פרסום מסרים לכל עבר, אלא מפנים אותם אל קהל מסוים ומוגדר מתוך שאיפה והתכוונות להגיע אליו. קהל היעד מוגדר כאותו חלק באוכלוסיה שאנו חושבים שמתאים לצריכת המוצר. מושג קרוב וקשור לקהל יעד הוא **הפילוח**, אנחנו מתייחסים לציבור כולו כמו אל פרי שיש לו כמה וכמה פלחים, כל פלח מייצג קבוצה באוכלוסייה שיש לאנשים בה תכונות משותפות כמו צרכים, רצונות, התנהגויות והרגלי קנייה.

לפי מה מפלחים?

בסיסי פילוח אפשריים הם למשל:

מגדר - נשים וגברים עורכים קניות במקומות שונים ורוכשים מוצרים שונים. פרסומאים יודעים שנשים עורכות את רוב קניות מוצרי המזון בבית, הן נמצאות יותר מגברים בקניונים ובמרכולים, גם מוצרי היגיינה וקוסמטיקה נרכשים בעיקר על ידי נשים.

גיל - בני נוער קונים יותר חטיפים מלוחים מאשר קשישים, זה יתבטא בפרסומות למוצר של דוריתוס למשל, לעומת זאת, קהל היעד של חומרי ניקוי לבית לא יהיה של ילדים ובני נוער אלא של בני גיל הביניים.

איזור מגורים - חנות רהיטים הממוקמת בחיפה תעדיף לפרסם במקומון המופץ בחיפה ובצפון, הרי אין ערך לפרסם את החנות בקרב תושבי ירושלים.

הכנסה - מוצרים יקרים מאוד יופנו לקהל יעד אמיד יותר, הפרסומאי ינסה להעריך איזה עיתונים נקראים על ידי בעלי ההכנסה הגבוהה ולהציב את הפרסומת שם.

סטטוס משפחתי - הורים לתינוקות קונים דרך קבע חיתולים, צעצועים, תחליפי חלב. אלו הם מוצרים שונים בתכלית ממוצרים שרוכשים הורים לילדים מתבגרים.

שימו לב - לא כל פילוח רלוונטי לכל מוצר. למשל אם אני רוצה לשווק "פופיט" איזור מגורים בארץ לא יהיה רלוונטי כיוון שזה מוצר שמתאים לכל עיר ויישוב במדינה ללא הבדל.

מדברים ומסכמים

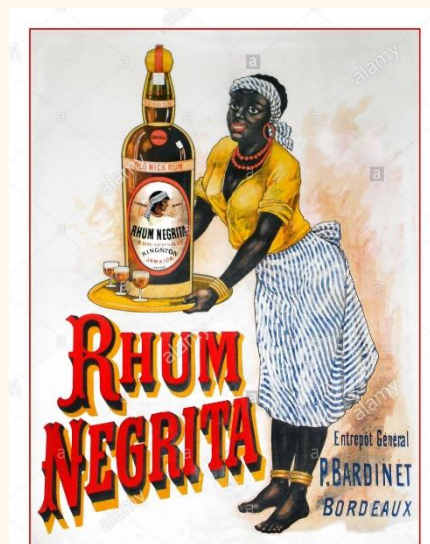


כשאתם בהפסקה אתם מדברים אחרת מאשר בזמן שיעור, באוצר מילים אחר, בסגנון אחר. וכשאתם מדברים עם חבר/ה הצליל וצורת הפניה הם אחרים מאשר כשאתם פונים למורה או למוכר במזנון. באותו אופן הפרסומת מנסה לדבר בצורה שונה אל אנשים שונים, להתאים את עצמה לזמן ולמקום ולקהל היעד, כך שבסופו של דבר תתממש קנייה ולא יבוצע כסף לחינם.

*חלק מהמידע נלקח מתכנית הלימודים של ד"ר ארנת טורין

ג. פרסומות והמציאות החברתית

לפניכם כמה פרסומות ישנות משנות העשרים והשלושים בארצות הברית:



מדברים על פרסומות סטריאוטיפיות



במודעות הפרסומות שלמעלה מופיעים אנשים שחורים. **חשבו** – מה משותף לאופני ההצגה של האנשים השחורים בפרסומות?

השחורים הם בתפקידי שירות, הם חייכניים ומרוצים אך נדמה שהם קיימים רק כדי לשרת את האדם הלבן. בארצות הברית מראשית המאה לא נתפסו שחורים כשווים ללבנים, כך למשל היו בתי ספר נפרדים, מסעדות, שירותים ציבוריים מיוחדים ללבנים ואחרים לשחורים. ואפילו באוטובוס, בחלק ממדינות הדרום בארצות הברית, התבקשו אנשים שחורים לשבת בחלק האחורי ולפנות מקומם ללבנים. שחורים היו צריכים לעלות דרך הפתח הקדמי ולקנות כרטיס ואז לרדת, לעבור לפתח האחורי ולעלות משם, פעמים רבות היה האוטובוס "בורח" לאותם אנשים. שחורים היו צריכים להתיישב בחלק האחורי ואם האוטובוס מתמלא, היה עליהם לקום ולפנות את כיסאם ללבנים.

מי שקראה תיגר על כך זאת אישה בשם רוזה פארקס, תופרת אשר חזרה מיום עבודה ארוך במפעל, וסירבה לפנות את מקומה "אני שילמתי כרטיס בדיוק כמו האיש הלבן, בדיוק באותו המחיר, אז למה מכריחים אותי לפנות לו מקום?" היא טענה.

נהג האוטובוס איים על רוזה כי ייקח אותה ישירות לתחנת המשטרה וגם אז היא לא נכנעה. רוזה נעצרה על ידי המשטרה ופוטרה מעבודתה, אבל בעקבות הפרשה התחיל חרם של שחורים על חברת האוטובוסים, והיו מוכנים ללכת ברגל קילומטרים כל בוקר וערב לעבודה. פארקס איבדה את משרתה כתופרת וכן בעלה פוטר לאחר שמעסיקו אסר עליו לדבר על הנושא.

חרם השחורים על חברת האוטובוסים הציבורית נמשך כשנה, במהלכה התנדבו אנשים לבנים ושחורים להסיע עובדים למקומות עבודתם, ומוניות שבהם עבדו שחורים גבו תשלום בגובה כרטיס אוטובוס כדי להסיע אנשים.

לאחר שנה נשברה חברת האוטובוסים וביטלה את התקנה האוסרת על שחורים להיכנס מהצד הקדמי.

בשל תרומתה זכתה רוזה פארקס לאזכרת שמה בהיכל התהילה לנשים של מישגן בשנת 1983. ב-1996 העניק לה הנשיא ביל קלינטון את מדליית החירות הנשיאותית וב-1999 הוענקה לה מדליית הזהב של הקונגרס על פעילותה נגד גזענות.



הבניית המציאות

ניתן לסכם ולומר כי הפרסומות הרגילו אנשים לחשוב ששחורים פחותים מהם רק בגלל צבע עורם, דבר זה נקרא בשפה המקצועית של חקר התקשורת: **הבניית המציאות**. בעצם התקשורת מבנה לנו מציאות שכל ייעודם של השחורים הוא לשרת את הלבנים.

כיום אסור בשום פנים ואופן ליצור פרסומות מסוג זה וזאת בשם החוק איסור גזענות.

ד. אמצעי שכנוע

איך משכנעים בפרסומות?

איך הפרסומות מצליחות לשכנע אותנו לעשות פעולה כלשהי כמו למשל:

- לרכוש את מוצר כמו מעדן חלב או תיק
- לשנות התנהגות כמו לחסוך במים או לחגור חגורת בטיחות בנסיעה
- לעצב אצלנו עמדה כגון תמיכה במפלגה או בנציג למועצת התלמידים

התשובה ה"נכונה" לשאלה זו מורכבת, יש תלות בשלושה דברים עיקריים:

1. **תלוי במוצר** - עמדה פוליטית קשה מאוד לשנות אבל חטיף זול קל לשכנע לטעום.
 2. **תלוי בבנאדם** - יש אנשים שהם חובבי מבצעים וממהרים לאמץ מוצרים חדשים ויש כאלו הדבקים בהרגלים נושנים.
 3. **תלוי בהקשר** - גיוס תרומות לוועד למען החייל יצליח יותר בעת מלחמה או מבצע.
- מה שברור וידוע הוא שהרבה מאוד כסף מושקע בפרסום מסחרי ופרסומאים מציבים יעדים כמו: העלאת מכירות ב-20% ומצליחים לעמוד בהן כיוון שהם משקיעים מאוד באמצעי השכנוע.

אמצעי שכנוע פסיכולוגיים

פרסומות יכולות להיות יצירות אומנות מקוריות ומהנות אבל הן גם בעלות אינטרס כלכלי. כי אין קשר בין איכות המוצר לאיכות הפרסומת, יכולה להיות פרסומת מצוינת למוצר גרוע. חשבו על פעם שהיתם צריכים לשכנע חברים, הורים ומורים במשהו שרציתם, איך משכנעים?

פניה להגיון/ איום - "שמרו על מגבלות הקורונה כדי למנוע הדבקה"

פניה לרגש - "אמצו כלבים ושמחו את הילדים"

רגשות אשמה - "כשאת מעשנת ליד הילד שלך את פוגעת בבריאותו"

הבטחות - "בחרו במרצ כדי לקדם את תהליך השלום"

בכל פרסומת שניחשף אליה יש לפחות מרכיב אחד מתוך החמישה. בעצם הפרסומאים עושים עלינו סוג של **"מניפולציה"** ומשחקים בעיקר על הרגש שלנו - על המוח האנושי.



אמצעי שכנוע ויזואליים וקוליים

לאחר שבחרנו את **אמצעי השכנוע הפסיכולוגי**, בפרסומות משתמשים בכל מיני אמצעים כדי לגרות את החושים שלנו. בין אם זה בבחירת מוזיקה מתאימה, לבחירת הצבעים המתאימים למוצר אותו משווקים וגם לשחקנים עצמם. למשל, אם בחרתי באמצעי השכנוע איום, אשתמש בצבעים כהים ובנתונים מדאיגים. אם אבחר באמצעי השכנוע פניה לרגש, זה תלוי לאיזה רגש אני פונה, ואחר כך אוכל להחליט מה הצבעים בהם אשתמש, המוזיקה ואפילו באיזה מפורסמים אבחר שישווקו את המוצר שלי.

כלומר, לבחור אמצעי שכנוע פסיכולוגי זה לא מספיק, עליו מלבישים **אמצעי שכנוע ויזואליים ו/או קוליים**:

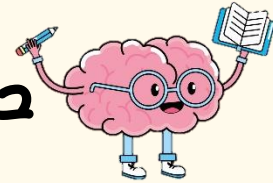
1. **מוזיקה** - בחירה נכונה של מוזיקה/ קאבר לשיר קליט ומוצלח - תגרום לקרבה לפרסומת
2. **צבעים** - שימוש נכון בצבעים למוצר ידגמו במורה טובה יותר את הטעם/ האיכות/ המגוון של המוצר
3. **קריינות** - קריינות בפרסומת יכולה להשפיע על היכולת להנעה לפעולה.
4. **סלבריטאים** - בחירת מפורסם שמותאם לקהל היעד של המותג.
5. **מומחים** - מומחה מוכר בתחום יצליח לשכנע אותי בצורה מוצלחת יותר.
6. **נתונים** - הבאת נתונים אמנים ישכנעו אותי לבחור במותג.

נחזור ונסכם

באמצעות אמצעי השכנוע הפסיכולוגיים הפרסומאים מצליחים להפעיל את המוח והרגשות שלנו מה שבסופו של דבר מניע לפעולה הרצויה - לרכוש או לאמץ התנהגות/ רעיון. עם זאת, על מנת לקבל אחוזי הצלחה מלאים, על אמצעי השכנוע הפסיכולוגיים "מולבשים" אמצעי שכנוע ויזואליים וקוליים שמושכים את העיניים ואת תשומת הלב שלנו.

*חלק מהמידע נלקח מתכנית הלימודים של ד"ר ארנת טורין

בואו לאתגר את המוח!



1. התבוננו בכל פרסומת והחליטו - האם מדובר בפרסום מסחרי או ציבורי? הקיפו בעיגול את התשובה הנכונה.

2. פרסום ציבורי / פרסום מסחרי

א. פרסום ציבורי / פרסום מסחרי



ד. פרסום ציבורי / פרסום מסחרי

ג. פרסום ציבורי / פרסום מסחרי



ו. פרסום ציבורי / פרסום מסחרי

ה. פרסום ציבורי / פרסום מסחרי



2. הסבירו במילים שלכם מה הוא פרסום סמוי?

3. בחרו את הסדר הנכון של השלבים של הכנת פרסומת:

- א. הכנת התקציב, בחירת המדיום, פיתוח רעיון, פיתוח אסטרטגיה פרסומית, ייצור הפרסומת, בדיקת תוצאות, קניית שטח פרסום
- ב. בחירת המדיום, פיתוח הרעיון, הכנת תקציב, קניית שטח פרסום, פיתוח אסטרטגיה פרסומית, בדיקת תוצאות, ייצור הפרסומת
- ג. בחירת המדיום, הכנת תקציב, פיתוח אסטרטגיה פרסומית, פיתוח הרעיון, ייצור הפרסומת, קניית שטח פרסום, בדיקת תוצאות
- ד. אף תשובה אינה נכונה

4. סמנו את התשובה הנכונה - רצועת השידור היא היחידה שקובעת את מחיר הפרסומת

נכון / לא נכון

הסבירו את בחירתכם:

5. צרו קהל היעד לפרסומת לקו הרכבת של תל אביב-ירושלים על פי הפלחים שנלמדו (מגדר, גיל, איזור מגורים, הכנסה, מצב משפחתי)

ב. פרסומת לשוקולד



א. פרסומת לחגורות בטיחות

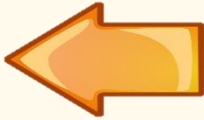


ג. פרסומת בחירות

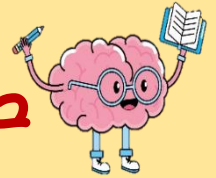




פרק 10: ממציאים צעירים



בואו ניצור מדיום חדש!



בעולם כמו שאנו חיים בו היום, כל הזמן צצים שינויים טכנולוגיים מרחיקי לכת. התקשורת משתכללת משנה לשנה ובכל כמה זמן אנו נחשפים לאמצעי תקשורת אחר שיותר טוב מקודמו. למשל – פעם אנשים היו צריכים להחזיק מצלמה בנפרד ופלאפון בנפרד, ואז הטכנולוגיה השתכללה וכיום שני המדיה הללו קיימים במוצר אחד – הסמארטפון.

דוגמאות נוספות לכך הם הטלוויזיה – שהיא בעצם שכלול של הקולנוע, רק בסלון הביתי שלכם, פודקאסט שהוא חידוש של הרדיו ועוד. בעצם, ככל שהשנים מתקדמות כך גם הטכנולוגיה והפיתוחים החדשים.

נשאלת השאלה – מה יהיה המדיום הבא? איך יהיה אפשר להתעלות על המדיום הקודם ולהמציא משהו מתקדם יותר?

האמת שזו שאלה שאנשים שאלו את עצמם משחר ההיסטוריה. כשהומצא הרדיו אף אחד לא האמין שיש פיתוח חדשני יותר מזה, ואז הגיע הקולנוע ולאחר מכן הטלוויזיה וכן הלאה, ולכן, זו לא תהיה הפתעה אם אכן נגיע לעידן עתידי בו המכוניות מעופפות ויש רובוטים שקיימים כדי לשרת אותנו ואפילו רובוטים שמביעים רגשות. והאמת היא שאנחנו לא מאוד רחוקים משם.

כבר הצלחתם לחשוב על משהו? בואו להמציא את המדיום הבא!

כאשר אנחנו חושבים על פיתוח מוצר טכנולוגי חדשני, אנחנו שואלים את עצמנו – מה חדש במוצר הזה? איך הוא יהפוך את החיים של הבן אדם הפשוט לחיים טובים ונוחים יותר? הרי לא נוציא מוצר שלא באמת מועיל לבני האדם. למשל – מאוורר התקרה הומצא כדי לענות על צורך של הבנאדם – לקבל משב רוח מרענן בימים חמים. כך אנו צריכים לחשוב גם על המדיום שנמציא – מה הוא יחדש שלא היה לפני כן? איך הוא יעקוף את האיפון ואת הלפטופ המתקדמים ביותר?

המדיום הבא של _____

שם המוצר _____

הצורך עליו המוצר עונה _____

תכונות המוצר

כמה כסף יעלה להכין את המוצר? _____

מחיר המוצר _____

קהל היעד של המוצר _____

צור שרטוט של המוצר - כיצד הוא יראה?

תודות וקרדיטים ←

תודה לגב' איריס ורד, מנהלת בית הספר היסודי "נחשונים" בעיר אריאל, שתמיד דוחפת ומקדמת להצלחה, ושאפשרה לי להגשים עוד חלום חינוכי ומעשיר.

תודה לגב' לילך אגמון מדריכת קהילת מורי היסודי לתקשורת וקולנוע מטעם הפיקוח על התקשורת של משרד החינוך, שקראה והפיצה למורים.

תודה מיוחדת לד"ר חן סבג בן-פורת, מרצה וחוקרת תקשורת באוניברסיטת אריאל ובאוניברסיטת בר-אילן, שקראה והאירה.

תודה למשתפי התכנים וביניהם מאיר זילכה, ד"ר ארנת טורין ושמוליק מזרחי שחומריהם נמצאים גם בחוברת זו.

חלק מן המידע בחוברת זו שותף מאתרים כגון "מט"ח", אתר "העין השביעית", "אאוריקה" ואתר "בריינפופ".

מי ייתן ונמשיך **ללמוד, לדבר ולעשות** תקשורת ראויה, ביקורתית ואחראית במיני המדיה והאמצעים העומדים לרשותנו וגם החדשים שיבואו.