



סטוריטלינג אסטרטגי

Strategic storytelling

תיאור הקורס: סמסטר א, תשפ"ה

מס' קורס: 610-5-0116

שם המרצה: ד"ר ערגה אטד

מועד הסדנה: 13.01.2025

תקציר הקורס:

תקשורת הופכת להיות אפקטיבית כאשר המסר עובר בהצלחה לבני השיח או לקהל שלנו. מתי אנו מעבירים את המסר שלנו בהצלחה? כשאנו מצליחים להבין את בני השיח שלנו וכיצד הם יקבלו את המסר. בעידן הנוכחי זה אינו אתגר פשוט, במיוחד כשחיי היומיום שלנו מתאפיינים בהפצה מתמדת ומרובה של מידע. אנו מוקפים בחדשות, רעיונות, פרסום, מסרים, תמונות, עדכונים ו"פושים". אומנם המידע הפך נגיש יותר מאי-פעם, אבל הוא גם גורם לנו, להיות פחות רגישים וקשובים, ובכך נפגעת היכולת שלנו להתמקד ולהבחין בין מידע חשוב ומידע שאינו כזה. בקורס זה, נרכוש כלים ומיומנויות שיסייעו לנו לתקשר את הרעיונות והמסרים שלנו בהצלחה למגוון רחב של קהלים ופלטפורמות.

Communication becomes effective when the message is successfully conveyed to our audience. When will we succeed in conveying the message successfully? When we understand our audience and how they will receive the message. In today's era, this is a challenging task, mainly when our daily lives are characterized by constant and extensive dissemination of information. We are surrounded by news, ideas, advertisements, messages, images, updates, and "push" notifications. The course will provide the students with practical tools to communicate their ideas effectively to various audiences.

נושאי הקורס:

- מהו שכנוע? כלים אפקטיביים לשכנוע ותקשורת בינאישית מיטיבה
- סטוריטלינג יישומי – כיצד שימוש בסיפורים הופך את המסר שלנו לקליט יותר?
- חשיבה ביקורתית והנמקה - איך בונים טיעון ובאילו סוגי טיעונים נשתמש?
- איך ננהל שיחות קשות בחיי היומיום ובעבודה?
- וויזואליות של דאטה - איך נציג נתונים כמותיים מורכבים בהצגה וויזואלית פשוטה?
- שכנוע דיגיטלי – כיצד משכנעים בעידן הדיגיטלי וכיצד ננהל את הפרסונה הדיגיטלית שלנו?



מטלות הקורס:

מטלה אישית מסכמת (100% מהציון הסופי)

- סטוריטלינג מקצועי – הצגה אישית בכיתה של מיזם אישי-מקצועי תוך שימוש בכלים שנלמדו
- הקורס ילווה בתרגילים והתנסויות מעשיות (ללא ציון)

ביבליוגרפיה:

אריאלי, דן, (2008). לא רציונלי ולא במקרה. הוצאת מטר.

כהנמן, דניאל. (2011). לחשוב מהר, לחשוב לאט. הוצאת מטר.

צ'לדיני, רוברט. (2021). השפעה: תיאוריה ופרקטיקה. הוצאת מטר.

Atad, E., & Cohen, J. (2023). Look me in the eyes: How direct address affects viewers' experience of parasocial interaction and credibility? *Journalism*, doi: 10.1177/14648849231169886

Atad, E., Lev-On, A., & Yavetz, G. (2023). Diplomacy under fire: Engagement with governmental versus non-governmental messages on social media during armed conflicts. *Government Information Quarterly*, doi: 10.1016/j.giq.2023.101835

Cohen, J., Atad, E., & Mevorach, T. (2024). The effects of fear and shame in health testimonial videos on identification and health beliefs. *Journal of Media Psychology: Theories, Methods, and Applications*. Advance online publication. <https://doi.org/10.1027/1864-1105/a000418>

Cohen, J., Atad, E., & Mevorach, T. (2023). Does it matter who tells the story? an experimental test of the effects of narrative perspective on credibility, identification, and persuasion. *Communication Research Reports*, 40(3), 101-110. doi: 10.1080/08824096.2022.2159799

Lewis, N., & Atad, E. (2023). Effects of message framing and narrative format on promoting persuasive conversations with others about the flu vaccine. *Health Communication*, , 1-13. doi: 10.1080/10410236.2023.2257427