

תוכנית הקורס ורשימת קריאה לקורס



סמסטר 0 שנה 2023

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

תעמולה ובידור

מרצים/ות:

ד"ר עמית לביא דינור amitld@runi.ac.il

מספר הקורס:	7132	סוג הקורס:	סמינריון	שעות שבועיות:	6	נקודות זכות:	6
דרישות הקורס:	עבודה מסכמת	קוד קבוצה:	230713201	שפת לימוד:	עברית		

תנאי קדם

קדם:

4048 - כתיבה אקדמית
7046 - שיטות מחקר איכותניות

נושאי הקורס 

נושאי הקורס:

מבוא כללי, הצגת הקורס והנחיות מתודולוגיות

הגדרות וגישות למושגי תעמולה

כוח נשי עליון: ייצוגי נשים בפוליטיקה

בין מציאות ודרמה: ייצוגי נשים בדרמות קולנוע וטלוויזיה

ערכים ואידיאולוגיה בריאליטי:

- תוכניות בישול

- תוכניות היכריות
- תוכניות רב-תרבותיות
- # גוגל, פייסבוק וענקיות האינטרנט – מלאך או שטן?
- # עידן פוסט-אמת: על אמון בין הממשל לאזרחים
- # זוגיות ואהבה בעידן האפליקציות
- # דפוסים של צריכת סדרות רשת
- # סיקור וייצוג הטרור בעידן דיגיטלי
- # ערכים בפרסומות ובמדיה חדשים

מטרות הקורס

תיאור הקורס:

במסגרת סמינר זה, נדון בקשר שבין תעמולה ובידור, תוך התייחסות לתיאוריות רלוונטיות. נחשוף את האופן בו מופעלת התעמולה בהקשרים ביזוריים, במטרה לפתח חשיבה ביקורתית כלפי מסריה הגלויים והסמויים. ינתחו טקסטים מהקולנוע ומהטלוויזיה, אשר ייבחנו בהיבטים תרבותיים, חברתיים, פוליטיים וטכנולוגיים.

מטרות הקורס:

הסמינר יקנה לסטודנטים את היכולת המתקדמת לחשיבה ביקורתית באמצעות ניתוח טקסטים מעולם הבידור - קולנוע, טלוויזיה, רשתות חברתיות ועוד. הסטודנטים יתבקשו לבחור כבר בסמסטר הראשון מקרה בוחן לסמינר ועליו יערכו מחקר תרבותי מקיף במתודולוגיות שונות לאורך השנה, תוך שהם מפרקים ומחברים משמעויות מגוונות הנובעות מתוך הטקסט.

מבנה ציון הקורס

מטלות ודרישות:

- נוכחות ב-80% מהשיעורים לפחות (נוכחות נבדקת מדי שיעור)
- חובת הגשת "רפרט משתתף" והצגתו בכיתה בנושא המחקר המיועד.
- הגשת עבודה סמינריונית בהיקף של עד 20 עמודים.

מבנה ציון הקורס:

רפרט משתתף	10%
סמינר מחקרי	90%

הגדרות וגישות למושגי תעמולה

Jowett, G. S., & O'donnell, V. (2020). *Propaganda & persuasion*. Sage publications

.Edelstein, Alex S. (1997) *Total Propaganda: From Mass Culture to Popular Culture*

(Mahwah, NJ, USA: Lawrence Erlbaum Associates, Publishers (pp. xi – 60

,Fiske, J. (1989) "Popular Texts", *Understanding Popular Culture*. London: Routledge

(Ch. 5 (p. 103-128

כוח נשי עליון: ייצוגי נשים בפוליטיקה

Palmer, B. (2021). Madam President? Gender and Politics on the Road to the White House. Edited by Lori Cox Han and Caroline Heldman. Boulder: Lynne Rienner, 2020. 227p. 27.50 paper. *Perspectives on Politics*, 19(2), 649-650

Aldrich, A. S., & Lotito, N. J. (2020). Pandemic performance: women leaders in the Covid-19 crisis. *Politics & Gender*, 16(4), 960-967

Coletti, R. (2018). The Good Wife's (Geo) Politics Between Originality and Stereotypes: New Wine or Just a New Bottle? *Geopolitics*, 23(1), 50-66

בין מציאות ודרמה: ייצוגים בדרמות קולנוע וטלוויזיה

Koutsoumpogera, A., Fragkou, E., Hatzidaki, A., & Sidiropoulou, M. (2022). Subtitling .medical talk into Greek: the case of Grey's Anatomy, House MD., and The Good Doctor

Figueiredo, C. M., & Diogo, A. R. (2021, July). Constructed Images and the Inner Self: Reading Identities in "The Queen's Gambit". In *International Conference On Applied Human Factors and Ergonomics* (pp. 585-592). Springer, Cham

Vukelić, A. (2020). *History of Femme Fatale Archetype: Analysis of Game of Thrones TV Series* (Doctoral dissertation, University of Zadar. Department of English

-

Cooking Shows

Elhoushy, S. (2022). To taste not to waste: Can exposure to TV cooking shows .cultivate food waste reduction?. *Journal of Consumer Behavior*

Iblas, M. C., Mollen, S., Fransen, M. L., & van den Putte, B. (2021). See the cake and have it too? Investigating the effect of watching a TV cooking show on . unhealthy food choices. *Physiology & Behavior, 236*, 113409

Dating Shows

Harper, M. C. (2022). Dating Dichotomy: The Portrayal of Dating Culture in China .and the United States through Reality Dating Television Shows

Romaniuk, O. (2020). The first impression matters: The art of male romantic communication in American media dating culture. *Discourse and Interaction, 13*(1), 67-91

Multicultural Shows

.Ng, E. (2022). Cancel Culture, Popular Media, and Fandom. In *Cancel Culture* (pp .Palgrave Macmillan, Cham .(13-37

Karniel, Y., & Lavie-Dinur, A. (2016). The Transformation of the Popular Israeli: The Increasing Dominance of Israelis Originally from North Africa and the Middle East. *J Mass .Communicat Journalism, 6*(305), 2

-

נוגל, פייסבוק וענקיות האינטרנט – מלאך או שטן?

Stjernfelt, F., & Lauritzen, A. M. (2020). Facebook and Google as Offices of . Censorship. In: *Your Post has been Removed* (pp. 139-172). Springer, Cham

Karniel, Y., & Lavie-Dinur, A. (2015). Privacy and Fame: How We Expose Ourselves .Across Media Platforms. Lexington Books

Karniel, Y., & Lavie-Dinur, A. (2012). Privacy in new media in Israel: How social networks are helping to shape the perception of privacy in Israeli society. *Journal of Information, Communication, and Ethics in Society*, 10(4), 288-304

עידן פוסט-אמת: על האמון בין הממשל לאזרחים

קרניאל, י, ולביא-דינור, ע. (2022). משבר אמון השתקפותו בתקשורת ובפוליטיקה. הוצאת ספרים רסלינג.

Lovari, A. (2020). Spreading (dis) trust: Covid-19 misinformation and government intervention in Italy. *Media and Communication*, 8(2), 458-461

van der Linden, S., Panagopoulos, C., & Roozenbeek, J. (2020). You are fake news: political bias in perceptions of fake news. *Media, Culture & Society*, 42(3), 460-470

זוגיות ואהבה בעידן האפליקציות

Dibble, J. L., & McDaniel, B. T. (2021). Romance and Dating in the Digital Age: Impacts of Computer-Mediated Communication and a Global Pandemic. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*

MacLeod, C., & McArthur, V. (2019). The construction of gender in dating apps: An interface analysis of Tinder and Bumble. *Feminist Media Studies*, 19(6), 822-840

דפוסים של צריכת סדרות רשת

&, Sigre-Leirós, V., Billieux, J., Mohr, C., Maurage, P., King, D. L., Schimmenti, A Flayelle, M. (2022). Binge-watching in times of COVID-19: A longitudinal examination of changes in affect and TV series consumption patterns during .lockdown. *Psychology of Popular Media*

Jenner, M. (2018). *Netflix and the Re-invention of Television*. Springer

סיקור וייצוג חדשות בעידן דיגיטלי

Vázquez-Herrero, J., Negreira-Rey, M. C., & López-García, X. (2020). Let's dance the news! How the news media are adapting to the logic of TikTok. *Journalism*, 1464884920969092

Karniel, Y., Lavie-Dinur, A., & Azran, T. (2014). Broadcast coverage of Gaddafi's final hours in images and headlines: A brutal lynch or the desired death of a terrorist? *International Communication Gazette*, 1748048514562686

ערכים בפרסומות ובמדיה חדשים

Ali, S., & Yousaf, Z. (2019). Educating the Youth in Norms and Values through TV Commercials: A Study of College Students. *Global Social Sciences Review*, 4(1), 325-334

Lavie-Dinur, A., & Karniel, Y. (2019). An Examination of Changing Values in Israeli Television Commercials between 2012 and 2016. *Advertising & Society Quarterly*, 20(1)