

תוכנית הקורס ורשימת קריאה לקורס

סמסטר 0 שנה 2023



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

חממת תוכן: תרבות, אידיאולוגיה ופורמטים חדשים של התקשורת

מרצים/ות:

ד"ר עמית לביא דינור amitld@runi.ac.il

עוזרי/ות הוראה:

גב' דלית טויזר ldalit@runi.ac.il

מספר הקורס:	7189	סוג הקורס:	סמינריון	שעות שבועיות:	6	נקודות זכות:	6
דרישות הקורס:	עבודה מסכמת	קוד קבוצה:	230718900	שפת לימוד:	עברית		

תנאי קדם

קדם:

4048 - כתיבה אקדמית
7046 - שיטות מחקר איכותניות

נושאי הקורס 

סמסטר א

שעור 1

מבוא כללי, הצגת מהלך הקורס, נושאי העבודה המחקרית והנחיות מתודולוגיות לשני הסמסטרים
דיון תיאורטי - איך מעבירים מסרים בצורה איכותית ואומנותית באקלים התקשורתי העכשווי (בסדרות

שיעור 2

דיון תיאורטי – מהי אמת ואותנטיות באקלים התקשורתי העכשווי (בדוקומנטרי)

שיעור 3

הרצאת אורח

שיעורים 4-13

הצגת נושאי המחקר, שאלות המחקר וסקירת הספרות של המחקרים ודיון מעמיק על הנושאים ה"חמים" בתקשורת

סמסטר ב

שיעורים 1-13

הצגת הפרטים מחקריים על עבודות הסמינר ודיון בנושאים הנבחרים + מפגשים אישיים

*ייתכנו שינויים. הודעה תימסר

מטרות הקורס

מטרות הקורס:

בחלקו הראשון של הסמינר נדון ונבחן את הנושאים שמעסיקים יוצרים ויוצרות, ובעיקר נתמקד בשאלה איך להעביר מסרים, ערכים ואידיאולוגיה בצורה איכותית, חדשנית, יצירתית ופופולרית.

במסגרת הסמינר נבחן כיצד איכות, חדשנות ויצירתיות באות לידי ביטוי בעיקר בארבע סוגות תוכן עיקריות – בסדרות רשת, בסרטי קולנוע, בסדרות וסרטים דוקומנטריים ובתכני ה"פריים טיים". בסמינר גם נלמד איך קהלים שונים ויוצרים תופסים את העשייה התקשורתית ואת הסוגות השונות ואיך התודעה וההשפעה מתעצבת ומתקבלת.

המטרה בסמינר היא שהידע האקדמי שנצבר בקורס יהפוך לכלי שימושי גם בתהליך של יצירה של תוכן תקשורתי וגם ישמש לכתיבת העבודה הסופית – לבחינה ביקורתית של דרכי העברת מסרים וערכים בתכנים תקשורתיים שונים כגון בקולנוע, בז'אנרים שונים בטלוויזיה, בעיתונות, ביצירת והפצת פורמטים חדשים ובמדיה החדשים.

המחקר האמפירי שיעשה בסוף הסמינר יעסוק הן במשמעות התרבותית, החברתית והאידיאולוגית של תכנים תקשורתיים נבחרים, של ניתוחם ושל הבנת דרכי יצירתם ושל דיון ביכולת השפעתם על החברה והפרט.

מהלך הקורס:

בסמסטר הראשון נבחן כיצד ערכים, אידיאולוגיה יחד עם יצירתיות, חדשנות ואיכות באים לידי ביטוי בתכנים התקשורתיים השונים. במסגרת הסמינר נלמד על הקשר שבין תיאוריות ומחקרים ביקורתיים

לעשייה התקשורתית בפועל. נתמקד במיוחד בתכנים ובאופני היצירה של סדרות רשת, סרטי דוקו ותוכניות פריים טיים. במהלך הסמסטר הסטודנטים יתחילו בעיצוב המחקר האמפירי העתידי - עבודת הסמינר.

במהלך הסמסטר ניפגש, בין השאר, עם אנשים מהתעשייה כדי לשמוע ולהבין את הצד המעשי שבהעברת מסרים בתקשורת.

בסמסטר השני נתמקד במחקרי הסטודנטים - הסטודנטים יציגו את נושא המחקר הממוקד שלהם, את הספרות שנכתבה עליו ואת תהליך התפתחות המחקר שלהם.

בחצי השעה האחרונה של כל שיעור ייערכו פגישות אישיות כהכנה לרפרט ולמחקר הסופי.

מבנה ציון הקורס

מטלות ודרישות:

נוכחות חובה. ניתן להיעדר עד 2 פעמים בכל סמסטר
רפרט ראשוני - נושא המחקר וסקירת הספרות (סמ' א')
רפרט מחקרי - תמות מרכזיות שעולות בניתוח החומרים (סמ' ב')
עבודה סמינריונית (סמ' ב') - **תאריך הגשה 1.10.2023**
ישנה חובת נוכחות והצגה של שתי המטלות/שני הרפרטים כדי לעבור את הסמינר

מבנה ציון הקורס:

5%	רפרט מחקרי - סקירת הספרות (סמ' א')
5%	רפרט מחקרי - הצגת העבודה הסמינריונית (סמ' ב')
90%	הגשת עבודה סמינריונית (סמ' ב')

רשימת קריאה

רשימת קריאה חלקית מומלצת:

מחקרי הפקה

אשורי, ת' (2007), "מרחק ראוי: בין הלוקלי לגלובלי - הפקות בין לאומיות של סרטי תעודה טלוויזיוניים",
מסגרות מדיה, 1, 183-197

וייסמן, כ' (2009), "השידור הציבורי פוגש את ההסתדרות המקוונת: תפקידם והשפעתם של בלוגים
פוליטיים בישראל", מגמות, 1(2), 222-253

רייך, צ' (2007), "מהפכה טכנולוגית בעיתונות? רוב המידע החדשותי עדיין זורם בטלפון (ובנייד)",
מסגרות מדיה, 1, 125-151.

בתוך: ליבס, ת. טלמון, מ. Liebes, T. (2000) "Inside a News Item: A Dispute over Framing",
תקשורת כתרבות, טלוויזיה כסביבה של תרבות היום-יום, מקראה, כרך א', תל אביב: האוניברסיטה
הפתוחה (עמ' 256-258)

Altheide, D. L. (1997). "The News Media, the Problem Frame ,and the Production of Fear", *The Sociological Quarterly*, 38 (4), 647-668

Paterson, C. & Domingo, D. (2008). "Making *Online News: The Ethnography of New Media Production*. New York: Peter Lang publication

מחקרי קהלים

הרצוג, ה' (2008 [1941]), "על חוויה שאולה: ניתוח האזנה לתסכיתי רדיו יומיים" בתוך: תמר ליבס ואורנית קליין שגריר (עורכות) טקסטים קאנוניים בחקר התקשורת. חלק א' עמ' 26-55.

הזנברג, ח' ומעוז, י' (2011), "מפגש עם האיבי": התקבלות ריאיון טלוויזיוני עם מחבלת בקרב בני נוער יהודיים נציים בישראל", *מסגרות מדיה*, 6, 89-117

Robinson, P. (2011). "Mobilizing postfeminism: Young Australian women discuss Sex and the City and Desperate Housewives", *Continuum: Journal of Media & Cultural Studies*, 25(1), 111-124

Miller, D. (2011). *Tales from Facebook*. Cambridge, UK; Malden, MA: Polity Press

Jenkins, H. (2006). *Fans, Bloggers and Gamers. Exploring Participatory Culture*. NY: New York University Press, pp. 134-151.

חדשנות אסתטית ופורמטים חדשים

אהרוני, מ' (2015). "התיעוד העצמי ומשטר המבט בטלוויזיה". *פנים*, 68. אונליין. [למאמר לחצו כאן](#)

ליון, ד' (2015). "שפטו במו עיניכם: מצלמות האבטחה במהדורות החדשות", *פנים*, 68. אונליין. [למאמר לחצו כאן](#).

קליין שגריר, א' (2015). "אגדת הטלוויזיה השקופה: הזמנה לאחורי הקלעים", *פנים*, 68. אונליין. [למאמר לחצו כאן](#).

Allen, Michael. (2007). "Divided Interests: Split-Screen Aesthetics in 24". In: Peacock, S. (Ed.). *Reading 24, TV against the Clock*. NY: I.B. Tauris & Co Ltd, pp. 35-57.

McMurria, John. (2004). "Long-format TV: Globalization and Network Branding in a Multi-Channel Era". In: Jancovich M. and Lyons J. (Eds.). *Quality Popular Television*. UK: British Film Institute, pp. 65-89.

McCarthy, Anna. (2004). "'Must See' Queer TV: History and Serial Form in *Ellen*". In: Jancovich M. and Lyons J. (Eds.). *Quality Popular Television*. UK: British Film Institute, pp. 88-102.

ייצוגים תקשורתיים – מלחמות, אלימות ונשים

בן-ארי, י' (2007), *מלחמת לבנון השנייה בראי הפרשנות של התקשורת הכתובה בישראל: ניתוח 'אקורד הסיום' – מהלך המתקפה היבשתית הכוללת*. אוניברסיטת תל אביב, בית ספר רוטשילד-קיסריה

Rizzo, S. (2005/6) "Why Less Is Still Moore: Celebrity and the Reactive Politics of Fahrenheit 9/11", *Film Quarterly*, Berkeley: Winter. Vol. 59, Iss. 2 (p. 32-39).

Pattie, David. (2002). "Mobbed Up: The Sopranos and the Modern Gangster Film". In: Lavery, D. (Ed.). *This Thing of Ours: Investigating the Sopranos*, NY: Columbia University Press, pp. 135-161.

תוכן שיווקי

תאני-הררי, ט' ושוורץ אלטשולר, ת' (2012), "הפרסום הסמוי בטלוויזיה בעידן התקשורת השיווקית המשולבת וכלים לרגולציה אפקטיבית של פרסום סמוי", *מסגרות מדיה*, 8, 27-58.

Deery J. (2004) "Reality TV as Advertainment", *Popular Communication*, 2 (1) (p. 1-20).

רטריקה בדימויים חזותיים

זאבי, ע' (2010), "אבדן הפשטות": הרטוריקה של הפרסומת בעיתונות היומית הישראלית בעשור הראשון ובעשור הנוכחי – עיון השוואתי", *מסגרות מדיה*, 5, 83-112.

כהן, א' (2011), "מלעג מר דרך חיוך קטן ועד לצחוק גדול: הומור כאמצעי ביקורתי בצילום עיתונות בישראל", *מסגרות מדיה*, 7, 29-54.

מיטשל, ו' (2009), *נוף קדוש*. תל אביב: רסלינג.

חדשנות בעולמות ווירטואליים ומציאות רבודה

Castronova, E. (2007). *Exodus to the Virtual World How Online Fun Is Changing Reality*. NY: Palgrave Macmillan, Ch. 2, pp. 21-44.

Sanchez-Vives, M. V., & Slater, M. (2005). From presence to consciousness through virtual reality. *Nature Reviews Neuroscience*, 4(6), 332-339 .

Ohta, Y., & Tamura, H. (2014). *Mixed reality: Merging real and virtual worlds*. Springer Publishing Company, Incorporated.

Blascovich, J., & Bailenson, J. (2011). *Infinite reality: Avatars, eternal life, new worlds, and the dawn of the virtual revolution*. William Morrow & Co.

Kerawalla, L., Luckin, R., Seljeflot, S., & Woolard, A. (2006). "Making it Exploring the potential of augmented reality for teaching primary school science, *Virtual Reality*, (4)10, 163-174 .

Bowman, D., & McMahan, R. P. (2007). Virtual reality: how much immersion is enough? *Computer*, 7(40),36-43 .

Difede, J., Cukor, J., Jayasinghe, N., Patt, I., Jedel, S., Spielman, L., ... & Hoffman, H. G. (2007). Virtual reality exposure therapy for the treatment of posttraumatic stress disorder following September 11, 2001. *Journal of Clinical Psychiatry*, 11(68), 1639-1647.

Slater, M., Spanlang, B., Sanchez-Vives, M. V., & Blanke, O. (2010). First person experience of body transfer in virtual reality. *PloS one*, 5(5), e10564.

Biocca, F., & Levy, M. R. (Eds.). (2013). *Communication in the age of virtual reality*. Routledge.

Guttentag, D. A. (2010). Virtual reality: Applications and implications for tourism. *Tourism Management*, 31(5), 637-651.