

תוכנית הקורס ורשימת קריאה לקורס



סמסטר 0 שנה 2024

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

טרנדים כיוצרי אימפקט בתקשורת ובסושיאל

מרצים/ות:

ד"ר עמית לביא דינור amitld@runi.ac.il

| | | | | | | | |
|----------------------|-------------|-------------------|-----------|----------------------|-------|---------------------|---|
| מספר הקורס: | 7764 | סוג הקורס: | סמינריון | שעות שבועיות: | 6 | נקודות זכות: | 6 |
| דרישות הקורס: | עבודה מסכמת | קוד קבוצה: | 240776400 | שפת לימוד: | עברית | | |

תנאי קדם

קדם:

4048 - כתיבה אקדמית
7046 - שיטות מחקר איכותניות

במידה ולמדת את אחד מהקורסים הרשומים מטה, בעלי תוכן זהה, לא תוכל להירשם לקורס טרנדים כיוצרי אימפקט בתקשורת ובסושיאל (7764):

7132 - תעמולה ובידור

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 היכרות

- 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 בידוריים, 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 ונישות 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

ערכים ואידיאולוגיה בריאליטי

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.13-37). Palgrave Macmillan, Cham

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 Communication 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: A 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)