

אוניברסיטת בן גוריון בנגב
הפקולטה למדעי הרוח והחברה
קמפוס אילת

תקשורת ותרבות

תשפ"א

ד"ר יהודה ברלב

barlevy@bgu.ac.il

פריטי הקורס:

מועד הקורס: סמסטר ב', יום ד'
שעת קבלה: יום ד' בתיאום מראש

תיאור הקורס:

הקורס תקשורת ותרבות בוחן את הזיקה בין הזירה החברתית והתרבותית לזירה התקשורתית. בקורס נתמקד בנקודות ההשקפה שבין ההפקה (בהיבט תעשיות תרבות) טקסט (בהיבט תוצרי תרבות) והקהל (בהיבט אידיאולוגיות ופרשנות), וזאת כדי ללמוד על היחסים בין פרקטיקות תרבותיות לשאלות של כוח. החלק הראשון של הקורס יוקדש לגישות כלליות של ניתוח תרבותי ולמושגי מפתח, ואילו החלק השני יתמקד בשלושת המרכיבים שהוזכרו לעיל ובסוגיות ספציפיות שמאתגרות את הקשרים ביניהם: מגדר ומיניות, לאומיות, גלובליזציה, צרכנות, פוסט-מודרניזם ועוד. כך נקשר בין תעשיות התקשורת לתרבות הצריכה ונבחן ז'אנרים שונים בפרספקטיבות התיאורטיות.

מטרות הקורס:

- התוודעות לחקר התקשורת כתרבות ולשורשיו האינטלקטואליים של השדה.
- גיבוש וטיפול תפיסה ביקורתית ביחס לפעילותם של מוסדות תקשורת ולתכנים תקשורתיים.
- הקניית היכולת ניתוח תוצרי תקשורת פופולריים בהתאם לסוגיות המרכזיות בקורס.

חובות הקורס:

1. הקורס נלמד בזום, נוכחות חובה, לא ניתן להעדר יותר משלושה שיעורים במהלך הקורס. פתיחת מצלמה בכל שיעור לאורך כל השיעור.
2. ציון עובר בקורס: 60.
3. הגשה עבודה בסיום הסימסטר שמהווה 100% מהציון הסופי.
4. פריטי קריאה: על פי הסילבוס ו/או פריטי קריאה נוספים שיימסרו במהלך הסימסטר.

מרכיבי הציון הסופי:

עבודה מסכמת: 100%

מבנה הקורס:

שבוע	נושא המפגש	חומר קריאה
שער ראשון: מבוא לתקשורת ותרבות		
1	מהי תרבות?	Griswold, 1994 רגב, 2011
2	חקר התקשורת כתרבות	קארי, 2013 קלנר, 2003
שער שני: משולש הזהב – טקסט, הפקה, קהל		
3	הפקה: כוחן של תעשיות (ה)תרבות	אדורנו, 1999
4	טקסט: פרשנות ומשמעות	גירץ, 2013; רגב, 2011 קריאת רשות: בארת, 2003
5	קהל: כוח וסוכנות	הול, 2004 בובו, 2004; פיסק, 1989
שער שלישי: סוגיות מרכזיות בחקר התקשורת כתרבות		
6	מגדר ואתניות	Dines, 2010
7	צרכנות	קליין, 2002; אילוז, 2002
8	לאומיות	אנדרסון, 2002
9	גלובליזציה	פירסט ואברהם, 2003; רם, 2005
10	פוסט-מודרניזם	פיסק, 1991; כ"ץ ודיין, 1993
11	תרבות פופולארית – מקרה המבחן של הפופ והרוק	הבדיג', 2007; רגב, 2001
12	לקראת תרבות של אינטרנט	Sterne, 2006
13	סיכום הקורס	Meyerowitz, 2008

חומר קריאה:

1. מהי תרבות?

Griswold, W. (1994). *Cultures and societies in a changing world*. Thousand Oaks: Pine Forge Press. [Read pp. 1-17].

רגב, מ' (2011). סוציולוגיה של התרבות: מבוא כללי. רעננה: האוניברסיטה הפתוחה. [יש לקרוא עמ' 9-32].

2. חקר התקשורת כתרבות

קארי, ג' (1989/2013). גישה לתקשורת כתרבות. בתוך ת' ליבס וד' לוי (עורכים), *תקשורת כתרבות*. כרך א: מדיה כסביבת תרבות היומיום: עכשווי והיסטורי משתלבים (עמ' 103-117). רעננה: האוניברסיטה הפתוחה.

קלנר, ד' (1995/2003). חקר תרבות, רב תרבותיות ותרבות התקשורת. בתוך ת' ליבס ומ' טלמון (עורכים), *תקשורת כתרבות*, כרך א (עמ' 13-26). רעננה: האוניברסיטה הפתוחה.

3. הפקה: כוחן של תעשיות התרבות

אדורנו, ת' (1999) עיון מחודש בתעשיית התרבות. בתוך א' כץ וי' ינוביצקי (עורכים), *תרבות, תקשורת ופנאי בישראל, מקראה חלק א* (עמ' 262-268). תל אביב: האוניברסיטה הפתוחה.

4. טקסט: פרשנות ומשמעות

גירץ, ק' (1990/2013) תיאור גדוש: לקראת תיאוריית תרבות פרשנית. בתוך ת' ליבס וד' לוי (עורכים), *תקשורת כתרבות. כרך א: מדיה כסביבת תרבות היומיום: עכשווי והיסטורי משתלבים* (עמ' 177-196). רעננה: האוניברסיטה הפתוחה.

רגב, מ' (2011). *סוציולוגיה של התרבות: מבוא כללי*. רעננה: האוניברסיטה הפתוחה. [יש לקרוא עמ' 53-68].

בארת, ר' (1977/2013). הרטוריקה של הדימוי. בתוך ת' ליבס וד' לוי (עורכים), *תקשורת כתרבות. כרך ב: מבט מבפנים על עולם התקשורת: מקום, זמן, מפיקים ותכנים* (עמ' 97-107). רעננה: האוניברסיטה הפתוחה.

5. קהל: כוח וסמכות

הול, ס' (1993/2013). הצפנה, פיענוח. בתוך ת' ליבס וד' לוי (עורכים), *תקשורת כתרבות. כרך א: מדיה כסביבת תרבות היומיום: עכשווי והיסטורי משתלבים* (עמ' 225-234). רעננה: האוניברסיטה הפתוחה.

בובו, ז' (1993/2013). הצבע ארגמן: נשים שחורות כקוראות תרבותיות. בתוך ת' ליבס ומ' טלמון (עורכות), *תקשורת כתרבות. כרך ב: יצירת משמעות כמפגש בין המדיום, הטקסט וצרכניהם* (עמ' 207-215). רעננה: האוניברסיטה הפתוחה.

דיין, א' וכ"ץ, א' (1993). אירועי תקשורת: הבניית אירוע. בתוך: ליבס, ת' וטלמון, מ' (עורכות). (2003). *תקשורת כתרבות מקראה כרך א* (עמ' 173-145). תל אביב: האוניברסיטה הפתוחה.

פיסק (1989). מדונה. בתוך: ליבס, ת. וטלמון, מ. (עורכות). (2003). *תקשורת כתרבות מקראה כרך א* (עמ' 209-224). תל אביב: האוניברסיטה הפתוחה.

6. פמיניזם ומגדר

Dines, G. (2010). The white man's burden: Gonzo pornography and the construction of black masculinity. In G. Dines & J. M. Humez (Eds.), *Gender, race, and class in media: A critical reader* (pp. 275-282). Thousand Oaks, CA: Sage.

7. צרכנות

קליין, נ' (2002). *בלי לוגו*. תל אביב: בבל. [יש לקרוא עמ' 25-47].

אילוז, א' (2002). *תרבות הקפיטליזם*. תל אביב: משרד הביטחון. [יש לקרוא עמ' 7-13, 63-80, 95-102].

8. לאומיות

אנדרסון, ב' (1983/2000). *קהילות מדומיינות*. תל אביב: האוניברסיטה הפתוחה. [יש לקרוא עמ' 69-79].

9. גלובליזציה

פירסט, ע' ואברהם, א' (2001-2003). לבי במערב ואנוכי בסוף המזרח: הדימוי האמריקאני בראי הפרסומות הישראלית. בתוך ת' ליבס ומ' טלמון (עורכות), *תקשורת כתובות, כרך א* (עמ' 367-339). רעננה: האוניברסיטה הפתוחה.

רם, א' (2005). *הגלובליזציה של ישראל*. תל אביב: רסלינג. [יש לקרוא עמ' 109-138].

10. פוסט-מודרניזם

פיסק, ג' (1991/2013). פוסטמודרניזם וטלוויזיה. בתוך ת' ליבס וד' לוין (עורכים), *תקשורת כתובות. כרך א: מדיה כסביבת תרבות היומיום: עכשווי והיסטורי משתלבים* (עמ' 225-267). רעננה: האוניברסיטה הפתוחה.

11. תרבות פופולרית: מקרה המבחן של הפופ והרוק

הבדיג, ד' (1979/2008). *תת-תרבות פאנק: משמעותו של סגנון*. תל אביב: רסלינג. [יש לקרוא עמ' 77-94].

רגב, מ' (2011). *סוציולוגיה של התרבות: מבוא כללי*. רעננה: האוניברסיטה הפתוחה. [יש לקרוא עמ' 160-166, 178-189, 239-246].

12. לקראת תרבות של האינטרנט

Sterne, J. (2006). The historiography of cyberculture. In D. Silver & A. Massanari (Eds.), *Critical cyberculture studies* (pp. 12-28). New York: New York University Press.

Silver, D. (2004). Internet/Cyberculture/ Digital Culture/New Media/ Fill-in-the-Blank Studies. *New Media & Society*, 4(1), 55-64.

Escobar, A. (1994). Welcome to Cyberia: Notes on the anthropology of cyberculture. *Current Anthropology*, 35(3), 211-231.

13. סיכום הקורס

Meyerowitz, J. (2008). Power, pleasure, patterns: Intersecting narratives of media influence. *Journal of Communication*, 58(4), 641-663.