
האוניברסיטה העברית בירושלים

סילבוס

מה מציאותי בריאליטי?: עונג וקריאה ביקורתית בתוכניות מציאות
בטלוויזיה - 50829

תאריך עדכון אחרון 13-11-2016

נקודות זכות באוניברסיטה העברית: 2

תואר: בוגר

היחידה האקדמית שאחראית על הקורס: תקשורת ועיתונאות

השנה הראשונה בתואר בה ניתן ללמוד את הקורס: 0

סמסטר: סמסטר א'

שפת ההוראה: עברית

קמפוס: הר הצופים

מורה אחראי על הקורס (רכז): מוטי נייגר

דוא"ל של המורה האחראי על הקורס: mottin34@gmail.com

שעות קבלה של רכז הקורס: 11:30-12:30 יום ב'

תאור כללי של הקורס:

השאלה מדוע הפכו תוכניות המציאות לז'אנר הטלוויזיוני המצליח ביותר בשעות צפיית השיא, בארץ כמו בעולם, זכתה לשלל תשובות מחקריות מנקודות מבט שונות, הבוחנות את תהליכי ההפקה, מפרקות את הטקסט הטלוויזיוני וחוקרות את הקהלים. מעבר לעובדה שבתוכניות אלה המשתתפים מתפקדים בתור עצמם (קרי, הם אינם מקריאים תסריט כתוב) קשה לאפיין בצורה חותכת את תוכניות המציאות בשל השונות הגדולה בתוך מה שנתפס כז'אנר טלוויזיוני אחד: מתוכניות כישרונות (כוכב נולד, מאסטר שף), דרך תוכניות העוקבות אחר מתמודדים בעולמות סגורים (האח הגדול, הישרדות) עבור בתוכניות שידוכים (הרווק, דייט בחשכה) ועד תוכניות שיפור עצמי, שחלקן מציעות למתמודדים טרנספורמציות פיזיות קיצוניות (לרדת בגדול, הברבור). כל אלו ישמשו כבסיס להבנת המקום התרבותי של תוכניות המציאות במרכזו של הפריים-טיים כמערכת של סתירות משלימות (אוקסימורונים).

מטרות הקורס:

בקורס נעמוד על ההבניה של המציאות בתוכניות המציאות ונפצח את סוד הקסם של הריאליטי על שלל מופעיו השונים, בתוך המתח שבין פורמטים גלובאליים ותכנים לוקאליים, ובין העונג שבצפייה בתוכניות אלו לבין קריאה ביקורתית בתכני התרבות הפופולארית בטלוויזיה.

תוצרי למידה

בסיומו של קורס זה, סטודנטים יהיו מסוגלים:

הסטודנטים ישכללו את יכולתם לחבר בין גישות תיאורטיות שנלמדו בעבר לבין ניתוח טקסטים תקשורתיים כך שיתחדדו כלי הביקורת.

דרישות נוכחות (%) :
80%

שיטת ההוראה בקורס: - הוראה פרונטלית
- דיונים סביב מאמרים ומושגים תיאורטיים
- הקרנת קטעים מתוכניות מציאות וניתוחם

רשימת נושאים / תכנית הלימודים בקורס:

1. מבוא: תוכניות מציאות - ז'אנר או מטא-ז'אנר,
2. אוקסימורון הפלורליזם: הפלורליזם הממוסד
3. אוקסימורון הפריפריה: סיפור סינדרלה ייחודי/סטריאוטיפי
4. אוקסימורון הפטרייטיזם: נרטיבים לאומיים-פטרייטיים וסממנים דתיים בתוכנית ופורמט גלובליים וליבראליים
5. אוקסימורון ההשתתפות: בחירות "דמוקרטיות" של צרכנים
6. אוקסימורון ההכתרה: הקלָכה רגילה ומהירה
7. אוקסימורון המציצנות: אינטימיות חשופה

-
8. אוקסימורון ההשפלה: מייקאובר למייקאנדר
 9. אוקסימורון ההצלחה שלכאורה: משימה שנועדה לכישלון
 10. אוקסימורון "האמת שלי": האותנטיות המזוייפת
 11. אוקסימורון הפיקוח: רגולציה כושלת
 12. אוקסימורון הפרפורמנס: מוצרי זרם-מרכזי יחד עם ביצוע קונטרה-הגמוני
 13. סיכום: בין קריאה ביקורתית-הגמונית להתקבלות ועונג

חומר חובה לקריאה:
"ימסר בתחילת הסמסטר

- חומר לקריאה נוספת:
- Andrejevic, M. (2004). *Reality TV: The work of being watched*. Lanham, MD: Rowan & Littlefield Publishers.
- Aslama, M. & Pantti, M. (2006). Talking alone: Reality TV: Emotions and authenticity. *European Journal of Cultural Studies*, 9(2), 167-184.
- Clissold, B. (2004). Candid Camera and the Origins of Reality TV. In S. Holmes & D. Jermyn (Eds.), *Understanding reality television*. London: Routledge, pp. 33-53.
- Cloud, D. (2010). "The Irony Bribe and Reality Television: Investment and Detachment in *The Bachelor*". *Critical Studies in Media Communication*, 27: 5, 413-437
- Elias, N., Jamal, A. & Soker, O (2009). Illusive Pluralism and Hegemonic Identity in Popular Reality Shows in Israel. *Television & New Media*, 10(5): 375-391.
- Essany, M (2008). *Reality Check: The Business and Art of Producing Reality TV*. Burlington, MA: Focal Press.
- Frisby, C. (2003). *Reality television has positive impact on viewers*. Columbia, MO: University of Missouri.
- Hill, A. (2005). *Reality TV: Audience and popular factual television*. London & New York: Routledge.
- Hill, A. (2000). Fearful and Safe: Audiences response to British reality programming. *Television & New Media*, 1(2), 193-213.
- Holmes, S. & Jermyn, D. (2004). Introduction: Understanding reality television. In S. Holmes & D. Jermyn (Eds.), *Understanding reality television*. London: Routledge, pp. 1-32.
- Holmes, S. (2004). But this Time You Choose!: Approaching the interactive Audience of Reality TV. *International Journal of Cultural Studies* 7(2): 213-231.
- Holmes, S. (2004). "All you've got to worry about is the task, having cup of tea, and doing a bit of sunbathing". In S. Holmes and Jermyn, D. (Eds.). *Understanding reality television*. London: Routledge, pp. 111-135.
- Jenkins, H. (2006). "Buying into American Idol: How We are Being Sold on Reality TV." (pp. 59-92). *Convergence Culture: Where Old and New Media Collide*. New

- York: New York University Press.
- Kilborn, R. (1994). How real can you get? Recent developments in 'Reality' television. *European Journal of Communication*, 9, 421-439.
- Kraidy, M. (2006) Reality Television and Politics in the Arab World (Preliminary Observations), *Transnational Broadcasting Studies* 2 (1), 7-28, available <http://tbsjournal.com/Archives/Fall05/Kraidy.html>
- Kraszewski, J., (2004). Country hicks and urban cliques: Mediating race, reality, and liberalism on MTV's the real world. In S. Murray, & L. Ouellette (Eds.), *Reality TV: Remaking television culture*. New York: New York University Press.
- Livio, O. (2008). *The Performance of Scandal: The Jacko Eisenberg Affair and Israeli Military Discourse*. Paper presented at the International Communication Association Annual Conference.
- Murray, S., & Ouellette, L. (2004). Introduction. In S. Murray & L. Ouellette (Eds.), *Reality TV: Remaking television culture* (pp. 1-19). New York: New York University Press.
- Nabi, R. L. (2007). Determining dimensions of reality: A cognitive mapping of reality TV programs. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 51: 371 - 389.
- Nabi, R. L., Biely, E. N., Morgan, S. J., & Stitt, C. R. (2003). Reality-based television programming and the psychology of its appeal. *Media Psychology*, 5, 303-330.
- Nabi, R. L., Stitt, C., Halford, J., & Finnerty, K. (2006). Emotional and cognitive predictors of the enjoyment of reality-based and fictional television programming: An elaboration of the uses and gratifications perspective. *Media Psychology*, 8, 421-447.
- Neiger, M. (2010). "Real Love Has No Boundaries? - Dating Reality TV Shows between Global Format and Local-Cultural Conflicts." In A. Hetsroni (Ed.) *Reality Television: Merging the Global and the Local*. Hauppauge, NY: Nova Science Publishers.
- Reiss, S. & Wiltz, J. (2004). Why people watch reality TV?. *Media Psychology*, 6, 363-378.

הערכת הקורס - הרכב הציון הסופי :

מבחן מסכם בכתב/בחינה בעל פה 0 %
 הרצאה 20 %
 השתתפות 0 %
 הגשת עבודה 80 %
 הגשת תרגילים 0 %
 הגשת דו"חות 0 %
 פרויקט מחקר 0 %
 בחנים 0 %
 אחר 0 %

מידע נוסף / הערות:

אין