

**תקשורת חזותית**

**63-012-01**

**שם המרצה: ד"ר יונתן אילן**

**סוג הקורס:** חובה לתואר ראשון

**שנת לימודים:** תשפ"ב **סמסטר: ב'**  **יום ג' 14:00-16:00 היקף שעות:** 1 ש"ש

**שעות קבלה:** יום א' 13:00 -14:00 (בתאום מראש)

**מיקום:** בניין 109, חדר 14

**טלפון:** 037384243

**דוא"ל:** [yoni.ilan@gmail.com](mailto:yoni.ilan@gmail.com)

**א. מטרות הקורס:**

הקורס נועד להקנות מושגי יסוד בחקר התקשורת החזותית וכלים בסיסיים להבנת עקרונותיה המרכזיים של השפה החזותית. הסטודנטים יחשפו לתיאוריות מרכזיות העוסקות בפענוח השפה החזותית, במשמעות ההיסטורית והאידיאולוגית של דימויים חזותיים, במקומם של אלו בפלטפורמות תקשורתיות מגוונות ובמערכת היחסים המורכבת שמקיים הקהל עם מערך דימויים זה. הקורס מבוסס על הרצאות פרונטאליות ומלווה בצפייה וניתוח של טקסטים ויזואליים בהתאם לצרכי ההרצאה.

**ב. תוכן הקורס:**

במהלך הקורס נתמקד בכלי הביטוי של השפה הוויזואלית ונבחן את הכלים המחקריים המרכזיים המשמשים לניתוח ההיבטים הסוציו-תרבותיים של השפה החזותית כפי שאלו באים לידי ביטוי בטקסטים תקשורתיים מגוונים.

**תכנית הוראה:**

הרצאה 1 – מבוא: התרבות הויזואלית ולימודי ויזואליות

הרצאה 2-3 – על סימנים ומשמעות

הרצאה 4 – דנוטציה, קונוטציה ומיתוס

הרצאה 5 – ניתוח סמיוטי של צילום

הרצאה 6 – הסרט כמערכת סימון

הרצאות 7-8 – ניתוח סמיוטי של הסימן האודיו-ויזואלי

הרצאה 9 – אינטרטקסטואליות

הרצאה 10 - שפה חזותית, מציאות ותרבות

הרצאה 11 – תקשורת חזותית ואידיאולוגיה

הרצאה 12 – תקשורת חזותית ותרבות היצרכנות

הרצאה 13 – מקרה בוחן: ניתוח משותף

הרצאה 14 – חזרות והשלמות

**ג. דרישות קדם:** אין.

**ד. דרישות הקורס:**

* הגשת תרגיל אמצע: ניתוח טקסט חזותי. היקף המטלה: חמישה עמודים (הנחיות מפורטות לביצוע המטלה יינתנו לסטודנטים במהלך הקורס).
* מבחן בית: הסטודנטים יידרשו לנתח טקסט תקשורתי מורכב ויידרשו לחשיבה ביקורתית ולאינטגרציה בין התיאוריות השונות לניתוח החזותי. ההנחיות לביצוע מבחן הבית יינתנו לקראת סוף הקורס.

**ה. מרכיבי הציון הסופי:**

* תרגיל אמצע (20%)
* מבחן מסכם (80%)

**ו. ביבליוגרפיה**

**הרצאה 1- התרבות הוויזואלית ולימודי ויזואליות**

**חובה:**

Chalfen, R. (2020). *Looking two ways: Mapping the social scientific study of*

*visual culture*. In: Pouwels, L. and Mannay, D. (Eds.), *The SAGE*

*Handbook of Visual Research Methods* (2nd edition, pp. 37-56).

London: Sage.‏

Mitchell, W. J. (2002). Showing seeing: a critique of visual culture. *Journal of*

*visual culture*, *1*(2), 165-181.

בארת', ר. (1980). מחשבות על הצילום. תל אביב: כתר. (עמ' 9-23)

**הרצאה 2-3 – על סימנים ומשמעות**

**חובה:**

Chandler, D. (2017). *Semiotics: The basics* (3rd edition). London: Routledge.

(Models of the sign, pp. 11-50)

<http://visual-memory.co.uk/daniel/Documents/S4B/>

בארת', ר. (1980). מחשבות על הצילום. תל אביב: כתר. (עמ' 23-64)

**הרצאה 4 – דנוטציה, קונוטציה ומיתוס**

**חובה**:

Aiello, G. (2019). Visual Semiotics: Key Concepts and New Directions.

In: Pouwels, L. and Mannay, D. (Eds.), *The SAGE Handbook of*

*Visual Research Methods* (2nd edition, pp. 367-380). London: Sage.‏

בארת', ר. (1998). מיתולוגיות. תל אביב: בבל. (את הפרק "המיתוס היום", עמ' 235-294).

פן, ג. (2011). ניתוח סמיוטי של תמונות דום ("סטילס") (still images). בתוך: מ. באואר, מ. וג. גאסקל (עורכים),*מחקר איכותני: שיטות לניתוח טקסט תמונה וצליל*(עמ' 259-264). רעננה: האוניברסיטה הפתוחה.

בארת', ר. (2013). הרטוריקה של הדימוי. בתוך ת. ליבס ומ. טלמון (עורכות), *תקשורת כתרבות – מהדורה מעודכנת* (עמ' 97-107). רעננה : האוניברסיטה הפתוחה.

**הרצאה 5 – ניתוח סמיוטי של התמונה ה'קפואה'**

**חובה:**

Thurlow, C., Aiello, G., & Portmann, L. (2020). Visualizing teens and

technology: A social semiotic analysis of stock photography and

news media imagery. *New media & society*, *22*(3), 528-549.‏

קמפף, ז. (2003). הלינץ' ברמאללה וסמלי הסכסוך: שני צילומי האירוע הטראומטי ומה שביניהם. *פנים*, 23, 30- 38.

<http://www.itu.org.il/Index.asp?ArticleID=1624&CategoryID=531&Page=2>

**רשות:**

Barthes, R. (1977). The photographic message. In: Heath, S. (Trans.),

*Image-Music-Text* (pp. 15-31). London: Fontana.

פן, ג. (2011). ניתוח סמיוטי של תמונות דום ("סטילס") (still images). בתוך: מ. באואר, מ. וג. גאסקל (עורכים),*מחקר איכותני: שיטות לניתוח טקסט תמונה וצליל*(עמ' 264-278). רעננה: האוניברסיטה הפתוחה.

**הרצאה 6 – הסרט כמערכת סימון**

**חובה:**

ג'אנטי, ל. (2000). *להבין סרטים.*ת"א: האוניברסיטה הפתוחה (עמ'47-61, 8 97-12, 137-142).

בן-שאול, נ. (2000). *מבוא לתיאוריות קולנועיות*. תל-אביב: אוניברסיטת תל-אביב. (פרק רביעי: "סמיולוגיה וקולנוע". עמ' 57-69).

Murch, W. (2000). Streching sound to help the mind see. Filmsound.org.

<http://filmsound.org/murch/stretching.htm>

**רשות**:

Metz, C. (1991). *Film language: A semiotics of the cinema*. Chicago, Ill:

University of Chicago Press.

**הרצאות 7-8 – ניתוח סמיוטי של הסימן האודיו-ויזואלי**

**חובה:**

Iedema, R. (2001). Analyzing film and television: A social semiotic

account of *Hospital: An unhealthy business*. In Van Leeuwen, T.

and Jewitt, C. (Eds.), *Handbook of visual analysis* (pp. 183-204).

London: Sage.

**רשות**:

Buckland, W. (2018). *Wes Anderson’s Symbolic Storyworld: A Semiotic*

*Analysis*. New York, NY: Bloomsbury Publishing USA.‏

**הרצאה 9 – תקשורת חזותית ואינטרטקסטואליות**

**חובה:**

Chandler, D. (2017). *Semiotics: The basics* (3rd edition). London:

Routledge. (Intertextuality, pp. 258-264)

<http://visual-memory.co.uk/daniel/Documents/S4B/>

Ilan, J. (2014). Intertextuality and news photography production:

International making of a pictorial echo. *International Journal of Communication* 8, 2879-2898.

**רשות:**

בארת', ר. (2005/1984). מות המחבר. בתוך משעני, ד. (מתרגם), *מות המחבר\מהו מחבר?* (עמ' 7-18). רסלינג: תל אביב.

**הרצאה 10 - שפה חזותית, מציאות ותרבות**

**חובה:**

Hall, S. (1997). *Representation: Cultural Representations and Signifying Practices*. Milton Keynes: The Open University. (Introduction, pp. 1-13).

קארי, ג'. (2003). גישה לתקשורת כתרבות. בתוך: ליבס, ת. וטלמון, מ. (עורכות), *תקשורת כתרבות – מקראה, כרך א'* (עמ' 79-96). תל אביב: האוניברסיטה הפתוחה.

**הרצאה 11 – תקשורת חזותית ואידיאולוגיה**

**חובה:**

הול, ס. (2003). הצפנה\פענוח. בתוך ליבס, ת. וטלמון, מ. (עורכות), *תקשורת כתרבות – מקראה, כרך ב'* (עמ' 390-401). תל אביב: האוניברסיטה הפתוחה.

Herfroy-Mischler, A., & Barr, A. (2019). Jihadist visual communication

strategy: ISIL’s hostage executions video production. *Visual Communication*, *18*(4), 519-548.‏ ‏

**רשות:**

אדורנו, ו. ת. והורקהיימר, מ. (2008). תעשיית התרבות: נאורות כהונאת המונים. בתוך: ליבס, ת. וקליין-שגריר, א. (עורכות), *טקסטים קאנוניים בחקר התקשורת – חלק א'* (עמ' 59-91). תל אביב: האוניברסיטה הפתוחה.

**הרצאה 12 – תקשורת חזותית ותרבות היצרכנות**

**חובה:**

ראדווי, ג'. (1984). קהילות פרשניות ואוריינות משתנה: הפונקציות של קריאת 'הרומן הרומנטי'. בתוך: ליבס, ת. וטלמון, מ. (עורכות), *תקשורת כתרבות – מקראה, כרך ב* (עמ' 179-197). תל אביב: האוניברסיטה הפתוחה.

**רשות:**

Romney, M., & Johnson, R. G. (2020). Show me a story: narrative, image,

and audience engagement on sports network Instagram accounts. *Information, Communication & Society*, *23*(1), 94-109.‏

Ilan, J., & Kama, A. (2016). Where has all the magic gone?: Audience interpretive strategies of The Hobbit’s film-novel rivalry. *Participations*, 13(2), 289-307.

**הרצאה 13 – מקרה הבוחן: ניתוח משותף**

**חובה:**

מאלווי, ל. (1975\2008). עונג חזותי וקולנוע נרטיבי. בתוך ליבס, ת. וקליין-שגריר, א. (עורכות), *טקסטים קאנוניים בחקר התקשורת – חלק* א (עמ' 295-307). רעננה: האוניברסיטה הפתוחה.

Qiao, F., & Wang, Y. (2019). The myths of beauty, age, and marriage:

femvertising by masstige cosmetic brands in the Chinese

market. *Social Semiotics*, 1-23.

**רשות**:

##### Berger, J. (1972). *Ways of Seeing*. London: Penguin. (Chapter 1)

**הרצאה 14 – השלמות וחזרות**

* המרצה שומר לעצמו את הזכות להוסיף ו\או להחליף פריטי קריאה במהלך הקורס בהתרעה מספקת מראש.

**ז. שם הקורס באנגלית:** Visual Communication