תאריך עדכון: 26/7/20

**מה מציאותי בריאליטי?**

**קריאה ביקורתית בתוכניות מציאות בטלוויזיה**

63426-01

The Social Construction of Reality TV (63426-01)

**מרצה: פרופ' מוטי נייגר**

סמינר שנתי לתואר ראשון, תשפ"א, 2020-2021 **היקף שעות**: 4 נ"ז

אתר הקורס באינטרנט: <https://lemida.biu.ac.il/>

שעת קבלה: יום ד', 14:00-13:00, בתיאום מראש.

מיקום: בנין לאוטרמן (109), בית הספר לתקשורת, חדר 15

דואר אלקטרוני: motti.neiger@biu.ac.il

**מטרות הקורס ותוצרי למידה**

בקורס נעמוד על הבניית המציאות בתוכניות המציאות ונפצח את סוד הקסם שלהן, בתוך המתח שבין פורמטים גלובאליים ותכנים לוקאליים, ובין העונג שבצפייה בתוכניות אלו לבין קריאה ביקורתית בתכני התרבות הפופולארית בטלוויזיה. בתוך כך נעמוד על המאפיינים של התרבות הפופולארית וגילוייה בתקשורת, נעקוב אחר שינויים במדיום הטלוויזיוני לאורך השנים, ונצפה את הכיוונים העתידיים בעקבות התקדמות הטכנולוגיה.

עם סיום הסמינר לסטודנטים יעמדו כלים כדי **לנתח** תוכניות מציאות בטלוויזיה, הם יוכלו **להתבונן** בביקורתיות בעבודת ההפקה בתוכניות אלו, הם ישכילו **להבין** מדוע הקהל מוצא עניין רב בתוכניות אלו, ויוכלו **להצביע** על הייחודיות של פורמטים שונים בתוך מטא-הז'אנר של הריאליטי, כמו גם **לבצע** מחקר עצמאי הכולל התבוננות היסטורית, טכנולוגית, חברתית ותרבותית.

**תאור הקורס**

תוכניות המציאות הן ז'אנר טלוויזיוני מצליח בשעות צפיית השיא, בארץ כמו בעולם. יחד עם זאת, 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), עבור בתוכניות שידוכים (הרווק, דייט בחשכה) תוכניות שיפור עצמי, שחלקן מציעות למתמודדים טרנספורמציות פיזיות קיצוניות (לרדת בגדול, הברבור) ולחילופין תוכניות העוקבות אחר מתמודדים בעולמות סגורים ובתנאים קיצוניים (האח הגדול, הישרדות). בסמינר נפצח את סוד הקסם של הריאליטי ונתבונן במטא-ז'אנר טלוויזיוני זה מנקודות מבט מחקריות שונות, הבוחנות את תהליכי ההפקה, מפרקות את הטקסט הטלוויזיוני וחוקרות את הקהלים. הסמסטר הראשון של הקורס יוקדש למבוא לז'אנר, הכרות עם המגוון וקבלת כלים תיאורטיים לפענח את התכנים הטלוויזיוניים; הסמסטר השני יוקדש ליישום של כלים אלו בהצגות הסטודנטים ולהקניית כלים לכתיבה של עבודת סמינר ראוייה.

**דרישות הקורס והרכב הציון הסופי**

- נוכחות חובה והשתתפות פעילה (80% מהשיעורים), עמידה בתנאי זה הכרחית לקבלת ציון.

- סמסטר א' – הצגת מאמר או דוגמה בכיתה: 10%

- סמסטר ב' – הצגת נושא המחקר בפני הכיתה והגשת ההצעה (כלים לכתיבתה ילמדו): 25%

- עבודת סמינר (כלים לכתיבתה ילמדו במסגרת הקורס) – 65%

**הוראה טכנולוגית: במידה שנאלץ ללמוד בתנאי זום, השיעורים יתקיימו במתכונת המשלבת הקלטות א-סינכרוניות עם שיעורים סינכרוניים.**

**נושאים לדיון ורשימת קריאה:**

1. **תוכניות מציאות? - ז'אנר או מטא-ז'אנר?**

Hill, A. (2005). The Rise of Reality TV. Reality TV: Audience and Popular Factual Television. (14-40). New York: Routledge.

Holmes, S., & Jermyn, D. (2004). Introduction: Understanding reality television. In S. Holmes & D. Jermyn (Eds.), Understanding reality television (pp. 1-32). London: Routledge.

Deery, J. (2015). Reality TV. Cambridge: Polity Press. pp. 27-56

1. **מדוע אנשים צופים בתוכניות מציאות? מדוע הם משתתפים בהם?**

הרשמן-שטרית , מ. (2014). Why do they do it? – מנבאים להשתתפות בתוכניות ריאליטי. חיבור לשם קבלת תואר דוקטור בפילוסופיה, אוניברסיטת חיפה. עמ' 91-65 (פרקי הממצאים והדיון)

Karsay, K., & Schmuck, D. (2019). “Weak, Sad, and Lazy Fatties”: Adolescents’ Explicit and Implicit Weight Bias Following Exposure to Weight Loss Reality TV Shows. Media Psychology, 22(1), 60-81.

Reiss, S. & Wiltz, J. (2004). Why people watch reality TV?. Media Psychology, 6: 363-378.

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.

1. **אוקסימורון הפלורליזם: הפלורליזם הממוסד**

Neiger, M. (2012). Cultural Oxymora: The Israeli Idol Negotiates Meanings and Readings. Television & New Media. 13(6): 535–550.

**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.**

Hearn, A. (2006). "John, A 20-year-old Boston native with a great sense of humor": On the spectacularization of the "self" and the incorporation of identity in the age of reality television. International Journal of Media and Cultural Politics, *2*: 131-147.

1. **אוקסימורון הפריפריה: סיפור סינדרלה ייחודי/סטריאוטיפי**

חמו, מ. (2009). פוּל דוסים... מלא משפחות: מנגנונים טקסטואליים לייצוג מורכב של זהות ישראלית בתכנית המציאות "סוף הדרך 2". מסגרות מדיה: כתב עת ישראלי לתקשורת, 3: 53-27.

טלמון, מ. וליבס, ת. (2000). 'אומרים ישנה ארץ': מקום וזהות בסדרות הטלוויזיה פלורנטין ובת ים -

ניו יורק, קשר, 27: 48-41.

כהן, א. (2001). בין 'אנחנו' לבין 'כולם': ייצוג לכאורה של חברה רב תרבותית במדיה. קשר, 30.

Arditi, D. (2020). The Voice: non-disclosure agreements and the hidden political economy of reality TV. Popular Communication, 18(2), 138-151.

1. **אוקסימורון הפטריוטיזם: נרטיבים לאומיים-פטריוטיים וסממנים דתיים בתוכנית ופורמט גלובליים וליבראליים**

Livio, O. (2008). The Performance of Scandal: The Jacko Eisenberg Affair and Israeli Military Discourse. Paper presented at the *International Communication Association Annual Conference.*

Livio, O. (2011). Performing the nation: A cross-cultural comparison of Idol shows in four countries. In A. Hetsroni (Ed.), Reality television: Merging the global and the local (pp. 165-188). Hauppauge, NY: Nova Science Publishers.

Aslama, M., & Pantti, M. (2007). Flagging Finnishness: Reproducing national identity in reality television. Television & New Media, 8: 49-67.

Kraidy, M.M. (2002). Hybridity in cultural globalization. Communication Theory, 12(3), 316-339.

1. **אוקסימורון ההשתתפות: בחירות "דמוקרטיות" של צרכנים; אוקסימורון ההכתרה: הַמְלָכָה רגילה ומהירה**

קליין-שגריר, א. (2013). "מחפשת קשר מחייב ויציב" - טלוויזיה ואינטראקטיביות. עבודה לשם קבלת תואר דוקטור לפילוסופיה. החוג לתקשורת, האוניברסיטה העברית. עמ' 215-169.

נייגר, מ. ויוסמן, א. (2005). [אשליית הבחירה הדמוקרטית: כיצד משיגות תוכניות המציאות את שיתוף הפעולה של הצופים](http://www.tau.ac.il/institutes/herzog/agrata3.pdf). תל-אביב:  מכון חיים הרצוג, אוניברסיטת ת"א.

Dunn, J. C. (2020). Critical Rhetoric| Critical Rhetoric in the Age of the (First) Reality TV President: A Critique of Freedom and Domination. International Journal of Communication, 14, 18.

1. **אוקסימורון המציצנות: אינטימיות חשופה**

Kaplan, D., & Kupper, Y. (2017). Toward an Interaction-Centered Approach to Media Events: Mediated Public Intimacy on the Reality TV Show Big Brother. *Journal of Communication*, *67*(5), 758-780.

אילוז, א. (2002). מבוא לסוציולוגיה של האהבה. האוטופיה הרומנטית – בין אהבה לצרכנות. חיפה ולוד: אוניברסיטת חיפה וזמורה-ביתן. עמ' 33-15.

Calvert, C. (2000). *Voyeur nation*. Boulder, Colorado: Westview Press.

1. **אוקסימורון ההצלחה (שלכאורה): אתגר המשימה הבלתי אפשרית; אוקסימורון הדוקומנטריות המבוימת: תיעוד מציאות מתוסרט וערוך**

Tian, Y., & Yoo, J. H. (2016). Realism matters: The role of perceived realism in The Biggest Loser. Communication Research Reports, 33(4), 303-309.

Neiger, M. (2010). "Real Love Has No Boundaries? - Dating Reality TV Shows between Global Format and Local-Cultural Conflicts." In A. Hetshroni (Ed.) Reality Television: Merging the Global and the Local. Hauppauge, NY: Nova Science Publishers.

1. **אוקסימורון הפיקוח: מסננת הרגולציה**

רכס, א. ואחרים (2012). דו"ח הועדה לקביעת עקרונות אתיים לקיום תוכניות מציאות. ההסתדרות הרפואית בישראל, הלשכה לאתיקה.

לביא-דינור, ע. וקרניאל, י. (2012). פרטיות תמורת תהילה: אובדן הפרטיות בתוכניות הטלוויזיה בישראל בשנים 2010-2005 (132-107). בתוך שוורץ אלטשולר, ת. (עורכת). פרטיות בעידן של שינוי. ירושלים: המכון הישראלי לדמוקרטיה.

<http://www.idi.org.il/media/291931/Privacy_Book.pdf>

לביא, נ. (2015). "תזמור של אילוצים". בתוך: מהבורגנים ועד בטיפול: הפיכתה של סדרת הדרמה לאומנות (עמ' 108-59). תל אביב: רסלינג.

Lavie, N. (2019). Justifying Trash: Regulating Reality TV in Israel. Television & New Media, 20(3), 219-240.

1. **אוקסימורון ההשפלה: מייקאובר למייקאנדר, מרוממים את המושפלים (ולהפך)**

Hershman-Shitrit, M., & Cohen, J. (2018). Why do we enjoy reality shows: Is it really all about humiliation and gloating? Journal of Media Psychology: Theories, Methods, and Applications, 30(2), 104-111.

1. **אוקסימורון "האמת שלי": האותנטיות המיוצרת ואוקסימורון הפרפורמנס: מוצרי זרם-מרכזי יחד עם ביצוע קונטרה-הגמוני**

Aslama, M. & Pantti, M. (2006). Talking alone: Reality TV: Emotions and authenticity. European Journal of Cultural Studies*, 9*(2), 167-184.

כהן, א. (2012). "מחוברות: A peep without a show ". העברית שפה חיה, כרך ו': 178–198.

1. **סיכום: בין קריאה ביקרותית-הגמונית להתקבלות ועונג**

רוטשילד, ש. (2017). קפיטליזם בהסוואה: עשר טקטיקות של יצירת תודעה כוזבת לגבי יחסי העבודה בסידרה "בוס בהסוואה". מסגרות מדיה, 16: 133-109.

Neiger, M. (2012). Cultural Oxymora: The Israeli Idol Negotiates Meanings and Readings. Television & New Media. 13(6): 535–550.