**תאריך עדכון: 21 ביוני 2020**

**תקשורת ופסיכולוגיה חברתית**

**63-008-01**

**ד"ר גילעד גרינוולד**

**סוג הקורס:** קורס חובה **שנה:** א'

**שנת לימודים**: תשפ"א **סמסטר**: א' **היקף שעות**: 2 ש"ס (1 ש"ש)

**אתר הקורס באינטרנט:** <http://hl2.biu.ac.il>

**שעות קבלה:** ימי רביעי, 10:00 – 11:00 (או בתיאום מראש)

**משרד:** בניין 109, חדר 2

**דוא"ל:**  [gilad.greenwald@biu.ac.il](mailto:gilad.greenwald@biu.ac.il)

**א. מטרות הקורס:**

**הקורס יעסוק ביחסי הגומלין שבין הפרט לבין סביבתו החברתית, בדגש על השפעות החברה על הפרט (ובכלל זאת, השפעות באמצעות תקשורת בינאישית, תקשורת ההמונים והתקשורת החדשה). במהלך הקורס נחקור את הגורמים המשפיעים על האופן שבו האדם תופס, חושב, מרגיש ומתקשר עם אחרים, סוגיה בעלת חשיבות עליונה, הן כתחום מחקר אקדמי והן בחיי היום יום של כולנו.**

**מטרת הקורס הינה לתת לסטודנטים כלים מושגיים ומחקריים מתחום התקשורת והפסיכולוגיה החברתית, באמצעותם יוכלו להבין ולנתח תופעות מרכזיות הקשורות בזירה התקשורתית. במסגרת כך, יושם דגש מיוחד על ההיבטים הפסיכולוגיים והחברתיים של תחום "השפעות התקשורת". בין הנושאים שיילמדו: כיצד בני נוער ומבוגרים מושפעים מן התקשורת, במובן התוכני והטכנולוגי; עיצוב עמדות פוליטיות ותקשורת שכנועית; סטריאוטיפים בתקשורת (מגדר, דת, לאום, דימוי גוף וכו'), וכיצד אנו מתנהלים לאורם; וקונפורמיות.**

**ב. תוכן הקורס:**

**באמצעות הכלים הנלמדים בקורס יוכלו הסטודנטים להבין ולנתח תופעות מרכזיות המתעצבות לא פעם בתקשורת ההמונים, כגון: תפיסת הזולת והערכתו, קונפורמיות וציות, מנהיגות וכיו"ב. בנוסף, יוכלו הסטודנטים לפתח חשיבה אנליטית וביקורתית כלפי תחום השפעות התקשורת, וכן ללמוד כיצד ניתן לעשות בתקשורת שימוש על מנת להשפיע על אחרים.**

**תכנית ההוראה:**

הרצאה 1**: תקשורת, פסיכולוגיה חברתית והקשר ביניהן**

הרצאות 3-2**: צעד ראשון ביצירת תקשורת – כיצד אנו תופסים את הזולת, קטלוג וסיווג**

הרצאות 5-4**: כיצד אנו תופסים את עצמנו: הסבר וסיבות**

הרצאות 9-6**: כיצד אנו מעריכים את הסביבה החברתית ומתייחסים אליה? על עמדות, עיצובן ושינוין**

הרצאות 11-10**: תיאוריות של עקביות**

הרצאות 14-12**: השפעת הסביבה החברתית (ובכללה התקשורת) על עמדות והתנהגות – קונפורמיות, התרצות וציות**

**ג. דרישות קדם: אין**

**ד. דרישות הקורס:**

**1. השתתפות פעילה**

**2. חובות קריאה: לכל שיעור מוקצית חובת קריאה מתוך הרשימה הביבליוגרפית. הפריטים הביבליוגרפים משלימים אלה את אלה, ולכן לכל שעור יש לקרוא** לפחות אחד **מהפריטים המוקצים לאותו שיעור, רצוי מהפריטים תחת קריאת החובה.**

**3. בחינה: בסוף הסמסטר תיערך בחינה מסכמת על חומרי השיעור והסילבוס.**

**הבחינה אמריקאית ללא חומר עזר.**

**ה. מרכיבי הציון הסופי:**

**בחינת סוף קורס: 100%**

**ו. ביבליוגרפיה:**

הרצאה 1: תקשורת, פסיכולוגיה חברתית והקשר ביניהן

**רשות:**

מאיירס, דייוויד ג'. (2012). *פסיכולוגיה חברתית*. רעננה: האוניברסיטה הפתוחה, עמ' 7-17.

הרצאות 3-2: צעד ראשון ביצירת תקשורת – כיצד אנו תופסים את הזולת, קטלוג וסיווג

**חובה:**

בר-אל, צ' ונוימאיר מ' (1996). *מפגשים עם הפסיכולוגיה – מפגש שלישי: פסיכולוגיה חברתית*. תל-אביב: רכס הוצאה לאור, 41-34 **(להלן: מפגשים).**

ליברמן נ' (2000). קוגניציה חברתית. בתוך: מאיירס, דייויד ג' (עורך). *פסיכולוגיה חברתית*, תל אביב: האוניברסיטה הפתוחה (יחידה 2), 83-73 (**להלן: פסיכולוגיה חברתית).**

הרצאות 5-4: כיצד אנו תופסים את עצמנו – הסברים וסיבות

חובה:

בר-אל, צ' ונוימאיר מ' (1996). *מפגשים עם הפסיכולוגיה – מפגש שלישי: פסיכולוגיה חברתית.* תל-אביב: רכס הוצאה לאור, עמ' 33-14 .

Toma, C. L. (2013). 'Feeling better but doing worse: Effects of Facebook self-presentation on implicit self-esteem and cognitive task performance'. *Media Psychology*, 16(2), 199-220

Van der Land, S. F., Schouten, A. P., Feldberg, F., Huysman, M., & van den Hooff, B. (2015). 'Does Avatar Appearance Matter? How Team Visual Similarity and Member–Avatar Similarity Influence Virtual Team Performance'. *Human Communication Research*, 41(1), 128-153.‏

הרצאות 9-6: כיצד אנו מעריכים את הסביבה החברתית ומתייחסים אליה? על עמדות, עיצובן ושינוין

**הרצאה 6: מהי עמדה? הגדרה ותפקידים**

**חובה:**

שוורצולד, י' (2000). עמדות. בתוך מאיירס, דייויד ג' (עורך). *פסיכולוגיה חברתית,* תל אביב: האוניברסיטה הפתוחה יחידה 4, 139-131 .

Perloff, R. M. 4th ed. (2010). *The Dynamics of Persuasion: Communication and Attitudes in the 21st Century*. N.Y.: Routledge 40-57; 80-88.

Mikolajczak, A. & Brengman, M. (2014). The influence of advertising on compulsive buying – The role of persuasion knowledge. *Journal of Behavioral Addictions* 3(1), pp. 65–73.

**רשות:**

פוקס, ש' (2001). *הפסיכולוגיה של ההתנגדות לשינוי*. רמת גן: בר אילן, 169-163.

ריקס, ס' (2000). העצמי החברתי. בתוך *פסיכולוגיה חברתית*, יחידה 3, 63-69.

**הרצאות 9-7: מהי "השפעה", כיצד ניתן להשפיע באמצעות התקשורת, עיצוב ושינוי עמדות – היבטים תוכניים, טכנולוגיים ("המדיום הוא המסר" ודטרמיניזם טכנולוגי) ובלתי מילוליים (הדגמה על עימותי בחירות),** כולל הרצאת אורח (תקשורת ועיצוב רגשות, Emotional management**)**

**חובה:**

כספי, ד. (1995). מהי השפעה?. *תקשורת המונים*. כרך ב'. תל-אביב: האוניברסיטה

הפתוחה, עמ' 19-12.

מקלוהן, מ. (1995). המדיום הוא המסר. בתוך כספי, ד. (עורך), *תקשורת המונים*

*מקראה.* תל-אביב: האוניברסיטה הפתוחה, עמ' 35-26.

Perloff, R.M. (1993). *The Dynamics of Persuasion*. Hillsdale, N.Y.: Lawrence Erlbaum, 63-77.

Olivola, C. Y., Sussman, A. B., Tsetsos, K., Kang, O. E., & Todorov, A. (2012). 'Republicans Prefer Republican-Looking Leaders Political Facial Stereotypes Predict Candidate Electoral Success Among Right-Leaning Voters'. *Social Psychological and Personality Science*, 3(5), pp. 605-613.

Aronson, E., Wilson, T.D. & Robin, M.A. (2010). *Social Psychology*. Boston: Pearson, pp. 127-145

מאיירס, דייויד ג' (2012). *פסיכולוגיה חברתית*, תל אביב: האוניברסיטה הפתוחה, יחידה 4, 149-140.

**רשות:**

## Feldman, O. & Zmerli, S. (2018). The Psychology of Political Communicators: How Politicians, Culture, and the Media Construct and Shape Public Discourse. New York: Routledge.

Lebel, U. & Hermoni, G. (2018). "Public Grief and Maternal: The Gendered Discourse of Israeli Military Bereavement". In: S. Cote-Hampson, U. Lebel & N. Taber (Eds.). *Mothers, Military, and Society*. pp. 131-156. Ontario: Demeter Press.

Greenwald, G. & Lehman-Wilzig, S. (2019). Is She Still 'The Legendary Jewish Mother'? A Comparative Look at Golda Meir's and Tzipi Livni's Election Campaign Coverage in the Israel Press. *Israel Affairs,* 25(1), pp. 42-64.

הרצאות 11-10: תיאוריות של עקביות

**חובה:**

מאיירס, דייויד ג' (2012). *פסיכולוגיה חברתית*, תל אביב: האוניברסיטה הפתוחה, יחידה 4, 251-266.

**רשות:**

מפגשים, 89 – 93.

הרצאות 14-12: השפעת הסביבה החברתית (ובכללה התקשורת) על עמדות והתנהגות – קונפורמיות, התרצות וציות

הרצאה 12: קונפורמיות

**חובה:**

מפגשים, עמ' 140-121.

מאיירס, דייויד ג' (2012). *פסיכולוגיה חברתית*, תל אביב: האוניברסיטה הפתוחה, כרך ד' יחידה 7, 55 – 66.

הרצאות 14-13: ציות

**חובה:**

פרוש, ע' (1996). *ציות, אחריות והחוק הפלילי: סוגיות משפטיות בראי פילוסופי*. תל אביב: פפירוס, 64-9.

בראונינג, כ' (1992). *אנשים רגילים*. ת"א: ידיעות אחרונות, 231-198.

Zimbardo, P. (2007). *The Lucifer Effect: Understanding how good people turn evil*. New York: Random House, 258-296, 313-323.

**ז. שם הקורס באנגלית:**

Communication and Social Psychology