

**אוניברסיטת בר-אילן
המחלקה למדע המדינה
מגמת תקשורת ציבורית**

עיתונות נשים כמשקפת תמורות חברתיות (01-381-71)

קורס בחירה - סמסטר אילי (1 ש"ש) – ב.א.
[סמ' ב' תשס"ז]

מרצה: ד"ר נאוה כהן-אביגדור

שעות קבלה: יום א' 15:00 – 16:00; יום ג' 13:00 – 14:00 (בתיאום מראש).

משרדי מגמת תקשורת, בניין 109, חדר 7.

navashe@zahav.net.il, 0505-957754, 09-7445034

תיאור הקורס ומטרותיו

עיתונות הנשים היא אחד מערוצי התקשורת החשובים, ערוץ שזכה להצלחה מסחרית גדולה, לתפוצה משמעותית ולהשפעה רבה בקרב הקוראות. כתוצאה מכך, הנשים נמנות על אחת הקבוצות המחוזרות ביותר, אם לא על הקבוצה המחוזרת מכולן, מבחינת מספר כתבי העת הפונים אליהן כקהל היעד המוגדר – והמדובר בתופעה כלל עולמית. עיתונות הנשים היא ז'אנר ייחודי, שרוב העורכים והכותבים בו הם נשים והתוצר המוגמר מופנה לנשים. עיתונות זו אינה מתקיימת בתוך בועה ובמהלך השנים היא הושפעה הן מהתמורות החברתיות שחלו בעולם המערבי והן מהשינויים הטכנולוגיים, אשר הביאו לצמיחתה של העיתונות המקוונת באינטרנט.

תחת הסוגה "עיתונות נשים" אפשר למצוא עיתונים מודפסים ועיתונים מקוונים, בעלי מאפיינים שונים הנובעים מאופיו של המדיום ומצורת השימוש בו, כאשר כל אחת מהקבוצות כוללת תת-סוגות נוספות. יחד עם זאת, הסוגה כשלעצמה - למרות היותה חלק אינטגרלי מהעיתונות הכללית, הכתובה והאלקטרונית - בעלת ייחוד מבחינות רבות, כמו למשל הקונספט הכללי של העיתון; סוג המדורים והנושאים שהוא מציע; אופי הטיפול בכתבות; הצורה הגראפית ומבנה המערכת.

מטרות הקורס:

מבחינה עיונית - הכרת הז'אנר, הרקע להיווצרותו והתפתחותו ההיסטורית בעולם ובארץ; דיון בסוגיות מרכזיות הנובעות בשל מאפייניו הייחודיים של הז'אנר; קריאה ביקורתית בעיתוני נשים וניתוח מאמרים בתחום.

מבחינה מקצועית - התמקדות במאפיינים המקצועיים הייחודיים של הז'אנר, תוך שימת דגש להבדלים בין עיתוני נשים לבין עיתונים אחרים; הכרת עיתוני הנשים - המודפסים והמקוונים - המובילים בארץ ובחו"ל.

דרישות הקורס

נוכחות והשתתפות בשיעורים: חובה.

עבודה (30%): העבודה תינתן במחצית הקורס והיקפה 3 עמ'. העבודה אישית והיא תכלול ניתוח ביקורתי של עיתון נשים וכן ניתוח חומר תיאורטי (מאמר/כתבה) ויישומו על העיתון הנבחר.

מבחן (70%): מבחן (פתוח) בסוף הקורס – ללא חומר עזר. המבחן יכלול את כל החומר הנלמד בשיעורים וכן את הביבליוגרפיה. תיבחן מידת בקיאותכם בנושאי הקורס וכן יכולת ניתוח אישית.

נושאי השיעורים ורשימת הקריאה

א. מהי עיתונות נשים? היכרות עם הסוגה העיתונאית הייחודית (2 שיעורים)

קריאה

1. הרצוג, ח. (2000). "עיתונות נשים: מרחב משעתק או מרחב לקריאת תיגר?"; קשב, גיליון 28, עמ' 43 – 52.

כתב עת בספריית מדעי החברה

2. לימור, י. ומן, ר. (1997). עיתונאות - איסוף מידע, כתיבה ועריכה. רמת אביב, האוניברסיטה הפתוחה, עמ' 309 - 323, 395 - 404, 422 - 429, 495 - 503.
שמור מדעי המדינה לפי לימ.עת (356083)

ג. פמיניזם ועיתונות נשים (2 שיעורים)

קריאה

1. למיש, ד. (1997). "מבט פמיניסטי על התקשורת הישראלית", בתוך: דן כספי (עורך), תקשורת ודמוקרטיה בישראל. ירושלים, מכון ון-ליר / הוצאת הקיבוץ המאוחד, עמ' 119 – 139.
שמור מדעי המדינה לפי תקש.וד (305619)

2. הוקס, ב. (2002). פמיניזם זה לכולם. חיפה, פרדס הוצאה לאור, עמ' 15 – 20, 41 – 45.
שמו סוציולוגיה לפי הוק.פמ (536284)

3. Harp, D. (2006). "Newspapers' transition from women's to style pages. What were they thinking?". Journalism, vol.7 (2), pp. 197 – 216.

כתב עת אלקטרוני

ג. ההתפתחות ההיסטורית של עיתונות הנשים (שיעור 1)

קריאה

1. Kitch, C. (2001). The Girl on the Magazine Cover - The Origins of Visual Stereotypes in American Mass Media. Chapel Hill & London, The Univ. of North Carolina Press, pp. 1 – 16.
302.23082 KIT (524467)

ד. המאפיינים המרכזיים של עיתונות הנשים (שיעור 1)

קריאה

1. McKay, J. (2000). The Magazines Handbook. London, Routledge, pp. 184 - 211.
תדפיס 10573 (1107513)

ה. עיתונות נשים מקוונת (2 שיעורים)

קריאה

1. כהן-אביגדור, נ. (צפוי לפרסום ב-2006). "ממגזין לקהילה: צמיחתה של עיתונות הנשים המקוונת ומאפייניה הייחודיים". העיתונות המקוונת בישראל, עורכים: קרמניצר, מ., שוורץ-אלטשולר, ת. וכספי, ד., בהוצאת המכון הישראלי לדמוקרטיה ומכון בורדה לתקשורת חדשנית.
אין

2. כהן-אביגדור, נ. (2004). ניצול הסגולות הייחודיות של האינטרנט בעיתונות נשים: ניתוח שלב החדירה/צמיחה של המגזינים המקוונים ושלב ההתגוננות של המגזינים המודפסים. עבודת דוקטורט, המחלקה למדע המדינה (מגמת תקשורת ציבורית), אוניברסיטת בר-אילן, רמת-גן, עמ' 192 – 207, 286 – 300.

עבודת ד"ר בדלפק ספריית מדעי החברה לפי כהן.נצ (1071162)

3. הלל, מ. (2005). "ברכה גולשת", נגה. גיליון 43, עמ' 34 – 35.
כתב עת בספריית מדעי החברה

4. אזולי, ל. (2005). "בלוגים מהווגינה", נגה. גיליון 43, עמ' 36 – 39.
כתב עת בספריית מדעי החברה

5. Harcourt, W. (2000). "World Wide Women and the Web" in: Web.studies: Rewiring Media Studies for the Digital Age. D. Gauntlett (ed.). London, Oxford University Press, pp. 150 – 158.

שמו מדעי המדינה לפי WEB (491414)

ו. תעשיית עיתונות הנשים (2 שיעורים)

קריאה

1. סילברסטון, ר. (2006). מדוע ללמוד מדיה? תל-אביב, רסלינג, עמ' 127 – 137.
שמו מדעי המדינה לפי סיל.מד (1109408)

2. Gough-Yates, A. (2003). Understanding Women's Magazines – Publishing, Markets and Readerships. London and New York, Routledge. Pp. 1 – 5, 153 – 158.

051.082042 GOU-YAT (535094)

3. באלניט, ע. (1997). "מודעות ידודות לסביבה", העין השביעית. גיליון 7, עמ' 26 – 29.
כתב עת בספריית מדעי החברה

ז. דימוי וחשיפה של נשים בעיתונות נשים (2 שיעורים)

קריאה

1. Frith, K., Shaw, P. and Cheng, H. (2005). "The Construction of Beauty: A Cross-Cultural Analysis of Women's Magazine Advertising". Journal of Communication, March, pp.56 – 70.
כתב עת אלקטרוני

2. כהן-אביגדור, נ. (2000). "פוליטיקאיות (בהשוואה לפוליטיקאים) בעיתונות נשים בישראל: דרך הצגתן בשנות הבחירות לכנסת - 1959, 1977, 1996", פתוח, גיליון מס' 4, עמ' 75 - 99.
כתב עת בספרית מדעי החברה

הנחיות לעבודה

- * העבודה אישית, היקפה 3 עמ' (אין לחרוג ממספר העמודים) – לא כולל שער ורשימה ביבליוגרפית, פונט נרקיסיים 12, ריווח כפול.
- * העבודה תינתן במחצית הקורס ויש להגישה תוך 3 שבועות.
- * במסגרת העבודה עליכם לבחור עיתון נשים כלשהו (מודפס/מקוון, ישראלי/מחולל, פמיניסטי/אחר) וכן מאמר/כתבה עדכניים (מהשנים 2003 – 2007, שאינם מופיעים בסילבוס), העוסקים בנושאי הקורס.
מבנה העבודה:
- * שער.
- * הציגו את העיתון שבחרתם (בעלות, מבנה, תכנים, מאפיינים מיוחדים וכדומה) – 1 עמ'.
- * הציגו בקצרה את המאמר/כתבה שבחרתם (עיקרי הדברים) ונתחו את עיתון הנשים, בהתאם לנושאים העולים במאמר/כתבה. חוו את דעתכם האישית בסוגייה/ות הנדונה/ות – 2 עמ'.
- * רשימה ביבליוגרפית (הכוללת את פרטי העיתון שבחרתם – מס' גיליון/כתובת אינטרנט וכו'; רישום ביבליוגרפי מפורט של המאמר/כתבה; וכן כל חומר נוסף בו נעזרתם).
