**צעירוֹת 2.0 – ייצוגיהן במדיה ופעילויותיהן ברשת**

**קורס בחירה 1085264701**

ד"ר סיגל ברק-ברנדס

סמסטר א', יום ב' 10:15-11:45

שעת קבלה: יום ב' 11:45-12:45 (בתיאום מראש)

[Brandes1@zahav.net.il](mailto:Brandes1@zahav.net.il)

## **תאור ומטרות הקורס**

הקורס יעסוק בשאלת מאפייניו וייחודיותו של הקהל הנשי הצעיר כקהל הצורך ויוצר תרבות בעידן של 'ווב 2.0'. נפתח בהבנה לגבי חשיבות המדיה והתרבות הפופולארית בהבניית זהות (ובכלל זה גם זהות מגדרית). נמשיך בהתפתחות השיח על צעירות ונערות במדיה ובתרבות הפופולארית במערב, תוך התייחסות לייצוגים שכיחים ומקובלים שלהן. נבחן סוגיות של גוף, מיניות והתבגרות נשית. כחלק מכך ייבחן הדיון הפמיניסטי העֵר בשאלת התפקיד שממלאים הייצוגים האלו והגיבורות הללו בבניית זהותן של נערות וצעירות ועל ציפיות חברתיות ביחס אליהן.

בהמשך נתוודע לאופני והנאות צפייה של קהל הצעירות ונתמקד בתרומת לימודי נערות (Girls' studies) להכרות עם קהל זה. כחלק מכך, נעסוק גם במקומן הייחודי של צעירות הן כצרכניות והן כיצרניות תרבות בסביבה התרבותית-טכנולוגית העשירה שמאפשרת ווב 2.0.

**חובות הקורס**

1. קריאת חומר הלימוד לקראת השיעורים (2 מאמרים מכל נושא – לפי בחירתכם/ן) **והגשת סיכום הכולל ביקורת/יישום** של אחד ממאמרי הקורס (10% מהציון).

2. עבודת סיום בזוגות (70% מהציון) - **להגשה עד 21.2.2016**

3. הצגת רפרט בע"פ (20% מהציון)

4. נוכחות בשיעורים

**תכנית הקורס**

1. מבוא לקורס; הבניית הזהות המגדרית והמדיה – היכרות עם תפיסותיהם של גופמן, באטלר, פוקו וברטקי.

2. הבנייה וייצוג - השיח המשתנה והמנוגד על צעירות במדיה ובתרבות הפופולארית ('girl power' ו-'נערה במשבר'/ 'can-do girl' ו-'at-risk girl'); המידריף (midriff); הזיהוי של נערות וצעירות כצרכניות בחברה קפיטליסטית.

3. התפתחות תיאורטית ומחקרית בשאלת הקהל הנשי - מהתיאוריה הקולנועית (screen theory) ועד אסכולת ברמינגהם ומחקרי הקהל/מחקרי התקבלות (reception studies). תרומת חוקרות פמיניסטיות במסגרת מסורות תיאורטיות ומחקריות אלו לכיוון התמקדות בקהל נשי.

4. ניתוח של צעירות כצרכניות תרבות (התקבלות של טקסטים וביטויי זהות מגדרית, מינית וגילאית) - מגזינים לנערות, פרסומות, טלוויזיה, משחקי מחשב, להקות פופ (הערצת זמרים וזמרות), צעירות מבקרות ייצוגיהן במדיה חברתיים.

5. עשייה תרבותית וביטוי תרבותי של צעירות (זהות מגדרית ו"הגדרה עצמית") – **אופליין** - החדר הפרטי ומוסיקה, SlutWalks ('מצעד שרמוטות')**; אונליין** – יוטיוב ובלוגים, אתרי רשתות חברתיות ו-photo sharing, girlzines, אתרי בית אישיים; טלפונים סלולאריים ו- sexting.

6. הכנה והנחיות לקראת עבודות הסיום - היבטים מתודולוגיים.

7. הצגת רפרטים בכיתה (בזוגות).

**רשימת קריאה**  (קריאת חובה: שני מאמרים מכל נושא – לפי בחירתכם/ן)

**נושא 1:**

Bartky, S.L. (1990). Foucault, femininity and the modernization of Patriarchal power. In S.L. Bartky (Ed.), *Femininity and domination: Studies in the phenomenology of oppression* (pp. 63-82). New York: Routledge.

Gauntlett, D. (2008). *Media, gender and identity.* New York: Routledge.

(לקריאה – פרקים 6,7)

Van Zoonen, L. (1994*). Feminist media studies*. London, Thousand Oaks, New Delhi: Sage.

(לקריאה- פרק 3)

**נושא 2:**

Cook, D. T., & Kaiser S.B. (2004). Betwixt and be-tween: Age-ambiguity and the sexualization of the female consuming subject. *Journal of Consumer Culture, 4*(2), 203-227.

Durham, M.G. (1998). Dilemmas of desire: Representations of adolescent sexuality in two teen magazines. *Youth & Society, 29*(3), 369-390.

Gonick, M. (2006). Between "Girl power" and "Reviving Ophelia": Constituting the Neoliberal girl subject. *NWSA Journal, 18*(2), 1-23.

Griffin, C. (2004). Good girls, bad girls: Anglocentrism and diversity in the constitution of contemporary girlhood. In A. Harris (ed.), *All about the girl: Culture, power, and identity* (pp. 29-43). New York: Routledge.

Hains, R.C. (2009). Power feminism, mediated: Girl power and the commercial politics of change. *Women's Studies in Communication. 32*(1), 89-113.

Harris, A. (2004). *Future girl: Young women in the Twenty-First century.* New York: Routledge.

(לקריאה: פרק 4)

McRobbie, A. (1999). More! New sexualities in girl's and women's magazines. In A. McRobbie (ed.), *In the culture society: Art, fashion and popular music* (pp. 46-61). London: Routledge

McRobbie, A. (2007). Top girls? *Cultural Studies, 21*(4), 718-737.

McRobbie, A. (2008). Young women and consumer culture. *Cultural Studies, 22*(5), 531-550.

Sakuma Sato, R. (1998). What are girls made of? Exploring the symbolic boundaries of femininity in two cultures. In S.A. Inness, (Ed.), *Millennium girls: Today's girls around the world* (pp. 15-44)*.* Lanham, MD: Rowman & Littlefield Publishers.

Stern, S.R. (2005). Self absorbed, dangerous and disengaged: What popular films tell us about teenagers. *Mass Communication & Society, 8*(1), 23-38.

Taft, J.K. (2004). Girl power politics: Pop-culture barriers and organizational resistance. In A. Harris (Ed.), *All about the girl: Culture, power and identity* (pp. 69-78). New York: Routledge.

Valdivia, A.N. (2009). Living in a hybrid material world: Girls, ethnicity and mediated doll products. *Girlhood Studies, 2*(1), 73-93.

Velding, V. (2014). Depicting femininity: Conflicting messages in a "Tween" magazine. *Youth & Society,* online version.

**נושא 3:**

Gamman, L. (1989). Watching the detectives: The enigma of the female gaze. In L. Gamman, & M. Marshment (Eds.), *The female gaze: Women as viewers of popular culture* (pp. 8-26). Seattle: Real Comet.

Hollinger, K. (1992). Listening to the female voice in the woman's film. *Film Criticism, 16*(3), 34-52.

Mulvey, L. (1975). Visual pleasure and narrative cinema. *Screen, 16*(3), 6-18.

או בעברית –

מאלווי, ל. (1975/2006). עונג חזותי וקולנוע נרטיבי. בתוך ד. באום, ד. אמיר, ר. ברייר-גארב, י. ברלוביץ, ד. גריינימן, ש. הלוי, ד. חרובי, וס. פוגל-ביז'אווי (עורכות). *ללמוד פמיניזם: מקראה. מאמרים ומסמכי יסוד במחשבה פמיניסטית (עמ' 118-133).* תל אביב: הקיבוץ המאוחד.

Press, A.L. (1991). *Women watching television: Gender, class and generation in the American television experience.* Philadelphia: University of Pennsylvania Press.

(לקריאה - פרק ראשון)

Smelik, A. (1995). What meets the eye: Feminist film studies. In R. Buikema, & A. Smelik (Eds.), *Women’s studies and culture: A feminist introduction* (pp. 66-81). London & New Jersey: Zed Books.

**נושא 4:**

דוידזון, ש. (2007). ימים של אושר: נערות מעריצות של להקת פופ. *מגמות, מה*(1), 121-144.

למיש, ד. (2000). שיח בנות הספייס (Spice Girls): חקר מקרה בהתפתחות זהות מגדרית. *פתו"ח, 4,* 21-44.

Bailey, J., Steeves, V., Burkell, J., & Regan, P. (2013). Negotiating with gender stereotypes on social networking sites: From "Bicycle Face" to Facebook. *Journal of Communication Inquiry, 37*(2), 91-112.

Botta, A.R. (1999). Television images and adolescent girls' body image disturbance. *Journal of Communication, 49(2),* 22-41.

Collier, N.R., Lumadue, C.A., & Wooten, H.R. (2009). Buffy the vampire slayer and Xena: Warrior princess: Reception of the texts by a sample of lesbian fans and web site users. *Journal of Homosexuality, 56*(5), 575-609.

Currie, D.H. (1997). Decoding femininity: Advertisements and their teenage readers. *Gender and society, 11*(4), 453-477.

Duvall, S-S. (2010). Perfect little feminists? *Journal of Children and Media, 4*(4), 402-417.

Fingerson, L. (2006). *Girls in power*. Albany, NY: State University of New York Press.

(לקריאה עמ' 7-10; 29-30)

Frazer, E. (1987). Teenage girls reading Jackie. *Media, Culture and Society,* 9(4), 407-425.

Gill, R., & Arthurs, J. (2006). New femininities? *Feminist Media Studies, 6*(4), 443-451.

Greene, A.L., & Adams-Price, C. (1990). Adolescents' secondary attachments to celebrity figures. *Sex Roles, 23*(7/8), 335-347.

Herrmann, M. (1998). "Feeling better" with Bravo: German girls and their popular youth magazine. In S.A. Inness, (Ed.), *Millennium girls: Today's girls around the world* (pp. 213-242)*.* Lanham, MD: Rowman & Littlefield Publishers.

Jackson, S., & Vares, T. (2011). Media 'sluts': 'Tween' girls' negotiations of postfeminist sexual subjectivities in popular culture. In R. Gill, & C. Scharff (Eds.), *New femininities: Postfeminism, Neoliberalism and subjectivity* (pp. 134-146). Houndmills, Basingstoke, Hampshire, Eng.: Palgrave Macmillan.

Jackson, S., & Vares , T. (2015). ‘Perfect skin’,‘pretty skinny’: Girls' embodied identities and post-feminist popular culture. *Journal of Gender Studies, 24*(3), 347-360.

Jackson, S., & Vares , T. (2015). 'Too many bad role models for us girls': Girls, female pop celebrities and 'sexualisation'. *Sexualities, 18*.

Karniol, R. (2001). Adolescent females' idolization of male media stars as a transition into sexuality. *Sex Roles*, *44* (1/2), 61-77.

Lowe, M. (2003). Colliding feminisms: Britney Spears, "[[1]](#footnote-1)Tweens", and the politics of reception. *Popular Music and Society, 26*(2), 123-140.

Malson, H., Halliwell, E., Tischner, I., & Rudolfsdottir, A. (2011). Post-feminist advertising laid bare: Young women's talk about the sexually agentic woman of 'midriff' advertising. *Feminism & Psychology, 21*(1), 74-99.

McGladrey, M. (2014). Becoming Tween bodies: What preadolescent girls in the US say about beauty, the "Just-Right Ideal" and the "Disney Girls". *Journal of Children and Media, 8*(4), 353-370.

McRobbie, A. (2007). Top girls? Young women and the post feminist sexual contract. *Cultural studies, 21*(4/5), 718-739.

Nastasia, D., & Uppal, C. (2010). TV princesses in the eyes of western and non-western girls. *Televizion, 23*, 34-37.

Press, A. (2011). 'Feminism? that's so Seventies': Girls and young women discuss femininity and feminism in *America's Next Top Model*. In R. Gill, & C. Scharff (Eds.), *New femininities: Postfeminism, Neoliberalism and subjectivity* (pp. 117-133). Houndmills, Basingstoke, Hampshire, Eng. : Palgrave Macmillan.

Raviv, A., Bar-Tal, D., Raviv, A., & Ben-Horin, A. (1996). Adolescents idolization of pop singers: Causes, expressions, and reliance. *Journal of Youth & Adolescence, 25*(5), 631-651.

Reznik, S., & Lemish, D. (2011). Falling in love with High School Musical: Girls' talk about romantic perceptions. In M.C. Kearney (Ed.), *Mediated girlhoods*. New York: Peter Lang.

Robinson, P. (2011). Mobilizing postfeminism: Young Australian women discuss Sex and the City and Desperate Housewives. *Continuum: Journal of Media & Cultural Studies, 25*(1), 111-124.

Schwartz, K. D., & Fouts, G.T. (2003). Music preferences, personality style, and development issues of adolescents. *Journal of Youth and Adolescence*, *32*(3), 205-213.

Spickard Prettyman, S. (2005). "We ain't no dogs": Teenage mothers (re)define themselves. In P.J. Bettis, & N.G. Adams (Eds.), *Geographies of girlhood: Identities in-between* (pp. 155-173). Mahwah, N.J.: Lawrence Erlbaum Associates.

Vered, K.O. (1998). Beyond Barbie: Fashioning a market in interactive electronic games for girls. In S.A. Inness, (Ed.), *Millennium girls: Today's girls around the world* (pp. 169-191)*.* Lanham, MD: Rowman & Littlefield Publishers.

Weekes, D. (2004). Where my girls at? Black girls and the construction of the Sexual. In A. Harris (ed.), *All about the girl: Culture, power, and identity* (pp. 141-153). New York: Routledge.

Willis, J.L. (2009). Girls reconstructing gender: Agency, hybridity and transformations of 'femininity'. *Girlhood Studies, 2*(2), 96-118.

**נושא 5:**

ברק-ברנדס, ס., ולוין, ד. "תעשי לי לייק בסטטוס": נערות ישראליות מבנות את יחסיהן החברתיים ברשת החברתית פייסבוק. מאמר שהוצג *בכנס האגודה הסוציולוגית הישראלית*, המרכז האקדמי רופין (פברואר, 2013). או בגירסה באנגלית –

Barak Brandes S., & Levin, D. (2014). “Like my status”: Israeli girls constructing their social connections on the Facebook social network. *Feminist Media Studies, 14*(5), 743-758.

וייסמן, כ. (2005). יומני היקר. *פנים*, *33*, 23-29.

לירן-אלפר, ד. ( 2009). "ברבור ישראלי?!": מגדר ופנטזיה בחוגי בלט לנערות. בתוך ה. רוטנברג, וד. רוגינסקי (עורכות), *רב קוליות ושיח מחול בישראל.* ת"א: רסלינג.

Bailey, J., Steeves, V., Burkell, J., & Regan, P. (2013). Negotiating with gender stereotypes on social networking sites: From "Bicycle Face" to Facebook. *Journal of Communication Inquiry, 37*(2), 91-112.

Baker, S. L. (2004). Pop in(to) the bedroom: Popular music in pre-teen girl's bedroom culture. *European Journal of Cultural Studies ,* 7(1), 75-93.

Bortree, D. (2005). Presentation of self on the web: An ethnographic study of teenage girls' weblogs. *Education, Communication & Information, 5* (1), 25-39.

Dobson, A.S. (2011). The representations of female friendships on young women's MySpace profiles: The all-female world and the feminine "other". In E. Dunkels, G-M. Franberg, & C. Hallgren (Eds.), *Youth culture and net culture: Online social practices* (pp. 126-152). Hershey, PA: Information Science Reference.

Dobson, A.S. (2012). 'Individuality is everything': 'Autonomous' femininity in MySpace mottos and self-descriptios. *Continuum: Journal of Media & Cultural Studies, 26*(3), 371-383.

Dobson, A.S. (2013). *Ladishness online*. Cultural Studies, DOI: 10.1080/09502386.2013.778893

<http://dx.doi.org/10.1080/09502386.2013.778893>

Drenten, J. (2012). Snapshots of the self: Exploring the role of online mobile photo sharing in identity development among adolescent girls. In A.G. Close (Ed.), *Online consumer behavior: Theory and research in social media, advertising, and e-tail* (pp. 3-34). NY: Routledge.

Grisso, A.D., & Weiss, D. (2005). What are gURLs talking about? Adolescent girls' construction of sexual identity on gURL.com. In S.R. Mazzarella (Ed.), *Girl wide web: Girls, the internet and the negotiation of identity* (pp. 31-49). New York: Peter Lang.

Harris, A. (2003). gURL scenes and grrrl zines: The regulation and resistance of girls in late modernity. *Feminist Review, 75*, 38-56.

Kearney, M.C. (2006). *Girls make media*. New York: Routledge.

(לקריאה - פרקים 1,4,5)

Kearney, M.C. (2007). Productive spaces: Girls’ bedrooms as sites of cultural production. *Journal of Children and Media*, *1*(2), 126-141.

Leonard, M. (2007). *Gender in the music industry: Rock, discourse and girl power.* Hampshire: Ashgate.

(לקריאה פרקים 5, 6)

Livingstone, S., & Gorzig, A. (2014). When adolescents receive sexual messages on the internet: Explaining experiences of risk and harm*. Computers in Human Behavior, 33*, 8–15.

Martens, M. (2011). Transmedia teens: Affect, immaterial labor, and user-generated content. *Convergence: The Journal of Research into New Media Technologies, 17*(1), 49-68.

Mazzarella, S.R., & Pecora, N. (2007). Revisiting Girls' Studies. *Journal of Children and Media, 1*(2), 105-125.

Reid-Walsh, J., & Mitchell, C. (2004). Girls' web sites: A virtual "Room of one's own"? In A. Harris (ed.), *All about the girl: Culture, power, and identity* (pp. 173-182). New York: Routledge

Ringrose, J., & Renold, E. (2012). Slut-shaming, girl power and 'sexualization': Thinking through the politics of the international Slut-Walks with girls. *Gender and Education, 24*(3), 333-343.

Ringrose, J., Harvey, L., Gill, R., & Livingstone, S. (2013). Teen girls, sexual double standards and 'sexting': Gendered value in digital image exchange. *Feminist Theory, 14*(3), 305-323.

Ringrose, J., & Renold, E. (2012). Slut-shaming, girl power and 'sexualisation': Thinking through the politics of the international SlutWalks with teen girls. *Gender and Education, 24*(3), 333-343.

Stern, S. (1999). Adolescent girls' expression on web home pages: Spirited, somber and self-conscious sites. *Convergence, 5*(4), 22-41.

Strangelove, M. (2010). *Watching Youtube: Extraordinary videos by ordinary people.* Toronto : University of Toronto Press.

(לקריאה: פרקים 3,4)

Vanden Abeele, A.M., Campbell, S.W., Eggermont, S., & Roe, K. (2014). Sexting, mobile porn use, and peer group dynamics: Boys' and girls' self-perceived popularity, need for popularity, and perceived peer pressure. *Media Psychology, 17*(1), 6-33.

Werner, A. (2009). Girls consuming music at home: Gender and the exchange of music through new media. *European Journal of Cultural Studies, 12*(3), 269-284.

**נושא 6:**

צבר בן יהושע, נ. (1997). הראיון. *המחקר האיכותני בהוראה ולמידה*. גבעתיים: מסדה. עמ' 63-71.

גבתון, ד. (2001). תיאוריה המעוגנת בשדה: משמעות תהליך ניתוח הנתונים ובניית התיאוריה במחקר איכותי. בתוך נ. צבר בן יהושע (עורכת), *מסורות וזרמים במחקר איכותי* (ע"ע 195-227). לוד: דביר.

**הנחיות לעבודת הסיום בקורס (בזוגות) – להגשה עד 21.2.2016**

העבודה (שתיעשה ותוגש **בזוגות**) תכלול ביצוע מיני-מחקר ותבחן בקיאות בחומר הקריאה ובחומר ההרצאות. היקף העבודה, כ 6-7 עמודים (הנחיות מפורטות ומועד הגשה יימסרו בסוף הסמסטר). יש להחליט על נושא ולקבל אישור שלו **לכל המאוחר עד לשיעור 9**. תהליך אישור הנושא יתבצע באמצעות משלוח אי-מייל למרצה עם תיאור שלו בפסקה קצרה.

העבודות בקורס יכולות להיות בהתאם לאחד משני סוגים עיקריים:

1. מחקר התקבלות שיבחן אופני פרשנות של צעירות ישראליות לטקסט/ים מסוימ/ים, בין אם באמצעות ראיונות אישיים עמן ובין אם באמצעות ניתוח של בלוגים/פורומים וכיוב'.
2. ניתוח טקסטים שצעירות יוצרות בכדי ללמוד על חוויותיהן, תפיסת הזהות העצמית/מגדרית וכיוב'.

יש לעשות שימוש ב-7 פריטים ביבליוגראפיים לפחות, מתוכם לפחות שלושה באנגלית. בין הפריטים הביבליוגראפיים בהם יעשה שימוש בעבודה, יכללו לפחות שני פריטים (בעברית או באנגלית) אליהם הגעתם בחיפוש עצמאי והיתר מהביבליוגרפיה של הקורס. יש להקפיד על כללי ציטוט בכתיבת עבודה אקדמית (ראו מטה) ועל כתיבה אקדמית כמקובל: חלוקה לפרקים, כתיבה בפסקאות, אזכור נכון של מקורות בגוף העבודה בהתאם לכללי APA. גופן דויד, גודל 12, רווח כפול.

הערה חשובה לגבי הקפדה על אתיקה וכללי ציטוט: הסטודנטים/ות בקורס מתבקשים/ות להקפיד על כללי ציטוט בכתיבת עבודה אקדמית. לפי תקנון המשמעת של האוניברסיטה לגבי הונאה בכתיבת עבודות - העתקה, תרגום או שיכתוב של קטעים מעבודה אחרת או מכל מקור אחר, מבלי לציין את מקורם, מהווים עבירת משמעת. עבודות ותרגילים בהם יתגלו חריגות לא יקבלו ציון ויועברו לועדת משמעת אקדמית של האוניברסיטה.

**בהצלחה!!**

1. הכוונה לגיל ההתבגרות המוקדם. [↑](#footnote-ref-1)