



اليوم العالمي لحقوق المستهلك والمستهلكة

15/03/2026

الاستهلاك الواعي: الجندر، الإعلانات وما بينهما

من الشائع الاعتقاد أن الإعلانات تباع لنا قهوة، سيارة أو ملابس. لكن في الواقع، تُعدّ الإعلانات وسيلة قوية من وسائل التنشئة الاجتماعية. فالإعلانات لا تباع المنتجات فقط، بل تروج أيضاً لأفكار وقيم: ما هي "الأنوثة الصحيحة"، وما هي "الرجولة المناسبة"، وكيف ينبغي لنا أن نبدو ونتصرف. غالباً ما تستخدم الإعلانات، من أجل جذب الانتباه بسرعة، القوالب النمطية (تصورات سطحية وتعميمية) والتشويه (تحويل الإنسان إلى غرض أو أداة). إن الاستهلاك الواعي هو القدرة على التعرف على الرسائل الخفية، والحدّ من تأثيرها، وبذلك المساهمة في تعزيز العدالة الجندرية.

5 أسئلة لمشاهدة نقدية للإعلانات

اختبار الصلة: هل هناك علاقة حقيقية بين الشخصية والمنتج؟ (لماذا تظهر عارضة بلباس سباحة بجانب أداة الحفر؟)
اختبار الحركة: من هي الشخصية المهيمنة؟ هل تُعرض المرأة كشخصية سلبية، مسترخية أو مجرد زينة، بينما يُعرض الرجل كمبادر، أو حلال للمشكلات، أو أنه يقود
اختبار الكاميرا: هل تُظهر الكاميرا الشخصية كإنسان كامل، أم تركز على أجزاء من الجسد (مثل الشفاه أو العضلات)؟
اختبار الصوت: من هو صاحب السلطة في الإعلان؟ هل المعلق رجل ذو صوت سلطوي يشرح "كيف يعمل المنتج"، بينما تكفي المرأة بالإعجاب بالنتيجة؟
اختبار التصميم: هل يتم تصميم المنتج نفسه بشكل مختلف للنساء والرجال؟ وهل يؤثر هذا التصميم على السعر؟ (ما يُعرف بالضرية الوردية)
هذه الأسئلة تساعدنا على أن نكون مستهلكات ومستهلكين أكثر وعياً ونقداً.

كيف يبدو الإعلان المتساوي؟

كسر القوالب النمطية الجندرية: عرض النساء والرجال في مجموعة واسعة من الأدوار (رجل يعتني بالأطفال، امرأة مديرة في شركة تكنولوجية، شاب يعمل بالفنون).
الإنسانية أولاً: تقديم الشخصيات كأشخاص كاملين لديهم مشاعر وأفكار وشخصيات، وليس كخلفية أو زينة للمنتج.
رسائل محترمة: عرض قدرات واهتمامات النساء والرجال دون تعميمات جندرية (مثل: "النساء لا يفهمن بالتكنولوجيا" أو "الرجال لا يجيدون التنظيف").
صورة جسدية متنوعة وواقعية: عرض نماذج مختلفة للجمال والجسم بطريقة طبيعية وأصيلة
لغة شاملة ومتساوية: استخدام خطاب ولغة تحترم النساء والرجال وتوجّه الرسالة للجميع.

نشاط صفي: "تحليل إعلان"

اخترُوا إعلاناً معروفاً وحلّوه معاً:
● ما هي القوالب النمطية الموجودة فيه؟
● ما هي الرسالة الخفية التي ينقلها عن النساء والرجال؟
● هل يمكن تقديم الإعلان بطريقة أكثر مساواة؟
المهمة: بعد التحليل، حاولوا ابتكار إعلان جديد ومتساوٍ للمنتج نفسه.
مرفق [رابط](#) لخطة درس كاملة ونشاط صفي إضافي.