



الاختلاف التربية للمساواة بين الجنسين

الجيل المناسب للفعاليّة: الصفّ الرابع- السادس

المدخل:

تُسخّر "الدعاية" بشكل مباشر لبناء ومأسسة الهوية الجندرية لدى الجنسين، وتساهم في عملية تدويتها وجعلها جزءاً لا يتجزأ من صفاتنا، سلوكياتنا ومفاهيمنا النمطية. على سبيل المثال: تُظهر معظم الدعايات شخصيّة الرجل كفعالة وأساسية، بينما تُظهر المرأة كثانوية وهامشية. كذلك فهي تعرض النماذج المقبولة اجتماعياً لكلا الجنسين، فتُظهر عند الرجل الجانب القيادي، الحازم، صاحب القرارات الصائبة واللياقة البدنية العالية، بينما تُظهر في المرأة ضعفها، نعومتها، أو تستخدم جسدها كوسيلة إغراء. بهذا تعمل الدعاية على تعزيز وترسيخ المفاهيم النمطية التي تخدم المجتمع البطريكي والهيمنة الذكورية (ההגמוניה הגברית)، وبالتالي كلّ من يخرج عن تلك القاعدة يُضطهد وينبذ اجتماعياً.

الأهداف التربويّة:

1. أن تُقدّر التلميذة¹ الاختلاف كقيمة.
2. أن تتقبّل التلميذة المختلف عنها فكراً وسلوكاً.

الأهداف التعليميّة:

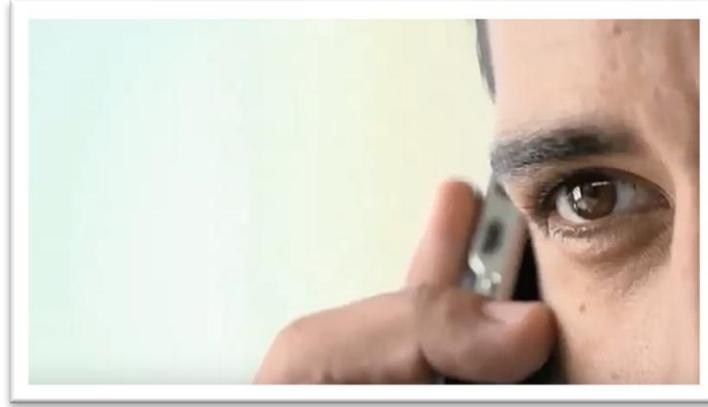
1. أن تكتسب التلميذة مهارة التحليل والاستنتاج.
2. أن تميّز التلميذة بين الأهداف الجندرية المختلفة للدعايات.
3. أن تحلّل التلميذة الدعاية بتفكير ناقد، وتكوّن معرفة جديدة.
4. أن تعبر التلميذة عن أفكارها وعن مشاعرها.

¹ اعتمدنا (بصورة مقصودة) لغة التأنيث في إعداد الفعاليّات، وهذه دعوة مباشرة لإثارة النقاش/ الحوار حول الموضوع.

الفعاليّة (حصتان تدريسيّتان)

تقوم المعلّمة بعرض الدعايات المرفقة، وتوجيه وإدارة حوار من خلال الأسئلة التي تليها.
خلال مشاهدة التلميذة للدعاية، تدعوها المعلّمة لتسجيل جميع التفاصيل الملفتة للنظر.

1. الرجاء الضغط على الصورة لمشاهدة الدعاية (1.05 دقيقة)



أسئلة موجّهة في أعقاب مشاهدة الدعاية:

- صفي ماذا شاهدت في الدعاية.
- من هي الشخصيات التي تظهر في الدعاية؟ وأي الشخصيات مغيّبة؟ ولماذا؟
- صفي شخصية الرجل في الدعاية.
- ما هي الألوان المستعملة خلال الدعاية؟ وماذا توحى لك؟
- ما هي الرسالة التي يحاول منتج الدعاية إيصالها للمتلقّي من الناحية الجندريّة؟ وما رأيك في ذلك؟

2. الرجاء الضغط على الصورة لمشاهدة الدعاية (0.31 دقيقة)

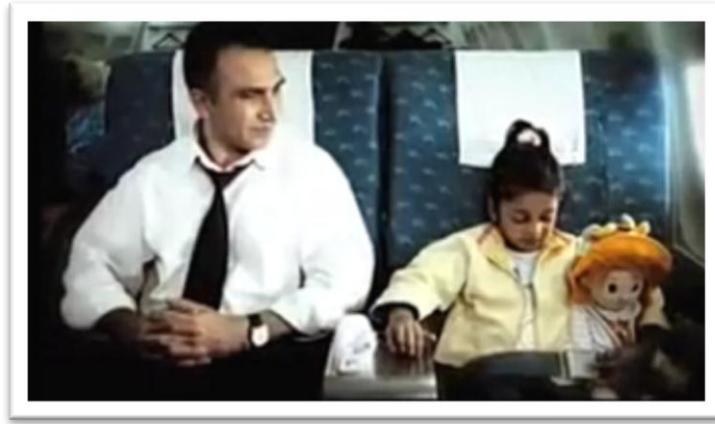




أسئلة موجّهة في أعقاب مشاهدة الدعاية:

- صفي ماذا ترين في الدعاية.
 - من يجلس خلف المقود بحسب رأيك؟ ولماذا؟
- ما هي الصفات التي ينسبها المجتمع للرجل؟ وما هي ردود فعل المجتمع حول الرجل الذي لا يحمل تلك الصفات (المختلف)؟

3. الرجاء الضغط على الصورة لمشاهدة الدعاية (دقيقة واحدة)



أسئلة موجّهة في أعقاب مشاهدة الدعاية:

- صفي ماذا ترين في الدعاية.
- ما المختلف في هذه الدعاية حول الرسالة الجندريّة الخاصّة بالأدوار المتعلّقة بكلا الجنسين، مقارنة مع الدعايتين السابقتين؟
- ماذا شعرت عند مشاهدة الشخصيات؟
- حاولي مقارنة تقسيم الأدوار الجندريّة مع تقسيم الأدوار في بيتك، وحدّدي انعكاسها عليك.



شخصية الرجل في الدعاية:

تؤكد معظم الأبحاث على أهمية دور الدعاية في بناء وصقل الهوية الجندرية لدى الجنسين. عبرت لاهف ودفنه لميش (2003) بحثنا عن الشخصيات والأدوار الرجولية المستعملة في الدعاية التلفزيونية، وكذلك عبر الجرائد، ووجدتا أنه بالإضافة إلى الشخصية "الرجولية التقليدية"، تتطور في الآونة الأخيرة أشكال أخرى للشخصية منها: "الرجولية الحديثة". لكل من هذه الشخصيات أدوار مجتمعية يؤدها الرجل مثل: الزوج، الأب، الخبير، صاحب المنصب الرفيع، الرياضي، المني، الحازم، صاحب السلطة، المتجند لمساعدة الغير، المحب، وصاحب المظهر الأنيق، الشكل الوسيم...

بالرغم من الشخصيات المتعددة التي وجدت في البحث، إلا أنه ما زالت تسود معظم الدعايات الشخصية الرجولية التقليدية، والتي تعتبر النموذج النمطي للرجل المقبول اجتماعياً.

توجيهات للمعلمة:

- ✓ تبني المعلمة بمساعدة التلاميذ دستور سلوكيات لأعضاء المجموعة.
- ✓ تسمح المعلمة لجميع التلاميذ التعبير عن آرائهم ضمن قواعد الاحترام وتقبل الآخر.
- ✓ تعطي المعلمة الشرعية للاختلافات الفردية بين التلاميذ.
- ✓ تشدد المعلمة على أهمية الحفاظ على سرية ما ذكر من معلومات داخل المجموعة.

مهمة بيتية (اختيارية):

تختار التلميذة توثيق إحدى الدعايات وتحاول تحليلها من ناحية جندرية.

من المهم التطرق للتفاصيل التالية:

- الموسيقى المستعملة.
- الشخصيات التي ظهرت في الدعاية، أو عدم وجود شخصيات بتاتاً.
- توظيف الجسد أو أجزاء منه.
- استعمال ألوان خاصة.



- التفاعل بين الشخصيات.
- المنتج الذي يرغب المسوق بتسويقه، ومن هي مجموعة الهدف.
- مميزات الشخصيات التي تظهر في الدعاية.

قاموس المصطلحات:

الهوية الجندرية: صفات/ مجموعة معايير اجتماعية خاصة بسلوك الفرد تتكون نسبة الى جنسه.
المفاهيم النمطية: هي المفاهيم التي يتبناها الشخص اعتماداً على أفكار مسبقة تعود الى عادات وتقاليد وموروثات ثقافية، دينية...
الهيمنة الذكورية: السيطرة الذكورية/ العلاقة الظالمة وغير المتكافئة من قبل الرجل تجاه المرأة من خلال تحكّم الرجال في وسائل الإنتاج المادي، واحتكارهم لوسائل العنف الموجهة ضد النساء.

مراجع:

1. العززي، خديجة العززي. "الأسس الفلسفية للفكر النسوي الغربي": لبنان 2005.
2. لاهب عيريت ولמיש דפנה. 2003. رومنتي، رغيش وبعל חוש הומור? דימויי גברים בפרסומת הישראלית, מגמות מב(4): 671-691.
3. http://www.aljabriabed.net/n56_05abdrabbi.htm