

## השפעת הפרסומות והתקשורת על תפיסת הנשיות

### רקע ורציונאל

אמצעי התקשורת הינם זירה דרכה מציגה החברה את עצמה. בכך בעצם הם מהווים סוכן סוציאליזציה מרכזי, המגדיר עבורנו את זהותנו, מקבע ויוצר סטריאוטיפים. הפרסומות המשודרות והמודפסות מהוות השתקפות, לפעמים מוגזמת, של תפקידי הגבר והאשה כפי שהם מתקיימים בחברתנו כיום. פעמים רבות מכיוון שהפרסומות יכולות להיות משעשעות ומצחיקות, הן בעצם מעמעמות ומקהות את מנגנוני ההגנה שלנו, כך שאיננו שמים לב למסרים המסוכנים שהן מעבירות. מגיל צעיר אנחנו נחשפים למסרים שמציגים את האשה כאובייקט מיני, כפרס, כרגשנית רפת שכל, ללא דעה עצמאית, או לפחות לא כזו החשובה באמת. במטרה לפתח אצל המשתתפות מודעות וחשיבה ביקורתית בחרנו להדגים כיצד הבניות חברתיות אלו משתקפות בחיי היומיום שלנו דרך הפרסומות.

### מטרות

- העלאת המודעות לנושא של השפעת הפרסומות והתקשורת על תפיסת הנשיות בקרב המשתתפות.
- פיתוח חשיבה ביקורתית לצפייה בפרסומות בקרב המשתתפות.
- העלאת המודעות לנושא ההבניה החברתית בקרב המשתתפות.

### אביזרי עזר

- פרסומות בדיסק המצורף
  - לוח + טושים
  - מקרן
- אורך השיעור: 90 דקות

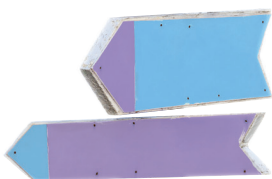
### הערה למנחה

אנחנו מאמינות כי למידה אפקטיבית, היא למידה שמשלבת בין הראש לבין הלב. לכן חשוב לנו מאוד שהמפגשים יעברו בצורה סדנאית וחוויתית. יחד עם זאת על מנת לייצר למידה משמעותית תוכלי לראות כי שיבצנו לאורך המערך סקירות תיאורטיות ונתונים כמותיים. אנחנו סומכות עלייך שתדעי לשמור על המבנה הסדנאי תוך העשרת המשתתפות בפרטים התיאורטיים מבלי שהמפגש יהפוך להרצאה.

**\*\*\*שימי לב ניתן לבצע את המפגש הנ"ל לאחר המפגש שעוסק בהבניה חברתית.**



נושא	אופן העברת נושא	הערות ודגשים
<b>הכרות והצגת מטרת המפגש</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• הציגי את עצמך.</li> <li>• ספרי בקצרה על ארגון "אשה לאשה" ועל מטרת התוכנית.</li> <li>• בצעי הסבר בנוגע למטרות המפגש הנוכחי.</li> </ul> <p><b>תרגילי פתיחה אופציונאליים:</b></p> <p>מטרת התרגילים הינה לבצע הכרות בין המשתתפות ניתן לבצע את התרגילים כחימום בכל אחד מהמפגשים האחרים.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• כל אחת בוחרת דמות אשה מפורסמת או קרובה לה שדרך סיפורה היא מציגה את עצמה.</li> </ul> <p><b>הנחיות למנחה:</b> יש לשים לב כבר בשלב הזה בדמות האשה דרכה בוחרות המשתתפות להציג את עצמן. אילו נשים נבחרו? מה הן מייצגות? ניתן לקשר לשלב שבו נדבר על הבניות חברתיות</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• כל אחת מציגה את עצמה דרך מחזיק המפתחות שלה.</li> <li>• כל אחת בוחרת מספר בין 10-1 ועל פי המספר שבחרה צריכה להגיד מספר דברים על עצמה.</li> </ul>	<p><b>5 דקות</b> פתיחה והצגת מטרת המפגש</p> <p><b>15 דקות</b> הכרות</p> <p><b>** במידה וזהו אינו המפגש הראשון יש לקחת בחשבון כי המשתתפות מכירות את התוכנית ומטרתיה ולכן אין צורך לבצע חזרה</b></p>
<b>מהי הבניה חברתית</b>	<p><b>לחלק את הלוח לשניים ולרשום כותרות "גבריות" ו"נשיות":</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• לבקש מהמשתתפות לומר את האסוציאציות שעולות להן כשהן שומעות את המילה נשיות ואת המילה גבריות.</li> </ul> <p>אסוציאציות אפשריות שיכולות להתקבל מהמשתתפות:</p> <p><b>נשיות:</b> יופי, אימהות, עדינות, חושניות, עוצמה, יכולת ורבאלית, חכמה</p> <p><b>גבריות:</b> חוזק, קריירה, הצלחה, כסף, מכוניות.</p> <p><b>לאחר מכן יש לכתוב את המילה "הבניה חברתית" על הלוח ולשאל את המשתתפות מהי הבניה חברתית לדעתן.</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• יש להסביר מהי הבניה חברתית -</li> <li>- האופן בו מסרים ישירים ועקיפים משפיעים על מבנה החברה.</li> <li>- הבניות חברתיות גורמות לשימור של המבנה החברתי הקיים, כך שמי שמרוויח מהן הכי הרבה הן תמיד השכבות החזקות.</li> <li>- הבניות חברתיות שגורמות לנשים לדבוק במודל מסורתי בתחומי הזוגיות, הקריירה, האופנה וכו', מסייעות לשמור על המצב הלא-שוויוני בחברה.</li> </ul> <p><b>יש לשאול את המשתתפות</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• כיצד לדעתן קשורות האסוציאציות שהעלו לגבי נשיות וגבריות להבניות חברתיות?</li> <li>• האם האסוציאציות שהעלו, הן עובדות ביולוגיות מולדות?</li> <li>• האם זה משהו נרכש?</li> <li>• כיצד לדעתן מעודדת החברה את החשיבה והמסרים הללו?</li> </ul>	<p><b>10 דקות</b></p>



הערות ודגשים	אופן העברת נושא	נושא
<p><b>30 דקות</b></p>	<p>בואו נראה כיצד ההבניות החברתיות הללו משפיעות ומשתקפות בתפיסת האשה והנשיות כפי שהיא מוצגת דרך הפרסומות ואמצעי התקשורת.</p> <p><b>יש להראות למשתתפים את סרטוני הפרסומות הבאים:</b> (בדיסק המצורף)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>פרסומת לדייטי פרי - רותי שטותי</li> <li>דאודורנט AXE</li> <li>פרסומת לבר מים מי עדן - בר רפאלי</li> <li>ניקול מטליות</li> <li>שמפו כייף</li> <li>בנק לאומי עסקים</li> </ul> <p><b>יש לחלק את הכיתה לקבוצות (3-4 משתתפות בקבוצה) כל קבוצה רושמת:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>מהי דמות האשה שמתקפת דרך הפרסומות בהן צפינו?</li> <li>אילו הבניות חברתיות הפרסומות הללו מעודדות (תפקידים חברתיים/ תכונות).</li> <li>לאחר העבודה הקבוצתית יש לנהל דיון בנוגע לממצאים האם עולות להן בראש דוגמאות לפרסומות נוספות (כתובות או משודרות)?</li> </ul> <p><b>יש לחדד ולהכיר למשתתפות את המושג החפצה</b></p> <p>החפצה: מתן תכונות של חפץ לאדם או בעל חיים. למשל, בפרסומת למי עדן למה איזו החפצה נעשתה? (בר רפאלי כבר מים) מה הסיכון בהחפצה?</p>	<p><b>דמות האשה כפי שמתקפת בתקשורת ובפרסומות</b></p>
<p><b>25 דקות</b></p>	<p>לאחר הניתוח של הפרסומות וההבנה כי דרכן בעצם משתקפות הבניות חברתיות קיימות. יש לשאול את המשתתפות כיצד הן חושבות שהפרסומות האלה, ודמות האשה שמתקפת דרכן, משפיעות על כל אחד ואחת מאיתנו, מה הפרסומות הללו מקבעות לדעתן?</p> <p><b>מסקנות חשובות לדיון</b></p> <p>חשיבה ביקורתית ומודעות הינן כלי משמעותי וחשוב במיוחד לנו כנשים על מנת שלא להמשיך ולשעתק את הדפוסים הקיימים היום בחברה</p> <p><b>סיכום:</b></p> <p>"במפגש היום היה לנו חשוב להכיר מושג מרכזי שנקרא הבנייה חברתית וכיצד הוא משפיע על התפיסות והעמדות שלנו. ראינו כיצד המסרים הישירים והעקיפים ההלו באים ומשתקפים בפרסומות וניהלנו דיון על ההשפעה על כל אחת ואחד מאיתנו"</p> <p>יש לבצע סבב סיכום מה כל אחת לקחה/למדה/הבינה מהמפגש.</p> <p><b>תרגילים אופציונאליים לסבב סיכום</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>כל אחת צריכה להגיד במילה אחת מה התובנה המרכזית שלה מהמפגש.</li> <li>כל אחת חושבת על דמות האשה דרכה הציגה את עצמה בתחילת המפגש וחושבת אלו הבניות חברתיות השתקפו כבר בהצגה העצמית שלה.</li> <li>כל אחת בוחרת מספר בין 1-10, לאחר מכן על פי המספר שבחרה. צריכה לסכם את המפגש במספר משפטים (על פי המספר שבחרה).</li> </ul>	<p><b>כיצד זה משפיע על כל אחד ואחת מאיתנו</b></p>

