



## ניתוח פרסומות: מערך מלווה למצגת

פרסומות, מלבד היותן כלי שיווקי, משמשות גם להעברת מסרים חברתיים ותרבותיים. כיוון שיש זמן קצוב מאוד להעברת המסר הרצוי בפרסומת, ישנו שימוש רב בסטריאוטיפים מוכרים. אנו נבחן מספר פרסומות ששודרו לאורך השנים האחרונות ובאמצעות מבט ביקורתי נפרק את הסטריאוטיפים המוצגים לגבי גבריות ונשיות. (הנחיות לגבי אופן ההעברה המומלץ ניתן למצוא בסוף המערך).

### מטרות

- הכרות והבנת המסרים החברתיים המועברים לגבי נשיות וגבריות בתרבות הפופולארית.
- פיתוח נקודת מבט ביקורתית על סטריאוטיפים מגדריים בפרסומות.
- רכישת כלים לניתוח סוציולוגי של מסרים תרבותיים (פרסומות, סרטים, שירים).
- יישום ניתוח סוציולוגי על פרסומות ומסרים תרבותיים בכלל.

### עזרים נדרשים

- אפשרות להקרנת סרטונים עם סאונד
- לוח וטוש מחיק

### מהלך הסדנה

משך מוערך	תוכן
00:02	פתיחה: הקדמה לסדנה
00:10	<sup>1</sup> יישור קו מושגי (מין, מגדר, סטריאוטיפים, סטריאוטיפ נשי/גברי)
01:00	ניתוח פרסומות (זמן מוערך לכל פרסומת = 10-20 דקות)
00:05	שיטות שכיחות בפרסומות - מבט מסכם
00:05	היררכית הסטריאוטיפים המגדריים
00:10	איפה זה בחיים שלי?
00:05	סיכום

<sup>1</sup> במידת הצורך, אם המשתתפים/ות מכירים/ות את המונחים הבסיסיים ניתן לדלג.



## מהלך הסדנה

### 1. פתיחה

#### הצגת נושא הדיון (אופציונאלי)

**הצעה לניסוח:** לכולנו יצא לצפות בפרסומות. מטרת הפרסומות היא כמובן למכור לנו מוצר, אבל הן מוכרות הרבה יותר מזה. פרסומות משמשות גם להעברת מסרים חברתיים ותרבותיים, כיוון שיש זמן קצוב מאוד להעברת המסר הרצוי בפרסומת, ישנו שימוש רב בסטריאוטיפים מוכרים. היום נבחן כמה פרסומות ששודרו בטלוויזיה לאורך השנים האחרונות ובאמצעות מבט ביקורתי נפרק את הסטריאוטיפים המוצגים לגבי גבריות ונשיות.

### 2. יישור קו מושגי (במידת הצורך)

#### הגדרה

**מין** זו אבחנה ביולוגית, שמתבטאת בגנים ובאיברי רבייה.  
**מגדר** זו אבחנה חברתית, והיא גמישה ביחס לזמן, למקום ולחברה.

#### האם מין הוא קטגוריה בינארית?

זכר ונקבה הן שתי קטגוריות נפרדות לחלוטין, כמעט במאה אחוז. כלומר, מי שמוגדר "זכר" מכיל את כל הרכיבים של הקטגוריה (אשכים, פיין וכו') ורק אותם (כלומר, לא מכיל אף רכיב מהקטגוריה "נקבה") – ולהיפך. רק 1% מהאוכלוסייה לא ייפול באופן מוחלט רק באחת הקטגוריות.

#### האם יש עוד מגדרים חוץ מגבר/אישה?

בתרבות המערבית מקובל לדבר על גבר ואישה, אבל יש תרבויות בהן יש מגדר שלישי. לדוגמה, בפיליפינים יש מגדר של זכרים ביולוגיים שמתלבשים ומתנהגים באופן נשי מאוד מוחצן, קצת כמו דראג. אם גבר "רגיל" יקיים יחסי מין עם מישהו מהמגדר הזה, זה לא ייחשב אקט הומוסקסואלי, אף שבאופן טכני מדובר בזכר.

### הגדרה

**סטריאוטיפ** הוא קיצור דרך מחשבת:

הכללה שלא מחויבת במציאות ולא מתקיימת לגבי כל הקבוצה.  
 סטריאוטיפים עוזרים לנו לתפוס את העולם בצורה יעילה ומהירה,  
 אבל לשימוש בסטריאוטיפים יש גם מחיר.

סטריאוטיפים יכולים לכלול מאפיינים חיוביים ושליילים. אחד הסוגים הדומיננטיים ביותר של סטריאוטיפים הוא סטריאוטיפים מגדריים. הסטריאוטיפים הללו כל כך חזקים עד שהם נתפסים כאמת מוחלטת. סטריאוטיפים מגדריים כוללים תפיסות חיוביות ושלייליות לגבי נשיות וגבריות. בואו נפרט חלק מהן כעת.

**שאלה לקבוצה:** אילו סטריאוטיפים אתם/ מכירים/ות לגבי גברים ונשים?

**מומלץ** לרשום על הלוח בחלוקה לשתי עמודות את התכונות הסטריאוטיפיות צד אחד עם הכותרת "גברי" וצד אחד עם הכותרת "נשי". (בטבלה ניתן לראות כמה דוגמאות לסטריאוטיפ הנשי והגברי).

	נשיות	גבריות
חיובי	עדינות, רגישות, רכות, אימהית, מטופחת, יפה, מרחב פרטי (מטפלות בענייני הבית)	חזק, חכם, אמיץ, קליל, רגוע, בעל יכולת טכנית מפותחת, רגוע, מרחב ציבורי (מנהלים את העולם)
שלילי	רגישה מידי, תלותית, חסרת יכולת טכנית, היסטורית, לא חכמה	ילדותי, לא רציני, "קוף" / שייך לתקופת האבן, אגואיסט

מבט על סטריאוטיפים מגדריים נפוצים - לאחר שראינו שכולנו מכירים/ות את הסטריאוטיפים המגדריים, נשאל את הקבוצה:

- האם יש כאן נשים שיש להן תכונות המופיעות בצד ה"גברי"?
- האם יש כאן גברים שיש להם תכונות המופיעות בצד ה"נשי"?



כמו שאמרנו, סטריאוטיפים הם הכללה לגבי קבוצה ולכן לא כל חברי/ות הקבוצה אכן יתאימו להכללה זו. אנו יצורים חברתיים, לכן לעיתים אי התאמה לסטריאוטיפ, כלומר לציפיות החברתיות, עלולה להוביל לתשלום מחירים חברתיים לדוגמה: תחושה של חוסר שייכות לקבוצה, ביקורת מהחברה ועוד.

### 3. ניתוח פרסומות

אחת הדרכים המרכזיות ללמידת סטריאוטיפים היא התרבות הפופולארית, דרך סרטים, שירים, ספרים ופרסומות. פרסומות עושות שימוש רב בסטריאוטיפים ולכן גם מהוות את אחד הכלים בהעברת המסרים לגבי הדרך ה"נכונה" להיות גבר/אישה.

על מנת להבין את המסרים המועברים לנו, נצפה במספר פרסומות ובכל פרסומת נשתמש בשאלות מנחות:

1. מה המסר שהפרסומת מנסה להעביר?
2. איך המסר מועבר?
3. מה הסטריאוטיפ המוכר עליו מתבססת הפרסומת?
4. כיצד נעשה שימוש בסטריאוטיפ?

#### למנחה:

- מומלץ לבחור בחלק מהפרסומות המוצעות, ולכלול את מגוון השיטות להצגת הסטריאוטיפ (המפורטות בהמשך).
- לאחר צפייה בפרסומת, נפנה את השאלות לקבוצה ובמידת הצורך נוסיף.

#### פרסומת המקדחה (קישור לחיץ לפרסומת)

1. **מה המסר?** נשים לא יודעות לעבוד עם מכונות ומכאן נובע שנשים לא יודעות לנהוג. אם יש לך אוטו והאישה שלך תנהג בו, כדאי שתעשה ביטוח.
2. **איך המסר מועבר?** אישה קודחת בקיר.
3. **מה הסטריאוטיפ עליו מתבססת הפרסומת?** נשים גרועות בדברים טכניים.
4. **כיצד נעשה שימוש בסטריאוטיפ?** הקצנה שלילית של הסטריאוטיפ הנשי.

#### מסטיק עלמה (קישור לחיץ לפרסומת)

1. **מה המסר?** את אישה עדינה. אם את רוצה להתמודד עם הגבר ה"קוף" שיש לך בבית ולהיות עלמה טובה, את צריכה מסטיק.
2. **איך המסר מועבר?** האישה עדינה ומטופחת, הגבר כקוף שרואה רק את עצמו (נותן לה במתנה



פלייסטיישן, אומר לה שהשמינה, יוצא לאירוע עם טישרט)

3. מה הסטריאוטיפ המוכר עליו מתבססת הפרסומת? גבר הוא בהמה. אישה היא עדינה.
4. כיצד נעשה שימוש בסטריאוטיפ? הקצנה שלילית של הסטריאוטיפ הגברי

### Invictus (קישור לחיץ לפרסומת)

1. מה המסר שהפרסומת מנסה להעביר? הבושם הזה יגרום לך להיות הגבר המושלם.
2. איך המסר מועבר? גבר שרירי וחסוב הולך ממגרש הספורט לחדר ההלבשה. שובר הכל בדרך. הגביע עליו. נשים מחכות לו בחדר ההלבשה. יש לו הכל מהכל והוא לא מתרגש, מקסימום חצי חיוך.
3. מה הסטריאוטיפ המוכר עליו מתבססת הפרסומת? גבר חזק, ספורטאי. חלומה של כל אישה. גבר שלוקח הכל בקטנה.
4. כיצד נעשה שימוש בסטריאוטיפ? הקצנה חיובית של הסטריאוטיפ הגברי

### קפה טורקי (קישור לחיץ לפרסומת)

1. מה המסר שהפרסומת מנסה להעביר? מי ששותה קפה הוא גבר גבר
  2. איך המסר מועבר? מייחסים לאישה גבריות חיובית. עדיין האישה נשית, מאופרת יפה ומצופה ממנה גם וגם
  3. מה הסטריאוטיפ המוכר עליו מתבססת הפרסומת? גברי חיובי. טייס, קליל, רופא וכל זה בלי לשבור את הנשיות החיובית המטופחת והיפה.
  4. כיצד נעשה שימוש בסטריאוטיפ? היפוך תפקידים. האישה מפגינה תכונות "גבריות".
- \* הערה - כשמייחסים לאישה תכונות גבריות, זה שדרוג מעמד. לעומת יחוס תכונות נשיות לגברים למשל, שנראה בפרסומת הבאה.

### ביסלי (קישור לחיץ לפרסומת)

1. מה המסר שהפרסומת מנסה להעביר? הביסלי כל כך טעים שהוא יוציא ממך רגש וגורם לך לרקוד עם חצאית בלט בלי לשים לב
2. איך המסר מועבר? 3 גברים (2 מהם דמויות מצוירות) אוכלים ביסלי ומתחילים לרקוד בחצאיות בלט בלי דאגה בעולם, עד שרואים את עצמם במראה וחוזרים "לעצמם" לגבריות.
3. מה הסטריאוטיפ המוכר עליו מתבססת הפרסומת? זה לא גברי לרקוד ובטח לא בלט. ריקוד משויך לנשיות.



4. כיצד נעשה שימוש בסטריאוטיפ? היפוך תפקידים. הגבר מפגין תכונות "נשיות".

#### פולסווגן (קישור לחיץ לפרסומת)

1. מה המסר שהפרסומת מנסה להעביר? אישה יכולה להחנות טוב כמו גבר, בעזרת המערכת שיש ברכב.
2. איך המסר מועבר? אישה נוהגת עם בן זוגה, כאשר צריכה לחנות ועושה זו בצורה מושלמת, היא הופכת לדמות של גבר בעיני בן זוגה.
3. מה הסטריאוטיפ המוכר עליו מתבססת הפרסומת? נשים לא יודעות לנהוג/ לחנות.
4. כיצד נעשה שימוש בסטריאוטיפ? היפוך תפקידים.

#### הייניקן (קישור לחיץ לפרסומת)

1. מה המסר שהפרסומת מנסה להעביר? הבירה כל כך טובה שהיא גורמת לגברים להגיב בהתרגשות כמו נשים.
2. איך המסר מועבר? נשים צורחות מול ארון נעליים ואז גברים צורחים (כמו הנשים) מול ארון בירות. מועבר בהומור, קצת מוריד מערכם של הגברים שלא הגיבו בקוליות. כשאנו רואים גברים מגיבים כך, אנחנו נצחק, כי זה לא תואם לסטריאוטיפ הגברי ה - cool
3. מה הסטריאוטיפ המוכר עליו מתבססת הפרסומת? התרגשות, התלהבות, תגובה רגשית אלו תגובות נשיות.
4. כיצד נעשה שימוש בסטריאוטיפ? היפוך תפקידים. ייחוס הסטריאוטיפ הנשי לגברים.

#### גולדסטאר (קישור לחיץ לפרסומת)

1. מה המסר שהפרסומת מנסה להעביר? תגיד תודה שאתה גבר. להיות אישה זה מעפן. הורסות את הסביבה הגברית.
2. איך המסר מועבר? אישה משחקת כדורגל ומתחילה לבכות כשלא נותנים לה את הכדור והיא לבד.
3. מה הסטריאוטיפ המוכר עליו מתבססת הפרסומת? סטריאוטיפ נשי שלילי. חסרת אונים ותלותית בסיטואציה גברית. זה לא מתחבר ומשבית הכל. ברקע, גברים יושבים ושותים בירה ברגוע.
4. כיצד נעשה שימוש בסטריאוטיפ? מעבר עולמות.



## קפה עלית (קישור לחיץ לפרסומת)

1. **מה המסר שהפרסומת מנסה להעביר?** נס יכול לעזור לכם בבעיות בזוגיות, גם כשהאישה מפשלת. גבריות במבחן תמידי. גם הגבר גבר הטייס האמיץ, כשהוא נכנס למשוואה של זוגיות ורגישות זה מערער את המעמד שלו.
2. **איך המסר מועבר?** דוגמאות לירידות על הבחור תוך שימוש בצד הרגיש "צופציקון" של מערכת היחסים הזוגית שלו.
3. **מה הסטריאוטיפ המוכר עליו מתבססת הפרסומת?** גברי חיובי וחזק עד שנכנס הצד הרגשי, הנשי, שמערער הכל
4. **כיצד נעשה שימוש בסטריאוטיפ?** מעבר עולמות

## 4. שיטות שכיחות בפרסומות - מבט מסכם

בפרסומות שראינו עכשיו ניתן להבחין בשלוש שיטות לפיהן נעשה שימוש בסטריאוטיפ המוכר לנו:

- **הקצנה חיובית/שלילית** - שימוש באידיאל החיובי/השלילי של נשיות/גבריות. (פרסומת המקדחה לביטוח רכב, מסטיק עלמה, invictus)
- **היפוך תפקידים** - גבר המבצע תפקידים המשויכים לנשים או מפגין תכונות המזוהות עם נשיות ולהיפך, אישה המבצעת/מפגינה תכונות המזוהות עם גבריות. (הייניקן, פולסווגן, קפה טורקי, ביסלי)
- **מעבר עולמות** - אישה בסביבה המשויכת לגברים/ גבר בסביבה המשויכת לנשים. (גולדסטאר, קפה עלית)

## 5. היררכיה סטריאוטיפית - גבריות מול נשיות

למרות שיש תכונות שליליות וחיוביות המיוחסות לשני הסטריאוטיפים, ישנה היררכיה שמובנת לנו מאליה לגביהם.

תכונות גבריות "נחשבות יותר" מאשר נשיות בחברה שלנו. גבר המפגין תכונות נשיות מקבל ביקורת חברתית קשה יותר מאשר אישה המפגינה תכונות גבריות.

- האם מסכימים/ות?
- איפה ראינו את זה בפרסומות? כשחקנו מהתנהגות נשית שגברים ביצעו, לעומת קבלה בהערכה תכונות גבריות שנשים הפגינו (הייניקן, קפה טורקי, ביסלי, פולסווגן)
- מה המסר שזה מעביר לנשים וגברים?



## 6. איפה זה בחיים שלי?

- הפרסומות מראות לנו איך "נכון להתנהג" לפי הסטריאוטיפ אליו אנחנו שייכים/ות. כשאין התאמה לסטריאוטיפ, לרוב יהיה מחיר חברתי. למשל צחוק, כמו שראינו בפרסומות.
- מי רוצה לשתף על מצב בו לא התאימה/ה לסטריאוטיפ המצופה?
  - מה היו התגובות?
  - מה הרגשת?
  - האם היית עושה משהו שונה?
  - האם תמיד עדיף לנו להתאים לציפיות החברתיות? גם אם אני רוצה משהו אחר?

הערה למנחה: אם אין היענות ואת/ה מרגיש/ה נוח, עדיף לשתף סיפור אישי שלך.

### המסר:

- לכל בחירה שנעשה יש מחירים ורווחים. האם מעדיפה להיות מקובלת חברתית או להקשיב לרחשי ליבי? התאמה או אי התאמה לסטריאוטיפ הן בחירות המשפיעות על חיינו. אין נכון או לא נכון, חשוב לקחת בחשבון את ההשלכות של כל בחירה ולהחליט מה טוב לי באופן אישי.

## 7. סיכום

- לסקור בכמה משפטים על מה דיברנו היום ולהוסיף: אין שום סיבה שזה יהיה ככה!
- אתם/ן יכולים/ות להשתמש בשאלות המנחות לניתוח פרסומות נוספות ותוכן פופולרי בכלל. כאשר ננתח את המסרים המועברים, הם מוארים בזרקור ומאפשרים חשיבה ביקורתית וביחנה מודעת של המסר והתאמתו לחיינו.
  - אם חיים רק בתוך התפיסה הסטריאוטיפית אנו מצמצמים ומצמצמות את עצמנו לחצי מהאנושיות שלנו. אנו כאן לעודד חריגה מהגבולות. צריך לזכור שזה מגיע עם מחיר חברתי. צחוק/ חוסר קבלה.. השאלה מה המחיר היותר גדול? חוסר קבלה עם עצמי או חוסר קבלה חברתית.
  - איפה זה בחיים שלי? כדאי להתייחס לכל המסרים המועברים באופן אישי לבחון ביחנה מודעת את השפעתם על חיינו. האם בחרנו במסלול שמצופה מאיתנו ולא במסלול שבאמת רצינו? האם מרגיש/ה ציפייה להתנהג באופן מסוים גם כשרוצה לעשות דברים אחרים?
  - כל התכונות שרשומות על הלוח הן תכונות אנושיות – וכמו שראינו הן מתחלקות בין כולנו.





**למנחה:** למחוק את הכותרות של גבריות ונשיות מעל רשימת התכונות על הלוח כך שנשארות על הלוח שתי רשימות בלי כותרת – למחוק את ההפרדה בין העמודות ולכתוב כותרת אחת: אנושי הבעיה הגדולה עם החלוקה הזו של גברי ונשי היא שאם אנחנו חיים רק בתוך התפיסה של עצמנו כגברים או כנשים אנחנו מצמצמים את עצמנו לחצי מהאנושיות שלנו. תרשו לעצמכם/ן לחרוג מעבר לגבולות שהחברה מכתובה לנו של איך גברים צריכים להיות ואיך נשים צריכות להיות. תהיו מי שאתם/ן ותאמינו שאתם/ן יכולים להיות מה שתרצו. תרשו לעצמכם/ן לממש את הפוטנציאל האנושי שלכם.

### נספח: דגשים כללים להנחיה

**סדנה לא הרצאה - המסר עובר בצורה הרבה יותר אפקטיבית כך.** רצוי להעביר את התוכן כסדנה ולא כהרצאה.  
- כלים להעברת סדנה - כדאי להכיר את הכלים להנחיית סדנה (ראו כאן - לצרף קישור לכלים להנחייה).  
- השתתפות הקבוצה - כדאי לעודד השתתפות של כמה שיותר מהא/נשים בקבוצה (וכמובן לפנות אליהם/ן בשם). חשוב לתת למשתתפים/ות להשיב על השאלות המנחות לניתוח ולא לתת את התשובות מראש.

**מיקוד התכנים** - יש מגוון רב של פרסומות אפשריות, מומלץ לבחור בחלקן, תוך שמירה על ייצוג שלוש השיטות השכיחות בפרסומות (הקצנה שלילית/חיובית, היפוך תפקידים, מעבר עולמות).

**סיפורים אישיים עובדים הכי טוב!** להביא את עצמנו כמה שיותר - לחשוב על סיפורים אישיים על איך מגדר משפיע על החיים שלנו - בעיקר איך הוא מגביל אותנו ואיך אנחנו משתחררים ממנו והופכים את החיים שלנו לטובים יותר. אפשר להתייחס גם למחירים החברתיים של יציאה מגבולות המגדר.

**ויכוח עובד הכי פחות טוב.** להשתדל לא להיכנס לויכוח עם המשתתפים/ות- אם יש התנגדויות - לנסות לנתב אותן לדיון ב(מישהו/י רוצה לענות לזה? יש למישהו/י רעיון איך זה יכול להיות אחרת?)