

مباراة الدخول للعام الجامعي 2018-2019

مدة الامتحان: ساعة ونصف

مسابقة في اللغة العربية

تنميط المرأة في "المونديال" / جوي سليم / الأخبار / 2018 (بتصرف)

منذ بدء هذه الدورة من كأس العالم لكرة القدم، تظهر أمامنا صور ومقاطع فيديو للمشجعات الجميلات. يخطف هؤلاء نظرات الجمهور وعدسات الكاميرات، حتى أنهن ينتزعن حصة مهمة من المباريات حين يجري التركيز على وجوههن وأجسادهن أكثر من غيرهم من الحاضرين في المدرجات. حتى إن المتحمسين لمنتخبات بلادهم أو لدول أخرى، على مواقع التواصل الاجتماعي، غالباً ما يختارون إظهار تشجيعهم عبر نشر صور لنساء يحملن علم هذه الدولة، أو لأخريات يرسمن على وجوههن وأجسادهن ألوان المنتخب. شفاه مضمومة، صدور كبيرة، أجساد بالبيكيني، ومقاطع فيديو لمشجعات يقبلن بعضهن... كلّها مشاهد رأيناها في الأسبوعين الأولين لدورة كأس العالم المتواصلة في روسيا، وذكرتنا بمشاهد شبيهة تطغى على صورة جمهور هذه اللعبة، الأمر الذي يثير سؤالاً عن ارتباط التشجيع بهذه الصورة النمطية للمرأة، ويتفرّع نحو إشكالية تنميط الإعلام عموماً لصورة المرأة، ودور هذا الإعلام في إعادة إنتاج وسائل الهيمنة الذكورية.

في مقال «ذي كونفرسايشن»، تقول استاذة علم الاجتماع الاوسترالية كيم نوفولوني إنه إذا اختارت المشجعة ألا تظهر بالصورة النمطية للمشجعات «السكسي»، فإن كلفة ذلك تكون في أنها ستُصبح «لا مرئية» من قبل الإعلام. ترى أن شعبية صور المشجعات بشكلها الحالي تعكس لنا الشروط التي يجب على المرأة تحقيقها حتى تصبح «مرئية» في الإعلام الرياضي المهيمن عليه من قبل الرجال. إذًا، على المرأة أن تلتزم النموذج المعرّف ذكورياً، حتى تُمنح الرؤية في المدرجات.

نقاش تنميط الإعلام للمرأة وحصرها بصورة جمالية - جنسية، يعود إلى مهد وسائل الإعلام نفسها. هذا النقاش شهد ازدياداً ملحوظاً في العقود الأخيرة مع صعود الحركات النسوية في العالم ونجاحها في فرض تغييرات على الخطاب السياسي والإعلامي في دولٍ عدّة. برغم التغيير البطيء، لا تزال وسائل الإعلام والإعلانات والثقافة الشعبية عموماً، تكرّس صورةً معيّنة للمرأة، نراها حولنا بنحو شبه يومي، ما يساهم في إعادة إنتاج أنماط الهيمنة الذكورية وأساليب قمع المرأة. إبراز المرأة كحسنة ذات مفاتن جاذبة جنسية، يعني إبقائها شيئاً (Object)، فيما يظل الرجل في موقع الذات / الفاعل (Subject). لفهم هذا الفارق أكثر، وكيف تلعب وسائل الإعلام عليه وتغذيه بنحو متواصل، يمكن الاستعانة بالناقد الإنكليزي الراحل جون برجر الذي لخص الاختلاف بين حضور المرأة وحضور الرجل الاجتماعيين في المعادلة الآتية: «الرجل يفعل، أما المرأة فتظهر». المرأة تتشاهد نفسها دائماً، أي إن نظرتها الى نفسها نابعة من أنها «شيء»/ هدف لنظرة الآخرين. يرى برجر أن هذا لا يحدّد فقط علاقتها بالرجل، بل علاقتها بالمرأة أيضاً من هنا تكمن خطورة ما تفعله وسائل الإعلام عبر تكريس هذه التبعية بمعناها الأعمق. إبقاء المرأة داخل إطار الصورة الجنسية في مناسبة عالمية كتلك التي نشهدها هذه الأيام، يشير بطريقة أو بأخرى إلى دور الميديا، بما فيها المنصات العامة مثل مواقع التواصل، في إعادة إنتاج، ليس فقط أساليب الهيمنة، بل أيضاً مفاهيم التمييز بين الجنسين.

أسئلة

- 1 - اضبط/ي أواخر الكلمات بالحركة المناسبة في المقطع الأول من النصّ (منذ بدء... الذكورية) (5 علامات)
- 2 - تناولت هذه المقالة موضوع تنميط المرأة في الإعلام (المونديال نموذجاً). انطلاقاً من قراءتك للنصّ، ومن معارفك الشخصية، اشرح/ي معنى التنميط عموماً، وتنميط المرأة خصوصاً في عشرة أسطر، بعيداً عن النسخ والتكرار. (6 علامات)
- 3 - ختمت الكاتبة مقالها بالحديث عن دور مواقع التواصل الاجتماعيّ في تكريس الصورة النمطية للمرأة، والمساهمة في تعزيز التمييز الجنسيّ
اكتب/ي نصّاً تحدّد فيه نوع الصورة المهيمنة للمرأة على مواقع التواصل الاجتماعيّ، من خلال أمثلة حسيّة (صور ، كتابات ، تعليقات...)، مبيناً في نهاية النصّ بعض الأسباب (سببين كحدّ أدنى) التي تساهم في تعزيز هذه الصورة النمطية.
(أجب عن السؤال في 25 سطراً) (9 علامات)