مواضيع حسب الأهداف (محور المرأة)

❖ **الموضوع الأوّل : يحقّق الهدف الأوّل 1) تبيّن منزلة المرأة في المجتمعات المعاصرة :**

الموضوع :

أَبْدَى أَحَدُ أَقَارِبِكَ تذَمُّرَهُ مِنْ عَمَلِ زَوْجَتِهِ مُدَّعِيًا أَنَّ ذلك كان سَبَبًا فِي تَضَرُّرِ الأُسْرَةِ وَ الأَبْنَاءِ, فَخَالَفْتَهُ الرَّأْيَ مُبْرِزًا أهميّة أدوار المرأة في جميع المجالات أُنْقُلِ الحِوارَ الذِي دارَ بَيْنَكُمَا مركّزًا عَلى أفكاركِ و حججِكَ .

❖ **– الأطروحة المدحوضة : عمل المَرْأَةِ سَبَبٌ فِي تَضَرُّرِ الأُسْرَةِ وَ الأَبْنَاءِ,**

- أدوار المرأة خارج المنزل أثّرت سلبا على واجباتها نحو أسرتها
- إحساس أبنائها بفراغ عاطفي رهيب اثر على دراستهم
- إهمال الزوجة لمسؤوليتها من اجل العمل خارج البيت
- فشلها في الحفاظ على التوازن بين حياتها المهنية وحياتها الأسرية
- أكد المختصون أن عمل الزوجة يؤدي إلى إضعاف دورها في أسرتها، فالزوجة العاملة تضطر أحيانا كثيرة إلى الغياب عن بيتها لساعاتٍ طويلة، وبالتالي لا تستطيع القيام بكامل مسؤولياتها وأدوارها في الأسرة بسبب قلة الوقت المتاح لديها مقارنة مع الزوجة غير العاملة. وأشاروا إلى أن عمل الزوجة يؤدي في بعض الأحيان إلى فتور علاقة الأم مع أبنائها، موضحين أن الزوجة العاملة تعود من عملها مرهقة متعبة، تفتقد الطاقة لتربية أبنائها والجلوس معهم والتحدث إليهم،

وبذلك تقلّ أوقات مشاركتها لأبنائها في أنشطتهم الأسرية وهذا يضعف علاقتها معهم ويشعرها بالذنب.

- خروج المرأة للعمل جعل علاقتها مع زوجها متوتّرة.

الاستنتاج : إذن يجب على المرأة أن تهتم بأسرتها و على التشريعات أن تراعي وضعية المرأة بسنّ قوانين جديدة تمكنها من التوفيق بين عملها و واجباتها الأسريّة

❖ **الأطروحة المدعومة :** تحرّر المرأة أفاد الأسرة و المجتمع

اجتماعيا : * تقوم الأسرة الحديثة على تقاسم الأدوار وعلى الرجل أبا أو زوجا أو أخا أن يشارك في القيام بهذه المهام

* تقتضي التربية الحديثة أن يكون للمرأة قدر مهم من التعليم و الاختلاط حتى تثري تجاربها في إدارة شؤون البيت يقول معروف الرصافي :

فحضن الأمّ مدرسة تسامت بتربية البنيـــــن أو البنات

و ليس ربيب عاليـــــة المزايا كمثل ربيب سافلة الصفات

⟵ لا ينحصر دور المرأة في حدود البيت

اقتصاديا : * تشعب الحياة المعاصرة و كثرة متطلباتها حتمت على المرأة الخروج للعمل من أجل تحسين الدخل المادي للعائلة

* تساهم المرأة في تنشيط الحركة الاقتصادية فهي قوة هامة استطاعت إثبات وجودها في العديد من الميادين

* المجتمع في حاجة إلى المرأة للقيام بوظائف عديدة مثل مهنة التمريض و التوليد و الإرشاد الاجتماعي

ثقافيا : * لا يمكن للمجتمع أن يتقدم إذا كان نصفه جاهلا و معطلا . لذلك على المرأة أن تساهم في نشر الثقافة و المعارف

* الإشارة إلى نماذج من نساء تميزن في المجال الثقافي مثل **سعاد الصباح و هند عزوز و فالنتينا تيريشكوفا**

* حث الإسلام على طلب العلم مخاطبا الجنسين الرجل و المراة على حد السواء حيث قال الرسول صلى الله عليه و سلم " العلم فريضة على كل مسلم و مسلمة "

* يقول الطاهر الحداد " يجب أن تتعلم المرأة العلوم الرياضية و الطبيعية حتى يتثقف عقلها بالمنطق و معرفة الأشياء على حقيقتها "

سياسيا :

* شاركت قديما في الحروب و هاهي اليوم تثبت تفوقها في المجال السياسي مثل التونسيّة ميّة الجريبي رحمها الله

* شاركت المرأة بنجاح في الكفاح المسلح مثل **جميلة بوحيرد** الجزائرية(1935) والشهيدة الفلسطينية **دلال المغربي** (1958 – 1978) و**سناء المحيدلي** الشهيدة اللبنانية (1968 - 1985)

* اثبت المرأة قدرتها أعلى المشاركة الفعالة في المجال السياسي مثل **انديرا غاندي** رئيسة وزراء الهند الراحلة (1916- 1984) و**مجيدة بوليلة**((1952 - 1931) المرأة التونسية التي أسّست سنة 1950 زمن الاستعمار الفرنسي الشعبة الدستورية النسائية و ساهمت في تحرير تونس

- حضور المرأة الفعّال اليوم في البرلمان التونسي نسبة 30 ٪

- **الاستنتاج :**المرأة نصف المجتمع و مشاركتها في جميع المجالات ضرورية ليتحقق رقيّ المجتمع و تقدمّه

❖ **الموضوع الثّاني يحقّق الهدف الثاني : 2) إدراك شروط صيانة مكاسب المرأة ودعمها :**

الموضوع : تَابَعْتَ صُحْبَةَ عائلتِكَ نتائجَ الْإِنْتِخَاباتِ التشريعيَّةِ ، فَعَبَّرَتْ أُخْتُكَ عَنْ فَخْرِهَا بِمَا حَقَّقَتْهُ المرأةُ التونسيّة من مكاسِبَ في المجال السياسي ، فتدخّلتَ وَحَاولْتَ تعديلَ موقفِها مبرزًا ما تعانيه المرأة من نقائص في مجالاتٍ عديدةٍ.

أُنْقُلْ مَا دَارَ بَيْنَكُمَا مِنْ حِوَارٍ مُرَكِّزًا عَلَى حُجَجِكَ

موقف الأخت:

الأ طروحة : الفخر بما حقّقته المرأة التونسيّة من مكاسب في المجال السياسي

- منحت االتشريعات و القوانين المرأة حقوقها في تونس (حجّة الواقع التشريعات المتعلّقة بالمرأة في تونس متقدّمة كثيرا مقارنة بكثير من الدول العربيّة فقد حفظت مجلّة الأحوال الشخصيّة حقوقها و أنصفتها و أقرّ الفصل 16 من القانون الانتخابي مبدأ المناصفة بين الرجّل و المرأة في الترشّح للانتخابات التشريعيّة و البلديّة).بفضل هذه التشريعات أصبحت المرأة تشعر بأنّها تمتلك شخصيّة مستقلّة قادرة على المشاركة في جميع المجالات منها المجال السّياسي
- شاركت المرأة التونسيّة في الحياة السياسيّة و أثبتت جدارتها بتولي مناصب عديدة (في سنة 1983 فتحيّة مزالي وزيرة المرأة والأسرة و حاليا السيدة نزيهة العبيدي وزيرة المرأة و الأسرة و الطفولة ، ، نائبة رئيس المجلس التأسيسي س السيّدة محرزية العبيدي)
- أثبتت قدرتها على القيادة و التأثير في الحياة السياسيّة التونسيّة

- ناشطة فاعلة في الأحزاب السياسيّة

الاستنتاج : و بناء على ذلك يحقّ للمرأة التونسيّة أن تفخر بمكاسبها و أن ترنو إلى المستقبل بعيون مطمئنة حالمة

ب موقف المحاج :

-الأطروحة المدعومة : مازالت المرأة تعاني من نقائص في مجالات عديدة

الردّ على الأخت : تثمين مكاسب المرأة التونسيّة في المجال السّياسي و اعتبار ذلك مبعثا للفخر مقارنة بوضعية المرأة في دول عربيّة أخرى لكن لا يجب أن يكون هذا الفخر حجابا يغطّي معاناة المرأة عامّة في مجالات عديدة

1 على مستوى التشريع :

حقّقت المرأة التونسيّة مكاسب عديدة على مستوى التشريعات لكنّ التغيير الجذري لم يحصل بعد لذلك يجب أن يصاحب التطوّرَ في مستوى التشريعات تغيّرٌ على مستوى الواقع يعترف بالقيمة الحقيقيّة للمرأة و ينهي الاختلال الحاصل بين التشريع و الواقع (حجة الأرقام والإحصاء) رغم الإقرار بمبدأ المناصفة في القائمات الانتخابية إلا أنّ نسبة حضور المرأة في البرلمان التونسي ضعيفة - في انتخابات 2011 بلغت نسبة النساء في قائمات الترشيح 48 في المائة، لكن لم تبلغ نسبة النساء في المجلس التأسيسي أكثر من 27 في المائة و في الانتخابات التشريعية سنة 2019 لم تتجاوز 26 بالمائة ،

2 على المستوى السياسي :

- محدوديّة هذه المكاسب :نسبة مشاركة المرأة في المجال السّياسيّ تظلّ ضئيلة:
- مقارنة بالمرأة الغربيّة خاصّة في بعض بلدان شمال أوروبا

- مظاهر تهميش المرأة واستغلالها في المجال السّياسيّ:
- نُدرة اعتلاء المرأة المناصب الحزبيّة العليا
- اكتفاء المرأة بالحضور الشّكليّ في الأحزاب- .
- اعتبار المرأة منافسة للرّجل في هذا المجال ممّا يحدّ من عملهما المشترك.
- اكتفاء بالمرأة زينة للأحزاب والبرلمانات.
- نسبة حصول المرأة على المناصب السياسيّة ضعيفة فأغلب الوزراء من الرّجال
- أغلب رؤساء الأحزاب من الرجال حجّة الشاهد القولي (تقول الصحفيّة حياة البدري " إن مجال السياسة ما يزال من حقّ الرجل وحده و لا يمكن للمرأة ان تتجاوز الخطوط الحمراء ..." و ترى المرأة " مجرّد ديكور يزيّن البرلمانات ")
- إن منح المرأة حقوقها السياسيّة مازال يحتاج إلى تغيير على مستوى الذهني و على المستوى الاجتماعي حتّى يتقبّل المجتمع وجود المرأة في مراكز قيادية.

3 على المستوى الاجتماعي :

- أَضْحَت المرأة تُوَاجِهُ صعوباتٍ جديدةً أبْرزُها مسألةُ التّوفيقِ بيْنَ عملِها و واجباتِها نحو أسرتِهَا ، فأصبحتْ المرأةُ العاملةُ مُرْهَقَةً تمارسُ مِهنتيْن داخلَ البيْتِ وخارجَهُ ، فتراهَا تعودُ إلى منزلها و قدْ أخذ منْهَا التّعبُ كلَّ مأخَذٍ بعدَ ساعاتٍ طويلةٍ منَ العملِ لتجدَ نفسهَا أمامَ واجباتٍ أخرى كالطّبخِ و التّنظيفِ و الغسيلِ

- تتعرّض المرأة في الدول المتقدّمة إلى أشكال عديدة من العنف المادّي و االلّفظي (25% من النساء في بريطانيا يتعرّضن للضرب و في مدينة سايتل الأمريكيّة اكتشف الباحثون أن 44% من النساء يتعرّضن للعنف)

4 **على المستوى الاقتصادي :**

- يستغل أصحاب المصانع و المؤسسّات المرأة العاملة (الأجر الزهيد ، ساعات العمل الطويلة ، ظروف عمل متردّية كالعاملات في المجال الفلاحي اللواتي يعانين من صعوبة العمل و مشقّة التنقّل في شاحنات كأنّهن بضاعة لا قيمة لها فقد توفيت 40 عاملة في السنوات الأخيرة نتيجة الحوادث)
- استغلال المرأة في بعض الأعمال مثل المعينات المنزليات

5 صورة المراة في وسائل الإعلام و في ألإشهار

- تقدّمُ بعض وسائل الإعلام المرأة في صورةٍ نمطيّةٍ إمّا في المطبخ أو بين الأطفال حيث يقتصر دورها على تدبير شؤون البيت وتلبية حاجيات الأسرة،أو تقدّم كبضاعة مثيرة يقع توظيفها لغايات تجاريّة (حجّة المثال الواقعي : صورة الفتيات المراهقات في أغلفة المجلّات).
- استغلال جسد المرأة في الإعلانات و الإشهار لترويج بضاعة ما (حجّة الأرقام و الإحصاء 90% من المادّة الإعلانية يكون الطعم فيها جسد المرأة).

- يُعدُّ استغلال جسد المرأة في الإشهار و الإعلام تمييزا عنصريًا على أساس النّوع الجنسيّ و هو خرق لاتفاقيّة الأمم المتحّدة سنة 1979 الدّاعية إلى " القضاء على جميع أشكال التّمييز ضدّ المرأة ".
- تقديم المرأة في صورة مثيرة إهانة لذاتها و تحقير من شانها(مثل استغلال الفتيات المراهقات في إنتاج الأغاني المصوّرة "الفيديو كليب").
- **الاستنتاج :** و بناء على ذلك مازالت مكاسب المرأة في حاجة إلى صيانة و دعم على المستوى التشريعي و على صعيد الواقع في جميع المجالات

❖ **<u>الموضوع الثالث يحقّق الهدف الثّالث : 3) اتّخاذ موقف نقديّ من استغلال المرأة في الإعلام و الإشهار :</u>**

الموضوع : كنت و صديقك تشاهدان برنامجكما المفضّل على شاشة التلفاز إذ تخللته ومضات إشهارية تعرض صور فتاة جميلة فاستحسن صديقك ذلك واعتبر أن الفتاة قد عزّزت ثقتها بنفسها و استفادت من الإشهار اجتماعيا واقتصاديًا لكنّك عارضته و بيّنت له أن هذه المشاهد الإشهاريّة تحقّر من شأن المرأة و تهدّد مكاسبها .

❖ **رقيّها الاجتماعي :**

- حضور المرأة في الإشهار يدعم مكانتها الاجتماعية و يحوّلها إلى نموذج اجتماعي يُحتذى / تأثيرها في الرأي العام و توجيهه
- حضور المرأة في الإشهار يدعم ادوارها الاجتماعية : نجاحها في افتكاك مواقع متقدمة في المجتمع / تأهلها للقيام بأدوار اجتماعية مرموقة (دعم الجمعيات الخيرية / الترؤّس الشرفي للمنظمات المحلية و الوطنية و الأممية

❖ **رقيّها الاقتصادي**

- للمرأة الحق في الكسب و تحصيل الثروة و الاشهار من الأنشطة المحققة لها
- جمال المرأة يساعد في ترويج البضاعة و في ذلك ربح لها و للمؤسسة (تنشيط الدورة الاقتصادية)
- **الاستنتاج :** يعزّز الإشهار ثقة المرأة بنفسها و يدعم منزلتها الاجتماعية و الاقتصادية

2) موقف المحاجَ : الأطروحة المدعومة : الإشهار يحقّر من شأن المرأة و يهدّد مكاسبها

أ - حضور المراة في الاشهار على ذلك النحو تحقير لكيانها

- اختزال الاشهار المرأة في الجسد يكرّس صورة نمطية سيّئة عنها (دمية مثيرة / جسد مُغرٍ / وجه جميل)
- تنميط صورة المرأة اعتداء على حقوقها و استغلال جسدها هو شكل من أشكال التمييز ضدها و مخالفة للتشريعات الدولية (قرار الأمم المتحدة الخاص باتفاقية القضاء على جميع أشكال التمييز ضد المرأة) إذ يُعدُّ استغلال جسد المرأة في الإشهار و الإعلام

تمييزا عنصريًا على أساس النّوع الجنسيّ و هو خرق لاتفاقيّة الأمم المتحّدة سنة 1979 الدّاعية إلى " القضاء على جميع أشكال التّمييز ضدّ المرأة ".

- حضور المراة في الإشهار يهدد تقدير المراة لذاتها و يضعف شخصيتها و يفقدها الثقة في قدراتها الكامنة
- يغيب الاشهار سائر مقومات شخصية المراة (العقل / العاطفة / القيم / القدرات .)
- استغلال جسد المرأة كطُعْم في الإعلانات و الإشهار لترويج بضاعة ما (حجّة الأرقام و الإحصاء 90% من المادّة الإعلانية يكون الطعم فيها جسد المرأة).
- **ب - حضور المرأة في الاشهار على ذلك النحو تهديد لمكاسبها**
- **اجتماعيا :** تكريس تبعية المرأة للرجل / ترسيخ صورة المرأة السلعة / حرمانها من الاضطلاع بأدوارها الاجتماعية في الأسرة و خارجها
- **ثقافيا :** بعض الومضات الاشهارية تقدم المرأة في صورة مبتذلة و تنأى بها عن جوهرها و تقلص من مساهمتها في بناء ثقافة المجتمع
- **سياسيّا :** اهتزاز صورة المرأة زعيمة سياسيّة و التشكيك في قدرتها على إدارة الشأن العام و هو ما يكرّس مزعم افضلية الرجل على المرأة في المجال السياسي