

הכנס המדעי ה-18
מחקר, עיון ויצירה באורנים – תשע"ז

מעמדן של נשים בספרות ובתקשורת

יו"ר: דוד מיטלברג

”טָרַף לְבֵיתָהּ” (משלי לא, טו): אימהות בין הזנה לבולענות בספרות התלמודית

"Food for her Household" (Proverbs 31, 15): Mothers between Feeding and Devouring in Talmudic Literature

פסיכואנליטיקאים בני זמננו עמדו על הפרדוקס המובנה ביחסי אם-ילד שלא ניתן להימלט ממנו: מעצם היוולדנו לעולם כיצורים לא בשלים, תינוקות חסרי אוניס הזקוקים לאם שתאכיל אותנו ותטפל בנו, אנחנו נידונים למאבק בלתי פוסק בין הצורך לדבוק באם המזינה והמכללת, ובין התשוקה להתרחק ממנה כדי להיות עצמאיים. ההזנה האימהית, הכרוכה בייצור או בהכנת מוצר הנאכל על-ידי צאצאיה ומוטמע בגופם, אלו שהיו פעם חלק מגופה, מאפשרת את המשך הקשר הפיזי בין האם וילדיה, בצורות ובתכיפות המשתנות במהלך חייהם של הצאצאים. התהליך ההכרחי של הגמילה וההתנתקות ההדרגתית מן האם המזינה, כרוך ברגשות קשים של תסכול, טינה, זעם, אובדן וחרדה מפני היבלעות.

איכותה המיוחדת של ההזנה האימהית כפי שהיא משתקפת במקורות התלמודיים מאירה אותה מצד אחד כמופת של נתינה, ומאידך מאפיינת אותה, במצבים מסוימים, כמהות בולענית, מאיימת ומסוכנת. ייצוגיה של האם בהקשר זה מיטלטלים בין עיצובה של דמות מעניקה חיים ומחייה, מי שמביאה "טרף לביתה" ומזינה את ילדיה במסירות ולעתים אף בלהיטות, ובין דמות בולענית וטורפת.

בהרצאתנו יידונו שני מדרשים מן הספרות התלמודית (איכה רבה, ב, כ, מהדורת בובר, עמ' 121 וכן איכה רבה, ד, י, מהדורת בובר, עמ' 147-148), המאירים את טיבה הכפול של האימהות בהקשר זה. שני המדרשים מתייחסים לפסוקים ממגילת איכה, המתארת את זוועות חורבן בית ראשון. בהקשר זה מתוארות בשני פסוקים נפרדים (איכה ב, כ; שם ד, י) אימהות שבמצוקת הרעב אכלו את בשר ילדיהן. המדרשים על פסוקים אלה במדרש איכה רבה, שנוצרו לאחר חורבן הבית השני, יוצאים מנקודת מוצא דומה, אך דורשים אותם בכיוונים הפוכים. בכך נותנים שני המדרשים ביטוי עוצמתי לקונפליקט בין הזנה לבולענות, ומהווים דוגמה תמציתית לקונפליקט שמופיע גם בטקסטים נוספים בספרות התלמודית.

ניתוח המסורות העתיקות לאורך של תובנות פמיניסטיות מודרניות, מנהיר ומאיר אותן באור חדש ומאפשר לנו התבוננות מעמיקה בהן ובחוויות האנושיות המשוקעות בהן.

מילות מפתח: ספרות תלמודית, קריאה פמיניסטית, אימהות, הזנה, בולענות

'קו פרשת הנידה' – מופע הווסת בין טומאה ללידה מחדש ברומן חבלים מאת חיים באר

**Menstruation: A "Blood-Line" between Ritual Impurity and Rebirth
in Haim Be'er's *Havalim***

הווסת היא טאבו תרבותי. מופעי וסת אינם נפוצים בספרות העברית לדורותיה. עולם הדימויים והסמלים של הווסת אינו מפותח, זוהי תמה מושתקת ומוסתרת. עם זאת, הולכים ומתרבים תיאורי התמה בספרות העכשווית בכתבי נשים וגברים כאחד. השאלה איך כותבים על המחזור החודשי ובאיזה הקשר מתחדדת לנוכח הקוד האתי של ההסתרה.

בהרצאה זו אציג כיצד משתקפת התמה בספרות ואבחן נקודת מפנה תרבותית יהודית ישראלית במעבר בין עולם הלכתי לעולם שאינו הלכתי. לפי ההלכה היהודית, אישה המקבלת וסת נקראת 'נידה' והיא טמאה עד שתִּטָּהר. גם בעולם שאינו נוהג על-פי ההלכה חלות סנקציות על אישה בזמן המחזור החודשי המציבות דרישה להסתרת הדימוס. קיים שוני תפיסתי מובהק בין תיאור האישה הנידה (אצל דבורה בארון, יהודית רותם ואחרים) לבין תיאורי דימוס מחזורי ביולוגי הקשור במערכת הפריון הנשית (מאיר שלו, חיים באר, א"ב יהושע ואחרים). 'קו פרשת הנידה' הוא מושג שבו אני בוחנת את המעבר בין תיאור הווסת כנידה לבין תיאורה במשמעות חדשה.

הרומן חבלים מצוי בצומת המשקף מעבר זה. זהו רומן אוטוביוגרפי המתאר משפחה ירושלמית. הדור הראשון חי בשכונת מאה שערים ומחויב להלכה, ואילו הגיבורה, ברכה, בת הדור השני, בוחרת באורח חיים מודרני. בעקבות משברים אישיים היא מחליטה לשים קץ לחייה, וברגע מכריע זה היא מקבלת וסת. קבלת הווסת היא נקודת מפנה בחייה – כצו גורל ואות לחיים היכולים להתרקם בקרבה, היא יוצאת למסע למימוש ייעודה כאם, מסע השולח אותה להיפגש עם גברים, להתחתן וללדת את חיים, הגיבור המספר את הרומן. ברומן זה הווסת יוצאת מהמרחב ההלכתי והכובל של הנידה והופכת סימן של חיות, ייעוד ומשמעות. האם מספרת לבנה על המעמד הדרמטי בו החליטה ללדת אותו. זו שיחה אינטימית המקשרת ביניהם.

נקודת המוצא של הרומן נמצאת בעולם ההלכתי בו הווסת נחשבת נידה וטומאה. אולם באר מטעין אותה במשמעות נוספת הקשורה בפוטנציאל הטבעי הגלום בה, היריון ולידה, הקושר את ייעוד האישה באימהות. הסיפור הפרטי מקבל ממד ציבורי כאשר משמעות דומה של תיאור הווסת כסמל קונקרטי לבשורת הפריון חוזרת גם ברומן ניצבת מאת א"ב יהושע, ובאופן מהופך בשתיים דוברים למאיר שלו.

בהרצאה אסקור את השתנות היחס כלפי דם הווסת בעולם היהודי המסורתי ובתפיסות הפמיניסטיות, ואראה כיצד הרומן חבלים משקף את 'קו פרשת הנידה' בין שתי מסורות תיאור אלו. אבחן את שפת התיאור ואשאל האם זה סיפור פרטי בלבד או שהוא משקף נרטיב ישראלי ודואלי ביחס למחזור החודשי.

מילות מפתח: ספרות, וסת, גוף האישה, טאבו, נידה

בין נוכחות לנפקדות: דימויים של נשים בפרסומות במגזינים לציבור החילוני והחרדי
Between Presence and Absence: Images of Women in Secular and Ultra-Orthodox Magazine Ads

המחקר משווה בין הדימוי הלשוני-חזותי של נשים בפרסומות לציבור החילוני והחרדי במגזינים מסחריים בעשור השני של שנות ה-2000. כמחצית מהישראלים היהודים רואים עצמם חילונים, אך מקיימים את המסורת היהודית בצורות מגוונות ובמידות שונות. החילוניות כיום קשורה ברובה לפן הכלכלי-תרבותי-גלובלי, לנהנתנות, לחומריות, וברובה לא מתבססת על השקפת עולם ואידיאולוגיה סדורה.

החברה החרדית מהווה כ-11% מהחברה הכללית, היא חברה מתבדלת במהותה ממניעים היסטוריים ועכשוויים, ומנהלת את חייה במובלעות סגורות לשם שימור אורח חיים דתי-שמרני. ניתן לתארה כ'חברת לומדים' ובמהלך הלימודים, הצעיר החרדי נושא אישה ומקים משפחה. האישה בחברה החרדית אחראית לפרנסת המשפחה, ולמרות זאת מודרת מהמרחב הציבורי-גברי.

פרסומות מסחריות מתבססות על נורמות, ערכים, אמונות, תפיסות עולם מרכזיות של קהל היעד, על מאוויי ותשוקותיו. עולם הפרסום מפיץ ומשמר את מיתוס היופי הנכפה על נשים, ותוצאותיו פוגעות בדימוי העצמי ובמיניותן של הנשים. עולם הפרסום המתחרה על תשומת הלב של הנשים הולך ומקצין את דימוי היופי הנשיים. מטרת המחקר היא לבחון דימוי נשים באמצעות מאפיינים לשוניים-חזותיים בפרסומות מהשנים 2010-2016 בחברה החילונית והחרדית לשם הבנת מעמדה ותפקידיה של האישה בשתי החברות.

שיטת המחקר היא ניתוח איכותני-פרשני-סמיוטי וניתוח לשוני-סגנוני. נדגמו פרסומות הפונות לנשים ולמשפחה משבועונים נפוצים: "לאשה" לקהל יעד חילוני ו"משפחה" – לציבור החרדי. הפרסומות נדגמו בשיטת אשכולות, כאשר כל שנה היא אשכול. הוחלט ששך כל הפרסומות שידגמו מכל עיתון מדי שנה הוא מאה, ובסך הכל 1,400. בהתאם לכך, בכל שנה נבחר באקראי חודש ובתוכו שבוע אקראי עד שמלאה המכסה. הפרסומות קודדו באמצעות דף קידוד.

בחקר ייצוגים בתקשורת מוסכם שמשמעות הנוכחות התקשורתית היא קיום, חשיבות וסטטוס חברתי, לכן חשוב לבחון את אופי הייצוג המגדרי-סימבולי בפרסומות בשתי אוכלוסיות שונות זו מזו בחברה הישראלית. המחקר בתחום זה לא מוצה עד כה, ובזאת תרומתו של המחקר הנוכחי.

ממצאים ראשוניים מצביעים על כך שתפרוסת המוצרים הנמכרים לשתי אוכלוסיות הנשים שונה במהותה. פרסומות ללימודים לנשים חרדיות מהוות את הנתח הגבוה ביותר (30% מכלל המוצרים). ממצא זה שונה מהמצוי במגזין לנשים החילוניות "לאשה", שם אין ולו פרסומת אחת ללימודים. עצם הדומיננטיות של פרסום אופציות לימודיות חדשות לנשים חרדיות מקורה ברוויה במקצועות מסורתיים (הוראה) ומהצד האחר היא מצביעה על גישה של כניסת נשים חרדיות למרחבים ציבוריים חדשים. קטגוריית המוצרים לנשים חרדיות הזוהה בהיקפה ללימודים, היא מוצרים המיועדים ליופי ואסתטיקה, כגון טיפולים, איפור וקוסמטיקה (8% ופריטי לבוש, אביזרים ותכשיטים (22%), סך הכל 30%. ממצא זה מעיד גם הוא על שינוי ניכר ביחס לעקרונות צניעות קודמים ואורחות חיים צנועים המצופים מנשים חרדיות.

בעיתון "לאשה", מוצרי היופי הם הנמכרים ביותר, ובסך הכל 77% מהפרסומות עוסקות בהיבטים חיצוניים. נשים במגזינים חרדיים מודרות ויזואלית, אך נוכחות בפנייה לשונית של המפרסם תוך ייחוס תפקידים מסורתיים הקשורים לעבודות הבית והמשפחה, ולעתים באופן סמוי. בשונה מכך, במגזין "לאשה", ב-61% מהפרסומות הנשים המופיעות בהן הן בנות 20-30 וב-12% הן בגילאי 30-40; גילאים מבוגרים יותר – אין

בנמצא. למרות עלייה, לכאורה, במודעות להחפצת נשים בשיח הציבורי, עדיין ב-56% מהפרסומות ב"לאשה" מוצגת החפצה של האישה, לעתים אף החפצה בוטה.

מממצאים אלה ואחרים עולה שניכר שינוי בדימוי הנשים החרדיות עקב השפעת אמצעי התקשורת החדשים והיציאה לעבודה. לעומת זאת, בפרסומות לנשים חילוניות עדיין נשמרים ייצוגים מסורתיים של תפקידי נשים, ולעתים ייצוגן מבזה, מחפיץ אותן ואף אלים. בכנס יוצגו דוגמאות והסבר לממצאים אלה.

מילות מפתח: ייצוג נשים, הפרסומת הישראלית, דימויים לשוניים, דימויים חזותיים, האישה החרדית.