******

**חודש דצמבר-תדריך בוגרים- תרבות נוער**

 **מטרות:**

* החניכות.ים יחשבו על תרבות הנוער המאפיינת את החברה שלנו היום ובעבר- חשיבה השוואתית.
* החניכות.ים יבחנו את היתרונות והחסרונות בתרבות העכשווית. יפתחו נקודת מבט ביקורתית על הקיים.
* החניכים יתמודדו עם סיטואציות חברתיות-תרבותיות שונות, ידונו בכלים להתמודד עמן, יפתחו מחשבה ומחשבה ביקורתית כלפיהן.

**ערכים מובלים**: אחריות, ביקורתיות, התפתחות, למידה, אחריות חברתית.

תרבות נוער- הנחה חברתית-תרבותית הגורסת כי לקבוצת האנשים הצעירים תווי זיהוי תרבותיים, סגנוניים וצרכניים דומים. תרבות הנוער מזוהה עם תרבות הנגד, המציעה חלופה לתרבות הרשמית של דור המבוגרים. תרבות זו ניכרת בלבוש ייחודי, בסגנון חיים מרדני, באהבה לרוק ובנטייה לאידאליזם החותר לשנות דרכי עולם. בשנות השישים נודע לתרבות הנוער כוח פוליטי ואילו כיום, עם דעיכת הלהט המהפכני, מתאפיינת תרבות הנוער בעיקר בכוח צרכני**.** (מתוך- האנציקלופדיה של הרעיונות).

בחודש זה ננסה לבחון יחד עם החניכים מהי תרבות הנוער. האם לבני הנוער מאפייני תרבות ייחודיים להם? מה אפיין את בני הנוער בעבר ומה כיום? בחודש זה נשאף לפתח עם החניכים שיח ביקורתי על תרבות הנוער כיום. האם היא טובה להם ובמה? האם היא בעייתית עבורם או מסכנת ובמה?

ננסה לבחון יחד איתם את האפשרויות הטמונות לאור התרבות הקיימת: כדי לאפשר לחניכנו הסתגלות והכרות עם ציפיות החברה אך גם יכולת לבחון מה מתאים להם ונעים להם ומה מפר את הביטחון שלהם ואינו נעים או נכון עבורם. ננסה לתת להם כלים להתמודדות עם תרבות הנוער השלטת- להשתלב, להיות חלק אך לא להיבלע או לאבד את הזהות הייחודית.

במהלך הכרות עם נושאים רלוונטיים לתרבות הנוער כיום נשתמש בכלים החינוכיים לזיהוי מצבים חברתיים ונקודות חשובות לאור התהוות תרבות הנוער הייחודית: הרשת החברתית, סכנות ברשת, לחץ חברתי ועוד. נבחן גם את היתרונות הרבים שתרבות הנוער מביאה לעולם- ביטוי עצמי, יכולת שמירה על קשר, יצירתיות, קידמה...

**נושא ראשון: סקירה של המושג תרבות נוער**

בפעילויות הראשונות ננסה בכלל לאפיין את המושג תרבות נוער. מה הוא כולל?

נעמוד על ההבדלים בין תרבות הנוער של פעם: בשנות החמישים והשישים זוהתה תרבות הנוער עם תרבות הנגד או התרבות המהפכנית. אין ספק כי אנשים צעירים היו מאז ומעולם הכוח המניע לשינויים, כוח שתועל לתנועות מהפכניות בפוליטיקה ובאמנות. בשונה מן המבוגרים, שהשקפת עולמם נוטה לקביעוּת בורגנית, הנוער מתאים מטבעו לחולל מהפכות.

 (מומלץ לתת דוגמאות: הנוער החלוץ שעלה לישראל והקים את המדינה, ילדי הפרחים בשנות ה-60, זמרי מחאה- אביב גפן בישראל כזמר מחאה של הנעורים, קפה שחור חזק, הדג נחש, בוב דילן).

כיום תרבות הנוער מאופיינת בעיקרה סביב עולם הצרכנות- מותגים מסוימים שלובשים, מכשירי חשמל, קדמה טכנולוגית.

כדי להתעמק בדיון על התרבות העכשווית: מומלץ לבחון עם החניכים את קווי הדמיון והשוני בין תרבות הנוער של פעם והתרבות העכשווית, לבחון יתרונות וחסרונות.

יש לשים דגש על המאפיינים של הנוער ככזה שהוביל מהפכות ושינויים וככזה שבכוחו לעשות כך גם היום.

**נושא שני: תרבות הצריכה**

 תרבות הנוער של היום מאופיינת כתרבות צרכנית. המותגים הפכו להיות הדבר הנחשב ביותר- זה הקובע סטטוס חברתי.

תרבות הצריכה מציעה סולם ערכים שבו האדם נמדד עפ"י רכושו ולא עפ"י מעשיו או רעיונותיו. הכסף הוא האידיאל ובדרך אליו הכול מותר. כבני אדם יש לנו צרכים חומריים כמו מזון, בגדים וחפצים.

בנוסף יש לנו גם צרכים רוחניים כמו חום, אהבה, שייכות ומשמעות (לחיים). תרבות הצריכה מנסה לשכנע אותנו שאפשר למלא צרכים רוחניים במוצרים חומריים.

הצעות לפעילויות:

* זרקו לחלל החדר שמות של מוצרים. על החניכים לנוע לאורך ציר האם את המוצר שאמרתם הם: צריכים (בצד אחד) או רוצים (בצד השני).
* ערכו חידון שדורש השלמות משפטים מפרסומות. בדקו עד כמה החניכות מכירות ויודעות לדקלם סלוגנים של מותגים.
* הראו התחלה של פרסומת/ שיר מפרסומת וערכו תחרות ניחושים – מה המותג המפורסם.
* ערכו תחרות בין שתי קבוצות- כל אחת תצטרך לכתוב כמה שיותר מותגים על נייר. בשלב השני החליפו בין שתי הקבוצות. כעת כל קבוצה צריכה לכתוב את הסלוגן המפרסם כל מותג. בחנו את הצלחת החניכים בשתי המשימות ודונו- עד כמה אנחנו מכירים את המותגים המובילים? עד כמה הפרסומות והסלוגנים זכורים לנו? ואיך זה גורם לנו לנהוג בחיי היומיום? כיצד זה משפיע על חיינו?
* צפו עם החניכים במקבץ פרסומות. נסו לבחון בעיניים ביקורתיות מה ראיתם? מה ניסו למכור לכם? האם רק את המוצר ניסו למכור לכם? איך מוכרים יותר טוב?
* צפו עם החניכים בתכנית בישול. נסו להבין האם יש דברים נסתרים בתוך תכנית הבישול- האם מנסים למכור לכם משהו? דונו- האם ראוי שבתוך תכניות תוכן יהיה ניסיון למכור מותגים?
* קיימו דיון עם החניכים אודות תרבות הצריכה: מה אנחנו באמת צריכים? ומה אנחנו קונים כי בא לנו? מי המרוויח מכל הדבר הזה? מה המותגים אומרים עלי? האם יש לזה קשר לשייכות? האם זה עושה אתכם מאושרים?
* תנסו לייצר עם החניכים עולם שבו לאחד מהילדים אין פלאפון או שיש לו פלאפון דור 2 (ישן) נסו לבחון איתם אילו השפעות יהיו על אותו ילד. בעצם נשאלת פה שאלה של מעבר להאם הוא צריך את הפלאפון. יש כאן שאלה על כך שהילד לא יהיה חלק מהקבוצה, חלק מהביחד. ואיפה עובר הקו שבין הצורך שלנו בשייכות והצורך בייחודיות?
* **השאלה הסופית שאליה כדאי לחתור בתום הנושא- איך משתחררים מהצורך בצריכה? איך מייצרים מרחב אמיתי של בחירה? (בניגוד למרחב שבו אני קונה כי אני מושפע/ת)**

לינקים להצעות/ידע/פעולות מעניינות בנושא:

<http://www.zofim.org.il/magazin_item.asp?item_id=138532900>

<http://env.org.il/uploads/files/363187027672669023-%D7%A7%D7%95%D7%91%D7%A5-%D7%A4%D7%A2%D7%99%D7%9C%D7%95%D7%99%D7%95%D7%AA-%D7%91%D7%A0%D7%95%D7%A9%D7%90-%D7%AA%D7%A8%D7%91%D7%95%D7%AA-%D7%A6%D7%A8%D7%99%D7%9B%D7%94.pdf>

נרקומנים/ החברים של נטאשה

מילים: מיכה שטרית

לחן: ארקדי דוכין

***מי שמתמכר לסגנון, מתמכר לסמים, מתמכר לסקס, לשינה, לכסף, לדיכאון, לממתקים.***

***מי שמתמכר לעיצוב לא יכול בלי מעצב שיער, מעצב פנים, מעצב אופנה, פסיכיאטר מנתח פלסטי, דיאטה.***

***מי שמתמכר לטלוויזיה, לעיתונים, מתמכר לכורסא לתשדירי פרסומת, לשלט רחוק, למדריך הערוצים,***

***לשרירים המנוונים, לדיסאינפורמציה לפחדים.***

***בלי רשימה ארוכה של קניות אך תצא לסופרמרקט הגדול של החיים כי אי אפשר בלי.***

***מכונית מודל תשעים וארבע, אקדח, אישה יפה, בקבוק קוקה קולה, איגרות חוב, דירה, שניים חלב,***

***אחד לחם, קונדום, פלאפון, מיבש כביסה, כלב, ג'ינס, חליפה לארועים מיוחדים,***

***תכנית חיסכון לילדים, פיצה, דינוזאור מפלסטיק, כרטיס אשראי, וודקה, מרלבורו ומצית חד פעמית,***

***מעדני חלב, מנגו, קוקוס, פרוזן יוגורט, אפטר שייב, כדור נגד דיכאון, ביטוח חיים, ביטוח רפואי,***

***מים מינרלים, טוטו, לוטו, חצילים...***

***מי שמתמכר לסגנון, מתמכר לסמים, מתמכר לסקס, לשינה, לכסף, לדיכאון, לממתקים.***

***מי שמתמכר לעיצוב לא יכול בלי מעצב שיער, מעצב פנים, מעצב אופנה, פסיכיאטר מנתח פלסטי, דיאטה.***

***מי שמתמכר לטלוויזיה, לעיתונים, מתמכר לכורסא לתשדירי פרסומת, לשלט רחוק, למדריך הערוצים,***

***לשרירים המנוונים, לדיסאינפורמציה לפחדים.***

***בלי רשימה ארוכה של קניות אך תצא לסופרמרקט הגדול של החיים כי אי אפשר בלי.***

***עורך דין, יועץ מס, אסטרולוגית, שרירים מפותחים, נערת ליווי, מזגן שתיים וחצי כוח סוס,***

***אזעקה לרכב, מקדונלד, כרטיס טיסה, מנוי לבריכה, ספריי דוחה יתושים, צ'יפס,***

***סדין חשמלי טלפון לחצנים, פקס, שעון שוויצרי, שוקולד שוויצרי, מעיל עור, חטיפים,***

***סופר מריו, כרוב ניצנים, קופסאות שימורים, מטהר אוויר, קרמים, פטריות יער, שמפיניונים,***

***ויטמינים, שקיות נילון, מטריות קטנות של קוקטלים, בנזין, בטריות, בצלצלים, כדורי ארגעה,***

***טבעת זהב, חזה עוף, תווי חניה, פנקייק, מניות של מפעלים פטרוכימיים, תעודת בגרות, B.A ,M.A,***

***חגורה שחורה, אטמי אוזניים, אישה שנייה, שני ילדים ועוד רשימה של קניות ארוכה...***

**נושא שלישי: הרשת החברתית**

תופעת הרשתות החברתיות היא תופעה חברתית הולכת ומתפתחת בעשר שנים האחרונות. היום חברות אינה רק חברות פנים אל פנים וחייבים לשוחח עם בני הנוער גם על חברויות ברשת.

עם בני הנוער המתבגרים ראוי לשוחח על היתרונות והחסרונות שברשת. על הסכנות ועל תופעת השיימינג- תופעה חברתית מסוכנת ונפוצה. אך כיום גם לחניכים בכיתה ב' כבר יש וואטסאפ, הם חשופים לפייסבוק ולאינסטגרם וכדאי לשוחח גם על גבולות השיח במקומות אלו וגם על הגבלת הגיל.

יום פעילות ראשון- חשיפה לחברות מסוג החדש- מהן הרשתות החברתיות? מה ההבדל בין חברות פנים אל פנים לחברות ברשת? מה היתרונות ומהם החסרונות ברשתות האלו?

יום פעילות שני-שלישי- הסכנות בחברות ברשת- תופעת השיימינג, ותופעת בריונות ברשת. בימי פעילות אלו כדאי לפתח עם החניכים שיח ביקורתי על התופעות השליליות של הרשתות החברתיות. מצד אחד זהו כר מהיר לייצור חברויות אך מהצד השני- מאחורי המקלדת פוחתים המחסומים הנמצאים בשיח חברתי פנים אל פנים.

המטרה בימים אלו להציג את הסכנות ברשת, לאפשר לחניכים לפתח שיח על התופעות, לתת להם כלים ואפשרויות מוסריות לנהוג אחרת ולשנות את הגורל בעבור ילדים ובעבור עצמם כקורבנות שיח לא מרוסן ברשת.

רעיונות לפעילות:

* סיפורים אישיים- הסיפור על דוידאל מזרחי הינו סיפור עם סוף טרגי המתאר את הקושי שעובר ילד אל מול הרשת החברתית ולאן התופעה עלולה להוביל. קיימים סיפורים רבים- אופטימיים יותר ופחות המתארים את התופעה ואת השלכותיה.
* בחינה של יתרונות וחסרונות בחברות ברשת החברתית (מתודות של בית משפט, דיבייט)
* פעילות של "אז מה אתם הייתם עושים"? בחינה של דילמות על בריונות ברשת ובחינה של מה אפשר לעשות- כדי למנוע, כשזה קורה לי או לחבר ועוד.
* קיום דיון על עמידה מהצד- כאשר יש תופעה חברתית בעייתית- מה האחריות שלנו אל מולה?
* הצגת הסרטון בו מקריאים מפורסמים את הטוקבקים עליהם:

<https://www.youtube.com/watch?v=Kzk-b61R5Gc>. קיום דיון על אלימות ברשת. על הכוח שבהתחבאות מאחורי המקלדת.

* בסוף התהליך החינוכי אפשר דווקא להשתמש ברשתות החברתיות כדי לייצר שיח טוב ומכבד על חברות/ תופעות חברתיות- צרו פרסומת/ג'ינגל, מכתב והשתמשו ברשתות החברתיות ובמדיה כדי להעביר מסר! אתם יכולים להעלות אותו גם לאתר של "קדימה"!

(שימו לב שאסור לפרסם תמונות של ילדים מתחת לגיל 18 ללא אישור מפורש של ההורים-הימנעו מפרסום תמונות הילדים ברשתות החברתיות )

אתר המסביר באופן נגיש וברור על התופעות של שיימינג ובריונות ברשתה והאפשרויות למולן-

<http://www.sahar.org.il/?categoryId=63113&itemId=259768>

בין הצלצולים- סרטים, מצגות, קטעים ודיונים על התופעה

<http://itu.cet.ac.il/ShowItem.aspx?ItemID=c0b71837-8546-4937-a388-51eead5693dc&lang=HEB>

מצ"ב לינק המכיל מאגר עצום של פעילויות בנושא בטיחות ברשת

<http://sites.education.gov.il/cloud/home/glisha_betuha/Pages/tozarey_slgb_tlv.aspx>

**נושא רביעי: לחץ חברתי וחרם**

רגע לפני שננסה לבחון, איך מעבירים לחניכים שלנו את ההבנה, שהמעשים שלהם מושפעים פעמים רבות מן הרצון להשתייך חברתית ומהשפעת הסביבה ולא מרצונם האמיתי, אנחנו צריכים לשאול את עצמינו, האם גם אנחנו נתונים לאותה השפעה, או שאנחנו נקיים ממנה. כדאי לשים לב שגם כאשר אנחנו מחליטים "למרוד" במוסכמות ולעשות משהו שונה מהמקובל, יכול להיות שזה גם מושפע מהחברה עצמה ומהרצון שלנו להוכיח שאנחנו לא כך. האם כשאנו פועלים כך, אנחנו פועלים לפי הרצון האמיתי שלנו? האם זה הרצון האמיתי שלנו לנהוג כך?

בנוסף, חשוב מאוד שנבין את הצורך של הילדים בהשתייכות לקבוצת השווים כחלק מתהליך ההתבגרות, שבו הם מנסים להתנתק מההורים. צורך חזק זה בהשתייכות חברתית מוביל להסכמה וכניעה לקבוצה על חשבון ויתור על האני העצמי.

נבחן את תופעת הלחץ החברתי. נבין שלא תמיד אנו בוחרים בהתאם לרצוננו האמיתי, אלא מתוך מחשבה איך החבר או החברה יקבלו אותנו. נבחין שאנו נתונים ללחץ חברתי בתחומים רבים של חיינו: לבוש, התנהגות, בחירה של חברים, עישון, ועוד. נבחן את הסכנות שיש בהליכה עם הזרם, ומהי תופעת העדר.

בהמשך נלמד, איך אפשר להתמודד מול תופעה זו? מה זה דורש מאיתנו? נדבר על האומץ והגבורה, שצריך לעיתים כדי לעמוד מול החברה, כאשר זו הולכת בדרך שאינה נכונה.

מה זה בכלל לחץ חברתי?!

כפתיחה לנושא של לחץ חברתי וכדי לאפשר לבני הנוער לראות את היקף התופעה ולהבין שכולנו נגועים בכך, אני ממליצה לפתוח בפעילות שתאפשר לחניכים לראות את השפעת הלחץ החברתי בתחומים שונים של החיים. חשוב להבהיר ביום זה, שתופעה זו נורמאלית, והיא מאפיינת את רובנו. פעמים רבות, לחץ חברתי יכול אפילו להוביל להתנהגות חיוביות אבל, לעיתים יש לו השלכות שחלקן עלולות להיות מסוכנות.

דוגמאות לפעילות:

* פעילות דרך סרטונים – יש מאגר גדול של סרטונים, העוסקים בנושא וממחישים את תופעת הלחץ החברתי, כפי שמתרחשת בפועל. רצוי לבחור סרטונים מאתר של מט"ח, בין הצלצולים.
* המדריכה מבקשת לפני הפעילות משני חניכים שישתפו איתה פעולה ומספרת להם מה היא הולכת להראות בקבוצה. המדריכה מבקשת מהילדים להשפיע על דעתם של החברים ולשכנע אותם לבחור במה שהם יגידו. עם תחילת הפעילות המנחה מראה לילדים תמונה של מה יותר יפה ומה פחות ושואל לדעתם. המושתלים עונים ומשכנעים את השאר לבחור כמותם.. כך אפשר לעשות במגוון תחומים. (ניתן גם לעשות את הניסוי של אַש על גודל הקווים) המנחה בוחן איתם מה המסקנה..
* המנחה מחלק את הקבוצה לשתי קבוצות. כל תת קבוצה מקבלת כתבה המתארת מצב בו ההתנהגות של הפרט מושפעת מהסביבה. הקבוצה משתפת את שאר הקבוצות.
* הקרנת הניסוי של אש- <https://www.youtube.com/watch?v=-RCbXFXi2vk>

 **ההתמודדות עם הלחץ החברתי**

נבחן מה נדרש מאיתנו כדי להתמודד מול תופעה זו? האם יש משהו שאנחנו יכולים לעשות? נבין מה מניע אותנו ללכת אחרי אחרים ולהיות מושפעים מהלחץ הקבוצתי, האם אני מפסיד כשאני הולך נגד הזרם ומה אני מפסיד? האם אני מפסיד כשאני לא נכנע ללחץ החברתי? האם זה שווה? איך אני יכול להיות אמיץ? איך אני מצליח להתמודד עם השפעות החברה. ביום זה רצוי להתנסות במצבים חברתיים מהחיים, שבהם נדרש מאיתנו להפעיל שיקול דעת ולא ללכת אחרי כולם. חשוב מאוד לעודד את חברי הקבוצה להציע פתרונות שונים כדי לעבות את מאגר אפשרויות התגובה במצבים השונים. דוגמאות למצבים חברתיים..

* כל הכיתה מחליטה להבריז משיעור מדעים. אני מאוד אוהב את השיעור הזה ואני גם טוב בחומר, אבל אם אני אשאר יצחקו עלי ויתרחקו ממני. מה אני יכול לעשות?
* דנה עורכת מסיבת יום הולדת בביתה. היא הזמינה רק חלק מהבנות בכיתה וגם אותי. חברה טובה שלי לא הוזמנה למסיבה, ודנה הודיעה לי לא להגיד לה שיש מסיבה מה עליי לעשות?
* בשכונה כל החברים מעשנים נרגילה בשעות הערב. אני אוהב לשחק עם הילדים בשכונה בשבת ואם אני לא אעשן איתם אני איחשב כסנוב, והם יצחקו ממני. מה עליי לעשות?

**האומץ להיות שונה**

ביום זה נשים דגש יותר על האומץ, שדרוש לכל אחד כדי לדבוק ברצונותיו, דעותיו, מעשיו כשהם מנוגדים לדעה הרווחת. רצוי לאפשר לילדים להתנסות במצבים כאלו ולבחון, איך הם יכולים לעמוד על דעתם למרות הלחצים. בנוסף, נשאל האם אפשר להוביל בדרך חיובית? האם אפשר ליצור לחץ חברתי חיובי?

מומלץ להתחיל בדוגמאות של אנשים מוכרים ואו דוגמאות מהחיים שלהם שבהם נראה כי הצליחו לעמוד מול הלחצים. חשוב לזכור, כי צריך להיות מספיק חזק ובטוח בעצמך כדי להוביל באופן חיובי, או לפחות כדי לעמוד על שלך ולא להיסחף אחרי הזרם. לכן, ננסה לא לשפוט ולא להצהיר שאנחנו לא נסחפים אלא, לתת דגש על האומץ הדרוש, להבין את הקושי, ולנסות לאפשר התנסות במצבים חברתיים כדי לשכלל את מאגר התגובות של הילדים.

אקטואליה:

* למנהל/ת בית הנוער כדאי להעביר אקטואליה בחודש זה בנושא הסכנות ברשת (אפשר לשוחח על זה המון. יש עשרות דוגמאות, כתבות, סרטים). חלק מהתכנים עלולים להיות מורכבים להעברה למדריכות כאשר פער הגילאים ביניהם לחניכות.ים אינו רב. יש מצגות רבות ברשת ואתרים שיוכלו לסייע לכם לבנות אקטואליה טובה ורלוונטית שמטרתה לסייע לילדים שלנו להיזהר בשיטוט ברשת וגם להרגיש מספיק בטוחים שכאשר עשו טעות, יש להם למי לפנות לבקשת עזרה.
* בקבוצות הבוגרות מומלץ לפתח שיח ביקורתי אודות הפרסומות ותרבות הצריכה המחפיצה והמינית. כדאי לחשוב עם החניכים והחניכות האם הדמויות המוצגות בפרסומות מנסות למכור משהו מעבר למוצר עצמו? מדוע פעמים רבות משתמשים בגוף של אנשים כדי למכור מוצר, גם אם הדוגמנ/ית היפה אינה קשורה למוצר בכלל. האם הפרסומת של קרולינה למקה מוכרת משקפיים או מוכרת את בר רפאלי? ומה הפיכה של בני אדם למשווקי מוצר ולחפצים גורמת לחברה שלנו. כדאי לשים דגש על תרבות בה היחס לגוף כחפץ עלולה לייצר (ומייצרת) תרבות אלימה בה גבולות הגוף מטושטשים. בה בני אדם חושבים בטעות כי מותר להם להעיר באופן חופשי הערות פוגעניות על גוף של בני אדם אחרים. אילו נזקים הפרסומות עלולות להביא- מעבר לתרבות הצריכה (וכאן הייתי מדגישה את הנזקים על תרבות אלימה מינית. גוף הופך חפץ, כלי וכך אנשים לעיתים נוטים להתייחס אליו- שלא בצדק).