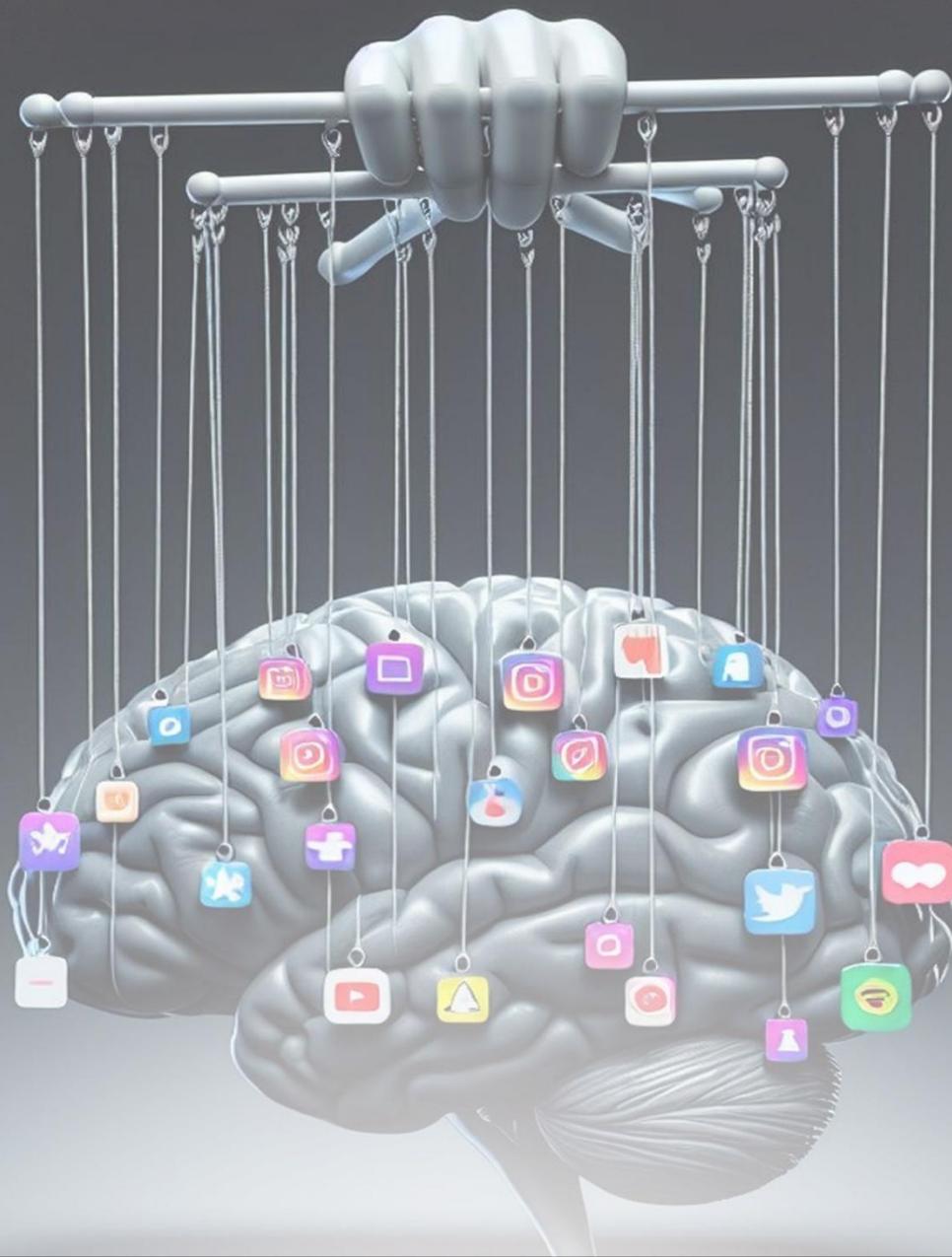




جامعة المستقبل
كلية الاداب و العلوم الانسانية
قسم الاعلام
المرحلة الاولى

التربية الإعلامية و الرقمية

م.م محمد نهاد خليل



المحاضرة الثامنة

سيميولوجيا التنميط الرقمي وأدلة النوع الاجتماعي

تبعد التربية الإعلامية من فرضية أن الإعلام لا ينقل "الواقع" كما هو، بل يقوم بـ "إعادة بناء" (Re-construction) للواقع، في الفضاء الرقمي، تصبح هذه العملية أكثر تعقيداً بسبب تدخل الذكاء الاصطناعي وخوارزميات الانتشار.

نهدف اليوم إلى فهم كيف تُبني "الهويات" داخل الشاشات، وكيف تتحول الصورة البسيطة إلى "أيديولوجيا" تحكم في سلوكنا الجماعي.

أولاً/ سيميولوجية الصور النمطية (Stereotypes)

الصورة النمطية (Stereotyping) : هي "اختزال" لمجموعة من الناس في صفات محددة وثابتة، وتعتمدها عليهم بغض النظر عن الفروق الفردية. في العالم الرقمي، تعمل الخوارزميات على تعزيز هذه الصور لأنها الأسهل في الانتشار. (Viral Content)، العقل البشري يميل للتصنيف لتوفير الجهد الذهني، لكن الإعلام يحول هذا "التصنيف" إلى "سجن" هوياتي.

آليات التشكيل (التكرار والتعيم)

عندما يشاهد المستخدمآلاف المقاطع التي تظهر "اللاجئ" بصورة العالة، أو "المرأة" بصورة العاطفية غير العقلانية، فإن العقل يتوقف عن النقد ويببدأ في "القبول اللاواعي".

ثانياً/ التنميط والنوع الاجتماعي (Gender Stereotyping) :

1. تفكير القوالب الجندرية: يتم التنميط الجنسي عبر مستويين:
 - أ. المستوى البصري: تسليع الجسد (Objectification) ، حيث يُركز الإعلام على المظهر الخارجي للمرأة مقابل التركيز على الفعل والإنجاز للرجل.
 - ب. المستوى الوظيفي: حصر المهن والاهتمامات (مثل ربط التكنولوجيا والعلوم بالذكور، والجمال والرعاية بالإثاث).
2. تمثيل النوع الاجتماعي في "اقتصاد الانتباه" في منصات مثل (Instagram TikTok)، يُجبر صناع المحتوى على تبني صور نمطية لجذب المشاهدات، "المؤثرة" التي لا تتبنى معايير الجمال النمطية غالباً ما تتعرض للتتمثّل الرقمي أو قلة الدعم الخوارزمي، مما يعزز سيطرة القالب الواحد.

ثالثاً/ المواقف الثقافية وتأثيرها :

1. الصراع بين الكوني والمحلي: كيف تؤثر الثقافة المحلية في قراءة الصور الرقمية؟
 - أ. الاستلاب الثقافي: تبني صور نمطية غربية وفرضها على مجتمعات ذات خصوصية (مثل معايير النحافة أو الموضة).
- ب. المقاومة الثقافية: كيف تستخدم بعض المجتمعات الإعلام الرقمي لكسر النمطية (مثل حملات تصحيح صورة العرب في الإعلام الغربي).

2. **الصورة النمطية كأداة للهيمنة:** وفقاً لنظرية "غرامشي" في الهيمنة، يستخدم الإعلام الصور النمطية لترسيخ قيم الطبقة أو الثقافة المهيمنة، مما يجعل الفئات المهمشة تشعر بالدونية "طوعاً".

رابعاً/ الأيديولوجيات الجنسانية في العصر الرقمي :

1. ما هي الأيديولوجيا الجنسانية؟

هي منظومة القوى التي تحدد "من يملك السلطة؟"، الإعلام الرقمي يعيد إنتاج هذه السلطة عبر:

أ. **الخطاب الذكوري الرقمي:** صعود حركات رقمية تروج للعداء ضد المرأة أو العودة لأدوار تقليدية جامدة تحت مسميات "الرجولة الحقيقية".

ب. **التمييز في الألعاب الإلكترونية:** دراسة شخصيات النساء في الألعاب (غالباً ما تكون شخصيات ثانوية أو تحتاج للإنقاذ) مقابل البطل الذكر.

2. تسبيس الجندر:

كيف تُستخدم قضايا النوع الاجتماعي كأداة سياسية في "الحروب الثقافية (Culture Wars)" (Culture Wars) على تويتر (X) وفيسبوك، وكيف يتم استقطاب الشباب من خلال هذه الأيديولوجيات.

خامساً/ إستراتيجيات المواجهة (التربية النقدية) :

1. التحليل السيميائي: تعليم الطلاب فك رموز الصورة (ماذا تعني الألوان، زاوية الكاميرا، الموسيقى التصويرية؟).

2. الإنتاج البديل: تشجيع الطلاب على صناعة محتوى رقمي يكسر الأنماط التقليدية .(Counter-Narratives)

3. الوعي بالخوارزميات: فهم أن ما نراه ليس "الحقيقة"، بل هو "ما تريد المنصة أن نراه" للبقاء وقتاً أطول.

إن التربية الإعلامية الرقمية هي "الدرع" الذي يحمي الهوية الثقافية والاجتماعية من الذوبان في قوالب جاهزة تصنعها شركات التكنولوجيا الكبرى، إن كسر التتميّط يبدأ بكلمة واحدة: لماذا؟.

