مركز الخليج للأبحاث
المعرفة للجميع

مختبر الحوار بمركز الخليج للأبحاث
Gulf Research Center Dialogue Lab

أوراق ثقافية

تصحيح نمطية الصورة الإعلامية
الجيل العربي الجديد نموذجا



د. زياد الشخانبة / باحث وأكاديمي
الأردن

نوفمبر – 2026

١

يُشكّل الجيل الصاعد اليوم محطّة انطلاق جديدة في زيادة حضور الشعوب العربية بالقضايا الدولية من خلال تقديم الشباب العربي أنفسهم بطريقة جديرة بالانتباه من خلال مواقع التواصل الاجتماعي، ما زاد من دور الشباب في المحافل السياسية والاجتماعية والاقتصادية عربياً ودولياً، وصولاً إلى خوض نقاشات مع شباب العالم في منصات دولية متعددة، والتعبير اللافت عن آرائهم في ظل نظام دولي قائم على احتكار آليات السيطرة والتحكّم، وفي الوقت الذي يتحكّم الجيل الجديد بزِمام التكنولوجيا والإعلام الاجتماعي والتسويق، وإيجاد حالة جديدة من النمط المعيشي والعمل بعيداً عن التقليدية، إلا أنه يواجه صورة نمطية يحاول الإعلام تكريسها في مواجهة أي تغييرٍ يُخالف النمطية والتقاليد، وحتى طبيعة العمل والتعليم والكسب.



وتسعى وسائل الإعلام إلى تجذير النمطية في محاولة لتكريس وإرساء صورة نمطية تقلل من قوة وذكاء ومهارة جيل صاعد تضعه الكثير من وسائل الإعلام بمكانة متأخرة في المشهد العام، الأمر الذي يُظهر ما بين سطور المجتمعات أن ثمة صراع بين المؤسسات التقليدية وطبيعة الإدارة القديمة في قيادة المجتمع، وبين ثورة الابتكار والإبداع ومحاولة خروج الجيل "Z" عن نمطية الحياة التي يعتبرونها تقييداً وتحييداً في الوقت الذي يدخل العالم في إلى كوكب الذكاء الاصطناعي، والجيل "Z" يُرمز له بالحرف الأخير في حروف اللغة الإنجليزية، وهو الجيل الأخير الذي يأتي بعد جيل الألفية الذي يرمز له بالحرف "Y".

٢

ولد الجيل "Z" بين منتصف التسعينيات وحتى ٢٠١١ وهو جيل عَرف العالم من خلال التكنولوجيا والسباق نحو الابتكارات، وليس من خلال الأدلجة كالأجيال السابقة، جيل يبني أفكاره على الاختيار في الأولويات، والاهتمامات، ونوعية القضايا التي تشغله، ويُدافع ويعبر عنها بوضوح، كما يميل إلى الاستقلالية، ويقف إلى جانب الحق، ويتحرر من التبعية والدعايات السياسية والإعلامية التي تتقصّد مؤسسات الإعلام في إظهاره بالاندفاعية والتحررية والانسلاخ عن القيم، والتمسّك بالرفاهية، وهو صراع خفي لا بُد من الاعتراف به وتحليله بين الإعلام الاجتماعي الذي

يقدّم مهارات الجيل الجديد وبين وسائل الإعلام المؤسسية التي تركّز على جيل الخبراء والمفكرين والسياسيين من أجيال تجاوزت العقد السادس والسابع، وحتى الثامن وأكثر.



الإعلام متهم دائماً بصناعة الصورة النمطية أو تصديرها، وهي الصورة التي تصنّف الأفراد أو الجماعات، أو ما يكون في محيطنا بناء على تصنيفات العرق، والدين، والنوع الاجتماعي، والثقافة، والمستوى المعيشي، والمالي، والتاريخ، والعُمر، والأصول، والدولة، والمنطقة، وغيره، وهي تصنيفات وقوالب جاهزة يتم تعميمها لتصبح حكم مسبق ثابت يُطلق بشكل فوري وسريع، لذلك، وإضافة للتصنيفات السابقة تأتي هذه المقالة على تصنيف العمر أو الجيل الذي يعاني في كثير من دول العالم الثالث من الإقصاء أو النظرة الاستعلائية سواء من الجيل القديم أو من المؤسسات والقيادات القديمة فيها.

٣

تنشأ الصورة النمطية من التعميمات المُبسّطة على الشيء دون التعمّق فيه، ما يؤدي إلى فكرة خاطئة، وصورة نمطية جاءت من قولٍ شائع، كما تنشأ من تأثيرات ثقافية، أو ثقافة شعبية متداولة، أو ما يتم تناقله دون تحقق، إضافة إلى قوالب موروثة، والتربية والتعليم التي تخلق الصورة النمطية بسهولة من خلال تربية الفرد على اتجاهات وأفكار الأسرة والعادات والموروثات، والقصص، أو من المعلّم الذي قد يكرّس الصورة النمطية ويصنعها كل يوم، أيضاً من المشاهدات والتجارب الشخصية لكبار السن التي تظهر في وسائل الإعلام بينما لا تقدّم تجارب الشباب ذات الإنتاج السريع والزخم، ولذلك فالنمطيّة هي في خانة اتهام أو في خانة خطأ قد يحتاج إلى تصويب، وليس ذلك فحسب، بل هي معيق للتنمية، وإشغال للمجتمع بشؤون أخرى تزيد التفرقة بدلاً من انشغاله في الإبداع .

يزرع الجيل الجديد اليوم بذرة وعي بين صفوف الناشئة، ودون إستئذان داهم هذا الجيل عبر الإعلام الاجتماعي التابوهات، واستطاع كسر الجمود، ورفع الشعارات، وجعل الجامعات ساحة انطلاقة حقيقيّة أثبتوا فيها أنهم جيل الساسة القادمون الذين سيحكمون رغم الصِدام مع الموروث والثقافة السائدة، وبثّوا في المجتمع التفاؤل بأن العالم وما فيه من ظلم كثير، يجب أن يسوده التنافس التكنولوجي والمعرفي ولا دور أبداً للآلة العسكرية .



إن انتشار النمطية، وهو الحاصل اليوم في مجتمعنا العربي على الأقل، يضرب جيل الشباب وتركيزهم بالإبداع نحو إشغالهم بأفكار التمييز، والعنصرية، والتأثير بالهوية، والدين، والشعور بالنقص، أو تسطيح دورهم داخل المجتمع، أيضاً تؤدي النمطية إلى تراجع الاقتصاد وحركة النمو، وزيادة انشغال أفراد المجتمع بالصراعات الفردية أكثر من الانشغال بالتطوير والإنجاز، كما تؤدي إلى الاستبعاد الاجتماعي للأفراد، وعدم مشاركتهم في أنشطة المجتمع والدولة، والتأثير بالعلاقات الشخصية للأفراد، وخلق تأثيرات نفسية وسلوكية لدى الأفراد، وتقليص الإبداع.

ولا بُد لنا من النظر إلى الإنتاجات الإعلاميّة التلفزيونية والسينمائية التي كرّست صوراً نمطية عن شعوب أو مناطق أو دول أو فئات أو مِهن، وجعلتنا نأخذ فكرة خاطئة اقتنعنا بها، الأمر نفسه الذي يحدث في منطقتنا العربية التي يتم تقديم صورتها في العالم على أنها منطقة حروب ونزاعات، وبالتالي فالصورة الصادرة عن هذا المشهد، هي أن الشباب العربي عنيف ليس لديه إلا الفوضى والحروب، ولا يتم نشر التطوّر والتنمية والنهضة والمشروعات الكبيرة التي تحدث عربياً، ودور الشباب العربي فيها الذي لا يتم تقديم ذكاءه وقدراته ومواهبه، بل هو عنيف شرير، أو كسول قليل الإنتاج، كما يحصل أيضاً مع المرأة العربية الشابة أو الإفريقية التي يتم تنميط وجودها وحركتها ودورها بالمجتمع في زوايا وأعمال محددة، وهكذا يفعل الإعلام بالشاب العربي الذي يشعر بأنه دائماً يحتاج إلى تبرأة نفسه من الظلام.

٤

ويعوّل الشباب العربي اليوم على جيل "Z" في الغرب الذي يؤثر بقوة على المستوى العالمي؛ علَّه يُحدث تغييرٍ على السياسة السائدة، وإيجاد مسارات جديدة تأخذ المشهد العام للشباب العربي بعيداً عن الفجوة من جهة، وبين السياسات والموروث من جهة أخرى، لدرجة أننا نُشاهد اليوم ما يثير حفيظتنا في حال تم تصدير أحد الشباب في موقع متقدّم، يتم تبني الموضوع بطريقة ترويجية، وأنها تكفي .



يواجه الخبراء صعوبات جمّة في عملية معالجة وتصحيح الصورة النمطية في المجتمع الذي ينتشر فيه التنميط، وكسر هذه الصورة يواجه بالكثير من التحديات، لأن تغييرها يحتاج إلى تغيير فكر الشخص نفسه، خصوصاً في مواقع القيادات الحكومية التي تعرّضت لتراكمات من السنوات التي أنتجت هذه الصورة، والفكر الذي هو أشبه بجدار صلب يحتاج إلى أدوات حفر كبيرة ودقيقة لكي يتم اختراقه، وبناء منظومة المجتمع كلها من قبل شباب يجب أن يظهر في قيادة المؤسسات كافة .

ولوسائل الإعلام دورٌ كما هو دور الثقافة في بناء الصورة النمطية عن جيل الشباب، فكثير من الشعوب لديها تصورات مختلفة كلياً عن شعوب أخرى، والسبب أن هذه الشعوب ترى الآخر بعين وسائل إعلام تسعى إلى التنميط والقولبة، وتقديم الأفراد أو الجماعات بصورة تناقض الواقع، وهذا ما يجعلنا ننبهر أو نتفاجأ عندما نزور دولة او منطقة أو جماعات أو أفراد، ونراهم على حقيقتهم، ونستمع إلى سردياتهم، ونجد أن تصوراتنا الفكرية المخزّنة في العقل مختلفة تماماً عن الصورة الحقيقيّة، ولعلنا في المنطقة العربية نتحدّث كثيراً عن الشباب بينما نحن أقل الأمم في تصديرهم ليكونوا قادة في كل المواقع، متأثرين بصورة نمطية صنعها الإعلام على مدى عقود، تعزز ضرورة وجود الخبراء من السن المتقدّم في المقدمة.

ساهمت سائل الاعلام التقليدية بإنتاجها المتنوّع في تثبيت الصور النمطية وتعزيز انتشارها عبر الأخبار التي يتم فيها تقديم زاوية محددة عن الشباب، وتناسي الزوايا الأخرى قصداً، ما يجعل النمطية تنتقل من جيل إلى آخر، وهذا هو التنميط الذي أصبح لوسائل الاعلام الاجتماعي دوراً في كسره من خلال إتاحة المجال للشباب في إبراز مواهبهم وقدراتهم التي يمكن فيها إفادة المجتمع وقيادته.



مركز الخليج للأبحاث
المعرفة للجميع

www.ar.grc.net



Gulf Research Center Riyadh

Unit FN11A
King Faisal Foundation
North Tower
King Fahd Branch Rd
Al Olaya Riyadh 12212
Saudi Arabia
Tel: +966 112112567
Email: info@grc.net



Gulf Research Center Jeddah

19 Rayat Alitihad Street
P.O. Box 2134
Jeddah 21451
Saudi Arabia
Tel: +966 12 6511999
Fax: +966 12 6531375
Email: info@grc.net



Gulf Research Center Foundation

Avenue de France 23
1202 Geneva
Switzerland
Tel: +41227162730
Email: info@grc.net



Gulf Research Centre Cambridge

University of Cambridge
Sidgwick Avenue,
Cambridge CB3 9DA
United Kingdom
Tel:+44-1223-760758
Fax:+44-1223-335110



Gulf Research Center Foundation Brussels

4th Floor
Avenue de
Cortenbergh 89
1000 Brussels
Belgium
grcb@grc.net
+32 2 251 41 64

@Gulf_Research Gulfresearchcenter gulfresearchcenter gulfresearchcenter

www.grc.net

مركز الخليج للأبحاث
المعرفة للجميع