

استكشاف ظواهر تمثيل الجندر في الاعلان الرقمي في مصر

أ. م. د/ دينا جمال عبود

أستاذ مشارك بقسم الإعلان - كلية الفنون التطبيقية - جامعة حلوان

Dgaabboud@gmail.com**المخلص:**

اتسم تمثيل الجندر في الاعلان المصري بتاريخ طويل من التصوير المغلوط لادوار المرأه والرجل على حد سواء. قدم الباحثين على مدار اعوام كثيرة مناقشات عميقة وابحاث عديدة تقدم للتمثيل البصري للمرأه كقليلة الاهمية، كسلعة، او كضحية. وعلى الرغم من أن الأبحاث تشير إلى أن المرأة في مصر ممثلة سلبا مع انتشار الوضع غير المتكافئ بين الجنسين من خلال وسائل الإعلام المختلفة، يلاحظ أن تمثيل المرأة في الإعلان في مصر يتطور نحو تمثيل أكثر مساواة وإيجابية بين الجنسين. يُحدث الإعلان الرقمي ثورة في الطريقة التي يؤثر بها الإعلام على ثقافات الناس وقيمهم. تتأثر الأجيال الشابة بشكل خاص بالوسائط الرقمية بشكل كبير لأنها متوفرة وسهلة الوصول، ذاتية ومخصصة. أصبح من الأهمية بمكان دراسة تغيير الوضع الاجتماعي والثقافي بين الجنسين في مصر من خلال تحليل الاتجاهات المعاصرة لتمثيل الجنسين في الإعلان الرقمي في مصر.

في هذا البحث يتم دراسة الصور النمطية لتمثيل الجنسين في الإعلان في مصر. يتم فحص سياق التمثيل بين الجنسين وكذلك دور الجنسين، والمهنة، والترتيب والمساواة. التغيير في تصوير السياق وكذلك الأدوار شهدت بعض التغيير. على الرغم من أن تسليع النساء قد شهد ضغوطاً اجتماعية ورسمية للتغيير، لم يلاحظ أي تغيير. كما يتم تحليل عناصر التصميم الجرافيكي وكذلك العلامات المستخدمة لتمثيل الجنسين. بالإضافة إلى ذلك، يتم النظر في تأثير الإعلان الرقمي على الشباب المصري. للقيام بذلك، يجري البحث على طريقة مختلطة للتحليلات الاجتماعية والثقافية وسيميائية. يدرس البحث فقط تمثيل الجنس المعاصر وتأثيره على الشباب المصري. يدرس البحث ما إذا كان تمثيل الجنسين في الإعلان في العصر الرقمي قد شهد تغييرات أم لا.

الكلمات المفتاحية:

الجندر، الصورة النمطية، التمثيل، الإعلان الرقمي