

من سلطة الصورة الإعلامية إلى فردانية السيلفي قراءة في إيديولوجيا الثقافة البصرية

**From the media's image domination to the individuality of
the selfie
A reading though the ideology of the of visual culture.**

أ.د جمال شعبان شاوش جامعة الجزائر 3 ابراهيم سلطان شيبوط- الجزائر chabanechaouche.djamel@univ-alger3.dz	د. يسمينة حدوش* جامعة الجزائر 3 ابراهيم سلطان شيبوط - الجزائر heddouche.yasmmina@univ-alger3.dz
---	--

تاريخ القبول: 2025/03/18

تاريخ الاستلام: 2025/02/07

الملخص

نهدف في هذه الورقة البحثية التطرق إلى طبيعة تمثلات صورة السيلفي عبر وسائط التواصل الاجتماعي، القائمة على سلطة الاستعراض الذاتي والاتصال التفاعلي والنرجسية المفرطة والفردانية وسلطة الشفافية. كما سنقوم بعرض وقراءة الاهتمامات البحثية المعرفية والنقدية التي تناولت طبيعة الممارسات التعبيرية والايديولوجية لصورة السيلفي، وتحديد مختلف غاياتها وأبعادها ومعطياتها، والبحث عن علاقتها بالروابط المرجعية للإرث التاريخي والمعرفي، والثقافي والفكري للوجودية الإنسانية والفردية.

الكلمات المفتاحية: الصورة الرقمية، الصورة الإعلامية، صورة السيلفي، الانا الرقمية،
إيديولوجيا الصورة.

Abstract

In this scientific paper, we aim to address the nature of the selfy's ideology representations through social networks , based on the domination of self spectacularization , interactive communication and excessive narcissism , individualism and the domination of transparency. In addition, We will expose and read the scientific , cognitive and critical interests which have dealt with the reality of expressive and ideological practices of the selfy image.

We specify their different aims , dimensions and data .We seek their relationships with the referential link of cultural,cognitive and intellectual heritage , human and individual existence.

Keywords: The digital image ; the media image ; the selfy image ; the digital self ; the image's ideology.

* المؤلف المرسل: حدوش يسمينة، heddouche.yasmmina@univ-alger3.dz

مدخل معرفي عام لموضوع البحث:

يعد موضوع الصورة من أهم الاهتمامات البحثية الأساسية في دراسات الكثير من الباحثين، الذين حاولوا ربط مسارات تحول بنية موضوعاتها ودلالاتها بمختلف الأنظمة المعرفية والاتصالية والاجتماعية وبالتحولات الاقتصادية والسياسية للمجتمعات. ولعل النموذج المعرفي الذي بلوره الباحث المختص في دراسة الوسائط الإعلامية والميديولوجيا " ريجيس دوبري " في كتابه المشهور، "حياة وموت الصورة" (Régis Debray, 1995)، من بين الدراسات التي قامت على علاقة تواصلية تاريخية حدد من خلالها مسارات تحول الصورة من طابعا الوجودي والميتافيزيقي إلى التجاري والبصري. كما قارب الصورة انطلاقا من مسألة التطور والتحول والنظر إلى طريقة اشتغالها في المرجعيات والسياقات الإنسانية، وفي مركزية النظم الاجتماعية والايديولوجية التي يعتبرها عمليات ديناميكية حولت الكثير من المعتقدات والسرديات، وهذا على الرغم من اختلاف قيمها المعرفية، واختلاف أدوات الادراك الحسي وحالات التمثل، وتنوع وتحول اهتماماتها الدينية والفكرية والاقتصادية.

وتتضح هذه القراءة البحثية في حديثه وبإسهاب عن مجموعة من المراحل التي شهدت على تحول الثقافة البصرية في المجتمعات، انطلاقا من العصر المرئي وهذا بالنظر إلى طبيعة الموجودات وطبيعة الحس البصري، وبتلخيص النظرة الإنسانية والسحرية ومنها الدينية، في حين شهدت المرحلة الثانية على توسع التجربة الفنية التي حددت الطبيعة الإبداعية وتحرير الذات في الصورة الفنية، وعبرت المرحلة الأخيرة على ابتعاد الذات عن وجودها، حيث تم ربط تمثالات الصورة وأبعادها الرمزية بهيمنة الواقعية التمثيلية الايديولوجية وأساليب السيطرة المفروضة على الافراد، نتيجة لهيمنة مضامين الفيديو والشاشة على نطاق واسع (vidéosphère) التي تترجم حالات متنوعة من الأبعاد الإيديولوجية والدعائية، التي فككت النظرة التأملية، وتمركزت على ثقافة الاستعراض، النجومية، التسويق، المتعة، والاستهلاك الفردي... وهي المضامين التي تهدد مسارات حياة الافراد وهويته التاريخية والثقافية وتتعارض مع الاهتمامات الواقعية للمجتمعات. (Régis Debray, 1995, P319)

والهدف من هذا الاستطراد الموجز لتطور الصورة ليس دفاعا عن القراءة البحثية التي ركز عليها "ريجيس دوبري"، بل لإظهار طبيعة التحولات في مجالات وموضوعات الصورة في معناها الواسع، وهو الأمر الذي يقودنا للحديث وبمعطيات واقعية عن انتقال الصورة من بعدها الرمزي الأنطولوجي والايقوني إلى الاطار الذي يضفي سلطة التحكم في الذهنيات وتوجيه السلوكيات واحتواء الوعي الفردي والجماعي، خاصة مع زيادة سلطة البعد البصري في السينما والتلفزيون وفي المضامين البصرية التي تدفع للانغماس في الموضوعات، والتمثيلات الحسية - الانفعالية المباشرة في الفضاء الرقمي .

ومما لا شك فيه، أن مجتمع الشاشة الذي يتضمن خطابات وايدولوجيات جديدة، دفع بالكثير من الباحثين بالبحث في طبيعة الصورة وطريقة إشتغالها وتحديد رمزياتها، وطريقة تأثيرها، وقد أكدت في هذا الإطار الباحثة (فليري شارول) في كتابها، "فلسفة الصورة" على بروز المنطق الفردي المفرط لاستخدام الصورة و تحول حدودها المعرفية والإنسانية، وزيادة علاقتها بالبعد الأيديولوجي وكذلك التسويقي. (Valérie Charolles, 2013). وعلى الرغم من تعدد وإختلاف القراءات وتضارب التوجهات، إلا أن هناك شبه إجماع على أنه لا يمكن بتاتا تصنيفها ضمن النشاطات الإنسانية التي تتطلب الفن والمخيال الفردي والاجتماعي، وواقعية المعرفة الإنسانية والغايات القيمة التي يصبوا إليها الإنسان، بل عملت وبرؤية أيديولوجية متجددة على تشكيل معاني جديد للإنسانية. وهكذا، يمكن اختصار زاوية التأثير الممارس على المجتمعات والافراد في سلطتها التي تحد من الأنساق الاجتماعية وتعزيز الفردانية والنظر إلى الإنسان كذات استهلاكية.

يشمل هذا المسار التطوري للصورة، مجال الاهتمام بطريقة البناءات الإعلامية ودلالات الخطابات في وسائل الإعلام، التي عملت على إعادة تشكيل الواقع وتحويله، وتقليص تجارب الفرد وحياته وهمومه وانشغالاته، حيث حولت المشاهد إلى ذات اصطناعية واستهلاكية، وهي بذلك لا تخضع لحضور النظرة الاجتماعية، و لا لوجود سلطة الايقونة التي تختزن السياقات الذهنية والسلوكية والتشكيلات الإبداعية والفكرية، وهي في كل الحالات تعبر عن هيمنة النسخة التي حلت محال النموذج أو الأصل. (محمد شوقي الزين، 2022، ص 188). علاوة على ذلك، لا تقوم على تجسيد قيمة الواقع عن طريق المحاكاة، ولا على دلالتها الطبيعية، بل على مركزية التسلسل السردى الزمني المشهدي للتمثيلات البصرية المتنوعة، في المسلسلات التلفزيونية وأفلام هوليوود الكبرى وأفلام الواقع، والصور الاشهارية... وهي الصورة التي تمنعنا من تفسير وفهم حقيقة الوقائع الاجتماعية بخلفياتها وتويعاتها، وتبعدنا تدريجيا عن إثراء المعرفة الإنسانية والعلمية والانشغالات المجتمعية.

من الواضح أن اهتمامات الفيلسوف، وعالم الاجتماع (جيل ليبوفيتسكي)، وكذلك الباحث (جان سيروي) كشفت عن طبيعة هذه التحولات الاجتماعية والثقافية التي عززتها الصورة والشاشة العالمية (écran sphère)، حيث أشارا إلى أن المراحل الانتقالية من نظام العرض إلى الاتصال بالشاشة ثم إلى الشاشة العالمية في أي وقت وفي أي مكان، غيرت من طبيعة التشكيلات التعبيرية والإعلامية، كالجمالية المفرطة، الاستهلاك المفرط، الحرية الشكلية، الصورة السائلة، الحداثة، وقادت البشرية للانحياز عن منطق مركزية العلاقات الإنسانية والحياة اليومية، (Gilles Lipovetsky, Jean Serroy, 2007, P10)، كما ساهمت في تنويع وخرق وتجاوز الأطر الاجتماعية والسياسية والأيديولوجية، مما أدى إلى ميلاد إنسان تحكمه

القيم الفردية والنرجسية العميقة. فالأمر يشبه تماما تمثيلات الصورة التي تريد تشكيل تجربة إنسانية تركز على مذهب المتعة الفردية، (hédonisme individualiste)، والدفاع عنه. تبين من خلال متابعتي للكثير من وسائل الإعلام على تنامي ظاهرة البحث الدائم عن المضامين المثيرة وتجسيد حالات التماهي مع عالم الأزياء، والرفاهية، والاستهلاك وجسد النجوم، ومختلف النسخ التمثيلية الايهامية التي تقوم على عرض قوة ورمزية ومرونة الجسد الذي يقدم في الصورة على أنه خزاناً لمجموعة من القيم كالقوة والجمال، وموضوعاً للاستهلاك وتأكيد الذات. وهي نفسها النتائج التي أكدتها الكثير من الدراسات. حيث حصر الكثير من الباحثين سلطة وعالمية الشاشة في حضورها المفرط لتجسيد قيم المجتمع الاستهلاكي المفرط (la Société d'hyperconsommation). وهي القيم التي لا تترك أي مساحة حرة لتطور المخيال الإنساني والحديث عن الإرادة الحرة في المعرفة والنقد والتعبير القيمي الفني. (Gilles Lipovetsky, 2007, P130)

وتتدرج ضمن هذه التحولات العميقة لخطابات ودلالات الصورة، صورة السيلفي، التي غيرت من التشكيلات والبناءات والممارسات والاستخدامات لعوالم التمثيل البصري، نتيجة لبروز إيديولوجيا الثورة الرقمية، التي تتيح الحرية المطلقة للأفراد للتعبير عن آرائهم ومواقفهم وانشغالهم المتنوعة، وتحديد أولويات مصالحهم الخاصة من خلال التعامل مع المجموعات التي لديها نفس الاهتمامات المشتركة، علاوة عن توسيع مجال العلاقات الإنسانية والحفاظ عليها. (S-Hoon Lee et Y-Han Kim, 2016, Pp51-52)، وهذ على الرغم من الانتقادات الموجهة لطبيعة التواصل القائم على السرعة وبناء العلاقات الافتراضية، والتفاعل المستمر. في خضم هذه الانتقادات يرى الباحث "كلود رومانو" (Claude Romano)، أن مشكلة الهوية الإنسانية توجد في صلب هذه المناقشات الواسعة، نظراً لتجذر وتمدد إكراهات الاحتباس الفكري وتجسيد الهويات الافتراضية، وكذلك العزلة الاجتماعية، والهوس لعرض الذات، وتهديد المجال الخاص و الذي يعلى من قيمة الفردانية وعمقها، إلا أنها سمحت بتطوير أشكال جديدة من التفاعل والتواصل، والتنشئة الاجتماعية والتعبئة والتضامن على نطاق واسع. (Claude Romano, 2022, P380)

إن الأمر لا يتعلق بتاتا بتعزيز السرديات البصرية للهوية الإنسانية كما يعتقد البعض، بل بتجليات الأنا الرقمية والبحث عن الظهور، والمشاركة والبحث المستمر أيضا عن نظرة الآخرين التي تسمح بتحقيق قيمة السعادة والإخلاص والوفاء والثقة بالنفس. ولهذا لم تتردد صاحبة كتاب "أنا أوسيلفي إذن أنا موجود"، (إلزا غودار، 2019، ص ص 129-132)، بالقول أن هذه الممارسات الجديدة في التمثيل (التشكيل المظهري السريع) البصري الذاتي تشبه الثورة الأيروسية القائمة على خطابات المتعة والحب الغريزة واللذة وإرادة الحياة ... لم تعد هناك لحظة

من حياتنا، صورًا أو مقاطع فيديو، أو صور شخصية أو مشاهد من الحياة اليومية، لم يتم تصويرها وتشكيلها وتنظيمها وإعادة تشاركها بواسطة الهواتف الذكية على الوسائط الاجتماعية، بل وعلى كل الفضاءات الرقمية. فهي بذلك تحتل مكانًا مركزيًا في الثقافة التواصلية وحتى الذهنية للفرد.

تؤكد الكثير من الدراسات على وجود سلطة جديدة تقوم بها المؤسسات العالمية الاتصالية التي توجه وتتحكم في الذات الإنسانية في البيئة الرقمية، بأساليب ناعمة وأشكال اتصالية متنوعة تتعدى أشكال المراقبة والرقابة الكلاسيكية، دون الاهتمام الفعلي والزمني والنقدي وحتى الموضوعي بالتجربة الإنسانية، وعبر عن ذلك الناقد "إقناسيو راموني" بقوله أن المؤسسات العالمية التي يصفها بإمبراطوريات المراقبة والسيطرة التي فرضت نظاما اتصاليا عالميا، ومنها التشكيل البصري الذي ينطلق من قيم الحرية المفرطة لغرض احتواء الوعي الجماعي و الفردي (Ignacio Ramonet, 2015)، ومن هذا المنظور، توظف خوارزميات التوصية والاستهداف والعرض والاستعراض وأشكال الوجود والتعبير بالتطبيقات المعززة، لتحقيق إيديولوجيا الاستحواذ والاندماج وجذب الانتباه نحو غايات وموضوعات مخصصة، حيث يتم إخفاء الحدود الفاصلة بين الحياة العامة والخاصة، والحياة الشخصية والحياة المهنية، (Valérie Charolles P 41)، فالإشكالية المركزية تتمحور في تزايد انتاج لحظات من العاطفة الزائلة التي تسمح للذات الإنسانية أن تتصهر طواعية داخل نظام تواصلية يقدم كل ما يحتاجه الفرد دون الحفاظ على استقلاليته وهويته ووجوده. ومن هذا المنطلق، يمكن القول أن الإشكاليات المركزية الملحة لا تتعلق فقط بانتقال الاتصال الانساني من مشروعية السلطة العمودية (وسائل الإعلام الجماهيرية)، إلى السلطة الأفقية (سلطة الاستخدام في الوسائط الاجتماعية) بإعادة ترتيب العلاقات الإنسانية والذات والموضوع، الفرد وذاتيته... لكن بالتركيز على الدينامية التواصلية التي تقوم على إنتاج المضامين التفاعلية والنقاط الصور بحرية ومشاركتها بفضل التطبيقات المساهمة في الإنتاج والتعديل والتحسين... وتوهم الفرد بأن الشبكات الاجتماعية تفتح له أفقا للتواصل الحر والتعبير عن كل الممكنات بفضل الشفافية والحرية الفائقة...

وفي ظل هيمنة هذه الوعود التي تعبر عن الوجودية الرقمية المتحررة للفرد، خاصة مع تدفق المعلومات والصور والمشاهد الكثيفة، والاستخدام الفردي المفرط للصور اليومية، تتجلى مضامين الاتصال الجديدة، ومنها المرئية، يرى الباحثان "مارك دوغان" و"كريستوف لابي" (مارك دوغان وكريستوف لابي، 2020) على أن هذه التحولات تعبر بشكل مطلق على ولادة دكتاتورية طوعية وخفية تركز على ثقافة الوفرة والسرعة والانتباه وعلى مختلف الأنواع والأشكال الاتصالية السريعة والمثيرة، ولا يمكن أن تتفصل عن التحولات العميقة التي عرفتتها الرأسمالية

التي تبحث عن تحويل الانسان المعزز بقيم الإنسانية والفكرية والتاريخية إلى إنسان انفعالي ويتنازل عن جوهره وحريته وأسراره وحياته الخاصة، وحتى عن بياناته وجسده للمؤسسات الاتصالية العالمية، مثل غوغل، آبل، فيسبوك، أمازون، وكذلك مايكروسوفت... التي تسعى لاستغلال البيانات الشخصية و المعلومات والصور والفضاءات والتقلات، والتفضيلات، ومختلف الاشكال التعبيرية والتواصلية المتداولة على الإنترنت وعلى الشبكات الاجتماعية،...

وبالتالي، قد ألغى الاقتصاد الرقمي الحدود التقليدية بين الدولة والتجارة والخصوصية والعائلة. وتساهم سائل التواصل الاجتماعي في ممارسات المراقبة، وبيع البيانات والمعلومات الشخصية للمؤسسات العالمية التي تتحكم في كيفية التعبير عن آرائنا، خاصة السياسية، وأفكارنا وتوجهاتنا، فحتى الصور التي نشاركها في هذا الفضاء المراقب تُستغل أيضا لخلق فرادنيه استهلاكية وسياسية موجهة، وفي تشكيل رغباتنا والتلاعب بنا، من خلال أليات إقتصاد الانتباه والتطبيقات والمحتويات المطبقة لتحديد هويتنا وحاجتنا. وهي الممارسات التي تقيد بشكل من الأشكال التعبيرية التواصلية، ومن الحقوق المدنية والفكرية النقدية للفرد، وتعرض مبادئ الديمقراطية للخطر. (Bernard E. Harcourt , 2019 , Pp 163-170)

ومن هذه الزاوية، سنسعى في هذه المقال العلمي الحديث عن أهمية الابعاد المعرفية لصورة السيلفي بتقديم مجموعة من الرؤى العلمية المتنوعة، التي حاولت الرجوع الى لمعطيات الفكرية التي تسمح بقراءة بنية الصورة. تمحورت الإشكالية المحورية لهذا المقال، في معرفة طبيعة خطاب التمثيل البصري للصورة (السيلفي) التي انتقلت من سلطة الثقافة الجماهيرية إلى مركزية الفرادنية الرقمية. ونظرا للضرورة التي تقتضيها خصوصيات واستخدامات الصورة في البيئة الرقمية، وجدنا أنه من الضروري الحرص على إعادة التفكير في طبيعة العلاقات والممارسات الفردية والذاتية لصورة السيلفي وفق ما تفرضه الزمنية الاتصالية في الوسائط الاجتماعية. لا يقتصر محتوى هذا المقال على ما ذكرناه، بل سنقوم أيضا وبالتنوع في استحضار القراءات المرجعية التي كشفت عن الخلفيات العميقة لإيديولوجيا التنظيم الرقمي والاستخدام المستمر لصورة السيلفي .

1 - صورة السيلفي: سلطة الواجهة وتجاوز الوجود الاجتماعي

استندت الكثير من الأبحاث التي حاولت دراسة صورة السيلفي في السنوات الأخيرة خاصة مع هيمنة الممارسات التفاعلية والثقافة الرقمية على كل قوة تأثيرها على كل جوانب حياة الانسان، وعلى النظم المعرفية، الاقتصادية والاتصالية وأيضاً بمناقشة طبيعة وخلفية التحولات التي أثرت على البناءات الفكرية والحياة الخاصة للأفراد، وهي التي رسمت مع التطورات الرأسمالية والنيوليبرالية معالم الإنسانية الجديدة، من خلال الانغماس في إمكانات التعبير الحر

وعالم الشفافية، وحالات الاستيهام والتماهي والتمثيل المباشر، وكشف كل ما يخص الحياة اليومية للفرد على الوسائط الاجتماعية الجديدة .

فاستنادا إلى مركزية الاتصال الرقمي في الوقت الراهن، سيصبح من السهل توجيه الافراد وتحديد طبيعة سلوكياتهم على الشاشة والتحكم في الانسان المتصل، وستكون الصورة التي تظهر في مساحات وشاشات العرض المباشرة لغاية الاستهلاك النيوليبرالي الذي يدفعنا للتخلي عن جوهر حريتنا وأسرارنا واهتماماتنا وعلاقاتنا، للاندماج في ما أنتجته "آلة الرغبة الدفينة " التي تسعى إلى ربط الأحاسيس والتجارب الإنسانية والملاذات والمتعة بالرموز". (Bernard E. Harcourt, 2019, P116) ، وبهذا المعنى، فإن الصورة تدخل أيضا في مجال الآلية الاستهلاكية التي تقدم منافذ حسية للتخلي طوعية عن المجال الخاص والاندماج في مجتمع الانكشاف (l'exposition)، الذي أشار إليه الباحث والفيلسوف (برنارد هاركوت). وهو ما يقود الفرد لتعزيز حضوره ومشاركته بصورة نرجسية بسبب تزايد حالات المتعة والإدمان والتحفيز والإلهاء... (Bernard E. Harcourt, 2019, P116)

. استنادا على ذلك، تُعد صور السيلفي واحدة من أكثر "الظواهر البصرية" انتشارًا وانتقادًا ومناقشةً في ظل هيمنة الوسائط الرقمية وتزايد استخدام التطبيقات الرقمية، ويضاف إلى هذا التحديد المتضارب والمتناقض في تحديد طبيعته بشكل دقيق، صعوبة تقديم إطار مفاهيمي دقيق لصورة السيلفي. وعلى الرغم من ذلك، يمكن القول أن السيلفي (Selfie) هو اختصار لكلمة (الصورة الذاتية)، أو بمعنى آخر، التقاط صورة ذاتية. نحن عادة في ظل هيمنة الوسائط الاجتماعية على حياتنا نقوم بالتقاط صورة ذات بعد جمالي وبطريقة أنية عن أنفسنا، ونقوم بتقاسمها مع الآخرين، وهو الأمر الذي يقودنا للبحث والكشف عن معنى وجودنا في نظر الآخرين، ونقوم بتجميل أنفسنا والبحث عن الحكم المثالي، وقد يتمدد هذا البعد التمثيلي الذي لا يشترط أنماط الوعي لاستخدام التطبيقات الرقمية والقيام بمختلف التعديلات والتحسينات و من أجل الحصول على احترام أفضل لذواتنا.

فهي وفق هذا التحديد الوجيز والمختصر، لا يمكن لها أن تحاكي موجودات العالم، بل تستحضر قوة بروز الأنا الرقمية التي ترتبط بشكل واسع بوجودها في عالم الشاشة وفي الفضاءات الرقمية التفاعلية، وهو المجال الذي سمح ببرز مجموعة من الممارسات التي تركز على التوهّمات والنماذج المصطنعة ، (André ROUILLE, 2020)، خاصة وأن القليل من المستخدمين من يدركون قوة التأثير الحقيقي لشبكات التواصل التي أعادت النظر في الديمقراطي، استنادا إلى اليوتوبيا الرقمية التي تقود الفرد للانفتاح والتواصل والتحرر من كل القيود، ولكنها توسع من دائرة التواصل الاجتماعي المفتوح ومتابعة ردود الأفعال المتعددة. فالصورة بهذا المفهوم ، تتحول إلى مصدر لتقديرات اللحظة الزمنية العابرة والسريعة من خلال سلطة تحكمها

الأفعال الموجزة كالنقر أو السعي وراء "اللايكات" و"جيمات" والرموز التعبيرية والبصرية (emoji) "الاييموجي" في الفضاء الرقمي، أي التواصل التفاعلي السريع باستخدام الرسومات والرموز حصريًا، والتي تشير لحالات وصفات نوعية خاصة بالنفس البشرية مثل الفرح أو الحزن أو الغضب، أو الإعجاب... خارج إمكانات المعاني العميقة ودون العودة إلى الموسوعة الفكرية والنحوية و المعجمية التي تلعب دورًا مهمًا في نسقية وقواعد الاتصال الاجتماعي. (Justine Le Floch, 2020)

ونعتقد في هذا السياق، أنها ترسم هذه الصورة حدودا مباشرة لسلطة الانفعال والتفاعل والانفعال، دون العودة لمركزيات وسرديات وحقائق وجود "حياة المصور" أو معرفة عمق الذات الإنسانية، وهكذا فصورة السيلفي باعتبارها نموذجًا جديدًا للتعبير عن بعض جوانب من الحياة الإنسانية، يشبه النظرة السحرية الخاطفة التي تهتم بالشروط المادية لوجود الذات الإنسانية، دون فهمها واعطائها بعدا مرجعيا وسياقا خاصا وفق ما تمليه الروح الإنسانية، وما تخزنه النفس العميقة وتقرضه الهويات الاجتماعية. فهي لا تنقص من دور التمثيل المعزز والأنني ومن نقل لحظات التواجد المكاني والزمني والأفعال للآخرين، بل ستسمح ب بروز ثقافة الافتقار للنظرة النقدية والانحياز عن عمليات التفكير لصالح العاطفة المباشرة ومختلف التفاعلات الفورية التي قد تؤدي حتما إلى أحكام غير مثالية مثل، الكراهية والعنصرية أو المعلومات المرتبطة بالصورة والتي تغذيها الشائعات والأخبار المزيفة.

وفي هذا الصدد، يمكن القول أن صورة السيلفي هي نوع من الصور الشخصية الذاتية، "التي يلتقطها أي شخص في فضاء ما وباستخدام الهواتف الذكية والمعززة أو الكاميرا الرقمية بقطاعات قريبة تسمح للمشاهد بخلق علاقات تواصلية قريبة من مضمون الصورة وهو في الغالب جسد المصور الذي يركز مجال وزاوية النظر على العدسة". وهكذا، وإلى جانب تموضع الذات وجماليات اللحظة التي تركز على التجربة العاطفية، تتجلى ميزة أخرى مهمة لصورة السيلفي وهي الفورية وإعادة إنتاجها ونشرها (مشاركة الصورة)...، من خلال اختيار الموضوعات التي تتجلى سرعتها وطبيعتها العرضية. فهذا التشكيل البصري الذي يفرض حضور الجسد لا يقوم على أساس القيمة الإنسانية المعبرة عن هوية وجوه الانسان وقيم الانتماء، بل على القيمة الاستعمالية، التي تحددتها خصوصيات المعايير الذاتية كالأنانية والنجسية. (Claude Romano, 2022, P148).

وفي جميع الحالات لا تستمد صورة السيلفي موضوعها ووجودها وبنيتها من المرجعية الواقعية، بل من طاقاتها التعبيرية الحرة التي تتعدى مجالات الفرد ومحيطه. إنها مسألة تتعلق بالبحث عن "الأصدقاء" و"المتابعين" و"المعجبين" الذين يظهرون من خلال حالات وعمليات التواصل السريعة، واستخدام علامات وأيقونات "الإعجاب" أو التعليق الذي يعبر الاهتمام البالغ

للأحاسيس والعاطفة والاحكام الشخصية، ولمتغيرات التقدير،... تعمل ايدولوجيا السيلفي لإبقاء الافراد على اتصال مستمر من خلال مسارات الانفعال بالملاحظات والتعليقات والآراء وحتى المكالمات على الشاشة المفتوحة التي تقدم نفسها في سجل جنون وسحر وسلطة المرأة التي نتوقع منها، أن تعكس لنا صورة لأنفسنا بأفضل إمكانية تمثيلية ممكنة. (Gérard 132 Bonnet,2023, P). فهي بذلك تعطي المعنى للقواعد الجديدة، التي تتحكم في زمنيتها، وظيفتها، وجودها ومضمونها، خارج النظم والمرجعيات المعرفية والفكرية الحقيقية والممارسات الاتصالية الواقعية. وهذا في الواقع يشكل، المدخل الأساسي الذي يقود الكثير من الباحثين بالقول أن طبيعة هذا التشكيل البصري الجديد سيدفع بالضرورة التخلي التلقائي عن جوهر الذات الإنسانية، والتحرر من بعدها الطبيعي و الأصلي، والاهتمام فقط بما يتوافق مع التطلعات العميقة للمستخدمين والمشاركين والمشاهدين.

والواقع، أن العلاقة الحميمة بين الأنا والعالم الافتراضي الذي نراه ونتفاعل معه على الوسائط الاجتماعية أو بين الذات والموضوع، يعيد التفكير في مسألة الاستخدام الاستعاري للصورة مجتمع الظهور (Société de parâtre) التي تقوم على تجاوز النزعة الإنسانية وبتمجيد الظهور وتقديس زمنية الحاضر دون النظر إلى مقومات الأنا الإنسانية . يتساءل في هذا الإطار، عالم الاجتماع "جان فرانسوا أماديو" في كتابه مجتمع الظهور، عن التأثير المذهل والمتزايد للمظهر في حياتنا اليومية، وتوسع مجالات الاهتمامات الإنسانية المتسارعة انطلاقاً من ردود الأفعال التي تظهر في الكثير من الاحداث والوقائع والأنشطة والممارسات التي تسلط الضوء على بعض أشكال التمييز على أساس الجنس أو لون البشرة أو شكل الظهور والتصوير أو فضاءات التصوير...، ويذهب لحد القول أن المعنى الحقيقي للوجود الإنساني يكمن في التركيز على المظهر الجسدي والمكاني، وإهمال الجوانب الأخرى والتي تعتبر جوهر الروح الإنسانية. (Jean-François Amadiou, 2016).

يقابل هذا المعطى الخاص بثقافة الظهور وعرض الانا على الشاشة(الأنا العرضية والبصرية)، الصور الهشة العابرة التي لا تدوم لتحل محلها صوراً أخرى، والتعبير عن التمثيلات العاطفية الانية التي لها امتدادات عاطفية، تتجاوز المقومات الإنسانية والخطابات والسرديات الاجتماعية، فالذي يتكلم ويتصل ويستهو هو الشخص الذي يفرض حضوره على الشاشة الرقمية . (إلزا غودار ، 2019 ، ص ص 58-60). وهذا على الرغم من تعزيز المحادثات باستخدام الصور والتفاعل المستمر والدائم والمتماثل والمفتوح الذي يميز الرسائل الفورية أو التبادلات عبر الوسائط الاجتماعية.

والواقع، ساهمت الكثير من العوامل في تجسيد هذه النظرة البصرية والتمثيلية الإنسانية الجديدة، يمكننا أن نتحدث عن ما أكده "بيونغ تشول هان"، عندما تطرق بشكل واسع لسلطة

الشفافية، (Byung-Chul Han , 2017) التي تدفعنا للعمل من أجل تحقيق الأنا المرئية، أو الاشتغال على تجسيد ثقافة التشابه والتماثلية والعالمية، والكشف عن كل ما يتعلق الذات الانسانية، بالتركيز على أولوية المرئي، والتمثلات البصرية المتنوعة المستعجلة، وثقافة التسارع،... ودمج الذات دون مقاومة في تدفق الاتصال المستمر والعارض وتجريدها من خصوصياتها. فكل شيء أصبح مكشوفاً للآخر، كما هو الحال في ثقافة السوق، (النظام السوقي الجديد)، وكل شيء قابل للتحكم والسيطرة والمتابعة والتوجيه، والأخطر من كل هذا، كل ما يتعلق بأسرار الانسان بطريقة مجانية وطوعية ومنها الجسد، يعرض للجميع، ويصبح موضوعاً للمناقشة والحوار والتقدير. وفي ظل تكاثر الصور والآراء و المعلومات يصبح الفرد أسيراً في سجن الرؤية المفرطة (hypervisibilité)، ودون أن تقدم قيمة فعلية للوجود الموضوعي للإنسان الذي أصبح أسير من زاوية أخرى في عيون الآخرين دون ادراك حقيقة هويتهم. ولا يبحث في هذا الفضاء الرقمي إلا على التقدير والإعجاب من طرف الآخرين، وتتحول الرغبة في المعرفة إلى الظهور والتفرد والتفاخر، وهذا بدلاً من رؤية حقيقة عالم الأشياء. يتعلق الأمر بصورة ذاتية بلا خلفية فنية، بلا قراءات فكرية وجدلية، وبلا سرديات هوياتية واجتماعية واضحة. وهكذا، لم تعد صورة السيلفي موجودة لتقديم أسلوب عميق للتفكير وفهم الكثير من المعطيات والوقائع عن العالم، بل أصبحت ترسم مرجعيات حسية اندفاعية وتوجج لحالات الانفعال وتقدس قيمة الفرجة الانية والسريعة .

2. الصورة الرقمية وتجاوز زمنية الصورة الإعلامية

من الواضح أن مجال الاهتمام الواسع بخطابات الصورة ودورها في النسق الاتصالي والإعلامي انتقل من دراسة المعطيات والسياقات البحثية التي ركزت على عناصر الصورة وعلاقتها بالنفس البشرية، والوجود الإنساني، إلى التفكير والبحث عن الوسائل والخطابات الصريحة أو الضمنية للصورة في النسق الإعلامي وفي نظام الاجتماعي والثقافي والسياسي. تم التركيز على طبيعة العلاقات التي تشكلها الصورة وماهياتها الدلالية وسلطانها التوجيهية وفق ما تفرضه الوسائل الجماهيرية، كالتلفزيون والسينما والإشهار، وتوسع مفهوم الثقافة المرئية بصفة عامة، نظراً لانتشار البناءات الأيديولوجية للصورة والثقافة الجماهيرية المهيمنة على الفكر وعلى سلوكيات الأفراد، وكثيراً ما تؤدي إلى سلوك مدمر للذات بطريقة ناعمة وباستخدام مختلف السرديات المساعدة على تجسيد عمليات التضليل والتطويع والاكراه النفسي والتأثير القسري. وما شكل المحور الأساسي البحثي للصورة هو طريقة اشتغالها ومضامينها الرمزية والدلالية التي وظفت في دائرة البعد المركزي لتجسيد فعل "التأثير" الواسع على ثقافات المجتمع وذهنيات وسلوكيات الأفراد. تزامن هذا الاستخدام الواسع للصورة في الميدان التجاري والسياسي

والإيديولوجي بكثافة، وتنوع الاهتمام بالتأثير الواسع على الرأي وتوجيهه نحو النظام الإعلامي الذي يروج لحياة الترفيه والتسلية والفرجة، والمتعة خارج الانشغالات التي تقودنا لفهم الواقع، فهي تعكسه ولا تعمل على قراءته وتفسيره.

يقول في هذا الإطار الباحث كريس هيدجز، (Chris Hedges) في كتابه "إمبراطورية الوهم"، موت الثقافة وانتصار العرض، بأنه توسعت دائرة الافتتان بثقافة المشاهير والاستعراضات، والإشهارات، والدراما الحميمة التي لا نهاية لها، والتي تعتمد في معظمها على الخيال بالكامل وواجهة السعادة والعواطف المصطنعة، التي ساعدت على تفكيك قيم الثقافة واستحضار سياقات تمثيلية لا قيمة لها خارج قيمة اكرهات الاستهلاك وغطائها الأيديولوجي. حلت صورة الشاشة التي تقوم على البدائل التمثيلية والبلاغية محل الواقعي والطبيعي والأصيل، وتم من خلالها تحويل حالات الخوف والاغتراب والقلق والهواجس المجتمعية وحتى الفردانية إلى حالات من الموافقة والانسجام، كما تم تحويل قداسة المراكز الأكاديمية والعلاقات الأسرية والمنظمات السياسية في الصور الفائقة والمتداولة يوميا إلى ثقافة المظاهر والتجميل الموضوعة والشبكية والسعادة الزائلة والشهرة. (Chris Hedges, 2009).

والحقيقة، لقد كان للبعد التسويقي دورا مهما في تجاوز البناءات الإعلامية الموضوعية واستخدام مدونة واسعة من المفاهيم التي تم ادراجها في المعجم التأويلي الإعلامي، مثل السوق الاستهلاكية الإعلامية، صناعة التوافق، الدبومة المشهدة، والصناعة الثقافية، الفضاء الإعلامي، والثقافة الجماهيرية، إيديولوجيا الشاشة، التأثير في اللاوعي والتمثيلات البلاغية والاسلوبية الجديدة التي تحرر الفرد في الفضاء العام وتدفعه لتغيير سلوكه في العلاقات الاجتماعية القائمة على القوة والهيمنة والتقاليد. وهي التشكيلات الخطابية التي تمنح حضورا جديدا للإنسان في المجتمع برؤى وتأملات خارج المنطق الواقعي الذي يسمح باستحضار الرؤية الواقعية للعالم، وتمنعه من الفصل بين الخيال والواقع، وبين الأصلي والطبيعي والمصطنع، فأليات الاقناع التي تستخدم في الصورة تفرض مجموعة من القيم التي تغير من جوهر عوالم الفن والسياسة والفكر.

وفي جميع الحالات، يقوم خطاب الصورة الإعلامية بالحجب على الإطار المعرفي بآليات الهيمنة الناعمة والقسرية التي تسيطر على التمثيلات الفردية والاجتماعية، وتعمل على تجسيد حالات من الاستلاب والتشيؤ والاغتراب، وتشجيع المصلحة الذاتية وبترويض الأهواء واستخدام البرامج ذات التأثير الواسع عن طريق الأساليب التحفيزية. وقد صرح في هذا الإطار "باتريك لولاي"، المدير التنفيذي السابق لمؤسسة التلفزيون الفرنسية، (TF1)، أن إمكانات التعبير والسر، ومنها مضامين التمثيل البصري في وسائل الإعلام تقوم على تهيئة العقل البشري وتوجيهه للمؤسسات العالمية عن طريق الشحنات العاطفية في البرامج والحصص وطريقة

العرض والتنشيط...، مؤكداً على أن التلفزيون الذي ينتج الأخبار والمحتويات والبرامج الشعبية المشهدة، المبتذلة، والترفيهية، والمثيرة للقلق، تنطلق من الأحكام المسبقة والمحددة من طرف المؤسسات التجارية والمالية لتضليل العقول عن طريق الانتباه والتذكر.

وأكثر من ذلك لم يعد يقتصر دور الصورة في التعايش مع واقعية الأحداث أو تجسيد الثقافة الانتباهية والتوجيهية فحسب، بل تعمل على جعل العقل الإنساني متاحاً وتدفعه للانغماس بطريقة حسية في ثقافة وإيديولوجيا الشركات والمؤسسات العالمية، ومنها التجارية، مثل كوكا كولا. وهكذا ما تقدمه وتبيعه المؤسسات الإعلامية هو ذلك الوقت المتاح، الذي يستغل بأساليب كثيرة لإخضاع العقل للاستحواذ المطلق، وبرمجته، وتحضيره ليتخلص من الزمنية الواقعية ويتوجه لعالم الترفيه والاستهلاك والاسترخاء، وفق رؤية إيديولوجية جديدة للحاجات الإنسانية. (Marie Bénilde, 2005, Pp 21-24).

وهو الأمر الذي قاد، من قبل الناقد الباحث "بيار بورديو" للقول أن الصورة لها قوة إنتاج التأثير الواقعي المزيف، ودمجها في حياة الفرد دون أن يفكر في طرح أسئلة عن حقيقتها وجوهرها، فالشاشة التي هيمنت على ثقافة التلفزيون التي تتميز بالسرديات المتنوعة في التشكيل البصري والحضور، عملت على تشتت انتباه المشاهد وجعله يعتقد أن ما يشاهده هو الأهم، وله علاقة ضرورية بحياته، بينما هو في الواقع ليس إلا فضاء الفراغ والاختفاء والتصنع. (Pierre Bourdieu, 1996)، فالعنصر الأساس في هذه الواقعية المشهدة هي اللعب على توترات العاطفة والبعد الحسي، مع ادخال متغير الجمهور وتقييم وقياس الرأي العام، في الثقافة الإعلامية، مع الخضوع للسلطة الأيديولوجية وقيود السوق، التي ليس لا علاقة بالتعبير الديمقراطي وبالرأي والفكر الجماعي العقلاني المستتير والتتويري. وفي نفس الاطار، ساهمت الصورة حسب تعبير الكثير من النقاد والباحثين وعلى رأسهم "جون بودريار" (Jean Baudrillard, 1997)، وهذا دون نسيان القراءات النوعية التي قدمها كل من (جيل ليوفتسكي) و(جان سيرو)، (Gilles Lipovetsky, Jean Serroy, 2007) على إنتاج مجتمع جديد تهيمن عليه زمنية التمثيل الرمزي المركب الذي تسيطر عليه ثقافة الامتثال والاستهلاك، والإشهار، والمعلومات المرئية، والعلامات المصطنعة، إيهامات عالم الترفيه، والنجومية والعالمية، وفضاء التحرر، وثقافة المشاهير، تشبه الآلية التسلطية الناعمة التي تعمل على جعلنا نعتقد أن من يحدد انتمائنا ودورنا في النظام الاجتماعي وطبيعة سلوكياتنا، هي الواجهة التعبيرية والقوة التمثيلية للصورة التي عملت على تسليع الحياة والفن والجسد وحتى القيم.

ومن هذا المنطلق، لم تصبح الصورة كموضوع معرفي أو ادراك للواقع أو مجال لرؤية إيديولوجية فكرية، بل كمنظومة من الخطابات التي تعمل على تحويل الكثير من الوقائع

وقيمة الموجودات الطبيعية والإنسانية وخاصة الفن بعناصره وجمالياته ونسقه إلى بضاعة وإيديولوجيا، لا يمكن ادراكها في حقيقتها، لأنه في الغالب يتم تقديمها وفق سرديات معرفية - عاطفية وبغطاء اللذة، والرغبة، والمتعة، الأمر الذي ساهم في تشكيل نظام مغاير من السلوكيات والأفعال التي توجهت من دلالة و كثافة العلامات التي تركز على الإغراء والاعواء، والتعرض الكثيف للعروض التمثيلية والبصرية، إلى الانغماس في إيديولوجيا الإفراط في الاستهلاك (hyperconsommation) دون العودة إلى معايير القيم الإنسانية والعقلانية الجدلية أو التفكير النقدي ، وتتلاشى تدريجيا الأحكام الأخلاقية والجمالية والعملية، لصالح القيم التي تشكلت عن طريق الصور والعلامات...

ومن البديهي الإشارة إلى أن فضاء الإعلام الذي أعاد تشكيل وتنظيم العلاقات الإنسانية وهويات الافراد شكل ساحة رئيسية لاستثارة الاهواء واستيعاب الكثير من العلامات وخطابات الصور المضمرة، خاصة مع تضاعف الحضور الدائم للوساطة الإعلامية في تحديد تمثيلات مختلف أنفسنا وكذلك للعالم. (Macé Eric, 200, P 277)، سعت الكثير من الممارسات الخطابية في النظام الإعلامي بطريقة قصدية لتجاوز الواقع الحقيقي القائم على المعرفة وواقعية الحياة والاهتمامات المجتمعية والإنسانية، والتوجه إلى البناءات الخطابية الأيديولوجية والسلوكية واستخدام مجموعة من المحتويات المتنوعة والأساليب الاتصالية والتعبيرية النفسية والبلاغة ذات التأثير القسري لإنتاج الثقافة الجماهيرية التي تسقط الذات الإنسانية في عالم التمثل وليس في نسق الاهتمامات الثقافية الاجتماعية والواقعية والسياسية والقانونية، علاوة على توسيع المعرفة العرضية (السطحية)، لغرض استبدال الواقع الحقيقي بواقع آخر مصطنع ينطلق من دلائل ونسخ للواقع.

وهكذا، وعلى عكس خطاب الصورة في النظام الإعلامي التي تطرقنا إليه في وسائل الإعلام ، فإن التطورات التي جاءت مع الثورة الرقمية والتي عززت من قوة وتأثير شاشة التلفزيون وشاشة الكمبيوتر وشاشات الهواتف الذكية وشاشات الإشهارات وشاشات المراقبة ، ومن تكاثرها أيضا وتنوع خدماتها وتنوع طبيعة الصور المستهلكة يوميا ومنها السينمائية وصورة الهواتف المحمولة. سلط "جيل ليبوفيتسكي" و"جان سيروي" الكثير من القراءات النقدية للتوضيح أن مقتضيات هذه التحولات تبعد الفرد عن الواقع المألوف والطبيعي ويدخل طواعية في سلطة الاتصال الدائم الذي يقوم على الشفافية ويدفعه للكشف عن حياته وأفعال حياته اليومية ". (Gilles Lipovetsky, Jean Serroy , 2007, P 282) .

وهذا الانتقال الذي مس بنية ومركزية الصورة والتوجه نحو الذات الرقمية المعززة الذي يستوعب حالات التمثيل بطرق مختلفة، انطلق من سلطة الوسائط الرقمية الاجتماعية التي كان لها دورا في تدفق الاتصال البصري وإعادة تمثيل العلاقة التواصلية التي تركز على الذات

الإنسانية وعالمها المعاش المباشر، وتصبح الصورة بمثابة ناقل لخطاب الذاتية الافتراضية المتحررة من كل القيود، بل وشكلت أيضا الصورة النظام التواصلي الجديد المحدد لأشكال بناء تمثيلات الذات وطبيعة اتصالها بالحياة الواقعية المباشرة التي تسرد وتنقل تجربة الفرد المختارة وفق شروط المعطى المباشر، وهو المجال العام الممارساتي الجديد الذي جسد الانفصال عن "مركزية وسائل الإعلام" (médiacentrisme)، باعتبارها المحدد المركزي السابق لمسار النظرة إلى العالم ومختلف الممارسات البشرية في ظل هيمنة وسائل الإعلام الجماهيرية . (Macé Eric. 2000, P 249) لا يتعلق الأمر بتاتا بإعادة تشخيص الظهور والتواصل بتحديات وافعال إيديولوجية أو ثقافية، بل بإعادة بناء وتشكيل وتصوير لحظات من حياة الافراد بطاقات تمثيلية وابداعية مباشرة تضمن مشاركة واسعة في الفضاء الرقمي، وخارج السياقات المرتبط بالواقع المؤسساتي والمجتمعي.

3. صورة السيلفي وصناعة الانسان المتصل:

انحصرت إهتمامات الباحثين في دراسة تطور الصورة والكشف عن آليات اشتغالها وكمرجعية أساسية تسمح بمشاهدة العالم، مع تقديم النماذج والقراءات المتنوعة التي توضح تحويل الإنسان المفرط في الحداثة إلى إنسان آلي ثم فيما بعد إلى إنسان رقمي ومعرز . (Gilles Lipovetsky, Jean Serroy , 2007, 23-24) وفرت الوسائط الاجتماعية والتطبيقات الرقمية والأجهزة الذكية كل الشروط الضرورية التي حددت الحقيقة الجديدة (النيوليبرالية) للوجود الإنساني، وهذا التوجه المتنامي والمهيمن يظهر جليا من خلال "اللهث السريع" للإفصاح والكشف عن الذات الإنسانية (الرقمية)، والارتكاز على خدمات الأجهزة الذكية في عمليات التمثيل الذاتي لإرضاء النفس والآخرين. وهو أمر تقتضيه سلطة الصورة الرقمية التي تدفع الانسان المتصل إلى البحث عن المشاهدة الواسعة، والرؤية المباشرة والعرضية دون اعارة الاهتمام للوجود الإنساني الفعلي سواء على المستوى الفردي أو الاجتماعي. وضمن هذه الشاشة الجديدة تظهر الصورة التي تقدم عروض سريعة وسهلة بشكل متزايد، وتحقق للفرد الرضا الفوري، وتدفع الفرد المتصل، حسب ما تفرضه إيديولوجيا الفردانية المفرطة والمتحررة في شبكات التواصل الاجتماعي، من بناء وتشكيل الصورة التي يريد إظهارها ومشاركتها بشكل سريع مع الغير .

صحيح أن نمط اشتغال الصورة في البيئة الرقمية، وبالأخص صورة السيلفي تنطلق من التجربة التي تسعى لتحقيق الإرادة والحرية في التواصل، لكن الكثير من الدراسات كشفت عن ظهور الهواجس الجديدة، ومنها الهشاشة والنجسية، أي ظهور الفردانية النرجسية من خلال تجاهل الأنظمة الشرعية والقيم الأخلاقية والمجتمعية، والتركيز على الأنا. لقد أدى هذا التحول

الذي حصر الاتصال في الذاتية الإنسانية وربط علاقته بالشبكات الرقمية والصورة إلى استبدال هدف وطبيعة السعادة الإنسانية، والوجود الإنساني، و الذات التي تحررت من كل القيود، المؤسساتية والاجتماعية والثقافية. (روبري ريبكيير ، 2023 ، ص 198)، وتوجه تركيز الجميع نحو أنفسهم، ومصالحهم، وتحقيق متعتهم، ورفاهيتهم؛ وهكذا فإنه لم يعد للمعنى وجود في عمق الرؤى الإيديولوجية والسرديات الكبرى للعالم، بل كل شيء مرهون بتحقيق الذات والتعبير عن (الذات الرقمية). فالعديد من الممارسات، ومنها التي تقوم على الثقافة المادية بحضور الجسد توضح بشكل بارز هذه المعطيات، أن الذات النرجسية وللأنانية والجمالية والظاهرة، حيث أضافت حالات تقديس الجسد المصحوبة بممارسات جديدة، تمجد قيم الجمال والرفاهية والأحاسيس والتعبير عن الذات، (النرجسية الذاتية). علاوة على استخدام التقنيات التفاعلية التي تهدف إلى تحسين المظهر الخارجي (النرجسية الجمالية) والاحاسيس والعلاقات الحميمة دون التفكير في الروح الإنسانية وبعدها الفكري .

في كل الحالات، إن النرجسية الجديدة التي توسعت مع نشاط صورة السيلفي، تدخل في النظام النفسي الذي أصبحت فيه علامات الذات مركز ثقل الوجود، أي بمفهوم آخر، أصبحت "مقياس كل الأشياء": لا يوجد شيء أكثر أهمية من العناصر التي تعزز تجارب الذات من ظهورها وتقديمها للغير بشكل مفرط وسريع، والبحث عن الحالات التمثيلية التي تعطي وتحقق إشباعاً ذاتياً. وهذا يشبه رمزية دلائل الإغراء الرقمي الجديدة باعتبارها القواعد السلوكية السائدة والمؤثرة على الأفراد الأنانيين (Lipovetsky, G., & Godart, 2018)، صحيح أن صورة السيلفي بمثابة قوة للتحرر من قيود وسياجات الانتماء والأطر العائلية والدينية والسياسية، ولكنها ليست الصورة التي تنطلق من أبعاد الذات المفكرة التي تتطلب التفكير والشك. بهذا المعنى، تبعدنا مع مرور الوقت من التقرب من الفلسفة الأيقونية التي تنظر في العلاقات التماثلية الطبيعية للأشياء والموضوعات التي تنتمي إلى العالم الطبيعي والإنساني .

بعيدا عن الاختلافات الدائرة حول تحول الصورة من مركزية وسائل الإعلام إلى مركزية الذات في الوسائط الاجتماعية الجديدة، يمكن القول أن صورة السيلفي تشكل أيضا "إمبراطورية الذات" التي تنطلق من استبدال اللحظة الفورية المباشرة في التصوير والتمثيل والمنتجة للإنسان الفائق (l'hyper-individualiste)، باستخدام الهاتف الذكي، والأجهزة الرقمية المعززة، سواء بطريقة فردية أو في إطار الاتصال في مجموعة، لغرض ضمان مشاركة الصورة وتقاسمها على وسائط التواصل الاجتماعي دون حدود معرفية وقيم عقلانية عميقة، وفي سياق التطرق عن هذه الاهتمامات الواسعة، انصبت قراءات الباحث والمفكر "طه حسين عبد الرحمان"، للحديث عن تفكك البنيات الثقافية والتراثية للمجتمعات، ومنها الإسلامية، في كتابه «دين الحياء:

التحديات الأخلاقية لثورة الإعلام والاتصال، مؤكداً على وجود ثقافة متجذرة تقوم على الافتتان بالصورة التي تعمق من أزمة الإنسان المعاصر من الناحية النفسية والوجودية والأخلاقية، ولخص ذلك في وجود ثلاثة ظواهر أساسية لهذا الانحراف (الآفات) وهي: التفرج (وهي التي تربط علاقة الإنسان بالشاشة من خلال التركيز على مجموعة من الممارسات القائمة على قرب المسافة من الصور، والاستماع وهي : التوسط بالصور، وتملك المصوّرات، وتضرر القدرات، وإبدال الوهم بالحقيقة، وعنف الصور؛ (طه عبد الرحمان ، 2017، ص 23-84)، في حين شمل العنصر الثاني، عامل التجسس، من خلال استحضار ممارسات المراقبة والمتابعة والتحكم، وكشف أسرار الفرد وعوالمه وحياته الخاصة، (طه عبد الرحمان ، 2017، ص 129-187)، وحصر العنصر الثالث في أفة (التكشف) بالبحث الدائم لغرض إظهار كل شيء عن الذات، والبحث عن الوجود المرئي، وحب الذات، والبحث لاستهواء الآخر. (طه عبد الرحمان ، 2017، ص 249-284)، وهي القراءة التي تلخص الكثير من المعطيات عن الصورة باعتبارها منظومة قسرية وإيديولوجية مهيمنة تخترق القيم الجوهرية للإنسان .

هكذا، وحتى وإن هيمنت على ثقافة الشباب والمراهقين الأنانيين وغيرهم من الأشخاص النرجسيين، إلا أنها مبنية على فرض نموذج واحد للذات المباشرة التي تؤمن بضرورة التعايش مع لحظات الاتصال المستمر المفرط (hyperconnexion)، بمختلف أشكاله وتناقضاته وغاياته، يتعزز هذا النشاط مع تطور خدمات الإنترنت والأجهزة الرقمية، مثل الهواتف الذكية وأجهزة الكمبيوتر المحمولة والأجهزة اللوحية... لكن من زاوية أخرى، برزت مؤشرات مخاطر الإفراط في النظام الإتصالي ومنه البصري على الصحة العقلية والجسدية، وعلامات القلق، والضغط المستمر للبقاء على اتصال مع علامات الصورة، إلى جانب العزلة الاجتماعية، وهذا دون نسيان الأمراض العصبية التي تهدد صحة الإنسان المتصل الرقمي والتي تقلل من قدراته الفكرية الواعية ومستويات الإدراك غير المباشرة، خاصة قدرات التركيز. (2023, André Vitalis)، كل هذا يتم في لحظة زمنية مباشرة و بنقرة واحدة، مع إرفاق كل صورة بعلامة التصنيف والتميز الذاتي، تشبه الأفكار الجاهزة والمعرفة الزائفة التي تلقى تداولاً واسعاً.. والاهم ليس دلالاتها الأصلية وديمومتها وشروط الإنتاج الموضوعية، بل في إعادة تغريد ونشر الصورة وضمان ومشاركتها...

وفي جميع الحالات وعكس ما تفرضه سياقات واستخدامات ومحتويات الصورة في وسائل الإعلام الجماهيرية، لقد أصبح الوجود في "صورة السيلفي" كتجربة عاطفية وجدانية وحسية، وهي

الحالات التي تلعب دوراً محورياً في بناء "الذات". صحيح أنها تستجيب لمعيار جديد وهو الأداء والحضور وتأکید الذات، لكن يتم ذلك خارج موضوعات وممكنات الوعي ومقتضيات المعيش اليومي، فكل شيء مرتبط بالنموذج الذي ينطلق من الطرح الذي يقول أن الفرد سيركز على نفسه، وسينغمس فقط في شاشته (المهووس بصورته)، ورغبته الملحة لتحقيق الرضا وحالات الاشباع الفورية، مدفوعاً بـ "الرغبة النرجسية" في الاستمتاع والشعور الحميمي بكونه شخص مغاير عن الآخرين والمجتمع.

وهو الأمر الذي دفع أيضاً الباحث "ستيفان فيال" بالقول أن الثورة الرقمية لا تهتم كثيراً بالمظاهر والتمثيلات المباشرة، أو بما يمكن ملاحظته، بقدر اهتمامها بالنظام المنظم لتصوراتنا وأفكارنا وعلاقاتنا، ونمط ظهورها الجديد وطريقة ادراكنا لوجودنا. وهو المجال الجديد الشخصي الذي يعدل من بنيتنا الإدراكية ويعيد تشكيل إحساسنا بالواقع. مؤكداً على أن كل هذه الكائنات والبيانات والعلامات ... التي تخرج من شاشاتنا وواجهاتنا تعطل فكرتنا عما هو حقيقي وتعلمنا الإدراك مرة أخرى. (Stéphanie Vial, 2013)، فهي بهذا التحديد، ترسيخ للحضور والتعبير عن "هوية غامضة تبحث عن الاعتراف". وبهذا، فغالبية تجاربنا الوجودية اليوم مشروطة مسبقاً بالوضع التفاعلي للواجهات الرقمية.

4. صورة السيلفي ومركزية الوجودية المرئية .

الواضح أن مسألة علاقة صورة السيلفي بالوجود الإنساني وخصوصية الانساق الإدراكية والتفكير، والتعبير والأنا المفكرة، أخذت حيزاً كبيراً من النقاش والاهتمام، وتركزت بالأساس على الممارسات التي تجاوزت ما تضمنه النظام المعرفي والفكر الإنساني العقلاني وخصوصيات "الكوجيتو" الذي دافع عنه الفيلسوف ديكارت والتيار العقلاني. وهذا إلى جانب أتمتة كل الممارسات في المجتمع والمؤسسات وتجسيد العلاقات المترابطة بين العمل والاستهلاك والترفيه، لصناعة إنسان رقمي، (ترانسإنساني)، (روبير ريديكور، 2023، ص 226)، تتجلى أيضاً تحول الذات الإنسانية المفكرة إلى الذات الرقمية و التي ترتبط بشكل واسع بالنموذج الاقتصادي النيوليبرالي السائد في عالمنا العولمي الافتراضي المبني على الخوارزميات، ويمنحنا الوهم بالتحرك والاتصال بحرية، والاستفادة من كل شيء بطريقة مجانية، بل أيضاً بإعادة النظر إلى الذات الإنسانية، وإعادة صياغتها وبنائها وإعطائها أبعاداً جديدة وفق ما تقرضه المعطيات الرقمية.

وهكذا، فإن هذا الواقع الجديد عمل على تجسيد مسار الانتقال إلى الثيمات التي تجسد ثقافة حضور الذات في واجهة الشاشة وفي الفضاءات الرقمية، وتخضع الفرد للبحث عن السلوكيات التي تعزز من مظهرية التباهي والتماهي، والبحث عن نظرة الآخر والظهور المستمر دون الأخذ بعين الاعتبار مقومات العقل التواصلي والفكري والروابط المعرفية، التي من شأنها أن تصنع

ذات إنسانية بأنماط تواصلية مختلفة، تم اختصار دور الفرد في تقاسم اللحظات المختارة من الوجود الإنساني بكل أشكاله، خاصة العاطفي والانفعالي، والانفتاح على الشاشة العالمية المعززة. والبحث عن مردوديتها ودورها من خلال أفعال الشعور المصاحبة للنشر، وهذا ما جاء في مضمون كتاب الذي تناول استبداد الرؤية: عبادة ديمقراطية جديدة ، (Nicole Aubert et Claudine Haroche, 2011) ، من إعداد مجموعة من الباحثين بمقالات نوعية التي أكدت على تجذر تصور إنساني، يقول "يجب أن تكون مرئياً لكي تفرض وجودك"، كما يمكن تلخيص هذا التصور، بالقول التالي "أنا أتصور، يراني الآخر إذن أنا موجود". وهذا ما دفع الكثير من المختصين أيضاً، بالقول أن هذه الصورة التي تقدم لحظات زمنية من حياة الفرد بشكل سريع، قد ساهمت بقدر كبير في تعديل جوانب مختلفة من حياة الفرد ومن جوهر تفكيره، وحتى من طبيعة الوعي الذاتي الجسدي، وتغيرت القيمة المركزية للمرئي الذي ينظر إليه من خلال المعطى الذي تتركه الحواس عن طريق وساطة الصورة والتقنيات الرقمية، لكنه في الحقيقة لا يضمن شيئاً عن جوهر الواقع.

الأمر يشبه تماماً حالات التمثيل (التصوير الشكلي) المستمرة من حيث الفعل التقني والمنقاطعة سردياً ورمزياً، يتم ذلك دون حضور المرجعيات المكونة للتفكير والتأمل وعمق جمالية الخطاب ورمزيته. وهكذا فقد تم استبدال المبدأ المشهور "كوجيتو ديكارت"، "أنا أفكر، إذن أنا موجود" (Nicole Aubert et Claudine Haroche, 2011, P37) ، بتصوير جديد مغاير يقوم على ما يفرضه النسق الاتصالي مجمع الرؤية والسيلفي: "أنا أرى، أنا مرئي، إذن أنا موجود". وهذا يعبر عن الإيديولوجيا الجديدة التي تقود تدريجياً لمحو حاجة الإنسان إلى الفكر والتفكير، ويؤمن أن يسمع ويناقش بشيء آخر يسمى الحاجة إلى أن يُرى. وهذه السلطة الجديدة لصورة السيلفي لا تنطلق من تمثيل الذات انطلاقاً من عمليات التفكير والفهم والتخيل والإظهار للعقل، بل تعطي مشروعية الذات الفائقة المتحررة التي تنطلق من ثقافة التسارع و النرجسية. وهكذا، لم يعد من الآن فصاعداً الحديث عن الخطاب الذي يؤمن بـ"أنا أفكر" ولكن بـ"أنا أرى وأنا مرئي، إذن أنا موجود"، (Nicole Aubert et Claudine Haroche, 2011, P 25-37) بل: أنا ألتقط الصورة وأشاركها مع الجميع، إذن أنا موجود "، وهذا يتنافى ومقتضيات وشروط الوجودية الإنسانية الفعلية والعقلانية، التي لا تحتاج إلى زمن الشاشة العارضة والانفعالية والوساطة المعززة التي تفرض شروطاً زمنية للحظة فقط، ولا تعتمد على التمثيل المادي، بل العكس من ذلك، تتضمن قدراً معيناً من استقلالية فكر الفرد الواعي.

يبدو جلياً أن الذات المرئية على عكس الذات المفكرة لا تعتمد على التكوين المنطقي وعلى المعرفة الإدراكية العقلانية، فالعمليات الاتصالية التي تستند إلى النقاط صوراً ذاتية تبين وتوضح وتعرض فعل النظر إلى النفس من خلال انعكاس الشاشة في الهاتف المحمول والتواجد

والحضور في كل الفضاءات، في المنزل، والمقاهي، والشاطيء، ومدرجات الملاعب والمتاحف، و صناديق الاقتراع وفي العلاقات الحميمة مع الأصدقاء، وفق غايات وميولات وتجربة شخصية تنتج موضوعًا تمثليًا أنيا، يعتبره الشخص المستخدم من أهم العناصر المعبرة عن هويته وتواجده، وهذا على من الرغم من أنها تشمل مظاهر وعلامات جسدية تحقق فقط إشباع رغبات وحاجات عارضة وزائلة، ومشاركة الآخرين من خلال ما تجسده النظرة السطحية المباشرة على الشاشة ..

في الواقع شملت مسألة أزمة الوجود الإنساني في البيئة الرقمية والافتراضية، وفي صورة السيلفي بوجه خاص، مجالات متعددة، وتنوعت واختلفت مسار استخداماتها وعلاقتها بالبناء المعبر عن الأدوات الرقمية فقط. لأن صورة السيلفي أصبحت لها امتدادات واسعة نفسية، وفكرية واجتماعية وثقافية، وحتى أيديولوجية متنوعة، وأصبحت كمعطي من معطيات هذا الوجود الذي يبتعد عن جوهر المركزيات الفكرية الحقيقية في المعرفة والعلم و التفكير في الروح والنظرة إلى العالم والله والطبيعة. خاصة أننا نشهد مرحلة انغماس الذات في سلطة التصوير العرضي والاتصال المستمر في البيئة الرقمية دون حدود معقولة.

وبالتالي، فالأفراد الذين يستخدمون الأجهزة الذكية للتعبير عن حياتهم لا يشعرون بالرضا ولا بالنقد إلا بالنظر إلى ما تقوله وتعبر عنه الاعداد الهائلة من الإعجابات، وعلامات التعليق. وهذا أمر غير عادي لأن حقيقة الوجود الإنساني انفصلت عن قوانينها ونظمها وشروطها ولا ترتبط بتاتا بالذات المفكرة والنقدية والبنائية، بل توجهت بشكل أساسي بالدفع بالفرد المستخدم للتطبيقات والشبكات بالبحث المستمر في تحقيق أن يرى من طرف الآخرين، ويشبع حاجته في الاتصال الأنّي والرغبة في الرؤية، إلى جانب البحث عن خلق وتشكيل العلاقات الافتراضية الحميمة والتي تعرضت للانتقاد الواسع من طرف الكثير من الباحثين.

وعلى ذكر البحث عن تجسيد الوجود عن طريق الرؤية (نظرة الآخرين)، هناك ظاهرة الاتصال بالآخرين لنقل وعرض حالات الشعور الجسدي بالمكان والزمان واللهث المستمر لغاية إعادة تشكيل الذات بقوة العلامات البصرية والعاطفية مع ادراجها في المواقف المختلفة. ووفق هذا التحديد، فإن خطورة صورة السيلفي لا تتعلق فقط إلى ما ذهبت إليه الدراسات النقدية التي أبرزت سلطة التضليل والتمويه وتسويق الأيديولوجيات، لكن في امتلاك الفضاء الرقمي والمشاركة طوعية في تجسيد تلك الرغبة الدفينة في الرؤية. فهي بذلك لا تتمحور في تجاوز مجال الاستهلاك الذي سيطر لسنوات على وسائل الإعلام، بل عملت على انتاج نماذج اتصالية سريعة وجديدة تحكمها مظهر الواجهة ومختلف الابعاد العاطفية التي تجذرت بأساليب والإكراه النفسي. (Nathalie Heinrich, 2011, Pp 110-112)، وحالات التوهم وتوجيه وإغراء الأفراد

بالقدرة المطلقة في تفاعلهم في عالم الفضاء الرقمي العالمي، عن طريق وعود الشفافية، الوصول الفوري إلى عدد لا نهائي من الصور بطريقة فردية وسريعة.

وهذا الأمر يقودنا للحديث عن تجذر ممارسة السيلفي في زيادة الرغبة في التقاط الصور، وهذا بالتركيز على تشكيلات الواجهة الخارجية للجسد، وخلق علاقة تتعلق بالفضاء الذي إختزال (ألغى) المسافات مع الواقع الحقيقي. ظهرت الحاجة الماسة إلى البحث الدائم إلى حد الهوس عن الممارسات التي تساعد على تجسيد ما يسمى برؤية الآخرين وتوجيه نظرة المشاهدين والأصدقاء والاقارب نحو الصورة التي تنفصل عن الأنا الحقيقية. الأمر ترتبط بالتمثيل المباشر للانا الرقمية من خلال إمكانات علامات التعبير الحسي الخالية من الأفعال الواقعية وأنماط الوعي، كون عملية الانكشاف والعرض التي تتحكم فيه سلطة السرعة والاستعجال، وتتصل أيضا بسيادة اللحظة والفورية. (Jonathan Curiel , 2020) لم نعد نتعامل مع زمنية الحاضر بأحكامه الاجتماعية والفكرية. بل مع ما يسميه الكثير من الباحثين والنقاد بالزمنية الآنية، وبما تفرضه أيضا ثقافة المتابعة الفورية ولحظة النقرة. وهو الذي سيقود مع مرور المراحل الزمنية إلى بروز ما يسمى بالقلق الوجودي، وتراجع شخصية الحكم الذاتي واستقلاليته.

يتعلق الأمر بتقديم صور فورية وزائلة للذات، يتم تحديثها عن طريق فعل الظهور باستمرار لكي تضمن الوجود في عيون أكبر عدد من الافراد المستخدمين لشبكات التواصل والتطبيقات الرقمية المتنوعة. بالإضافة إلى ذلك، تعمل الصورة على تشكيل واجهة للذات، التي تعتبر كنوع من "الذات الزائفة"، وهذا ما دفع بالباحثة إلزا غودار (إلزا غودار، 2019، ص ص 74-70) صاحبة كتاب "أنا أوسيلفي أنا موجود" بادراجها ضمن الصور الانية والهشة والعابرة لأنها لا ترتكز على مبادئ التشكيل القائم على البعد التشابهي والأيقوني وممكنات المعنى، بل هي في الواقع ذلك "الظهور" المباشر والسريع الذي يكثر استخدام الرقمي، ونقل لحظات عابرة لا تستطيع من خلالها التفكير في جوهر الواقع، ولا يمكن في حال من الأحوال استعادته والبحث عن أنساقه، ولا يكشف عن الوقائع الدلالية وطريقة انبثاقه. كما أنه لا يمكن أن نسقط على صور السيلفي مصطلح "التمثيل"، بل "التشكيل المظهري"، الذي ينطلق من مردودية حضور الجسد واليد الممدودة التي تتكيف مع الحالات النفسية اللحظية والمختارة والوجود الزائف. هذا الأمر يدفعنا إلى استحضار الفكرة الأساسية التي تشير إلى أن "جيل السيلفي" لا يعيش حياته لنفسه وفق الشروط التي تقتضي النظر إلى المعنى الحسي الواقعي، بل يعيش لحظات للآخرين، ويتنازل طواعية عن خصوصيته وفرديته. وهكذا، فإن ما يكشفه ويظهره مشهد السيلفي هو ذلك الشكل الجديد من الذاتية الهجينة، الذي يزواج بين التجربة الحقيقية والتمثيل والتواجد الافتراضي، وهي الذاتية التي تعيش في توتر بين الموضوع الحقيقي والواقع المعيشي وتجسيده. وبذلك يواجه الفرد شعوراً بعدم القدرة على التخيل والرؤية، والبحث عن تجسيد "الثقافة الإيروسية"

. (إلزا غودار، 2019، ص ص 129-132) وبالنظر إلى الحكومة بالانرجيسية، و أيضًا الرضا عن الذات داخل ثقافة المراقبة التي تحدد هويته ومعنى وجوده في العالم، بمعنى أن الفرد في عالم السيلفي ينطلق من الاستهلاك المباشر المفرط بعرض العديد من المشاهد والصور، وفي هذا الممارسة العرضية والاستهلاكية المباشرة، يخاطر بفقدان نفسه وهويته وخصوصياته ليصبح موضوعا مشهديا يتعلق بصورته ونظرة وجسمه والعيش كمتفرج في دوامة الانتظار وترقب نظرات وأراء الآخرين لتحقيق الاعتراف بوجوده (طه عبد الرحمان، 2017، ص ص 268-274).

وبالتوازي ما تطرقنا إليه، في مسألة تراجع زمن "التأملات الديكارتية"، حلت محل الصورة، وقائع ووضعيات محسوسة مباشرة لا يمكن فصلها عن لحظات التواصل الافتراضي، تحكمها سلطة (الايديولون) (eidolon)، وهي التي تتباعد عن تمثيل مدالولات التجارب الإنسانية الفعلية وسلطة المعرفة الإنسانية والتنظيم والوجود والخطاب العقلاني، (اللوغوس) وحتى الرمزي والمخيالي للمجتمعات، فهي شكل من أشكال الممارسة العاطفية التي توهم بزمن معطيات اللحظة القائمة على حكم الصور العابرة التي تتوالى واحدة تلو الأخرى بأقصى سرعة دون أن تخلق بالضرورة قصة سردية ورمزية هادفة، أو غاية فنية، ودون أن تكون قابلة للتفسير. (إلزا غودار، 2019، ص ص 70-74) امتدت هذه الصورة لتشمل أيضا المجال السياسي الذي توجه تدريجيا لاستغلال الصورة ومنها السيلفي بتجسيد الطابع الهش الشعبي، والثقافة المشهدية المباشرة وإضفاء الطابع المحسوس وحياة الشخصيات والمرشحين وفنائهم الخاص على النقاش السياسي. فكل شيء توجه للفعل المباشر الحسي على الفضاء الرقمي، وهذا يبين أن حقيقة الوجود الفعلي للمشاريع والأفكار السياسية تنطلق من تجسيد الأولوية الممنوحة لصورة المرشح على حساب محتوى البرامج في كل الفضاءات، (Nicole Aubert et Claudine) Haroche, 2011, P 197 مع العمل على إظهار وعرض الذات، من أجل أن يضمن الوجود في عيون أكبر عدد من الناس وال جماهير. وهذا التحول الذي شهدناه في الكثير من الحملات الانتخابية، وفي مجال العمل السياسي، يبرز أيضا الممارسة التي تولى الأهمية لعالم المحسوسات والظهور والعاطفة على حساب الأيديولوجيا والفكرة". أي صورة المترشح تعطى لها الأسبقية والأهمية البالغة على حساب جوهر المعلومات والأفكار والمشاريع والنظرة المستقبلية والنقاش...

وفق هذا، الطرح، ينظر إلى صورة السيلفي كنموذج "الإيدولون" الذي يعبر عن تراجع شعارات الخطاب العقلاني ومختلف الروابط المرجعية للواقع، فقيمة الصورة في ذاتها، ولا تحيل إلى شيء أو فكرة أخرى، أكثر من ذلك، تحد من معقولية العقل الحسي والإنساني وتوهم الأفراد بأشياء لا وجود لها أصلا في الواقع وبالتحديد الأصلي والمرجعي. (محمد شوقي الزين، 2022، ص 167) والذي له تأثير على علاقتنا باللغة والموضوعات الإبيستمولوجية المتداولة التي ترتبط

بواقنا وثقافتنا وقيمنا ووجودنا، وتهتم بمشاكلنا وطريقة تفكيرنا أيضا. وهذا ما دفع بالكثير من الباحثين للحديث عن تفكيك البنيات الإنسانية والمعرفية المتراصة وبروز ممارسات تعبر في مجملها على طغيان الأنانية، القلق الوجودي النرجسية الاجتماعية، مشكلة الرؤية، العزلة الاجتماعية والابتعاد عن الحياة الحقيقية...وبالتالي، فالأمر يتعلق ببروز المنعطف الجديد الذي ساهم في تغيير طريقة الممارسة والتفكير في كل ما يتعلق بعوالم التمثيل والخطاب البصري والثقافة المرئية، حيث انتقلت البشرية إلى مرحلة أخرى قلصت من خلالها المعنى العميق للصور ومنطق رمزيتها، وضيق من المجال المساعد على رؤية العالم بمضمونه ودلالته المرجعية، خاصة مع تكاثر الصورة الزائلة وانتشارها بشكل فيروسي (virale).

خاتمة :

شكلت مسألة مناقشة موضوع الصورة، وتحديد مضامينها وغاياتها في البيئة الرقمية والبحث عن مرتكزات صورة السيلفي بشكل خاص وطبيعة حضورها في التجربة الإنسانية والتاريخية ، أهم محاور هذا المقال العلمي، الذي حاولنا من خلاله الانتقال من سلطة الصورة في خطابات وسائل الإعلام الجماهيرية التي أخذت بدورها حيزا واسعا من الاهتمام، نظرا لهيمنة خطاباتها البصرية لسنوات على الأفراد، والمجتمع، وعلى الرأي العام ، فرضت من خلالها نماذج دعائية وثقافات مرئية بطاقتها الدلالية والاستعراضية التي عززت من ثقافة وإيديولوجيا الاستهلاك المفرط، وقيمة السعادة، والنجومية، وتسليع العالم مع الاهتمام بالقضايا الثانوية للمجتمع على حساب المشاكل الانطولوجية والمعرفية والإنسانية.

توصلنا من خلال القراءات والدراسات النوعية، التي ارتكزنا عليها كمرجعيات أساسية لمعرفة طبيعة سلطة صورة السيلفي، على أن هناك هيمنة ناعمة لسلطة الشاشة الرقمية والوسائط الرقمي، من خلال الاستخدام المفرط، للشفافية، التفاعلية والسرعة، الانية، الفورية، الانفعالية، الاندفاعية أحيانا، وتأثيرها على جوانب كثيرة من حياة الأفراد في المجتمع، علاوة على تجسيد ثقافة الاتصال الدائم والوجودية الرقمية والذات المرئية. وفي ظل هذا التشكيل الجديد للإنسان الفائق والمعزز، تظهر مجموعة من الانشغالات والاهتمامات الفردية خارج سياقات التواصل والدلالة المرجعية. فالمسألة ترتبط بالكشف عن الذات الرقمية التي تريد التحرر من كل القيود والأنظمة الواقعية، وتحديد معايير وجودها من خلال نقل وعرض لحظات من حياة الفرد مع الاهتمام باللحظة الفورية الراهنة التي تخضع في نفس الاطار لإيديولوجيا الاستهلاك الرقمي.

فالشروط المركزية التي استندت إليها دلالة الصورة في الثقافة الجماهيرية، أخذت أشكالاً أخرى وجديدة، وتوجهت نحو الصورة العرضية والمباشرة والهشة التي تقدم رؤية غير واقعية للعالم، و تعلى من شأن المشاركة السريعة والتواصل الفائق، وتقديس الجانب المظهري والمباشر

للذات الإنسانية، علاوة على الاستخدام المفرط للتطبيقات ولعمليات النقر، وهذا على حساب الأحكام الفكرية والآراء المعقولة والنظم المعرفية، والاستعمال الفني والثقافي والجمالي والروحي للصورة.

إلى جانب ذلك، فالكثير من الدراسات بينت أن الأمر لا يتعلق فقط بإعادة بناء الوجود الإنساني، والتعبير عن عوالمه ضمن الموسوعة التي تؤكد على سلطة الصورة التي تستند إلى الفورية والاستعجال في التقاطها وتحسينها ومشاركتها مع الآخرين، والحديث عن المحددات الاتصالية السريعة التي تعير الاهتمام للجانب الحسي المباشر ولحالات الانفعالات والمشاعر والعواطف، خارج الحقائق المرجعية للإنسانية وأبعادها العميقة، لكن أيضا ب بروز سلطة خفية تتحكم فيها المؤسسات العالمية، ومنها الغافام (GAFAM)، وتقدم بدائل في الفضاء الافتراضي بوعود العالمية والحرية والشفافية والفورية، لتجسيد ايديولوجيا الهيمنة والمراقبة والتوجيه.

قائمة المراجع :

1. محمد شوقي الزين، (2022)، الثقافة والصورة، أشكال تأويلية ومهام فكرية، ط1، الجزائر، ابن النديم للنشر والتوزيع .
2. إلزا غودار ، (2019)، ترجمة سعيد بنكراد ، أنا اوسيلفي إذن أنا موجود، تحولات الأنا في العصر الرقمي، ط1، المغرب، المركز الثقافي للكتاب.
3. مارك دوغان وكريستوف لابي، ترجمة سعيد بنكراد، (2020)، الانسان العاري، الديكتاتورية الخفية الرقمية ، ط1، المغرب، المركز الثقافي للكتاب.
4. روبري ريديكير، ترجمة سعيد بنكراد، (2023)، شبكات التواصل الاجتماعي، المركز الثقافي للكتاب ، 2023 الدار البيضاء، المغرب.
5. طه عبد الرحمان، (2017)، دين الحياء، من الفقه الإثتماري إلى الفقه الإثتماني، التحديات الأخلاقية ، ثورة الإعلام ، ط1، بيروت، المؤسسة العربية للفكر والابداع.
6. Régis Debray, (1995), Vie et mort de l'image : Une histoire du regard en Occident, France, Folio Essais.
7. Valérie Charolles, (2013), Philosophie de l'écran : dans le monde de la caverne, France, Fayard.
8. Jean-Claude Soulages, (2007), Les rhétoriques télévisuelles. Le formatage du réel Paris, France, coll. Médias Recherches .De Boeck,
9. Gilles Lipovetsky, Jean Serroy, (2007) ,L'écran global : culture-médias et cinéma à l'âge hypermoderne. Paris, Éd. Le Seuil, Paris, France, coll. La couleur des idées.

10. Sang-Hoon Lee et Yo-Han Kim, (2016), l'expression de soi et les réseaux sociaux, Sociétés, 3 n° 133, Pp49-60.
11. Claude Romano, (2022), L'Identité humaine en dialogue, Paris, Éditions du Seuil, Paris, France, L'ordre philosophique.
12. Ignacio Ramonet, (2015), L'Empire de la surveillance : Suivi de deux entretiens avec Julian Assange et Noam Chomsky, France, Editions Galilée.
13. Bernard E. Harcourt, (2019), La Société d'exposition, Désir et désobéissance à l'ère numérique, Paris, France, Seuil.
14. Justine Le Floc'h, (2020), "Standardisation et différenciation des emplois des emoji sur Facebook : observations à partir d'un exercice pédagogique", Communiquer n 28,, Pp 35-51. Consulté le 25-12-2024
URL: <http://journals.openedition.org/communiquer/5397>; DOI: <https://doi.org/10.4000/communiquer.5397>
15. Gérard Bonnet, (2023) La tyrannie du paraître: Faut-il se montrer pour exister, Paris, France, Eyrolles.
16. Di Foggia, G. (2015). About the Anti-Figurativeness of #selfie. (Location of #selfie). *Networking Knowledge: Journal of the MeCCSA Postgraduate Network*, 8(6). PP 01-18, consulted 10-01-2025.
<https://doi.org/10.31165/.nk.2015.86.400>.
17. Jean-François Amadiou, (2016), La Société du paraître: Les beaux, les jeunes et les autres, Paris, France, Odile Jacob édition.
18. Byung-Chul Han, (2017), La société de ,transparence, France, Presses Universitaires de France, PUF.
19. Chris Hedges, (2009) Titre original: Empire of Illusion. The End of Litteracy and the Triumph of Spectacle, l'Amérique, Nation Books, New York.
20. Marie Bénilde, (20025), On achete les cerveaux, la publicité et les medias, France, Le Seuil.
21. Pierre Bourdieu, (1996), Sur la télévision : suivi de L'emprise du journalisme, France, Liber éditions et Raisons d'agir
22. Macé Eric. (2000), Qu'est-ce qu'une sociologie de la télévision ? Esquisse d'une théorie des rapports sociaux médiatisés. 1. La configuration médiatique de la réalité. In: Réseaux, volume 18, n°104. Consulté le 09-01-2025.
<https://shs.cairn.info/revue-reseaux1-2001-1-page-199?lang=fr>
23. André Vitalis, (2023), "Les dégâts de l'hyperconnexion. Comment le numérique met à mal la démocratie et les libertés", *Terminal* [Online], 137, consulté le 28-02-2025,
URL: <http://journals.openedition.org/terminal/9470>; DOI: <https://doi.org/10.4000/terminal.9470>
24. Stéphane Vial, (2023), L'être et l'écran. Comment le numérique change la perception, Paris, séries, Hors collection, PUF.
25. Nicole Aubert et Claudine Haroche, Les tyrannies de la visibilité. Être visible pour exister ? », Toulouse, France, Erès, 2011.
26. Nathalie Heinrich, (2011), La consommation de la célébrité, L'Année sociologique 2011/1(Vol. 61), Éditions Presses Universitaires de France, Pp 101-123.
27. Jonathan Curiel, (2020), Vite ! - Les nouvelles tyrannies de l'immédiat ou l'urgence de ralentir, Paris, France, Plon