

التكنولوجيا الرقمية ودورها في انتشار ثقافة الصورة

ط.د آل سيد الشيخ فاطمة¹، أ.د لمياء مرتاض نفوسي²

¹ مخبر الدراسات الاتصالية والإعلامية وتحليل الخطاب، جامعة عبد الحميد بن باديس مستغانم

fatima.sidchik.etc@univ-mosta.dz

² جامعة عبد الحميد بن باديس مستغانم

lamia.mortad@univ-mosta.dz

Digital Technology and its role in the spread of Image Culture

Alsidi chikh Fatima 1

Lamia Mortad nefoussi 2

تاريخ النشر: 2022/06/30

تاريخ القبول: 2022/06/18

تاريخ الاستلام: 2022/05/16

ملخص:

أبرزت الثورة الرقمية في الآونة الأخيرة تغييرات جد متسارعة تمثلت في الانفتاح على العالم الافتراضي؛ الذي أعاد بدوره صياغة منظومة العلاقات التفاعلية الاجتماعية، ولعل من أهم هذه العوالم الفضاء السيبراني الأكثر قوة وحركية وفاعلية في المجتمع خاصة لدى فئة الشباب. ساهمت الثورة الرقمية في إنتاج بيئة اتصالية جديدة تعتمد على خطاب الصور الرقمية كلفة تواصل بديل للخطاب المقروء والمسموع. أضحت ثقافة الصورة هاجس لدى مستخدمي هذه الفضاءات. ومفهوم جديد غير بدوره طبيعة التفاعل عبرها، كما تغيرت من خلاله طبيعة استخدام الصورة وكذا قنوات إنتاج وتداول الصورة الرقمية. نعالج من خلال الورقة البحثية أهم استخدامات الصورة الرقمية وما هي أهم مجالاتها، وكذا دور البيئة الرقمية في خلق منحى وآلية جديدة في تلقي وصناعة الصورة وانتشارها.

الكلمات المفتاحية: الصورة، الصورة الرقمية، التكنولوجيا الرقمية. ثقافة الصورة. الاستخدامات.

Abstract:

The digital revolution has recently brought about very rapid changes in opening up to the virtual world, which; in turn, has reshaped the system of social interaction. Perhaps the most important of these worlds is the cyberspace, which is the most powerful, dynamic, and effective in society, especially among the young people. The digital revolution has contributed to the production of a new communication environment that relies on digital image speech as an alternative language of communication to the readable and audible message. The Image culture has become an obsession among users of these spaces, and a new concept that changed the nature of interactivity, as the

nature of using the image and channels of using and circulation of digital image. Through this research paper, we attempt to highlight the most important uses of the digital image and its most important areas, as well as the role of the environment in creating a new direction and mechanism in receiving, creating, and spreading the image.

Keywords: Image, Digital Image, Digital Technology, Image Culture, Uses.

مقدمة :

الإعلام الإلكتروني، الاتصال الرقمي، الوسائط المتعددة، والوسائط المعلوماتية.... جميعها مصطلحات، ارتبطت بتطورات التكنولوجيا الرقمية، التي طرأت على وسائل الاتصال التي ترتبط بدورها بالأقمار الصناعية، والإنترنت والرسمية وما أحرزته من تقنيات تكنولوجيا ورقمية حديثة ومتطورة. تتشكل وتتطور هذه المصطلحات، وفقاً لاستخداماتها، لتُكوّن في نهاية الأمر ما اصطلح عليه تسمية التكنولوجيا الرقمية، وهي امتداد لتطور البنية الأساسية للاتصال والإعلام. تطورت التكنولوجيا الرقمية في المجال الاتصالي المصور، فالصورة سواء كانت فوتوغرافية، سينمائية، أو تلفزيونية محدثةً إنفجاراً هائلاً في المعلومات. متبنية مفاهيم جديدة لم تجد حظاً في المجال التصويري التقليدي. ولقد ساهمت التطورات التكنولوجية الرقمية في دعم الاستخدام الأمثل والأداء والإبداع لجميع أنواع الكاميرات الفوتوغرافية والسينمائية والتلفزيونية بشكل يفوق الوسائل التقليدية في المجال التصويري (عبد الحميد، 2000).

الصورة وسيلة تؤدي مع غيرها من وسائل الإعلام المرئية الأخرى دوراً كاملاً ومهماً في حياة الناس، والصورة تؤثر في معظم المتلقين تأثيراً إيجابياً يفتح عالماً من الاتصال الضمني بين المصور والمشاهد، وذلك هو الجانب المباشر للصور. وهذه سمة كاملة في طبيعة تلك الوسيلة بكل أنواعها الثابتة المتحركة. الصورة كوسيلة من وسائل الاتصال الجماهيري، توصف بأنها من وسائل الاتصال الساخنة فالمتلقي يتلقى الرسالة المصورة في أي زمان وأي مكان (صلاح الدين، 2020، ص2)، وخاصة في البيئة الرقمية التي أصبحت توفر سرعات خارقة للزمن تعد بالثواني في التقاط الصور وإنتاجها وإرسالها عبر المنصات الرقمية ومواقع التواصل الاجتماعي التي يقبل عليها الكثير من المستخدمين في مختلف مناحي الحياة الاجتماعية والمهنية والتعليمية على حد على سواء. تبرز البيئة الرقمية منحة جديدة في تلقي الصور وتداولها وذلك حسب التقنيات الحديثة التي أفرزها التكنولوجيا الرقمية التي باتت ضرورة ملحة في حياة الأفراد ولا يمن الإستغناء عنها بل تعدتها إلى جزئية من الجزئيات الأساسية لمختلف الشرائح وعلى وجه التحديد فئة الشباب الأكثر هوساً وانهماراً بالتقنية والأكثر إقبالاً عليها.

1. تحديد المصطلحات :

1.1 الصورة: Image

في اللغة العربية كلمة صورة تعني هيئة الفعل أو الأمر وصفته، ومن معانيها أيضاً: وتَصَوَّرْتُ الشيء تَوَهَّمْتُ صورته فَتَصَوَّرَ لِي (شاكر، 2005، ص11). وفي تراثنا الإسلامي، ورد في تفسير ابن كثير على لسان مجاهد أن قوله تعالى: ﴿ فِي

أَيِّ صُورَةٍ مَا شَاءَ رَكَّبَكَ ﴿ (الإنفطار: 8) يعني: أي شبه أبٍ أو أمٍ أو خالٍ أو عمٍ..... لكنها عادة ما تعرف اصطلاحاً في التراث المتخصص بأنها شيء أنجز لكي يكون مرئياً، وفي حدود إطار معين، مرتبط غالباً بوسائل الإعلام والاتصال وهذا الشيء قد يكون تمثيلاً مرئياً لشيء طبيعي أو اصطناعي، مادي أو معنوي...عبارة عن رسم، صورة فوتوغرافية، لوحة فنية، إشارة إرشادية، لافتة إخبارية، صورة علمية (فلكية، طبية، إحصائية....). فيقوم صاحبها بعدد من الخيارات لإخراج عمله في أحسن مظهر ممكن، حيث التأطير، زاوية الرؤية، الألوان، النص المرفق....وهي من العناصر التشكيلية التي تستهدفها أي شبكة تحليلية (دليو، 2019، ص22).

تمتد كلمة صورة Image بجذورها إلى الكلمة اليونانية القديمة أيقونة "Icon" ، والتي تشير إلى التشابه والمحاكاة، وقد ترجمت إلى Imago وفي اللاتينية و Image في الانجليزية. فمصطلح الصورة مشتق من كلمة لاتينية تعني المحاكاة، ومعظم الاستخدامات القديمة والحديثة لهذا المصطلح تدور حول المعنى نفسه، ومن ثم توجد معانٍ متقاربة وربما مترادفة مع هذا المعنى مثل: التشابه، النسخ، إعادة الإنتاج، الصورة الأخرى ... (شاكر، 2005، ص9، 10)، الصورة في الأصل اللغوي " نسخة " عن شيء أو " تقليد " له.

2.1 التكنولوجيا الرقمية: Digital Technology

كلمة تكنولوجيا هي في الأصل كلمة يونانية (إغريقية)، وهي تتكون من مقطعين: المقطع الأول Techno : ويعني حرفة أو مهارة أو فن. أما المقطع الثاني : لوجي Logy فيعني علم أو دراسة. ومن هنا فإن كلمة تكنولوجيا تعني علم الأداء أو علم التطبيق، ولقد أورد الكثير من العلماء تعريفات عديدة لكلمة التكنولوجيا: عليّة شاملة تقم بتطبيق العلوم والمعارف بشكل منتظم في ميادين عدة ومختلفة، وذلك من أجل تحقيق أغراض ذات قيمة علمية للمجتمع. أيضاً من تعريفات التكنولوجيا بأنها الاستخدام الأمثل للمعرفة العلمية وتطبيقاتها وتطويعها لخدمة ومصالحة الإنسان ورفاهيته. ولكلمة تكنولوجيا Technology ثلاث معاني هي :

- 1 - التكنولوجيا كعمليات (Processes) وفي هذه الحالة تعني التطبيق المنظم للمعرفة العلمي
- 2 - التكنولوجيا كنواتج (Products) وفي هذه الحالة تعني الأدوات، والأجهزة والمواد الناتجة عن تطبيق المعرفة العلمية
- 3 - التكنولوجيا كعمليات ونواتج Products and Processes وهي في هذه الحالة تشير إلى العمليات ونواتجها معاً. مثل تقنيات الحاسوب التعليمي وما يقدمه من برامج علمية منظمة وهادفة.

التكنولوجيا الرقمية هي التكنولوجيا التي بموجبها إعادة تقديم الإشارات التماثلية (Analog Signals) في شكل إشارات رقمية (Digital Signals) ، ولقد كانت بدايات استخدام التكنولوجيا الرقمية في مجال الحاسبات الآلية، ثم تطورت ليستفيد من مزاياها في جميع أنواع الاتصال. ويتم التعبير بموجبها عن المعلومات في شكل سلسلة من الإشارات. وتتخذ كل الصور والرسوم والأشكال والأصوات والحروف رموزاً تتكون من الرقمين (الصفر- والواحد). (صالح الدين، 2020، ص55، 17)

3.1 الصورة الرقمية: Digital Image

هي الصورة التي تم التقاطها باستعمال كاميرا رقمية مباشرة لتنسب إليها، أو تداولها عن طريق دعامة رقمية إلكترونية، إما عن طريق الماسح الضوئي لإدخالها في الحاسب الآلي، أو ما يتم رسمه وتشكيله بالبرامج الراسمة في الحاسوب إضافة إلى ما يلتقطه البعض بالهواتف الذكية ليتم استخدامها في ما بعد في مجالات عدة حسب طبيعة الصورة ومحتواها، خاصة ونحن في عصر تكنولوجيا الإعلام والاتصال الحديثة (شاكر، 2005، ص15) هي بيانات رقمية ذات صيغة محددة وهذه البيانات تمثل معلومات عن الصورة فضلاً عن القيم اللونية للنقاط المكونة للصورة. يتم تمثيل الصورة الرقمية في الحاسوب كمصفوفة ثنائية الأبعاد (**Dimensionalary**) من القيم الرقمية التي تمثل كل منها شدة الإضاءة لوحدة صورية (Pixel) ، هذه القيم يستخدمها ماسح الصورة Raster لعرض اللون على الشاشة في الموقع الذي تمثله كل قيمة من هذه القيم. أن عملية الوصول الى هذه الوحدات الضوئية من قبل الماسح تعتمد على التقنية التي تم بموجبها تمثيل هذه الوحدات، وهذا بدوره يعتمد على عدد الخلايا الثنائية المستخدمة لتمثيل كل وحدة. (ياسين، 2007).

يرمز للصورة الرقمية بمصفوفة ثنائية الأبعاد $f(x,y)$ ، وغالباً ما تتكون من قطع مربعة صغير تدعى عناصر (نقاط الصورة) (Pixels) ، مواقع هذه العناصر في المصفوفة تناظر نقاط الصورة الأصلية المتمثلة بالإحداثيات الفضائية (x,y) (في حين قيم تلك العناصر تتناسب مع قيمة الشدة الضوئية عند تلك النقاط، ويمكن تمثيل الصورة الرقمية عند تلك النقاط، وتمثل الصورة أحادية اللون **Monochromatic** بدالة واحدة (1bits/ 1pixe) (بعد واحد)، تحتوي على معلومات اللمعان **Brightness** فقط، وتعرف بأنها دالة لشدة الضوء الواصل الى المتحسس (المنظومة البصرية) أما الصور ذات التدرج في الشدة **Lightness in Sale Image** ففي هذا النوع من الصور إشارة إلى أحادية اللون **Unicolor** وتتضمن معلومات الإضاءة أو السطوع، أي تحتوي على تدرجات لونية، وقيمة كل عنصر في الصورة تحدد التدرج (Compbell, 1996).

يعرفها فرجون كإطار للاتصال والتعليم على أنها: " وسيلة نقل الرسالة إلى التلقي بأقل قدر من التحريف أو الخطأ، ويتوقف أثرها على مضمونها من جهة وعلى مستقبل الرسالة وقدرته على استيعاب مغزاها وفهم أبعادها، والقدرة على فك رموزها بدقة من جهة أخرى" (فرجون، 2004).

4.1 ثقافة الصورة: Image Cultur

يعنى مصطلح ثقافة الصورة بالرصد الرؤى المختلفة المحيطة بالصور ودلالاتها ومعانيها وتأثيراتها، وكيفية النظر إليها كرمز وكوسيلة وكناقلة للمعرفة. وقد حدثت تغيرات جوهرية في ثقافة الصورة والتعامل معها، وكذا في النظر إليها، ويرجع هذا إلى التطور التكنولوجي، إذ بدأت ثقافة الصورة تتشكل بطبيعة الفترة الزمنية، وأصبحت تتضمن مجموعة محددات من الموضوعات والأنشطة وبنى الاستهلاك والإنتاج للتمثيلات المعرفية (الرمزية) التي تدور حولها حتى أن البعض يقارن ما يحدث من تحولات جذرية في ثقافة الصورة الآن وخاصة الصور الرقمية باكتشاف الكتابة وميلاد فن التصوير الزيتي، واختراع التصوير الفوتوغرافي؛ فالصور الرقمية تعد بمثابة ميلاد لأداة جديدة في المعرفة. (شاكر، 2005، ص42).

الاهتمام بالصورة ليس وليد اليوم، فمنذ القديم حازت على عقل الإنسان ليضمّنها أفكاره وكل ما تعكسه من أحاسيسه وهواجسه من تعابير؛ وهذا ما شهدت عليه الذاكرة الإنسانية التي حفظت لنا عدد كبير من الصور والمنحوتات والرسومات التي وجدت على جدران الكهوف . وبتطور العلم والفكر ازدياد الحاجة صارت تمثل الواقع مباشرة وحملت بالدلالات والمعاني مما سمح لها الحفاظ على وظيفتها ومكانتها عبر العصور. بعد الثورة التقنية واختراع الصور الفوتوغرافية، أضحت تحتل مساحة كبيرة في الحياة البشرية على اعتبار أنها وسيلة فعالة في تحقيق الفعل التواصل. عمل التطور التكنولوجي على تنوع وجودها في قوالب وأنواع وأشكال حديثة ومتنوعة، مما أتاح لها أن تحتل مرتبة عالية بين مختلف الخطابات.

فالصورة اليوم تحيط بالإنسان المعاصر من كل جهة وفي كل لحظة، هذا ما يوضح ازدياد الاهتمام بالفنون والخطابات البصرية، فقد تضاعفت في السنوات الأخيرة سيطرتها على مجمل عوالم الحياة، لكونها تعتمد على الإدراك البصري المباشر وقدرتها على التأثير تتجاوز ما يمكن أن تحدّثه اللغة من تأثير.

نعيش اليوم ما يسمى بثورة الصورة؛ بفعل انتشارها بما توفره التكنولوجيا من آلات وفضاءات جعلتها داخل مرحلة تتسم بتحررها إلى حد ما من التصور، فلأسباب تقنية أصبحت قدرتنا على إنتاج وتلقي الصور تفوق بمراحل هائلة قدرتنا على إنتاج الصور، حيث لعبت الأنواع الحديثة للصور الناتجة عن الكاميرا الرقمية والأقمار الصناعية والأجهزة الحاسوبية والتليفزيونية والانترنت ومجمل فنون الإعلان والإعلام دورا كبيرا ومؤثرا في صناعة الوعي الفكر والثقافي. (بكاوي، 2020، ص 96، 97). إن ثقافة الصورة هي سمة هذا العصر، وهي ثقافة تتوسل لغة جديدة وأبجدية جديدة هما لغة الصورة وأبجدية الحواس... وهي لغة تقدمها كبريات الشركات الإعلامية الخاصة، والتي حولت الثقافة إلى مشروع ربحي أساسا (حجازي، 1998).

1.5 الاستخدامات: Uses

مفهوم الاستخدام قد تجاوز المفهوم القديم الاستعمال الذي يتوقف عند حدود المشاهدة، القراءة، الاستمتاع، بل يتعداه إلى المشاركة والتفاعل والتداول. وقد ارتبط ظهور هذا المصطلح بانتشار وسائل الإعلام والتكنولوجيات الحديثة في المجتمعات الأمريكية والأوروبية، ويحدد Broulx Serge تاريخ ظهور المصطلح من كرف التيار الوظيفي الأمريكي ونظرية الاستخدامات والإشباع ما بين "1960-1970" من خلال طرح قضية الجمهور الفعّال الذي أعيد له الاعتبار وقلب إشكالية الدراسة من ماذا تفعل وسائل الإعلام بالجمهور إلى ماذا يفعل الجمهور بوسائل الإعلام (Broulx, 2005). يعتبر الاستخدام الاجتماعي والاقتصادي لوسائل الاتصال حقلاً معرفياً قائماً بذاته، له أسس منهجية ومعرفية تبحث عن العلاقات السببية بين المستخدم والمستخدم ومن بينها الاستعمال، ويشير إلى الجانب التقني في العملية بمعزل عن بقية المتغيرات أكانت اجتماعية أو اقتصادية. (Josione, 2009)

2. مميزات الصور الرقمية:

تعتمد جودة الصورة الرقمية على عدد البيكسيالات المكونة لها فكلما ازداد عدد البيكسيالات كلما حصلنا على نوعية أفضل.

- 1- توفير التكاليف على المدى البعيد.
 - 2- لا تستخدم المواد الكيميائية السامة في التصوير الرقمي، والتي تنتهي غالباً بسكبها في جداول المياه.
 - 3- عدم فقدان جودتها أثناء النسخ أو نقل البيانات.
 - 4- إمكانية الطباعة أو النشر على الويب بمنتهى السهولة.
 - 5- إمكانية تصفح الصور والاستمتاع بها بمجرد التقاطها بالكاميرا الرقمية.
 - 6- إمكانية استخدام برامج معالجة الصور والرسومات مثل برنامج الفوتوشوب Adobe Photoshop لعمل تعديلات وتأثيرات على الصور.
 - 7- الصور الرقمية أكثر بقاءً مقارنة بالصور الفوتوغرافية التقليدية التي تتعرض للتلف بمرور الوقت.
 - 8- تحسين أساليب الاسترجاع والعرض والبحث والفهرسة وإعداد قوائم البيانات المكتبية لمجموعات الصور، وذلك باستخدام الحاسوب. (أكرم و عبد الله، 2012)
3. أهمية الصورة الرقمية :

من المميزات التي تحملها الصورة الرقمية جعلت من اتجاهات المستخدمين للصور الفوتوغرافية أن يلجئوا للتقنية الرقمية في التصوير، فنلاحظ أن هناك نمو مستمر لأسواق التصوير التي تقود المستخدمين للتصوير، حيث تقودوهم إلى كل ما هو مختصر ومفيد ورخيص، أي أن هناك اختصار في التكاليف والجهد والوقت، والتصوير الفوتوغرافي نرى أنه تزايد إلى حدود بالغة جداً في السنوات الأخيرة كونه أصبح ظاهرة عصرية تحمل المزيد من الخواص الإيجابية والخواص المزاجية والتي هي كثيراً والتي تقود الإنسان إلى التوجه والانحياز نحو سلوك معين، فتزايد الصور المنتجة من عام لآخر يواكبه عادةً نمو مستمر في حاجات المعدات والآليات في التصوير، كل هذه الأسباب جعلت من التقنيات الرقمية منتشرة ومستخدمة، إن كل تقدم تحرزه التقنية الرقمية يعود بالنفع المباشر وإلى حد كبير، وتساهم بشكل كبي من خلال مشاركتها في صناعة الصور وإنتاج أجهزة التصوير في نظم التقاط الصور التلقائي والتحكم ونقل الصور، بفضل التقنية الرقمية يمكن زيادة نقاء الصورة والارتقاء بمستوى الخدمات التي تقدمها المختبرات. (بوعديلية، 2016).

4. مزايا التصوير الرقمي:

التصوير الرقمي (Digital photography)، هو شكل من أشكال التصوير الضوئي التي تستخدم الطريقة الرقمية لمعالجة الصور دون المعالجة الكيميائية. والصور الرقمية يمكن معالجتها وتخزينها، كما يمكن طباعتها. ويعتبر التصوير الرقمي من أسهل بكثير من ناحية التنفيذ من التصوير الفيلمي، وأقل تكلفة بالإضافة إلى أنه لا يحتاج لمصور محترف، كما في التصوير الفيلمي، هذا ما يوضح أن التصوير الرقمي يتميز بخصائص عدة نذكرها كالاتي:

- 1.4 السرعة: ولعل هذا هو أهم عامل في مزايا التصوير الرقمي، إذ أن نجاح معظم الأعمال في هذا العصر قائم على سرعة الانجاز. فبواسطة التصوير الرقمي يمكن التقاط الصور وتخزينها على جهاز الحاسوب؛ في أقل من دقيقة، كما يمكن طباعتها بنفس الجودة التصويرية والطباعة التقليدية، في دقائق معدودة لا تتعدى أصابع اليد الواحدة. كما يمكن نشرها على الانترنت أو إرسالها عبر البريد الإلكتروني.

4. 2 قلة التكلفة: إن تكلفة شراء كاميرا التصوير الرقمية أقل بكثير من تكلفة كاميرا التصوير الرقمي التقليدية (الفيلمية)، التي تبدأ تكاليفها في الاستمرار والتصاعد من شراء الأفلام، والإظهار والطباعة، مع ازدياد الوضع سوء عند فساد بعض الصور، إذا تعرض الفيلم للضوء أو أثناء عملية الإظهار والطباعة جراء التلف المواد الكيميائية بتعرضها لدرجة حرارة عالية. أما الكاميرا الرقمية فيمكنك مسح الصورة بضغط زر، كما يمكنك استخدام ذاكرة تخزين الصور لمئات المرات دون مشاكل تذكر. علماً أنّ أسعار هذه الذواكر منخفضة وفي متناول اليد. وعندما لا تعجبك بعض الصور أو أي صورة فبضغط واحدة على الزر يمكن مسح صورة أو كل الصور التي بالذاكرة فتصبح خالية. كما يمكنك شاشتها الكريستالية من مشاهدة الصورة قبل وأثناء وبعد التقاطها مباشرة.

4. 3 تعدد الخيارات: سواء قبل التقاط الصورة أو بعدها فقبل الالتقاط يمكنك رؤية الصورة النهائية، بحيث يمكنك تعديل التعريض أو تطبيق التأثيرات التي ترغب فيها، كالتصوير بالأبيض والأسود، كما يمكنك تطبيق بعض التأثيرات والمؤثرات عليها بعد التصوير، أو حذفها إذا رغبت، أما بعد نقلها وتحويلها إلى جهاز الحاسوب، فتبدأ الخيارات ولا تنتهي.

4. 4 التطور المستمر: إذا كان على مستوى تصنيع الكاميرات الرقمية وتوابعها، مثل تقنيات حساسات الضوء والتقنيات المتعددة الأخرى إضافة إلى تدني أسعار الكاميرات الرقمية.

4. 5 سهولة الاستخدام: وهي من الأمور المهمة والجوانب الفعالة خاصة بالنسبة للمبتدئين والهواة والمستخدمين العاديين، حيث تقوم معظم كاميرات التصوير الرقمي بالضبط أوتوماتيكياً لكل الاحتياجات من ضبط بؤري، فتحة العدسة، سرعة الغلق..... الخ وذلك من أجل التقاط صور جيدة المستوى.

4. 6 الحفاظ على البيئة: وذلك أن- أي الكاميرا الرقمية- لا تحتاج إلى مواد كيميائية مضرّة بالبيئة، كما هو الحال بالنسبة للتصوير الفيلمي التقليدي، من صناعة الفيلم نفسه أو عملية الطباعة والتحميض، بالإضافة إلى العديد من المزايا التي تجعل من التصوير الرقمي خياراً استراتيجياً. (صلاح الدين، 2020، ص 44، 43)

5. انتشار الصورة في البيئات الرقمية:

تلعب الصورة دوراً مهماً في الإعلام الجديد، وخاصة في البيئة الرقمية أكثر مما كانت تلعبه قديماً، لأنه أصلاً إعلام وسائط متعددة. وقد جعل انفتاح الأفق الإعلامي وتطور التكنولوجيا وسهولة إنتاج وتوزيع الصور قوة كبيرة في التأثير على الرأي العام. وبزيادة استخدام الإنترنت والبريد الإلكتروني وانتشار الكاميرات الرقمية ورخص أسعارها وانتشار الكمبيوتر نفسه حدث توسع هائل وغير مسبوق في انتشار الصورة والتصوير الرقمي. ومع تطور جودة إنتاج الصور الرقمية والسرعة التي تحققها الكاميرات الرقمية تحول المصورون المحترفون إلى الكاميرات الرقمية كما تحولت الصحف نفسها إلى ذا النوع من الصور، كما تحول الهواة إلى مصورين محترفين وهم يرسلون صوراً بالملايين كل يوم عبر البريد الإلكتروني أو ينشرونها عبر مواقع الإنترنت فتوسعت تطبيقات نشر الصور أكثر مما عهدنا سابقاً (عباس، 2008، ص 2). وتعدى ذلك إلى الاستخدام اليومي المكثف في مختلف مناحي الحياة اليومية للأفراد، حيث أصبحت الصورة تستخدم على أساس لغة تخاطب واختصار للأحداث وبث مباشر لحيثيات وخصوصيات الأفراد، على وجه التحديد فئة الشباب الأكثر

تأثيراً وتأثراً بالبيئة الرقمية الجديدة من التقاط الصور وإنتاجها وتداولها عبر منصات وشبكات التواصل الاجتماعي، وصفحات الويب لمختلف الأغراض منها تعليمية وتدوينية وتسويقية، تغيرت فيها أساسيات التلقي من استقبال الصور باختلاف أنواعها إلى التأثير في محتوى صناعة الصور وتحديد أغراضها في بيئات رقمية جديدة فرضت نوعاً جديداً من الاستخدامات اتسع بأوسع مجالات الاستخدام أصبح فيه حامل التكنولوجيا المرسل والمتلقي في آن واحد حسب تطبيقات الميديا الجديدة نحصرها في ثلاث تطبيقات أساسية وهي: شبكة الويب، الوسائط المتعددة، والهواتف والأجهزة المحمولة.

1.5 الصورة في الوسائط المتعددة:

يتم نشر الصور في الوسائط المتعددة إما في شبكة الانترنت Online أو خارج الشبكة Offline لعرضها على شاشة الكمبيوتر، أو أية شاشة أخرى. والصور تلعب دوراً أساسياً في الحالتين، فتكون جزءاً من مادة صغيرة للوسائط المتعددة ضمن محتويات الموقع **Photo side show**، أو يكون الموقع مبنياً بالكامل بصور خاصة تعبر عن موضوع الموقع. تستخدم الصور في سياق عروض الوسائط المتعددة في الموضوعات المبنية بنظام الواقع الافتراضي **Virtual reality** داخل الشبكة أو خارجها وهي تخدم أغراضها مختلفة مثل التشبيه أو التعليم أو ألعاب الفيديو، بعضها يتم تكونه ببرامج خاصة وبعضها الآخر يستخدم نظم المعالجة ثلاثية الأبعاد التي تعطي الإيحاء بعمق الصورة وحركتها.

2.5 الصورة في شبكة الويب:

الصورة في شبكة الويب تمثل ركناً أساسياً في بنية الشبكة كمعلومة علمية وإعلامية وإعلانية وتعليمية في حد ذاتها، كما تمثل إضافة جمالية وكعنصر بنائي للموقع كخلفية، أو كأزرار توضح أبواب الموقع، أو كأداة للتصفح صورة ظرفية **Thumbnail** للمساعدة في نقل زائر الموقع إلى صفحة أخرى تحمل نفس الصورة. ويتم تحميل صفحات الويب بواسطة رمز خاص في لغة ترميز النص التشعبي HTML هو `` اختصار لـ `Image` وهو لا يكفي لإدراج صورة في الموقع إذ يجب تحدد الصورة المطلوبة وفي هذه الحالة يضاف الرمز خاصة له `<scr>` لتحديد موقع واسم الصورة وهكذا تضاف عدد من الخواص تتيح وضع أبعاد قياسات الصور وموقعها في الصفحة وتأطيرها بألوان مختلفة واستخدامها كخلفية للموقع أو تحريكها. (بن بليمور، 2004)

نشأت حول صور الويب الكثير من الأدوات والخدمات والمواقع بل برمجيات الحفظ والتوزيع، فموقع فلكر (دفيد، 2000). أصبح بمثابة ألبوم عالمي لتبادل الصور بين الناس وخلق نوعاً من المجتمع العالمي الذي لا تحده حدود يسهم في مناسبات مختلفة في نقل صور الهواة إلى أفاق بعيدة للدرجة التي استخدمت فيها آلاف الصور كمواد إعلامية لأحداث كبيرة (عباس، 2008، ص3). على سبيل المثال جائحة كورونا والهلع الذي سببه انتشار الفيروس وطرق الوقاية منه مؤخراً أصبحت أغلب المنصات أو بالأحرى كلها تتداول صور تترجم واقع المجتمعات وحالات الإصابة متابعة يومية لأرقام المصابين، والإرشادات الصحية والوقائية، فطريقة أخذ الصور ومعالجتها وسرعة توزيعها على عدد هائل من مستخدمي الويب يعكس جوهرية الصورة عبر المنصات الإلكترونية وطرق استخدامها، إذ يعكس التطور التكنولوجي

عبر شبكة الانترنت استخدامات جديدة للصورة عبر الويب تفوق عدد المستخدمين ويطرق أكثر تطوراً من ذي قبل وسرعات فائقة.

3.5 الصورة في الهواتف المحمولة والذكية:

إن كاميرا الهاتف هي واحدة من تطبيقات الإعلام الجوال الذي بدأ يتطور سريعاً، وعلى الرغم من صغر الصورة التي تلتقطها هذه الكاميرات، ملايين الصور تلتقط كل يوم وترسل كذلك بالملايين بين الناس في جميع أنحاء العالم، وبعضها يوثق لأحداث هامة، ما يمثل انعكاساً لنظام الإعلام الجديد، فهي صور يتم التقاطها بوسيلة سهلة الاستعمال ولا تتطلب أي مهارة تصويرية، ومع أنها جاءت بمشكلات لا قبل لها ولا حد لها من اختراق للخصوصية، وتجاوزها للملكية الفكرية، إلا أنها تعد من التكنولوجيات التي حولت الإعلام إلى أيدي الجميع، وخلقت صحافة المواطن، وتداخلت معها تكنولوجيات متطورة في إرسال الصور (عباس، 2008، ص 4، 5)، خاصة عبر التطبيقات الحديثة للميديا ومواقع التواصل الاجتماعي التي تعتمد بالأساس على الصورة كلغة تواصل ومخاطبة عبرها ما يجعل مسألة التحكم فيها صعب .

4.5 الصورة في التلفزيون الرقمي:

تم تقديم التقنية في التسعينيات من القرن الماضي وهي طريقة تعتمد وهي طريقة تعتمد على البث الرقمي الأرضي ترقم فيها الإشارات الحاملة للصورة والصوت، وتنسق في تدفق واحد، قبل أن يتم ترقيمها وبثها للمشاهد عبر الذبذبات، ويمكن للنظام الرقمي المرمز من إرسال أكثر من محطة على تردد واحد نحو الهوائيات الخارجية الموجودة. يستخدم لتلفزيون الرقمي البيانات المعالجة رقمياً مما يتطلب فك شفرتها بواسطة نظام الاستقبال (Decoding) في جهاز التلفزيون (عباس، 2008، ص 246).

تشمل الصورة التلفزيونية الرقمية بطبيعتها على كم هائل من الأرقام والبيانات والمعلومات، وهو ما يمثل مشكلة حقيقية سواء أثناء عمليات الإرسال أو التسجيل، ولهذا ظهرت عدة طرق لإحداث ضغط "Compression" في معلومات تلك الصورة. وضغط الصورة التلفزيونية الرقمية- والذي يشار إليه في بعض الأحيان بمصطلح " Vedio Encodoing " أي التخلص من المعلومات الزائدة عن الحاجة لتقليل حجم الإشارة التلفزيونية الرقمية مما يوفر سهولة في التخزين والإرسال (يسري، 2011، ص 45).

يعتبر التلفزيون الرقمي أحد نتائج التقارب بين التلفزة من جهة والكمبيوتر والانترنت من الجهة الثانية. حيث يمتلك بعض قدرات الكمبيوتر مثل التعامل مع النصوص والتفاعلية وتخزين المواد المرئية المسموعة والمرئية. يوفر التلفزيون الرقمي فائق التفاصيل HD TV للمستخدم خيارات كثيرة ومتعددة والقنوات التلفزيونية منها خدمات الوسائط المتعددة وتصفح الأنترنت وعرض مقاطع الفيديو من وعلى الشبكة العنكبوتية وتصفح البريد الإلكتروني وعرض البيانات والصور التوضيحية، وتشغيل الأسطوانات المدمجة للصوت والصورة. كما تتيح للقنوات التلفزيونية عرض دليل برامجها الإلكترونية والتوسيع في تقديم خدماتها مثل المشاهدة بالطلب وتوجيه الإعلانات إلى فئات ومناطق جغرافية واسعة النطاق (أبو النجا، ص 337)، وهذا ما يعكس نسبة تلقي الصور بنسب عالية كونها محور المشاهدة في مختلف البرامج التلفزيونية، ويظهر مستوى التدفق الرقمي للصور عبر التلفزيون الرقمي بشكل غير مسبوق ساعدت في

تطوره التكنولوجيات الرقمية الحديثة غيرت معنى تلقي ومشاهدة الصور عبر التلفزيون الرقمي إلى نسب عالية عكس المشاهدة على التلفزيون التقليدية .

6. ثقافة الصورة في العصر الرقمي :

نشأت ثقافة الصورة الإلكترونية على تقنيات غاية السرعة واختراق المكان بعيداً عن أية محلية أو جغرافية متفردة، وهي ثقافة يرجح مصطفى حجازي أنّها ستكون " المرجعية الثقافية الأساسية للأجيال الطالعة". على أنّ المعنى في ثقافة الصورة الإلكترونية إنّما يشير إلى هيمنة الإلكتروني كوسيلة ثقافية في نقل المعلومة وإيصالها، وهي وسيلة أخذت تحتاج الوسائل المتاحة من التلفاز إلى الإذاعة، إلى الحاسوب والانترنت إلى لعب الأطفال والاتصال الهاتفي فضلاً عن استخدامها في مواضع كثيرة من حياتنا المعاصرة، وهي لا تبدو بمكان ولا زمان.

أدى التطور الرقمي إلى تحولات جذرية في " ثقافة الصورة "، من بينها أن الصور أصبحت تحيط بالبشر في كل مكان، وخاصة عبر وسائل الإعلام، وقد أصبح من المؤكد أنّ التراكم الناتج عن الاستخدام المكثف للصور سوف يترك تأثيراتها على الذاكرة الثقافية المتعلقة بالأحداث التي يتم تناولها للصور، وعلى قبول البشر بما يرونه، وفي ظل هذه التحولات اتضح أنّ التكنولوجيا القديمة (الكيميائية والبصرية) هي تكنولوجيا محدودة وارتجالية، في حين تحمل التكنولوجيا الإلكترونية الجديدة حقبة جديدة من المرونة في خلق الصور، من التكوين البصري الجديد، وأن التصوير الرقمي يطور الأفكار التي قام بها التصوير الفوتوغرافي، لم يعد هناك صور أصل وإنما صور ذات أصول متعددة. ولم تعد الصور تقوم على أساس المماثلة والمشابهة، بل على أساس التركيب والتهجين، بهذا زادت نسبة المنافذ التي تطل من خلالها الصور على البشر، كسرت الوسائط التكنولوجية العوائق التقليدية التي كانت تحول بين الصور وانتشارها السريع (البخيت، 2013).

أخذت ثقافة الصورة تتأثر بالوسائطية التي تجد الأثير مجالها الأرحب، وأصبح الأثير المجال المحبذ لما هو مرئي، وشيئاً فشيئاً استحالت ثقافة الصورة إلى ثقافة إلكترونية أثرية أو افتراضية، والأثيري أو الافتراضي هو وصف لمفردات ومعطيات العالم السيبراني وإحداثه، من الصور والرسائل والأرقام والنصوص، وسواها من السلع الإلكترونية ذات الطبيعة الضوئية السائلة التي تنقل وتثبت بسرعة الضوء من نقطة إلى نقطة إلى أخرى على الأرض وفي الفضاء، بهذه المفردات والمعطيات تعد ثقافة الصورة الأثير سلطة جديدة تهمين على المتلقي، ولا فكاك منها فهي الضرورة في نسيج المعرفة المعاصرة (رسول، 2002).

نعيش اليوم ما يسمى بثورة الصورة؛ بفعل انتشارها بما توفره التكنولوجيا من آلات وفضاءات جعلتها داخل مرحلة تتسم بتحررها إلى حد ما من التصور، فلأسباب تقنية أصبحت قدرتنا على إنتاج وتلقي الصور تفوق بمراحل هائلة قدرتنا على إنتاج الصور، حيث لعبت الأنواع الحديثة للصور الناتجة عن الكاميرا الرقمية والأقمار الصناعية والأجهزة الحاسوبية والتلفزيونية والانترنت ومجمل فنون الإعلان والإعلام دوراً كبيراً ومؤثراً في صناعة الوعي الفكري والثقافي. يمكن القول أن الشاشة والسينما والصحافة وشبكات التواصل الاجتماعي وغيرها من مظهرات الصورة قد عوضت صحافة الآداب والقراءة ومجمل الكتب بتنوع مواضيعها حيث انتقلنا من المقروء إلى المرئي Du lisible au visible.

واختفى نوعا ما المقروء واستبدل بالخطاب البصري، استبدل بالسينما والتلفزة وصفحات التواصل الاجتماعي وغيرها. وعليه نرى أنّ الصور الفتوغرافية والسينمائية والتلفزيونية خطابات قابلة لإعادة الإنتاج بدرجات كبيرة. وهذا ما جعل دورها في المجتمع يتغير على نحو جذري. ذلك وأن الصور المتحركة أصبحت تتوفر على قوى (مميزات ووظائف) تجعلها تسيطر على المتلقي الذي صار ساكناً في مكانه ينتظر قدوم الصور الجذابة والمُغرية معتقداً أنّه يستمتع "فهي تذهل لأنّها تمد برؤية شيء آخر وبشكل آخر"، فتنحدر الكثير من الوسائل التي نستخدمها في حياتنا اليومية إلى التكنولوجيا الرقمية كالتلفزيون الراديو والهاتف وكاميرات التصوير ومشغلات ملفات الموسيقى وأجهزة المطبخ وغيرها من الأدوات المنزلية والمكتبية ووسائل المواصلات والتسلية، إلى قوى مهيمنة ومتحركة، يحدث بين الكثير منها حالة اندماج هائلة غير مسبوق (بكاي، 2020، ص96، ص97). من الإفرازات الناتجة عن عصر وثقافة الصورة، بروز ظاهرة ديمقراطية التكنولوجيا، والتي تعني أنه مع تزايد التقنيات التكنولوجية وتراجع أسعارها وسهولة استخدامها وتحسن جودة منتجاتها، تزايد عدد المساهمين في إنتاج الصور، كما تزايد عدد المنتفعين بها، كما زادت الاستخدامات والتطبيقات الشعبية والجماهيرية لفنون الصورة في مجالات متنوعة. بحيث لم تصبح صناعة إنتاج الصور حكراً على فئة معينة أو تخصص معين، فكل من لديه كاميرا رقمية وجهاز كمبيوتر أصبح بمقدوره إنتاج الصور (بخيت، 2013).

7. الصورة لغة العصر:

لقد سعي عصرنا هذا بعصر الصورة بحكم أنّها تحتل موقع متميز بين وسائل الاتصال. بل أكثر من هذا، فأصبح عصرنا يوصف بحضارة الصورة تستمد تأثيرها من الصحافة المقروءة بفضل عناصرها وبوصفها علامة مباشرة تنقل معلومات وأخباراً وتوثق أحداثاً ومواقف إلى قطاعات عريضة من القراء. وبالتوازي، فإنّ التقدم التكنولوجي المذهل الذي يعرفه العالم اليوم في ترويج الصحافة المصورة عزّز من إمكانية وقدرة تخطي الصورة حدود الزمان والمكان. فالصورة أصبحت لغة خطاب تتميز بخصائص وصفات محدّدة رسمت لها أهمية مميزة، تحتل في المطبوعات مكاناً أساسياً في توضيح الأفكار والمعلومات وذلك بتوصيلها للقارئ. أصبحت مواد أساسية من مواد الصحيفة الحديثة، ولم تعد عنصراً جمالياً فقط بل أصبح عنصراً إعلامياً وظيفياً، تحولت فيه إلى التعبير عن الأفكار، الآراء، المواقف، الأخبار والأحداث، وهي كذلك من أكبر أدوات الإرشاء والتوجيه.

تناول ريجيس دوبري (Regis Debray) الصورة على أنها: " ليست سابقة على الممارسات الانسانية بل أنّها في الممارسة جزء منها مرتبطة لخطاب انساني يجنح إلى منح الظواهر الطبيعية أبعاد دلالية لا تتجاوز الأبعاد المادية الوظيفية (بن كراد، 2005)، ووصفها بأنّها مجموعة الدلالات " تمارس الفعل وتحث على رد الفعل ". فالصور شيء يقبل التعرف، ولا يقبل الإنكار، والنظر إلى الصور لا يعني التلقي الآلي، وإنّما ترتيب المرئي وتنظيم التجربة من خلال الأنساق الثقافية الإنسانية والثقافية، لكل مجتمع ثقافة بصرية، وكل ثقافة بصرية " ليست معزولة عن الثورات التقنية لتي تغير في كل عصر شكل ومضامين وكمية الصور التي يستحوذ عليها كل المجتمع. إن العصر الذي نعيش فيه يسير بسرعة نحو تشكيل حضارة الصورة مما يجعلنا نتحدث عن إنسان الصورة بالمعنى الاستهلاكي للكلمة، وعن كوكب الصورة أي مكان يعني بإنتاج الصورة واستهلاك الصورة (الفاتحي، 2009).

لقد باتت الصورة جزءاً من الواقع المعيش في زمننا، وربما صارت بديلاً له، بل حتى أداة تصنيع لعالم متخيل ينوب عن العالم الحقيقي لأهداف وغايات لا يمكن أن تكون في معظمها، وإن كان بعضها حميداً (نجم، 2007)، حيث أن العالم اليوم يشهد اجتياحاً كبيراً لتقنيات وتكنولوجيات الاتصال الحديثة، والتي جاءت بدورها بكم هائل من الصور، التي لا نقول بأنها وليدة اليوم، وإنما أهميتها ازدادت بشكل كبير في العصر الحديث (بارث، 2001).

الصورة خطاب ثقافي وفكري وإيديولوجي، وهي وسيلة تواصلية فعالة ومتعددة الوظائف يمكننا بواسطتها الوقوف على العالم البصري في إنتاج المعاني وتأسيس القيم الجمالية الخاصة بعمليات التلقي والمشاهدة في الحقل المعرفي الخاص بالثقافة البصرية، يمكن من خلاله قراءة الصور والأصوات عبر الوسائط المتنوعة (روغوف، ص 164). إن ثقافة الصور هي سمة العصر، وهي ثقافة تتوسل لغة جديدة وأبجدية جديدة هما لغة الصورة وأبجدية الحواس. وهي لغة تقدمها كبريات الشركات الإعلامية الخاصة والتي حولت الثقافة إلى المشروع الربحي أساساً (حجازي، 1998، ص 12). إن قوة الصورة كخطاب مرئي مفتوح على جميع اللغات جعلها تخترق المخيال العالم وبالتالي بالإنشغال الذهني لتتجاوز رسالتها الوعي مروراً باللاوعي، فمهمة الصورة تتجاوز البصر إلى البصيرة ولا تقف عند البعد التعييني للصورة في جانبها الأيقوني والتشكيلي، بل تتجاوز ذلك إلى البعد التضميني، فإلى جانب الرسالة البصرية ثمة رسالة مرئية تتسرب خارج الحدود الرسمية للصور حاملة جملة من الدلالات والإيحاءات المختلفة. (السعيدية، 2016، ص 177).

8. تأثير البيئة الرقمية في استخدام وتلقي الصورة :

التلقي الرقمي، بين المفهوم والإشغال لا بد أن يحدد هذا المصطلح في أنه فضاء اشتغال وتقديم النص الرقمي، وهذا النص الذي يحفز حواس المتلقي، في دائرة الفضاءات الرقمية ووسائطها المتعددة، من الممكن أن يخلق طريقة جديدة يكون فيها المتلقي قادراً على إنتاج المعنى، يأخذ مداده من المساحات المعرفية الافتراضية الواسعة، التي تقدمها المضامين المعرفية الكامنة وراء هذه الشبكة العنكبوتية العملاقة، أي يتحول الفضاء الرقمي في ضوء عملية التلقي الرقمي، إلى فضاء ممتد إلى حدود غير معلومة في بداياتها، ولكنها تصل في نهاياتها أو امتداداتها، في ضوء اتجاه معرفي يقصده المتلقي في الفضاء المعرفي، وهذا الذي يستفز كل حواس المتلقي الذي يقع في دائرة المتابعة والتركيز والإستمرار والإستدراج للوصول إلى ما يريد أن يصل إليه، تحمل وسائل متعددة وآليات تحكم متنوعة داخل الفضاء الرقمي. يتميز هذا الأخير عن الفضاء التقليدي بعدد من الصفات التي تجعل من التلقي الرقمي يحظى بأكثر مساحة معرفية من التلقي التقليدي من حيث الفضاء الرقمي يوفر مساحة افتراضية، وخزين معرفي بالمعلومات أوسع وأكبر حجماً من التلقي التقليدي. (الساعدي، 2020).

تستخدم الصورة كوسيلة إقناع عبر وسائل الإعلام محاولة التأثير على الفرد المتلقي من خلال مخاطبة عقله وشعوره وإحساسه بلغة وأسلوب متوازنين يجمعان المنطق والعاطفة وذلك باستخدام أعمال إعلامية تدمج فنون وتقيات الصورة والصوت والنص يقوم بإنتاجها فرق متخصصة متحمسة لأفكارها ومفعمة بقوة ذاتية، وكل ذلك بهدف إيصال رسائل للمتلقى تساهم بإيجاد انطباعات قوية لديه يمكن أن تحفزه على تغيير أو تعديل أو تعزيز مواقف وآراء. كما تستخدم الصور الرقمية لتحقيق وظائف تعليمية محددة ومناسبة، على أن تكون واضحة العناصر والمكونات تشمل

على مجموعة من العناصر التعليمية البصرية التي تضفي واقعية على الملاحظات المباشرة في تقنيات التدريس. (عبد الباسط، ص 420). في عالم الإنترنت ومواقع التواصل الاجتماعي؛ تحظى الصور ومقاطع الفيديو بإقبال كبير، وفي موقع "Face book" يشارك مستخدموه 300 مليون صورة يومياً، كما تنال الصور القدر الأكبر من التفاعل والإعجابات، وتحظى بفرص أفضل للظهور " خلاصات الأخبار" وحتى فترة قريبة، جرى التركيز على استخدام الصورة أداة لتسجيل الماضي، والاحتفاظ بلقطات منه، ووسيلة لنقل الأحداث مباشرة، لكن في مواقع الإعلام الاجتماعي، تقترب الصور، ومن ثم الفيديو يوماً بعد آخر من أن تتشكل لغة عالمية للتواصل بين الناس على الإنترنت، وعبر الهواتف الذكية، لا توجد لها أبجدية أو قواعد للنحو ولا تحتاج إلى ترجمة ويمكن لشخصين لا يتحدث أي منهما لغة الآخر التواصل من خلالها. وبدلاً من أن يضطر الشخص لكتابة رسالة نصية يشرح فيها ما يفعله، فإنه يكفي الآن أن يلتقط صورة لوجبة يتناولها أو للشارع الذي يوجد فيه ويرسلها عبر العديد من الخدمات والمواقع. (موقع إمارات، 2013).

فمستخدمي التطبيق Snap chat يرسلون 200 مليون صورة يومياً مقارنة مع 50 مليون صورة في ديسمبر 2012. وربما يفسر أحد أسباب نجاح التطبيق بعفوية دون الخوف من احتفاظ الآخرين بالصور وتهديها بأي شكل لعلاقتهم الشخصية أو وظائفهم. في الربع الثالث من عام 2020 وصل عدد المستخدمين النشطين يومياً على Snap chat إلى 249 مليون مستخدم يشاركون متوسط 4 مليار صورة يومياً على المنصة. عرف Snap chat صور قصص Stories للعالم كأول منصة اجتماعية تتيح ذلك وهي عبارة عن صور تعرض لمدة 24 ساعة فقط لمتابعيها على سناب شات، بعد ذلك أصبح مستخدميه يملكون خيار حفظ وعرض الصور المحفوظة بالذهاب إلى قسم الذكريات Memories تعد منصة Snap chat إحدى القنوات التسويقية الواعدة التي يعتمد عليها الكثير من الشركات في خططها التسويقية (موقع خمسات، 2021).

9. نتائج ثقافة الصورة :

إن الصورة اليوم هي ثقافة وفكر وإنتاج اقتصادي وتكنولوجي، وليست مجرد متعة أو محاكاة فنية، إنها لغة عصرية يشترط فيها تطابق القول مع الفعل لتمثيل الحقيقة، والصورة لكي تؤدي دورها المطلوب يجب أن تكون مرآة عاكسة للواقع وإفرازات الواقع فقط، ولكن عليها أن تكون أداة تغيير وحث على الجدية والبناء السليم للإنسان والكون، ومدلول الصورة قد يسهم في فن صناعة التشويه وتزييف الوعي، وإخفاء الحقائق وقد يعمل على إعلاء قيمة السطحي والمؤقت من الأمور على حساب الحقيقي والجوهري والثابت، فهو يغلف الواقع الموضوعي بالواقع البديل (الدسوقي، 2005). ساهم التطور التكنولوجي في خلق آفاق جديدة ل " ثقافة الصورة " وزاد من وسائطها المتنوعة، ووسع مجالات تأثيراتها، حيث أصبح لها العديد من النتائج التي أثرت على المجتمع البشري وهي كالآتي (الشميميري، 2010).

1. استطاعت الصورة أن تمارس هيمنة على المتلقي المنهزم والمشاهد المستهلك السلبي، الذي تقتصر لذته على المتعة البصرية فقط.

2. أصبحت الصورة تتلاعب بالعقول، وتفصل متابعيها عن العالم الحقيقي، بحيث لم يعد يعرف الواقع من خلال الصور المتتالية المسيطرة على العقول بلغة الإقناع والتعرض المتوالي والمتكرر لنفس الصور.
 3. استطاعت الصورة أن تكون عنصراً أساسياً في تشكيل شخصية الإنسان، وفي تشكيل تصوراته عن الواقع، بشكل يفوق خبراته الفعلية اليومية.
 4. لقد أدت صناعة الصورة إلى هيمنة ثقافة المظهر والشكل، والإبهام واللمعان والاستعراض، على حساب ثقافة الجوهر والمضمون، والقيمة والعمق أي تعميم السطحيات أكثر من المحتوى العميق.
 5. أصبحت الصورة قادرة على توجيه سلوك المستهلك، والتحكم بذوقه وعقله، وتحديد ماذا يأكل وماذا يشرب، وكيف يلبس، وكيف يتصرف، إذ اقتحمت الصورة جميع تفاصيل حياة الأفراد بجزئياتها.
 6. توغلت الصورة داخل وعي الإنسان وأصبحت تؤسس لاختيارات وتفضيلات وتطلق حاجيات، وتحدث رغبات.
 7. في عصر صناعة الصورة أصبحت الصورة تقيم معادلاً خيالياً للواقع، بل يصبح الواقع أحياناً صورة شاحبة عن الصورة فتكون هي الصورة الأساس وليس الواقع، وأصبحت الصورة أحياناً تسبق الواقع وتمهد له .
- فالصورة باتت هنا القابلة التي تساعد المشاهدين على أن يلدوا أفكارهم الخاصة المتطابقة معاً لرؤية في الصورة، فهي تملينا ما يجب فعله، وتجعلنا نشاهد ما نريد منا مشاهدته، فنتحرك ونلفظ بطريقة مماثلة. إنها تقودنا إلى نقطة في منتصف الطريق ثم تتخلى عنا كي نواصل السير إلى نهاية المقررة سلفاً، إنها لا تريد ذات طبيعية غير حوارية. هذا ينبئ عن أن الصورة باتت قوة إقناعيه ناشطة، تعززت بدرجة أكبر بارتباطها بالصوت لتشكّل وجبة لتشكّل معلوماتية مكتملة العناصر. فالتقنية الحديثة لم تجعل الصورة منتشرة في كل مكان فحسب، بل حولت مفاهيمها أيضاً، فقد بات يوسع أي شخص يعيش في ظل الثورة الاتصالية أن ينغم دفعات متصلة من الصورة والصوت، وعصر الإعلام السمعي البصري القادر على الاختراق الثقافي، وإزاحة الثقافة الإنسانية لتحل محلها " ثقافة الصورة " تلك التي تعد آلية من آليات ثقافة العولمة الساعية إلى إعادة صياغة العالم على أساس تجانسي (ابو دومة، 2008).

خاتمة :

لقد ساعدت وسهلت التكنولوجيا الرقمية في تطبيق نظم المعرفة العلمية والعملية لكافة البشرية ومجتمعاتها، لاسيما وأن التكنولوجيا الرقمية في المجال التصويري من كاميرات، وأجهزة متطورة ساعدت على إنتاج المعلومات المدعومة بالصور، وعرضها وتوزيعها بالإضافة إلى استرجاعها، مما ساعد على راحة الإنسان. ومن منظور اتصالي يمكن القول بأن التكنولوجيا الرقمية في المجال التصويري توظف مجموعة من العناصر لمعالجة المضامين والمعلومات الرقمية وأولها الصورة والمساهمة في تفعيل الاتصال الجماهيري إلى أبعد الحدود عن طريق تقنيات رقمية عالية الجودة غيرت منحنى استخدام وتلقي الصورة عبر مختلف الوسائط المتعددة، عبر منصات التواصل الاجتماعي أصبحت الصور الرقمية في ظل ثورة المعلومات تحيط بالبشر في كل مكان، و ضرورة يومية وجزئية من جزئيات حياة الأفراد في مختلف المجالات التعليمية، والتسويقية والثقافية والسياسية...نتجت استهفامات عديدة عن مدى تأثير الصور الرقمية على درجة إستجابة الجمهور للأحداث، ومدى قدرة الصورة على إحداث ردود فعل قوية وسريعة ومباشرة فضلاً عن تأثير التراكم

الناتج عن الاستخدام المكثف للصورة على الذاكرة الثقافية للمجتمعات البشرية. أحدثت المعالجات الرقمية للصورة تأثيرات كبرى عن طرق صناعة وإنتاج وتداول الصور إشكال يطرح نفسه في تساؤلات عديدة عن الأبعاد الأخلاقية الجديدة للصور الرقمية والإفتتاح التكنولوجي على الرقمية غير المحدود وعواقبه على الفرد وعلى المجتمعات.

قائمة المصادر والمراجع:

1. عبد الحميد محمد، (2000)، نظريات الإعلام والاتصال واتجاهات التأثير، عالم الكتب، القاهرة
2. صلاح الدين محمد عبد الرحيم، (2020)، التكنولوجيا الرقمية ودورها في تطوير الصورة (الفوتوغرافية، السينمائية، التلفزيونية)، رسالة مقدمة لنيل درجة دكتوراه في علوم الاتصال، تخصص التصوير والسينما، جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا.
3. شاكِر عبد الحميد، (يناير 2005)، عصر الصورة: الايجابيات والسلبيات. عالم المعرفة، الكويت: المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب، العدد، 311 .
4. القرآن الكريم، سورة الإنفطار، (الآية 08).
5. دليو فضيل، (2019)، شبكة تحليل الصورة الثابتة: نمذجة بيداغوجية لبعض المرجعيات السيميولوجية، مجلة الآداب والعلوم الاجتماعية، المجلد 16. العدد 04.
6. شاكِر عبد الحميد، (يناير 2005)، مرجع سبق ذكره
7. شاكِر عبد الحميد، (يناير 2005)، المرجع نفسه.
8. صلاح الدين محمد عبد الرحيم، (2020)، مرجع سبق ذكره.
9. شاكِر عبد الحميد، (يناير 2005)، المرجع نفسه.
10. ياسين حكمت إسماعيل، (2007)، الوثوقية في الصور الرقمية، المجلة العراقية للعلوم الإحصائية، العدد 12.
11. Campbell J.B, (1996), Introduction to remote sensing, The Guildford press .
12. فرجون خالد، (2004)، الوسائط المتعددة بين التنظير والتطبيق، ط 1، مكتبة الفلاح للنشر والتوزيع، الكويت.
13. شاكِر عبد الحميد، (يناير 2005)، مرجع سابق، ص 42.
14. بكاي نور الهدى، (2020/2019)، السيميائيات وصناعة الإشهار_دراسة تحليلية في قناة الشرق أنموذجا_ أطروحة دكتوراه " ل م د" تخصص السيميائيات وتكنولوجيا التواصل والإعلام، جامعة زيان عاشور، الجلفة.

15. حجازي مصطفى، (1998)، حصار الثقافة بين القنوات الفضائية والدعوة الأصولية. المركز الثقافي، بيروت.
16. Broulx, Serge, (2005), Enjeux et Usage des tic, aspects et culturels, Magazine Lisa et Viera et Natalie pinède presse universitaire de Bordeaux, Bordeaux,p2.
17. Josione, Jouet.(2009), Pratiques médiations, Réseaux. Cent. P60.
18. أكرم عبد القادر و فروانة عبد الله ، (2012)،فعالية استخدام مواقع الفيديو الالكترونية في اكتساب مهارات تصميم الصور الرقمية لدى طالبات كلية التربية في الجامعة الإسلامية بغزة، رسالة ماجستير، كلية التربية، الجامعة الإسلامية، غزة.
19. بوعديلة وهيبية، (2016/2015)، تفاعل الطلبة الجامعيين مع الصور الرقمية على مواقع التواصل الاجتماعية _دراسة ميدانية على عينة من الطلبة الجامعيين بجامعة 08ماي1945_ مذكرة تخرج لنيل شهادة الماجستير، تخصص تكنولوجيا المعلومات والاتصال والمجتمع، قالمة.
20. صلاح الدين محمد عبد الرحيم، (2020)، مرجع سبق ذكره.
21. عباس مصطفى صادق، (2008)، الصورة الرقمية كعنصر رئيسي في بنية الإعلام الجديد: متطلبات المعالجة والاستخدام في الانترنت والوسائط المتعددة، ص2.
22. بن بليمور، (2004)، أدوبي فوتوشوبCS، تقنيات الأستوديو، تعريب: الدار العربية للعلوم، بيروت.
23. دفيد بوش وآخرون، (2000)، دليل هيوليت باكارد لاستخدام الماسح الضوئي، ترجمة: خالد العامري، دار الفاروق للنشر والتوزيع، القاهرة.
24. عباس مصطفى صادق، (2008)، المرجع السابق، ص3.
25. عباس مصطفى صادق، (2008)، المرجع السابق، ص4، ص5.
26. عباس مصطفى صادق، (2008)، الإعلام الجديد، دار الشروق للنشر والتوزيع، عمان، ص246.
27. يسري مصطفى محمود، (2011)، تقنيات الإرسال والاستقبال الرقمية الحديثة وأثرها على تغير مفهوم وشكل وسيلة الاتصال التلفزيونية في جمهورية مصر العربية. مجلة علوم وبحوث، دراسات وبحوث، مصر، ص45.
28. أبو النجا لمياء فتحي صابر، جودة الصورة في التلفزيون المصري بين الواقع والمأمول: مجلة العمارة الفنون، العدد 12، الجزء الثاني.

29. البخيت سيد، (أوت2013)، " ثقافة الصورة" الرقمية مفاهيم استراتيجية، المركز العربي لأبحاث الفضاء. الإلكتروني، www.accronline.com تاريخ الإطلاع 2022/04/05 بتوقيت 23: 47.
30. رسول محمد، (2002)، ثقافة الصورة في عالم أثيري: الإعلام العابر للجغرافيا، جريدة الرأي، عمان، الأردن العدد11493.
31. بكاي نور الهدى، (2020/2019)، مرجع سبق ذكره، ص 96، ص 97.
32. البخيت، سيد.(أوت2013)، المرجع نفسه.
33. بن كراد سعيد، (2005)، السيميائيات: مفاهيمها وتطبيقاتها، دار الحوار، دمشق، سوريا.
34. الفاتحي عمر، (2009)، دلالات الصورة، www.jehaat.com تاريخ الإطلاع 2022/03/27 بتوقيت 56: 22
35. نجم السيد، (2007)، الأدب في عصر الصورة الإلكترونية- الصورة واقع الأدب الافتراضي، مؤتمر فيلادلفيا ل "ثقافة الصورة"، جامعة عمان، الأردن.
36. بارث رولان، (2001)، الصورة والتأثير الإعلامي، ترجمة: عبد الجبار الغضبان، مطبعة ثورة اليمن
37. روغوف ايريت، دراسة الثقافة العصرية، ترجمة: شاعر عبد الحميد، مجلة فصول، العدد 62.
38. حجازي، مصطفى، (1998)، مرجع سبق ذكره ، ص 12.
39. السعيدية، قرش.(سبتمبر2016). ثقافة الصورة التلفزيونية، مجلة دراسات وأبحاث، العدد 24، ص 177.
40. الساعدي، محمد كريم، (2020)، المتلقي الرقمي في زمن المتغيرات العالمية، مجلة مدارات ثقافية، https://www.madaratthakafia.com/2020/04/blog-post_3.html?m=1#.YYIn7rffsON تاريخ الإطلاع 2022/03/05 بتوقيت 14:01 .
41. عبد الباسط، حسين محمد أحمد، وآخرون.(يناير2020). أثر استخدام الصور الرقمية في تدريس الدراسات الاجتماعية على تنمية بعض مهارات التفكير البصري لدى التلاميذ المعاقين سمعياً. العدد42، ص 420.
42. الصورة لغة جديدة للتواصل على " الانترنت "، موقع إمارات اليوم emaratalyoud.com 09 يوليو 2013، على الرابط تاريخ الإطلاع 2022/03/05، التوقيت 22:30.
- www.google.com/amp/s/www.emaratalyoud.com/technology/pc/2013-07-091.589890%3fot=ot.AMPPageLayout

43. ما هي أبعاد صور منصات التواصل الاجتماعي المناسبة؟، موقع خمسات لبيع وشراء الخدمات المصغرة، تاريخ

الاطلاع 2022/04/18، التوقيت 15:14 على الرابط

<https://blog.khamasat.com/social-mediaimage-size>

44. الدسوقي دعاء، (2005)، الملصقات الإعلانية الداخلية في مصر/ إستراتيجية تصميمية جديدة، رسالة دكتوراه،

كلية الفنون التطبيقية، جامعة حلوان، القاهرة، مصر.

45. الشميمري فهد، (2010)، التربية الإعلامية كيف نتعامل مع الإعلام؟، الطبعة الأولى.

46. أبو دومة عالية، (2008)، أغاني الفيديو الكليب وانعكاساتها على الحياة اليومية للشباب المصري، المجلة العربية

لعلم الاجتماع، العدد 1، القاهرة، مصر.