

الهوية والإنتاج الرمزي: العلامة السلعية بوصفها زمكانا مكثفا
Identity and Symbolic Production;
Commodities Mark as Condensed Space-time

ليندة العابد*، جامعة الحاج لخضر باتنة1
linda.laabed@univ-batna.dz:

تاريخ القبول: 2022/05/24

تاريخ الاستلام: 2022/04/04

ملخص:

تتضمن هذه الدراسة النظرية التحليلية محاولة لتتبع الانتاجات الرمزية في ظل الانفتاح الاقتصادي غير المسبوق بما صاحبه من نزعة استهلاكية جديدة، وعلاقة ذلك بتشكيل الهوية الشبابية، وذلك من خلال العلامة السلعية والأيقونات التي تخضع لمنطق تسويقي وترويجي ظاهره اقتصادي وكامنه إنتاج رمزي بما يحمله من معاني وصور وألوان تحمل دلالات مكثفة، تهدف لإعادة تشكيل المجال الثقافي بشكل استيعابي وإنتاج رمزي مساوق للإنتاج السلعي.

هذه الورقة البحثية تسعى لتوضيح حمولة تلك العلامات السلعية وانعكاساتها على هوية الشباب بمكوناتها المختلفة، على اعتبار أن هذه الفئة هي جيل يتوسط مراحل عمرية متعددة، واستهدافه رموزيا، يؤثر بشكل كبير على المجتمع ككل. تتبع ذلك سيكون من خلال قراءات العلماء والباحثين المهتمين بالنزعة الاستهلاكية والقراءات الثقافية للحامل الاقتصادي

الكلمات المفتاحية: الهوية، الإنتاج الرمزي، العلامة السلعية.

* المؤلف المراسل

Abstract:

This theoretical and analytical study includes an attempt to track the symbolic productions in light of the unprecedented economic openness, with what accompany it as new consumerism, and its relationship to youth identity formation; through the commodity brand and icons which are subject to a marketing and promotional logic, economic in appearance but a symbolic production inside, with what it holds as meanings, images and colors that carry intense connotations, aiming to reshape the cultural field in a dispossessed manner and a symbolic production that accompany commodity production.

Keywords: identity, symbolic production, commodity mark

مقدمة: إشكالية الهوية متعددة الأبعاد والعناصر المكونة التي تطرح امتدادا مقارباتيا، بين علوم شتى تطمح في الأخير لتحديد هوية الهوية، وماهيتها، وهي في سياق المجتمع الواحد بكل مكوناته تعكس الوعاء التاريخي والقيمي والوجداني، الذي يعبر عن انتماء إلى الهوية، في ظل من تراكم خصوصية الخصوصية بالعموميات، في تناولات واقتربات بين موسع ومضيق؛ في امتداد لمجالي الخصوصية والعمومية في السياق الاجتماعي الواحد. هذا إن كان الانغلاق باديا في التحليل في إطار المجتمع المغلق، فما بالك إن كان التصور اليوم، يبعث تداول مطارحة الهوية في المجتمعات ضمن الأنساق المنفتحة في شبكات بدايتها جغرافية، وأنها رقمية، تبعث تشكيل العالم في كونيته ضمن إطار من محدودية جغرافية شفافة.

وضمن سياق الهوية، تطرح مقابسات أخرى حول زاوية تحليل تظهر في البداية كجزئية، وهي هوية الشباب، ولكنها ضمنا وتصريحا تعد مركزا لالتفاف الهويات، خاصة أن الشباب ليس سنا تقاس به مراحل عمرية ذاتية فقط؛ بل أعمار أمم ومجتمعات، ويقاس ضمنها توسط مرحلي جيلي، ناقل وحامل للهويات، وإن كان من الصعب اجتثاث، أي مكون من مكونات الهوية، فهي مركب متوالد ونسقي. يربط الحاضر بالماضي والمستقبل في تشكل دائم وحركية متواصلة.

وضمن التلاقي مع الآخر تطرح أدوات تركيبية لذلك التوالد، كآليات اشتغال لمركب الهوية، فتأخذ في سياق الوحدة عديدا من المفاهيم التداولية، منها الصراع، الحوار، الثقافة، الأصيل، الوافد، القبول والتمازج والممانعة.... ومع ذلك يبقى ولوج الهوية مجردا في خضم عدم البحث عن تجلياتها واقعيًا، وإن كان الاقتراب في الدلالة والمعنى أكثر ضرورة لفهم التجلي.

ضمن هذا السياق تتشكل الهوية الشبابية ضمن تمثيلات ملموسة مجسدة تعبر عن قبول، ولكن ضمنا هل تعبر عن فهم وانتماء؟ في ظل انفتاح مادي في طرف، مقابل إقبال، وبوادر ثقافة استهلاكية جديدة، ضمن زخم من التشكلات المتوالدة التي تعبر ظاهريا عن إنتاج سلعي، ضمن منطلق تسويقي وترويجي لاحتكار أو استلاب مادي، قد يستشف للوهلة الأولى أنه غزو سلعي مادي في شكل رأسمال اقتصادي.

ولكن في رصد أكثر عمقا يظهر الرأسمال المادي مزاجا للرأسمال الثقافي في شكل رموز كتابات لغة، ألوان، ... أيقونات تترجم سياق هويات أخرى وموروثا اجتماع - ثقافي.

فيتبادر الإشكال الأول هل المنتج المادي حامل للثقافة؟، أم الهدف الأول إعادة تشكيل ثقافي بلباس مادي. في شكل إنتاج رمزي مساوق للإنتاج السلعي؟

ضمن استهداف إعادة تشكيل المجال الثقافي في شكل استيلابي واحتكار للرأسمال الرمزي، والذي يفهم في الظاهر على أنه مادي وبالتالي إعادة تشكيل الهوية ومكوناتها في مقاربة حدّها الأول عملية التشطي والتذير، وحدّها الثاني عملية الاستتساخ بجينات ثقافية جديدة تعبر عن هويات دخيلة.

في هذا الإطار سيكون الموضوع دراسة تحليلية نظرية موسومة: بالهوية والإنتاج الرمزي؛ العلامة السلعية بوصفها زمكانا مكثفا. كمحاولة طرح إشكالية الرموز المضغوطة المخاطبة للشباب كرموز مظهرية تستبطن رمزيات ثقافية للهويات في محاولة للاقتراب - سوسيوولوجيا - لظاهرة العلامة السلعية

كتمثل للهوية، في تناولات تتصل بالكونية والخطابات الجديدة بين ارتهان نقل الخصوصية إلى العمومية والعكس.

1. في الأشكلة:

إن الحديث عن الهوية يبعث على التأمل لما لهذا المفهوم من فهم قد تعيق محاولة إيجاد تعريف وحيد جمعا ومنعا؛ فتكون كل الفهوم قاصرة في انزوائها وادعاء كمال وصف وفهم الهوية فهما شاملا دقيقا وهم زائف، خاصة وأن هذا المفهوم البسيط في حروفه؛ مركب شديد التركيب في اسقاطاته، فينسحب من المفرد فيه جمع، ومن الجمع جموع ومجاميع؛ يتناسل بعضها من بعض اشعاعا لمعنى الهوية، في سياقات الحياة المتنوعة، ولذلك يمكن استعارة وصف ادغار موران للثقافة لوصف مفهوم الهوية كحالة زنبقية منومة وملغمة، ولما أكده زيجمونت باومان من أن مفاهيم بناء الهوية والثقافة لا يمكن إلا أن يولدا سوية. لتتوسع واتساع النسيج السجالي في مساحات الفكر المتبناة لها. " لا أعلم عدد المرات التي تمنيت فيها لو أنني لم اسمع إطلاقا بالكلمة الملعونة" (كوير، 2012، 17)

ولهذا الوصف المركب والمعقد؛ تعد مقارنة الهوية بمسلكية وحيدة قاصرة، إذ تظهر بسبل مختلفة أظهرها تناول المفهوم مجردا ثم محاولة التععيد والاسقاط الواقعي. اقترابا اجرائيا أو انتقالا عكسيا من الواقع تمدا الى التجريدات لفهم أكثر تعميما منفصل عن سياقات الزمكانات المتنوعة؛ مرتفعة عن البنيات والعضويات إلى ما فوق تلك العضويات كانتقال من تخصيصات إلى تعميمات تتأثر ويؤثر بعضها في البعض الآخر جدلا ومساجلة.

إشكالية الموضوع تتصل بالاقتراب الثاني الذي يؤكد على أن للهوية تمظهرات، يمكن الانتقال منها كسياقات اجتماعية وحوامل بائنة للهوية، فتظهر هذه الأخيرة كمفهوم مركب في نطاق تلك التمظهرات والممارسات.

ولذلك كان البحث في توصيف جزء من تلك السياقات المخاطبة للشباب، كفتة وجيل وسيط يترجم مكونات الهوية، ينقل، يتمم أو حتى ينسخ تلك المكونات في سياق مجتمعي واحد، او سياقات متساندة، ومقولة الانغلاق في

المجتمع الواحد اليوم باتت منسوخة لأن الحديث والوقائع تترجم انفتاحا غير مسبق في كفه، كيفه، سرعة وتأثره فعدت المنظومات في سياق الواحد تعدادا، وفي سياق التعداد واحدا. بمقولات العولة، الكونية، الكوكبية،... الرقمنة التي تجاوزت الجغرافيا المكانية إلى جغرافيا رقمية في عالم أكثر تشبيكا؛ انكشفت ضمنه المسافات المقننة قانونيا إلى حدود شفافة، جعلت الاختراق يتجاوز كل قدرة رقابية وأمنية، وهي ليست نافذة في البلدان فحسب بل نفاذيتها أخطر معرفيا وجدانيا وسلوكيا، بتفكيك وإعادة تركيب الهويات والمقولات الصلبة ظاهرا.

وإضافة إلى وتأثر ذلك الارتداد المقترن بالاختراق الرقمي، هناك اختراق أكثر وضوحا وجلاء كحمولة ثقافية رمزية مشفرة أحيانا مجاهرة أحيانا أخرى، في المجال الاجتماعي للسوق بكل مضامينه كإغراق وصبي؛ ظاهره اقتصادي وحمولته رمزية ثقافية وهو ما نعت هنا بالإنتاج الرمزي، أو الانتاجات الرمزية التي تعد واجهة اجتماعية جدا مركبة؛ تترجم اتصال المحلي بالكوني، الخصوصي بالعمومي، الثابت بالمتحول، المؤبد بالمؤقت، في تراكم صور ولون وأمزجة، واغراءات واستقطاب، وجذب، بتلبية الحاجات والرغبات؛ بل بإعادة تشكيل الحاجات وصناعة رغبات متكاثرة غير مسبوقة.

ولذلك كان بروز المتغير الثاني في الموضوع وهو الإنتاج الرمزي كمتغير مقترن بالهوية، واختياره؛ كان ضمن تسليم فحواه أن حياة الإنسان وسلوكاته هي حالات ثقافية منتجة للمعاني قصدا أو صراحة أو ضمنا: " فالوجود الإنساني هو وجود للمعنى وفي المعنى " (بنكراد، 2019، <https://bilarabiya.net/2726.html>).

ضمن هذا السياق كان لزاما البحث في الانتاجات الرمزية كحالات إشارية رمزية تواصلية تعبر عن حالة تفاعل مركب، يعبر، يحمل، يترجم سياقات تاريخية وهوياتية جدا مركبة بأيقونات سلعية ضمن مركبات اقتصادية مادية.

الباعث لذلك كان التنوع اللامحدود لأطياف اللون والصورة والحوامل، حتى غدا الذوق حالة خصوصية، والمشارك مفتقد، والجمال حالة نسبية، ضمن واقع

الفاعل فيه والمتجر والمركز التجاري، والسوق، و...، كلها أنوية وتشبيك جد معقد، وآليات لدفق غير مسبوق وغير محصور للإنتاجات السلعية. والمنتبه لذلك يحدوه تساؤل هل حمولة السوق السلعية تعد رأسمال اقتصادي؛ أم أن دفق الرموز والصور والأيقونات والشيفرات، واللوغو المتنوعة هي دفق للرأسمال الثقافى باعتبارها إنتاجات متجاوزة للتسليع المادي إلى التسليع الثقافى؟،

ويشتق في السياق ذاته تساؤلا أكثر عمقا أيهما الحامل وأيهما المحمول؟ هل الإنتاج السلعي حامل للإنتاج الثقافى بتلك الانتاجات الرمزية أم الغرض من دفق تلك السلع ابتداء هو دفق الإنتاج الرمزي المخاطب مباشرة للهويات؟ امتدادا لمقولة " الدلالات لا تكثر للمادة الحاملة لها". (بنكراد، 1998، ص86).

وهل العلامة السلعية بهذا المعنى هي تشكل لا مادي مع أنه مادي أي أنه اللامادي المتجاوز للمادي والذي أكده ميلر بنعتها بجوانب " ما بعد الرمز" للثقافة العالمية أي نوع من الخطاب الاستطردادي المعولم. وهل العلامات السلعية كحالات إشارية هي علامات لا حياة فيها لا دينامية ولا معاني منتجة في سياقها. أم أنها حمولة رمزية مقصودة تخاطب الحواس والوجدان فتستلب بعد ذلك السلوك

من هذه التساؤلات تصبح تلك الرمزيات أو الأيقونات المتداولة اجتماعيا باعثا للبحث والاستطراد قبالتها كمؤثرات إشارية تجاوز المعنى الظاهر إلى مآل إعادة تشكيل الهويات؛ أين يتحول المجتمع الاستهلاكي إلى مجتمع يعاد تشكيله ثقافيا. ومن أجل الكشف عن طبيعة المنطق الداخلي لتلك الاجتياحات الرمزية، يتوقف البحث بعمق وجدية في كيفية اشتغال آلياتها حيث تقزيم حجم الايقونات لا يلغي عنه التشابك والقصدية، وقبلها المرجعية أو المنابت، فيؤلف الرمز بذلك أبعادا منسوجة بدقيق تركيب. حيث لا وجود لتصنيف بريء "حيادي" خال من أي افتراض أيديولوجي.

2. سؤال الهوية والمراوحة بين الثنائيات:

تشارك في سؤال الهوية؛ كثير من الباحثين في مسارات المعرفة المختلفة وحقولها؛ الاجتماعية، السياسية، الثقافية، ميكرويا وماكرويا في ارتباط

بالمحلي والعالمي، كمحاولات لفهم مدلولها ومحتواها وتشكلاتها واقعياً. ولتعدد تلك المحاولات يتعذر الحصر لتشعب تناول، في نسيج سجالي مركب يفتد زعم حل إشكالية الهوية من زاوية واحدة، ويبطل محاولة الوصول إلى فهم وحيد لها. ولذلك يتبع مفهوم الهوية كل مرة بألفاظ منها: " سؤال، مسألة، إشكالية، ... فتكونت بذلك نعوت للهوية منها: مسألة الهوية، إشكالية الهوية، أزمة الهوية، فأضيف لذلك المركب مركبات أخرى، تؤكد على أن الهوية متعددة في ماهيتها، وأكثر التباسا إذا ما اتصلت بانتماءات ومرجعيات وسياقات الفهم عند متناولها، مما حال دون تحديد تعريف واحد يدمج الجمع بالمنع، ومع ذلك تبقى ضرورة حفر هذا المفهوم من باب الوجوب الملزم للفكرة وسياق البحث. ومما تم الوصل إليه يوجد تصميم للهوية ضمن مراوحة ثنائية كل مرة تختلف من رؤية إلى أخرى ومنها:

- الجوهري في مقابل المتغير: ويرتبط مفهوم الهوية منذ بواكير الفكر الفلسفي بنمطين من المواقف - كما ذكر ذلك كلود دوبار، أحدهما يمكن تسميته "بالجوهرياني" طالما أنه يستند إلى حقائق جوهريّة، وبماهيات ساكنة وأصيلة والتي تبقى دون تغيير رغم التغيرات، والآخر يخضع للتغيير؛ كما أكد ذلك هيراقليطس عن عدم القدرة على السباحة في النهر مرتين، وكذا أن "كل شيء يسيل" دلالة على أنه لا يوجد جوهر أبدي. (دوبار، 2008، ص18 - 19).
 - التماثل في مقابل التعارض: حيث أنه: " من المعلوم أن عبارة هوية من أصل لاتيني (Idem) هذا الأصل الصفة النعتية (Identicus) التي تفيد الشبيهة والمماثل وتعارض ما هو مختلف ومتنوع" (فتحي التريكي، 2010، ص36).
- ضمن هذا المعنى يتجلى فهم الهوية ضمن سياقين: الشبه والتماثل في شق والتعارض والاختلاف والتنوع في شق آخر، كما أنها تعرف على أنها "إحساس بالذات ينشأ حينما يبدأ الطفل بالتمييز عن والديه وعائلته ويأخذ موقعه في المجتمع، فهي تشير إلى شعور شخص ما بمن هو وما هي الأشياء الأكثر أهمية بالنسبة له. ومن المصادر الأساسية للهوية هي القومية، والعرق والجنس والطبقة، ورغم أن الهوية تنسب إلى الأفراد إلا أنها ترتبط بالمجموعات

الاجتماعية التي ينتسب لها الأفراد ويصنفوا على ضوءها، ولا يوجد هناك دائماً تطابق تام بين ما يعتقد الأفراد عن أنفسهم وبين ما يراهم الآخرون عليه (هارلمبس وهولبورن، 2010، ص13).

• الخاص في مقابل الجمعي: "سواء كان الحديث عن الهوية الفردية أم الجمعية، فهذه الكلمة دلالتان: إذ تشير إلى الصورة التي نكونها عن ذاتنا، في كل ما يتعلق بنا من أمور خاصة أو فردية. وفيما يخص قاسمنا المشتركة. وتشير إلى الصورة التي نكونها عن الآخرين، وعن اختلافهم مقارنة بنا، فالكلمة تحيل تلقائياً أو تكاد إلى مفاهيم تصورية عن الجمعي وعن الخاص" (أوليفيه، وآخرون، 2015، ص9-10).

• يضاف إلى المعنى السابق الرؤية الفلسفية التي تعتبر الهوية " مرادفة لإسم الوحدة والوجود، حيث قال الفارابي هوية الشيء وعينيته وتشخصه وخصوصيته ووجوده المنفرد به كل واحد، وقولنا أنه هو إشارة إلى الهوية وخصوصيته، ووجوده المنفرد به الذي لا يقع فيه اشتراك (جميل صليبا، 1982، ص530).

الهوية إذن تمثل خصوصية وفي الآن نفسه تمايزا عن الأغيار، وعلى الرغم من أن مصطلح الهوية ذو تاريخ طويل ذو اشتقاق لاتيني، والذي يدل على التوحد والاستمرارية إلا أنه لم يصبح متداولاً إلا خلال القرن العشرين فقط. (سكوت، مارشال، 2011، ص34-33). وهو ما أكده كلود دوبار حيث قال: "إذ لا توجد هوية دون غيرية" (دوبار، 2008، ص19)

• وفي العلاقة بين النحن والمهم والتي تشكل الارتباط بالغيرية أيضاً أكد محمد بشير أن " للهوية علاقة وطيدة بمعيار مرجعي يكون بالضرورة واعياً لأنه مؤسس بناء على تعارضات رمزية، لذا يمكن التأكيد على أن الهوية الثقافية باعتبارها عملية تصنيفية تضع حدوداً فاصلة بين - نحن - و - هم" (محمد بشير، 2007، ص11)،

الهوية بحسب ما قيل تتصل بمعايير تحدد خصائصها وتفرداها والذي يحدد التمايز بين الهويات ضمن الثقافات المتعددة، وهذا لا يعني الانكماش والانزواء على الذات بشكل استاتيكي، ولكن يعني دينامية الهوية ضمن المثال والمعيار

الذي يحدد الجوهري الثابت من المتغير ، الهوية تتعلق " بكون شخص ما أو كون جماعة ما قادرة على الاستمرار في أن تكون ذاتها وليس شخصا أو شيئا آخر(بينيت وآخرون ، 2005 ، ص700).

الهوية بهذا المعنى سيرورة وهي أكثر دينامية اليوم في ظل الانفتاح غير المسبوق للمجتمعات بتدخل وسائط رقمية اخترقت المجتمعات؛ جعلت علاقة النحن والمهم شديدة التأثير، لكن طبيعتها مراوغة بين الصراع بين "النحن" و"المهم" في محاولة الحفاظ على الموروث ورفض المستحدث، أم علاقة مطابقة وتبعية وادماج بالتنازل على مكونات النحن للآخر على حد قول ابن خلدون "المغلوب مولع بتقليد الغالب". أم أن العلاقة بين الحدين هي علاقة توسط بالتعارف والالتقاء، دون المساس بجوهر الهوية الذاتية.

التنوع في حدود تلك العلاقة بين النحن والآخر أصبح أكثر صعوبة للتحديد والاقتراب بين حدي تلك الثنائية في ظل ثقافة كونية وحدود شفافة سواء بالرقمنة أو الانفتاح السلعي والسوقي الذي اخترق الحدود وبالتالي الثقافات. في سياق من الصراع، أو الاندماج أو الامتداد أم الإزاحة بدعوى العولمة والكوكبية التي أنتجت ثنائية أخرى، تعبر عن الهيمنة والمركز، ناتجة عن تصورات حديثة مرافقة لتطور المجتمع الغربي، في محاولة لتصدير نموذج رؤيوي وحيد يشكل العالم، بأدوات عولمية في محاولة نحت وصب نماذج إدراكية وسلوكية تبعث على إعادة إنتاج مجتمعات جديدة بوسائط وآليات سياسية، اقتصادية، علمية، عسكرية، قانونية .

ضمن هذا الدفق وهذه السيولة أصبح كل شيء مثار نقاش، وكل ثابت يدرك بوصفه متحول، وأثيرت نقاشات حول الموروث والحديث، الأصيل والوافد، ضمن تدفق للإنتاجات الرمزية المخاطبة للمجتمعات المستقبلية، هذا السيل الرمزي المتصل بكل بعد من أبعاد الاستهلاك الإنساني بلبوس اقتصادي يؤكد رواج متعدد الأبعاد يشد إلى ربط الانتاجات بالهوية، والهوية الذاتية بهويات أخرى بدعوة صريحة أو ضمنية للتكيف والاندماج ، وما آلت إليه مكونات الهوية من محاولات استدراج، ومزج، ضمن سياق مركب ينفذ في

المجتمعات بحوامل مختلفة، تشترك وتؤسس كلها لإنتاج خريطة إدراكية موحدة للعالم. أساسها النسبي، واللامعياري، والفرسانية.....
ولذلك ضمن إشكاليات الهوية تطرح جملة مقاربات منها ما أطلق عليه شتراوس، التحول الهوياتي، وما أطلق عليه بيتر برجيه وتوماس لوكمان بمصطلح - التناوب -. الهوية بذلك ليست حالة استاتيكية وإنما حالة دينامية متحركة؛ متحركة بداية لأنها مركبة من مجموعة عناصر متفاعلة، تشكل وعاء الضمائر الجماعية، التي تجسد تفرد الإنسانية في إنشاء خصوصيتها، والتي تترجم كل مرة نسجا من العقائد، المعارف، الوجدانات، التاريخ واللغة والتي تشكل مقومات كل تجمع إنساني، وتجعله متميزا في مكوناته عن الأغير.

والهوية كمركب يتشكل ضمينا من عناصر متصلة وليست منفصلة، إذ يرى محمود أمين العالم أن الهوية ليست أحادية البنية، أي تتشكل من عنصر واحد، سواء كان الدين أو اللغة أو العرق أو الثقافة أو الوجدان، أو الخبرة الذاتية أو العلمية وحدها، وإنما هي محصلة تفاعل هذه العناصر كلها" (رحماني، دهمي، 2014، ص 371).

3- المنطق السيميائي للعلامة السلعية والأيقونولوجيا:

إن اتساع الإنتاج السلعي، وزخم الأسواق كحاويات اقتصادية؛ وتوصيف تنوع المنتجات وإغراق السوق ماديا يجعلنا نتحدث ظاهرا عن عقلانية أداتية، مضمونها الأوحده هو تشبيك حركة المبادلات الاقتصادية، لكن نفاذية التأمل إلى حمولة تلك المنتجات، تحيل إلى أن هناك إغراقا موازيا للبعد المادي وهو الثقايف. كتآلف بين الاقتصادي والرمزي الذي يبعث في الذهن القدرة على الاشباع والبهجة.

ما يهمنا هنا هو ذلك البعد الرمزي الذي يضيف مسألية أخرى وهي هل تلك الأبعاد المندسة ضمن حوامل التسليع مفرغة من المعنى؟ لأنها مجرد تعبيرات عن شركات عابرة للقارات. أم أن الحمولة أوسع وأعمق، وهل يمكن أن نؤكد محايدة تلك الأيقونات والتعابير والحروف والألوان والصور؟.

خاصة وأن أي شيفرة إشارية تشكل عددا غير صغير من ضروب المزج بواسطة عدد من الوحدات الصغرى، التي تتألف لتتسع تعابير تواصلية. تلك الإشارية لامست فئات المجتمع مجتمعة فلم يسلم منها صغيراً أو كبيراً، رجل أو امرأة، حتى أن المتأمل في السابلة ينتبه إلى تشكل واقع جديد لا يتصل بالأبعاد المحلية بل بمواطنات عابرة في مظهرات أدلها الأجساد كواجهات اجتماعية، لأن الجسد حسب الكثيرين "مستقبل للدلالات الاجتماعية" (شلنج، 2009، ص103). وهو ينتج ويتشكل اجتماعياً.

إن استنهاض الهمم لأجل تقديم فعل الإجلاء لذلك الحشد الإشاري والتشفيري في شكل صور وماركات وأشخاص ونتاجات فنية مرئية؛ تخضع للتواصلات البصرية، يحتاج إلى مرجعية معرفية وتخطيط كبيرين. لأن الرمزية تملك عدداً كبيراً من العناصر المؤلفة في شكل علاقات سيميائية، تترجم معاني مختلفة ومتباينة. فالرمز "عبارة عن إشارة مميزة لدلالة على موضع معين مادي أو معنوي. ويكون لكل رمز معنى يحدد من قبل المجتمع. ويشير إلى وظيفة اجتماعية تشبع حاجة الفرد وتساعد على التفاعل مع بقية أفراد المجتمع. فمعاني الرموز ماهي إلا نتائج اجتماعية مخلوقة من المجتمع لتحديد أنماط سلوك أفرادها، وتوضح عملية تفاعلهم، وهي مكتسبة" (البياتي، 2002، ص178).

مسألة هذه الرمزية المتدفقة ضروري لإتمام عملية الفهم، في العملية التواصلية، لأن الاتباع والاقتناء، بنزعة استهلاكية ضمن فهم وعن قناعات، أهون من نزعة استهلاكية دون فهم وباتباع غثائي.

ولتمكين ذلك تعد السيميائية نهجاً للاقتراب والفهم، للبحث في المعاني المنزوية ضمن الشيفرات السلعية، إذ اتسام تلك الشيفرات بالحيادية غير ممكن في ظل ذلك الجهد الكبير، للدقق غير المسبوق للشيفرات المخزونة ضمن المنتجات والسلع المادية.

والسيميائية ليست طريقة لمعالجة النصوص فقط، بل هي دراسة الإشارات أيضاً، إضافة للكلمات والأصوات ولغات الجسد، ف امبرتو ايكو مثلاً Umberto Eco " يرى أن السيميائية تعنى بكل ما يمكن اعتباره إشارة ")

تشاندر، ، 2008، ص28) لأنها تعني دراسة كيفية صناعة المعنى وتمثيل الواقع.

والمعروف أن سوسيرو (Ferdinand de Saussure) (1857 - 1913) ، هو أول من وضع مصطلح سيميولوجيا (Semiologie) (تشاندر، 2008، ص28)، مع أن البعض يرجعونها إلى قبل ذلك "إذ تعود إلى القرن السابع عشر مع الفيلسوف الإنكليزي جون لوك إذ يرى أن كل فكر بشري تحكمه العلامات. فحتى نبغ ميكانيزمات هذا الفكر علينا أن نبدأ بفهم حياة العلامات وأنماط اشتغالها" (بوعزيزي، 2010، ص55).

السيميائية كمقرب "تتناول المبادئ العامة التي تقوم عليها بنية كل الإشارات أيا كانت، كما تتناول سمات استخدامها في مراسلات وخصائص المنظومات المتنوعة للإشارة ومختلف المرسلات التي تستخدم أنواع الإشارات" (تشاندر، 2008، ص32).

السيميائية والسيميولوجيا بذلك مقارنة منهجية تعالج الأنساق الدالة لتلامس الخفي والكامن منها، ولأن مسالك التواصل بين البشر أنواع فذلك مجال اهتمام هذه المقاربة السيميولوجية أو علم السيميائية التي أكد فيها دي سوسير على أنها تدرس " كل أنساق العلامات مهما كان جوهرها، وأيا كانت حدودها، صوتا وحركات وموسيقى وأمتعة، بالإضافة إلى الظواهر الجوهرية المعقدة التي توجد في الأشكال الاحتفالية والبروتوكولية أو حتى المشاهد الفرجية، بما هي أنساق دلالية في حدها الأدنى، إن لم تشكل لغة قائمة بذاتها" (بوعزيزي، 2010، ص60) .

مما سبق يتضح أنه من بين وحدات التحليل في العلم السيميائي هي العلامة والإشارة والرمز، ومنها العلامة السلعية أي المقرونة بالسلعة في السوق، والتي تروج لمدلولات دينية، تاريخية، ثقافية واجتماعية، تعكس أن تلك الطرز ليست محايدة أو خالية من افتراضات أيديولوجية. وهذا ما ذهب إليه بودريارد من أن: " التناول النشط للرموز، حيث يجتمع الرمز والسلعة معا من أجل إيجاد العلامة المميزة للسلعة، وتصبح الرموز كعلامات مميزة للسلعة قادرة على عمل الدعاية المتحررة من الموضوع" (فيزرستون، 2010، ص11).

تضمن المدلول ضمن العلامة من حيث لونها، صورها، تركيبها من عناصرها الجزئية؛ يعمل عمل المؤثرات البصرية المنطبعة في المتلقي والذي يصنع الوعي والتمثل من بعد، حتى يستبطن الرمز أو الماركة أو اللوغو، أو العلامة، وفي هذا السياق يوضح " مور 2003 أن الإجراءات المستخدمة للوصول إلى "شخصية الماركة" تظهر الكثير عن الأيديولوجيا الدلالية (السيمائية) لعملية تعيين الماركة في ثقافة الشركة في الاقتصاد الجديد كما يظهر تقسيم عمل عملية تعيين الماركة في الشركة أو المنشأة حيث يقوم الاستراتيجيون بتسيق جهودهم مع الأنثربولوجيين ومصممي الرسوم التوضيحية... حيث تصبح الماركة عبارة عن شيء مركب دلالي إذ يهتم المصممون بالأبعاد الكيفية للماركة ويتعامل الأنثربولوجيون بأبعاد الارتباطات الإشارية للماركة واستراتيجيو الماركة يقومون بإدارة تشكيلة هذه الايقونات واللحظات الإشارية في شكل بوتقة تصنيف متجانسة أو تقديم ما يعرف ب شخصية الماركة " (مجموعة مؤلفين، 2013، 148).

إذن إنتاج العلامات والماركات تخضع لاحترافية ومدارسة عالية تخاطب المستهلك بشكل رسالي، أو تستقطبه وتعيد تشكيل وعيه وتمثلاته، وهو ما يؤكد على أن تلك العلامات ليست علامات مادية فحسب بل تستبطن كوامن رمزية عالية التجريد، وهو ما سماه روبرت مور ب " لامادية الماركة" وأسماه ميلر ب "ما بعد الرمز". أي تتحول العلامات والماركات إلى ذوات وشخصيات وتعابير إشارية إذ يرى جادرنروليفي 1995، "أن المنتج و الماركة تشكلا توأما امتيازيا، يتم التعبير عنه في تعويذات التسويق الشاسعة على أنه منتج تم تصنيعه في مصنع: الماركة يشتريها مستهلك"، وبوصفها تعويذات كما يظهر هذا، فإن الماركة...تعرف نفسها ليس عن طريق القول ماهي الماركة وإنما عن طريق ماهي ليست عليه..وتتحرك الماركة من كونها امتدادا رمزيا للمنتج..." (مجموعة مؤلفين، 2013، 150).

القراءات السيميائية تؤكد على أن الرمز أو الماركة أو العلامة أو... الإشارة، هي مزيج من دال ومدلول، والعلاقة الدالة حيث أن الدال تلك الأشكال والطرز التي تتخذها الإشارة، والمدلول هو الأفهوم الذي ترجع إليه.

وبالتالي كل علامة هي تركيب خاص مسيح بدلالات يراد جعلها رسالات إشارية بين المصنع والمستهلك. ومع صغر تلك الأيقونات والعلامات إلا أنها حالة إجرائية منضغطة، وفي هذا الصدد يهزأ إيكو قانلا: أن نقول إن الذرة غير قابلة للتجزئة" (مور، 2012، ص162). كدلالة عكسية على أن الذرة مع صغرها إلا أننا يمكن تجزئتها إلى عناصر جزئية كالإلكترون والبروتون والنيوترون وغيرها، وهو مثال على أن تلك العلامات ذاتها شكل تركيبى مكثف.

إن المتأمل في ذلك الزخم الإشاري للمنتجات العابرة يلمح مايلي:

- التنوع وعدم التطابق بين الأيقونات والأشكال والرسوم والصور... وهي تنوعات تترجم مبلغ القصدية الملازمة لذلك الإغراق. في ظل عوالم للعروض الدائمة وغير الثابتة،
- الحمولة الرسالية في كتابات اللوغو والأيقونات والصور ضمنها، والتي لا تتصف برجع صدى مؤسساتي فقط يعبر عن أيقونات علامات تجارية، وإنما بتشبيك مدجج من الرسائل التي تعبر عن عوالم الأشخاص والأفكار وأخطرها المعتقدات، بإرسال نماذج من اللوغو تعبر عن المسيحية، أو البوذية، أو الماسونية، بإدراج الجماجم، الأهرامات والعين، أو تعبيرات عن تشفير مختصر لشركات تروج هي ذاتها جنسيا أو للمثلية الجنسية.

وغيرها من الإلماحات التي تؤثر ضمنا على مآل الوعي والهوية بشكل مباشر.

وقبل التطرق لذلك تجدر الإشارة إلى أن ضرورة الاهتمام بهكذا دلالات دفعت عددا الباحثين إلى إنتاج مباحث جديدة منها الأيقونوغرافيا وآخرها الأيقونولوجيا لصاحبها وجت ميتشل وهذه " الدراسة تتناول لوغوس Logos كلمات أو أفكار أو خطاب أو علم الأيقونات - الصور أو الرسوم أو الأشباه -وبذلك هي " بلاغة الصور" بالمعنى المزدوج: أولا بوصفها دراسة -عما يقال عن الصور -..وثانيا بوصفها دراسة " ما تقوله الصور"، أي الطرائق التي تبدو تتحدث بها عن نفسها" (ميتشل، 2020، 14). والأيقونولوجيا كما يرى صاحبها " ليست علم الأيقونات فحسب، بل هي أيضا السيكلولوجيا السياسية

للأيقونات، دراسة كره الأيقونات وحب الأيقونات، والصراع بين حركة تحطيم الأيقونات والوثنية." (ميتشل، 2020، 17).

4. مآل الهوية وتشكيل الواقع في ظل دفع حشد الإشارية:

المعروف أن الواقع الاجتماعي ضرب من الاتصالات التفاعلية والعلائقية. وشبكة العلاقات تلك لا يمكن أن تكون مفرغة من المعنى، بل هي نسيج معاني يتصل بعضها ببعض ويتوالد كثيرها من قليلها ويزيح بعضها البعض، وينوب ببعض عن بعض. في امتزاجات جد مركبة تاريخية اجتماعية وثقافية... تتألف لتحديث سيرورة وصيرورة البقاء الإنساني المتمد في المعاني. تلك المعاني التي تنفذ للواقع ضمن حمولات تفاعلية مادية ومعنوية، من ظاهر لباس، وعمران إلى لغة، وإشارات... وهي كلها تقوم بدور الوسيط، إذ لا وجود للواقع خارج منظومات الإشارات؛ فتتوب الإشارات عن الفهم وإيصاله وتمثل عالم الأشياء والأشخاص والأفكار. بمستويات من التمثيل تترجم أدوارا ثقافية وفكرانية.

الإشارية هي صيغ للواقع، والواقع اليوم أصبح منكمشا - على حد تعبير ألفن جولدنر - هذا الانكماش الذي جعل التماهي بين الحدود واردة، بوسائط الرقمنة والاختراق المادي والمعنوي، الذي مزج العمومية بالخصوصية، والكونية بالملحلية، ولئن كان التعبير عن ذلك بوصف العولمة أو الكونية Globalisation بدرء الخاص في العام وصبغة الكون الواحد والذي نقدت ضمن طرحات أخرى بمسميات الهجن الثقافية لامتزاج لا إزاحة كلية للموروثات الاجتماعية أو على حد تعبير فريدمان، بالعولمية Glocalisation (Torres.p41.K)، التي تنقسم إلى شقين ممتزجين العالمي مع المحلي، أو بوصف جولدنر بالمواطنة العالمية، أو... كل ذلك لا ينفي الاختراق الجلي للمنظومات العالمية في المحلية، التي لا تفرق بين ريف وحضر، هذا الاختراق الذي أخذ أصنافا من الصعب عدها لم تترك حمولة إلا أدركتها، سواء أنماط عمرانية، أو جسمانية؛ بيولوجية من إطعام ولباس أو فكرية، فغدا الاستعمار، استعمار العقول والوعي وصناعة المخيال، أكثر منه استعمارا للبلدان.

إن أي إنتاج إنساني تظهر ضمنه خصائص سيميائية، لأنه ممارسة اجتماعية تحمل دلالات، إذ كل منتج هو واجهة اجتماعية وكل واجهة هي دلالة رمزية في التواصل، لأن الإنسان صحيح أنه كائن بيولوجي، ولكنه أكثر من ذلك إنسان رموزي بطبعه.

وهنا تكمن صلب المفاضلة الإنسانية على باقي الكائنات، فنزوعه الاجتماعي ليس المفاضلة الأساسية، وإنما رأس تلك المفاضلة هو تمكنه من تجاوز الحالة الطبيعية إلى ما بعدها، وهي ما يسميها البعض ومنهم "عبد الوهاب المسيري" باللحظة الفارقة؛ التي تعد حادثاً نوعياً بالنسبة للحادث الطبيعي. أو القدرة على السلوك المجاوز، و المفارق أو لحظة ما بعد الطبيعة، والتي تحكمه عديد مكونات هي ما اصطلح عليه العلماء بالثقافة، إذ "كل إضافة إنسانية على الوجود الفيزيقي أو العالم الطبيعي هي ثقافة" (قباري، دت، ص15).

ولذلك مسمى الإنسان ككائن بيولوجي تارة، وككائن اجتماعي طورا أمر متجاوز إذا نظرنا إلى ما وراء هذه الصيغ وما تنتجه تلك الاجتماعية من لحظات فارقة تجعل الحياة بلون إنساني متألق عبر التاريخ، ولذلك ينعت الإنسان بمسمى الكائن الثقافي أو الكائن الرموزي لما لحياته من حالة كاملة تجعل الحياة الإنسانية ملتفة بعدد من المكونات الكامنة غير المرئية أو المضمره، ولكن لها أثرها البالغ على كافة مناحي الحياة. وهي في عصرنا أكثر دفقا وتنوعا وتأثيرا. مما يجعل المعاش اليومي والإنسان ضمنه لوحات وحوامل لإشارية غير مسبوقه تجعل الدور و الطرقات والأفراد والأجساد سواء بالمقتنى أو الوشم تعابير ثقافية متقلبة لها من الآثار ما لا يمكن إغفاله.

ويمكن فيما يلي إدراج مآل تلك التدفقات الرمزية على الهوية.

4- 1- الهلوسة الاستطيقية والإزاحة القيمية بالتدفق الحر للإشارية:

إن فيض الصور والإشارية والرموز التي توطن ضمن عوالم السوق، والنظام المعلوماتي الرقمي المتدفق ضمن تحررية سائلة، خلق عدم ضوابط إدراكية للأبعاد الجمالية، إلى نوع من النزعة غير المنضبطة للسلوك الاجتماعي ضمن المفاضلة والاختيار، وفي هذا السياق يرى بودريار: "أن تكنولوجيا المعلومات هي

محور التغير من النظام الاجتماعي الإنتاجي إلى النظام الاجتماعي الذي يشكل فيه فيضان الصور والرموز عالم التصنيع عالم ما بعد الحداثة هلوسة استاطيقية بلا عمق" (فيزرستون، 2010، 09).

إن هذه الهلوسة دليل على نسبية الجوانب الجمالية التي تصطنع الأجسام لدرجة نحتها على مقاييس عالمية اصطنعتها ثقافات دخيلة، للترويج لمعايير جمال زائف، يتضمن أحيانا القبح كقيمة تروج للجمال، في عدم توحد الأذواق في مجتمعات الأصل فيها أن تتصل بمعيارية وممكنات أكثر ثباتا في الذوق وأبعاد الجمال، الذي يجعل التغير ذاته بطيئا، لأن التسارع وعدم التكافؤ بين الواقد والمستقبل يشكل فجوة ثقافية وهلوسة شبيهة بهلوسة الموضة التي لا تتصل بممكن ثابت بل نسبية متبدلة أساسها التحرك دون نواظم حقيقية تدعم محلية الارتباط.

إضافة إلى أن تربية العامة على الاستهلاك المفرط، وتحويل الكمالي إلى أساسي، يكشف عن نوع من الإزاحة القيمة الجلوية التي تدفع بالثوابت من قيم نسبية، من المعنوي إلى المادي، حيث تسود العقلانية الأداةية وثقافة القيم التبادلية، حيث وفي تقدير أدورنو " أن سيطرة القيمة التبادلية أدت الى محو ذاكرة القيمة الاستعمالية الحقيقية للسلعة، وأصبحت السلعة حرة في اتخاذ قيمة استعمالية ثانوية بديلة، وتقبل المدى الواسع من الروابط الثقافية والصور الخادعة والإعلان قادر على عمل هذا" (فيزرستون، 2010، 10). إضافة إلى أن " طرق استخدام السلع ودلالته على الاختلافات الاجتماعية. وللسلعة قدرة على هدم الحدود الاجتماعية وتفكيك الروابط المستقرة طويلا بين الأشخاص والأشياء؛ لذلك فالاستهلاك وأفضليات نمط الحياة تتضمن أحكام تفرقة وأحكام تمييز تحدد ذوقنا الخاص وتصنفه بالنسبة للآخرين " (فيزرستون، 2010،).

إن ذلك الهدم هو عملية تتحرك ضمن حالة مرحلية تبدأ بالفهم والافتتاح ثم الالتزام، في تشكيلة من السيرورة التي تصنع مفاضلات الأشخاص وميولاتهم، بالتنازل عن الموروث بالوافد، فالدفق السلعي بأيقوناته، وبحمولة تلك الأيقونات يصنع وعيا آخر يزيج قيما ويبيني قيما أخرى، وهو مقارب لما تفضل به شومبيتر

بالتدمير الخلاق، أو ما أدرجه ديلاز بالتدمير الطريف. إذ هذه التدميرات تنزع للتغيير المستمر المستقل عن أي ثوابت أو معيارية تجعل التحرك بطيئاً، لأن البطء يقتل مقومات وجوهر الروح المادية القابعة وراء تشكل الأنظمة الإنسانية رأسمالية ليبرالية أو اشتراكية، التي تبقى ضمن التمدد والحركية غير الثابتة ذات الوتيرة السريعة، والتي تصنع الارتداد، على المنتجات المادية والمعنوية، وبالتالي على الوعي، الوجدان والسلوك. أو إلى " مبدأ أساسي يدعو ميشيل فوكو بـ " نظام الأشياء" الصورة هي المفهوم العام المتفرع إلى أشباه عديدة (التوافق، المضاهاة، التماثل، التعاطف). (ميتشل، 2020، 30).

2.4. اليوتوبيا غير المتجانسة:

إن دقق العروض وزخم الصورة صنع واقعا غير معهود، لم تولده الثقافات المحلية بقدر الثقافات العالمية، كانفتاح غير مسبوق، صنع لوحة شديدة التعقيد لواقع بزخم الصورة واللون والعبارة، الانخراط ضمنه يعد ضرورة وجبرية بحسب تعبير دوركايم عن خصائص الظاهرة، والخروج عنه شرود عن ثقافة اغتنت بالاتباع، تبني وقائع بوصف مدن الأحلام، لكن ما يعرف عن هذه الأخيرة أنها مثالية، وما يميزها؛ هو منطق التجانس والارتقاء الذي يبحث عن العدالة الاجتماعية من رأس هرمية السلطة إلى الرعية.

الإشكال في الوقائع الجديدة أنها لا تتصل بممكنات الانتظام بل الفوضى، فثقافة التنوع والتغاير والتباين - منطقيا - إيجابية لكن إذا لم تتصل بمعايير وثوابت غدت محضنا لفقدان الدلالة والمعنى وعدم التناغم تتجاوز فيها الأشياء بشكل عشوائي. وهو ما عبر عنه ميشال فوكو بمسمى اليوتوبيا غير المتجانسة. والتي عمت وقائع الشباب وجميع الفئات بفردوسيات حاملة ظاهرها البهجة وإشباع الحاجات والبهجة الانفعالية، وباطنها تفكيك وإعادة تركيب الهويات. بحالة من تجزيء الإدراك للعالم. أين يرى جيمسون أن " ثقافة الصور هي خليط من التصنع والتنوع النمطي وعدم التجانس الذي يؤدي الى فقدان الدلالة وموت الموضوع ونهاية الفردية (فيزرستون، 2010، 10). لعدم تشجيع القواعد الثابتة واعتبار الحياة مفتوحة النهايات.

3-4- اللامعيارية وسيولة المقدس والمعنى:

إن تفكيك الذوق بالدفق السلعي ماديا ومعنويا وحمولته الدلالية، يضحى بالمعيار لصالح الطريف، والجزئي، ومراقبة السوق، بالانخراط ضمنه دون الالتفات للثابت والمعيار؛ هذا الأخير الذي يعد مقياسا للحكم والتقييم، ونموذجا يجري عليه تقدير الأشياء والأفكار والأفعال. ولأن المعيار يقتضي أبعادا أخلاقية، فإن غيابه ضمن سيولة الحركية والدفق السلعي، يزيح المضمون الأخلاقي، سواء في إنتاجه، أو حمولته الثقافية، فاللباس كبعد مهم للتسليح وما يحمله من أيقونات وتعابير وألوان وأشكال وتفاصيل، ينتج أجسادا كواجهات اجتماعية، لا تتعلق بالمحلي بل بمواطنات أخرى، تحمل أبعاد هوياتية تتصل بإيستاتيقا الجسد أو العملية التجميلية للأجساد.

إضافة لاعتبارات الحمولة الثقافية المجاهرة من أيقونات تعبر عن المقدس تارة، كالجمام والعين والكتب المقدسة والديانات المستحدثة كالماسونية... وعن المعاش المخالف للمحلي طورا، وبالملاحظات جنسية سواء في إبراز الألوان أو القصص، لمناطق إثارية في الجسد، لتحرير العلاقات الجنسية التي لم تقو على ترويجها في المجتمعات العربية و التقليدية مؤتمرات كموتمر بيكين والقاهرة لفتح المجال للمعاشرات والمساحات والإباحيات بدعوى حرية المراهقين، أو بمحاولات التطبيع مع المثليات المختلفة التي يروج لها بلوغو شركات تدعم المثلية بمنتجات سلعية تستبطن علامات للمثلية والحرية الجنسية وحتى لوضعيات جنسية مستبطنة في الشيفرة والعلامة مافوق السلعة التي تدل على ما بعد الرمز.

كل ذلك يهيكل لأجيال جديدة، لا تعترف بهويات ثابتة، بل بتعددتها، إن لم نقل هوية الازدواجية، أو اضطراب فيها، ناتج عن تفكيك مشنت للوحدة، بحمولة اشباع الاقتصادي، وبتفكيك الثقايف. وبتحييد الإنتاج وتثبيت الاستهلاك القائم على شعار: "أنا استهلك يعني أنا موجود"، أو "استهلك وارم" بنوع من الفوضى الهوياتية، التي تنعكس على السلوك، ومثالها: رفع شعارات في الأتواب

بدعاوي المثلية أو الماسونية واستخدامها، والذهاب بها إلى دور العبادة للصلاة الجماعية دون إدراك من الحامل أن الجسد قد أعيد تشكيله اجتماعيا للترويج وكسر الهويات ضمنا بازدواجية ظاهرها يحمل ديانة وباطنها يحمل ديانة أخرى.

أو في المقابل. قطيعة مع المقدس وإنشاء مقدسات أخرى كحرب ضد التوحد والنظامية. أين يتم هدم المقدس بالتشكيك، وبالتالي هدم المعيارية.

الهوية إذن بحمولاتها معرضة للتفكيك بدس تلك الشيفرات الرمزية والثقافية في قالب اقتصادي مادي، فيباع المنتج، ويروج للعلامة، ليس ترويجا ثقافيا فحسب بل بحمولتها المكثفة: التي تصنع مخيالا اجتماعيا جديدا يدمج الغيرية بالمحلي إن لم يكن استيطانا للغيري المتخيل في المحلي وبالتالي تقزيم هوية النحن بالآخر، " فبإمكان الماركات أن تجعل نفسها في الاتجاه نفسه مع التخيلات الاجتماعية مثل الأمة عن طريق وضع نفسها داخل مسارات الانتشار المحلي أو العالمي، أو أنها بإمكانها أن توميء إلى أماكن شتات أو أماكن مأمولة أو عجائبية مرغوبة في آفاق جغرافيا الغيرية المتخيلة. فالماركة بوصفها صفة سيميائية لشيء فردي واسع الانتشار يمكن أن تقوم بما أسمى الزمكان المكثف ويمكن أن تحلل على أنها تعطى وصفا تفصيليا لمكان واسع ما بين الذوات تعمل في ظلّه" (مجموعة من المؤلفين، 2013، ص155).

في الأخير العلامات السلعية تعتبر ضمن سبيل من الأدوات الأخرى التي تتدفق تباعا، لخلق الفوضى في مقومات المجتمعات المستقبلية ومنها تفكيك في مقومات الهوية كما تم الذكر. وهي تحتاج إلى تتبع معرّف ومجمعي لأنها حمولات ليست محايدة ولا مفرغة من المعنى تترجم العديد من الاختراقات الدقيقة بين ثايا الثوابت بتفصيل عولي ما بعد حدائي يروج للنسبي والمتحول والفردي.



خاتمة:

عبر الاستشكال السابق الذي حاولت هذه الورقة التطرق إليه من خلال التساؤل عن الدفع السلعي في ظل انفتاح السوق، هل هو اقتصادي مادي بحت أم أنه ثقافي رموزي. تم إثبات أن العلامة السلعية ليست صوراً وألواناً وعروض بسيطة بل هي سيميائية إشارية جداً مركبة ومكثفة زمكانياً تقوم بعملية اختراق من الواقد العالمي إلى المحلي، ومن الحداثي وما بعد الحداثي إلى التقليدي، وبعد تعريف التصورات السجالية لتعريف الهوية تم البحث عن مآلات العلامة السلعية بمضمونها المركب عبر المقرب السيميائي والقراءات الحديثة لها، والتي أثبتت أن العلامة السلعية تحمل ما بعديات أو ما بعد العلامة أو الرمز، وهي حمولات غير مادية كامنة تستبطن دلالات تعكس على الهوية بشكل مباشر، خاصة وأنها ليست علامات محايدة بل تمس المقدس والمعاش والمخيال الاجتماعي ككل.

ولذلك من المفترض إخضاع ذلك الدفع السلعي للرقابة وتأكيد خطورة تلك الأيقونات والحمولة الثقافية على الشباب وعلى المجتمع ككل، بتفحص دلالاتها سيميائياً لأنها ليست مفرغة من المعنى.

كما أن الشباب اليوم من المفترض أن يكونوا على علم بذلك الاختراق السيميائي لخصوصياتنا المحلية بما تحويه من مكونات هوياتية مهددة للمجتمع ككل. وللذات الواحدة التي ستتخرط في اللاتاب والنسبي بل والنسبوي ومن ثم التيه في ظل العالم المنفلت.

قائمة المراجع:

- برونو، أوليفيه وآخرون. (2015). الهويات الجمعية في عصر العولمة، بيروت: منشورات ضفاف،
- بشير، محمد . دت. الثقافة والتسيير في الجزائر، الجزائر: ديوان المطبوعات الجامعية.
- التريكي، فتحي. (2010) الهوية ورهاناتها، بيروت. الدار المتوسطة للنشر.
- تشاندلر، دانيال. (2008). أسس السيميائية، ترجمة: طلال وهبة، بيروت: المنظمة العربية للترجمة .
- جميل، صليبا. (1982). المعجم الفلسفي، لبنان: دار الكتاب اللبناني.
- دانيال، تشاندلر. (2008). أسس السيميائية، بيروت. المنظمة العربية للترجمة.
- رحمان، نعيمة، دهيمي، زينب. (2014). "الانترنت -العالم الافتراضي- والعنف الرمز" مجلة علوم الانسان و المجتمع ، العدد 11.
- سعيد، بنكراد. (1998). مفاهيم في السيميائيات، مجلة علامات، عدد 17. المغرب.
- طوني، بينيت وآخرون. دت. مفاتيح اصطلاحية جديدة، ترجمة سعيد الغانمي، بيروت: المنظمة العربية للترجمة.
- قباري، محمد إسماعيل. دت. علم الاجتماع الثقافي، الإسكندرية: منشأة المعارف.
- كرس، شلنج. (2009). الجسد والنظرية الاجتماعية، القاهرة: دار العين للنشر.
- كلود، دوبار. (2008). أزمة الهويات، تفسير وتحول، بيروت: المكتبة الشرقية .
- كوبر، آدم. (2012). الثقافة التفسير الانثروبولوجي، ترجمة صباح صديق الدموجي، بيروت: المنظمة العربية للترجمة.
- مايك، فيزرستون. (2010). ثقافة الاستهلاك وما بعد الحداثة، ترجمة فريال حسن خليفة، القاهرة: الهيئة المصرية للكتاب
- مجموعة مو. (2012). بحث في العلامة المرئية من أجل بلاغة الصورة، بيروت: مركز دراسات الوحدة العربية.
- محسن، بوعزيزي. (2010). السيميولوجيا الاجتماعية، بيروت: مركز دراسات الوحدة العربية.
- ميتشل، و.ج.ت. (2020). الأيقونولوجيا، الصورة والنص والأيدولوجيا. المنامة، هيئة البحرين للثقافة والآثار.
- هارلمبس وهولبورن. (2010). سوثولوجيا الثقافة والهوية، ترجمة حاتم حميد محسن، دمشق: دار كيون للطباعة والنشر.
- ياس، خضير البياتي. (2002). النظرية الاجتماعية جذورها التاريخية ورواها، طرابلس: الجامعة المفتوحة.
- Olivier. Torres.PME. DOMINOS Flammarion. -
https://oliviortorres.net/travaux/pdf/pmetorres.pdf
- سعيد، بنكراد. (2019). معجم السيميائيات،
https://bilarabiya.net/2726.html
- محمد، الحاخاني، (2014). قراءة في نقد المسيري لما بعد الحداثة، مؤسسة مؤمنون بلا حدود،
https://www.mominoun.com/articles تاريخ التصفح،
2020/10/15