

الشباب و تلقي صورة الثورة التحريرية عبر مواقع التواصل الإجتماعي دراسة في دور الكفاءة القيمية

أ/كجـل خيرة

مقدمة:

لا يمكن بالنسبة لي الحديث عن عظمة الثورة الجزائرية و تاريخها المُشرف الذي كان و لا زال مفخرة لأبنائها،دون أن أذكر ما قاله أحد القادة الفرنسيين،"لو كان لي عشرة من زيغود يوسف لحكمت العالم"،و الحق ما شهدت به الأعداء،فكلّ شهيد جزائري يستحق أن يكون ، رمزا قوميا، قُدوة يُقتدى بها و بطلا في أضخم الإنتاجات الإعلامية و السينمائية،فحياتهم كانت حياة عمل و جهاد سواء بالسلاح أو بالقلم. أمّا السلاح،فيعبر عن المليون و نصف مليون شهيد الذين ماتوا في ساحة المعركة و عن المعطوبين و اليتامى و الثكالى و الأرامل،من ضحى بأبنائه،ببيته،بماله،بعلمه،بأبسط شيء يمكن أن يملكه،ليجسد حبه لوطنه في ميادين القتال،يعبر أيضا عمّن كانوا في المساجد، في التضاريس القاسية و الجبال الوعرة، عمّن كان يسهر يخطط،يساعد و ينفذ،عن الأطفال و الرجال و النساء الذين قاوموا من أجل الحرية. و مقاومة السلاح ترتبط بأسماء تُكتب بماء الذهب،تجعل كلّ جزائري يفتخر فعلا بأنه جزائري،أسماء مُبهرة في أخلاقها،نشأتها،قيم المواطنة التي تملكها،مُبهرة في سيرة حياتها التي لا يجب إلّا أن تُقرأ و تُعرف،و تُذكر في اللحظات الصعبة التي يمكن أن نعيشها،أسماء بارزة و خالدة من مثل العربي بن مهدي،زيغود يوسف،مصطفى بن بولعيد،عبان رمضان،كريم بلقاسم و غيرهم.

أمّا القلم فمقاومته،أشد،فالأمر يتعلق في هذا المقام بالجانب الإعلامي الذي لعب دورا مهما في الثورة التحريرية،و شكّل دعما قويا لمقاومة السلاح،رغم بساطة و تواضع وسائله،فبيان أول نوفمبر طُبِع بآلة راقنة بسيطة حتى وصل إلى الشعب الجزائري ثم إلى العالم،و قد تطور الإعلام بالتدريج حتى وصل إلى إذاعة صوت العرب بالقاهرة،بالإضافة إلى توظيف متخصصين في اللغة لتصحيح ما كان يُروج له من مغالطات عبر الإعلام المسموع و المرئي عن الثورة الجزائرية،هذا و يُعدّ الإعلام الشعبي في أبسط صورته مهما أيضا و الأخير كان منظما و موجها،و هذا ما يفسر إستمراره و تحوله مع تطور الوسائل إلى إعلام موجه لأهداف الثورة و من ذلك ما إقتناه قادة الثورة من عتاد عسكري يجمع من خلاله الإعلام في شقيه الخبري و العسكري.

فاستخدام الرجال لوسائل الإعلام التقليدية من مثل الصحافة المكتوبة،الإذاعة،التلفزيون و السينما،لم يمنع من خدمة الثورة و إيصال صداها في الداخل و الخارج بإمكانيات متواضعة،و قد أشار أحد القادة الثوريين على الرغم من بساطة تفكيره،بالقول أنّ لغته هي الثورة و تحرير الإنسان الجزائري من الإستعمار.

فالإعلام الثوري استطاع أن يضع نقطة وبصمة له في التاريخ، ويكون في مستوى عمل المجاهدين في الميدان والعمل الدبلوماسي بدراسات وضعها عباقرة الثورة يعجز اليوم خريجو الجامعات الإتيان بمثلها أو حتى تقديم تقارير عامة، رغم قلة مستواهم ومحدودية تعليمهم بحكم ظروف الاستعمار القاهرة.

و يشير زهير إحدادن للدور الكبير للإعلام أثناء الثورة التحريرية وإبصال صوتها إلى العالم. إن هذه الحقائق تجعلنا نفخر بتاريخنا، فنعيش حاضرا بثقة و مستقبلنا بأمل، و لنا في المؤرخ أبو القاسم سعد الله رحمه الله، خير مثال، و الهدف في ذلك هو غرس معاني و مكتسبات و قيم الثورة في نفوس الجيل الناشئ.

إلا أن الأخير، هو جيل رقمي شغوف بالتكنولوجيا أو ما يسمى بالإعلام الجديد مُتمثلا بمواقع التواصل الاجتماعي، نشأ في بيئة تحنفي بالتكنولوجيا و تعطياها من وقتها الكثير، بطريقة جعلتها مصدره الأول إن لم نقل

الأساس في ثقافته العامة، و هنا يحدث التفاوت في المستوى الذي يجب أن يُخاطب به الشباب، و الطريقة التي يمكن من خلالها توصيل نفس المبادئ التي عاش من أجلها الأبطال و ماتوا في سبيلها، إلا أننا نعتقد، في هذه النقطة، أن تلك القدرة موجودة بالضرورة، بمعنى، أنه إذا استطاع الرجال استخدام وسائل الإعلام التقليدية من مثل الصحافة المكتوبة، الإذاعة، التلفزيون و السينما، بشكل يخدم الثورة و يُذيع صداها في الداخل و الخارج بإمكانيات متواضعة، فإن تلك القدرة ستتضاعف من باب أولى، على الأقل من الجانب التقني، فصورة الثورة هي نفسها، إلا أن الحامل أو الوسيط الذي ينقلها هو الذي تغيّر في الواقع، غير أن الشباب تغيّر، فشباب القرن الواحد العشرين ليسوا كأمثالهم في خمسينات ، ستينات و سبعينات القرن الماضي، و السياق العام السياسي، الإقتصادي و خاصة الاجتماعي و الثقافي في تلك الفترة مختلف تماما عن السياق الحالي، كما لا توجد نفس البواعث و الدوافع و الوعي.

و لهذا السبب لا نعتقد أنه يكفي في حديثنا عن صورة الثورة التحريرية الجزائرية العظيمة بكلّ المقاييس، و في ظلّ الإعلام الجديد، أن نبحث فقط في الجانب التقني و نبقى مُركّزين عليه، بشكل مبتور لا يقدم قراءة متكاملة تحتوي جميع العناصر، دون إدراج متغيّر المتلقي الشاب، و التأكد من مدى إستعداده و قابليته القيمية، الاجتماعية و الذاتية ليدرك و يع قيم المواطنة، الحرية، المسؤولية، العلم و العمل، الثقة، حب الوطن، حسّ الإنتماء،..... من خلال صورة الثورة التحريرية في الإعلام الجديد.

إنّ موضوع صورة الثورة التحريرية و خدمتها لقيم التنمية و المدنية، في غاية الأهمية و لهذا رأينا أنه ينبغي أن يكون الطرح مختلف و مُهما أيضا ليوافق فقه الواقع الذي نعيشه و لا نتعرض للموضوع برؤية نمطية تشدنا إلى الماضي بدل تفسير الواقع، فالمشكلة بالأساس في رأينا، ليس في الصورة في حدّ ذاتها أو حتّى في الوسيط الذي ينقلها، إنّما

في المتلقي و كيفية و طبيعة تلقيه،فمن خلال قراءته،يمكن أن ندرك و نفهم ماذا في عقله،و ليس بالضرورة حقيقة ما في المضمون.و على أساس ما ذكر سابقا فإنّ بحثنا ينطلق من طرح الإشكالية التالية:

ما طبيعة تلقي الشباب لصورة الثورة التحريرية عبر مواقع التواصل الإجتماعي،من منظور قيمي؟.

كما أنه اعتمدنا في دراستنا على الربط بين المتغيرات و التحليل بالإستناد إلى المباحث التالية:

- مقدمة.
- قيم الثورة الجزائرية.
- صورة الثورة الجزائرية عبر مواقع التواصل الإجتماعي.
- تلقي الشباب لصورة الثورة.
- خاتمة.

1-قيم الثورة الجزائرية:

-القيم:

لقد تعدّدت تعاريف القيم بتعدّد الكُتّاب و باختلاف إنتماءاتهم،كما أنها توزّعت بين الجانب الفلسفي،الاجتماعي و الديني، على النحو التّالي:

"القيم هي الفئة المعنوية التي تُكون و تتركب السلوكيات.و كلمة قيمة تقترب من الأخلاق. و دراسة القيم تمركزت في السوسولوجيا الأمريكية بعد الحرب العالمية الثانية. و ترتبط القيم بالمبادئ و الأدوار الاجتماعية سواء، لعمل، لشخص، أو لفعل"⁽¹⁾.

1- Frédéric lebaron,"la sociologie de A à Z, 290 mots pour comprendre", paris, DUNOD, 2009, p 115.

"إنّ المعنى الذي أورده نيتشه عن الأخلاق و ربطه بالجانب الإنساني و الفراغ الروحي، كانت من أهمّ النقاط التي نقد من خلالها أفكار الحداثة،"فكلمة die modernitat هي من الكلمات التي وردت متأخرة إلى نصوص نيتشه و كما يقول نيتشه في كتابه "هذه هو الإنسان"،في جوهره نقد للحداثة و للعلوم الحديثة و الفنون الحديثة و لم نستثن منه حتّى السياسة الحديثة،إلى جانب كونه إشارة إلى نموذج مُضاد للحداثة،نموذج نبيل و إثباتي"⁽²⁾.

إنّ إرتباط القيم بما هو معنوي و مثالي، جعلها محطّ إهتمام من الفلسفة بالدرجة الأولى،فتعلّقت بمعاني الخير و الحقّ، و لم تلق الإهتمام الكافي، إلّا من طرف الفلسفة الألمانية بشكل خاص و الغربية عموماً مع حلول القرن العشرين،مقارنة بباقي العلوم خاصة علم النفس، علم النفس الإجتماعي،و علم الإقتصاد، للإعتقاد السائد بأنّ القيم لا يمكن دراستها أو حتّى التطرّق لها بشكل علمي ما أفضى إلى ما سمّاه أحدهم، بفوبيا إجتماعية من ناحية القيم (sociological phobia)

و الإسلام دين عظيم ركّز على القيم و عمل على غرسها في نفوس المؤمنين،"كما أنّ للإسلام منهجيته في غرس و تثبيت و دعم العادات الصالحة المرغوب فيها،و منها، و منها الإقناع و الإقتناع العقلي،فهو يخاطب النّاس على قدر عقولهم و كذا أسلوب الهزّة الوجدانية و هو أسلوب يعتمد على تغيير البيئة،هذا و يُعدّ الإستخفاف و التّبجح و البذاءة،و هو الكلام الفاحش بأسلوب مازح أو ساخر في موضوعات تتعلّق معظمها بالجنس أو الدّين،و الكذب،و هو ذكر شيء غير حقيقي،كلّها تُعدّ من أقبح الظواهر

2- جمال مفرج، "أزمة القيم،من مآزق الأخلاقيات إلى جماليات الوجود"،الجزائر،لبنان،منشورات الإختلاف/الدار العربية للعلوم ناشرون،الطبعة الأولى،2009م،ص

في نظر الإسلام"⁽¹⁾.

و الحديث عن القيم يُحيل إلى نظرية الحتمية القيمية في الإعلام و المفكر الجزائري عزي عبد الرحمن، فهو يشير إلى مصطلح الرأسمال الرمزي، فالدكتور عزي عبد الرحمن إعتبر "الرأسمال الرمزي الجديد" نظرية قيمية فرعية، و صنّف مفهوم "الرأسمال" إلى "رأسمال مادي أي رؤوس الأموال بوصفها بنية الإعلام الإقتصادية، و رأسمال رمزي أي الفضائيات، على اعتبار أنّها بنية فوقية تقترب أو تبتعد عن الواقع المعاش إن ثقافيا، إجتماعيا أو تاريخيا و رأسمال قيمي أي المعاني التي تُشكل نظريا أساس الحراك الثقافي و الإجتماعي و التي تستمد أصولها المرجعية و المعرفية من المعتقد و الممارسات التاريخية المترتبة عن ذلك و يخصّ الرأسمال القيمي مجال التدافع بين الخير و الشر عامة على أي مستوى كان، الفرد أو الأمة"⁽²⁾.

1- أنظر: رضا المصري، فتن عمارة، "الأخطار الأخلاقية التي تواجه أبنائنا"، الجزائر، دار الخلدونية، الطبعة الأولى، 2010م، ص 156، 155، 149، 19.

2- عزي عبد الرحمن، "الإعلام و تفكّك البنيات القيمية في المنطقة العربية: قراءة معرفية في الرواسب الثقافية"، تونس، الدار المتوسطة للنشر/مؤسسة بن راشد آل

مكتوم، الطبعة الأولى، 2009م، ص 138.

قيم الثورة الجزائرية:

القيم كلمة في صيغة الجمع مفردتها قيمة ، وقيمة الشيء هي مقدار المنفعة الحاصلة منه أو المرجوة منه سواء أكانت منفعة حسية أو معنوية.

ومنها القيم الديمقراطية التي لا تقترن مع الاستبداد وعبادة الشخصية وتتمثل أساسا في الحرية والمساواة والمشاركة ،
وخضوع الأقلية للأغلبية.

القيم الديمقراطية:

المساواة:

"هي إتفاق الشئيين في الكمية و معنى ذلك أنّ أحد الشئيين يستبدل بالأخر دون زيادة أو نقصان. و المساواة في علم الأخلاق هي المبدأ المثالي الذي يقرر أن الإنسان من حيث هو إنسان مساو لأخيه الإنسان في الحق و الكرامة و لهذه المساواة ضربان المساواة المدنية و المساواة السياسية. و تمثل المساواة إحدى أهم القيم في المجتمعات الحديثة فمنذ تصفية الإقطاع باتت الأوضاع القانونية للأشخاص متساوية حيث إعترف للأفراد بأنهم على قدم المساواة في التعاقد و الشراء و البيع و الزواج ثم جاءت عماية المساواة في الحقوق السياسية فأعطي حق الإنتخاب لكل الرجال ثم لكل البالغين من الجنسين"⁽¹⁾.

المشاركة:

و تعني أن يكون القرار السياسي أو السياسة التي تتبناها الدولة هي محصلة أفكار و نقاشات جمهرة المواطنين الذين سوف يتأثرون بهذا القرار أو هذه السياسة و يبني هذا على مبدأ مهم و هو حق كل إنسان في المشاركة و إبداء الرأي في القرارات و السياسات التي سوف تؤثر عليه و على حياته و مصالحه.

1-رياض بودلاع،"القيم الديمقراطية في الثورة الجزائرية التحريرية1954-1962"،رسالة ماجستير غير منشورة،،جامعة منتوري قسنطينة،2006م.

الحرية:

إن وصف الحرية "liberté" كان عند الإغريق واسعا للغاية إلى حد أنه كان ينصرف إلى معاني تبدو منقطعة الصلة بالحرية في مفهومها الدقيق و لذلك كانت الحرية تعني بين ما تعنيه مجموع الصفات الكريمة التي يتحلى بها الإنسان الفاضل، كالحكمة و الكرم و سمو الروح و غيرها،....

2- صورة الثورة الجزائرية عبر مواقع التواصل الإجتماعي:

قام الإعلام الجزائري بدور هام إبان الثورة الجزائرية، وأسهم إسهاماً كبيراً في انتشارها وتغلغلها على الصعيد الوطني والدولي. وقد اندلعت الثورة التحريرية ووجدت نفسها في حاجة ماسة إلى قيام إعلام ثوري يؤدي جملة من المهام السياسية لتعبئة الجماهير الشعبية لتلتف حول الثورة، وذلك في ظل وجود دعاية استعمارية مظلمة بلغت ذروتها القصوى ضد الوعي الثوري لجماهير الشعب الجزائري.

الإعلام الجديد:

و في العصر الذي نعيشه، يُجمع المراقبون و المختصون و حتّى الأشخاص العاديون أنّه عصر الإتصال الرقمي بإمتياز، فهو يشير إلى عصر الإتصالات، و هناك من يسميه بالإعلام الجديد. و الحديث عن الإعلام الجديد يشير إلى عديد التطبيقات التي أتاحت الإستعمالات المتعدّدة كما و نوعاً، أمّا الكم فيظهر من خلال الإستفادة منها في

الحياة اليومية إلى أقصى درجة، و النوع متجسد في المجالات التي تستخدم فيها التكنولوجيا من مثل المجال الإقتصادي و الإجتماعي.

و إذا كانت وسائل الإعلام في بداياتها كان لها تلك القوة و التأثير، فمع التطور المذهل لتكنولوجيا الإتصال، و تطور المجتمع و حاجيات الفرد في القرن الواحد و العشرين، فإنّ قوة الإعلام الجديد، و تأثيره سيتضاعفان من باب أولى.

و الشبكات الإجتماعية تعدّ من أهم تطبيقات الأنترنت الحديثة ظهرت ضمن ما اصطلح عليه بالإعلام الجديد و ترتبط بمعنى تفاعلي يحاكي الواقع. و تعرّف الشبكات الإجتماعية على أنّها "مواقع على الأنترنت تمكّن المستخدم

من إنشاء ملف تعريف و بناء شبكة شخصية تربطه مع الآخرين و بمجموعات متنوعة من أهمها مواقع التواصل الإجتماعي، المدونات الإلكترونية، الشبكات المهنية،... الخ"⁽¹⁾.

إنّ المتتبع لشبكة الفاييس بوك، يلاحظ أنّ ثمة بعض الصفحات الخاصة بالثورة الجزائرية من مثل *guerre d'Algérie* و التي تحتوي بدورها على روابط متعلقة بأبرز الأحداث في الثورة الجزائرية، و الملاحظ أنّ التعليق عليها أو المشاركة فيها لا يتعدى الإشارة إلى الإعجاب أو عدمه، أو *like* و التي كان عددها متوسطاً، أما المجموعات أو *les groupes* واحدة منها متعلق بالثورة الجزائرية و معظمها مغلق.

1- ساعد هامش، "الشبكات الإجتماعية و آثارها على الفرد و المجتمع من منظور قيمي، شبكة الفاييس بوك نموذجاً"، مجلّة الدراسات الإعلامية القيمية المعاصرة"، العدد الثاني، المجلد الأول، الجزائر، دار الو رسم للنشر و التوزيع، 2012م، ص66.

3- تلقي الشباب لصورة الثورة:

الشباب:

"الشباب مرحلة من مراحل العمر تقع بين الطفولة و الشيخوخة، تتميز بالكمال العضوي و نضوج القوة و إجتماعيا هي المرحلة التي يتحدّد فيها مستقبل الإنسان" (1).

إنّ ميزات الشباب و التي تستند بالأساس إلى الإرادة، القوة و الحماس، هي التي جعلت من فئة الشباب تمثّل نقطة القوة في أي مجتمع، و لعلّ هذا ما يفسّر إهتمام الدول بها، من خلال المشاريع التنموية و الفضاءات الهادفة الممكّنة للشباب من تفريغ طاقاتهم بما يفيد محيطهم في كلّ الجوانب، إلا أنّ بناء الشاب النفسي، الخُلقي و القيمي يلعب في ذلك الدور الأساس.

و على هذا الأساس كانت أهمية معرفة إحتياجات و ميول الشباب بصفة خاصة، كتجسيد و تفسير لخصائصه بعد ذلك، وكذا أهميتها في إمكانية تفسير تفاعلها مع ما هو جديد في المجتمع، كونها الخطوة الأولى لإدراك مدى خصوصية فئة الشباب.

و إحتياجات الشباب تتمثّل أساسا في :

- الحاجة إلى التعبير الإبتكاري و إلى الفرص المناسبة للتعبير عنها من خلال أنشطة معينة و كذا الحاجة إلى الإلتناء التي تُشبع عن طريق الجماعات المختلفة التي يُنسب إليها الإنسان.
- الحاجة إلى المنافسة و هذا من خلال جماعات الأنشطة التي يتنافس فيها الشباب من خلال الميول و الهوايات المختلفة.
- الحاجة إلى الحركة و النشاط فهم مشحونون بشحنة كبيرة من الطّاقة التي لا بدّ من إفراغها.

- الحاجة إلى الشعور بالأهميّة و هي من أهمّ الحاجات الإنسانية للشباب في تلك المرحلة التي يشعرون في بدايتها بمشكلات أزمة الهوية، أين يسأل فيها كلّ شاب، من أنا؟، و هذا يُشبع من خلال الأنشطة التي يأخذ الشابّ دورا فيها فيشعر من خلالها بأنّه هامّ و ذو قيمة" (2).

"و رغم ذلك فإنّ هناك تجاذبا بين علما النفس و علماء الإجتماع في تحديد مفهوم الشباب، فأوله كان في تحديد الشريحة العمرية، لكنّ التحديد العلمي و الموضوعي لعلماء الإجتماع، أكّدوا فيه أنّ فترة الشباب هي تلك الفترة التي يحاول فيها بناء المجتمع تأهيل الشّخص لكي يحتلّ مكانة إجتماعية و يؤدي دورا معيّنا و ينتهي حينما يتمكّن من إحتلال مكانته و أداء دوره هذا" (3).

1- خاطر أحمد مصطفى محمّد و آخرون، "إحتياجات و مشكلات الشباب في ضوء المتغيّرات العالمية"، الإسكندرية، المكتب الجامعي الحديث، بدون طبعة، يناير 2004م، ص 29.

2 أنظر: نورهان منير حسن، "القيم الإجتماعية و الشباب، منظور ديني"، الإسكندرية، المكتب الجامعي الحديث، بدون طبعة، 2008م، ص 254.

3- علي ليلة، "الشباب و المجتمع، أبعاد الإتصال و الانفصال"، مصر، المكتبة المصرية للطباعة و النشر و التوزيع، بدون طبعة، 2004م، ص 29.

كما أنّ الحديث في هذه الجزئية عن الشّباب و التنشئة الإجتماعية يُحيل إلى الجماعات المرجعية، يجعلنا أيضا نتطرق للشّباب و القيم، إلى الشّباب و التربية النفسية، العقلية، الإجتماعية، الثقافية، الجنسية و الأخلاقية، خاصة في الإسلام الذي يراعي في تنشئة الشّباب جميع تلك الجوانب، فبناء الطفل إجتماعيا هو أن يكون متكيفا مع وسطه الإجتماعي، سواء مع الكبار أو مع الأصدقاء و من هم في سنّه، و ليكون فعّالا إيجابيا بعيدا كلّ البعد عن الإنطواء و الخجل المقيت، يأخذ و يعطي بأدب و إحترام، و الأسرة المسلمة نموذج إنساني يقتدي به كلّ من ينشد السّعادة و لأنّ السّعادة معنى و وجدان له مظاهره، و هذا المعنى و هذا الوجدان له مكوّن أساسي ينطلق منه و هو السرّ الكامن وراء تحقيق السّعادة. إنّ أعظم ما يمكن أن يكون هبة لأيّ أسرة و لأيّ مجتمع و لأيّ أمة هو شاب صادق، أمين، عفيف، و منضبط و الذي عرف هدفه و عمل من أجله، و أهمية هذه النقطة أي الشّباب و القيم، جعلت منها موضوع دراسة، منها ما تطرّق للقيم و بالتفصيل و أخرى للعلاقة بين القيم و الشّباب و من أبرزها:

- "دراسة ليوسو سيّد محمود، حيث هدفت الدراسة إلى التّعرف القيمي لدى طلاب الجامعة على إمتداد فترة زمنية

تمتد إلى 30 سنة و لتحقيق هذا الهدف إعتمدت الدراسة على نتائج الدراسة الميدانية التي أجراها إبراهيم كاظم على عيّنتين من طلاب الجامعة 1958م-1962م، و قد تمّ إختيار عيّنة الدراسة للعام 89/1988 من طلاب جامعة القاهرة من كليتي العلوم و الآداب و كان عددها 18 طالبا و 21 طالبة، و إختار الباحث منهم بعد التطبيق لسير حياة 10 طلاب و 10 طالبات، و قد أخذ الباحث بأسلوب تحليل المضمون، و قد تمّ التحليل على أساس إستقراء القيم المتضمنة في كلّ سيرة حياة و ذلك بناء على قائمة للقيم مرتّبة في أنماط قيمية و معرفة إجرائيا و من هذه القيم، القيم الإجتماعية: حب الوطن، الصداقة، القيم الذاتية: الحكمة، الذكاء، الشجاعة، الإستقلال، الثقة بالنفس، التلقائية، القيم الأخلاقية الضمير، الصواب، الصدق، الطاعة، العدالة، المساواة....." (1).

من إنشاء ملف تعريف و بناء شبكة شخصية تربطه مع الآخرين و بمجموعات متنوعة من أهمها مواقع التواصل الإجتماعي، المدونات الإلكترونية، الشبكات المهنية،... الخ" (2).

و تُعدّ الشبكات الإجتماعية واحدةً من أهمّ تطبيقات شبكة الأنترنت ، و التي لاقت الرّواج الكبير نظرا لخصائصها المُتميّزة في بناء صفحات شخصية تُنشر فيها المعلومات الخاصة للمستخدم، مع إمكانية الإتصال مع

1 - أنظر: يوسو سيّد محمود، "تغيّر قيم طلاب الجامعة"، القاهرة، عالم الكتب، بدون طبعة، 1991م، ص 37، 29.

2- ساعد هامش، "الشبكات الإجتماعية و آثارها على الفرد و المجتمع من منظور قيمي، شبكة الفايبر بوك نموذجًا"، مجلّة الدراسات الإعلامية القيمية المعاصرة"، العدد الثاني، المجلد الأول، الجزائر، دار الو رسم للنشر و التوزيع، 2012م، ص 66.

الأصدقاء أو تشكيل جماعات تختصّ بمواضيع مُعيّنة، و من جهة أخرى تعكس الشبكات الإجتماعية، و لو بشكل رمزي، الواقع فهي تُتيح النقاش و تبادل الآراء، كما أنّ المستخدمين ينشرون على مُستواها الأحداث، المواضيع و الأفكار التي لا يُتاحُ لهم نشرها في فضاءات أخرى، و لعلّ أهمّ الشبكات الإجتماعية التي

إرتبطت بهذا المعنى، هي " شبكة الفاييس بوك "، خاصة في أحداث الربيع العربي في مطلع سنة 2011م، و مع الأهمية المُتزايدة للشبكة و إحتلالها للمراتب الأولى كأكثر وسائل الإعلام الإجتماعي شعبية، فقد تجاوز عدد مُستخدميها الملايين خارج الولايات المتّحدة الأمريكية، و كان للوطن العربي الحصة الأكبر من حيث عدد مستخدمي شبكة الفاييس بوك.

" و شبكة الفاييس بوك أداة تُتيح للأشخاص التواصل مع الأصدقاء و غيرهم من الأشخاص، الذين قد يعملون في نفس الإطار، كجماعة مُتخصّصة أو مجرد أشخاص للتعارف"⁽¹⁾.

و في حديثنا عن صورة الثورة التحريرية الجزائرية العظيمة بكلّ المقاييس، و في ظلّ الإعلام الجديد، أن نبحت فقط في الجانب التقني و نبقي مُركّزين عليه، بشكل مبتور لا يقدم قراءة متكاملة تحتوي جميع العناصر، دون إدراج متغيّر المتلقي الشاب، و التأكد من مدى إستعداده و قابليته القيمة، الإجتماعية و الذاتية ليدرك و يع قيم المواطنة، الحرية، المسؤولية، العلم و العمل، الثقة، حب الوطن، حسّ الإنتماء،..... من خلال صورة الثورة التحريرية في الإعلام الجديد.

و من خلال الملاحظة نتأكد أنّ الوسيط التقني ممثلا في الشبكات الإجتماعية يملك القدرة على نقل صورة الثورة التحريرية الجزائرية، و لكن الأهم هو ملاحظة مدى تفاعل و وعي الشباب المستخدم بها، و درجة إدراكه لقيمتها و بالنتيجة القدرة على إستقاء قيم الديمقراطية من حرية و مساواة و تشارك و قيم مواطنة من مسؤولية و حب الوطن و حسّ الإنتماء، لكن و بالمقابل فإنّ إضافة مجرد عبارة إعجاب لا تعكس و عي الشباب و إدراكهم لما تحمله صورة الثورة التحريرية من قيم، فلا يُقارن الإعجاب السلبي دون الفعالية بالإضافة و الإبداع.

إنّ صورة الثورة التحريرية و خدمتها لقيم التنمية و المدنية، في غاية الأهمية و لهذا لا ينبغي أن يكون الطرح مُستهلكا يحتفي دائما بالتكنولوجيا و يُفتن بها و يتجاهل الشاب المستخدم و دوره و فعاليته، و ذلك لنتوافق مع فقه الواقع الذي نعيشه و لا نتعرض للموضوع برؤية نمطية تشدنا إلى الماضي بدل تفسير الواقع، فالمشكلة بالأساس في رأينا، ليس في الصورة في حدّ ذاتها أو حتّى في الوسيط الذي ينقلها، إنّما في المتلقي و كيفية و طبيعة تلقّيه، فمن

خلال قراءته، يمكن أن ندرك و نفهم ماذا في عقله، و ليس بالضرورة حقيقة ما في المضمون.

خاتمة:

إنّ تزايد عدد الأجهزة المحمولة، وتوفر الاتصال وسهولة الوصول إلى الإنترنت، مؤخرًا ساهم في إثراء النمو المستمر للإعلام الاجتماعي. بالإضافة إلى سيطرة الحاسبات الشخصية كأكثر الأجهزة استخدامًا للوصول إلى شبكات التواصل، فازدادت نسبة الوقت الذي يقضيه المستخدمون عبر الأجهزة المحمولة. وأشارت دراسة الشركة المتخصصة في استشارات شبكات التواصل الاجتماعي، والتابعة لشركة "Nielsen" العالمية، إلى أن المستخدمين الذين أجريت عليهم الدراسة، يقضون وقتهم على شبكات التواصل أكثر من أي موقع إلكتروني آخر، حيث أنهم يقضون مانسبته 20% من الوقت الكلي لهم على الإنترنت، عبر الحاسبات الشخصية، ونسبة 30% عبر الأجهزة المحمولة. ووفقًا للدراسة، ما يقارب ربع مستخدمي الإعلام الاجتماعي الذين ينتمون إلى الفئة العمرية بين 18 إلى 24 سنة، يتفاعلون مع ما يجري على شبكات التواصل، إعجابًا أو عدم الإعجاب، بينما هم يشاهدون التلفاز. وأكدت الدراسة أن أكثر من نصف المستخدمين بين 25 إلى 34 سنة، يستخدمون شبكات التواصل أثناء العمل في المكتب، ومن ناحية التجارة الإلكترونية أكدت الدراسة أن واحد من كل ثلاثة بين مستخدمي الإعلام الاجتماعي، يفضلون التواصل مع الشركات عبر شبكات التواصل، أما عن منطقة الشرق الأوسط

وأفريقيا، فالنسبة هي 30% من المستخدمين، وبسحب الدراسة، يستخدم هؤلاء الإعلام الجديد للإطلاع على جديد العلامات التجارية من حيث المنتجات والخدمات.

إنّ هذه الدراسات و الأرقام ليست إعتباطية، فالوقت الذي يقضيه المستخدمون أمام شبكات التواصل الإجتماعي بالإضافة إلى الأهداف التي تحركهم لذلك، يؤكد أنّ درجة التفاعل و الوعي مع تاريخنا عبر تلك الشبكات لم نصل إليه بعد أو على الأقل هو ليس بالمثالية التي نتحدث عنها.

فالدراسات تؤكد على أنّ أكثر إستخدامات الإعلام الجديد بعيد تطبيقاته و وسائله، تسير في الشق السلبي، فالتقارير العربية للتنمية الثقافية، فإنّ المتلقي العربي لم يستفد بشكل فاعل من الفضاءات الإلكترونية في مجال التوعية السياسية و الديمقراطية، فالإحصائيات الحديثة المتعلقة بدوافع إستخدام الفرد العربي للأنترنت، تشير إلى أنّ دافع الترفيه و التسلية جاء في المرتبة الأولى بنسبة 46% فيما سجل دافع إلتماس المعلومات نسبة 26% فقط.

إنّ شباب القرن الواحد و العشرين، هو جيل رقمي شغوف بالتكنولوجيا أو ما يسمى بالإعلام الجديد مُتمثلاً بمواقع التواصل الإجتماعي، نشأ في بيئة تحثي بالتكنولوجيا و تعطيها من وقتها الكثير، بطريقة جعلتها مصدره الأول إن لم نقل الأساس في ثقافته العامة، و هنا يحدث التفاوت في المستوى الذي يجب أن يُخاطب به الشباب، و الطريقة التي يمكن من خلالها توصيل نفس المبادئ التي عاش من أجلها الأبطال و ماتوا في سبيلها، إلا أنّنا نعتقد، في هذه النقطة، أنّ تلك القدرة موجودة بالضرورة، بمعنى، أنّه إذا إستطاع الرجال إستخدام وسائل الإعلام التقليدية من مثل الصحافة المكتوبة، الإذاعة، التلفزيون و السينما، بشكل يخدم الثورة و يُذيع صداها في الداخل و الخارج بإمكانيات متواضعة، فإنّ تلك القدرة ستتضاعف من باب أولى، على الأقل من الجانب التقني، فصورة الثورة هي نفسها، إلا أنّ الحامل أو الوسيط الذي ينقلها هو الذي تغيّر في الواقع،

غير أنّ الشباب تغيّر، فشباب القرن الواحد العشرين ليسوا كأمثالهم في خمسينات ، ستينات و سبعينات القرن الماضي، و السياق العام السياسي، الإقتصادي و خاصة الإجتماعي و الثقافي في تلك الفترة مختلف تماما عن السياق الحالي، كما لا توجد نفس البواعث و الدوافع و الوعي.

و لهذا السبب لا نعتقد أنّه يكفي في حديثنا عن صورة الثورة التحريرية الجزائرية العظيمة بكلّ المقاييس، و في ظلّ الإعلام الجديد، أن نبحت فقط في الجانب التقني و نبقي مُركّزين عليه، بشكل مبتور لا يقدم قراءة متكاملة تحتوي جميع العناصر، دون إدراج متغيّر المتلقي الشاب، و التأكد من مدى إستعداده و قابليته القيمية، الإجتماعية و الذاتية ليدرك و يع قيم المواطنة، الحرية، المسؤولية، العلم و العمل، الثقة، حب الوطن، حسّ الإنتماء،..... من خلال صورة الثورة التحريرية في الإعلام الجديد.

إنّ موضوع صورة الثورة التحريرية و خدمتها لقيم التنمية و المدنية، في غاية الأهمية و لهذا رأينا أنّه ينبغي أن يكون الطرح مختلف و مُهما أيضا ليوافق فقه الواقع الذي نعيشه و لا نتعرض للموضوع برؤية نمطية تشدنا إلى الماضي بدل تفسير الواقع، فالمشكلة بالأساس في رأينا، ليس في الصورة في حدّ ذاتها أو

حتّى في الوسيط الذي ينقلها، إنّما في المتلقي و كيفية و طبيعة تلقيه، فمن خلال قراءته، يمكن أن ندرك و نفهم ماذا في عقله، و ليس بالضرورة حقيقة ما في المضمون.

و لهذا فقد إعتدنا في دراستنا على الجمع بين عدد من الدراسات و التركيز على الربط بين المتغيّرات ثمّ التحليل

فالموضوع يحتاج، في رأينا، إلى تعمق و تحليل خاصة إذا استندنا في دراسته إلى السياق السوسيوثقافي الذي تعمل في إطاره، فالأخيرة تمارس وظيفتها في إطار ظرف او إطار معين، يستوجب معرفة معناها عند المستخدمين و طريق إستخدامها. و العمل على التركيز على متغيّر القيم، كمتغيّر مستقل في الدراسة أي الكفاءة القيمة للمستخدمين.

القائمة البيبليوغرافية المعتمدة:

- خاطر أحمد مصطفى محمّد و آخرون، "إحتياجات و مشكلات الشّباب في ضوء المتغيّرات العالمية"، الإسكندرية، المكتب الجامعي الحديث، بدون طبعة، يناير 2004م.
- رضا المصري، فاتن عمارة، "الأخطار الأخلاقية التي تواجه أبنائنا"، الجزائر، دار الخلدونية، الطبعة الأولى، 2010م.
- عزّي عبد الرحمان، "الإعلام و تفكّك البنيات القيمية في المنطقة العربية: قراءة معرفية في الرواسب الثقافية"، تونس، الدار المتوسطة للنشر/مؤسسة بن راشد آل مكتوم، الطبعة الأولى، 2009م.
- ليلة علي، "الشّباب و المجتمع، أبعاد الإتصال و الانفصال"، مصر، المكتبة المصرية للطباعة و النشر و التوزيع، بدون طبعة، 2004م.
- مفرج جمال، "أزمة القيم، من مأزق الأخلاقيات إلى جماليات الوجود"، الجزائر، لبنان، منشورات الإختلاف/الدار العربية للعلوم ناشرون، الطبعة الأولى، 2009م.
- منير حسن نورهان، "القيم الإجتماعية و الشّباب، منظور ديني"، الإسكندرية، المكتب الجامعي الحديث، بدون طبعة، 2008م.
- يوسف سيّد محمود، "تغيّر قيم طلاب الجامعة"، القاهرة، عالم الكتب، بدون طبعة، 1991م.

المجلات و الدوريات:

- مجلّة "الدراسات الإعلامية القيمية المعاصرة"، الجزائر، دار الورسم للنشر و التوزيع، العدد الثاني، المجلد الأول، 2012م.

الأعمال الجامعية و الدراسات الأكاديمية:

- رياض بودلاع، "القيم الديمقراطية في الثورة الجزائرية التحريرية 1954-1962"، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة منتوري قسنطينة، 2005-2006م.

المراجع باللغة الفرنسية:

Frédéric lebaron, "la sociologie de A à Z, 290 mots pour comprendre", paris, .DUNOD, 2009

المواقع الإلكترونية:

<http://kardashat.blogspot.com/2009/10/blog-post-07.html>

