

## الفييس بوك ورأس المال الاجتماعي في مصر دراسة سوسيولوجية - ميدانية

د . نجلاء محمود رؤوف السيد المصيلحي

### ملخص الدراسة :

شكل الانضمام إلى موقع الفييس بوك إحدى الظواهر المستجدة في المجتمع المصري في السنوات القليلة الماضية. فقد بدأ أن الموقع يستقطب فئات اجتماعية متنوعة من حيث السن والمستوى التعليمي والنوع.

أسفرت الدراسة الميدانية، التي طبقت على 313 مبحوثاً يمثلون مستويات اجتماعية وعمرية وتعليمية مختلفة، عن نتيجة مهمة تتمثل في أن الفييس بوك لا يعد فقط مجالاً لخلق رأس مال اجتماعي افتراضي جديد بدلاً عن رأس المال الاجتماعي الواقعي وإنما يمارس الموقع الاجتماعي الشهير دوره في تدعيم بعض صور العلاقات الاجتماعية التقليدية، في الوقت الذي يطرح سبلاً وآليات جديدة لخلق وتدعيم أشكال جديدة من العلاقات الافتراضية. ومن ثم، يتجاوز شكلاً رأس المال الاجتماعي على الفييس بوك وقد يشهدان بعض المزاوحات والتفاعلات.

بدا من الدراسة أن الفييس بوك لا يتوقف عند حدود خلق أو تدعيم رأس المال الاجتماعي وإنما يتيح الفرص والإمكانات لجعل الأفراد منخرطين في عالم أكبر محلياً كان أو عالمياً، ويدعم قدراتهم على المشاركة في الشؤون العامة بما يمثل قاعدة محتملة يمكن استغلالها في حفر جهود وقوى التنمية.

● مدرس بقسم الاجتماع - كلية الآداب - جامعة عين شمس

## مقدمة :

تشهد الحياة المعاصرة تغيرات جذرية وشاملة ومتلاحقة في جميع الأنساق السياسية والاقتصادية والثقافية. كما تشهد تطورات متسارعة في تكنولوجيا الاتصال ونظم المعلومات العالمية وفي مقدمتها الشبكة الدولية للمعلومات «الانترنت» التي فتحت عصراً جديداً من عصور الاتصال والتفاعل بين البشر، ووفرة المعلومات والمعارف التي تقدمها لمستخدميها. لقد تجاوزت شبكة الانترنت حدود ما هو تكنولوجي إلى ما هو إنساني واجتماعي واقتصادي وسياسي، وأصبحت الفضاءات الثقافية والاقتصادية والسياسية مفتوحة لتدفق تأثيرات العولمة. ومن ثم، أصبح العالم الافتراضي الإلكتروني يؤثر على ما هو واقعي، فقد تغلغت استخداماته في شتى مجالات الحياة؛ كما أنه صار يشكل حيزاً افتراضياً عاماً (فضاء عام) يتجاوز المكان والحدود، الأمر الذي ساعد على حدوث قدر كبير من التواصل والتفاعل بين أفراد وجماعات جميع البلدان واللغات والثقافات والهويات حول مجموعة من القضايا والاهتمامات المشتركة التي يتبادلون فيها المعارف والآراء وذلك عبر شاشات الكمبيوتر ومن خلال الرسائل الإلكترونية دون أن يقابل بعضهم الآخر أو يعرفه بصورة شخصية.

ومع هذا التطور الحادث في استخدامات الانترنت ظهر مصطلح رأس المال الاجتماعي الرقمي بما ينطوي عليه من أطر مستحدثة للعلاقات الاجتماعية تتجاوز الإطار الفيزيقي المكاني والاتصال المباشر Face to face communication. وقد تطورت هذه الأطر واكتسبت زخماً كبيراً بظهور عدد من مواقع التواصل الاجتماعي مثل تويتر Twitter وفيس بوك facebook وغيرها، حيث قدمت سبلاً جديدة للتواصل الاجتماعي وتكوين الشبكات الاجتماعية مختلفة المشارب ومتباينة الأهداف. ومن هنا تسعى هذه الورقة البحثية إلى دراسة حدود تأثير الفيس بوك، بوصفه أحد أهم مواقع التواصل الاجتماعي على شبكة الإنترنت، على العلاقات الاجتماعية، ومن ثم على رأس المال الاجتماعي.

ويمكن القول بأن السنوات القليلة الماضية قد شهدت ظهور وتطور العديد من أنماط العلاقات الاجتماعية في إطار مواقع التواصل الاجتماعي. وتعتبر تلك العلاقات نتاجاً لتلك المصاهرة العميقة التي تصل إلى حد التلاحم بين أدوات وممارسة رواد الفيس بوك لحقوقهم من ناحية، وبين منجزات ثورة تكنولوجيا المعلومات والاتصالات من ناحية أخرى. وقد لا نتجاوز إلى القول بأن تلك العلاقات هي اختراع لأنواع جديدة من العلاقات الاجتماعية؛ ولكن يمكننا أن نقرر أن

تلك المواقع، التي يأتي الفييس بوك في مقدمتها، قد يسرت سبباً وأشكالاً جديدة لتكوين وممارسة تلك العلاقات الاجتماعية بأدوات وآليات جديدة.

لجأ رواد موقع الفييس بوك، الذي يعد أعضاؤه الآن بمئات الملايين في جميع أنحاء العالم، في دول العالم الثالث، إلى ذلك العالم الافتراضي لأنهم أدركوا أن الواقع المعاش لا يشبع غالب احتياجاتهم، ابتداءً من الحاجة إلى حرية التعبير وحتى الحاجة إلى الجنس. ومن ثم فقد تدفقوا إلى المجتمع الافتراضي، واتخذوا من صفحات «الفييس بوك» سياقاً اجتماعياً شاملاً لجميع العلاقات الإنسانية تعبيراً عن جميع النظم الاجتماعية القائمة بالفعل داخل المجتمعات التي لم تفلح في استيعاب الاحتياجات الإنسانية لأفراد المجتمع الذين وجدوا في صفحات الفييس بوك ملاذهم. وهكذا، يوفر الفييس بوك منبراً للعلاقات السياسية ومنبراً آخر للممارسات الثقافية، وآخر للعلاقات الاجتماعية بين الناس، كما يوفر بدايات لعلاقات جديدة قد تمثل منفذاً نفسياً ترويحياً للكثير من الناس. وبالتالي، فقد تشكلت من خلال موقع الفييس بوك كيانات اجتماعية رقمية عابرة لحدود المكان، واللغة، والثقافة، والدين... الخ.

وهكذا، فقد ساعد موقع الفييس بوك على تأسيس بنية لفرص اجتماعية تم توظيفها من قبل المستخدمين للتغلب على جميع الإشكاليات والعقبات التي تصادفهم في الواقع الاجتماعي التقليدي.

وبينما يرى الكثيرون تلك الميزات لموقع الفييس بوك يتخوف البعض من بعض تأثيراته السلبية المحتملة على رأس المال الاجتماعي. إذ يرون أنه سيؤدي إلى عزل الفرد اجتماعياً وتفكيك العلاقات بين الأفراد داخل المجتمع؛ وبالتالي إيجاد نوع من التفكك الاجتماعي في الواقع المعاش. كما يؤدي إلى مخاطر غير ظاهرة تؤثر بالسلب على مرتادي الفييس بوك غير الواعين المهمشين المقهورين المغتربين عن واقعهم المعاش.

### مشكلة الدراسة:

أصبحت شبكة الانترنت إحدى مظاهر الحياة العصرية التي تأثر بها المجتمع العربي عامة والمصري خاصة. وفي الآونة الأخيرة، وضحت آثار الانترنت ومنها تشكيل كيانات اجتماعية رقمية، حيث إن الذين يستخدمون الشبكة يخلقون في الواقع مجتمعاً كونياً افتراضياً يقوم على العلاقات الاجتماعية الافتراضية التي تتطوي على نزعة فردية واضحة. لذلك يرى بعض الباحثين بأن الانترنت يقلل من الروابط الاجتماعية ويزيد من العزلة الاجتماعية. ولكن في

المقابل يشير آخرون إلى أن استخدام الانترنت، وخاصة الفيس بوك، يمكن أن يبسر بناء وصيانة علاقات اجتماعية دائمة.

ومن ثم تتبلور مشكلة الدراسة في سؤال رئيس هو:

هل يؤدي استخدام المواقع الالكترونية الاجتماعية إلى خلق رأس مال اجتماعي بديل أو مواز، أو داعم لرأس المال الاجتماعي التقليدي السائد في الواقع المعاش؟  
وانطلاقاً من هذا السؤال، تتحدد مشكلة الدراسة الراهنة في محاولة التعرف على موقف المجتمع المصري من الفيس بوك، والصور التي تنعكس بها هذه المواقف، ومدى قدرتها على تشكيل رأس مال اجتماعي إلكتروني يقوم على الثقة والتعاون والتكامل، ومدى تأثيرها على الفضاء التقليدي للعلاقات الاجتماعية الحقيقية الملموسة من جانب آخر.

#### أهمية الدراسة :

تتأتى أهمية الدراسة من عدد من الاعتبارات لعل من أهمها:

1. الأهمية المتزايدة للإنترنت، ومواقع التواصل الاجتماعي في الحياة الاجتماعية على مستوى العالم.
2. أن المجتمع المصري هو أحد أكثر المجتمعات استخداماً لمواقع التواصل الاجتماعي، ولاسيما الفيس بوك، على مستوى العالم.
3. اقتران استخدام الإنترنت، ومواقع التواصل الاجتماعي، بالعديد من الأشكال المستحدثة للعلاقات والتفاعلات الاجتماعية إيجابية كانت أو سلبية. ومن ثم فقد أحدثت الانترنت، والفيس بوك، تغييرات ملموسة في المجتمعات العربية وفي مقدمتها المجتمع المصري.
4. أن رأس المال الاجتماعي هو الأساس الذي تقوم عليه التنمية المستدامة والشاملة للمجتمع المصري الأمر الذي يستوجب أن نولي مزيداً من الاهتمام بتلك الوسائل الإعلامية والاتصالية التي تؤثر عليه بدرجة أو بأخرى.

#### أهداف الدراسة :

تهدف الدراسة إلى الوقوف على مدى تأثير الفيس بوك على رأس المال الاجتماعي (العلاقات الاجتماعية) في المجتمع المصري والوقوف على الجوانب السلبية والايجابية لاستخدامه من خلال:

- التعرف على موقف المجتمع المصري من الفيس بوك.

- التعرف على أثر استخدام الفييس بوك على العلاقات الاجتماعية في الفضاء التقليدي الواقعي للمجتمع المصري.
- التعرف على مدى ثقة رواد الفييس بوك من الشعب المصري في العلاقات الاجتماعية الناجمة عن التواصل عبر الفييس بوك، والكيانات الاجتماعية المستندة إليها.
- التعرف على مدى قدرة الفييس بوك على خلق رأس مال اجتماعي يستخدم من أجل النفع العام.

### الفييس بوك وعلاقته برأس المال الاجتماعي:

لقد ساهمت شبكة الانترنت - بوصفها إحدى منجزات الثورة الاتصالية - في تشكيل فضاء جديد يتجاوز المكان والثقافة وقواعد الضبط الاجتماعي ووسائل الردع المقترنة بها. فقد ساعدت على تكوين شكل جديد من أشكال التفاعل الإنساني من خلال البريد الإلكتروني، وانتشار المدونات، وظهور مواقع التواصل الاجتماعي مثل تويتر و فييس بوك. لقد اقترنت تلك المواقع باستحداث أشكال جديدة من التفاعلات والعلاقات الاجتماعية كونها تتضمن آليات جديدة للتواصل وتكوين الشبكات الاجتماعية بين أفراد وجماعات لا تتيسر لها سبل الاتصال المباشر، وتتباعدها بينها المسافات الجغرافية وربما الاقتصادية - الاجتماعية.

### 1 - الفييس بوك ونشأته:

تم إطلاق موقع الفييس بوك في فبراير من عام 2004، لتلبية رغبة مارك زوكربيرج - الطالب في جامعة هارفارد - Harvard في أن يجد وسيلة اجتماعية مناسبة - «Mark Zuckerberg» للاتصال بزملائه في الجامعات والمدارس الثانوية، بما يوفر له وقتاً وجهداً، ويخلق عالماً اجتماعياً موازياً على شبكة الانترنت، وقد استمر استخدام هذا الموقع قاصراً على طلبة الجامعات والمدارس الثانوية لمدة عامين، ثم قرر زوكربيرج فتح أبوابه أمام كل من يرغب في استخدامه من جميع أنحاء العالم. وعلى الرغم من ذلك، فلم يكن يخطر ببال أحد أن هذا العالم الافتراضي سوف يتسع بوتيرة متزايدة ليلعب عدد مرتاديه إلى أكثر من 150 مليون مشترك في فبراير 2009م. لقد كان هذا الموقع بداية انطلاق لمرحلة «ما بعد التفاعلية» في تطبيقات الانترنت، فهو لم يعد مجرد وسيلة للترفيه والتسلية، بل أصبح واحداً من أهم الهياكل الافتراضية الاجتماعية الموجودة في العالم، حيث وجد الكثير من المستخدمين في هذا الموقع الغاية والوسيلة في الوقت نفسه، وإن تنوعت أهداف المشتركين بين لم شمل الأصدقاء والتسويق والترفيه والتعليم والسياسة

وغيرها، بمعنى أنه أصبح قادراً علي سد احتياجات مهمة ومختلفة لدى غالبية فئات وشرائح مستخدمي الانترنت خاصة صغار السن منهم.

فقد نشرت شركة كوم سكور - ComScore - المتخصصة في شؤون الانترنت دراسة حديثة أشارت فيها إلى تفوق موقع الفيس بوك على نظيره المعروف باسم «ماي سبيس myspace»، ليصبح أكثر المواقع الاجتماعية شعبية في العالم، بدخول 132 مليون زائر في شهر يونيه عام 2008، كما أكدت الدراسة أن مستخدمي الفيس بوك يزدادون بواقع 153 % سنوياً مقارنة بـ 3 % فقط لماي سبيس، ومن بين شبكات المواقع الاجتماعية الأخرى التي تشهد إقبالا كبيراً هاي فاي - hi5 - بواقع 100 %، وفريندستر friendster بواقع 50 %، وأوركوت - orkut - بواقع 41 %، وبيبو - bebo - بواقع 32 %، وكشفت الدراسة أن زوار موقع الفيس بوك قد زادوا بنسبة 38 % في الولايات المتحدة، حيث زاره 49 مليون شخص في يونيو. وكان أكبر عدد للزيارة من أمريكا اللاتينية، حيث زاد عدد زوار الموقع بنسبة 1055 %، في حين زاد العدد من منطقة الباسفيك الآسيوية بواقع 458 %، ومن الشرق الأوسط بواقع 405 % حيث يبلغ عدد المشتركين في الموقع نحو 200 مليون على الصعيد العالمي. ويجتذب الموقع الأمريكيين بالدرجة الأولى وتصل نسبة الأمريكيين المنتهقين بالموقع نحو 38 % من زوار الموقع. وتأتي كندا في المرتبة الثانية، وتليها المملكة المتحدة في المرتبة الثالثة، حيث يصل عدد الذين ينتمون إليها نحو 3.5 مليون بريطاني، وتأتي مصر في المرتبة الرابعة. حيث يصل عدد زوار الموقع من المصريين نحو 2.5 % مليون زائر وبذلك يشكل المصريون 1.25 % من زوار الموقع.<sup>(1)</sup>

ويدخل إلى موقع «الفيس بوك» يومياً نحو 150 ألف زائر، وقد بدأ الموقع في مصر بداية متواضعة، كما ذكرت الدراسة أن مستخدمي موقع الفيس بوك يقضون في المتوسط حوالي 186 دقيقة على الموقع في كل جلسة.<sup>(2)</sup>

ومما سبق يتضح تزايد الدور الذي لعبته الشبكات الاجتماعية الافتراضية في تشكيل الثقافات الخاصة ببعض فئات وشرائح المجتمعات، وأن هناك تصاعداً ملحوظاً في استخدام هذه الشبكات داخل المناطق التي تحتوي على نسبة كبيرة من الأنظمة السياسية التي تتسم بدرجة ما من الخصائص السلطوية مثل أمريكا اللاتينية، والشرق الأوسط، ومنطقة الباسفيك الآسيوية. وقد يكون السبب الرئيسي وراء ذلك هو تزايد حجم القيود المفروضة على الحقوق والحريات العامة في هذه البلدان، بالإضافة إلى استمرار عملية تزايد تآكل دور الأحزاب السياسية ومؤسسات

الدولة الرسمية كمنظمات للتعبئة والتمثيل الشعبي داخل الدول السلطوية أو شبه السلطوية. فقد خلقت تلك الشبكات الاجتماعية الجديدة آلية جديدة لاستيعاب الهموم والمطالب الشعبية في مواجهة الهياكل التقليدية الرسمية، ومن هنا تزداد أهمية الوقوف على دراسة تأثير الشبكات الاجتماعية الافتراضية التي لاقت إقبالا كبيرا بين جميع أطياف المجتمع المصري عامة والشباب خاصة خلال الفترة الماضية عند الخوض في تحليل ثقافتهم ومستويات مشاركتهم في الحياة العامة، باعتبارها أحد الهياكل البنيوية التي ينضم إليها الأفراد والمجموعات بشكل طوعي واختياري، بهدف تبادل الخبرات والمعلومات والبيانات، وتفعيل عمليات التواصل الاجتماعي فيما بينهم، كما أنها تطرح إطاراً تضامنياً يهدف إلى تعبئة الطاقات والإمكانات الكامنة في أعماق تلك الجماعات، وتهدف إلى السير في اتجاه التأثير على السياسات العامة للدولة، وتمكن عدداً كبيراً من المواطنين في جميع انحاء العالم، وغالبيتهم من طلبة الجامعات والمدارس والشباب، من التعبير عن آرائهم، والحصول على حقوقهم المنتهكة أو المسلوقة من خلالها.

ومن ثم يوفر «الفييس بوك» لأعضائه ومرتابيه صفحة شخصية تمثل مدونة - Blog - على شبكة المعلومات؛ يناقش فيها صاحب الصفحة أصدقاءه ويتكلم معهم ويتبادل معهم الصور والفيديو والصوتيات. ولكن الإمكانيات التي يوفرها الموقع لا تقتصر على ذلك، وإنما تتجاوزها إلى خدمة التشبيك بمعنى خلق الشبكات الاجتماعية من خلال البحث عن الأصدقاء على الموقع، واقتراح أصدقاء جدد لضمهم لقائمة أصدقاء العضو صاحب الصفحة، ومن خلال تكوين المجموعات Groups ذات الأهداف والاهتمامات المتباينة. وهكذا لا يساعد الفييس بوك الأفراد فقط على تكوين شبكة اجتماعية توفر لهم إمكانية الاتصال بأصدقائهم وعائلاتهم، وأصدقاء العمل بفاعلية عبر شبكة المعلومات، وإنما يحفزهم على توسيع الشبكات الاجتماعية التي يدورون في فلكها لتشمل أصدقاءهم، وأصدقاء أصدقائهم، ومن يقاربونهم الرؤى والأفكار والاهتمامات الثقافية والاجتماعية والسياسية.. الخ.

وهكذا يمكن القول إن الفييس بوك «يساعد على تحقيق التفاعل الاجتماعي المستند إلى قاعدة التباين - التكامل. إذ يساعد التفاعل من ناحية في تأسيس مجموعات متجانسة من حيث اهتماماتها، لأن البيانات المتاحة على الصفحة تساعد على تحقيق التواصل بين الأفراد الأعضاء معاً. ومن ثم تقوم الصداقة بين الأعضاء المتشابهين في الصفات والهويات والأفكار. وعلى هذا النحو يساعد مثل هذا الوضع في تشكيل مجموعات متجانسة من الداخل حول اهتمام مشترك،

وان تباينت مع الجماعات الأخرى. وفي هذا الإطار تتبلور جماعات حول قضايا محددة كقضايا السياسة أو الجنس أو الدين، أو الموقف من بعض الظواهر الاجتماعية ولعل الميزة المهمة التي دعمت قدرة الفيس بوك في مجال التواصل الاجتماعي والتشبيك هي ما يتسم به من إتاحة وتوفير الفرصة للتحرر من القيود الاجتماعية من خلال آليات المجتمع الافتراضي.<sup>(3)</sup> ذلك أننا « نطل من خلال الفيس بوك على مجتمع افتراضي يتسم بالتحرر من قيود الواقع المعاش، مخترقا المحرمات كالدين والجنس والسياسة. وهي القطاعات التي تعتبر مجالات اهتمام مفضلة نظراً لانتشار ظاهرة الاغتراب والانكفاء على الذات في وقتنا الراهن، واتساع نطاق التقد للواقع المعاش وتشكيل ثقافات خاصة تتخطى كل ما هو في الواقع، وتقوم على مبدأ حرية الاتصال وتدفق المعلومات،<sup>(4)</sup> الأمر الذي يفسر لنا سرعة انتشار ظاهرة الفيس بوك والجماعات الاجتماعية الالكترونية على الانترنت<sup>(5)</sup>

### رأس المال الاجتماعي؛

يعبر رأس المال عن الثروات الحقيقية في أي مجتمع، ويتم استثماره لتحقيق التنمية الاقتصادية والاجتماعية والرفاه الاجتماعي. وليتأتى تحقيق التنمية الحقيقية فإنها يجب أن تكون تنمية شاملة وعادلة. وقد فرضت التنمية الشاملة والمستدامة على الإنسان، أن يعدل من فهمه لرأس المال، فهناك رأس المال المادي، وهناك رأس المال الذي يعتمد على البشر ولذا فهناك رأس المال البشري، ، ورأس المال الفكري، ، فصي عقل الإنسان رأسمال، وفي روحه رأسمال، وفي نفسه رأسمال، وفي علاقاته مع الآخرين رأسمال، أطلق عليه مجموعة من علماء الاجتماع "رأس المال الاجتماعي<sup>(6)</sup> Social Capital». على أساس أن التقدم يكون بالبشر وللبشر .

يعد مفهوم رأس المال الاجتماعي من المفاهيم الجديدة التي ظهرت بفعل التغيرات والتحولات الإقليمية والدولية التي شهدتها فترة الثمانينيات والتسعينيات من القرن العشرين. فيشير مفهوم رأس المال الاجتماعي إلى الروابط والعلاقات الاجتماعية، التي تتضمن مجموعة من القيم والمعايير الأخلاقية ويتم تكوينها في إطار بنائي اجتماعي معين، ويمتد هذا البناء من الأسرة وجماعات الجيرة، والاصدقاء، ومؤسسات المجتمع المدني إلى بقية مؤسسات المجتمع.<sup>(7)</sup> ومن ثم ينطوي مفهوم رأس المال الاجتماعي كذلك على أداء المجتمع الأهلي، وطبيعة الروابط الأسرية، ومدى التمسك بالقيم الاجتماعية، ودرجة متانة النسيج الاجتماعي، وتنوع البنى الاجتماعية وما يشبهها من العوامل.

وقد عرف الفيلسوف الفرنسي «بيير بورديو» Pierre Bourdieu مفهوم رأس المال الاجتماعي بأنه «الموارد والطاقات الكامنة في الشبكات الاجتماعية المختلفة، والتي تؤدي إلى تحقيق منافع جماعية بأثر من القيم التي تتحكم في البنى الاجتماعية. تلك القيم التي تتجسد في هياكل وتنظيمات اجتماعية متماسكة تسهل عمليات التفاعل الاقتصادي والسياسي وتشكل البنية الأساسية للعلاقات الاقتصادية وتعزز الثقة المتبادلة، وتحل المشكلات الاجتماعية.<sup>(8)</sup> ويترتب على ذلك بأن النجاح أو الفشل يرجع إلى المجتمع، ولا تقع مسؤوليته بحال على الدول الاستعمارية أو على قوى النظام الرأسمالي العالمي، وأن الفشل يرجع إلى شبكات العلاقات غير المنظمة وغير المشحونة بالثقة والشفافية والتسامح السائدة في المجتمع.<sup>(9)</sup>

وفي تقرير التنمية البشرية 2003 تم تعريف رأس المال الاجتماعي بأنه يشير إلى النظام المؤسسي والعلاقات والعادات والتقاليد التي تؤثر على جميع الجوانب في مجتمع بما ينعكس على التفاعلات الاجتماعية والاقتصادية ذات التأثير المباشر على عملية التنمية واستمراريتها.<sup>(10)</sup> ومدى إمكانية تدعيم رأس المال الاجتماعي للتنمية والديمقراطية .

وفي إطار عرض للرؤى النظرية التي اقتربت من مفهوم رأس المال الاجتماعي، هناك رؤيتان: الأولى: ويمثلها «بيير بورديو» الذي دأب في تحليله لرأس المال الاجتماعي والثقافي على ربطه بالتحليل الطبقي. حيث فهم رأس المال الاجتماعي على أنه رصيد اجتماعي من العلاقات والرموز يتقابل ويتفاعل مع الرصيد الذي يملكه الأفراد من رأس المال المادي. فرأس المال الاجتماعي والثقافي هو رصيد قابل للتداول والتراكم والاستخدام مثله مثل رأس المال المادي. أما الرؤية الثانية: هي التي ظهرت عندما تم تبني مفهوم رأس المال الاجتماعي في أوساط المنظمات المشتغلة بقضايا التنمية، وتم نزع الرؤية السوسولوجية التطبيقية لمفهوم رأس المال الاجتماعي، وعضواً عن ذلك فقد تمت صياغة المفهوم في إطار سلوكي اقتصادي، وارتبطت هذه الرؤية بأعمال كل من «جيمس كولمان» ومن بعده «روبرت بوتنام»، فقد نظر الأول إلى رأس المال الاجتماعي بمثابة الرصيد الذي يملكه الفرد من علاقات وقيم تمكنه من أن يؤسس لعلاقات داخل البناء الاجتماعي، وأن يبنى توقعاته وأهدافه، وفي المقابل فقد نظر «بوتنام» إلى رأس المال الاجتماعي من خلال تحديد الخصائص والسمات التي تكون رصيماً داخل التنظيم الاجتماعي، مثل الثقة، والمعايير، والشبكات الاجتماعية؛ مع التأكيد على أن امتلاك الجوانب الإيجابية من هذه الخصائص يمكن المجتمع من أن يؤدي وظائفه على نحو أكفأ وأفضل، كما أنها تسهل

التنسيق بين الأفعال الاجتماعية المختلفة.<sup>(11)</sup>

وذهب أحمد زايد في هذا الصدد إلى أن رأس المال الاجتماعي يعرف بأنه «موارد كامنة في البناء الاجتماعي يمكن الوصول إليها واستخدامها في أفعال مقصودة». ويكشف هذا التعريف عن أن أرصدة رأس المال الاجتماعي توجد لصيقة بالفعل الاجتماعي، وتتخلص هذه المصادر في نوعين من المصادر.

أولاً: علاقات وشبكات يقيّمها الأفراد اختياريًا لتحقيق أهداف معينة، مثل: النقابات والأحزاب والجمعيات، وغير ذلك من العلاقات والشبكات التي تؤسس لحياة مدنية. ثانياً: منظومة قيمية تأتي على رأسها قيم الثقة، والشفافية، واحترام الآخر، والرغبة في التعاون معه، والعقلانية، وغير ذلك من قيم الحداثة.

ومن ثم التأكيد على أهمية دراسة رأس المال الاجتماعي في ضوء الأرصدة أو الموارد التي يملكها الأفراد منه، وفي ضوء ما يفرض على سلوك هؤلاء الأفراد من قيود وكوابح تمنعهم من تكوين هذا الرصيد أصلاً، أو من سوء استخدامه إذا وجد.<sup>(12)</sup> لذلك يعد رأس المال الاجتماعي مجموعة من القواعد المشتركة أو القيم التي تعزز التعاون الاجتماعي التي تعد شرطاً مسبقاً ضرورياً لنجاح التنمية.

يساهم رأس المال الاجتماعي - كذلك - في تحقيق التنمية الاقتصادية من خلال زيادة الإنتاج وتحسين القدرة التنافسية للمشروعات، وتنمية رأس المال البشري وخفض تكلفة المعاملات، وردم الفجوة الطبقية، وتكمن عبقريته في كونه نقطة التقاء بين أطر فكرية متنوعة مثل الاتجاهات الرأسمالية والاتجاهات الاشتراكية. وكذلك دعم فاعلية كل من الدولة والسوق والمجتمع المدني من خلال العمل المشترك فيما بينهم لتحقيق الرفاهة والتنمية الاقتصادية، ويعتمد نجاح هذه المنظومة على الجهود التي يكمل بعضها بعضاً ولا يستوي أن يحل أحدها محل الآخر، وتتمثل في الثقة وحرية الاختيار ورغبة الأطراف في التعاون، وهكذا يعتبر رأس المال الاجتماعي عاملاً مهماً في الاقتصاديات الحديثة، وفي انتشار الديمقراطية والحرية والعدالة.

وهكذا، يمكن القول إن الدراسات الحديثة اعتبرت رأس المال الاجتماعي أحد مواد التنظيم الاجتماعي ومصدراً كامناً للقيمة يمكن العمل على تقويته وتدعيمه وتحويله إلى أهداف استراتيجية مثمرة، فحتى وقت قريب كانت النظريات الاقتصادية التي تضع معايير تقدم وتخلف المجتمعات البشرية تتجاهل السياق الاجتماعي الذي تجري فيه عملية التنمية الاقتصادية، وكانت

التنمية لها معايير مادية بحتة مثل متوسط الدخل الفردي، واستدامة الزيادة السنوية في الناتج القومي الإجمالي، إضافة إلى قدرة الدولة على توسيع إنتاجها بمعدلات أسرع من معدل النمو السكاني.

غير أنه مع إضفاء البعد الإنساني على عملية التنمية، بدأ يظهر تنامي الاهتمام بالأبعاد الاجتماعية والثقافية للتنمية الاقتصادية، خاصة أن هذه الأبعاد خلقت مؤسسات من رحم المجتمع المدني ساعدت شرائح مجتمعية عديدة لم تستطع الدولة مساعدتها، لاسيما مع تنفيذ برامج التكيف الهيكلي.

وفي هذا الإطار ظهر مفهوم رأس المال الاجتماعي كأسلوب لتسهيل تبادل العلاقات والسلع، وتقوية الثقة في عمليات ومؤسسات التبادل الاقتصادي والاجتماعي ليزيد من كفاءتها وسرعتها، كما أنه يخلق علاقة قوية بين الدولة والمجتمع تسمح بخلق قنوات مؤسسية لمناقشة الأهداف والسياسات التنموية، وخلق هياكل وبنى اجتماعية تدعم أعضائها وتحقق مصالحهم وتعزز تماسكهم. ومن ثم، لا يمكن إغفال دور رأس المال الاجتماعي في تحقيق التنمية والتوصّل إلى دولة الرعاية والعدالة الاجتماعية.

وبفضل تكنولوجيا المعلومات برزت نافذة أخرى لاستغلال الطاقات الكامنة في الشبكات الاجتماعية المرتبطة بالإنترنت، وظهر نوع جديد من العطاء الاجتماعي يسمى «العطاء الاجتماعي الرقمي»، المتمثل في حث الأفراد على التبرع بالمعرفة والخبرات المتراكمة لديهم، وذلك يتطلب توظيف المعلوماتية لتعميق التشابك بين الأفراد وتفعيل القيم وزيادة العطاء الاجتماعي الرقمي واستغلال الطاقات المعرفية لدى العموم، إن رأس المال الاجتماعي ليس فقط مجموع المؤسسات التي تعزز المجتمع بل يمتد ليمثل الروابط التي تربط بين كل منهم.<sup>(13)</sup>

وفي ضوء ماسبق يمكن تصور ثلاثة أنماط مثالية لشبكات رأس المال الاجتماعي هي:

- نمط ذو طابع اقتصادي وتكون فيه تعاملات الأفراد مرتبطة بعوامل اقتصادية.
- نمط قائم على المكانة ويكون فيه الافراد مدفوعين لمتغيرات السمعة والمكانة الاجتماعية.
- نمط قائم على الاختلاط والارتباط بالآخرين.

ويعرف رأس المال الاجتماعي في إطار الدراسة الراهنة بأنه شبكة العلاقات الاجتماعية ذات النمط القائم على الاختلاط والارتباط بالآخرين بهدف اجتماعي أو يأخذ شكلاً اقتصادياً أو سياسياً.. يقوم في الأساس على الثقة -الصدق - التعاون تلك أهم معايير

تكوين رأس المال الاجتماعي الذي يعكس رؤية الفرد لذاته وللعالَم المحيط به وتتجلى في سلوكه وممارساته.

### الفييس بوك ورأس المال الاجتماعي في مصر:

على الرغم من كون ظاهرة الفييس بوك حديثة بالأساس، إلا أنها سرعان ما انتقلت إلى عدد كبير من البلدان النامية، خاصة في منطقة الشرق الأوسط، التي تعاني من قصور في ممارسة حرية الرأي والتعبير، لذلك وجد عدد كبير من رواده ضالتهم في هذا الموقع الافتراضي-التفاعلي كوسيلة للتخلص من واقعهم الاجتماعي المعاش عند مقارنته بالمؤسسات والأبنية التقليدية، لأنهم يستطيعون من خلاله التعبير عن ما يريدون دون أية قيود مجتمعية أو مضايقات أمنية. فهذا الموقع الافتراضي الوليد قد شكل مخرجاً تقنياً لعدد كبير من الإشكاليات السياسية والاجتماعية والثقافية. وبالنسبة للفييس بوك في مصر، فقد نشرت مدونة تك كرانش الشؤون التكنولوجية<sup>(14)</sup> - Tech Crunch - دراسة مسحية عن مستخدمي موقع الفييس بوك في 31 دولة من مناطق مختلفة في العالم في نوفمبر عام 2007 ، أكدت نتائجها على احتلال مصر للمركز الثاني عشر عالمياً، والثاني علي جميع دول منطقة الشرق الأوسط التي شملتها عينة الدراسة بعد تركيا، ثم جاءت كل من إسرائيل والإمارات وماليزيا ولبنان والسعودية وباكستان في المراكز 18 و19 و20 و21 و27 و28 علي التوالي.<sup>(15)</sup>

هذا وقد كشف تقرير نشرته وزارة الاتصالات المصرية في مايو 2008 عن ارتفاع عدد المصريين المستخدمين للإنترنت من 650 ألف مستخدم فقط عام 2000 ليصل إلى 9,17 مليون مستخدم عام 2008، ومع أننا لا نمتلك إحصائيات دقيقة عن عدد مستخدمي موقع الفييس بوك من المصريين في الوقت الراهن، إلا أن بعض التقديرات المبدئية الموجودة على سجل الشبكات الخاص بالموقع تشير إلى أن عدد المسلجين على شبكة مصر في هذا الموقع تجاوز الـ 531 ألف مستخدم في أول يناير 2009، بينما كان مسجلاً بها في أواخر نوفمبر 2007 ما يقرب من حوالي 397 ألف مستخدم، أي بمعدل زيادة سنوية بلغت حوالي 34%. وعلى الرغم من ضخامة هذا العدد إلا أنه مازال غير معبر عن الرقم الحقيقي لعدد مستخدمي هذا الموقع التفاعلي، خاصة وأن هناك عدداً كبيراً من المستخدمين المصريين الذين يسجلون أنفسهم على شبكات أخرى مثل محافظتهم أو جامعاتهم أو مدارسهم... الخ، ناهيك عن وجود فئات أخرى من المستخدمين الذين لا يسجلون أنفسهم في أي من هذه الشبكات على الإطلاق، أو هؤلاء الذين يسجلون أنفسهم في

الشبكات الخاصة بالدول والمدن والجامعات الأخرى سواء العربية أو الأجنبية منها. ومن ثم، فإذا ما تم دمج هذه الفئات إلى عدد المسجلين على شبكة مصر في موقع الفييس بوك، فإن إجمالي عدد مستخدمي موقع الفييس بوك من المصريين قد يزيد عن تلك التقديرات ويتجاوزها بكثير.<sup>(16)</sup> وستتم مناقشة أبعاد العلاقة بين الفييس بوك ورأس المال الاجتماعي في مصر من خلال الدراسة الاجتماعية الميدانية الراهنة التي سيتم عرضها في النقاط التالية:

### الإجراءات المنهجية للدراسة:

تحدد الإجراءات المنهجية للدراسة الراهنة فيما يلي:

لما كان هدف البحث هو التعرف على مدى تأثير الفييس بوك على العلاقات الاجتماعية داخل المجتمع المصري، لذلك تتمثل وحدة الدراسة الأساسية في استخدام الفييس بوك في القاهرة باعتبارها عاصمة مصر وتتضمن أكبر عدد من السكان متباينين في جميع المستويات الاقتصادية والاجتماعية والثقافية.

فقد قامت الباحثة بتوزيع (313) استمارة استبيان على مضردات العينة، حيث بلغ عدد الأفراد الذين تم التطبيق معهم في الأحياء الراقية (مصر الجديدة - المعادي - المهندسين) 96 شخصاً، وكان العدد في المستوى المتوسط (العباسية) 107 أفراد. أما من تم التطبيق معهم في الأحياء الشعبية (شبرا الخيمة - السيدة زينب- المطرية- عين شمس- الشرايية) فقد بلغ عددهم 110 أفراد. وقد حاولت الباحثة ان تكون النسبة متساوية تقريبا.

ولم تنقيد الباحثة بمرحلة سنية معينة أو تعليمية، أو مهنية، أو نوع دون الآخر حيث يحاول البحث الوقوف على الفئات التي تتعامل مع المجتمع الافتراضي بشكل عام، والفييس بوك بوجه خاص، بهدف التعرف على أبعاد الظاهرة في المستويات العمرية والتعليمية والمهنية والاجتماعية المختلفة.

وقد تم التطبيق الميداني وجمع البيانات في الفترة من 1 - 3 - 2010 إلى 1-7-2010م. وفيما يلي بيان تفاصيل عينة الدراسة، تبعا للخصائص المميزة لها في كل فئة موضحة بالعدد والنسبة المئوية، وتعرض الجداول التالية لفئات السن والنوع والتعليم والمهنة والسكن لعينة الدراسة.

## جدول (1) توزيع أفراد العينة تبعا لمتغير النوع

النوع	البيانات	التكرارات	النسبة %
ذكر		169	54.0
أنثى		144	46.0
المجموع		313	100.0

ويوضح الجدول السابق التقارب ما بين الذكور والإناث من أفراد العينة فقد بلغت نسبة الذكور 54.0% أما الإناث 46.0% بما يناهز النسب الموجودة في المجتمع الأصلي للدراسة.

## جدول (2) توزيع أفراد العينة تبعا لمتغير السن

فئة السن	البيانات	التكرارات	النسبة %
أقل من 18		35	11.2
18 - 24		130	41.5
25 - 34		94	30.0
35 - 49		34	10.9
50 -		20	6.4
المجموع		313	100.0

وعلى نحو ما يبين الجدول الثاني، فقد بلغت نسبة الشباب في العينة 71.5% وهي أعلى بالضرورة من النسبة المناظرة لها في المجتمع الأصلي. بيد أن المبرر لذلك يتمثل في كون الشباب هي الفئة الأعلى استخداماً للإنترنت، والأكثر استخداماً لمواقع التواصل الاجتماعي مقارنة بغيرها من الفئات العمرية الأخرى.

## جدول (3) توزيع أفراد العينة تبعا لمتغير التعليم

التعليم	البيانات	التكرارات	النسبة %
مؤهل متوسط		115	36.5
مؤهل فوق متوسط		38	12.1
مؤهل جامعي		151	48.2
دراسات عليا		19	6.1
المجموع		313	100.0

ويشير الجدول السابق على أن النسبة الأكبر من رواد الفييس بوك 54.3% من ذوى المؤهلات الجامعية والدراسات العليا، وهي تفوق نسبة مشاركة كل من المؤهلات المتوسطة وفوق المتوسطة معاً، حيث بلغت نسبتهم 46.6%.

#### جدول (4) توزيع أفراد العينة تبعاً لمتغير الحالة الاجتماعية

الحالة	البيان	التكرارات	النسبة %
أعزب		187	59.7
متزوج		112	35.8
مطلق		8	2.6
أرمل		6	1.9
<b>المجموع</b>		<b>313</b>	<b>100.0</b>

نظراً لارتفاع المكوّن الشبابي في العينة، فقد كان طبيعياً أن تكون النسبة الأكبر لفئة غير المتزوجين (أعزب) حيث مثلت نحو 60% من إجمالي العينة. وربما تكشف هذه النسبة عن ارتفاع سن الزواج بين الشباب المصري واقتران ذلك بمشكلات اجتماعية كالعنوسة في مصر.

#### جدول (5) توزيع أفراد العينة تبعاً لمتغير المهنة

المهنة	البيان	التكرارات	النسبة %
طالب		75	24.0
يعمل		219	70.0
لا يعمل		8	2.6
ربة منزل		7	2.2
غير مبين		4	1.3
<b>المجموع</b>		<b>313</b>	<b>100.0</b>

يتضح من الجدول السابق أن أكثر من ثلثي العينة، 70.0% من العينة يعملون، ونحو الربع ما زالوا في مراحل التعليم. وربما تبدو نسبة من لا يعملون أقل من نظيرتها في المجتمع الأصلي لكون البطالة في عرف الكثيرين من المجتمع المصري تتحقق ما لم يتم الارتباط بوظيفة ثابتة ويعتبرها الشخص دائماً، حتى إن كان مرتبطاً بعمل يعده غير دائم أو أقل مما يتمنى. ولما كانت الدراسة

الميدانية قد صادفت حالات عديدة من هذا النوع فقد آثرت وضعهم في التصنيف الحقيقي لهم كونهم يعملون وإن لم يكونوا راضين عن عملهم.

#### جدول (6) توزيع أفراد العينة تبعاً لمتغير محل الإقامة

الإقامة	البيان	التكرارات	النسبة %
شعبي		110	35.1
متوسط		107	34.2
راقي		96	30.7
المجموع		313	100.0

بلغ عدد الأفراد الذين تم التطبيق معهم في الأحياء الراقية (مصر الجديدة - المعادي - المهندسين) 96 شخصاً، و كان العدد في المستوى المتوسط (العباسية) 107 أفراد. أما من تم التطبيق معهم في الأحياء الشعبية (شبرا الخيمة - السيدة زينب- المطرية- عين شمس- الشرايبية) فقد بلغ عددهم 110 أفراد. وقد حاولت الباحثة ان تكون النسبة متساوية تقريبا

#### نتائج الدراسة :

تحقيقاً للهدف الرئيسي للدراسة، سيتم تناول النتائج وفقاً للمحاور التالية:

#### المحور الأول: موقف المجتمع المصري من الانترنت - الفيس بوك

ترجع بداية الانترنت في مصر إلى عام 1992 م. عندما تم تمديد بنية تحتية بين شبكة الجامعات المصرية وشبكة بت نت Bit Net الفرنسية. ومع بداية عام 1994م بدأ مركز المعلومات في إدخال خدمة الانترنت للوزارات والهيئات الحكومية والمحافظات. وفي عام 1997م، بدأ المركز في خصخصة خدمات الانترنت ووصل عدد الشركات العاملة في هذا المجال 68 شركة بحلول عام 2000م، وفي عام 2002م بدأت الحكومة المصرية في مبادرة شبكة الانترنت المجانية. وفي عام 2004م، أطلقت الحكومة مبادرة شبكة الانترنت فائقة السرعة. وقد كان كل ذلك يمثل تشجيعاً للمصريين في استخدام الانترنت حيث بلغ عدد مستخدمي الانترنت في مصر حوالي 14.5 مليون مستخدم في نوفمبر 2009م مما يجعلها أول الدول العربية استخداماً للإنترنت.<sup>(17)</sup>

### جدول 7 مدى استخدام أفراد العينة للإنترنت

البيان	ك	%
نعم	308	98.4
لا	5	1.6
<b>المجموع</b>	<b>313</b>	<b>100</b>

ويبدو من الجدول السابق اتساع نطاق مستخدمي الإنترنت في المجتمع المصري بدليل أن 98.4% من إجمالي العينة يستخدمون الإنترنت.

### جدول 8 أسباب استخدام أفراد العينة للإنترنت

البيان	التكرارات	%
ترفيهى	137	39.4
معرفى	84	24.1
اعلانية	5	1.4
زيادة كفاءة العمل	33	9.5
مصدر سريع للمعلومات	84	24.1
أخرى تذكر	5	1.4
لا ينطبق	5	1.4
<b>المجموع</b>	<b>*348</b>	<b>100</b>

\* المجموع أكبر من 313 لأن المبحوث يختار أكثر من بديل وكانت المبررات التي ساقها هؤلاء لاستخدامه عديدة من بينها: أسباب ترفيهية، والتي بلغت 39.4% من العينة، وأسباب معرفية تقدر بـ 24.1%، ولزيادة كفاءة العمل 9.5% وللحصول على المعلومات 24.1%. وتشير النتائج إلى أن أسباب استخدام الإنترنت قد تركزت على الأسباب المعرفية والمتعلقة بالحصول على المعلومات وزيادة كفاءة العمل بما يقدر بنحو ثلثي عينة الدراسة، متجاوزاً الأسباب الترفيهية بدرجة كبيرة.

وقد بدت التغيرات العالمية واضحة بصورة جلية على المجتمع المصري حيث إنه على رغم من حداثة موقع الفييس بوك الذى بدأ عالمياً عام 2004 إلا أن نسبة من سمعوا عنه في مصر من إجمالي مستخدمي الإنترنت في عينة الدراسة بلغت حوالي 97.7% في فترة إعداد الدراسة الراهنة 2010م.

## جدول 19 المشاركة في الفيس بوك بإعداد صفحة شخصية

البيان	ك	%
نعم	254	81.2
لا	54	17.2
لا ينطبق	5	1.6
المجموع	313	100.0

وكما يكشف الجدول رقم 9، لم تتوقف العينة عند حدود السماع عن الفيس بوك فقط بل تعدى إلى المشاركة من خلال إعداد صفحة وهذا ما كشفته نتائج دراستنا الراهنة، فقد أشار 81.2% من إجمالي مستخدمي الإنترنت في عينة الدراسة أن لديهم صفحة على الفيس بوك، مقابل 17.2% ليس لديهم صفحة. وهذه النتيجة تؤكد ما صدر عن مركز معلومات مجلس الوزراء عن احتلال مصر المرتبة الأولى عربياً في الدخول على موقع الفيس بوك على شبكة الانترنت.

ويمكن تفسير هذه النتيجة بما تتيحه الصفحة الشخصية على الموقع الاجتماعي من حرية طرح الآراء والتعبير عنها بكل حرية، فضلاً عن كشف الأفراد عما قد يمتلكون من هوايات وإبداعات. لا شك أن هذا يجعل من الصفحة الشخصية على الفيس بوك بديلاً للصحف ووسائل الإعلام التي لا يجد الناس القدرة على اللجوء إليها ولا يرونها معبرة عنهم، وإن تأتي لبعض هذه الوسائل أن تحاول فإنها بالضرورة لن تكون معبرة عن الناس بنفس صدق وحميمية صفحاتهم الشخصية.

## جدول 10 الرأي فيما إذا كان الفيس بوك يشكل جزءاً من نشاط الحياة اليومية

البيان	ك	%
نعم	142	45.3
لا	112	35.9
لا ينطبق	59	18.8
المجموع	313	100.0

وكما أوضحت نتائج الدراسة - طبقاً للجدول 10 - أن الفيس بوك صار يشكل جزءاً من نشاط الحياة اليومية لـ 45.3% من عينة الدراسة الراهنة، وعلى الرغم من أن ثلث العينة (35.9%) لا يرون الموقع مهماً في حياتهم بهذا القدر، إلا أن النسبة الأولى تبدو دالة في اتساع نطاق الاهتمام بالفيس بوك في ضوء حداثة نشأة الموقع والتعرف عليه.

ويبدو من النتيجة السابقة أن الدخول إلى موقع الفييس بوك والتواصل من خلاله قد صار يشكل عادةً يومية شأن قراءة الصحف، أو متابعة برامج التلفزيون، بيد أنه يتسم بقدر أعلى من التفاعلية والإيجابية مقارنة بهما، لأن الفرد يعبر عن آرائه ويتواصل مع الآخرين من خلال الفييس بوك ويفتقد ذلك في وسائل الإعلام.

### جدول 11 الشعور بالحزن إذا ما أغلق الفييس بوك

البيان	ك	%
نعم	113	36.2
لا	141	45.0
لا ينطبق	59	18.8
المجموع	313	100.0

وكما يوضح الجدول 11، فقد تعدى الأمر إلى حد أن 113 شخصاً بنسبة تقدر بحوالي 36.2% من عينة الدراسة تشعر بالحزن إذا ما أغلق الفييس بوك. وقد يرجع ذلك بأن اشتراكهم في الفييس بوك مرجعه التسلية ومشاهدة المواد الترفيهية المختلفة، ومتابعة الأحداث الرياضية؛ بيد أن الأهم هو ما يتيح الفييس بوك من حرية لمرتابديه لا تتوافر لهم عبر وسائل الإعلام الأخرى. بل إنه قد يعوض أحياناً غياب الحرية داخل الأسرة من خلال الحرية التي تتوافر للفرد عبر عالمه الافتراضي، حيث يعبر عن ذاته كما يريد.

### المحور الثاني: الفييس بوك ورأس المال الاجتماعي:

#### التفاعل الاجتماعي عبر الفييس بوك

كشفت الدراسة الراهنة عن مدى أهمية العلاقات الاجتماعية المباشرة في التعرف على الفييس بوك.

### جدول 12 سبل التعرف على الفييس بوك

البيان	التكرارات	%
صديق	146	46.6
أحد أفراد الأسرة	46	14.7
زملاء العمل	39	12.5
التلفزيون	16	5.1
الصحف	7	2.3
لا ينطبق	59	18.8
المجموع	313	100.0

وكما يوضح الجدول السابق، فقد كانت النسبة الأعلى لأولئك الذين سعوا للتعرف عليه من خلال الأصدقاء، فقد وصلت نسبتهم إلى 46.6% من إجمالي عينة الدراسة التي تستخدم الانترنت. بينما وصلت نسبة الذين تعرفوا عليه من خلال الأسرة إلى 14.7%. أما أولئك الذين تعرفوا على الفيس بوك من خلال زملاء العمل فقد بلغت نسبتهم 12.5%. ومن ثم فقد أوضحت نتائج الدراسة أن حوالي 90% من العينة كان السبب الرئيسي في دخولها العالم الافتراضي والثقة فيه، وإقامة رأس مال اجتماعي إلكتروني رقمي، كان من خلال رأس المال الحقيقي لدى الأفراد، أي رأس المال الملموس - المباشر القائم على العلاقات المباشرة face to face. وتتجلى أهمية هذه النتيجة عند مقارنتها بدور وسائل الإعلام (التلفزيون - الصحف) في مساعدة أفراد العينة للتعرف على الفيس بوك والتي لم تتجاوز نسبتها لدى أفراد العينة نسبة 9% فقط، الأمر الذي يعكس الوجود الملموس لرأس المال الملموس الحقيقي على الرغم من الادعاء بفتوره وعدم ظهوره بشكل واضح في الوقت الراهن.

### جدول 13 دوافع التعرف على الفيس بوك

البيان	ك	%
وسيلة جديدة	80	25.6
لمعرفة أصدقاء جدد	69	22.0
التسلية	63	20.2
للمظهر الاجتماعي	15	4.8
متطلبات العمل	9	2.9
التعرف على أصدقائي القدامى	14	4.5
لمشاهدة الأحداث الرياضية	2	0.6
للاستماع للموسيقى	2	0.6
لا ينطبق	59	18.8
المجموع	313	100

وأوضحت الدراسة الراهنة أن 25.6% من إجمالي العينة قد اشتركوا في الفيس بوك لكونه وسيلة جديدة للتواصل الاجتماعي بصوره المختلفة بما يدعم العلاقات الاجتماعية، ومن ثم رأس المال الاجتماعي. كما بدأ أن سبب اشتراك 22.0% من إجمالي عينة الدراسة في الفيس بوك يرجع إلى رغبتهم في التعرف على أصدقاء جدد، الأمر الذي يمهد السبيل أيضاً لإقامة رأس مال

اجتماعي من خلال الفييس بوك، أي علاقات اجتماعية رقمية تتيح اكتساب الكثير من الأصدقاء متعددي الثقافات والمشارب الاجتماعية ممن قد يصعب التعرف عليهم من خلال السبل التقليدية للتواصل. وقد ذهب 4.8% من العينة إلى أن اشتراكهم كان بغرض البحث عن أصدقائهم القدامى على الموقع. وعلى ذلك يتجلى أن أكثر من نصف العينة قد برروا مشاركتهم في الفييس بوك لأسباب تتصل بدعم رأس المال الاجتماعي بشكل أو بآخر.

وفي المقابل ذهب 20.2% من العينة إلى أن اشتراكهم في الفييس بوك مرجعه التسلية ومشاهدة المواد الترفيهية المختلفة، ويقترب من هذا السبب ما قرره آخرون من الاهتمام بالموسيقى، ومتابعة الأحداث الرياضية. وأخيراً فقد قرر 4.8% من العينة أنهم اشتركوا سعياً خلف المظهر الاجتماعي في المجتمع بما يروونه دعماً لرأس المال الحقيقي المعاش.

ومن هنا نرى أن عينة الدراسة تسعى وراء العلاقات الاجتماعية الالكترونية من جانب، وتدعم العلاقات المعاشة رأس المال الحقيقي من خلال الفييس بوك من جانب آخر. وهذا يوضح مدى تعلق الشخصية المصرية بالتفاعل الإنساني والسعى وراءه بما يحقق وجوده وحرية وإنسانيته سواء كان واقعياً أم إلكترونياً.

#### جدول 14 أعداد أصدقاء الباحثين على الفييس بوك

البيان	التكرارات	%
أقل من 50	61	19.5
50 - 99	67	21.4
100 - 149	41	13.1
150 - 199	22	7.0
200 - 249	22	7.0
250 -	41	13.1
لا ينطبق	59	18.9
<b>المجموع</b>	<b>313</b>	<b>100</b>

وتوضح نتائج الدراسة أن أكثر من نصف العينة لديها (نحو 60%) أكثر من 100 صديق على موقع الفييس بوك وهذا يوضح لنا مدى قدرة الفييس بوك عن غيره من مواقع الشبكات الاجتماعية الافتراضية من جانب، ومقارنةً بغيره من المواقع الاجتماعية الحقيقية للفرد داخل مجتمعه الحقيقي الملموس، على خلق رأس مال اجتماعي افتراضى يجمع عدداً كبيراً من

الأصدقاء لن تتوفر الفرصة للفرد في الحياة المعاشة أن يتصل بهم ويتفاعل معهم وفقاً لطبيعة الحياة اليومية.

ولذلك سعت دراستنا الراهنة للتعرف على طبيعة تلك العلاقات وهل تثمر رأس مال اجتماعي افتراضي، ومن ثم كيانات اجتماعية رقمية، ينطوي على الثقة والتعاون ومن ثم النفع العام على الفرد وعلى المجتمع.

### ب - مدى الثقة في رأس المال الاجتماعي الافتراضي عبر الفيس بوك

تعد الثقة والتعاون من أساسيات تشكيل رأس المال الاجتماعي، حيث تتشابك وتتفاعل العلاقات الاجتماعية بين الأفراد والمجموعات، وحيث تكشف تلك العلاقات والمجموعات عن سمات واهتمامات عناصرها. ويبدو أن أنماط التفاعل على مواقع التواصل الاجتماعي ليست بعيدة عن هذا السياق. ومن ثم تنوع العلاقات والمجموعات على الفيس بوك والتي تشكل تبعاً لسمات أفرادها واهتماماتهم المشتركة واحتياجاتهم الإنسانية وأهدافهم المجتمعية المحلية والعالمية. فالواقع يؤكد بشكل أو بآخر أن العلاقات بين مستخدمي الفيس بوك لا تستطيع تشكيل رأس مال اجتماعي إلا من خلال قدر ما من الثقة والتعاون.

### جدول 15 رأي المبحوثين في التفاعل بحرية على الفيس بوك

البيان	ك	%
نعم	107	34.2
لا	41	13.1
إلى حد ما	106	33.9
لا ينطبق	59	18.8
المجموع	313	100

لقد أكد ما يربو على ثلث العينة أنهم يستشعرون الحرية في التفاعل عبر الفيس بوك وهي نسبة مرتفعة نسبياً في ضوء حداثة نشأة الموقع، وكذلك في ضوء الطبيعة المحافظة للمصريين. وإذا أضفنا أولئك الذين يستشعرون هذه الحرية إلى حد ما فإن النسبة ترتفع إلى أكثر من ثلثي العينة (68.6%). أما أولئك الذين افتقدوا الإحساس بهذه الحرية في تجاوز الحدود المكانية والثقافية والسياسية والأمنية مع الآخر المتفق معهم في الاهتمامات والاحتياجات، ولم يتفاعلوا بعمق عبر الفيس بوك، فلم تتجاوز نسبتهم 13.1% من إجمالي العينة. وتوضح تلك النتيجة أهمية إحساس الأفراد بالحرية أثناء التواصل

بما قد يتيح لهم تجاوز بعض صعوبات التواصل التقليدية في الواقع المعاش. وأول مظاهر هذه الحرية يتمثل في التواصل مع أصدقاء من أقاليم ودول أخرى، وبما يتصدى للفجوات الثقافية بين الشعوب. كما تؤكد هذه الحرية في التواصل على تخطي العائق الأمني الذي قد يحول دون التواصل مع أصدقاء أجنبية في بعض الحالات. وتساعد الحرية على الفييس بوك كذلك على تجاوز الموانع التي قد تغلب على الثقافات التقليدية بشأن التواصل بين الرجل والمرأة في أقاليم عديدة. فكأن الحرية تمثل المخزون الاستراتيجي لدعم رأس المال الاجتماعي الناشيء على الفييس بوك.

#### جدول 16 قيام المبحوثين بتحديث صفحاتهم على الفييس بوك

البيان	التكرارات	%
نعم	182	58.1
لا	72	23.0
لا ينطبق	59	18.9
المجموع	313	100.0

وأوضحت نتائج الدراسة أن 58.1% من إجمالي العينة يقومون بتحديث الصفحة الشخصية لهم على الفييس بوك، وذلك لعرض كل ما هو جديد ولمشاركة الآخرين في كل ما يستجد في حياتهم العامة والخاصة. وتشير هذه النتيجة إلى درجة ملموسة من الإيجابية في التواصل عبر الفييس بوك وقدر ملموس من الأمان في التواصل يتحقق لهم عبر هذه الوسيلة للتواصل الاجتماعي، لاسيما أن من يطرح شيئاً على صفحته الشخصية يدرك أنها متاحة للرؤية من قبل الآخرين.

#### جدول 17 قيام المبحوثين بمشاهدة صفحات أصدقائهم على الفييس بوك

البيان	التكرارات	%
نعم	191	61.0
لا	63	20.1
لا ينطبق	59	18.9
المجموع	313	100.0

وفي هذا الصدد، أكدت نتائج الدراسة كذلك أن 61.0% من إجمالي العينة يقومون بالفعل بمشاهدة صفحات الآخرين، الأمر الذي يشير إلى قدر من الثقة والشعور بالأمان المتبادل لا يجد المرء فيه حرجاً أن يطرح أفكاره ومساهماته على الصفحة الشخصية ليراها آخرون من خلفيات ثقافية ومكانية مختلفة

تسعى للتعرف على سمات وافكار واهتمامات الآخر التى تسعى لتشكيل رأس مال اجتماعي معه. فهذه النتيجة التي تعبر عن إحدى الخصائص المهمة للموقع الاجتماعي الشهير تؤكد على قدر من الأمان والثقة المتبادلة التي تتيح طرح الأفكار بحرية وتبيح للآخرين الإطلاع على كل ما ورد فيها من إسهامات. والحقيقة أن هذه الثقة وذلك الشعور بالأمان هو احد مقومات تكوين رأس المال الاجتماعي.

### جدول 18 مدى موافقة المبحوثين على إظهار بياناتهم كاملة على الفيس بوك

البيان	التكرارات	%
نعم	92	29.3
لا	162	51.8
لا ينطبق	59	18.9
المجموع	313	100

بينت نتائج الدراسة أن 51.8 % من إجمالي العينة لم توافق على إظهار بياناتها كاملة على الفيس بوك، وقد يعكس هذا ما تتسم به الشخصية المصرية من الكتمان والحيطة والريبة أحيانا من الآخر. وقد يشير إلى قدر من عدم الثقة لدى الأفراد في الآخرين ولا في العلاقات الاجتماعية على الفيس بوك بما يحد من إمكانيات خلق ودعم رأس مال اجتماعي من خلاله؛ ولكن في المقابل استطاع الفيس بوك كسر هذه الحيطة عند نسبة ملموسة ويعتد بها. فقد قام 29.3 % من عينة الدراسة الراهنة بإظهار بياناتهم كاملة دون خوف ودون ريبة من الآخر. وتبدو هذه النسبة مرتفعة نسبياً في ضوء حداثة نشأة هذا الموقع، وفي ضوء طبيعة الشخصية المصرية بما ينبىء عن تصاعد احتمالات تزايد قدرة الفيس بوك على تدعيم رأس المال الاجتماعي.

### جدول 19 أكثر أصدقاء المبحوثين على الفيس بوك

البيان	التكرارات	%
أفراد العائلة	50	16.0
زملاء من العمل	64	20.4
زملاء الماضي	82	26.2
أفراد لم تكن تعرفهم	58	18.5
لا ينطبق	59	18.9
المجموع	313	100

أكد 62.6% من إجمالي عينة الدراسة بأن أكثر أصدقائهم على الفييس بوك من أفراد العائلة أو من العمل أو من زملاء الماضي، فيما يعبر عن العلاقات الاجتماعية الواقعية المموسة المعروفة. وبذلك قد تكون العلاقات على الفييس بوك تكراراً للعلاقات الاجتماعية التقليدية؛ ومن ثم تساهم العلاقات الافتراضية - الفييس بوك على دعم العلاقات الواقعية المعاشة المعروفة من الأصدقاء أو الزملاء.

ولكن في المقابل، عبر نحو خمس أفراد العينة عن تكوينهم صداقات افتراضية من أفراد غير معروفين لديهم مسبقاً، ويؤكدون أنها صداقات بدأت افتراضية عبر الفييس بوك وتحولت بعدها لعلاقات مميزة على أرض الواقع، ويتواصل مع هؤلاء الأشخاص بشكل حقيقي وفعال. ويعبر هذا عن اتجاه متصاعد نحو اكتساب نشاط التواصل الاجتماعي على الفييس بوك دوراً مهماً في تكوين أشكال جديدة من رأس المال الاجتماعي ودعم الأشكال التقليدية له.

#### جدول 20 إيجابيات الفييس بوك من وجهة نظرك

البيان	التكرارات	%
معرفة أخبار الأصدقاء	107	34.2
أخبار العالم	69	22.0
الاتصال السريع بزملاء العمل	21	6.7
إبداء الرأي بدون خوف	28	8.9
العثور على أصدقاء الماضي	29	9.3
لا ينطبق	59	18.9
المجموع	313	100.0

وتتجلى أهمية الفييس بوك في تدعيم رأس المال الاجتماعي الحقيقي بالنظر إلى ما قرره أكثر من ثلث العينة (34.2%) بأن معرفة أخبار الأصدقاء الفعليين - وليس في الفضاء الافتراضي - هو من أهم إيجابيات هذا الموقع. ورأي 9.3% من العينة أن العثور على أصدقاء الماضي هو أهم هذه الإيجابيات من وجهة نظرهم. وقرر 6.7% من العينة أن الأثر الإيجابي للفييس بوك يتمثل - في رأيهم - في تيسير الاتصال بزملاء العمل.

تؤكد النتائج السابقة أن نصف العينة تقريباً ترى الآثار الإيجابية للفييس بوك في أبعاد تتعلق بدعم رأس المال الاجتماعي الفعلي، أي العلاقات الاجتماعية القائمة بين الناس.

قرر الباحثون أموراً أخرى يرونها أهم إيجابيات الفييس بوك حيث قرر أكثر من خمس العينة

(حوالي 23 %) أن معرفة أخبار العالم وبشكل سريع هي أكثر إيجابيات هذا الموقع. و أكد حوالي 10 % من إجمالي العينة أن ما يتيح الموقع من حرية في طرح الآراء وتداول الأفكار والمعلومات هو أكثر إيجابيات الفيس بوك. وتؤكد هذه النتيجة ما قرره المبحوثون من قبل بشأن الحرية التي تمثل المخزون الاستراتيجي لدعم رأس المال الاجتماعي واقعياً كان أم افتراضياً.

**جدول 21 مدى أخذ المبحوثين بنصائح أصدقائهم على الفيس بوك في القرارات المهمة**

البيان	التكرارات	%
نعم	73	23.3
لا	89	28.4
إلى حد ما	92	29.4
لا ينطبق	59	18.9
المجموع	313	100.0

أوضحت نتائج الدراسة أن 28.4 % فقط من إجمالي العينة لم يعتمدوا على أخذ رأى أصدقائهم عبر الفيس بوك في القرارات المهمة لأنهم يرون أن الأصدقاء في هذا الموقع يمكن استشارتهم فقط في الأمور العامة على المستوى المحلي أو المستوى العالمي، ولا تمتد الاستشارة إلى الأمور الشخصية أو الخاصة. ومن وجهة النظر هذه يتبين لنا بأن ذلك العالم الافتراضي - من وجهة نظر هؤلاء - لم يستطع تكوين علاقة حقيقية فيها الثقة والحميمية والاعتمادية الكافية لأخذ النصائح من اصدقاء الفيس بوك في القرارات المهمة ( كالتعليم، العمل، الزواج.....)؛ وهي القرارات التي تقتضي علاقات ملموسة توجد الشعور بالاطمئنان عند تناول موضوعات مستقبلية تتعلق بالفرد في حياته الخاصة.

لكن في المقابل قرر أكثر من نصف العينة بقليل (52.7 %) أنهم يأخذون بنصائح الأصدقاء على الفيس بوك بعين الاعتبار - وأن تفاوتت الدرجة - وذلك رغم حداثة موقع التواصل الاجتماعي الشهير. ومن ثم، يمكن القول إن هذه النسبة تبدو مرتفعة ولاسيما في ضوء ما تتميز به الشخصية المصرية من حيطة وكتمان وميل إلى المحافظة.

وتجدر الإشارة إلى أن هذه النتيجة تتفق مع نتائج الدراسة التي ترى بأن مستخدمي الشبكات الاجتماعية يلعبون دوراً مؤثراً في آراء أصدقائهم؛<sup>(18)</sup> الأمر الذي يشير إلى تطور دور هذه الشبكات الاجتماعية الرقمية ويجعلنا نتصور لها تأثيراً أكبر في المستقبلين القريب والمتوسط على صعيد خلق رأس المال الاجتماعي تقليدياً كان أو افتراضياً.

### جدول 22 مدى استعداد المبحوثين لطلب خدمة من صديق على الفييس بوك في القرارات المهمة

البيان	التكرارات	%
نعم	160	51.1
لا	94	30.0
لا ينطبق	59	18.9
المجموع	314	100

وقد تأكدت النتيجة السابقة عند سؤال المبحوثين عما إذا كان بمقدورهم طلب خدمة حيث أعرب أكثر من نصف العينة (51.1%) استعدادهم لطلب خدمة من صديق عبر الفييس بوك، وهذا وإن دل يدل على أن الفييس بوك يستطيع - في رأيهم - أن يقوم دور العلاقات الاجتماعية المباشرة التقليدية الملموسة في المجتمع المصري بنفسه. ولا يمكن إغفال ارتفاع نسبة هؤلاء، مقارنة بمن لا يمكنهم طلب الاستشارة من أصدقاء الفييس بوك، لأن طلب الخدمة يقتضي درجة أعمق من الثقة والحميمية، الأمر الذي يشير إلى تصاعد احتمالات تكوين رأسمال اجتماعي من خلال الموقع الاجتماعي الشهير.

وفى المقابل فقد قرر نحو ثلث العينة (30%) أنهم يطلبون خدمة من أصدقاء الفييس بوك فيما يعبر عن ارتباط هذا السلوك - الذي يقتضي قدراً من الثقة في منظور هؤلاء - بالعلاقات الاجتماعية المباشرة ومن ثم رأس المال الاجتماعي التقليدي.

وعلى ذلك يمكن القول إن رأس المال الاجتماعي الرقمي عند نسبة ملموسة من العينة يمكنه أن يناهض رأس المال الحقيقي عند الشخصية المصرية في تلك النواحي التفاعلية الهامة التي تتم على مدى الثقة والتعاون في العلاقات الاجتماعية بين الناس بعضهم مع بعض على الرغم من حداثة تلك الشبكة الاجتماعية الالكترونية - الفييس بوك.

### جدول 23 رأي المبحوثين في نوع العلاقات التي تربطهم بأصدقائهم على الفييس بوك

البيان	التكرارات	%
علاقات عابرة ومؤقتة	58	18.5
علاقات دائمة ومستمرة	196	62.6
لا ينطبق	59	18.9
المجموع	313	100.0

أوضحت نتائج الدراسة كذلك أن 62.6% من إجمالي العينة يرون أن العلاقات عبر الفيس بوك هي علاقات دائمة ومستمرة، الأمر الذي يعني دعماً لرأس المال الاجتماعي التقليدي أو الافتراضي نتيجة لدور الفيس بوك في خلق ودعم العلاقات الاجتماعية التي تتسم بالاستمرارية والثبات. وتختلف هذه النتيجة مع ما توصلت إليه دراسة Steinfield, Ellison, and Lampe التي انتهت إلى أن العلاقات عبر الفيس بوك في معظمها سطحية وزائلة<sup>(19)</sup>. ويمكننا تفسير هذا الاختلاف لكون أفراد عينة الدراسة الراهنة قد أكدوا أن معظم صداقاتهم كانت من بين الأهل والأصدقاء القدامى، بما يعني أن هذه العلاقات قد تم تدعيمها عبر الفيس بوك، ولم يتم خلقها من خلاله، وإن لم ينف هذا وجود صداقات حديثة تم تكوينها عبر هذا الموقع وتتسم بقدرٍ من الرسوخ والثبات.

### ج- أثر الفيس بوك على رأس المال الاجتماعي الواقعي - التقليدي المصري:

يتناول هذا البعد أهم الآثار التي يحدثها الفيس بوك على عينة الدراسة فيما يلي:

#### جدول 24 الوقت الذي يقضيه المبحوثون على الفيس بوك

البيان	التكرارات	%
أقل من 10 دقائق	4	1.3
10 دقائق	18	5.7
30 دقيقة	49	15.7
من ساعة إلى أقل من ساعتين	90	28.7
من ساعتين إلى أقل من 3	38	12.1
أكثر من 3 ساعات	55	17.6
لا ينطبق	59	18.9
المجموع	313	100.0

أوضحت نتائج الدراسة أن ما يقارب 60% من العينة تقضى من ساعة إلى أكثر من ثلاث ساعات يومياً على موقع الفيس بوك. ومن ثم، فقد يصبح لدى الكثير من مستخدمي الفيس بوك أشخاص بدلاء لتكوين العلاقات الاجتماعية معهم وهم في الواقع موجودون عبر الموقع ولا توجد حاجة للتفاعل وجهاً لوجه والذي على أثره يضعف الاتصال والعلاقات الاجتماعية المباشرة مع الأصدقاء والأقارب في ظل الواقع الحياتي المعاش الملموس. وهذا ينم عن التأثير السلبي للفيس بوك على العلاقات الاجتماعية.

ولما سبق... تؤكد 70.0% من إجمالي عينة الدراسة على عدم دعم الفييس بوك للعلاقة بينها وبين الأسرة ، وقد يرجع ذلك لعدد الساعات الطويلة التي قد تصل إلى 3 ساعات يومياً فأكثر، وبالتالي تقل العلاقات الانسانية والتواصل الاجتماعي المباشر ومن ثم العزلة والانفصال عن الآخرين المحيطين بمستخدمي الفييس بوك، وهذا يعكس الأثر السلبي في الاستخدام المفرط لشبكة المعلومات الدولية. (ادمان الفييس بوك ) وهذا يؤثر على العلاقات الاسرية ويولد مشاعر الانفصال والتفكك لديهم عن يحيطون بهم وهذا يمثل تهديداً لرأس المال الاجتماعي المعاش الملموس وبصفة خاصة الأسرة.<sup>(20)</sup>

### المحور الثالث: دور الفييس بوك في خلق رأس المال الاجتماعي من أجل النفع العام

يتناول هذا المحور مدى شعور مستخدم الفييس بوك بأنه ينتمي إلى دائرة أوسع من دائرته الشخصية أو حتى العائلية، بمعنى اهتمامه بالمجتمع الأكبر وانخراطه في نشاطاته الاجتماعية المتنوعة من خلال الحملات المختلفة ومجموعات الرأي والنشاط.

### جدول 25 مدى شعور المبحوثين مشتركري الفييس بوك بأنهم جزء من مجتمع أكبر

البيان	التكرارات	%
نعم	117	37.4
لا	53	16.9
إلى حد ما	84	26.8
لا ينطبق	59	18.9
المجموع	313	100.0

أكدت نتائج الدراسة بان 64.2% من إجمالي العينة يشعرون عبر الفييس بوك بأنهم جزء من مجتمع أكبر محلياً كان أو عالمياً تعدى الحدود الجغرافية والسياسية والاجتماعية والثقافية، وتجاوز الحدود الضيقة للفرد. لقد أصبح هذا الفرد عضواً فيه بدءاً من إعدادة صفحة خاصة على موقع الفييس بوك يستطيع من خلالها تحقيق المتعة والتسلية والاستفادة والتعبير عن رأيه في أمور كثيرة: (اجتماعية، دينية، سياسية، ثقافية...)، حيث يتحقق التفاعل الاجتماعي الافتراضي.

وفي المقابل، تبدو نسبة من لا يشعرون أنهم جزء، من مجتمع أكبر محدودة نسبياً حيث بلغت 16.9% من إجمالي العينة. وهي نسبة قد تعبر عن قدر من عدم النشاط والتفاعل، وربما

عدم الثقة في الآخرين، عبر الموقع؛ كما أنها قد تشير إلى محدودية دائرة نشاطهم الاجتماعي على الفيس بوك.

#### جدول 26 مدى تخصيص المبحوثين وقت أنشطة اجتماعية عبر الفيس بوك

البيان	التكرارات	%
نعم	97	31.0
لا	157	50.1
لا ينطبق	59	18.9
<b>المجموع</b>	<b>313</b>	<b>100.0</b>

توضح نتائج الدراسة أن نسبة رواد الفيس بوك الذين يمارسون الأنشطة الاجتماعية قد بلغت 50.1 % ، أي ما يربو عن نصف العينة. وهي نسبة مرتفعة نسبياً تؤكد أن الكثيرين من رواد الفيس بوك لا يسهمون في المجال العام من خلال المشاركة في حملات والاهتمام بقضايا عامة. ومع ذلك يمكن القول إن نسبة أولئك والذين يمارسون الأنشطة الاجتماعية عبر الفيس بوك تكاد تناهز ثلث العينة (31 %) ، وهي نسبة يُعتد بها في ضوء انخفاض نسب المشاركة في الشؤون العامة في المجتمع المصري والتي تتجلى في الانتخابات القومية.<sup>(21)</sup> ومن ثم، تبدو النسبة مواكبة للسياق العام للمشاركة في الحياة العامة في مصر، وإن كانت تتيح مجالات جديدة للمشاركة؛ حيث إن من ابرز الأنشطة عبر الفيس بوك التدوين الذي يعكس علاقة بين القارئ والمدون تحمل كثيراً من الثقة والتبادل والتعاون والفكر والاهتمام المشترك في الفن والسياسة والثقافة والدين وكل ما يهم الإنسان. ومن ثم، يستطيع الإسهام في تشكيل رأس مال اجتماعي يكون من شأنه النهوض بالمجموع والعمل من أجل النفع العام إذا تم توجيهه بشكل إيجابي.

#### جدول 27 مدى قيام المبحوثين بإنشاء مجموعات (Groups) على الفيس بوك

البيان	التكرارات	%
نعم	90	28.7
لا	164	52.4
لا ينطبق	59	18.9
<b>المجموع</b>	<b>313</b>	<b>100.0</b>

بينت الدراسة أن أكثر من نصف العينة (52.4 %) لا تساهم في تشكيل أي مجموعة. وفي

المقابل 28.7% من العينة ساهمت بإنشاء مجموعات عبر الموقع الاجتماعي الشهير. ويبدو أن أكثر من ربع العينة يساهمون بإنشاء مجموعات يكون من شأنها خلق علاقات اجتماعية افتراضية قد تضم الكثيرين من هؤلاء الذين لا يبادرون بإنشاء مجموعات. ومن ثم فإن هذه النسبة على صغرها النسبي إلا أنها أعلى من المتوقع إذا ما قورنت بالمجتمع الواقعي الذي قد لا يتسم الكثير من أفراده بالمبادرة، ولا القدرة على خلق الروابط والعلاقات الاجتماعية. ومن ثم فإن الفييس بوك قد أوجد مساحة جديدة للمبادرة وخلق العلاقات لدى الأفراد لم تكن موجودة من قبل بما يزيد من قدرتهم على الفعل ليس فقط في العالم الافتراضي، ولكن قد يمتد هذا إلى عالمهم الواقعي.

#### جدول 28 أنواع المجموعات (Groups) التي أنشأها المبحوثون على الفييس بوك

البيان	المتكرارات	%	نسبة إلى منشئ المجموعات
ترفيهى	4	1.3	4.4
ثقافى	46	14.7	51.1
دينى	24	7.7	26.7
سياسى	16	5.1	17.8
لا ينطبق	223	71.2	--
المجموع	313	100.0	100.0

وبالنظر إلى الجدول السابق يتضح أن المجموعات الثقافية قد حظيت بالاهتمام الأكبر من أفراد العينة حيث زادت نسبتها على أكثر من نصف المجموعات التي قام المبحوثون بإنشائها، ونسبة 14.7% من العينة الكلية. وجاءت المجموعات الدينية في المرتبة الثانية بما يربو على ربع المجموعات، ونسبة 7.7% من إجمالي العينة. أما المجموعات السياسية فقد ظهرت بنسبة تقارب خمس المجموعات وبما يربو على 5% من إجمالي العينة. ومن ثم فقد جاءت هذه المجموعات لتعبر عن اهتمامات بأنشطة اجتماعية متنوعة في الوقت الذي تراجعت فيه أنشطة التسلية والترفيه إلى المرتبة الأخيرة بنسبة محدودة للغاية.

ومن هنا تظهر ميزة الفييس بوك أنه يجمع أصحاب الاهتمام الواحد، والمهن المتشابهة في مجموعات مع بعضهم، مما يسهل عملية التواصل بينهم؛ فالمجموعات الثقافية على الفييس بوك تخلق نوعاً من العلاقة المباشرة مع قارئ يدفعه الفضول إلى قراءة أعمال أو أسماء سمع بها، أو

قرأ لها أو عنها، ربما عن اهتمام، ربما صدفة، وربما بدافع حقيقي، وأتاح له وجوده على الفيس بوك أن يلتقي بأصحاب تلك الأسماء، ويتحاور معهم بشكل مباشر، حتى وإن كان ذلك التواصل في عالم افتراضي، إلا أنه عالم قابل للتحقق على أرض الواقع. وهذا إن دل على شيء فإنما يدل على قيمة الفيس بوك وتفاعله ليس بين الكتاب فقط وإنما القراء أيضاً. كما أن هناك بعض المثقفين الكبار الذين يقومون ببث أعمالهم ومواعيد ندواتهم وما إلى ذلك، فقد ساهم الفيس بوك في جذب الكثيرين إلى عالم القراءة. ويتجلى مثال ذلك فيما تحظى به صفحات كبار المثقفين والإعلاميين والسياسيين أمثال د. عمرو خالد، ومنى الشاذلي، ود. أحمد زويل، ود. فاروق الباز، وغيرهم، من اهتمام وإعجاب ومشاركة من قبل رواد الفيس بوك.

### الخاتمة

كشفت الدراسة الراهنة أن الانضمام إلى موقع الفيس بوك قد شكل إحدى الظواهر المستجدة في المجتمع المصري في السنوات القليلة الماضية. فعلى نحو ما بينت الدراسة، بدأ أن الموقع يستقطب فئات اجتماعية متنوعة من حيث السن والمستوى التعليمي والنوع. لقد أثر هؤلاء الانضمام إلى هذا الموقع الاجتماعي الذي يتيح لهم الدخول في إطار مجتمع افتراضي متحرر من إسار جميع المؤسسات المجتمعية وقيودها الثقافية والسياسية والأمنية والإدارية والدينية المألوفة التي تتحكم في حياة المواطن المصري.

وقد بدأ أن هؤلاء إذ ينضمون إلى هذا العالم الافتراضي بشبكاته الاجتماعية الواقعية أو الافتراضية لا يلبثون أن ينخرطوا في العديد من النشاطات التي تساهم بشكل أو بآخر في خلق أو تدعيم رأس المال الاجتماعي عبر آليات للتعارف والتشبيك وتعميق التفاعلات.

على الرغم من حداثة علاقات الفيس بوك التي لم تتجاوز خمسة أعوام، أوضحت النتائج قدراً من دور ملموس لهذا الموقع الاجتماعي في تطوير الشبكات والتفاعلات الاجتماعية التي تنطوي على قدر من الثقة والتعاون بما يتيح إمكانات خلق وتدعيم رأس مال اجتماعي.

أسفرت الدراسة عن نتيجة مهمة تتمثل في أن الفيس بوك لا يعد فقط مجالاً لخلق رأس مال اجتماعي افتراضي جديد بدلاً عن رأس المال الاجتماعي الواقعي وإنما يمارس الموقع الاجتماعي الشهير دوره في تدعيم بعض صور العلاقات الاجتماعية التقليدية، في الوقت الذي يطرح سبلاً وآليات جديدة لخلق وتدعيم أشكال جديدة من العلاقات الافتراضية. ومن ثم، يتجاوز شكلاً رأس المال الاجتماعي على الفيس بوك وقد يشهدان بعض المزاوحات والتفاعلات.

بدا من الدراسة أن الفييس بوك لا يتوقف عند حدود خلق أو تدعيم رأس المال الاجتماعي وإنما يتيح الفرص والإمكانات لجعل الأفراد منخرطين في عالم أكبر محلياً كان أو عالمياً، ويدعم قدراتهم على المشاركة في الشؤون العامة بما يمثل قاعدة محتملة يمكن استغلالها في حفز جهود وقوى التنمية.

وبفضل تكنولوجيا المعلومات برزت نافذة أخرى لاستغلال الطاقات الكامنة في الشبكات الاجتماعية المرتبطة بالإنترنت، وظهر نوع جديد من العطاء الاجتماعي يسمى «العطاء الاجتماعي الرقمي»، المتمثل في حض الأفراد على التبرع بالمعرفة والخبرات المتراكمة لديهم، وذلك يتطلب توظيف المعلوماتية لتعميق التشابك بين الأفراد وتفعيل القيم وزيادة العطاء الاجتماعي الرقمي واستغلال الطاقات المعرفية لدى العموم، إن رأس المال الاجتماعي ليس فقط مجموع المؤسسات التي تعزز المجتمع بل يمتد ليمثل الروابط التي تربط بين كل منهم.

لقد أكدت أحداث الاحتجاجات والثورات العربية في مطلع عام 2011م ما انتهت إليه الدراسة التي أوضحت أن رواد موقع الفييس بوك في بلادنا قد أدركوا أن الواقع المعاش لا يشبع غالب احتياجاتهم، ولاسيما الحاجة إلى حرية التعبير، فاندفعوا إلى المجتمع الافتراضي متخذين من صفحات «الفييس بوك» سياقاً اجتماعياً شاملاً لجميع العلاقات الإنسانية، ومنتقدين لجميع النظم الاجتماعية القائمة التي عجزت عن استيعاب احتياجاتهم الإنسانية. ومن ثم، فقد وجدوا في صفحات الفييس بوك ملاذهم، باعتباره منبراً سياسياً يعوض جمود الحياة الحزبية وفشلها، وسبباً للتواصل والحشد لمحاولة إضعاف الأنظمة السياسية التي تشكل عقبة أمام دوران عجلة التحديث والتغيير. لقد مثل الفييس بوك لهؤلاء الناس كذلك منبراً للثقافة، ومجالاً للعلاقات الاجتماعية بين الناس سواء المعروفين أم غير المعروفين.

لقد شكلت ظاهرة الفييس بوك ظاهرة سوسيولوجية حية ومستمرة، عكست واقع المجتمع بكل تفاصيله وقضاياه، وكيفية تفاعل المجتمع المصري مع المستجدات الالكترونية في حياته اليومية وتأثيرها على حياته الاجتماعية.

وفي النهاية يمكن القول إن نتائج الدراسة تتفق مع ما ذهب إليه الفيلسوف الفرنسي «بييار بورديو» بأن رأس المال الاجتماعي بوصفه «الموارد والطاقات الكامنة في الشبكات الاجتماعية المختلفة، ترجع احتمالات نجاحه أو فشله إلى المجتمع، ....، وأن الفشل يرجع إلى شبكات العلاقات غير المنظمة وغير المشحونة بالثقة والشفافية التي تعكس على التفاعلات الاجتماعية

والاقتصادية ذات التأثير المباشر على عملية التنمية واستمراريتها.

### الهوامش

- 1 إسلام حجازي، الثقافة الافتراضية وتحولات المجال العام السياسي، ظاهرة الفيس بوك في مصر، المركز الدولي للدراسات السياسية والإستراتيجية، ص11، 12.
- 2 علي ليلة، تأثير «الفيس بوك» على الثقافة السياسية والاجتماعية للشباب، مؤتمر الفيس بوك والشباب، مركز الدراسات السياسية والإستراتيجية، يوليو 2009، ص7.
- 3 ثقافة الفيس بوك <http://www.asyeh.com/computer.ohp>
- 4 فيكتور س، فيركيس، الإنسان التكنولوجي الأسطورة والحقيقة، ترجمة زكريا إبراهيم ويوسف ميخائيل أسعد، مكتبة الأنجلو المصرية، 1975م، ص41، 42.
- 5 علي ليلة، مرجع سابق. وانظر أيضاً: نبيل علي، الثقافة العربية وعصر المعلومات، رؤية لمستقبل الخطاب الثقافي العربي، عالم المعرفة، عدد265، 2001، ص105.
- 6 انجي عبد الحميد، رأس المال الاجتماعي: نحو نظرية في البناء والعقل، عرض كتاب، المجلة الاجتماعية القومية، العدد الثاني، القاهرة، المركز القومي للبحوث الاجتماعية والجنائية، مايو 2004، ص102.
- 7 المرجع السابق، ص102.
- 8 أنظر في ذلك - بيير بورديو، أسئلة علم الاجتماع، ترجمة إبراهيم فتحي، القاهرة، دار العالم الثالث، 1995.
- 9 أنظر في ذلك:  
Definitions of Social Capital, In:- <http://www.socialcapitalresearch.com/definition.html> -  
capital, poverty net.org/,what is social <http://www.worldbank> 10  
لمزيد حول رؤيتي بورديو وبوتنام بشأن رأس المال الاجتماعي راجع:  
Martti Siisiäinen; Two Concepts of Social Capital: Bourdieu vs. Putna, Paper presented at ISTR  
Fourth International Conference: “The Third Sector: For What and for Whom ? “, Trinity  
In: - <http://www.istr.org/conferences/dublin/> .2000 ,8-College, Dublin, Ireland, July 5  
workingpapers/siisiainen.pdf
- 12 أحمد زايد وآخرون، رأس المال الاجتماعي لدى الشرائح المهنية من الطبقة الوسطى، مركز البحوث والدراسات الاجتماعية، الطبعة الأولى، 2006.

13 ارجع إلى فتحي سيد فرج، رأس المال الاجتماعي، مدخل حديث للتنمية، الحوار المتمدن، العدد: 2993، 2/5/2010. في:

<http://www.ahewar.org/search/search.asp>

انظر أيضا دراسات كل من :

Yujiro hayami, social capital, human capital and the community mechanisms: toward a-conceptual frame work for economists, journal of development studies, vol.45,no.1,2009,pp 96-123.

• عبد الناصر عبد العال، تكنولوجيا المعلومات تصنع رأس المال الاجتماعي، مجلة الحاسبات، عدد 3، فبراير 2010.

• موريال مبنيو. "رأس المال الاجتماعي أحد المفاهيم الجوهرية لفهم الإنتاج الاجتماعي" دراسة مقدمة للتحالف الدولي للموئل في الشرق الأوسط وشمال أفريقيا في إطار برنامج تفعيل الحركات الاجتماعية.

• عمر راشد. "رأس مالنا الاجتماعي" دراسة منشورة على موقع إسلام أون لاين نت بتاريخ 2004/6/24م.

14 [/http://techcrunch.com](http://techcrunch.com)

15 <http://www.techcrunch.com/wp-content/facebookdemographic.png> -

16 إسلام حجازي، الثقافة الافتراضية وتحولات المجال العام السياسي، ظاهرة الفييس بوك في مصر، المركز الدولي للدراسات السياسية والإستراتيجية، ص16

17 الجهاز المركزي للتعبئة والإحصاء- محرر مصراوي انظر أيضا:

- [www.shorouknews.com](http://www.shorouknews.com)

- [www.akhbarway.com](http://www.akhbarway.com)

- [www.vipsoft.com](http://www.vipsoft.com)

18 شركة يونيفرسال ماكان، مستخدمو الشبكات الاجتماعية يلعبون دوراً مؤثراً في آراء أصدقائهم، 28 Nov 2010. في:

<http://www.aitnews.com/news/13712.html>

لقد كشفت دراسة حديثة أجرتها "يونيفرسال ماكان"، الشركة العالمية المتخصصة في مجال تقديم

الاستشارات الإعلامية والتسويقية، أننا نعلم أكثر فأكثر على التواصل عبر الشبكات الاجتماعية الرقمية بالمقارنة مع أشكال التواصل الشخصي الأخرى ومنها وجهاً لوجه أو عبر البريد الإلكتروني أو الهاتف. وأشارت الدراسة إلى أننا نبقى على اتصال بحوالي 38 شخصاً عبر شبكات الإعلام الاجتماعي بشككم منتظم.

وقد لفتت نتائج الدراسة إلى تطور دور هذه الشبكات من مصدر للمعلومات والتسويق لتصبح مرآة لحياة المستخدمين الذين يقومون بتحديث صفحاتهم باستمرار لنقل أحوالهم وتغطية مجريات حياتهم اليومية من خلال تحميل الصور وأفلام الفيديو وكتابة الآراء والتعليقات بشكل منتظم. وبالإضافة إلى مشاهدة وتشاطر كليبات الفيديو عبر الشبكة الالكترونية واستخدام التراسل الفوري وزيارة صفحات أصدقائهم على شبكات الإعلام الاجتماعي وقراءة المدونات، فإن عدداً متزايداً من المستخدمين الناشطين للإنترنت في المنطقة، بلغ متوسطه 60% قد فتح صفحة شخصية على أحد مواقع الشبكات الاجتماعية خلال الشهر الستة الماضية.

كما كشفت عن دور مؤثر يلعبه بعض المستخدمين الناشطين والفاعلين للإنترنت والذين هم على اتصال مستمر مع عدد كبير من "الأصدقاء". ويظهر تأثير هؤلاء في كونهم قادرين على تقديم التوصيات التي من الممكن أن تؤدي إلى تغيير آراء المستخدمين الآخرين حول أي من مواضيع الساعة.

19 على الرغم من العدد الكبير من «أصدقاء» ذكرت من قبل المستخدمين بوك لكن نشير العلاقات بأنها سطحية وزائلة.

Charles Steinfield, Nicole Ellison, and Cliff Lampe.; Net Worth: Facebook Use and Changes in Social Capital Over Time, in

[http://www.allacademic.com/meta/p234417\\_index.html](http://www.allacademic.com/meta/p234417_index.html)

20 هبة بهي الدين ربيع، 2003، إدمان شبكة المعلومات والاتصالات الدولية ( الإنترنت ) في ضوء بعض المتغيرات. دراسات نفسية، مجلد 13، عدد 4.

21 يُذكر أن نسبة المشاركة في الاستفتاء على التعديلات الدستورية في أعقاب ثورة 25 يناير 2011م، والتي أجريت بتاريخ 18 مارس 2011، والتي شهدت إقبالاً غير مسبوق لم تتجاوز نسبة المشاركة فيها 41% على الرغم من الزخم الشعبي الذي أحدثته الثورة.

## Facebook and social capital in Egypt A Sociological field study «Abstract»

Dr. Naglaa Mahmoud Moselhi

147

### Introduction

joining to the Facebook was considered a one of the emerging phenomena in the Egyptian society in the past few years. It seemed that the site attracts a diverse social groups in terms of age, educational level and gender. Resulted in the field study, which applied to 313 persons, that Facebook is not only room for the creation of social capital, a new default substitute for social capital unrealistic but exercises social site famous role in the consolidation of some images traditional social relations, at a time that presents new ways and mechanisms to create and support new forms of relations default. It is, therefore, exceeded a form of social capital on Facebook which has many varieties and interactions.

the study resulted that Facebook not only creates or supports social capital, but also provides opportunities and possibilities to make the individuals involved in the larger world nationally or internationally, and supports their ability to participate in public affairs, representing a potential can be exploited to stimulate the efforts of the forces of development.