

## القيم الثقافية المكتسبة من خلال استخدام الشباب لشبكات التواصل الاجتماعي قراءة في قيمية الرأسمال الاجتماعي الافتراضي

أيحي تقي الدين

جامعة قسنطينة 03

ملخص الدراسة:

نعالج في هذه الدراسة إشكالية المجتمعات الافتراضية، والأنماط العلائقية الجديدة التي فرضتها على الفاعلين، وربما زادت حدة تناول موضوع المجتمعات الافتراضية في الآونة الأخيرة مع الاستخدام الواسع لشبكات التواصل الاجتماعي، الأمر الذي ولد منظومة مفاهيمية جديدة جاءت نتيجة اجتهادات الباحثين وفق سياقات متعددة ومتنوعة ولعل أهمها مفهوم الرأسمال الاجتماعي الافتراضي.

إن مصطلح الرأسمال الاجتماعي إنما هو محصلة انتاجات مفاهيمية بين مختلف الباحثين لعل أهمهم بيار بورديو، ولكننا حاولنا في هذه الدراسة تطويع خصائص هذا الرأسمال مع خصائص المجتمعات الافتراضية ليتولد لنا هذا المفهوم المركب، و لم نقف عند هذا الحد فحسب بل حاولنا أن ننظر إليه من زاوية قيمية، وإنما قصدنا الجانب القيمي بشقيه المضاميني والاستخداماتي مع ربط ذلك بأهم فئة تستخدم شبكات التواصل الاجتماعي وهم الشباب.

الكلمات المفتاحية:

الرأسمال الاجتماعي؛ التفاعل؛ المجتمعات الافتراضية؛ شبكات التواصل الاجتماعي؛ القيم الثقافية

Summary:

We address in this study the problem of virtual communities, patterns of new relational imposed on the actors, and perhaps intensified the theme virtual communities recently with the widespread use of social networks, which was born a new conceptual system came as a result of the jurisprudence of researchers according to multiple and varied contexts, and perhaps the most important concept the default social capital.

The social capital of the term but rather is the result of productions conceptual between the various researchers Perhaps most notably Pierre Bourdieu, but we have tried in this study to adapt the characteristics of this capital with virtual communities properties generated for us this concept boat, and did not stand at only this point, but we have tried to look at it from the angle ad valorem, but our intention, both moral a and connect it with the most important category of use of social networking and are young.

key words: Social capital ; interaction ; virtual communities ; social networks ; Cultural values.

مقدمة:

لقد كان لميلاد المجتمعات الافتراضية أثرا في ظهور العديد من المفاهيم التي ارتبطت بالفعل الاجتماعي داخل الواقع المعاش، ليحاول العديد من الباحثين إسقاطها بما يتناسب مع خصوصية المجتمعات الافتراضية، ولعل أهم هذه المفاهيم هو مفهوم الرأسمال، والذي ارتبط تاريخيا باجتهادات العديد من الباحثين على غرار (بورديو وبوتنام...). في هذا المقال سنحاول تحليل هذا المفهوم لكن ليس تحليلا من الجانب المعرفي المُكون لهذا المفهوم، بقدر ما هو تحليل نحاول أن نربطه بالجانب القيمي الثقافي، باعتبار أن القيم هي أحد المشكلات الأساسية التي عالجها الباحثون عبر مختلف التخصصات المعرفية والحقب الزمنية.

إن القيم في بعدها الثقافي المُشكل لهوية الفاعلين في المجتمع الافتراضي، تجعلنا نتحدث عن أكثر الفئات نشاطا في هذا المجتمع وهم الشباب من خلال استخدامهم لشبكات التواصل الاجتماعي كأحد الفضاءات الرمزية داخل هذا المجتمع، وتحليل الموضوع أكثر سنتعرض بداية لمفهوم المجتمعات والرأسمال الافتراضيين، لنعرج الحديث حول المعادلة الجديدة في الرأسمال الذي يدخل فيه المتغير القيمي كمتغير رئيسي ضمن معادلة الرمزي والمادي، لنبين علاقة الشباب بشبكات التواصل الاجتماعي، ونصل أخيرا إلى واقع القيم الثقافية في رأسمال الشباب المستخدم لشبكات التواصل الاجتماعي.

المبحث الأول: مدخل مفاهيمي للمجتمعات الافتراضية والرأسمال الافتراضي:

المطلب الأول: مفهوم المجتمعات الافتراضية

هذه التكنولوجيا الجديدة وبمختلف أشكالها المادية الواسطية التي طرحت نفسها مع خاصية التفاعلية المميزة لها في الجانب التواصلية، أظهرت فاعلين جدد في الوسط المعرفي أصبح لديهم مجتمعه الخاص بهم، والذي تحدده مجموعة من الخصائص والمميزات والافتراضات القيمية والمجتمعية هو المجتمع الافتراضي.

ولم يعد مصطلح المجتمع الافتراضي من المصطلحات التي تلفت الانتباه، فقد أصبح استخدامه شائعا بين مختلف الفاعلين، وبرز هذا المصطلح من خلال ثورة التواصل الاجتماعي الحديثة التي أحدثتها الإنترنت، وشكل هذا النوع من المجتمعات عالما رحبا ومفتوحا عمل على إنهاء العزلة الجغرافية التي كانت تقف عائقا أمام التواصل بين البشر، وأوجد بذلك ثقافة جديدة لها قيمها الخاصة وسلوكياتها ومفاهيمها التي بدأت تفرض نفسها على المجتمع الواقعي (1). وبعد (هاورد رينجولد) من أوائل المهتمين بدراسة هذا النوع من المجتمعات، حيث قام بدراسات مستفيضة لتحليل خصائصها ومقوماتها وطرق تشكلها والاشباكات المحققة للمشاركين فيها، وهذه المجتمعات كما يرى (رينجولد) في كتابه الموسوم "الجماعات الافتراضية"، هي تجمعات اجتماعية تشكلت من خلال الإنترنت من أفراد يقطنون في أماكن متفرقة في أنحاء العالم، يتواصلون مع بعضهم عبر شاشات الكومبيوتر والبريد الإلكتروني ويتبادلون المعارف والهوايات (2)، وتجمع بينهم اهتمامات مشتركة، ويحدث بينهم ما يحدث في العالم الواقعي أو الفعلي من تفاعلات ولكنها ليست وجها لوجه، وهي من هذا المنطلق تجمعات مفتوحة لكل من يريد المشاركة في نشاطاتها (3).

ويتضح لنا هذا المفهوم بشكل أوضح من خلال التعريفات الآتية التي يقدمها بعض الباحثين لهذا النوع من المجتمعات:

تجمعات اجتماعية تجمع بين أصحاب الاهتمامات المشتركة وأهل التخصص الواحد وأصحاب الرأي وجماعات السمر والدردشة وتبادل الآراء والنوادر، ويمكن لأي عضو في هذه الجماعة أن يبيت حديثه لجميع أعضائها دون استثناء أو يختص فريقا منهم، ويمكن للعضو أن يقدم نفسه تحت أسماء مستعارة، ويمكن أن يتنكر العضو في شخصيات متعددة (4).

تجمعات اجتماعية تظهر عبر شبكة الانترنت عندما يدخل عدد كاف من الناس في مناقشات عبر فترة كافية من الزمن، يجمع بينهم شعور إنساني كاف بحيث يشكلون مواقع للعلاقات الشخصية عبر الفضاء الإلكتروني(5).

تجمعات اجتماعية تظهر عبر شبكة الانترنت، تشكلت في ضوء ثورة الاتصالات الحديثة، تجمع بين ذوي الاهتمامات المشتركة، يتواصلون فيما بينهم ويشعرون كأنهم في مجتمع حقيقي(6). والمتأمل للتعريفات السابقة يرى بجلاء خصائص المجتمع الافتراضي والتي تنعكس على كل الأشكال المختلفة له والفضاءات الرمزية التي تجسده.

ويمر بناء المجتمع الافتراضي بمراحل عديدة أهمها(7):

تحديد الأفراد المشاركين في هذا المجتمع: أي تحديد جنسهم وفئاتهم وأعمارهم وطبقاتهم الاجتماعية وخلفياتهم العلمية وهواياتهم وعقيدتهم. . .

تحديد الأهداف: أي تحديد الغايات التي يسعى هؤلاء الأفراد لتحقيقها سواء كانت ثقافية أو اجتماعية أو سياسية أو ترفيهية. . .

المشاركة النشطة للأفراد في نشاطات هذا المجتمع: فالجميع يعمل والجميع يساهم في النشاطات التي يجتمعون حولها في المجتمع الافتراضي.

التعبئة: ينغمس المشتركون في المجتمع الافتراضي بتحقيق أهدافهم ويشاركون سوية في نشاطاته، ويعملون على استقطاب فاعلين جدد لمجتمعهم. . .

زيادة عدد النشاطات التي يمارسها أفراد المجتمع وذلك من خلال عرض صور وتفاعلات ورسوم وتعليقات... التمثيل التنظيمي: أي أن يصبح لأفراد هذا المجتمع تنظيم محدد ومنظم وحضور قوي في المناسبات المختلفة.

ويرتبط المجال العام الافتراضي بالانترنت ارتباطاً وثيقاً، إذ يعد هذا المجال فرصة أمام الأفراد ليتبادلوا الأفكار والمعلومات والهوايات والاهتمامات المشتركة، وليكون مجالاً للتعبير الحر عن آرائهم التي لا يستطيعون البوح بها أو التعبير عنها في مجتمعاتهم الواقعية. ففي هذا المجال يشكل المشاركون فيه ثقافة من نوع خاص تسمى "ثقافة المجال الافتراضي"(8)، وهي ثقافة لها قيمها وعاداتها ولغتها وسلوكها الذي يميزها عن الثقافة الواقعية، وهو بذلك يتميز بمجموعة من المقومات يمكن أن نوجزها على النحو التالي(9):

المعرفة التي يمتلكها الأفراد المشتركون في الفضاء الرمزي: لا تقتصر المعرفة في هذا الفضاء على الجانب العلمي والثقافي فحسب، بل على معرفة الطرق التي تمكن الأفراد المشاركين من الدخول إلى هذا العالم والنفاذ إليه واكتساب آليات التعامل معه أيضاً.

الشعور بالتميز والوحدة: يشعر الأفراد المشتركون في المجتمع الافتراضي بأنهم يشكلون جماعة خاصة مميزة، لها اهتماماتها وأهدافها المشتركة التي يعملون من أجل تحقيقها.

المشاركة القائمة على تجانس الاهتمامات: يجمع الأفراد في المجال الافتراضي اهتمامات ودوافع وهوايات متشابهة إلى حد كبير يصل حد التجانس، ففوة المعرفة التي بحوزة الأفراد المشتركين في المجتمع الافتراضي وإحساسهم ببعضهم كجماعة مميزة تشترك باهتمامات متشابهة هما اللذان يدفعان بهم إلى المشاركة في النشاطات وإلى تحقيق الأهداف التي اجتمعوا من أجلها في هذا المجال.

ويؤكد ( وارن مايس ) أيضا، على هذه المقومات وبشكل خاص على الشعور الذي يشعر به الأفراد المشاركون في هذا الفضاء، حيث يسود بين هؤلاء الأفراد شعور عام بأنهم يشكلون جماعة خاصة تغلب مصالحها الجمعية على مصالحها الذاتية، ويرى (مايس) في هذا المجال فضاءا طبيعيا يحدث داخله تفاعل عام تترك فيه الناس مصالحها الخاصة وتتشغل بالقضايا ذات الطابع الاجتماعي العام(10). وتظهر المشاركة في المجال العام الافتراضي في ثلاثة مجالات هي(11):

المعرفة: فالمجال العام الافتراضي يقوم بالدرجة الأولى على المعرفة التي يملكها الأفراد في الحياة الاجتماعية والاقتصادية والسياسية و . . . من جهة، وعلى الالمام والتمكن من سبل النفاذ إلى المجال الافتراضي ليتمكن من المشاركة في نشاطات الجماعة المكونة لهذا المجال من جهة أخرى، وقد تكون هذه المشاركة دائمة ومستمرة في المجالات السابقة أو متقطعة لاعتبارات عديدة، يتعلق بعضها بالفرد ويتعلق بعضها الآخر بطبيعة الموضوعات التي يشارك فيها هذا الفرد.

الفاعل: يشكل الجانب الثاني المكمل للمعرفة، والمقصود به هنا هو النشاط الذي يقوم به الشخص المتفاعل مع الجماعة المكونة للمجال العام الافتراضي والذي يمتلك المعرفة ولديه القدرة على الدخول إلى مواقع التفاعلات من أجل الاسهام في النشاطات المتاحة في هذا المجال.

التفاعل: هو تبادل المعلومات والمعارف بين المشتركين في المجال العام الافتراضي، وقد يكون هذا التفاعل بين عدد منهم، وقد يمتد إلى جماعات محددة مع الاخذ بعين الاعتبار ان تفاعلات المجال العام الافتراضي تقوم بالأساس على مشاركة الاهتمامات المتجانسة بين الأعضاء.

وقد عقد الباحثان في الفضاءات التقليدية والفضاءات الافتراضية ( جراهام ومارفن) المقارنات التالية لتبيين خصائص كل شكل من أشكال هذين الفضاءين(12):

الفضاء التقليدي فضاء حقيقي واما الفضاء الافتراضي فهو فضاء غير حقيقي، بل تخيلي.

يتميز الفضاء التقليدي بوجود الأماكن والمدن والمؤسسات الطبيعية التي يوجد فيها الأفراد، في حين ينتشر الفضاء الافتراضي في الشبكات الالكترونية التي يتم انشاؤها باستخدام تكنولوجيا الاتصالات والمعلومات.

الفضاء التقليدي فضاء ملموس، وأما الفضاء الافتراضي فهو غير محسوس.

يشكل الفضاء التقليدي جزءا من الواقع التقليدي، وأما الفضاء الافتراضي فلا يوجد مع الواقع التقليدي بل يوجد موازيا له.

يتصف الفضاء التقليدي بأنه فضاء اجتماعي في حين يتصف الفضاء الافتراضي بأنه فضاء غير اجتماعي.

ورغم هذه الفروق التي توحى بوجود اختلافات بين هذين الفضائين إلا أن الحقيقة هي ان هذه الفروقات لا تشكل قطيعة معرفية بينهما، وفي هذا الصدد يرى الباحث (وليم باري) ومجموعة من الباحثين الذين يشاركونه رؤيته، بان الطبيعة غير المادية للفضاءات الرمزية الافتراضية لا تتفي عنها الصبغة الاجتماعية بصفة كلية، فقد تتطور العلاقات بين الأفراد والمؤسسات والجماعات التي يتم انشاؤها افتراضيا للتحوّل في الواقع الفعلي، والفضاء الافتراضي لا يفرض نفسه مقابلا للفضاء التقليدي او بديلا عنه، بل هو فضاء منافس له، فهناك قدر كبير من العلاقات التفاعلية المستمرة بين الواقعي والافتراضي، وتتضح مثل هذه العلاقة التفاعلية في نقل الخبرة او العلاقة من المستوى الافتراضي إلى المستوى الواقعي، والتأثر بما يحدث في داخل الواقع ونقله إلى المستوى الافتراضي، وفي التفاعل التبادلي أيضا بين الواقعي والافتراضي(13).

المطلب الثاني: مفهوم الرأسمال الافتراضي

من المفاهيم الأخرى الجديدة التي أوجدتها الانترنت مفهوم الرأسمال الاجتماعي الافتراضي، إذ يعد هذا المفهوم من أكثر المفاهيم التي جذبت اهتمام العاملين في العلوم الانسانية والاجتماعية، على الرغم من أن الرأسمال الاجتماعي كمفهوم اجتماعي موجود في التراث السوسيولوجي منذ القرن 19م(14)، حيث تم استخدامه في تلك الفترة ليؤكد على المردود الايجابي والفائدة الكبيرة التي تعود على الأفراد وعلى المجتمع المحلي جراء انخراطهم في الجماعات الاجتماعية ومشاركتهم في نشاطاتها، ونستطيع ان نلمس مثل هذا التأكيد عند (ايميل دور كايم)، حيث يرى ان الحياة في اطار الجماعة تعد حصنا منيعا للفرد في مواجهة الاغتراب أو "اللامعيارية" أو انعدام القيم والضياع، كما يمكن تلمسه أيضا في التمييز الذي عقده (كارل ماركس) بين مفهوم "الطبقة في ذاتها" و"الطبقة لذاتها" فالأولى عنده هي طبقة مفتتة لا رابط بينها والثانية طبقة مؤثرة وحاشدة لأعضائها(15).

وقد توسعت مجالات استخدام هذا المفهوم بدخول الانترنت؛ فلم يعد مقتصرًا على مشاركات الأفراد في المجتمعات الحقيقية أو الواقعية بل تعداها إلى مشاركتهم في المجتمعات الافتراضية - التخيلية، إذ أصبح الاستخدام الجديد يتمحور حول قدرة الأفراد على العمل معا داخل شبكات العلاقات المشتركة.

ولقد أثار رأس المال الاجتماعي بمفهومه الافتراضي تساؤلات عديدة لدى الباحثين حول قدرة الانترنت في تشكيل مثل هذا النوع من رأس المال الاجتماعي، ولعل أكثر الأسئلة جدية في هذا الخصوص تلك التي أثارها كل من (جرين) و(بلانشر وهوزان) وهي(16):

هل تسهم المشاركة في المجتمعات الافتراضية التي اوجدها الانترنت في تكوين رأس مال اجتماعي لأعضائها؟

ما خصائص هذا النوع الجديد من رأس المال الاجتماعي؟

كيف يمكن قياس رأس المال الاجتماعي الافتراضي مقارنة بقياس رأس المال الاجتماعي الحقيقي؟

وبنظرة تاريخية للمفهوم، فإنه اشتق من مفهوم رأس المال، وكانت الوجهة الاولى لهذا المفهوم وجهة اقتصادية هي وجهة نظر (كارل ماركس)، غير أن المفهوم اتسع ليشمل أشكالًا أخرى من الرأسمال "

اجتماعي، ثقافي.. " ورغم أن أول استخدام لمفهوم الرأسمال الاجتماعي يعود إلى (هانيفان) في عام 1916، الذي استخدمه ليشير إلى تلك القوة الاجتماعية الكامنة التي تكفي لتحسين ظروف المعيشة التي يمكن ان يستفيد منها أفراد الجماعة (17) والتي تنشأ من التعاون بين أفراد الجماعة غير أن شيوعه وانتشاره بشكل واسع، وعدد يعزى إلى عالم الاجتماع الفرنسي (بيير بورديو) وإلى (جيمس كولمان) و(روبرت بونتام)، وسنقوم بتوضيح كل واحد منهم لهذا المفهوم:

رأس المال الاجتماعي عند (بورديو):

يعد (بورديو) من أوائل علماء الاجتماع الذين قاموا في بداية الثمانينات بجهود كبيرة في تحليل هذا المفهوم الذي يشكل حجر الزاوية في مشروعه النظري المسمى "نظرية الممارسة"، لقد أعاد (بورديو) اكتشاف مفهوم الرأسمال الاجتماعي، وساهم في تأسيس نظرية سوسيولوجية حوله، وكشف عن أهمية شبكة العلاقات الاجتماعية في انتفاع الفرد والطبقة الاجتماعية التي ينتمي إليها من الموارد الاجتماعية المادية والرمزية (18). وفي سياق توصيفه للأنواع المختلفة من رأس المال يذكر (بورديو) ثلاثة أنواع خلاف رأس المال الاقتصادي، هي:

رأس المال الثقافي: ويتكون هذا النوع من رأس المال مما يمنحها لتعليم والتدريب من مهارات ومعرفة وامتنيازات وتوقعات ومكانة اجتماعية، إذ لم ينظر (بورديو) للمدارس والجامعات باعتبارها مواقع لتوزيع رأس المال الثقافي، بل هي مواقع لمنح شرعية لرأس المال الثقافي للطبقتين الوسطى والعلوية، وانبثق هذا النوع من الرأسمال عنده بصورة أولية عندما كان يبحث في تفسيرات الانجاز المدرسي غير المتكافئ للأطفال الذين ينحدرون من أسر متفاوتة في درجات تعليمها رغم أنها متشابهة في أصولها الاجتماعية، وقد أوصلته دراساته في هذا الموضوع إلى ان النجاح او الفشل المدرسي إنما يعزى إلى مقدار كمية رأس المال الثقافي الموروث من الوسط العائلي وليس عن طريق الانجاز الفردي او الموهبة، ويوجد رأس المال الثقافي في صور متعددة، فقد يكون مجموعة من القدرات والخصائص الدائمة المتمثلة داخل الفرد كالمعرفة والمهارات المختلفة، وقد يتمثل في السلع الثقافية كالكتب واللوحات الفنية ويتمثل ذلك في الألقاب والشهادات العلمية (19).

رأس المال الرمزي: هو مجموع الموارد المتاحة للفرد نتيجة امتلاكه سمات محددة، كالرف والهيبة والسمعة الطيبة والسيرة الحسنة التي يتم ادراكها وتقييمها من جانب أفراد المجتمع، وبعد الرأس المل الرمزي مصدرا للسلطة، حيث يمنح صاحبه مكانة اجتماعية في الجماعة التي ينتمي إليها (20).

رأس المال الاجتماعي: هو مجموع الموارد الواقعية او المحتملة التي يتم الحصول عليها من خلال شبكة من العلاقات الدائمة المرتكزة على الفهم والوعي المتبادل وذلك في اطار الانضواء تحت لواء جماعة معينة. فالانتماء لجماعة ما يمنح كل عضو من اعضائها سندا من الثقة والامان الجماعي (21).

إن نظرية (بورديو) في رأس المال الاجتماعي تتعامل في الواقع معه باعتباره رصيذا اجتماعيا من العلاقات والرموز يتفاعل مع الرصيد الذي يملكه الفرد من الرأسمال المادي؛ فالفرد عندما ينشئ شبكات اجتماعية او

ينضم إلى أحزاب سياسية أو يستخدم ما لديه من رموز المكانة في ممارسات اجتماعية وإنما يكون لنفسه رصيذا اجتماعيا وثقافيا يزيد من مصالحه ومن رصيده من القوة والهيبة(22).

رأس المال الاجتماعي عند (كولمان):

تطور مفهوم الرأس المال الاجتماعي بعد (بورديو) بشكل واضح في أعمال عالم اجتماع آخر هو (كولمان)، حيث يرى أن الراسمال الاجتماعي لا يوجد في الأفراد ولا في الواقع المادي وإنما يوجد في العلاقات الاجتماعية بينالأفراد، ويتشكل من الالتزامات والتوقعات ومن امكانية الحصول على المعلومات والمنافع والفوائد(23).

المبحث الثاني: معادلة الراسمال الجديد وشبكات التواصل الاجتماعي

المطلب الأول: الراسمال الجديد: المادي والقيمي والرمزي

تشهد الحقيقة التاريخية أن قوة المجتمعات وضعفها لا يتحدد بالمعايير المادية وحدها ، بل إن بقاءها ووجودها واستمراريتها مرهون بما تمتلكه من معايير قيمية وخلقية ، فهي الأسس والموجهات السلوكية التي يبني عليها تقدم المجتمعات ورفيها ، والتي في إطارها يتم تحديد المسارات الحضارية والإنسانية ورسم معالم التطور والتمدن البشري ومن هنا فإن القيم تحفظ للمجتمع هويته وتميزه ، ذلك أن القيم تشكل محورا رئيسا من ثقافة المجتمع ، وهي الشكل الظاهر من هذه الثقافة التي تعكس أنماط السلوك الإنساني الممارس فيه ، ونظرا لتغلغل القيم في جوانب الحياة كافة فإن هوية المجتمع تشكل وفقا للمنظومة القيمية السائدة في تفاعلات أفراده الاجتماعية ، فالمجتمعات تتمايز وتختلف عن بعضها البعض بما تتبناه من أصول ثقافية ومعايير قيمية تشمل نواحي الحياة المختلفة ، وتظهر القيم كعلامات فارقة وشواهد واضحة ، لتمييز المجتمعات عن بعضها ، ومن هنا فإن الحفاظ على هوية المجتمع تتبع من المحافظة على معاييرها القيمية المتأصلة لدى أفرادها ، والتي هي جزء من عمومياته الثقافية ، فإن زعزعت هذه القيم أو اضمحلت فإن ذلك يكون مؤشرا دالا على ضعف الهوية المميزة للمجتمع وضياعها.

وفي ذات السياق، نرى اجتهادات الدكتور عبد الرحمن عزي في طرحه للرأسمال الرمزي الجديد أداة في مقارنة العمل الاعلامي بصفة عامة(24)، و قد تم استنباط هذه الأداة من نظرية الحتمية القيمية في الإعلام ، فتم إدراج الرأسمال القيمي بوصفه الجزء الذي دونه تصعب قراءة الرأسمال الرمزي ، و قد استعان بتقديمات بيار بورديو في ربط الرأسمال الثقافي بالرأسمال الاقتصادي و علاقة هذه الأطراف بالبعد الاجتماعي على اعتبار أن الرمزي جزء من الثقافي(25).

ويتعلق الرأسمال القيمي بقيم المجتمع و معانيه الثقافية التي تشكل هويته و انتماءه إلى بيئة حضارية ذات أبعاد إنسانية عالمية و ينتمي الرأسمال القيمي إلى مجال التدافع الذي يتضمن الحراك الاجتماعي التاريخي في العلاقة القيمية و التضاد بين الخير و الشر على مستوى القول الرمزي أو الفعل السلوك الفردي و الاجتماعي ونظريا ، يكون الرأسمال القيمي المرجع في أداء كل من الرأسمال المادي و الرمزي فالترابط بين العناصر الثلاثة المكونة الرأسمال، أساس البناء الحضاري و الحاصل أن هناك تمزق في العلاقة بين هذه

العناصر في التجربة المعاصرة بالمنطقة العربية ، وقد ساهمت عوامل تاريخية و أخرى سياسية ودولية في هذا الشرح مما يجعل الرأسمال الرمزي يتحرك بدون المرجعية وتحول إلى مجال له حياة خاصة به دون أن يكون له إسهام حضاري يذكر خاصة و أن مشروع بناء الإنسان و الحضارة بالمنطقة مازال في إطار المشروع ، و يعمل هذا المجال الرمزي إلى الدفع بالفرد و المجتمع إلى هامش الحضارة و الإنتاج و الاكتفاء بدور المستهلك لمنتجات الآخر إن في الثقافة أو الماديات على النحو الذي بينه مالك بن نبي عندما أشار إلى أن الحضارة لا تقوم بتكديس منتجات الآخرين بل بإنتاج احتياجاتها في شتى المجالات و إذا كان هناك فائض في الرأسمال المادي و الرمزي من خلال عدد وحجم الفضاءات الاعلامية فإن هناك عجزا قيميا بارزا في هذه الأخيرة ، و هو المتغير الأساس في تفسير هزيمة هذا الفضاء الرمزي أمام تحديات هذه المرحلة التاريخية و تطلعات الأمة في مجال البناء القيمي و العمراني للحضارة(26).

المطلب الثاني: شبكات التواصل الاجتماعي والرأسمال الجديد

لقد ظهرت معالم التحولات المجتمعية الافتراضية الرمزية التي فرضتها التكنولوجيات الحديثة (شبكة الانترنت خاصة)، والتي تعددت فضاءاتها الرمزية في مختلف المواقع والمساحات الاجتماعية، والتي أصبحت فضاء نشطا لنشاطات الرأسمال الاجتماعي الذي تحدده القيمة في سيرورته التفاعلية والتقريبية بين مختلف الفاعلين في هذا الوسط الافتراضي.

ولعل أهم هذه الفضاءات التي يتجسد فيها المجتمع الافتراضي شبكات التواصل الاجتماعي، و التي تعتمد على الاتصال بين مجموعة من الأفراد لهم نفس الميول والاهتمامات، لذلك تعرف بأنها: "منظومة من الشبكات الالكترونية التي تسمح للمشارك فيها بإنشاء موقع خاص به، ومن ثم ربطه خلال نظام اجتماعي الكتروني مع أعضاء آخرين لديهم نفس الاهتمامات والميول والهوايات، أو جمعه مع أصدقائه" (27) وفيما يتعلق بالتغير في القيم ومدلولاتها لدى الشباب الجامعي، فقد تبين في الدراسة التي أجراها (خليفة) بعنوان: "التغير في نسق القيم لدى الشباب الجامعي مظاهره وأسبابه"، أن هناك كثيرا من القيم والاتجاهات السلبية التي انتشرت بين الشباب الجامعي من أهمها: الاختلاط الجنسي، التدخين، والاهتمام الزائد بالموضة . . . وهي تكشف بذلك عن خلل واضح في منظومة القيم، حيث حدث نوع من التخلي عن العديد من القيم الايجابية وتبني بعض القيم السلبية (28).

ولقد أشارت دراسة (عبد السلام) إلى وجود تأثير سلبي وإيجابي لشبكة الانترنت التي تعد تويتر أهم أدواتها، حيث ذكر أن الاتصال عبر الانترنت يعمل على توسيع شبكة علاقات الفرد الاجتماعية مع الآخرين على المستوى المحلي والاقليمي والدولي، بصرف النظر عن خلفياتهم السياسية والاقتصادية والاجتماعية و... وبتيح للأفراد فرصة تقديم أنفسهم للآخرين بحرية كبيرة ودون قيود، ويلاحظ من خلال مشاهدة الانماط السلوكية الاجتماعية على أرض الواقع أن هناك زيادة مستمرة وإقبالا مرتفعا لأعداد الناس، ومن مختلف الفئات والشرائح الاجتماعية، الأمر الذي يؤدي الى التأثير على سلوكهم وعلاقاتهم الاجتماعية، وطرق التفكير في التعامل مع متغيرات الحياة، الذي من شأنه تعزيز القيم الفردية بدلا من القيم الاجتماعية وقيم

العمل الجماعي المشترك الذي يمثل عنصرا مهما في ثقافة المجتمع (29). ويعتبر الحديث عن موضوع القيم في شبكات التواصل الاجتماعي أمرا محفوفا بالمخاطر، فليس من السهل رصد تحديات القيم في هذا المجال. وفي الغالب سيعترض الكثيرون على هذا الطرح وهذا راجع إلى أنهم حينما يصوغون اعتراضهم هذا ذهنيا، فإنهم يستحضرون بلا شك المحاذير الأخلاقية المرتبطة أساسا بمحتويات شبكات التواصل الاجتماعي، فهل تنحصر تحديات القيم في شبكات التواصل الاجتماعي فقط في المحتويات المنافية للأخلاق؟ أم أن الأمر أعقد مما نتصور؟. في واقع الأمر، يعد التفكير في مسألة تحديات القيم المرتبطة بشبكات التواصل الاجتماعي تحديا في حد ذاته، يتجاوز المقولات الجاهزة والسائدة في أوساط العموم، والتي تتأطر بين محددين اثنين، يتمثل الأول في الإعجاب الشديد بالاعلام الاجتماعي والآفاق الواعدة التي تبشر بها تكنولوجياته الدائمة التجدد والتطور، ويتمثل المحدد الثاني في التحذير من المحتويات السلبية التي يروجها الاعلام الاجتماعي والتي لا يمكن التحكم بها وإخضاعها للرقابة (30).

هذا بالإضافة إلى المقولات الجاهزة أيضا والرأجة بخصوص موضوع القيم ذاته، بحيث أصبح الجميع يتحدث عن أزمة القيم ويحذر منها، وهو ما يتعارض نسبيا مع هذه الطفرة التي تعرفها القيم في العالم المعاصر: كل هذا الاهتمام الدولي بموضوع القيم، بالإضافة إلى الغنى الكبير في مجال القيم، إثر الانفتاح على حضارات وثقافات متعددة بفضل تكنولوجيا الاتصال... فهل نعيش بالفعل أزمة قيم؟. سؤال يجيب عنه الأمين العام السابق لليونسكو (كوشيرو ماتسورا) بالنفي، فيقول: "إن هناك قيما في الوقت الحاضر أكثر مما يتوجب. إلا أن الأزمة التي نجتازها تدل على أننا قد أضعنا بوصلتنا الأخلاقية، ولم نعد نتمكن من تحديد الاتجاه الصحيح. لا توجد عندنا أزمة قيم - وعندنا منها الكثير - بقدر ما توجد أزمة في تحديد معنى القيم، وفي الاستعداد والأهلية لإدارة شؤوننا. فالمسألة الملحة تتلخص إذا في معرفة كيفية توجيهنا بين القيم" (31).

المبحث الثالث: القيم الثقافية لدى الشباب المستخدم لشبكات التواصل الاجتماعي

المطلب الأول: شبكات التواصل الاجتماعي والشباب

إن الربط العلائقي بين الشريحة الشبابية وهذا الوسط الافتراضي يرجع إلى النسبة الكبيرة التي يظهر بها الفاعلون الشباب في هذا الوسط، حيث يعتبر موضوع البحث في العلاقة بين هذه الفضاءات والشباب من المواضيع الأكثر تناولاً في جل بلدان العالم لكون الشباب يمثل الشريحة الاجتماعية الأكثر استهلاكاً لهذه الفضاءات.

فالشباب اليوم يوصف بجيل الابهام، أو بجيل الترحال، وتوفر مختلف الوسائط الجديدة بصفة عامة فرصا للاتصال التي يدمجها الشباب في حياته اليومية للحفاظ على الروابط الاجتماعية والعلاقات وتشكيلها وتعزيزها، ومع ذلك فإن ازدياد شعبية وسائط الاتصال لم تعوض أشكالا أخرى من الاتصال، لأن الشباب يستخدم أكثر من وسيلة في نفس الوقت (32). ولقد عالج الباحثون العلاقة بين الشباب والفضاءات الافتراضية من منظورات مختلفة وفي سياقات ثقافية متباينة مما سمح بإعادة النظر في العديد من المفاهيم والتصنيفات، والوصول إلى استنتاج تدعمه الكثير من المعطيات الميدانية ومفاده أن هذه الفضاءات تُشكل الشباب وبدوره

يُشكل الشباب هذه الفضاءات. إذ يلاحظ ان الشباب في جميع بلدان العالم يتميز بألفة أكثر بالانترنت والهاتف المحمول و...، وهو القوة الأولى المتبنية لمختلف التكنولوجيات الجديدة، والتي تعتبر شبكات التواصل الاجتماعي أحد نتائجها. فالشباب يُظهر رغبة ملحّة في التعبير الحر عن نفسه، وتكمن فيه استعدادات التمرد عن الثقافة والتقاليد السائدة، وبالتالي يتبع الشباب استراتيجيات استخدام خاصة به لتبني الفضاءات الافتراضية وتكييفها من أجل الابداع الثقافي والاتصال الاجتماعي.

وقد ترتب على انتشار شبكات التواصل الاجتماعي تزايداً مطرداً في استخدامها حتى وصل عدد مستخدمي شبكة التويتتر في العالم العربي نحو 6.5 ملايين مستخدم، بينما زاد عدد مستخدمي الفاييسبوك عن 800 مليون مستخدم في العالم، وتجدر الإشارة ان هذه الاحصائيات لعام 2012 ولنا أن نتخيل الزيادة التي وصلنا إليها الآن (33). وفي تقرير أصدرته (وحدة مختبر المستهلك) في شركة (إريكسون) لسنة 2015، تنامي استعمال الانترنت في الجزائر، إلى "تزايد استخدامه داخل أوساط الشباب الذين أصبحت عاداتهم الاستهلاكية مماثلة لعادات نظرائهم في أوروبا وأمريكا" وأفاد التقرير أن ارتفاع استخدام الانترنت يقف وراءه الشباب، ممن تتراوح أعمارهم بين 15 و24 سنة، إذ تزداد عادات استخدامهم الأسبوعي لخدمات الانترنت والتطبيقات الذكية، وقال التقرير أن الجزائر على غرار كل من المغرب وتونس، أصبحت تشهد تحولات عميقة على مستوى توجهات استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، بفضل الشباب الذين ترتفع وسطهم نسبة الولوج إلى الانترنت إلى 70 في المائة. وسجل التقرير ان 97 في المائة من أصحاب الهواتف الذكية في المغرب العربي والجزائر تحديداً، يستخدمون تطبيقات الهواتف النقالة، من أجل ولوج الشبكات الاجتماعية بالدرجة الأولى (34).

المطلب الثاني: القيم في الرأس مال الاجتماعي لدى الشباب المستخدم لشبكات التواصل الاجتماعي إن الشباب الجزائري قد تفاعل مع هذه الفضاءات الافتراضية كغيره من الشباب الآخر، وحاول الاستفادة من خصائص هذه الشبكات الاجتماعية الافتراضية ، مطوعاً هذا التشبيك العلائقي تلبية لحاجاته ورغباته المتعددة والمتباينة، وربما النسب الاحصائية أعلاه لاتدلل عن كيفية الاستخدام بقدر ما تدلل على نسبة الاستخدام ولعل الأمر الذي يهمننا في مثل هذه القضايا هو الكيفية التي يرتبط بها هذا الفاعل الشاب بهذا الوسط الافتراضي ومعرفة الرأس مال الاجتماعي الذي يكونه من خلال دمج ذاته التفاعلية في محور المرسل والمتلقي.

إن الرأس مال الاجتماعي الذي يسعى الشباب الى تكوينه افتراضياً ليصبح في كثير من الأحيان واقعياً ملموساً لا يخلو من الجانب القيمي الذي يؤطر العملية الاتصالية الهادفة، خاصة وأن هذا التشبيك قد فتح آفاقاً لفتح المعولم وتقليص المحلي وهي أحد أبرز خصائص المجتمعات الحداثية التي تعتبر رهان القيم أهم الرهانات التي تسعى لخوض غمارها لتحقيق معادلة الحفاظ على الذات مع التواصل مع الآخر، بالرغم من أن هذه الفكرة الأخيرة تحتاج للعديد من الآليات الفعلية لتحقيقها افتراضياً ومن ثم واقعياً. وليس هذا فحسب، بل إن هذه الشبكات الاجتماعية قد أوجدت قيماً خاصة بها اندمج فيها الشباب فأصبحت أسلوباً للاستخدام وطريقة

للتواصل، الأمر الذي زاد من أهمية الرهان القيمي في الرأسمال الاجتماعي فقيم الوسيلة في حد ذاتها والقيم التي تنتجها الوسيلة، على الرغم من تماهي الاثنين مع بعضهما البعض الأمر الذي يجعلنا في كثير من الأحيان ننظر إلى القيم كإنتاج أخير وليس كبداية. إن الشباب الجزائري كغيره من الشباب، تحكمه مجموعة القيم الثقافية التي من شأنها أن تؤثر علاقاته التواصلية حفاظا على ثقافته ومقومات تواجدها، وأمام هذا الفتح التواصلية وتعدد الآراء بين مؤيد ومعارض وموجه للتوسط في المعالجة، نجد أنفسنا أمام رهانات معرفية فرضتها التطورات الحاصلة، خاصة امام الباحثين والمختصين لتحليل الظاهرة أكثر.

الخاتمة:

وأخيرا، بعد القراءة للمفاهيم الجديدة التي أفرزتها التقنية المتعلقة بالرأسمال الجديد، والذي حاولنا فيها إبراز البعد القيمي له، نرى بأن الشباب بحكم استخدامهم الكبير لشبكات التواصل الاجتماعي، مازالوا يحتاجون لدراسات تتعلق بممارساتهم في هذا المجتمع الافتراضي، ودراسات تهتم بالجانب القيمي في الممارسة، لكن بعيدا عن الحشو المنهجي والتراكم المعرفي الغربي، وإنما الانطلاق من بحث هوياتي سياقي تكون فيه المجالات القيمية معتمدة على الذات والزمان والمكان الموجد للفعل الاستخداماتي ضمن سياق شبابنا، الذين هم في أمس الحاجة لبوصلة قيمية ضمن هذه الفوضى العالمية في المفاهيم وتقاطع المجالات.

قائمة المراجع:

حلمي ساري، التواصل الاجتماعي، ط 1 ، كنوز المعرفة، الأردن، 2006، ص 134.  
RHEINGOLD , H , THE VIRTUAL COMMUNITY : homesteading on the electronic fronteir , reading , M : addison wesley , 2003 , p 58.  
علي نبيل، الثقافة العربية وعصر المعلومات: رؤية لمستقبل الخطاب الثقافي العربي، عالم المعرفة، العدد:256، 2001، ص 83.

زايد أحمد وآخرون، رأس المال الاجتماعي لدى الشرائح المهنية من الطبقة الوسطى، مطبوعات مركز البحوث والدراسات الاجتماعية، جامعة القاهرة، 2006، ص 23.

حمادة بسيوني، حرية الاعلام الالكتروني الدولي وسيادة الدولة مع إشارة خاصة إلى الوضع في الدول النامية، مركز دراسات وبحوث الدول النامية، جامعة القاهرة، 2001، ص 26.

HAJI ,S , Building successful online communities , In hart greenfiled , johnston , EDS , nonprofit internet strategies : best practices , 2005 , p 91.

حلمي ساري، مرجع سبق ذكره، ص 140.

زكي وليد، المشاركة عبر المجتمع الافتراضي، مجلة الديمقراطية، العدد 20 ، القاهرة، أكتوبر 2010، ص 53.

المرجع نفسه، ص 54.

المرجع نفسه، ص ص 55-56.

حجازي إسلام، الثقافة الافتراضية وتحولات المجال العام السياسي : ظاهرة الفيس بوك في مصر أنموذجا، المركز الدولي للدراسات المستقبلية والاستراتيجية، القاهرة، 2009، ص 73.

المرجع نفسه، ص 74.

أبو زاهر نادية، رأس المال الاجتماعي والجدل حول علاقته بالمجتمع المدني، الحوار المتمدن، العدد 2242، محور المجتمع المدني، 2008.

- انجلز ديفيد وهيوسون جون، مدخل إلى سوسيولوجيا الثقافة، تر: لما نصير، المركز العربي للابحاث ودراسة السياسات، بيروت، 2013، ص 27.
- زكي وليد، مرجع سبق ذكره، ص 57.
- المرجع نفسه، ص 58.
- SWARTIZ.D , culture and power : the sociology of peire bourdieu , rhiago , 1997 , p16.
- انجلز، ديفيد هيوسون جو، مرجع سبق ذكره، ص 29.
- SWARTIZ.D , IBID , P17
- حجازي إسلام، مرجع سبق ذكره، ص 77.
- زايد أحمد وآخرون، مرجع سبق ذكره، ص 28.
- خميس هاني، رأس المال الاجتماعي، المركز الدولي للدراسات المستقبلية والاستراتيجية، القاهرة، 2008، ص 51.
- Abderrahmane azzi, development : ethical competence in the information age , Islamic studies , vol 7, no 1, 1998. p21.
- عبد الرحمان عزي، دراسات في نظرية الاتصال نحو فكر إعلامي متميز، ط 01، مركز دراسات الوحدة العربية، لبنان، 2003، ص 149.
- المرجع نفسه، ص 151.
- فهد بن علي الطيار، شبكات التواصل الاجتماعي وأثرها على القيم لدى طلاب الجامعة، العدد: 79، مجلة الجامعة، المملكة العربية السعودية، 2014، ص 195.
- المرجع نفسه، ص 196.
- المرجع نفسه، ص 197.
- هشام المكي، الاعلام الجديد وتحديات القيم، ط 01، طوب بريس، الرباط، 2014، ص 115.
- المرجع نفسه، ص 116.
- السعيد بومعيزة، المعولم والمحلي في الدراسات الاتصالية لدى الشباب الجامعي الجزائري: دراسة ميدانية، دراسة مقدمة في الملتقى الدولي : الشباب والاتصال والميديا، تونس، 2010، ص 209.
- الفقرة 11 من اعلان المبادئ للمؤتمر الدولي من أجل مجتمع المعلومات ودور الشباب المنعقد في جينيف، ديسمبر 2010.
- فهد بن علي الطيار، مرجع سبق ذكره، ص 196.
- هشام حدوم، 70 بالمائة من الجزائريين مدمنون على الفيسبوك والفايبر، جريدة البلاد، العدد: 31219، 2015/02/06، ص 19.