This file has been cleaned of potential threats.

To view the reconstructed contents, please SCROLL DOWN to next page.

نحو ميثاق أخلاقي لاستخدام شبكات التواصل الاجتماعي

في ضوء آراء بعض خبراء التربية

إعداد

أ.د/ جمال علي خليل الدهشان

أستاذ أصول التربية وعميد كلية التربية –جامعة المنوفية

د/ محمود فوزي أحمد بدوي

أستاذ أصول التربية المساعد كلية التربية – جامعة المنوفية

(١٤٣٩ هـ -٢٠١٨ م)

ملخص الدراسة :-

استهدفت الدراسة الحالية التوصل إلى صيغة مقترحة لميثاق أخلاقي لاستخدام شبكات التواصل الاجتماعي، في ضوء آراء بعض خبراء التربية، وتحديد المتطلبات الضرورية لتفعيل تطبيقه، انطلاقا من وجود مشكلات كثيرة ومظاهر سلبية لسوء استخدام هذه الشبكات مع ضعف وجود نظم ارشادية وأخلاقية تتعلق بها .استعانت الدراسة بإجراءات المنهج الوصفي، مستخدمة الاستبانة التي تم اعدادها وتقنينها وتطبيقها على عينة مختارة من بعض أعضاء هيئة التدريس من خمس كليات للتربية بالجامعات المصرية، بلغت ٥٠ عضوا ، وهي كليات التربية (بشبين الكوم – أشمون –بنها – طنطا –كفر الشيخ) .

وتوصلت الدراسة الى تحديد عدة أخلاقيات وآداب ينبغي أن تراعى عند استخدام شبكات التواصل الاجتماعي انتظمت تحت خمسة عشر بعدا ، وهي (الكتابة والتعليقات- إرسال الرسائل على الخاص واستقبالها- نشر الصور والفيديوهات والملفات- الحوار البناء وتبادل الآراء ووجهات النظر- الحفاظ على قيم المجتمع وتماسكه- احترام الخصوصية- مراعاة الآخرين وتقديرهم- نشر المعارف والمعلومات والأخبار- ضبط النفس ورد الفعل- الأديان والمذاهب والمعتقدات- تصميم المدونات الشخصية- تصميم الصفحات الشخصية- إنشاء مجموعات- الإعلان والتسويق (الذاتي والمؤسسي)- الملكية الفكرية). واقترحت الدراسة توافر عدة متطلبات أساسية للوفاء بتفعيل الصيغة المقترحة للميثاق الأخلاقي، وبعض الإجراءات التنفيذية اللازمة لتطبيقه.

الكلمات المفتاحية:(شبكات التواصل الاجتماعي-أخلاقيات التواصل الالكتروني-الميثاق الأخلاقي)

Abstract:

The present study aimed at reaching a proposed formula for an Ethics Pact for the use of social networks, in the light of the opinions of some education experts, and determining the necessary requirements to activate its application. The descriptive approach, using the questionnaire that was prepared, codified and applied to a selected sample of some faculty members from five faculties of education in Egyptian universities, amounted to 50 members, namely the faculties of education (Be shebin Kom, Ashmoun, Banha, Tanta and Kafr El Sheikh.)

The study identified several ethics and ethics that should be taken into consideration when using social networks organized within fifteen dimensions: writing and commenting, sending and receiving messages, publishing pictures, videos and files, constructive dialogue and exchange of opinions and views , preserving the values and cohesion of society, Respect for privacy - Respect and appreciation of others - Dissemination of knowledge, information and news - Restraint and reaction - Religions, doctrines and beliefs - Design of personal blogs - Design of personal pages - Creation of groups - Advertising and marketing (self and institutional) - Intellectual property. The study suggested the availability of several basic requirements to fulfill the proposed wording of the Ethics Pact and some of the necessary executive procedures to implement it.

Keywords: (social networks - ethics of electronic communication- Ethics Pact) .

مقدمة :

أدى التطور الهائل في تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، في عصر يصفه الكثيرون بأنه عصر الرقمنة، إلى إتاحة التواصل بين الناس بشكل فائق وخارج حدود النمطية، فلم تسهل الشبكة العنكبوتية (الانترنت) بأدواتها وخدماتها العديدة والمتنوعة Cloud"" -"Wi-Max"" -"Wi-Fi") Computing ، ...الخ)، والتطبيقات الحديثة للهاتف المحمول والأجهزة اللوحية والكفية وغيرها، الوصول إلى المعلومات والأخبار والبيانات فقط؛ بل أتاحت الفرصة للمستخدم لإنتاج المضامين والرسائل والبيانات من خلال أشكال تعبيرية مختلفة، كمنتديات الحوار والصفحات الشخصية، وغرف الدردشة، والمدونات، والحسابات الخاصة في مواقع التواصل الاجتماعي، وغير ذلك من أشكال إنتاج المضامين الأخرى، وطرق التعبير والمشاركات المختلفة .

ولعل المستقرئ لواقع الشبكة العنكبوتية ومداخل وأشكال التواصل الالكتروني المختلفة، يجد أن شبكات التواصل الاجتماعي (Social Media) تحظى باهتمام كبير من رواد الانترنت في مختلف أنحاء العالم ، حيث أصبحت مجالا لمناقشة الأفكار والآراء وإنشاء الصداقات بأنواعها ومناطا لتداول القضايا السياسية، والاجتماعية وغيرها، وكذلك صارت ممرا حيويا لتحقيق المصالح الشخصية، ...فهي اعلام اجتماعي جديد تناول مختلف الحياة الإنسانية، وأصبح رافدا مهما من روافد الوجود وتكريس المصالح، والتعبير الحر عن الإرادة الجماعية، وما يحقق رفاهيتها. (المنصور، ٢٠١٢، ص ص ٢٢-٢٣) (The Communications Council, 2018, p2)

ويعكس هذا الوضع المتفرد لشبكات التواصل الاجتماعي على الانترنت، ما كشف عنه تقرير موقعي "وي آر سوشيال" ((We Are Social,2018 و"هوتسويت" (Hootsuite,2018)، فأكثر من نصف أعداد سكان العالم الآن مرتبط بالشبكة العنكبوتية، وبلغ عدد مستخدمي الإنترنت في عام ٢٠١٨، حوالي ٤.٠٢١ مليار، بزيادة تبلغ ٧٪ سنويا، وأصبح عدد مستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي في نفس العام ٣.١٩٦ مليار، أي بزيادة ١٣٪ سنويا، وبلغ عدد مستخدمي الهواتف المحمولة كذلك حوالي ٥.١٣٥ مليار، بزيادة ٤٪ سنويا. ولم يزدد عدد مستخدمي الانترنت فقط، بل ازداد الوقت الذي يقضيه المستخدم على الشبكة في الأشهر الـ ١٢ الأخيرة، حيث بلغ متوسط استخدامه للإنترنت حوالي (٦) ساعات يوميا، أي ما يقرب من ثلث فترة استيقاظه، ويحدث هذا من خلال استخدام الأجهزة الهاتفية واللوحية والخدمات التي تعمل عبر الإنترنت على اختلافها. وتشير الدراسات الحديثة أن عدد مستخدمي هذه الشبكات من العرب يزداد يوميا وبنسب كبيرة تفوق المليون كل شهر، ومن المفارقات الظاهرة أن عدد مستخدمي "الفيس بوك" العرب يفوق عدد قراء الصحف في العالم العربي. (عوض، ٢٠١١، ص ٣).

والناظر الى الواقع الالكتروني، فانه يلاحظ وببساطة أن مواقع التواصل الاجتماعي قد شهدت حركة ديناميكية من الطور والانتشار والفاعلية، وكانت في بداياتها مجتمعا افتراضيا على نطاق ضيق ومحدود، ثم صارت بفضل خدماتها وممكناتها وأدواتها الكثيرة والمتميزة من أداة إعلامية نصية مكتوبة، الى أداة سمعية وبصرية تؤثر في قرارات المتواصلين وتفاعلهم، وتحظى باستخدام فائق وعلى نطاق واسع من روادها. (اللبان، ٢٠١١، ص ٨٣)، (عبد الله، ٢٠٠٧، ص ٦)

ومع هذا الاستقطاب الكبير لجموع المتواصلين والشباب، وغيرهم من المترددين على هذه المواقع، والمشتركين فيها بحساباتهم الخاصة وغيرها، نجدنا أمام تحد كبير أسفرت عنه المباشرة المستمرة لهذه المواقع وإدمانها، خاصة مع عدم وجود ضوابط ترتبط بالتواصل وفي نقل الأفكار والمفاهيم والتوجهات غير الايجابية، التي قد تخالف في كثير أو قليل الثوابت التي يتعارف عليها الناس، ولا تتسق مع العرف أو الدين أو القواعد الأخلاقية التي نؤمن بها وتحرك سلوكنا. (العدواني، ٢٠١٧) (الدهشان ٢٠١٨)، فهناك تزوير وانتهاك واضح لحقوق الملكية الفكرية وتتبع للشائعات والأكاذيب ونشرها وغياب التفكير النقدي وغياب التثبت والتمحيص، واختراق الخصوصية، وزعزعة الاستقرار والأمن الشخصي والاجتماعي، ونشر الضلالات والغزو الفكري، وترويج للمواد غير الأخلاقية، سواء بالكتابة أو نشر الصور أو الفيديوهات، وغيرها وهي عادات من شأنها أن تدمر الطاقات العقلية للمتواصلين وتنتهي بهم إلى السطحية والانقياد وغياب الوعي. (بوابة التقنية، ٢٠١٥) (أبو الهدى، ٢٠١١)، وأشارت دراسة سبتي (٢٠١٣) الى أن انتشار حالات الانتحار بين الشباب والمراهقين في (أوربا – أمريكا – العالم العربي)، نتج عن الاستهداف الشخصي والعائلي وتتبع الأسرار وفضحها، هذا بالإضافة الى سلوك التنمر الالكتروني ""Cyberbully عبر الانترنت وشبكات التواصل الاجتماعي على وجه الخصوص.

ولقد نتج عن التواصل الاجتماعي الافتراضي الانفتاح على عوالم جديدة والانخراط في أنشطة وفعاليات متنوعة وتزايد في الوعي السياسي بين المراهقين والشباب، وغيرهم، إلا أن هذا كله يبقى كما يشير "مزيد "(٢٠١١، ص ٢٩) موضع ارتياب وقلق طالما افتقد هؤلاء القدرة على التحقق من سلامة المعلومات وأهميتها وطالما عجزوا كذلك عن توظيف ما اكتسبوه لخدمة أوطانهم وأسرهم ومجتمعاتهم.

وقد تنبه العالم الى الخطورة المنعكسة من الاستخدام السلبي غير المراقب أو غير الأخلاقي عبر مواقع التواصل الاجتماعي والانترنت، فصدرت تشريعات عالمية تحمي الضحايا من كل الفئات والأعمار من الترصد والتنمر والمطاردة والتحرش بالأطفال أو غيرهم، من بعض المواقع الالكترونية، (عامر، ٢٠١٤)، (عبد الصادق، ٢٠١٤)، كما أصدرت أمريكا تشريعات كثيرة تحمي بها المستخدمين على اختلاف أعمارهم بمنع الاساءة لهم ومكافحة كل جرائم الانترنت والتواصل الالكتروني بكل أشكاله. (سبتي، ٢٠١٣) وفي إطار مواجهة العنصرية والعنف والارهاب، والاستهداف العقائدي، فلقد وقعت كبريات شبكات التواصل الاجتماعي والانترنت عبر العالم (فيسبوك، يوتيوب، تويتر، ومايكروسوفت)، بالتنسيق مع الاتحاد الأوربي "الميثاق الأوربي لمجابهة الكراهية"، وهدفت المبادرة إلى ابتكار رمز أو ميثاق شرف أخلاقي، يهدف بشكل خاص إلى مواجهة العنف عبر الشبكات الاجتماعية ومكافحة العنصرية والتحريض على الطائفية والعرقية والمذهبية وكراهية الأجانب في جميع أنحاء أوروبا. (مرصد مصداقية الإعلام الأردني، ٢٠١٦)

وفي هذا الإطار اهتمت الدول العربية كقطر والبحرين والكويت والسعودية وسلطنة عمان بضرورة سن قوانين وتشريعات تتوافق مع الدساتير الخاصة بهذه البلاد، لمكافحة جرائم الانترنت، واحترام حقوق الإنسان بشأن تجريم القذف والسب على شبكات التواصل الاجتماعي، وتجريم

استعمال الأسماء المستعارة للتعبير عن المواقف أو الآراء أو التعبير عن الشخصيات ومواقفها حماية لحقوق الأفراد ومصالح المؤسسات الخاصة والعامة من انتهاك خصوصيتها أو تعرضها لأي ضرر ما. (اللبان، ٢٠١٥) (جريدة الراية، ٢٠١١)، وتطبيقا للضوابط الشرعية في استخدام شبكات التواصل الاجتماعي وبيان دورها في نشر الوسطية ومواجهة فكر التطرف والإرهاب. (قصاص، والأحمدي، ٢٠١٦).

وفي هذا الاطار عقدت مؤتمرات عربية كثيرة منها مؤتمر ضوابط استخدام شبكات التواصل الاجتماعي في الإسلام والذي نظمته "جائزة نايف بن عبدالعزيز آل سعود العالمية للسنة النبوية والدراسات الإسلامية المعاصرة" بمشاركة الجامعة الإسلامية، والذي أسفر عن اتجاه المملكة لتدشين مبادرة الميثاق الأخلاقي للتواصل عبر شبكات التواصل الاجتماعي (الشرق الأوسط، ٢٠١٧) و وضع ميثاق شرف للإعلام بسلطنة عمان (٢٠١٧)، تم التوقيع عليه خلال المؤتمر العلمي الدولي الثاني لقسم الإعلام بجامعة السلطان قابوس، والذي حمل عنوان "المجتمع العربي وشبكات التواصل الاجتماعي في عالم متغير"، (آخر الأخبار، ٢٠١٧). وانبرت دراسة (الخريشة، ٢٠١٦) إلى وضع إطار أخلاقي للتواصل الالكتروني عبر الشبكات الاجتماعية من وجهة نظر الإعلاميين والقانونيين، وتحديد القيم والضوابط الأخلاقية المتطلبة.

وفي مصر أكدت دار الإفتاء المصرية أن الاستخدام غير المنضبط لشبكات التواصل الاجتماعي، ونشر صور ومقاطع مخالفة للأعراف الاجتماعية والقواعد الدينية، زادت من تنامى الدعوات التي تنادى بوضع ميثاق شرف لأخلاقيات وضوابط استخدام مواقع التواصل بعد أن بات من المستحيل حظر استخدامها في عالم أصبح كالقرية الصغيرة. (دار الإفتاء، ٢٠١٤). ولقد اتجهت الحكومة المصرية إلى فرض عقوبات مغلظة على استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في ترويج أفكار إرهابية أو التحريض على قوات الأمن، (حلمي، ٢٠١٧). وفي هذا الإطار صدر القانون رقم ١٧٥ لسنة ٢٠١٨ في شأن مكافحة جرائم تقنية المعلومات في مصر، وذلك بعد أن أقره مجلس النواب، وتضمن القانون عدة عقوبات تتعلق بالسلوكيات غير المنضبطة أثناء التواصل الالكتروني ومنها" السب والقذف على وسائل التواصل الاجتماعي- معاكسات الشات – تسريب البيانات الخاصة – اختراق الحسابات الخاصة ـــ انشاء بريد الكتروني وهمي ونسبته الى شخص– تعمد استخدام معلومات ماسة بالشرف – انشاء الموقع لتسهيل ارتكاب الجرائم –الامتناع عن ازالة موقع صدر بشأنه قرار حجب – الجرائم التي تخل بالنظام و الأمن العام –..." (قانون مكافحة جرائم تقنية المعلومات ، ٢٠١٨).

ومن الأمور اللافتة للنظر أن شبكات التواصل الاجتماعي تحدد وثيقة شروط وقواعد قانونية وتوجيهية للخدمة التي يشترط على المشتركين الجدد بها أن يوقعوها قبل الانتفاع بخدماتها، في صياغات قانونية معقدة تمثل شركا للمستخدمين لهذه الشبكات ، لأنها تتعلق بالسماح باستخدام معلومات شخصية لا يرغب أصحابها في نشرها وأن تكون المعلومات والبيانات متاحة للجميع وللمواقع الحق في نشر واستخدام الصور والفيديوهات الشخصية لأي غرض يراه الموقع ملائما دون الرجوع لأصحابها ، ولا يمكن التطفل بحساب آخر ولا يحق إضافة أي شخص لا تعرفه إلى

شبكتك المهنية (عمارة ، ٢٠١٤) . وهذا مما يتعارض مع الحفاظ على الخصوصية وحقوق الملكية الفكرية لمستخدمي هذه الشبكات. الخ.

وفي ضوء ما تقدم ومن خلال ما تم رصده من مظاهر أسفرت عن وجود خطورة كبيرة فيما يتعلق بالتواصل عبر شبكات التواصل الاجتماعي ، دونما وجود أطر ومعايير استرشادية أخلاقية وقانونية وغيرها ، خاصة وأنها أصبحت واقعا اجتماعيا وتربويا قد فرض نفسه وبقوة ، وصار اعلاما له مقوماته وأدواته ووسائله ، وتعددت مساراته وقنواته وآلياته ، في حرية كبيرة وبدون قيود أو رقابة حقيقية تعمل على تنقية ما يتم نشره عبرها ، فان الدراسة الحالية قد عنيت وفق ما أكدت عليه وأشارت اليه كثرة من الكتابات والدراسات السابقة ، والمؤتمرات والندوات والدعوات ، وغيرها ، من ضرورة وضع ميثاق أخلاقي ومبادئ سلوكية حاكمة لترشيد السلوك الالكتروني، وضبط الممارسات الفردية والاجتماعية لرواد هذه الشبكات والمتواصلين عبرها ، وبما يؤدي الى الاستقرار والتوظيف الإيجابي لها ولأدواتها ووسائلها الفائقة . وهذا ما تسعى إليه هذه الدراسة التي تحاول وضع ملامح لميثاق أخلاقي لاستخدام شبكات التواصل الاجتماعي من خلال استقصاء آراء بعض خبراء التربية ومواقع التواصل الالكتروني ببعض كليات التربية بجمهورية مصر العربية.

مشكلة الدراسة:

يمكن تحديد مشكلة الدراسة في محاولتها الإجابة على السؤال الرئيس التالي:

ما ملامح الميثاق الأخلاقي المقترح لاستخدام شبكات التواصل الاجتماعي، وما متطلبات تفعيله؟

ويتفرع عن هذا السؤال الأسئلة الفرعية التالية:

س ١: ما أبرز ملامح شبكات التواصل الاجتماعي، وما أهم وظائفها؟

س ٢: ما أهم مظاهر وانعكاسات سوء استخدام شبكات التواصل الاجتماعي؟

س ٣: ما أهم جوانب وأبعاد الميثاق الأخلاقي المقترح لاستخدام شبكات التواصل الاجتماعي من وجهة نظر بعض خبراء التربية؟

س ٤: ما أهم متطلبات تفعيل الميثاق الأخلاقي المقترح لاستخدام شبكات التواصل الاجتماعي؟

أهداف الدراسة:

استهدفت الدراسة الحالية التوصل الى صيغة مقترحة لميثاق أخلاقي لاستخدام شبكات التواصل الاجتماعي، من خلال:

-التعرف على سلبيات ومظاهر سوء استخدام شبكات التواصل الاجتماعي، وانعكاساتها الخطيرة والمتعددة.

-التعرف على الأسس والمبادئ الأخلاقية التي ينبغي أن تحكم السلوك الالكتروني للمتواصلين عبر شبكات التواصل الالكتروني.

- التعرف على آراء بعض خبراء التربية من أعضاء هيئة التدريس ببعض كليات التربية، فيما يتعلق بملامح الميثاق الأخلاقي المقترح لاستخدام شبكات التواصل الاجتماعي.

- تحديد بعض المتطلبات الضرورية واللازمة لتفعيل تطبيق الميثاق الأخلاقي المقترح المقدم من قبل الدراسة الحالية.

أهمية الدراسة الحالية:

تتحدد أهمية الدراسة الحالية، فيما يلي:

-أهمية شبكات التواصل الاجتماعي، باعتبارها أضحت اعلاما جديدا، وبما تتمتع به من خصائص وميزات لمستخدميها، جعلتها شيئا أساسيا ومركزيا في حياتهم ولا يمكن الاستغناء عنها.

-أهمية ضبط السلوك الالكتروني للمتواصلين عبر شبكات التواصل الالكتروني، في ظل العشوائية والاستهداف والتخبط وسوء الاستخدام المستشري لدى الكثيرين ممن يتفاعلون عبر هذه الشبكات الاجتماعية.

-محاولتها تقديم ميثاق أخلاقي مقترح لاستخدام شبكات التواصل الاجتماعي، يكون اطارا معياريا وقيميا للمتواصلين عبر هذه الشبكات، بما يهيئ ظروفا آمنة للتواصل، ويحمي الآخرين، ويحفظ لهم استقرارهم وحقوقهم وحرياتهم.

-ضعف وجود نظم قانونية – مفعلة -أو اعتبارية في كثير من الدول العربية، ومن بينها مصر، تعمل كسياج للوقاية أو المحاسبة أو عقاب منحرفي استخدام شبكات التواصل الاجتماعي، والمستهدفين لأمن الآخرين أو افساد تواصلهم الاجتماعي وحياتهم بشكل عام.

-امكانية الاستفادة من هذا الطرح المتعلق بالميثاق الأخلاقي لاستخدام شبكات التواصل الاجتماعي، من قبل مؤسسات تربوية وغير تربوية، عامة وخاصة، في تحديد مواثيق أخلاقية لمستخدميها.

مبررات الدراسة الحالية:

تتحدد مبررات الدراسة الحالية، فيما يلي:

-ازدياد أعداد مرتادي شبكات التواصل الاجتماعي في كل لحظة، بحيث أصبحت تقدر بالمليارات مع تباين الاستخدامات وتنوعها، وكثرة ما تسببه فوضى الاتصالات والتفاعلات من مشكلات ومظاهر سلبية للاستخدام. (عبد الغني ،٢٠٠٣)، (,٢٠١٨ We Are Social (,2018 (Hootsuite)، (موقع (CNN) العربية ،٢٠١١)، (الحمصي، ٢٠١٠)، ((Vansoon, 2010، (محمود، ٢٠١١)، (Perkins,2014)، (المنصور، ٢٠١٢)، (الطيار، ٢٠١٤)، (البرجي، ٢٠١٥)، (احصائيات الشرق الأوسط، ٢٠١٦).

-الحاجة الملحة والضرورية لتأمين المتواصلين عبر شبكات التواصل الاجتماعي، ومنحهم الحرية في تفاعلهم بتجنب الأخطار المحتملة أو أية مهددات تتعلق بشئونهم وتواصلهم. ((Bogart, 2006، (Nyland, 2007)، (Raacke, 2008)) ، (إبراهيم ، ٢٠٠٩) ، (الدبيسي ، والطاهات ، ٢٠١٣) ، (الحارثي، ٢٠١٤) ، (مهني ، ٢٠١٥) (عوف ٢٠١٥) ، (الدهشان ، ٢٠١٧).

- كثرة وتنوع المظاهر السلبية والمنحرفة والاختراقات والاستهدافات والغزو الفكري والثقافي والعقائدي الذي يمارس عبر هذه الشبكات، مع ضعف وجود رقابة أو محاسبية لهذه السلوكيات غير المسؤولة أو المبررة (Waltz,2008)، (ابراهيم، ٢٠٠٩)، ((Baum , Jon & Morris, 2010 ،(الحربي، ٢٠١١) ،(زين الدين ، ٢٠١٤) .(عبد الصادق ، ٢٠١٤) (أبو الهدى ، ٢٠١١)

- كثرة الدعوات التربوية والنداءات التي تؤكد أهمية وجود ميثاق أخلاقي للتواصل عبر شبكات التواصل الاجتماعي، خاصة مع ازدياد فوضى التواصل وضعف وجود رقابة ذاتية أو قانونية في

كثير من الدول ومن بينها مصر، للتحكم في التواصل وضبط مساراته. (عبد الغني ،٢٠٠٣) (بركات، ٢٠٠٩) (مزيد، ٢٠١١) (الحربي، ٢٠١١) (المنصور، ٢٠١٢) (مركز الرؤية لدراسات الرأي العام، ٢٠١٢) (العنزي، ٢٠١٣)، (عامر، ٢٠١٤)، (اليوم السابع، ٢٠١٤) (بوابة التقنية، ٢٠١٥) (مرصد مصداقية الإعلام الأردني، ٢٠١٦) (الشرق الأوسط، ٢٠١٧) (آخر الأخبار، ٢٠١٧) (قصاص، والأحمدي، ٢٠١٦) (جريدة الراية، ٢٠١١)، (حلمي، ٢٠١٧) (العدواني، ٢٠١٧)

منهج الدراسة وأداتها:

اعتمدت الدراسة الحالية على اجراءات المنهج الوصفي، مستخدمة المقابلات الشخصية المفتوحة والاستبيان الذي تم اعداده وتطبيقه على عينة من خبراء التربية من أعضاء هيئة التدريس بكليات التربية (شبين الكوم – طنطا – أشمون – بنها-كفر الشيخ)، وذلك للتعرف على آرائهم فيما يتعلق بالميثاق الأخلاقي المقترح لاستخدام شبكات التواصل الاجتماعي، بالإضافة الى تحديد المتطلبات الضرورية اللازمة لتطبيقه.

مجتمع الدراسة والعينة:

تألف مجتمع الدراسة من أعضاء هيئات التدريس بكليات التربية (شبين الكوم – طنطا – أشمون – بنها-كفر الشيخ)، باعتبارهم خبراء للتربية، وتم اشتقاق عينة مقصودة بلغت ٥٠ خبيرا، من هذا المجتمع للتعرف على آرائهم فيما يتعلق بالميثاق الأخلاقي المقترح لاستخدام شبكات التواصل الاجتماعي.

حدود الدراسة:

اقتصرت الدراسة في جانبها الميداني على عينة ممثلة لخبراء التربية من بعض كليات التربية بالجامعات المصرية، وهي كليات (شبين الكوم– أشمون -بنها – طنطا– كفر الشيخ).

مصطلحات الدراسة:

تم استعراض المفاهيم المختلفة لمصطلحات الدراسة الحالية في اطارها النظري، ونستقر فيما يلي على التعريفات الاجرائية:

شبكات التواصل الاجتماعي: Social networks

"هي منظومة من المواقع الالكترونية الموجودة على الانترنت والتي تتيح لمستخدميها (أفرادا وجماعات) الذين لديهم نفس الهوايات، والاهتمامات، والميول، والأنشطة ..الخ، التواصل المرئي والصوتي وتبادل المعلومات والآراء والأفكار والمشكلات من خلال الملفات الشخصية وألبومات الصور والرسائل والفيديوهات والبريد والملفات وغرف الدردشة والمناقشات الجماعية وغيرها من الامكانات التي توطد تفاعلهم والعلاقات الاجتماعية بينهم" ومن أمثلتها (فيس بوك Facebook - تويتر Twitter - واتس أب Whatsapp - يوتيوب Youtube - جوجل بلس Google Plus - انستجرام Instagram) ، وغيرها .

الميثاق الأخلاقي: Ethics Pact

"هو وثيقة رسمية أو غير رسمية تحدد مجموعة القيم والآداب والمبادئ والسلوكيات الإيجابية التي نرى ضرورة أن يلتزم بها كل مرتادي شبكات التوصل الاجتماعي والتي من شأنها أن تساعد في الاستخدام الرشيد لتلك الشبكات، وبما يحفظ أمن وحقوق الآخرين وسلامة العلاقات القائمة بينهم"

إجراءات الدراسة:

تتمثل اجراءات الدراسة الحالية، فيما يلي:

-مراجعة الأدب التربوي، ونتائج الدراسات السابقة فيما يتعلق بموضوع الشبكات الاجتماعية وأخلاقيات التواصل الالكتروني بشكل عام، وما يتعلق بشبكات التواصل الاجتماعي بشكل خاص.

-إعداد أداة الدراسة (الاستبيان) والذي تضمن مجموعة من الأبعاد والعبارات التي تصف أخلاقيات وآداب استخدام شبكات التواصل الاجتماعي، كما أشارت وأكدت عليها الدراسات والبحوث وما أوضحته بعض الممارسات الايجابية المتعلقة باستخدامات تلك الشبكات.

-عرض أداة الدراسة على عينة خبراء التربية من أعضاء هيئة التدريس بكليات التربية، للتعرف على آرائهم في الميثاق المقترح لاستخدام شبكات التواصل الاجتماعي.

-تحليل نتائج الدراسة وتفسيرها.

-تحديد أبعاد وبنود الميثاق الأخلاقي المقترح لاستخدام شبكات التواصل الاجتماعي.

-تحديد المتطلبات اللازم توافرها لتفعيل الميثاق الأخلاقي المقترح لاستخدام شبكات التواصل الاجتماعي.

الدراسات السابقة:

في ضوء اطلاع الباحثين على الدراسات السابقة فيما يتعلق بشبكات التواصل الاجتماعي بشكل عام، وما يتعلق بأخلاقيات التواصل عبرها بشكل خاص، فلقد أمكن التوصل للاستنتاجات التالية:

١. أصبحت مواقع التواصل الاجتماعي الالكترونية ذات أهمية كبيرة في العملية الاتصالية بين عموم الناس وطلاب المدارس والجامعات بشكل خاص، حيث أضحت تمثل اعلاما اجتماعيا جديدا عبرت عنه الإرادة الاجتماعية في التواصل والتشارك وتبادل وجهات النظر والآراء والأفكار في يسر وسهولة وحرية في التعبير لم تكن متاحة بشكل كبير في الواقع الفعلي، كما أكدت عليه دراسة (خضر، ٢٠٠٩)، (العتيبي، ٢٠٠٨) ، (ابراهيم ، ٢٠٠٩) ، ودراسة (karbnsky, ٢٠١٠)،(المنصور ، ٢٠١٢)، (الدبيسي، والطاهات، ٢٠١٣)، (الحارثي، ٢٠١٤)، (الطيار، ٢٠١٤)، وفي تشكيل الوعي السياسي والاجتماعي والمشاركة، ودعم العلاقات القائمة على التجانس الاجتماعي والثقافي والفكري وغيره. (عبد الحميد، ٢٠١٢)، (Baum , Jon ,& Morris, 2010)، (خليل ، ٢٠١٢) .

٢. تميزت مواقع الواصل الاجتماعي الالكترونية بمميزات وفوائد عديدة ، واستخدامات متعددة في كافة الجوانب ، مع التنوع الكبير في جوانبها وموضوعاتها وطرحها الكبير والمتنامي ،(Bogart,2006) ، (مهني ، ٢٠١٥) ، (عوف، ٢٠١٥)، مع مساعدة الطلاب والباحثين

على التحصيل والحصول على المعلومات ونشر الأفكار وغيرها (٢٠١٠ karbnsky,)،(الدهشان ،٢٠١٧) هذا في جانب ، وفي جانب آخر تعاني مواقع التواصل الاجتماعي من مجموعة من المشكلات والمخاطر التي أحدثها غياب القواعد والضوابط والمواثيق التي تضمن السلامة في العملية الاتصالية ، ودخول آمن على مستوى الأفراد والجماعات والمؤسسات سواء في الفكر ، أو السلوك ، أو الاتجاهات والمواقف المختلفة ، كما أشارت دراسة (Nyland,2007) ودراسة (العتيبي ٢٠٠٨,) ، ودراسة (زكريا، ٢٠٠٩) ، ودراسة (الحربي ، ٢٠٠١) ، ودراسة (عوض ، ٢٠١٢) ، ودراسة (مركز الرؤية لدراسات الرأي العام ، ٢٠١٢) ، و(العنزي ، ٢٠١٣) (البرجي، ٢٠١٥)، هذا بالإضافة الى تفسخ وانهيار العلاقات الاجتماعية وغياب دور المؤسسات التربوية والارشادية ، واستشراء العزلة والأنانية والفردية وضعف الروابط والقيم الاجتماعية . (محمد، ٢٠١٥)، (Vansoon, 2010)، (العنزي، ٢٠١٣)، كما أنها صارت سببا مباشرا وأداة من أدوات اندلاع الثورات والانتفاضات في الدول المختلفة. وأكدت دراسة (القرشي، ٢٠١٤) ضرورة الاهتمام بالجانب الأخلاقي للتواصل الالكتروني عبر الشبكات الاجتماعية، نظرا لأهميته في حماية شباب الجامعات وضبط سلوكهم.

٣. الضرورة الملحة لوضع أطر ومعايير وضوابط عامة تضمن الاستخدام الأمثل لمواقع التواصل الاجتماعي ، و بما يؤطر لوضع دستور أو مواثيق أخلاقية تحدد ما هو مقبول وغير مقبول في اطار التفاعل العام ، كما أكدت عليه دراسة (عطية ، ٢٠٠٧) ، ودراسة (محمود ، ٢٠١١)،(أبو وردة ، ٢٠١٨) ، فشبكات التواص الاجتماعي تساعد في بث الأفكار الهدامة، وعرض المواد الفاضحة، وهتك الحقوق الخاصة والعامة، وما يحصل فيها من الابتزاز والغش والسرقة وضياع الوقت -المواقع الإباحية -الإساءة للآخرين - العزلة الاجتماعية - وبعض الممارسات التي تتعارض مع الدين والثقافة الإسلامية وتهدم قيم المجتمع ، كالغيبة والنميمة ونشر الفضائح ، وغياب القيم الايمانية ، بالإضافة الى (الإدمان على الإنترنت -العلاقات غير الشرعية -تدني المستوى الأكاديمي -التدخل في السياسة والتحريض -إضاعة المال -دفن المواهب والأنشطة والهوايات -التأثير على الصحة..الخ) .(الحربي ، ٢٠١١) ،(مركز الرؤية لدراسات الرأي العام، ٢٠١٢) ، (زين الدين، ٢٠١٤)، هذا بالإضافة الى انتهاك بعض المواقع ومستخدميها للخصوصية المتعلقة بالأفراد، واستخدام البيانات اعلاميا ، وهذا مما ينتهك الاطار الأخلاقي ، ويتطلب وضع مواثيق أخلاقية ذات اعتبارية قانونية ، ومعايير تتعلق بأخلاقيات التواصل وحفظ الحقوق والسرية والدقة والحماية القانونية. ((Kaupins, & Park, 2010 ،(Wasike,2013))، (عامر،٢٠١٤).

٤. بروز شريحة الشباب من طلاب التعليم العام والجامعي كمجال حيوي لفاعلية شبكات التواصل الاجتماعي وهدفا له، وهذا ما أكدته دراسة ((Waltz,2008 ، Raacke & Bonds ,2008)) ودراسة (عوض، ٢٠١٢)، ودراسة (موينغو وأبو درة، ٢٠١٣). كما

أن لهذه الشبكات دور كبير إذا ما أجيد استخدامها في تحمل الشباب المسئولية الاجتماعية والمشاركة في بناء مجتمع متماسك، بنشر العلم والمعرفة والتطبيق السليم. (عوض، ٢٠١٢)، (محمد، ٢٠١٥)، (الدهشان، ٢٠١٧).

وفي ضوء ما سبق تسعى الدراسة الحالية اتساقا مع معطيات الدراسات السابقة، وتفردا لها إلى وضع ملامح رؤية مقترحة لميثاق أخلاقي لاستخدام شبكات التواصل الاجتماعي، بما يضمن تحقيق الأهداف الإيجابية للتواصل واستمرارية للاستثمار الأمثل لهذه المواقع، وتجنب تأثيراتها السالبة ومخاطرها المتوقعة، مع حماية أمن المتواصلين وضمان سلوك الكتروني منضبط يرعى الآخرين ويحفظ حقوقهم.

المحور الثاني (الإطار النظري للدراسة)

أولا: مفهوم شبكات التواصل الاجتماعي وأهم خصائصها:

بالنظر المستقرئ لظهور شبكات التواصل الاجتماعي على الانترنت، نجد أن أوائل التسعينات من القرن المنصرم، تمثل البداية الحقيقية لظهور هذه الشبكات، فقد بدأت بالتعارف بتصميم (راندي كونرادز) (١٩٩٥)، أول موقع اجتماعي (Classmates.com)، تلاه موقع (SixDegrees.com): ثم تعقدت خدمات هذه المواقع، فظهرت مواقع مثل "" MySpace.com، 2003)) ثم تلاه في الظهور موقع " Face book.com "(سبتي، ٢٠١٣)، ثم تطورت تطبيقاتها، وجمعت تلك الشبكات الاجتماعية جمهورا كبيرا من المستخدمين على تنوع مستوياتهم واتجاهاتهم في الوقت الحالي. (موقع عالم التقنية، ٢٠٠٩).

ووفقا لما سبق تعد المواقع الاجتماعية على الانترنت بحكم طبيعتها، الركيزة الأساسية للإعلام الجديد أو البديل، التي تتيح للأفراد أو الجماعات أو المؤسسات التواصل فيما بينهم عبر هذا الفضاء الافتراضي، عندما عز التواصل في الواقع الحقيقي. (Levinson,2009,p. 30). وفيما يلي نعرض لمفهوم شبكات التواصل الاجتماعي، وأهم خصائصها:

(أ) مفهوم شبكات التواصل الاجتماعي :(Social Networks):

تعتبر الشبكات الاجتماعية (social networking service) مصطلحا يطلق على "مجموعة من المواقع على شبكة الانترنت العالمية (World Wide Web)، تتيح التواصل بين الأفراد في بيئة مجتمع افتراضي، يجمعهم الاهتمام أو الانتماء لبلد أو مدرسة أو فئة معينة، في نظام عالمي لنقل المعلومات من خلال تقديم الخدمة الالكترونية بإنشاء وتنظيم ملفات شخصية لهم، كما تسمح لهم بالتواصل مع الآخرين، باستثمار أدواتها الالكترونية مثل) المحادثة الفورية والرسائل الخاصة والبريد الإلكتروني والفيديو والتدوين ومشاركة الملفات وغيرها من الخدمات)" (الشهري ،٢٠١٤، ص ١٦) ،(بوابة التقنية، ٢٠١٣) ، (Harrison & Thomas, 2009, p 112). ومواقع التواصل الاجتماعي هي "نوع من وسائل الإعلام الاجتماعية، وهي بمثابة منصة لمستخدميها لنشر المعلومات الشخصية والتواصل مع الآخرين أصحاب الاهتمامات المماثلة". (,٢٠١٠, p19 Kittiwongvivat)

ويعرفها عواد (٢٠١٠) "بأنها تركيبة اجتماعية إلكترونية تتم صناعتها من أفراد أو جماعات أو مؤسسات، وتتم تسمية الجزء التكويني الأساسي (مثل الفرد الواحد) باسم (العقدة – Node)، بحيث يتم إيصال هذه العقد بأنواع مختلفة من العلاقات كتشجيع فريق معين أو الانتماء لشركة ما أو حمل جنسية لبلد ما في هذا العالم، وقد تصل هذه العلاقات لدرجات أكثر عمقا كطبيعة الوضع الاجتماعي أو المعتقدات أو الطبقة التي ينتمي إليها الشخص". ولقد اكتسبت هذه الشبكات اسمها الاجتماعي كونها تعزز العلاقات المتشعبة بين بني البشر. وتعدت في الآونة الأخيرة وظيفتها الاجتماعية لتصبح وسيلة تعبيرية واحتجاجية ونهضوية، وتؤثر في نمط الاتصال واتجاهاته. (محمد، ٢٠١٥، ص ص ٢٣-٢٤)

وتعرفها (خليفة، ٢٠٠٩) ويتفق معها (المنصور، ٢٠١٢، ص ٢٢٢) بأنها: " صفحات الويب، التي يمكن أن تسهل التفاعل النشط بين الأعضاء المشتركين في هذه الشبكة الاجتماعية الموجودة بالفعل على الإنترنت، وتهدف إلى توفير مختلف وسائل الاهتمام، والتي من شأنها أن تساعد على التفاعل النشط بين الأعضاء بعضهم ببعض، ..." .

وتعرف مواقع التواصل الاجتماعي على أنها " منظومة من الشبكات الإلكترونية التي تسمح للمشترك فيها بإنشاء موقع خاص به، ومن ثم ربطه من خلال نظام اجتماعي إلكتروني مع أعضاء آخرين لديهم الاهتمامات والهوايات نفسها أو جمعه مع أصدقاء الجامعة أو الثانوية، وغيرها " (راضي، ٢٠٠٣، ص ٢٣) (Kittiwongvivat ,٢٠١٠, p7). ، ويعرفها الخريشة (٢٠١٦، ص ١٩) بأنها " مجموعة الشبكات التواصلية، الفيس بوك والتويتر والانستغرام وغيرها من التطبيقات التي يستخدمها الأفراد عبر الإعلام الجديد ".

ومما سبق يتضح أن المواقع الاجتماعية هي مواقع إلكترونية ذات طابع اجتماعي عالمي تحاول أن تقدم واقعا افتراضيا لالتقاء المعارف والأهل والأصدقاء ، يحاكي الواقع الطبيعي المعاش على الأرض، وفي ضوء ذلك يعرف الباحثان -اتساقا مع ما تم عرضه من تعريفات-شبكات التواصل الاجتماعي اجرائيا بأنها " منظومة من الشبكات (المواقع) الالكترونية الموجودة على الانترنت والتي تتيح لمستخدميها (أفرادا وجماعات) الذين لديهم نفس الهوايات، والاهتمامات، والميول، والأنشطة ..الخ، التواصل المرئي والصوتي وتبادل المعلومات والآراء والأفكار والمشكلات من خلال الملفات الشخصية وألبومات الصور والرسائل والفيديوهات والبريد والملفات وغرف الدردشة والمناقشات الجماعية وغيرها من الامكانات التي توطد تفاعلهم والعلاقات الاجتماعية بينهم" ومن أمثلتها (فيس بوك Facebook -تويتر Twitter –واتس أب Whatsapp -يوتيوب Youtube - جوجل بلس Google Plus-انستجرام Instagram ، وغيرها)".

(ب) خصائص شبكات التواصل الاجتماعي:

تتميز شبكات التواصل الاجتماعي بمجموعة من الخصائص، منها ما يلي: (زين الدين، ٢٠١٤، ص ص ٢٠-٢٢)، (الدهشان، ٢٠١٧)، (اللبان، ٢٠١١)

١"-**العالمية**: حيث تلغى الحواجز الجغرافية والمكانية، وتتحطم فيها الحدود الدولية، حيث يتمكن الأفراد من التواصل عبر الدول المختلفة على امتدادها، في بساطة وسهولة على اختلافهم.

٢-"**التفاعلية**: فالفرد فيها مرسل وكاتب ومشارك بالإضافة الى أنه مستقبل وقارئ، فهي تلغي السلبية المذمومة في الإعلام القديم – التلفاز والصحف الورقية، كما ذكر القداهي (٢٠١١)، كما أنها تعطي حيزا كبيرا للمشاركة الفاعلة من المشاهد والقارئ، وبهذا فالمستخدم أو الزائر هو من يصنع المحتوى.
٣-"**التنوع** وتعدد الاستعمالات: فكل فرد يستخدمها وفقا لحاجته، فيستخدمها الطالب للتعلم، والعالم لبث علمه وتعليم الناس، والكاتب للتواصل مع القراء... وهكذا.
٤-"**سهولة الاستخدام**: فالشبكات الاجتماعية سهلة الحروف واللغة، وهي توظف الرموز والصور التي تسهل للمستخدم التفاعل، وبذلك فالمستخدم هو من يتحكم في المحتوى المتضمن أو المعروض.
٥-"**التوفير والاقتصادية**: فهي توفر وتقتصد في الجهد والوقت والمال بشكل كبير جدا، في ظل مجانية الاشتراك والتسجيل في العالم الافتراضي مع توافر خدمات الهواتف الذكية ومتعددة الوظائف.

(ثانيا): أهداف شبكات التواصل الاجتماعي:

تستهدف شبكات التواصل الاجتماعي، وفقا لما تقرره بعض المصادر والدراسات، ما يلي: (موقع يوم جديد، ٢٠٠٩)، (محمد، ٢٠١٥) (٢٣٢٢-٢٣٢٩ PP. Lampe, Wohn & Ellison,2011,)،(مهني ، ٢٠١٥) ، (عوف، ٢٠١٥)،

١-"خلق جو من التواصل في مجتمع افتراضي تقني يجمع مجموعة من الأشخاص والجماعات من مناطق ودول واتجاهات مختلفة على مواقع واحدة، إلا أنهم يتفقون بشكل محدد على لغتهم التقنية.
٢-اقامة شبكة اتصالية ممتزجة سواء من خلال التعارف أو التعاون أو التشاور أو لمجرد الترفيه فقط وتكوين علاقات جديدة، أو حب للاستطلاع والاكتشاف.
٣-تشكيل الفاعلية للأفراد، فالفرد يرسل ويستقبل ويقرأ ويكتب ويشارك، ويسمع ويتحدث، فدوره أصبح إيجابيا، وتعمل ادارة المواقع في هذه الشبكات دور الرقيب فقط، بالاطلاع ومحاولة توجيه الموقع للتواصل المنضبط والإيجابي.
٤-تشكيل وجدان جمعي وشراكات في مجالات متعددة سواء أكانت تعليمية، أو ثقافية، أو اقتصادية، أو سياسية، أو فكرية، أو عقائدية، أو ايديولوجية، أو تجارية"، ...الخ .

(ثالثا) أنواع شبكات التواصل الاجتماعي، وأهم وظائفها:

(أ)أنواع شبكات التواصل الاجتماعي:

تتعدد تقسيمات الشبكات الاجتماعية تبعاً للخدمة المقدمة أو للهدف من إنشائها إلى الأنواع التالية:
- فتقسم حسب الاستخدام والاهتمام إلى ثلاثة أنواع رئيسة، هي:(Kittiwongvivat ,٢٠١٠, p21)

١-"شبكات شخصية لشخصيات محددة وأفراد ومجموعة أصدقاء تمكنهم من التعارف وإنشاء صدقات بينهم، مثل (book Face) ، وهي شبكات خارجية عامة External Social Networking

٢-"شبكات ثقافية تختص بفن معين وتجمع المهتمين بموضوع أو علم معين، مثل (Library thing) ، أو شبكات مهنية تهتم وتجمع أصحاب المهن المتشابهة لخلق بيئة تعليمية وتدريبية فاعلة، مثل (linked in). وهي شبكات داخلية خاصة (Internal Social Networking).

- وتقسم حسب الخدمات وطريقة التواصل إلى ثلاثة أنواع أيضاً، هي:

١-"شبكات تتيح التواصل الكتابي". ٢-"شبكات تتيح التواصل الصوتي". ٣ -"شبكات تتيح التواصل المرئي". وتتنافس الشبكات الاجتماعية اليوم في توفير أكثر من طريقة للتواصل حتى تلبي حاجات جميع شرائح المجتمع الافتراضي المتعدد الرغبات والميول والاتجاهات، بما تتيحه من خدمات وأساليب نوعية.

ومن أشهر شبكات التواصل الاجتماعي المتاحة، شبكة "الفيس بوك" ورابطها (ww.facebook.com) ، وشبكة تويتر، ورابطها (https://twitter.com) ، وشبكة يوتيوب، ورابطها (https://www.youtube.com) ، وشبكة لينكد إن ، ورابطها (https://www.linkedin.com) وشبكة بنترايست ، ورابطها (https://www.pinterest.com) ، وشبكة جوجل بلس ، ورابطها (https://plus.google.com) ، وشبكة انستجرام، ورابطها (https://www.instagram.com/) ، وشركة تمبلر، ورابطها (https://www.tumblr.com)، وشبكة فلكر، ورابطها (https://www.flickr.com)، وشبكة ماي سبيس ، ورابطها (https://myspace.com)، هذا بالإضافة الى المدونات (Weblogs) التي تعد أرشيفا متواترا ومتناميا للآراء والأفكار وفقا لما يتم تسجيله فيها .. (Rouse, 2006). وتصنف المدونات وفقا لطريقة انشائها الى مدونات منوعة، ومدونات جماعية.

(ب) وظائف شبكات التواصل الاجتماعي:

تتمثل وظائف التواصل بشكل عام في أنها تؤدي وظائف اعلامية وتنمية ذاتية، ومساهمة في التماسك الاجتماعي بشكل أو بآخر. (الخريشة، ٢٠١٦، ص ٢٤)، ويمكننا أن نحدد الاستخدامات الإيجابية للشبكات والمواقع الاجتماعية فيما يلي: (Kirkpatrick,) (Perkins, 2014, P4) 2011) (الدهشان ، ٢٠١٧)

١-"**الاستخدامات الاتصالية الشخصية**: وهذا هو الاستخدام الأكثر شيوعا، من خلال اتاحة الدخول وتعريف المتواصلين بأنفسهم، ومن ثم إقامة علاقات ممتدة ووطيدة مع الآخرين، في إطار من التعارف والارتباط المشترك.

٢-"**الاستخدامات التعليمية**: حيث تلعب الشبكات الاجتماعية دورا كبيرا ومؤثرا في تطوير التعليم الإلكتروني وتعمل على إضافة الجانب الاجتماعي له، مقارنة بالتعليم الكلاسيكي(التقليدي) الذي يتسم بالجمود والرتابة.

٣-"**الاستخدامات الحكومية**: حيث اتجهت كثير من الدوائر الحكومية المحلية والعالمية للتواصل مع الجمهور من خلال مواقع التواصل الاجتماعي، بهدف المسايرة الحديثة، وتقديم وقياس وتطوير خدماتها.

٤-"**الاستخدامات الإخبارية**: أصبحت الشبكات الاجتماعية مصدرا أصيلا من مصادر الأخبار لكثير من روادها، وهي أخبار تتميز بأنها من مصدرها الأول وبصياغة فردية حرة غالبا، وهي تتناول مختلف المجالات والموضوعات وتتسم في كثير من الأحيان بالشفافية والتجرد.

٥-"**الاستخدامات الدعوية**: حيث فتحت الشبكات الاجتماعية الباب للتواصل الحر والدعوة مع الآخرين مسلمين أو غير مسلمين باختلاف لغاتهم واختلاف أجناسهم وبلدانهم، من خلال وجود الصفحات الخاصة والمنصات الالكترونية متعددة الخصائص والممكنات الفائقة.

ومما سبق يتضح أن المواقع الاجتماعية تساعد متصفحيها وروادها بشكل كبير ومحدد على إنشاء صداقات جديدة وتكوين علاقات في مجالات عديدة، بتبادل الأخبار والمعلومات عن تطور الأحداث الطبيعية والسياسية والاجتماعية، وكذلك في بناء تماسك اجتماعي حر في عالم افتراضي مفتوح وغير مقيد..، الخ.

(رابعا) بعض مظاهر سوء استخدام شبكات التواصل الاجتماعي، وانعكاساتها:

يرى الكثيرون أن استخدام مواقع التواصل الاجتماعي صار ضربا من الإدمان، فضلا عن الانعكاسات والأضرار الاجتماعية والصحية والنفسية والفكرية والأمنية التي يسببها هذا الادمان والذي يكون فيه المستخدم على غير وعي بأمور كثيرة. (اللبان، ٢٠٠٨ ص ٤١) ((Perkins,2014.PP4-6 . ويمكن تحديد الاستخدامات السلبية لمواقع التواصل الاجتماعي فيما يلي: (عبد الكريم، ٢٠٠٧)، (Csonka,2002)، (محمود، ٢٠١١)، (الجندي، ٢٠٠٣)، (اللبان، ٢٠١٥) (Perkins,2014) (محمد، ٢٠١٥)

١-"**بث الأفكار الهدامة والدعوات المنحرفة والتجمعات الفاسدة المفسدة**":(مركز الرؤية لدراسات الرأي العام، ٢٠١٢)، (الجندي،٢٠٠٣، ص٣٩)، (الدهشان، ٢٠١٨).

٢-"**عرض المواد الإباحية والفاضحة والخادشة للحياء**": (عطية، ٢٠٠٧).

٣-"**التشهير والفضيحة والمضايقة، والتحايل والابتزاز والتزوير**": (موقع الشرق، ٢٠١٢).

٤-"**انتهاك الحقوق الخاصة والعامة**": (محمود، ٢٠١١).

٥-"**انتشار غرف الدردشة غير الموجهة**" ((Vansoon, 2010، (العنزي، ٢٠١٢).

٦-"**انتشار المواقع غير الأخلاقية**": (اللبان، ٢٠١١، ص ٨٣)، (العتيبي، ٢٠٠٨).

٧-"**ظهور لغة جديدة بين الشباب في مقابل اللغة العربية** ": (جريدة الشرق الأوسط، ٢٠١٢) . (Perkins, 2014, P4)

٨-"**إثارة المشكلات السياسية والاجتماعية**": (الجندي،٢٠٠٣، ص٣٩)

٩-"**تسهيل التوجه اللاأخلاقي**": (عطية، ٢٠٠٧)

١١-"**نشر الشائعات**" : (الدهشان، ٢٠١٨).

١٢-"**إيجاد حالات الإدمان**": (سعيد، وشفيق، ٢٠١١)

١٣-"**سرقة وتزوير سهل للمعلومات، والاستخدام غير المأذون**":(مركز الرؤية لدراسات الراي العام، ٢٠١٢).

١٤-"**نشر التوجهات الاجتماعية المرفوضة**": ((www.nybooks.com .

وفي ضوء ما سبق يتضح وجود جملة من المشكلات والتأثيرات السالبة للممارسات غير المنضبطة للمستخدمين عبر مواقع التواصل الاجتماعي الالكترونية، وهذا في حد ذاته يؤشر وبقوة الى ضرورة أن تكون هناك رقابة خارجية، وأخرى داخلية تتعلق بالاستخدام، وفي ضبط مساراته واتجاهاته بشكل كبير وفي كل اتجاه. ولا مرية أن منصات التواصل الاجتماعي، كما قرر "ألن" (Allain,2014,p5) قد أوجدت حالة متناقضة ما بين الاستخدام الرشيد لها، والانعكاسات السلبية للاستخدام، ولكن تبقى دائما للإيجابيات وجاهة، غير أن الاهتمام بمواجهة السلبيات يصبح مطلبا حيويا لتفعيل الشبكات بما هي له وما تعمد لتحقيقه.

خامسا: واقع استخدام شبكات التواصل الاجتماعي ومؤشراتها:

أصبحت شبكات التواصل الاجتماعي تمثل قوة كبيرة في التواصل الالكتروني، وفي تأثيرها على جمهور المتلقين وفي تشكيل اتجاهاتهم وسلوكياتهم، ولعل هذا ما تسفر عنه تقارير كثيرة عالمية صدرت عن جهات ومواقع عبر العالم، فيشير تقرير موقع (We Are Social,2018l) ومنصة إدارة حسابات التواصل الاجتماعي (Hootsuite,2018) الى أن أكثر من نصف أعداد سكان العالم الآن مرتبط بالشبكة العنكبوتية، وأن ما يقرب من ربع مليار مستخدم جديد قد وصل إليه الانترنيت لأول مرة في عام (٢٠١٧) ، وأن أفريقيا هي القارة التي حصلت فيها أكبر زيادة بنسبة تزيد عن(٢٠٪ سنويا)، وقد جاء هذا النمو بعد أن توفر الهاتف الذكي لدى المستخدم على نطاق كبير. كما أوضح التقرير ذاته، أن أكثر من ٣ مليارات شخص حول العالم يستخدمون مواقع التواصل كل شهر، وأن استخدام مواقع التواصل يزداد على نحو مطرد، بمعدل مليون مستخدم جديد في كل يوم في بعض الدول، وأن ٩ من أصل ١٠ من هؤلاء المستخدمين يدخلون الى هذه المواقع من خلال أجهزة الموبايل.

ولقد تجاوز عدد مستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي في جميع أنحاء العالم حاجز الأربعة مليارات شخص، وفيما يلي بيان بمجموعة من الأرقام توضح عدد مستخدمي الإنترنت في العالم ومعدل استخدام شبكات التواصل الاجتماعي وغيرها من الحقائق الأخرى كما يلي: (We Are Social,2018l) Hootsuite,2018))

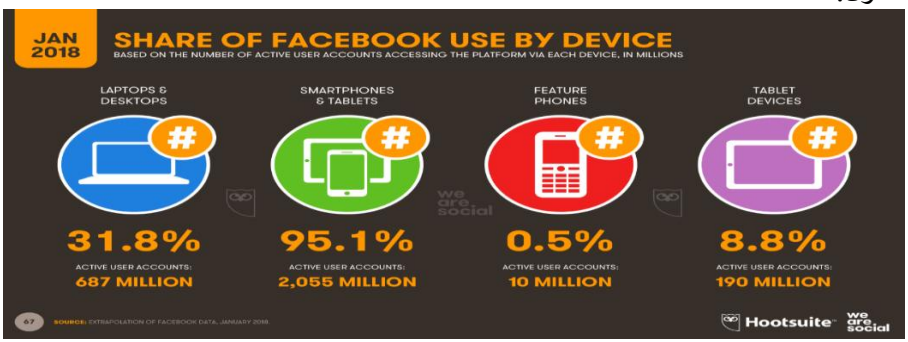
-"عدد مستخدمي الإنترنت في عام ٢٠١٨ هو ٤.٠٢١ مليار، بزيادة ٧ بالمائة على أساس سنوي.

-عدد مستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي في عام ٢٠١٨ هو ٣.١٩٦ مليار، بزيادة ١٣ بالمائة على أساس سنوي.

-عدد مستخدمي الهاتف المحمول في عام ٢٠١٨ هو ٥.١٣٥ مليار، بزيادة ٤ في المائة على أساس سنوي.

شكل رقم(١) يوضح موقع استخدام شبكات التواصل الاجتماعي حول العالم على الشبكة العنكبوتية (يناير، ٢٠١٨)

وتظهر أحدث البيانات من (Global WebIndex) أن مستخدم الإنترنت العادي يقضي الآن حوالي ٦ ساعات كل يوم باستخدام الأجهزة والخدمات التي تعمل عبر الإنترنت -أي ما يقرب من ثلث حياتهم. وتعزز أحدث البيانات من (Facebook) هذه النتيجة، حيث لا يحصل سوى ٥ بالمائة من قاعدة المستخدمين العالميين في النظام الأساسي على الوصول إلى النظام الأساسي عبر جهاز محمول.

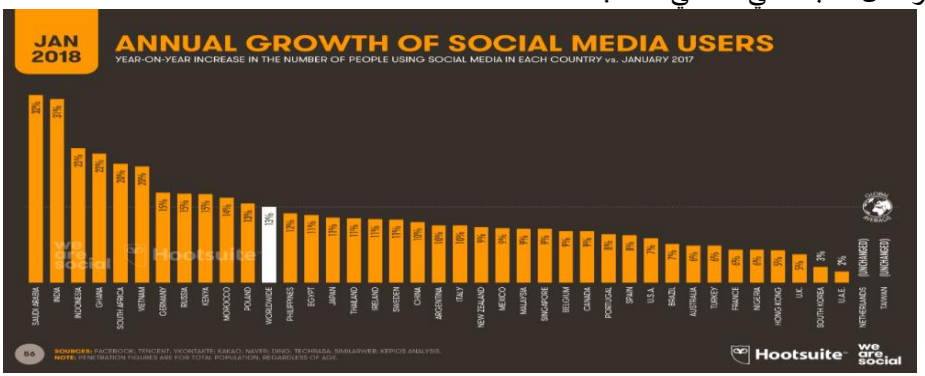


شكل رقم(٢) يوضح المشاركة عبر الفيس بوك من خلال تطبيقات الهاتف المحمول (يناير، ٢٠١٨)

ولقد بدأ ما يقرب من مليون شخص استخدام وسائل الإعلام الاجتماعية لأول مرة يوميًا خلال العام الماضي -أي ما يعادل أكثر من ١١ مستخدما جديدا كل ثانية.

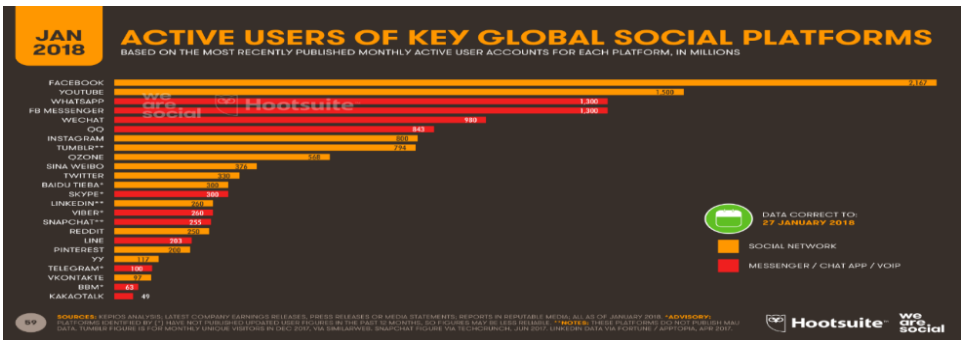
-نما العدد العالمي للأشخاص الذين يستخدمون وسائل الإعلام الاجتماعية بنسبة ١٣ في المائة في الأشهر الاثني عشر الماضية، حيث سجلت آسيا الوسطى والجنوبية أسرع المكاسب (بنسبة ٩٠ في المائة و٣٣ في المائة على التوالي).

- سجلت المملكة العربية السعودية أسرع معدل نمو للبلد من خلال الاقتصادات التي تركز على ٤٠ دولة بنسبة ٣٢ في المائة، لكن الهند متأخرة فقط، حيث بلغ معدل النمو السنوي لمستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي ٣١ في المائة.



شكل رقم (٣) يوضح معدل نمو استخدام شبكات التواصل الاجتماعي (يناير، ٢٠١٨)

ولا تزال المنصة الأساسية (Facebook) تهيمن على المشهد الاجتماعي العالمي، حيث يصل إجمالي المستخدمين إلى ١٥ في المائة على أساس سنوي ليصل إلى ٢.١٧ مليار في بداية عام ٢٠١٨.



شكل رقم(٤) يوضح أنشط شبكات التواصل الاجتماعي استخداما عبر العالم (يناير، ٢٠١٨)

-وكشفت احصائيات الشرق الأوسط (٢٠١٦)، وتقرير موقع (We Are Social ٢٠١٨,)، عن أن:

"حوالي ٤٨ مليون مستخدم للإنترنت في مصر، حيث أشار التقرير إلى أن عدد سكان مصر يصل إلى ٩٢.٤٥ مليون نسمة، منهم ٤٨ مليون مستخدم نشط على الإنترنت، وهو ما يعنى نسبة ٥٢% من إجمالي عدد السكان. وهناك ٣٠% من المصريين يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي، بما

في ذلك (فيس بوك وتويتر وإنستجرام وغيرها) من مواقع التواصل الاجتماعي الشهيرة، حيث يبلغ عدد مستخدمي فيس بوك في مصر حوالي ٢٨ مليون مستخدم٣٥% إناث، و٦٥% رجال، منهم حوالي ٢٣ مليون شخص يستخدمون الهواتف المحمولة للدخول إلى شبكات الإنترنت.

وأوضحت دراسة (الحارثي، ٢٠١٢) أن نمط الشخصية العربية يتأثر كثيرا بمواقع التواصل الاجتماعي، باعتباره عالما افتراضيا مفروضا، والتي أثرت تأثيرا كبيرا في فكره ومدى تقبله للأفكار والمفاهيم والاتجاهات الثقافية المختلفة، بعوامل وآليات أبعد ما تكون عن النسيج أو الفكر العربي على الرغم من الاختلافات الظاهرة في السمات الشخصية للأفراد. وأوضحت دراسة "الرعود" (٢٠١١)، الدور الكبير الذي لعبته شبكات التواصل الاجتماعي في التغير الاجتماعي والسياسي في مصر، وكيف أنها أثرت في الرأي العام على المستويات المحلية والاقليمية والعالمية، وفي تأجيج الاعتراضات والاحتجاجات واشعال نيران الثورة المصرية في ٢٠١١.

سادسا: الميثاق الأخلاقي لاستخدام شبكات التواصل الاجتماعي:

(أ): مفهوم الميثاق الأخلاقي وتعريفاته: pact Ethics

تعتبر الأخلاق ضرورة من أهم ضرورات الحياة الكريمة المتحضرة، وهي كذلك متطلبا أساسيا لتنظيم المجتمع واستقراره، فهي المرجعية والضمانة الأكيدة لضبط السلوك وترشيده، ورسم ملامح الطريق للأفراد وللجماعات. وتعتبر مواقع التواصل الاجتماعي مناطا اجتماعيا انسانيا تفاعليا ، بين أطراف عديدة داخله تشمل الأفراد بمكوناتهم واتجاهاتهم ، وتشمل كذلك الجماعات بكل مقوماتها وائتلافها واتجاهاتها وخصائصها ، وهذا التفاعل الإلكتروني الدينامي بين كل هذه العناصر المتفاعلة عبر وسائل التواصل الاجتماعي تحتاج وبشكل كبير الى قواعد أخلاقية وآداب تضبط السلوك الالكتروني للمتواصلين ، وتعمل على توجيه هذا السلوك في الاتجاه الايجابي ، ولعل هذا هو المقصود بالميثاق الأخلاقي للتواصل عبر شبكات التواصل الاجتماعي، والذي ينبغي أن يكون ملزما للجميع ويحاسب بشكل أو بآخر كل من يخرج عليه أو يتجاهله.

وبمراجعة الكثير من المفاهيم التي وردت في مواثيق كثيرة في اتجاهات ومؤسسات متباينة ومتعددة، فيما يتعلق بتعريف الميثاق الأخلاقي بشكل عام، نجد أنها جميعا تتشابه في تعريفها للميثاق الأخلاقي، فهو يعرف على أنه " مجموعة القيم العليا التي تسعى المنظمة إلى الالتزام بها لتحقيق رسالتها". ويحدد الميثاق القواعد الواجب توافرها في سلوك الأعضاء داخل المؤسسة بكل قطاعاتها. (دليل الميثاق الأخلاقي، ٢٠١٤) (الميثاق الأخلاقي لكلية الدعوة وأصول الدين، ٢٠١٧)، (الاتحاد العربي للمكتبات والمعلومات، ٢٠١٤) ، (الميثاق الأخلاقي للأخصائي النفسي ،٢٠١٦) (وزارة التربية، ٢٠١٤) "(توازن، ٢٠١٨، ص ٢)، ويعرف الميثاق الأخلاقي كذلك بأنه عبارة عن " القيم والأخلاقيات الأساسية ، التي يجب أن توجه وتضبط الممارسة المهنية للعاملين على اختلاف فئاتهم " وهو يقدم المبادئ العامة لتوجيه السلوك وترشيده في المواقف الإنسانية والأخلاقية والشخصية ، وكذلك العلاقات المهنية مع المنتفعين من خدماتهم ومع زملائهم وممارسي المهن الأخرى بل ومع المجتمع ككل .(رابطة الاجتماعيين الكويتية، ٢٠١٣)، والميثاق الأخلاقي كذلك هو "مجموعة من التوجيهات الأخلاقية والمعايير المتفق عليها بين الأعضاء وتحكم ممارسات العمل بالمؤسسة وليست

أحكاما وبنودا تشريعية تمارس بقوة القانون. (الميثاق الأخلاقي لكلية الزراعة، جامعة بنها، ٢٠١٧) ويعرف الميثاق الأخلاقي في التعليم على أنه "وثيقة عهد تتضمن مجموعة من القواعد والمبادئ المهنية والأخلاقية للواجبات التي تصف السلوك المتوقع" (القرشي، ٢٠١٥، ص٢٢٤).

واستنتاجا من التعريفات السابقة، فإن الميثاق الأخلاقي يعرف على أنه" المعايير والضوابط الرسمية وغير الرسمية التي تحددها المؤسسة وأفرادها لضبط السلوك وممارسات العمل في الاتجاه الايجابي، بما يحقق أهداف المؤسسة أو التنظيم ومصلحة كل العاملين".

والميثاق الأخلاقي للتواصل عبر شبكات التواصل الاجتماعي، يعرف على أنه "التزام سلوكي من قبل الممارسين للشبكات للقيم والمعايير المتفق عليها، دون المساس بأمن المؤسسة التي ينتمون اليها أو أفرادها أو تعريض سمعتها للخطر بإشعارات أو تلميحات أو تصريحات وغيره" (Code of Conduct on Social Media Use, 2017) (,p2,2018, (Communications Council

ويتعلق الميثاق الأخلاقي للتواصل عبر شبكات التواصل الاجتماعي بالالتزام بالآداب والمعايير المهنية المتعلقة بسلوك الأفراد داخل التنظيمات التربوية ، وبما لا يتعارض مع القوانين واللوائح المنظمة لقانون التعليم ويحفظ خصوصية وسرية البيانات والمعلومات الشخصية والمؤسسية.(Personnel General Provisions, 2013)، ويعرفه الاتحاد الأوربي (٢٠١٦) ، بأنه "الالتزام الكامل بالقواعد الأخلاقية والسلوكية التي يتم تحديدها ، من قبل الأفراد والمؤسسات والدول ، فيما يتعلق بالتواصل عبر مواقع التواصل الاجتماعي ، وبما يضمن الحفاظ على التواصل السلمي ، دون انتشار قيم تؤدي الى الكراهية وسيادة مشاعر الفرقة والتحرش والتقاتل الدولي"(مرصد مصداقية الاعلام الأردني ، ٢٠١٦)، والميثاق الأخلاقي للتواصل عبر شبكات التواصل الاجتماعي هو "القواعد والمبادئ التي يتم وضعها لضمان السلوك المنضبط والمسئول من رواد الشبكات الاجتماعية وفق المدونات ولوحات الرسائل وعدم التعرض للخصوصية والسياسات الموضوعة ، وفقا للقواعد المتعارف عليها والتي تضمن سلامة التواصل وتحقيق أهداف الأفراد والتنظيم"

ووفقا لما سبق فان الميثاق الأخلاقي للتواصل عبر شبكات التواصل الاجتماعي يعني" مجموع القيم والمبادئ والضوابط الأخلاقية التي توجه وترشد مستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي للسلوك بشكل إيجابي عبر هذه الشبكات بما يضمن الاستقرار والاحترام المتبادل في العلاقات والتواصل وعدم المساس بالأمن الشخصي أو الاجتماعي للأفراد والجماعات، وبما يحفظ حقوق الآخرين والمصالح المشتركة بينهم"

(ب): أهمية وضرورة الميثاق الأخلاقي:

تتعلق الأخلاق بشكل عام بالسلوك المقبول وغير المقبول في ضوء القيم والمعايير التي يؤمن بها المجتمع ويحرص على تفعيلها لدى أعضائه. وذلك في إطار دينامي يضمن الحقوق ويعلي من قيمة الالتزام ومراعاة الآخرين، وعدم التجاوز أو الإساءة إليهم أو في حقهم. (أخلاقيات وآداب المهنة في الجامعات، ٢٠١٤)

وتمثل شبكات التواصل الاجتماعي اعلاما اجتماعيا جديدا فرض نفسه وبقوة، إلا أن أخلاقيات التعامل معه لم تكتمل صورتها بشكل عملي يمكن الاعتماد عليه مقارنة بالإعلام التقليدي الذي أقر

عدة مواثيق تتعلق بما يسمى (أخلاقيات المهنة)، وهو ما يلقي بتبعات وظلال نحو أهمية الميثاق الأخلاقي للتواصل عبر هذه المواقع والشبكات. (اللبان، ٢٠١١، ص ٨٣) (Stanford Encyclopedia of Philosophy, 2012) ، ومع كثرة أعداد مرتادي هذه الشبكات والتي تقدر بمليارات عبر العالم، فقد وجدت سلبيات عديدة تتعلق بالتواصل ، ومنها نشر الأفكار الهدامة والتجمعات المخالفة للقيم والقانون ، وعرض مواد غير مرغوبة والتشهير ونشر الشائعات والمضايقات والتحايل والابتزاز والتزوير والنصب، وانتهاك الحقوق الخاصة والعامة وانتهاك الخصوصية، وانتحال الشخصيات والإدمان على هذه المواقع، بالإضافة الى الاهتمام بعلاقات اجتماعية غير طبيعية. (أخلاقيات التعامل على شبكات التواصل الاجتماعي، ٢٠١٤)، حيث أشارت إحدى الدراسات وفقا للاندبندنت البريطانية أن ٤٣% من الطلبة ما بين ٩-١٢ سنة في بريطانيا يدخلون موقع " فيسبوك" على الرغم من وجود قيود السن التي يطبقها الموقع (سبتي، ٢٠١٣)، وبما يؤثر على سلوكهم وأخلاقياتهم بشكل عام.

وتشير الكتابات التربوية ونتائج كثرة من الدراسات، إلى عظم التأثيرات الثقافية والغزو الفكري الذي يتعرض له رواد المواقع الالكترونية وشبكات التواصل الاجتماعي والاتصالات المتنقلة (Mobile Connection)، وذلك من خلال ما تبثه هذه المواقع والشبكات من أفكار وآراء ومفاهيم واتجاهات تحريضية على المجتمع، مستهدفة تشتيت أفراده وهدم كيانهم الفكري والعقلي وبنائهم النفسي والاجتماعي. (عبد الحميد، ٢٠٠٩، ص ١٢٩)، (Stanford Encyclopedia of Philosophy, 2012)

ولقد ساهم الاستخدام السلبي لبعض تلك الشبكات والإفرازات الناجمة عن ذلك، إلى إطلاق دعوات نحو ترشيد الاستخدام وفق الضوابط والأسس الأخلاقية، لتنظيم واقع تلك الشبكات، بما يضمن تحقيق أدبيات أولية تنظم طرق وسبل الولوج إليها، ويحدد كل ما يتعلق بها من أعراف وقوانين، تكون سقفا لكل الداخلين والمستخدمين لها، والذي من شأنه أن يقلل التشويش عبر هذه الشبكات، ويزيد من التوقعات الايجابية لترشيد الاستخدام واحترام الخصوصية وارساء القيم سواء أكانت اجتماعية أو فردية أو مؤسسية. (Bouman ,2016).

ولقد أشار الدهشان (٢٠١٦، ص ص ٧٥-٧٦)، الى أننا في حاجة ماسة الى وجود سياسة وقائية تحفيزية، وقائية ضد أخطار التكنولوجيا بصفة عامة، وتحفيزية للاستفادة المثلى من إيجابياتها، سياسة جديدة تتضمن ضرورة توعية أبنائنا بمجموعة من الحقوق والواجبات التي تقترن بالوجود والتفاعل الالكتروني، والذي يصف المواطنة الرقمية " Digital Citizenship"، كأحد متطلبات التفاعل الرقمي.

ولقد أجمل (أبو وردة، ٢٠١٨) بعض الأمثلة والنماذج التي تمثل الاستخدام الخاطئ لشبكات ومواقع التواصل الاجتماعي، والتي تؤكد الحاجة لوضع ميثاق أخلاقي لاستخدام هذه الشبكات، وهي:

*"الافتراء على الآخرين والكذب والخداع والتدليس والادعاء بأمور غير صحيحة أو منطقية، والاستخدام الوهمي للأسماء والرموز بهدف تضليل الآخرين والايقاع بهم.

*توجيه الاتهامات الجزاف على الآخرين والصاق الاتهامات بحقهم مع اثارة النعرات والخلافات الدينية والمذهبية ونشر الفتن، مع المساس بقدسية رجال الدين والعلماء دون وجه حق.
*التعرض لأعراض الناس سواء بالكلمات أو الصور أو لقطات الفيديو، مع نشر صور الأصدقاء والزملاء دون إذن أو موافقة مسبقة، والترويج لصور وعبارات ولقطات فيديو إباحية أو خادشة للحياء العام.
*الدعوة للانضمام لتنظيمات وهمية تربط المشاركين الآخرين.
*الترويج للمخدرات بأنواعها القديمة والحديثة وتشجيع النشء على تعاطيها.
*الكشف عن أسرار الدولة أو المجتمع، فيما يخص المعلومات والأسرار الاستراتيجية التي تخدم الأعداء.
*سرقة حقوق النشر والتأليف ونسبتها للنفس سواء الكتب أو الشعر والأدب والغناء وغيرها من الابداعات.
*الإتجار بالبشر والأعضاء، وكذلك السلاح والمواد القتالية، والأدوات والمنشطات الجنسية للشباب والمراهقين بحثاً عن الفائدة المالية وتشجيع الدعارة.
*الترويج للإشاعات المغرضة التي تشجع الهجرة وترك الأوطان خدمة لجهات معادية.
*سرقة صفحات واشتراكات لأشخاص وفئات أخرى دون وجه حق".

وفي هذا السياق فقد اهتمت دول العالم المختلفة بسن التشريعات والقوانين ووضع أسس ومواثيق أخلاقية تضمن ايجابية التواصل عبر الشبكات والمواقع الالكترونية العامة وذات الطابع الاجتماعي، من أجل حماية المتواصلين من عبث التواصل والفوضى ومحاربة جرائم الانترنت واستغلال الأطفال والتحرش الالكتروني، وضياع القيم والغزو الفكري والعقائدي ..الخ ،من خلال جعل التواصل الالكتروني وسيلة مهمة للتداول المعرفي والعلمي ونشر القيم الأخلاقية وغيرها .(سبتي، ٢٠١٣) (Stanford Encyclopedia of Philosophy ,2012)، وتتمثل مجمل التأثيرات الخطيرة للإنترنت والتواصل الالكتروني عبر مواقع التواصل الاجتماعي في (الشعور الوهمي بالاتصال -تدهور التواصل الأسري-الإهمال بالواجبات الأسرية-الإدمان-البلطجة أو التنمر الالكتروني Cyber-bullying-انخفاض الإنتاجية وقتل الإبداع- التناقض في الشخصية بين online وofline –الخصوصية-جرائم الإنترنت- نفاذ الصبر ومتلازمة السرعة Quick Syndrome- الاكتئاب. (بوابة السكينة، ٢٠١٥)

ويرى أبو وردة (٢٠١٨)، أن أهمية وضع ميثاق للتواصل عبر شبكات التواصل الاجتماعي، **تتحدد فيما يلي:**

١-"معرفة حدود الاستخدام خاصة من الناحية القانونية والمسؤولية الشخصية.
٢-الجائز والمقبول وغير المقبول في أشكال الاستخدام.
٣-علاقة الاستخدام لتلك الشبكات بالقوانين المرعية في الدولة.
٤-معرفة المستخدم لحدود الحرية للمستخدمين والسقف المسموح به والممنوع.
٥-معرفة المرجعية في حالة وجود اشكالات في الاستخدام.

٦-الوقوف على العلاقة بين أصحاب ومشرفي تلك الشبكات والمستخدمين وتحديد الحقوق والواجبات.
٧-ترجمة الجرائم المرتكبة في مجال شبكات التواصل الاجتماعي ضمن لوائح أخلاقية محددة فيها ضمان للحقوق والواجبات والعقوبات.
٨-ترشيد الاستخدامات العشوائية لشبكات التواصل الاجتماعي".

وأكدت دراسة (محمد، ٢٠١٥، ص ٥٥) أن هناك أمورا خطيرة تتعلق باستخدامات شبكات التواصل الاجتماعي ومنها تكوين علاقات افتراضية غير حقيقية وفاشلة، وادمان عدم احترام الذات والآخرين، مع ضعف الوعي، والابتعاد عن اللغة العربية، وضعف استعمالها، وضعف التماسك القيمي والوطني ..الخ .

ويتضح مما تقدم وجود حاجة ملحة لإطلاق ميثاق أخلاقي للتواصل عبر شبكات التواصل الاجتماعي، يشرف عليه النشطاء في هذه الشبكات، خاصة في الدول التي لم تقر قوانين وتشريعات تحدد أخلاقيات الاستخدام والاستفادة من الخدمات التي توفرها. وفي هذا السياق يمكن أن يحدد الباحثان أهمية وضع ميثاق أخلاقي للتواصل عبر شبكات التواصل الاجتماعي، فيما يلي:
-أهمية شخصية: وهي التي تتعلق بحفظ الحقوق الشخصية والكرامة الانسانية للأشخاص وسلامتهم.
-أهمية مجتمعية: والتي تتعلق بالحفاظ على المجتمع وقيمه ومعاييره الخلقية التي تحمي أعضاءه وترعاهم.
-أهمية قانونية: وتتعلق بالالتزام بالقانون الذي يحمي الأفراد ويحفظ المجتمع من الغلو والتطرف والخروج على النظام الاجتماعي.
-أهمية أمنية: والتي تتعلق بحماية المجتمعات وأفرادها من الجرائم الالكترونية والاستهداف والغزو الفكري والعقائدي والديني والثقافي والوجداني والخروج عن نبراس الجماعة وانتظامها.
-أهمية دينية: والتي تتعلق بالحفاظ على السلوك الأخلاقي والروحي للأفراد وما يقربهم من خالقهم ويحفظ توازنهم والتزامهم بمنهج الله وصراطه المستقيم.
-أهمية انسانية: والتي تتعلق بالحفاظ على البعد الانساني الذي يتعدى حدود المكان والزمان وينشر معاني التجرد والنبل والديمقراطية وينبذ النفعية والانتهازية والاستغلال والحزبية والتآمرية.
-أهمية إعلامية: والتي تتعلق بالنشر الصادق والموضوعي والعادل وتحري الحقائق والمصداقية والموثوقية، واعلاء الحق وابطال الباطل ومحاربته.
-أهمية عالمية: والتي تتعلق بوضع إطار للتواصل العالمي الكبير الذي يتسع ويشمل العالم بأسره، ويصف العلاقات ويحدد طابعها واتجاهها الايجابي المنضبط عالميا.
أهمية ادارية: والتي تتعلق بفهم العلاقة التي تنشأ بين المتواصلين عبر الشبكات والمسئولين عن ادارة هذه الشبكات، وفي فهم شكل العلاقة والمسئولية التشاركية من حقوق وواجبات وعقوبات والتزامات لكل منهم.

(ج): مبادئ وقيم الميثاق الأخلاقي:

يعتمد الميثاق الأخلاقي في بنائه على عدة مبادئ وقيم أساسية تحكم السلوكيات في الإطار العام ومنها: (احترام القانون – الحيادية – النزاهة – الاجتهاد – الاقتصاد والفعالية) (عمران، ٢٠١٧) (Stanford Encyclopedia of Philosophy, 2012) وهذه المبادئ والقيم أساسية في ضبط السلوك في مساره المحدد والمتفق عليه، وهي تضفي الصفة الرسمية على السلوك المتوقع، وتعمل على تغيير المناخ الأخلاقي الذي يتحرك فيه الأفراد والإطار الذي يشملهم. وفي هذا الإطار أكدت دراسة (عطية، ٢٠٠٧)، على أن أخلاقيات مجتمع المعلومات ينبغي أن تدون في مواثيق محددة متفق عليها، وتستقى من مبادئ وقيم الأسرة والمجتمع الذي تخدمه، حتى لا يحدث تعارض بين تمثيل المبادئ المهنية المحددة والقيم والمبادئ الاجتماعية العامة.

والميثاق الأخلاقي بشكل عام يصف قواعد السلوك الأخلاقي التي تتصل بالمعايير القانونية والأخلاقية في السلوك المتوقع من الأشخاص الذين ينتمون الى سياق تنظيمي أو غيره في محيط التفاعل. وشدد خبراء على ضرورة مراعاة الأخلاقيات والأعراف العامة على شبكات التواصل الاجتماعي باعتبارها مبادئ أساسية حاكمة في التواصل الاجتماعي ذي الصبغة الالكترونية (اللبان، ٢٠١٥)، والذي يتسق بشكل أساسي مع طابع المجتمعات المحافظة والمتحضرة وترعاه. (ايهاب، ٢٠١٣)، (Stanford Encyclopedia of Philosophy, 2012)

ووضع ميثاق أخلاقي للتواصل عبر شبكات التواصل الاجتماعي ضرورة تفرضها الحاجة الأخلاقية وأيضا الوازع الديني الذي يعبر عن منهج الايمان بالله والسير على دستوره الكريم وسنة رسله في ارشاد الناس من الاغواء والرذيلة والاستهداف الخلقي أو النفسي أو الجنسي وأيضا العقائدي والفكري، وهو ما يتطلب وجود مبادئ وقيم مستمدة من هدي الشرائع السماوية وما أمر به الله ورسله الكرام للاعتدال والوسطية والمحافظة على ثوابت الدين والسلوك القويم. (جريدة السكينة، ٢٠١٥)

وفي هذا السياق أوردت (بوابة التقنية، ٢٠١٥)، مجموعة من الخصائص والمبادئ التي ينبغي أن تراعى في التواصل والتي من الممكن أن يعكسها الميثاق الأخلاقي المقترح أو المتفق عليه، ومنها:

-"تقوى الله ومراقبته.

-استخدام الشبكات من خلال التحلي بالآداب والأخلاق الإنسانية. (online-ofline).

- احترام الأنظمة التي تضعها مواقع التواصل (أحيانا يكون العيب فينا وليس فيها).

- المصداقية احترام الذات والآخرين: التحلي بمواصفات المسلم الصالح والمواطنة الصالحة.

-الوضوح: على المستخدم أن يستعين بعبارات واضحة وسهلة الفهم، على ألا تحمل أكثر من معنى؛ للحد من أي تشوش أو ارتباك.

-الاكتمال: تقديم صورة كاملة مزودة بكافة المعلومات التي يحتاجها الطرف الآخر.

- الإيجاز: الحرص على الإيجاز قدر الإمكان، مع عدم الإخلال بالمبدأ السابق، وضمان عدم تقديم معلومات ليست ذات صلة، والابتعاد كذلك عن التكرار غير الضروري.

وكذلك فهناك مبادئ أفصحت عنها بعض سياسات التعامل الأخلاقي من خلال المواقع الاجتماعية وخاصة في مجال الاعلان والتسويق التجاري، ومنها: حماية المعلومات، والشفافية، واتباع القوانين والقواعد الأخلاقية، والمسئولية، والترفق والبشاشة، مع قانونية الحسابات الشخصية وموثوقيتها. (Bouman ,2016)، (اللبان، ٢٠١٥)، بالإضافة الى الحكمة والاحترافية والصدق في الاتصالات بمراعاة الضوابط والمعايير المتعارف عليها أو المنصوصة، وأن يكون الحديث معبرا عن الشخص نفسه لا غيره بوكالة، ويجب ألا تستخدم معلومات سرية أو شعارات لبعض المؤسسات أو الجهات على أنها تمثل موقفك أو رأيك الشخصي، وأن تراعى الاعتبارات القانونية عند النشر أو التعليق أو تسجيل الآراء ..الخ .

ويجب ألا يكون المنشور على شبكات التواصل الاجتماعي كيديا أو احتياليا أو غير قانوني، أو نشر مواد اباحية أو عنيفة أو مهينة أو فاحشة أو تنطوي على تحرش أو عنصرية أو ذات معلومات أو صور عدوانية؛ أو نسخ ونقل مواد بما يخالف أي قوانين لحقوق التأليف والطبع والنشر وحقوق الملكية الفكرية ما لم يتم استصدار موافقة على ذلك من الأطراف المعنية؛ أو توجيه رسائل البريد الإلكتروني الجماعية أو استخدام مواقع الدردشة أو مواقع المقامرة على شبكة الإنترنت. (توازن، ٢٠١٨، ص ١٨). وهناك مجموعة من المبادئ وضعتها بعض مراكز الاتصالات عبر الشبكات الاجتماعية للتواصل، ومنها (كن شفافًا -كن دقيقا -كن محترفًا -كن عادلا ومحترما -كن ذكيا -كن حذرا من السرية، ..الخ .) (Communications Council, 2018,pp3-6)

وتؤكد دراسة (الخريشة، ٢٠١٦، ص ٦٩) على بعض القيم الأخلاقية للتواصل، وهي: المصداقية في النشر -المحافظة على الآداب العامة -عدم الخروج عن الحدود الأخلاقية والقانونية - نشر الوعي –سلامة المنشور من الناحية اللغوية والوضوح-تجنب استخدام السب والذم أو قدح الآخرين -احترام القيم وتقدير الأديان -التركيز على تبادل ونقل الثقافات -عدم استخدام الأسماء المستعارة. الخ .

ويرى الباحثان وفقا لما سبق أن هناك مجموعة من المبادئ الأساسية التي ينبغي أن تحكم وضع ميثاق أخلاقي للتواصل عبر شبكات التواصل الاجتماعي، ومنها:

المبدأ الأول: وجود رؤية ورسالة وأهداف واضحة ومحددة للتواصل عبر شبكات التواصل الاجتماعي، تعكس الايمان بأهميته وجدواه في التغيير والاصلاح المجتمعي.

المبدأ الثاني: التسليم بأن شبكات التواصل الاجتماعي واقع افتراضي، له قانونه وقواعده الحاكمة للتواصل.

المبدأ الثالث: اعتبار شبكات التواصل الاجتماعي أداة مهمة في سبيل تكريس المعرفة الموجهة التي يسعى إليها العالم للصالح المجتمعي.

المبدأ الرابع: الاتفاق على أن شبكات التواصل الاجتماعي إعلام جديد ومن المهم أن يخضع للتقييم والمراقبة، والأطر المعيارية للنشر وبيان الحقائق ومدى موثوقيتها.

المبدأ الخامس: النجاح المستمر في التواصل عبر شبكات التواصل الاجتماعي ينبغي أن يخضع للمراجعة والنقد والتقييم المستمر.

المبدأ السادس: الإقرار بأن شبكات التواصل الاجتماعي مناط مهم للحوار والاتفاق والاتحاد، لا التناحر والاستهداف والإيذاء.
المبدأ السابع: ينجح التواصل عبر شبكات التواصل الاجتماعي بالقدر الذي يراعي فيه أعضاء الجماعة القيم والمعايير الاجتماعية المتفق عليها.
المبدأ الثامن: الوضوح والشفافية والمباشرة أساس ضروري لإنجاح التواصل عبر شبكات التواصل الاجتماعي.
المبدأ التاسع: لكل متواصل عبر شبكات التواصل الاجتماعي الحق في التواصل اللائق، كما هو لغيره.
المبدأ العاشر: لكل فرد عبر شبكات التواصل الاجتماعي حرية في التعبير دون المساس بالآخرين، كما هو لغيره.

(د): أهداف الميثاق الأخلاقي:

يتفق الكثيرون على أن المواثيق الأخلاقية تستهدف -بشكل عام-كما يقرر" "بينسون" ""Benson وفقا لما ذكره "عمران"(٢٠١٧): تعليم العمال ما يتعلق بالقيم الصحيحة للمنظمة". وقد حاولت الدراسات الأكاديمية تقديم طرح يتعلق بمفهوم أخلاقيات المعرفة العالمية كسياق مناسب لوضع إطار لأخلاقيات المعرفة بشكل عام، ووضع إطار أخلاقي للتواصل عبر الشبكات الاجتماعية بشكل خاص، باعتبارها نوافذ مهمة للمعرفة، بل اعلاما اجتماعيا فرض نفسه وبقوة على جمهور المستخدمين والنشطاء. وبالنظرة العابرة كما يرى (اللبان، ٢٠١٥) لمواقع الشبكات الاجتماعية في مصر-على سبيل المثال-بل وفي بعض الدول العربية تكشف عن حجم المأساة والتدني الأخلاقي الذي شهدته مختلف الشبكات بعد اندلاع ما يطلق عليه ثورات الربيع العربي – سواء عبر الفيس بوك أو تويتر – كانعكاس مباشر للوضع السياسي والاجتماعي بعد الثورة. وفي هذا الإطار، فيرى البعض أن الميثاق الأخلاقي للتواصل عبر مواقع التواصل الاجتماعي-بشكل عام-ينبغي أن يستهدف، ما يلي: (p2) Communications Council,٢٠١٨,
-"التعريف بالأخلاق التي يجب أن يلتزم بها المتواصلون عبر هذه الشبكات.
-التأكيد على المسؤولية الاجتماعية والفردية والأخلاقية لكل المتواصلين.
-الارتقاء بالأداء الشخصي والجماعي وسلوكيات التفاعل عبر شبكات التواصل الاجتماعي.
-تكوين اتجاه إيجابي نحو أهمية الالتزام بالميثاق الأخلاقي.
-تمثل القيم والمبادئ الأخلاقية في شتى مناحي الحياة.
-الإسهام في تعزيز التواصل الاجتماعي عبر الشبكات والارتقاء به في إطار قيمي وأخلاقي واضح ومعلن للجميع".

وتتمثل أهداف الميثاق الأخلاقي للتواصل عبر شبكات التواصل الاجتماعي، فيما أورده :(أبو وردة، ٢٠١٨)، فيما يلي:

أولاً: "ايجاد تشريعات وقوانين تحكم استخدامات شبكات التواصل الاجتماعي والنظم الأخلاقية السائدة للاستخدام، والتبعات الناجمة عن بيئة الانخراط في هذا الميدان.

ثانياً: وضع ضوابط عامة لتحكم استخدام شبكات التواصل والمواد المنشورة على تلك البرامج والأدوات، بما يضمن الحقوق والواجبات وعدم المساس بالآخرين أفراداً وهيئات ومؤسسات.
ثالثاً: التمهيد لشرعنة البيئة العاملة في مجال شبكات التواصل الاجتماعي بما يخدم كافة القطاعات خاصة النشطاء الفاعلين عليها.
رابعاً: حماية المجتمع من أي استخدامات غير مقبولة أو ضارة قد تساهم في هدم دعائم وجوده سياسياً وأخلاقياً وتدعم حماية البنية القانونية الناظمة للعلاقات المجتمعية.
خامساً: تحديد القواسم المشتركة المتفق عليها من النشطاء والمستخدمين للنطاق والسقف الذي يحدد حدود الاستخدام لتلك الشبكات دون المساس بالحريات الاعلامية.
سادساً: حماية الحقوق في الملكية الفردية والاشتراكات وعدم ترك الأمور على اطلاقها، بحيث تسلب الحقوق في ظل قدرة قراصنة الانترنت على القيام باختراقات عدة.
سابعاً: منع أي استغلال للأفراد والجماعات للحرية المطلقة في بيئة شبكات التواصل الاجتماعي، بما يضمن مجتمعا نظيفا متماسكا بعيداً عن المساس بالأمور المقدسة أو هيئة القانون والدولة".

(هـ) : أخلاقيات التعامل على شبكات التواصل الاجتماعي:

يرى البعض أن أخلاقيات التواصل عبر الانترنت وشبكات التواصل الاجتماعي بشكل خاص، يمكن أن تتمحور في اتجاهين، أولهما : أخلاقيات الاستخدام بين المستخدم ونفسه، والتي ترتكن إلى الوازع الديني والأخلاقي العام لمراقبة الذات، حتى يمكن تجاوز تلك النوعية من المشاكل ، مثل (احترام الذات- عدم تعريض الذات للأخطار- عدم النظر إلى المحرمات وكل ما لا فائدة من ورائه- عدم إضاعة الوقت عند استخدام الشبكة-عدم الإضرار بالجسم وإعطائه الراحة الواجبة ، ..الخ)، والاتجاه الثاني أخلاقيات استخدام الشبكة بين الشخص المستخدم وغيره، سواء مع الجهاز "الآلة" أو مع أناس آخرين، وهو القسم الذي يمكن أن تسن له القوانين، إلا أنه يبقى المحور الأساسي لتطبيق هذه القوانين هو الوازع الشخصي، مثل (احترام الملكية الفكرية للغير" مثل وضع المصدر للمعلومة والصورة وغيرة في إطار الاستخدام وتوثيقه بذلك-عدم سرقة أو نسخ أعمال الغير كالأعمال الإبداعية أو البرامج والخطط وغير ذلك.(أخلاقيات التعامل على شبكات التواصل الاجتماعي، ٢٠١٤) (السكينة ، ٢٠١٥)

وتؤكد دراسة (الخريشة، ٢٠١٦، ص ص ٦٣-٧٠)، على بعض الأبعاد الأخلاقية التي ينبغي أن تكون عبر شبكات التواصل الاجتماعي، ومنها تقدير وحفظ الخصوصية وعدم اختراق الحسابات الشخصية ونشر المعلومات والأخبار من الحسابات الخاصة، والمحافظة على حقوق الملكية الفكرية للآخرين، ومراعاة المصداقية في النشر وحفظ كرامة الآخرين وعدم انتهاكهم أو ايذائهم، هذا بالإضافة الى حفظ الأسرار وتحري الدقة من المصادر وموثوقية النشر والإعلان، وعدم الخروج على القانون باقتحام النظم وغيرها من الجرائم.... ، (Kaupins, & Park, 2010) (عبد الحميد، ٢٠١٢) . وهذا مما يحتاج الى تنظيم في الإعلام الرقمي، ففي ظل إعطاء الناس مجالاً للحرية والتعبير عن آرائهم، فإنه يجب أن تكون هناك ضوابط تتمثل في عدم مخالفة الثوابت المجتمعية،

وقيم وأعراف التواصل بشكل عام. (Communications Council, 2018, p 2،) (Stanford Encyclopedia of Philosophy, 2012

ويرى أبو وردة (٢٠١٨) أن الأخلاق الناظمة للمنخرطين في بيئة شبكات التواصل الاجتماعي، تتمثل في:

-الصدق وعدم الكذب: فينبغي أن يكون كل ما ينشر عبر شبكات التواصل الاجتماعي من كلمات أو مقالات أو صور أو فيديوهات أو غيره صادقا، احتراما لكل المتابعين والمشاركين والأصدقاء.

-ضمان حقوق الآخرين: فينبغي أن يتم احترام حقوق الآخرين في النشر وملكيتهم لما ينشرون أو يتعلق بهم وبإبداعهم، التزاما بالمهنية المطلوبة بنسبة المصدر لصاحبه، دون انتحال الاسم او الصفة دون وجه حق.

-خصوصية الأفراد والجماعات: فينبغي وجود ضوابط في عمليات النشر للمواد المختلفة، خاصة إذا كانت تتعلق بأمور شخصية للأفراد والجماعات والمنظمات، كمناسبات الأفراح وأعياد الميلاد، وغيره من الأمور الخاصة، حتى لا تحدث وقيعة أو فتنة أو قلاقل تتعلق بالنشر ومصادره.

- التحريف والدبلجة: فينبغي التحقق من البيانات والمعلومات ومصادرها قبل نشرها، مع عدم التحريف أو الدبلجة لصور أو لقطات فيديو، بوسائل التواصل الالكتروني الفائقة، والمنتشرة عبر الشبكات .

-أمن المجتمع والدولة: المحافظة على أمن المجتمع والدولة بعدم نشر أية معلومات عن سلمها الاجتماعي أو أسرارها التي تتعلق بأمنها وعتادها العسكري ومؤسساتها، لأن ذلك يهدم استقرار الدولة ويخدم أطرافا معادية ويزعزع الاستقرار ويفتت المجتمع.

-الابتعاد عن الإشاعات: فالشائعات تهدف الى زعزعة الاستقرار والنيل من الأفراد والجماعت وسلمهم الاجتماعي، ولذلك وجب عدم المساهمة في نشرها، والتحقق من مصادر المعلومات ومرسلها قبل النشر، حتى لا يتم التعرض للتشهير والملاحقة والمحاكم.

-التهديد والشتم والتحقير: فينبغي تجنب تهديد أو شتم أو التحقير من المتواصلين سواء بالأسماء الصريحة أو الاعتبارية (الوهمية)، لأن ذلك يضعف من قيم وعلاقات التواصل ويؤدي الى تدمير الوفاق والسلم الاجتماعي، ويجعل الشبكات مسرحا للانتقام والوقيعة والابتزاز والتهكم.

-الترويج للأفكار المنحرفة والهدامة: من الضروري الابتعاد وتجنب نشر الأفكار والمعتقدات والمواقف البعيدة عن القيم والتقاليد والبعيدة عن كل الأديان السماوية، وتحقير الأجناس الأخرى والتمييز العنصري. ومن الضروري حماية الأسرة والأطفال والشباب من براثن الالحاد والانتهاك الشخصي والنفسي والجسدي وكذلك الاستنزاف الاجتماعي والاقتصادي والأسري. (جريدة السكينة، ٢٠١٥)

وفي هذا الإطار يلعب الوازع الديني دورا مهما في ضبط الالتزام الأخلاقي عبر الشبكات الاجتماعية وترشيد استخدامها في ضوء المبادئ السامية المستمدة من مبادئ الدين الاسلامي، ولقد حددت دراسة (زين الدين ، ٢٠١٤) ، أخلاقيات التواصل عبر الشبكات الاجتماعية في الأخلاقيات الايمانية ومنها(الأمر بالمعروف – الأمانة – الحياء –الصدق-الرقابة الذاتية – البعد عن الغيبة-

الستر – مجاهدة النفس ، وغيرها) ، والأخلاقيات الثقافية ومنها(التثبت من النقل –الاعتزاز بالهوية – نبذ العصبية – حفظ الوقت- البعد عن السخرية – عدم السرقات الالكترونية –التواضع والتأدب في الحديث- ، وغيرها) ، والأخلاقيات السياسية ومنها(المحافظة على ثوابت الدين – احترام وتقدير الحاكم – المشاركة السياسية المعتدلة – تحقيق وحدة الصف – ارساء الانتماء – تحمل المسؤولية – الحذر من الشائعات ، وغيرها).

كما تشير دراسة (سبتي، ٢٠١٣) الى أهمية أن تتمتع لغة الكتابة والتعليقات بالوضوح والصراحة، وأن يتم اختيار الألفاظ والعبارات وكتابة التعليقات بدقة كبيرة، وأن يراعى فيها أصول الكتابة اللغوية السليمة المراعية للذوق العام وقيم وتقاليد وعادات المجتمع والأفراد. ولابد من التحلي بالآداب والتقاليد الدينية التي تأمر بالمعروف وإفشاء السلام وكف الأذى والأمر بالمعروف والنهي عن المنكر وغض البصر والستر، وعدم افشاء الأسرار وعدم هتك ستر الآخرين، وعدم النظر الى المحارم، واحترام الآخرين وعدم التقليل من شأنهم وآرائهم وتصوراتهم ..(السكينة ، ٢٠١٥)

وتنتهج بعض المؤسسات التعليمية كجامعة (ايست انجليا)، نهجا يتضمن وضح ميثاق أخلاقي للسلوك الالكتروني الصادر من موظفيها عبر شبكات التواصل الاجتماعي، بحيث تضمن عدم المساس بالوضع المهني والاعتباري للجامعة عبر التغريدات أو المشاركات أو التعليقات الخاصة بموظفيها، بحيث تضمن الحفاظ على سمعتها ووضعها عبر قنوات التواصل الالكتروني، وآلا تمس سياستها أو أسلوبها بأي سلوكيات سيئة أو مغرضة. (Code of Conduct on Social Media (Use, 2017

ولقد اعتمدت بعض مواقع التواصل الاجتماعي مدونة قواعد السلوك الأخلاقي لمجابهة الكراهية المتعلق بالاتحاد الأوربي، وهي بذلك ألزمت الأفراد والمؤسسات والدول سلوكا أخلاقيا في التعامل عبر شبكات التواصل الاجتماعي، من خلال عدم نشر ما يساعد على الكراهية والعنف والعدوان والتقاتل بين الدول أو أفرادها بسبب الجنس أو اللون أو العرق أو المذهب أو الاتجاه أو الأصل أو النسب أو القومية، ..الخ .(مرصد مصداقية الاعلام الأردني ، ٢٠١٦)

وأفردت بعض الشركات التجارية العالمية مثل شركة ((Ford Motor Company بعض أخلاقيات التواصل الالكتروني عبر وسائل التواصل الاجتماعي المتمثلة في القيم الجامعة دون تمييز وفقا للأصل القومي أو المواطنة أو الإعاقة أو الحالة الاجتماعية أو أي أساس آخر محمي معترف به قانونًا بموجب القانون الفيدرالي والولاية أو القوانين واللوائح المحلية، مع تحري الصدق، والوضوح في الأفكار والآراء والاحترام والتواضع مع كل المتواصلين، والصدق في نشر البيانات والمعلومات وخاصة المالية وعدم تغييرها. (Bouman ,2016)، وعدم استغلال اللوجو أو الشعارات المنظمية لخدمة أغراض أخرى أو نفعية. (Personnel General Provisions, 2013)، وفي هذا الإطار فان تحري الدقة فيما يتعلق بالرسائل (ارسالها واستقبالها)، يصبح ذا أهمية كبيرة، لأن الوضوح وتحري الدقة واللغة والانفعالات المصاحبة، وعلامات الترقيم من الأمور التي يجب أن تراعى حتى يزول اللبس عن المتلقي وتتضح الرؤية وتصل الرسالة بمعانيها وبأهدافها الحقيقية. ((Perkins, 2014,P5

وتتضمن مدونة قواعد السلوك لوسائل الاعلام الاجتماعية(Code of conduct for social media, 2018) ، بالإضافة لما سبق ضرورة تجنب الانتحال والتأكد من المادة المنشورة ومصادرها وضرورة نشر المعلومات الخاصة بالأفراد والمؤسسات كا (الاسم والبريد الالكتروني ورقم الهاتف والمهنة أو النشاط) بمنتهى الدقة وعدم التدليس على المتواصلين والمتابعين ، وتجنب المواد التي تحتوي على لغة أو صور فظة أو فاحشة أو غير لائقة ، وكذلك البيانات المتعصبة أو البغيضة أو العدوانية ، وتجنب المواد التي تشوه وتسيء وتهدد الآخرين ، والتي تدعو إلى نشاط غير قانوني أو تناقش الأنشطة غير القانونية بنية ارتكابها.. وفي المحور التالي للدراسة يتم تناول ملامح وأبعاد الميثاق الأخلاقي المقترح للتواصل عبر شبكات التواصل الاجتماعي من وجهة نظر بعض خبراء التربية ببعض كليات التربية بالجامعات المصرية.

المحور الثالث(الجانب الميداني للدراسة)

(أ) هدف الجانب الميداني للدراسة:

استهدف هذا الجانب من الدراسة التعرف على أهم أبعاد ومتضمنات الميثاق الأخلاقي المقترح المقدم من جانب الدراسة الحالية ، وفي سبيل ذلك استعان الباحث بآراء نخبة من خبراء التربية (أعضاء هيئة التدريس ببعض الجامعات من ٥ كليات تربية ، وهي (كلية التربية –جامعة المنوفية ، وكلية التربية -جامعة بنها ، وكلية التربية النوعية بأشمون -جامعة المنوفية ، وكلية التربية –جامعة طنطا ، وكلية التربية – جامعة كفر الشيخ) ، وبلغت ٥٠ خبيرا ، حيث تمت صياغة أبعاد الميثاق المقترح في ١٥ محورا تضمنت آداب وأخلاقيات التعامل عبر شبكة التواصل الاجتماعي ، والتي ينبغي أن تحكم سلوك المتواصلين عليها وترشده ، وذلك في ضوء مراجعة الأدب التربوي والالكتروني ، ونتائج وتوجيهات جملة من الدراسات السابقة ذات الصلة وبعض التقارير والمواثيق المقترحة من بعض الدول في هذا الاطار.

(ب) بناء أداة الدراسة:

استعانت الدراسة الحالية بالاستبانة التي تم اعدادها وتقنينها بالعرض على بعض الخبراء من أعضاء هيئة التدريس بكليات التربية –كمحكمين- تخصصات (أصول تربية – علم نفس – مناهج وتكنولوجيا تعليم) ، وتعديل ما اقترحه المحكمون على الأداة واضافة بعض العبارات وحذف الآخر، حيث اشتملت الأداة على محورين تضمن الأول منها البيانات الشخصية للمستجيبين مثل (الاسم ، الجامعة ، الكلية ، التخصص ، الدرجة العلمية ، سنوات الخبرة..الخ) ، وتضمن الثاني عدة أبعاد تصف أخلاقيات وآداب استخدام شبكات التواصل الاجتماعي ، بلغت خمسة عشر بعدا وهي أبعاد (الكتابة والتعليقات –ارسال الرسائل على الخاص واستقبالها- نشر الصور والفيديوهات والملفات - الحوار البناء وتبادل الآراء ووجهات النظر- الحفاظ على قيم المجتمع وتماسكه - احترام الخصوصية - مراعاة الآخرين وتقديرهم - نشر المعارف والمعلومات والأخبار - ضبط النفس ورد الفعل - الأديان والمذاهب والمعتقدات-تصميم المدونات الشخصية - تصميم الصفحات الشخصية- إنشاء مجموعات - الإعلان والتسويق - الملكية الفكرية) ، حيث تم اعادة عرض الأداة قبل التطبيق على السادة المحكمين ، حيث أقروا الأبعاد وما تضمنته من عبارات بنسبة اتفاق جاوزت ٩٨ % .

وهو ما طمأن الباحثين لصلاحيتها للتطبيق الميداني. واشتملت الأداة على بدائل استجابية ثلاثة وهي (موافق بدرجة كبيرة وأعطيت الدرجة ٣، وموافق بدرجة متوسطة وأعطيت الدرجة ٢، وموافق بدرجة ضعيفة وأعطيت الدرجة ١).

(ج) عينة الدراسة:

تم تطبيق أداة الدراسة (الاستبانة) على عينة من أعضاء هيئات التدريس ببعض كليات التربية بالجامعات المصرية، بلغت ٥٠ عضوا باعتبارهم خبراء تربويين، والجدول التالي يوضح عينة الدراسة التي تم الاعتماد عليها:

جدول رقم (١) يوضح بيانا بعينة الدراسة من أعضاء هيئة التدريس ببعض كليات التربية بالجامعات المصرية "ن = ٥٠ " عضوا

م	اسم الكلية	قسم أصول التربية	قسم علم النفس	قسم المناهج وتكنولوجيا التعليم	المجموع
١	التربية –جامعة المنوفية	٤	٣	٣	١٠
٢	التربية النوعية بأشمون- جامعة المنوفية	٤	٣	٣	١٠
٣	التربية –جامعة بنها	٤	٣	٣	١٠
٤	التربية –جامعة طنطا	٤	٣	٣	١٠
٥	التربية –جامعة كفر الشيخ	٤	٣	٣	١٠
	المجموع	٢٠	١٥	١٥	٥٠

(د) نتائج الدراسة:

بتطبيق أداة الدراسة (الاستبانة) على عينة الدراسة من خبراء التربية، فلقد تم التوصل الى النتائج التالية:

أولا: فيما يتعلق بنتائج الاستجابة على أبعاد الميثاق الأخلاقي والميثاق ككل:

جدول رقم (٢) يوضح التكرارات والنسب المئوية والمتوسط الحسابي والانحراف المعياري والنسبة المئوية الوزنية والترتيب والرتبة لكل بعد من أبعاد الميثاق الأخلاقي والميثاق ككل

م	الأبعاد	درجة الموافقة						المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	النسبة المئوية الوزنية	الترتيب	الرتبة
		كبيرة		متوسطة		ضعيفة						
		ك	%	ك	%	ك	%					
١	الكتابة والتعليقات	٥٠٥	٧٧.٦٩	١١٢	١٧.٢٣	٣٣	٥٠.٨	٢.٧٣	٠.٥٣	٩٠.٨٧	١٠	كبيرة
٢	إرسال الرسائل على الخاص واستقبالها	٣١٧	٦٩.٣٣	٩٢	٢٠.٤٤	٤٦	١٠.٢٢	٢.٥٩	٠.٦٧	٨٦.٣٧	١٥	كبيرة
٣	نشر الصور والفيديوهات والملفات	٣٨٢	٧٦.٤٠	٨٤	١٦.٨٠	٣٤	٦.٨٠	٢.٧٠	٠.٥٧	٨٩.٨٧	١٣	كبيرة
٤	الحوار البناء وتبادل الآراء ووجهات النظر	٣٤٤	٧٦.٤٤	٨٣	١٨.٤٤	٢٣	٥.١١	٢.٧١	٠.٥٥	٩٠.٤٤	١٢	كبيرة
٥	الحفاظ على قيم المجتمع وتماسكه	٣٧٣	٧٤.٦٠	٩٢	١٨.٤٠	٣٥	٧.٠٠	٢.٦٨	٠.٥٦	٨٩.٢٠	١٤	كبيرة
٦	احترام الخصوصية	٣٨٩	٧٧.٨٠	٨٥	١٧.٠٠	٢٦	٥.٢٠	٢.٧٣	٠.٥٢٧	٩٠.٨٧	١٠	كبيرة
٧	مراعاة الآخرين وتكريمهم	٣١٩	٧٩.٧٥	٦٢	١٥.٥٠	١٩	٤.٧٥	٢.٧٥	٠.٥١٩	٩١.٦٧	٨	كبيرة
٨	نشر المعارف والمعلومات والأخبار	٤٣٤	٧٨.٩١	٨٩	١٦.١٨	٢٧	٤.٩١	٢.٧٤	٠.٥٢٠	٩١.٣٣	٩	كبيرة
٩	ضبط النفس ورد الفعل	٣٢٢	٨٠.٥٠	٦١	١٥.٢٥	١٧	٤.٢٥	٢.٧٦	٠.٤٧٠	٩٢.٠٨	٧	كبيرة
١٠	الأديان والمذاهب والمعتقدات	٤٣٤	٨٦.٨٠	٥٥	١١.٠٠	١١	٢.٢٠	٢.٨٥	٠.٤٠٦	٩٤.٨٧	٣	كبيرة
١١	تصميم المدونات الشخصية	٣٩٢	٨٧.١١	٤٥	١٠.٠٠	١٣	٢.٨٩	٢.٨٤	٠.٤١١	٩٤.٧٤	٤	كبيرة
١٢	تصميم الصفحات الشخصية	٣٩٠	٨٦.٦٧	٤٦	١٠.٢٢	١٤	٣.١١	٢.٨٤	٠.٤٢	٩٤.٥٢	٤	كبيرة
١٣	إنشاء مجموعات	٤٤٠	٨٨.٠٠	٤٩	٩.٨٠	١١	٢.٢٠	٢.٨٦	٠.٣٩٤	٩٥.٢٧	١	كبيرة
١٤	الإعلان والتسويق	٣٤٩	٨٧.٢٥	٤٥	١١.٢٥	٦	١.٥٠	٢.٨٦	٠.٣٧	٩٥.٢٥	٢	كبيرة
١٥	الملكية الفكرية	٤٢٧	٨٥.٤٠	٤٩	٩.٨٠	٢٤	٤.٨٠	٢.٨١	٠.٤٨	٩٣.٥٣	٦	كبيرة
	الاستبانة ككل	٥٨١٧	٨٠.٧٢	١٠٤٩	١٤.٥٧	٣٣٩	٤.٧١	٢.٧٦	٠.٤٩	٩٢.٠٦		كبيرة

بالنظر الى الجدول السابق رقم (٢) يتضح أن أفراد العينة من خبراء التربية يوافقون على الميثاق الأخلاقي المقرح لاستخدام شبكات التواصل الاجتماعي ، حيث جاء المتوسط الحسابي للأبعاد ككل (٢.٧٦) ، وانحراف معياري (٠.٤٩) ، وكانت النسبة المئوية الوزنية (٩٢.٠٦) ، وهذه تمثل درجة موافقة (كبيرة) للميثاق المقترح .ويمكن تفسير هذه النتيجة بأن عينة خبراء التربية من أعضاء هيئة التدريس بكليات التربية ، يرون أن هناك ضرورة وحاجة ملحة لوجود ميثاق أخلاقي يصف الآداب والأخلاقيات التي ينبغي أن تحكم سلوك التواصل عبر شبكات التواصل الاجتماعي وترشده ، خاصة مع الاستعمال الكبير لها وتزايد أعداد المرتادين عليها ، حتى أصبحوا يقدرون بالمليارات (السماوي ، ٢٠١٨) ، وهذا يتفق بشكل كبير مع تأكيد كثرة من الكتابات والدراسات السابقة ، على أهمية وضع الميثاق الأخلاقي كدراسة (الدهشان، ٢٠١٦) ، و (حلمي، ٢٠١٧)، و(العدواني، ٢٠١٧) ، و(محمود ، ٢٠١١)،و(Perkins, 2014)، و(Vansoon, 2010) ، و(البرجي، ٢٠١٥)، و(محمد ، ٢٠١٥)، Wasike, 2013)) ، ودراسة (مركز الرؤية لدراسات الرأي العام ، ٢٠١٢)، و(Code of Conduct on Social Media Use, 2017)، و(أبو وردة ، ٢٠١٨) ، و (Kaupins, & Park, 2010).

-كما تشير النتائج الى احتلال بعد (إنشاء مجموعات)، المرتبة الأولى في درجة الموافقة ، حيث جاء المتوسط الحسابي (٢.٨٦) ، بانحراف معياري قدره (٠.٣٩٤) ، وكانت النسبة المئوية الوزنية (٩٥.٢٧)، وهذه درجة موافقة كبيرة لهذا البعد ، ويمكن تفسير هذه النتيجة بأن أفراد العينة يرون أن بعد (انشاء مجموعات) من أهم أبعاد الميثاق الأخلاقي المقترح ، نظرا لأن فلسفة وأهداف شبكات التواصل الاجتماعي تركز بالدرجة الأولى على فكرة الاجتماع ، وتكوين صداقات متعددة عبر الشبكات الاجتماعية وذلك من أخص أهدافها ، حيث أكدت دراسة (Bouman ,2016) ، و(المنصور ، ٢٠١٢) ، و(أخلاقيات التعامل على شبكات التواصل الاجتماعي، ٢٠١٤) ، و(٢٠١٠ karbnsky,)،على أهمية انشاء المجموعات عبر شبكات التواصل وأهمية أن تتمتع بأخلاقيات وآداب وقيم ، تصف توجهها وأهدافها ووظيفتها .كما جاء بعد (إرسال الرسائل على الخاص واستقبالها) ، في المرتبة الأخيرة في درجة الموافقة بمتوسط حسابي (٢.٥٩) ، وانحراف معياري (٠.٦٧)، ونسبة مئوية وزنية (٩٠.٨٧)،وهي درجة موافقة كبيرة كذلك ، ويمكن تفسير هذه النتيجة بأنه على الرغم من أهمية هذا البعد في الميثاق الأخلاقي ، الا أن أفراد العينة قد يرون أن هذا البعد يتم في اطار علاقة خاصة ، ومن الصعب الالزام به ،لأنه غير معلن،ولا يمكن مراقبته من الناحية الأخلاقية أو الاعتبارية .

ثانيا: فيما يتعلق بنتائج الاستجابة على أبعاد الميثاق الأخلاقي والعبارات المتضمنة فيها:
البعد الأول: الكتابة والتعليقات:
جدول (٣) يوضح التكرارات والنسب المئوية والمتوسط الحسابي والانحراف المعياري والنسبة المئوية الوزنية والترتيب والرتبة لكل عبارة من عبارات البعد الأول (الكتابة والتعليقات)، والبعد ككل

م	الآداب والأخلاقيات	درجة الموافقة						المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	النسبة المئوية الوزنية	الترتيب	الترتيب
		كبيرة		متوسطة		ضعيفة						
		ك	%	ك	%	ك	%					
١	مراعاة الكتابة الصحيحة لغة التي تعلم المجتمع وثقافته.	٤٧	٩٤.٠٠	٢	٤.٠٠	١	٢.٠٠	٢.٩٢	٠.٣٤٠	٩٧.٣٣	١	كبيرة
٢	انتقاء ألفاظ وكلمات تتسق مع الذوق العام وتتصف بالعدل.	٤٤	٨٨.٠٠	٣	٦.٠٠	٣	٦.٠٠	٢.٨٧	٠.٥٧٣	٩٤.٠٠	٣	كبيرة
٣	تجنب إثارة الآخرين بموضوعات وأفكارها من شأنها أن تؤدي إلى التشتت والانفعال.	٤١	٨٢.٠٠	٨	١٦.٠٠	١	٢.٠٠	٢.٨٠	٠.٤٥٧	٩٣.٣٣	٤	كبيرة
٤	البعد عن التعبيرات الصادمة لمشاعر المتواصلين وتوافقاتهم.	٣٨	٧٦.٠٠	٩	١٨.٠٠	٣	٦.٠٠	٢.٧٠	٠.٥٨٠	٩٠.٠٠	٨	كبيرة
٥	تجنب هجاء الآخرين وإذلالهم.	٣٧	٧٤.٠٠	١٢	٢٤.٠٠	١	٢.٠٠	٢.٧٢	٠.٤٩٧	٩٠.٦٧	٧	كبيرة
٦	البعد عن الاستهداف التشكيكي عند التعليق على الموضوعات والكتابة فيها.	٤٢	٨٤.٠٠	٥	١٠.٠٠	٣	٦.٠٠	٢.٧٨	٠.٥٤٥	٩٢.٦٧	٥	كبيرة
٧	تنوع الكتابة بالموضوعية والحيادية عند تناول الموضوعات والتعليق عليها.	٣٤	٦٨.٠٠	١٠	٢٠.٠٠	٦	١٢.٠٠	٢.٥٦	٠.٧٠٥	٨٥.٣٣	١٢	كبيرة
٨	تجنب الإسهاب في تفاصيل غير مهمة أو مرتبطة بموضوع التواصل.	٣٥	٧٠.٠٠	١٢	٢٤.٠٠	٣	٦.٠٠	٢.٦٤	٠.٥٩٨	٨٨.٠٠	١١	كبيرة
٩	تجنب لغة التشهير والتشهير والإكراه عند عرض الأفكار والآراء الشخصية.	٣٥	٧٠.٠٠	١٣	٢٦.٠٠	٢	٤.٠٠	٢.٦٦	٠.٥٥٧	٨٨.٦٧	١٠	كبيرة
١٠	تجنب تسجيل الإعجاب بشكل مستمر على كل الموضوعات دون مراعاة قيمتها ومضمونها.	٣٠	٦٠.٠٠	١٧	٣٤.٠٠	٣	٦.٠٠	٢.٥٤	٠.٦١٣	٨٤.٦٧	١٣	كبيرة
١١	تجنب الترويج للأفكار الهدامة والمضللة.	٤٤	٨٨.٠٠	٦	١٢.٠٠	٠	٠.٠٠	٢.٨٨	٠.٣٢٨	٩٦.٠٠	٢	كبيرة
١٢	تجنب الاستخدام الوهمي للأسماء والجوز بهدف تضليل الآخرين.	٣٨	٧٦.٠٠	٨	١٦.٠٠	٤	٨.٠٠	٢.٦٨	٠.٦٧١	٨٩.٣٣	٩	كبيرة
١٣	تجنب الانحياز المستمر سواء للأفكار أو الأشخاص دون مبرر أو حجة.	٤٠	٨٠.٠٠	٧	١٤.٠٠	٣	٦.٠٠	٢.٧٤	٠.٥٦٥	٩١.٣٣	٦	كبيرة
	البعد ككل	٥٠٥	٧٧.٦٩	١١٢	١٧.٢٣	٣٣	٥.٠٨	٢.٧٣	٠.٠٥٣	٩٠.٨٧		كبيرة

بالنظر الى الجدول السابق رقم(٣) ، يتضح أن أفراد العينة من خبراء التربية ، يوافقون على هذا البعد (الكتابة والتعليقات) والآداب والأخلاقيات المتضمنة فيه ، بدرجة كبيرة ، حيث جاء المتوسط

الحسابي للموافقة (٢.٧٣) ، وانحراف معياري (٠.٥٣) ، ونسبة مئوية وزنية (٩٠.٨٧) ، ويمكن تفسير هذه النتيجة بأن أفراد العينة من الخبراء يرون أن هناك ضرورة وأهمية بالغة في أن يلتزم المتواصلون بالآداب والأخلاقيات المتطلبة عند الكتابة على شبكات التواصل الاجتماعي أو التعليق على المنشور فيها بكل أبعاده ومجالاته، لأن ذلك ضروري لإحداث تواصل كريم يوطد لعلاقات الاحترام والتقدير ويراعي المجتمع ويحفظ أمن وسلامة كل المتواصلين والمتفاعلين عبر الشبكات الاجتماعية ، وهذا ما أكدت عليه دراسات عديدة في ضرورة الالتزام بأسس الكتابة المحترمة التي تراعي الأصول والقواعد والآداب المعروفة والتي يتقبلها المجتمع وأفراده في الاطار العام ، كدراسة (سبتي، ٢٠١٣) ، و (عوف ، ٢٠١٥) ، و(Kaupins, & Park, 2010) ، و((الدهشان ، ٢٠١٧) ، ودراسة (أخلاقيات التعامل على شبكات التواصل الاجتماعي، ٢٠١٤) ، و(السكينة ، ٢٠١٥).، كما تشير النتائج الى احتلال العبارة رقم (١) من عبارات هذا البعد وهي (مراعاة الكتابة للضوابط العامة التي تحكم المجتمع وثقافته) ،المرتبة الأولى في درجة الموافقة ، حيث كان المتوسط الحسابي (٢.٩٢) ، وبانحراف معياري (٠.٣٤٠)، ونسبة مئوية وزنية(٩٧.٣٣). ويمكن تفسير هذه النتيجة، بأن أفراد العينة يرون ضرورة وأولوية أن يلتزم المتواصلون عند الكتابة على شبكات التواصل الاجتماعي بالضوابط العامة التي تحكم المجتمع وثقافته، لأن الكل يعيش في مجتمع له أصوله وعاداته وتقاليده وتوجهاته وثوابته التي تميزه عن غيره، وتعطي له مكانة مهمة بين المجتمعات والتي تراعي الكل وتضمن استقرارا وأمنا لكل أفراد المجتمع دون تشتت أو ضرب في البنيان الاجتماعي، وهذا ما تؤكده كثرة من الدراسات، كدراسة(الخريشة ، ٢٠١٦)، ودراسة مركز الاتصالات(Communications Council,2018) ،و(عبد الحميد ، ٢٠١٢) ،ودراسة (أخلاقيات التعامل على شبكات التواصل الاجتماعي، ٢٠١٤).

البعد الثاني: إرسال الرسائل على الخاص واستقبالها:

جدول (٤) يوضح التكرارات والنسب المئوية والمتوسط الحسابي والانحراف المعياري والنسبة المئوية الوزنية والترتيب والرتبة لكل عبارة من عبارات البعد الثاني (إرسال الرسائل على الخاص واستقبالها)، والبعد ككل

م	الآداب والأخلاقيات	درجة الموافقة						المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	النسبة المئوية الوزنية	الترتيب	الرتبة
		كبيرة		متوسطة		ضعيفة						
		ك	%	ك	%	ك	%					
١	التعرف على مدى قبول أو استعداد متلقي الرسالة للاستمرار في الحديث أثناء التواصل.	٣٧	٧٤.٠٠	٩	١٨.٠٠	٤	٨.٠٠	٢.٦٦	٠.٦٢٦	٨٨.٦٧	٢	كبيرة
٢	تجنب الرسائل المثيرة والصادمة للمرسل إليه.	٣٥	٧٠.٠٠	١٠	٢٠.٠٠	٥	١٠.٠٠	٢.٦٠	٠.٦٧٠	٨٦.٦٧	٤	كبيرة
٣	الدخول في موضوع الرسالة مباشرة دون تكليمات كثيرة ومملة.	٣٨	٧٦.٠٠	٥	١٠.٠٠	٧	١٤.٠٠	٢.٦٢	٠.٧٢٥	٨٧.٣٣	٣	كبيرة
٤	احترام رغبة مستلم الرسالة في عدم الرد عليها.	٣٩	٧٨.٠٠	٨	١٦.٠٠	٣	٦.٠٠	٢.٧٢	٠.٥٧٣	٩٠.٦٧	١	كبيرة
٥	تغيير ظروف المرسل إليه يتجنب الضغط في الحصول على استجابة.	٣٦	٧٢.٠٠	٨	١٦.٠٠	٦	١٢.٠٠	٢.٦٠	٠.٧٠٠	٨٦.٦٧	٤	كبيرة
٦	مراعاة وقت متلقي الرسالة بتقليل الكلام قدر المستطاع أثناء التواصل.	٣١	٦٢.٠٠	١٦	٣٢.٠٠	٣	٦.٠٠	٢.٥٦	٠.٦١١	٨٥.٣٣	٧	كبيرة
٧	تجنب الرد المتعجل العنيف لبعض الرسائل غير المقبولة.	٣٠	٦٠.٠٠	١٢	٢٤.٠٠	٨	١٦.٠٠	٢.٤٤	٠.٧٦٠	٨١.٣٣	٩	كبيرة
٨	التقليل من استخدام الرموز والملصقات قدر المستطاع أثناء التواصل.	٢٩	٥٨.٠٠	١٨	٣٦.٠٠	٣	٦.٠٠	٢.٥٢	٠.٦١٤	٨٤.٠٠	٨	كبيرة
٩	الحرص على إنهاء الرسائل بعبارات أو ألفاظ طيبة تعكس احترام المرسل إليه وتقديره.	٣٧	٧٤.٠٠	٦	١٢.٠٠	٧	١٤.٠٠	٢.٦٠	٠.٧٢٨	٨٦.٦٧	٤	كبيرة
	البعد ككل	٣١٢	٦٩.٣٣	٩٢	٢٠.٤٤	٤٦	١٠.٢٢	٢.٥٩	٠.٦٧	٨٦.٣٧		كبيرة

بالنظر الى الجدول السابق رقم(٤) يتضح أن :

أفراد العينة من خبراء التربية ، يوافقون على هذا البعد (إرسال الرسائل على الخاص واستقبالها) والآداب والأخلاقيات المتضمنة فيه ، بدرجة كبيرة ، حيث جاء المتوسط الحسابي للموافقة (٢.٥٩) ، وانحراف معياري (٠.٦٧) ، ونسبة مئوية وزنية (٨٦.٣٧) ، ويمكن تفسير هذه النتيجة بأن أفراد العينة من الخبراء يرون أهمية أن يراعي المتواصلون الآداب والأخلاقيات التي تتعلق بإرسال الرسائل الخاصة أو استقبالها ، لأن ذلك ضروري في الحفاظ على أمن المتواصلين واستقرارهم الشخصي والمعنوي ، مع عدم وجود ضغوط أو شواغل تسبب ضيقا أو ارباكا لهم ، وهذا ما أكدت عليه دراسات عديدة في ضرورة الالتزام بالتواصل الإلكتروني على الخاص وخصوصا عند ارسال الرسائل ، لأن ذلك يمثل مقوما كبيرا في التحلي بالأخلاق واحترام الآخرين وتقديرهم ، كدراسة (أبو ردة ، ٢٠١٨) ، ودراسة ((Code of Conduct on Social Media Use, 2017) ، ودراسة ((Perkins, 2014.، كما تشير النتائج الى احتلال العبارة رقم (٤) من عبارات هذا البعد وهي (احترام رغبة مستلم الرسالة في عدم الرد عليها) ، المرتبة الأولى في درجة الموافقة ، حيث كان المتوسط الحسابي (٢.٧٢) ، وبانحراف معياري (٠.٥٧٣) ، ونسبة مئوية وزنية (٩٠.٦٧) . ويمكن تفسير هذه النتيجة، بأن أفراد العينة يرون أن هناك أهمية أخلاقية كبيرة في احترام رغبة مستلم الرسالة على الخاص في عدم الرد عليها، لأن ذلك يمثل حقا شخصيا له وحرية في القرار، ويجب أن يحترم الكل هذه الحرية ويراعونها عند التواصل مع غيرهم، وأكدت دراسات عديدة وكتابات أهمية السلوك الأخلاقي في عدم الضغط على الآخرين للرد على الرسائل.

لأن ذلك قد يسبب لهم احراجا أو ضغطا نفسيا كبيرا، كدراسة (السكينة، ٢٠١٥)، ودراسة (الخريشة، ٢٠١٦)، ودراسة (عبد الحميد، ٢٠١٢).

البعد الثالث: نشر الصور والفيديوهات والملفات:

جدول (٥) يوضح التكرارات والنسب المئوية والمتوسط الحسابي والانحراف المعياري والنسبة المئوية الوزنية والترتيب والرتبة لكل عبارة من عبارات البعد الثالث (نشر الصور والفيديوهات والملفات)، والبعد ككل

م	الآداب والأخلاقيات	درجة الموافقة						المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	النسبة المئوية الوزنية	الترتيب	الرتبة
		كبيرة		متوسطة		ضعيفة						
		ك	%	ك	%	ك	%					
1	عدم نشر الصور والفيديوهات التي تسيء إلى الذوق العام.	40	80.00	7	14.00	3	6.00	2.74	0.565	91.33	6	كبيرة
2	عدم نشر الصور والفيديوهات المتعلقة للحياء.	42	84.00	5	10.00	3	6.00	2.78	0.545	92.67	5	كبيرة
3	تجنب نشر صور أو فيديوهات شخصية للآخرين دون رضاهم.	39	78.00	7	14.00	4	8.00	2.70	0.614	90.00	7	كبيرة
4	نشر موضوعات تهم المجتمع لنشرها في ملفات.	42	84.00	6	12.00	2	4.00	2.80	0.495	93.33	2	كبيرة
5	تجنب تحميل الملفات التي تثير الآخرين ولا تضيف إليهم.	32	64.00	15	30.00	3	6.00	2.58	0.609	86.00	8	كبيرة
6	تقليل عرض الملفات الشخصية التي لا تهم الكثيرين من المتواصلين.	30	60.00	17	34.00	3	6.00	2.54	0.613	84.67	9	كبيرة
7	تجنب مشاركة الصور والفيديوهات والملفات غير محايدة المصدر.	41	82.00	8	16.00	1	2.00	2.80	0.452	93.33	2	كبيرة
8	تجنب دبلجة الفيديوهات بهدف الإساءة للآخرين وبثها.	43	86.00	4	8.00	3	6.00	2.80	0.535	93.33	2	كبيرة
9	عدم تلفيق الصور والفيديوهات والمعلومات ونشرها.	44	88.00	4	8.00	2	4.00	2.84	0.468	94.67	1	كبيرة
10	تقليل نشر الصور الشخصية غير الجادة.	29	58.00	11	22.00	10	20.00	2.38	0.805	79.33	10	كبيرة
	البعد ككل	382	76.40	84	16.80	34	6.80	2.70	0.57	89.87		كبيرة

بالنظر الى الجدول السابق رقم(٥) ، يتضح أن أفراد العينة من خبراء التربية ، يوافقون على هذا البعد (نشر الصور والفيديوهات والملفات) والآداب والأخلاقيات المتضمنة فيه ، بدرجة كبيرة ، حيث جاء المتوسط الحسابي للموافقة (٢.٧٠) ، وانحراف معياري (٠.٥٧) ، ونسبة مئوية وزنية (٨٩.٨٧) ، ويمكن تفسير هذه النتيجة بأن أفراد العينة من الخبراء يرون أن نشر الصور والفيديوهات والملفات عبر شبكات التواصل الاجتماعي ينبغي أن يكون في اطار التزام أدبي وأخلاقي ، مراعيا القواعد والأصول والضوابط القيمية المتعلقة به ، لأن هذا الأمر يمثل أهمية بالغة وخطورة شخصية واجتماعية لكل المتواصلين ، كما أنه يتعلق بمدى موثوقية النشر وصدق المتواصلين بشكل عام ، وهذا ما أكدته بعض الدراسات في هذا الاطار ، كميثاق التواصل في الإعلام الالكتروني الاجتماعي (Code of Conduct on Social Media Use, 2017)، و دراسة (الدهشان ، ٢٠١٧) ، ودراسة (أخلاقيات التعامل على شبكات التواصل الاجتماعي، ٢٠١٤) ، و(زين العابدين ، ٢٠١٤) ،(الخريشة ، ٢٠١٦) ، كما تشير النتائج الى احتلال العبارة رقم (٩) من عبارات هذا البعد وهي (عدم تلفيق الصور والفيديوهات والمقالات ونشرها) ، المرتبة الأولى في درجة الموافقة ، حيث كان المتوسط الحسابي(٢.٨٤) ، وبانحراف معياري (٠.٤٦٨) ، ونسبة مئوية وزنية (٩٤.٦٧) .ويمكن تفسير هذه النتيجة، بأن أفراد العينة يرون ضرورة أن يلتزم المتواصلون بالأمانة في نشر الصور والفيديوهات والمقالات وعدم تلفيقها، لما يترتب على ذلك من مخاطر ومفاسد ومشكلات كبيرة، تتعلق بالأفراد وأمنهم واستقرارهم، كما أن هذا لا يتفق مع الآداب والتقاليد والأخلاق التي ينبغي أن يتصف بها السلوك الإنساني بشكل عام، والسلوك الالكتروني بشكل خاص. وهذا ما تؤكده كثرة من الدراسات، كدراسة (أبو وردة، ٢٠١٨)، ودراسة مركز الاتصالات (Wasike, 2013) , (Bouman (Kaupins, & Park, 2010) ,(Communications Council,2018) . (,2016

البعد الرابع: الحوار البناء وتبادل الآراء ووجهات النظر:

جدول (٦) يوضح التكرارات والنسب المئوية والمتوسط الحسابي والانحراف المعياري والنسبة المئوية الوزنية والترتيب والرتبة لكل عبارة من عبارات البعد الرابع (الحوار البناء وتبادل الآراء ووجهات النظر)، والبعد ككل

م	الآداب والأخلاقيات	درجة الموافقة						المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	النسبة المئوية الوزنية	الترتيب	الرتبة
		كبيرة		متوسطة		ضعيفة						
		ك	%	ك	%	ك	%					
١	تقدير وجهات نظر الآخرين وآرائهم حول الموضوعات المختلفة.	٣٩	٧٨.٠٠	١٠	٢٠.٠٠	١	٢.٠٠	٢.٧٦	٠.٤٧٦	٩٢.٠٠	٤	كبيرة
٢	تجنب الهجوم على الأشخاص أو الأفراد أو الجماعات لمجرد عدم الاقتناع بمواقفهم وآرائهم.	٤١	٨٢.٠٠	٨	١٦.٠٠	١	٢.٠٠	٢.٨٠	٠.٤٥٢	٩٣.٣٣	١	كبيرة
٣	ترك مساحة للآخرين للتعبير عن وجهات نظرهم دون تهكم.	٣٧	٧٤.٠٠	١١	٢٢.٠٠	٢	٤.٠٠	٢.٧٠	٠.٥٤٤	٩٠.٠٠	٥	كبيرة
٤	تشجيع الآخرين على التعبير عن آرائهم بحرية أثراءً للجوانب المعرفية والسلوكية.	٣٦	٧٢.٠٠	١٢	٢٤.٠٠	٢	٤.٠٠	٢.٦٨	٠.٥٥١	٨٩.٣٣	٧	كبيرة
٥	إنهاء الحوار مع الآخرين عند استشعار تغير لغته أو الانفعال الشديد.	٣٢	٦٤.٠٠	١٣	٢٦.٠٠	٥	١٠.٠٠	٢.٥٤	٠.٦٧٦	٨٤.٦٧	٩	كبيرة
٦	تجنب الانتصار لعنصرية أو معتقد دون الاهتمام بالآخرين ومواقفهم.	٣٦	٧٢.٠٠	١١	٢٢.٠٠	٣	٦.٠٠	٢.٦٦	٠.٥٩٣	٨٨.٦٧	٨	كبيرة
٧	تجنب فرض اتجاه في الفكر على الرغم من تحفظات الآخرين حياله.	٤١	٨٢.٠٠	٧	١٤.٠٠	٢	٤.٠٠	٢.٧٨	٠.٥٠٧	٩٢.٦٧	٣	كبيرة
٨	احترام الفكر الموجه من الآخرين بتوظيفه في تعديل السلوك الالكتروني.	٤٤	٨٨.٠٠	٢	٤.٠٠	٤	٨.٠٠	٢.٨٠	٠.٥٧١	٩٣.٣٣	١	كبيرة
٩	عدم تلوين المواقف والآراء – دائما بالطابع السياسي أو الديني.	٣٨	٧٦.٠٠	٩	١٨.٠٠	٣	٦.٠٠	٢.٧٠	٠.٥٨٠	٩٠.٠٠	٥	كبيرة
	البعد ككل	٣٤٤	٧٦.٤٤	٨٣	١٨.٤٤	٢٣	٥.١١	٢.٧١	٠.٥٥	٩٠.٤٤		كبيرة

بالنظر الى الجدول السابق رقم(٦) ، يتضح أن أفراد العينة من خبراء التربية ، يوافقون على هذا البعد (الحوار البناء وتبادل الآراء ووجهات النظر) والآداب والأخلاقيات المتضمنة فيه ، بدرجة كبيرة ، حيث جاء المتوسط الحسابي للموافقة (٢.٧١) ، وانحراف معياري (٠.٥٥) ، ونسبة مئوية وزنية (٩٠.٤٤) ، ويمكن تفسير هذه النتيجة بأن أفراد العينة من الخبراء يرون ضرورة وأهمية التمتع بأخلاقيات وآداب الحوار البناء ، وتبادل الآراء ووجهات النظر بأريحية وسعة صدر وتقدير للآخرين ،لأن هذا يعد متطلبا أساسيا للاتفاق وليس الخلاف ، كما أن ذلك يرعى الآخر ويؤطر لعلاقات احترام وتقدير وتعاون بين عموم المتواصلين ، وينشر التفاهم والتحاب والألفة ، وهذا ما أكدته بعض الدراسات كدراسة (محمود ، ٢٠١١) ، ودراسة (مركز الرؤية لدراسات الرأي العام ، ٢٠١٤) ، ودراسة (أخلاقيات التعامل على شبكات التواصل الاجتماعي، ٢٠١٤) ودراسة (الدهشان ، ٢٠١٧) ،(أبو وردة ، ٢٠١٨) . كما تشير النتائج الى احتلال العبارة رقم (٨) من عبارات هذا البعد وهي (احترام النقد الموجه من الآخرين بتوظيفه في تعديل السلوك الالكتروني)، المرتبة الأولى في درجة الموافقة، حيث كان المتوسط الحسابي (٢.٨٠)، وبانحراف معياري (٠.٥٧١)، ونسبة مئوية وزنية (٩٣.٣٣). ويمكن تفسير هذه النتيجة، بأن أفراد العينة يرون ضرورة وأولوية أن يحترم المتواصلون عبر شبكات التواصل الاجتماعي النقد الموجه من الآخرين، ويوظفونه في تعديل سلوكهم الالكتروني، لما في ذلك من نتائج إيجابية على عموم المتواصلين، وإشاعة مناخ الكتروني داعم ومستقر، يسوده التفاهم ومراعاة الآخر واحترام موقفه واتجاهاته. وهذا ما تؤكده كثرة من الدراسات، كدراسة (زين الدين، ٢٠١٤)، ودراسة (سبتي، ٢٠١٣)، ودراسة (Code of Conduct on Social Media Use, 2017)، من ضرورة تقدير النقد وتعديل السلوك وفقا له.

البعد الخامس: الحفاظ على قيم المجتمع وتماسكه:

جدول (٧) يوضح التكرارات والنسب المئوية والمتوسط الحسابي والانحراف المعياري والنسبة المئوية الوزنية والترتيب والرتبة لكل عبارة من عبارات البعد الخامس (الحفاظ على قيم المجتمع وتماسكه)، والبعد ككل

م	الأداء والأخلاقيات	درجة الموافقة						المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	النسبة المئوية الوزنية	الترتيب	الرتبة
		كبيرة		متوسطة		ضعيفة						
		ك	%	ك	%	ك	%					
١	الحرص على ارساء قيم مجتمعية وثقافية أصيلة من خلال النشر بمثابة المرشحات المختلفة.	٤٣	٨٦.٠٠	٥	١٠.٠٠	٢	٤.٠٠	٢.٨٢	٠.٤٨٢	٩٤.٠٠	٧	كبيرة
٢	الحرص على اكتساب الفئة بالتقاليد والأعراف التي يتمتع بها المجتمع ويكرسها لدى أعضائه.	٤٠	٨٠.٠٠	٧	١٤.٠٠	٣	٦.٠٠	٢.٧٤	٠.٥٦٥	٩١.٣٣	٤	كبيرة
٣	عدم الاستهانة أو الاستخفاف أو التقليل من قيم وثقافات وعادات المجتمعات الأخرى عند التواصل مع الآخرين.	٣٨	٧٦.٠٠	٩	١٨.٠٠	٣	٦.٠٠	٢.٧٠	٠.٥٨٠	٩٠.٠٠	٦	كبيرة
٤	الحرص على تنمية قيم الولاء والانتماء في المجتمع.	٣٦	٧٢.٠٠	١١	٢٢.٠٠	٣	٦.٠٠	٢.٦٦	٠.٥٩٣	٨٨.٦٧	٧	كبيرة
٥	تشجيع المتواصلين على الاعتزاز من قيم المجتمع وعاداته من خلال تبادل الآراء بالمرشحات الخاصة بالثقافة.	٢٧	٥٤.٠٠	١٥	٣٠.٠٠	٨	١٦.٠٠	٢.٣٨	٠.٧٥٣	٧٩.٣٣	٩	كبيرة
٦	الحرص على نشر بمثابة المرشحات التي تقي من أهمية المجتمع وتوسيع تماسك أعضائه.	٣٩	٧٨.٠٠	٩	١٨.٠٠	٢	٤.٠٠	٢.٧٤	٠.٥٧٧	٩١.٣٣	٤	كبيرة
٧	تشكيل وجدان الجانبي لدى الأصدقاء بالمتابعين حول مجتمعهم واستهداف اصلاحه.	٣٥	٧٠.٠٠	١٣	٢٦.٠٠	٢	٤.٠٠	٢.٦٦	٠.٥٥٧	٨٨.٦٧	٧	كبيرة
٨	عدم التطرق لمرشحات خاصة قد تهدد أمن المجتمع واستقراره.	٢٧	٥٤.٠٠	١٣	٢٦.٠٠	١٠	٢٠.٠٠	٢.٣٤	٠.٧٩٨	٧٨.٠٠	١٠	كبيرة
٩	تكليف الصالح المجتمعي لهم عند إدارة المناقشات أو الحوارات المتعلقة بالمجتمع واتجاهاته.	٤٢	٨٤.٠٠	٦	١٢.٠٠	٢	٤.٠٠	٢.٨٠	٠.٤٩٥	٩٣.٣٣	٣	كبيرة
١٠	عدم التواصل مع جهات أو مرشحات أو نشر روابط تهدد أمن المجتمع واستهداف أعضائه.	٤٦	٩٢.٠٠	٤	٨.٠٠	٠	٠.٠٠	٢.٩٢	٠.٢٧٤	٩٧.٣٣	١	كبيرة
		٣٧٣	٧٤.٦٠	٩٢	١٨.٤٠	٣٥	٧.٠٠	٢.٦٨	٠.٥٦	٨٩.٢٠		كبيرة

بالنظر الى الجدول السابق رقم (٧) ، يتضح أن أفراد العينة من خبراء التربية ، يوافقون على هذا البعد (الحفاظ على قيم المجتمع وتماسكه) والآداب والأخلاقيات المتضمنة فيه ، بدرجة كبيرة ، حيث جاء المتوسط الحسابي للموافقة (٢.٦٨) ، وانحراف معياري (٠.٥٦) ، ونسبة مئوية وزنية (٨٩.٢٠) ، ويمكن تفسير هذه النتيجة بأن أفراد العينة من الخبراء يرون أن هناك ضرورة وأهمية بالغة في أن يلتزم المتواصلون بالآداب والأخلاقيات المتطلبة للحفاظ على قيم المجتمع وتماسكه ، فالتواصل الاجتماعي الالكتروني ما هو الا آلية للتجمع والاتفاق والتفاهم على ما ينصلح به المجتمع ويحقق أهدافه لدى أعضائه ، ولهذا فهناك ضرورة للحفاظ على قيم المجتمع وتماسكه ليكون قويا ومتجانسا ، وهذا ما أشارت اليه وأكدته كتابات ودراسات عديدة ، كدراسة (أبو وردة ، ٢٠١٨) ، ودراسة (Code of Conduct on Social Media Use, 2017) ، ودراسة (الدهشان ، ٢٠١٧) ،(زين الدين ، ٢٠١٤) ، (جريدة السكينة، ٢٠١٥) ،(الخريشة ، ٢٠١٦) (Kaupins, & Park, 2010) ، كما تشير النتائج الى احتلال العبارة رقم (١٠) من عبارات هذا البعد وهي (عدم التواصل مع جهات أو مجموعات أو نشر روابط تهدد أمن المجتمع وتستهدف أعضاءه) ، المرتبة الأولى في درجة الموافقة ، حيث كان المتوسط الحسابي (٢.٩٢) ، وبانحراف معياري (٠.٢٧٤) ، ونسبة مئوية وزنية (٩٧.٣٣) . ويمكن تفسير هذه النتيجة، بأن أفراد العينة يرون أن هناك ضرورة قصوى وأهمية بالغة في أن يتجنب المتواصلون نهائيا التواصل مع جهات أو مجموعات أو نشر روابط من شأنها أن تهدد أمن الوطن وتستهدف أعضاءه، لأن في ذلك انتهاكا صارخا لأمن المجتمع وتهديدا كبيرا لاستقراره وسلامته، وهو ما يضعف من اللحمة والنسيج الاجتماعي الذي ينبغي أن يكون متماسكا، وخاصة في ظل التغيرات والتحديات والمخاطر والتهديدات العالمية، وهذا ما تؤكده كثرة من الدراسات، كدراسة (أبو وردة ، ٢٠١٨) ، ودراسة (الحربي ، ٢٠١١) ، (أخلاقيات التعامل على شبكات التواصل الاجتماعي، ٢٠١٤) (السكينة ، ٢٠١٥)، (محمود ، ٢٠١١) (مركز الرؤية لدراسات الرأي العام ، ٢٠١٤)، (عبد الحميد، ٢٠١٢) (Bouman ,2016) ، (اللبان، ٢٠١٥)

البعد السادس: احترام الخصوصية:

جدول (٨) يوضح التكرارات والنسب المئوية والمتوسط الحسابي والانحراف المعياري والنسبة المئوية الوزنية والترتيب والرتبة لكل عبارة من عبارات البعد السادس (احترام الخصوصية)، والبعد ككل

م	الآداب والأخلاقيات	درجة الموافقة						المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	النسبة المئوية الوزنية	الترتيب	الرتبة
		كبيرة		متوسطة		ضعيفة						
		ك	%	ك	%	ك	%					
١	تجنب النشر على صفحات الآخرين دون استئذانهم.	٣٨	٧٦.٠٠	٩	١٨.٠٠	٣	٦.٠٠	٢.٧٠	٠.٥٨٠	٩٠.٠٠	٦	كبيرة
٢	تجنب التعرض لأسرار المتواصلين والتنكيل.	٤٠	٨٠.٠٠	٧	١٤.٠٠	٣	٦.٠٠	٢.٧٤	٠.٥٦٥	٩١.٣٣	٤	كبيرة
٣	تجنب التصفح المستمر لصفحات الأصدقاء بهدف التجسس والتعرض بخصوصياتهم.	٤٤	٨٨.٠٠	٥	١٠.٠٠	١	٢.٠٠	٢.٨٦	٠.٤٠٥	٩٥.٣٣	٢	كبيرة
٤	تجنب نشر صور أو اخبار أو معلومات عن الآخرين دون رغبتهم أو موافقتهم.	٣٢	٦٤.٠٠	١٣	٢٦.٠٠	٥	١٠.٠٠	٢.٥٤	٠.٦٧٦	٨٤.٦٧	٩	كبيرة
٥	تجنب التعرض للصور الشخصية للمتواصلين أو آلفة صفحاتهم بالسخرية أو التعليقات الجارحة.	٤٣	٨٦.٠٠	٧	١٤.٠٠	٠	٠.٠٠	٢.٨٦	٠.٣٥١	٩٥.٣٣	٢	كبيرة
٦	تجنب الدخول في تفاصيل شخصية للمتواصلين أو الأصدقاء تسبب لهم مضايقات أو احراج.	٣٩	٧٨.٠٠	٩	١٨.٠٠	٢	٤.٠٠	٢.٧٤	٠.٥٢٧	٩١.٣٣	٤	كبيرة
٧	حرم نشر أخبار أو معلومات تتعلق بالأمور الشخصية للآخرين أو أسرهم.	٤٨	٩٦.٠٠	١	٢.٠٠	١	٢.٠٠	٢.٩٤	٠.٣١٤	٩٨.٠٠	١	كبيرة
٨	تجنب القليل من الجلسات الآخرين ومشاوراتهم.	٣٦	٧٢.٠٠	١١	٢٢.٠٠	٣	٦.٠٠	٢.٦٦	٠.٥٩٣	٨٨.٦٧	٨	كبيرة
٩	تجنب الاستفسار عن أمور شخصية تخص المتواصلين وأسرهم.	٣٧	٧٤.٠٠	١٠	٢٠.٠٠	٣	٦.٠٠	٢.٦٨	٠.٥٨٧	٨٩.٣٣	٧	كبيرة
١٠	حرم اختراق حسابات الآخرين أو محاولة اختراقها رغبة في استخدام بياناتهم الشخصية والتشهير.	٣٢	٦٤.٠٠	١٣	٢٦.٠٠	٥	١٠.٠٠	٢.٥٤	٠.٦٧٦	٨٤.٦٧	٩	كبيرة
	البعد ككل	٣٨٩	٧٧.٨٠	٨٥	١٧.٠٠	٢٦	٥.٢٠	٢.٧٣	٠.٥٢٧	٩٠.٨٧		كبيرة

بالنظر الى الجدول السابق رقم(٨) ، يتضح أن أفراد العينة من خبراء التربية ، يوافقون على هذا البعد (احترام الخصوصية) والآداب والأخلاقيات المتضمنة فيه ، بدرجة كبيرة ، حيث جاء المتوسط الحسابي للموافقة (٢.٧٣) ، وانحراف معياري (٠.٥٢٧) ، ونسبة مئوية وزنية (٩٠.٨٧) ، ويمكن تفسير هذه النتيجة بأن أفراد العينة من الخبراء يرون أن هناك ضرورة وأهمية كبيرة في مراعاة الخصوصية لكل المتواصلين ، فالأمور الشخصية ينبغي أن تكون مستورة وتتمتع بالأمن الكامل ، كونها تتعلق بالأفراد وتفاصيلهم الشخصية التي تخصهم دون غيرهم ، حيث أكدت كثرة من الدراسات على أهمية مراعاة الخصوصية للمتواصلين عبر الشبكات الاجتماعية ، لأن ذلك قد يتسبب في توترهم وارباكهم والتشهير بهم ، كدراسة ((Bouman ,2016) (اللبان، ٢٠١٥)، ودراسة (مهني، ٢٠١٥) ، (محمد، ٢٠١٥) ، (Waltz,2008))، ودراسة (الدهشان ، ٢٠١٦) .، كما تشير النتائج الى احتلال العبارة رقم (٧) من عبارات هذا البعد وهي (عدم نشر أخبار أو معلومات تتعلق بالأمور الشخصية للآخرين أو أسرهم) ، المرتبة الأولى في درجة الموافقة ، حيث كان المتوسط الحسابي (٢.٩٤) ، وبانحراف معياري (٠.٣١٤) ، ونسبة مئوية وزنية (٩٨.٠٠) . ويمكن تفسير هذه النتيجة، بأن أفراد العينة يرون ضرورة وأولوية أن يلتزم المتواصلون بعدم نشر أخبار أو معلومات تتعلق بالأمور الشخصية للآخرين أو أسرهم، لأن ذلك من الأمور التي تساعد على انتهاك خصوصية الشخص وأسرته، مما يعرضهم للإهانة والإساءة والتعريض بهم من قبل آخرين، وهو ما يسبب توترهم وضعف تكيفهم، ويضرب في نسيج التماسك الاجتماعي وعلاقة الألفة التي ينبغي أن تكون سائدة عند التواصل، ويساعد على شيوع مشاعر الكره والاستهداف والتجريح. وهذا ما تؤكده كثرة من الدراسات، كدراسة (زين الدين، ٢٠١٤). ((Wasike, 2013، (Kaupins, & Park, 2010)، ((Communications Council, 2018

البعد السابع: مراعاة الآخرين وتقديرهم:

جدول (٩) يوضح التكرارات والنسب المئوية والمتوسط الحسابي والانحراف المعياري والنسبة المئوية الوزنية والترتيب والرتبة لكل عبارة من عبارات البعد السابع (مراعاة الآخرين وتقديرهم)، والبعد ككل

م	الآداب والأخلاقيات	درجة الموافقة						المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	النسبة المئوية الوزنية	الترتيب	الرتبة
		كبيرة		متوسطة		ضعيفة						
		ك	%	ك	%	ك	%					
١	تجلب التميز والمحاباة لبعض المواطنين على حساب آخرين.	٣٦	٧٢.٠٠٠	١٢	٢٤.٠٠٠	٢	٤.٠٠٠	٢.٦٨	٠.٥٥١	٨٩.٣٣	٥	كبيرة
٢	الحرص على تقبل التهنئة والاطمئنان على الأصدقاء والمواطنين في المواقف والمناسبات المختلفة.	٤٧	٩٤.٠٠٠	٢	٤.٠٠٠	١	٢.٠٠٠	٢.٩٢	٠.٣٤٠	٩٧.٣٣	١	كبيرة
٣	الحرص على مشاركة الآخرين في أحزانهم وتقبل الكلمات المعبرة عن المشاعر الإنسانية والمساندة لهم.	٤٥	٩٠.٠٠٠	٣	٦.٠٠٠	٢	٤.٠٠٠	٢.٨٦	٠.٤٥٢	٩٥.٣٣	٢	كبيرة
٤	نشر الأخبار والمعلومات الإنسانية عن الآخرين مع مساعدتهم على التميز والافتخار فيما يقومون به.	٣٧	٧٤.٠٠٠	٩	١٨.٠٠٠	٤	٨.٠٠٠	٢.٦٦	٠.٦٢٦	٨٨.٦٧	٧	كبيرة
٥	احترام رغبات الآخرين في حرم نشر أو تداول الموضوعات أو الأحاديث التي تسبب لهم إزعاجا أو مضايقات.	٣٤	٦٨.٠٠٠	١٢	٢٤.٠٠٠	٤	٨.٠٠٠	٢.٦٠	٠.٦٣٩	٨٦.٦٧	٨	كبيرة
٦	تجلب التركيز على مخالفة أو سقطات أو زلات حرر حلها الآخرون دون قصد منهم.	٣٦	٧٢.٠٠٠	١٢	٢٤.٠٠٠	٢	٤.٠٠٠	٢.٦٨	٠.٥٥١	٨٩.٣٣	٥	كبيرة
٧	الحرص على إبداء الرأي وردود إيجابية عند التواصل الفوري أو الجماعي.	٤٣	٨٦.٠٠٠	٥	١٠.٠٠٠	٢	٤.٠٠٠	٢.٨٢	٠.٤٨٢	٩٤.٠٠٠	٣	كبيرة
٨	الحرص على تقديم النصائح والتوجيهات للأشخاص على الخاص.	٤١	٨٢.٠٠٠	٧	١٤.٠٠٠	٢	٤.٠٠٠	٢.٧٨	٠.٥٠٧	٩٢.٦٧	٤	كبيرة
	البعد ككل	٣١٩	٧٩.٧٥٠	٦٢	١٥.٥٠٠	١٩	٤.٧٥٠	٢.٧٥	٠.٥١٩	٩١.٦٧		كبيرة

بالنظر الى الجدول السابق رقم(٩) ، يتضح أن أفراد العينة من خبراء التربية ، يوافقون على هذا البعد (مراعاة الآخرين وتقديرهم) والآداب والأخلاقيات المتضمنة فيه ، بدرجة كبيرة ، حيث جاء المتوسط الحسابي للموافقة (٢.٧٥) ، وانحراف معياري (٠.٥١٩) ، ونسبة مئوية وزنية (٩١.٦٧) ، ويمكن تفسير هذه النتيجة بأن أفراد العينة من الخبراء يرون أن مراعاة الآخرين وتقديرهم من أهم الأخلاقيات التي ينبغي أن يلتزم بها مستخدمي الشبكات الاجتماعية ، لأن هدف التواصل هو هدف انساني اجتماعي بالأساس ، واحترام أعضاء الجماعة هو من أهم أسباب نجاحها ، واحترام الأفراد هو ما يؤدي الى نجاح العلاقة الاجتماعية ويوطدها ، وعكس ذلك يسبب تفسخا وانهيارا للعلاقة ويساعد على شيوع العنف ويؤصل للكراهية والاستعداء الفردي والجماعي ، وهذا ما تؤكده ، دراسة (Perkins, 2014,P5) ، ودراسة (الخريشة، ٢٠١٦) ، ودراسة (أبو وردة ، ٢٠١٨) ، ودراسة (الدهشان ، ٢٠١٧) ، ودراسة (عبد الحميد، ٢٠١٢)،. كما تشير النتائج الى احتلال العبارة رقم (٢) من عبارات هذا البعد وهي (الحرص على تبادل التهنئة والاطمئنان على الأصدقاء والمتواصلين في المواقف والمناسبات المختلفة) ، المرتبة الأولى في درجة الموافقة ، حيث كان المتوسط الحسابي (٢.٩٢) ، وبانحراف معياري (٠.٣٤٠) ، ونسبة مئوية وزنية (٩٧.٣٣) . ويمكن تفسير هذه النتيجة، بأن أفراد العينة يرون أن أهم سلوك يتعلق بتقدير الآخرين واحترامهم، هو الحرص على مشاركتهم في المناسبات الاجتماعية والشخصية المختلفة بتبادل التهنئة والاطمئنان، لأن ذلك هو جوهر عملية الاتصال ذاتها، وهو ما يؤصل لعلاقات اجتماعية إنسانية تساعد الكل على التعايش والتحاب والسلام والأمن الاجتماعي والمشاطرة، وهذا ما تؤكده كثرة من الدراسات، كدراسة (Communications Council,2018)، ودراسة (أخلاقيات التعامل على شبكات التواصل الاجتماعي، ٢٠١٤)، ودراسة (السكينة ، ٢٠١٥)، ودراسة(زين الدين، ٢٠١٤) ،(Code of conduct for social media, 2018) ، ودراسة (سبتي، ٢٠١٣) .

البعد الثامن: نشر المعارف والمعلومات والأخبار:

جدول (١٠) يوضح التكرارات والنسب المئوية والمتوسط الحسابي والانحراف المعياري والنسبة المئوية الوزنية والترتيب والرتبة لكل عبارة من عبارات البعد الثامن (نشر المعارف والمعلومات والأخبار)، والبعد ككل

م	الأداء والأخلاقيات	درجة الموافقة						المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	النسبة المئوية الوزنية	الترتيب	الرتبة
		كبيرة		متوسطة		ضعيفة						
		ك	%	ك	%	ك	%					
١	تجنب نشر الموضوعات والقضايا التي لا يقوم عليها الدليل دون تمحيص وتحليل.	٣٩	٧٨.٠٠٠	٧	١٤.٠٠٠	٤	٨.٠٠٠	٢.٧٠	٠.٦١٤	٩٠.٠٠٠	٧	كبيرة
٢	عدم مشاركة الأخبار أو المعلومات أو الروابط التي تتعارض أفكارها ومعتقداتهم وموضوعات تمس الأمن القومي.	٣٧	٧٤.٠٠٠	١١	٢٢.٠٠٠	٢	٤.٠٠٠	٢.٧٠	٠.٥٤٤	٩٠.٠٠٠	٧	كبيرة
٣	تقليل التدخل في تفاصيل أو موضوعات لا تقدم إلا أطراف أخرى أو مؤسسات بعينها دون الصالح العام.	٤٤	٨٨.٠٠٠	٤	٨.٠٠٠	٢	٤.٠٠٠	٢.٨٤	٠.٤٦٨	٩٤.٦٧	٣	كبيرة
٤	التأكد المستمر من موثوقية الأخبار والمعلومات ومصادرها قبل نشرها ومشاركتها.	٤٧	٩٤.٠٠٠	٧	٤.٠٠٠	١	٢.٠٠٠	٢.٩٢	٠.٣٤٠	٩٧.٣٣	١	كبيرة
٥	عدم نشر الشائعات والأخبار الهدامة أو المختلفة عن جهات العلم والتقارير الخاصة في العلم.	٣٤	٦٨.٠٠٠	١٣	٢٦.٠٠٠	٣	٦.٠٠٠	٢.٦٢	٠.٦٠٧	٨٧.٣٣	٩	كبيرة
٦	الحرص على نشر ومشاركة الأخبار والروابط الهامة والثقافية التي تخدم المجتمع وتفيده.	٤٤	٨٨.٠٠٠	٣	٦.٠٠٠	٣	٦.٠٠٠	٢.٨٢	٠.٥٧٣	٩٤.٠٠٠	٤	كبيرة
٧	الموازنة المستمرة للكتابة حول موضوعات معينة وتحليل استجابات الأعضاء عليها.	٣١	٦٢.٠٠٠	١٦	٣٢.٠٠٠	٣	٦.٠٠٠	٢.٥٦	٠.٦١١	٨٥.٣٣	١٠	كبيرة
٨	عدم تكرار الكتابة في الموضوعات التي تسبب الجدل أو تميل إلى المتواضعين أو الأعضاء.	٤١	٨٢.٠٠٠	٨	١٦.٠٠٠	١	٢.٠٠٠	٢.٨٠	٠.٤٥٧	٩٣.٣٣	٥	كبيرة
٩	تقليل الحديث عن قضايا والاتجاهات التخصصية التي قد تسبب مشاعرات تكفيرين أو تستفزهم.	٢٩	٥٨.٠٠٠	١٧	٣٤.٠٠٠	٤	٨.٠٠٠	٢.٥٠	٠.٦٤٧	٨٣.٣٣	١١	كبيرة
١٠	الابتعاد عن عرض الأفكار والمعتقدات والأخبار المختلفة والاتجاهات سواء المجتمعية أو التخصصية المميز والمعتدلين.	٤٥	٩٠.٠٠٠	٤	٨.٠٠٠	١	٢.٠٠٠	٢.٨٨	٠.٣٨٥	٩٦.٠٠٠	٢	كبيرة
١١	التركيز على الموضوعات التي تروج للإنجاز والتقدير والاستفادة من الخبرات الناجحة فردية ومجتمعية ودولية.	٤٣	٨٦.٠٠٠	٤	٨.٠٠٠	٣	٦.٠٠٠	٢.٨٠	٠.٥٣٥	٩٣.٣٣	٥	كبيرة
	البعد ككل	٤٣٤	٧٨.٩١	٨٩	١٦.١٨	٢٧	٤.٩١	٢.٧٤	٠.٥٧٠	٩١.٣٣		كبيرة

بالنظر الى الجدول السابق رقم(١٠) ، يتضح أن أفراد العينة من خبراء التربية ، يوافقون على هذا البعد (نشر المعارف والمعلومات والأخبار) والآداب والأخلاقيات المتضمنة فيه ، بدرجة كبيرة ، حيث جاء المتوسط الحسابي للموافقة (٢.٧٤) ، وانحراف معياري (٠.٥٢) ، ونسبة مئوية وزنية (٩١.٣٣) ، ويمكن تفسير هذه النتيجة بأن أفراد العينة من الخبراء يرون ضرورة أن يتسم نشر المعلومات والمعارف والأخبار على شبكات التواصل الاجتماعي بالأمانة والصدق ، وأن يعبر هذا النشر عن الحقيقة دون زيادة أو نقصان ، وأن تحري الموثوقية في المنشور يعد بعدا مهما في نشر وشيوع قيم إيجابية للنشر المعرفي بشكل عام ، فشبكات التواصل الاجتماعي كما أكدت دراسة (الدهشان ، ٢٠١٧) تلعب دورا مؤثرا في تأكيد المواقف أو تغيير الاتجاهات وفقا لما يتم نشره من معارف أو معلومات أو أخبار ، وهذا يتفق بشكل كبير مع تأكيد الدراسات على الأمانة في النشر وتحري الدقة والموثوقية فيه، كدراسة (Bouman ,2016)، ودراسة (اللبان، ٢٠١٥)، ودراسة(Waltz,2008) ، ودراسة (الحربي ، ٢٠١١) ، ودراسة (Kaupins,2010) . كما تشير النتائج الى احتلال العبارة رقم (٤) من عبارات هذا البعد وهي (التأكد المستمر من موثوقية الأخبار والمعلومات ومصادرها قبل نشرها ومشاركتها)، المرتبة الأولى في درجة الموافقة، حيث كان المتوسط الحسابي (٢.٩٢)، وبانحراف معياري (٠.٣٤٠)، ونسبة مئوية وزنية (٩٧.٣٣). ويمكن تفسير هذه النتيجة، بأن أفراد العينة يدركون تماما أهمية أن تكون البيانات والمعارف والمعلومات والأخبار التي يتم تداولها عبر شبكات التواصل الاجتماعي معلومة المصدر، مع تحري الدقة في التثبت المستمر منها ، والمراجعة المستمرة لها ، حتى يمكن الثقة فيها أو تكون هناك استطاعة في محاسبة مصادرها لو أن هناك أخطاء أو استهداف غير مبرر للأفراد أو الجماعات، وهذا مما يتيح النشر المعرفي الإيجابي والصادق الذي يؤدي الى الاستقرار والرقي في العملية الاتصالية ذاتها، وهذا ما تؤكده كثرة من الدراسات، كدراسة (Communications Council,2018) ، ودراسة (أبو وردة ، ٢٠١٨) ، ودراسة (زين الدين ، ٢٠١٤) ،(سبتي ، ٢٠١٣) ،(السكينة ، ٢٠١٥).

البعد التاسع: ضبط النفس ورد الفعل:

جدول (١١) يوضح التكرارات والنسب المئوية والمتوسط الحسابي والانحراف المعياري والنسبة المئوية الوزنية والترتيب والرتبة لكل عبارة من عبارات البعد التاسع (ضبط النفس ورد الفعل)، والبعد ككل

م	الآداب والأخلاقيات	درجة الموافقة						المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	النسبة المئوية الوزنية	الترتيب	الرتبة
		كبيرة		متوسطة		ضعيفة						
		ك	%	ك	%	ك	%					
١	الحرص على تحليل مواقف الآخرين أو الجماعات قبل الهجوم عليهم.	٣٦	٧٢.٠٠	١١	٢٢.٠٠	٣	٦.٠٠	٢.٦٦	٠.٥٩٣	٨٨.٦٧	٥	كبيرة
٢	التحلي بالمرونة وتفهم لمواقف الآخرين واتجاهاتهم.	٤١	٨٢.٠٠	٨	١٦.٠٠	١	٢.٠٠	٢.٨٠	٠.٤٥٢	٩٣.٣٣	٤	كبيرة
٣	التسامح قدر الإمكان مع المسيئين أو المتعمرين عبر التواصل سواء الفردي أو الجمعي.	٣٦	٧٢.٠٠	١٠	٢٠.٠٠	٤	٨.٠٠	٢.٦٤	٠.٦٣١	٨٨.٠٠	٧	كبيرة
٤	التريث في الرد على بعض المتواصلين وتجرؤهم.	٣٧	٧٤.٠٠	٩	١٨.٠٠	٤	٨.٠٠	٢.٦٦	٠.٦٢٦	٨٨.٦٧	٥	كبيرة
٥	إتباع الخطوات الخاطئة عند التعرض للإساءة أو التشويش أو التجريح والاستهجان.	٣٢	٦٤.٠٠	١٥	٣٠.٠٠	٣	٦.٠٠	٢.٥٨	٠.٦٠٩	٨٦.٠٠	٨	كبيرة
٦	تجنب الدخول في معارك وهمية يعد لها البعض بهدف الشهرة والتسلية.	٤٤	٨٨.٠٠	٤	٨.٠٠	٢	٤.٠٠	٢.٨٤	٠.٤٦٨	٩٤.٦٧	٣	كبيرة
٧	تكتيم صورة مشرقة عن الذات بعرض الاهتمامات الإيجابية دون التقليل من الآخرين ومواقفهم.	٤٧	٩٤.٠٠	٣	٦.٠٠	٠	٠.٠٠	٢.٩٤	٠.٢٤٠	٩٨.٠٠	٢	كبيرة
٨	إعلاء القيم الجماعية عن القيم الفردية عبر التواصل وعرض الأفكار والموضوعات.	٤٩	٩٨.٠٠	١	٢.٠٠	٠	٠.٠٠	٢.٩٨	٠.١٤١	٩٩.٣٣	١	كبيرة
	البعد ككل	٣٢٢	٨٠.٥٠	٦١	١٥.٢٥	١٧	٤.٢٥	٢.٧٦	٠.٤٧٠	٩٢.٠٨		كبيرة

بالنظر الى الجدول السابق رقم(١١) ، يتضح أن أفراد العينة من خبراء التربية ، يوافقون على هذا البعد (ضبط النفس ورد الفعل) والآداب والأخلاقيات المتضمنة فيه ، بدرجة كبيرة ، حيث جاء المتوسط الحسابي للموافقة (٢.٧٦) ، وانحراف معياري (٠.٤٧٠) ، ونسبة مئوية وزنية (٩٢.٠٨) ، ويمكن تفسير هذه النتيجة بأن أفراد العينة من الخبراء يرون أن نجاح العملية الاتصالية عبر شبكات التواصل الاجتماعي ينبغي أن تتحكم فيه العقول لا العواطف ، وينبغي أن يكون هناك ضبط للنفس وتريث في ردة الفعل تجاه أي شيء قد يسبب غضبا أو استياء أو انفعالا للمتواصلين ، كما يجب تحري الدقة والتثبت من الموضوعات والاتجاهات والمواقف قبل اتخاذ قرار متسرع ، لأن ذلك من خلق المؤمن المسالم الذي يتحرى الصدق والموضوعية قبل اتخاذ القرار ، كي لا يظلم ، وهذا ما أشارت اليه وأكدته بعض الدراسات، كدراسة (Perkins, 2014,P5) ، ودراسة (مرصد مصداقية الاعلام الأردني ، ٢٠١٦)، ودراسة (Code of Conduct on Social Media Use, 2017) ، ودراسة (زين الدين ، ٢٠١٤) ، ودراسة (الدهشان ، ٢٠١٧) . كما تشير النتائج الى احتلال العبارة رقم (٨) من عبارات هذا البعد وهي (إعلاء القيم الجماعية عن القيم الفردية عبر التواصل وعرض الأفكار والموضوعات) ، المرتبة الأولى في درجة الموافقة ، حيث كان المتوسط الحسابي (٢.٩٨) ، وبانحراف معياري (٠.١٤١) ، ونسبة مئوية وزنية (٩٩.٣٣) ، وهي نسبة اتفاق كبيرة جدا ، ويمكن تفسير هذه النتيجة، بأن أفراد العينة يرون ضرورة وأولوية أن يتم اعلاء القيم المجتمعية عن القيم الفردية عند عرض الأفكار والموضوعات عبر التواصل على الشبكات الاجتماعية ، لأن الهدف الرئيس من التواصل هو تحقيق السعادة والرفاهية للجماعة ، وتحقيق أهداف التواصل الإنساني الجمعي في أقصى معانيه ، وهذا ما يؤدي الى الاستقرار والنجاح والرقي ، دون إعلاء المصلحة الفردية والتمسك بالأفكار التي قد تودي بالتماسك الاجتماعي وتعمل على انهياره ، وهذا ما تؤكده كثرة من الدراسات،(سبتي، ٢٠١٣) ، (Perkins,2014)،(زين الدين ، ٢٠١٤)، (karbnsky,2010) (Fisher,2010)،(المنصور ، ٢٠١٢)،(Code of Conduct on Social Media Use, 2017)

البعد العاشر: الأديان والمذاهب والمعتقدات:

جدول (١٢) يوضح التكرارات والنسب المئوية والمتوسط الحسابي والانحراف المعياري والنسبة المئوية الوزنية والترتيب والرتبة لكل عبارة من عبارات البعد العاشر (الأديان والمذاهب والمعتقدات)، والبعد ككل

م	الآداب والأخلاقيات	درجة الموافقة						المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	النسبة المئوية الوزنية	الترتيب	الرتبة
		كبيرة		متوسطة		ضعيفة						
		ك	%	ك	%	ك	%					
١	احترام الأديان وعدم التعرض لأصحابها بالاستهجان أو التهكم والاستنكار.	٤٧	٩٤.٠٠	٢	٤.٠٠	١	٢.٠٠	٢.٩٢	٠.٣٤٠	٩٧.٣٣	١	كبيرة
٢	التحلي بالمرونة والتسامح في التواصل مع أصحاب الديانات والمذاهب الأخرى ومناقشتهم.	٤٤	٨٨.٠٠	٤	٨.٠٠	٢	٤.٠٠	٢.٨٤	٠.٤٦٨	٩٤.٦٧	٧	كبيرة
٣	تجنب نشر المفاهيم والأفكار الهدامة وفقا لمذاهب أو اتجاهات معينة.	٤٦	٩٢.٠٠	٣	٦.٠٠	١	٢.٠٠	٢.٩٠	٠.٣٦٤	٩٦.٦٧	٣	كبيرة
٤	تجنب فرض معتقد معين تمسكا بالرأي الشخصي والاعتداد به.	٤٤	٨٨.٠٠	٦	١٢.٠٠	٠	٠.٠٠	٢.٨٨	٠.٣٢٨	٩٦.٠٠	٥	كبيرة
٥	تكبير القيم الدينية للآخرين وعدم التعرض لها بالسخرية أو الشك.	٤٦	٩٢.٠٠	٣	٦.٠٠	١	٢.٠٠	٢.٩٠	٠.٣٦٤	٩٦.٦٧	٣	كبيرة
٦	عدم التشهير بالآخرين أو إذلالهم سواء بالسب أو القذف لمجرد الاختلاف معهم في معتقداتهم الفكرية أو السياسية.	٤٦	٩٢.٠٠	٤	٨.٠٠	٠	٠.٠٠	٢.٩٢	٠.٢٧٤	٩٧.٣٣	١	كبيرة
٧	عدم نشر ما يسئ لديانات الآخرين أو التقليل من شأنهم وطقوسهم.	٣٩	٧٨.٠٠	٨	١٦.٠٠	٣	٦.٠٠	٢.٧٢	٠.٥٧٣	٩٠.٦٧	٩	كبيرة
٨	الحرص على التواصل الإنساني مع أصحاب الديانات الأخرى وتقبل التهنئة معهم ومشاطرتهم أحزانهم.	٤٠	٨٠.٠٠	٩	١٨.٠٠	١	٢.٠٠	٢.٧٨	٠.٤٦٥	٩٢.٦٧	٨	كبيرة
٩	الالتزام بالوضوح والشفافية في عرض وجهات النظر، ذات الصلة بمناقشة قضايا فكرية أو مذهبية معينة.	٤٥	٩٠.٠٠	٤	٨.٠٠	١	٢.٠٠	٢.٨٨	٠.٣٨٥	٩٦.٠٠	٥	كبيرة
١٠	الحفاظ على قيم التواصل الإنساني والتفكير الشخصي بصرف النظر عن الاختلاف في المبادئ والأفكار والاتجاهات.	٣٧	٧٤.٠٠	١٢	٢٤.٠٠	١	٢.٠٠	٢.٧٢	٠.٤٩٧	٩٠.٦٧	٩	كبيرة
	البعد ككل	٤٣٤	٨٦.٨٠	٥٥	١١.٠٠	١١	٢.٢٠	٢.٨٥	٠.٤٠٦	٩٤.٨٧		كبيرة

بالنظر الى الجدول السابق رقم(١٢) ، يتضح أن أفراد العينة من خبراء التربية ، يوافقون على هذا البعد (الأديان والمذاهب والمعتقدات) والآداب والأخلاقيات المتضمنة فيه ، بدرجة كبيرة ، حيث جاء المتوسط الحسابي للموافقة (٢.٨٥) ، وانحراف معياري (٠.٤٠٦) ، ونسبة مئوية وزنية (٩٤.٨٧) ، ويمكن تفسير هذه النتيجة بأن أفراد العينة من الخبراء يرون أن الالتزام بالقيم المتعلقة بالأديان والمذاهب والمعتقدات ، من حيث التقدير والاحترام وعدم المساس أو التجريح أو الاستهداف،هو من أولويات الآداب والأخلاقيات التي ينبغي أن تحكم سلوك المتواصلين والمتفاعلين عبر الشبكة الاجتماعية ، لأن ذلك يؤدي الى احترام الآخر ، ويرسى دعائم لعلاقات ود وتفاهم وتفاعل وتراحم تحث عليها الأديان السماوية ، وترشدنا لها الآداب والتقاليد والأعراف الاجتماعية والعقلية وغيرها ، وهذا يؤصل لفكرة المواطنة والشراكة ، لا العنف والكراهية والتنابذ والإرهاب ، وهذا ما أكدته كثرة من الدراسات ، كدراسة (عبد الحميد، ٢٠٠٩) ، ودراسة (أبو وردة ، ٢٠١٨) ، ودراسة (الدهشان ، ٢٠١٨)، (وزين الدين ، ٢٠١٤) ، (Conduct on Social Media Use, 2017) . كما تشير النتائج الى احتلال العبارة رقم (٦) من عبارات هذا البعد وهي (عدم التشهير بالآخرين أو ايذائهم سواء بالسب أو القذف لمجرد الاختلاف معهم في معتقداتهم الفكرية أو السياسية)، المرتبة الأولى في درجة الموافقة، حيث كان المتوسط الحسابي (٢.٩٢)، وبانحراف معياري (٠.٢٧٤)، ونسبة مئوية وزنية (٩٧.٣٣). ويمكن تفسير هذه النتيجة، بأن أفراد العينة يرون أن اختلاف الآراء والمواقف لا يفسد للود قضية، وأن احترام الآخرين وتقديرهم مهم جدا في إيجابية العلاقة وشيوع الحب، على الرغم من الإختلاف الظاهر في المواقف والمعتقدات الفكرية والسياسية، فلكل انسان موقفه ورأيه وحريته التي ينبغي أن تقدر من الآخر، فهذا مناط التعايش والبر وإقامة المجتمع المتماسك. وهذا ما أشارت اليه دراسات عديدة وأكدته، كدراسة (إسماعيل، وعبد الرحمن، ٢٠٠٩)، و(حلمي، ٢٠١٧)، و(العدواني، ٢٠١٧)، و(محمد، ٢٠١٥) (Vansoon, 2010)، و(العنزي، ٢٠١٣)، و(القرشي، ٢٠١٤).

البعد الحادي عشر: تصميم المدونات الشخصية:
جدول (١٣) يوضح التكرارات والنسب المئوية والمتوسط الحسابي والانحراف المعياري والنسبة المئوية الوزنية والترتيب والرتبة لكل عبارة من عبارات البعد الحادي عشر (تصميم المدونات الشخصية)، والبعد ككل

م	الآداب والأخلاقيات	درجة الموافقة						المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	النسبة المئوية الوزنية	الترتيب	الرتبة
		كبيرة		متوسطة		ضعيفة						
		ك	%	ك	%	ك	%					
١	اختيار شعار للمدونة لا يتعارض مع مواقف الآخرين أو معتقداتهم.	٣٩	٧٨.٠٠	١٠	٢٠.٠٠	١	٢.٠٠	٢.٧٦	.٤٧٦	٩٢.٠٠	٧	كبيرة
٢	تجلب لنوين المدونة الشخصية بطابع سياسي أو أيديولوجي محدد.	٤٦	٩٢.٠٠	٣	٦.٠٠	١	٢.٠٠	٢.٩٠	.٣٦٤	٩٦.٦٧	٣	كبيرة
٣	عدم التعرض لموضوعات أو أفكار أو مفاهيم غير مدروسة أو تتمتع بإحاطة فكرية كاملة.	٤٥	٩٠.٠٠	٤	٨.٠٠	١	٢.٠٠	٢.٨٨	.٣٨٥	٩٦.٠٠	٤	كبيرة
٤	تجلب اتخاذ مواقف معادي لأمن وسلامة المجتمع واستقراره.	٤٧	٩٤.٠٠	٣	٦.٠٠	٠	٠.٠٠	٢.٩٤	.٢٤٠	٩٨.٠٠	١	كبيرة
٥	تجلب الدخول في مسارات سياسية أو أيديولوجية من شأنها أن تخدم مصالح الأعداء والمستهدفين لأمن الوطن.	٤٨	٩٦.٠٠	١	٢.٠٠	١	٢.٠٠	٢.٩٤	.٣١٤	٩٨.٠٠	١	كبيرة
٦	عدم التعرض لموضوعات مختلف حولها خاصة تلك التي تتعلق بالأمن الوطني ومصلحة المجتمع.	٣٩	٧٨.٠٠	٧	١٤.٠٠	٤	٨.٠٠	٢.٧٠	.٦١٤	٩٠.٠٠	٩	كبيرة
٧	تجلب الشهرة ببعض الشخصيات أو الأحكام لمجرد الاختلاف معهم.	٤١	٨٢.٠٠	٦	١٢.٠٠	٣	٦.٠٠	٢.٧٦	.٥٥٥	٩٢.٠٠	٧	كبيرة
٨	البعد عن عمل تتكلت جزئية من شأنها هدم الاستقرار والأمن الشخصي أو المجتمعي أو الدولي.	٤٢	٨٤.٠٠	٧	١٤.٠٠	١	٢.٠٠	٢.٨٢	.٣٧	٩٤.٠٠	٦	كبيرة
٩	الحرص على تجنب النشر عبر الدولة بما يتوافق مع قضايا المجتمع ومتطلباته.	٤٥	٩٠.٠٠	٤	٨.٠٠	١	٢.٠٠	٢.٨٨	.٣٨٥	٩٦.٠٠	٤	كبيرة
	البعد ككل	٣٩٧	٨٧.١١	٤٥	١٠.٠٠	١٣	٢.٨٩	٢.٨٤	.٤١١	٩٤.٧٤		كبيرة

بالنظر الى الجدول السابق رقم(١٣) ، يتضح أن أفراد العينة من خبراء التربية ، يوافقون على هذا البعد (تصميم المدونات الشخصية) والآداب والأخلاقيات المتضمنة فيه ، بدرجة كبيرة ، حيث جاء المتوسط الحسابي للموافقة (٢.٨٤) ، وانحراف معياري (٠.٤١١) ، ونسبة مئوية وزنية (٩٤.٧٤) ، ويمكن تفسير هذه النتيجة بأن أفراد العينة من الخبراء يرون أن تصميم المدونات الشخصية هي عملية تخضع للضوابط الاجتماعية لأنها تمس الجماعة وتنتشر عبر قنوات التواصل الالكتروني الاجتماعي بشكل كبير ، وهذا اطار ينبغي الالتزام بآداب وقيم أخلاقية تتعلق به وبتفعيله ، كما يجب أن تتمتع المدونات بموضوعية في التصميم والنشر ، ولا ينفرد أصحابها بالنشر غير الإيجابي الذي قد يهدد أمن الأفراد والجماعات ، بل المجتمع بأسره ، وهذا ما أكدته دراسات كثيرة ، كدراسة (محمد، ٢٠١٥) ، ودراسة (الحربي ، ٢٠١١) ، (مركز الرؤية لدراسات الرأي العام، ٢٠١٢) ، (زين الدين، ٢٠١٤) ، ودراسة (الدهشان ، ٢٠١٧) . كما تشير النتائج الى احتلال العبارة رقم (٥) من عبارات هذا البعد وهي (تجنب الدخول في مسارات سياسية أو أيديولوجية من شأنها أن تخدم مصالح الأعداء والمستهدفين لأمن الوطن)، المرتبة الأولى في درجة الموافقة، حيث كان المتوسط الحسابي (٢.٩٤)، وبانحراف معياري (٠.٣١٤)، ونسبة مئوية وزنية (٩٨.٠٠). ويمكن تفسير هذه النتيجة، بأن أفراد العينة يرون وبدرجة كبيرة جدا، أن المدونات الشخصية ينبغي أن تكون حذرة فيما يتعلق بالتواصل والتعبير عن الآراء والمواقف، وأن يكون هناك حذر من الدخول في مسارات سياسية وأيديولوجية تهدد أمن المجتمع واستقراره، فالمتربصون بأمن المجتمعات كثيرون، وينتظرون الانحراف الفردي في الفكر أو الاتجاه، لينقضوا على سلامة المجتمع وأمن أفراده، وهذا ما تؤكده كثرة من الدراسات، كدراسة (عبد الحميد، ٢٠١٢)، Wasike, (Communications Council, 2018) ((2013)،(أخلاقيات التعامل على شبكات التواصل الاجتماعي، ٢٠١٤) ، (السكينة ، ٢٠١٥)

البعد الثاني عشر: تصميم الصفحات الشخصية:

جدول (١٤) يوضح التكرارات والنسب المئوية والمتوسط الحسابي والانحراف المعياري والنسبة المئوية الوزنية والترتيب والرتبة لكل عبارة من عبارات البعد الثاني عشر (تصميم الصفحات الشخصية)، والبعد ككل

م	الآداب والأخلاقيات	درجة الموافقة						المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	النسبة المئوية الوزنية	الترتيب	الرتبة
		كبيرة		متوسطة		ضعيفة						
		ك	%	ك	%	ك	%					
١	تجنب اختيار صور الخلفية أو فيروفيل الشخصي بشكل مستفز أو لا يراعي الآداب والذوق العام.	٤٦	٩٢.٠٠	٣	٦.٠٠	١	٢.٠٠	٢.٩٠	٠.٣٦٤	٩٦.٦٧	٣	كبيرة
٢	ضرورة عمل اسم مستخدم حقيقي دون التستر خلف اسم مستعار أو انتحال شخصية آخرين.	٤٨	٩٦.٠٠	٢	٤.٠٠	٠	٠.٠٠	٢.٩٦	٠.١٩٨	٩٨.٦٧	١	كبيرة
٣	عدم نشر رموز أو شعارات قد تؤجج لبعض الفتن والاستفزاز.	٤٢	٨٤.٠٠	٧	١٤.٠٠	١	٢.٠٠	٢.٨٢	٠.٤٣٨	٩٤.٠٠	٧	كبيرة
٤	تجنب نشر صور أو فيديوهات لا تراعي قيم وآداب وتقاليد المجتمع.	٤٦	٩٢.٠٠	٢	٤.٠٠	٢	٤.٠٠	٢.٨٨	٠.٤٣٥	٩٦.٠٠	٤	كبيرة
٥	عدم تشيت منشورك من شأنها أن تستثير الآخرين وتتحداهم.	٣٩	٧٨.٠٠	٨	١٦.٠٠	٣	٦.٠٠	٢.٧٢	٠.٥٧٣	٩٠.٦٧	٨	كبيرة
٦	عدم تصميم أكثر من صفحة شخصية دون الإشارة بأسماء مختلفة.	٤٤	٨٨.٠٠	٤	٨.٠٠	٢	٤.٠٠	٢.٨٤	٠.٤٦٨	٩٤.٦٧	٥	كبيرة
٧	عدم التزوير في البيانات والمعلومات الشخصية المتعلقة بالصفحة الشخصية.	٤٧	٩٤.٠٠	٣	٦.٠٠	٠	٠.٠٠	٢.٩٤	٠.٢٤٠	٩٨.٠٠	٢	كبيرة
٨	تجنب السماح للآخرين بالنشر على الصفحة الشخصية قبل الاطلاع المباشر على المنشور.	٣٥	٧٠.٠٠	١١	٢٢.٠٠	٤	٨.٠٠	٢.٦٢	٠.٦٤١	٨٧.٣٣	٩	كبيرة
٩	تحري الدقة الكاملة في البيانات الشخصية والمعلومات المتعلقة بالاهتمامات والانجازات وطبيعة العمل أو المهنة.	٤٣	٨٦.٠٠	٦	١٢.٠٠	١	٢.٠٠	٢.٨٤	٠.٤٢٢	٩٤.٦٧	٥	كبيرة
	البعد ككل	٣٩٠	٨٦.٦٧	٤٦	١٠.٢٢	١٤	٣.١١	٢.٨٤	٠.٤٢	٩٤.٥٢		كبيرة

بالنظر الى الجدول السابق رقم(١٤) ، يتضح أن أفراد العينة من خبراء التربية ، يوافقون على هذا البعد (تصميم الصفحات الشخصية) والآداب والأخلاقيات المتضمنة فيه ، بدرجة كبيرة ، حيث جاء المتوسط الحسابي للموافقة (٢.٨٤) ، وانحراف معياري (٠.٤٢) ، ونسبة مئوية وزنية (٩٤.٥٢) ، ويمكن تفسير هذه النتيجة بأن أفراد العينة من الخبراء يرون أن الأفراد ينبغي أن يلتزمون بآداب وأخلاقيات معيارية في تصميم صفحاتهم الشخصية والبرفايل الخاص بهذه الصفحات التي تصفهم وتعبر عن طبيعتهم وشخصيتهم وبياناتهم ، ومن الضرورة أن تراعى هذه الآداب والقيم والأخلاقيات ،لأن الصفحة الشخصية للمتواصلين هي عنوانهم وهي مدخلهم الشخصي للتفاعل الجماعي الذي يجب أن يكون صادقا وموضوعيا وحقيقيا ، وهذا ما أشارت اليه دراسات عديدة كدراسة (Bouman ,2016) ، و(اللبان، ٢٠١٥) ، و (أبو وردة (٢٠١٨) ، و (الدهشان ، ٢٠١٧) ، و(زين الدين ، ٢٠١٤) .كما تشير النتائج الى احتلال العبارة رقم (٢) من عبارات هذا البعد وهي (ضرورة عمل اسم مستخدم حقيقي دون التستر خلف اسم مستعار أو انتحال شخصية آخرين) ، المرتبة الأولى في درجة الموافقة ، حيث كان المتوسط الحسابي(٢.٩٦)، وبانحراف معياري (٠.١٩٨)، ونسبة مئوية وزنية(٩٨.٦٧). ويمكن تفسير هذه النتيجة، بأن أفراد العينة من خبراء التربية يؤكدون على أهمية وضرورة أن يتواصل الشخص على شبكات التواصل الاجتماعي بمعلومات وبيانات صادقة عنه ، لأنه يتواصل مع مجتمع وينبغي أن تكون الحقيقة والصدق هما لغة التواصل ، وحتى يتمكن الجميع من التعرف على بعضهم البعض دون تزييف أو انتحال لأشخاص آخرين أو أفكارهم أو الترميز غير الإيجابي ، والذي قد يؤدي الى التشتت وتدمير الثقة والعلاقة الاجتماعية من أساسه ، وهذا ما تؤكده كثرة من الدراسات، كدراسة (جريدة السكينة، ٢٠١٥) ، ودراسة (زين الدين ، ٢٠١٤) ، ودراسة (سبتي ، ٢٠١٣)، (Code of Conduct on Social Media Use, 2017) ، والتي تشير الى ضرورة التأكد الفعلي من شخصية المتواصلين وصدق بياناتهم الشخصية وكل ما ينشرونه على صفحاتهم الشخصية .

البعد الثالث عشر: إنشاء مجموعات:

جدول (١٥) يوضح التكرارات والنسب المئوية والمتوسط الحسابي والانحراف المعياري والنسبة المئوية الوزنية والترتيب والرتبة لكل عبارة من عبارات البعد الثالث عشر (إنشاء مجموعات)، والبعد ككل

م	الآداب والأخلاقيات	درجة الموافقة						المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	النسبة المئوية الوزنية	الترتيب	الرتبة
		كبيرة		متوسطة		ضعيفة						
		ك	%	ك	%	ك	%					
١	ضرورة وجود رؤية واضحة عند المجموعة وتحديدها.	٤٦	٩٢.٠٠	٣	٦.٠٠	١	٢.٠٠	٢.٩٠	٠.٣٦٤	٩٦.٦٧	٣	كبيرة
٢	الحرص في اقتاء الأعضاء وفقا لمبادئ المجموعة وخصائصها وأهدافها.	٤٥	٩٠.٠٠	٤	٨.٠٠	١	٢.٠٠	٢.٨٨	٠.٣٨٥	٩٦.٠٠	٥	كبيرة
٣	اعلان القيم التي تحكم عمل المجموعة ومعايير نقدها وتقييم عملها.	٤١	٨٢.٠٠	٨	١٦.٠٠	١	٢.٠٠	٢.٨٠	٠.٤٠٢	٩٣.٣٣	٨	كبيرة
٤	تركيز المجموعة على موضوعات مشتركة دون الدخول في مناطق محظورة أو تسبب شتتا أو ازعاجا.	٣٩	٧٨.٠٠	٩	١٨.٠٠	٢	٤.٠٠	٢.٧٤	٠.٥٢٧	٩١.٣٣	٩	كبيرة
٥	احترام الأعضاء وتفهيم وحدم التقليل من مشاركاتهم وردودهم.	٤٥	٩٠.٠٠	٣	٦.٠٠	٢	٤.٠٠	٢.٨٦	٠.٤٠٢	٩٥.٣٣	٧	كبيرة
٦	احترام التواصل الجمعي وحدم التحرر في حيض الأفكار أو الآراء الشخصية.	٤٦	٩٢.٠٠	٤	٨.٠٠	٠	٠.٠٠	٢.٩٢	٠.٢٧٤	٩٧.٣٣	٢	كبيرة
٧	الحرص على اختيار شعار للمجموعة يصف طبيعة عملها واتجاهها.	٣٨	٧٦.٠٠	١١	٢٢.٠٠	١	٢.٠٠	٢.٧٤	٠.٤٨٧	٩١.٣٣	٩	كبيرة
٨	تجنب التعريض بأية المجموعة أو نشر أخبارهم الشخصية أو أسرارهم الخاصة.	٤٨	٩٦.٠٠	٢	٤.٠٠	٠	٠.٠٠	٢.٩٦	٠.١٩٨	٩٨.٦٧	١	كبيرة
٩	التمرح قيم التضامن الاجتماعي وتبادل الدعم والمؤازرة في المواقف والأحداث المختلفة.	٤٦	٩٢.٠٠	٣	٦.٠٠	١	٢.٠٠	٢.٩٠	٠.٣٦٤	٩٦.٦٧	٣	كبيرة
١٠	الحرص على تبادل المعارف والمعلومات والأخبار والآراء المفيدة للمجموعة وتطويرها.	٤٦	٩٢.٠٠	٢	٤.٠٠	٢	٤.٠٠	٢.٨٨	٠.٤٣٥	٩٦.٠٠	٥	كبيرة
	البعد ككل	٤٤٠	٨٨.٠٠	٤٩	٩.٨٠	١١	٢.٢٠	٢.٨٦	٠.٣٩٤	٩٥.٢٧		كبيرة

بالنظر الى الجدول السابق رقم(١٥) ، يتضح أن أفراد العينة من خبراء التربية ، يوافقون على هذا البعد (إنشاء مجموعات) والآداب والأخلاقيات المتضمنة فيه ، بدرجة كبيرة ، حيث جاء المتوسط الحسابي للموافقة (٢.٨٦) ، وانحراف معياري (٠.٣٩٤) ، ونسبة مئوية وزنية (٩٥.٢٧) ، ويمكن تفسير هذه النتيجة بأن أفراد العينة من الخبراء يرون أن هناك ضرورة كبيرة في الالتزام بجملة من المعايير والقيم الأخلاقية التي تتعلق بإنشاء مجموعات على شبكات التواصل الاجتماعي ، لأن جوهر عملية الاتصال الاجتماعي ذاتها على الشبكات تتعلق بالتواصل الجمعي وتحقيق الأهداف الخاصة بالاجتماع ، مع أهمية أن تكون المجموعة وتشكيلها في اطار منضبط وموضوعي ، يعمل على تحقيق الأهداف الجماعية ، دون التسبب في احداث خطورة أو تشتت أو اختراق لأمن المتواصلين أو سلامتهم ، وذلك ما أشارت اليه وأكدته دراسات عديدة كدراسة (Perkins,2014) ، ودراسة (جريدة السكينة، ٢٠١٥)، ودراسة (Code of conduct for social media, 2018) ، ودراسة (الدهشان ، ٢٠١٧) . كما تشير النتائج الى احتلال العبارة رقم (٨) من عبارات هذا البعد وهي (تجنب التعريض بأفراد المجموعة أو نشر أخبارهم الشخصية أو أسرارهم الخاصة)، المرتبة الأولى في درجة الموافقة، حيث كان المتوسط الحسابي (٢.٩٦)، وبانحراف معياري (٠.١٩٨)، ونسبة مئوية وزنية (٩٨.٦٧). وهذه نسبة اتفاق كبيرة، ويمكن تفسير هذه النتيجة بأن فراد العينة يرون أن من أهم خصائص المجموعات المنضبطة، أن يراعي أعضاؤها الأسرار الخاصة بها وعدم افشاء أية معلومات أو بيانات شخصية عنهم، لأن ذلك يحافظ على توازن المجموعة واستقرارها، وتحقيق أهدافها، ولا يسمح باختراقها أو تهديد أحد أعضائها أو النيل من السمعة أو المكانة الشخصية أو الاجتماعية له، وهذا ما أكدته كثرة من الدراسات، كدراسة (أبو وردة، ٢٠١٨)، ودراسة (الخريشة، ٢٠١٦)، ودراسة (عبد الحميد، ٢٠١٢).

البعد الرابع عشر: الإعلان والتسويق (الذاتي والمؤسسي):
جدول (١٦) يوضح التكرارات والنسب المئوية والمتوسط الحسابي والانحراف المعياري والنسبة المئوية الوزنية والترتيب والرتبة لكل عبارة من عبارات البعد الرابع عشر: الإعلان والتسويق (الذاتي والمؤسسي)، والبعد ككل

م	الآداب والأخلاقيات	درجة الموافقة						المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	النسبة المئوية الوزنية	الترتيب	الرتبة
		كبيرة		متوسطة		ضعيفة						
		ك	%	ك	%	ك	%					
١	مراعاة الصدق والنزاهة عند الإعلان عن منتج شخصي أو بخص مجموعة معينة.	٤٤	٨٨.٠٠	٤	٨.٠٠	٢	٤.٠٠	٢.٨٤	٠.٤٦٨	٩٤.٦٧	٥	كبيرة
٢	تجنب الشعارات والادعاءات والأكاذيب عند الترويج لسلعة أو منتج.	٤٧	٩٤.٠٠	٣	٦.٠٠	٠	٠.٠٠	٢.٩٤	٠.٢٤٠	٩٨.٠٠	٢	كبيرة
٣	عدم مضايقة الآخرين بفرض اطلاعهم على السلعة أو المنتج بالنشر على صفحاتهم أو إرسال رسائل مستمرة لهم.	٣٩	٧٨.٠٠	١٠	٢٠.٠٠	١	٢.٠٠	٢.٧٦	٠.٤٧٦	٩٢.٠٠	٧	كبيرة
٤	مراعاة قيم وعادات وتقاليد المجتمع عند الترويج لسلعة أو منتج.	٤٨	٩٦.٠٠	٢	٤.٠٠	٠	٠.٠٠	٢.٩٦	٠.١٩٨	٩٨.٦٧	١	كبيرة
٥	تحري الأمانة والموضوعية عند نشر صور أو معلومات عن المنتج سواء أكانت شخصية أو لمجموعة.	٤٣	٨٦.٠٠	٥	١٠.٠٠	٢	٤.٠٠	٢.٨٢	٠.٤٨٢	٩٤.٠٠	٦	كبيرة
٦	عدم التقليل من شرف الآخرين ومنتجاتهم أو استهدافهم بالتجريح أو التدليس والتلفيق.	٣٨	٧٦.٠٠	١١	٢٢.٠٠	١	٢.٠٠	٢.٧٤	٠.٤٨٧	٩١.٣٣	٨	كبيرة
٧	تحريم الاتجار بالبشر أو الأعضاء والسلاح والمواد الغذائية.	٤٦	٩٢.٠٠	٤	٨.٠٠	٠	٠.٠٠	٢.٩٢	٠.٢٧٤	٩٧.٣٣	٣	كبيرة
٨	تحريم الاتجار بالأموات والمنشطات الجنسية بحثاً عن الفائدة المالية وتشجيع الدعارة.	٤٤	٨٨.٠٠	٦	١٢.٠٠	٠	٠.٠٠	٢.٨٨	٠.٣٢٨	٩٦.٠٠	٤	كبيرة
	البعد ككل	٣٤٩	٨٧.٢٥	٤٥	١١.٢٥	٦	١.٥٠	٢.٨٦	٠.٣٧	٩٥.٢٥		كبيرة

بالنظر الى الجدول السابق رقم(١٦) ، يتضح أن أفراد العينة من خبراء التربية ، يوافقون على هذا البعد (الإعلان والتسويق "الذاتي والمؤسسي") والآداب والأخلاقيات المتضمنة فيه ، بدرجة كبيرة ، حيث جاء المتوسط الحسابي للموافقة (٢.٨٦) ، وانحراف معياري (٠.٣٧) ، ونسبة مئوية وزنية (٩٥.٢٥) ، ويمكن تفسير هذه النتيجة بأن أفراد العينة من الخبراء يرون أن هناك ضرورة وأهمية بالغة في أن يلتزم المتواصلون عبر الشبكات الاجتماعية بالآداب والأخلاقيات المتعلقة بالإعلان والتسويق سواء أكان ذاتيا أم مؤسسيا ، لأن ذلك يتعلق بالأمانة والموثوقية وتقدير الآخرين وعدم التدليس عليهم أو غمطهم ، وهذا جوهر من حقوق الأفراد والمجتمع ، فشبكات التواصل الاجتماعي أصبحت سوقا كبيرة ومجالا رحيبا لتبادل السلع والمنتجات والخدمات والمعلومات ، وغيرها من الأمور ، وهذا أدعى للموثوقية عند التسويق ، وهذا ما أشارت اليه دراسات عديدة كدراسة (Personnel General Provisions, 2013)، ودراسة (Bouman ,2016) (اللبان، ٢٠١٥)، ودراسة (الدهشان، ٢٠١٧) . كما تشير النتائج الى احتلال العبارة رقم (٤) من عبارات هذا البعد وهي (مراعاة قيم وعادات وتقاليد المجتمع عند الترويج لسلعة أو منتج)، المرتبة الأولى في درجة الموافقة، حيث كان المتوسط الحسابي (٢.٩٦)، وبانحراف معياري (٠.١٩٨)، ونسبة مئوية وزنية (٩٨.٦٧). ويمكن تفسير هذه النتيجة، بأن أفراد العينة يرون وبشكل كبير أهمية مراعاة قيم وعادات وتقاليد المجتمع عند الترويج لسلعة أو منتج، لأن المجتمع هو الهدف من ترويج السلع وهو المناط الذي تروج فيه السلعة، ولهذا كان لزاما احترامه وتقديره ومراعاة تقاليده وثقافته وعاداته وقيمه التي تحدد طابعه واتجاهه نحو المستقبل، وهذا ما تؤكده كثرة من الدراسات، كدراسة (الخريشة، ٢٠١٦) ، ودراسة ، (Code of Conduct on Social Media Use, 2017) ، ودراسة (سبتي، ٢٠١٣) ، و(السكينة، ٢٠١٥) ، و (Personnel General Provisions, 2013) ، (عبد الحميد ، ٢٠١٢) .

البعد الخامس عشر: الملكية الفكرية:

جدول (١٧) يوضح التكرارات والنسب المئوية والمتوسط الحسابي والانحراف المعياري والنسبة المئوية الوزنية والترتيب والرتبة لكل عبارة من عبارات البعد الخامس عشر (الملكية الفكرية)، والبعد ككل

م	الآداب والأخلاقيات	درجة الموافقة						المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	النسبة المئوية الوزنية	الترتيب	الرتبة
		كبيرة		متوسطة		ضعيفة						
		ك	%	ك	%	ك	%					
١	عدم نسبة معلومات أو معارف أو مقالات أو بيانات للآخرين على أنها للشخص ذاته.	٤٧	٩٤.٠٠٠	٢	٤.٠٠٠	١	٢.٠٠٠	٢.٩٢	٠.٣٤٠	٩٧.٣٣	١	كبيرة
٢	عدم انتحال شخصية أو وظيفة معينة أو وضعية غير حقيقية.	٤٦	٩٢.٠٠٠	٣	٦.٠٠٠	١	٢.٠٠٠	٢.٩٠	٠.٣٦٤	٩٦.٦٧	٢	كبيرة
٣	عدم استعارة شعارات أو رموز أو علامات تجارية للآخرين دون موافقتهم.	٤٥	٩٠.٠٠٠	٤	٨.٠٠٠	١	٢.٠٠٠	٢.٨٨	٠.٣٨٥	٩٦.٠٠	٣	كبيرة
٤	عدم النقل أو النكبة أو الاقتباس من الصفحات أو المواقع الالكترونية دون الاشارة الى المصادر.	٤٤	٨٨.٠٠٠	٤	٨.٠٠٠	٢	٤.٠٠٠	٢.٨٤	٠.٤٦٨	٩٤.٦٧	٦	كبيرة
٥	عدم الكذب والتدليس على المتواصلين بنشر معلومات أو أخبار لمؤسسات إعلامية على أنها لمؤسسات أخرى.	٤٥	٩٠.٠٠٠	٤	٨.٠٠٠	١	٢.٠٠٠	٢.٨٨	٠.٣٨٥	٩٦.٠٠	٣	كبيرة
٦	مراعاة حقوق الآخرين في التعبير عن آرائهم دون قيود أو استهجان وحجج.	٣٩	٧٨.٠٠٠	٨	١٦.٠٠٠	٣	٦.٠٠٠	٢.٧٢	٠.٥٧٣	٩٠.٦٧	٨	كبيرة
٧	تجنب نشر صور أو ملفات فيديو أو منشورات أو فلاشيهات دون الإشارة الى مصدرها ومبدعيها.	٣٥	٧٠.٠٠٠	١١	٢٢.٠٠٠	٤	٨.٠٠٠	٢.٦٢	٠.٦٣٥	٨٧.٣٣	٩	كبيرة
٩	الاشارة الى أصحاب المقالات أو الأفكار أو الآراء عند نشر أو التعبير عن موضوع أو موقف أو قضية مطروحة.	٤٤	٨٨.٠٠٠	٣	٦.٠٠٠	٣	٦.٠٠٠	٢.٨٢	٠.٥٣٢	٩٤.٠٠	٧	كبيرة
١٠	عدم التعدي على حقوق النشر والتأليف سواء (الكتب أو الشعر والأدب والغناء) وغيرها من الموسيقات والأبيات.	٣٧	٧٤.٠٠٠	٧	١٤.٠٠٠	٦	١٢.٠٠٠	٢.٦٢	٠.٦٩٧	٨٧.٣٣	٩	كبيرة
١١	تجنب مشاركة أو نشر موضوعات أو روابط لجهات غير معلومة الأصل لا تتمتع بشهرة قانونية أو اعتبارية.	٤٥	٩٠.٠٠٠	٣	٦.٠٠٠	٢	٤.٠٠٠	٢.٨٦	٠.٤٥٢	٩٥.٣٣	٥	كبيرة
	البعد ككل	٤٢٧	٨٥.٤٠٠	٤٩	٩.٨٠٠	٢٤	٤.٨٠٠	٢.٨١	٠.٤٨	٩٣.٥٣		كبيرة

بالنظر الى الجدول السابق رقم(١٧) ، يتضح أن أفراد العينة من خبراء التربية ، يوافقون على هذا البعد (الملكية الفكرية) والآداب والأخلاقيات المتضمنة فيه ، بدرجة كبيرة ، حيث جاء المتوسط الحسابي للموافقة (٢.٨١) ، وانحراف معياري (٠.٤٨) ، ونسبة مئوية وزنية(٩٣.٥٣)،ويمكن تفسير هذه النتيجة بأن أفراد العينة من الخبراء يرون أن هناك ضرورة وأهمية بالغة في أن يلتزم المتواصلون بالآداب والأخلاقيات المتعلقة بحقوق الملكية الفكرية للمنتج الشخصي أو المؤسسي ، لأن ذلك يمثل حقا أصيلا للناشر ، ولا ينبغي التعدي عليه أو انتحاله أو تزويره أو نسبته لغيره ، فهذا أدعى للحفاظ على الحقوق والمكتسبات الفكرية ، وإشاعة مناخ من الموضوعية والعدالة والتقدير الفردي والجمعي ، وهذا ما أكدته دراسات عديدة ، كدراسة (Bouman ,2016)، ودراسة (اللبان، ٢٠١٥) ، و(أخلاقيات التعامل على شبكات التواصل الاجتماعي، ٢٠١٤) ، و(السكينة ، ٢٠١٥) ، و (الخريشة،٢٠١٦) ودراسة (الدهشان ، ٢٠١٧) . كما تشير النتائج الى احتلال العبارة رقم (١) من عبارات هذا البعد وهي (عدم نسبة معلومات أو معارف أو مقالات أو بيانات للآخرين على أنها للشخص ذاته)، المرتبة الأولى في درجة الموافقة، حيث كان المتوسط الحسابي (٢.٩٢)، وبانحراف معياري (٠.٣٤٠)، ونسبة مئوية وزنية (٩٧.٣٣). ويمكن تفسير هذه النتيجة، بأن أفراد العينة يرون ضرورة وأولوية أن يلتزم المتواصلون بحقوق الملكية الفكرية وخصوصا المتعلقة بالمعلومات والمعارف والمقالات والبيانات للآخرين، وعدم نسبتها الى الشخص ذاته، لأن ذلك يعد تدليسا وتزويرا وسرقة أدبية للحقوق الخاصة بآخرين، كما أنه يعطي صورة سلبية ومظلمة عن التواصل الاجتماعي الذي ينبغي أن يكون موجها نحو تقدير الحقوق والامتيازات المتعلقة بالآخرين على شبكات التواصل الاجتماعي الموجهة أصلا لحماية الاجتماع ومراعاة الآخرين. ولقد أشارت دراسات عديدة الى أهمية مراعاة الملكية الفكرية بشكل أساسي، كدراسة (الخريشة، ٢٠١٦)، (أخلاقيات التعامل على شبكات التواصل الاجتماعي، ٢٠١٤) (Kaupins,2010)، (عبد الحميد، ٢٠١٢)، (أبو وردة، ٢٠١٨).

المحور الرابع (صيغة الميثاق الأخلاقي المقترح لاستخدام شبكات التواصل الاجتماعي)

في ضوء الاطلاع على الإطار النظري للدراسة الحالية ومراجعة الدراسات السابقة ذات الصلة ، ومن خلال اجراءات الجانب الميداني والذي استهدف التعرف على أهم آداب وأخلاقيات التواصل عبر شبكات التواصل الاجتماعي من وجهة نظر بعض خبراء التربية بالجامعات المصرية ، ففي الصفحات التالية والتي ينطوي عليها هذا المحور، سوف يتم تقديم ملامح صيغة مقترحة لميثاق أخلاقي لاستخدام شبكات التواصل الاجتماعي ، توطئة لتقديمها الى كل من يهمه الأمر، وكإسهامه حقيقية من جانب الدارسة الحالية لمحاولة ضبط السلوك الالكتروني والممارسات المتعلقة به عبر هذه الشبكات. وذلك كما يلي:

أولا: تمهيد الميثاق الأخلاقي المقترح:

يشير الواقع الافتراضي والتواصل من خلاله الى استشراء وتنامي استخدام مواقع التواصل الاجتماعي ، وما لهذه الشبكات من آثار شملت جوانب عديدة في حياة المتواصلين ، وما تسببه من

مشكلات ومعضلات تتعلق بسوء استخدامها والتوظيف غير الرشيد لها ، ومن خلال الدعوات الكثيرة والمتكررة لوجود مواثيق أخلاقية أو مدونات سلوك تتعلق بترشيد استخدامها من قبل روادها ، فإن مبادرة الميثاق الأخلاقي المقترح تصف ببساطة الرغبة والمطلب الحيوي لتشكيل مرجعية أخلاقية في الاستخدام والتعامل مع مختلف شبكات التواصل الاجتماعي الرقمية، وهو ما يؤدي بالضرورة الى تشكيل ثقافة اعلامية اجتماعية متميزة قائمة على أسس ومرتكزات ثابتة في التواصل عبر كافة الشبكات الاجتماعية ومن خلال تطبيقاتها وأدواتها المختلفة، يسود فيها الاحترام والتعاطي الإيجابي بين مختلف الفئات وحول مختلف الموضوعات.

ولقد نص الاعلان العالمي لحقوق الانسان مادة (١٩): على أن "لكلِّ شخص حقُّ التمتُّع بحرِّية الرأي والتعبير، ويشمل هذا الحقُّ حرِّيته في اعتناق الآراء دون مضايقة، وفي التماس الأنباء والأفكار وتلقِّيها ونقلها إلى الآخرين، بأيَّة وسيلة ودونما اعتبار للحدود"، وهذا الحق ينبغي أن يكون مكفولا عبر شبكات التواصل الاجتماعي باعتبارها أضحت اعلاما اجتماعيا مهما، وله جمهوره العريض عبر العالم بمختلف اتجاهاته اجناسه وتياراته ومجتمعاته ودوله. (الجمعية العامة للأمم المتحدة،١٩٤٨)

وينص الدستور المصري على أن "للمراسلات البريدية، والبرقية، والإلكترونية، والمحادثات الهاتفية، وغيرها من وسائل الاتصال حرمة، وسريتها مكفولة، ولا تجوز مصادرتها، أو الاطلاع عليها، أو رقابتها إلا بأمر قضائي مسبب"، وتؤكدها المادة(٩٩) "كل اعتداء على الحرية الشخصية أو حرمة الحياة الخاصة للمواطنين، وغيرها من الحقوق والحريات العامة التي يكفلها الدستور والقانون، جريمة لا تسقط الدعوى الجنائية ولا المدنية الناشئة عنها بالتقادم" (الدستور المصري، ٢٠١٤)

والميثاق الأخلاقي المقترح للتواصل عبر شبكات التواصل الاجتماعي يأتي في إطار تطوير مستوى التواصل الاجتماعي للأفراد وتطوير الأداء الانساني والمهني للجماعات والمؤسسات، وتشجيع الاستغلال الأمثل لمخرجات هذا الإعلام الجديد وتعزيز الالتزام بالمبادئ والمرتكزات العامة والمعايير الأخلاقية الإعلامية، ونشر الثقافة الإيجابية في تطبيقات التواصل في شبكات التواصل الاجتماعي". (الشرق الأوسط، ٢٠١٧). ومن المتوقع أن يسهم الميثاق الأخلاقي المقترح في حل وتجاوز المشكلات والسلبيات الناتجة عن التواصل غير الايجابي عبر الشبكات الاجتماعية وليكون مرجعية علمية اجتماعية انسانية قانونية تشريعية تعاونية موجهة في استخدام المساحة الواسعة التي تتيحها تلك الشبكات والقنوات الاتصالية بشكل عام.

أولا: مفاهيم أساسية:

تتحدد المفاهيم الأساسية للميثاق الأخلاقي المقترح لاستخدام الشبكات الاجتماعية، فيما يلي:

- شبكات التواصل الاجتماعي: Social Networkings Sites

"هي منظومة من المواقع الالكترونية الموجودة على الانترنت والتي تتيح لمستخدميها (أفرادا وجماعات) الذين لديهم نفس الهوايات، والاهتمامات، والميول، والأنشطة ..الخ، التواصل المرئي

والصوتي وتبادل الصور والرسائل والفيديوهات والبريد والملفات والمناقشات الجماعية وغيرها من الامكانات التي توطد تفاعلهم والعلاقات الاجتماعية بينهم"

- الميثاق الأخلاقي: Ethics Pact

"هو وثيقة رسمية أو غير رسمية تحدد مجموعة القيم والمبادئ والسلوكيات الإيجابية التي نرى ضرورة أن يلتزم بها كل مرتادي شبكات التوصل الاجتماعي والتي من شأنها أن تساعد في الاستخدام الرشيد لتلك الشبكات، وبما يحفظ أمن وحقوق الآخرين وسلامة العلاقات القائمة بينهم"

***المتواصل عبر الشبكات: User Social Networking**

ويقصد به كل فرد أو مجموعة أو كيان أو مؤسسة تستخدم مواقع وشبكات التواصل الاجتماعي الإلكترونية في التواصل وتبادل الآراء والأخبار والملفات والصور والفيديوهات والسلع والخدمات والإعلانات، ...الخ . لتحقيق منفعة شخصية أو اجتماعية.

منطلقات الميثاق الأخلاقي المقترح:

يرى الباحثان أن الميثاق الأخلاقي للتواصل عبر شبكات التواصل الاجتماعي، يعتمد على عدة منطلقات، وهي:

المسؤولية المشتركة: ويعني ذلك أن التواصل الذي ينشأ بين المتواصلين عبر الشبكات الاجتماعية بكل أشكاله واتجاهاته ومضامينه يعبر عن مسئولية مشتركة لكل أطراف التفاعل، لا على طرف دون الآخرين.

الحرية المشروطة: وتعني أن لكل فرد متواصل عبر شبكات التواصل الاجتماعي الحرية الكاملة في التعبير عن نفسه وعن آرائه ومواقفه واتجاهاته، دون المساس بأمن وحقوق الآخرين وسلامتهم الشخصية والاجتماعية وغيرها.

الانضباط الفردي: ويعني أن يكون الأفراد عبر شبكات التواصل الاجتماعي، مدركين أهمية الالتزام بقيم التواصل وعدم المساس بأمن الآخرين وحقوقهم وحرياتهم، عن اقتناع شخصي تام، وعن تسليم مطلق بأن للآخرين حريات لا ينبغي المساس بها.

معيارية الجماعة: وتعني أن السلوك الالكتروني الذي يميز المتواصلين عبر شبكات التواصل الاجتماعي، ينبغي أن يكون تعبيرا عن قيم الجماعة وما ترتضيه، بحيث لا يمثل انتهاكا للجماعة أو يستهدف أعضائها.

أصالة التواصل: ومعنى ذلك أن يكون تواصل الأفراد والجماعات تعبيرا واضحا عن الخصائص المميزة لهم، وعن النسق المقبول في طرح القضايا والموضوعات والأفكار والآراء التي تصف الوضوح والمصداقية.

عموم الفائدة: ويعني أن الممارسات الجيدة المستمدة من القيم والمعايير الجماعية التي تصف أهدافها وتوجهاتها، هي الحاكمة في سلوك الأعضاء الممارسين للتواصل عبر الشبكات الاجتماعية، دون الانفراد بها لشخص أو طائفة أو جماعة بعينها.

توكيد القيم: ويعني أن التواصل عبر الشبكات الاجتماعية ينبغي أن يكون مستمدا من قيم إيجابية مشتركة، تعكس الايمان بجدوى التواصل ومعيارية السلوك المترتب عليه وعوائده مع استمرارية الالتزام بها والمحافظة عليها.

تجرد التعبير: ومعنى ذلك أن التواصل الاجتماعي عبر الشبكات، يجب أن يعكس مصلحة الجميع دون تحقيق مصلحة ذاتية أو فئوية أو لطائفة أو اتجاه، لا يمثل ما تصبو اليه الجماعة وتعمل على تعزيزه من تواصل أعضائها.

مراعاة المصالح: ويعني أن التواصل عبر شبكات التواصل الاجتماعي سواء أكان فرديا أو جماعيا، ينبغي أن يعكس الشفافية في التواصل مع الآخرين، مع مراعاة ما يحقق للجميع فوائد، وأن تكون مصلحة الآخرين أمام كل فرد بحيث لا يجور عليها أو يتجاهلها.

الملكية الجماعية: ويعني أن يدرك الجميع أن كل أدوات ووسائل وامكانيات التواصل المتعلقة بشبكات التواصل الاجتماعي هي ملكية للجميع، وأن أي عبث بها أو انحراف في استخدامها، من شأنه أن يهدد المنظومة ويهدر مواردها ويعرضها للهدم والانهيار.

التأثير المتبادل: ويعني أن كل ما يصدر عن المتواصلين أو النشطاء أو مرتادي شبكات التواصل الاجتماعي، لا يمس طرفا واحدا بل يمس ويهم كل الأطراف المتفاعلة، بل قد يمتد أثره لأطراف أخرى عديدة.

خطورة الانفلات: ويعني ذلك أن الخروج على النظام الاجتماعي والقيم التي تحكم الجماعة من المتواصلين عبر شبكات التواصل الاجتماعي، سوف يسبب خطورة كبيرة وتهديدا للأفراد والجماعات، وكل ما يتعلق بمصلحة الجميع، أو الاستقرار والنظام الذي يحمي الكل ويرعاه.

الأمن الاجتماعي: ويعني ذلك أن التواصل عبر الشبكات الاجتماعية ينبغي أن يكون في الاتجاه الايجابي والذي يعكس استقرار الجماعة وتماسكها وبما ينعكس على أمن المجتمع الكبير الذي يشمل الأعضاء والجماعات التي تتألف منهم. لخطورة السيطرة والاستلاب والانقياد لأفكار واتجاهات معادية تستهدف الاختراق والغزو الفكري وتقويض أمن الجميع.

سادسا: القيم المحورية للميثاق الأخلاقي المقترح:

يرى الباحثان أن الميثاق الأخلاقي للتواصل عبر شبكات التواصل الاجتماعي يسعى الى تكريس القيم التالية: (الأمانة-الصدق – الموثوقية –الاحترام –النزاهة – الشفافية –التعاون – الموضوعية –الرشادة – الاعتدال – الجماعية –الاختلاف – التعددية –المسئولية –المحبة – الواجب-الاتقان) ..وهذه القيم المحورية هي ما تعكسه الأخلاقيات والآداب التي تميز ممارسات الاستخدام لشبكات التواصل الاجتماعية ، وهي المعبر عنها في الصيغة المقترحة للميثاق الأخلاقي .

****ملامح الميثاق الأخلاقي المقترح للتواصل عبر شبكات التواصل الاجتماعي**

استهدفت الدراسة الحالية التوصل الى صيغة مقترحة تصف الميثاق الأخلاقي لاستخدام شبكات التواصل الاجتماعي، ومن خلال استقصاء آراء بعض خبراء التربية حول الأبعاد التي تنتظم الآداب والأخلاقيات التي ينبغي أن يتميز بها سلوك المتواصلين عبر هذه الشبكات، والتي تصف السلوك

الرشيد للتواصل من خلالها والتعامل معها، فلقد تم التوصل الى ملامح الميثاق المقترح، والتي يمكن عرضها، كما يلي:

أولا: بعد الكتابة والتعليقات:

ينبغي أن تتصف السلوكيات المتعلقة بهذا البعد، بالآداب والأخلاقيات التالية:

- مراعاة الكتابة للضوابط العامة التي تحكم المجتمع وثقافته.
- انتقاء ألفاظ وكلمات تتسق مع الذوق العام وتتصف بالقبول.
-تجنب إثارة الآخرين بموضوعات وقضايا من شأنها أن تؤدي الى التشتت والاختلاف.
-البعد عن التعبيرات الصادمة لوجدان المتواصلين وتوقعاتهم.
-تجنب هجاء الآخرين وإحراجهم.
-البعد عن الاستهداف الشخصي عند التعليق على الموضوعات والكتابة فيها.
-تمتع الكتابة بالموضوعية والحيادية عند تناول الموضوعات والتعليق عليها.
-تجنب الإسهاب في تفاصيل غير مهمة أو مرتبطة بموضوع التواصل.
-تجنب لغة التلميح والتشهير بالآخرين عند عرض الأفكار والآراء الشخصية.
-تجنب تسجيل الإعجاب بشكل مستمر على كل الموضوعات دون مراعاة طبيعتها ومضمونها.
-تجنب الترويج للأفكار المنحرفة والهدامة.
-تجنب الاستخدام الوهمي للأسماء والرموز بهدف تضليل الآخرين.
-تجنب الانحياز المستمر سواء للأفكار أو الأشخاص دون مبرر أو حجة.

ثانيا : بعد إرسال الرسائل الالكترونية على الخاص واستقبالها:

ينبغي أن تتصف السلوكيات المتعلقة بهذا البعد، بالآداب والأخلاقيات التالية:

-التعرف على مدى قبول أو استعداد متلقي الرسالة للاستمرار في الحديث أثناء التواصل.
-تجنب الرسائل المثيرة والصادمة للمرسل إليه.
-الدخول في موضوع الرسالة مباشرة دون تقديمات كثيرة ومملة.
-احترام رغبة مستلم الرسالة في عدم الرد عليها.
-تقدير ظروف المرسل إليه بتجنب الضغط في الحصول على استجابة.
-مراعاة وقت متلقي الرسالة بتقليل الكلام قدر المستطاع أثناء التواصل.
-تجنب الرد المتعجل العنيف لبعض الرسائل غير المقبولة.
-التقليل من استخدام الرموز والملصقات قدر المستطاع أثناء التواصل.
-الحرص على إنهاء الرسائل بعبارات أو ألفاظ طيبة تعكس احترام المرسل اليه وتقديره.

ثالثا :بعد نشر الصور والفيديوهات والملفات:

ينبغي أن تتصف السلوكيات المتعلقة بهذا البعد، بالآداب والأخلاقيات التالية:

-عدم نشر الصور والفيديوهات التي تسئ إلى الذوق العام.
-عدم نشر الصور والفيديوهات الخادشة للحياء.
-تجنب نشر صور أو فيديوهات شخصية للآخرين دون رغبتهم.

-اختيار موضوعات تهم المجتمع لنشرها في ملفات.
-تجنب تحميل الملفات التي تثير الآخرين ولا تضيف إليهم.
-تقليل عرض الملفات الشخصية التي لا تهم الكثيرين من المتواصلين.
-تجنب مشاركة الصور والفيديوهات والملفات غير معلومة المصدر.
-تجنب دبلجة الفيديوهات بهدف الإساءة للآخرين وايذائهم.
-عدم تلفيق الصور والفيديوهات والمقالات ونشرها.
-تقليل نشر الصور الشخصية قدر الإمكان.

رابعا : بعد الحوار البناء وتبادل الآراء ووجهات النظر:

ينبغي أن تتصف السلوكيات المتعلقة بهذا البعد، بالآداب والأخلاقيات التالية:
-تقدير وجهات نظر الآخرين وآرائهم حول الموضوعات المختلفة.
-تجنب الهجوم على الأشخاص أو الأفراد أو الجماعات لمجرد عدم الاقتناع بمواقفهم وآرائهم.
-ترك مساحة للآخرين للتعبير عن وجهات نظرهم دون قمعهم.
-تشجيع الآخرين على التعبير عن آرائهم بحرية اثراءً للجوانب المعرفية والسلوكية.
-إنهاء الحوار مع الآخرين عند استشعار تغير لغته أو الانفعال الشديد.
-تجنب الانتصار لقضية أو معتقد دون الاهتمام بالآخرين ومواقفهم.
-تجنب فرض اتجاه في الفكر على الرغم من تحفظات الآخرين حياله.
-احترام النقد الموجه من الآخرين بتوظيفه في تعديل السلوك الالكتروني.
-عدم تلوين المواقف والآراء –دائما-بالطابع السياسي أو الديني.

خامسا : بعد الحفاظ على قيم المجتمع وتماسكه:

ينبغي أن تتصف السلوكيات المتعلقة بهذا البعد، بالآداب والأخلاقيات التالية:
-الحرص على ارساء قيم مجتمعية وثقافية أصيلة من خلال النشر ومشاركة الموضوعات المختلفة.
-الحرص على الآداب العامة والتقاليد والأعراف التي يتمتع بها المجتمع ويكرسها لدى أعضائه.
-عدم الاستهانة أو الاستخفاف أو التقليل من قيم وثقافات وعادات المجتمعات الأخرى عند التواصل مع الآخرين.
-الحرص على تنمية قيم الولاء والانتماء الى المجتمع.
-تشجيع المتواصلين على الاعلاء من قيم المجتمع ومبادئه من خلال تبادل الآراء والموضوعات العامة والثقافية.
-الحرص على نشر ومشاركة الموضوعات التي تعلي من أهمية المجتمع وترسخ تماسك أعضائه.
-تشكيل وجدان ايجابي لدى الأصدقاء والمتابعين حول مجتمعهم باستهداف اصلاحه.
-عدم التطرق لموضوعات خاصة قد تهدد أمن المجتمع واستقراره.
-تغليب الصالح المجتمعي العام عند إدارة المناقشات أو الحوارات المتعلقة بالمجتمع واتجاهاته.
-عدم التواصل مع جهات أو مجموعات أو نشر روابط تهدد أمن المجتمع وتستهدف أعضاءه.

سادسا بعد: احترام الخصوصية:

ينبغي أن تتصف السلوكيات المتعلقة بهذا البعد، بالآداب والأخلاقيات التالية:

-تجنب النشر على صفحات الآخرين دون استئذانهم.

-تجنب التعرض لأسرار المتواصلين وإفشائها.

-تجنب التصفح المستمر لصفحات الأصدقاء بهدف التجسس والتعريض بخصوصياتهم.

-تجنب نشر صور أو اخبار أو معلومات عن الآخرين دون رغبتهم أو موافقتهم.

-تجنب التعرض للصور الشخصية للمتواصلين أو أغلفة صفحاتهم بالسخرية أو التعليقات الجارحة.

-تجنب الدخول في تفاصيل شخصية للمتواصلين أو الأصدقاء تسبب لهم مضايقات أو احراج.

-عدم نشر أخبار أو معلومات تتعلق بالأمور الشخصية للآخرين أو أسرهم.

-تجنب التقليل من انجازات الآخرين ومنشوراتهم.

-تجنب الاستفسار عن أمور شخصية تخص المتواصلين وأسرهم.

-عدم اختراق حسابات الآخرين أو محاولة اختراقها رغبة في استخدام بياناتهم الشخصية ونشرها.

سابعا بعد: مراعاة الآخرين وتقديرهم:

ينبغي أن تتصف السلوكيات المتعلقة بهذا البعد، بالآداب والأخلاقيات التالية:

-تجنب التميز والمحاباة لبعض المتواصلين على حساب آخرين.

-الحرص على تبادل التهنئة والاطمئنان على الأصدقاء والمتواصلين في المواقف والمناسبات المختلفة.

-الحرص على مشاركة الآخرين في أحزانهم وتبادل الكلمات المعبرة عن المشاعر الايجابية والمساندة لهم.

-نشر الأخبار والمعلومات الايجابية عن الآخرين مع مساعدتهم على التميز والانجاز فيما يقومون به.

-احترام رغبات الآخرين في عدم نشر أو تبادل الموضوعات أو الأحاديث التي تسبب لهم ارباكا أو مضايقات.

-تجنب التركيز على سفاسف أو سقطات أو زلات عبر عنها الآخرون دون قصد منهم.

-الحرص على ارساء قيم ومبادئ ايجابية عند التواصل الفردي أو الجمعي.

-الحرص على تقديم النصائح والتوجهات للأشخاص على الخاص.

ثامنا بعد: نشر المعارف والمعلومات والأخبار:

ينبغي أن تتصف السلوكيات المتعلقة بهذا البعد، بالآداب والأخلاقيات التالية:

-تجنب نشر الموضوعات والمعلومات التي لا يقوم عليها دليل دون تمحيص وتحليل.

-عدم مشاركة الأخبار أو المعلومات أو الروابط التي تتعرض لأفكار ومفاهيم وموضوعات تمس الأمن القومي.

-تقليل الدخول في تفاصيل أو موضوعات لا تخدم الا أغراض أفراد أو مؤسسات بعينها دون الصالح العام.

-التأكد المستمر من موثوقية الأخبار والمعلومات ومصادرها قبل نشرها ومشاركتها.
-عدم نشر الخرافات والأفكار الهدامة أو المتخلفة عن ركب العلم والتطوير الحادث في العالم.
-الحرص على نشر ومشاركة الأخبار والروابط العلمية والثقافية والتي تخدم المجتمع وأفراده.
-المراجعة المستمرة للكتابة حول موضوعات معينة وتحليل استجابات الأعضاء عليها.
-عدم تكرار الكتابة في الموضوعات التي تسبب احراجا أو تلبيسا لدى المتواصلين أو الأصدقاء.
-تقليل الحديث عن الذات والانجازات الشخصية التي قد تسبب مضايقات للآخرين أو تستفزهم.
-الإكثار من عرض الأفكار والمعلومات والأخبار المتعلقة بالإنجازات سواء المجتمعية أو الشخصية للرموز والمبدعين.
-التركيز على الموضوعات التي ترسخ للإبداع والتطوير والاستفادة من الخبرات الناجحة فردية ومجتمعية ودولية.

تاسعا بعد: ضبط النفس ورد الفعل:

ينبغي أن تتصف السلوكيات المتعلقة بهذا البعد، بالآداب والأخلاقيات التالية:
-الحرص على تحليل مواقف الأفراد أو الجماعات قبل الهجوم عليهم.
-التحلي بالمرونة والتفهم لمواقف الآخرين واتجاهاتهم.
-التسامح قدر الإمكان مع المسيئين أو المتنمرين عبر التواصل سواء الفردي أو الجمعي.
-التريث في الرد على بعض المتواصلين وتجرؤهم.
-إتباع القنوات القانونية عند التعرض للإساءة أو التشويش أو التجريح والاستهجان.
-تجنب الدخول في معارك وهمية يعمد لها البعض بهدف الشهرة والتسلية.
-تقديم صورة مشرفة عن الذات بعرض الاهتمامات الايجابية دون التقليل من الآخرين ومواقفهم.
-إعلاء القيم الجماعية عن القيم الفردية عبر التواصل وعرض الأفكار والموضوعات.

عاشرا بعد: الأديان والمذاهب والمعتقدات:

ينبغي أن تتصف السلوكيات المتعلقة بهذا البعد، بالآداب والأخلاقيات التالية:
-احترام الأديان وعدم التعرض لأصحابها بالاستهجان أو التهكم والاستنكار.
-التحلي بالمرونة والتسامح في التواصل مع أصحاب الديانات والمذاهب الأخرى ومناقشتهم.
-تجنب نشر المفاهيم والأفكار الهدامة وفقا لمذاهب أو اتجاهات معينة.
-تجنب فرض معتقد معين تمسكا بالرأي الشخصي والاعتداد به.
-تقدير القيم الدينية للآخرين وعدم التعرض لها بالسخرية أو النقد.
-عدم التشهير بالآخرين أو ايذائهم سواء بالسب أو القذف لمجرد الاختلاف معهم في معتقداتهم الفكرية أو السياسية.
-عدم نشر ما يسئ لديانات الآخرين أو التقليل من شأنهم وطقوسهم.
-الحرص على التواصل الانساني مع أصحاب الديانات الأخرى وتبادل التهنئة معهم ومشاطرتهم أحزانهم.

-الالتزام بالوضوح والشفافية في عرض وجهات النظر، ذات الصلة بمناقشة قضايا فكرية أو مذهبية معينة.
-الحفاظ على قيم التواصل الإنساني والتقدير الشخصي بصرف النظر عن الاختلاف في المبادئ والأفكار والاتجاهات.

حادي عشر بعد: تصميم المدونات الشخصية:

ينبغي أن تتصف السلوكيات المتعلقة بهذا البعد، بالآداب والأخلاقيات التالية:
-اختيار شعار للمدونة لا يتعارض مع مواقف الآخرين أو معتقداتهم.
-تجنب تلوين المدونة الشخصية بطابع سياسي أو أيديولوجي محدد.
-عدم التعرض لموضوعات أو أفكار أو مفاهيم غير مدروسة أو تتمتع بإحاطة فكرية كاملة.
-تجنب اتخاذ موقف معادي لأمن وسلامة المجتمع واستقراره.
-تجنب الدخول في مسارات سياسية أو أيديولوجية من شأنها أن تخدم مصالح الأعداء والمستهدفين لأمن الوطن.
-عدم التعرض لموضوعات مختلف عليها خاصة تلك التي تتعلق بالأمن الوطني ومصلحة المجموع.
-تجنب التشهير ببعض الشخصيات أو الأعلام لمجرد الاختلاف معهم.
-البعد عن عمل تكتلات حزبية من شأنها هدم الاستقرار والأمن الشخصي أو المجتمعي أو الدولي.
-الحرص على تجديد النشر عبر المدونة بما يتواكب مع قضايا المجتمع ومتطلباته.

ثاني عشر بعد: تصميم الصفحات الشخصية:

ينبغي أن تتصف السلوكيات المتعلقة بهذا البعد، بالآداب والأخلاقيات التالية:
-تجنب اختيار صور الخلفية أو البروفيل الشخصي بشكل مستفز أو لا يراعي الآداب والذوق العام.
-ضرورة عمل اسم مستخدم حقيقي دون التستر خلف اسم مستعار أو انتحال شخصية آخرين.
-عدم نشر رموز أو شعارات قد تؤجج لبعض الفتن والاستفزاز.
-تجنب نشر صور أو فيديوهات لا تراعي قيم وآداب وتقاليد المجتمع.
-عدم تثبيت منشورات من شأنها أن تستثير الآخرين وتتحداهم.
-عدم تصميم أكثر من صفحة شخصية-دون الإشارة-بأسماء مختلفة.
-عدم التزوير في البيانات والمعلومات الشخصية المتعلقة بالصفحة الشخصية.
-تجنب السماح للآخرين بالنشر على الصفحة الشخصية قبل الاطلاع المباشر على المنشور.
-تحري الدقة الكاملة في البيانات الشخصية والمعلومات المتعلقة بالاهتمامات والانجازات وطبيعة العمل أو المهنة.

ثالث عشر بعد: إنشاء مجموعات:

ينبغي أن تتصف السلوكيات المتعلقة بهذا البعد، بالآداب والأخلاقيات التالية:
-ضرورة وجود رؤية واضحة تصف المجموعة وتوجهها.
-الحرص في انتقاء الأعضاء وفقا لرسالة المجموعة وخصائصها وأهدافها.
-اعلان القيم التي تحكم عمل المجموعة ومعايير نقدها وتقويم عملها.

-تركيز المجموعة على موضوعات مشتركة دون الدخول في مناطق محظورة أو تسبب تشتتا أو ارباكا.
-احترام الأعضاء وتقديرهم وعدم التقليل من مشاركاتهم ومداخلاتهم.
-احترام التواصل الجمعي وعدم التحرر في عرض الأفكار أو الآراء الشخصية.
-الحرص على اختيار شعار للمجموعة يصف طبيعة عملها واتجاهها.
-تجنب التعريض بأفراد المجموعة أو نشر أخبارهم الشخصية أو أسرارهم الخاصة.
-ترسيخ قيم التضامن الاجتماعي وتبادل الدعم والمؤازرة في المواقف والأحداث المختلفة.
-الحرص على تبادل المعارف والمعلومات والأخبار والآراء المفيدة للمجموعة ولأفرادها.

رابع عشر بعد: الإعلان والتسويق (الذاتي والمؤسسي):

ينبغي أن تتصف السلوكيات المتعلقة بهذا البعد، بالآداب والأخلاقيات التالية:
-مراعاة الصدق والنزاهة عند الإعلان عن منتج شخصي أو يخص مجموعة معينة.
-تجنب الشعارات والادعاءات والأكاذيب عند الترويج لسلعة أو منتج.
-عدم مضايقة الآخرين بفرض اطلاعهم على السلعة أو المنتج بالنشر على صفحاتهم أو إرسال رسائل مستفزة لهم.
-مراعاة قيم وعادات وتقاليد المجتمع عند الترويج لسلعة أو منتج.
-تحري الأمانة والموضوعية عند نشر صور أو معلومات عن المنتج سواء أكانت شخصية أو لمجموعة.
-عدم التقليل من قدرات الآخرين ومنتجاتهم أو استهدافهم بالتجريح أو التدليس والتلفيق.
-تحريم الاتجار بالبشر أو الأعضاء والسلاح والمواد القتالية.
-تحريم الاتجار بالأدوات والمنشطات الجنسية بحثاً عن الفائدة المالية وتشجيع الدعارة.

خامس عشر بعد: الملكية الفكرية:

ينبغي أن تتصف السلوكيات المتعلقة بهذا البعد، بالآداب والأخلاقيات التالية:
-عدم نسبة معلومات أو معارف أو مقالات أو بيانات للآخرين على أنها للشخص ذاته.
-عدم انتحال شخصية أو وظيفة معينة أو وضعية غير حقيقية.
-عدم استعارة شعارات أو رموز أو علامات تجارية للآخرين دون موافقتهم.
-عدم النقل أو الكتابة أو الاقتباس من الصفحات أو المواقع الالكترونية دون الاشارة الى المصادر.
-عدم الكذب والتلبيس على المتواصلين بنشر معلومات أو أخبار لمؤسسات إعلامية على أنها لمؤسسات أخرى.
-مراعاة حقوق الآخرين في التعبير عن آرائهم دون قيود أو استهجان وهجوم.
-تجنب نشر صور أو ملفات فيديو أو منشتات أو أكلاشيهات دون الإشارة الى مصدرها ومبدعيها.
-الاشارة الى أصحاب المقالات أو الأفكار أو الآراء عند نشر أو التعبير عن موضوع أو موقف أو قضية مطروحة.

-عدم التعدي على حقوق النشر والتأليف سواء ل(الكتب أو الشعر والأدب والغناء) وغيرها من المؤلفات والأدبيات.
-تجنب مشاركة أو نشر موضوعات أو روابط لجهات غير معلومة الأصل ولا تتمتع بشهرة قانونية أو اعتبارية.

***متطلبات تفعيل الميثاق الأخلاقي المقترح لاستخدام شبكات التواصل الاجتماعي:**

تحتاج الصيغة المقترحة للميثاق الأخلاقي لاستخدام شبكات التواصل الاجتماعي، الى جملة من المتطلبات الضرورية التي ستساعد بقدر كبير ومهم في اتخاذ اجراءات واقعية لتفعيله من قبل المعنيين به سواء المسئولين عن إدارة الشبكات أو المتواصلين أنفسهم، وهم أصحاب المصلحة الأهم في هذا السياق. وتتمثل هذه المتطلبات، كما يرى الباحثان، فيما يلي:

- وجود أو بلورة رؤية مجتمعية عامة بأهمية وضع ضوابط أخلاقية وقانونية للتواصل عبر شبكات التواصل الاجتماعي، من خلال وسائل الاتصال الالكترونية وغيرها.
-تشكيل لجنة من الخبراء والمتخصصين في الأمور التقنية والقانونية والتشريعية والتربوية والدينية، لمناقشة بنود وأبعاد الميثاق المقترح للخروج بمسودة منتهية للميثاق المقترح، وامكانية تعميمه عبر شبكات التواصل الاجتماعي.
-نشر الوعي المجتمعي بضرورة الميثاق وأهمية تفعيله عبر مواقع وشبكات التواصل الاجتماعي الالكتروني، لضمان الحقوق وعدم استلاب الإرادة وتجنب الاستهداف والاختراق والايذاء والتشويه.
-وجود ارشاد إعلامي على أعلى مستوى بتكاتف كل القنوات الرسمية والخاصة من تليفزيونية وفضائية واذاعية، مسموعة ومقروءة للتوعية الأخلاقية بأهمية الميثاق الأخلاقي، وما يستهدفه للصالح العام والفردي.
- تكاتف المؤسسات التربوية المدرسية والجامعية وغيرها في نشر قيم التواصل الاجتماعي عبر الشبكات الالكترونية، وضرورة احترام القوانين والضوابط والمبادئ الحاكمة للتواصل، لرفاهية المجتمع وتحقيق أمن أفراده.
-وجود آليات للردع عند رصد ممارسات غير أخلاقية عبر شبكات التواصل الاجتماعي، من خلال تسجيل جهات محددة للإبلاغ الالكتروني، مع متابعة ما تسفر عنه جهودها في هذا الإطار.
- ضرورة دخول المتواصلين بأسمائهم الحقيقية، وعدم التساهل بالدخول بأسماء أو حسابات مستعارة، من خلال الرقم القومي واثبات الهوية وجهة العمل أو تحديد المهنة.
-المرونة المطلقة في التعاطي مع وجهات النظر والآراء والمقترحات التي تتعلق بالميثاق المقترح سواء بالتعديل أو الإضافة أو التطوير حتى يظهر في شكل اتفاق جماعي عام، ويكون ملزم لكل الأطراف والجهات والأفراد.
-فتح قنوات اتصال الكترونية معلنة لكل من يهمه الميثاق الأخلاقي المقترح، مع تسجيل ما تسفر عنه هذه الاتصالات من نتائج أو قرارات تتعلق بالتفعيل وآلياته.

بعض التوصيات الإجرائية لضمان إنجاح الميثاق الأخلاقي المقترح لاستخدام شبكات التواصل الاجتماعي:

لكي ينجح الميثاق الأخلاقي المقترح في بلوغ المستهدف منه، فإن هناك مجموعة من الإجراءات المقترحة التي يمكن أن تعين في سبيل الوفاء بهذه الغاية، ومنها:

-ضرورة التوعية بالإجراءات التي يمكن اتخاذها حيال الممارسات غير الأخلاقية والتي تتعارض مع الميثاق الأخلاقي وأوجه المخالفة المتعلقة بها.

-تفعيل دور الأسر والمدارس والجامعات والنوادي وأجهزة الإعلام في القيام بأدوارها المهمة من حيث الرقابة على السلوك الالكتروني للأبناء، وتقديم الرعاية والدعم التوجيهي والإرشادي والوقائي.

-تفعيل دور المؤسسات الدينية كالمساجد والكنائس وغيرها، لتقوم بأدوارها الارشادية والتوعوية والقيمية، فيما يتعلق بالسلوكيات غير الأخلاقية والتي تتعارض مع مبادئ الدين وتوجيهاته الكريمة.

-قيام الدولة بدورها في حماية قيم المجتمع بفلترة محتويات شبكة الإنترنت لصد الهجمات الإرهابية ومواقع نشر الإباحية وسائر الممارسات الصادمة لقيم المجتمع وأعرافه.

-تعديل اللوائح والقوانين المتعلقة بجرائم شبكة الإنترنت، حتى يكون هناك رادع قوي فيما يتعلق بالانتهاكات أو التجاوزات أو الانحرافات غير الأخلاقية على اختلافها.

- قيام الدولة بترشيد استخدام الإنترنت بتحديد ساعات محددة لكل فرد أو مجموعة، بما يتسق مع رؤيتها وآليات تفعيل هذه الرؤية.

-الرقابة من خلال معرفة كلمات السر للدخول إلى صفحات الأبناء والاطمئنان إلى محتواها مع مراعاة خصوصية تلك الصفحات، وارشادهم وحمايتهم من سوء استخدام شبكات التواصل الاجتماعي.

- ضرورة تفعيل دور المؤسسات القضائية في ضبط استخدام شبكات التواصل الاجتماعي من خلال تشريع الأنظمة التي تحدد الاستخدام الأمثل لهذه الوسائل والشبكات ومراجعتها بشكل مستمر، مع مراعاة المستجدات والمتغيرات الحادثة عليها.

-ضرورة تعزيز التعاون بين المؤسسات الدولية المعنية لتبادل الأنظمة والتشريعات التي تحدد الاستخدام الأمثل لشبكات التواصل الاجتماعي بما يعود بالخير والصلاح على الفرد والدولة.

-ضرورة بذل المؤسسات التربوية والتعليمية والإعلامية المزيد من العناية بإعداد وبناء الكفاءات والكوادر البشرية المؤهلة وتقديم البرامج التأهيلية اللازمة للقيام بأدوارها الإعلامية والتربوية لتوجيه الشباب إلى الاستخدام الأمثل لشبكات التواصل الاجتماعي.

-تعزيز ودعم المؤسسات الإعلامية الإسلامية للقيام بدورها في التوعية بالعقيدة الصحيحة والمنهج السليم لمواجهة الأفكار المنحرفة وسبل مواجهتها من خلال شبكات التواصل الاجتماعي.

-تنفيذ حملات توعية ونشاطات تثقيفية من قبل المؤسسات الفكرية، والثقافية، والتعليمية، حيال التعامل مع شبكات التواصل الاجتماعي. ووضع استراتيجية إعلامية وقائية فيما يتعلق باستخدام شبكات التواصل الاجتماعي والتوعية بآثارها المدمرة.

-محاولة إنشاء مركز الكتروني متخصص وظيفته حصر الشائعات والشبهات عبر شبكات التواصل الاجتماعي والقيام بالكشف عن مصادرها وملاحقة روادها قضائياً.
-التدريب المستمر للآباء وكل أفراد المجتمع للتعامل الرشيد مع مواقع التواصل الاجتماعي، واكساب مهارات مواجهة الضلالات والأكاذيب والانحرافات الخاصة بها أو المنتشرة على صفحاتها.
-الاتفاق بين إدارة الدولة وشركات الانترنت والاتصالات فيما يتعلق بحجب مواقع التسلط والعنف عبر الانترنت، وجعل الانترنت شبكة آمنة وتعليمية وإرشادية لجميع أفراد المجتمع.

المراجع:

أولا: العربية :

- (ابراهيم، عماد). ٢٠٠٩ . أثر استخدام الفيس بوك على سلوك طلبة الجامعات، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية التربية، جامعة عين شمس، القاهرة.
-أبو الهدى، إسلام عبد القادر عبد القادر (٢٠١١): " استخدام طلاب الجامعة للإنترنت وعلاقته بأبعاد الاغتراب لديهم، مجلة كلية التربية، جامعة المنصورة يناير، ١ (٧٥): ٣٩٧ -٤٣٠
- أبو وردة، أمين. (٢٠١٨) . الأهمية الأخلاقية في استخدامات شبكات التواصل الاجتماعي، متاح على: http://asdaapress.com/?ID=15513، تاريخ الدخول: ٢٠١٨/١/١ م.
-الاتحاد العربي للمكتبات والمعلومات (٢٠١٤) الميثاق الأخلاقي للمهنة، متاح على: http://arab-afli.org/main/content.php?alias=%D8%A7%D9%84%D9%85%D9%8A%D8%AB، تاريخ الدخول: ٢٠١٨/٤/١.
- إحصائيات الشرق الأوسط. (٢٠١٦) . احصائيات الدجيتال في العالم والشرق الأوسط ومصر، يناير، ٢٠١٦، متاح على:
https://ae.linkedin.com/pulse/%D8%A7%D8%AD%D8%B5%D8%A7%D8%A6%D9%8A%D8%A7%D8%AA ، تاريخ الدخول: ٢٠١٨/٥/٢.
-آخر الأخبار. (٢٠١٧) . المؤسسات الصحفية والإعلامية العمانية توقع ميثاق الشرف الإعلامي خلال مؤتمر علمي(٣١-١٠-٢٠١٧) متاح على: http://gate.ahram.org.eg/News/1635022.aspx، تاريخ الدخول: ٢٠١٨/٣/٣.
-أخلاقيات التعامل على شبكات التواصل الاجتماعي. (٢٠١٤). ٢٨ نوفمبر-متاح على: https://kindergartens222.wordpress.com/2014/11/28/%D8%A3%D8 ، تاريخ الدخول : ٢٠١٨/٣/٢
-أخلاقيات وآداب المهنة في الجامعات. (٢٠١٤) . ما الأخلاق؟، متاح على: hust.edu.oak.arvixe.com/media/197552/اخلاقيات-وآداب-المهنة-في-الجامعات-،-معدل ، تاريخ الدخول: ٢٠١٨/٣/٣.
-اسماعيل، عفاف عبد الله احمد، وعبد الرحمن، عبد الرحمن جعفر (٢٠٠٩): " تأثير الانترنت في علاقات الشباب الاجتماعية والأسرية: دراسة ميدانية على عينة من شباب ولاية الخرطوم –

السودان "، المؤتمر العلمي الأول (الأسرة والإعلام وتحديات العصر)، كلية الاعلام جامعة القاهرة، الجزء الثاني، فبراير، ص ص ٧٦٤ – ٨٠٠.
-ايهاب، سلمى. (٢٠١٣). مختصون: تجاوزات الصحافة الإلكترونية و"التواصل الاجتماعي" تحتاج قانونا، صحيفة الوطن البحرينية، ٢٣ مارس ٢٠١٣، متاح على: http://www.alwatannews.net/NewsViewer.aspx?ID=IwWAgu3MDbNeDXGnPx5c4g933339933339 ، تاريخ الدخول : ٢٠١٨/٤/٤ .
-البرجي، هشام سعيد عمر (٢٠١٥): " تأثير استخدام تكنولوجيا شبكات التواصل الاجتماعي عبر الانترنت على العلاقات الاجتماعية للأسرة المصرية "، رسالة ماجستير، كلية الاعلام، جامعة القاهرة، القاهرة.
-بوابة التقنية. (٢٠١٣). مواقع التواصل الاجتماعي ماهي ومتى بدأت؟ ومتى ستنتهي؟، يوليو، ٢٠١٣، متاح على: http://www.lahaonline.com/articles/view/43682.htm، تاريخ الدخول: ٢٠١٨/٤/١٠.
-_____. (٢٠١٥). مواقع التواصل الاجتماعي وآثارها الأخلاقية والقيمية (٢٢ –ابريل)، متاح على: http://www.lahaonline.com/articles/view/47893.htm، تاريخ الدخول: ٢٠١٨/١/١
- تقرير اتجاهات الإنترنت. (٢٠١٨). اتجاهات الإنترنت مع الإحصاءات في الولايات المتحدة والعالم، متاح على: https://ar.vpnmentor.com/blog/%D8%A7%D8%AA%D8%AC%D8%A7%D9%87%D8%A7%D8%A ، تاريخ الدخول: ٢٠١٨/٥/٢.
- توازن. (٢٠١٨) . مدونة السلوك الأخلاقي، مجموعة توازن الدولية، الإمارات العربية المتحدة.
-جريدة الراية. (٢٠١١). ختام أعمال مؤتمر حوار الأديان المنعقد في الدوحة، الخميس ٢٧ أكتوبر -العدد (١٠٧٦٤)
-جريدة السكينة. (٢٠١٥) أخلاقيات التعامل مع شبكات التواصل الاجتماعي في ضَوْء الهدي النبوي، ٢١ مارس، متاح على: https://www.assakina.com/mohadrat/65880.html، تاريخ الدخول: ٢٠١٧/١٢/١.
-الجمعية العامة للأمم المتحدة. (١٩٤٨). الإعلان العالمي لحقوق الإنسان، ديسمبر ١٩٤٨ بموجب القرار ٢١٧، باريس.
-الجندي، محمد. (٢٠٠٣). الجريمة الالكترونية في الشرق الأوسط، مجلة أمن المعلومات، برنامج الأمم المتحدة الإنمائي، القاهرة، يونيو، ص ص ٣٩-٧٢
-الحارثي، بندر عبد العزيز قليل. (٢٠١٤). اعتماد الشباب السعودي على شبكات التواصل الاجتماعي في تناول الموضوعات المجتمعية واتجاهاتهم نحوها، ماجستير، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، القاهرة.

-حلمي، محمد نبيل. (٢٠١٧) . مصر: تشريع مقترح لـ «مكافحة الإرهاب» على مواقع التواصل الاجتماعي، الشرق الأوسط، العدد (١٤٢١٨)، الأربعاء ٠١ نوفمبر
-الحربي، سلطان مسفر. (٢٠١١). الشبكات الاجتماعية خطر أم فرصة، بحث مقدم لشبكة الألوكة، فرع "الدراسات والأبحاث، ٢٠١١، متاح على: www.alukah.net ، تاريخ الدخول : ٢٠١٧/١٢/١ .
-الخريشة، سلطانة جدعان نايف. (٢٠١٦) . أخلاقيات استخدام شبكات التواصل الاجتماعي من وجهة نظر مدرسي الإعلام والقانون في الجامعات الأردنية، ماجستير، كلية الاعلام، جامعة الشرق الأوسط.
-خالد، سليم. (٢٠٠٥). ثقافة مواقع التواصل الاجتماعي والمجتمعات المحلية ، دار المتنبي للنشر والتوزيع ، قطر.
- خلف الله، محمد جابر. (٢٠١٣). التعليم بشبكات التواصل الاجتماعي، ٢٠١٣\٣\٣، متاح على: http://kenanaonline.com/users/azhar-gaper/posts/517500 ، تاريخ الدخول : ٢٠١٨/٢/٢ .
-خضر، نرمين زكريا (٢٠٠٩): " الآثار النفسية والاجتماعية لاستخدام الشباب المصري لمواقع الشبكات الاجتماعية: دراسة ميدانية على عينة من مستخدمي موقع Face book "، المؤتمر العلمي الأول (الأسرة والاعلام وتحديات العصر)، كلية الاعلام، جامعة القاهرة، الجزء الثاني (١٥-١٧) فبراير: ٩٣٥ – ١٠٢٥ .
-خليل، حمزة السيد نمرة (٢٠١٢): " استخدام الشباب مواقع الشبكات الاجتماعية لإطلاق ثورة ٢٠ يناير ٢٠١١ المصرية والإشباعات المتحققة منها "، رسالة ماجستير، قسم الاعلام التربوي (تخصص صحافة)، كلية التربية النوعية، جامعة طنطا، طنطا.
-دار الإفتاء. (٢٠١٤). دار الافتاء المصرية تطالب بضرورة وضع ميثاق شرف وضوابط لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي، السبت ١٦ أغسطس، متاح على: https://www.facebook.com/EgyptDarAlIfta/posts/%D8%AA%D9%82%D8%B1%D9%8A%D8%B1-D9%8A%D8% ، تاريخ الدخول : ٢٠١٨/٤/٣ .
-الدبيسي ، عبد الكريم على ، و الطاهات ، زهير ياسين (٢٠١٣) : " دور شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام لدى طلبة الجامعات الأردنية " ، بحث منشور في دراسات العلوم الانسانية والاجتماعية ، ٤٠(١) :٦٦-٨١
-الدستور المصري. (٢٠١٤) . النسخة الالكترونية، متاح على: https://www.constituteproject.org/constitution/Egypt_2014.pdf?lang=ar ، تاريخ الدخول : ٢٠١٨/٤/١
-دليل الميثاق الأخلاقي (٢٠١٤). كلية التمريض – جامعة الزقازيق، متاح على: http://www1.zu.edu.eg/Details.aspx?ID=18843&CatID=1 ، تاريخ الدخول : ٢٠١٨/٤/١٢ .

- الدهشان، جمال علي. (٢٠١٦) . "المواطنة الرقمية مدخلا للتربية العربية في العصر الرقمي"- مجلة نقد وتنوير-السنة الثانية – العدد الخامس-نيسان/إيار/حزيران.
-_____. (٢٠١٧) . توظيف شبكات التواصل الاجتماعي في خدمة العملية التربوية والتعليمية لماذا؟ في ماذا؟ وكيف؟ - ورقة عمل مقدمة إلى المؤتمر العلمي الدولي الثاني لمجتمع العربي وشبكات التواصل الاجتماعي في عالم متغير في الفترة من ٣١ أكتوبر ٢ -نوفمبر، قسم الإعلام -كلية الآداب والعلوم الاجتماعية -جامعة السلطان قابوس، مسقط، سلطنة عمان.
- _____. (٢٠١٨) . الإرهاب في العصر الرقمي (الإرهاب الالكتروني): صوره، مخاطره، آليات مواجهته، المجلة الدولية للبحث في العلوم التربوية، ١(٣): ٨٣-١٢١.
-رابطة الاجتماعيين الكويتية. (٢٠١٣) . الميثاق الأخلاقي للأخصائيين الاجتماعيين بدولة الكويت رابطة الاجتماعيين الكويتية، ٢٠١٣/٥/٢٢، متاح على: www.aswkuwait.com/الميثاق%٢٠الأخلاقي/مشروع%٢٠ميثاق%٢٠المهن%٢٠الاجتماعية ، تاريخ الدخول: ٢٠١٨/٦/١.
-راضي، زاهر (٢٠٠٣): " استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في العالم العربي "، مجلة التربية، عدد (١٥)، جامعة عمان الأهلية، عمان.
-الرعود، عبد الله ممدوح مبارك .(٢٠١١). دور شبكات التواصل الاجتماعي في التغيير السياسي في تونس ومصر من وجهة نظر الصحفيين الأردنيين ، ماجستير ، كلية الاعلام ، جامعة الشرق الأوسط .
- زين الدين. (٢٠١٤). أخلاقيات التواصل الاجتماعي الالكتروني لدى طلاب الجامعات السعودية، دكتوراه، كلية التربية، جامعة أم القرى.
--سبتي، عباس. (٢٠١٣) . أثر مواقع التواصل الاجتماعي على طلبة المدارس والجامعات: سلبيات. حلول. مقترحات، ديسمبر، الثلاثاء ٢٠١٣/١٠/١٢، متاح على: http://www.minshawi.com/content/%D8%A3%D8%AB%D8%B1-%D9%85%D9%88%D8%A7%D9%82%D8%B9 ، تاريخ الدخول :٢٠١٨/٤/٤ .
-سعيد، محمد، وشفيق، وجدي. (٢٠١١) . الآثار الاجتماعية للإنترنت على الشباب: متاح على: http://www.albayan.co.uk/article.aspx?id=497 تاريخ الدخول: ٢٠١٣/٤/٢٠.
-السماوي، مهند حبيب. (٢٠١٨) . آخر احصائيات العالم الرقمي، ايلاف، العدد ٦١٥٤ الأربعاء ٢٨ مارس ٢٠١٨ آخر تحديث 17:54:00 GMT، متاح على: http://elaph.com/Web/Opinion/2018/3/1196481.html ، تاريخ الدخول : ٢٠١٨/٧/٢٠ .
- الشرق الأوسط. (٢٠١٧). السعودية: ميثاق أخلاقي للتواصل الاجتماعي... وجائزة عربية للإعلام الجديد، الشرق الأوسط الخميس -٢٨ ديسمبر ٢٠١٧، متاح على: https://aawsat.com/home/article/1126396/%D8%A7%D9%%، تاريخ الدخول: ٢٠١٨/٥/١.

-الشهري، حنان بنت شعشوع (٢٠١٤): " أثر استخدام شبكات التواصل الالكترونية على العلاقات الاجتماعية "الفيس بوك والتويتر نموذجا "، ماجستير، كلية الآداب والعلوم الإنسانية، جامعة الملك عبد العزيز، جدة.
-الطيار، فهد بن على (٢٠١٤): " شبكات التواصل الاجتماعي وأثرها على القيم لدى طلاب الجامعة (تويتر نموذجا)، المجلة العربية للدراسات الأمنية والتدريب، الرياض، ٣١(٦١): ١٩٣-٢٢٦.
-عامر، رانيا (٢٠١٤). عامر، غرفة صناعة التكنولوجيا: ضوابط قانونية لمنع سوء استخدام مراقبة الإنترنت، اليوم السابع، ٠٥ يونيو ٢٠١٤، متاح على: http://www1.youm7.com/story/2014/6/5 ، تاريخ الدخول : ٢٠١٧/١٢/٣٠ .
-عبد الصادق، عادل. (٢٠١٤) . الشبكات الاجتماعية بين الرقابة والحرية، الأهرام، ٧ يونيو ٢٠١٤، متاح على: http://www.ahram.org.eg/NewsQ/292198.aspx، تاريخ الدخول: ٢٠١٨/١/١.
-عبد الغنى، امين سعيد (٢٠٠٣): " تأثير استخدام الانترنت على القيم والاتجاهات الاخلاقية للشباب الجامعي "، المؤتمر العلمي السنوي التاسع (أخلاقيات الإعلام بين النظرية والتطبيق)، كلية الاعلام جامعة القاهرة، الجزء الرابع، مايو: ١٢١٩ – ١٢٤٢.
-عبد السلام، وفاء حافظ (٢٠١٢): " الانعكاسات الاجتماعية للإنترنت كأحد أشكال التكنولوجيا الرقمية دراسة وصفية مطبقة على عينة من طلاب جامعة القاهرة، المؤتمر الدولي الخامس والعشرون لكلية الخدمة الاجتماعية بجامعة حلوان (مستقبل الخدمة الاجتماعية في ظل الدولة المدنية الحديثة) ، ٢٥ مارس ، المجلد ٩ ، كلية الخدمة الاجتماعية ، جامعة حلوان ، القاهرة.
-عبد الحميد، محمد (٢٠٠٩). المدونات والاعلام البديل، القاهرة، عالم الكتب للنشر والتوزيع والطباعة.
-عبد الحميد، عايدة. (٢٠١٢). أخلاقيات استخدام وسائل التواصل الاجتماعي مهددة بالانقراض، جريدة الخليج، تاريخ النشر: ٢٣/٠٧/ ٢٠١٢، متاح على:
http://www.alkhaleej.ae/alkhaleej/page/eb6e3d94-64b8-4b25-88b2-a619f7cd8d6b ، تاريخ الدخول: ٢٠١٧/٥/٥
-العدواني، نايف. (٢٠١٧). التواصل الاجتماعي السلاح الجديد، جريدة الشاهد، الخميس ٩ فبراير، ٢٠١٧، متاح على:
http://www.alshahedkw.com/index.php?option=com_k2&view=item&id=15980:%D8%A7%D9%84%D8%AA%D9%88%D8%A7%D8%B5%D9%84%-، تاريخ الدخول : ٢٠١٨/٤/٢
-على، فوزية عبد الله آل (٢٠٠٩): " الآثار الاجتماعية والنفسية للإنترنت على الشباب في دولة الامارات: دراسة ميدانية على طلاب جامعة الشارقة "، المؤتمر العلمي الدولي الخامس عشر

(الاعلام والاصلاح: الواقع والتحديات)، كلية الاعلام، جامعة القاهرة، القاهرة، يوليو: ١١٣٨ – ١١٦٧.
-عمارة ، حسين .(٢٠١٤). ١٠ شروط لن تعجبك عند التسجيل في مواقع التواصل الاجتماعي، متاح على: https://www.france24.com/ar/20140725 ، تاريخ الدخول : ٢٠١٨/٩/٢٧ .
-عمران، حسن عبد السلام علي. (٢٠١٧) . الميثاق الأخلاقي وتأثيره على سلوك المعلمين، (٢٨-٣-٢٠١٧)، متاح على: https://www.new-educ.com/%D8%A7%D9%84%D9%85%D9%8A%D8%AB%D8%A7%D9%82%، تاريخ الدخول: ٢٠١٨/٤/٤.
-عواد، محمد. (٢٠١٠). شبكات التواصل الاجتماعي الالكتروني، موقع تأملات، أكتوبر ٢٠١٠. متاح على: http://www.taamolat.com/2010/10/blog-post_7300.html، تاريخ الدخول: ٢٠١٨/٥/٧.
-عوف، منى السيد عبد الحميد (٢٠١٥): " أسلوب استخدام شبكات التواصل الاجتماعي وعلاقته بتحمل المسؤولية لدى المراهقين "، رسالة ماجستير، جامعة المنوفية، كلية الاقتصاد المنزلي، قسم ادارة المنزل والمؤسسات.
- عوض، حسني.(٢٠١١). أثر مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية المسؤولية المجتمعية لدى فئة الشباب "تجربة مجلس شبابي علار أنموذجا"، مؤتمر المسؤولية المجتمعية للجامعات الفلسطينية، الاثنين ٢٠١١/٦/٢٦، جامعة القدس المفتوحة. متاح على: http://www.qou.edu/arabic/conferences/socialResponsibilityConf/dr_housni Awad.pdf ، تاريخ الدخول: ٢٠١٨/٥/٥.
-قانون مكافحة جرائم تقنية المعلومات. (٢٠١٨) . جريدة اليوم السابع، الأحد، ١٩ أغسطس ٢٠١٨ م، متاح على: https://www.youm7.com/story/2018/8/19/%D9%86%D9%86%D8%B4%D8%B1- ، تاريخ الدخول : ٢٠١٨/٨/٣٠ .
-القدهي، مشعل عبد الله (٢٠١١): المواقع الإباحية على شبكة الانترنت وأثرها على الفرد والمجتمع، مدينة الملك عبد العزيز للعلوم والتقنية، متاح على: http://www.saaid.net/mktarat/abahiah/1.htm,op.3 ، تاريخ الدخول: ٢٠١٨/١/١.
- القرشي، خلف سليم. (٢٠١٥) . تصور مقترح لميثاق أخلاقي للمعلم والمتعلم في المملكة العربية السعودية في ضوء الفكر التربوي، مجلة الثقافة والتنمية، العدد(٩٢)، مايو: ٢٢٤
-قصاص، مروان، والأحمدي، علي. (٢٠١٦) . مؤتمر ضوابط استخدام شبكات التواصل الاجتماعي يعلن توصياته ويقدم شكره وتقديره للقيادة الرشيدة، جريدة الجزيرة، ٢٥ / ١١ /٢٠١٦، القضية(العدد) ١٦١٢٩، متاح على: http://www.al-jazirah.com/2016/20161125/ln31.htm ، تاريخ الدخول : ٢٠١٨/٤/١ .

_ اللبان، شريف درويش. (٢٠١١): " مداخلات في الاعلام البديل والنشر الإلكتروني على الانترنت، القاهرة، دار العالم العربي.
- _____. (٢٠١٥) . إشكاليات الرقابة: الضوابط الأخلاقية والتشريعية لشبكات التواصل الاجتماعي في الدول العربية، المركز العربي للبحوث والدراسات، المجلد (١) الثلاثاء ٢٣يونيو.
- محمد، أيمن أحمد السيد. (٢٠١٥). شبكات التواصل الاجتماعي وأثرها على القيم الأخلاقية لجماعات الشباب الجامعي، مجلة الخدمة الاجتماعية، الجمعية المصرية للأخصائيين الاجتماعيين، مصر، (٥٤): ١٥-٦٧
-محمد، بركات عبد العزيز (٢٠٠٩): " تأثير الانترنت في التفاعل العائلي؛ قراء في توجهات البحوث العلمية "، المؤتمر العلمي الاول (الأسرة والاعلام وتحديات العصر)، مرجع سابق: ٧٢١ – ٧٤٦.
-محمود، مديحة فخري. (٢٠١١) . دراسة حول دور الجامعات المصرية في مواجهة الجرائم الإلكترونية لدي الطلاب، (موقع آفاق علمية وتربوية)، متاح على: http://al3loom.com/?p=980 ، تاريخ الدخول : ٢٠١٨/٣/٢٢
-مرصد مصداقية الاعلام الأردني. (٢٠١٦) . مواقع التواصل الاجتماعي تعتمد الميثاق الأوروبي لمجابهة الكراهية٢٠١٦ حزيران/يونيو ٩ ٨٣٠، متاح على: http://www.akeed.jo/index.php?option=com_mqal&view=item&id=350&Itemid=139&lang=ar ، تاريخ الدخول : ٢٠١٨/٤/١
-مركز الرؤية لدراسات الراي العام (٢٠١٢). تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على طلاب الجامعات، متاح على:
http://visionpolling.org/index.php?option=com_content&view=article&id=142:2011-01-21-23-12-42&catid=48:2012-09-15-18-52-06&Itemid=105 ، تاريخ الدخول: ٢٠١٨/٥/٢.
- مزيد، بهاء الدين محمد. (٢٠١١) . المجتمعات الافتراضية بديلا للمجتمعات الواقعية (كتاب الوجوه نموذجا)، قسم دراسات الترجمة، جامعة الإمارات العربية المتحدة.
- المنصور، محمد. (٢٠١٢) . تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على جمهور المتلقين (دراسة مقارنة للمواقع الاجتماعية والمواقع الإلكترونية "العربية أنموذجا) ، ماجستير ، الأكاديمية العربية ، الدانمرك .
-مهني، محمود محمد (٢٠١٥) : " استخدامات الشباب الجامعي الإماراتي لمواقع التواصل الاجتماعي كمصادر للمعلومات الثقافية " ، رسالة ماجستير ، كلية الاعلام ، جامعة القاهرة ، القاهرة .
-موقع الشرق، (٢٠١٢): المواقع الاجتماعية بين حسنها وسيئها، متاح على: http://www.alsharq.net.sa/2012/07/05/378604 ، تاريخ الدخول: ٢٠١٨/٤/٣.

-موقع عالم التقنية. (٢٠٠٩) . الشبكات الاجتماعية. . ومفهوم أكبر، /٢٠٠٩/٨/١٣. متاح على: http://www.tech-wd.com/wd/2009/08/13/another-concept-for-social-network/، تاريخ الدخول: ٢٠١٨/٤/١.
-الميثاق الأخلاقي لكلية الدعوة وأصول الدين. (٢٠١٧). متاح على: https://uqu.edu.sa/qsudwhm/7650 ، تاريخ الدخول : ٢٠١٨/٤/١٢ .
-الميثاق الأخلاقي لكلية الزراعة جامعة بنها. (٢٠١٧). متاح على: www.fagr.bu.edu.eg/fagr/images/Charter%20moral%20guide.pdf، تاريخ الدخول :٢٠١٨/٣/٧.
-الميثاق الأخلاقي للأخصائي النفسي (٢٠١٦). متاح على: http://fac.ksu.edu.sa/nalshuraym/page/114696، تاريخ الدخول: ٢٠١٨/٤/٢
-وزارة التربية. (٢٠١٤). الميثاق الأخلاقي للمعلم. الكويت، متاح على: https://www.moe.edu.kw/teacher ، تاريخ الدخول :٢٠١٨/٦/١
-اليوم السابع. (٢٠١٦) . المصريون والإنترنت في أرقام. ٤٨ مليون مدمن لـ "فيس بوك" ومواقع التواصل، الأربعاء ١٧ فبراير، متاح على: https://www.youm7.com/story/2016/2/17/%D8%A7%D9%84%D9%85%D8%B5%D8%B1%، تاريخ الدخول: ٢٠١٨/٥/٥.

ثانيا: الأجنبية:

Allain,A.(2014)." What are the social benefits of digital communication and sharing in Web 2.0- ,
"A research paper submitted to the University of Dublin, in partial fulfillment of the requirements for the degree of Master of Science Interactive Digital Media.
-Baum,j.c., Jon,G.,& Morris.,H., (2010) :" My Space, YouTube, Face book Social Net Working Web sites and political Engagement of Young Adults " Social Science computer Review , Vol.28.pp.24.44
-Bogart.M.V,. (2006)."uncovering the Social of face book on college Campus unpublished. "M.S, State university, Manhattan,Kansas
-Bouman,J,(2016)., Need Social Media Policy Examples? Here Are 7 Terrific Social Policies to Inspire Yours,Everyone spcial, Marketing, March 15th,available on: https://everyonesocial.com/blog/need-sample-social-media-policies-here-are-7-to-inspire-yours, Retrieved in:5/8/2018#/

-Code of Conduct on Social Media Use.(2017). available on: https://www.uea.ac.uk/hr/employee-information/policies/social-media-conduct, Retrieved in:5/7/2018
-Code of conduct for social media.(2018). available on: http://www.digitalstrategyconsulting.com/codeofconduct, Retrieved in:5/7/2018/
-Harrison, R. & Thomas, M. (2009). Identity in Online Communities: Social Networking Sites and Language Learning, International Journal of Emerging Technologies & Society, 7 (2:(
-hootsuite. (2018) .Global digital report, available on: https://hootsuite.com/%20Global%20digital%20report.(2018), Retrieved in:1/7/2018
- Kaupins, G., & Park,S,.(2010). Legal and Ethical Implications of Corporate Social Networks, Employee Rights and Responsibilities Journal, 23, (2) June.
-Kirkpatrick, D,.(2011)., The Face book Effect: The Inside Story of the Company That Is Connecting the World, USA: Simon & Schuster
-Kittiwongvivat,w.,(2010). "Facebooking Your Dreams, Master Thesis, School of sustainable development of society and technology Faculty, Mälardalen University, Sweden.
-Levinson, P. (2009). New Media,USA: Allyn & Bacon
-Perkins, A. (2014). Benefits of Limiting Use of Social Media Networks, Social Media, June 4, 2014
-Personnel General Provisions. (2013). Employee Code of conduct for Social Media, Law Implemented, Stat.Fla, 43(11) History: New, February 12 .
-Raacke, J R. & Bonds,J., (2008): " My Space and Face book Appling the uses and Gratifications theory to Exploring Friend Net Working Sites", cyber psychology Behavior, 11(2), April.
-Rouse,M.,(2006).Weblog, available on: https://searchmicroservices.techtarget.com/definition/weblog, last updated in May, 2006, Retrieved in:1/8/2018

-Stanford Encyclopedia of Philosophy. (2012). Social Networking and Ethics, First published Fri Aug 3, 2012; substantive revision Fri Aug 21, 2015, available on: http://plato.stanford.edu/entries/ethics-social-networking, Retrieved in:1/10/2018

-The Communications Council. (2018). Best Practice Guide, Social Media Code of Conduct, commercial creativity and connection.

-Vansoon,M.(2010). Facebook and the invasion of technological communities, New York

-Walz. L.O. (2008): "The Relationship between College students use of Social Networking sites and their sense of belonging unpublished, PhD", West Hart ford university of Hartford.

-we are social. (2018) .Global digital report, available on: https://wearesocial.com/blog/2018/01/global-digital-report-2018, Retrieved in:1/7/2018