

جامعة عمار ثلجي الأغواط

كلية العلوم الإنسانية والعلوم الإسلامية والحضارة
قسم الإعلام والاتصال



مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة ماستر في علوم الإعلام والاتصال

أخلاقيات نشر الأنشطة الخيرية عبر مواقع التواصل الاجتماعي

دراسة ميدانية على عينة من أساتذة قسم الإعلام والاتصال بجامعة الأغواط والجزائر 3

إشراف د/ : عطاء الله طريف

إعداد الطالبتين :

- بن زيدي مروة
- رقاب مارية

أعضاء لجنة المناقشة:

د / جخدم موسى	رئيسا / مناقشا
د / طريف عطاء الله	مشرفا / مناقشا
د / بن دهقان الطاهر	مناقشا

الموسم الجامعي : 2021 / 2022

الشكر والعرفان

نحمد الله العلي القدير على توفيقه لإتمام هذا العمل

فهو الأولى بالشكر والحمد سبحانه.

<> وما توفيقى إلا بالله عليه توكلت وإليه أنيب <>

قال رسول الله صلى الله عليه وسلم

<> من لم يشكر الناس لا يشكر الله <>

واقترء بهذا الحديث الشريف نوجه شكرنا

إلى الأستاذ المشرف " عطاء الله طريف " على تفانيه وإخلاصه وإشرافه على هذا العمل، والذي غمرنا بكرمه ونصائحه وتوجيهاته وخاصة دعمه وتفهمه الكبيرين.

ومن الواجب علينا أن نتوجه بخالص الشكر والتعبير والتقدير

إلى كل الأساتذة الكرام من قسم الإعلام والاتصال

لجامعة عمار ثليجي بالأغواط.

لكل من قدم لنا يد العون والمساعدة، سواء من قريب أو من بعيد.

الإهداء

إلى الوالدين الكريمين أطال الله في عمرهما،
الذين أدين لهما بكل الامتنان والشكر والعرفان.
إلى كل أفراد عائلتي كل باسمه،
والأصدقاء دون استثناء، ولكل من له عليا فضل
إلى أساتذتي الكرام وكل رفقاء الدراسة
وأرجو من الله العلي القدير أن يوفقنا لما فيه خيرنا وصالح أمرنا واستقامة نهجنا
إن شاء الله.

مروة

الإهداء

إلى من كلله الله بالهيبة والوقار
إلى من علمني العطاء بدون انتظار
إلى من أحمل اسمه بكل افتخار
إلى الذي إذا طلبت منه نجمة يأتيني حاملا على ظهره السماء أبي حبيبي
إلى من حصدت الاشواك عن دربي لتمهد لي طريق العلم
إلى سندي في السراء والضراء، إلى كتفي الذي استند إليه حين اتعب
إلى من كان دعائها سر نجاحي أُمي الغالية.
إلى المصدر الذي استمد منه قوتي اخوتي:
مصعب، عز الدين، صهيب، روميساء، جهاد، لبنى
إلى رفيق روحي زوجي
إلى التي منحتني حياة جميلة ولم تبخل عليا بدعائها أُمي الثانية
إلى كل الداعمين والمساندين شكرا لكم دمتم لي.

مارية

الفهارس

- فهرس المحتويات
- فهرس الجداول
- فهرس الأشكال

1. فهرس المحتويات

الصفحة	المحتوى
	الشكر والعرفان
	الإهداء الأول
	الإهداء الثاني
	فهرس المحتويات
	فهرس الجداول والأشكال
	ملخص الدراسة
أ، ب، ج	مقدمة
	الإطار العام والمنهجي للدراسة
10	تمهيد
11	إشكالية الدراسة
12	تساؤلات الدراسة
13	تحديد المفاهيم والمصطلحات
16	أسباب اختيار الموضوع
17	أهداف الدراسة
17	أهمية الدراسة
18	أدوات جمع البيانات
19	منهج الدراسة
20	مجتمع البحث
21	عينة الدراسة
22	الدراسات المرجعية (السابقة / المشابهة)
32	جوانب الاستفادة من الدراسة
	الإطار النظري
34	تمهيد
35	الفصل الأول: محددات وأخلاقيات النشر الإعلامي عبر مواقع التواصل الاجتماعي
36	المبحث الأول : نشأة وتطور النشر الإلكتروني عبر الانترنت

37	المطلب الأول : مفهوم النشر الإعلامي عبر الانترنت
39	المطلب الثاني : أخلاقيات النشر عبر الانترنت
40	المطلب الثالث : اشكال ومراحل النشر الالكتروني عبر الانترنت
42	المبحث الثاني : النشر الالكتروني عبر مواقع التواصل الاجتماعي
43	المطلب الأول : مفهوم ونشأة مواقع التواصل الاجتماعي
46	المطلب الثاني : مميزات النشر الالكتروني عبر مواقع التواصل الاجتماعي
47	المطلب الثالث : خصائص النشر الالكتروني عبر مواقع التواصل الاجتماعي
49	الفصل الثاني : نشر الأنشطة الخيرية عبر موقع الفيسبوك
50	المبحث الأول : مفهوم موقع الفيسبوك ونشأته
50	المطلب الأول : تعريف ونشأة الفيسبوك
54	المطلب الثاني : خصائص ومميزات الفيسبوك
58	المطلب الثالث : تأثيرات موقع الفيسبوك في المجتمع
60	المبحث الثاني : الأنشطة الخيرية عبر موقع الفيسبوك و أخلاقيات نشرها
61	المطلب الأول : مفهوم الأنشطة الخيرية و دورها في المجتمع
63	المطلب الثاني : أنواع الأنشطة الخيرية عبر موقع الفيسبوك
64	المطلب الثالث : محتويات الأنشطة عبر موقع الفيسبوك و أخلاقيات نشرها
	الفصل الثالث : الإطار التطبيقي
67	تمهيد
68	المبحث الأول : عرض نتائج صحيفة الاستبيان
81	المبحث الثاني : تفسير وتحليل نتائج محاور الدراسة
84	المبحث الثالث : الاستنتاج العام للدراسة
88	خاتمة
91	المراجع والمصادر
99	الملاحق

1. فهرس الجداول

الصفحة	محتوى الجدول	رقم الجدول
68	يوضح توزيع أفراد العينة على أساس فئة النوع	الجدول رقم (1)
69	يوضح توزيع أفراد العينة على أساس فئة السن	الجدول رقم (2)
70	يوضح توزيع أفراد العينة على أساس الدرجة العلمية من الوظيفة	الجدول رقم (3)
71	يوضح توزيع أفراد العينة على أساس الأقدمية في الوظيفة	الجدول رقم (4)
72	يوضح توزيع أفراد العينة على أساس مدة استخدام موقع الفيسبوك	الجدول رقم (5)
73	يوضح توزيع أفراد العينة على أساس استخدام مواقع التواصل الاجتماعي	الجدول رقم (6)
74	يوضح توزيع أفراد العينة على أساس عدد ساعات استخدام موقع الفيسبوك	الجدول رقم (7)
75	يوضح توزيع أفراد العينة على أساس فترات استخدام موقع الفيسبوك	الجدول رقم (8)
76	يوضح توزيع أفراد العينة وفق استخدام موقع الفيسبوك في نشر العمل الخيري (الدوافع)	الجدول رقم (9)
78	يوضح توزيع أفراد العينة على وفق العوائق من جهة نظر أساتذة قسم الاعلام والاتصال لجامعتي الاغواط والجزائر 3	الجدول رقم (10)
79	يوضح توزيع أفراد العينة أساس وفق محددات ومتطلبات الالتزام بنشر العمل الخيري عبر موقع الفيسبوك	الجدول رقم (11)
80	يوضح توزيع أفراد العينة وفق منشورات تهدف الى نشر العمل الخيري عبر موقع الفيسبوك	الجدول رقم (12)

1. فهرس الأشكال

الصفحة	محتوى الشكل	رقم الشكل
68	يوضح توزيع أفراد العينة على أساس فئة النوع	الشكل رقم (1)
69	يوضح توزيع أفراد العينة على أساس فئة السن	الشكل رقم (2)
70	يوضح توزيع أفراد العينة على أساس الدرجة العلمية من الوظيفة	الشكل رقم (3)
71	يوضح توزيع أفراد العينة على أساس الأقدمية في الوظيفة	الشكل رقم (4)
72	يوضح توزيع أفراد العينة على أساس مدة استخدام موقع الفيسبوك	الشكل رقم (5)
73	يوضح توزيع أفراد العينة على أساس استخدام مواقع التواصل الاجتماعي	الشكل رقم (6)
74	يوضح توزيع أفراد العينة على أساس عدد ساعات استخدام موقع الفيسبوك	الشكل رقم (7)
75	يوضح توزيع أفراد العينة على أساس فترات استخدام موقع الفيسبوك	الشكل رقم (8)

الملخص

هدفت هذه الدراسة إلى معرفة رأي مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي من أساتذة، بالأخلاقيات والضوابط الواجب توافرها في نشر الأنشطة الخيرية عبر مواقع التواصل الاجتماعي وموقع الفيسبوك خاصة وهي دراسة وصفية، استخدمنا المنهج الوصفي بأسلوب المسح واعتمادنا على الاستبيان، وتم أخذ عينة من أساتذة قسم الإعلام والاتصال بجامعة بني الواد والجزائر 3. وتوصلت الدراسة إلى أن غالبية الأساتذة يعتقدون أن الواقع غير جيد وهناك فوضى في النشر، وأن اللوم يقع على عاتق النشاط بشكل أساسي، ويتفق الأساتذة على الأهمية البالغة لوضع ضوابط ومحددات للنشر الخيري على شبكات التواصل الاجتماعي عموماً، احترام و حفظ كرامة الغير، وعدم التسرع في النشر، وأن أهم هذه الضوابط هي المصدر بشكل واضح، والابتعاد عن التشويه والتشهير، ومراعاة الجانب الشخصي والاجتماعي عند النشر، فيما يشير الأساتذة إلى أن أهم الأخلاقيات الواجب توافرها في القائم بالنشر على شبكات التواصل الاجتماعي هي: التحلي بالروح الوطنية والحرص على تماسك المجتمع، والرقابة الذاتية والمسؤولية الاجتماعية والدينية، واحترام حرمة وخصوصية أفراد المجتمع، وأنه لا يمكن حصر النشر الإعلامي على فئات معينة لأنه يتعارض مع حرية الرأي والتعبير وأنه من الأفضل توعية الناشرين والنشطاء إلى خطورة النشر وأخلاقياته. كلمات مفتاحية:

[الأخلاقيات، النشر، الأنشطة الخيرية، شبكات التواصل الاجتماعي، Facebook]

Abstract

This study aimed to know the opinion of social media users from professors on ethics and the controls that must be available in spreading charitable activities through social networking sites and Facebook in particular, and it is a descriptive study. Algeria 3. The study concluded that the majority of professors believe that the reality is not good and there is chaos in publishing, and that the blame rests mainly on the activists. Haste in publishing, and that the most important of these controls is clearly the source, avoiding distortion and defamation, and taking into account the personal and social aspect when publishing, while the professors point out that the most important ethics that must be available in the publisher on social networks are: to have a patriotic spirit and to ensure cohesion society, self-censorship, social and religious responsibility, respect for the sanctity and privacy of members of society, and that media publishing cannot be limited to It is restricted to certain groups because it contradicts freedom of opinion and expression, and it is better to educate publishers and activists about the dangers and ethics of publishing.

Key words:

[Ethics, publishing, charitable activities, Social Media, Facebook]

مقدمة

مقدمة :

يشهد العالم المعاصر مجموعة من التغيرات المتسارعة في مجال الاتصال وتقنية المعلومات، وأدى ظهور الانترنت إلى حدوث نقلة نوعية في تكنولوجيا الاتصال الحديثة ما جعل العالم قرية كونية تنتقل فيها المعلومات إلى جميع أنحاء الكرة الأرضية في أجزاء من الثانية، حيث نتج عنها تغيرات كبيرة على مستوى العلاقات والتفاعلات الاجتماعية ولا شك أن هذه التغيرات لها تأثيرها المباشر على الأفراد والمؤسسات المكونة للمجتمعات ما دفعها بقبول هذه المستحدثات والتكيف معها لتحقيق الاستفادة مما تقدمه من مزايا في جميع المجالات. ومع تنامي التطورات السريعة في المجتمعات الحديثة، برزت ظاهرة إعلامية - اجتماعية جديدة في نمطها تتمثل بظهور مواقع التواصل الاجتماعي (Social Media) التي استحوذت على اهتمامات فئات عريضة من الجمهور حتى بات اليوم الملايين من البشر يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي لمختلف الأغراض.

لقد أصبحت مواقع التواصل الاجتماعي بحد ذاتها ظاهرة علمية تستدعي البحث والدراسة حيث حققت هذه الأخيرة شعبية ورواج كبير بين المستخدمين حول العالم، بل وأصبحت جزءا من حياتهم اليومية إذ أتاحت التواصل بين الأفراد في عالم افتراضي لتجمع بينهم مصالح وأهداف مشتركة.

وهذه المواقع لم تعد تقتصر على تبادل المعلومات وتكوين صداقات والدرشة فقط، بل تعددت مجالاتها واتسعت نطاقاتها لتشمل قضايا ذات أبعاد مختلفة، ويعد النشر و الإشهار واحدا من أهم الخدمات التي قدمتها، باعتبارها أداة مؤثرة في نجاح الكثير من المشروعات والنشاطات، التي تقوم بها الفئة الناشرة في مواقع التواصل الاجتماعي، هذا ما جعل الأخيرة تبادر لإنشاء صفحات لها عبر هذه المواقع والاستفادة منها ، وكذا إيصال رسالتها وأهدافها إلى جمهور عريض، لأنها أدركت أهميتها في خلق صورة ايجابية عنها كما جعلتها منارة لنشر و الإشهار.

نجد ان الأعمال التطوعية و نشر الأنشطة الخيرية، هي من الأعمال و النشاطات البارزة اليوم في المجتمع وخاصة مع وجود الأزمات والمحن التي تصيب البشرية نتيجة الحروب والكوارث والفقر، فالنشاط الخيري هو صورة من صور مشاركة الفرد في تنمية وتطوير المجتمع والنهوض به، كما نجد التبرع عبر مواقع التواصل الاجتماعي في المجتمع الجزائري أدى إلى انتشار الجمعيات ووصولاً إلى قطاعات مختلفة ومتنوعة ونشر أفكار النشاطات الخيرية في مواقع التواصل الاجتماعي لتحفيز الشباب وبث روح التطوع وغرس في نفوس الشباب والتعريف بحاجة المجتمع اليوم إليه، وكل ما يخص النشاط الخيري والقيام بمبادرات خيرية ونشرها بسهولة، حيث تعتبر هذه المواقع من بين أكثر الوسائل التي يمكن من خلالها نشر وتفعيل النشاط الخيري لدى فئة الشباب باعتبارهم من أكثر الفئات استخداماً لها. أدى ذلك الى تحول الجمهور من متلق سلبي الى متلق إيجابي، برزت بذلك الوقت مشكلات أخلاقية كبيرة جدا مصاحبة للثورة الاتصالية، نتيجة التدفق الحر للمعلومات دون قيود أو شروط ولسهولة وصول الناس إلى هذه الشبكة ولإلغاء حدود الزمان والمكان و اضمحلال دور حراس البوابة الإعلامية وانتفاء دور التدقيق والمراجعة والتمحيص حتى بدأ المشهد عالمياً، وكأن الجميع في شغل شاغل عن النشر والتعليق والتحليل، بحث اصبحت المشكلة الحالية غزارة المعلومات كما ونوعاً مما تطلب إعادة النظر بالكثير من الأساسيات والمفاهيم التقليدية السائدة.

إن المشكلات الأخلاقية والسلوكية التي ظهرت نتيجة للثورة الاتصالية الحالية وجدت لها أصداء وآثاراً على المجتمعات المعاصرة، فبقدر ما كانت هناك جوانب إيجابية كثيرة كمعطيات لهذه الثورة وفيها تسهيل التواصل بين البشر وإعطاء دور للمواطن البسيط لكي يكون بمثابة القائم بالاتصال وانحسار الرقابة والقيود وشيوع التعددية الإعلامية وغيرها من الإيجابيات الكثيرة، فإن هناك بالمقابل سلبيات رافقت هذا النمو المتسارع في قطاع الاتصال والأعلام .

إن هذا البحث يتصدى لهذه الجزئية من التطور المتعلقة بما تشكله مواقع التواصل الاجتماعي من تأثيرات أخلاقية تطل سلوك وتعامل العديد من المستخدمين، تمس الجوانب السلوكية والمعرفية والأخلاقية عامة وفي نشر الأنشطة الخيرية خاصة.

وانطلاقاً من هذه الظاهرة الجديدة فإن من الضروري نرى أن نستعين بمدرسي الاتصال والإعلام والقانون، لتحديد معايير منضبطة وواعية وقانونية وأخلاقية تحكم الجمهور مع هذه الوسائل المتطورة ونعني بها شبكات التواصل الاجتماعي في نشر النشاط الخيري.

من هذا المنطلق نحاول من خلال موضوع دراستنا إلى معرفة مدى أخلاقيات نشر الأنشطة الخيرية عبر مواقع التواصل الاجتماعي، نتخذ موقع الفيسبوك نموذجاً، وكذا أهميتها في إشهار للعمل الخيري والمساس بحرمة الغير.

وللإحاطة بهذا الدراسة اعتمدنا على خطة بحث تمثلت في مقدمة وقسمين، نلخص محتواها فيما يلي:

القسم الأول وتضمن الإطار العام والمنهجي للدراسة وتم تحديد الإجراءات المنهجية من مشكلتها وأهدافها، وأسباب اختيار الموضوع وتحديد المفاهيم، وعرض بعض الدراسات السابقة، كما قمنا بعرض المنهج المتبع في الدراسة وأدوات جمع البيانات ودراسة عينة البحث. أما القسم الثاني فتمثل في جانبين، الإطار النظري والإطار التطبيقي، فقد انطوى على ثلاث فصول، ففي الفصل الأول تكون من مبحثين حيث جاء تحت عنوان محددات وأخلاقيات النشر الإعلامي عبر مواقع التواصل الاجتماعي، تطرقنا فيه إلى نشأة وتطور النشر الإلكتروني عبر الانترنت وعبر مواقع التواصل الاجتماعي. أما الفصل الثاني من مبحثين، جاء تحت عنوان نشر الأنشطة الخيرية عبر موقع الفيسبوك، نتطرق من خلاله إلى مفهوم الفيسبوك والأنشطة الخيرية وأخلاقياتها.

وأخيراً الفصل الثالث الإطار التطبيقي للدراسة من ثلاث مباحث تناولنا فيه عرض للنتائج ومناقشة صحيفة الاستبيان، وقراءتها والتعليق عليها، واستخلاص النتائج العامة للدراسة.

الإطار العام والمنهجي للدراسة

تمهيد :

يعتبر القسم المنهجي من أهم الأقسام التي يتضمنها أي بحث علمي، بحيث يشكل القاعدة الأساسية التي ترشد الباحث إلى المسار الذي أن يسلكه من خلال بحثه، لأنه يحتوي على عناصر مهمة والتي لا بد من الاعتماد عليها في الدراسة الميدانية فيما بعد، على غرار المنهج وأدوات جمع البيانات وكذا العينة، مع مراعاة أن تكون مناسبة للموضوع محل الدراسة.

1. إشكالية الدراسة

أحدث التطورات التكنولوجية الحديثة نقلة نوعية وثورة حقيقية في قطاع الاتصال حيث انتشرت شبكة الأنترنت في كافة أرجاء العالم، وربطت أجزاء العالم المترامية بفضائها الواسع ومهدت الطريق لكافة المجتمعات للتقارب والتعارف وتبادل الآراء والأفكار والرغبات ونشر الخير والسلام واستفاد كل متصفح لهذه الشبكة من الوسائل المتعددة المتاحة من مواقع الكترونية والمدونات الشخصية، وشبكات المحادثة بالإضافة إلى شبكات التواصل الاجتماعي. والتي أتاح البعض منها تبادل مقاطع الفيديو والصور ومشاركة الملفات وإجراء المحادثات الفورية والتواصل والتفاعل المباشر ومن بين أهم مواقع التواصل الاجتماعي انتشارا موقع الفيسبوك الذي أنشأه الأمريكي اليهودي " ماك زوكر بيرغ " عام 2001 لضم أصدقاء الجامعة وضمان استمرارية التواصل فيما بينهم أضحى اليوم يضم ما يفوق ملياري مشترك ليصبح من أكثر المواقع انتشارا نظرا للخدمات المتنوعة التي يقدمها وطبيعة التواصل الاجتماعي التي يتحدها. إن استخدام هذه المواقع وإن كان يعبر عن صيحة تكنولوجية التي ساهمت بشكل كبير في ربط العديد من العلاقات الانسانية والاجتماعية بعد إلغائها عبر عامل المسافة، إلا انه يحيلنا الى الدور الكبير الذي تقوم به الانترنت في التواصل بين أفراد المجتمع وكسر عامل المسافة وربط العلاقات بينهم .

وعلى صعيد آخر يعتبر النشاط الخيري ممارسة إنسانية ارتبطت ارتباطا وثيقا بكل معاني الخير والعمل الصالح عند كل المجموعات البشرية منذ الأزل ولكنه يختلف في حجمه وشكله واتجاهاته ودوافعه من مجتمع إلى آخر .

لذا يلجأ العديد من العاملين والقائمين على العمل الخيري إلى التواجد عبر مواقع التواصل الاجتماعي عامة، وموقع الفيسبوك خاصة نظرا لانتشاره الواسع والكبير الذي يشهده المجتمع الجزائري.

ومع انتشار مواقع التواصل الاجتماعي في المجتمعات المعاصرة وبلوغ مستخدميها أرقاما كبيرة، فإن الحاجة تدعو لدراسة المبادئ الأخلاقية التي يفترض أن تحكم استخدام الجمهور

لهذه الشبكة، لما لها من تأثير على الواقع وما تفرزه من نتائج ومعطيات في مجال النشاط الخيري والإشهار به.

ولهذا فان مشكلة هذه الدراسة تكمن في السؤال الاتي:

ما مدى التزام مستخدمي موقع الفيسبوك للمبادئ الأخلاقية معايير لنشر الأنشطة الخيرية بجامعتي الأغواط و الجزائر3، من جهة نظر أساتذة قسم الإعلام والاتصال.

2. تساؤلات الدراسة

يندرج ضمن السؤال السابق مجموعة من التساؤلات الفرعية وهي كالتالي :

- ماهي عادات وأنماط استخدام أساتذة قسم الاعلام والاتصال بجامعتي الأغواط و الجزائر3 لموقع الفيسبوك ؟
- ماهي أسس نشر الأنشطة الخيرية عبر موقع الفيسبوك من جهة نظر أساتذة قسم الإعلام والاتصال بجامعتي الأغواط و الجزائر3 ؟
- ما دوافع استخدام أساتذة قسم الاعلام والاتصال بجامعتي الأغواط و الجزائر3 لموقع الفيسبوك ؟
- ما هي ابعاد ومحددات نشر الأنشطة الخيرية عبر موقع الفيسبوك من جهة نظر أساتذة قسم الإعلام والاتصال بجامعتي الأغواط و الجزائر3 ؟
- كيف يقيم أساتذة قسم علوم الإعلام والاتصال بجامعتي الأغواط و الجزائر3 للمحتوى الخاص بنشر الأنشطة الخيرية عبر موقع الفيسبوك؟
- ما درجة التزام مستخدمي موقع الفيسبوك بأخلاقيات نشر الأنشطة الخيرية من جهة نظر أساتذة قسم الإعلام والاتصال بجامعتي الأغواط و الجزائر3 ؟

3. تحديد المفاهيم والمصطلحات

تكتسب الحقائق والأشياء قيمتها من المعنى والصور المشتركة التي يرسمها الأفراد لها ويتفقون عليها في البنية الواحدة، وهذه المعاني والصور تصاغ في شكل رموز ذات دلالة بحيث تستدعي هذه الرموز بمجرد ذكرها المعاني والصور التي تعبر عنها. ويعتبر تحديد المفاهيم إحدى الخطوات الهامة التي يحتاجها الباحث في دراساته وبحوثه بهدف الاتفاق على المحددات والتعميمات والتفسيرات العلمية التي يقوم على بناء المفاهيم تظهر حاجتنا إلى هذه المرحلة لكي نحدد من خلالها جملة من المفاهيم والتي غالباً ما تتصادم في ذهن الباحث مع مفاهيم متشابهة¹.

أ / الأخلاقيات

الخلق في لغة العرب : هو الطبع و السجية، وقيل : المروءة و الدين، قال العلامة ابن فارس: الخاء واللام و القاف أصلان: أحدهما تقدير الشيء، والآخر ملامسة الشيء، ومن ذلك الخلق وهي السجية، لأن صاحبه قد قدر عليه².

والأخلاق اصطلاحاً: تعني عادات يكتسبها الفرد نتيجة تعرضه لمؤثرات الأسرة والمدرسة والمجتمع والبيئة، وتتطبع في نفسه ويتمثلها في تصرفاته في المواقف المختلفة، ويعرفها آخرون بأنها " ما يجب عليك أن تفعله "، ويتحدد أكثر " أن تعرف ما التصرف الصحيح وما التصرف الخطأ ثم تفعل ما هو صحيح³ "

جميعنا لدينا مدونة أخلاقية وأخلاقية، ونحن نتبع هذا الرمز " عن قصد أو بغير علم " عندما نتخذ القرار، يتم غرس الأخلاق الشخصية فينا من الطفولة نفسها. تتأثر معتقدات ووجهات نظر عائلتنا وديننا وأصدقائنا وغيرهم ممن لهم تأثير كبير في حياتنا. الصدق والنزاهة والشعور بالمسؤولية والجدارة بالثقة هي بعض الأمثلة الشائعة للأخلاقيات تنعكس هذه الأخلاق

¹. محمد عبد الحميد، البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، عالم الكتب للنشر، القاهرة، ط1، ص 159.

². معجم المقاييس في اللغة العربية، لابن فارس، دار الفكر للنشر، بيروت، لبنان، ص329.

³. صالح سليمان، أخلاقيات الإعلام، دار حنين للنشر والتوزيع، عمان، ط3، ص58، 76.

الشخصية التي نتعلمها من الطفولة في سلوكنا ليس من الخطأ القول إن سلوكنا، والقرارات التي نتخذها تحكمها أخلاقيات¹.

والأخلاقيات إجرائيا: هي مجموعة من المبادئ الأخلاقية التي نلتزم ونتقيد بها في نشر الأنشطة الخيرية عبر مواقع التواصل الاجتماعي لدى مستخدميها الجزائريين.

ب / النشر

لغة: من الفعل أشهر وأشهر: أفشى وأشاع: أشهر سرا، خبرا (أشهر كاتباً) : أعلن وأذاع جعله معروفا لدى الجمهور بالقول والكتاب².

اصطلاحا : لا يبعد عن النشر لغة إذ يقصد به توصيل الرسالة الفكرية التي يبذلها المؤلف إلى جمهور المستقبلين، أي المستهلكين للرسالة.

يمكن أن يكون المنشور في أنواع مختلفة من الدعامات التي اختلفت في توافرها وأهميتها عبر التاريخ، وأكثرها شيوعاً هو الكتابة أو الطباعة أو حالياً الرقمية.

يستخدم مصطلح النشر للإشارة إلى الفعل الذي يتم من خلاله نشر أو الكشف عن معلومات معينة أو قانون أو بيانات وما إلى ذلك.

عرفه الدكتور محمد عساف : على أنه مختلف النواحي النشاط التي تؤدي إلى نشر أو إذاعة الرسائل الإعلامية المرئية والمسموعة على الجمهور، بغرض حثه على التعامل مع المنشأة أو من أجل سياقه للتقبل الطيب للأفكار أو أشخاص أو منشآت معن عنها³.

وقد ورد في قاموس Webster الالكتروني المتاح على شبكة الانترنت أن النشر الالكتروني هو " ذلك النوع من النشر الذي يتم فيه توزيع المعلومات عبر شبكات الحاسب الآلي أو تحميل المعلومات على أحد الأشكال أو الوسائط التي يتم تشغيلها من خلال جهاز الحاسب الآلي⁴

¹. أحمد عبد الحليم عطية، الأخلاق في الفكر العربي المعاصر، دراسة تحليلية للاتجاهات الأخلاقية الحالية في الوطن العربي، دار الثقافة للنشر والتوزيع، القاهرة، ص 187.

². المنجد في اللغة العربية المعاصرة، دار المشرق، بيروت، ط 2، 2001، ص 800.

³. محمد جودت، الدعاية والإعلان والعلاقات العامة، دار مجدلاوي، عمان، 1998، ص 102-103.

⁴. Webster, Merriam.WWWWebster Dictionary.Available : <http://www.m-w.com/cgi-bin/dictionary>

وقد استخدم هذا المصطلح لأول مرة سنة 1980 هو أيضا استحداث أساليب جديدة لنقل المعلومات من المصدر إلى المؤلف.

والنشر إجرائيا هو عملية بث ونشر المحتويات ذات الصلة بالأنشطة الخيرية عبر موقع الفيسبوك لدى مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي الجزائريين.

ج / الأنشطة الخيرية

هو نشاط يقوم به بعض الأفراد أو الجمعيات بهدف تقديم سلع ما أو خدمات أو غير ذلك مما يحتاج إليه الناس عادة، وهذا العمل النبيل يكون بدون مقابل كونه عمل لا يهدف لجني ربح أو عائد أو مصلحة شخصية من وراءه¹، وهذا أهم ما تتميز به العمل الخيري عن غيره من الأعمال الأخرى ذات الصلة التجارية الربحية البحتة، وتتنوع هذه الأعمال إلى أنواع كثيرة من تقديم الغذاء لذوى الحاجة إلى الرعاية الصحية لبعض المرضى ممن لا يجدون نفقة العلاج على نفقتهم الخاصة، وأيضا مشاريع كفالة الأيتام تعد مثلا جيدا للأعمال الخيرية، وقد تمتد الأعمال الخيرية إلى مساعدة الطلاب من أبناء الفقراء في الاستمرار في دراستهم من خلال تيسير السبل والوسائل اللازمة لاستكمال الدراسة.

ويفسر النشاط الخيري إجرائيا بأنه كافة الممارسات والوظائف ذات البعد الخيري التي يقوم بها الافراد ويتداولها مستخدمو موقع الفيسبوك الجزائريين.

د / مواقع التواصل الاجتماعي:

إصطلاحا : هو منظومة من الشبكات الإلكترونية التي تسمح للمشارك 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 الثانوية².

وإجرائيا : اعتمدنا على موقع الفيسبوك كأحد أنماط مواقع التواصل الاجتماعي.

¹. عبد الكريم بكار، ثقافة العمل الخيري كيف نرسخها؟ وكيف نعممها؟، دار السلام للنشر والتوزيع، القاهرة، 2012، ص 264.

². راضي زاهر، استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في العالم العربي، مجلة التربية عدد 15، جامعة عمان، 2003، ص23.

هـ / الفيسبوك : هو موقع إلكتروني للتواصل بين المستخدمين حول العالم ويمكن لأي شخص قادر إنشاء موقع له في حساب الفيسبوك بسهولة وبدون مقابل مادي ويهدف الموقع الربط بين الأصدقاء والتعرف على أصدقاء جدد أو البحث على أصدقاء الدراسة حول العالم أو الانضمام الى مجموعات مختلفة على شبكة الويب، ويمكن لمستخدمين في الموقع الاشتراك في شبكة أو أكثر، مثل المدارس أو أماكن العمل، أو المناطق الجغرافية أو المجموعات الاجتماعية و هذه الشبكات تتيح للمستخدمين الاتصال بالأعضاء الذين هم في الشبكة نفسها ويمكن لهم أن يضيفوا أصدقاء لصفحاتهم ويتيحوا لهم رؤية صفحاتهم الشخصية¹.

4. أسباب اختيار الموضوع

إن اختيارنا لهذا الموضوع لم يكن بصورة اعتباطية، بل كان انطلاقا من مجموعة من الدوافع والاعتبارات، وعلى هذا فإن الأسباب التي دفعتنا إلى اختيار موضوع هذه الدراسة جاءت كالآتي:

الأسباب الذاتية :

- الشعور بمشكلة بحثية تحتاج إلى دراسة.
- الرغبة في اكتشاف معارف جديدة حول استخدامات مواقع التواصل الاجتماعي في مجال النشاط الخيري وإخلاقيات النشر عبر الفيسبوك.

الأسباب الموضوعية:

- فتح المجال أمام الباحثين والطلبة للبحث أكثر في الموضوع فهو مجال واسع .
- جودة الموضوع ونقص الدراسات حوله خاصة في الجزائر.
- أهمية الموضوع وعلاقته بمجال التخصص من جهة وعلاقته بالمجتمع من جهة أخرى.

¹. الحضيف، كيف تؤثر وسائل الإعلام، الرياض، دار وهج الحياة للنشر والتوزيع، 2010، ص34.

5. أهداف الدراسة

كل بحث من البحوث العلمية إلا وله هدف محدد، يسعى القائمون عليه الوصول إليه، وتنطوي دراستنا هذه والموسومة ب: " أخلاقيات نشر الأنشطة الخيرية عبر مواقع التواصل الاجتماعي " على مجموعة من الأهداف والتي من خلالها يمكن الوصول إلى نتائج مرتبطة بها، ويمكن إيجازها فيما يلي:

- التعرف عن عادات وأنماط استخدام أساتذة قسم الاعلام والاتصال بجامعة الأغواط و الجزائر 3 لموقع الفيسبوك.
- الكشف عن أسس نشر الأنشطة الخيرية عبر موقع الفيسبوك من جهة نظر أساتذة قسم الإعلام والاتصال بجامعة الأغواط و الجزائر 3.
- التعرف على دوافع استخدام أساتذة قسم الاعلام والاتصال بجامعة الأغواط و الجزائر 3 لموقع الفيسبوك.
- الكشف عن ابعاد ومحددات نشر الأنشطة الخيرية عبر موقع الفيسبوك من جهة نظر أساتذة قسم الإعلام والاتصال بجامعة الأغواط و الجزائر 3.
- الوصول الى معرفة كيفية يقيم أساتذة قسم علوم الإعلام والاتصال بجامعة الأغواط و الجزائر 3 للمحتوى الخاص بنشر الأنشطة الخيرية عبر موقع الفيسبوك.
- الكشف عن درجة التزام مستخدمي موقع الفيسبوك بأخلاقيات نشر الأنشطة الخيرية من جهة نظر أساتذة قسم الإعلام والاتصال بجامعة الأغواط و الجزائر 3.

6. أهمية الدراسة

تتجسد أهمية هذه الدراسة في الدور الذي تؤديه مواقع التواصل الاجتماعي داخل المجتمع و المؤسسات والجمعيات خاصة الجزائرية، ومنها الناشطة في العمل الخيري والتي تسعى إلى تحقيق التميز والنجاح، الأمر الذي يحتم عليها مواكبة كل ما هو جديد، وكذا من أجل تطبيق مفهوم النشر و الإشهار والترويج لمختلف خدماتها عبر مواقع التواصل

الاجتماعي، ذلك أنها تعد وسيطا جديدا في مجال النشر ما ساعد تشجيع الإقبال على النشاط الخيري في المجتمع.

وتستمد هذه الدراسة أهميتها في كونها تصدت لموضوع مهما ألا وهو أخلاقيات نشر الأنشطة الخيرية عبر موقع الفيسبوك، والدور الكبير الذي تلعبه هذه الأخيرة في إبراز الاخلاقيات التي تلزم المدون في التقيد بها، وهدفت الدراسة الى استطلاع رأي أساتذة قسم الاعلام والاتصال بجامعتي الأغواط و الجزائر 3، حول مدى التزام جمهور المستخدمين بأخلاقيات نشر الأنشطة الخيرية عبر موقع الفيسبوك وذلك لتقييم معايير وأسس هذا النشر.

7. أدوات جمع البيانات

من المعروف أن أي بحث علمي لابد من أدوات يستعملها الباحث في جمع المعلومات والبيانات¹، لذا تتطلب أي دراسة علمية اختيار الأدوات المناسبة لها وفقا لطبيعة الموضوع المراد دراسته وكذا طبيعة المنهج المعتمد، فهي تساعد في الحصول على المعلومات الضرورية والملائمة وقد اعتمدنا في دراستنا هذه على أداة الاستبيان.

الاستبيان:

كلمة مشتقة من الفعل استبان الأمر، بمعنى أوضحه وعرفه والاستبيان بذلك هو التوضيح والتعريف لهذا الأمر².

وفي البحث العلمي فإن الاستبيان هو تلك القائمة من الأسئلة التي يحضرها الباحث بعناية في تعبيرها عن الموضوع المبحوث في إطار الخطة الموضوعية لتقدم إلى المبحوث، من أجل الحصول على إجابات تتضمن المعلومات والبيانات المطلوبة، لتوضيح الظاهرة المدروسة وتعريفها من جوانب مختلفة. كما يعرف الاستبيان بأنه استمارة للبحث تضم مجموعة من الأسئلة المفتوحة أو المغلقة يوجهها الباحث إلى المبحوث لكي يجيب عليها بنفسه ودون تدخل

¹. موريس أنجريس، منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية، ترجمة بوزيد صحراوي وآخرون، دار القصب للنشر والتوزيع، الجزائر، 2006، ص31.

². أحمد بن مرسل، مناهج البحث العلمي في العلوم الإعلام والاتصال، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، ط 4، 2010، ص 220.

من الباحث ويتم توزيع الاستمارة إما عن طريق المقابلة الشخصية أو أن ترسل عن طريق البريد الإلكتروني ويسمى بالاستبيان الإلكتروني¹.

وقد اعتمدنا في دراستنا هذه على الاستبيان كأداة أساسية، باعتبارها تمكن من الحصول على المعلومات من مجتمع البحث المراد دراسته، خاصة إذا كان عدده كبير أو مشتت كما أنها توفر الجهد والوقت، وتساعد في تصنيف البيانات وتبويبها في جداول حتى يتمكن من تفسيرها والوصول إلى نتائج علمية دقيقة، وتم توزيع الاستبيان الكترونياً، والاستعانة بالأستاذ المشرف لتوزيع عبر موقع الفيسبوك لزملائه لمشاركة الاستبيان، وقد شمل الاستبيان ستة محاور جاءت في مجموع الأسئلة 12 سؤال:

المحور الأول: حيث تضمن البيانات الشخصية (الجنس، السن، الدرجة العلمية في الوظيفة سنوات الخبرة.....)، وبلغ عدد الأسئلة 04 أسئلة.

المحور الثاني: عادات وأنماط استخدام مواقع التواصل الاجتماعي، (04 أسئلة).

المحور الثالث: دوافع استخدام الفيسبوك في نشر العمل الخيري (سؤال).

المحور الرابع: معرفة تقييم نشر الأنشطة الخيرية عبر موقع الفيسبوك من وجهة نظر المبحوثين في الوقت الراهن (سؤال).

المحور الخامس: ويتمثل في أسئلة تبحث عن أهم محددات ومتطلبات الالتزام بنشر العمل الخيري عبر موقع الفيسبوك (سؤال).

المحور السادس: احتوى هذا الأخير عن مدى التزام مستخدمي الفيسبوك بأخلاقيات النشر الخيري (سؤال).

8. منهج الدراسة

لا يمكن القيام بأي دراسة أو بحث علمي دون الاعتماد على منهج محدد، يساعد في الوصول إلى نتائج علمية دقيقة لتحقيق الأهداف المرجوة.

¹. طاهر حسو الزبياري، أساليب البحث العلمي في علم الاجتماع، المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر والتوزيع، لبنان، 2011، ص144.

حيث يعرف المنهج بأنه : طريقة البحث التي يعتمد عليها الباحث في جميع المعلومات والبيانات المكتوبة أو العقلية وتصنيفها وتحليلها وتنظيمها¹.

وتقوم هذه الدراسة على استخدام المنهج الوصفي بأسلوب المسح لجمع البيانات ولاستطلاع آراء اساتذة قسم الاعلام والاتصال بهدف الوصول إلى أخلاقيات نشر الأنشطة الخيرية عبر موقع الفيسبوك (دراسة على عينة من المستخدمين).

والمنهج الوصفي غالبا ما يستخدم لوصف الظواهر والحالات التي تمر بها المجتمعات ودراسة الظروف المحيطة بها.

كما يعد المنهج الوصفي من بين المناهج العلمية الأكثر شيوعا واستخداما في العلوم الإنسانية عامة، لصعوبة استخدام منهج تجريبي في هذه العلوم ولما له من أهمية كبيرة في مسيرة مختلف التغيرات والتطورات.

ويعرف المنهج الوصفي على أنه المنهج الذي يقوم على رصد ومتابعة دقيقة لظاهرة أو حدث معين بطريقة كمية أو نوعية في فترة زمنية معينة، أو عدة فترات من أجل التعرف على الظاهرة أو الحدث من حيث المحتوى والمضمون والوصول إلى نتائج وتعميمات تساعد في فهم الواقع وتطويره².

9. مجتمع البحث

يعرف مجتمع البحث على أنه: كل الأشخاص والحالات والوثائق أو المضامين والمواد الإعلامية التي تجري بحثا من أجل الخروج بنتائج تتعلق بها وتعمم عليها³. كما يعرف أيضا على أنه يقصد بمجتمع البحث جميع المفردات أو الأشياء التي نريد معرفة حقائق عليها⁴.

¹. إحسان محمد الحسن، مناهج البحث العلمي، دار وائل للنشر والتوزيع، الأردن، ط 2، 2009، ص 11.

². ربحي مصطفى عليان، عثمان محمد غنيم، مناهج وأساليب البحث العلمي النظرية والتطبيق، دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان، 2000، ص 43.

³. شريف درويش اللبان، مقدمة في مناهج البحث العلمي، دار الغربية للنشر والتوزيع، مصر القاهرة، ط 1، 2008، ص 66.

⁴. محمد منير حجاب، الأسس العلمية لكتابة الرسائل الجامعية، دار الفجر للنشر والتوزيع، ط 1، 2007، ص 29.

كما يعرف أيضا أنه المجتمع الأكبر أو مجموع المفردات التي يهدف الباحث لدراستها لتحقيق نتائج الدراسة، ويمثل هذا المجتمع الكلي أو المجتمع الأكبر المستهدف الذي يهدف الباحث إلى دراسته ويتم تعميم نتائج الدراسة على كل مفرداته¹.

يقوم معظم الباحثين اليوم بالاعتماد على أسلوب العينة في إجراء بحوثهم الميدانية، وهذا لأنهم يواجهون صعوبة تتمثل في ضخامة مجتمع البحث وشاسعته، ما يؤدي إلى صعوبة دراسة الوحدات المكونة له، نظرا لارتباط هذه الدراسة بوقت محدد وغيرها من الأسباب ولهذا يلجأ معظم هؤلاء الباحثين إلى أسلوب العينة، وهذا ما يتناسب مع بحثنا هذا.

ويتمثل مجتمع البحث الحالي في مجموع أساتذة علوم الاعلام والاتصال بجامعة الأغواط و الجزائر 3، والبالغ عددهم 214.

10. عينة الدراسة :

تعرف العينة على إنها جزء من مجتمع الدراسة الذي تجمع منه البيانات الميدانية فهي تعتبر جزء من الكل، بمعنى أنه تأخذ مجموعة من أفراد المجتمع على أن تكون ممثلة للمجتمع الأصلي ثم تعميم نتائج الدراسة على المجتمع كله².

وقد اعتمدنا في دراستنا هذه على العينة القصدية، أو ما يطلق عليها العينة الغير احتمالية هي إحدى أنواع العينات في البحث العلمي، ويتم تعريفها على أنها أسلوب أخذ العينات الذي يختار فيه الباحث الغينات بناءا على الحكم الذاتي للباحث بدلا من الاختيار العشوائي. إن أخذ العينات القصدية هو طريقة أخذ عينات لا يتمتع فيها جميع أفراد المجتمع بفرصة المشاركة في الدراسة، ويقوم الباحث باختيار هذه العينة اختيارا حرا على أساس أنها تحقق أغراض الدراسة التي يقوم بها. فالباحث في مثل هذه الحالة يقدر جادته الى المعلومات ويختار عينته بما يحقق له غرضه³.

¹. محمد عبد الحميد، نفس المرجع السابق، ص 130.

². ذوقات عبيدات وآخرون، البحث العلمي مفهومه وادواته واساليبه، دار الفكر، سوريا، 1984، ص 116.

³. نفس المرجع، ص 117.

وقد تم اختيار عينة من أساتذة قسم علوم الاعلام والاتصال بجامعة الجزائر 3، وقد بلغ حجمها العينة 100 أستاذ، أي بنسبة 46.72%.

11. الدراسات المرجعية (السابقة / المتشابهة)

تعتبر الدراسات السابقة إسهامات علمية تحمل نتائج في غاية الأهمية والتي يجب على كل باحث الوقوف عندها لإعطاء بحثه بعدا نظريا، وكذا فهي تساعد في تقديم استنتاجات مبدئية لمختلف الأبحاث والدراسات.

أولا الدراسات الجزائرية :

- الدراسة الأولى: دراسة "خولة حمادية ومريم قاسم" الموسومة بـ: " دور مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية العمل التطوعي"¹

حيث تدور إشكالية هذه الدراسة حول مدى خدمة مواقع التواصل الاجتماعي للعمل التطوعي لجمعية ناس الخير، وعلى ضوء هذه الإشكالية صيغت التساؤلات التالية:

- ما هي أهم نشاطات الجمعية المتداولة عبر صفحة الفيسبوك ؟
- ما هي أهداف الجمعية الخيرية من خلال صفحة الفيسبوك على شبكة الانترنت ؟
- كيف يقدم محتوى الإتصالي للجمعية الخيرية (ناس الخير، ورقلة) عبر صفحة الفيسبوك ؟

اعتمدت هذه الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي، أين استخدمت الباحثان العينة العشوائية المنتظمة، وقد طبقت على مجتمع بحث متمثل في الأعمال المنشورة على صفحة الفيسبوك الخاصة بالجمعية، كما تم الاعتماد على استمارة تحليل المضمون والمقابلة كأدوات لجمع البيانات.

¹. خولة حمادية و مريم قاسم، دور مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية العمل التطوعي، مذكرة ماستر، جامعة قاصدي مرباح ورقلة، قسم علوم الإعلام والاتصال، 2015.

وقد توصلت الدراسة الى جملة من النتائج أهمها:

- الاعتماد على جميع الخصائص التي توفرها مواقع التواصل الاجتماعي كالنص والصورة من أجل الوصول إلى الأهداف المرجوة من المنشور.
- إمكانية التفاعل في مواقع التواصل الاجتماعي بالمشاركة والإعجاب والتعليق مما يشعر الفرد بحرية الرأي.
- تمنح مواقع التواصل الاجتماعي لمستخدميها خاصية متابعة نشاطات الجمعية قبل، أثناء، وبعد الانتهاء من الأنشطة مما يدعم ثقة المتابعين في أعضاء الجمعية.
- التوجه نحو استخدام مواقع التواصل الاجتماعي كوسيلة إعلام وإعلان، وسيلة توعية وتواصل، كوسيلة لتحقيق الأهداف التطوعية الخيرية.

■ **التعليق على الدراسة :** دراسة " خولة حمايدية ومريم قاسم" الموسومة بـ : " دور مواقع

التواصل الاجتماعي في تنمية العمل التطوعي "

شابه موضوع هذه الدراسة إلى حد ما مع موضوع دراستنا، ذلك أنه يتضمن مواقع التواصل الاجتماعي ودورها في تنمية العمل التطوعي، وتضمن موضوع دراستنا إضافة على ذلك اخلاقيات النشر، وكذا اعتمادها على نفس أدوات جمع البيانات المتمثلة في استمارة الاستبيان والمقابلة، وكان الاختلاف في نوع الدارسة التي كانت تحليلية أما في دراستنا فهي وصفية، إضافة إلى العينة حيث تم استخدام العينة العشوائية المنتظمة فيما استخدمنا العينة الطبقية في دراستنا.

وتم الاستفادة من الجانب النظري لهذه الدراسة وكذا في تفسير بعض النتائج المتعلقة بالدراسة الميدانية، خاصة فيما يتعلق بمواقع التواصل الاجتماعي.

• **الدراسة الثانية :** دراسة " أمينة دواجي و الوزيرة سيريج " الموسومة بـ: " دور مواقع

التواصل الاجتماعي في تفعيل العمل التطوعي لدى الشباب الجزائري¹ "

حيث تدور إشكالية هذه الدراسة حول ما دور مواقع التواصل الاجتماعي في تفعيل العمل التطوعي لدى شباب ولاية البويرة؟ وتفرعت من هذه الإشكالية عدة تساؤلات فرعية:

- ماهي عادات استخدام شباب ولاية البويرة لمواقع التواصل الاجتماعي؟
- ماهي دوافع استخدام شباب ولاية البويرة لمواقع التواصل الاجتماعي في العمل التطوعي؟
- كيف تفعل مواقع التواصل الاجتماعي دورها في العمل التطوعي لدى شباب ولاية البويرة؟

اعتمدت هذه الدراسة على المنهج الوصفي، أين استخدمت الباحثان استمارة الاستبيان كأداة رئيسية، تم الاعتماد عليها في تحليل المضمون والمقابلة كأدوات لجمع البيانات.

وقد بينت نتائج هذه الدراسة ان لمواقع التواصل الاجتماعي دورا فعالا في المجتمع من خلال استغلالها في خدمة وتعزيز التعاون امام فعل الخير والتوجه نحو العمل التطوعي والمساهمة في التوعية الشاملة بأهمية هذه المواقع من خلال دعوة الشباب الى المشاركة في العمل التطوعي والتعريف بالنشاطات الخيرية التي يقوم بها المسؤولين عن هذا العمل التطوعي، وبذلك تجذب أكبر عدد ممكن من المتطوعين وفي وقت قصير بالإضافة الى سرعة الاستجابة، وبذلك تساهم في خلق روح العمل

¹. أمينة دواجي و الوزيرة سيريج، دور مواقع التواصل الاجتماعي في تفعيل العمل التطوعي لدى الشباب الجزائري، مذكرة ماستر، جامعة أكلي محند أولحاج البويرة، قسم التاريخ، 2019.

الجماعي وزرع القيم والمبادئ الإسلامية وتشجيع العمل التطوعي في صفوف الشباب.

- **التعليق على الدراسة :** دراسة " أمينة دواجي و الويزة سيريج " الموسومة ب : " دور مواقع التواصل الاجتماعي في تفعيل العمل التطوعي لدى الشباب الجزائري " تشابهت دراستنا الحالية مع الدراسة السابقة في المنهج الوصفي وأداة الاستبيان لجمع المعلومات، وركزت على عينة من الشباب إجراء الدراسة باعتبارها أكثر فئة تساهم في العمل الخيري، واختلفت في نوع العينة بحيث اعتمدنا العينة القصدية، أما الدراسة السابقة اعتمدت على العينة العشوائية. وتمت الاستفادة من هذه الدراسة في جزء منها، كما ساعدتنا في تحليل بعض النتائج التي لها علاقة مع نتائج دراستنا.

- **الدراسة الثالثة :** دراسة " حنان كزعي و مريم بوشقايف " تحت عنوان : " فعالية مواقع التواصل الاجتماعي في الإشهار للعمل الخيري"¹ " تناولت هذه الدراسة إشكالية حول ما مدى فعالية مواقع التواصل الاجتماعي في الإشهار للعمل الخيري؟، واندرج ضمن هذا التساؤل مجموعة من التساؤلات الفرعية تمثلت في:
 - ماهي مزايا استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في الاشهار خاصة للعمل الخيري بالنسبة لأعضاء جمعية الإرشاد والإصلاح؟
 - هل تحقق الإشهارات الواردة عبر مواقع التواصل الاجتماعي الأهداف الخيرية لجمعية الإرشاد والإصلاح مكتب جيجل؟
 - فيما تتمثل الإشهارات التي تحققها مواقع التواصل الاجتماعي في الاشهار للعمل الخيري لجمعية الإرشاد والإصلاح مكتب جيجل؟
 - كيف تحقق الإشهارات الواردة عبر مواقع التواصل الاجتماعي التفاعل من وجهة نظر أعضاء الجمعية الخيرية؟
 - وبعد الانتهاء من جمع المعلومات اللازمة وتفريغها وتفسيرها توصلت هذه الدراسة إلى جملة من النتائج أهمها :
 - اعتماد الجمعية الخيرية على مواقع التواصل الاجتماعي في الإشهار للعمل الخيري بشكل كبير خاصة موقع الفايسبوك.
 - أهم ما يميز الإشهار عبر مواقع التواصل الاجتماعي هو السرعة في الوصول إلى الجمهور وتسهيل التواصل بين أعضاء الجمعية الخيرية.
 - تساهم الإشهارات الواردة عبر مواقع التواصل الاجتماعي في تحقيق أهداف الجمعية الخيرية.

¹. حنان كزعي ومريم بوشقايف، فعالية مواقع التواصل الاجتماعي في الإشهار للعمل الخيري، مذكرة ماستر، جامعة محمد الصديق بن يحي جيجل، قسم علوم الإعلام والاتصال، 2018.

- تحقق الإشهاريات الواردة عبر مواقع التواصل الاجتماعي إشباعات لأعضاء الجمعية الخيرية أهمها التعريف بنشاطاتها وبرامجها.

- نجاح مواقع التواصل الاجتماعي في خلق صورة إيجابية حول جمعية الإرشاد والإصلاح

- من أكثر نشاطات الجمعية التي تلقى تفاعل عبر مواقع التواصل الاجتماعي هي توزيع قفة رمضان.

اعتمدت هذه الدراسة على المنهج الوصفي، لأنه تعد من الدراسات الوصفية في بحوث الاتصال كما تم التحليل عن طريق الاستبيان، لذا تعد من الدراسات الوصفية التحليلية.

■ **التعليق على الدراسة :** دراسة " حنان كزعي و مريم بوشقايف " تحت عنوان: " فعالية مواقع التواصل الاجتماعي في الإشهار للعمل الخيري "

تتشابه هذه الدراسة مع دراستنا في كونها تناولت ثقافة العمل التطوعي، ومن بين النقاط التي ركزت عليها هذه الدراسة مفهوم العمل التطوعي ومجالاته وهو ما تضمنته دراستنا في جزئية منها، كما اعتمدت على نفس المنهج ونفس أدوات جمع البيانات المتمثلة في الاستبيان إلا أنها إضافة المقابلة في دراستها.

ويمكن التشابه في نوع الدراسة والعينة حيث تم استخدام العينة الطبقية في دراستنا أيضا وتمت الاستفادة من هذه الدراسة في جزء من شقها النظري.

ثانيا الدراسات الأجنبية :

- **الدراسة الأولى :** دراسة " سلطنة جدعان نايف الخريشة " المعنونة بـ: " أخلاقيات استخدام شبكات التواصل الاجتماعي من وجهة نظر مدرسي الإعلام والقانون في الجامعات الأردنية¹ ".

ان مشكلة هذه الدراسة تكمن في السؤال الاتي: ما المبادئ الأخلاقية والأسس والمعايير التي يراها مدرسي الاتصال والإعلام والقانون في المملكة الأردنية الهاشمية مناسبة لكي تكون بمثابة ميثاق أخلاقي يحكم استخدام شبكات التواصل الاجتماعي من قبل الجمهور؟

وانبثقت أسئلة من السؤال الرئيسي كالآتي:

- ما المعايير المناسبة لاستخدام شبكات التواصل الاجتماعي في مجال نشر المعرفة والاستفادة منها؟

- ما المحددات لعدم انتهاك خصوصيات المواطن عبر هذه الشبكات؟

- ما دور الأسرة ومؤسسات التنشئة الاجتماعية الأخرى في توجيه الأبناء لكيفية استخدام هذه الشبكات؟

- ما القيم الأخلاقية التي يمكن استخلاصها من إجابات الفئة المبحوثة والتي تكون مناسبة كقواعد أخلاقية مناسبة لاستخدام شبكات التواصل؟

هدفت الدراسة إلى الوصول إلى ميثاق أخلاقي لاستخدام شبكات التواصل الاجتماعي من قبل الجمهور، واعتمدت المنهج الوصفي وأداة الاستبانة التي طبقت على عينة من اساتذة الإعلام والقانون في الجامعات الأردنية بلغت 63 أستاذاً ومن أبرز النتائج التي توصلت إليها الدراسة هي:

¹. سلطنة جدعان نايف الخريشة، أخلاقيات استخدام شبكات التواصل الاجتماعي من وجهة نظر مدرسي الإعلام والقانون في الجامعات الأردنية، رسالة ماجستير، جامعة الشرق الأوسط، كلية الاعلام، عمان، 2016.

- إن احترام خصوصية الفرد يجب أن تتصدر العناصر الأخلاقية في استخدام الشبكات من قبل الجمهور .

- إن الأسرة هي المسؤولة بالدرجة الأساس عن توجيه الأبناء لاختيار الأنسب والأفضل لاستخدام أبنائها لوسائل الاتصال عامة وشبكات التواصل خاصة.

- أبرز القيم الأخلاقية التي توافق عليها الاكاديميون من الإعلاميين والقانونيين عند النشر عبر شبكات التواصل الاجتماعي هي: الأمانة، المصداقية عند نشر أي شيء، و المحافظة على الآداب العامة، وعدم الخروج عن الحدود الأخلاقية والقانونية في التواصل، و التركيز على نشر الوعي لدى الشباب للاستخدام الأمثل لهذه الشبكات، و أن يكون المنشور مكتوباً بلغة سليمة يحدد فيه الواقعة المراد نشرها، وتجنب استخدام السب أو الذم أو القبح تجاه الآخرين، ونشر القيم والأخلاق والدين، والتركيز على تبادل ونقل الثقافات، وعدم استخدام الأسماء المستعارة.

■ **التعليق على الدراسة:** دراسة " سلطنة جدعان نايف الخريشة " المعنونة بـ: " أخلاقيات استخدام شبكات التواصل الاجتماعي من وجهة نظر مدرسي الإعلام والقانون في الجامعات الأردنية "

تتشابه هذه الدراسة مع دراستنا في كونها تناولت اخلاقيات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي ومن بين النقاط التي ركزت عليها هذه الدراسة مفهوم الاخلاقيات وهو ما تضمنته دراستنا في جزئية منها، كما اعتمدت على نفس المنهج ونفس أدوات جمع البيانات المتمثلة في الاستبيان وتشابهت مع دراستنا في الدراسة والعينة.

بينما جاءت هذه الدراسة للوقوف على أهم الأخلاقيات التي ينبغي مراعاتها عند مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي، بينما جاءت دراستنا في جانب النشاط الخيري.

- **الدراسة الثانية :** دراسة " منتهى الكيلاني" الموسومة بـ: " دور الفيس بوك في نشر ثقافة العمل التطوعي، دراسة مسحية على عينة من طلبة الجامعات الأردن، في مدينة عمان¹ ".

صيغت مشكلة الدراسة بالتساؤل التالي:

إلى أي مدى أسهمت مواقع التواصل الاجتماعي في ترسيخ ثقافة العمل التطوعي لدى طلبة الجامعات الأردنية . الفيسبوك أنموذجاً؟.

استناداً إلى مشكلة الدراسة تمثلت أسئلة الدراسة بما يلي:

- ما أنماط استخدام موقع الفيسبوك لدى طلبة الجامعات الأردنية في عمان؟
 - ما مدى إسهام مواقع التواصل الاجتماعي (الفيسبوك) في تعزيز مفهوم العمل التطوعي لدى طلبة الجامعات الأردنية في عمان؟
 - ما تأثير المضامين المنشورة في موقع الفيسبوك عن العمل التطوعي في نشر ثقافة العمل التطوعي لدى طلبة الجامعات الأردنية في عمان؟
 - ما احتياجات طلبة الجامعات الأردنية من النشر عبر الفيسبوك إزاء العمل الخيري؟
- هدفت الدراسة الى التعرف على الدور الذي يؤديه موقع الفيسبوك في نشر ثقافة العمل التطوعي لدى طلبة الجامعات الأردنية، وقد اعتمدت الدراسة المنهج الوصفي، وتمثل مجتمع الدراسة بطلبة الجامعة الأردنية وجامعة الشرق الأوسط، والبالغ عددهم خمسون ألف طالب وطالبة وبلغت عينة الدراسة 414 طالبا وطالبة تم اختيارهم بطريقة العينة العشوائية البسيطة بينت نتائج الدراسة:
- أن طلبة الجامعات الأردنية (الشرق الأوسط والأردنية) يستخدمون الفيسبوك بنسبة عالية وأنهم يفضلون معظم الأماكن لاستخدام وتصفح الفيسبوك.

¹. منتهى الكيلاني، دور الفيسبوك في نشر ثقافة العمل التطوعي، دراسة مسحية على عينة من طلبة الجامعات الأردن في مدينة عمان، رسالة ماجستير، جامعة الشرق الأوسط، كلية الاعلام، عمان، 2019.

- كما أنهم يستغرقون في استخدام وتصفح الفيسبوك (من ساعة إلى 3 ساعات). ويفضلون استخدام الجوال في متابعة وتصفح الفيس بوك.
- أن الفيسبوك وسيلة فعالة للترويج لحملات العمل التطوعي، ويسهم بشكل فاعل في تعريف الطلبة بالمزيد من أوجه العمل التطوعي .
- إن منشورات الفيسبوك عن العمل التطوعي لها تأثير كبير في تعزيز الروح الأخوية بين افراد المجتمع، كما أنه في ذات الوقت تبين القيمة الإنسانية للعمل التطوعي.
- إن ما يحتاجه طلبة الجامعات هو أن يعملوا على توفير مساحات على الفيس بوك لدعوة الآخرين للعمل التطوعي، وأن يحرصوا على نشر الأعمال التطوعية لتعميم الفائدة.
- **التعليق على الدراسة :** دراسة منتهى الكيلاني الموسومة بـ: " دور الفيس بوك في نشر ثقافة العمل التطوعي، دراسة مسحية على عينة من طلبة الجامعات الأردن في مدينة عمان" تشابهت هذه الدراسة مع دراستنا في بعض النقاط ليس بحد كبير في جانب استخدام موقع الفيسبوك، كما تناولت نفس متغيرات دراستنا وتمثلت في دور موقع الفيس بوك في خدمة العمل التطوعي، إضافة إلى اعتمادها على نفس المنهج ويكمن الاختلاف بين دراستنا وهذه الدراسة في مجتمع البحث ومجالها المكاني والزمني، وتمت الاستفادة من هذه الدراسة في جزء من شقها النظري، كما ساعدتنا في تفسير بعض النتائج التي لها علاقة مع نتائج دراستنا.

13. جوانب الاستفادة من الدراسة

أفادت الدراسات السابقة في صياغة المشكلة البحثية وفهم متغيراتها بصورة واضحة ومحددة كما أفادت في بلورة الإطار النظري للدراسة من خلال مدخل الاستخدامات والإشباعات والمسؤولية الاجتماعية والاعتماد على وسائل الإعلام، وكيفية توظيف هذه المداخل بما يخدم الدراسة، بالإضافة إلى تحديد نوع الدراسة والمنهج المستخدم، وأداة جمع البيانات المناسبة.

عليه تأتي الدراسة الحالية بصفتها واحدة من الدراسات التي تناولت أخلاقيات النشر عبر موقع الفيسبوك، لتكون هذه الدراسة استكمالاً لبعض الدراسات التي تناولت أثر الأخلاقيات في استخدام شبكات التواصل الاجتماعي، غير أن ما سبق هذه الدراسة تتناول دراسة تعالج مواضيع محددة تختلف عن موضوع بحثنا الأمر الذي يقدم هذه الدراسة كواحدة من الدراسات العربية التي تناولت أهم الأخلاقيات في استخدام شبكات التواصل الاجتماعي من وجهة نظر المجتمع الجزائري.

كما تميزت دراسة الباحثة بكونها تناولت العلاقة بين متغيرين لم تتطرق لهما الدراسات السابقة بهذه الطريقة، فجميع الدراسات السابقة تناولت استخدامات الفيسبوك خاصة ومواقع التواصل الاجتماعي عامة وأثرها في بعض القضايا، أما دراسة الباحثة فقد ركزت على دراسة العلاقة بين استخدام الفيسبوك وأثره في نشر الأنشطة الخيرية، كما تميزت دراسة الباحثة بكونها اختارت مجتمعا مهما في دراسة الموضوع وهو مجتمع الجامعات، لكونهم يمثلون نخبة مهمة وفاعلة في المجتمع.

الإطار النظري

تمهيد :

يساعد القسم النظري في الإحاطة بالموضوع محل الدراسة، والتحكم والسيطرة على كل جوانبه فالاهتمام به من الضروريات التي لا بد أن يعطيها الباحث أهمية كبيرة، لهذا حاولنا من خلال بحثنا المعنون بـ: " أخلاقيات نشر الأنشطة الخيرية عبر مواقع التواصل الاجتماعي " أن نعرض مفهوم النشر الإعلامي (الإلكتروني)، ومواقع التواصل الاجتماعي ومجالات استخدامها، ونتطرق أكثر لموقع الفيسبوك محل للدراسة، وكذا أهمية الأنشطة الخيرية خدمة لقطاع إنساني وحيوي وهو العمل الخيري والإشهار له، عن طريق الحرص على إبراز السلبيات والإيجابيات وكذا أخلاقيات نشر الأنشطة الخيرية عبر الفيسبوك.

الفصل الأول : محددات وأخلاقيات النشر الإعلامي عبر مواقع التواصل الاجتماعي

إنه لمن الغريب حقاً والمثير للدهشة، أن النداءات الآن كثرت نحو التحول الإلكتروني في كل مناحي الحياة، فقد تغيرت مقولة شكسبير الشهيرة أكون أو لا أكون (Be or not to Be) لتكون (E or not to E) البادئة E أو إلكتروني أو رقمي Digital في كل الكلمات المتداولة في هذا العصر رامية إلى التغير الرهيب في النسق الاجتماعي والثقافي.

ذلك لم يكن جديداً علينا ونحن في مجتمع المعلومات أو المجتمع الرقمي أن نرى نتاجاً جديداً يولد من رحم الثقافة الإلكترونية يطلق عليه النشر الإلكتروني E-Publishing وهو الذي يستند على أدوات هذا العصر من تكنولوجيا الحواسيب والاتصالات والشبكات وخصوصاً شبكة الإنترنت، ذلك العملاق الذي غير مجرى الحياة من كافة الجوانب والذي تطور بشكل كبير ومتسارع، مما أسهم في تطور بيئة النشر الإلكتروني وبالتالي سيكون تركيزنا على ذلك التأثير من خلال هذا الفصل.

وفي استعراضنا لهذا الفصل سوف نتناول تعريف النشر الإلكتروني بمزاياه وخصائصه أنواعه، النشر الإلكتروني عبر الانترنت، مواقع التواصل الاجتماعي والنشر عبرها، أهميتها وأخلاقيات النشر عبر الفيسبوك محل الدراسة.

المبحث الأول : نشأة وتطور النشر الإلكتروني عبر الانترنت

أدت تقنيات المعلومات والاتصال التي يشهدها العالم إلى إحداث تغيرات جذرية في مجال حفظ المعلومات وتنظيمها، في ظل الثورة المعلوماتية التي تعيشها المجتمعات بمختلف أشكالها وأنواعها، إذ يمثل النشر الإلكتروني إحدى أهم هذه الأشكال التي تعود أولى تجاربه إلى فترة ما بعد الحرب العالمية الثانية، وهي فترة الإرهاصات الأولى لكثير من الاختراعات التي دفعة عجلة التقدم والتطور، ويعد النشر الإلكتروني إحدى هذه الاختراعات والذي يقصد به الحواسيب والاتصالات وأجهزة التخزين على وجه التحديد، كما ظهر بما يعرف بالمجلة الإلكترونية كنوع من أنواع التحولات القادمة والتي سوف تطرأ على أشكال النشر وحفظ المعلومات بأكملها، كما صاحب ذلك ظهور آلة ميمكس (Memex) بقدرتها على تخزين الكتب والسجلات كما يمكن استشارتها للحصول على المعلومات المطلوبة بشكل دائم¹.

تشير الأبحاث والدراسات حول بدايات إظهار وتطوير النشر الإلكتروني تعود إلى المكتبات ومجاميع المستفيدين والمؤسسات المسؤولة عن شبكات الاتصال وتطوير الأقراص الضوئية في فترة الثمانينات، وخلال انتشار شبكة الانترنت في التسعينات، وكان الهدف منه تفعيل عمليات الاتصال العلمي بين العلماء ولم يكن الغرض منه تجارياً على الإطلاق².

فقد ارتبط مصطلح النشر الإلكتروني بمجموعة من الموارد المادية والبشرية التي سمحت بتوفير ملفات تضم النصوص والإطارات والرسوم والصور في مستند واحد يتميز بجودة عالية، ومن أبرز هذه المواد الحواسيب، الطابعات، جهاز الماسح الضوئي، المودم، المستفيد وهو الشخص المتمرس على استخدام تلك التكنولوجيا، لأن استخدام تلك التقنيات في إعداد المعلومات إلى أن تصل بصورتها النهائية إلى المستفيد بمختلف الأشكال كالبحث بالاتصال المباشر والأقراص المكتنزة وغيرها من الأشكال هو ما يمكن القول على أنه يدل على مصطلح النشر الإلكتروني

¹. زين عبد الهادي، النشر الإلكتروني: التجارب العالمية مع التركيز على عمليات إعداد النص الإلكتروني - الاتجاهات

الحديثة في المكتبات والمعلومات، القاهرة: احمد أمين، ع 2، 1999، ص37.

². المرجع نفسه، ص37.

إلى أن تطور مفهومه وأصبحت المرحلة المتقدمة من مراحل النشر الالكتروني، وهي نشر وبث المعلومات الكترونيا واستبعاد كل ما هو ورقي في عملية النشر مع الاعتماد على الوسائل الالكترونية كالأقراص الصلبة (HARD DISCS) ، والمرنة (FLOPPY DISCS) والمضغوطة (CD ROM) وكذا الأقراص المتعددة الأغراض وأقراص (DVD) وعبر شبكة الانترنت و الفيديو تكست¹ (VIDEO TEXT).

ومنه نجد انه يوجد اتجاهان من النشر الالكتروني الأول خارج شبكة الانترنت : ويقصد به نشر ملف ما مخزن بطريقة مقروءة من طرف الآلة على وسيط معلوماتي مثل CD/ DVD ، أما النوع الثاني هو النشر مباشرة عبر الانترنت : حيث يقوم الكاتب أو الناشر بتحرير المحتوى مباشرة عبر الانترنت. وهذا الأخير محل دراستنا.

المطلب الأول : مفهوم النشر الإعلامي عبر الانترنت

لقد استخدم مصطلح النشر الالكتروني متداخلا مع مصطلح النشر المكتبي في معظم الأدبيات العربية التي تناولت هذا الموضوع، ومن هنا لابد من التميز بين كلا المصطلحين على الرغم من تداخلهما حيث يعتمد كل منها على الحاسوب في النشر والتخزين والاسترجاع أما النشر الالكتروني يعني توفير مصادر المعلومات بشكل الكتروني وفوري² وعليه يمكن تعريف آخر للنشر الالكتروني على انه استخدام الحاسوب في عمليات إنتاج ومعالجة ونشر المعلومات وتقديمها للمستخدمين.

النشر الالكتروني هو تقنية جديدة لنقل المعرفة عبر قنوات الاتصال الحديثة كشبكات المعلومات المختلفة والانترنت أو عبر الوسائط المتعددة ذات الكثافة التخزينية العالية.

¹. الشامي أحمد محمد والسيد حسب الله، معجم الموسوعي لمصطلحات المكتبات والمعلومات، دار المريخ، الرياض 1988، ص 319.

². زين عبد الهادي، نفس المرجع السابق ، ص 37.

يعرف النشر الإلكتروني بتعاريف عديدة لا حصر لها نذكر منها ما يلي :

- فيعرفه الدكتور احمد بدر في كتابه علم المكتبات والمعلومات بأنه الاختزان الرقمي للمعلومات مع تطويعها وبثها وتوصيلها وعرضها الكترونياً، أو رقمياً عبر شبكات الاتصال هذه المعلومات قد تكون في شكل نصوص، صور، رسومات يتم معالجتها آلياً¹.
 - ويعرفه الدكتور شريف كامل شاهين: بأنه عملية إصدار عمل مكتوب بالوسائل الالكترونية وخاصة سواء مباشرة أو من خلال شبة الانترنت².
 - ويورد الدكتور أبو بكر محمود الهوش في كتابه التقنية الحديثة في المعلومات والمكتبات بأنه النشر الإلكتروني هو الاعتماد على التقنيات الحديثة وتقنيات الاتصالات بعيدة المدى في جميع الخطوات التي تنطوي عليها عمليات النشر³.
 - ويرى نيجل ستروودويك (NIGEL Strudwick) أن النشر هو أي وثيقة تصدر الكترونياً ويتم عرضها على الجمهور مجاناً أو بتكلفة، إذ يمكن النشر على شبكة الأنترنت أو على وسائط متعددة⁴.
 - إذ قسم الدكتور عبد اللطيف صوفي النشر الإلكتروني إلى نوعين رئيسيين هما⁵ :
- أولاً :** النشر الإلكتروني الموازي وفيه يكون النشر الإلكتروني مأخوذاً عن النصوص المطبوعة والمنشورة وموازيها، أي انه ينتج نقلاً عنها ويوجد إلى جانبها.

¹. بدر احمد، علم المكتبات والمعلومات دراسات في النظرية والارتباطات الموضوعية، دار الغريب، القاهرة، 1996، ص309.

². شريف كامل شاهين، مصادر المعلومات الالكترونية في المكتبات ومراكز المعلومات، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، 2000، ص25.

³. أبو بكر محمود الهوش، التقنية الحديثة في المعلومات والمكتبات نحو استراتيجية عربية لمستقبل مجتمع المعلومات، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 2002، ص152.

⁴. NIGEL Strudwick, Electronic publishing: the example of BMSAES, 2002, pp 39-53.

⁵. عبد اللطيف الصوفي، المعلومات الإلكترونية والإنترنت في المكتبات، مطبوعات جامعة منتوري، قسنطينة، 2001، ص 19-20.

ثانيا : النشر الإلكتروني الخالص وفيه لا يكون النشر عن نصوص مطبوعة، بل يكون الكترونيا صرفا، ولا يوجد إلا بالشكل الإلكتروني.

■ ويعرف النشر الإلكتروني بأنه : عملية اصدار عمل مكتوب بوسائل الكتروني وخاصة الحاسب سواء مباشرة او من خلال شبكات الاتصال، او هو مجموعة من العمليات بمساعدة الحاسب يتم عن طريقها ايجاد وتجميع وتشكيل واختزان وتحديث محتوى المعلومات من اجل بثه¹.

وخلاصة لذلك يعرف النشر الإلكتروني على إنه استخدام التكنولوجيا الرقمية لتحويل المادة المطبوعة أو المسموعة أو المرئية إلى رقمية أيضا، ونشرها للجمهور المستهدف باستخدام الأجهزة الإلكترونية على اختلاف أنواعها.

المطلب الثاني : أخلاقيات النشر عبر الانترنت

شهد النشر الإلكتروني ومعرفة الأخلاقيات التي تحيط به بعض القصور سواء من قبل المهتمين، لا سيما على منصات التواصل الاجتماعي، ولذلك لا يقل فرض ضوابط أخلاقية على النشر الإلكتروني بشكل عام أهمية نسبة إلى المعلومات التي يقدمها الناشر للجمهور، على الرغم من الموثيق والدلائل الإعلامية حول أخلاقيات النشر.

ولأن مواقع التواصل الاجتماعي باتت مصدرا مهما للأخبار، فاتجاه الناس اليوم بدأ يزيد نحو استخدام تلك الشبكات لأغراض متابعة الأخبار، خاصة موقع الفيسبوك.

ويرى البعض أنه لا يمكن وضع ضوابط نشر بالمعنى القانوني القصري الإلزامي، ولكن يمكن تبني حملات وأنشطة توعوية، فمواقع الشبكات الاجتماعية هي بالأساس منصات جماهيرية مل تصمم أصالا كي تخضع للسيطرة والتقييد بالمفهوم المركزي، ولكنها صممت للتحرر منه بطريقة تفاعلية.

¹ . كريم مراد، النشر الإلكتروني ومكتبة المستقبل، مجلة المكتبات والمعلومات، قسنطينة، مج 2 ع 4، 2005، ص 143.

حدد الخبراء مجموعة من الضوابط والمحددات المطلوبة للنشر الإعلامي عبر الانترنت، منها :

- التحلي بالروح الوطنية والحرص على تماسك المجتمع.
 - الرقابة الذاتية والمسؤولية الاجتماعية عند القائم بالنشر.
 - الالتزام بالآداب والأخلاق العامة للمجتمع.
 - تقبل الرأي الآخر والتفاعل الإيجابي والسماح بالتعليقات على ما ينشر.
 - ثقافة الاعتذار والتعديل لأي خلل في النشر.
 - عدم استخدام المواد الإعلامية في غير الأغراض التي أنشئت لأجلها.
 - احترام حرمة وخصوصية أفراد المجتمع واحترام الكرامة والإنسانية.
- يقينا اننا اليوم وسط فوضى عارمة في النشر الالكتروني، نحتاج الى قانون أو مدونة سلوكيات تضمن الالتزام بكل اخلاقيات وسلوكيات النشر الالكتروني، وعدم ترك الحبل على القارب فذلك خطورة شديدة على مجتمعنا خاصة، وان التعامل مع الانترنت ووسائل التواصل الاجتماعي أصبح شائعا وعمما بين جميع شرائح المجتمع المختلفة.

المطلب الثالث : اشكال ومراحل النشر الالكتروني عبر الانترنت

الفرع الأول : أشكال النشر الإلكتروني عبر الانترنت

يأتي النشر الالكتروني بأنواع وأشكال مختلفة¹ نذكر منها :

- المجالات والصحف الالكترونية
- الرسائل والمطبوعات الالكترونية
- وسائل التواصل الاجتماعي
- التطبيقات والمنتديات والمدونات الالكترونية
- الإعلانات الالكترونية
- المواقع الشخصية

¹ . كريم مراد، نفس المرجع السابق، ص 147.

- غرف الحوارات

- الأرشفة الإلكترونية

- البث عبر الأجهزة الإلكترونية

الفرع الثاني : مراحل النشر الإلكتروني عبر الإنترنت

ويمكن تقسيمها إلى أربع مراحل هي:

المرحلة الأولى اقتناء المحتوى : وعلينا أن ندرك هنا أن معد الوثيقة الإلكترونية لا يشترط أن يكون هو صاحب محتواها، وفصل عملية اقتناء المحتوى عن عملية إعداد الوثيقة هو توجه ينمو بمعدل مطرد. علاوة على ذلك، يمثل شق المحتوى أهم مقومات صناعة النشر الإلكتروني التي تشمل بجانبه عمليات المعالجة الآلية للمحتوى وتوزيعه من خلال الإنترنت أو الوسائط الضوئية المتعددة¹.

المرحلة الثانية مرحلة إعداد الوثيقة الإلكترونية : وتشمل عمليات إدخالها وتدقيقها هجائيا ونحويا، و إمرارها بالأكواد الخاصة لكشف تنظيمها الداخلي، وتزويدها بحلقات التشعب النصي Hybertext ، والتشعب الواسطي Hybermedia ، بما في ذلك روابط تناس الوثيقة intertextuality مع النصوص خارجها.

المرحلة الثالثة وقد أطلقنا عليها مرحلة ما بعد الاعداد² وتشمل العمليات التالية:

- عمليات الفهرسة الآلية لاستخراج الكلمات المفتاحية التي تفصح عن مضمون الوثيقة.
- عمليات الاستخلاص التي تنتقي من متن الوثيقة عددا محدودا من الجمل يعبر عن مضمونها الكلي.
- عمليات ترشيح الوثيقة من المعلومات الخاطئة والردئية والضارة سواء أخلاقيا أو ثقافيا.
- تأمين الوثيقة من أجل المحافظة على سريتها، وعدم تشويه مضمونها، وذلك باستخدام أساليب التعمية Encryption ، وطرق تأمين البيانات الأخرى.

¹. السيد السيد النشار، النشر الإلكتروني، دار الثقافة العلمية، الإسكندرية، 2000، ص 30

². نفس المرجع، ص 31.

- إعادة الصياغة وهي تعد من المهام الذكية للتعامل مع نص الوثيقة سواء من أجل ضبط مستوى الصعوبة تلبية لمطالب المستخدم أو من أجل إخضاع صياغتها لنمط قياسي معين لتنظيم الوثائق داخل مؤسسة ما.

- يمكن دمج المرحلتين الثانية والثالثة تحت عنوان: معالجة المعلومات.

المرحلة الرابعة وتشمل عمليات دعم المستخدم¹ وتتلخص في العمليات الأساسية التالية:

- قراءة النص أوتوماتيكيا باستخدام آلية تحويل النص المكتوب لمقابلة المنطوق:

TTS: Text-To Speech

- البحث في الوثيقة سواء من خلال البحث النصي textual search عن كلمة أو أكثر داخل النص أو البحث الموضوعي thematic search بدلالة مدخل موضوعي معين.

- تحليل مضمون الوثيقة أوتوماتيكيا وذلك من أجل استخلاص مفاهيمها الأساسية، والكشف عن بنيتها الداخلية.

- مقارنة المنصوص آليا لتحديد الفقرات المتطابقة أو المتشابهة.

تنتهي مراحل عمليات النشر الإلكترونية بطرح التوجه المستقبلي لتوليد المنصوص تلقائيا.

المبحث الثاني : النشر الإلكتروني عبر مواقع التواصل الاجتماعي

مع ظهور مواقع التواصل الاجتماعي وانتشارها انتشارا واسعا في مجتمعنا أصبح الأفراد يتسابقون بنشر المواد المختلفة بشكل كبير وكثيف، وتتنوع هذه المواد المنشورة من حيث النوع والمضمون، فهناك الصور والفيديو والنص المكتوب والروابط التي تنقلها إلى مواقع معينة بالإضافة إلى البث المباشر. ولربما أن أكثر ما يتم نشره بشكل كبير من قبل مستخدمي هذه المواقع هو الصور.

حيث أن ظهور هذه الهواتف أحدث نقلة نوعية جديدة في حياة البشرية، وأصبحت سمة من سمة هذا العصر الذي يتميز بذكاء الأشياء وسرعتها، وهذا أمر ممتاز ومفيد حيث أن الإنسان أصبح قادرا على إنجاز معظم أعماله اليومية بشكل سريع وسلس.

¹. السيد السيد النشار، نفس المرجع السابق، ص31.

لكن مع ظهور مواقع التواصل الاجتماعي والتي أصبحت جزءاً أساسياً من حياة الإنسان في هذا العصر الذكي، فمع ظهورها ظهر هنالك سلوكيات جديدة ملفتة للنظر، حيث أن الصور التي كانت تلتقط والتي كانت حبيسة الألبومات وإستديوهات الهواتف الذكية أصبحت تنتشر على مواقع التواصل الاجتماعي أولاً بأول وأصبحنا نعيش أسرار المجتمع لحظة بلحظة.

المطلب الأول : مفهوم ونشأة مواقع التواصل الاجتماعي

الفرع الأول : مفهوم مواقع التواصل الاجتماعي

هي منظومة من الشبكات الإلكترونية التي تسمح للمشاركة فيها بإنشاء حساب خاص به ومن ثم ربطه من خلال نظام اجتماعي إلكتروني مع أعضاء آخرين لديهم نفس الاهتمامات والهويات أو جمعه مع أصدقائه أو أقربائه.

تصنف هذه المواقع ضمن مواقع الجيل الثاني (ويب 2.0) وسميت اجتماعية لأنها أتت من مفهوم بناء مجتمعات بهذه الطريقة يستطيع المستخدم التعرف على أشخاص لديهم اهتمامات مشتركة في شبكة الانترنت والتعرف على المزيد من المواقع في المجالات التي تهتمهم ومشاركة صور مذكراته وملفاته مع العائلة والأصدقاء وزملاء العمل¹.

انتشرت هذه المواقع الاجتماعية بشكل كبير في أنحاء العالم، مما أدى لكسر الحدود الجغرافية له وجعله يبدو كقرية صغيرة تربط أبنائه بعضهم البعض، ثم تطورت هذه المواقع شيئاً فشيئاً لتصبح الأشهر استخداماً بين مرتادي الانترنت ومع التطور الذي يشهده في مجال التقنية والاتصالات ذات حتى ذاع صيت هذه المواقع بين المجتمعات والشباب.

مواقع الشبكات الاجتماعية هي صفحات الويب التي يمكن أن تستعمل التفاعل النشط بين الأعضاء المشتركين في هذه الشبكة الاجتماعية الموجودة بالفعل على الانترنت وتهدف إلى توفير مختلف وسائل الاهتمام والتي من شأنها أن تساعد على التفاعل بين الأعضاء ببعضهم البعض ويمكن أن تشمل هذه المميزات (المراسلة الفورية الفيديو، الدردشة تبادل الملفات

¹. محمود هتيمي حسين، العلاقات العامة وشبكات التواصل الاجتماعي، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، 2015،

،مجموعة النقاش ،البريد الإلكتروني)، تبنى المواقع الاجتماعية على قواعد عملاقة لتؤمن التواصل بين مختلف المستخدمين و تتيح تبادل الملفات وإجراء المحادثات الفورية بالإضافة إلى العديد من الخدمات الأخرى وهناك 1 حوالي 200 موقع عالمي يصنف ضمن المواقع الاجتماعية¹.

الفرع الثاني : نشأة مفهوم مواقع التواصل الاجتماعي

في عام 1954 م صاغ جون بارنز " Barnes ohn'j "، والذي كان باحثا في العلوم الانسانية في جامعة لندن مصطلح الشبكات الاجتماعية، للدلالة على أنماط من العلاقات، تشمل المفاهيم التي يستعملها الجمهور بشكل تقليدي، وتلك التي يستخدمها علماء الاجتماع لوصف المجموعات البشرية كالعائلة والأسر، وفي السبعينات من القرن الماضي ظهرت بعض الوسائل الالكترونية الاجتماعية البدائية، فقد كانت هناك شبكات تواصل تضم آلاف من الطرفيات مرتبطة بجهاز حاسوب رئيس يمثل مركز البيانات، ومصدر ذكاء تلك الطرفيات².

ولقد تطور استخدام هذه الشبكة في أواخر التسعينات من القرن العشرين الماضي، وأصبح التعامل من خلال عناوين البريد الإلكتروني وأصبح المستعملون قادرون على التخاطب مع الأصدقاء من خلال مواقعهم والبحث عن أصدقاء جدد إضافة إلى الاتصال والتفاعل والدرشة ما بين المشتركين على الشبكة الاجتماعية³.

¹. فتحي حسين عامر، وسائل الاتصال الحديثة من الجريدة الى الفيسبوك، العربي للنشر والتوزيع، القاهرة، 2010، ط1، ص203.

². محمود هتيمي حسين، نفس المرجع السابق، ص 78.

³. محمد باسم الصميدعي، ردينة عثمان يوسف، التسويق الإلكتروني، دار المسيرة للنشر والتوزيع، عمان، 2012، ص 351.

بدأت أول شبكات التواصل الاجتماعي بالظهور بشكلها الحديث مثل Classtesma.com عام 1995 للربط بين زملاء الدراسة، وموقع Six Degees.com عام 1997¹، وركز ذلك الموقع على الروابط المباشرة بين الأشخاص، وظهرت في تلك المواقع الملفات الشخصية للمستخدمين وخدمة إرسال الرسائل الخطية لمجموعة من الأصدقاء، وكانت تقوم فكرته أساسا على فكرة بسيطة يطلق عليها الدرجات الست للانفصال، وبالرغم من توفر تلك المواقع لخدمات متشابهة لما توجد في الشبكات الاجتماعية الحالية إلا أن تلك المواقع لم تستطع أن تدر ربحا لمالكها وتم إغلاقها.

فقد بدأت مجموعة من المواقع الاجتماعية في الظهور في أواخر التسعينات مثل (كلاس ميتس) عام 1995 للربط بين زملاء الدراسة، وموقع سكس (دجريس) عام 1997 والذي ركز على الروابط المباشرة بين الأشخاص وظهر أيضا عدة مواقع أخرى مثل "لايف جورنال" وموقع "كايوورد" الذي أنشئ في كوريا عام 1999، وكان أبرز ما ركزت عليه مواقع التواصل الاجتماعي في بدايتها خدمة الرسائل القصيرة و الخاصة بالأصدقاء وهذا ما عرف بالمرحلة الأولى.

أما المرحلة الثانية : و يشير إلى مجموعة من التطبيقات على الويب (مدونات، مواقع المشاركة، الوسائط المتعددة وغيرها...)، اهتمت بتطوير التجمعات الافتراضية مركزة على درجة كبيرة من التفاعل والاندماج والتعاون، ولقد ارتبطت هذه المرحلة بشكل أساسي بتطور خدمات شبكة الأنترنت، و تعتبر مرحلة اكتمال الشبكات الاجتماعية، ويمكن أن نؤرخ لهذه المرحلة بانطلاقة موقع "Myspace" وهو الموقع الأمريكي المشهور، ثم موقع الفيسبوك.

إلا أن الميلاد الفعلي للشبكات الاجتماعية كما نعرفها اليوم كان سنة 2002 مع بداية العام ظهرت Friendster التي حققت نجاحا دفع غوغل إلى محاولة شرائها سنة 2003، لكن لم يتم التوافق على شروط الاستحواذ و في النصف الثاني من نفس العام ظهرت في فرنسا

¹ Harrison, R. & Thomas, Identity in Online Communities: Social Networking Sites and Language Learning. International Journal of Emerging Technologies & Society, P 112.

شبكة Skyrock كمنصة للتدوين ثم تحولت بشكل كامل إلى شبكة اجتماعية سنة 2007 وقد استطاعت بسرعة تحقيق انتشار واسع لتصل حسب إحصائيات يناير 2008 إلى المركز السابع في ترتيب الشبكات الاجتماعية حسب عدد المشتركين¹.

ومع بداية ظهور موقع " Myspace " الأمريكي الشهير الذي تفوق على " غوغل " في عدد مشاهدات صفحاته حتى قام " Facebook " في 2007 بإتاحة تكوين تطبيقات للمطورين، وهذا أدى إلى زيادة إعداد مستخدمي " Facebook " بشكل كبير، وعلى مستوى العالم، ونجح بالتفوق على منافسه اللدود " Myspace " عام 2008، أيضا ظهرت عدة مواقع أخرى " twitter " و " YouTube "، لتستمر ظاهرة مواقع الشبكات الاجتماعية في التنوع والتطور.

المطلب الثاني : مميزات النشر الالكتروني عبر مواقع التواصل الاجتماعي

تكمّن مزايا النشر الالكتروني عبر الشبكات الاجتماعية في النقاط التالية نذكر منها :

- زيادة السرعة في نشر المحتوى، مع مرونة وتواتر المعلومات.
- يمكن أن تكون تكلفة الإشهار والنشر مختلفتين، فضلا عن القضاء على التأخير في نشر الأنشطة الخيرية، وتشجيع نشرها، كما تم القضاء على التأخير في الإعلان عن توزيع الخدمات.
- تحسين سبل الوصول الى المعرفة، فسرعة النشر تستلزم الوصول الفوري الى المعلومات الهامة التي تسمح للمجتمع التعرف على منشورات زملائهم في عدة أماكن من العالم.
- ارسال واستقبال المعلومات في جميع الأماكن دون تكاليف. كونها تتم عبر هذه المواقع.
- فورية استقبال المعلومات، من حيث توافر نقاط وصول متعددة، وهذا لا يحدث في حالة النشر الالكتروني خارج الانترنت، كما انها تتميز بسعة تخزين كبيرة.
- القدرة على عرض المحتوى الذي لا يمكن تحقيقه على وسائل أخرى.

¹. ماهر عودة الشمايلة، محمود عزت اللحام، مصطفى يوسف كافي، الإعلام الرقمي الجديد، دار الإعصار العلمي للنشر والتوزيع، 2015، ص 200.

- استثمار الناشر من حيث المزج بين المنشور الورقي والالكتروني.
 - النشر الالكتروني يوفر طول عمر المنشور.
 - إمكانية التعديل في المحتوى سواءً بالإضافة أو الإزالة.
 - يوفر فرص العمل للمنشورات التي تصدر في مختلف الأماكن وفور صدورها.
- المطلب الثالث :** خصائص النشر الالكتروني عبر مواقع التواصل الاجتماعي
- للتنشر الالكتروني جملة من الخصائص نذكرها :
- **توفير الوقت¹**، اختصار الوقت، لان النشر الالكتروني يغنيه عن القراءة الكاملة للمحتوى، ويمكنه من الحصول على ما يريد مباشرة.
 - **التفاعلية :** وذلك من خلال تأثير المشاركون في عملية النشر الالكتروني على أدوار الآخرين وأفكارهم و تبادل المعلومات فيما بينهم هذا ما يسمى بممارسة الاتصالية و المعلوماتية المتبادلة أو التفاعلية و بالتالي يجعل المتلقي يتفاعل مع الوسائل الاتصالية تفاعلا إيجابيا.
 - **الاجماهيرية :** حيث يمكن توجيه النشر الالكتروني الى فردا او مجموعة معينة من الأفراد.
 - **اللاتزامنية :** إذ يمكن عن طريق النشر الالكتروني القيام بنشاط الاتصال في الوقت المناسب للفرد دون الارتباط بالأفراد الآخرين أو الجماعات الأخرى.
 - **الحركية :** التي تعني مكان نقل المعلومات عن طريق النشر الالكتروني عبر مواقع التواصل الاجتماعي من مكان الى اخر، بكل يسر وسهولة.
 - **القابلية للتحويل² :** أي القدرة على نقل المعلومة عن طريق النشر الالكتروني من موقع الى اخر.

¹. مراد كريم، نفس المرجع السابق، ص 147.

². محمد جاسم فليحي، النشر الالكتروني، الطباعة والصحافة الالكترونية والوسائط المتعددة، دار المناهج، عمان، 2005، ص 73.

- الشبوع والانتشار بمعني الانتشار حول العالم وداخل كل طبقة من طبقات المجتمع.
- العالمية والكونية البيئة الأساسية الجديدة للنشر الالكتروني أصبحت بدورها بيئة عالمية.
- زوال الفروق التقليدية بين وسائل نشر المعلومات المتمثلة في الصحف والمجلات مقصود أي وسيلة عن طريق النشر الالكتروني أصبح متاحا وطريقة عرضها وتقديمها مختلفة ومتطورة¹.

¹. مراد كريم، نفس المرجع السابق، ص 148.

الفصل الثاني : نشر الأنشطة الخيرية عبر موقع الفيسبوك

فرصة التواصل التي يتيحها ويمنحها موقع الفيسبوك، خاصة في ظل ازدياد عدد مستخدميهِ عبر العالم بأكمله، و ازدياد أعداد مستخدميهِ يوميا، وكذلك سرعة التواصل قد تجعل من هذه الوسيلة فرصة ذهبية للأنشطة الخيرية، وخاصة إنها تمتاز بانخفاض تكلفة الاتصال، الأمر الذي قد يسهل على الأنشطة الخيرية إيصال صوتها إلى الملايين من أفراد المجتمع دون صرف أموال باهضة، وعليه فإن مواقع التواصل الاجتماعي هي ضرورة لأي أنشطة خيرية كما تعتبر الأنشطة الخيرية من أهم الوسائل المستخدمة للمشاركة في النهوض بمكانة المجتمعات في عصرنا الحالي ويكتسب العمل الخيري أهمية تزداد يوما بعد يوم، وزيادة الوعي والتعامل مع مؤيديها، و وجد أن موقع الفيسبوك يلعب دورا أساسيا في استراتيجيات الاتصالات عبر القطاع الثالث.

وعليه سنحاول إبراز من خلال هذه الفصل المفهوم الشامل للنشاط الخيري في المجتمع ودوره أنواعه ومجالاته، ونعرج أيضا للمفهوم موقع التواصل الاجتماعي وموقع الفيسبوك، تعريفًا شاملا خصائصه تأثيراته، ومحتويات أخلاقيات نشر الأنشطة الخيرية فيه.

المبحث الأول : مفهوم موقع الفيسبوك ونشأته

يعتبر موقع الفيسبوك أحد أهم المجتمعات الافتراضية أو التخيلية التي نشأت على الانترنت كما يعد موقعا ويب للتواصل الاجتماعي يمكن الدخول إليه مجانا وهو يجمع الملايين بين المشتركين من مختلف بلاد العالم، فهو يحتوي على الدردشة إضافة إلى العديد من التطبيقات التي تتيح للفرد أن يعبر عن نفسه بشتى الطرق وأن يتعرف على حياة الآخرين والبيانات الشخصية المتعلقة بهم¹ كما يتيح الفيسبوك الفرصة للاشتراك في العديد من المجموعات والتي يجتمع أفرادها على فكرة ما أو هدف ما، وأصبح أيضا في بعض الأحيان إيمان للكثيرين من رواده فأصبحوا يقضون معظم ساعات اليوم أمامه ولا يستطيعون الاستغناء عنه أبدا ولو ليوم واحد وأحيانا يستغنون عن ساعات النوم الضرورية بسببه، كما أصبح موقع الفيسبوك عالم كبير وجديد ومثير ومتغير ترى فيه الحقيقة والكذب ولكن هو عالم داخل موقع واحد تعرض أفكارك فيه عن أي شيء وفي أي وقت وبأي لغة التواصل بها.

كما يحتل الفيسبوك مكان الصدارة في عالم مواقع التواصل الاجتماعي، وهو بلا شك أحد أكثر المنصات سهولة في الاستخدام في الوقت الحالي، هناك أكثر من 80 مليون صفحة عمل على الفيسبوك، يستخدمه أكثر من ملياري مستخدم في جميع أنحاء العالم.

المطلب الأول : تعريف ونشأة الفيسبوك

الفرع الأول : تعريف موقع الفيسبوك

الفيسبوك (بالإنجليزية Facebook) هو موقع تواصل اجتماعي مجاني، متوفر بسبع وثلاثين لغة مختلفة، تم إنشاؤه في عام 2004م في جامعة هارفرد من قبل الطالبين مارك زوكربيرغ (بالإنجليزية Mark Zuckerberg) و إدوارد سافيرين (بالإنجليزية Saverin Edward) يتيح الموقع لمستخدميه إمكانية إنشاء صفحات شخصية، بالإضافة إلى رفع الصور ومقاطع الفيديو عبره، كما يمكن للمستخدمين التراسل مع بعضهم البعض عن طريق إرسال الرسائل الشخصية ومن ضمن ما يتميز به النظام الذي يسمح بالعثور على الأشخاص الذين لهم نفس

¹. علي خليل شقرة، الاعلام الجديد شبكة التواصل، دار اسامة للنشر والتوزيع، عمان، 2014، ط1، ص 6.

الاهتمامات¹ ومن المميزات الأخرى التي يتيحها موقع فيسبوك للمستخدمين إنشاء المجموعات والصفحات بالإضافة إلى الإعلان.

الفيسبوك عبارة عن موقع اجتماعي يشير إلى دفتر ورقي يحمل صوراً ومعلومات لأفراد في مجموعة معينة، هو موقع يجمعك بأصدقائك ويتيح لك قراءة ما كتبوا ومشاهدة الصور التي رفعوا منشورات أصدقائك، وكذلك يتيح لأصدقائك قراءة ما تكتب ومشاهدة الصور التي ترفع إلى صفحتك في الفيسبوك، الأصدقاء ليسوا بالضرورة هم الأصدقاء الذين تعرفهم على الذين تتعرف عليهم عن الشيء الذي يتم تناقله بين طريق موقع الفيسبوك فتصبح حينها صداقة فيسبوكية، إذا الأصدقاء هو المنشور قد يكون نصاً كتابياً أو صورة وعليها تعليق أو مقطع فيديو أو فإنه سيذهب جديداً مقالاً مطولاً أو رابطاً لموقع آخر، عندما يضع صديقك منشوراً مباشرة إلى معظم أصدقائه وأنت منهم ويصل إلى صفحاتهم، وعندها يمكنك التفاعل مع هذا المنشور².

ويرى النويهي في مدونته : أنه عبارة عن مدونة شخصية أو صفحة شخصية على الانترنت تتواصل مع أصدقائك من خلاله، وأنه مجتمع شبابي على الانترنت ويتكون الموقع من مجموعة من الشبكات تتألف من أعضاء، وتصنف المجموعات على أساس الإقليم، ومكان العمل والجامعة، والمدرسة، وبإمكان المشترك الجديد أن يختار أحد تلك التصنيفات ثم يبدأ بالتصفح واختيار مجموعة للاشتراك فيها، داخل المجموعات هناك مساحة للتداول، والتعليقات، إضافة إلى وجود نتيجة الشهر التي تدون فيها أهم الأخبار التي يهتم بها المشتركون في المجموعة، بدءاً من الأحداث القومية أو المحلية حتى أعياد ميلاد الأعضاء، كما توجد مساحة لإعلانات

¹. محمد السيد حلاوة، رجاء علي عبد العاطي العشماوي، العلاقات الاجتماعية للشباب بين دردشة الانترنت و الفيسبوك، دار المعرفة الجامعية، الاسكندرية، 2011، ص 113.

². فتحي حسين عامر، وسائل الاتصال الحديثة من الجريدة إلى الفيسبوك، دار العربي للنشر والتوزيع، القاهرة، 2011، ص 203.

البيع والشراء الخاصة بالأعضاء، ولكل عضو مساحة يضيف فيها صورته الشخصية إلى جانب وجود مدونات مرتبطة بالموقع ويهدف الموقع بشكل عام إلى إتاحة التعارف بين الشباب¹.

الفرع الثاني : نشأة موقع الفيسبوك

انطلق موقع فيسبوك كنتاج غير متوقع من موقع " فيس مانتش " (بالإنجليزية Facemach) التابع لجامعة هارفارد، وهو موقع من نوع Hot or Not يعتمد على نشر صور لمجموعة من الأشخاص ثم اختيار رواد الموقع للشخص الأكثر جاذبية. وقد قام مارك زوكربيرغ بابتكار الفيس مانتش في 28 أكتوبر من عام 2003، عندما كان يرتاد جامعة هارفارد كطالب في السنة الثانية. ففي هذه الأثناء، وفقاً لما نشرته جريدة هارفارد كريمسون، فإن موقع " فيس مانتش " استخدم صوراً مجمعة من دليل الصور المتاح على الإنترنت والخاص بتسعة من طلبة المدينة الجامعية مع وضع صورتين بجانب بعضهما البعض ودعوة المستخدمين إلى اختيار الشخص "الأكثر جاذبية". وكي يتمكن زوكربيرغ من تأسيس الموقع، فإنه لجأ إلى اختراق مناطق محمية في شبكة الحاسوب الخاصة بجامعة هارفارد، وقام بنسخ صور خاصة بالطلبة في السكن الجامعي. إن مبادرة جامعة هارفارد باتخاذ إجراء مضاد لذلك الفعل ربما يرجع لأسباب قانونية دون إدراك القيمة الحقيقية لذلك الانتهاك الذي ربما يحدث للعديد من الكليات الأخرى، ورد ذلك على لسان زوكربيرغ في مدونته الشخصية. يستطرد زوكربيرغ قائلاً : ولكن هناك أمر واحد مؤكد، وهو أنني ارتكبت حماقة عندما أقدمت على إنشاء ذلك الموقع. على كل حال إن أي شخص آخر كان سيقوم بذلك في نهاية الأمر...، وسرعان ما تم توجيه الموقع إلى العديد من وحدات الخدمة الخاصة بالحرم الجامعي ولكن تم إغلاقه بعد بضعة أيام من قبل إدارة جامعة هارفارد. وقد قامت إدارة الجامعة باتهام زوكربيرغ بخرق قانون الحماية وانتهاك حقوق التأليف والنشر وكذلك انتهاك خصوصية الأفراد مما يعرضه للطرد من الجامعة، ولكن تم إسقاط جميع التهم الموجهة إليه في نهاية الأمر. وفي النصف الثاني من العام الدراسي نفسه، قام زوكربيرغ بتأسيس موقع الفيسبوك على النطاق thefacebook.com وتحديداً

¹. فتحي حسين عامر، نفس المرجع السابق، ص 204.

في 4 يناير من عام 2004. وقد أدلى زوكربيرغ بتصريح لجريدة هارفارد كريمسون قائلاً، " لقد كان الجميع يتحدثون عن دليل الصور العالمي المأخوذة في جامعة هارفارد"، "أعتقد أنه من السخف أن تستغرق الجامعة عامين للقيام بمثل هذا العمل. يمكنني أن أقوم بالأمر على نحو أفضل منهم بكثير وفي غضون أسبوع واحد فقط¹". كانت عضوية الموقع قاصرة في بداية الأمر على طلبة هارفارد كوليديج أقدم كليات جامعة هارفارد، وخلال الشهر الأول من إتاحة الموقع للاستخدام، قام أكثر من نصف الطلبة الذين لم يتخرجوا بعد من الجامعة بالتسجيل في هذه الخدمة. وبعد فترة وجيزة، انضم كل من إدواردو سافرين (المدير التنفيذي للشركة) وداستين موسكوفيتز (مبرمج) وأندرو ماکولام (رسام جرافيك) وكريس هيويز إلى زوكربيرغ لمساعدته في تطوير الموقع. وفي شهر مارس من عام 2004، فتح فيسبوك أبوابه أمام جامعات ستانفورد وكولومبيا وييل. بعد ذلك اتسع الموقع أكثر وفتح أبوابه أمام جميع كليات مدينة بوسطن وجامعة آيفي ليغ وشيئا فشيئا أصبح متاحا للعديد من الجامعات في كندا والولايات المتحدة الأمريكية. وفي شهر يونيو من عام 2004، تم نقل مقر فيسبوك إلى مدينة بالو آلتو في ولاية كاليفورنيا. وقد قامت الشركة بإسقاط كلمة the من اسمها بعد شراء اسم النطاق facebook.com عام 2005 نظير مبلغ 200000 دولار أمريكي. كما قام فيسبوك بإصدار نسخة للمدارس الثانوية في سبتمبر من عام 2005، وهو ما أشار إليه زوكربيرغ بالخطوة المنطقية التالية. فخلال هذه الفترة، كانت شبكات المدارس الثانوية بحاجة إلى دعوة للانضمام إلى الموقع. بعد ذلك، أتاح الموقع اشتراك الموظفين من العديد من الشركات، ومن بينها شركة أبل المندمجة وشركة مايكروسوفت. وفي 26 سبتمبر من عام 2006، فتح الموقع أبوابه أمام جميع الأفراد البالغين من العمر ثلاثة عشر عاما فأكثر والذين لديهم عنوان بريد إلكتروني صحيح². وفي أكتوبر من عام 2008، أعلن القائمون على إدارة فيسبوك عن اتخاذ مدينة دبلين عاصمة أيرلندا مقرا دوليا له. في ديسمبر 2013، أضاف موقع فيسبوك أيقونة

¹. عباس مصطفى الصادق، الاعلام الجديد المفاهيم والوسائل والتطبيقات، دار الشروق للنشر والتوزيع، عمان، 2008، ص21.

². محمد السيد حلاوة، رجاء علي عبد العاطي العشماوي، نفس المرجع السابق، ص 113-114.

تعبّر عن عدم الإعجاب مستمدة من الأيقونة الشهيرة " أعجبني "، أيقونة عدم الإعجاب جاءت ضمن مجموعة جديدة من الأيقونات أصدرتها فيسبوك للاستخدام عبر تطبيق المحادثة الفورية المتوفر لعدة منصات أو عبر الرسائل الخاصة من الموقع ذاته.

فيسبوك أو فيس بوك، ويعتبر أشهر وسائل التواصل الاجتماعي، ويمكن تعريفه بأنه شبكة اجتماعية كبيرة، وتديره شركة " ميتا " شركة مساهمة.

يضم الموقع حالياً أكثر من ملياري مستخدم على مستوى العالم. وقد أثّر الكثير من الجدل حول موقع فيسبوك على مدار الأعوام القليلة الماضية. فقد تم حظر استخدام الموقع في العديد من الدول خلال فترات متفاوتة. كما تم حظر استخدام الموقع في العديد من جهات العمل لإثناء الموظفين عن إهدار أوقاتهم في استخدام تلك الخدمة. كذلك، مثلت انتقادات موجهة إلى فيسبوك مخاوف بشأن الحفاظ على الخصوصية واحدة من المشكلات التي يواجهها رواد الموقع، وكثيراً ما تمت تسوية هذه الأمور بين طرفي النزاع. كما يواجه موقع فيسبوك العديد من الدعاوى القضائية من عدد من رفاق زوكربيرغ السابقين الذين يزعمون أن فيسبوك اعتمد على سرقة الكود الرئيسي الخاص بهم وبعض الملكيات الفكرية الأخرى.

المطلب الثاني : خصائص ومميزات الفيسبوك

الفرع الأول : خصائص موقع الفيسبوك

بما أنه فضاء افتراضي اجتماعي تفاعلي، فإنه يتميز بعدة خصائص أهمها¹ :

- خاصية Wall أو لوحة الحائط :

وهي عبارة عن مساحة متخصصة في صفحة الملف الشخصي لأي مستخدم، بحيث تتيح للأصدقاء إرسال الرسائل إلى هذا المستخدم أو الكتابة على الحائط المخصص له.

¹. عبد الله ممدوح، دور شبكات التواصل الاجتماعي في التغيير السياسي، جامعة الشرق الأوسط، الأردن، 2012، ص 42-43.

- خاصية الصور Photos :

وتتيح هذه الخاصية للمشارك إمكانية إعداد ألبوم للصور الخاصة به، ويستعرض من خلال صور أصدقائه المضافين إليه.

- خاصية الفيديو Vidéo :

توفر للمشارك إمكانية تحميل الفيديوهات الخاصة به، ومشاركتها على هذا الموقع، إضافة إلى إمكانية تسجيل لقطات رساله الفيديو مباشرة أو كرسالة مرئية (صوت و صورة)¹.

- خاصية الحلقات Groups :

وتمكن المشاركين من إعداد مجموعات نقاش في موضوع ما.

- الأحداث الهامة Events :

وتتيح للمشاركين إمكانية الإعلان عن حدث ما، حدث أو جاري حدوثه وإخبار الأصدقاء والأعضاء به.

- خاصية الإعلان Place Market :

تمكن المشارك من الإعلان عن أي منتج يود الإعلان عنه، أو البحث عن أي منتج يرغب في شرائه.

- خاصية النكزة Poke :

والنكزة عملية تنبيه للأصدقاء على الفيس بوك لجذب انتباههم وكان المستخدم يقول "مرحبا".

- الإشعارات Notifications :

- تستخدم الإشعارات للحفاظ على بقاء المستخدم على اتصال بآخر، التحديثات التي قام بالتعليق عليها سابقا².

¹. محمد السيد حلاوة، رجاء علي عبد العاطي العشماوي، نفس المرجع السابق، ص 114.

². المرجع نفسه، ص 115.

- التعليقات :

هذه الخاصية تسمح لمستخدمي موقع الفيسبوك بإضافة الصور والعلامات التي يمكن تضمينها بحيث يمكن أن نكتب أي تعليق في مساحة التعليقات، أو إضافة تعليق مع إمكانية إضافة رابط أو صورة.

- الإعجاب :

يمكن موقع الفيسبوك مستخدميه بالقيام بعمل معجب ألي نص أو صورة أو فيديو لأحد الأصدقاء وهي عملية متاحة بين الأصدقاء.

وقدم موقع الفيسبوك إضافات هامة غيرت جذريا كيفية التفاعل بين الأعضاء، عن طريق المعلومات التي توفرها تطبيقاته، من تبادل المصالح المشتركة، وتوفير مساحة مشتركة للحديث حول موضوع معين، ونشر المعلومات عنه، وإجراء مناقشات عنه وثيقة الصلة به إضافة إلى إمكانية إطلاع الكل على الرسائل المنشورة من قبل الأعضاء، واستخدام الروابط في تبادل وجهات النظر والنقاش¹.

الفرع الثاني : مميزات موقع الفيسبوك

رغم أن مواقع التواصل الاجتماعي عديدة ومختلفة، ومع ذلك فقد تميز موقع الفيسبوك على غيره بعدة مميزات ومن بينها:

- العالمية :

استطاع الفيسبوك بحركتيه إلغاء العديد من الحواجز الجغرافية والمكانية، حيث يمكن لأفراد في الشرق التواصل مع أفراد في الغرب، ببساطة وسهولة، وبتنا نسمع بمصطلحات كالسيولة

¹. عبد الله مبارك الرعود، دور شبكات التواصل الاجتماعي في التغيير السياسي في تونس ومصر من وجهة نظر الصحفيين الأردنيين، رسالة الماجستير في الإعلام، كلية الإعلام جامعة الشرق الأوسط، عمان، الفصل 1، 2011، ص 43.

وغيرها، وهو حينما وفر مجموعة إضافية من التطبيقات سمح بالتواصل المقروء والمسموع والمرئي¹.

- التفاعلية :

إن الفرد في موقع الفيسبوك يرسل، يكتب، يستقبل، ويقرأ ويتفاعل مع الأحداث والتعليقات في عملية أخذ ورد مستمرة. ويعتبر موقع الفيسبوك من التقنيات التي غيرت مجرى الاتصالات فبعدما كانت اتصالات خطية مباشرة، مرسل متلقي. أحدثت الوسائل التفاعلية ومنها موقع الفيسبوك ثورة غيرت مسار الاتصالات. إن هذه التفاعلية تعطي للفرد الفرصة بشكل أكبر على أن يشارك ويسهم بشخصه في الموضوع تحليلًا، نقداً أو تعليقاً.

- التنوع وسهولة الاستخدام :

أتاحت التحديثات العديدة التي قام بها موقع الفيسبوك الفرصة أمام المشتركين فيه الكثير من الفرص والأنشطة، وموقع الفيسبوك أحد البرامج الافتراضية السهلة التي تستخدم الحروف ببساطة اللغة، الرموز والصور التي تيسر للمستخدم التفاعل. هذا هو الفرق الأساسي الذي فهمه الفريق الإداري المسير لموقع الفيسبوك، البساطة السهلة وهي رأس المال الحقيقي في مواجهة المد التقني الكبير، فكل لحظة تمر على هذا العالم إلا ويتم فيها خلق فكرة إبداعية جديدة المنافسة على أوجها ولم تعد المعايير قائمة على ذلك الزخم الكبير المتعلق بالحجم أو الألوان أو غيرها بل أصبحت الوظائف الجديدة الذكية السهلة والمتنوعة هي المعيار ببساطة هي لغة التكنولوجيا².

- التوفير والاقتصادية :

إن مجانية الاشتراك والتسجيل أتاحت للفرد البسيط إمكانية امتلاك فضاء على موقع الفيسبوك وبات يشعر بانتمائه ولم يعد ذلك حكرًا على أصحاب الأموال فأبي فرد يرغب في فتح صفحة

¹. بدر الدين بن بلعباس، شبكات التواصل الاجتماعي والهوية الثقافية عند الطلبة الجامعيين، مذكرة ماستر، جامعة محمد خيضر بسكرة، 2015، ص 65-68.

². المرجع نفسه، ص 68.

على موقع الفيسبوك فله ذلك، غير أن موقع الفيسبوك وكونه مؤسسة استثمارية تخصصت في المجال الرقمي، فإنه يحصل سنويا عشرات الملايير من الأرباح الناتجة عن تداول الأفراد لأنشطتهم وصورهم وتفاعلاتهم اليومية.

فالحرص على بقاء موقع الفيسبوك كما هو مجاني هو في الأساس حرص على زياد مؤشرات الأرباح¹.

المطلب الثالث : تأثيرات موقع الفيسبوك في المجتمع

الواقع اليومي والملاحظة المستمرة لمستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي خاصة موقع الفيسبوك بين بأن هناك العديد من السلبيات دون أن يمنع ذلك من وجود عدة ايجابيات ويمكن أن نذكر ذلك في ما يلي :

الفرع الأول : التأثيرات الإيجابية لموقع الفيسبوك

- الفيسبوك يعد أقرب وسيلة حديثة للتواصل فهو برنامج اجتماعي من الطراز الأول.
- يتيح فرصا نادرة للتعارف والتواصل بين الأهل والأصدقاء والتعارف دون التقيد بجغرافية الزمان والمكان.
- قضاء الكثير من الوقت للتصفح والدرشة.
- خلق ترابط بين الناس وتقوية الصلة الاجتماعية والتواصل بين الشخص البعيد عن أهله وأحبائه بسهولة ويسر بأقل تكلفة مالية...، هذا إلى جانب الصفحات العلمية والإخبارية والطبية والثقافية والرياضية التي تزود المتصفح بمعلومات قيمة ومفيدة كل حسب طلبه².
- يتيح الفيسبوك فرصة التعارف ومعرفة أشخاص وأناس جدد من مختلف الجنسيات والبلدان.
- يفتح آفاقا جديدة ويعزز رصيدك من الصداقات الجديدة.

¹. بدر الدين بن بلعباس، نفس المرجع السابق، ص 68.

². محمد الفاتح حمدي، مسعود بوسعدية، ياسين قرناني، تكنولوجيا الاتصال والإعلام الحديثة بين الاستخدام ولتأثير، مؤسسة كنوز الحكمة للنشر والتوزيع، الجزائر، 2010، ط 1، ص 89.

- التحذير من إمكانية التسلل إلى عقول مستخدمي هذا الموقع، خصوصا صغار السن منهم والذين يلجؤون إلى هذه المواقع دون مراقبة الكبار.
- تسهل عملية إقناعهم بأفكار غير مقبولة دينيا واجتماعيا وسياسيا.
- أصبح صوت من لا صوت له.
- يلعب دور أساسي في تعبئة الشباب ونشر التوعية السياسية.
- وضع هذه المواقع تحت الرقابة لحماية المجتمع من الأفكار المتطرفة، وعدم إتاحة المجال أمام الراغبين في إثارة الفوضى أو الإساءة للرموز الوطنية أو الدينية.
- قضاء الوقت في التحدث مع المستخدمين الآخرين.
- يستغل بعض الأشخاص هذه الوسيلة للتحدث في الأمور غير المقبولة متسترين بأسماء مستعارة.

- الفيسبوك أتاح فرصة لترويج المنتجات التقليدية وتسويقها.
- أصبح أداة لمساعدة المحتاجين، وذلك لسهولة التواصل فيما بينهم.
- منصة واسعة المجال لنشر الخير والسلام¹.

الفرع الثاني : التأثيرات السلبية لموقع الفيسبوك

- اكتساب عادات وتقاليد غريبة بعيدة كل البعد عن عادات وتقاليدنا العربية.
- انتهاك خصوصية مشتركيه، وإمكانية استخدام صوره وبياناته الشخصية من قبل الموقع دون إعلام صاحبها².
- مصدر لنشر الأفكار المسيئة والصور الفاضحة والفيديوهات المخلة للآداب، فهو سلاح ذو حدين.
- انشغال التلاميذ عن الدراسة مما أدى إلى تراجع مستوى التحصيل الدراسي وتدني العلامات المدرسية وانتشار الغش.

¹. محمد الفاتح حمدي، مسعود بوسعدية، ياسين قرناي، نفس المرجع السابق، ص 91-92.

². محمد السيد حلاوة، رجاء علي عبد العاطي العشماوي، نفس المرجع السابق، ص 116.

- ساهم موقع الفيسبوك في انحراف مستخدمييه عن تقاليد وأخلاق معينة، والتأثير ببعض الأفكار المتطرفة المشجعة على الإرهاب والعنف.
- الإدمان على مشاهدة المواقع الإباحية مما انعكس سلبا على مجموعة من القيم والأخلاق وتسبب في تزايد الصراعات بين الأزواج وانتشار أفكار جديدة عن طريقة وطبيعة الزواج والأسرة.
- التخلي عن المطالعة وتجاهل قيمة الكتب والاكتفاء في الإبحار عبر المواقع الالكترونية للوصول للمعلومة.
- بات موقع الفيسبوك يؤرق الآباء والمربين في مؤسسات تربوية التي تحرص على تنشئة جيل مسلم.
- نشر المعلومات والصور التي تتيح مشاهدتها، وقد تتحدر إلى الحضيض وانعدام الحياء.
- تتيح لأي شخص وضع اسم مستعار وإضافة اسم عائلة يريد تشويه سمعتها ووضع معلومات أو صور مخلة بالآداب مما يؤدي إلى الكثير من المشاكل¹.

المبحث الثاني : الأنشطة الخيرية عبر موقع الفيسبوك و أخلاقيات نشرها

ويوجد الكثير من الأنشطة الخيرية التي تنتشر في جميع أنحاء العالم، ويعرف من اسمها، انها قد وجدت لفعل الخير للناس، فمن أهم مساعيها مساعدة المحتاجين ونشر الخير بينهم. ومن خلال نشر الأنشطة الخيرية المتعددة المجالات للوصول الى تحقيق جملة من الأهداف وليتمكن القائمون على هذه الأنشطة من تقديم أكبر قدر ممكن من المساعدة عليهم معرفة الأهداف الحقيقية لها والتي من بينها تكريس ثقافة المواطنة ونشر ثقافة العمل الخيري بين افراد المجتمع وخلق الوعي المجتمعي في الوسط الافتراضي وتطبيقه في الواقع المادي².

¹. محمد الفاتح حمدي، مسعود بوسعدية، ياسين قرناني، نفس المرجع السابق، ص 93-94.

². كوندو سلمى، التسويق الاجتماعي للعمل التطوعي عبر مواقع التواصل الاجتماعي: قراءة في صفحة الفيسبوك لبعض الجمعيات الجزائرية، مجلة العلوم الإنسانية لجامعة أم البواقي، مج 5 ع 9، جوان 2018، ص 401.

المطلب الأول : مفهوم الأنشطة الخيرية و دورها في المجتمع

الفرع الأول : مفهوم الأنشطة الخيرية في المجتمع

النشاط الخيري هو عمل خيري يقوم به بعض الأفراد أو الجمعيات الخيرية بهدف تقديم سلع ما أو خدمات أو غير ذلك مما يحتاج إليه الناس في حيلتهم اليومية، وهذا العمل النبيل يكون بدون مقابل كونه عمل لا يهدف لجني ربح أو عائد أو مصلحة شخصية من وراءه، وهذا أهم ما تميز به العمل الخيري عن غيره من الأعمال الأخرى ذات الصلة التجارية الربحية البحتة. يعتبر العمل الخيري مجال قديم الظهور، فقد نشأ بنشأة الإنسان، حيث وجد في كل مجتمع إنساني، وفي كل حضارة من الحضارات، ديانة من الديانات حيث شهد العمل الخيري تطور كبير، حتى وصل لسرعة الاتصال بالتعامل مع الحالات المعوزة.

اتصف العرب في جاهليتهم بصفات حميدة وكثيرة تجلى بعضها في إغاثة الملهوف، ومساعدة المحتاج ونصرة المظلوم، وغيرها من الصفات ...¹.

ففي شريعتنا قد حث ديننا الحنيف على الأخلاق، لذا لا بد أن يحرص العبد على فعل الخير وأن يضرب في كل غنيمة بسهم، وألا يحرم نفسه أبواب الخير والنوافل، ما أمكنه ذلك.

الفرع الثاني : دور الأنشطة الخيرية في المجتمع

يمكن تحديد دور الأنشطة الخيرية وفقا لثلاثة جوانب أساسية² :

أ / دور المجتمع المحلي

يساعد العمل الخيري على تماسك المجتمع وذلك لأنه يساهم في الاتي :

- تخفيف المشكلات الاجتماعية التي تواجه المجتمع المحلي وينعكس ذلك بالتالي على تكامل المجتمع وتماسكه وترابطه.

¹. معلاوي بن عبد الله الشهراني، العمل التطوعي وعلاقته بأمن المجتمع، رسالة ماجستير، جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، السعودية، 2006، ص 16-18.

². برقايوي خالد يوسف، اتجاهات الشباب السعودي نحو العمل التطوعي، دراسة مطبقة على عينة من طالب وطالبات المرحلة الثانوية بمدينة مكة المكرمة، مجلة جامعة الملك عبد العزيز، الآداب والعلوم الإنسانية، السعودية، مجلة 12، العدد 2، 2008، ص 94-95.

- تعريف أفراد المجتمع بالظروف الواقعية التي تعيش فيها الفئات الأخرى والوصول إلى فهم مشترك للمشكلات والأحوال السيئة التي يعاني منها المجتمع.
- يقود اشتراك المواطنين في الأعمال الخيرية إلى التقاهم حول مجتمعية مرغوبة، وهذا ما يقلل فرص اشتراكهم في أنشطة تهدف إلى تقدم المجتمع وتماسكه وترابطه.
- مساعدة الافراد والجماعات والمجتمعات المحلية في مواجهة الصعاب والمشكلات الذاتية والبيئية، وصولاً الى الاستقلالية والاكتفاء الذاتي والفعالية الاجتماعية¹.

ب / دور الهيئات الاجتماعية :

- للعمل الخيري العديد من الادوار للهيئات الاجتماعية، ومنها :
- سد النقص في أعداد المتخصصين من الذي تعانيه الهيئات الاجتماعية.
- النشاط الخيري يسهم في تعريف المجتمع بهيئاته، وبهذا يربطون تلك الهيئات بالمجتمع فيستمر تأييدها أدبيا وماديا.

ج / دور المتطوعين :

- حيث يكمن دور الأنشطة الخيرية في تحقيق فوائد أو أهداف للمتطوعين، أهمها :
- اهتمام المتطوع بأهداف اجتماعية مرغوبة بوجهة طاقاته بعيدا عن الانحراف من الناحية ويكتسب من خلال ممارسته العملية مجموعة من الخبرات الاجتماعية التي تسهم في تكامل شخصيته.
- الكثير من الاحتياجات الاجتماعية للفرد يتم إشباعها من خلال إحساسه بالنجاح في القيام بعمل يقدره الآخرون، والإحساس بالانتماء إلى أحد المؤسسات التي تلقى تقديرا من المجتمع².

¹ عثمان رشدي، الريادة والعمل التطوعي، دار الراجية للنشر والتوزيع، عمان، 2013، ط 1، ص 165.

² محمد عبد الفتاح محمد، الاتجاهات النظرية الحديثة في دراسة المنظمات المجتمعية، المكتب الجامعي الحديث، الإسكندرية، 2009، ص 147-148.

المطلب الثاني : أنواع الأنشطة الخيرية عبر موقع الفيسبوك

الفرع الأول : مفهوم النشاط الخيري عبر موقع الفيسبوك

يعد النشاط الخيري عبر موقع الفيسبوك، بأنه تلك الأنشطة الهادفة ذات الطابع الشخصي أو المؤسساتي، الذي يهدف الى تعزيز روح التعاون والتضامن داخل المجتمع بالاعتماد على مستحدثات شبكة الانترنت، وما أتاحتها من وسائط جديدة للإعلام والاتصال، تهدف في الكثير من الأحيان على إتاحة فضاءات جديدة على غرار وسائل الاعلام النمطية، حيث ان هذا الفضاء من خلال الفيسبوك أفرز نوع من الحرية في استخدام وعرض المحتويات، في إطار الاستخدام الجيد لهذه الوسائط في خدمة احتياجات ومتطلبات أفراد المجتمع، وحاجته للتعاون والتضامن كما الاستغلال الحسن لهذه الوسائط في إبراز التعاون الكامل¹.

الفرع الثاني : أنواع النشاط الخيري عبر الفيسبوك

لا يمكن الحديث عن نوع واحد من الأنشطة الخيرية فالنصوص الشرعية والواقع العملي يؤكد وجود نوعان من النشاط الخيري.

أ / النشاط الخيري الفردي : يعد العمل الخيري الفردي أو الغير رسمي من أكثر الأنشطة شيوعا في المجتمعات المحلية، وهو نشاط أو سلوك اجتماعي يمارسه الفرد من تلقاء نفسه وبرغبة منه وإرادته، ولا ينبغي منه أي مردود مادي، ويقوم على اعتبارات أخلاقية أو اجتماعية أو إنسانية أو دينية، فهي أنشطة خيرية تهدف بشكل رسمي الى تقديم المساعدة للأشخاص من السكان المحليين، وعادة ينظر الناشطون في هذه الاعمال الى انفسهم على أنهم أصدقاء او عائلة واحدة².

ب / النشاط الخيري المنظم : وهو أكثر تقدما من النشاط الخيري الفردي وأكثر تنظيما وأوسع تأثيرا في المجتمع، تمتاز الأنشطة الخيرية الرسمية بأنها برامج منظمة و طويلة المدى، كما انها تتطلب حضور مستمرا ومنتظما من طرف الناشطين و برامج العمل تشرف

¹. عثمان رشدي، نفس المرجع السابق، ص 167.

². المرجع نفسه، ص 167.

عليه المؤسسات الجمعيات أو المنظمات في إطار منظم ومحكم، توجد مؤسسات متعددة وجمعيات على المستوى الوطني تساهم في أنشطة خيرية كبيرة لخدمة الجميع¹.

المطلب الثالث : محتويات الأنشطة عبر موقع الفيسبوك و أخلاقيات نشرها

الفرع الأول : محتويات الأنشطة الخيرية

تتعدد محتويات الأنشطة الخيرية عبر الفيسبوك، تبعا لاحتياجات الفئات الهشة في المجتمع، وقد تكون هذه المحتويات عبارة عن نداءات استغاثة للتكفل ببعض الافراد من ذوي هذه الفئات على شكل منتشر حسب المحتاج بمبلغ مالي يتم دعوة المستخدمين الى مساعدة هذا الاخير كما ان هناك محتويات ذات طابع خاص اعانات العينية على شكل نداءات لجمع أفرشة اغطية².

الفرع الثاني : أخلاقيات نشر الأنشطة الخيرية

و نحاول تسليط الضوء على قواعد، وسلوكيات، واخلاقيات نشر الأنشطة الخيرية عبر موقع الفيسبوك لابد من مراعاتها ومنها :

- ان يكون الناشر متمكنا من موضوعه
- التحلي بالأخلاق القويمة
- لا يكتب شيئا الا ويتأكد من مصداقيته
- الحفاظ على حقوق الاخرين، واحترام حرية الغير
- ان لا يشوش على منشورات غيره ويخلق اهتمامات ثانية لا علاقة لها بالمنشور الأصلي
- وان يسأل عن امور خاصة عبر الخاص لا على العام
- احترام صاحب المنشور ويعرف قدره ومكانته، وان تكون لديه رسالة يريد ان يبلغها
- الاهتمام باللغة، وينتقي عباراته عند التعليق أو الكتابة
- الابتعاد عن البذاءة في الكلام والتعليق وان يعرف مع من يتحدث

¹. عثمان رشدي، نفس المرجع السابق، ص 168.

². فتحي حسين عامر، نفس المرجع السابق، ص 77.

- وان يراعي مكانة الناشر وثقافته وان يحاول معرفته شخصيا وقراءة (بروفائله)
- التفكير في عواقب ما يكتب وان لا يتسرع في التعليق
- ولا يكثر من الفاظ التهكم والسخرية
- الصدق فيما يدعو اليه
- احترام الاديان ومذاهب الاخرين ولا يجرحها ويتهكم على من يحملها
- وان يكون موضوعيا قدر الإمكان
- وان يعرف كم يبذل الكاتب من جهود من اجل النشر
- وان يكون حياديا قدر الامكان عندما يكتب موضوعا في التاريخ مثلا او حتى في النقد الادبي والاجتماعي¹
- وان يتقن فنون الحوار ولا يتناول على الاخرين بدعوى احترام الرأي الاخر
- لا ينشر منشورا يشوش فيه على المنشور الرئيسي
- وان يحلل ويفسر كل رأي يعرضه
- ولا يترك الموضوع سائبا
- وان يعتذر إذا حدث خطأ في منشوره، ويتراجع بكل فروسي
- وان يصغي لمن ينبهه في الخاص
- وان يذكر مصدر صوره ومعلوماته
- الحفاظ على كرامة الغير

¹. عبد الكريم بكار، نفس المرجع السابق، ص 98.

الإطار التطبيقي

الجانب التطبيقي

تتمثل أهمية الجانب التطبيقي في إبراز العلاقة بين متغيرات الدراسة، والتي تتمثل في أخلاقيات نشر الأنشطة الخيرية عبر مواقع التواصل الاجتماعي، كما يعتبر هذا الجانب الأهم في البحوث الاجتماعية والإنسانية.

ومن خلال الدراسة التي أجريت سابقاً، أننا في هذا الجانب سنحاول عرض البيانات التي جمعناها من مجتمع البحث من خلال تقنيات البحث في الملاحظة والانسياب كأداة أساسية في هذا البحث حيث يتم تبويب إجابات في شكل جداول وأشكال والتعليق عليها للوصول إلى نتائج وتحليلها وتفسيرها. وتم استخدام برنامج SPSS كأداة إحصائية لحساب النسب المئوية (الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية).

قسم هذا الإطار الى ثلاث مباحث :

المبحث الأول : عرض نتائج صحيفة الاستبيان

المبحث الثاني : تفسير وتحليل نتائج محاور الدراسة

المبحث الثالث : الاستنتاج العام للدراسة

المبحث الأول : عرض نتائج صحيفة الاستبيان

تكون مجتمع الدراسة من 214 أستاذ بجامعة الأغواط والجزائر 3، أخذنا منه نسبة 46.72%، حيث قمنا بتوزيع استمارة الاستبيان إلكترونياً، على الأساتذة من أجل الحصول على المعلومات اللازمة لموضوع الدراسة، وبمساعدة الأستاذ المشرف تحصلنا على العينة التالية :

العدد	الاستبيان
100	الموزعة
19	المرفوضة
81	المتحصل عليها

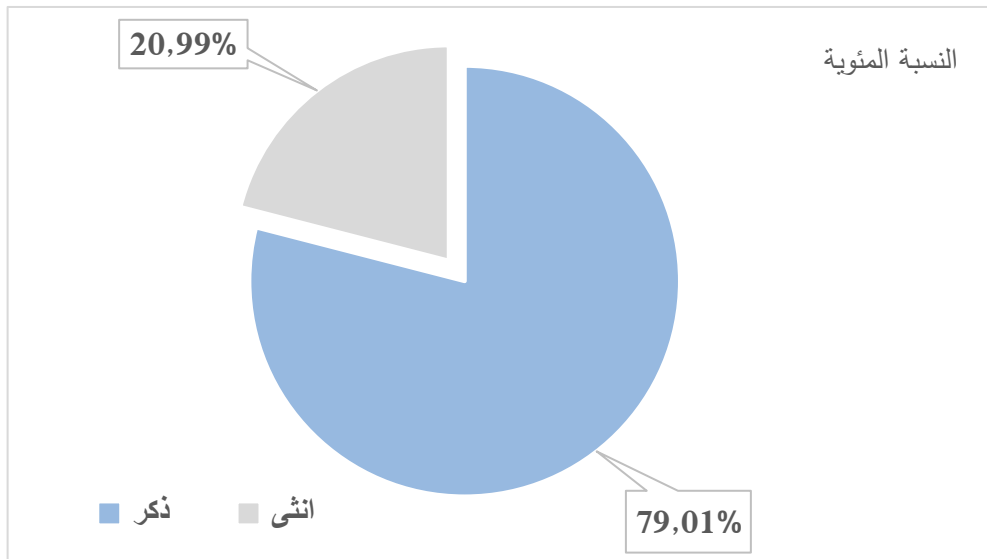
المحور الأول : البيانات الشخصية

- الجدول رقم (1) يوضح توزيع أفراد العينة على أساس فئة النوع (الجنس)

النوع	التكرار	النسبة
ذكر	64	% 79.01
أنثى	17	% 20.99
المجموع	81	% 100

المصدر : إعداد الطالبتين مخرجات برنامج spss

الشكل رقم (1) يوضح توزيع أفراد العينة على أساس فئة النوع (الجنس)



المصدر : إعداد الطالبتين مخرجات برنامج Excel

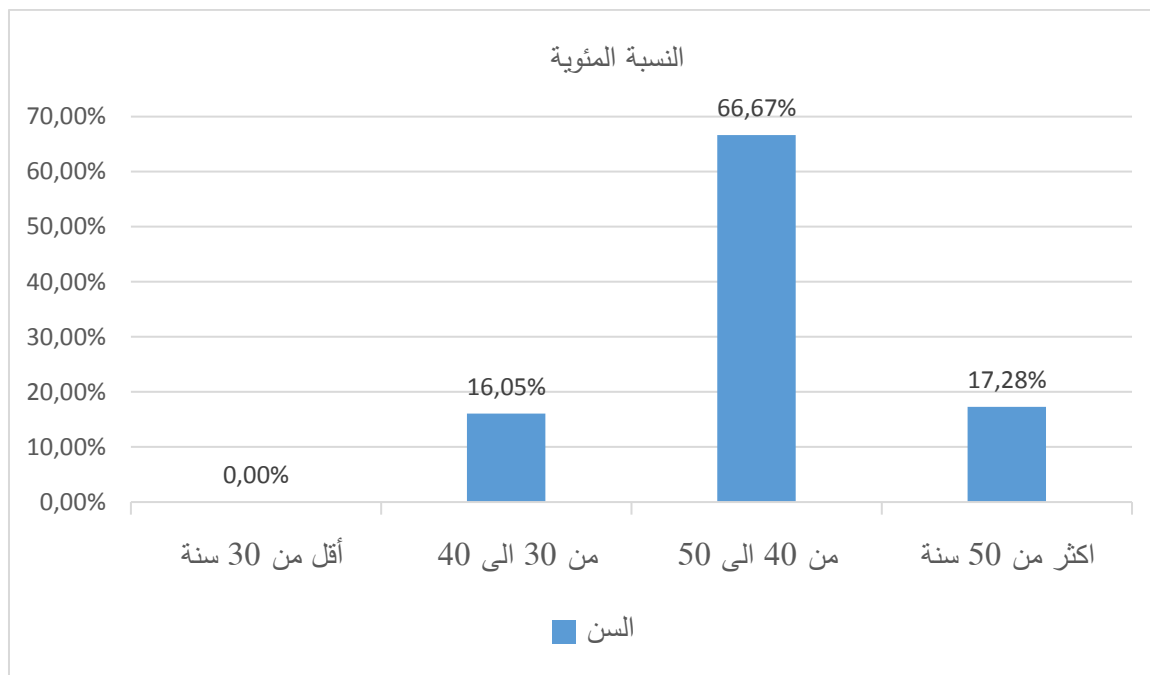
يتضح من الجدول والشكل رقم (1) أن نسبة 79.01% من العينة هم فئة الذكور وعددهم 64، أما 20.99% منهم تمثل فئة الإناث وعددهم 17، وتفسر الباحثتان ذلك ربما يرجع إلى عدد الذكور في الوظيفة الجامعية وبالتالي اهتموا بالإجابة على هذا الاستمارة.

• الجدول رقم (2) يوضح توزيع أفراد العينة على أساس السن

السن	التكرار	النسبة
أقل من 30 سنة	00	00
من 30 سنة إلى 40 سنة	13	16.05 %
من 40 سنة إلى 50 سنة	54	66.67 %
أكثر من 50 سنة	14	17.28 %
المجموع	81	100 %

المصدر : إعداد الطالبتين مخرجات برنامج spss

الشكل رقم (2) يوضح توزيع أفراد العينة على أساس السن



المصدر : إعداد الطالبتين مخرجات برنامج Excel

يتضح من خلال الجدول والشكل رقم (2)، بأنه الفئة العمرية السائدة هي من 40 سنة إلى 50 سنة ونسبة 66.67% وقدّر عددهم بـ 54 أستاذًا، في حين جاءت الفئة العمرية أكثر من 50 سنة بالمرتبة الثانية، ونسبة 17.28% وقدرت بـ 14 أستاذًا، أما فئة ما بين 30 سنة

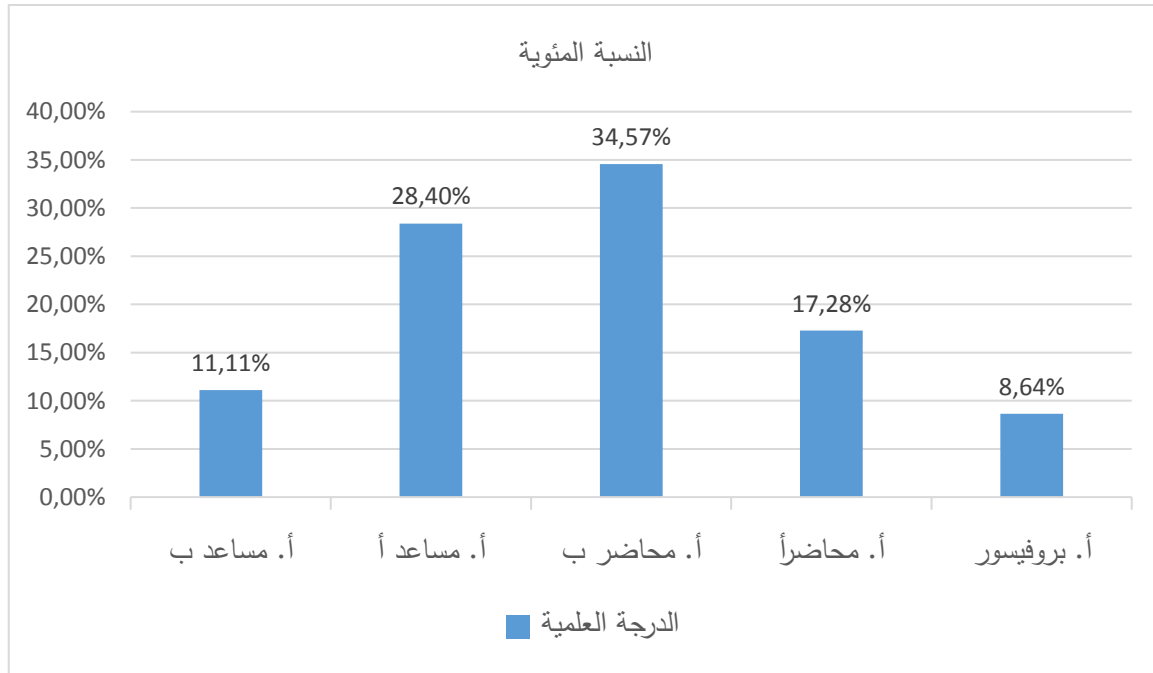
و40 سنة قدرت بنسبة مئوية 16.05% بـ13 أستاذ، وبالنسبة لفئة أقل من 30 سنة جاءت منعدمة. فسرت النتائج بأن أغلب الفئة العمرية المتواجدة على مستوى الجامعتين هي ما بين 40 سنة و50 سنة.

• الجدول رقم (3) يوضح توزيع أفراد العينة على أساس الدرجة العلمية من الوظيفة

الدرجة العلمية	التكرار	النسبة
أستاذ مساعد ب	09	11.11%
أستاذ مساعد أ	23	28.40%
أستاذ محاضر ب	28	34.57%
أستاذ محاضر أ	14	17.28%
أستاذ التعليم العالي بروفيسور	7	8.64%
المجموع	81	100%

برن المصدر : إعداد الطالبتين مخرجات برنامج spss

الشكل رقم (3) يوضح توزيع أفراد العينة على أساس الدرجة العلمية من الوظيفة



المصدر : إعداد الطالبتين مخرجات برنامج Excel

تشير النتائج المتحصل عليها في الجدول والشكل أعلاه رقم (3)، الى أنه أول درجة علمية جاءت بنسبة 34.57% أي بمعدل 28 أستاذ محاضر (ب)، وثاني درجة بنسبة 28.40% أي بـ23 أستاذ مساعد (أ)، وثالثا بنسبة 17.28% بعدد 14 أستاذ محاضر (أ)، ورابعا

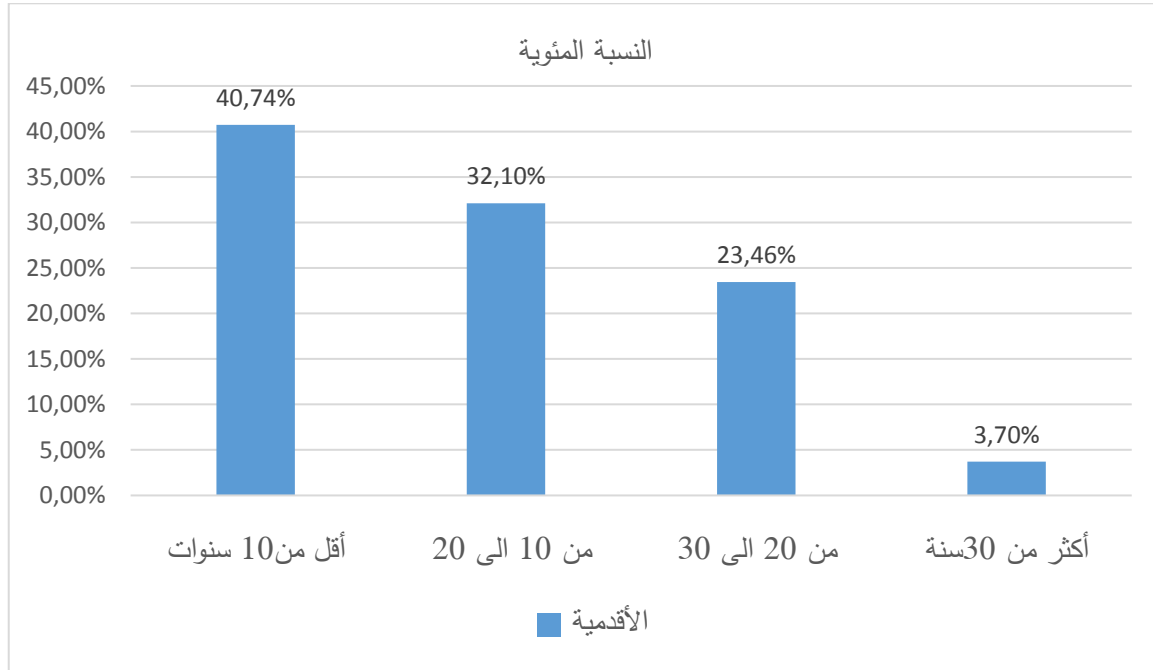
بنسبة مئوية قدرت بـ 11.11% ومعدل 09 أساتذة بدرجة أستاذ مساعد (ب)، وأخيرا درجة البروفيسور جاءت بنسبة مئوية 8.64% وبمعدل 7 أساتذة. ونلاحظ من خلال النتائج ان أغلب الأساتذة المبحوثين متحصلين على درجة علمية في الوظيفة وهي أستاذ محاضر (أ).

• الجدول رقم (4) يوضح توزيع أفراد العينة على أساس الأقدمية في الوظيفة

النسبة	التكرار	المدة
40.74%	33	أقل من 10 سنوات
32.10%	26	من 10 سنوات إلى 20 سنة
23.46%	19	من 20 سنوات إلى 30 سنة
3.70%	3	أكثر من 30 سنة
100%	81	المجموع

المصدر : إعداد الطالبتين مخرجات برنامج spss

الشكل رقم (4) يوضح توزيع أفراد العينة على أساس الدرجة الأقدمية في الوظيفة



المصدر : إعداد الطالبتين مخرجات برنامج Excel

من خلال الجدول والشكل (4) أعلاه، نلاحظ بأنه أكبر نسبة مئوية 40.74% وبعدد 33 أستاذ تخص فئة أقل من 10 سنوات أقدمية في الوظيفة، وتليها نسبة 32.10% وبعدد 26 أستاذ تخص فئة من 10 سنوات إلى 20 سنة، وبعدها فئة من 20 سنة إلى 30 سنة تحصلت

على نسبة 23.46% ب 19 أستاذ، وآخر فئة تحصلت على نسبة 3.70% وبمعدل 03 أساتذة لديهم أقدمية بأكثر من 30 سنة.

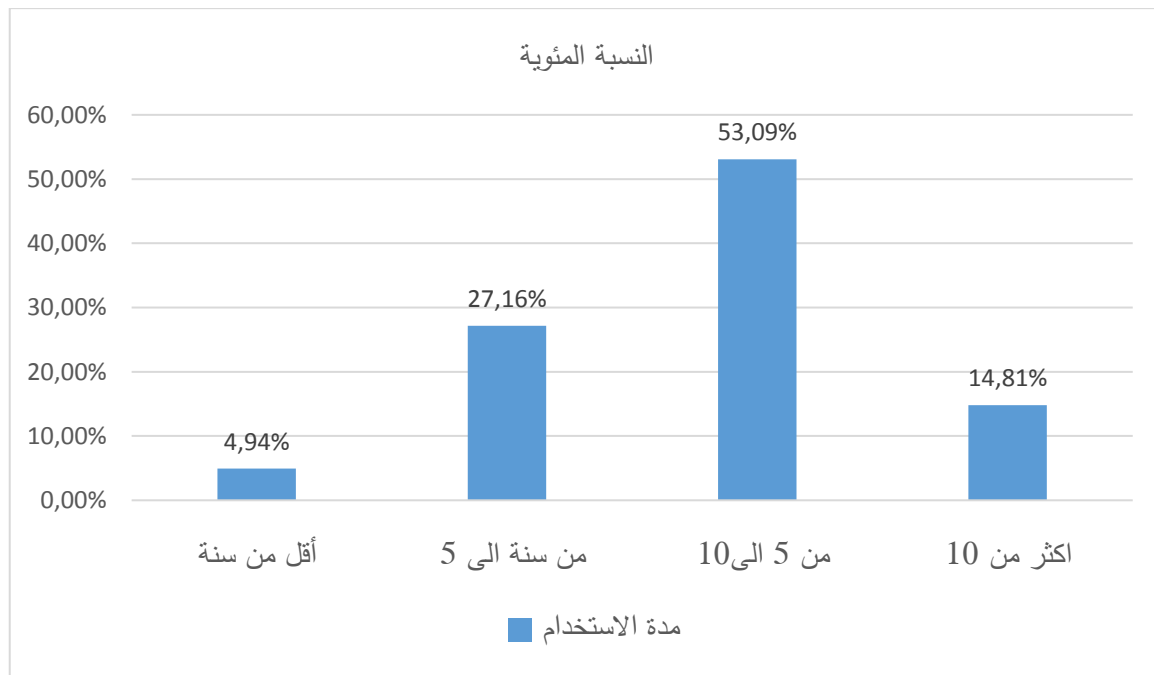
المحور الثاني : عادات و أنماط استخدام مواقع التواصل الاجتماعي

- الجدول رقم (5) يوضح توزيع أفراد العينة على أساس مدة استخدام موقع الفيسبوك

النسبة	التكرار	المدة
4.94%	04	أقل من 10 سنوات
27.16%	22	من سنة إلى 05 سنوات
53.09%	43	من 05 سنوات إلى 10 سنة
14.81%	12	أكثر من 10 سنة
100%	81	المجموع

المصدر : إعداد الطالبتين مخرجات برنامج spss

الشكل رقم (5) يوضح توزيع أفراد العينة على أساس استخدام مواقع التواصل الاجتماعي



المصدر : إعداد الطالبتين مخرجات برنامج Excel

تشير النتائج في الجدول والشكل أعلاه (5) أن أعلى نسبة تستعمل مواقع التواصل الاجتماعي من 05 سنوات إلى 10 سنوات بنسبة 53.09% ب 43 مستخدم، وتليها فئة من سنة إلى 05 سنوات بنسبة 27.16% وب 22 مستخدم، وتأتي نسبة 14.81% ب 12 مستخدم، وفي أخيرا نسبة 4.94% بأربع مستخدمين. نلاحظ هنا بأنه أغلبية الأساتذة لديهم صفحات على مواقع

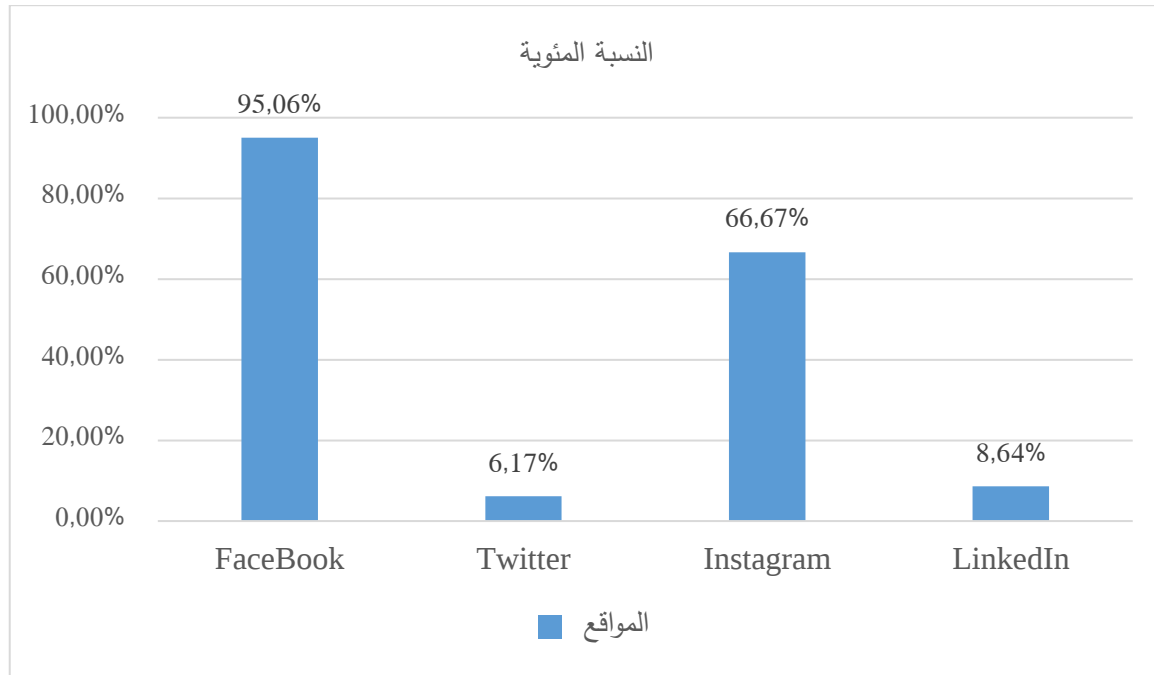
التواصل الاجتماعي لأكثر من 05 سنوات. ونلاحظ من خلال ما سبق بأن أغلب الأساتذة كانوا على يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي لأكثر من 05 سنوات.

• الجدول رقم (6) يوضح توزيع أفراد العينة على أساس استخدام مواقع التواصل الاجتماعي

المواقع	التكرار	النسبة
الفيسبوك Facebook	77	95.06%
تويتر Twitter	5	6.17%
انستغرام Instagram	54	66.67%
لينكد إن LinkedIn	7	8.64%

المصدر : إعداد الطالبتين مخرجات برنامج spss

الشكل رقم (6) يوضح توزيع أفراد العينة على أساس استخدام مواقع التواصل الاجتماعي



المصدر : إعداد الطالبتين مخرجات برنامج Excel

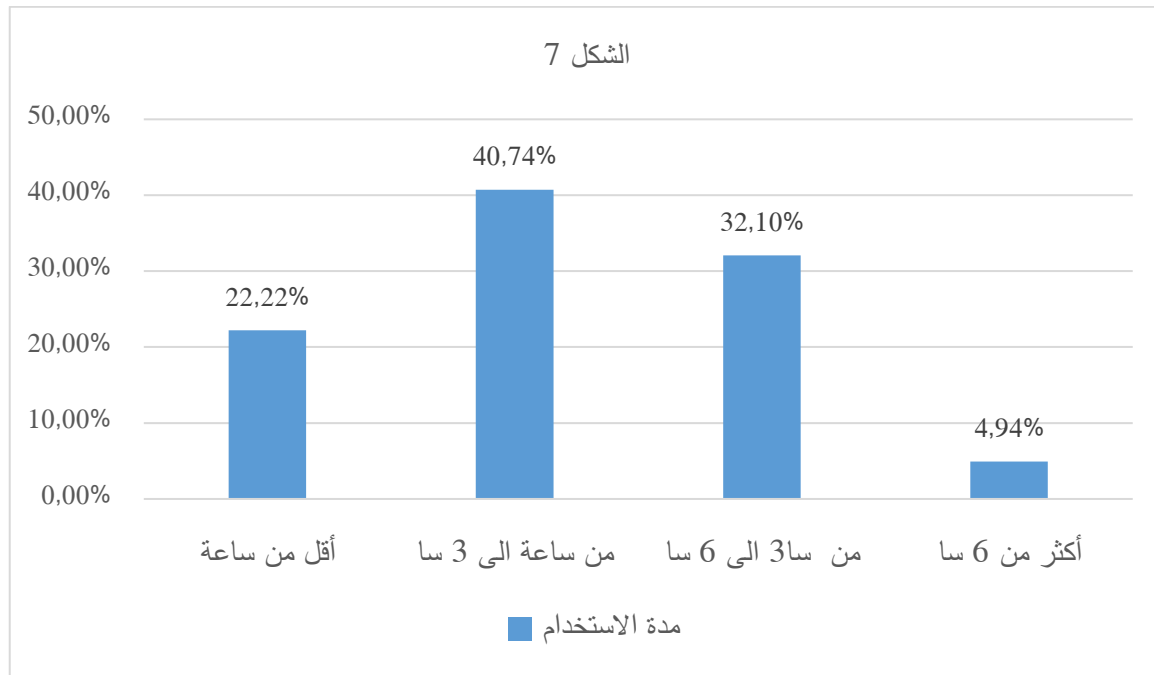
نلاحظ في الجدول والشكل أعلاه رقم (6)، ان اغلب الأساتذة المبحوثين يستخدمون موقع الفيسبوك بنسبة 95.06% أي 77 مستخدم وثاني موقع استخداما هو موقع الانستغرام بنسبة 66.67% بعدد 54 مستخدم، أما موقع تويتر وموقع لينكدإن تحسلا على نسبة استخدام ضئيلة مقدرة بنسبة 6.17% و 8.64% بمجموع 11 مستخدمين لكليهما، نستنتج أنه أغلب المبحوثين يستعملون موقع الفيسبوك.

- الجدول رقم (7) يوضح توزيع أفراد العينة على أساس عدد ساعات استخدام موقع الفيسبوك

المدة	التكرار	النسبة
أقل من ساعة	18	22.22%
من ساعة إلى 03 ساعات	33	40.74%
من 03 ساعات إلى 06 ساعات	26	32.10%
أكثر من 06 ساعات	4	4.94%
المجموع	81	100%

المصدر : إعداد الطالبتين مخرجات برنامج spss

الشكل رقم (7) يوضح توزيع أفراد العينة على أساس عدد ساعات استخدام موقع الفيسبوك



المصدر : إعداد الطالبتين مخرجات برنامج Excel

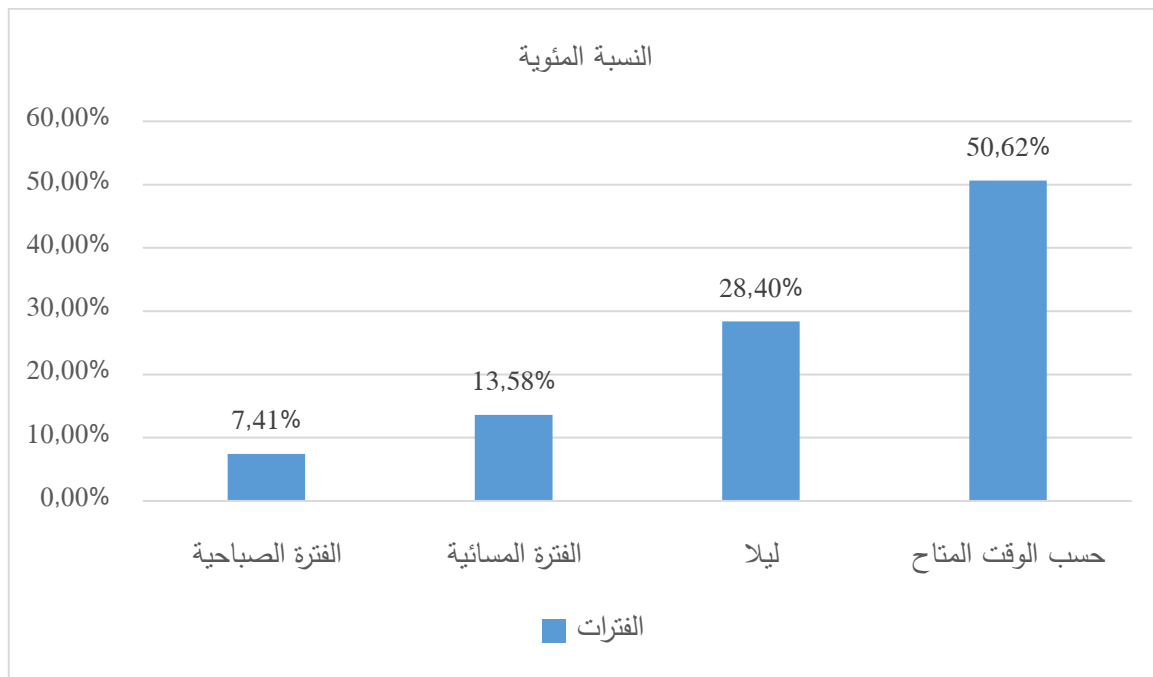
تشير النتائج في الجدول والشكل رقم (6)، إلى أن أعلى نسبة لعدد ساعات استخدام الفيسبوك هي من ساعة إلى 03 ساعات حيث بلغت نسبة 40.74%، وبلغت أقل نسبة لعدد ساعات الاستخدام للذين يستخدمون موقع الفيسبوك لأكثر من 06 ساعات في اليوم وهي 4.94% كما بلغت نسبة المستخدمين من 03 ساعات إلى 06 ساعات 32.10%، وبلغت نسبة المستخدمين 22.22% لأقل من ساعة. ومنه نلاحظ بأن أغلب مستخدمي موقع الفيسبوك من أساتذة يستخدمونه من ساعة إلى 03 ساعات، وربما يرجع ذلك لسبب إلزامات الأستاذ في حياته العملية والعائلية.

- الجدول رقم (8) يوضح توزيع أفراد العينة على أساس فترات استخدام موقع الفيسبوك

النسبة	التكرار	الفترات
7.41%	6	الفترة الصباحية
13.58%	11	الفترة المسائية
28.40%	23	ليلا
50.62%	41	حسب الوقت المتاح
100%	81	المجموع

المصدر : إعداد الطالبتين مخرجات برنامج spss

الشكل رقم (8) يوضح توزيع أفراد العينة على أساس فترات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي



المصدر : إعداد الطالبتين مخرجات برنامج Excel

تشير النتائج في الجدول والشكل رقم (8) أعلاه، إلى أن أعلى نسبة لأوقات استخدام موقع الفيسبوك بلغت 50.62%، وتمثل استخدام الموقع حسب الوقت المتاح، في حين بلغت أقل نسبة استخدام 7.41% خلال الفترة الصباحية، كما بلغت نسبة 28.40% خلال فترة الليل وبالنسبة للفترة المسائية بلغت نسبة 13.58%. وتفسر الباحثتان سبب استخدام الأساتذة موقع الفيسبوك حسب الوقت المتاح، لأنهم مرتبطون بالوظيفة، ونظرا لأهمية الانترنت وموقع الفيسبوك فهو وسيلة اتصال.

المحور الثالث : دوافع استخدام موقع الفيسبوك في نشر العمل الخيري

- الجدول رقم (9) يوضح توزيع عينة الدراسة وفق استخدام موقع الفيسبوك في نشر العمل الخيري دوافع من وجهة نظر المستخدمين

العبارة	التكرار ن/ك	
	موافق	غ / موافق
زرع المبادئ والقيم الإسلامية ونيل الأجر	72.84%	11.11%
	59	9
تحقيق الأمن والاستقرار الاجتماعي	28.40%	39.50%
	23	32
الحب والانتماء الاجتماعي	29.62%	33.33%
	24	27
تحقيق الاحترام وإثبات الذات	43.21%	29.63%
	35	24
تحقيق المكانة الاجتماعية	33.33%	51.85%
	27	42
زرع حب العمل التطوعي في مراحل عمرية مبكرة	69.13%	7.4%
	56	6
استثمار وقت الفراغ	35.80%	35.80%
	29	29
النماء والتطور الشخصي	22.22%	25.92%
	18	21
الاتصال بالآخرين المسؤولية الاجتماعية	59.26%	19.75%
	48	16
اكتساب خبرات ميدانية مفيدة	55.55%	12.35%
	45	10
توفير الحاجات المادية للآخرين	51.86%	17.28%
	42	14
مساعدة فئة محدودي الدخل	34.57%	19.75%
	28	16

المصدر : إعداد الطالبتين مخرجات برنامج spss

يشير الجدول أعلاه رقم (9)، أن أعلى نسبة بلغت 72.84% وتعنى بأن أغلب الأساتذة يوافقون على مبدأ أن النشر عبر موقع الفيسبوك لسبب زرع المبادئ والقيم الإسلامية ونيل الأجر، وأن أقل نسبة قدرت بـ 7.4% وتعنى بأن أغلبهم غير موافقون على أن استخدامه لزرع حب العمل التطوعي في مراحل عمرية مبكرة، ونلاحظ أن الأساتذة غير موافقين بأعلى نسبة 51.85% على أن نشر الأنشطة لتحقيق المكانة الاجتماعية، أما نسبة 51.86% جاءت لحياد الأساتذة على أن النماء والتطور الشخصي يأتي عبر نشر الأنشطة في موقع الفيسبوك.

المحور الرابع : تقييم نشر الأنشطة الخيرية عبر موقع الفيسبوك في الفترة الراهنة

- الجدول رقم (10) يوضح توزيع عينة الدراسة وفق العوائق من وجهة نظر أساتذة قسم الاعلام والاتصال لجامعتي الاغواط والجزائر 3

العبارة	التكرار ن/ك		
	موافق	غ / موافق	محايد
ضعف التفاعل بها للمستخدمين عبر موقع الفيسبوك مع النشاط الخيري	60.50%	22.22%	17.28%
	49	18	14
قلة الوعي بكيفية استخدام موقع الفيسبوك في العمل الخيري	59.26%	28.40%	12.34%
	48	23	10
تعارض وقت العمل التطوعي مع وقت الفراغ	18.52%	38.27%	43.21%
	15	31	35
شعور المتطوعين بعدم الحاجة لاستخدام موقع الفيسبوك في العمل الخيري	37.04%	53.08%	9.88%
	30	43	8
خوف المتطوعين الشباب من الفشل	44.44%	40.74%	14.82%
	36	33	12
ضعف الحوافز المعنوية والشخصية لمشاركة في العمل الخيري عبر صفحات الفيسبوك	54.32%	19.75%	25.93%
	44	16	21
عدم الإعلان في بعض الأحيان عن برامج العمل الخيري عبر صفحات الفيسبوك	56.79%	14.81%	28.40%
	46	12	23
وجود سمعة سيئة عن القائمين على العمل الخيري عبر موقع الفيسبوك	43.21%	27.16%	29.63%
	35	22	24
عدم معرفة الشباب بجمعيات ومنظمات العمل التطوعي عبر صفحات الفيسبوك	48.15%	22.22%	29.63%
	39	18	24
ضعف الوعي بأهمية التكنولوجيا الحديثة في العمل الخيري من خلال موقع الفيسبوك	62.96%	13.58%	23.46%
	51	11	19

المصدر : إعداد الطالبتين مخرجات برنامج spss

يشير الجدول رقم (10) الى أن أعلى نسبة بلغت 62.96%، وهذا دليل على أن الأساتذة يوافقون على أن أهم العوائق لنشر الأنشطة عبر الفيسبوك وهي ضعف الوعي التكنولوجي. وكما لاحظ أيضا أن قل نسبة بلغت 9.88% وهي تخص الحياد على أن شعور المتطوعين بعدم الحاجة لاستخدام موقع الفيسبوك في العمل الخيري، وجاءت أعلى نسبة غير موافق بـ 53.08% وهي شعور المتطوعين بعدم الحاجة لاستخدام موقع الفيسبوك في العمل الخيري.

المحور الخامس : محددات و متطلبات الالتزام بنشر العمل الخيري عبر موقع الفيسبوك

- الجدول رقم (11) يوضح توزيع عينة الدراسة وفق محددات ومتطلبات الالتزام بنشر العمل الخيري عبر موقع الفيسبوك الإجابة كانت بـ (✓) أو (X)

التكرار ن/ك		العبارة
(X)	(✓)	
%13.58 11	%86.42 70	إنشاء صفحات على موقع الفيسبوك تختص بالنشاط الخيري
%38.27 31	%61.73 50	إبراز نشاطات المتطوعين عبر مواقع التواصل الاجتماعي
%28.4 23	%71.60 58	رعاية المبادرات التطوعية
%22.23 18	%77.77 63	إنشاء قوائم البريد الإلكتروني لتسهيل الاتصال مع المستفيدين
%40.74 33	%59.26 48	تفعيل المنتديات الإلكترونية التي تعنى بمجال التطوع
%24.70 20	%75.30 61	فتح مجموعة نقاش للاتصال مع المتعاونين والمتطوعين
%17.29 14	%82.71 67	تفعيل دور العالم الجديد في تثقيف أفراد المجتمع لماهية النشاط الخيري
%27.16 22	%72.84 59	تدريب وتأهيل الشباب الراغب في العمل التطوعي مواقع التواصل
%14.82 12	%85.18 69	توظيف منصات التواصل الاجتماعي في تشجيع العمل الخيري
%44.45 36	%55.55 45	إصدار نشرات دورية (إلكترونية) تبرز نشاطات المتطوعين
%23.46 19	%76.54 62	تضمين برامج التطوع مفاهيم التطوع وأهمية شبكات التواصل في نشر ثقافة التطوع أون لاين
%12.35 10	%87.65 71	تكثيف المحاضرات والندوات الخاصة بأهمية العمل الخيري عبر مواقع التواصل الاجتماعي

المصدر : إعداد الطالبتين مخرجات برنامج spss

يشير الجدول رقم (11) أن الأغلبية الساحقة للعينة يرون أن لابد من تكثيف المحاضرات والندوات عبر مواقع التواصل الاجتماعي وقدرت بنسبة 87.65%، و يؤيدون إنشاء صفحات

عبر الفيسبوك لنشر العمل الخيري وقدرت بنسبة 86.42%، وأن الأغلبية أيضا يوافقون على إنشاء قوائم البريد الإلكتروني لتسهيل الاتصال مع المستفيدين قدرت بنسبة 77.77% كما لاحظنا عدم وجود فروق بين أفراد عينة الدراسة، حسب المستوى التحصيلي. فجل الاقتراحات كانت بأغلبية التأييد ففاقت كلها 50%.

المحور السادس : مدى التزام مستخدمي موقع الفيسبوك بأخلاقيات نشر العمل الخيري

- الجدول رقم (12) يوضح توزيع عينة الدراسة وفق منشورات تهدف إلى نشر العمل الخيري عبر موقع الفيسبوك

التكرار / ن ك			العبارة
موافق	غ / موافق	محايد	
50.61%	25.93%	23.46%	إنها منشورات ذات قيمة تضامنية جادة
41	21	19	
54.32%	32.10%	13.58%	منشورات يغلب عليها طابع التباهي بنشر العمل الخيري
44	26	11	
51.85%	27.16%	20.99%	منشورات تمس بكرامة المواطن
42	22	17	
53.09%	27.16%	19.75%	منشورات تتنافى مع قيم ديننا الحنيف في التشهير بالعمل الخيري
43	22	16	
55.55%	9.88%	34.57%	منشورات في غالبها ساعدت في تنشيط العمل الجماعي
45	8	28	
60.50%	24.70%	14.80%	منشورات هدفت الى مساعدة فئة كبيرة من المحتاجين
49	20	12	
59.26%	8.64%	32.10%	هدفت الى زيادة الرياء داخل المجتمع
48	7	26	

المصدر : إعداد الطالبتين مخرجات برنامج spss

نرى من خلال الجدول الإحصائي أعلاه رقم (12) أن أغلبية العينة موافقة على إقتراحات الاستبيان، وجاءت كلها بنسب عالية فاقت 50%، حيث أن أعلى نسبة قدرت بـ 60.50% حيث يرى الأستاذة بأنها منشورات هدفت الى مساعدة فئة كبيرة من المحتاجين، وظهر أقل نسبة في الجدول الاحصائي 51.85% ويرى مجتمع الدراسة بأن المنشورات تمس بكرامة الانسان، اما النسب الأخرى فكانت متقاربة.

المبحث الثاني : تفسير وتحليل نتائج محاور الدراسة

يتم في هذا المبحث مناقشة النتائج التي توصلت إليها الدراسة والتي دارت حول موضوع اخلاقيات نشر العمل الخيري عبر موقع الفيسبوك من جهة نظر أساتذة قسم الاعلام والاتصال بجامعتي الاغواط والجزائر 3، ومن خلال ما تطرقنا إلى المعطيات الإحصائية المدرجة في الجداول الإحصائية توصلنا يلي:

- المحور الأول : البيانات الشخصية :

تطرقنا في هذا المحور الى البيانات الشخصية الخاصة بالعينة، ومن خلال المعطيات والمتعلق بمتغير الجنس نلاحظ أن نسبة الذكور بنسبة 79.01% أكثر من نسبة الإناث 20.99% وهو ما يمكن ارجاع ذلك ان غالبية الأساتذة هم من فئة الذكور ويفسر ذلك بأغلبية العاملين في ذلك القطاع من جنس الذكر، ما لاحظنا من خلال الشواهد الكمية المتعلقة بمتغير السن بأن أكثر الفئات المتواجدة على مستوى العينة هم فئة ما بين 40 سنة و 50 سنة ويفسر أن هذا الاعداد من الفئة المنطقية، وتمثل هذه الفئة الأغلبية على مستوى الجامعات، وأغلب هذه الفئة العمرية متحصلين على درجة أستاذ محاضر (ب) ، ويرجع ذلك لعامل الدراسة والسن ولو حظنا عامل الأقدمية في الوظيفة نجد أن أغلب العينة لديها خبرة تقل عن 10 سنوات ويفسر ذلك بمتغير السن والدرجة.

المحور الثاني : عادات و أنماط استخدام مواقع التواصل الاجتماعي :

عالجنا في هذا المحور عادات وأنماط الاستخدام، ومنه نستنتج من خلال المعطيات الإحصائية أن الأغلبية الساحقة من العينة يمتلكون مواقع التواصل الاجتماعي لاسيما موقع الفيسبوك ويرجع ذلك إلى الانفجار المعلوماتي الرهيب الذي شهده العالم المعاصر مما أدى إلى انتشار واسع للأفراد الذين يمتلكون حساب على موقع الفيسبوك وكذلك توفر الأنترنت عموما وحيث أن عدد كبير من أفراد المجتمع خصوصا منهم أصبح يملك هاتف ذكي واللوحات الإلكترونية والحواسيب، وهذا ما سهل بامتلاك صفحات على موقع الفيسبوك وأتضح أن نسبة المبحوثين الذين بدأو يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي أكثر من 5 سنوات، وذلك راجع لتوفر خدمة

الويفي wifi وتوسع وانتشار شبكة الجيل الرابع من الاتصالات (4G) وكذلك تطور خدمات موقع الفيسبوك وهي توفير الصوت والصورة مما سهل التواصل مع الأفراد فيما بينهم، وهذا ما ساعدهم باستخدام الانترنت حسب وقتهم المتاح. أما من أكدوا على قضائهم ما بين ساعة وثلاث ساعات في تصفح الفيسبوك، وهذا راجع إلى اهتمامهم بمستجدات معينة وتفاعلهم معها، بسبب عدم توفر الوقت ويمكن تفسير قضاء المتطوع أقل من ثلاث ساعات في تصفح موقع الفيسبوك وشعور المتطوع بالمتعة أثناء استخدامهم للموقع ومشاركة أصدقائهم مختلف الأفكار والآراء يجعلهم لا يعيرون أهمية للوقت الذي يقضونه في تصفح الموقع. ونجد اتصال العينة بالانترنت حسب توفر الوقت لديهم ويبدو هذا الترتيب منطقياً، حيث أن الفترة الليلية هي الوقت المناسب الذي يتفرغ فيه أغلبية أفراد العينة للانترنت وذلك راجع لكون أغلبية أفراد العينة هم موظفين وبالتالي يكون في أطار العمل أو الدراسة في الفترة الصباحية و المسائية، ضف إلى ذلك أن الانترنت تتيح للمتطوع فرصة اختيار الوقت المناسب للاستخدام عكس بقية الوسائل الإعلامية ويمكن تبرير قلة الاستخدام في الفترة الصباحية؛ ذلك أن الوقت غير مناسب للمتطوعين بحكم العمل و الدراسة في هذه الفترة، والان اتصال الأصدقاء قد يكون قليل مقارنة بالفترات السابقة الأكثر استقطاباً وملاءمة للأفراد العينة.

المحور الثالث : دوافع استخدام موقع الفيسبوك في نشر العمل الخيري :

عالجنا في هذا المحور دوافع استخدام موقع الفيسبوك في النشر الخيري، تشير البيانات الإحصائية المرفقة في الجدول، أن أغلبية المحبوثين يرون أن النشر عبر الموقع يساعد في زرع المبادئ و القيم الإسلامية، و زرع حب العمل التطوعي، كما له دور كبير في الاتصال بالآخرين ، ويرجع ذلك لسهولة موقع الفيسبوك في الاستخدام، وهو وسيلة اتصال بامتياز، ولشعبية الموقع أدى ذلك إلى توفير حاجيات المحتاجين بسهولة، ومن جهة أخرى نرى أن المحبوثين لا يروا أن موقع الفيسبوك يحقق المكانة الاجتماعية، لانهم يتجنبون الشهرة في العمل الخيري، لكي لا يدخلون في الرياء.

- **المحور الرابع :** تقييم نشر الأنشطة الخيرية عبر موقع الفيسبوك في الفترة الراهنة :
تطرقنا في هذا المحور الى تقييم الأنشطة الخيرية عبر الموقع الاجتماعي الفيسبوك، ولاحظنا العينة الإحصائية أبدت رأيها في تقييم موقع الفيسبوك من ناحية نشر العمل الخيري عبره، ونجد أن أغلب المبحوثين يؤيدون فكرة ضعف الوعي بأهمية التكنولوجيا في العمل الخيري، و نجد أن اغلب العينة يقيم الموقع لقلة الوعي للمستخدمين به، ويؤكدون دور الموقع في نشر العمل الخيري.

- **المحور الخامس :** محددات و متطلبات الالتزام بنشر العمل الخيري عبر موقع الفيسبوك :

عالجنا في هذا المحور الاحصائي محددات ومتطلبات الالتزام في النشر عبر موقع الفيسبوك، ومن خلال تحليلنا للعينة وحسب المعطيات الإحصائية، نجد أن أغلب العينة يحثون على إنشاء صفحات على موقع الفيسبوك والعمل بها لنشر النشاط الخيري، واستعمال منصات التواصل الاجتماعي لتشجيع العمل الخيري بها، وتكثيف المحاضرات والندوات الخاصة بالعمل الخيري عبر الفيديو من خلال مواقع التواصل الاجتماعي، وكل هذا يفسر بأن أغلبية الأساتذة يرون بأن للمواقع التواصل الاجتماعي دور فعال في تفعيل و تنشيط العمل الخيري بها، ويرجع ذلك لاحتواء المواقع لشريحة كبيرة من المجتمع، وتحتوي كل طبقاته، ولسرعة التواصل و التفاعل بها.

- **المحور السادس :** مدى التزام مستخدمي موقع الفيسبوك بأخلاقيات نشر العمل الخيري:

عالجنا في هذا المحور مدى التزامات مستخدمي موقع الفيسبوك بالأخلاقيات محل الدراسة ومن خلال تحليل البيانات الإحصائية، نجد أن نشر الأنشطة عبر الفيسبوك لها قيمة تضامنية وتهدف الى مساعدة فئة كبيرة من المحتاجين، ومن جهة أخرى يرى أساتذة قسم الاعلام والاتصال المبحوثين في هذه الدراسة أن هذه المنشورات هدفت الى زيادة الرياء في المجتمع و انها تمس بكرامة الانسان، كما يعارضون هذه المنشورات لأنها تتنافى مع الاخلاق والدين

الحنيف، ويغلب عليها طابع التباهي ويفسر ذلك بخروج محتوى الفكرة عن النص، لأنه الهدف من العمل الخيري هو مساعدة الغير، لكن يرى أغلب العينة هو الهدف من النشر هو التشهير و التباهي، وهذا ما يسمى بالرياء الالكتروني.

المبحث الثالث : الاستنتاج العام للدراسة

اهتمت هذه الدراسة بموضوع لم يتم التطرق إليه بشكل مباشر في الدراسات الأكاديمية في الجزائر، وهو اخلاقيات نشر الأنشطة الخيرية عبر مواقع التواصل الاجتماعي، وتوصلت هذه الدراسة التي انطلقت من طرح 12 سؤال مقسمة على 6 محاور، على عينة من أساتذة قسم الاعلام والاتصال بجامعتي الاغواط والجزائر 3، والعينة النهائية المتحصلة عليها في هذه الدراسة تكونت من 81 أستاذ أي بنسبة 37.85% من مجموع الأساتذة بكلتا الجامعتين. واتفق جميع الأساتذة على هذا النوع من النشر يسمى بالرياء الالكتروني، وكإستنتاج لهذه الدراسة وفي إطار تحليلنا للجداول المركبة وبياناتها، وفي ظل الدراسات السابقة ومحتوى الفصل النظري واستنادا لاستمارة الاستبيان التي وزعت على الأساتذة. حيث توصلنا الى جملة من النتائج :

- امتلاك أن أغلب المبحوثين حساب على موقع الفيسبوك
- يستخدمون أغلب المبحوثين موقع فيسبوك أكثر من 5 سنوات
- يقضون أغلب المبحوثين من ساعة إلى 3 ساعات
- يتابع أغلب المبحوثين كل ما ينشر على موقع فيسبوك
- الفيسبوك يساعد المستخدم على التفاعل والتعرف على بعض المشكلات في المجتمع
- موقع الفيسبوك يعرض مساعدات، تحتاج مبادرات تطوعية دون اللجوء إلى جهات رسمية

- أغلبية المبحوثين تشجعهم المنشورات على القيام بالعمل الخيري
- المنشورات التي تصادف المبحوثين على موقع الفيسبوك ومشاركتها مع الأصدقاء في

المجال الخيري

- أغلب المبحوثين يروا ان النشر الخيري يزيد من الرياء ويمس بالاخلاق.

ومن خلال دراستنا و الدراسات السابقة و العمل الميداني، نضع جملة من الاخلاقيات لابد من مراعاتها في نشر الأنشطة الخيرية عبر مواقع التواصل الاجتماعي :

■ إن مجموعة من المعايير الأخلاقية هي ما تشكل الإطار العام الذي ينبغي أخذه، عندما يتم بناء ميثاق أخلاقي لاستخدام شبكات التواصل الاجتماعي وفي مقدمتها معايير القيم الأخلاقية .

■ إن احترام خصوصية الفرد من أهم عناصر المعايير الأخلاقية.

■ في إعادة النشر ينبغي التعامل بالمسؤولية ذاتها للنشر الأولي، لأن المعلومة محكومة بوقت النشر، وظروفه .

■ التأكيد على وضع معايير صارمة للحد من انتهاك خصوصية الغير، واعتبار الانتهاك جريمة يعاقب عليها القانون.

■ التأكيد على حظر سرقة الصور والمنشورات من حسابات الآخرين ونشرها في حسابات أخرى، دون اتباع السياقات المعمول بها في الاقتباس والمشاركة.

■ إن المحافظة على القيم الأخلاقية وعدم الخروج عن الحدود الأخلاقية والقانونية في التواصل وتجنب دون السب والذم أو القبح تجاه الآخرين، يسهم في زيادة الأمانة والمصداقية عند المجتمع ويعزز من المحافظة على الآداب العامة.

■ وقد تمثلت القيم الأخلاقية التي توافق عليها الأكاديميون من الإعلاميين والقانونيين عند النشر عبر شبكات التواصل الاجتماعي.

تقترح الدراسة أن يكون الميثاق الأخلاقي في استخدام شبكات التواصل الاجتماعي متضمنا للمعايير الآتية:

- الأمانة والمصداقية عند نشر أي شيء
- المحافظة على الآداب العامة
- عدم الخروج عن الحدود الأخلاقية والقانونية في التواصل
- التركيز على نشر الوعي لدى الشباب للاستخدام الأمثل لهذه الشبكات

- أن يكون المنشور مكتوباً بلغة سليمة يحدد فيه الواقعة المراد نشرها
- تجنب استخدام السب والذم أو القذح تجاه الآخرين
- نشر القيم والأخلاق والدين
- احترام حرمة وخصوصية أفراد المجتمع
- التركيز على تبادل ونقل الثقافات
- عدم استخدام الأسماء المستعارة

خاتمة

خاتمة :

اتسع مجال الأنشطة الخيرة في كل المجالات وساهمت بشكل كبير في مساعدة الضعفاء والمحتاجين وأصبحت بمثابة باب يطرقة كثير ممن هزمهم الفقر والعوز ويزيد اتساعها خاصة في المواسم والأعياد، على غرار شهر رمضان والأعياد الدينية...، والحقيقة التي لا يختلف فيها اثنان أن هذه الأنشطة الخيرية ساهمت بشكل كبير في إعادة التكاتف الاجتماعي، في ظل الظروف الاقتصادية الشحيحة، والقدرة الشرائية التي تتأكل من سنة إلى أخرى، غير أن كثيرا من هذه الجمعيات أوقعت العديد من الأفراد في حرج، حين أصبحت تنشر مساعداتها لهم على مواقع التواصل الاجتماعي، وتوثق الأحداث بالصور والتعليقات...، لذا وقع بعضها فيما يسمى بالرياء الإلكتروني اليوم. يعتبر مبدأ كتم عمل الخير وعدم الإفصاح عنه أو المجاهرة به، سواء كان فعلا فرديا أم جماعيا، من الأمور المحببة، إن لم نقل الضرورية، لكي لا يقع الفرد في الرياء، والتفاخر أمام الناس بفعله للخير أو مساعدة غيره، مادام الهدف الأسمى من هذه الأنشطة الخيرية هو إعادة اللحمة بين الأفراد، ولم شمل الأسر وإسعادها، خاصة في المناسبات حين تظهر عورات عوزهم، ودفع ضرر الفقر عنهم، الذي يشهد من سنة إلى أخرى، في ظل الكثير من الظروف الاجتماعية والاقتصادية الصعبة...، لكن للأسف، فقد أصبح كل من يقدم مساعدة لأخيه سواء مادية أم معنوية، يذهب مهرولا ويوثقها على مواقع التواصل الاجتماعي موقع الفيسبوك خاصة. نحن لا ننكر أن كثيرا من الأنشطة الخيرية، تقوم بأعمال جبارة في هذا المجال، بدءا من كيفية الحصول على هذه المساعدات المادية، فليس كل شخص مستعدا لتقديم هذه المساعدة كما يعتقد بعض الناس، فالأمر صعب جدا، لكن، للأسف عندما تحقق هذه المطالب بعد أشهر من الدعوة إليها، سواء عن طريق مواقع التواصل الاجتماعي أم الجمعيات المنتشرة في المجتمع، وعند توزيعها، تخرج كثيرا من المعوزين أمام كاميرات الهواتف النقالة، وتوثقها في فيديوهات وصور، حينما يتلقون هذه المساعدات، من لباس أو أكل وشرب وغيرها من المواد الغذائية، ولا يقف الأمر عند هذا الحد، بل توضع صورهم على صفحات الفيسبوك، من أجل التجاوب معها من طرف

الأفراد، كمن يريد مباركة عمل هذه الجمعيات، والدعوة للمساهمين فيها...، غير أن كثيرا من أفراد هذه الجمعيات، يعارض هذه الملاحظات التي تقدم لهم من طرف الأشخاص، من ضرورة كتم هذه الأعمال الخيرية وعدم الكشف عن وجوه الفقراء والمعوزين في أي مكان، حفاظا على كرامتهم بعد التوسل في الشوارع والطرق، ويقرر هذه الأعمال بأن الهدف منها ليس التشهير بهم، ولا التشهير للجمعية للتفاخر بين الناس، بل من أجل تقديم أمثلة حية عما تقوم به هذه الجمعيات، وزرع مثل هذه المبادرات في المجتمع، حتى يشارك فيها الجميع دون استثناء، وتصبح سنة حميدة في مجتمعنا، لا تحتاج إلى الدعوة إليها. وفي المقابل، نجد أن بعض من يعارض هذا التشهير للفقراء، يرى أن هذه الجمعيات تستطيع أن تعرض ما تقوم به عبر مواقع التواصل الاجتماعي بكل أنواعها، لكن بإعطاء الخطوط العريضة فحسب، لما تقوم به، سواء بتقديم الأرقام أم نوع عملها الخيري أم برنامج نشاطها.. وهنا، فهي لا تحتاج إلى أعين الفقراء من كل الفئات، وهي ذابلة أمام الكاميرات ومرمية على مواقع التواصل الاجتماعي. هي حال كثير من الجمعيات الخيرية، تجتهد في تقديم المساعدات للأفراد والجماعات، لكنها تشهر بهم على الفيسبوك...!!! فلم يكفهم فقرهم وعوزهم، حتى أصبح يشار إليهم.

قائمة المصادر والمراجع

قائمة المراجع

- القرآن الكريم
- أولا : الكتب

1. أبو بكر محمود الهوش، التقنية الحديثة في المعلومات والمكتبات نحو استراتيجية عربية لمستقبل مجتمع المعلومات، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 2002.
2. إحسان محمد الحسن، مناهج البحث العلمي، دار وائل للنشر والتوزيع، الأردن، ط 2، 2009.
3. أحمد بن مرسل، مناهج البحث العلمي في العلوم الإعلام والاتصال، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، ط 4، 2010.
4. أحمد عبد الحليم عطية، الأخلاق في الفكر العربي المعاصر، دراسات تحليلية للاتجاهات الاخلاقية الحالية في الوطن العربي، دار الثقافة للنشر والتوزيع، القاهرة، 1990.
5. أحمد عياد، مدخل لمنهجية البحث الاجتماعي، ديوان المطبوعات الجامعية الساحة المركزية، الجزائر، 2009، ط 2.
6. بدر احمد، علم المكتبات والمعلومات دراسات في النظرية والارتباطات الموضوعية، دار الغريب، القاهرة، 1996.
7. الحضيف، كيف تؤثر وسائل الإعلام، الرياض، دار وهج الحياة للنشر والتوزيع، 2010.
8. ذوقات عبيدات وآخرون، البحث العلمي مفهومه وادواته واساليبه، دار الفكر، سوريا، 1984.
9. رحي مصطفى عليان، عثمان محمد غنيم، مناهج وأساليب البحث العلمي النظرية والتطبيق، دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان، 2000.

10. رحيم يونس كرو العزاوي، مقدمة في منهج البحث العلمي، دار دجلة، عمان، 2007.
11. الشامي أحمد محمد والسيد حسب الله، معجم الموسوعي لمصطلحات المكتبات والمعلومات، دار المريخ، الرياض 1988.
12. شريف درويش اللبان، مقدمة في مناهج البحث العلمي، دار الغربية للنشر والتوزيع، مصر القاهرة، ط1، 2008.
13. شريف كامل شاهين، مصادر المعلومات الالكترونية في المكتبات ومراكز المعلومات، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، 2000.
14. صالح سليمان، أخلاقيات الإعلام، دار حنين للنشر والتوزيع، عمان، ط3، 2012.
15. طاهر حسو الزبياري، أساليب البحث العلمي في علم الاجتماع، المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر والتوزيع، لبنان، 2011.
16. عباس مصطفى الصادق، الاعلام الجديد المفاهيم والوسائل والتطبيقات، دار الشروق للنشر والتوزيع، عمان، 2008.
17. عبد الحميد الخطيب، العمل الجماعي التطوعي، الشركة العربية المتحدة للتسويق والتوريدات للنشر والتوزيع، القاهرة، 2010.
18. عبد الكريم بكار، ثقافة العمل الخيري كيف نرسخها؟ وكيف نعممها؟، دار السلام للنشر والتوزيع، القاهرة، 2012.
19. عبد اللطيف الصوفي، المعلومات الإلكترونية والإنترنت في المكتبات، مطبوعات جامعة منتوري، قسنطينة، 2001.
20. عبد الله ممدوح، دور شبكات التواصل الاجتماعي في التغيير السياسي، جامعة الشرق الأوسط، الأردن، 2012.

21. عثمان رشدي، الريادة والعمل التطوعي، دار الراية للنشر والتوزيع، عمان، ط 1، 2013.
22. علي خليل شقرة، الاعلام الجديد شبكة التواصل، دار اسامة للنشر والتوزيع، عمان، ط 1، 2014.
23. فتحي حسين عامر، وسائل الاتصال الحديثة من الجريدة الى الفيسبوك، العربي للنشر والتوزيع، القاهرة، ط 1، 2010.
24. فتحي حسين عامر، وسائل الاتصال الحديثة من الجريدة إلى الفيسبوك، دار العربي للنشر والتوزيع، القاهرة، 2011، ص 203.
25. ماهر عودة الشمايلة، محمود عزت اللحام، مصطفى يوسف كافي، الإعلام الرقمي الجديد، دار الإعصار العلمي للنشر والتوزيع، 2015.
26. محمد السيد حلاوة، رجاء علي عبد العاطي العشماوي، العلاقات الاجتماعية للشباب بين دردشة الانترنت والفيسبوك، دار المعرفة الجامعية، الاسكندرية، 2011.
27. محمد الفاتح حمدي، مسعود بوسعدية، ياسين قرناني، تكنولوجيا الاتصال والإعلام الحديثة بين الاستخدام وتأثير، مؤسسة كنوز الحكمة للنشر والتوزيع، الجزائر، ط 1، 2010.
28. محمد باسم الصميدعي، ردينة عثمان يوسف، التسويق الالكتروني، دار المسيرة للنشر والتوزيع، عمان، 2012.
29. محمد جاسم فلحي، النشر الالكتروني، الطباعة والصحافة الالكترونية والوسائط المتعددة، دار المناهج، عمان، 2005.
30. محمد جودت، الدعاية والإعلان والعلاقات العامة، دار مجدلاوي، عمان، 1998.

31. محمد عبد الحميد، البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، عام الكتب للنشر، القاهرة، ط1، 2000.
32. محمد عبد الفتاح محمد، الاتجاهات النظرية الحديثة في دراسة المنظمات المجتمعية، المكتب الجامعي الحديث، الإسكندرية، 2009.
33. محمد عبد الله عنتر، العمل التطوعي في المؤسسات الرياضية، دار الوفاء لدنيا الطباعة والنشر، الإسكندرية، ط 1، 2013.
34. محمد منير حجاب، الأسس العلمية لكتابة الرسائل الجامعية، دار الفجر للنشر والتوزيع، ط 1، 2007.
35. محمود هتيمي حسين، العلاقات العامة وشبكات التواصل الاجتماعي، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، 2015.
36. موريس أنجرس، منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية، ترجمة بوزيد صحراوي وآخرون، دار القصة للنشر والتوزيع، الجزائر، 2006.

- **ثانيا : القواميس والمعاجم**

1. معجم المقاييس في اللغة العربية، لابن فارس، دار الفكر للنشر، بيروت، لبنان، 2012.
2. المنجد في اللغة العربية المعاصرة، دار المشرق، بيروت، ط 2، 2001.

- **ثالثا : المجلات والدوريات**

1. برقايوي خالد يوسف، اتجاهات الشباب السعودي نحو العمل التطوعي، دراسة مطبقة على عينة من طالب وطالبات المرحلة الثانوية بمدينة مكة المكرمة، مجلة جامعة الملك عبد العزيز، الآداب والعلوم الإنسانية، السعودية، مجلة 12، العدد 2، 2008، ص 94-95.
2. راضي زاهر، استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في العالم العربي، مجلة التربية عدد 15، جامعة عمان، 2003.

3. زين عبد الهادي، النشر الالكتروني: التجارب العالمية مع التركيز على عمليات إعداد النص الالكتروني، الاتجاهات الحديثة في المكتبات والمعلومات، القاهرة: احمد أمين، ع 2، 1999.
4. طلعت عبد الحميد عيسى، أخلاقيات النشر الإعلامي في شبكات التواصل الاجتماعي أثناء الأزمات في فلسطين، الجامعة الإسلامية بغزة، فلسطين، المجلد 7، العدد 5، 2020.
5. كريم مراد، النشر الالكتروني ومكتبة المستقبل، مجلة المكتبات والمعلومات، قسنطينة، مج 2 ع 4، 2005.
6. كريم مراد، النشر الالكتروني ومكتبة المستقبل، مجلة المكتبات والمعلومات، قسنطينة، مج 2 ع 4، 2005.
7. كوندة سلمى، التسويق الاجتماعي للعمل التطوعي عبر مواقع التواصل الاجتماعي: قراءة في صفحة الفيسبوك لبعض الجمعيات الجزائرية، مجلة العلوم الإنسانية لجامعة أم البواقي، مج 5 ع 9، جوان 2018.
- رابعا : الرسائل الجامعية
1. أمينة دواجي والويزة سيريج، دور مواقع التواصل الاجتماعي في تفعيل العمل التطوعي لدى الشباب الجزائري، مذكرة ماستر، جامعة أكلي محند أولحاج البويرة، قسم التاريخ، 2019.
2. بدر الدين بن بلعباس، شبكات التواصل الاجتماعي والهوية الثقافية عند الطلبة الجامعيين، مذكرة ماستر، جامعة محمد خيضر بسكرة، 2015.
3. حنان كزعي ومريم بوشقايف، فعالية مواقع التواصل الاجتماعي في الإشهار للعمل الخيري، مذكرة ماستر، جامعة محمد الصديق بن يحي جيجل، قسم علوم الإعلام والاتصال، 2018.

4. حنان كزعي ومريم بوشقايف، فعالية مواقع التواصل الاجتماعي في الإشهار للعمل الخيري، مذكرة ماستر، جامعة محمد الصديق بن يحي جيجل، قسم علوم الإعلام والاتصال، 2018.
5. خولة حمايدة ومريم قاسم، دور مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية العمل التطوعي، مذكرة ماستر، جامعة قاصدي مرباح ورقلة، قسم علوم الإعلام والاتصال، 2015.
6. خولة حمايدة ومريم قاسم، دور مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية العمل التطوعي، مذكرة ماستر، جامعة قاصدي مرباح ورقلة، قسم علوم الإعلام والاتصال، 2015.
7. سلطانة جدعان نايف الخريشة، أخلاقيات استخدام شبكات التواصل الاجتماعي من وجهة نظر مدرسي الإعلام والقانون في الجامعات الأردنية، رسالة ماجستير، جامعة الشرق الأوسط، كلية الاعلام، عمان، 2016.
8. عبد الله ممدوح مبارك الرعود، دور شبكات التواصل الاجتماعي في التغيير السياسي في تونس ومصر من وجهة نظر الصحفيين الأردنيين، رسالة الماجستير في الإعلام، كلية الإعلام جامعة الشرق الأوسط، عمان، 2011.
9. معلاوي بن عبد الله الشهراني، العمل التطوعي وعلاقته بأمن المجتمع، رسالة ماجستير، جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، السعودية، 2006.
10. منتهى الكيلاني، دور الفيسبوك في نشر ثقافة العمل التطوعي، دراسة مسحية على عينة من طلبة الجامعات الأردن في مدينة عمان، رسالة ماجستير، جامعة الشرق الأوسط، كلية الاعلام، عمان، 2019.

- خامسا : المواقع الالكترونية

1. Harrison, R. & Thomas, Identity in Online Communities: Social Networking Sites and Language Learning. International Journal of Emerging Technologies & Society, M 2009, Vol 7 (2).
<https://www.researchgate.net/publication/265631150>
2. NIGEL Strudwick, Electronic publishing: the example of BMSAES, 2002.
Webster, Merriam.WWebster Dictionary.Availabe :
<http://www.m-w.com/cgi-bin/dictionary>

الملحق

جامعة عمان ثليجي الأغواه

كلية العلوم الإنسانية والعلوم الإسلامية والحضارة
قسم الإعلام والاتصال

استمارة استبيان حول :

أخلاقيات نشر الأنشطة الخيرية عبر مواقع التواصل الاجتماعي

دراسة ميدانية على عينة من أساتذة قسم الإعلام والاتصال بجامعة الأغواط والجزائر 3

مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة ماستر في علوم الإعلام والاتصال

إشراف د/ : عطاء الله طريف

ملاحظة :

- بين أيديكم استمارة بحث بعنوان نرجو منكم الإجابة عن الأسئلة بكل موضوعية، ونعدكم أن معلومات هذه الاستمارة سرية ولا تستخدم إلا لأغراض البحث العلمي.
- ضع علامة (×) في الإجابة المناسبة.
- وعلامة (*) تدل على اختيار أكثر من إجابة واحدة

إعداد الطالبتين:

- بن زبيدي مروة
- رقاب مارية

رابط الاستبيان الإلكتروني :

<https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLScha8umLBWyhHQFSMokcBulroPhT1VE1jzk50bPMdz54a1U-w/viewform>



المحور الأول : البيانات الشخصية

1. النوع

ذكر ☐

أنثى ☐

2. السن

أقل من 30 سنة ☐

من 30 سنة إلى 40 سنة ☐

من 40 سنة إلى 50 سنة ☐

أكثر من 50 سنة ☐

3. الدرجة العلمية من الوظيفة

أستاذ مساعد ب ☐

أستاذ مساعد أ ☐

أستاذ محاضر ب ☐

أستاذ محاضر أ ☐

أستاذ التعليم العالي " بروفيسور " ☐

4. الأقدمية

أقل من 10 سنوات ☐

من 10 سنوات إلى 20 سنة ☐

من 20 سنوات إلى 30 سنة ☐

أكثر من 30 سنة ☐

المحور الثاني : ماهي عادات و أنماط استخدام مواقع التواصل الاجتماعي ؟

5. منذ متى وأنت تستخدم مواقع التواصل الاجتماعي؟

أقل من سنة ☐

من سنة إلى 05 سنوات ☐

من 05 سنوات الى 10 سنوات ☐

أكثر من 10 سنوات ☐

6. ما هي أهم مواقع التواصل الاجتماعي التي تستخدمها؟

فيسبوك Facebook ☐

تويتر Twitter ☐

انستغرام Instagram ☐

لينكد إن LinkedIn ☐

أخرى أذكرها :

7. ما هي عدد الساعات التي تقضيها في استخدام مواقع التواصل الاجتماعي يوميا؟

أقل من ساعة ☐

من ساعة إلى 3 ساعات ☐

من 3 ساعات إلى 6 ساعات ☐

أكثر من 6 ساعات ☐

8. في حالة استخدامك للفيسبوك ماهي الفترات المفضلة لديك ؟

الفترة الصباحية ☐

الفترة المسائية ☐

ليلا ☐

حسب الوقت المتاح ☐

المحور الثالث : ما دوافع استخدام موقع الفيسبوك في نشر العمل الخيري ؟

9. الدوافع من وجهة نظرك

العبرة	موافق	غير موافق	محايد
زرع المبادئ والقيم الإسلامية ونيل الأجر			
تحقيق الأمن والاستقرار الاجتماعي			
الحب والانتماء الاجتماعي			
تحقيق الاحترام وإثبات الذات			
تحقيق المكانة الاجتماعية			
زرع حب العمل التطوعي في مراحل عمرية مبكرة			
استثمار وقت الفراغ			
النماء والتطور الشخصي			

			الاتصال بالآخرين المسؤولية الاجتماعية
			اكتساب خبرات ميدانية مفيدة
			توفير الحاجات المادية للآخرين
			مساعدة فئة محدود الدخل
أخرى :			

المحور الرابع : كيف تقيم نشر الأنشطة الخيرية عبر موقع الفيسبوك في الفترة الراهنة ؟

10. العوائق من وجهة نظرك

محايد	غير موافق	موافق	العبارة
			ضعف التفاعل بها للمستخدمين عبر موقع الفيسبوك مع النشاط الخيري
			قلة الوعي بكيفية استخدام موقع الفيسبوك في العمل الخيري
			تعارض وقت العمل التطوعي مع وقت الفراغ
			شعور المتطوعين بعدم الحاجة لاستخدام موقع الفيسبوك في العمل الخيري
			خوف المتطوعين الشباب من الفشل
			ضعف الحوافز المعنوية والشخصية لمشاركة في العمل الخيري عبر صفحات الفيسبوك
			عدم الإعلان في بعض الأحيان عن برامج العمل الخيري عبر صفحات الفيسبوك
			وجود سمعة سيئة عن القائمين على العمل الخيري عبر الفيسبوك
			عدم معرفة الشباب بجمعيات ومنظمات العمل التطوعي عبر موقع الفيسبوك
			ضعف الوعي بأهمية التكنولوجيا الحديثة في العمل الخيري من خلال موقع الفيسبوك
أخرى :			

المحور الخامس : ماهي محددات و متطلبات الالتزام بنشر العمل الخيري عبر موقع الفيسبوك

11. اجب بـ (✓) او (X)

	إنشاء صفحات على موقع الفيسبوك تختص بالنشاط الخيري
	إبراز نشاطات المتطوعين عبر مواقع التواصل الاجتماعي
	رعاية المبادرات التطوعية

	إنشاء قوائم البريد الإلكتروني لتسهيل الاتصال مع المستفيدين
	تفعيل المنتديات الإلكترونية التي تعنى بمجال التطوع
	فتح مجموعة نقاش للاتصال مع المتعاونين والمتطوعين
	تفعيل دور العالم الجديد في تثقيف أفراد المجتمع لماهية النشاط الخيري
	تدريب وتأهيل الشباب الراغب في العمل التطوعي مواقع التواصل
	توظيف منصات التواصل الاجتماعي في تشجيع العمل الخيري
	إصدار نشرات دورية (إلكترونية) تبرز نشاطات المتطوعين
	تضمين برامج التطوع مفاهيم التطوع وأهمية شبكات التواصل في نشر ثقافة التطوع أون لاین
	تكثيف المحاضرات والندوات الخاصة بأهمية العمل الخيري عبر مواقع التواصل الاجتماعي
	أخرى :

المحور السادس : ما مدى التزام مستخدمي موقع الفيسبوك بأخلاقيات نشر العمل الخيري

12. منشورات تهدف إلى نشر العمل الخيري عبر موقع الفيسبوك ممتازة؟؟

العبرة	موافق	غير موافق	محايد
إنها منشورات ذات قيمة تضامنية جادة			
منشورات يغلب عليها طابع التباهي بنشر العمل الخيري			
منشورات تمس بكرامة المواطن			
منشورات تتنافى مع قيم ديننا الحنيف في التشهير بالعمل الخيري			
منشورات في غالبها ساعدت في تنشيط العمل الجماعي			
منشورات هدفت الى مساعدة فئة كبيرة من المحتاجين			
هدفت الى زيادة الرياء داخل المجتمع			
أخرى :			

