

أخلاقيات استخدام الجمهور للشبكات الاجتماعية بعد ثورات الربيع العربي وأثرها على اتجاهاته نحو هذه الشبكات

[10.5339/qfarc.2014.SSPP0478](https://doi.org/10.5339/qfarc.2014.SSPP0478)

Ashraf Galal Hassan Mohamed Mohamed, Ph.d.

CORRESPONDING AUTHOR :

agalal@qu.edu.qa

Qatar University, Doha, Qatar

Abstract

كان من المفترض أن تقوم وسائل الإعلام - ومن بينها الشبكات الاجتماعية - باستكمال دورها في مرحلة إعادة البناء واستكمال مكتسبات واستحقاقات الثورات العربية من إقرار الدساتير واستكمال الأنظمة النيابية والتشريعية التي تساعد في إقرار الأمن وتحقيق العدالة الاجتماعية والكرامة الإنسانية التي قامت من أجلها تلك الثورات ولكن - ومع استثناء جزئي لتونس - حصل العكس وخاصة في التجربة المصرية وقامت وسائل الإعلام والشبكات الاجتماعية خاصة بتجسيد وتأكيده التحزب والتشردم والاستقطاب السياسي مستخدمة كافة الأساليب والممارسات غير الأخلاقية سواء من خلال حسابات صريحة أو مستعارة الأمر الذي أدى إلى فقدان الثقة والمصداقية في أداء هذه الشبكات من جانب وأثار التساؤل حول جدوى ودور هذه الشبكات في مرحلة ما بعد الربيع العربي من جانب آخر وسعت الدراسة للإجابة على سؤال أساسي وهو ما طبيعة وحدود أخلاقيات استخدام الجمهور المصري للشبكات الاجتماعية بعد ثورة 25 يناير وأثرها على اتجاهاته نحو هذه الشبكات؟

أهمية الدراسة:

- 1- زيادة معدلات التحريض الإعلامي من خلال الشبكات الاجتماعية وخاصة في أعقاب عزل الرئيس مرسي و استمرار حالة عدم الاستقرار السياسي والاجتماعي الذي تشهده مصر
 - 2- حظر نشاط بعض الجماعات مثل جماعة الإخوان المسلمين وحركة 6 ابريل وتوجههما نحو التصعيد الالكتروني من خلال الشبكات الاجتماعية
 - الهدف النهائي للدراسة
 - ترشيد استخدام الشبكات الاجتماعية من خلال محاولة وضع كود أخلاقي يلتزم به مستخدمو الشبكة بما يسمح بتفعيل دورها البناء في استكمال تحقيق أهداف ومكتسبات الثورات.
 - منهجية الدراسة
 - اعتمدت الدراسة على منهج المسح الكيفي لرسائل الشبكات الاجتماعية عبر الفيسبوك فيما يخص الشأن المصري لحسابات
 - 1- جماعة الإخوان المسلمين
 - 2- حركة تمرد
 - 3- صفحة المرشح السياسي السيسي
 - 4- صفحة المرشح السياسي صباحي كما تم الاعتماد على مسح عينة عشوائية طبقية من الجمهور المصري من المقيمين بمدينة الدوحة
- قوامها 420 مفردة لقياس اتجاهاتهم نحو مستوى الالتزام الأخلاقي للشبكات الاجتماعية بوجه عام وعلى الفيسبوك بوجه خاص.

الإطار النظري

تطبيق الدراسة نموذج الحوكمة الإعلامية باعتبارها نظام متكامل من الأنظمة والقوانين والقرارات التي تهدف لتحقيق الجودة والتميز في الأداء من خلال تطبيق ثمانية مبادئ أساسية وهي المشاركة والموضوعية والشفافية والإيجابية والتوافق والمساواة والكفاءة والفاعلية والمسئولية والمحاسبية والرؤية الاستراتيجية

فروض الدراسة :

1. لا توجد فروق معنوية من حيث الالتزام الأخلاقي بين الحسابات التي تمثل التيارات السياسية والاجتماعية المختلفة
 2. هناك فروق معنوية ذات دلالة في الالتزام الأخلاقي للشبكات الاجتماعية حسب نوع الحساب (لصالح الفردي مقابل المؤسسي) (وغير الرسمي مقابل الرسمي)
 3. كلما زاد مستوي الاهتمام السياسي زاد معدل استخدام الشبكات الاجتماعية
 4. هناك علاقة ارتباطية ايجابية معنوية بين معدل استخدام الشبكات الاجتماعية واتجاه الجمهور المصري نحو الالتزام الأخلاقي لتلك الشبكات
 5. هناك علاقة ارتباطية طردية معنوية بين تدني مستوي الالتزام الأخلاقي عبر الشبكات الاجتماعية و انصراف الجمهور عن استخدام تلك الشبكات
- النتائج العامة
1. هناك حالة من الانهيار الأخلاقي تسود منشورات وتعليقات مستخدمي الشبكات الاجتماعية ، فالأمر تعدى مسألة الاختلاف والحلاف والهجوم الي التشهير و التجريح والإثارة والتحريض ورفض وإنكار الآخر واستباحته على كافة المستويات وبدلا من ان تكون الشبكات وسيلة للتفاعل الحر لمناقشة مختلف الأفكار والحقائق ووجهات النظر تحولت الشبكات إلى معول هدم لقيم وأفكار الآخرين والنيل منهم كأحد آليات الاستقطاب والتحزب والتشردم وقد ظهر ذلك في كافة الحسابات التي تم تحليلها بوجه عام وفي صفحة حساب كل من الإخوان وتمرد بشكل خاص.