

جامعة عمار ثليجي - الأغواط
كلية العلوم الإنسانية والعلوم الإسلامية والحضارة
قسم الإعلام والاتصال



الموضوع:

تأثير استخدام الرموز التعبيرية عبر الفاييس بوك على التواصل بين المستخدمين

دراسة ميدانية على عينة من مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي في ولاية الأغواط

مذكرة تخرج لنيل شهادة الماستر في تخصص اتصال وعلاقات عامة

*إشراف:

* سليم معيزة

*إعداد:

* إبراهيم بن صغير

* كمال بوطي

أمام لجنة المناقشة:

الاسم واللقب	الجامعة	الصفة
د. نوعي عبد القادر	جامعة عمار ثليجي	رئيسا
د. سليم معيزة	جامعة عمار ثليجي	مشرفا ومقررا
د. حرز الله شوشة	جامعة عمار ثليجي	مناقشا

السنة الجامعية:

2020/2019



نحمد لله حمدا كثيرا يليق بجلاله وكماله الذي
وفقنا و أعاننا على إتمام هذا العمل ونصلي ونسلم
على أشرف المرسلين سيدنا محمد معلم هذه الأمة
و مرشدها.

نتقدم بخالص التقدير والشكر للأستاذ سليم معيزة
الذي أشرف على بحثنا هذا
والذي مد لنا يد العون ولم يبخل علينا
بتوجيهاته ونصائحه القيمة
ولا يفوتنا أن نتقدم بالشكر لكل من أساتذة

كلية الاعلام و الاتصال

و كل من ساهم في اتمام هذا البحث

من قريب او من بعيد

الإهداء

إلى من أفضّلها على نفسي، ولمَ لا؛ فلقد ضحّت من أجلي
ولم تدّخر جهدًا في سبيل إسعادي على الدّوام
(أمّي الحبيبة).

نسير في دروب الحياة، ويبقى من يُسيطر على أذهاننا في كل مسلك نسلكه
صاحب الوجه الطيب، والأفعال الحسنة.
فلم يبخل عليّ طيلة حياته
(والدي العزيز).

إلى أصدقائي، وأساتذتي وجميع من وقفوا بجواري وساعدوني بكل ما
يملكون، وفي أصعدة كثيرة
أُقَدِّم لكم هذا البحث، وأتمنّى أن يحوز على رضاكم.

الفهرس

العنوان	الصفحة
- الشكر	
- الاهداء	
- فهرس المحتويات	
- فهرس الجداول	
- مقدمة	أ- ب
الاطار المنهجي	
1- الإشكالية	12
2- التساؤلات	13
3- أسباب اختيار الموضوع	13
4- أهمية الدراسة	14
5- أهداف الدراسة	14
6- منهج الدراسة و عينته	15
7- أدوات جمع البيانات	17
8- تحديد المفاهيم	19
9- الدراسات السابقة	23
10- المقاربة النظرية	30
الاطار النظري (الرموز التعبيرية في الفيس بوك)	
الفصل الاول: ماهية الفيس بوك و خصائصه	
1- مفهوم الفيس بوك	37
2- نشأة الفيس بوك	38
3- خصائص الفيس بوك	40
4- خدمات الفيس بوك وتطبيقاته	42
5- إيجابيات و سلبيات الفيس بوك	48
الفصل الثاني: التواصل و الرموز التعبيرية و خصائصها	
تمهيد	53
1- مفهوم التواصل	54

الفهرس

55	2- مفهوم التواصل الغير لفظي
56	3- مفهوم الرموز التعبيرية
57	4- نشأة الرموز التعبيرية
58	5- خصائص الرموز التعبيرية
59	6- تصنيف الرموز التعبيرية
	الاطار التطبيقي
77	1- التحليل الكمي و الكيفي لدراسة
115	2- نتائج الدراسة
116	3- خاتمة
118	4- قائمة المراجع
	5- الملاحق

فهرس الجداول

رقم الجدول	اسم الجدول	الصفحة
01	الجنس متغير حسب العينة أفراد توزيع	77
02	السن متغير حسب العينة أفراد توزيع	78
03	متغير المستوى التعليمي حسب العينة أفراد توزيع	79
04	متغير الحالة الاجتماعية حسب العينة أفراد توزيع	81
05	جدول عدد سنوات استخدام الفيس بوك	82
06	جدول الهدف من استخدام الفيس بوك	84
07	جدول اللغة المعتمدة عليها في التواصل عبر الفيس بوك	85
08	جدول مستوى استخدام الرموز التعبيرية	87
09	جدول طبيعة الرموز التعبيرية المستخدمة	88
10	جدول أكثر المواضيع التي تستخدم فيها الرموز التعبيرية	89
11	جدول أسباب استخدام الرموز التعبيرية في الفيس بوك	91
12	جدول الاعتماد بكثرة على الرموز التعبيرية	92
13	جدول الحاجات التي تحققها الرموز التعبيرية	94
14	جدول مدى فهم معنى الرموز	96
15	جدول في حالة إجابتك بنعم فهل هذا راجع إلى	97
16	جدول في حالة إجابتك بلا فهل هذا راجع إلى	99
17	جدول مدى مساهمة الرموز التعبيرية في التواصل الجيد	100
18	جدول ما يتم تجسيده من خلال استخدام الرموز التعبيرية	102

الفهرس

103	جدول مدى دعم الرموز التعبيرية للرسائل والنصوص	19
104	جدول أكثر المجالات التي تستخدم فيها الرموز التعبيرية	20
105	جدول مدى تحقيق الرموز التعبيرية لغرض استخدامها	21
107	جدول الاعتماد على الرموز التعبيرية	22
108	جدول الرموز التعبيرية وعلاقتها بلغة الحروف	23
109	جدول إيصال الفكرة بين الرموز التعبيرية ولغة الحروف	24
111	جدول تأثير استخدام الرموز التعبيرية على اللغة المستعملة.	25
112	جدول في حالة ما إذا كان هناك تأثير	26
113	جدول مدى مساهمة الرموز التعبيرية في تسهيل عملية التواصل مقارنة بلغة الحروف	27

مقدمة

إن الإنسان اجتماعي بطبعه فهو لا يستطيع العيش بمعزل عن غيره، لذا فهو يحتاج للاتصال حتى يتمكن من التكيف و التعايش مع الآخرين ، وعليه فقد استخدم اللغة باعتبارها أقدم وأهم وسيلة للتواصل بين البشر وهذا بغية التعبير عن احتياجاته الحياتية ، وقد تطورت اللغة عبر العصور مع تطور المجتمعات الإنسانية واتخذت عدة أشكال ، بداية من لغة الإشارات والرموز والرسوم عند إنسان العصر الحجري إلى غاية وصولها لما هي عليه الآن من أشكال لغوية جديدة تختلف من مجتمع إلى آخر ومن بيئة اتصالية إلى أخرى ، ومن وسيلة إلى أخرى . وبحكم أن الرموز التعبيرية من الأشكال اللغوية الموجودة منذ القدم عرفت انتشارا كبيرا خاصة عند اليابانيين الذين طوروها ، فاختلقت وتعددت دلالاتها ومعانيها كما أضيفت رموز أخرى جديدة ، وساهمت التطورات التكنولوجية الحديثة في إعادة إحياء هذه الرموز بشكل جديد يتوافق مع الابتكارات والاختراعات الحديثة الأمر الذي ساهم في نقلها إلى مستوى آخر من الاستخدام بظهور ما يعرف بشبكات التواصل الاجتماعي تم إدراجها ضمنها، وهذا نظير تميزها بخصائص تناسبت مع خصوصية هذه الشبكات التي تزداد انتشارا يوما بعد يوم ، وبما أن أكثر فئة استمالتها هذه الشبكات الجديدة هي فئة الشباب ، والمعروف عنها انها فئة تتميز بالنشاط وحب تجربة كل ما هو جديد وغريب ، فقد اعتمدوا على لغة خاصة بهم تمكنهم من التواصل بشكل أسهل وأسرع ،و هذا الأخيرة يعتمد على استخدام اللغة اللاتينية و استخدام بعض الأرقام لتعويض بعض الحروف العربية الغير منطوقة في اللغات اللاتينية ، كما أن الأمر لم يقتصر على هذه اللغة فقط بل تعداه إلى استخدام الرموز غير لفظية (الرموز التعبيرية) وهي عبارة عن أشكال وأيقونات تتقل مزاج و إحساس الشخص ومشاعره وتأخذ عدة أشكال ، وهذه الرموز تتميز باختصارها للعديد من الكلمات والأفكار والجمال ، هذا ما جعل فئة الشباب تعتمد عليها بشكل كبير خاصة أننا في زمن السرعة، هذا ما دفعنا للقيام بهذه الدراسة في هذا الجانب ، فقد جاءت لرصد

- أثر استخدام الرموز التعبيرية عبر الفيس بوك على التواصل بين المستخدمين ؟

وقد ارتأينا تقسيم هذه الدراسة إلى ثلاث فصول:

الفصل الأول: الإطار المنهجي وتناولنا فيه العناصر التالية: الإشكالية، التساؤلات، سبب اختيار الموضوع، أهداف الدراسة، أهمية الدراسة، نوع الدراسة ومنهجها، أدوات جمع البيانات، مجتمع البحث وعينته، تحديد المفاهيم، الدراسات السابقة بالتوجه النظري.

الفصل الثاني: الإطار النظري: وتناولنا فيه مفهوم ونشأة الفيس بوك، خصائصه، وتطبيقاته و ايجابيات و سلبيات الفيس بوك و تطرقنا الى مفهوم التواصل و التواصل الغير لفظي و ايضا مفهوم و نشأة الرموز التعبيرية و خصائصها و اهم التصنيفات بنسبة الرموز التعبيرية.

الفصل الثالث: خصصناه للإطار الميداني للدراسة وقد تناولنا فيه تفريغ البيانات و التحليل الكمي والكيفي للنتائج، ونتائج الدراسة، وفي الأخير الخاتمة.

الإطار المنهجي

والمفاهيمي

الإطار المنهجي و المفاهيمي

1- الإشكالية

2-التساؤلات

3- أسباب اختيار الموضوع

4- أهمية الدراسة

5- أهداف الدراسة

6- منهج الدراسة و عينته

7- أدوات جمع البيانات

8- تحديد المفاهيم

9- الدراسات السابقة

10- المقاربة النظرية

الاشكالية :

لقد أحدثت التطورات التكنولوجية الحديثة في منتصف عقد التسعينيات من القرن الماضي نقلة نوعية في عالم الاتصال خاصة بعد انتشار شبكة الانترنت التي جعلت العالم قرية كونية كما جاء على لسان ماكلوهان، حيث تعتبر الانترنت من بين أكثر مظاهر تكنولوجيا الحديثة تجليا، فقد نجحت الى حد كبير في فتح فرص جديدة امام الأفراد لتفاعل و التواصل و نقل اهتماماتهم و آرائهم ،وقد أصبحت مواقع التواصل الاجتماعي وسيلة فعالة لتواصل ،حيث أنها تتيح الربط بين الأصدقاء و الزملاء ولعل من أبرز المواقع الاجتماعية انتشارا وشعبية "الفايس بوك" الذي انشاه مارك زوكربيرج عام 2004 و الذي يبلغ عدد مستخدميه إلى مليار مستخدم عبر مختلف انحاء العالم و تعد فئة الشباب هي الشريحة الأكثر استخداما لهذه المواقع نظرا لما تتوفر عليه من مزايا و خدمات و خصائص استمالت هذه الفئة ، و لقد قدم هذا الأخير تغييرا جذريا في مجال التفاعل و الدردشة بين الأصدقاء و الأقارب و المستخدمين ، و قد عملت هذه الفئة المستخدمة لهذه المواقع على ابتكار و خلق لغة جديدة خاصة بهم في التواصل ، لم تكن موجود من قبل ، حيث تعتمد هذه اللغة على المزج بين لغة الاجنبية و الأرقام لتعويض بعض الحروف العربية الغير منطوقة في اللغة الاجنبية و اضافة الى ذلك استخدام الرموز التعبيرية المعروفة "بايموجي" ، لتعبير عن الحالة المستخدم و لاختصار الكلمات و بلاغة التعبير اضافة الى ذلك يمكن فهمها بين المستخدمين مهما كانت جنسيتهم و ثقافتهم ، و ظهرت هذه الرموز مع ظهور الرسائل

النصية و انتشارها عبر الهواتف النقالة و البريد الإلكتروني محدود السعة و الكلمات و الحروف .

و مما سبق ذكره تتلخص إشكالية الدراسة في السؤال التالي:

ما تأثير استخدام الرموز التعبيرية عبر الفيس بوك على التواصل بين المستخدمين
* تساؤلات الدراسة:

- 1) ما هي أهم الرموز التعبيرية المستخدمة في التواصل بين المستخدمين في الفيس بوك.
- 2) ما هي دوافع استخدام الرموز التعبيرية في التواصل بين المستخدمين في الفيس بوك .
- 3) ما هي أهم الأهداف المحققة من وراء استخدام الرموز التعبيرية في الفيس بوك.
- 4) كيف يؤثر استخدام الرموز التعبيرية في الفيس بوك على اللغة المستعملة .

* أسباب اختيار الموضوع:

- الأسباب الذاتية:

- التجربة الشخصية في مجال التواصل عبر الفيس بوك و استخدام هذه الرموز التعبيرية في اللغة .

- كان اختيار الموضوع عن قناعة و محاولة التوصل الى مدى تأثير هذه الايقونات على المستخدم و المستوى اللغوي .

- الأسباب الموضوعية:

- احتكاكنا الكبير بشبكة الفيس بوك و رؤية مدى انتشار هذه الايقونات جعلنا نحاول في دراستنا و التوسع في دائرة البحث فيها .

- محاولة معرفة كيفية تعامل المستخدمين مع الرموز من خلال تواصلهم في الفيس بوك .

* أهمية الدراسة:

- تكمن الفائدة العلمية من وراء هذه الدراسة إنها دراسة تتدرج ضمن سلسلة الدراسات العلمية التي من شأنها دعم الإرث الأكاديمي في حقل علوم الإعلام و الاتصال نظرا لقلّة المراجع في هذا الموضوع .

- تبين أهمية شبكة الفيس بوك باعتبارها نمط مستحدث في التواصل نظرا لتميزه بعدة خصائص مع سهولة الاستخدام .

- يعتبر الفيس بوك من أكثر المواقع استخداما لكونه يوفر عدة خدمات و خاصيات منها إنشاء ملفات شخصية مع اعتماده على الصورة و الفيديو الى جانب الرموز التعبيرية في التواصل .

- التعريف على أهمية الرموز التعبيرية كلغة اتصالية اخرى مستحدثة على الفيس بوك

* أهداف الدراسة:

- التعرف على طبيعة اللغة التي يستخدمها المستخدمون في الفيس بوك.

- التعرف على الرموز التعبيرية الأكثر استخداما في الفيس بوك.
- التعرف على دوافع استخدام الرموز التعبيرية في التواصل في الفيس بوك.
- التعرف على تأثير استخدام الرموز التعبيرية في الفيس بوك على اللغة المستعملة.

* منهج الدراسة و عينة الدراسة و أدواتها:

نوع الدراسة:

بما أن دراستنا هذه تسعى إلى جمع المعلومات حول مستخدمي الرموز التعبيرية في مواقع التواصل الاجتماعي، وبالتحديد الفيس بوك وكيف أثرت على التواصل لدى المستخدمين، فإن هذه الدراسة تندرج ضمن الدراسات الوصفية، التي تهدف إلى اكتشاف الوقائع و وصف الظواهر وصفا دقيقا، وتحديد خصائصها تحديدا كيفيا وكميا ، كما تقوم بالكشف عن الحالة السابقة للظواهر وكيف وصلت إلى صورتها الحالية، وتحاول التنبؤ بما ستكون عليه في المستقبل¹.

منهج الدراسة:

من المعلوم أن هناك العديد من الدراسات في العلوم الإنسانية و الاجتماعية، و كل دراسة تتطلب مناهج معينة، و حتى تتصف دراسة مشكلة البحث بالشمول و الكمال و تكون النتائج التي يتوصل إليها الباحث دقيقة، ينبغي أن يستعين الباحث بأحد مناهج البحث العلمي².

¹ عبد المجيد إبراهيم ، أسس البحث العلمي لإعداد الرسائل الجامعية ، الأردن ، 2000، ص 40

² وائل عبد الرحمان التل، البحث العلمي في العلوم الانسانية و الاجتماعية ، ط2، دار حامد لنشر و توزيع، عمان،

2007، ص74،

المنهج هو الطريقة التي يتبعها الباحث مستخدماً بعض القواعد العامة المرتبطة بتجميع البيانات وتحليلها، لإثبات صحة الفروض التي يضعها، أو للإجابة على التساؤلات التي طرحها للوصول لحل مشكلة البحث¹.

تتعدد مناهج البحث وتختلف تبعاً لطبيعة الموضوع المدروس، وبما أن دراستنا تتدرج ضمن الدراسات الوصفية فقد اعتمدنا على المنهج المسحي، و يهدف إلى وصف الظاهرة المدروسة، وتوضيح المواقف والأحداث، فهو يصور الوقائع ويهتم بمجال دراسة جمهور المتلقين بوصف حجم هذا الجمهور والانماط السلوكية²، و يعتمد على الوصف و التحليل و التفسير التي عن طريقها يمكن الوصول الى معرفة الدوافع و الأسباب وراء استخدام عينة الدراسة لرموز التعبيرية في الفيس بوك .

مجتمع و عينة الدراسة:

- مجتمع الدراسة: يعرف مجتمع الدراسة على أنه: هو جميع الوحدات التي يرغب الباحث في دراستها³. كما أنه يعني جميع مفردات الظاهرة التي يدرسها الباحث، ويشمل جميع الأفراد أو الأشخاص أو الأحداث أو المشاهدات موضوع البحث أو الدراسة⁴، ومجتمع دراستنا هو كل مستخدم الفيس بوك في الجزائر.

عينة الدراسة:

وتعرف العينة: بأنها عبارة عن عدد محدود من المفردات التي يتعامل معها الباحث منهجياً ويشترط في هذه العينة أن تكون ممثلة لمجتمع البحث في الخصائص والسمات التي يوصف من خلالها المجتمع ونظراً لصعوبة القيام بدراسة شاملة لجميع المفردات مجتمع البحث، فإننا

محمد عوض العابدي، إعداد وكتابة البحوث والرسائل الجامعية، شمس المعارف، القاهرة، 2005 ص 64¹

جمال محمد راسم، مناهج البحث في الدراسات الإعلامية، جامعة القاهرة، مركز التعليم المفتوح، 2001، ص 193²

³ عاطف عدلي العبد، بحوث الإعلام والرأي العام -تصميمها و تنفيذها-، ط4، دار الفكر العربي، القاهرة 2007، ص 27.

⁴ محمد غريب، وجدي حلمي، مناهج البحث الإعلامي الأسس النظرية و التطبيقية، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة

2019، ص 116.

قمنا باختيار أسلوب العينة القصدية لمجموعة متنوعة من الشباب المستخدمين للفيس بوك بمدينة الاغواط وعليه فان العينة المختارة تقدر ب 100 مفردة.

أدوات البحث:

أدوات جمع البيانات هي الوسائل التي يعتمد عليها الدارس في جمع المادة اللازمة للموضوع و يجب ان تكون متوافقة مع المنهج و الطريقة المنهجية المعتمدة عليها في دراسته ,ولكن لا يمنع الاعتماد على أكثر من أداة في جمع المادة حسب ما يتطلب موقف جمع المادة التي يفيد موضوع الدراسة و يأتي ذلك في إطار مبدأ المرونة المنهجية.

و قد استخدمنا في موضوعنا المدروس أكثر من أداة منهجية بغية الإلمام بالموضوع و لهذا الغرض اعتمدنا على:

الاستبيان : كلمة مشتقة من الفعل استبان الأمر بمعنى أوضحه وعرفه ، و الاستبيان بذلك هو التوضيح و التعريف لهذا الأمر.

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 و البيانات المطلوبة لتوضيح الظاهرة المدروسة، وتعريفها من جوانبها المختلفة.

و يعرف الاستبيان في الأوساط البحثية العلمية تحت أسماء عديدة مثل: الاستقصاء، الاستفتاء، الاستبار، وكلها كلمات تفيد الترجمة الواحدة لكلمة " Questionnaire" او " Sontag" في اللغة الفرنسية¹، و مما سبق ذكره فقد حاولنا ربط الاستمارة بإشكالية الدراسة ، و بما أن هدف الدراسة هو محاولة معرفة أثر الرموز التعبيرية في الفيس بوك على اللغة على عينة من المستخدمين لهذا الموقع بولاية الأغواط، فقد اعتمدنا على طرح اسئلة في هذا الإطار و كانت بين اسئلة مفتوحة و مغلقة .

¹ رمضان كندي عبد الله: مبادئ الإحصاء و أساليب التحليل الإحصائي ،دار السلاسل ،الكويت، 1985 ، ص 45

صدق أداة الدراسة : لتأكد من صدق الأداة , تم عرض الدراسة على مجموعة من المحكمين من الأستاذة و الدكاترة في كلية الإعلام و الاتصال في جامعة عمار ثلجي بالأغواط و هم أ.طاهر بن دهقان ، د. ايت قاسي ، أ.عيسى الوناس ، د. النوعي عبدالقادر .

و قد تم أخذ ملاحظتهم بعين الاعتبار، حيث تم تعديل بعض الأسئلة و إلغاء بعضها و إضافة أسئلة أخرى ، و تم توزيع أسئلة الاستمارة الى خمسة محاور و هي :

- المحور الاول: البيانات الشخصية

- المحور الثاني: عادات و انماط استخدام الرموز التعبيرية في الفيس بوك

- المحور الثالث: دوافع استخدام الرموز التعبيرية في الفيس بوك

- المحور الرابع: أهداف استخدام الرموز التعبيرية في الفيس بوك

- المحور الخامس: أثر استخدام الرموز التعبيرية على لغة

الملاحظة : كما اعتمدنا على الملاحظة كأداة ثانوية، والملاحظة هي مشاهدة الظاهرة محل الدراسة عن كثب، في إطارها المتميز ووفق ظروفها الطبيعية، حيث يتمكن الباحث من مراقبة تصرفات و تفاعلات المبحوثين¹، و كذلك التعرف على أنماط و طرق معيشتهم و مشاكلهم اليومية أي بعبارة أدق الملاحظة ليس عامة بل هي عملية مقصودة تسير وفق خطة مرسومة للبحث في إطار المنهج المتبع.

وحسب "Frey" فإن الملاحظة تعتبر من بين أكثر الأدوات استخداما في دراسات الاتصال، لما توفره من ميزة جمع عدد كبير من البيانات و المعلومات². ونتيح لنا تفحص الجوانب المبحوثة في الظاهرة عن قرب ،و تجرى الملاحظة بهدف الحصول على معلومات كيفية (نوعية وصفية) لتصرفات و مواقف العينة . وقد لاحظنا من خلال استخدامنا لموقع الفاييس

¹ مصطفى السيد أحمد، البحث الإعلامي: مفهومه وإجراءاته ومناهجه، ط2، دار الفلاح للطباعة والنشر ، العين ، 2003، ص203

² موريس أنجرس، منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية ، ت.بوزيد صحراوي ، ط2، الجزائر، دار القصة، 2006، ص

بوك استعمال الرموز التعبيرية بجانب لغة الحروف، ما أثار فينا الرغبة لدراسة هذا النوع من التواصل بين مستخدمي الفايبر بوك.

* تحديد المفاهيم والمصطلحات:

يعد تحديد مفاهيم الدراسة أحد الطرق المنهجية العامة في تصميم البحوث التي تمكن القارئ من إدراك المعاني والأفكار التي يريد الباحثون التعبير عنها دون أن يختلفوا فيها، حيث يجب على الباحث أن يحدد المفهوم اللغوي و الاصطلاحي ثم الإجرائي لكافة متغيرات الدراسة.

و قد ورد في هذه الدراسة مجموعة من المصطلحات لابد من تحديد مفاهيمها:

شبكات التواصل الاجتماعي:

شهد العالم في السنوات الأخيرة نوعاً من التواصل الاجتماعي بين البشر في فضاء الإلكتروني افتراضي، قرب المسافات بين الشعوب و ألغى الحدود وزوج بين الثقافات سمي هذا النوع من أشكال التواصل بشبكات التواصل الاجتماعي.

لغة: الشبكات جمع شبكة وتعني ببساطة وسيلة تؤمن الاتصال ما بين أجهزة الحاسبات الآلية، ويتم من خلالها استخدام الموارد والملحقات المشتركة فيما بينها¹

¹ أسماء حسين حافظ، تكنولوجيا لاتصال الإعلامي التفاعلي في عصر الفضاء الإلكتروني المعلوماتي والرقمي، الدار العربية، مصر، 2005، ص17

وقد ورد في معجم محمد منير حجاب : أن الشبكة هي مجموعة من العناصر الكهربائية أو الأفراد أو المؤسسات أو الحواسيب والكل تعمل من اجل تحقيق غاية معينة¹ .

التواصل: تواصل من مادة وصل وتواصل الرجلان ، يتواصلان تواملا ،فهما متواصلان أي ترابطا في غير انقطاع والتواصل من مصدر تواصل بمعنى الترابط في غير انقطاع وهو ضد التجافي².

اصطلاحا: شبكات التواصل الاجتماعي هو مصطلح يشير إلى تلك المواقع على شبكة الإنترنت والتي ظهرت مع ما يعرف بالجيل الثاني للويب 2.0 حيث تتيح التواصل بين مستخدميها في بيئة مجتمع افتراضي يجمعهم وفقا لاهتماماتهم أو انتمائهم (جامعة ، بلد ، صحافة شركة...) بحيث يتم ذلك عن طريق خدمات التواصل المباشر كإرسال الرسائل أو المشاركة في الملفات الشخصية للآخرين ولتعرف على اخبارهم و معلوماتهم التي يتيحونها للعرض³

وتعرف على أنها مواقع الكترونية تتيح للأفراد خلق صفحة خاصة بهم يقدمون فيها لمحة عن شخصياتهم أمام جمهور عريض أو محدد وفقا لنظام معين يوضح قائمة بمجموعة من المستخدمين الذين يتشاركون معهم في الاتصال، مع إمكانية الاطلاع على صفحاتهم

¹ محمد منير حجاب، المعجم الإعلامي ، دار المعرفة الجامعية ، الإسكندرية ، 1997 ص301 .

² أسماء حسين حافظ، مرجع سبق ذكره ، ص 463

³ سعود صالح كاتب، الإعلام الجديد وقضايا المجتمع ، المؤتمر العلمي الثاني للإعلام الإسلامي ، السعودية ، 15/13 ديسمبر 2011 ص9.

الخاصة أيضا والمعلومات المتاحة علما أن طبيعة هذه الروابط تتنوع وتختلف من موقع إلى آخر¹.

التعريف الإجرائي: هي مواقع اجتماعية تفاعلية تتيح إمكانية التواصل لمستخدميها من خلال واقع افتراضي للالتقاء بين الأصدقاء والمعارف والأهل يشبه العالم الواقعي وهذا من خلال تكوين علاقات بين مختلف الأشخاص باختلاف أعمارهم وجنسهم تجمعهم نشاطات واهتمامات مشتركة كما أنها نوافذ لتعبير عما يدور في عقول ونفوس الأشخاص من خلال تبادل المعلومات والمعارف والصور....

الفيس بوك:

يعتبر موقع "الفيس بوك" واحدا من أهم مواقع التشبيك الاجتماعي، وهو لا يمثل منتدى اجتماعيا فقط وإنما أصبح قاعدة تكنولوجية سهلة بإمكان أي شخص أن يفعل بواسطتها ما يشاء²

الفيس بوك هو موقع تواصل اجتماعي يعمل على تكوين الأصدقاء ويساعدهم على تبادل المعلومات و الملفات و الصور الشخصية و مقاطع الفيديو و التعليق عليها و إمكانية محادثة أو الدردشة فورية و يسهل إمكانية تكوين علاقات في فترة قصيرة وقد وصل عدد المشتركين فيه بعد عدة سنوات من عمره الى أكثر 800 مليون مشترك من كافة انحاء العالم³

¹ فيصل مظفر عب الله القبرصي : رأي الصحفيين الأردنيين بمواقع التواصل الاجتماعي، مذكرة مكملة لنيل شهادة ماجستير في الإعلام، كلية الإعلام ، الشرق الأوسط ، 2011 ، ص6.

عباس مصطفى صادق، الإعلام الجديد المفاهيم و الوسائل و التطبيقات ، دار الشروق، 2008 ، ص 21 ²
³ المنصور محمد ،تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على الجمهور المتلقين،رسالة ماجستير في الاعلام والاتصال كلية الآداب و التربية الأكاديمية العربية ، الدنمارك ، 2012 ، ص26

التعريف الإجرائي:

الفيس بوك من أشهر مواقع التواصل الاجتماعي حيث يستطيع الأشخاص من خلاله تكوين علاقات وصداقات وتبادل المعلومات، يشكل المتواصلون على موقع الفيس بوك مجتمعا افتراضيا أكثر سهولة وراحة من المجتمعات الحقيقية وذلك باختيار الفرد يريده من الأصدقاء كما يقوم الفرد بإعداد نبذة شخصية عن حياته تكون بمثابة مع هوية تخصه مع استعمال أسماء حقيقية أو مستعارة .

الاستخدام

- لغة : الاستخدام في اللغة العربية مأخوذ من استخدام الرجل غيره ، استخدمه استخداما فهو مستخدم و الآخر مستخدم أين اتخذ خادما طلب منه أن يخدمه و استخدم الإنسان الآلة أو السيارة أي استعملها في خدمة نفسه.

- اصطلاحا: يبدو مفهوم الاستخدام من النظرة الأولى واضحا و بسيط المعنى غير ذي حاجة او نشاط يتوخى ضبطه غير أن أي محاولة تستهدف ضبط المعاني و الدلالات النظرية و التطبيقية تصطدم بمفهوم غامض و متنوع يحتمل الكثير من الدلالات المختلفة باختلاف ما هو اجتماعي و ما هو تقني ، فلغموض الذي يحيط باللفظ مرده الى استعماله في تعيين و تقرير و تحليل مجموعة من السلوكيات و مظاهر المرتبطة بتكنولوجيا الاتصال¹ .

التعريف الاجرائي:

هو الطريقة التي يتعامل بها طلاب الجامعة مع الرموز التعبيرية عبر مواقع التواصل الاجتماعي كأسلوب تواصل يتيح لهم إمكانية التعبير .

¹ بورحلة سليمان ، أثر استخدام الانترنت على الطلبة الجامعيين و سلوكياتهم، مذكرة ماجستير في علوم الإعلام و

الاتصال ،جامعة الجزائر3، 2007/2008، ص24

الرموز التعبيرية

وتعني رمز أو حرف "Moji" وتعني صورة ، و "E" مكونة من (Emoji) لغة: الرموز التعبيرية

اصطلاحاً: هي تلك الصورة الرمزية أو الوجوه الضاحكة المستخدمة في كتابة الرسائل الإلكترونية¹.

التعريف الإجرائي: هي عبارة عن رسوم و أشكال تعبيرية لرموز العاطفة وهو التمثيل المرئي لتعبير الوجه ولغة الجسد ومختلف العواطف يستخدم في الرسائل القصيرة وبشكل خاص في مواقع التواصل الاجتماعي وعلى رأسها الفيس بوك.

تعريف الأثر: هو النتيجة النهائية الصادرة من تنبيه أو مؤثر ما بغض النظر انها ايجابية او سلبية

* الدراسات السابقة:

من بين أدوات الدراسة والبحث والتي تعد منبعاً أساسياً لجمع المعلومات واستقصائها الدراسات السابقة المتعلقة بالموضوع، وعلى هذا الأساس اعتمدنا في دراستنا على مجموعة من الدراسات السابقة، التي تناولت الموضوع أو جانباً من جوانبه فيما يلي هذه الدراسات والتي سنستعرض علاقة كل دراسة بدراستنا وفي الأخير نستعرض أيضاً حدود الاستفادة من هذه الدراسات:

الدراسة الأولى: دراسة ل حسام الهامي (2015) بجامعة :الإمام محمد بن سعود الإسلامية ،وكانت بعنوان "سيمولوجيا التواصل الاجتماعي" دراسة تحليلية لبنية الرموز الغير لفظية على موقع الفيس بوك" و كان التساؤل الرئيسي لهذه الدراسة: كيف يمكن من خلال منظور التحليل السيميولوجي تحديد ملامح البنية العميقة المتحركة للمكون غير اللفظي في إطار عملية الاتصال التي تجري عبر مواقع التواصل الاجتماعي، وتحديد طبيعة الرموز غير اللفظية على تلك المواقع؟

¹ تمت الزيارة في (2020/01/20) "www.scienceswoy.inf"

ويفرض هذا التساؤل العام طرح مجموعة من تساؤلات الفرعية تأتي على النحو التالي:

- ما أبرز ملامح البنية المشتركة أو النظام الحاكم لتوظيف الرموز غير اللفظية على مواقع التواصل الاجتماعي؟

- ما طبيعة الوحدات الدنيا أو الفرعية المكونة للرموز غير اللفظية؟

- ما وظيفة الرموز والعلامات غير اللفظية بالنسبة للمعنى على تلك المواقع؟

- ما الدوافع الكامنة خلف توظيف الرموز غير اللفظية على مواقع التواصل الاجتماعي؟

- ما طبيعة العلاقة التي تربط بين الرموز أو العلامات غير اللفظية و النص أو اللغة المكتوبة (أو العناصر اللفظية)

- إلى أي مدى ترتبط الرموز غير اللفظية على مواقع التواصل الاجتماعي بالسياق الاجتماعي والثقافي الذي ينتج في إطاره تلك الرموز؟

و اعتمد في دراسته على منهج التحليل السيميولوجي ، و تبنى منهج التحليل البنيوي حيث حدد الباحث العينة من مختلف أنماط الصفحات المنشورة على هذا النوع من المواقع ممثلة في موقع " فيس بوك" من صفحات شخصية و صفحات خاصة بمجموعات (groups) و صفحات خاصة بمؤسسات حكومية رسمية و صفحات خاصة بمؤسسات تجارية خاصة و صفحات خاصة بمؤسسات إعلامية.

و من أهم النتائج التي توصل إليها الباحث :

- كشفت التحليلات الكيفية بنية الرموز غير اللفظية على موقع " فيس بوك " أن الصورة الفوتوغرافية تتصدر مختلف أشكال الرموز غير اللفظية على مواقع التواصل الاجتماعي بنسبة حضور تقارب ثلث ما تم رصده من الرموز غير لفظية.

- أظهر تحليل مجمل القضايا التي تطرح في إطارها الرموز غير اللفظية عن حقيقة علمية مهمة، فقد بدا على السطح أو في الظاهر أن تتناول قضايا الواقع يتصدر القضايا و الموضوعات المطروح في إطارها تلك العلامات، غير أن التحليل الكيفي للمعاني العميقة لتلك العلامات يكشف أنها توظيف في الأساس بهدف الترويج للصورة المستهدف نقلها عن الذات أو التعبير عن حالة شعورية يراد الإفصاح عنها للآخرين إزاء ما يجري في الواقع.

- كان توظيف الرموز والعلامات غير اللفظية يتم في بعض الأحيان بهدف إضفاء سمات وملامح معينة على النص المكتوب أو الرموز اللفظية من قبيل إضفاء المصداقية والجاذبية والعمق، والثراء داخل النص .

- كما كشفت النتائج عن أن أبرز أنماط العلاقة بين الدال والمدلول أو بين الرمز والمعنى هي تلك التي تتمثل في محاولة الرموز غير اللفظية إضفاء سمات أو ملامح للمحتوى أو مجمل الرسالة المراد توصيلها كالجاذبية والمصداقية أو الصدق والسخرية والعمق و الثراء وغيرها من السمات.

- أن الاستخدام الأبرز للرموز غير اللفظية هو استخدام نفعي وظيفي يحاول توظيف تلك الرموز للوصول إلى هدف محدد بالأساس، كتوصيل المعنى أو تقويته أو الترويج لشيء ما أو لصورة ما للذات ..أو غير ذلك من الرايات.

تعقيب: تتمثل نقاط الالتقاء بين هذه الدراسة سيميولوجيا التواصل الاجتماعي دراسة تحليلية لبنية الرموز الغير اللفظية على موقع الفيس بوك ودراستنا في كون أن كلاهما يعالج موضوع الرموز غير اللفظية في الفيس بوك إلا أن هذه الدراسة اعتمدت على أسلوب التحليل السيميولوجي فهي اشمل من دراستنا التي تعتبر جزء منها.

الدراسة الثانية: دراسة ل لرقاد حليلة (2016) اطروحة لنيل شهادة دكتوراء بجامعة مستغانم و التي كانت بعنوان ما أثر استخدام مواقع التواصل الاجتماعي -فيس بوك- نموذجاً على الممارسة اللغوية لدى الطلبة الجامعيين ؟

و التي طرحت فيها الباحثة الاشكال التالي و الذي تفرع هو الأخير لتساؤلات الفرعية التالية:

- ماهي انماط و عادات استخدام الطلبة لشبكة الفيس بوك؟

- ما هي الإشباعات المحققة لدى الطلبة من استخدام شبكة الفيس بوك على مستوى التواصل؟

- ما مدى زحف الأشكال اللغوية المستحدثة بين الشباب المستخدم لشبكة التواصل الاجتماعي على المستوى اللفظي و المكتوب ؟

ماهي الأسباب الرئيسية وراء تشويه الطلبة للغة العربية السليمة في المحادثات الرقمية ؟

إذ أجرت دراستها على الطلبة الجامعيين بولاية وهران حيث بلغ عدد مفردات بحثها 382 مفردة ، و اعتمدت في تحديد العينة على المعاينة الغير احتمالية و بنسبة للمنهج فقد

انتهجت المنهج الوصفي ، أما الأداة فكانت متنوعة بين الاستمارة التي حوت اربعة محاور و كانت الأسئلة مغلقة حاضرة بدرجة كبير و من أهمها نجد :

محور خاص بالممارسات الاتصالية في استخدام شبكة الفيس بوك وبين أداة الملاحظة و كأداة مساعدة وضعت عرض النصوص التواصلية و من أهم النتائج التي توصلت اليها هي :

- أن التعبير عن المشاعر و الأحاسيس لم يغيب في سياق هذه الممارسة اللغوية بين الطلبة من خلال الرموز التي تتيحها إدارة الفيس بوك و اتفق عليها الأغلبية في إبداء رمز الفرحه , الحزن , الجوع أو غيرها من المشاعر و الحركة .

- اعتمادا على إجابات الطلبة تتلخص أهم أسباب استخدام الحروف اللاتينية و الرموز و الأرقام بدل اللغة العربية في ربح وقت في الرد و كون هذه اللغة سهلة ومفهومة و أسلوب يتيح مواكبة السرعة التكنولوجية .

- تكريس فكرة الاختصارات و الاختزال بدرجة كبيرة حيث أن أغلبية المبحوثين بنسبة 60,20% يقومون بتعويض الحروف العربية بالحروف اللاتينية و الرموز و الأرقام - أغلبية المبحوثين و بنسبة 71,98% لا يعيرون أهمية لأن تكون لغتهم نقية ولا يحرصون على سلامتها من الأخطاء

تعقيب: و من النتائج التي تم عرضها نجد أن هذه الدراسة تتوافق مع بحثنا نوعا ما إذ أننا ندرس أثر استخدام الرموز التعبيرية عبر الفيس بوك على التواصل بين المستخدمين و هذه الدراسة تدرس الممارسة اللغوية في الفيس بوك و عينة بحثها كانت على الطلبة الجامعين و في دراستنا كانت على مختلف الفئات الاجتماعية ، وكذلك تتوافق معنا من خلال المنهج اذ ان كلاهما يتبع المنهج المسحي الوصفي و كذلك نفس الاداة المتمثلة في الاستمارة و الملاحظة .

وقد نجد اختلاف في أنها درست مشكلة اللغة بصفة عامة إلا أننا نحن سنتخصص في دراستنا في الرموز التعبيرية و أثرها في التواصل بين المستخدمين.

الدراسة الثالثة: دراسة لـ "نوال قلقول" (2016/2017) اطروحة لنيل شهادة ماستر بجامعة مسيلة و التي طرحة فيها الباحثة الإشكال التالي : ماهي طبيعة اللغة المكتوبة التي يستخدمها الشباب الجزائري خلال التراسل الإلكتروني عبر الشبكة الاجتماعية فايس بوك؟ و الذي تفرع هذا الأخير لتساؤلات الفرعية التالية :

- ما هي أنماط التواصل المكتوب عبر شبكات التواصل الاجتماعي " فايس بوك"؟
- كيف يستغل الشباب الجزائري الشبكات الاجتماعية " فايس بوك " في عملية التواصل الافتراضي من خلال اللغة المكتوبة؟
- ما هي بنية اللغة التواصلية المكتوبة المستخدمة في التواصل الافتراضي عبر الشبكة الاجتماعية فايس بوك؟
- ما هي الأسباب الكامنة وراء استخدام الشباب الجزائري لهذه اللغة التواصلية المكتوبة وما مدى انتشارها بينهم ؟

- ما هو موقف الشباب الجزائري من هذه اللغة التواصلية ؟

- هل تؤثر هذه الأنماط من اللغة التواصلية المكتوبة على اللغة الأصلية للشباب الجزائري؟

إذ أجرت دراستها على الأساتذة بولاية مسيلة حيث بلغ عدد مفردات بحثها 100 مفردة و اعتمدت في تحديد العينة على العينة القصدية , و بنسبة للمنهج فقد إنتهجت المنهج المسحي أما الأداة فقد فكانت الإستمارة فقط و التي حوت على خمسة محاور و كانت الأسئلة بين مغلقة و مفتوحة .

و من أهم النتائج التي توصلت إليها هي :

- تميزت الممارسات الكتابية للشباب الجزائري عبر شبكة الفايس بوك بكثافة و تنوع أشكالها ، فمواقف الاتصال أفرزت لغة جديدة غلب عليها استخدام العامية اللغة الدارجة بنسبة 68,40%.

- من خلال الدراسة تبين أن الشباب الجزائري يستغل شبكات التواصل الافتراضي لتبادل الآراء و الأفكار بنسبة 78% ، فشبكة التواصل الافتراضي فايس بوك تشبع لديهم الحاجات المعرفية المرتبطة بتقوية المعلومات و المعارف و اكتساب الخبرات , وتوفر لهم هامشا كبيرا للتعبير عن ذاتهم و آرائهم وأفكارهم دون تضيق.

- كشفت الدراسة أن الشباب الجزائري يستخدم في كتابة رسائله الالكترونية عبر شبكة التواصل الافتراضي فايس بوك مزيجا لغويا يتكون إما من كلمات مكتوبة فقط 45,30%

،أو كلمات ورموز في آن واحد 42.10% وقد يستعين بالاختصارات والصور لإتمام المعنى.

- توصلت الدراسة إلى أن سهولة ووضوح هذه اللغة 81.1%، بالإضافة إلى حتمية السرعة التي تفرضها التكنولوجيا 71.6% من أهم الأسباب التي دفعت بالشباب الجزائري إلى استخدامها ،بالإضافة إلى كونها تتناسب ونمط الحياة العصرية 70,5%، كما و أظهرت الدراسة أن استخدام هذه اللغة يعود إلى قدرتها على إيصال المعنى المراد 65,30% فقد اختصرت الكلمات وترجمت الى مجموعة من الرموز التعبيرية والاختصارات التي من شأنها أن تسهل على هؤلاء الشباب التعبير عن مشاعرهم و أحاسيسهم .

- يرى 55.8% من الشباب أن هذه اللغة الجديدة تؤثر على هويتهم الثقافية فليجئهم إلى ابتكار لغة ذات رموز ومصطلحات خاصة مختلفة عن رموز اللغة الأم , يعكس تأثيرهم الشديد بالآخر حتى و إن كان الأمر مرتبطا بعملية تواصل تفرض استخدام لغة الآخر.

تعقيب: و من النتائج التي تم عرضها نجد أن هذه الدراسة تتوافق مع بحثنا لحد ما إذ أن كلاهما يدرس شبكة الفيس بوك و كذلك تتوافق معنا من خلال منهج الدراسة إذ كلاهما يعتمد الى المنهج المسحي و كذلك أداة الدراسة الإستمارة واستفدنا من هذه الدراسة في الجانب النظري نوعا ما.

الدراسة الرابعة: دراسة ل ابن طيفور مصطفى (2016-2017) اطروحة لنيل ماستر ، بجامعتي مستغانم و وهران2 و التي كانت بعنوان "ما أثر استخدام مواقع التواصل الاجتماعي فيسبوك على الهوية الثقافية للشباب؟ .

تكمن اهمية هذه الدراسة انها تسعى الى الوقوف على مدى تعلق شباب الجامعي عينة الدراسة بموقع الفيس بوك والتعرف على عادات وانماط استخدامه و الإشباعات المختلفة المحققة من وراء هذا الاستخدام, ومدى تأثيرهم بما يصادفونه من محتويات ثقافية على هويتهم الثقافية (اللغة والدين) حيث انطلق الباحث من السؤال التالي:

- ما أثر استخدام مواقع التواصل الاجتماعي فيسبوك على الهوية الثقافية للشباب؟

الذي تفرع هذا الأخير لمجموعة من الأسئلة الفرعية أهمها:

- ما هي مظاهر تأثير استخدام موقع التواصل الاجتماعي فيس بوك على لغة الشباب الجامعي؟

- ما هي الدوافع والاسباب التي تكمن وراء استخدام الشباب الجامعي لمواقع التواصل الاجتماعي -فيس بوك-؟

- ما هي الاشباكات المحققة جراء استخدام مواقع التواصل الاجتماعي فيسبوك لدى عينة الدراسة؟

وللإجابة عن هذه التساؤلات طرح مجموعة من الفرضيات اهمها:

- يؤدي الاستخدام المفرط لموقع الفيس بوك الى اكتساب الشباب لغات و لهجات جديدة لا علاقه لها بلغة العربية تعمل على إضعاف هويتهم اللغوية

مع أن الباحث أجر بحثه على جميع كليات كل من جامعة -عبد الحميد بن باديس- "مستغانم" -أحمد بن بله- "وهران" حيث أنه اختار مجتمع بحثه الطلبة الجامعيين الذين يزاولون دراستهم في موسم الدراسي 2016-2017 الذين يشتركون في استخدام موقع الفيس بوك اذ بلغ عدد افراد بحثه 270 مفردة، اين عمل بأسلوب المعاينة وكانت العينة قصديه، اما اداة الدراسة فكانت متنوعة بين الملاحظة العلمية و استمارة الاستقصاء و اهم محاورها ما يلي:

- محور يضم مجموعة من الأسئلة الرامية الى التعرف على دوافع استخدام مواقع التواصل الاجتماعي من اجل رفع الغموض و كشف الأسباب التي جعلت من هذا الموقع في صدارة المواقع و الوقوف على مختلف الإشباكات و المحققة وراء استخدامه .

- محور الضد الأثر الناجم عن استخدام مواقع الفيس بوك على مستوى اللغة العربية وهل أدى هذا الاستخدام لإضعاف الجانب اللغوي لديهم تقويه أو قام بتقويته .

أما بالنسبة للمنهج فقد اعتمد البحث عن منهج المسح الوصفي في دراسة الظاهرة ومن أهم النتائج التي تم توصل عليها من خلال دراسته تجلت في:

- أن أغلب الطلبة الجامعيين يستخدمون مزيج من اللهجات المحلية والعربية الفصحى مع اللغات الأجنبية أثناء تفاعلهم في موقع وهذا راجع الى تنوع اصدقاء العينة.

- أظهرت بيانات الدراسة أن أغلبية أفراد العينة يقومون بتغيير لغتهم حسب الطرف الثاني في الدردشة بفعل تعدد اللغوي الموجود في الشبكة و اختلاف خصائص مرتادي الشبكات الاجتماعية من حيث الانتماء الاجتماعي والثقافي.

- الشباب الجامعي يقبلون دائما عل استخدام الاختصارات أثناء الدردشة في الموقع وقد يرجع هذا الى الاقتصاد في اللغة والوقت وكنوع التمرد الاجتماعي لدى الشباب، و عرفت الدراسة تصدر طلبة اللغة الفرنسية في استخدام الاختصارات مقارنة بالاختصاصات الاخرى بنسبه 58,06% ومن خلال ما تم طرحه من النتائج التي توصل اليها الباحث نجد أن دراسته تتقارب مع دراستنا ،حيث أن كلاهما يدرس الأثر في موقع الفيس بوك وما توصل إليه من تغيرات جراء ظهور شبكات الاجتماعية التي عرفت هي الأخيرة لغة خاصة بها إضافة الى ذلك الرموز التعبيرية التي أخذت مكان اللغة نسيا.

تعقيب: نجد الدراسة تتوافق مع دراستنا من خلال المنهج المعتمد في دراسة الظاهرة، إضافة الى أداة الدراسة الإستبيان و الملاحظة ويمكن القول أنه يختلف معنا من خلال المجتمع البحث إذ أنه درس الطلبة الجامعيين و نحن في صدد دراسة عينة من مختلف المجالات وكذلك الباحث درس الدين واللغة كقيمة ثقافية لكن في دراستنا سندرس الرموز التعبيرية كوسيله للتواصل في شبكه الفيس بوك و استفدنا من الدراسة في الجانب التطبيقي.

المدخل النظري لدراسة:

نظرية الدراسة :

* نظرية الاستخدامات و الإشباعات:

تهتم نظرية الاستخدامات و الإشباعات بدراسة الاتصال الجماهيري دراسة وظيفية منظمة و تتحصر رؤيتها للجماهير على انها فعالة في انتقاء افرادها لرسائل و المضمون ، فخلال عقد الأربعينيات من القرن 20 ،أي إدراك عواقب الفروق الفردية، وللتباين الاجتماعي على إدراك السلوك الفردي المرتبط بوسائل الإعلام إلى بدايته منظور جديد للعلاقة بين الجماهير ووسائل الإعلام¹ ، و كان ذلك تحولا من رؤية الجماهير على أنها عنصر سلبي غير فعال الى رؤيتها على انها فعالة في انتقاء افرادها لرسائل ،و مضمون مفضل من وسائل الإعلام.

¹ حسن عماد المكاوي ،ليلي حسين السيد، الاتصال ونظرياته المعاصرة ، الدار المصرية اللبنانية ،القاهرة ،1998 ،

ويعد مدخل الاستخدامات و الإشباعات بمثابة نقلة فكرية في مجال دراسة تأثير وسائل الاتصال ، حيث يعد النموذج البديل لنموذج التأثيرات التقليدي الذي يركز على كيفية تأثير وسائل الإعلام والاتصال تغيير المعرفة والاتجاه والسلوك، بينما يركز مدخل الاستخدامات و الإشباعات على كيفية استجابة وسائل الاتصال لدوافع واحتياجات الجمهور، ويتميز الجمهور في ظل مدخل الاستخدامات و الإشباعات بالنشاط والإيجابية والقدرة على الإخبار، الوعي ، التفكير وبذلك يتغير المفهوم التقليدي للتأثير والذي يعنى بما تفعله وسائل الإعلام بالجمهور إلى دراسة ما يفعل الجمهور بالوسائل الإعلام¹ .

فرضيات النظرية

تقوم نظرية الاستخدامات و الإشباعات على عدة فروض أساسية التي ركز عليها أنصار هذه النظرية و هي :

- جمهور المتلقين هو جمهور نشط واستخدامه لوسائل الإعلام هو استخدام موجه لتحقيق أهداف معينة.
- يمتلك أعضاء الجمهور المبادرة في تحديد العلاقة بين إشباع الحاجات و اختيار وسائل معينة يرى أنها تشبع حاجاته.
- تنافس وسائل الإعلام و مصادر أخرى لإشباع الحاجات مثل الاتصال الشخصي أو المؤسسات الأكاديمية أو غيرها من المؤسسات، فالعلاقة بين الجمهور ووسائل الإعلام تتأثر بعوامل بيئية عديدة.
- الجمهور هو وحده القادر على تحديد الصورة الحقيقية لاستخدامه وسائل الإعلام لأنه هو الذي يحدد اهتمامه وحاجاته ودوافعه وبالتالي اختيار الوسائل التي تشبع حاجاته
- يمكن الاستدلال على المعايير الثقافية السائدة في المجتمع من خلال استخدام الجمهور لوسائل الاتصال و ليس من خلال محتواها فقط².

¹ عبد الواحد رضا، الصحافة الالكترونية، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة ، 2007 ، ص 255

² كامل خو رشد مراد، الاتصال الجماهيري و الاعلام، التطور و الخصائص و النظريات، دار المسيرة للنشر و التوزيع و الطباعة، جامعة الشرق الاوسط، الاردن، 2011 ، ص 146

تطبيق نظرية الاستخدامات و الإشباعات في دراسات استخدام الشبكات الاجتماعية على الأنترنت:

لقد أصبحت نظرية الاستخدامات و الإشباعات تستخدم بشكل واسع باعتبارها الأكثر ملائمة لدراسة استخدام الإنترنت، وحسب رايس و وليمز William وRice فإن الإعلام الجديد يعتبر ساحة خصبة لاختبار العديد من النظريات والنماذج، ومنها نظرية الاستخدامات والإشباعات، وبالإضافة إلى رايس و وليمز، مقالات وليمز، ستورفر و قرانت بين 1994 و ديسمبر 1996 أشارت إلى مدى ملائمة نظرية الاستخدامات و الإشباعات لبحوث الإعلام الجديد، ويقترح Rafael و Newhagen ، إن نظرية الاستخدامات و الإشباعات ستكون صالحة للاستخدام خاصة في ظل تحولية الأنترنت¹.

تعتبر تطبيق نظرية الاستخدامات و الإشباعات اليوم في مواقع التواصل الاجتماعي ذو أهمية بالغة حيث تم التوصل إلى أن أكثر العوامل لفتا بالنسبة لنظرية الاستخدامات والإشباعات ، والتي لها علاقة مع الشبكات حيث وجد بارك وآخرون (2009) أن عوامل الاستخدام و الإشباع الرئيسية الخاصة بمواقع الشبكات الاجتماعية هي خلق صداقات ، التسلية ، التعريف بالذات، الحصول على المعلومات ...الخ.

¹ مريم نريمان نومان ، استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية وتأثيره في العلاقات الاجتماعية، مذكرة ماجستير في الاعلام و الاتصال , كلية العلوم الانسانية، جامعة الحاج لخضر باتنة، الجزائر 2012 ،ص38

الإطار النظري

الفصل الأول

الفصل الاول: ماهية الفيس بوك و خصائصه

1) مفهوم الفيس بوك

2) نشأة الفيس بوك

3) خصائص الفيس بوك

4) خدمات الفيس بوك وتطبيقاته

5) إيجابيات و سلبيات الفيس بوك

تمهيد :

إن التطور الحاصل في التكنولوجيا الاتصالات غيرت من حياة الافراد من حيث تواصلهم في علاقاتهم الانسانية ، حيث تحول من مواجهي الى افتراضي و ذلك عبر مواقع التواصل الاجتماعي ، التي ظهرت بها لغة خاصة تمثلت في استخدام الرموز التعبيرية، و في هذا الفصل سوف نتعرف على موقع الفيس بوك و خصائصه و سلبياته و إيجابياته و سنتطرق الى الرموز التعبيرية و خصائصها و تصنيفها .

* مفهوم الفيس بوك:

عرفته الموسوعة الحرة" ويكيبيديا " بأنه:

موقع ويب و أحد أشهر وسائل تواصل اجتماعي، تديره شركة فايس بوك شركة مساهمة، فالمستخدمون بإمكانهم الانضمام إلى الشبكات التي تنظمها المدينة أو جهة العمل أو المدرسة أو الإقليم، وذلك من أجل الاتصال بالآخرين أو لتفاعل معهم كذلك، يمكن للمستخدمين إضافة أصدقاء إلى قائمة أصدقائهم و إرسال الرسائل إليهم، و أيضا تحديث ملفاتهم الشخصية وتعريف الأصدقاء بأنفسهم، ويشير اسم الموقع إلى دليل الصور الذي تقدمه الكليات و المدارس التمهيدية في الولايات المتحدة الأمريكية إلى أعضاء هيئة التدريس و الطلبة الجدد، و الذي يتضمن وصفا لأعضاء الحرم الجامعي كوسيلة للتعرف إليهم¹.

وفي تعريف آخر : الفيس بوك يشير إلى دفتر ورقي يمل صور ومعلومات لأفراد في جامعة معينة أو مجموعة ، ومن هنا جاءت تسمية الموقع وتعد هذه الطريقة شائعة لتعريف الأشخاص خصوصا في الجامعات الأجنبية ببعضهم حيث يتصفح المنتسبون في الجامعة هذه الدفاتر لمعرفة المزيد عن الطلبة المتواجدين في الكلية نفسها².

وجاء تعريف آخر للفيس بوك" : هو موقع للشبكات الاجتماعية على شبكة الانترنت لتكوين الأصدقاء الجدد و التعرف على أصدقاء الدراسة حول العالم، أو الانضمام إلى مجموعات مختلفة على شبكة الويب، يمكن المشتركين في الموقع من الاشتراك في شبكة أو أكثر على الموقع مثل المدارس، أو أماكن العمل، أو المناطق الجغرافية، أو المجموعات الاجتماعية، وهذه الشبكات تتيح للمستخدمين الاتصال بالأعضاء الذين هم في نفس الشبكة، ويمكن لهم أن يضيفوا أصدقاء لصفحاتهم ويتيح لهم رؤية صفحاتهم الشخصية³.

ومن التعريفات التي تداولت الفيس بوك: قاموس الإعلام والاتصال " Dictionary of Media And Communication" على أنه موقع خاص بالتواصل الاجتماعي يتيح نشر الصفحات الخاصة وقد وضع في البداية لخدمة طلاب الجامعة وهيئة التدريس و الموظفين

¹ http : //ar.m.wikipedia . org ، تمت الزيارة 2020/02/22 على الساعة 21:22

² ياسر حضير البياتي، الإعلام الجديد الدولة الافتراضية الجديدة، ط1 ، دار البداية ناشرون وموزعون، الأردن، 2014 ، ص390

³ سعاد عيساني، أولويات الأساتذة الجامعيين، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال، جامعة العربي بن مهيدي، أم البواقي، 2014 ، ص62

لكنه اتسع ليشمل كل الأشخاص¹ ؛ وهو موقع اجتماعي يتيح لشركة فيس بوك الخاصة؛ يسمح للمستخدمين بالانضمام إلى عدة شبكات فرعية من الموقع نفسه لتصب في فئة معينة مثل منطقة جغرافية» مدرسة وغيرها من الأماكن التي تساعد على اكتشاف المزيد من الأشخاص الذين يتواجدون على نفس الشبكة.

* نشأة الفيس بوك :

تأسس الفيس بوك في فيفري 2004 من قبل طالب في جامعة هارفارد الأمريكية يدعى **مارك زوكربيرج Mark Zuckerberg** الذي اشتهر بولعه الشديد بالإنترنت، وكان هدفه أن يقوم بتصميم موقع يجمع زملاءه في الجامعة ويمكنهم من تبادل أخبارهم وصورهم وآرائهم، ويسهل عملية التواصل بينهم، دون أن يفكر في إنشاء موقع تجاري يجتذب الإعلانات، وسرعان ما لقي هذا الموقع رواجاً بين طلبة جامعة هارفارد، واكتسب شعبية واسعة بينهم² ، 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 ، الأمر الذي شجعه إلى توسيع قاعدة من يحق لهم الدخول إلى الموقع لتشمل طلبة جامعات أخرى أو طلبة مدارس ثانوية يسعون إلى التعرف على الحياة الجامعية³.

انطلق موقع الفيس بوك كنتاج غير متوقع من موقع "فيس ماتش Face Match" التابع لجامعة هارفارد، وهو موقع يعتمد على نشر صور لمجموعة من الأشخاص ثم اختيار رواد الموقع للشخص الأكثر جاذبية. وقد قام "مارك زوكربيرج" بابتكار "الفيس ماتش" في 28 أكتوبر من عام 2003 ، عندما كان يرتاد جامعة هارفارد كطالب في السنة الثانية في هذه الأثناء .

وحسب جريدة "هارفارد كريمسون"، فإن موقع "فيس ماتش" استخدم صوراً مجمعة من دليل الصور المتاح على الإنترنت والخاص بتسعة من طلبة المدينة الجامعية مع وضع صورتين

¹ Marcel Danesi.(2009) :Dictionary of media and communications, M.E. Sharpe, New York,p117

² عاصم الحضيف :الدور الإعلامي للموقع الاجتماعي على الانترنت "فايس بوك" تمت زيارة الموقع في

2020/02/25

³ http : //ar.m.wikipedia . org , تمت زيارة الموقع في 26فيفري2020

بجانب بعضهما البعض ودعوة المستخدمين إلى اختيار الشخص "الأكثر جاذبية"، وكي يتمكن زوكربيرج من تأسيس الموقع، فإنه لجأ إلى اختراق مناطق محمية في شبكة الحاسوب الخاصة بجامعة هارفارد، وقام بنسخ صور خاصة بالطلبة في السكن الجامعي. وقد قامت إدارة الجامعة باتهام زوكربيرج بخرق قانون الحماية وانتهاك حقوق التأليف والنشر وكذلك انتهاك خصوصية الافراد، مما يعرضه للطرد من الجامعة؛ ولكن تم إسقاط جميع التهم الموجهة إليه في نهاية الأمر، يقول زوكربيرج في مدونته الشخصية¹: 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... 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. "...ثم أسس زوكربيرج موقع "الفيس بوك" على النطاق¹ thefacebook.com.

ثم انضم كل من إدواردو سافرين (المدير التنفيذي للشركة) وداستين موسكوفيتز (مبرمج) وأندروماكولام (رسام جرافيك) وكريس هيوز إلى زوكربيرج لمساعدته في تطوير الموقع، وفي شهر مارس من عام 2004 فتح موقع فايس بوك أبوابه أمام جامعات "ستانفورد وكولومبيا وبييل"، بعد ذلك اتسع الموقع أكثر وفتح أبوابه أمام جميع كليات مدينة بوسطن وجامعة "آيفي ليج"، وشيئاً فشيئاً أصبح متاحاً للعديد من الجامعات في كندا والولايات المتحدة الأمريكية. وفي شهر يونيو من عام 2004، تم نقل مقر الفيس بوك إلى مدينة "بالو آلتو" في ولاية كاليفورنيا، وقد قامت الشركة بإسقاط كلمة "the" من اسمها بعد شراء اسم النطاق facebook.com عام 2004، كما قام الفيس بوك بإصدار نسخة للمدارس الثانوية في سبتمبر من عام 2004، وهو ما أشار إليه زوكربيرج بالخطوة المنطقية التالية فخلال هذه الفترة، كانت شبكات المدارس الثانوية بحاجة إلى دعوة للانضمام إلى الموقع، بعد ذلك أتاح

¹ فتحي حسين عامر ،وسائل الاتصال الحديثة من الجريدة إلى الفيس بوك ،العربي للنشر والتوزيع ،القاهرة ، 2011 ،

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 صحيح، وفي أكتوبر من عام 2008 ، أعلن القائمون على إدارة الفيس بوك أن اتخاذ مدينة "دبلين" عاصمة أيرلندا مقرا دوليا له¹.

إضافة الى ذلك أضاف القائمون على الموقع إمكانيات جديدة لهذه الشبكة، منها إتاحة فرصة للمطورين مما زادت هذه الخاصية من شهرة موقع الفيس بوك، بحيث تجاوز حدود الولايات المتحدة الأمريكية إلى كافة دول العالم².

وتعتبر شركة فايس بوك الآن أكبر شركة في العالم لخدمات الشبكات الاجتماعية، حيث توفر خدماتها ب 70 لغة مختلفة، ويصل عدد الموظفين العاملين في الشركة إلى 3 آلاف موظف. وأصبح مؤسس الفيس بوك أصغر ملياردير في العالم، وهو في السادسة والعشرين من عمره.

خصائص الفيس بوك :

يمكن إيجاز أهم خصائص الفيس بوك في النقاط التالية:

- 1- ضخامة عدد المستخدمين وتساويهم في القدرة على إضافة المنشورات والتعليق عليها، فهي وسيلة اتصالية تسمح بالمشاركة الفعالة لكافة المستخدمين دون سيطرة لطرف على أطراف أخرى في عملية الاتصال، لتجسد بذلك نموذج الاتصال الذي ميز الإعلام الجديد؛ من العديد من المستخدمين إلى العديد من المستخدمين، وهو ما يسمى اليوم "بصحافة المواطن"، فتجاوز عدد مستخدمي أي وسيلة اتصال للعدد الحرج يشجع أعداد أكبر على الانضمام لاستخدامها³.

¹ سعاد عيساني ، مرجع سبق ذكره ،ص68

² حسني عوض: أثر مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية المسؤولية المجتمعية لدى الشباب، دراسة ميدانية، جامعة القدس المفتوحة ،2010، ص10

³ مصعب حسين الدين قتلوني، ثورات الفيس بوك، شركة المطبوعات للتوزيع والنشر، لبنان، 2014 ،ص 97

2- حرية المستخدم في تحديد هويته أو إخفاءها، حيث يمكن لمستخدمي فايس بوك اختيار الاسم الذي يرغبون في التعامل به مع باقي المستخدمين وأيضا اختيار الصورة المعبرة عنه سواء صورتهم الحقيقية أو أي صورة أو رسم، كما يسمح لهم بوضع ما يريدون من معلوماتهم الخاصة (السن، الجنس، الوظيفة، مكان العمل، مكان وزمان الدراسة، الآراء والمعتقدات الدينية، الاهتمامات...)

3 - خاصية التعليقات، فالفايس بوك يسمح للمستخدمين بإضافة تعليقاتهم وردود أفعالهم الفورية على الأحداث التي تقع في المجتمع، وعلى منشورات أصدقائهم¹.

4 - الاتصال الأفقي بين مستخدمي الفايس بوك؛ فخاصية التزامن جعلت التواصل بين المستخدمين يتسم بقدر عالي من الحيوية تميزه عن أشكال التواصل الاجتماعي الأخرى.

5 - تعدد طرق البحث المتاحة عن الأصدقاء على موقع الفايس بوك، حيث يمكن البحث من خلال اسم المستخدم أو البحث عن طريق البريد الإلكتروني أو السكايب.

6 - يتميز الفايس بوك بالتحديث المستمر للمنشورات حيث تظهر أي إضافة جديدة تلقائيا عند كافة المعلقين على المنشور، وكذا لصاحب المنشور أو لموضوع معين مما يجعل هذا الموقع يتسم بالديناميكية الشديدة والتجدد المستمر وهي أمور تزيد من ارتباط المستخدم به. هناك إضافات جديدة متعلقة بتحديث المنشور و بإضافة الأصدقاء.

7 - إمكانية نشر الصور والفيديوهات والملفات وإضافة روابط انترنت سواء كانت منشورات أو تعليقات، كما يمكن للمستخدمين إنشاء ألبومات صور خاصة به وبأصدقائه وعائلته، ويمكن تبادل الرسائل العامة أو الخاصة والانضمام إلى مجموعات من الأصدقاء . وكوضع افتراضي، فإن عرض البيانات التفصيلية للملف الشخصي يكون مقتصرًا على المستخدمين من الشبكة نفسها الواحدة وبعض الاستثناءات المحدودة الأخرى².

¹ محمد المنصور، تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على جمهور المتلقين، دراسة مقارنة للمواقع الاجتماعية و المواقع الإلكترونية، رسالة ماجستير، الأكاديمية العربية المصفاة في الدنمارك، ص17

² خالدي منيرة، انساق التواصل اللغوي في الفيس بوك، مذكرة ماستر في اللغة و الادب العربي، جامعة بجاية، 2017 ،

8 - يمكن لمستخدمي الفيس بوك الانضمام إلى واحدة أو أكثر من الشبكات التي تقوم كل من المدينة أو جهة العمل أو المدرسة أو الإقليم بتأسيسها .فهذه الشبكات تمكن المستخدمين من التواصل مع أعضاء آخرين في الشبكة نفسها، كما يمكن للمستخدمين أيضا الاتصال بأصدقائهم مع السماح لهم بالوصول إلى ملفاتهم الشخصية¹.

خدمات الفيس بوك وتطبيقاته:

يقدم الفيس بوك خدمات متعددة للمستخدمين وهو ما أعطاه شعبية دون المواقع الاجتماعية الأخرى، نذكر منها:

1-التسجيل والانضمام للموقع: التسجيل متاح مجانا في الموقع لكل من يريد بحساب شخصي أو حساب لمؤسسة ويتم عبر خطوات تسجيل بسيطة، البريد الإلكتروني واسم المستخدم وكلمة السر المراد الدخول بها للموقع .وبعد التسجيل والدخول للموقع تظهر للمستخدم صفحته الشخصية أو "الحائط" وهي عبارة عن مساحة مخصصة في صفحة الملف الشخصي لأي مستخدم بحيث تتيح للأصدقاء إرسال الرسائل المختلفة إلى هذا المستخدم , وتحوي يومياته مجموعة الصور والأحداث والتجارب التي تجسد قصة حياته، كما تشتمل بعض الأشياء التي يمكن فعلها عليها؛ كإضافة صورة غلاف، وتعديل معلوماته الأساسية، الانتقال إلى أحداث من الماضي، عرض سجل النشاطات على الفيس بوك، وضع نجمة على الأحداث التي يريد تمييزها، إضافة مناسبات شخصية، تحديث الحالة، عرض الصور وإضافتها، مشاركة نشاط التطبيقات، كما يظهر عند فتح الصفحة الرئيسية الإشعارات والرسائل وطلبات الصداقة².

¹ بدر الدين بن بلعباس ، شبكات التواصل الاجتماعي والهوية الثقافية عند الطلبة الجامعيين, جامعة بسكرة ، ص57

² وائل مبارك خضر فضل الله، أثر الفيس بوك على المجتمع، مدونة شمس النهضة، نوفمبر 2010 ، ص 14

2-الصفحة الرئيسية: (Home) يظهر بهذه الصفحة ما يسمى بالمنشورات وهي التي يتم تناقلها بين الأصدقاء وقد تكون نصا كتابيا أو صورة وعليها تعليق أو مقطع فيديو أو مقالا مطولا أو رابطا لموقع آخر، أو تكون منشورات تم الإشارة للمشارك فيها أو الإشارة لأحد أصدقائه فيها، إضافة إلى منشورات الصفحات التي يعجب بها المشارك، كما تحمل الصفحة الرئيسية كذلك صداقات الأصدقاء الجديدة عندما يتيح المستخدم عبر إعدادات الخصوصية بأن يشاهد محتويات صفحة أصدقاء أصدقائه¹.

والفرق بين الصفحة الرئيسية والصفحة الشخصية أن الصفحة الرئيسية هي الصفحة التي تظهر للمشارك بمجرد دخوله الفيس بوك، وهي التي تحتوي على منشورات الآخرين وأخبارهم. أما الصفحة الشخصية فينتقل لها من خلال النقر على اسمه وهي التي تظهر للآخرين عند زيارتهم لصفحته، تحتوي على منشوراته التي كتبها وكذلك المنشورات التي تمت الإشارة له فيها².

و يمكن التفاعل مع المنشورات بأحد الوسائل التالية:

- الإعجاب (J'aime, Like) خاصية معجب أيضا متاحة بنفس آلية التعليقات متاحة بين الأصدقاء والمجموعات والصفحات المنضمين لها يعتمد ذلك أيضا على الصلاحيات الممنوحة- يمكن للمستخدم أن يقوم بعمل معجب لأي نص أو صورة أو فيديو لأصدقائه . خاصية معجب بسهولة استخدامها وتطورها في الفيس بوك تم إضافتها في كل المواقع الأخرى كوسيلة لربط المستخدم بحسابه ونظيره أخرى ترويجية للموقع في ذاته³.

- التعليقات : (commenter) هي خاصية متاحة بين الأصدقاء والمجموعات والصفحات المنضمين لها يعتمد ذلك على الصلاحيات الممنوحة يمكن للمستخدم أن يكتب تعليق في مساحة التعليقات والضغط على زر إضافة تعليق وفي المساحة نفسها يمكنك أن تضيف رابط موقع أو صورة .

¹ أعمار توفيق احمد بدوي, اثر وسائل التواصل الحديثة على الدعوة , دراسة نظرية احصائية , كلية الشريعة بجامعة

النجاح الوطنية,ص7

² سعاد عيساني ,مرجع سبق ذكره , ص69

³ http://thawratweb.com/facebook/42-تمت الزيارة في 09مارس2020

- مشاركة المنشور : (Partager) إذا أعجب المستخدم بمنشور ما(في حالة كان صورة أو فيديو أو رابط لموقع آخر) فبإمكانه مشاركته في صفحته ونشره بين أصدقائه¹.
- 2-إضافة إلى ذلك يحوي الفيس بوك عدة خدمات للتواصل بين الأصدقاء منها:
 - الإشارة: (Tags) خاصية الإشارة متاحة في الصور والفيديو والنوت بحيث يمكن للمستخدم أن يلفت انتباه أصدقائه عبر الإشارة لهم في صورته أو في مقطع الفيديو المحمل عبر الفيس بوك وبالتالي سترسل لهم تنبيهات لأي تحديث جديد في الصورة .
 - النكز: (Pokes) تتيح للمستخدمين إرسال " نكزة "افتراضية لإثارة الانتباه إلى بعضهم البعض) وهي عبارة عن إشعار يخطر المستخدم بأن أحد الأصدقاء يقوم بالترحيب به)، تحدث فقط للأصدقاء بينهم بحيث يقوم المستخدم بتنفيذ ذلك على أصدقائه ويقوم الآخر برد النكز لصديقه².
 - مشاركة المحتوى مع الأصدقاء: هنالك طرق مختلفة لمشاركة المحتوى على فايسبوك:
 - المشاركة مع جمهور كبير: باستخدام القائمة" مشاركة "الموجودة في الجزء العلوي من الصفحة الرئيسية واليوميات لإعلام الآخرين بما يدور في ذهنه .يمكن تحديث الحالة و مشاركة الصور ومقاطع الفيديو والروابط ومحتوى تطبيقات أخرى، ستظهر الأشياء التي يشاركها كمنشورات في يومياته، ويمكن أن تظهر في آخر الأخبار، للتحكم في تمكين أو عدم تمكين أشخاص معينين من اختيار عرض أحداثه، يمكن تغيير إعدادات الخصوصية لكل جزء من المحتوى الذي ينشر³.
 - المشاركة مع مجموعة صغيرة من الأصدقاء : استخدم ميزة المجموعات لمشاركة المحتوى مع مجموعة محددة من الأشخاص، مثل أفراد العائلة أو فريق كرة القدم الذي يشجعه أو نادي الكتاب الخاص به.
 - المشاركة مع شخص : يمكن استخدام قائمة المشاركة في الجزء العلوي من اليوميات

¹ فتحي حسني عامر ، مرجع سبق ذكره ، ص205

² وائل مبارك خضر ، مرجع سبق ذكره ، ص18

³ ابراهيم محمد ، الزبير ، الوسائط المتعددة في تشكيل الراي العام، رسالة ماجستير ،جامعة السودان ،2012، ص 180

لأحد الأصدقاء لكتابة أو مشاركة شيء على اليوميات الخاصة به .وسيكون بإمكان أصدقاء هذا الصديق أيضا مشاهدة المنشور، إذا كان يرغب في مشاركة شيء بشكل خاص، فيمكنه دائما إرسال رسالة خاصة إلى أي شخص¹.

تطبيقات الفيس بوك :

- المجموعات : (les groupes) وهي صفحة لتبادل النقاش حول مواضيع معينة أو تخصص معين، تكون الأيقونة فيها (طلب الانضمام إلى هذه المجموعة) بدلا من (إضافة صديق)، يمكن لأعضاء المجموعة إضافة أصدقائهم إلى المجموعة بشكل مباشر، وتكون المجموعة بإدارة مستخدم أو مستخدمين ويكون ترتيب المنشورات فيها بحسب آخر رد، يسمح بالكتابة فيها لجميع أعضاء المجموعة وألبوم صور ومساحة للحوار وملفات فيديو وكل ذلك يتم عبر صلاحيات المنح التي يشرف عليها مدير المجموعة، إضافة إلى ذلك فهي تتيح نشر ملفات وورد و "pdf"، المنشورات في المجموعات لا تصل إلى صفحات المستخدمين المنضمين فيها، يمكن لكل مشترك في الموقع أن ينشئ مجموعة عبر تسميتها وكتابة تعريف عن الفكرة ثم البريد الإلكتروني لمدير المجموعة (Admin)، ويتم إنشاء المجموعات لاهتمامات مشتركة أو لأعضاء نادي معين أو لحملة فكر اجتماعي كان أو ديني أو سياسي².

- الصفحات: (Les Pages) الصفحات لها نفس ميز واستخدامات المجموعة إلا أنها أكثر تفاعلا عبر ظهورها في الصفحة الرئيسية لكل المستخدمين، ويستخدم هذا النوع لنشر المنشورات من طرف واحد، حيث أن صاحب هذه الصفحة يكتب المنشورات فتذهب إلى كل ال(معجبين) به أما المعجبين فإن منشوراتهم لا تصل إلى صاحب هذه الصفحة، وغالبا ما يكون هذا التطبيق لمشاهير ونجوم مجتمع بحيث تكون الصفحة وسيلة للتواصل مع

¹ ابراهيم محمد ، نفس المرجع، ص181

² خرخاش كوثر نوار، شبكات التواصل الاجتماعي والقيم الدينية لدى الطالب الجامعي ، شهادة لنيل ماستر علم الاجتماع تربوي ، جامعة محمد خيضر بسكرة، 2012 ص 29.

الشخصية المعينة وكذلك للجهات الرسمية وغير الرسمية وكذا للمواقع الالكترونية التي تود إيصال مواضيعها الجديدة إلى متابعيها في الفيس بوك.

- التطبيقات والألعاب: يحوي الفيس بوك جانبا كبيرا من الأدوات التي تسمى (تطبيقات) وكذلك الكثير من الألعاب التي هي في الأصل تطبيقات ترفيهية، هذه التطبيقات هي من تطوير جهات خارجية ليس لها علاقة بموقع الفيس بوك، فموقع الفيس بوك يتيح انشاء التطبيقات ونشرها بين المستخدمين للاستفادة منها، وهذه الميزة ساعدت في انتشار الفيس بوك وتفوقه على مواقع الشبكات الاجتماعية الأخرى قبل عدة سنوات. وبالفيس بوك العديد من الألعاب المختلفة مغامرات استراتيجية، كرة القدم يستطيع المشترك أن يستخدمها ويجتاز مراحلها مرحلة تلو الأخرى والمثير في هذه الألعاب والأكثر أهمية هو أنه يمكن للمستخدم أن يدعو عدد من أصدقائه لممارسة لعبة معينة (جماعية).

- الدردشة الفورية: (Chat) يقدم موقع فايس بوك خدمة الدردشة الكتابية مع أصدقائه المتواجدين في ذات اللحظة، يوجد أسفل موقع الفيس بوك مستطيل صغير خاص بالدردشة، عند النقر عليه يعرض الأصدقاء المتواجدين في تلك اللحظة، وعند النقر على أي صديق يتم فتح مربع جانبي للدردشة معه. في يوليو من عام 2007، أتاح الفيس بوك إمكانية إرسال رسائل مرفقة تتضمن أي شيء إلى لوحة الحائط، الذي كان مقتصرًا من قبل على المحتويات النصية فقط ، فأصبح بالإمكان إرسال الصور والملفات عبر رسائل الدردشة، إضافة إلى الأشكال المختلفة المرفقة¹.

- المناسبات: (Event) إقامة دعوة للأصدقاء أو لأعضاء مجموعة معينة لحدث مهم أو عمل جماعي أو اجتماع على أرض الواقع، توضح فيه عنوان الحدث وتاريخ بدايته ونهايته وتحديد الأعضاء المدعوين له وبعض المناسبات تكون مفتوحة لأي عضو في الفيس بوك تحتوي صفحة المناسبة على الزمان والمكان وكذا اسم المستخدم الذي أنشأ هذه المناسبة، بعد ذلك يمكن لأي شخص تسجيل حضوره لهذه المناسبة وكذا دعوة أصدقائه إليها، تحتوي

¹ رحو حياة ، عمومن هناء ، مضامين الصفحات الجامعية على الفيس بوك ،جامعة بسكرة، 2015 ،ص31

صفحة المناسبة أيضا على أسماء المستخدمين الذين سيحضرونها والأشخاص الذين لن يحضروا بجانب معلومات المناسبة الأساسية.

إضافة الأصدقاء : تأتي المنشورات من الأصدقاء وتذهب إلى الأصدقاء، فالأصدقاء هم محور الارتكاز وهم الشيء الأساسي الذي يجب أن يتوفر في حساب المشترك، لذلك فإنه بعد التسجيل في الموقع مباشرة وقبل إضافة الأصدقاء ستكون الصفحة الرئيسية للمشارك خالية من المنشورات لذلك فقد أتاح الفيس بوك طرقا عديدة للبحث عن الأصدقاء، منها:

- عن طريق البريد الالكتروني حيث تظهر للمشارك صفحة أثناء عملية التسجيل تطلب منه (بشكل اختياري) أن يدخل بريده الالكتروني كي يستورد ما فيه من عناوين بريدية ومن ثم يرسل لهم طلبات صداقة، كما يمكن كذلك إرسال دعوات لأشخاص منفردين بواسطة بريدهم الالكتروني، وذلك من خلال صفحة (دعوة الأصدقاء) الموجودة في الفيس بوك والتي تتيح إدخال مجموعة من إيميلات الأصدقاء ليتم إرسال طلبات الصداقة إليهم¹.

- عن طريق خاصية البحث عن الأصدقاء: وهو عبارة عن مستطيل البحث يظهر في أعلى موقع الفيس بوك ويمكن من خلاله البحث عن الأصدقاء أو الصفحات أو المجموعات بكتابة اسم الصديق المراد البحث عنه أو اللقب.

- اقتراحات الأصدقاء من الفيس بوك: وهي عبارة عن خدمة يقدم من خلالها الفيس بوك للمشارك الجديد مجموعة من الأشخاص باسم "أشخاص قد تعرفهم"، وعند النقر على أمر (مشاهدة الكل) في هذا المربع سيظهر للمشارك العديد من المستخدمين الذين يقترحهم الفيس بوك لكي يصادقهم، يستند الفيس بوك في اختيار هذه الاقتراحات إلى علاقات أصدقائك الآخرين بهم والاهتمامات المشتركة وغيرها من الوسائل².

¹ سعد بن محارب المحارب، الإعلام الجديد في السعودية، جداول النشر والتوزيع، لبنان، 2011، ص 116- 117

² سعد بن محارب المحارب، المرجع نفسه، ص 118

* إيجابيات و سلبيات الفيس بوك

إيجابيات الفيس بوك تتمثل فيما يلي :

1- يساعد على التواصل مع الأصدقاء القدامى و كذا الأهل والأقارب وتوفير أفضل السبل لذلك .

2- يعمق مفهوم المشاركة والتواصل مع الآخرين ويعلم أساليب التواصل الفعال.

3- إنشاء شبكات اتصال خاصة بالفرد تتجاوز الاختلافات الجغرافية والثقافية.

4- يساعد على التعلم وذلك عن طريق تبادل المعلومات والأفكار مع الآخرين.

5- يساعد على تنشيط المهارات لدى المستخدم .

6- مواكبة الأحداث والأخبار الجديدة على الساحة سواء المحلية أو الدولية وخاصة المتعلقة بالمحيط الضيق للفرد . ويساعد على قبول القضايا الخلافية.

7- إمكانية إبداء الأفراد لآرائهم بحرية مطلقة في القضايا و الموضوعات المختلفة.

8- استخدامه كألبوم للصور فهذه الميزة التي يتيحها الفيس بوك تسمح للمستخدم بإنشاء ألبوم صور خاص به يدرج فيه ما يريده من صور، وتعطيه الحق في السماح لأصدقائه برؤية ألبومه أو يجعله قاصرا عليه¹ .

9- يسمح بالتعرف على ما يقوم به الأفراد وكذا أخبارهم وآخر مشاريعهم و اهتماماتهم.

10- سهولة نقل البيانات و كذا سهولة تحديث الأفكار، ويظهر الاهتمامات المشتركة بين الناس.

11- هو وسيلة اتصال لنشر الخدمات والموضوعات المختلفة والتعريف بالحقوق، كما أنه يصل إلى افراد لا حصر لهم داخل الوطن وخارجه خلال فترات زمنية بسيطة، لذا يعد منفذا للانفتاح على العالم.

¹ أحمد بوشنافة، نفيسة ناصري: الشبكات الاجتماعية أداة للتسويق الافتراضي في المجال السياحي، الملتقى العلمي الدولي الخامس: الاقتصاد الافتراضي وانعكاساته على الاقتصاديات الدولية، المركز الجامعي خميس مليانة، 14 مارس 2012، ص9

12- إمكانية الانضمام إلى مجموعات متنوعة، لتبادل الاهتمامات والمعلومات، وكذا مشاركة الاهتمامات من كل الأطراف في العالم¹.

سلبيات الفيس بوك: رغم الإيجابيات التي يعرفها الفيس بوك فإن له عديد من السلبيات يمكن تلخيصها في الآتي:

1- إضاعة الوقت فبمجرد دخول المستخدم للموقع حتى يبدأ بالتنقل من صفحة لأخرى ومن ملف لآخر ولا يدرك الساعات التي أضاعها في التعليق على صور أصدقائه دون أن يزيد أي منفعة له أو لغيره. فالفيس بوك يهدر الكثير من الوقت لدى المستخدمين.

2- الإدمان واضعاف مهارة التواصل، وهي من أهم الآثار التي قد تشكل خطرا على مستخدمي الشبكة الاجتماعية خصوصا الشباب والمراهقين، فقضاء الوقت الطويل أمام شاشة الكمبيوتر وهدره في تصفح المواقع يؤدي إلى عزلهم عن واقعهم الأسري وعن مشاركتهم في الفعاليات التي يقيمها المجتمع، وبالتالي يؤدي بهم للعزلة الاجتماعية وفقد مهارة التواصل المباشر مع الناس.

3- ظهور لغة جديدة بين الشباب: ظهرت لغة جديدة بين فئة الشباب يستخدمونها في جميع اتصالاتهم بين رسائل جوال أو محادثات عبر الإنترنت، وباستخدام التواصل عبر الشبكات الاجتماعية انتشرت هذه اللغة بشكل أكبر. و هي لغة ليست بالعربية ولا بالإنجليزية بل تجمع حروف اللغتين بالإضافة إلى أرقام لا يفهمها سوى المتعاملين بها، ومن يعاشرونهم بصفة مستمرة. وان الاستمرار في تداول هذه اللغة يؤدي إلى تهديد لغتنا العربية وإلى ضياعها مع مرور الأيام².

4- انعدام الخصوصية: تواجه أغلبية المواقع الاجتماعية مشكلة انعدام الخصوصية مما تتسبب بالكثير من الأضرار المعنوية والنفسية على المستخدم وقد تصل في بعض الأحيان إلى أضرار مادية، فملف المستخدم على هذه الشبكة يحتوي على جميع معلوماته الشخصية

¹ عبد الرزاق محمد الدليمي ، الاعلام الجديد و الصحافة المكتوبة ، ط1، دار وائل للنشر والتوزيع، 2011ص183

² عبد الرزاق محمد الدليمي ، مرجع سبق ذكره ، ص184

إضافة إلى ما يبثه من هموم ومشاكل قد تصل بسهولة إلى يد أشخاص يستغلونها بغرض الإساءة والتشهير .

5- التعرض للجرائم الإلكترونية كما أعلن بذلك موقع كاسبرسكي الذي رصد أكثر من 43 ألف فيروس خبيث عام 2008 تم نشرها عبر الشبكات الاجتماعية مثل الفيس بوك¹ .

6- انتحال أسماء شخصيات عامة، واستخدام صور أشخاص آخرين وتزوير الصور الخاصة بالأفراد الذين تتواصل معهم عبر الموقع، وربما يساء استغلالها بشكل يسيء لأصحابها . وقد واجه الفيس بوك انتقادات كثيرة في هذا المجال، وتم حجبها في بعض الدول مثل ميانمار وايران، وفي إسرائيل فرض الجيش الإسرائيلي قيودا على المشاركة فيه، بعد ظهور صور لغرف عمليات وقواعد جوية وغواصات إسرائيلية على صفحاته ، كما نشرت تقارير إعلامية عن أن هناك إمكانية تسريب المعلومات الشخصية للمستخدمين من خلال إضافة تطبيق إلى مواقعهم الشخصية يتم من خلاله سحب البيانات الشخصية . وتم حظر استخدام الموقع في العديد من جهات العمل لإثناء الموظفين عن إهدار أوقاتهم في استخدام تلك الخدمة².

¹ ايمان حنين شين ، لغة التواصل في مواقع التواصل الاجتماعي و اثرها في جذب السياحي ، مذكرة ماستر ، جامعة بسكرة ، 2014، ص27

² <https://mawdoo3.com> تم الزيارة يوم 2020/03/16 على الساعة: 19:38

بسم الله الرحمن الرحيم

الفصل الثاني: التواصل و الرموز التعبيرية و خصائصها

(1) مفهوم التواصل

(2) مفهوم التواصل الغير لفظي

(3) مفهوم الرموز التعبيرية

(4) نشأة الرموز التعبيرية

(5) خصائص الرموز التعبيرية

(6) تصنيف الرموز التعبيرية

تمهيد:

مع ظهور وسائل الإعلام المختلفة أصبحت عملية التواصل تتحقق بسهولة أفضل مما كان عليه في القديم، مثلاً: في الماضي كانت الرسائل تستغرق شهوراً للوصول إلى المرسل إليه، أما الآن فقد تغير كل شيء إذ ترسل رسالة في ثوان تصل إلى صاحبه و هذا بفضل الثورات التكنولوجية و ما حققه من تطور رهيب خاصة في مجال الاعلام و التقنيات الحديثة.

* مفهوم التواصل

لُغَةً: مِنْ وَصَلَ الشَّيْءَ وَصْلاً وَصِلَةً، وَالْوَصْلُ ضِدُّ الْهَجْرَانِ، وَالْوُصْلَةُ الْإِتِّصَالُ، وَالْتَّوَاصُلُ ضِدُّ التَّصَارُمِ¹.

و في قاموس المحيط: >> وصل الشيء بالشيء وصلاً وُصْلَةً بالكسر... ووصلك الله بالكسر لغة والشيء إليه وصولاً ووُصْلَةً وُصْلَةً بِلُغَةٍ وانتهى إليه و أُوصلُهُ، و اتصل لم ينقطع²<<.

أما اصطلاحاً فهناك تعريفات عدة، و منها:

- "عملية نقل الأفكار والتجارب، وتبادل المعارف والمشاعر بين الذات والأفراد و الجماعات." ويتضح من هذا التعريف أن الهدف الرئيس من التواصل نقل المعلومات ، وهذا النقل تعوزه أدوات معينة تظهر المعنى، وتبين عن المقصود³.

- "عملية إرسال واستقبال للمعلومات وللأفكار وللآراء(رسالة) بين طرفين (مرسل ومستقبل)" ويلاحظ من هذا الكلام أن عناصر التّواصل الرئيسة ثلاثة :مرسل، ومُستقبل، ورسالة .المرسل من يقوم بتقديم معلومات عن حدث أو موضوع ما، وتمرّ من خلال الحواس، وتفسر بالتوافق مع عدد مرات تكرار تلقيها سابقاً وتفسير أهميتها .أما المتلقي فهو الشخص الذي يستقبل المعلومات من المرسل وقد تكون المعلومات مباشرة، أو يحسّ بها المتلقي و يفسرها .وأما الرسالة فهي حلقة الوصل ما بين المرسل والمستقبل.

- و أيضاً نجد"فولر فيري" يتحدث عن التواصل ويقول : ان التواصل أو الاتصال هو عملية نقل المعنى أو فكرة أو مهارة أو حكمة من شخص لآخر، وهو التعبير عن رسالة تجريدية من خلال الإشارة العادية، والرسائل فيه مقيدة بإشارة معينة، وعلى قوانين تشترك فيها الفرق

¹ ابن منظور، أبو الفضل محمد بن مكر 711 هـ ، لسان العرب، ط 1 ، دار صادر، بيروت.ص362

² محمد مجد ابن يعقوب الفيروز آبادي، القاموس المحيط، دار الجيل، بيروت، 2005 ، 1426، ج 11 ، ص 66

³ حمداوي، جميل، التواصل اللساني والسيميائي والتربوي، ط1 ، مكتبة المتقف، 2015 ، ص6

الكلامية في الحدث التواصل، وهذه القواعد والقوانين تسمح للمراسل تحميل المعنى فقط التزام بقواعد تسمح للمتلقى استرجاع المعنى المقصود في تلك الإشارة¹.

يظهر كلام "فيري" أن التواصل عملية يتفاعل عن طريقها المشتركون في الحدث الكلامي عن طريق رسائل إما كلامية أو عن طريق الإشارات في سياقات اجتماعية معينة، أي يكون فيها التواصل إما عن طريق الألفاظ والكلمات أو بطريقة غير لفظية في شكل رموز وحركات.

* التواصل غير اللفظي

يُعنى به التواصل و إيصال المعلومات أو استقبالها بغير اللغة المنطوقة، ويشتمل على القنوات السلوكية أو التعبيرية، مثل: تعبيرات الوجه، وحركات الجسد، وتنوعات الصوت كما أن التواصل اللفظي يقرأ بحروف اللغة وكلماتها، فإن الجسد كذلك يقرأ من خلال التعابير والإيماءات التي يتخذها، و التي تعكس ما يفكر أو يشعر به الإنسان. وهذه التعابير بعضها فطري تلقائي، وآخر يُكتسب بالتعلم و الملاحظة. فالإيماءات الفطرية هي إيماءات ما قبل اللغة الكلامية، وتبدأ من لحظة الميلاد وحتى السنوات الخمس التالية، و تُعدّ السنة الأولى من حياة الإنسان هي الأهم، إذ يقلد فيها الأطفال الإيماءات قبل تقليدهم للغة المنطوقة. و مما يُحتسب من الإيماءات الفطرية ما أسماه إيكمان (Ekman) بالانفعالات العالمية الستة، وهي ملامح تظهر في الوجه ويشترك البشر في توسمها، وهي: الدهشة، والخوف، و الاشمئزاز، والغضب، والسعادة، والحزن²، وما يؤكد عالمية هذه الملامح أنها فطرية تلقائية أننا نجدها كذلك عند من فقدوا البصر منذ ولدتهم.

- و يعرف ايضا التواصل غير اللفظي هو كل تواصل يتم عن طريق استخدام الإشارات، إما الجسدية أو الرسومات، وغيرها وهو تواصل ذا أهمية كبيرة حيث يستطيع الفرد أن يفصح عما بداخله بمجرد إشارة أو رسمه أو غيرها والتواصل غير اللغوي على علاقة بعلم

¹ مي عبد الله العشي، نظريات الاتصال، ط 1، دار النهضة العربية، لبنان، 2006، ص8

² سلاف شهاب الدين يغمور، التواصل الغير اللفظي في الابانة و التواصل، برنامج ماجستير، جامعة بيرزنت، 2019

السميولوجيا، العلم الذي يدرس العلامة اللغوية وغير اللغوية¹، و لهذا النوع من التواصل دور في المجتمع إذ يقول "دي سوسور" ويمكننا أن نتصور علما موضوعه دراسة حياة الإشارات في المجتمع، مثل هذا العلم يكون جزءا من علم النفس الاجتماعي، وهو بدوره جزء من علم النفس العام، وسأطلق عليه علم الإشارات².

- و يعرف دافيد كيفنر "David Kivner" مدير مركز الدراسات غير اللفظية، الاتصال غير اللفظي ب: عملية إرسال واستقبال رسائل دون كلمات وذلك بواسطة التعبيرات الوجهية والنظرات والإيماءات والهيئة ونبرات الصوت³.

و يمكن تفسير التواصل غير اللفظي ضمن عمليتين تتمثلان في معالجة المعلومات، أي استقبال الرسائل، وفك رموزها، وتفسير دلالتها لتكوين استنتاجات حول نوايا الآخرين، و يُوظف التواصل غير اللفظي لأهداف ثلاثة: الممارسة، والإقناع، أو لتعمية أو الخداع. وترتبط الممارسة بالنوايا والحالات العاطفية الداخلية، وما ينتج عنها من ردات فعل. أما الإقناع، فهو نشاط تلاعب، وأداء متعمد يُعزّز بالتواصل غير اللفظي للتأكيد عليه⁴.

* مفهوم الرموز التعبيرية:

الرموز التعبيرية: (إيموجي / Emoji) هو مصطلح ياباني الأصل ويعني اصطلاحا الصور الرمزية أو الوجوه الضاحكة المستخدم في كتابة الرسائل الإلكترونية اليابانية وصفحات الويب أصل الكلمة هو نحت من كلمتي "E" والتي تعني صورة، و "Moji" التي تعني حرف أو رمز⁵.

¹ أوشرياح جميلة، رميني دليلة، أنماط التواصل غير لغوي في الفايس بوك، مذكرة ماستر، جامعة بجاية، 2017، ص 37

² فردينا ندي سوسور، علم اللغة العام، ترجمة: بوثيل يوسف عزيز، ط 02، دار آفاق عربية، 1970، بغداد، ص 4

³ محمد الأمين موسى، الاتصال غير اللفظي في القرآن الكريم، ط 1، الشارقة 2003، دائرة الثقافة و الإعلام، ص 37

⁴ سلاف شهاب الدين، مرجع سبق ذكره، ص 20

⁵ http : //ar.m.wikipedia . org، تمت زيارة الموقع في 2020/03/03

الرموز التعبيرية عبارة عن أيقونات معبرة عن حالات مختلفة مثل (السرور والحزن والغضب والدهشة) لاستغراب والرضا و الحيرة.... الخ، وكذلك توفير رموز وجمل مختصرة ومعبرة عن شيء يريده المستخدم مثل إرسال رسالة خاصة المستخدم آخر ومصافحته، وإهدائه باقة ورود أو ربما التحرش به بكلمات لإذائه أو صفعه على وجهه... أو مداعبته أو السخرية منه أو إهانته بلباقة أو إطرئه أو تقديره أو الإعجاب به¹.

كما يطلق عليه اسم (السمائز): والتي تعني الابتسامة باللغة الانجليزية ويطلق على هذا الرموز والأيقونات المكونة لهذه اللغة تسمية السمايلز "smileys" أو أيقونات العواطف "Econe d'émotions" أو "E-motions" أي المشاعر الالكترونية، وتعتبر أكثر تداولاً بغض النظر عن الجنسيات واللغات والأقاليم والثقافات المتعددة داخل هذا الفضاء، فهي مفهومة من طرف الكل وكذا المبتدئين في مجال المعلوماتية والوافدين الجدد إلى قارة الفضاء الافتراضي الجديد، ومنها ما يعبر عن تغيرات وحالات انفعالية للأشخاص والتي يمكن تصويرها على وجه اصغر أو بألوان أخرى وهي تقلبات مزاجية تتطابق مع تلك التي تمر بالأفراد أو منها ما تعبر عن حيوانات ومواقف حياتية كرتونية ساخرة².

و مما سبق ذكره فإن الرموز التعبيرية هي مؤشرات غير لغوية و غير منطوقة لها عد دلالات مختلفة و تختلف معانيها مع اختلافها الكبير حيث تؤدي هدفها في التواصل و تعطي انعكاسا على مستخدميها

* نشأة الرموز التعبيرية :

تم إنشاء الرموز التعبيرية الأولى في 1998 بواسطة ["شيجتاكا كوريتا"](#)، الذي كان جزءاً من الفريق الذي كان يعمل على النظام الأساسي [NTT DoCoMo i-mode](#) [بإنترنت المحمول](#). تم إنشاء المجموعة الأولى من الرموز التعبيرية (172) 12×12 بكسل كجزء من

¹ نوال قلقول ، لغة التواصل الالكتروني عبر الشبكة الاجتماعية فيسبوك ، مذكر ماستر في علوم الاعلام و الاتصال ،

جامعة مسيلة ، 2016، ص16

² نوال قلقول، نفس مرجع، ص 17

مميزات إرسال الرسائل لـ i-mode للمساعدة على تسهيل الاتصال الإلكتروني ولتكون بمثابة ميزة ذات طابع مميز عن الخدمات الأخرى. ومع ذلك، في عام 1997، أدرك [نيكولاس لوفراني](#) التطور في استخدام [رموز الشفرة القياسية الأمريكية لتبادل المعلومات](#) خلال التقنية المتنقلة وبدأ في اختبار الوجوه [المبتسمة المتحركة](#) بهدف إنشاء رموزاً ملونة تتوافق مع رموز الشفرة القياسية الأمريكية لتبادل المعلومات المصنوعة من علامات الترقيم العادية، لتعزيزها للحصول على استخدام أكثر تفاعلاً بشكل رقمي. وعلى هذا، أنشأ لوفراني الرموز الرسومية الأولى وقام بتجميع قاموس مصطلحات تعبيرية عبر الإنترنت المصنف إلى فئات - كلاسيكيات وتعابير مزاجية وأعلام واحتفالات والمرح والرياضة والطقس والحيوانات والطعام والأمم والمهن والكواكب ودائرة الأبراج والأطفال وتم تسجيل تلك التصميمات أول مرة عام 1997 في [مكتب حقوق الطبع والنشر بالولايات المتحدة](#) ثم نشر هذه الرموز كملفات بتنسيق [جي آي إف](#) على [الويب](#) في عام 1998، لتصبح الرموز الرسومية الأولى المستخدمة الأولى في التقنية على الإطلاق. في عام 2000 توفر دليل التعبيرات الذي وضعه لوفراني للمستخدمين للتنزيل على الهواتف المحمولة على الإنترنت خلال موقع ويب [smileydictionary.com](#) الذي جمع أكثر من 1000 رمزاً رسومياً مبتسماً وإصدارات الشفرة القياسية الأمريكية لتبادل المعلومات. تم نشر هذا الدليل نفسه في عام 2002 في كتاب بواسطة [مربوط](#) يسمى Dico Smileys. في عام 2001 شركة [سميلي](#) بدأت ترخيص الحقوق للرموز الرسومية الخاصة بلوفراني ليتم استخدامها لتنزيلات الهواتف المحمولة عن طريق مجموعة متنوعة من شركات الاتصالات المختلفة بما في ذلك Nokia و Motorola و Samsung.¹

* خصائص الرموز التعبيرية:

تتميز الرموز التعبيرية بعدد من الخصائص الأمر لذي ساهم في انتشار هذه الرموز في التواصل بين مستخدمين الفيس بوك من بينها:

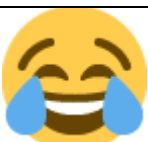
¹ <https://www.arageek.com/tech/emoji-story> تمت الزيارة في 2020/03/03

- تجسيد المعاني والأفكار و المشاعر
- تؤكد المعنى وتقوي الرسالة
- تضيف سمات و ملامح تعبيرية على النص
- تتجاوز المعنى اللغوي المباشر

تصنيف الرموز التعبيرية:

هناك أنواع كثيرة من الرموز التعبيرية غير اللفظية المستخدمة بين المستخدمين في شبكة الفيس بوك وقد اخترنا الرموز الأكثر استخداما وحاولنا تقسيمها وفق المعايير التالية:

- 1- رموز تعبيرية ذات الوجوه المتعددة الملامح
 - 2- رموز سفر وأماكن.
 - 3- رموز الطبيعة والحيوانات
 - 4- رموز ذات النشاطات المختلفة.
- رموز تعبيرية ذات الوجوه المتعددة الملامح:

Emoji	نص عادي	معنى
	😊	وجه مبتسم
	😊	وجه مبتسم وأعين مبتسمة
	😂	وجه عليه دموع فرح
	😊	وجه مبتسم بفم مفتوح
	😊	وجه مبتسم بفم مفتوح وأعين مبتسمة
		يضحك متقلباً على الأرض
	😓	وجه مبتسم بفم مفتوح وعرق بارد
	😏	وجه مبتسم بفم مفتوح وأعين مغلقة بشدة
	😇	وجه مبتسم يعلوه هالة
	😌	وجه بغمزة

		وجه مبتسم بأعين مبتسمة
		وجه بابتسامة خفيفة
		وجه مقلوب
		وجه مبتسم مع الخجل
		وجه يستلذ بطعام لذيذ
		وجه عابس
		وجه مبتسم وأعين على شكل قلب
		وجه مبتسم بثلاثة قلوب
		وجه يطرح قبلات
		وجه يبعث قبلة
		وجه يطرح قبلات بأعين مبتسمة
		وجه يبعث قبلات بأعين مغلقة

		وجه مهرج
		وجه بلسان متدل مع غمزة
		وجه بلسان متدل وأعين مغلقة بشدة
		وجه بلسان متدل
		وجه بفمه نقود
		وجه مبتسم مع نظارة شمس
		وجه ذكي
		وجه بنظارة لعين واحدة
		وجه غاضب
		وجه غاضب بعلامة على الفم

رموز السفر و اماكن:

Emoji	نص عادي	معنى
		سيارة
		مركبة استجمام
		سيارة أجرة
		ريكشا أوتوماتيكي
		حافلة
		حافلة ترولي
		سيارة سباق
		سيارة شرطة
		سيارة إسعاف
		سيارة إطفاء
		حافلة صغيرة

Emoji	نص عادي	معنى
		شاحنة توصيل
		لوري شبه مقطورة
		جرار
		دراجة سباق نارفة
		زلاجة بمحرك
		دراجة
		كرسف مآحرك بموآور
		كرسف مآحرك فدوف
		سكوآر صغفر
		لوح آزلآ
		إضاءة سفارات شرطة مآآددة
		سفارة شرطة عن قرب

		قطار سريع
		قطار سريع بوجه محدب
		نقل خفيف
		قطار جبلي
		جرار بخار
		قطار
		مترو
		ترام
		محطة
		هليكوبتر
		طائرة صغيرة
		طائرة

		مغادرة الطائرة
		طائرة قادمة
		مظلة
		الكعبة
		برج طوكيو

رموز حيوانات و طبيعة :

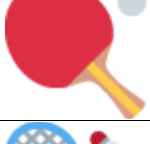
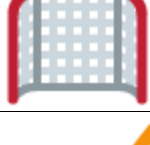
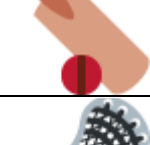
Emoji	نص عادي	معنى الرمز
		وجه كلب
		وجه قطة
		وجه فأر
		وجه همستر
		وجه أرنب
		وجه دب
		تميمة الدب تيدي
		وجه باندا
		دب الكوال
		وجه نمر
		وجه الأسد

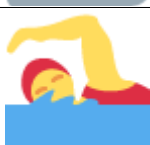
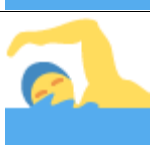
Emoji	نص عادي	معنى الرمز
		وجه البقرة
		وجه ضفدع
		وجه قرد
		قرد بحجب عينيه
		قرد يحجب أذنيه
		قرد يحجب كلامه
		قرد
		غوريلا
		دجاجة
		بطريق
		طائر
		كتكوت

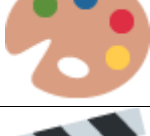
Emoji	نص عادي	معنى الرمز
		كتكوت خارج البيضة
		كتكوت يظهر بوجهه
		وجه ذئب
		وجه ثعلب

رموز ذات النشاطات المختلفة:

		كرة القدم
		كرة سلة وطوق
		كرة قدم أمريكية
		بيسبول
		لعبة الكرة اللينة
		مضرب تنس وكرة

		الكرة الطائرة
		كرة راجبي
		بيلياردو
		قرص طائر
		مضرب تنس طاولة وكرة
		مضرب تنس الريشة والريشة
		مرمى رياضة الهوكي
		عصا هوكي الجليد والقرص
		عصا الهوكي وكرة
		مقبض كريكت وكرة
		لاعب كروس
		حجر جرانيت

		بيسبول
		قوس وسهم
		صنارة صيد وسمكة
		قناع غوص
		قفاز ملاكمة
		زِيُّ الفنون القتالية
		حذاء تزلج
		امراة سباحة
		رجل سباح
		سباح
		امراة تلعب كرة الماء
		شخص يلعب كرة الماء

	♂ □	رجل يلعب كرة الماء
	♀ □	امرأة تجدف بقارب
		زورق تجديف
	♂ □	رجل يجدف بالقارب
		سباق خيول
	♀ □	امرأة تقود دراجة
		الوان و رسم
		كلاكيت
		ميكروفون
		سماعة رأس
		سكور موسيقي
		بيانو

		طبله
		ساكسفون
		آلة النفخ
		قيتار
		بانجو
		كمان
		النرد
		جيجسو
		بيدق الشطرج
		إصابة هدف

رموز أخرى:

		قلب أحمر غامق
		قلب برتقالي
		قلب أصفر
		قلب أخضر
		قلب أزرق
		قلب أرجواني
		قلب بني
		قلب أسود
		قلب أبيض

		قلب مكسور
		علامة تعجب على شكل قلب
		قلبان
		قلب دوار
	DZ	علم الجزائر
	Ir	علم العراق
	PS	علم فلسطين

الإطار التطبيقي

البيانات شخصية لأفراد العينة:

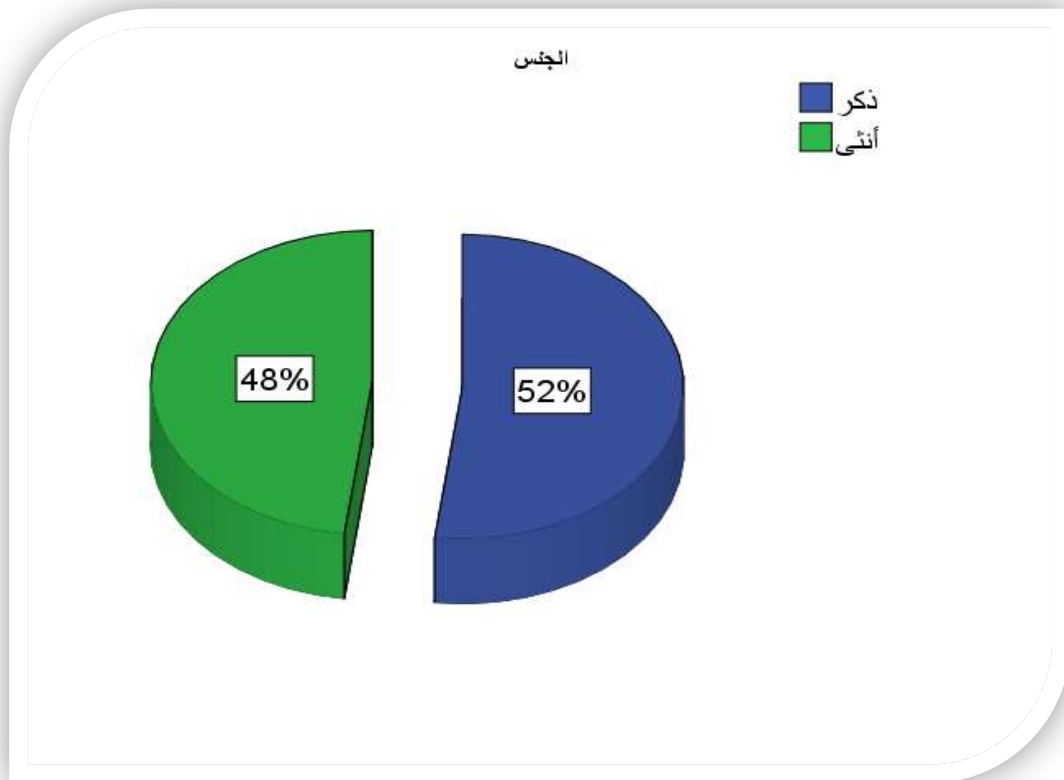
الجدول رقم 01: الجنس.

النسبة %	التكرار	البديل
52%	52	ذكر
48%	48	أنثى
100%	100	المجموع

قراءة و تحليل الجدول:

نلاحظ أن عدد التكرارات الإجمالي 100 منها 52 ذكر و 48 إناث وبالنسبة المئوية تتراوح ب 52% عن الذكور وب48% عن الإناث.

يفسر إرتفاع نسبة الذكور مقارنة بالإناث في اهتمامهم بمواقع التواصل الاجتماعي هو الفراغ و اللجوء إلى هذه المواقع لكسر حالة الملل، او لأغراض العمل ومتابعة الأخبار و التسويق و الترفيه.



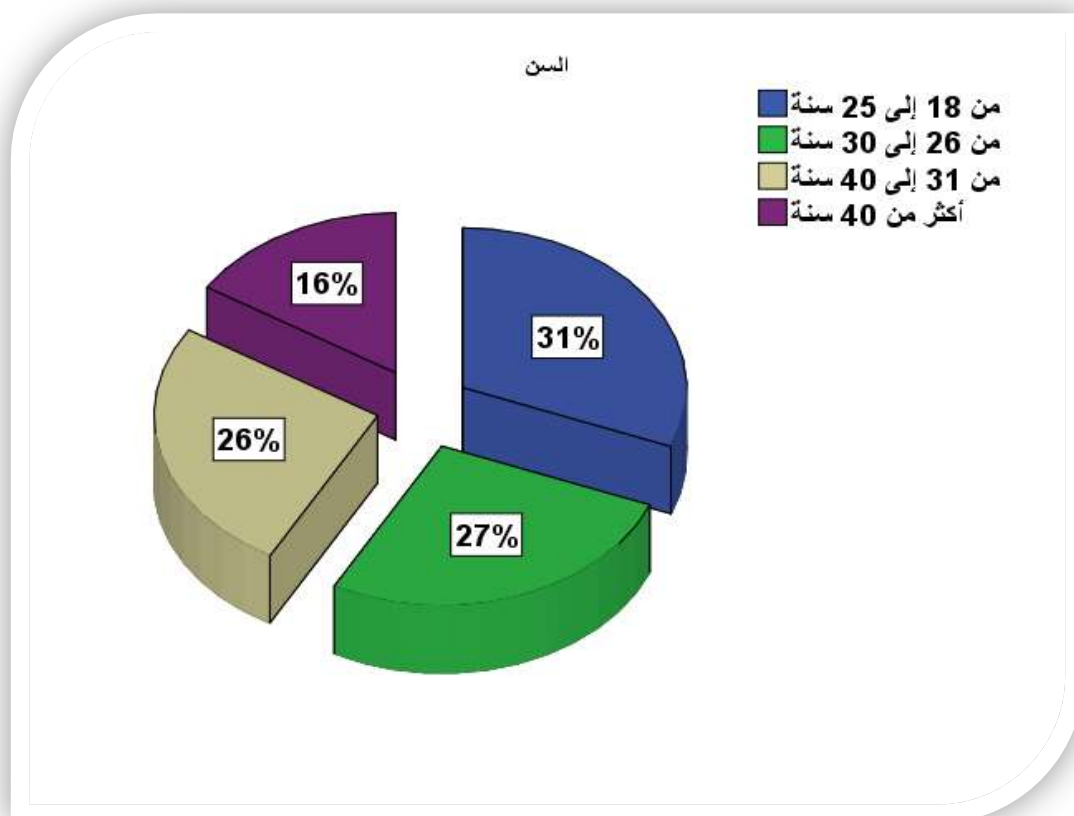
الجدول رقم 02: السن.

النسبة %	التكرار	
31%	31	من 18 إلى 25 سنة
27%	27	من 26 إلى 30 سنة
26%	26	من 31 إلى 40 سنة
16%	16	أكثر من 40 سنة
100%	100	المجموع

قراءة و تحليل الجدول:

يوضح الجدول السن لدى أفراد العينة حيث نلاحظ هناك تقارب في النسب بين الفئات العمرية حيث أن الفئة من (18 إلى 25 سنة) ويشكلون نسبة 31% أما فئة من (26 إلى 30 سنة) ويشكلون نسبة 27% وفئة من (31 إلى 40 سنة) ويشكلون نسبة 26% وفئة أكثر من 40 سنة يشكلون نسبة 16%.

يفسر هذا بأن الفئة من 18 إلى 25 سنة هي الأكثر استخداماً لموقع التواصل الاجتماعي، وعلى رأسها الفيس بوك وهذا لأنها الفئة التي تمثل الشباب في أتم حيويته ونشاط هو المهتم بالنظر لتعدد الخدمات التي يقدمها هذا النوع الجديد من التقنيات الحديثة والذي يلبي رغباتهم.

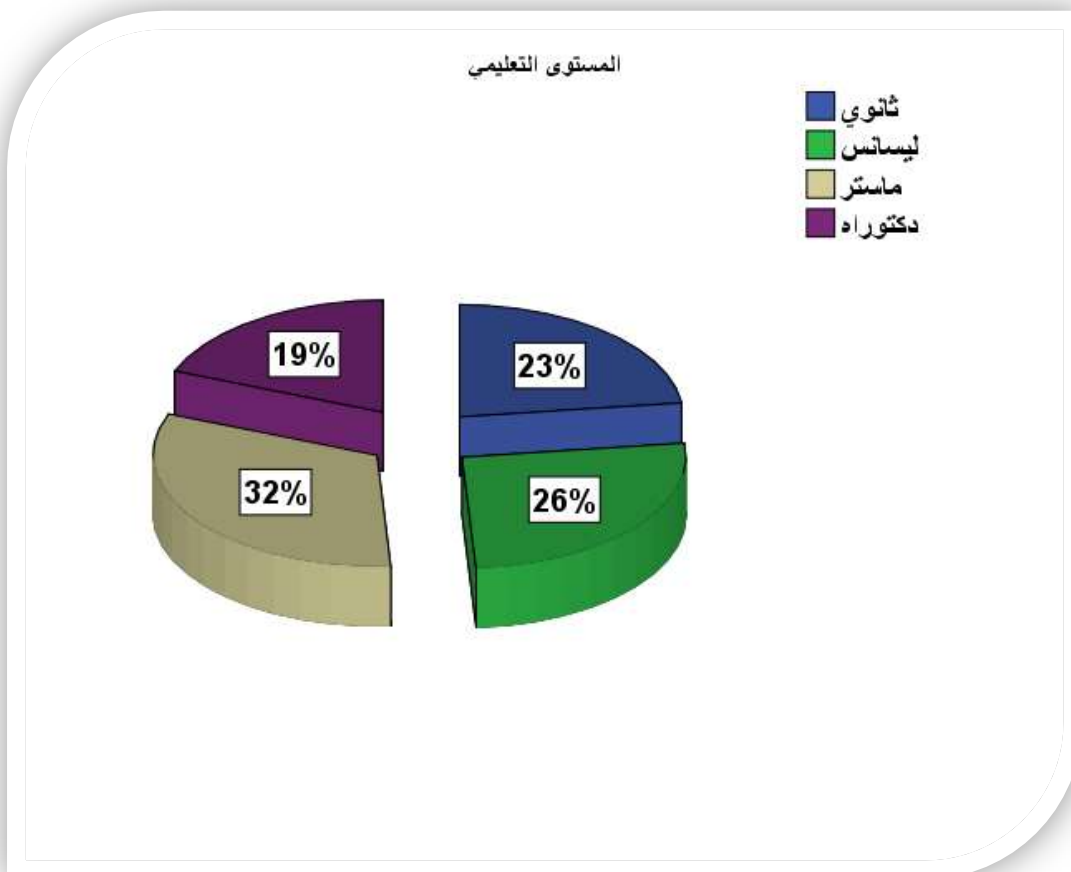


الجدول رقم 03: المستوى التعليمي.

النسبة %	التكرار	المستوى التعليمي
23%	23	ثانوي
26%	26	ليسانس
32%	32	ماستر
19%	19	دكتوراه
100%	100	المجموع

قراءة و تحليل الجدول:

يوضح الجدول المستوى التعليمي لدى أفراد العينة حيث نلاحظ هناك تباين في النسب بين المستويات التعليمية حيث أن فئة الماستر يشكلون نسبة 32% أما فئة ليسانس يشكلون نسبة 26% وفئة الثانوي يشكلون نسبة 23% بينما فئة دكتوراه يشكلون نسبة 19%. ويرجع سبب ارتفاع فئة المستوى الجامعي بالنسبة لمتابعتهم للفيس بوك لأنهم يمتلكون الوعي الثقافي، يعتمدون على الفيس بوك في البحث العلمي والتواصل مع زملائهم.



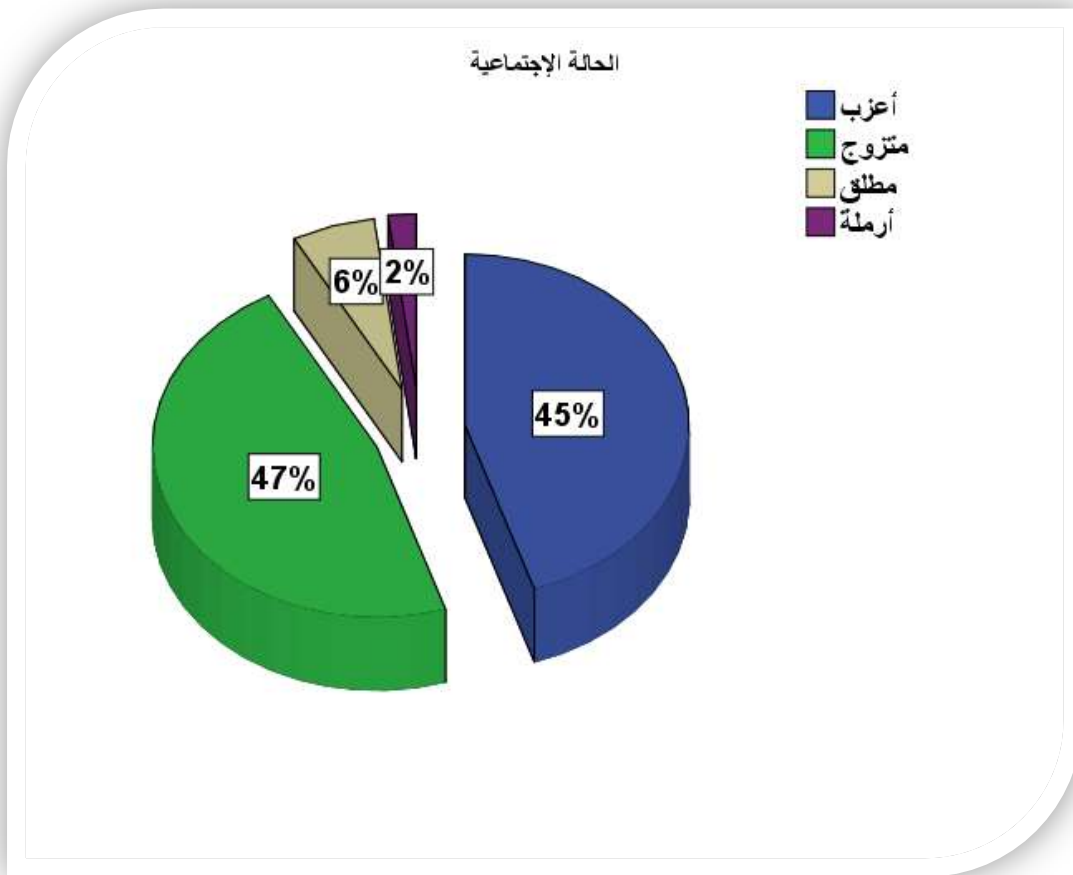
الجدول رقم 04: الحالة الاجتماعية.

النسبة %	التكرار	الحالة الاجتماعية
45%	45	أعزب
47%	47	متزوج
6%	6	مطلق
2%	2	أرملة
100%	100	المجموع

قراءة و تحليل الجدول:

يوضح الجدول الحالة الاجتماعية لدى أفراد العينة حيث نلاحظ أن فئة المتزوجين يشكلون نسبة 47% وفئة العزاب يشكلون نسبة 45% أما فئة المطلقين يشكلون نسبة 6% وفئة الأرامل يشكلون نسبة 2%.

لعل هذه النتيجة يمكن تفسيرها بأنه عدد الحالات الاجتماعية الفرق الكبير في مستخدمي التواصل الاجتماعي.



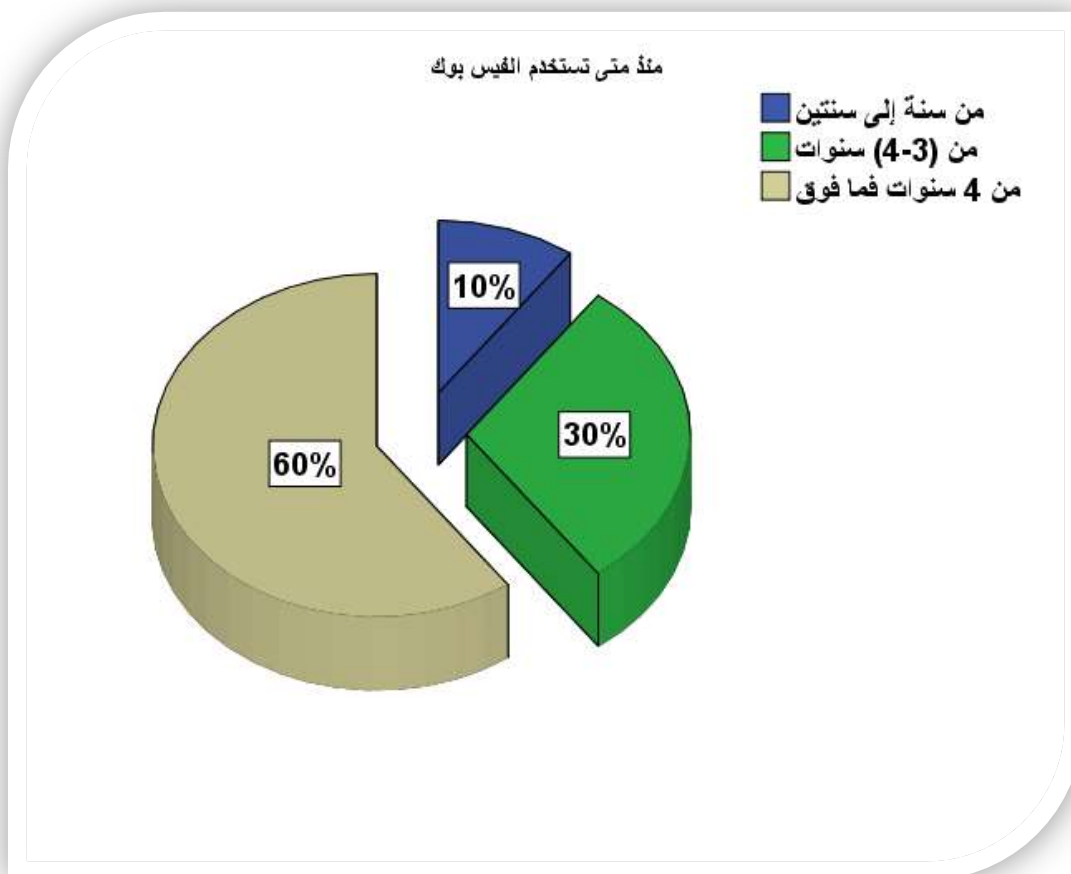
الجدول رقم 05: عدد سنوات استخدام الفيس بوك.

النسبة %	التكرار	البديل
10%	10	من سنة إلى سنتين
30%	30	من 3 إلى 4 سنوات
60%	60	أكثر من 4 سنوات
100%	100	المجموع

قراءة و تحليل الجدول:

يوضح الجدول عدد سنوات استخدام الفيس بوك لدى أفراد العينة حيث نلاحظ أن الفئة من 4 سنوات فما فوق و يشكلون نسبة 60% أما الفئة (من 3 إلى 4 سنوات) ويشكلون نسبة 30% والفئة من سنة إلى سنتين يشكلون نسبة 10%.

يفسر ذلك أن الشباب في تزايد مستمر لاستخدام هذه المواقع من سنة إلى أخرى، خاصة الفيس بوك نظرا للأدوار الخدماتية في مجال التواصل، وكذا الخصائص التي يتميز بها من صور و فيديو مما يجعله يستميل العديد من الشباب إليه.



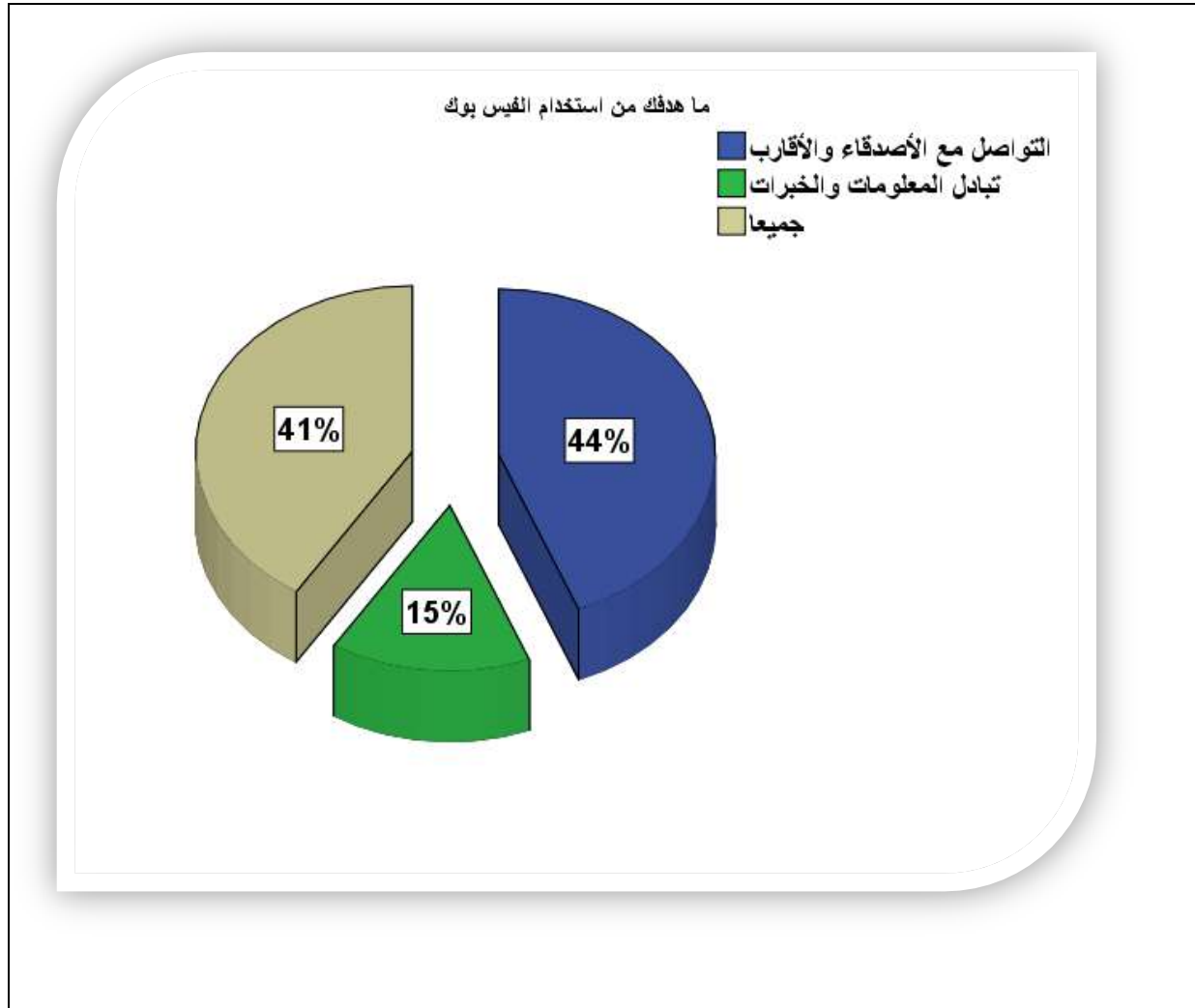
الجدول رقم 06: الهدف من استخدام الفيس بوك.

النسبة %	التكرار	
44%	44	التواصل مع الأصدقاء والأقارب
15%	15	تبادل المعلومات و الخبرات
00%	00	التسلية و تمضية الوقت
41%	41	جميعا
100%	100	المجموع

قراءة و تحليل الجدول:

يوضح الجدول الهدف من استخدام الفيس بوك لدى أفراد العينة حيث نلاحظ الفئة التي هدفها التواصل مع الأصدقاء والأقارب يشكلون نسبة 44% والفئة التي تجمع جميع الأهداف السابقة يشكلون نسبة 41%، أما فئة التي هدفها تبادل المعلومات والخبرات يشكلون نسبة 15% وفئة التي هدفها التسلية وتمضية الوقت منعدمة.

من خلال إجابات أفراد العينة والذين يجمعون على أن الهدف من استخدام الفيس بوك هو التواصل مع الأصدقاء و الأقارب ونحاول تفسير نتائج النسب راجع للتواصل مع الأشخاص التي تربطهم علاقات اجتماعية.



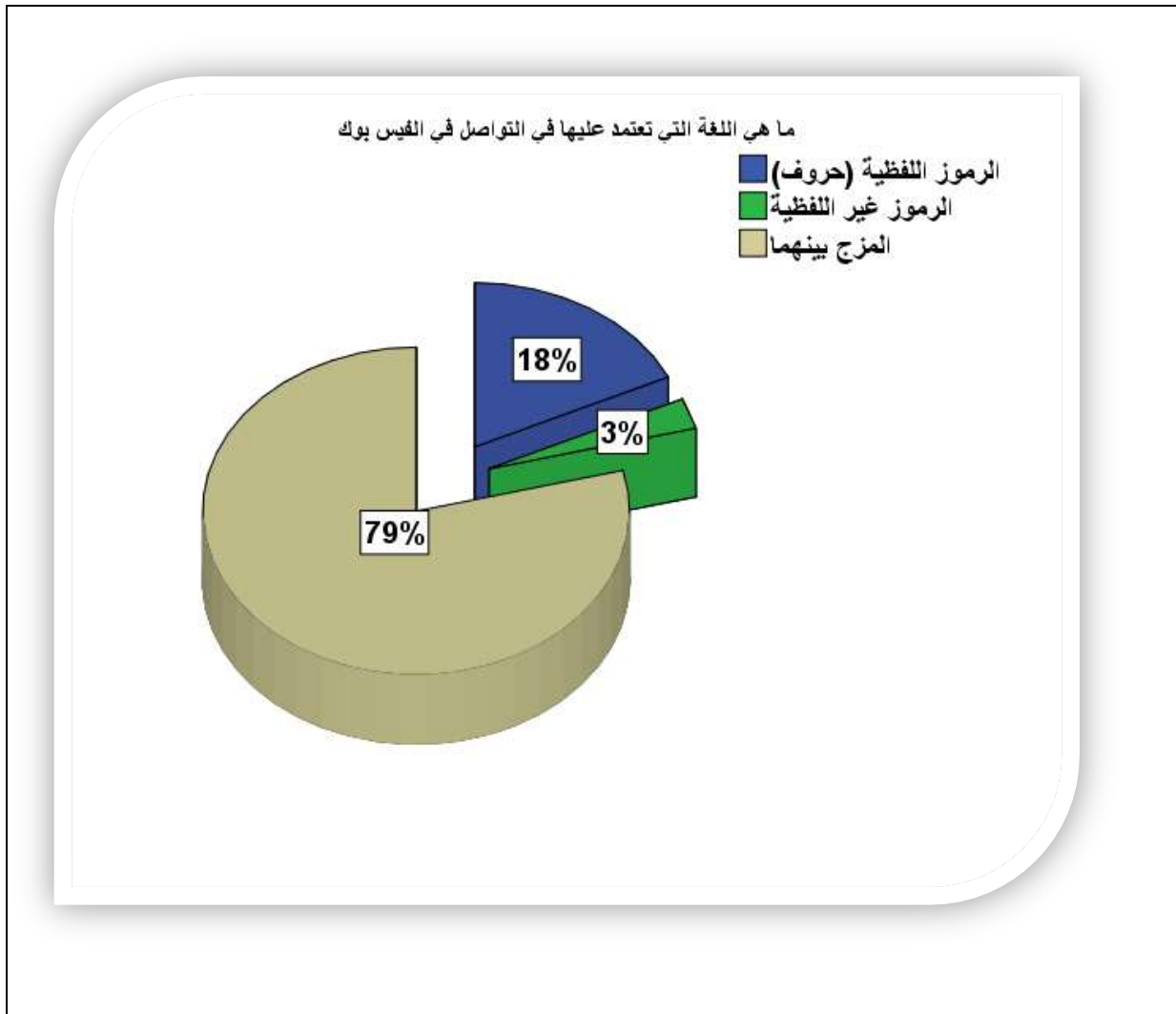
الجدول رقم 07: اللغة المعتمدة عليها في التواصل عبر الفيس بوك.

النسبة %	التكرار	البديل
18%	18	الرموز اللفظية (الحروف)
3%	3	الرموز غير اللفظية
79%	79	المزج بينهما
100%	100	المجموع

قراءة و تحليل الجدول:

يوضح الجدول اللغة المعتمد عليها في التواصل في الفيس بوك لدى أفراد العينة حيث نلاحظ أن الفئة المعتمدة على المزج بين الحروف اللفظية وغير اللفظية ويشكلون نسبة 79% بينما الفئة المعتمدة على الرموز اللفظية (حروف) ويشكلون نسبة 18% أما الفئة المعتمدة على الرموز غير اللفظية ويشكلون نسبة 3%.

ويفسر هذا بأن أغلب الشباب يعتمدون على المزج بين الرموز اللفظية و الغير اللفظية، لأنها تساعد على توضيح المعنى أكثر.

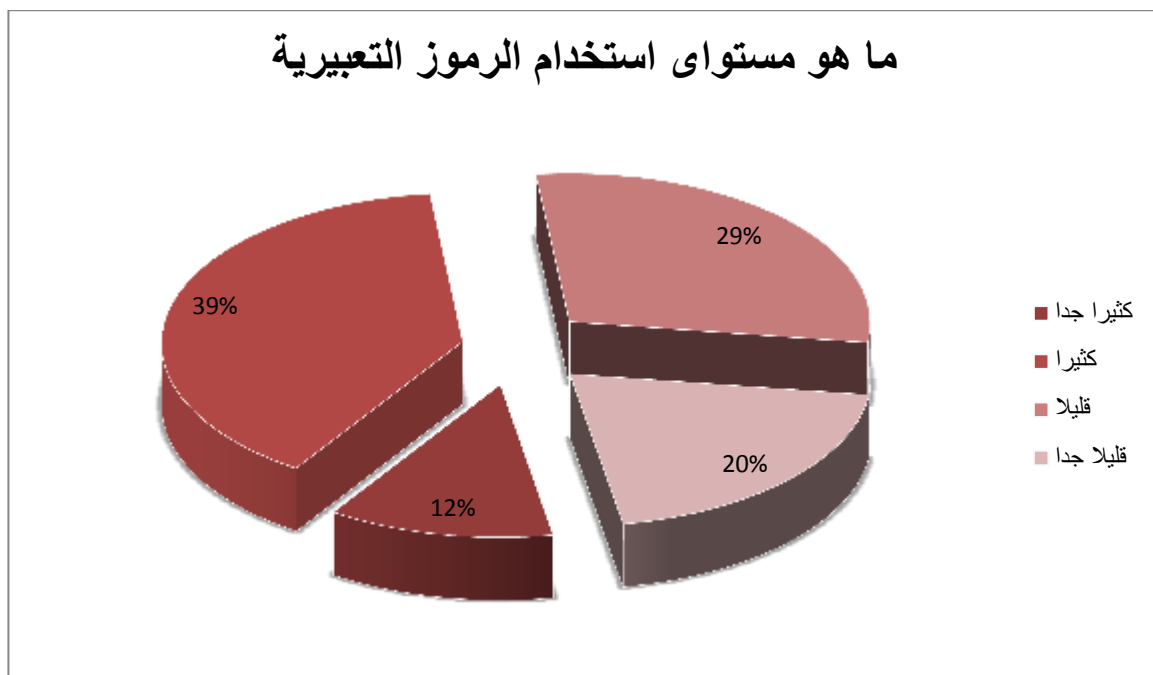


الجدول رقم 08: مستوى استخدام الرموز التعبيرية.

النسبة %	التكرار	البديل
12%	12	كثيرا جدا
39%	39	كثيرا
29%	29	قليل
20%	20	قليل جدا
100%	100	المجموع

قراءة و تحليل الجدول:

يوضح الجدول مستوى استخدام الرموز التعبيرية لدى أفراد العينة حيث نلاحظ أن الفئة كثيرا يشكلون نسبة 39% أما فئة قليل يشكلون نسبة 29% وفئة قليل جدا يشكلون نسبة 20% بينما الفئة كثيرا جدا في استخدامه يشكلون نسبة 12%. من خلال إجابات أفراد العينة يظهر لنا أن أغلب أفراد العينة يعتمدون على الرموز التعبيرية ، وهذا لكون هذه الرموز تساعدهم في كسب الجهد والوقت، على الرغم من أن هناك فئة لا بأس بها لا تعتمد على هذه الرموز.



الجدول رقم 09: طبيعة الرموز التعبيرية المستخدمة.

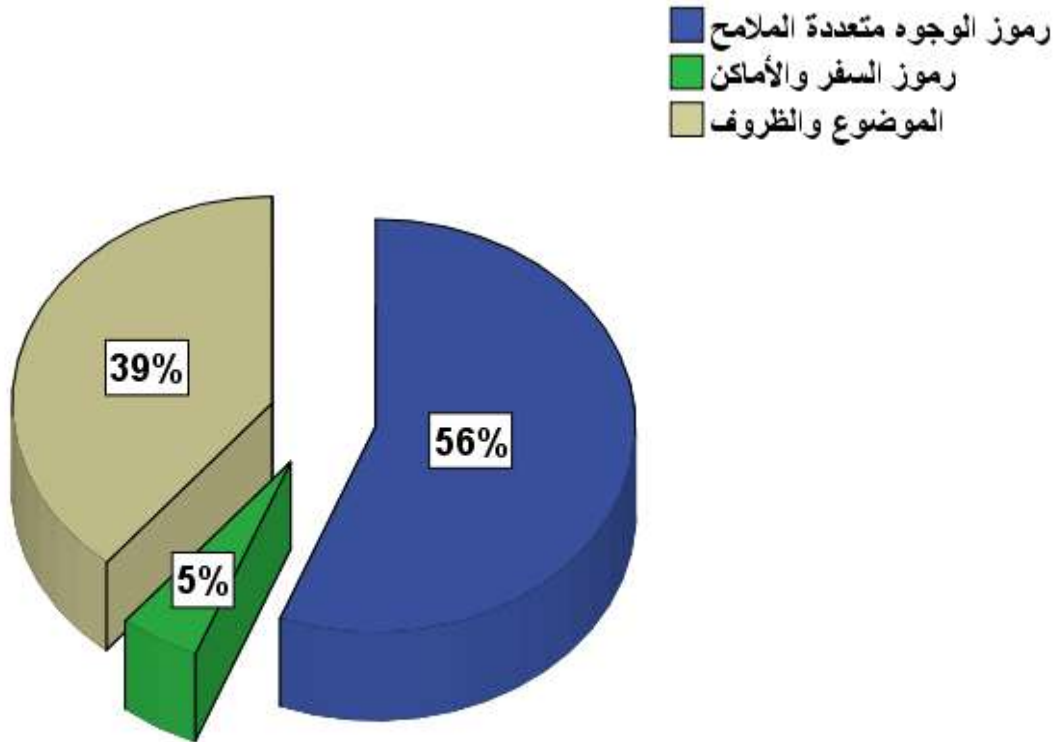
النسبة %	التكرار	البديل
56%	56	رموز الوجوه متعددة الملامح
5%	5	رموز السفر و الأماكن
00%	00	رموز الطبيعة والحيوانات
00%	00	رموز النشاطات المختلفة
39%	39	الموضوع و الظروف
100%	100	المجموع

قراءة وتحليل الجدول:

يوضح الجدول طبيعة الرموز التعبيرية المستخدمة لدى أفراد العينة حيث نلاحظ أن الفئة رموز الوجوه متعددة الملامح يشكلون نسبة 56% وفئة الموضوع والظروف يشكلون نسبة 39% أما فئة رموز السفر والأماكن يشكلون نسبة 5% وفئة رموز الطبيعة والحيوانات وفئة رموز النشاطات المختلفة منعدمة.

لعل هذه النتيجة يمكن تفسيرها بأنه فئة رموز الوجوه متعددة الملامح أكثر استخداماً بالنسبة للرموز التعبيرية لأنها تقرب الشخص المتواصل معه إلى الواقع ويحس المستخدم بأنه يتكلم بشكل مباشر مع الشخص المتواصل معه، لأن الاتصال عن طريق ملامح الوجه أو الرموز متعددة الملامح هو أقرب إلى مسمى الاتصال الشخصي.

ما هي طبيعة الرموز التعبيرية التي تستخدمها

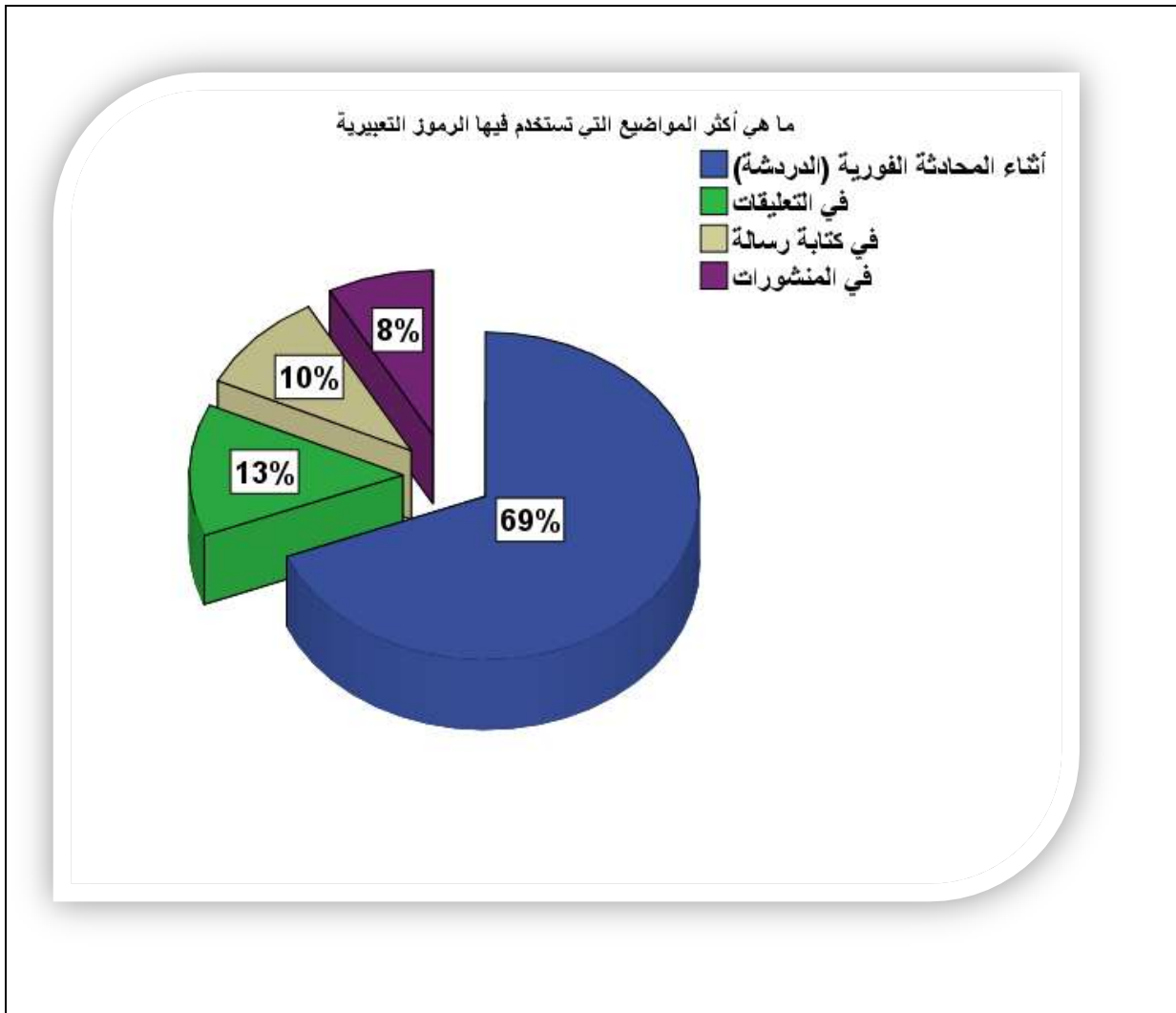


الجدول رقم 10: أكثر المواضيع التي تستخدم فيها الرموز التعبيرية.

النسبة %	التكرار	البديل
69%	69	أثناء المحادثة الفورية (الردشة)
13%	13	في التعليقات
10%	10	في كتابة رسالة
8%	8	في المنشورات
100%	100	المجموع

قراءة وتحليل الجدول:

يوضح الجدول أكثر المواضيع التي تستخدم فيها الرموز التعبيرية لدى أفراد العينة حيث نلاحظ أن الفئة أثناء المحادثة الفورية (الدرشة) يشكلون نسبة 69% أما فئة في التعليقات يشكلون نسبة 13% وفئة في كتابة رسالة يشكلون نسبة 10% وفئة في المنشورات يشكلون نسبة 8%. يمكن إرجاع سبب استخدام الرموز التعبيرية في المحادثة الفورية (الدرشة) بين الشباب لأن الدردشة هي أكثر الوظائف التواصلية الممارسة على مواقع التواصل الاجتماعي و أنها مناسبة أثناء التواصل مع الآخر الذي يكون من ثقافة مختلفة.



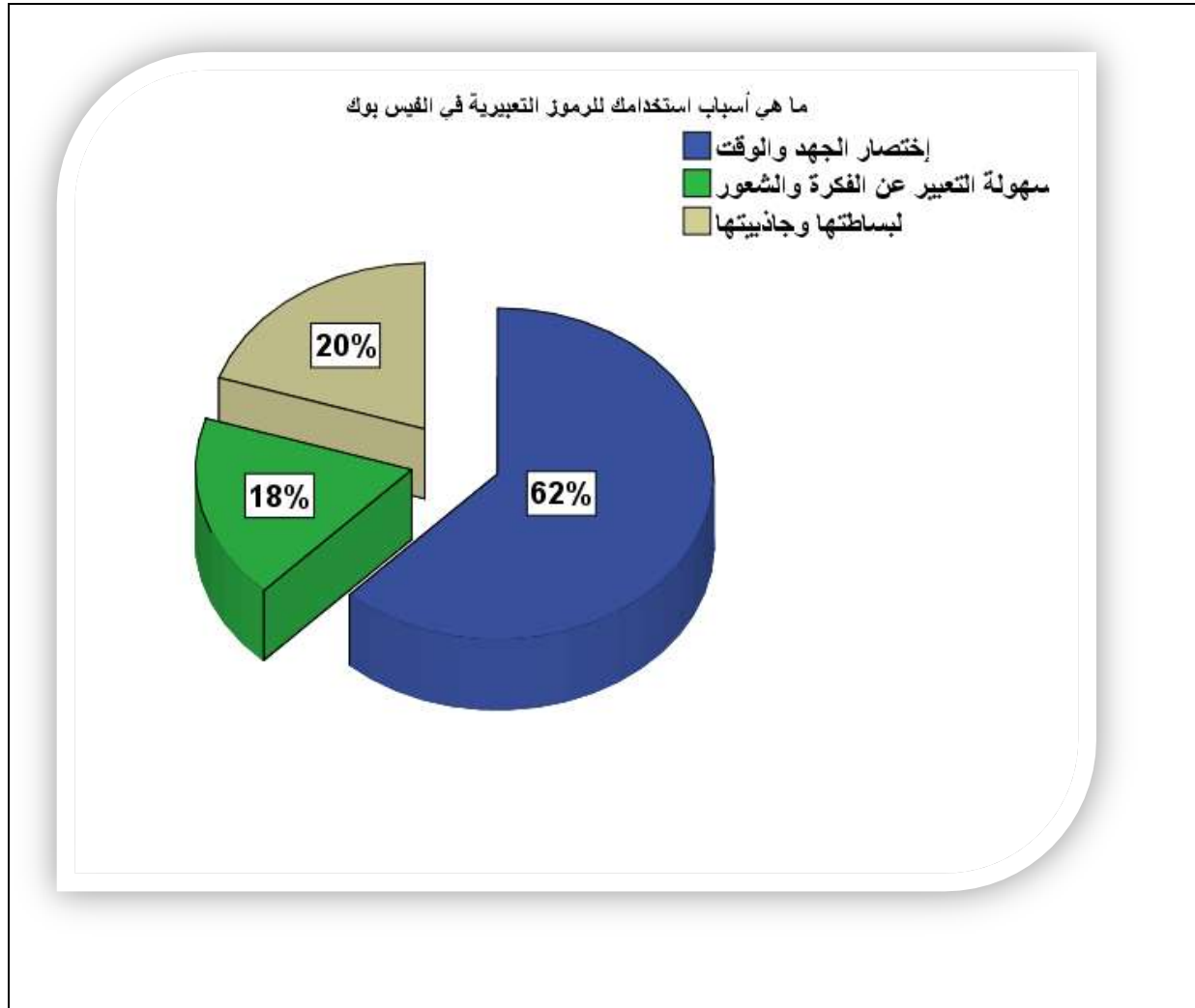
الجدول رقم 11: أسباب استخدام الرموز التعبيرية في الفيس بوك.

النسبة %	التكرار	البديل
62%	62	اختصار الجهد و الوقت
18%	18	سهولة التعبير عن الفكرة و الشعور
20%	20	لبساطتها و جاذبيتها
00%	00	أخرى
100%	100	المجموع

قراءة وتحليل الجدول:

يوضح الجدول أسباب استخدام الرموز التعبيرية في الفيس بوك لدى أفراد العينة حيث نلاحظ أن الفئة اختصار الجهد والوقت ويشكلون نسبة 62% وفئة لبساطتها وجاذبيتها ويشكلون نسبة 20% أما فئة سهولة التعبير عن الفكرة والشعور ويشكلون نسبة 18% وفئة أخرى منعدم عددهم.

ونحاول تفسير هذه النتائج أن من أهم أسباب استخدام الرموز التعبيرية في الفيس بوك هو اختصار الجهد والوقت وسهولة التعبير عن المشاعر و الأفكار التي تعجز الكلمات عن قولها.



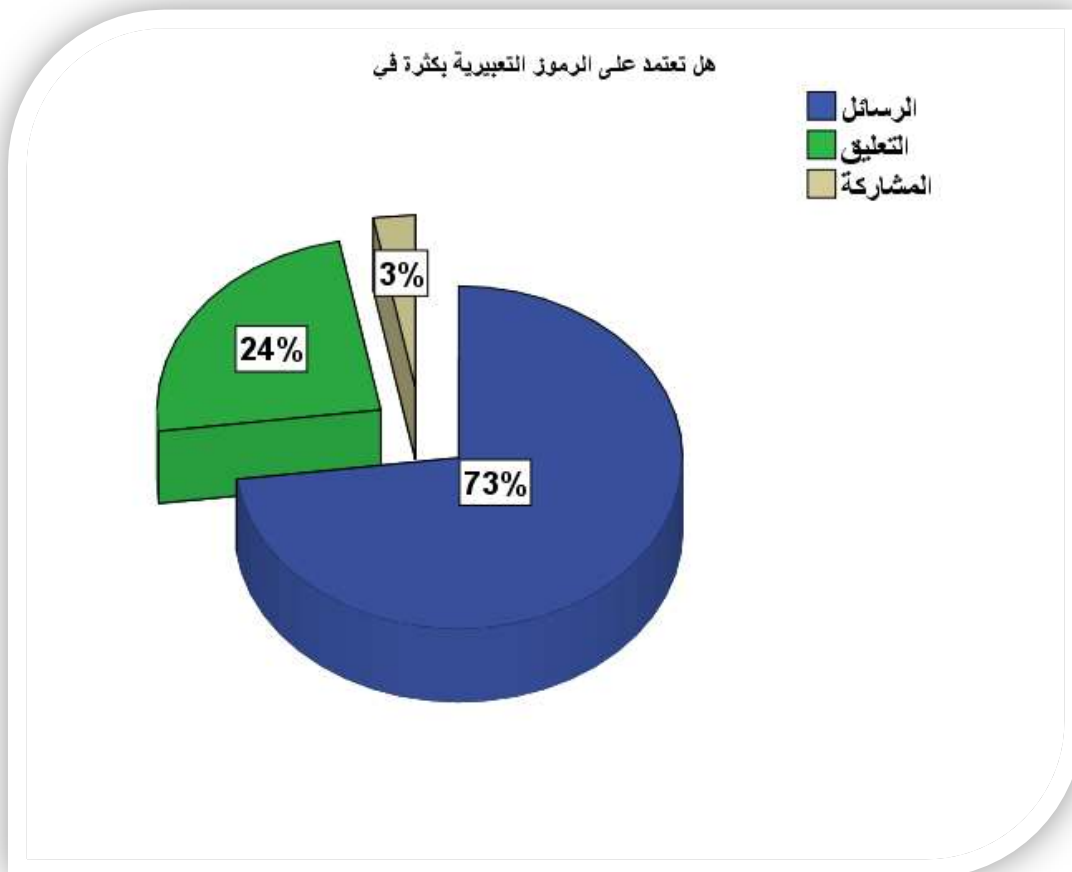
الجدول رقم 12: الاعتماد بكثرة على الرموز التعبيرية.

النسبة %	التكرار	البديل
73%	73	الرسائل
24%	24	التعليق
3%	3	المشاركة
100%	100	المجموع

قراءة وتحليل الجدول:

يوضح الجدول الاعتماد بكثرة على الرموز التعبيرية لدى أفراد العينة حيث نلاحظ أن الفئة الرسائل ويشكلون نسبة 73% أما فئة التعليق ويشكلون نسبة 24% وفئة المشاركة ويشكلون نسبة 3% .

ونستنتج من خلال النتائج أن الفئة الأكثر استخداما للرموز التعبيرية هي فئة التي تعتمد على الرسائل.



الجدول رقم 13: الحاجات التي تحققها الرموز التعبيرية.

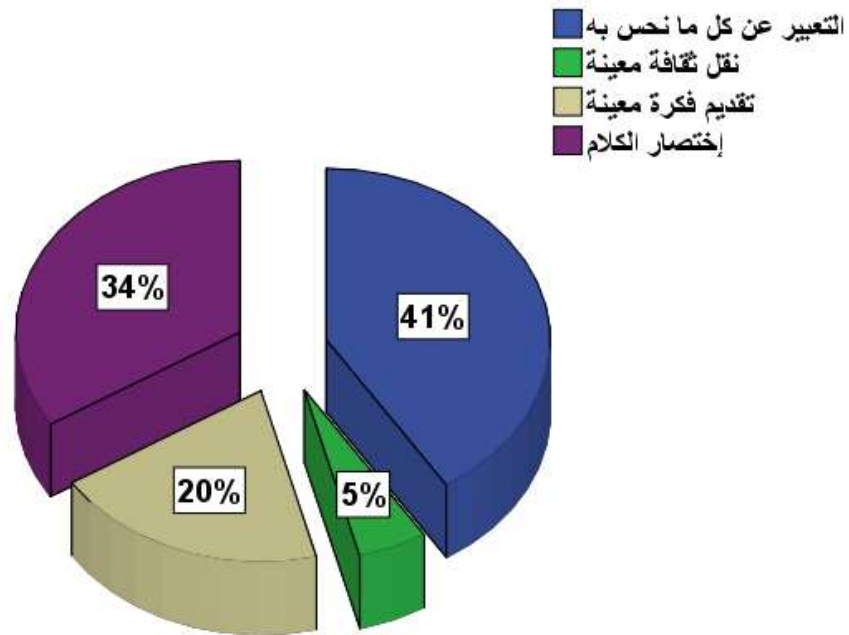
النسبة %	التكرار	البديل
41%	41	التعبير عن كلما نحسبه
5%	5	نقل ثقافة معينة
20%	20	تقديم فكرة معينة
34%	34	اختصار الكلام
00%	00	بلاغة التعبير
100%	100	المجموع

قراءة و تحليل الجدول:

يوضح الجدول الحاجات التي تحققها الرموز التعبيرية لدى أفراد العينة حيث نلاحظ أن الفئة التعبير عن كل ما نحس به ويشكلون نسبة 41% وفئة اختصار الكلام يشكلون نسبة 34% وفئة تقديم فكرة معينة ويشكلون نسبة 20% أما فئة نقل ثقافة معينة ويشكلون نسبة 5% وفئة بلاغة التعبير ومنعدم عددهم.

ونفسر هذا أن الفئة التي تستخدم الرموز التعبيرية لاختصارها للجهد في الكتابة، فهي توصل المعنى دون الحاجة لكتابة العديد من الكلمات، كما أنها تستخدم لنقل المشاعر و الأحاسيس التي قد تعجز الكلمات عن إيصالها بشكل صحيح.

ما هي الحاجات التي تحققها لك الرموز التعبيرية



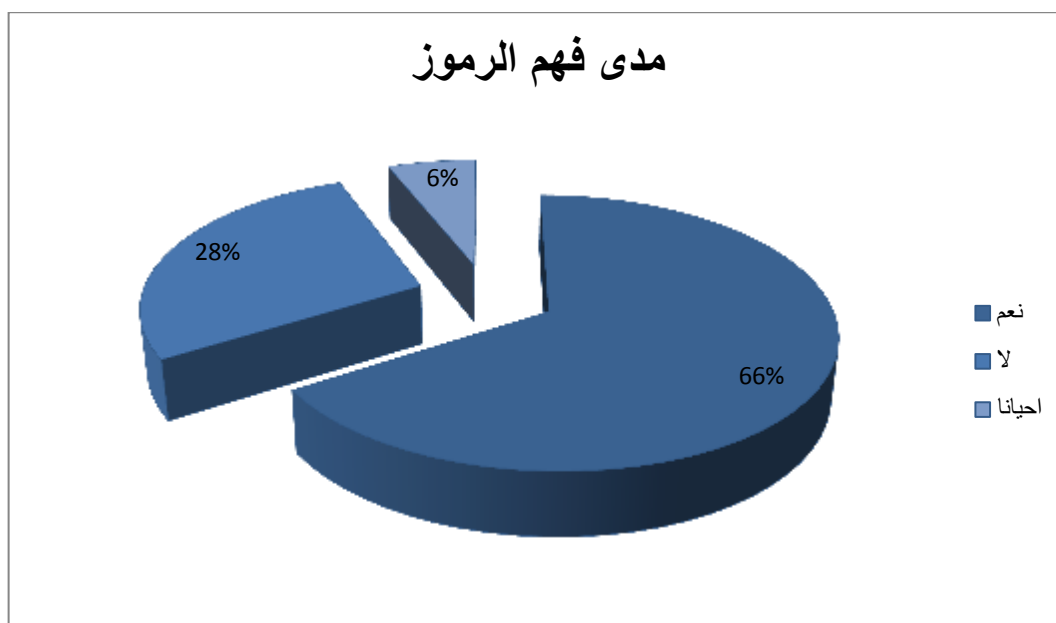
الجدول رقم 14: مدى فهم معنى الرموز.

النسبة %	التكرار			
%66	35	وضوحها	نعم بلغ هذا راجع إلى حالة الإجابة	نعم
	29	نقلها لتعابير الوجه بشكل صحيح		
	2	أخرى		
%28	6	عدم اختيارك للرمز المناسب بسبب عدم فهمك معناه	لا بلغ هذا راجع إلى حالة الإجابة بلا فهذا راجع	لا
	10	عدم فهم المتلقي للرمز المرسل		
	12	في كل مرة يمكن أن يكون أحد السببين أو كلاهما مع بعض		
	00	أخرى		
%6	6	//	أحيانا	
%100	100		المجموع	

قراءة وتحليل الجدول:

يوضح الجدول مدى فهم معنى الرموز حيث نلاحظ أن الفئة التي عبرت بنعم يشكلون نسبة 66%، و الفئة التي عبرت ب لا يشكلون نسبة 28% وأما الفئة التي عبرت ب أحيانا يشكلون نسبة 6%.

ونفسر من نتائج الجدول أن الرموز التعبيرية سهلة الفهم، ولها شعبية كبيرة في الاستخدام بين الشباب وهذا لجاذبيتها.



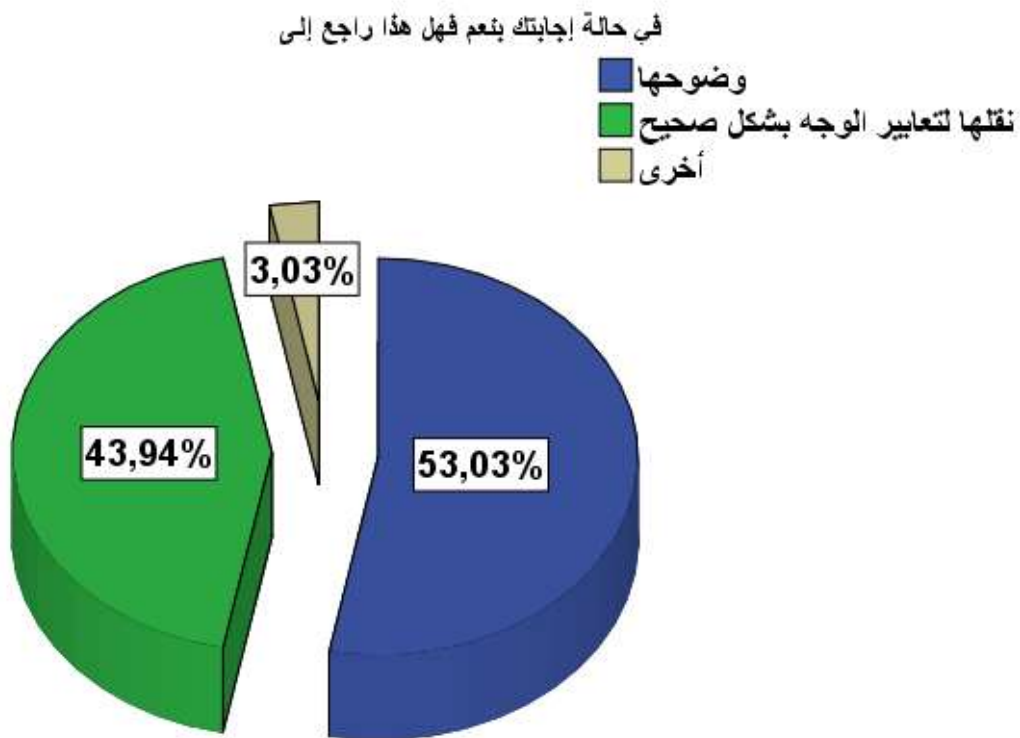
الجدول رقم 15: في حالة إجابتك بنعم فهل هذا راجع إلى:

النسبة %	التكرار	البديل
53.03%	35	وضوحها
43.94%	29	نقلها لتعابير الوجه بشكل صحيح
3.03%	2	أخرى
100%	66	المجموع

قراءة وتحليل الجدول:

يتضح من خلال الجدول أعلاه أن نسبة عالية من الشباب 53.03% من مجموع أفراد العينة يفهمون هذه الرموز لوضوحها، في حين هناك من يستخدمها لنقل تعابير الوجه بشكل صحيح حيث قدرت ب 43,94%، ونسبة قليلة جدا من يستخدمها لأسباب أخرى.

ونفس ذلك أن الشباب المتصفح للفيس بوك عندما ترسل إليهم رموز تعبيرية فهم يفهمون معناها لوضوحها دون الحاجة إلى التعبير عنها برموز لفظية، فهي واضحة و بسيطة مختصرة و معبرة.



الجدول رقم 16: في حالة إجابتك بلا فهل هذا راجع إلى.

النسبة %	التكرار	البديل
18.75%	6	عدم اختيارك للرمز المناسب بسبب عدم فهمك لمعناه
37.5%	12	عدم فهم المتلقي للرمز المرسل
43.75%	14	في كل مرة يمكن أن يكون أحد السببين أو كلاهما مع بعض
100%	32	المجموع

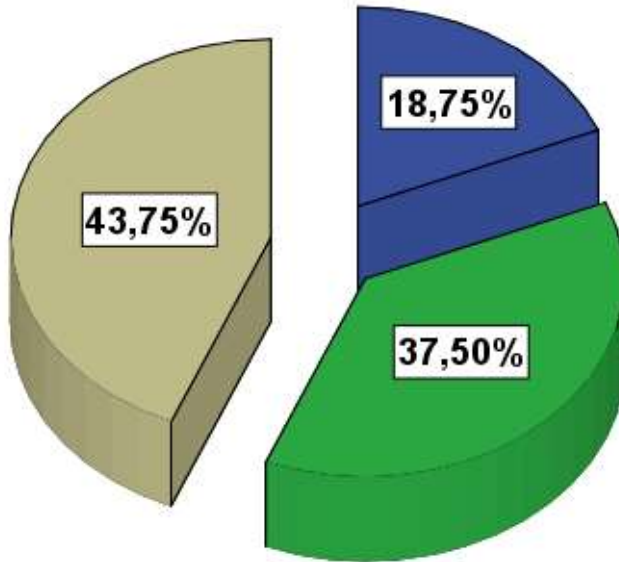
قراءة وتحليل الجدول:

يوضح جدول في حالة الإجابة ب لا حيث نلاحظ أن فئة في كل مرة يمكن أن يكون أحد السببين أو كلاهما مع بعض يشكلون نسبة 43.75% و فئة عدم فهم المتلقي للرمز المرسل يشكلون نسبة 37.5%، أما فئة عدم اختيارك للرمز المناسب بسبب عدم فهمك لمعناه يشكلون نسبة 18.75%.

ويفسر من خلال الجدول أن النسبة التي كانت إجابتها ب لا قليلة وذلك لعدم اختيار الرمز المناسب أو لصعوبة فهم المتلقي الرمز المرسل إليه.

في حالة إجابتك بلا فهل هذا راجع إلى

- عدم اختيارك للرمز المناسب بسبب عدم فهمك لمعناه
- عدم فهم المتلقي للرمز المرسل
- في كل مرة يمكن أن يكون أحد السببين أو كلاهما مع بعض



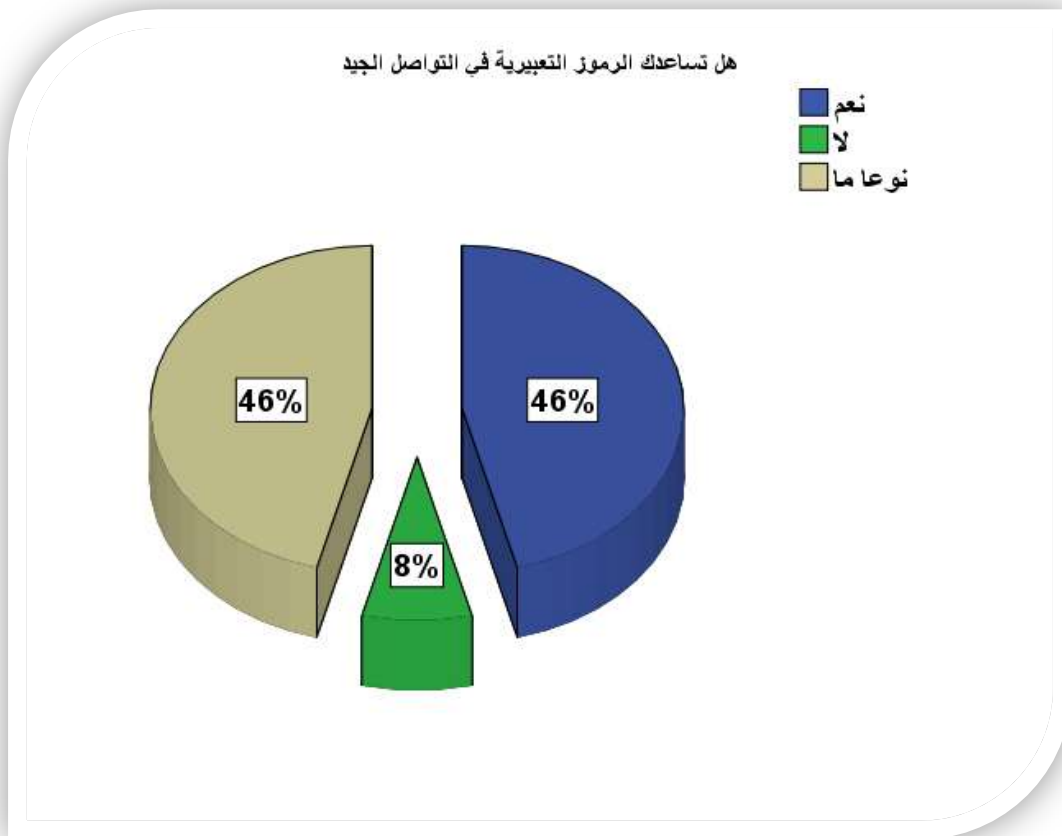
الجدول رقم 17: مدى مساهمة الرموز التعبيرية في التواصل الجيد.

النسبة %	التكرار	البديل
46%	46	نعم
8%	8	لا
46%	46	نوعا ما
100%	100	المجموع

قراءة وتحليل الجدول:

يوضح الجدول دور الرموز التعبيرية في التواصل الجيد لدى أفراد العينة حيث نلاحظ أن الفئة التي عبرت بنعم ويشكلون نسبة 46% وفئة التي ب نوعا ما ويشكلون نسبة 46% أما فئة التي أجابت ب لا ويشكلون نسبة 8%.

ونستنتج من خلال هذه النتائج أن دور الرموز التعبيرية في التواصل الجيد من خلال إجابات أفراد العينة يمكن أن نخلص إلى أن للرموز التعبيرية دور كبير في خلق جودة للتواصل بين الأفراد.

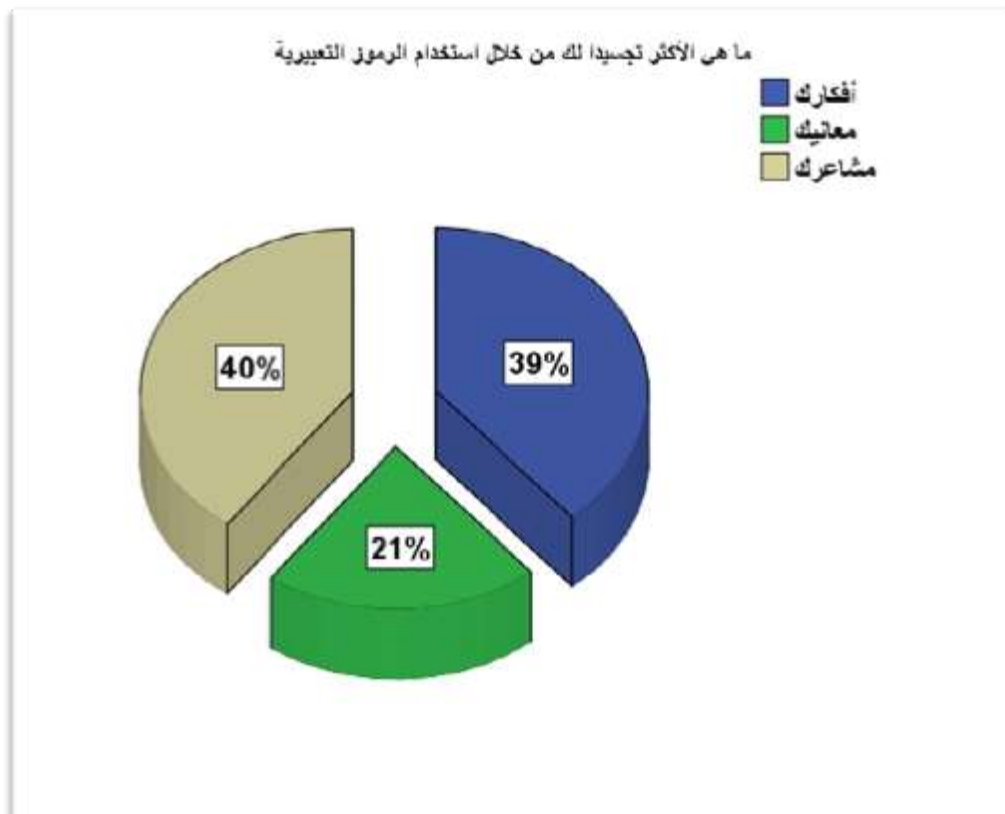


الجدول رقم 18: ما يتم تجسيده من خلال استخدام الرموز التعبيرية.

النسبة %	التكرار	البديل
39%	39	أفكارك
21%	21	معانيك
40%	40	مشاعرك
00%	00	أخرى
100%	100	المجموع

قراءة وتحليل الجدول:

يوضح الجدول ما يتم تجسيده من خلال استخدام الرموز التعبيرية لدى أفراد العينة حيث نلاحظ أن الفئة التي عبرت بمشاعرها ويشكلون نسبة 40% و الفئة التي عبرت بأفكارها ويشكلون نسبة 39% أما الفئة التي عبرت بمعاني هو يشكلون نسبة 21%. ونستخلص من خلال نتائج ما يتم تجسيده من خلال استخدام الرموز التعبيرية يكون غالبا في التعبير عن المشاعر والأفكار.



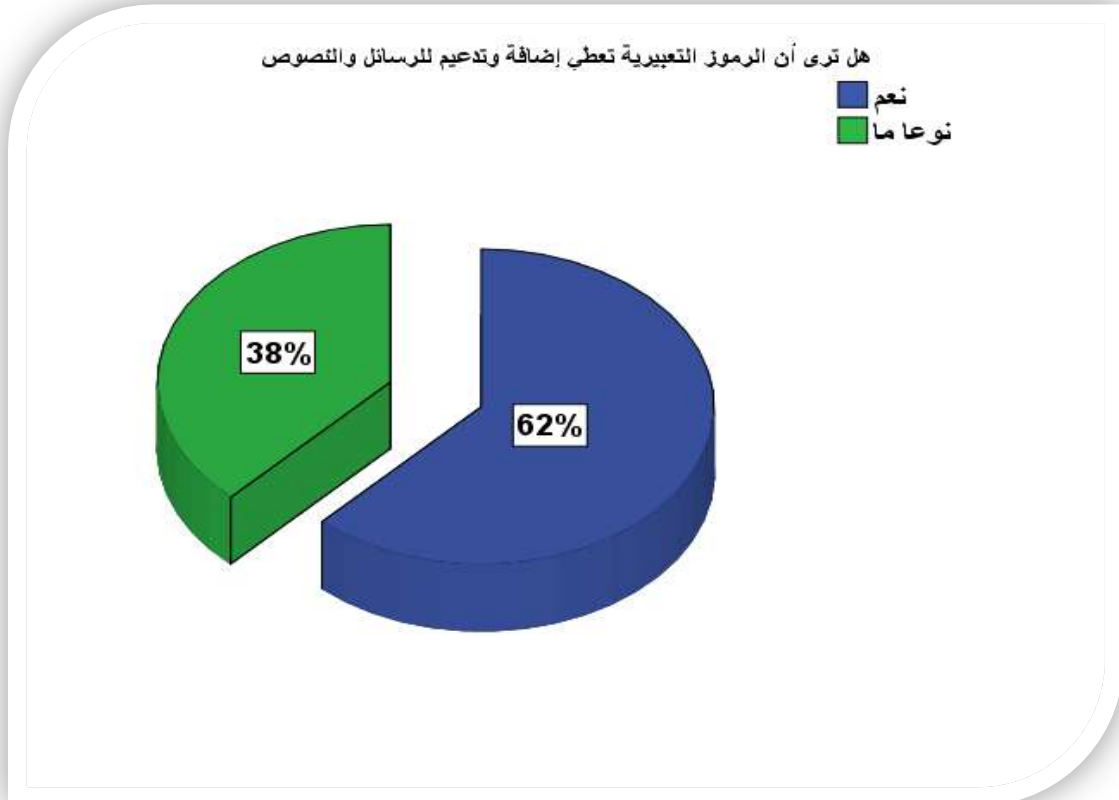
الجدول رقم 19: مدى دعم الرموز التعبيرية للرسائل والنصوص.

النسبة %	التكرار	البديل
62%	62	نعم
00%	00	لا
38%	38	نوعا ما
100%	100	المجموع

قراءة وتحليل الجدول:

يوضح الجدول مدى دعم الرموز التعبيرية للرسائل والنصوص لدى أفراد العينة حيث نلاحظ أن الفئة التي عبرت بنعم ويشكلون نسبة 62% أما فئة التي عبرت ب لا منعدمة وفئة التي عبرت ب نوعا ما ويشكلون نسبة 38%.

ونستنتج من خلال النتائج أن نسبة كبيرة تستخدم الرموز التعبيرية للرسائل والنصوص كإضافة إلى المعنى الحرفي فهناك صور تعبيرية عن المشاعر و الأفكار.



الجدول رقم 20: أكثر المجالات التي تستخدم فيها الرموز التعبيرية.

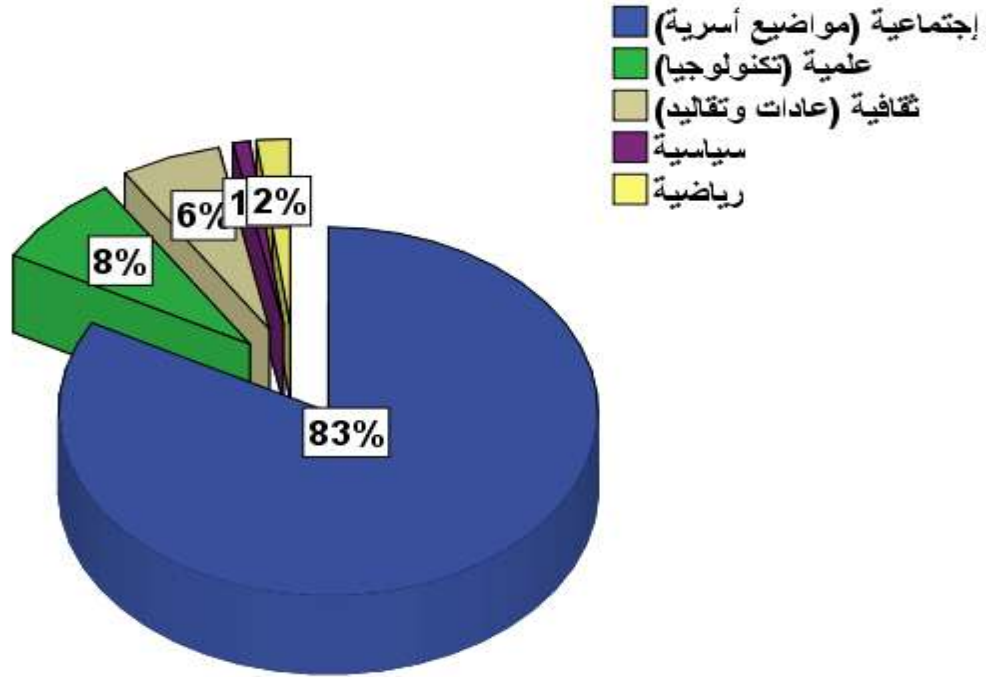
النسبة %	التكرار	البديل
83%	83	اجتماعية (مواضيع أسرية)
8%	8	علمية (تكنولوجيا)
6%	6	ثقافية (عادات و تقاليد)
1%	1	سياسية
2%	2	رياضية
100%	100	المجموع

قراءة وتحليل الجدول:

يوضح الجدول أكثر المجالات التي تستخدم فيها الرموز التعبيرية لدى أفراد العينة حيث نلاحظ أن الفئة ذات المواضيع الاجتماعية (الأسرية) ويشكلون نسبة 83% أما فئة ذات المواضيع علمية (التكنولوجيا) ويشكلون نسبة 8% وفئة ذات المواضيع ثقافية (العادات والتقاليد) ويشكلون نسبة 6% وفئة ذات المواضيع الرياضية ويشكلون نسبة 2% وفئة ذات المواضيع السياسية ويشكلون نسبة 1%.

ونستنتج من خلال النتائج أن المجال الأكثر استخداما فيه الرموز التعبيرية هو المجال الاجتماعي الأسري بنسبة كبيرة بسبب ضيق الوقت والدرشة الآنية مع العديد من الأفراد وتأتي مجالات الأخرى بنسب متفاوتة.

ما هي أكثر المجالات التي تستعمل فيها الرموز التعبيرية



الجدول رقم 21: مدى تحقيق الرموز التعبيرية لغرض استخدامها.

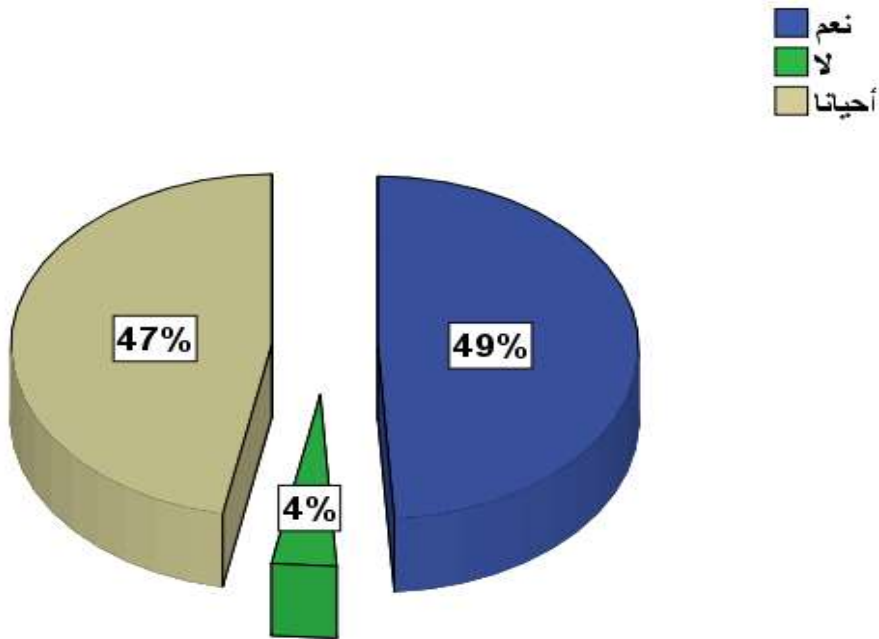
النسبة %	التكرار	البديل
49%	49	نعم
4%	4	لا
47%	47	أحيانا
100%	100	المجموع

قراءة وتحليل الجدول:

يوضح الجدول تحقيق الرموز التعبيرية لغرض استخدامها لدى أفراد العينة حيث نلاحظ أن الفئة التي عبرت بنعم يشكلون نسبة 49% والفئة التي عبرت ب أحيانا يشكلون نسبة 47% أما الفئة التي عبرت ب لا يشكلون نسبة 4%.

ونستنتج من خلال النتائج أن نسبة كبيرة من المستخدم بين تحقق الرموز التعبيرية لغرض استخدامها لاعتبارها أداة تواصلية لما تتوفر عليها من سمات و خصائص تميزها عن اللغة اللفظية، خاصة ما يتعلق باختصار الجهد وسهولة التعبير عن الفكرة.

هل تحقق هذه الرموز الغرض من استخدامها



الجدول رقم 22: الاعتماد على الرموز التعبيرية.

النسبة %	التكرار	البديل
25%	25	دائما
75%	75	أحيانا فقط حسب الحاجة
100%	100	المجموع

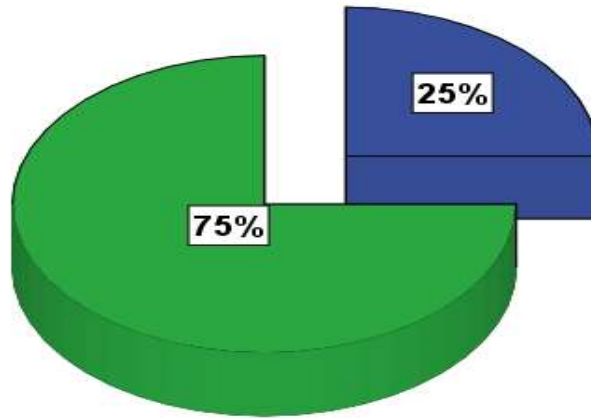
قراءة و تحليل الجدول:

يوضح الجدول الاعتماد على الرموز التعبيرية لدى أفراد العينة حيث نلاحظ أن الفئة التي عبرت بأحيانا فقط حسب الحاجة ويشكلون نسبة 75% أما الفئة التي دائمة الاعتماد ويشكلون نسبة 25% .

ويفسر ذلك أن الرموز التعبيرية لا يمكن الاعتماد عليها بشكل كلي في التواصل في الفيس بوك بل يتم اللجوء إليها أحيانا فقط حسب الحاجة، خاصة إذا كان في مواضع اتصالية لم يجد التعبير عنها عن طريق استخدام الرموز اللفظية، كما يمكن تدعيم النص المكتوب ببعض الرموز التي يعجز المتصفح للفيس بوك أن يعبر عنها.

هل تعتمد على الرموز التعبيرية بشكل

دائم
أحيانا فقط حسب الحاجة



الجدول رقم 23: الرموز التعبيرية وعلاقتها بلغة الحروف.

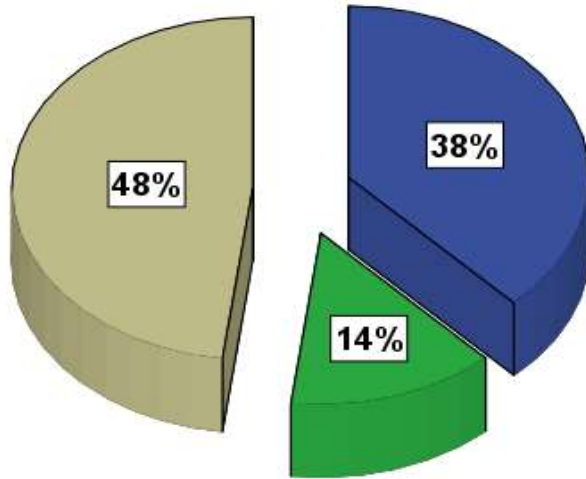
النسبة %	التكرار	البديل
38%	38	نعم
14%	14	لا
48%	48	نوعا ما
100%	100	المجموع

قراءة وتحليل الجدول:

يوضح الجدول الرموز التعبيرية وعلاقتها بلغة الحروف لدى أفراد العينة حيث نلاحظ أن الفئة التي عبرت ب نوعا ما يشكلون نسبة 48% والفئة التي عبرت بنعم يشكلون نسبة 38% أما الفئة التي عبرت ب لا و يشكلون نسبة 14%.
و نستنتج من خلال نتائج الرموز التعبيرية وعلاقتها بلغة الحروف أن نوعا ما تستخدم هذه الرموز التعبيرية لتدعيم لغة الحروف.

هل تعتقد أن الرموز التعبيرية مكملّة للغة الحروف

نعم
لا
نوعاً ما



الجدول رقم 24: إيصال الفكرة بين الرموز التعبيرية ولغة الحروف.

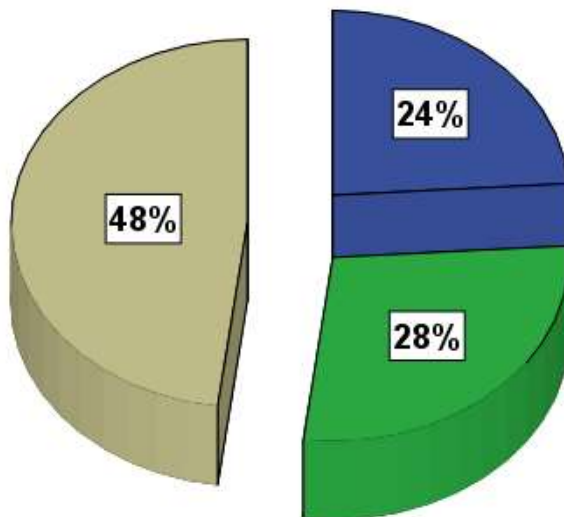
النسبة %	التكرار	البديل
24%	24	نعم
28%	28	لا
48%	48	أحياناً
100%	100	المجموع

قراءة وتحليل الجدول:

يوضح الجدول مدى إيصال الفكرة بين الرموز التعبيرية ولغة الحروف لدى أفراد العينة حيث نلاحظ أن الفئة التي عبرت ب أحيانا يشكلون نسبة 48% أما الفئة التي عبرت ب لا يشكلون نسبة 28% والفئة التي عبرت بنعم يشكلون نسبة 24%. ونستنتج من خلال نتائج الجدول أحيانا ما تكون الرموز التعبيرية أحسن و أسرع في إيصال الفكرة من لغة الحروف لأن الاعتماد على اللغة الحرفية لوحدها تعجز في كثير من الحالات عن إيصال الفكرة والمعنى.

هل تعتبر أن الرموز التعبيرية أحسن وأسرع في إيصال الفكرة من لغة الحروف

نعم
لا
أحيانا



الجدول رقم 25: تأثير استخدام الرموز التعبيرية على اللغة المستعملة.

النسبة %	التكرار	البديل
12%	12	نعم
66%	66	لا
22%	22	نوعا ما
100%	100	المجموع

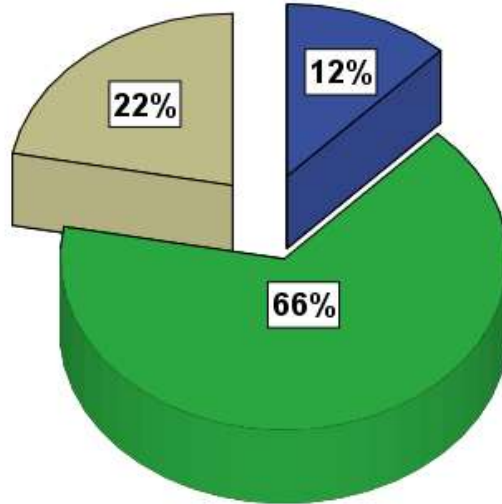
قراءة وتحليل الجدول:

يوضح الجدول تأثير استخدام الرموز التعبيرية على اللغة المستعملة لدى أفراد العينة حيث نلاحظ أن الفئة التي عبرت ب لا يشكلون نسبة 66% و الفئة التي عبرت ب نوعا ما يشكلون نسبة 22% أما الفئة التي عبرت بنعم يشكلون نسبة 12%.

ويفسر ارتفاع نسبة من يعتبرون الرموز لا تاتر على اللغة، لعدم استغنائهم عنها في التواصل، في حين هناك من يعتبر أن هذه الرموز لها تأثير على اللغة، وذلك بسبب الاستخدام المكثف لهذه الرموز التي أصبحت لغة مفهومة يتواصلون بها ويفهمون معانيها، كما أن التكاسل عن الكتابة يزيد من استخدام هذه الرموز.

هل ترى أن استخدامك للرموز التعبيرية أثر على لغتك المستعملة

نعم
لا
نوعاً ما



الجدول رقم 26: في حالة ما إذا كان هناك تأثير.

النسبة %	التكرار	البديل
65%	22	قلصت من استخدامك للغة
35%	12	دعمت استخدامك للغة
100%	34	المجموع

قراءة وتحليل الجدول:

يوضح الجدول حالات تأثير رموز التعبير لدى أفراد العينة مجموعهم 34 حيث نلاحظ أن الفئة التي قلصت من استخدام اللغة يشكلون نسبة 65% أما الفئة التي دعمت استخدام اللغة يشكلون نسبة 35%.

ونستنتج من خلال نتائج نسبة التي قلصت استخدام اللغة أكثر من فئة التي دعمت استخدام اللغة، لا يمكن للرموز التعبيرية أن تحل محل لغة الحروف لكل مكانة فهي تساعد فقط و تبقى لغة الجسد أكثر لغة توصيل للمعلومات و الأفكار و التعابير.



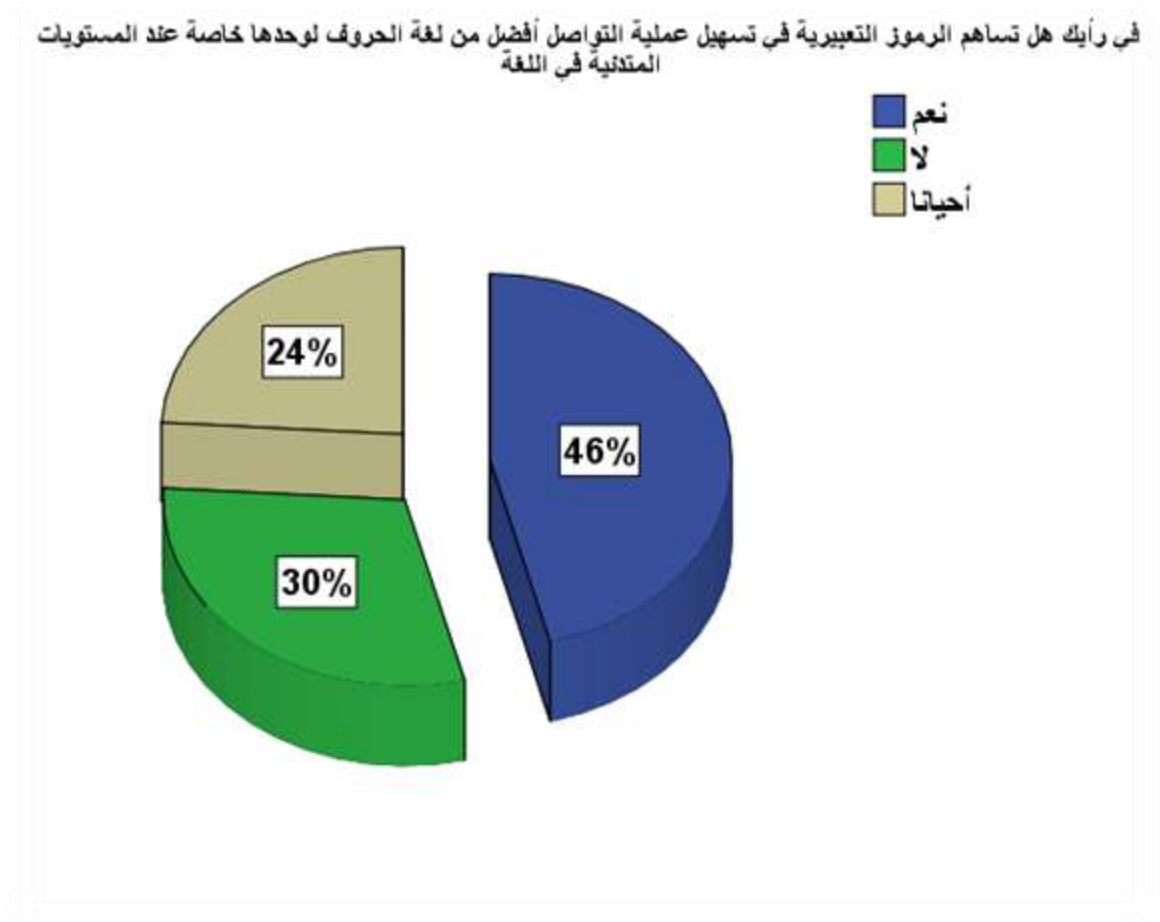
الجدول رقم 27: مدى مساهمة الرموز التعبيرية في تسهيل عملية التواصل مقارنة بلغة الحروف.

النسبة %	التكرار	البديل
46%	46	نعم
30%	30	لا
24%	24	أحيانا
100%	100	المجموع

قراءة وتحليل الجدول:

يوضح الجدول مدى مساهمة الرموز التعبيرية في تسهيل عملية التواصل مقارنة بلغة الحروف لدى أفراد العينة حيث نلاحظ أن الفئة التي عبرت بنعم ويشكلون نسبة 46% أما الفئة التي عبرت ب لا يشكلون نسبة 30% والفئة التي عبرت ب أحيانا يشكلون نسبة 24%.

من خلال نتائج الجدول نفسر ذلك بأنها تساهم و خاصة عند المستويات المتدنية و لكنها غير كافية لوحدها عن التعبير عن الأفكار و المشاعر بل هي آلية مساعدة في تسهيل عملية التواصل.



نتائج الدراسة:

بعد إجرائنا للدراسة الميدانية توصلنا إلى جملة من النتائج:

1. أن أغلب الشباب يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي خاصة الفيس بوك، ويعتبر الذكور هم الأكثر استخداما لهذا الموقع لملء الفراغ و كسر حالة الملل.
2. يستخدم أغلب الشباب الفيس بوك للتواصل مع الأصدقاء و الأقارب للحصول على الأخبار و تبادل الأفكار.
3. أغلب الشباب يستخدمون الرموز التعبيرية في الفيس بوك كثيرا، وهذا لاختصارها للجهد و الوقت.
4. كما توصلت الدراسة إلى أن أغلب الشباب يستخدمون المزيج بين الرموز اللفظية و الغير اللفظية كبيرة.
5. فيما يخص الرموز التعبيرية الأكثر استخداما فإن أغلب الشباب يستخدمون رموز الوجوه متعدد الملامح، وهذا لأنها تعبر بصورة أكثر واقعية من الكلمات.
6. تستخدم النسبة الغالبة من أفراد العينة الرموز التعبيرية لسهولة التعبير عن الفكرة، كما تستخدم لبساطتها و جاذبيتها.
7. توصلت الدراسة إلى أن الأغلبية الساحقة من أفراد العينة يعتبرون الرموز التعبيرية أداة تواصلية مناسبة وهذا لكونها تجسد المعاني و الأفكار و المشاعر.
8. فيما يخص تأثير الرموز التعبيرية على اللغة فإن استخدامها يؤثر بشكل نسبي على اللغة، وهذا لأن أغلب الشباب لا يمكنهم الاستغناء على اللغة في التواصل.
9. كما توصلت الدراسة إلى أن الرموز التعبيرية تعطي إضافة و تدعيم للرسائل النصوص.

خاتمة

لقد أصبح لشبكات التواصل الاجتماعي دور فعال في مختلف مجالات الحياة، حيث أصبحت عملية التواصل بين افراد المجتمع سهلة و في متناول الجميع في أي مكان ، و من إيجابياتها انها توجه خدمات لحاجيات الافراد و تعزيز أواصر التعاون ، و فتح الأبواب أمام المتصفحين لاكتساب معارف و معلومات جديدة و قيمة .

و لقد حاولنا في دراستنا هذه تسليط الضوء على بعض جوانب في التواصل بين المستخدمين في موقع الفيس بوك و بتحديد استخدام الرموز التعبيرية في التواصل ، و لقد ركزنا على جل المستخدمين لهذا المواقع، للإلمام بالموضوع و التخصص في هذه الظاهرة ، و من المؤكد أن الفيس بوك ،قد أحدث قفزة نوعية في مجال الاتصال و التواصل ، حيث ظهرت لغة خاصة بالمستخدمين و من بينها الرموز التعبيرية التي شهدت انتشارا واسعا في الآونة الأخيرة من حيث الاستخدام .

و قد توصلنا في دراستنا هذه أن الرموز التعبيرية تؤثر بشكل نسبي على اللغة المستخدم، فأغلب المستخدمين لا يمكنهم الاستغناء عن اللغة كليا ، فهم يستخدمون الرموز لتجسيد المعاني و الأفكار و المشاعر.

و تبقى هذه الدراسة في الختام حلقة من حلقات البحث المتواصلة لاستكشاف العلاقة بين الرموز التعبيرية و المستخدمين ، و لا يمكننا القول أننا بلغنا نتائج عن كل ما يتعلق بالرموز التعبيرية عبر الفيس بوك ، و ما يمكننا قوله ان الرموز التعبيرية أثبتت وجودها الفاعل في التواصل عبر هذا المجتمع الافتراضي ، و بهذا نكون قد مهدنا السبيل لباحثين آخرين لاستكشاف مقاربات اخرى لم نتعرض لها في هذه الدراسة.

قائمة المصادر

والمراجع

المصادر والمراجع

قواميس و معاجم :

- ابن منظور، أبو الفضل محمد بن مكر ، لسان العرب، ط 1 ، دار صادر، بيروت، 711 هـ
- أسماء حسين حافظ، تكنولوجيا لاتصال الإعلامي التفاعلي في عصر الفضاء الالكتروني المعلوماتي والرقمي،الدار العربية ،مصر،2005
- جمال محمد راسم، مناهج البحث في الدراسات الإعلامية ، جامعة القاهرة ، مركز التعليم المفتوح،2001
- وائل عبد الرحمان التل، البحث العلمي في العلوم الانسانية و الاجتماعية ، ط2،دار حامد لنشر و توزيع، عمان، 2007
- حسن عماد المكاوي ،ليلي حسين السيد، الاتصال ونظرياته المعاصرة , الدار المصرية اللبنانية ،القاهرة ،1998
- حمداوي جميل، التواصل اللساني والسيميائي والتربوي، ط1 ، مكتبة المتقف، 2015
- ياسر حضير البياتي، الإعلام الجديد الدولة الافتراضية الجديدة، ط1 ، دار البداية ناشرون وموزعون، الأردن، 2014
- كامل خو رشد مراد، الاتصال الجماهيري و الاعلام، التطور و الخصائص و النظريات، دار المسيرة للنشر و التوزيع و الطباعة، جامعة الشرق الاوسط، الاردن، 2011
- موريس أنجرس، منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية ،ت.بوزيد صحراوي ، ط2،الجزائر،دار القصبة،2006
- مي عبد الله العشي، نظريات الاتصال ، ط 1 ،دار النهضة العربية ،لبنان ،2006

المصادر والمراجع

- محمد مجد ابن يعقوب الفيروز آبادي، القاموس المحيط، دار الجيل، بيروت، 2005
- محمد عوض العابدي ، إعداد وكتابة البحوث والرسائل الجامعية ، شمس المعارف ، القاهرة ، 2005
- محمد غريب، وجدي حلمي، مناهج البحث الإعلامي الأسس النظرية و التطبيقية، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة 2019
- محمد الأمين موسى ،الاتصال غير اللفظي في القرآن الكريم ، ط 1 ،الشارقة ،دائرة الثقافة و الإعلام، 2003
- مصعب حسين الدين قتلوني، ثورات الفيس بوك، شركة المطبوعات للتوزيع والنشر، لبنان، 2014
- مصطفى السيد أحمد،البحث الإعلامي: مفهومه وإجراءاته ومناهجه، ط2، دار الفلاح للطباعة والنشر ، العين ، 2003
- سعد بن محارب المحارب، الإعلام الجديد في السعودية، جداول النشر والتوزيع، لبنان، 2011
- عاطف عدلي العبد، بحوث الإعلام والرأي العام -تصميمها و تنفيذها- ، ط4، دار الفكر العربي، القاهرة، 2007
- عباس مصطفى صادق: الإعلام الجديد المفاهيم و الوسائل و التطبيقات ، دار الشروق، 2008
- عبد المجيد إبراهيم ، أسس البحث العلمي لإعداد الرسائل الجامعية ، الأردن ، 2000
- عبد الواحد رضا، الصحافة الالكترونية، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة ، 2007

المصادر والمراجع

- عبد الرزاق محمد الدليمي ، الاعلام الجديد و الصحافة المكتوبة ، ط1، دار وائل للنشر والتوزيع، 2011 ص183

- فردينا ندي سوسور ، علم اللغة العام، ترجمة: بوئيل يوسف عزيز، ط 02 ، دار آفاق عربية ، 1970، بغداد

- فتحي حسين عامر، وسائل الاتصال الحديثة من الجريدة إلي الفايس بوك، العربي للنشر والتوزيع، القاهرة ، 2011 ،

- رمضان كندري عبد الله: مبادئ الإحصاء و أساليب التحليل الإحصائي ، دار السلاسل ، الكويت 1985

مراجع بلغة اجنبية

- **Dictionary of media and communications**, Marcel Danesi.(2009) , M.E. Sharpe, New York

مذكرات و مجلات:

مجلات:

- أحمد بوشنافة، نفيسة ناصري: الشبكات الاجتماعية أداة للتسويق الافتراضي في المجال السياحي، الملتقى العلمي الدولي الخامس: الاقتصاد الافتراضي وانعكاساته على الاقتصاديات الدولية، المركز الجامعي خميس مليانة، 2012

- عاصم الحضيف: الدور الإعلامي للموقع الاجتماعي على الانترنت " فايس بوك" .

مذكرات

- ابراهيم محمد الزبير، الوسائط المتعددة في تشكيل الراي العام، رسالة ماجستير ، جامعة السودان ، 2012

المصادر والمراجع

- اوشرياح جميلة , رميني دليلة ,انماط التواصل غير لغوي في الفايس بوك ,مذكرة ماستر ,
جامعة بجاية , 2017 ,
- ايمان حنين شين , لغة التواصل في مواقع التواصل الاجتماعي و اثرها في جذب السياحي ,
مذكرة ماستر , جامعة بسكرة , 2014
- بدر الدين بن بلعباس , شبكات التواصل الاجتماعي والهوية الثقافية عند الطلبة الجامعيين,
جامعة بسكرة
- بورحلة سليمان , اثر استخدام الانترنت على الطلبة الجامعيين و سلوكياتهم, مذكرة ماجستير
في علوم الاعلام و الاتصال ,جامعة الجزائر3, 2007/2008
- وائل مبارك خضر فضل الله، أثر الفيس بوك على المجتمع، مدونة شمس النهضة، نوفمبر
2010
- حسني عوض: أثر مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية المسؤولية المجتمعية لدى الشباب,
دارسة ميدانية, جامعة القدس المفتوحة، 2010
- محمد المنصور، تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على جمهور المتلقين، دراسة مقارنة
للمواقع الاجتماعية و المواقع الإلكترونية، رسالة ماجستير، الأكاديمية العربية في
الدنمارك، 2012
- مريم نريمان نومار، استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية وتأثيره في العلاقات الاجتماعية
،مذكرة ماجستير في الاعلام و الاتصال ، كلية العلوم الانسانية، جامعة الحاج لخضر باتنة،
الجزائر، 2012
- نوال قلقول ، لغة التواصل الالكتروني عبر الشبكة الاجتماعية فيسبوك ، مذكر ماستر في
علوم الاعلام و الاتصال ، جامعة مسيلة ، 2016

المصادر والمراجع

- سلاف شهاب الدين يغمور , التواصل الغير الفظي في الابانة و التواصل ,برنامج ماجستير , جامعة بيرزنت , 2019
- سعاد عيساني ,أولويات الأساتذة الجامعيين، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال، جامعة العربي بن مهيدي، أم البواقي، 2014
- عمار توفيق احمد بدوي، اثر وسائل التواصل الحديثة على الدعوة ، دراسة نظرية احصائية ، كلية الشريعة بجامعة النجاح الوطنية
- فيصل مظفر عب الله القبرصي : رأي الصحفيين الأردنيين بمواقع التواصل الاجتماعي، مذكرة مكملة لنيل شهادة ماجستير في الإعلام ،كلية الإعلام ، الشرق الأوسط ، 2011
- رحو حياة ، عمومن هناء ، مضامين الصفحات الجامعية على الفيس بوك ،جامعة بسكرة، 2015
- خرخاش كوثر نوار، شبكات التواصل الاجتماعي والقيم الدينية لدى الطالب الجامعي , شهادة لنيل ماستر علم الاجتماع تربوي ، جامعة محمد خيضر، بسكرة، 2012
- خالدي منيرة، انساق التواصل اللغوي في الفيس بوك، مذكرة ماستر في اللغة و الادب العربي، جامعة بجاية، 2017
- مصادر الكترونية

<https://www.arageek.com/tech/emoji-story>

[http : //www.ar.m.wikipedia . org](http://www.ar.m.wikipedia.org)

<http://www.thawratalweb.com/facebook/42>

<https://www.mawdoo3.com>

[https: //www.scienceswoy.inf](https://www.scienceswoy.inf)

الملاحق



جامعة عمار ثليجي بالأغواط
كلية العلوم الإنسانية والإسلامية والحضارة

قسم الإعلام والاتصال

تخصص إتصال وعلاقات عامة

استبيان ضمن مذكرة نهاية الدراسة بعنوان :

تأثير استخدام الرموز التعبيرية عبر الفاييس بوك و التواصل بين المستخدمين

دراسة ميدانية على عينة من مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي في ولاية الأغواط

* الأستاذ المشرف :

سليم معيزة

إعداد الطالبين :

*إبراهيم بن صغير

*كمال بوطي

ملاحظة : في إطار إنجاز مذكرة ماستر تخصص اتصال وعلاقات عامة

يرجى منكم ملئ هذه الاستمارة بعناية وبدقة ، و هذا بوضع علامة (x) أمام الخانة المناسبة .

ونحيطكم علما أن الأسئلة الواردة في الاستمارة سوف تستخدم لأغراض علمية بحثية ، وأن
الإجابات المقدمة تعبر عن آرائكم الشخصية ، كما أنها تحظى بكامل السرية ولا تضر مصالحكم
، وأهدافها لا تتعدى خدمة وإثراء البحث العلمي ، لذا نرجو منكم أن تكون إجاباتكم صادقة
وصريحة .

و في الأخير تقبلوا منا فائق الاحترام والتقدير على مساهمتكم القيمة في إنجاز هذا البحث .

اسئلة الدراسة:

- 1) ما هي أهم الرموز التعبيرية المستخدمة في التواصل بين المستخدمين في الفيس بوك .
- 2) ما هي دوافع استخدام الرموز التعبيرية في التواصل بين المستخدمين في الفيس بوك .
- 3) ما هي أهم الأهداف المحققة من وراء استخدام الرموز بين المستخدمين في الفيس بوك.
- 4) كيف يؤثر استخدام هذه الرموز التعبيرية في الفيس بوك على اللغة المستعملة .

بيانات شخصية:

- (1) - الجنس : ذكر ☐ أنثى ☐
- (2) - السن: من 18 إلى 25 سنة ☐ من 26 إلى 30 ☐ من 31 سنة إلى ☐ سنة أكثر من 40 سنة ☐

(3) - المستوى التعليمي:

ثانوي ☐ ليسان ☐ ☐ ☐ راه ☐

(4) - الحالة الاجتماعية

اعزب ☐ متزوج (ة) ☐ م ☐ لة ☐

المحور الاول: عادات و انماط استخدام الرموز التعبيرية في الفيس بوك

(5) منذ متى تستخدم الفيس بوك ؟

- من سنة إلى سنتن 4 4 ☐ من (3-4) سنوا ☐ من 4 سنوات ف ☐ ن

(6) ما هدفك من استخدام الفيس بوك ؟

- التواصل مع الأصدقاء والأقارب ☐

- تبادل المعلومات والخبرات ☐

- التسلية وتمضية الوقت ☐

- جميعا ☐

7) ما هي اللغة التي تعتمد عليها في التواصل في الفيس بوك ؟

- الرموز اللفظية (حروف)

- الرموز غير اللفظية (😊 🐶 🌸الخ

- المزج بينهما

8) ما هو مستوى استخدامك للرموز التعبيرية ؟

- كثيرا جدا

- كثيرا

- قليلا

- قليلا جدا

9) ما هي طبيعة الرموز التعبيرية التي تستخدمها ؟ (يمكن اختيار أكثر من إجابة)

- رموز الوجوه متعددة الملامح 😞 😎 😲 ...الخ

- رموز السفر والأماكن 🏠 ✈️الخ

- رموز الطبيعة والحيوانات 🐰 🌸 ...الخ

- رموز النشاطات المختلفة ⚽ 🎸 ...الخ

- حسب الموضوع والظروف

10) ماهي اكثر المواضيع التي تستخدم فيها الرموز التعبيرية؟(يمكن اختيار اكثر من إجابة)

- ☐ - أثناء المحادثة الفورية (الدرشة)
- ☐ - في التعليقات
- ☐ - في كتابة رسالة
- ☐ - في المنشورات

المحور الثاني: دوافع استخدام الرموز التعبيرية في الفيس بوك

11) ما هي أسباب استخدامك للرموز التعبيرية في الفيس بوك؟ (يمكن اختيار أكثر من إجابة)

- ☐ - اختصار الجهد والوقت
- ☐ - سهولة التعبير عن الفكرة و الشعور
- ☐ - لبساطتها و جاذبيتها

أخرى اذكرها.....

12) هل تعتمد على الرموز التعبيرية بكثرة في ؟ (يمكن اختيار أكثر من إجابة)

- ☐ - الرسائل
- ☐ - التعل
- ☐ - الد

13) ما هي الحاجات التي تحققها لك الرموز التعبيرية؟(يمكن اختيار أكثر من إجابة)

- ☐ - التعبير عن كل ما نحس به
- ☐ - نقل ثقافة معين
- ☐ - تقديم فكرة معينة
- ☐ - اختصار الكلام
- ☐ - بلاغة التعبير

أخرى اذكرها

14) هل كل الرموز يفهم معناها ؟

- نعم ☐ - ☐ أحيانا ☐

15) في حالة اجابتك "نعم" فهل هذا راجع الى ؟ (يمكن اختيار أكثر من إجابة)

- وضوحها ☐

- نقلها لتعابير الوجه بشكل صحيح ☐

اخرى اذكرها

16) في حالة إجابتك "لا" فهل هذا راجع إلى:

- عدم اختيارك للرمز المناسب بسبب عدم فهمك لمعناه ☐

- عدم فهم المتلقي للرمز المرسل ☐

- في كل مرة يمكن أن يكون أحد السببين أو كلاهما مع بعض ☐

اخرى اذكرها

المحور الثالث: أهداف استخدام الرموز التعبيرية في الفيس بوك

17) هل تساعدك الرموز التعبيرية في التواصل الجيد ؟

- نعم ☐ - ☐ ما ☐

في حالة اجابتك بنعم أو نوعا ما لماذا ؟.....

18) ما هي الاكثر تجسيدا لك من خلال استخدام الرموز التعبيرية؟(يمكن اختيار أكثر من

إجابة)

- افكارك ☐

- معانيك ☐

- مشاعرك ☐

اخرى اذكرها

19) هل ترى ان الرموز التعبيرية تعطي إضافة وتدعيم للرسائل والنصوص ؟

- نعم ☐ - ☐ - ما ☐

كيف ذلك ؟.....

20) ما هي اكثر المجالات التي تستعمل فيها الرموز التعبيرية ؟ (يمكن اختيار أكثر من إجابة)

- اجتماعية (مواضيع اسرية) ☐

- علمية (تكنولوجيا.....) ☐

- ثقافية (عادات و تقاليد.....) ☐

- سياسية (انتخابات) ☐

- رياضية (كرة القدم.....) ☐

جوانب اخرى اذكرها

21) هل تحقق هذه الرموز الغرض من استخدامها ؟

- نعم ☐ - ☐ - نا ☐

المحور الرابع: تأثير استخدام الرموز التعبيرية على اللغة

22) هل تعتمد على الرموز التعبيرية بشكل:

- دائم ☐ - أحيانا فقط حسب الحد ☐

24) هل تعتقد ان الرموز التعبيرية مكملة للغة الحروف ؟

- نعم ☐ - ☐ - ما ☐

25) هل تعتبر أن الرموز التعبيرية أحسن وأسرع في إيصال الفكرة من لغة الحروف ؟

- نعم ☐ - ☐ - ☐

في حالة اجابتك بنعم لماذا

26) هل ترى أن استخدامك للرموز التعبيرية أثر على لغتك المستعملة ؟

- نعم ☐ - ☐ - ☐ ما

27- إذا كانت الإجابة ب نعم أو نوعا ما، كيف ذلك؟

- قلصت من استخدامك للغة ☐

- دعمت استخدامك للغة ☐

- الغت استخدامك للغة ☐

28) في رأيك هل تساهم الرموز التعبيرية في تسهيل عملية التواصل افضل من لغة

الحروف لوحدها, خاصة عند المستويات المتدنية في اللغة ؟

.....
.....
.....
.....
.....