

استخدام الطلبة الجامعيين للرموز التعبيرية في موقع فايسبوك

دراسة ميدانية على عينة من طلبة جامعة حمه لخضر الوادي

تخصص: سمعي بصري

إشراف الاستاذ (ة)
د. زياد ✓

إعداد الطلبة
✓ كريم وأمام
اسماعيل
✓ بن بداري رتيبة
✓ الاعوج التجاني

لجنة المناقشة

الاسم واللقب	الرتبة	الجامعة	الصفة
.....	جامعة الشهيد حمه لخضر- الوادي	رئيساً
د / زياد اسماعيل	جامعة الشهيد حمه لخضر- الوادي	مشرفاً ومقرراً
.....	جامعة الشهيد حمه لخضر- الوادي	ممتحناً

الموسم الجامعي: 2023/2022



إستخدام الطلبة الجامعيين للرموز التعبيرية في موقع فايسبوك دراسة ميدانية على عينة من طلبة جامعة حمه لخضر الوادي

تخصص: سمعي بصري

إشراف الاستاذ (ة)
د. زياد ✓

إعداد الطلبة
✓ كريم وئام
اسماعيل
✓ بن بداري رتيبة
✓ الاعوج التجاني

لجنة المناقشة

الاسم واللقب	الرتبة	الجامعة	الصفة
.....	جامعة الشهيد حمه لخضر- الوادي	رئيساً
د / زياد اسماعيل	جامعة الشهيد حمه لخضر- الوادي	مشرفا ومقررا
.....	جامعة الشهيد حمه لخضر- الوادي	ممتحناً

الموسم الجامعي: 2023/2022

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

قَالُوا سُبْحَانَكَ لَا عِلْمَ لَنَا إِلَّا مَا عَلَّمْتَنَا إِنَّكَ أَنْتَ الْعَلِيمُ

[32: البقرة]

الْحَكِيمُ ﴿٣٢﴾

صدق الله العظيم

إهداء

إلى أعلى ما لدي في هذا الوجود
إلى من أعطاني الحب بلا حدود
و دفعاني لمعترك الحياة بلا قيود، لأواجه تقلبات الدهر بكل ثقة و صمود
إلى من دعوا لي في كل سجود، إلى من علموني أن الحياة جهد و كفاح
إليكما أهدي ثمرة جهدي هذا
أمي فلترضي عني يا من تحت قدميك الجنان، أبي ليحفظك الرب الواحد المنان
إلى الذين أكتب لهم بمفردات محتواها الحب و الحنان: إلى إخوتي الأعزاء
إلى كل أصدقائي و أحبائي التي كانت الجامعة رحابا لتعارفنا
إلى كل من نسيهم قلبي و تذكرهم قلبي

شكر و عرفان

نشكر المولى عز و جل الذي أتم علينا نعمته و عظيم فضله و من منحنا القدرة و الصبر على إنجاز هذا العمل المتواضع نتوجه بالشكر و الامتنان إلى كل من مد لنا يد العون و لو بكلمة طيبة لإنهاء هذا العمل

و نخص بالذكر الأستاذ المشرف زياد إسماعيل على مساهمته القيمة و بنصائحه و توجيهاته الصائبة و الهادفة

كما أتوجه بالشكر إلى كل أساتذة شعبة الإعلام على المساعدة المعرفية التي قدموها لنا

ملخص الدراسة :

هدفت الدراسة إلى استخدام طلبة جامعة الوادي للرموز التعبيرية في موقع -فيسبوك- بالاعتماد على المنهج المسحي من خلال التركيز على مجموعة من المحاور الهامة التي قمنا باختيارها بطريقة قصديه بعد الاطلاع على قائمة متنوعة من الدراسات و الأبحاث، وقد توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها أن هناك اهتمام كبير من قبل الطلبة في موضوع استخدام الرموز التعبيرية في موقع -فيسبوك- لأنها متميزة و متنوعة كثيرا كما نرى أن استخدامها يزداد مستقبلا و يتجدد و يتطور يوما بعد يوم ، و ستكون عنصرا هاما و فعال في كافة المجالات .

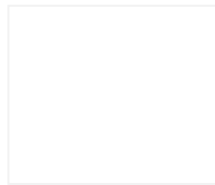
الكلمات المفتاحية: مواقع التواصل الاجتماعي، موقع فيسبوك، الرموز التعبيرية، الاستخدام.

Résumé de l'étude:

L'étude visait l'utilisation d'émoticônes par les étudiants de l'Université EL OUED sur le site -Facebook- basé sur la méthode d'enquête en se concentrant sur un groupe d'axes importants que nous avons choisis de manière intentionnelle après avoir examiné une liste diversifiée d'études et de recherches. L'étude a abouti à un ensemble de résultats, dont le plus important est qu'il y a un grand intérêt des étudiants pour la question de l'utilisation des emojis sur le site - Facebook - car ils sont distingués et très diversifiés, car on voit que leur utilisation augmente dans l'avenir et se renouvelle et se développe jour après jour, et ils seront un élément important et efficace dans tous les domaines.

Mots-clés : sites de réseaux sociaux, Facebook, emoji, usage.

الفهرس



فهرس المحتويات

الصفحة	العنوان
IV	الإهداء
V	شكر و عرفان
VI	ملخص الدراسة
VIII	فهرس المحتويات
XI	فهرس الجداول
XII	فهرس الأشكال
ب	مقدمة
ج	إشكالية الدراسة
د	التساؤلات الفرعية
د	أهمية الدراسة
د	أهداف الدراسة
د	أسباب اختيار موضوع الدراسة
هـ	تحديد مفاهيم و مصطلحات الدراسة
الفصل الأول: التراث النظري	
02	المبحث الأول : الإطار النظري للدراسة (نظرية الاستخدامات و الإشباعات)
03	المبحث الثاني : الدراسات السابقة
الفصل الثاني : الأدبيات النظرية	
08	تمهيد
09	المبحث الأول : مواقع التواصل الاجتماعي

09	أولاً : نشأة و خصائص مواقع التواصل الاجتماعي
11	ثانياً : أنواع مواقع التواصل الاجتماعي و أهمها
14	ثالثاً : مجالات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي
16	رابعاً : إيجابيات و سلبيات مواقع التواصل الاجتماعي
18	المبحث الثاني: موقع فيسبوك
18	أولاً : نشأة موقع فيسبوك
18	ثانياً : الانتقادات الموجهة موقع فيسبوك
19	ثالثاً: تطبيقات و آلية عمل موقع فيسبوك
21	رابعاً : ايجابيات و سلبيات موقع فيسبوك
24	المبحث الثالث: الرموز التعبيرية (الايموجي)
24	أولاً : تاريخ و مفهوم الرموز التعبيرية
25	ثانياً : خصائص و وظائف الرموز التعبيرية
27	ثالثاً : ايجابيات و سلبيات استخدام الرموز التعبيرية
	الفصل الثالث: منهجية الدراسة
30	المبحث الأول : مجتمع الدراسة و العينة المختارة
31	المبحث الثاني : منهج البحث و أدواته
	الفصل الرابع: الدراسة الميدانية
35	أولاً: تفريغ و تحليل البيانات
54	ثانياً : النتائج العامة للدراسة
55	ثالثاً: مناقشة نتائج الدراسة
57	خلاصة

59

قائمة المصادر و المراجع

62

الملاحق

فهرس الجداول

- الجدول رقم (1) : يوضح توزيع أفراد العينة حسب متغير العمر35
- الجدول رقم (2): يوضح توزيع أفراد العينة حسب متغير الجنس36
- الجدول رقم (3) : خاص بمتغير مكان "الإقامة" :37
- الجدول رقم (4): خاص بمتغير المستوى الجامعي38
- الجدول رقم (5): يبين استخدام الطلبة للرموز التعبيرية في الفايسبوك39
- الجدول رقم (6): يبين نوع الوسيلة التي يتواصل بها الطلبة عبر الفايسبوك أثناء استخدامك للرموز التعبيرية:40
- الجدول رقم (7): يبين أماكن استخدام الطلبة للفايسبوك:41
- الجدول رقم (8): يبين أسباب استخدام الطلبة للرموز التعبيرية في الفيسبوك42
- الجدول رقم (9): يبين مدة استخدام الشباب للرموز التعبيرية في الفايسبوك43
- الجدول رقم (10): يوضح طبيعة الرموز التعبيرية التي يستخدمها في الفايسبوك44
- الجدول رقم (11): جدول يوضح أسباب استخدام الرموز التعبيرية في الفايسبوك45
- الجدول رقم (12): يوضح مدى فهم الشخص لمعنى الرمز المرسل إليه46
- الجدول رقم (13): يوضح الأسباب التي تجعل المستخدم يفهم معنى هذه لرموز التعبيرية المرسلة إليه 47
- الجدول رقم (14): يوضح الإشباعات المحققة من وراء استخدام الرموز التعبيرية في فيسبوك 48
- الجدول رقم (15): يوضح الإشباعات اتصالية التي يحققها استخدام الرموز التعبيرية في الفيسبوك 49
- الجدول رقم (16): الإشباعات الطقوسية التي يحققها استخدام الرموز التعبيرية في فيسبوك 50
- الجدول رقم (17): ما درجة اعتمادك على الرموز التعبيرية في التواصل عبر الفيسبوك 51
- الجدول رقم (18): توضيح إمكانية الاكتفاء بالرموز التعبيرية فقط52
- الجدول رقم (19): توضيح الإصدار الحالي يلبي حاجات الطلبة53

فهرس الأشكال

- الشكل رقم (1) : توزيع أفراد العينة حسب متغير العمر35
- الشكل رقم (2): توزيع أفراد العينة حسب متغير الجنس36
- الشكل رقم (3) : خاص بمتغير مكان "الإقامة" :37
- الشكل رقم (4): توزيع أفراد العينة حسب متغير المستوى الجامعي38
- الشكل رقم (5): عادات استخدام الرموز التعبيرية في الفيس بوك39
- الشكل رقم (6): توزيع أفراد العينة لنوع الوسيلة التي يتواصل بها الطلبة عبر الفايسبوك أثناء استخدامك للرموز التعبيرية
.....

40 :

- الشكل رقم (7): توزيع أفراد العينة حسب متغير أماكن استخدام الطلبة الرموز التعبيرية في الفايسبوك41

- الشكل رقم (8): يبين توزيع أسباب استخدام الطلبة للرموز التعبيرية في الفيسبوك42
- الشكل رقم (9): يبين توزيع مدة استخدام الشباب للرموز التعبيرية في الفايسبوك43
- الشكل رقم (10): توزيع طبيعة الرموز التعبيرية التي يستخدمها في الفايسبوك44
- الشكل رقم (11): توزيع أسباب استخدام الرموز التعبيري في الفايسبوك:45
- الشكل رقم (12): يوضح مدى فهم الشخص لمعنى الرمز المرسل إليه46
- الشكل رقم (13): يوضح الأسباب التي تجعل المستخدم يفهم معنى هذه لرموز التعبيرية المرسله إليه 47

- الشكل رقم (14): يوضح الإشباعات المحققة من وراء استخدام الرموز التعبيرية في فيسبوك 48

- الشكل رقم (15): توزيع الإشباعات اتصالية التي يحققها استخدام الرموز التعبيرية في الفيسبوك49

- الشكل رقم (16): الاشباعات الطقوسية التي يحققها استخدام الرموز التعبيرية في الفيسبوك 50

- الشكل رقم (17): توزيع ما درجة اعتمادك على الرموز التعبيرية في التواصل عبر الفيسبوك51

- الشكل رقم (18): إمكانية الاكتفاء بالرموز التعبيرية فقط52
- الشكل رقم (19): توزيع الإصدار الحالي يلبي حاجات الطلبة53

مقدمة

إن التطور الذي عرفه العالم على مستوى التقني في السنوات الأخيرة، وخاصة مع ظهور وانتشار شبكات التواصل الاجتماعية وفي مقدمتها فيسبوك أحد أهم وسائل الاتصال الإلكتروني وأكثرها انتشاراً وشعبية لدى مستخدمي الانترنت عبر الهواتف الذكية أو الكمبيوتر، وتعد فئة الشباب هي الشريحة الأكثر استخداماً لهذا الموقع والنظام الاتصالي الرمزي نظراً لما يتوفر عليه من مزايا وخدمات وفضاء يضحج بالكثير من المعلومات والآراء والتفاصيل في مختلف الميادين والمجالات الحياتية التي تهتم كل الأفراد ووسيلة أتاحت الاتصال والتعايش مع الآخرين، عن طريق استخدامه للغة مغايرة لما هو معهود أعادت بفضل التطورات التكنولوجية الجديدة إحياء هذه الرموز بشكل جديد يتوافق مع الابتكارات والاختراعات الحديثة وأصبحت هذه الرموز جزء هام من استخدامات شبكات التواصل الاجتماعي وخاصة عبر الرسائل النصية الشخصية على غرار شبكات التواصل الاجتماعي فيسبوك أين يتبادل الملايين من الأشخاص مختلف أنواع الرموز والوجوه التعبيرية يومياً في مراسلاتهم وهي عبارة عن أشكال وأيقونات تنقل مزاج وإحساس الشخص ومشاعره وهي تأخذ عدت أشكال، هذه الرموز تتميز باختصارها العديد من الكلمات والأفكار والجمل وهذا ما جعل الشباب يعتمدونها بشكل كبير خاصة أننا في زمن السرعة بحيث يوظفونها في حوراثهم وتعليقاتهم كآلية للاختصار في كتابة الكلمة واستعمال رموز الأيقونات للتعبير عن مشاعره

فهذه الرموز التعبيرية أحدثت قفزة نوعية في مجال اللغة و الاتصال مما ساهمت في إثراء اللغة بشكل عام من خلال ما تقدمه من مزايا أهمها تكملة المعنى الناقص في الكلام المكتوب بوصفها نوعاً من أنواع الاتصال غير اللفظي و عادت بذلك لغة الجسد كالإيماءات و الإشارات و الإيحاءات، ففي وقتنا الحاضر أصبحت تعتبر أداة لنقل الأفكار و المشاعر باعتبارها نوعاً من أنواع اللغة الغير اللفظية كما يرى بعض الباحثين أنها ستكون لغة المستقبل حيث أصبحت شعوب العالم تحتفل باليوم العالمي للرموز التعبيرية الذي يصادف السابع عشر من شهر يوليو من كل عام .

و من هذا المنطلق حاولت هذه الدراسة معرفة استخدام طالبة جامعة الوادي للرموز التعبيرية في موقع فيسبوك من خلال معرفة عادات و أنماط استخدام الطلبة للرموز التعبيرية بالإضافة إلى معرفة دوافع استخدام الرموز التعبيرية في فيسبوك و الإشباع المحققة من استخدام الطلبة للرموز التعبيرية في فيسبوك .

تطرقنا في هذه الدراسة إلى إشكالية و تساؤلات فرعية كما حددنا أهداف و أهمية الدراسة و وضعنا أسباب اختيار الموضوع و شرح مفاهيم و مصطلحات الدراسة .

و قد تم تقسيم الدراسة إلى فصول :

الفصل الأول: التراث النظري و تناولنا فيه نظرية الاستخدامات و الإشباع، و

الدراسات السابقة

الفصل الثاني: الأدبيات النظرية و قسمناه إلى ثلاث مباحث الأول : نشأة و خصائص مواقع التواصل الاجتماعي و أنواعه و مجالاته، الثاني: نشأة موقع فيسبوك و تطبيقاته و آلية عمله، الثالث: تاريخ و خصائص الرموز التعبيرية و وظائفها .

الفصل الثالث: منهجية الدراسة و تناولنا فيه مجتمع الدراسة و عينته، منهج البحث و أدواته .

الفصل الرابع: تناولنا فيه تفريغ و تحليل البيانات، عرض نتائج الدراسة، مناقشة نتائج الدراسة، النتائج العامة، خلاصة.

1- الإشكالية :

لقد أصبحت مواقع الشبكات الاجتماعية وسيلة فعالة للتواصل الاجتماعي لأن من خلالها يتم ربط الأصدقاء الزملاء و تساعد على التواصل مع أشخاص من مجتمعات مختلفة و أمن أكثر هذا الموقع الاجتماعي انتشر و استخدم و شعبية فيسبوك ظهر في بداية 2004 هذا العمل من الأمريكي (مارك زوكر بيرغ)

و تعد فئة الشباب هي الشريحة الأكثر استخداما لهذا الموقع و لهذا النظام الاتصالي الرمزي الجديد و المغاير لما هو متعرف عليه كما يتوفر فيها مزيد من الخدمات استمالت هذه الفئة ولقد أصبح وسيلة أتاحت الاتصال و التعايش مع الآخرين

و قد قام الشباب المستخدمون لهذا الموقع على ابتكار لغة خاصة بهم في التواصل لما تكون موجودة من قبل يطلق عليها في اللغة العربية (لفرانكو آرب) و التي تعتمد على استخدام الأرقام لتعويض بعض الحروف الغير المنطوقة في اللغة الأجنبية الأخرى بالإضافة إلى استخدام الرموز الغير لفظية (رموز تعبيرية) المعروفة باسم "الإيموجي" و هذا اختصارات للكلمات و سهولة تعبيرها عن الغضب و الحب و السعادة و المزيد من المشاعر تعبر عن مزاج الشخص يتم الاعتماد عليها لأنها من الصعب التعبير عن النفس بصورة مؤلمة بعدد محدود من الكلمات و الحروف.

كما أنها تجعل الأشخاص متفاهمين فيما بينهم مهما كانت جنسياتهم و ثقافتهم مختلفة، مما أدى استخدامها و الاستغناء عن الكلمات و هذا ما قادنا إلى طرح الإشكال الآتي :

ما هي استخدامات طلبة جامعة حمه لخضر الوادي للرموز التعبيرية في موقع (فيسبوك)؟

2- التساؤلات الفرعية :

• ما هي عادات و أنماط استخدام الرموز التعبيرية في موقع فيسبوك على طلبة جامعة الوادي؟

• ما هي أهم دوافع استخدام الرموز التعبيرية في موقع فيسبوك لطلبة جامعة الوادي؟

• ما هي الإشباعات المحققة من وراء استخدام الرموز التعبيرية في موقع فيسبوك لطلبة جامعة الوادي؟

3- أهمية الدراسة:

• التعرف على أهمية الرموز التعبيرية كلغة اتصالية مستحدثة على مستوى مواقع التواصل الاجتماعي إظهار أهم أثر الاستخدام الرموز التعبيرية في مواقع التواصل الاجتماعي خاصة فيسبوك .

• معرفة دوافع و أهداف التي تشير إليها الرموز التعبيرية.

4- أهداف الدراسة :

• التعرف على دوافع استخدام الرموز التعبيرية في التواصل بين الطلبة الجامعيين في فيسبوك

• التعرف على الرموز التعبيرية الأكثر استخداما في شبكات التواصل الاجتماعي (فيسبوك)

• التعرف على أهمية استخدام الرموز التعبيرية في فيسبوك

• التعرف على أهداف المحققة من وراء استخدام هذه الرموز التعبيرية في فيسبوك

5- أسباب اختيار الموضوع:

الأسباب الذاتية:

• التجربة الشخصية في مجال التواصل عبر فيسبوك و استخدام هذه الرموز التعبيرية

• محاولة التعرف على أهمية هذه الرموز التعبيرية التواصل بين الطلبة الجامعيين عبر موقع فيسبوك

الأسباب الموضوعية :

تعتبر اللغة الأداة الفاعلة في عملية التواصل بالنسبة للإنسان بشكل عام، لأنها تمكنه من الاتصال بالآخرين، و هذا يفرض أن تكون اللغة المنطوقة وسيلة التواصل الحياتية للمجتمعات، و نتيجة تداخل المجتمعات و اختلاف مكوناتها و التحولات و التطورات التكنولوجية برزت أنماط لغوية جديدة متمثلة في استخدام الرموز غير اللفظية التي غيرت من استخدامات اللغة بالإضافة إلى نقص الدراسات حول هذا الموضوع .

6- تحديد المفاهيم و المصطلحات :

تحديد المفاهيم و ضبطها من الجوانب المهمة في البحث العلمي لأنها تحدد الإطار العام لموضوع الدراسة . فيلزم علينا دراستنا تحديد مفاهيم بتناول التعاريف الاصطلاحية و الإجرائية لمجموعة من المصطلحات

أ- مواقع التواصل الاجتماعي :

اصطلاحا :

صفحات الويب التي يمكن أن تسهل التفاعل النشط بين الأعضاء المشتركين في الشبكة الاجتماعية الموجودة بالفعل على الانترنت وتهدف إلى توفير مختلف وسائل الاهتمام، والتي من شأنها أن تساعد التفاعل بين الأعضاء بعضهم البعض، ويمكن أن تشمل هذه المميزات (المراسلة الفورية، الدردشة، تبادل الملفات مجموعات النقاش، البريد الإلكتروني)¹

- عبارة عن موقع ويب، تقدم مجموعة من الخدمات للمستخدمين مثل المحادثة الفورية، والرسائل الخاصة، والبريد الإلكتروني، والفيديو، والتدوين، ومشاركة الملفات، وغيرها من الخدمات ومن الموجودة حاليا: فيسبوك و التويتر

- مواقع التواصل الاجتماعي بأنها: "منظومة من الشبكات الإلكترونية التي تسمح للمشارك فيها بإنشاء موقع خاص به، ومن ثم ربطه عن طريق نظام اجتماعي إلكتروني مع أعضاء آخرين لديهم الاهتمامات والهوايات نفسها"².

¹ سمر فاروق غندر، استخدام الشباب الجامعي لواقع التواصل الاجتماعي و الإشباع المحققة منها دراسة بمرحلة الدكتوراه، مجلة كلية التربية النوعية جامعة بورسعيد، العدد الثالث، 2016، ص 189

² مركز المحتسب للاستشارات، دور مواقع التواصل الاجتماعي في الاحتساب، دار المحتسب، الطبعة الأولى، الرياض، 1438، ص 16

إجرائيا:

مواقع التواصل الاجتماعي هي عبارة عن مواقع تتيح لأفراد المجتمع التواصل و تبادل الآراء و الأفكار و دردشة مع الأقارب و الأصدقاء و مشاركة المعلومات و الصور و الفيديوهات و الملفات و التعليق عليها

ب- فيسبوك:**اصطلاحا:**

كلمة أعجمية مكونة من جزأين : فيس Face و بوك Book و هي تعني كتاب الوجوه مثلما أراد بها مؤسس الموقع "مارك زوكر بيرخ"

هو موقع إلكتروني للتواصل الاجتماعي و قد عرف على أنه التعبير المستخدم لوصف أي موقع إلكتروني يخول مستخدميه إنشاء ملفات شخصية و نشرها بشكل علني عبر ذلك الموقع و تكوين علاقات مع مشتركين آخرين على نفس الموقع و يكون بإمكانهم الدخول إلى ملفاتهم الشخصية.

كما هو معروف أيضا في أوروبا يشير إلى دفتر ورقي يحمل صوراً و معلومات لأفراد جامعة معينة أو مجموعة و من هنا جاءت تسمية الموقع و نعتبر هذه الطريقة شائعة للتعريف الأشخاص خصوصا في الجامعات الأجنبية بعضهم¹

هو شبكة اجتماعية استأثرت بقبول و تجاوب كبير من الناس خصوصا من الشباب في جميع أنحاء العالم و هي لا تتعدى حدود مدونة شخصية في بداية نشأتها في شباط عام 2004.²

إجرائيا:

موقع فيسبوك هو من مواقع الشبكات الاجتماعية يهدف إلى تكوين علاقات بين الأفراد في مختلف أنحاء العالم كما يجلب المستخدم يتبادل المعلومات و الصور و الفيديوهات فيما بينهم و وضع تعليقات على المنشورات

ج- الرموز التعبيرية (الايموجي):**اصطلاحا:**

الايروجي هو مصطلح ياباني الأصل مكون من مقطعين هما "e" و تعني صورة و "moji" التي تعني حرفاً أو رمزا و تم دمجها معا لتصبح كلمة واحدة هي "emojis" أي الصورة الرمزية المستخدمة في كتابة رسائل الإلكترونيات و نظرا لاستخدامها الكثيف و تأثيرها على الثقافة الشعبية العامة و تم تسجيلها في "قاموس أكسفورد الإنجليزي" عام 2013

¹ ليلي أحمد جرار، فيسبوك و الشباب العربي، مكتبة الفلاح للنشر و التوزيع، الكويت، 2012، ص 144
² د.عبد الرحمن بن إبراهيم الشاعر، مواقع التواصل الاجتماعي و السلوك الإنساني، دار صفاء للنشر و التوزيع، الطبعة الأولى، عمان، 2015، ص 63.

تستخدمها فئة الشباب بكثرة عبر وسائل الاتصال الحديثة للتعبير عن انفعال أو حالة معينة أو كرد على سؤال أو رسالة و قد يكون كافيا في الإجابة كما يستطيع المستقبل فهمه و إستيعابه و الرد عليه مرة أخرى برسالة نصية أو برمز آخر

هي تلك الصورة الرمزية أو الضاحكة المستخدمة في كتابة الرسائل الالكترونية، و هي صور تخيلية رقمية شائعة يمكن أن تظهر في النصوص.¹

تعد الرموز التعبيرية من أهم أدوات نقل الأفكار و المشاعر في وقتنا الحاضر باعتبارها نوعا من أنواع اللغة غير اللفظية حتى أن بعض الباحثين ذهب إلى اعتبار أن الرموز التعبيرية ستكون لغة المستقبل.²

إجرائيا:

تعتبر الرموز التعبيرية في وقتنا الحالي أداة لنقل الأفكار و الآراء باعتبارها نوعا من أنواع اللغة غير اللفظية، فهي اللغة التي تحاول أن تشرح المشاعر أو الأحاسيس التي يصعب علينا التعبير عنها أو تعزز معاني الكلمات التي نكتبها .

د- الاستخدام :

اصطلاحا:

و بمعنى آخر أن الجمهور هو الذي يستخدم الوسيلة الإعلامية، و ليس العكس، فهو الذي يشاهد المضمون الإعلامي، أو يقرأه أو يسمعه و كل ذلك يتم بإرادته و اختياره³

إجرائيا:

هو نشاط اجتماعي يتحول إلى نشاط عادي في المجتمع بفضل التكرار و القدم، كما يجب التفريق بين الاستخدام و الاستعمال كون الاستعمال قد يتحول إلى استخدام في حال

الفصل الأول : التراث النظري

المبحث الأول : الإطار النظري للدراسة (نظرية الاستخدامات و الإشباعات)

1- نظرية الدراسة :

لقد اعتمدنا في دراستنا على "نظرية الاستخدامات و الإشباعات" فهي تقوم بدراسة الاتصال الجماهيري دراسة وظيفة منظمة و تتحصر رؤيتها للجماهير على أنها فعالة في انتقاء أفرادها لرسائل و مضمون وسائل الإعلام و هي أكثر النظريات اختبارا و تطبيقا في المجتمعات العربية من قبل الباحثين و أمكننا من التعرف على أهداف أفراد الجمهور من استخدامهم لوسائل الإعلام و ذلك من خلال سؤالهم عن هذه الأهداف و دوافعهم و احتياجاتهم التي يعون وجودها¹

تبلورت هذه النظرية في بداية السبعينيات كرد فعل لمفهوم قوة وسائل الإعلام للسيطرة على جمهور وسائل الاتصال الجماهيري و تعني هذه النظرية بدراسة تطبيقية منظمة، و تظهر هذه النظرية ايجابية الجمهور و تعتبره جمهورا نشطا و ليس مستقبلا سلبيًا لوسائل الاتصال الجماهيري، إذ ينتقي الأفراد الوسائل التي يتعرضون لها، و كذلك المضمون الذي يشبع رغباتهم و حاجاتهم النفسية عبر قنوات المعلومات و الترفيه المتوفرة² كما تعتمد هذه النظرية على مجموعة من الفروض نذكر منها :

1. أن أعضاء الجمهور مشاركون فاعلون في عملية الاتصال الجماهيري و يستخدمون وسائل الاتصال لتحقيق أهداف مقصودة تلبى توقعاتهم.
2. يعبر استخدام وسائل الاتصال عن الحاجات التي يدركها أعضاء الجمهور و يتحكم في ذلك عوامل الفروق الفردية و عوامل التفاعل الاجتماعي و تنوع الحاجات.
3. التأكيد على أن الجمهور هو الذي يختار الرسائل و المضمون الذي يشبع حاجاته فالأفراد هم الذين يستخدمون الوسائل و ليس الوسائل هي التي تستخدمهم.
4. يستطيع أفراد الجمهور دائما تحديد احتياجاتهم و دوافعهم وبالتالي يختارون الوسائل التي تشبع تلك الاحتياجات.
5. يمكن الاستدلال على المعايير الثقافية السائدة من خلال استخدامات الجمهور لوسائل الاتصال و ليس من خلال محتوى الرسائل فقط.

المبحث الثاني : الدراسات السابقة

تعد منبعًا أساسيًا لجمع المعلومات و الدراسات السابقة المتعلقة بالموضوع و على الأساس و في إطار دراستنا قمنا بتفحص بعض المذكرات حيث تم الاعتماد على الدراسات التالية :

1- الدراسة الأولى :

¹ مصطفى علي سير عبد النبي، الاتجاهات الحديثة لنظرية الاستخدامات و الإشباعات، المجلة المصرية للدراسات المتخصصة، العدد 22، سنة 2019، ص 41 و 42

² د. عبد النبي عبد الله، فلسفة و نظريات الإعلام، دار العالمية للنشر و التوزيع، جامعة واد النيل، 2014، ص 158/146

التي تخص "أثر استخدام الرموز التعبيرية في شبكات التواصل الاجتماعي على اللغة -فيسبوك نموذجاً- " دراسة على عينة من شباب مدينة المسيلة.
مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام و الاتصال تخصص اتصال و علاقات عامة.(من إعداد الطالبتين: خديجة زيتوني و فاطمة الزهراء حدباوي) حاولوا من خلالها تحليل العناصر الاتصالية غير اللفظية بالإضافة إلى الكشف عن المعاني الظاهرة و العميقة و كانت إشكاليتهما " ما أثر استخدام الشباب للرموز التعبيرية في مواقع التواصل الاجتماعي (فيسبوك) على اللغة؟"
كما اعتمدت على الأسئلة الفرعية التالية :

- 📌 ما هي أهم الرموز التعبيرية المستخدمة في التواصل بين الشباب في فيسبوك بولاية المسيلة؟
- 📌 ما هي دوافع استخدام الرموز التعبيرية في التواصل بين الشباب في فيسبوك بولاية المسيلة؟
- 📌 ما هي أهم الأهداف المحققة من وراء استخدام الرموز التعبيرية في التواصل بين الشباب في فيسبوك بولاية المسيلة؟
- 📌 ما هو أثر استخدام الشباب للرموز التعبيرية على اللغة في فيسبوك بولاية المسيلة ؟

نتائج الدراسة:

- 📌 يستخدم اغلب الشباب فيسبوك للتواصل مع الأصدقاء و الأقارب للحصول على الأخبار
- 📌 أن أغلبية أفراد العينة يعتبرون الرموز التعبيرية أداة تواصلية مناسبة لكونها تجسد المعاني و الأفكار و المشاعر
- 📌 إن استخدامها يؤثر بشكل نسبي على اللغة و هذا لان اغلب الشباب لا يمكنهم الاستغناء على اللغة في التواصل .

2- الدراسة الثانية:

جاءت بعنوان "تأثير الرموز التعبيرية في موقع التواصل الاجتماعي (فيسبوك) على الممارسة اللغوية لدى تلاميذ ثانوية أكراف محمد- مستغانم - "
مذكرة تخرج لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام و الاتصال تخصص وسائل الإعلام و المجتمع، من إعداد الطالبتين: " لكحل حليلة و زيان خالدية " بطرح الإشكالية :
ما أثر استخدام الرموز التعبيرية في مواقع التواصل الاجتماعي -فيسبوك نموذجاً- على الممارسة اللغوية لدى تلاميذ الثانوية ؟

الأسئلة الفرعية:

ما هي الأسباب التي أدت بتلاميذ الثانوية إلى استخدام الرموز التعبيرية في المحادثات؟

ما هي الرموز الأكثر تداولاً بين التلاميذ؟

ما مدى انتشار الرموز التعبيرية بين التلاميذ

هل أثر تداول الرموز التعبيرية على المستوى اللغوي للتلاميذ؟

نتائج الدراسة:

تبين أن أغلب التلاميذ يستخدمونه من أجل التواصل مع الأهل و الأصدقاء و البعض الآخر من أجل الدراسة و اكتساب المعارف

أن التلاميذ يستخدمون الرموز التعبيرية أثناء تواصلهم عبر فيسبوك و هذا لاختصارهم للجهد و الوقت

الدراسة الثالثة:

جاءت ب اللغة الانجليزية بعنوان "الاتصال التفاعلي الرمزي كأداة للتواصل الإنساني في الفضاء الرقمي: الرموز التعبيرية (الايموجي "emoji") نموذجاً (جامعة الجزائر 3) من إعداد الطالبة " وهيبة بوصيفي " كما طرحت إشكالية التالية : ماذا يعني الاتصال التفاعلي القائم على الرموز التعبيرية " الرموز التعبيرية في الفضاء الرقمي " ؟ ثم قسمتها إلى أسئلة فرعية :

ما هي خصائص الرموز التعبيرية emojis؟

ما هي الرموز التعبيرية الأكثر شعبية على وسائل التواصل الاجتماعي التطبيقات و الشبكات؟

لماذا يعتمد الأفراد على هذه الرموز التعبيرية في الاتصال و التفاعل في الواقع الافتراضي ؟

كيف أثرت الرموز التعبيرية على اللغات المكتوبة؟

و قد توصلت هذه الدراسة إلى أن الايموجي أصبح الأداة الاتصالية الأكثر استخداماً من قبل الأفراد في اتصالاتهم مع بعضهم البعض سواء البريد الالكتروني أو شبكات التواصل الاجتماعي أو حتى رسائلهم عبر الهاتف المحمول، حيث يستعملون الرموز التعبيرية في مراسلاتهم اليومية و يمتلكون 3019 رمزا تعبيريا مثبتا على هواتفهم.

الفصل الثاني :
الأدبيات النظرية

تمهيد:

تعد مواقع التواصل الاجتماعي وسيلة من وسائل الاتصال العصرية في وقتنا و عصرنا الحديث إذا أنها سيطرت على كافة مجالات الاتصال و لها دور كبير في ظهور الشبكات من خلال تجسيدها للاتصال الوسيط و مساهمتها في بناء الشبكات الاجتماعية الافتراضية و من بينها فيسبوك الذي يأتي في الصدارة داخل المجتمع الجزائري نظرا لنجاحه في دعم فكرة التواصل مع الأصدقاء و الحفاظ على العلاقات الاجتماعية و العلاقات بين الطلبة، حيث ظهرت بها لغة خاصة تمثلت في استخدام الرموز التعبيرية وهذا الفصل سوف نتعرف على نشأة هذا الموقع و أبرزها كما سنتعرف على تاريخ الرموز التعبيرية و وظائفها.

المبحث الأول: مواقع التواصل الاجتماعي

أولا : نشأة و خصائص مواقع التواصل الاجتماعي

أ- نشأة مواقع التواصل الاجتماعي

بدأت مجموعة من المواقع الاجتماعية في الظهور في أواخر التسعينيات مثل (كلاسميتس classmates.com) عام 1995 للربط بين زملاء الدراسة، حيث ركز الموقع الأخير على روابط المباشرة بين الأشخاص، وكانت تقوم فكرته أساساً على فكرة بسيطة، يطلق عليها-الدرجات الست الانفصال - أي الافتراض أن أي شخص في العالم لا تفصله عن الآخر أكثر من ست درجات (أو أشخاص)، ويمكن التوصل إلي أي شخص في الدنيا عن طريق هؤلاء الأشخاص الستة، فظهرت في تلك المواقع الملفات الشخصية للمستخدمين وخدمة إرسال الرسائل الخاصة لمجموعة من الأصدقاء

وفي السنوات اللاحقة ظهرت بعض المحاولات الأخرى لكن الميلاد لفعلي للشبكات الاجتماعية كما نعرفها اليوم كان مع بداية العام 2002، حيث ظهر موقع (فرنذر friendster) الذي حقق نجاحاً دفع (جوجل) إلى محاولة شرائه سنة 2003، لكن لم يتم التوافق على شروط الاستحواذ، وفي النصف الثاني من نفس العام ظهر في فرنسا موقع (سكا روك Skyrock) كمنصة للتدوين، ثم تحول بشكل كامل إلى شبكة اجتماعية سنة 2007، وقد استطاع موقع (سكاي روك) تحقيق انتشار واسع ليصل في يناير 2008، إلى المركز السابع في ترتيب المواقع الاجتماعية وفقاً لعدد المشتركين¹

ب- خصائص مواقع التواصل الاجتماعي

تتشارك المواقع الاجتماعية في خصائص أساسية، بينما تتمايز بعضها عن الأخرى بمميزات تفرضها طبيعتها الشبكية ومستخدميها، وأبرز الخصائص المتوفرة في هذه المواقع ما يلي:

- الملفات الشخصية أو الصفحات الشخصية (profile page): ومن خلال الملفات الشخصية يمكن التعرف على اسم الشخص، ومعرفة المعلومات الأساسية عنه كالجنس، وتاريخ الميلاد، والبلد، والاهتمامات، والصور الشخصية، بالإضافة إلى غيرها من المعلومات، وبعد الملف الشخصي بوابة الدخول لعالم الشخص، فمن خلال الصفحة الرئيسية للملف الشخصي يمكن مشاهدة نشاط الشخص مؤخراً ومعرفة من هم أصدقاؤه، وما هي الصور الجديدة التي وضعها إلى غير ذلك من النشاطات.

- الأصدقاء/العلاقات (friends/connections): وهم بمثابة الأشخاص الذين يتعرف عليهم الشخص لغرض معين، حيث تطلق المواقع الاجتماعية مسمى "صديق" على الشخص المضاف لقائمة الأصدقاء، بينما تطلق بعض المواقع الاجتماعية الخاصة بالمحترفين مسمى "اتصال أو علاقة" (contact) على الشخص المضاف للقائمة

¹ ليلي أحمد جرار، فيسبوك والشباب العربي، مكتبة الفلاح للنشر والتوزيع، الكويت والإمارات العربية المتحدة ومصر والأردن، الطبعة أولى، 2012، ص38

- إرسال الرسائل : تتيح هذه الخاصية إمكانية إرسال الرسائل مباشرة للشخص، سواء كان في قائمة الأصدقاء أم لم يكن.
- ألبومات الصور:albums: تتيح الشبكات الاجتماعية لمستخدميها إنشاء عدد لا نهائي من الألبومات ورفع مئات الصور عليها، وإتاحة مشاركة هذه الصور مع الأصدقاء للاطلاع والتعليق عليها.
- المجموعات (groups): تتيح كثير المواقع الاجتماعية خاصة إنشاء مجموعة اهتمام، حيث يمكن إنشاء مجموعة بمسمى معين وأهداف محددة، ويوفر الموقع الاجتماعي لمالك المجموعة والمنضمين إليها مساحة أشبه ما تكون بمنتدى حوار مصغر وألبوم صور مصغر، كما تتيح خاصية تنسيق الاجتماعات عن طريق ما يعرف ب events أو الأحداث ودعوة أعضاء تلك المجموعة له، وتحديد عدد الحاضرين والغائبين.
- الصفحات(pages): ابتدع هذه الفكرة موقع (فيسبوك)، واستخدمها تجارياً بطريقة فعالة، حيث يعمل حالياً على إنشاء حملات إعلانية موجهة، تتيح لأصحاب المنتجات التجارية أو الفعاليات توجيه صفحاتهم وإظهارها لفئة يحددها من المستخدمين، ويقوم (فيسبوك) باستقطاع مبلغ عن كل نقرة يتم الوصول لها من قبل أي مستخدم قام بالنقر على الإعلان، إذ تقوم فكرة الصفحات على إنشاء صفحة يتم فيها وضع بتصفح تلك الصفحات عن طريق تقسيمات محددة، ثم إن وجدوا اهتماماً بتلك الصفحة يقومون بإضافتها إلى ملفهم الشخصي.¹

ثانياً: أنواع و أهم المواقع الاجتماعية

أ- أنواع مواقع التواصل الاجتماعي

هناك الآلاف المواقع الاجتماعية التي تعمل على الصعيد العالمي، منها المواقع الصغيرة التي طرحت لتناسب القطاعات المهمشة في مجتمعاتها، ومنها المواقع المتوسطة التي تخدم وحده جغرافية لمجتمع معين، وهناك بعض المواقع الضخمة التي تصل خدماتها لإرجاء العالم كافة، ومن هذه المواقع ما يستخدم واجهه استخدام بسيطة، بينما البعض الآخر قد يبدو أكثر جرأة في استخدام التكنولوجيا الحديثة والقدرات (الإبداعية، ويمكن تقسيم المواقع الاجتماعية وفق ما يلي: (wikipedia

• نوع أساسي : وهذا النوع يتكون من ملفات شخصية للمستخدمين وخدمات عامة مثل المراسلات الشخصية، ومشاركة الصور والملفات الصوتية والمرئية والروابط والنصوص

¹ ليلي أحمد جرار، المرجع السابق.ص41و42

والمعلومات بناء على تصنيفات محددة، مرتبطة بالدراسة أو العمل أو النطاق الجغرافي مثل مواقع (فيس بوك) و ماي سبيس و هاي فايف.

• **نوع مرتبط بالعمل:** وهو من أنواع المواقع الاجتماعية الهامة، وهي تربط أصدقاء العمل وأصحاب الأعمال والشركات بشكل احترافي، وتتضمن ملفات شخصية للمستخدمين تحوي سيرتهم الذاتية وما قاموا به في سنوات دراستهم وعلمهم ومن عملوا معهم.

• **مميزات إضافية:** هناك بعض المواقع الاجتماعية توفر مميزات أخرى، مثل التدوين المصغر micro blogging مثل موقع تويتر و بلارك والشبكات الجغرافية مثل موقع برايت كاي (Brightkite).

• **المواقع العربية:** من أشهر المواقع الاجتماعية العربية موقع عربيز (3rbeze)، حيث تم إنشاؤه في فبراير 2009، وكان مخصصا للعرب في ألمانيا فقط، لكنه انتشر بسرعة بين الدول العربية، والجدير بالذكر أن هناك مواقع اجتماعية عربية أخرى، لكن عددا كبيرا منها فقدت السيطرة على محتواها، فلا يوجد فيها رقابة على جودة المعروض داخلها، كصور وملفات مخلة بالأداب العامة

• **المواقع الاجتماعية والإعمال:** لا تتوقف الشبكات الاجتماعية فقط عند الربط بين أصدقاء والأشخاص، بل هناك شبكات تجمع رجال الأعمال وأصحاب الشركات والعاملين بها والمثال الأشهر على ذلك موقع لينكد إن (linkedin)، الذي جمع أكثر من 20 مليون مشترك، أكثر من 150 حرقه مختلفة¹.

ب- أهم مواقع التواصل الاجتماعي

1- اليوتيوب

تعريفه: هو موقع ويب متخصص بمشاركة الفيديو، يسمح للمستخدمين برفع ومشاهدة ومشاركة مقاطع الفيديو بشكل مجاني تأسس في 14 فبراير سنة 2005 بواسطة ثلاث موظفين سابقين في شركة باي بال هم تشاد هيرليو ستيف تشين و جاود كريم في مدينة سان بروتو، سان ماتيو، كاليفورنيا، الولايات المتحدة الأمريكية، ويستخدم تقنية الأذوي فلاش لعرض المقاطع المتحركة. محتوى الموقع يتنوع بين مقاطع الأفلام، والتلفزيون، والموسيقى، الفيديو المنتج من قبل الهواة، وغيرها. وهو حاليا مزود ب67 موظف، في أكتوبر 2006 أعلنت شركة Google الوصول لاتفاقية لشراء الموقع مقابل 1.65 مليار دولار أمريكي، أي ما يعادل 1.31 مار يورو.

¹ ليلي أحمد جرار، المرجع السابق، ص 40، 41

2- تويتر

تعريفه: هو أحد شبكات التواصل والإعلام الموجودة على الانترنت، وهو من الشبكات الاجتماعية التي تمكن مستخدميها من إرسال وقراءة النص القائم على المشاركات التي تصل إلى أكثر من مائة وأربعين حرف وهو موقع اجتماعي يقدم خدمة التدوين المصغر، والتي تسمح لمستخدميه بإرسال تغريدات عن حالتهم بحد أقصى (140) حرفا للرسالة الواحدة، وذلك مباشرة عن طريق موقع تويتر .

3- لينكدان

تعريفه: هي شبكة اجتماعية خاصة بالعمل والتجارة تضم العديد من المحترفين والمحترفات في العديد من المجالات ويتشاركون مجموعة اهتمامات.

ويعرف بكونه موقع يضع فيه المستخدمين معلومات مهنية شخصية تتضمن تفاصيل مثل الخلفية التعليمية، التاريخ الوظيفي والعلمي وكذا قائمة المشاريع المهنية الكبرى إلى جانب الشهادات المهنية والعضوية المهنية وكل هذه المعلومات توضع في الملف يمثل دليل المستخدم¹.

4- تطبيق الواتساب

تعريفه: هو تطبيق تراسل فوري محتكر متعدد المنصات للهواتف الذكية يمكن للمستخدمين بالإضافة إلى المحادثة إرسال الصور والفيديو والرسائل الصوتية والوسائط.

انتشر تطبيق الواتساب في الفترة الأخيرة بشكل مذهل فهو أهم التطبيقات وأكثرها استخداما في الهواتف الذكية على مستوى العالم، فقد أكدت الأبحاث أنه يتم إرسال 18 مليار رسالة من خلال برنامج الواتساب، فبرنامج الواتساب يساعد على التقريب المسافات بين الأهل والأصدقاء، حيث يستخدمه عدد كبير من الأشخاص المسافرين الذين لا يستطيعون التواصل بشكل مستمر مع الأهل والأبناء، وكذلك الواتساب خدمة مجانية توفر فواتير الهاتف التي أصبحت مرتفعة جدا لذلك يستخدمه الأغلبية لإرسال النصية للأصدقاء للاطمئنان على أحوالهم والحديث معهم لفترة طويلة مجانا.

ويتصف الواتساب بالتخصيص تماما مثل تطبيق الدردشة على الانترنت يمكن للمستخدمين تغيير وتعديل وضعهم إلى ما يريدون، ويمكنهم أيضا مشاركة مواقعهم الحالي على الخرائط Google وتحميل صورة الملف الشخصي واستخدام الرموز في الدردشات أو

¹ لعبني هدى وجرفي عادلة، المرجع السابق، ص96 و100 و104

تغيير مظهر المحادثة ويسمح خيار الدردشة لمستخدمين مع ما يصل إلى 10 أشخاص في محادثة واحدة، وكذلك يتصف بتطبيق الواتساب بإمكانية إرسال العديد من الصور والفيديوهات والرسائل الصوتية والوسائط المتعددة وبالتالي تزيد من التفاعل بين الأصدقاء والأهل، وذلك لسهولة وبساطة التطبيقات استعمال وبالتالي يمكن لأي شخص التعامل معه بسهولة لتبادل الأفكار والمعلومات المفيدة.¹

5- الانستقرام

تعريفه: هو برنامج مجاني طرح في ولاية سان فرانسيسكو الأمريكية في شهر أكتوبر من عام 2010 من قبل المطور التقني كيفن سيستروم وكان موجهًا فقط لأجهزة الآيفون والآي باد والآي بود وغيرها من منتجات شركات أبل وفي شهر أبريل من عام 2012 طورت الشركة المنتجة البرنامج ليعمل على أجهزة الهواتف التي تعمل بنظام أندرويد 2.2 كأجهزة سامسونج جلاكسي وغيرها، يستطيعون إنزالها عن طريق الإبل ستور لأجهزة الآيفون وعن طريق جوجل بلاي لأجهزة الاندرويد ويعرف كذلك على أنه تطبيق مجاني لتبادل الصور، وشبكة اجتماعية أيضا، أطلق في أكتوبر عام 2010 ويتيح للمستخدمين النقاط صورة، وإضافة فلتر رقمي إليها، ومن تم مشاركتها في مجموعة متنوعة من خدمات الشبكات الاجتماعية.²

6- فيسبوك

تعريفه: يعد فيسبوك face book من أهم المواقع للتواصل الاجتماعي، وقد عرف موقع ويب- أوبيديا الموقع الإلكتروني الاجتماعي على أنه التعبير المستخدم لوصف أي موقع الكتروني يخول مستخدميه إنشاء ملفات شخصية ونشرها بشكل علني عبر ذلك الموقع وتكوين علاقات مع مشتركين آخرين على نفس الموقع يكون بإمكانهم الدخول إلى ملفاتهم الشخصية (orgnet.com). وهو لا يمثل منتدى اجتماعي فقط وإنما أصبح قاعدة تكنولوجية سهلة بإمكان أي شخص أن يفعل ما يشاء بواسطتها.³

إقال تعالى: (" يَا أَيُّهَا النَّاسُ إِنَّا خَلَقْنَاكُمْ مِنْ ذَكَرٍ وَأُنْثَىٰ وَجَعَلْنَاكُمْ شُعُوبًا وَقَبَائِلَ لِتَعَارَفُوا⁴ إِنَّ أَكْرَمَكُمْ عِنْدَ اللَّهِ أَتْقَاكُمْ⁵ إِنَّ اللَّهَ عَلِيمٌ خَبِيرٌ ")⁴ "سورة الحجرات 13"

ثالثا: مجالات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي

1- التعرف والصدقة:

وهو أهم أوجه استخدامات الشبكات الاجتماعية، وهي بداية كل مستخدم في إقامة علاقات اجتماعية من خلال الشبكة.

¹ لعيني هدى وجرفي عادلة، المرجع السابق، ص 107

² متاح على الرابط التالي: <http://travel.maktoob.com>, 2023/05/02, 19:55

³ ليلي أحمد جرار، المرجع السابق، ص 51

⁴ القرآن الكريم، سورة الحجرات 13

2- إنشاء شبكات للجهات والمؤسسات المختلفة:

من أهم مميزات الشبكات الاجتماعية في بيئة الويب 2.0 هي إمكانية إنشاء شبكات داخلها تجمع الأفراد تحت مظلتها فيمكن لأي جهة إنشاء شبكة لها ويشترك فيها كل العاملين في تلك لجهة.

3- إنشاء مجموعات اهتمام:

وهي متاحة على انترنت منذ وقت بعيد، وكذلك مواقع شهيرة تقدم تلك الخدمة مجاناً بعدما كانت تقدم بمقابل مادي في بداية ظهور الخدمة، إلا أن تقديم هذه الخدمة من خلال الشبكات الاجتماعية جعل لها مذاقاً خاصاً مختلف تماماً، فمن خلال الشبكات الاجتماعية يمكن إنشاء مجموعات اهتمام ودعوة جميع الأصدقاء للاشتراك في تلك المجموعة.

4- إنشاء صفحات خاصة بالأفراد والجهات:

وهي من الإمكانيات الجديدة التي أضافتها الشبكات الاجتماعية في بيئة الويب (2.0) فيمكن إنشاء صفحة للمشاهير والشخصيات المتميزة وكذلك الجهات والمؤسسات ويقوم محبي صاحب الصفحة بالاشتراك فيها للتعرف على أخباره وأنشطته.

5- البرمجيات المتوفرة داخل الشبكة الاجتماعية:

نشأ داخل الشبكات الاجتماعية مجتمع كبير جداً من المبرمجين، حتى أصبحت الشبكة الاجتماعية بيئة عمل البرمجيات، وفي هذا المجال يأتي فيسبوك (facebook) على رأس الشبكات الاجتماعية من حيث البرمجيات، حتى أصبح بيئة (منصة) تطوير للبرمجيات، هذه البرمجيات منها ما هو ترفيهي ومنها ما هو بحثي.¹

6- استخدامات ترفيهية:

تضم الشبكات الاجتماعية العديد من الألعاب الترفيهية المسلية، إلا أنها تعمل بفكر الويب (0، 2) حيث يتنافس الأصدقاء في اللعبة الواحدة.

7- وسائل الاتصال بين أفراد لمجتمع:

توفر الشبكات الاجتماعية سبل مختلفة للتواصل بين أفراد المجتمع الإلكتروني، من أشهر تلك الوسائل، الرسائل الإلكترونية، وهي تدار عبر موقع الشبكة الاجتماعية وليس لها برنامج خاص لإدارتها مثل البريد الإلكتروني المتعارف عليه، كذلك من الوسائل المتاحة المحادثة الفورية بين الأعضاء.

¹ ياسر خضير البياتي، الإعلام الجديد الدولة الافتراضية الجديدة، ط1، دار البداية ناشرون وموزعون، الأردن، 2014، ص ص 380، 379.

8- الدعاية والإعلان :

يمكن استخدام الشبكات الاجتماعية لأغراض الدعاية التجارية، فهناك العديد من الشركات تؤسس مجموعات إما كنوع من أنواع الترويج، كما يمكن عمل إعلانات مدفوعة الأجر عبر الشبكة الاجتماعية.¹

ربعا: الايجابيات وسلبيات لمواقع التواصل الاجتماعي

أ- الايجابيات:

- نافذة مظللة على العالم : حيث وجد الملايين من أبناء الشعوب الأجنبية والعربية بشكل خاص في الشبكات الاجتماعية نافذة حرة لهم للاطلاع على أفكار وثقافات العالم بأسره.
- فرصة لتعزيز الذات: فمن لا يملك فرصة لخلق كيان مستقل في المجتمع ذاته، فانه عند التسجيل بمواقع التواصل الاجتماعي، يصبح لك كيان مستقل وعلى الصعيد العالمي.
- أكثر انفتاحا على الآخر: إن التواصل مع الغير سواء أكان ذلك الغير مختلف عنك في الدين والعقيدة والثقافة والعادات، واللون والمظهر والميول فانك قد اكتسبت صديقا ذا هوية مختلفة عنك قد يكون قريبا أو على بعد آلاف الأميال في قارة أخرى.
- منبر للرأي والرأي الآخر: إن من أهم خصائص مواقع التواصل الاجتماعي سهولة التعديل على صفحاتها، وكذلك حرية إضافة المحتوى الذي يعبر عن فكرك ومعتقداتك والتي قد تتعارض مع الغير، فالمجال مفتوح أمام حرية التعبير مما جعل مواقع الاجتماعي أداة قوية للتعبير عن الميول والاتجاهات والتوجيهات الشخصية تجاه قضايا الأمة المصرية.
- التقليل من صراع الحضارات: فقد تعزز مواقع التواصل الاجتماعي من ظاهرة العولمة الثقافية، ولكنها في الوقت ذاته تعمل على تقليل الهوية الثقافية والحضارية، وذلك من خلال ثقافة التواصل المشتركة بين مستعملي تلك المواقع وكذلك تبيان وتوضيح الهموم العربية للغرب.²

ب- الآثار السلبية:

¹ ياسر خضير البياتي، المرجع السابق، ص ص 381، 380
² لعبني هدى وجرفي عادل، أثر مواقع التواصل الاجتماعي على الهوية الثقافية لدى الطلبة الجامعيين، كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية، قسم علوم الإعلام والاتصال، 2020 ص 111

✚ أداة نشر الأخبار المغلوطة وغير الصحيحة: يستخدم بعض الأشخاص مواقع التواصل الاجتماعي استخداما سيئا، فهناك عدد كبير من الأخبار غير الصحيحة التي تنشر عبر مواقع التواصل الاجتماعي يوميا، ويصدقها الكثير من المستخدمين ويعيدون نشرها مرة أخرى مما يتسبب في تداول الكثير من الإشاعات.

✚ انعدام الخصوصية لمستخدمي الشبكات الاجتماعية: يستخدم الأشخاص المشاركون في مواقع التواصل الاجتماعي ملفاتهم الشخصية لعرض بياناتهم وجميع المعلومات منهم بالإضافة إلى نشر الكثير من المعلومات الشخصية حول السكن والجامعة والوظيفة ومن الممكن أن يستغل بعض المحتالين هذه المعلومات، لذا ينصح بمراجعة الإعدادات جيدا للتأكد من أنها تحافظ على الخصوصية للأصدقاء فقط.

✚ تعرض مستخدمي الشبكات الاجتماعية للاختراق من قبل الحكومات والتجسس عليهم: نتيجة عدم اهتمام الكثيرين بالإعدادات الخاصة بالخصوصية يتعرضوا لبعض المشاكل مثل التجسس من قبل الحكومات، فقد قامت مصلحة الضرائب الأمريكية في عام 2009 باستعمال حسابات المستخدمين على مواقع التواصل الاجتماعي وبياناتهم في عمل ملفات الضرائب الخاصة بهم.

✚ الاستخدام المفرط لمواقع التواصل الاجتماعي يؤثر على علاقات الصداقات: في حين أن مواقع التواصل الاجتماعي من أفضل الوسائل التي يستخدمها الكثيرين للحصول على صداقات جديدة إلا أنها ربما تكون سببا في مشكلات تؤدي إلى قطع العلاقات بين الأصدقاء المقربين.

✚ مواقع التواصل الاجتماعي في تضييع وقت الكثيرين: رغم الكثير من المميزات التي يقدمها مواقع التواصل الاجتماعي إلا أن المستخدمين يضيعون أوقات كثيرة سواء في التواصل مع الأصدقاء ومراقبة تحديثات أصدقائهم والرد على تعليقاتهم بالإضافة إلى قضاء الكثير من الوقت في الألعاب غير المفيدة مثل فارم فيلي وحروب المافيا وغيرها من الألعاب.¹

¹ لعبني هدى وجرفي عادلة، المرجع السابق، ص112

المبحث الثاني: موقع الفاييبوك

أولاً : نشأة موقع فييبوك:

انطلق موقع (فييبوك) في 28 أكتوبر من عام 2003 عندما قام مارك زوكر بيرخ وهو طالب في السنة الثانية بجامعة هارفارد الأمريكية بابتكار (فيس ماش) مع زميله في غرفة السكن "موسكوفيتز" و"هيوز"، حيث تم استخدام صور لطلبة المدينة الجامعية، عن طريق وضع صورتين بجانب بعضهما البعض ودعوة الطلاب المستخدمين إلي اختيار الشخص " الأكثر جاذبية".

وقد لجأ زوكر بيرخ إلي اختراق مناطق محمية في شبكة الحاسوب الخاصة بجامعة هارفارد، وقام بنسخ صور خاصة بالطلبة في السكن الجامعي، كي يتمكن من الحصول علي تلك الصور التي وضعها في الموقع، ثم قام بتوجيه الموقع إلي العديد من وحدات الخدمة الخاصة بالحرم الجامعي، لكن ونتيجة لذلك الاختراق الذي قام فيه زوكر بيرخ، قامت إدارة الجامعة بإغلاق الموقع بعد بضعة أيام من انطلاقه، واتهمت زوكر بيرخ بخرق قانون الحماية وانتهاك حقوق التأليف والنشر، وكذلك انتهاك خصوصية الأفراد، وكانت هذه التهم كافية لطرد من الجامعة، ولكن تم إسقاط جميع اتهم الموجهة إليه في نهاية الأمر، وفي 4 نوفمبر من عام 2004، قام زوكر بيرخ بتأسيس موقع (الفيس بوك) على نطاق جامعة هارفارد تحت مسمى www.facebook.com¹.

ثانياً : الانتقادات الموجهة للفيسبوك:

تعرض موقع فييبوك للكثير من الانتقادات من مدار السنوات القليلة الماضية، ففي أكتوبر من عام 2005 قامت جامعة نيومكسيكو بحظر الدخول إلي الموقعين أجهزة الكمبيوتر والشبكات الخاصة بالحرم الجامعي، وقد أشارت الجامعة إلي أن السبب وراء ذلك فيما يتعلق بإساءة استخدام الموارد المتاحة على الانترنت علاوة على أن الموقع يفرض استخدام وثائق التفويض الخاصة بالجامعة في أنشطة لا تتعلق بالجامعة.

وفي وقت لاحق قامت الجامعة بإلغاء الحظر الذي فرضته من قبل على استخدام الموقع وذلك بعد أن تمكن القائمون على إدارة الموقع من معالجة الموقف من خلال عرض أخطار على صفحة الدخول تنص على أن مواقع التفويض التي تستخدم على الموقع ليس لها علاقة بوثائق التفويض المستخدمة في الحسابات الخاصة بالكلية.²

ثالثاً : تطبيقات و آلية عمل موقع فييبوك

¹ ليلي أحمد جرار، المرجع السابق، ص 52

² صلاح محمد عبد الحميد، الإعلام الجديد، ط1 مؤسسة طيبة للنشر و التوزيع، القاهرة، 2012، ص 222، 223

أ- تطبيقات موقع فيسبوك:

تم إنشاء التطبيقات كاستبيانات أو مسابقات من السهولة تنفيذها وهناك ألعاب games مختلفة تتبع لكبرى الشركات المعروفة حالياً، هناك عدد كبير جداً من التطبيقات بعضها منشأ من قبل الشركات كما أسلفنا والبعض الآخر منشأ من قبل المستخدمين العاديين.

1. المجموعات groups

يمكن لكل مشترك أن ينشأ مجموعة عبر تسميتها وكتابة تعريف عن الفكرة ثم أيميل مدير admin بحروف كما أسلفنا سابقاً يتم إنشاء المجموعات لاهتمامات مشتركة أو لأعضاء نادي معين أو لحملة فكر اجتماعي كان أديني أو سياسي.

المجموعات لديها نفس العناصر وأدوات الصفحة الشخصية ذاتها (Wall) صفحة تسمح بالكتابة فيها لجميع أعضاء الجروب واليوم صور ومساحة للحوار (discussion) وملفات فيديو وكل ذلك يتم عبر صلاحيات المنح التي يشرف عليها مدير المجموعة.

2. الصفحات "pages"

الصفحات لها نفس حيز و استخدامات المجموعة فيها عدى أنها أكثر تفاعلاً عبر ظهورها في الصفحة الرئيسية (home) لكل المستخدمين وغالباً ما يكون هذا التطبيق ل (fan club) معجبون للجماهير ونجوم المجتمع بحيث تكون الصفحة وسيلة للتواصل مع الشخصيات المعنية.

3. الصفحة الرئيسية "home"

يظهر بهذه الصفحة كل جديد، تعليقات وصور وروابط أصدائك وذلك يحدث فقط إذا أتاح المستخدم عبر إعدادات الصلاحية مشاهدة محتويات صفحة أصدقاء أصدائه.

4. الألعاب "games"

فيسبوك العديد من الألعاب المختلفة مغامرات إستراتيجية، كرة القدم، يستطيع المستخدم أن يستخدمها ويجتاز مراحلها تلوى الأخرى والمثير في هذه الألعاب والأكثر أهمية هو أن يمكن للمستخدم أن يدعو عدد من أصدائه لممارسة لعبة معينة (جماعية).

5. المناسبات "évent"

إقامة دعوة لأصدقائك أو لأعضاء مجموعة معينة لحدث مهم أو عمل جماعي أو اجتماع على أرض الواقع، توضح فيه عنوان الحدث وتاريخ بدايته ونهايته وتحديد الأعضاء المدعويين له وبعض المناسبات event تكون مفتوحة لأي عضو في فيسبوك.¹

ب- آلية عمل موقع فيسبوك

من أهم آليات التواصل في موقع فيسبوك هي :

1- التعليقات "notes"

خاصية التعليقات متاحة بين الأصدقاء وفي المجموعات والصفحات المنضمين لها، ذلك يعتمد أيضا على الصلاحيات الممنوحة، يمكن للمستخدم أيكتب تعليقا في مساحة التعليقات ويمكنك الضغط على زر comment إضافة تعليق وفي نفس المساحة يمكنك أن تضيف رابط موقع أو صور.

2- الإشارة "tags"

خاصية الإشارة متاحة في الصور والفيديو و النوت بحيث يمكنك أن تلفت انتباه أصدقائك عبر الإشارة لهم في صورتك أو في مقطع الفيديو المحمل عبر الفايسبوك وبالتالي سترسل لهم التنبيهات لأي تحديث جديد في الصورة.

3- الإعجاب " like "

خاصية معجب أيضا متاحة بنفس آلية تعليقات بين الأصدقاء والمجموعات والصفحات المنضمين لها، ذلك يعتمد أيضا على الصلاحيات الممنوحة من حيث يمكن للمستخدم أن يقوم بعمل معجب like لأي نص أو صورة أو فيديو لأصدقائك.

4- النكزة "pokrs"

خاصية نكزة "غمزه" تتيح إرسال نكزة افتراضية لإثارة لانتباه إلي بعضهم البعض، وهي عبارة عن إشهار يخطر المستخدم بان احد الأصدقاء يقوم بالترحيب به.²

رابعا: ايجابيات وسلبيات موقع فيسبوك

أ- ايجابيات موقع فيسبوك:

¹ وائل مبارك خضر فضل الله، أثر فيسبوك على المجتمع، ط1، دار البداية ناشرون و موزعون الأردن، 2011، ص 14

² وائل مبارك خضر فضل الله، مرجع السابق، ص 16

يؤدي هذا الموقع خدمات إلى مستخدميه تسهل عليهم الكثير من أعمالهم تواصلهم، ومن هي الخدمات:

1- إتاحة الفرصة للصدقة والتواصل بين الأعضاء المشتركين في هذا الموقع:

وذلك عن طريق:

- إتاحة الفرصة لإضافة من يشاء العضو إضافتهم من الأصدقاء للتواصل معهم بعد أخذ موافقتهم، فالخيار والحرية متاحة لمن يريد أن يضيف له على الموقع، ونتاج لهذا الصديق أن يقبل أو يعرض هذه الصداقة عن طريق الإجابة سلبا أو إيجابا على الطلب الذي يتلقاه
- إرشاد صديقين إلى بعضهما على هذا الموقع، حتى وأن كانا لا يعرفان بعضهما في لواقع الحقيقي.
- اقتراح أصدقاء جدد لمن يريد من الأصدقاء القدامى الذين يعرفهم سابقا وبالتالي توسيع شبكة الصداقة والتواصل التي يمتلكها.
- إتاحة الفرصة لمشاهدة كل الأصدقاء مرة واحدة مرتبة أسماؤهم أبجديا مع أرقام هواتفهم الموجودة على نبذ حياتهم إذا كانت هذه الهواتف متاحة للأصدقاء.
- إمكانية التواصل والتفاعل مع الأصدقاء عن طريق الدردشة والرسائل والهدايا الافتراضية وإبلاغهم عن الأعمال التي تقوم بها حاليا بحيث يبقوا على اتصال مستمر عبر هذا الموقع الافتراضي.

2- خدمة الشركات وأصحاب الأعمال:

في الإعلان عن الوظائف واختيار الموظفين، كأخذ ما ينشرونه من نبذ شخصية عن أنفسهم وخبراتهم على الفايسبوك بعين الاعتبار عند البدا في اختيار الموظفين من بين المتقدمين، كذلك يمكن الفايسبوك إسداء خدمات كبيرة في التسويق والترويج للمنتجات.

3- يتيح الفايسبوك كذلك فرصة تحميل البومات الصور:

يشكل اكبر وأوسع مما تتيحه المواقع أخرى، حيث يتم تحميل أكثر من مليار صورة شهريا على الفايسبوك، وكذلك تسجيل مقاطع الفيديو عبر عدة مصادر كالهاتف النقال والبريد الإلكتروني، حيث يتم تحميل أكثر من عشرة ملايين مقطع شهريا على هذا الموقع.¹

4- التواصل مع مجتمعات افتراضية:

¹ علي خليل شقرة، الإعلام الجديد (شبكات التواصل الاجتماعي) ط 1، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن، 2014، ص 66

متخصصة في مواضيع شتى تقيد العضو في التدريب والتعليم، من هذه المجتمعات وزيادة خبرتها.

5- متابعة أخبار الشخصية المشهورة في كافة المجالات:

كالشخصيات السياسية والاقتصادية والفنية والعاملين في مجالات الاجتماعية والدينية، حيث أصبح لمعظم هؤلاء حسابات على الفايسبوك يمكن لمن يتواصل معهم أن يطلع على أخبارهم وأفكارهم وخواطرهم، ووجهات نظرهم حول مختلف الأحداث والقضايا.

6- إمكانية تثبيت أي موقع أو خبر أو صور ومقاطع فيديو:

ومقاطع الفيديو يرغب العضو في الاحتفاظ بها من مواقع وأخبار وصور للرجوع إليها في أي وقت يشاء حيث يمكن للفيسبوك أي يلعب دور المفضلة في تخزين المعلومات المرغوبة.¹

ب- سلبيات موقع الفايسبوك:

1- إضعاف العلاقات والمهارات الاجتماعية:

وقد بدأت هذه الظاهرة في المجتمع الحقيق بين الأفراد الذين أدمنوا استخدام موقع الفيس بوك والتواصل عبر مجتمع أو مجتمعات افتراضية وقد شمل هذا الأمر العلاقات الأسرية، حيث تسبب في تدمير هذه العلاقات وتشتيت الأسر بالطلاق أو الخيانات أو الانعزال.

2- انتهاك خصوصية المشتركين:

حيث أن المعلومات التي ينشرها من خلال نبذهم الشخصية أو الصور أو المقاطع الفيديو تفقد صفة الخصوصية مجرد نشرها حتى لو اتخذنا المشترك كل الإجراءات اللازمة للامان فمن الممكن أن تصل هذه إلي دائرة أوسع كثيرا من الدائرة المقصودة بطرق عدة ويصبح سحبها بعد ذلك مستحيلا.

3- استغلال هذا الموقع من قبل جهات كثيرة قد تكون معادية:

يمكن لجهات كثيرة أن تستغل فيسبوك لخدمة أغراضها وتنفيذ أهدافها وذلك بالاستفادة مما ينشر على هذا الموقع من معلومات وصور ومشاركات قد تجعل من أصحابها عملاء لجهات معادية دون قصد ودون أن يعرفوا ذلك.

¹ علي خليل شقرة، المرجع السابق، 66_69

4- الإيمان والعزلة الاجتماعية:

فلا شك أن صفحة فيسبوك من أبرز مواقع التواصل الاجتماعي فهي مغرية وتجذب الشباب بشكل خطير جدا وينتهي بها الأمر إلى الدمن الذي يؤدي إلى العزلة من المجتمع مما يؤدي إلي هدر في الطاقات ويبدو بلا قيمة ولا معنى وخصوصا لدى الشباب الذي ترك يواجه الفراغ و البطالة والعجز والإحباط وفقدان الأمل في مستقبله فيبحث عن تسلية وفئة في حجرات الدردشة التي تتحول مع الوقت إلي إدمان المخدرات لا يمكن الخلاص منه فيظل منهم مرتبطين أمام هذه الشبكة بالساعات المتواصلة التي تريد أحيانا عشر ساعات في اليوم واحد.

5- السرقة العلمية:

يقوم الأشخاص بسرقة أفكار الغير التي قام بنشرها على الصفحة الفيس بوك يدخل بعض التعديلات عليها وينسبها لشخصه.

6- الإخلال بالنظام العام:

يمكن استخدام صفحة فيسبوك في زعزعة الاستقرار والأمن عن طريق ترويح وإفراغ الأفراد وإشاعة الفوضى وتعويض حالة الأمن والاستقرار أو منع السلطات من ممارسة صلاحياتها أو تعطيل تطبيق الدستور والقوانين وتفويض النظام العام

7- فضاء مفتوح للإساءة للآخرين:

في عالم فيسبوك ليس ثمة معلومة محققة سوى ما يكون من مصادر الأهلية، وكل ما ينشر على صفحات المشتركين يبقى في دائرة الشك إلي أن يثبت عكسه وهذا من مخاطر التي جعلت شبكات التواصل مساحة مفتوحة للمفوضين لنشر الأكاذيب والإشاعات¹

المبحث الثالث : الرموز التعبيرية (الإيموجي)

أولا : تاريخ و مفهوم الرموز التعبيرية

في عام 2015م قام القاموس الشهير أكسفورد Oxford Dictionary "باختيار الرمز الذي يطلق عليه وجه دموع الفرح كأشهر كلمة للعام ولم يجد هذا الاختيار في وقتها أي اعتراض على الرغم بأن الاختيار وقع على رمز وليس على كلمة وقد أوضح القائمون على القاموس في ذلك الوقت بأن سبب اختيارهم لهذا الرمز بدلا من كلمة هو أن هذا الرمز التعبيري يعكس المزاج العام للناس في ذلك العام! مما يبين النمو الكبير في استخدام هذه الرموز في عام 2015م².

¹ علي خليل شقرة، المرجع السابق، ص 69

² يمكنك متابعة إحدى حلقات البرنامج بالدخول على الرابط <https://www.youtube.com/watc>

لهذا يعتبر بعض الباحثين بأن عام 2015م هو عام الذروة في استخدام الإيموجي حيث شهد هذا العام أعلى معدلات استخدام الرموز التعبيرية فمن الصعب إيجاد أي مراسلة في وسائل التواصل الاجتماعي دون وجود رمز تعبيرى وقد توصل العلماء إلى أن 27 شعور عاطفي اقترن التعبير عنها باستخدام الرموز التعبيرية منها على سبيل المثال لا الحصر: الإعجاب، الحب، التقدير، التسلية، القلق، الهلع، الحرج، الممل، الهدوء، والارتباك.¹

و الإيموجي "Emoji" هي في الأصل كلمة إنجليزية مشتقة من الكلمة اليابانية (絵文字) D الحرف الأول منها "E" "يعني الصورة والثاني Moji" "ويعني طرف أو حرف وقد تم ابتكارها في اليابان عام 1995م من قبل المؤسس شيجيتاكا كوريتا (Shigetaka Kurita" الذي كان يعمل حينها ضمن فريق شركة NTT DoCoM) 7 فالنموذج المبدئي لهذه الرموز كان عبارة عن مجموعة تتكون من 176 صورة صممت بهدف استخدامها في أول نظام أساسي لخدمات الإنترنت الخاصة بالهاتف المحمول i-mode ثم تطورت تدريجيا حتى أصبحت بالشكل الذي نستخدمه حاليا.

وقبل ظهور هذه النماذج كان الجمهور يعتمد على التمثيل اللغوي الرمزي Symbolic linguistic representation "للتعبير عن مشاعره من خلال استخدام علامات الترقيم الموجودة في لوحة المفاتيح مثل Zhou) ففي واقع الأمر تعد هذه الرموز اختصارا للتعبيرات الملمحة للوجه بحيث تأخذ مكان التعبيرات اللفظية التي في العادة تترجمها تنغيمات الصوت أو إيماءات الجسد

والرموز التعبيرية هي صور تخيلية رقمية شائعة يمكن أن تظهر في النصوص، الرسائل، البريد الإلكتروني، وعلى منصات التواصل الاجتماعي كما أنها شخصيات مصورة أو رسوم توضيحية تحظى بشعبية كبيرة في الاتصالات النصية وهي أيضا صور يمكن دمجها بشكل طبيعي مع نص عادي لإنشاء شكل جديد للغة .

ويعرفها الباحث بأنها تلك الصور التي يستخدمها الناس في المحادثات الرقمية بهدف شرح المشاعر أو الأحاسيس التي يصعب علينا التعبير عنها، أو تعزيز معاني الكلمات التي نكتبها، أو محاولة لإخفاء مشاعر معينة، أو من باب التسلية والمرح.²

ثانيا : خصائص و وظائف الرموز التعبيرية:

أ- خصائص الرموز التعبيرية:

تتميز الرموز التعبيرية بعدد من الخصائص الأمر لذي ساهم في انتشار هذه الرموز في التواصل بين الشباب في فيسبوك من بينها :

¹ فيصل العنزي، واقع استخدام الرموز التعبيرية في البيئة الإعلامية الرقمية، أكاديمي في قسم الإعلام بجامعة الملك سعود، مكتبة الملك فهد الوطنية، الرياض، 2020، ص 13

² شيباني، عبد القادر فهم، المحادثة الرقمية ومنطق الأهواء بحث في سيميائيات الكتابة الإيقونية، مجلة أيقونات: الجزائر، العدد (4)، 2018، ص 164-153

- تتخذ الرموز التعبيرية العديد من الأشكال و الصور و العلامات و هي مقسمة الى فئات : الضحك، الحيوانات، الأشياء، الأطعمة، الملابس.... الخ
- تعتبر لغة عالمية في حد ذاتها عبرة لغوية و حواجز ثقافية
- يعمل على تجسيد الأفكار و المشار و الأحاسيس و الأماكن بشكل واقعي
- في بعض الأحيان لا يمكن للكلمات أن تصف ما نريد أن نعبر عنه أما الرموز التعبيرية تكون معبرة أكثر عما نريد أن نقله للآخرين
- ينقل معنى الرسالة الاتصالية التي يرسلها المرسل إلى المتلقي و يؤكد عليه
- يعطي سمات و مميزات معبرة للنص المكتوب
- مرنة، فورية، يترك انطبعا جيدا
- أنها تتجاوز المعنى اللغوي المباشر يقلل من شدة النص المقروء و بالتالي يقصر الوقت و جهد في التواصل مع الطرف الآخر
- يلعب دورا كبير في فعالية الاتصال لأن الأفراد يفهمون و يشاركون في بناء المعاني التي تحملها هذه الرموز كلما زاد التفاعل بينهم¹

ب- وظائف الرموز التعبيرية

- تقوم الرموز التعبيرية بالعديد من الوظائف التي تساهم في جعل المحادثات الرقمية أكثر سهولة من ناحية التعبير أو حتى من ناحية الرد و التجارب وهي:
- 1- **بادئة للحديث:** من خلال استخدام رمز تعبيرى "وجوه مبتسم مثلا" لبدء المحادثة بدلا من إلقاء التحية.
 - 2- **استخدامها لإنهاء المحادثة:** فالرموز التعبيرية العاطفية مثل القلوب أو الوجوه المبتسمة تستخدم عادة في نهاية المحادثة بدلا من كتابة "مع السلامة".
 - 3- **استخدامها لتجنب الصمت في المحادثة :** ففجوة الصمت هي أمر شائع في المحادثات الكتابية، لذلك يتم استخدام الرموز التعبيرية حينما يرغب أحد أطراف المحادثة معرفة معلومة محددة عن موضوع معين يحاول فيه الطرف الآخر تجنب الحديث عنه.

¹ وهيبية بوصيفي، الاتصال التفاعلي الرمزي كأداة تواصل إنساني في الفضاء الرقمي الرموز التعبيرية، جامعة الجزائر 3، الجزائر، 2022، ص 347

✓ وهناك عدة وظائف أيضا تقدمها هذه الرموز، وقد قام بتقسيمها على المرسل والمستقبل في العملية الاتصالية، وهي على النحو الآتي:

1- المرسل :

- أ- **الوظيفة العاطفية:** من خلال التعبير عن موقف المرسل تجاه موضوع معين.
- ب- **وظيفة تبادل المشاعر:** فعندما يرسل المرسل أحد الرموز فهو بالتأكيد يسعى لقول مشاعره أو مواقفه للطرف الآخر.

2- المستقبل:

- أ- **الوظيفة الدالة:** حيث يمكن للعواطف أن تؤثر على مشاعر المتلقي وفكره.
- ب- **الوظيفة المرجعية:** حيث تساعد الايموجي على نقل الرسائل والمعلومات إلى المتلقي.¹

ثالثا : ايجابيات و سلبيات استخدام الرموز التعبيرية

أ- ايجابيات:

- ✓ دمج الرسالة مع الصور يمنح نوعا من اللطف
- ✓ الرموز التعبيرية توفر درجة عالية من الخيال
- ✓ تكسر حاجز الملل في المحادثات الإلكترونية
- ✓ تعدل الجو العام من المحادثة و تخفف من إيقاع اللغة الرسمية
- ✓ تساعد على التعبير عن الآراء في أقصر طريقة ممكنة
- ✓ توفير المساحة
- ✓ التعبير عن المشاعر و الأحاسيس
- ✓ اختصار الكثير من الكلام في تعبير واحد
- ✓ إيصال الأفكار ببساطة و سهولة
- ✓ إشاعة البهجة و المرح في الإرسال²

¹ فيصل العنزي، المرجع السابق ، ص 16-17

² فيصل العنزي، المرجع السابق ، ص 15

ب- سلبيات استخدام الرموز التعبيرية

على الرغم من تعدد المزايا والوظائف التي تقوم بها الرموز التعبيرية، إلا أن بعض الدراسات والمراجع العلمية أشارت إلى أن استخدام هذه الرموز قد يكون له بعض الجوانب السلبية، منها:

1- **صعوبة تحديد مشاعر أو انفعالات الشخص:** فعلى الرغم أن الصورة عن ألف كلمة إلا أن هذا يختلف عند استخدام الرموز التعبيرية، فالرمز قد يكون سببا لاستنتاج ألف معنى وقد يكون أيضا عاملا في وصول معلومة غير صحيحة لأحد عناصر العملية الاتصالية، حيث يتوقف استيعاب وفهم الرسالة الرمزية على مجموعة من العوامل منها استخدام نفس المنصة التقنية إضافة إلى الكلمات المصاحبة التي تعزز المعنى الحقيقي لهذا الرمز.

2- **اختلاف معنى الرمز وتصميمه من منصة إلى منصة أخرى:** وهذه السلبية تدخل في السلبيات البرمجية، فكل منصة تقوم بتصميم رموز تعبيرية متقاربة في التصميم العام مختلفة في المعنى مما يؤدي إلى اختلاف شكل الأيقونة بين المستخدمين.

3- **اختلاف تفسيرها وقبولها باختلاف نوع الجنس :** فقد بينت دراسة (Giuliani وآخرون،

2019م) أن الرموز التي تتضمن مشاعر عاطفية مثل kissing-face and hear emoji هي أكثر ملائمة وقبولا عندما تأتي من الإناث، أما الرسائل التي تتضمن رموزا أقل عاطفة أو حنانا مثل Smiling-face فهي مقبولة بنفس القدر من الطرفين.

4- **الهروب من المحادثة أو إنهاؤها:** خاصة في المحادثات التي قد تسبب حرجا لأحد الأشخاص.

ضياع اللغة: فعلى الرغم من المزايا التي تتمتع بها الرموز التعبيرية إلا أنها قد تكون سببا في التأثير على اللغة وبخاصة لغة الأطفال¹.

¹ فيصل العنزي، المرجع السابق، ص 18-19

الفصل الثالث :
منهجية الدراسة

المبحث الأول : مجتمع الدراسة و العينة المختارة

1- مجتمع البحث:

يعرف بأنه المجتمع الذي يوجد به مجموع المفردات التي تستمد الباحث دراسته لتحقيق نتائج الدراسة على مفرداته .

هو المجتمع الأكبر أو مجموع المفردات التي يستهدف الباحث دراستها لتحقيق نتائج الدراسة. ويمثل هذا المجتمع الكل أو المجموعة الأكبر للمجتمع المستهدف، -TARGAET POPULATION الذي يهدف الباحث دراسته و يتم تعميم نتائج الدراسة على كل مفرداته . إلا انه يصعب الوصول إلى هذا المجتمع المستهدف بضخامته، فيتم التركيز على المجتمع المتاح أو الممكن الوصول إليه و الاقتراب منه لجمع البيانات و الذي يعتبر عادة جزءا ممثلا للمجتمع المستهدف و يلبي حاجات الدراسة و أهدافها ونختار منه عينة البحث.

أو هو مجموعة عناصر لها خاصية أو عدة خصائص مشتركة تميزها عن غيرها من العناصر الأخرى و التي يجرى عليها البحث أو التقصي، وقد تم اختيار مجتمع البحث للقيام بدراستنا وهو طلبة جامعة الوادي¹

2- عينة الدراسة:

تعرف العينة بأنها عبارة عن محدود من المفردات التي يتعامل معها الباحث منهجيا و يشترط في هذه العينة أن تكون ممثلة لمجتمع البحث في الخصائص و السمات التي يوصف من خلالها المجتمع، هي طريق من طرق البحث وجمع المعلومات وتؤخذ عينة من مجموع ما للانتقال من الجزء إلى الكل أو للتوصل إلى الحكم على المجتمع في ضوء بعض أفراده و قمنا في دراستنا هذه باختيار أسلوب العينة القصدية التي يكون الاختيار في هذا النوع من العينات على أساس حر من قبل الباحث وحسب طبيعة بحثه، بحيث يحقق هذا الاختيار هدف الدراسة و إن هذا النوع من العينات يتلاءم مع طبيعة الدراسة و هذه العينة تشمل الطلبة المستخدمين للرموز التعبيرية في فيسبوك بجامعة الوادي و عليه فان العينة المختارة تقدر ب 80 مفردة².

المبحث الثاني: منهج البحث و أدواته

1- منهج الدراسة :

¹ سول سهام، المرجع السابق، ص 7.

² محمد سرحان علي، مناهج البحث العلمي، الجمهورية اليمنية صنعاء، دار الكتب، طبعة الثالثة، 2019، ص 160

المنهج العلمي أسلوب للتفكير و العمل يعتمد على الباحث لتنظيم أفكاره و تحليلها و عرضها و بالتالي الوصول إلى نتائج و حقائق معقولة حول ظاهرة موضوع الدراسة.¹

قال تعالى: (" لكل جعلنا منكم شرعة و منهاجا ")² 'المائدة (48)'

المنهج: هو الطريقة أو الأسلوب أو الكيفية التي يصل بها الباحث أو العالم إلى نتائجه فهو وسيلة محددة توصل إلى غاية معينة.³

كما تتعدد مناهج البحث و تختلف تبعا لطبيعة الموضوع المدروس فالمنهج هو الطريقة التي يتبعها الباحث مستخدما بعض القواعد العامة المرتبطة بتجميع البيانات و تحليلها لإثبات صحة الفروض التي يضعها أو للإجابة على التساؤلات التي طرحها للوصول لحل مشكلة البحث .

يعد المنهج بمثابة الطريق الذي يتبعه الباحث في مشروع بحثه، وكذا الأداة التي تمكنه من جمعها، وأول شرط يجب اتخاذه بعين الاعتبار في تحديد المنهج الملائم للدراسة يتمثل في تحديد السياق الزمني، الذي تنتمي إليه المشكلة المبحوثة، فالمنهج حسب موريس أنجريس هو: " مجموعة من العمليات المنظمة في لوصول سبيل إلى هدف الدراسة." للوصول ويعرف أيضا على أنه: " الطريقة التي يتبعها الباحث في دراسته للمشكلة إلى نتيجة معينة.

أما المنهج الذي اتبعناه في دراستنا هو "المنهج المسحي"، فهو عبارة عن عملية تحليلية لجميع القضايا الحيوية، إذ بفضلها يمكن الوقوف على الظروف المحيطة بالموضوع الذي نرغب في دراسته و التعرف على الجوانب التي هي بحاجة إلى تعبير و تقييم شامل، فهو في مجمله أداة لتوضيح الطبيعة الحقيقية للمشكلة أو الواقع الاجتماعي و تحليل تلك الأوضاع و الوقوف على الظروف المحيطة أو الأسباب الدافعة إلى ظهورها. الأول ويعرفه الباحث "نوقان عبيدات" بأنه: "المنهج الذي يقوم على جمع المعلومات و البيانات عن الظاهرة المدروسة، قصد التعرف على نقاط قوتها وضعفها." يعرف المنهج المسحي حسب الباحث محمد زيان بأنه: " دراسة الظاهرة في وضعها الطبيعي دون أي تدخل من قبل الباحث أي دراسة الظاهرة تحت ظروف طبيعية غير اصطناعية كما هو الحال في المنهج التجريبي.

وعموما فإن "المنهج المسحي" هو عبارة عن عملية تحليلية لجمع من القضايا الحيوية إذ بفضلها يمكن الوقوف على الظروف المحيطة بالموضوع الذي نرغب في دراسته والتعرف على الجوانب) التي هي بحاجة إلى تفسير و تقييم شامل⁴

¹ د. ربحي مصطفى عليان، البحث العلمي أسسه و مناهجه و أساليبه و إجراءاته، بيت الأفكار الدولية، جامعة البلقاء التطبيقية، الأردن، 2001، ص

35

² سورة المائدة الآية 48

³ محمد عبد السلام، مناهج البحث في العلوم الاجتماعية و الإنسانية، مكتبة نور، 2020، ص 8

⁴ سول سهام، أثر الفواصل الشهادية التلفزيونية على المتلقي الجزائري، جامعة عبد الحميد بن باديس، كلية علوم إنسانية و اجتماعية، مستغانم، 2017، ص 5 ص 6.

2- أدوات جمع البيانات:

• **استمارة الاستبيان :** تعتبر الاستمارة من أهم أساليب جمع المعلومات، لما تمتع من خصائص تميزها عن غيرها من الأساليب وتتفق مع طبيعة الظاهرة.

• **الاستبيان:** كلمة مشتقة من الفعل استبان الأمر بمعنى أوضح وعرفه، و الاستبيان بذلك هو التوضيح والتعريف لهذا بالأمر، في البحث العلمي فان الاستبيان هو تلك القائمة من الأسئلة التي يحضرها الباحث بعناية في تعبيرها عن الموضوع المبحوث في إطار الخطة الموضوعية لتقدم إلى المبحوث من اجل الحصول على إجابات تتضمن المعلومات و البيانات المطلوبة لتوضيح الظاهرة المدروسة، وتعريفها من جوانبها المختلفة.¹

• **الملاحظة:** تعد الملاحظة أداة من أدوات جمع المعطيات و المعلومات، حيث تسمح بالحصول على الكثير من البيانات، وهي توجيه الحواس للمشاهدة والمراقبة السلوك معين أو ظاهرة معينة و تسجيل ذلك السلوك وخصائصه، و يمكن تعريف الملاحظة: أنها " طريقة مهمة من طرق تجميع البيانات، يستخدمها الباحث للوصول على المعلومات المطلوبة والمتعلقة بموضوع الدراسة².

• ولقد قمنا ببناء استمارة الاستبيان وتم ذلك عن طريق خطوات هي:

1) **صياغة الأسئلة:** وذلك من خلال ما طرح ضمن إشكالية الدراسة وتساؤلا بالإضافة إلى اطلاعنا على دراسات سابقة ساعدتنا كثيرا في الإحاطة بكل متغيرات الدراسة، وتم إسقاط التساؤلات على محاور في الاستمارة

2) **بناء الاستمارة في صورة المبدئية :** تم وضع لكل محور أسئلة خاصة به

3) **عرض الاستمارة على الأستاذ المشرف:** حيث قام بتعديلها ومراجعتها.

4) **صياغة أسئلة الاستمارة في شكلها النهائي :** بعد صياغة الأسئلة وتعديلها قمنا بعرضها على ثلاثة (03) محكمين.

و تتضمن الاستمارة من حيث الشكل أربعة محاور رئيسية و هي:

المحور الأول: خاص بالبيانات الشخصية

المحور الثاني: يتضمن الأسئلة الخاصة بعادات و أنماط استخدام الرموز التعبيرية في فيسبوك على طلبة جامعة الوادي

¹ محمد سرحان علي، المرجع السابق، ص 126

² محمد عبد السلام، المرجع السابق، ص 33

المحور الثالث: يتضمن الأسئلة الخاصة بأهم دوافع استخدام الرموز التعبيرية في فيسبوك على طلبة جامعة الوادي

المحور الرابع: يتضمن الأسئلة الخاصة ب الإشباعات المحققة من وراء استخدام الرموز التعبيرية في فيسبوك لطلبة جامعة الوادي.
صدق أداة الدراسة : للتأكد من صدق الأداء تم عرضها على ثلاث محكمين الأستاذ حمزة قده¹، والأستاذ محمودي البشير²، و الأستاذة صالحية دليلة³، و قد أشاروا علينا ببعض الملاحظات التي أخذناها بعين الاعتبار.

* أستاذ محاضر قسم أ في تخصص علوم اتصال ونائب رئيس قسم علوم الاتصال، جامعة الوادي
* أستاذ محاضر قسم أ في تخصص علوم اتصال جامعة الوادي
* أستاذ محاضر قسم أ في تخصص علوم اتصال جامعة الوادي

الفصل الرابع:
الدراسة الميدانية

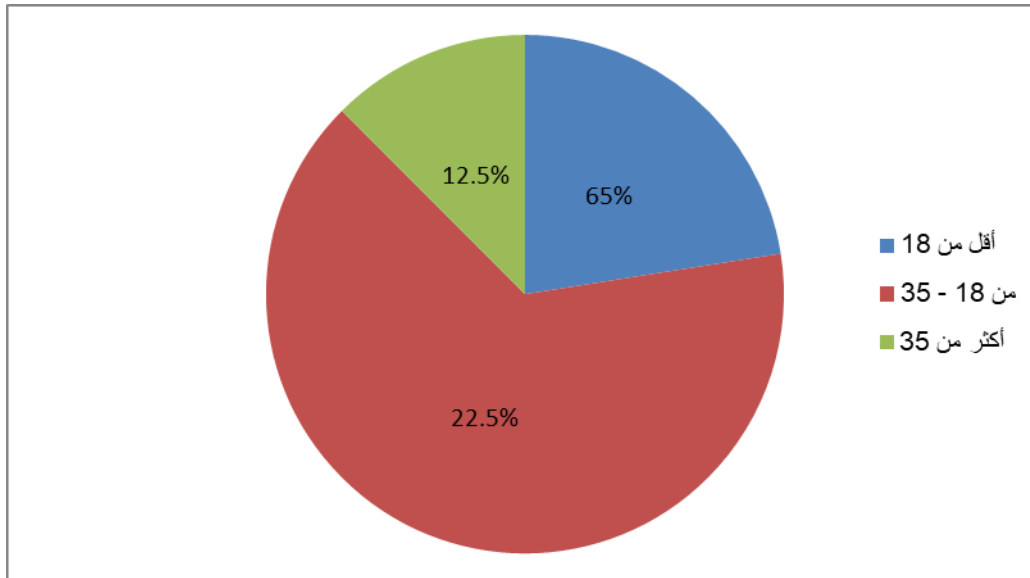
أولاً: تفرغ البيانات و تحليلها:
البيانات الشخصية

الجدول رقم (1) : يوضح توزيع أفراد العينة حسب متغير السن

النسبة المئوية	التكرار	العمر
22.5%	52	أقل من 18
65%	18	18-35
12.5%	10	أكثر من 35
100%	80	المجموع

المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على نتائج الاستبيان

الشكل رقم (1) : توزيع أفراد العينة حسب متغير السن



نلاحظ من الجدول رقم (1) أن فئة من 18-35 سنة هي الفئة الأكثر استخدام الرموز التعبيرية في الفاييسبوك بالنسبة 65%، تليها فئة الذين أقل من 18 سنة بنسبة 22.5%، أما بالنسبة الأخيرة فهي أكثر من 35 سنة كانت متدنية جدا 12.5% . من أفراد المستخدمين . و يفسر هذا بأن الفئة من 18 - 35 هي الأكثر استخداما للرموز التعبيرية في الفاييسوك و هذا لأنها الفئة التي تمثل الطلبة في أتم حيويته و نشاطه و نضجه و المهتمة بالنظر لتعدد الخدمات التي يقدمها هذا النوع الجديد من التقنيات الحديثة و الذي يلبي رغباته

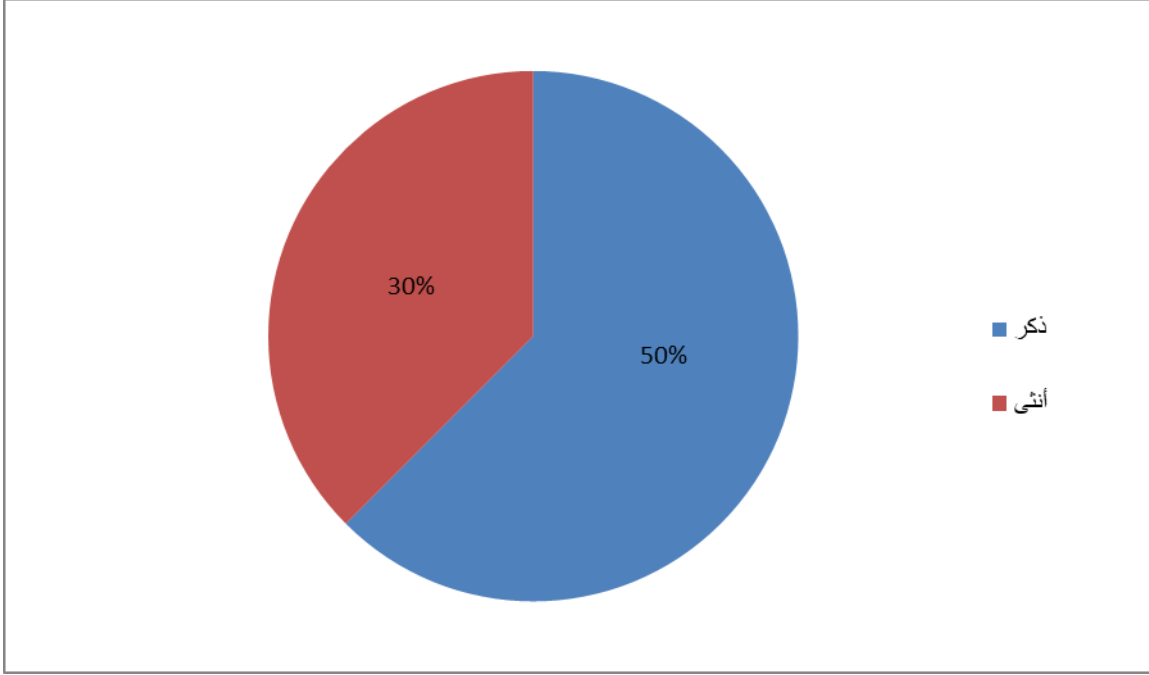
الجدول رقم (2): يوضح توزيع أفراد العينة حسب متغير الجنس

النسبة المئوية	التكرار	العمر
62.5%	50	ذكر

37.5%	30	أنثى
100%	80	المجموع

المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على نتائج الاستبيان

الشكل رقم (2): توزيع أفراد العينة حسب متغير الجنس



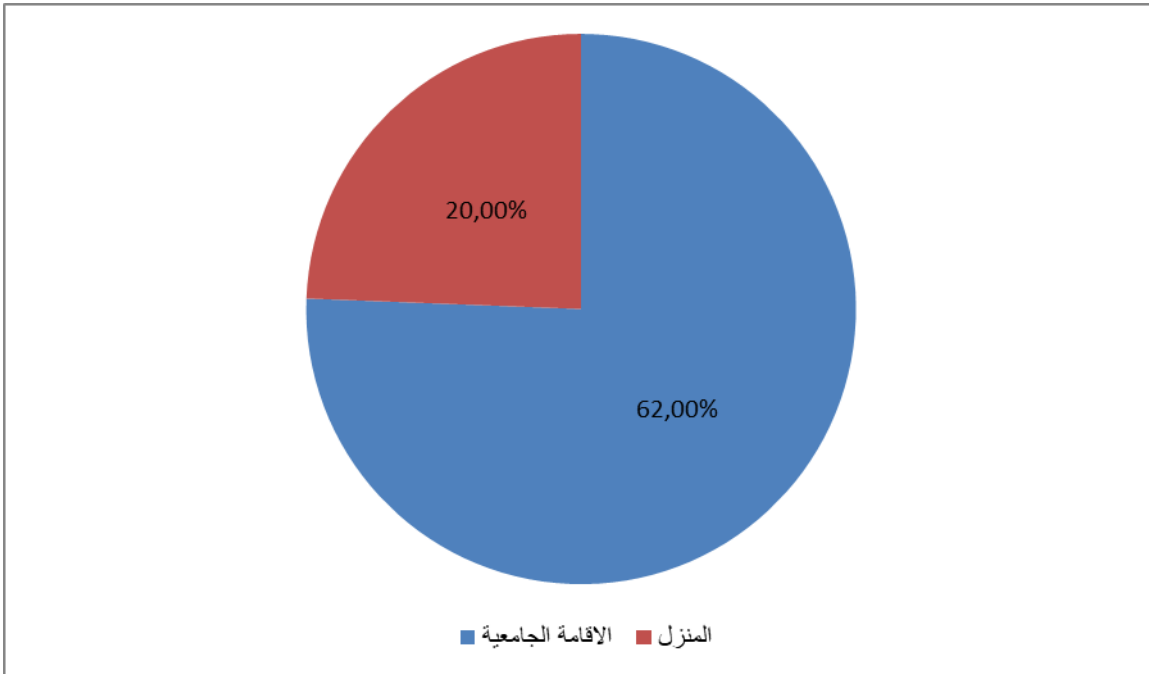
يوضح الجدول رقم (1) أعلاه توزيع أفراد العينة المدروسة حسب متغير الجنس، حيث تبين النسبة المئوية كل من الذكور و الإناث، أن الذكور بأعلى نسبة تقدر ب: 62.5%، أما الإناث فقدرت نسبتهم 37.5% و يفسر ارتفاع نسبة الذكور مقارنة بنسبة الإناث في اهتمامهم بالرموز التعبيرية في الفايسبوك أن في هذا الوقت ازداد اعتمادهم عليها بغرض العمل و متابعة الأخبار و التسويق و الترفيه

الجدول رقم (3) : خاص بمتغير مكان "الإقامة" :

النسبة المئوية	التكرار	مكان الإقامة
75%	60	الإقامة الجامعية
25%	20	المنزل
100%	80	المجموع

المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على نتائج الاستبيان

الشكل رقم (3): توزيع أفراد العينة حسب مكان الإقامة



من خلال قراءتنا للجدول أعلاه و الذي يمثل مكان إقامة المبحوثين يتضح لنا أن نسبة 75% من المبحوثين هم طلبة من الإقامة الجامعية في حين كانت نسبة 25% منهم من الطلبة المقيمين في المنزل

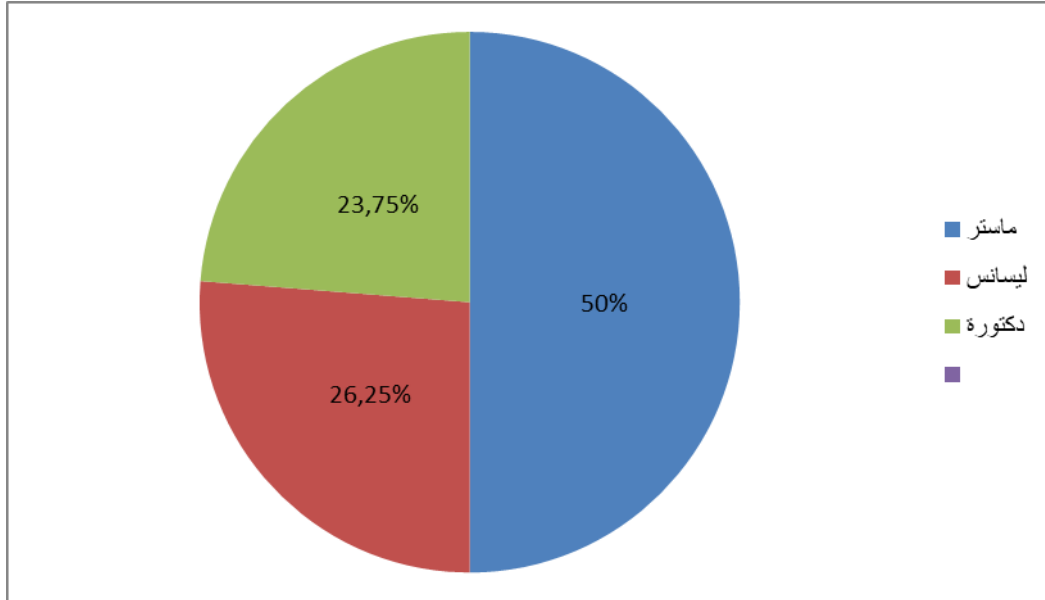
و يمكن تفسير ذلك بأن قوانين الإقامات الجامعية التي تفرض على الطلبة أن يكونوا مقيمين في أماكن بعيدة عن الجامعة بأكثر من 50 كلم بالإضافة إلى توفر النقل الجامعي الذي يسهل عليهم التنقل اليومي من وإلى الجامعة مما يجعلهم في غنى عن الإقامة في الجامعة

الجدول رقم (4): خاص بمتغير المستوى الجامعي

النسبة المئوية	التكرار	المستوى الجامعي
50%	40	ماستر
26.25%	21	ليسانس
23.75%	19	دكتورة
100%	80	المجموع

المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على نتائج الاستبيان

الشكل رقم (4): توزيع أفراد العينة حسب متغير المستوى الجامعي



يبين الجدول رقم (4) أعلاه توزيع أفراد العينة حسب متغير المستوى الجامعي و من النتائج المتحصل عليها نلاحظ ارتفاع نسبة الطلبة الذين من مستوى ماستر حيث قدرت نسبتهم 50% ثم تلاها أصحاب مستوى ليسانس الذين قدرت نسبتهم 26.25% في حين كانت أقل نسبة للذين لهم مستوى دكتورة و التي قدرت ب 23.75% و يرجع سبب ارتفاع فئة مستوى ماستر و هذا يدل على أن طور الماستر غير متاح لجميع الطلبة و إنما يخضع لشروط كمية و كيفية .

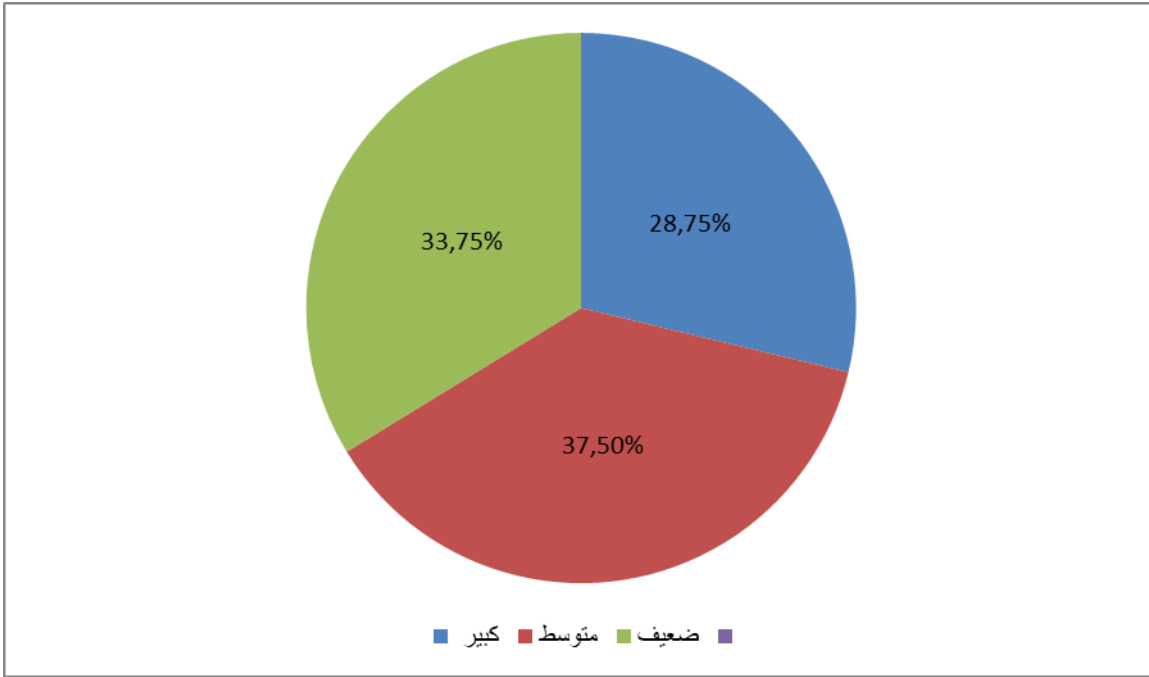
المحور الأول: عادات و أنماط استخدام الرموز التعبيرية في الفايسبوك

الجدول رقم (5): يبين استخدام الطلبة للرموز التعبيرية في الفايسبوك

النسبة المئوية	التكرار	
28.75%	23	كبير
37.5%	30	متوسط
33.75%	27	ضعيف
%100	80	المجموع

المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على نتائج الاستبيان

الشكل رقم (5): عادات استخدام الرموز التعبيرية في الفيس بوك



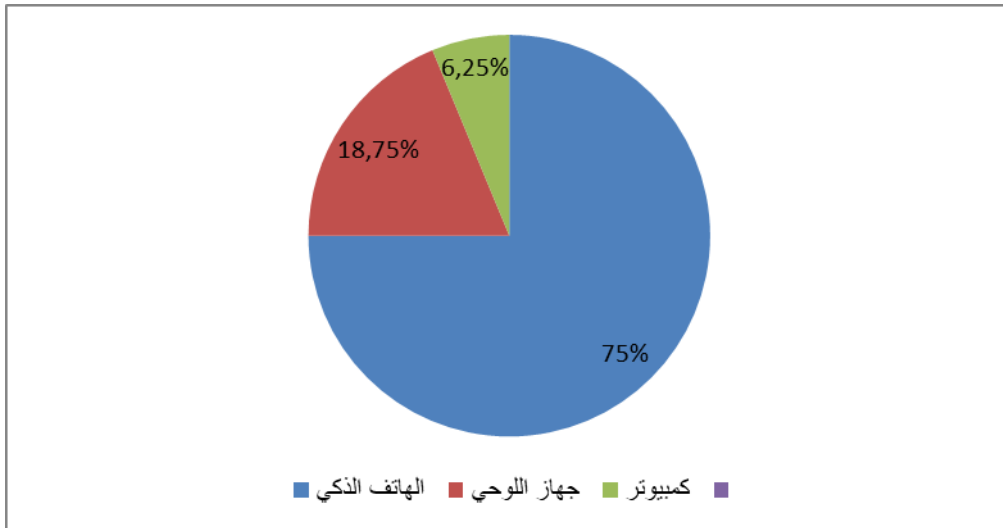
يشير الجدول أعلاه إلى استخدام الشباب للرموز التعبيرية في الفيسبوك حيث قدر عدد الطلبة الذين يستخدمون الرموز التعبيرية بشكل متوسط بنسبة التعبيرية بشكل متوسط بنسبة 37.5% في حين كانت النسبة متقاربة بين من يستخدمها بشكل ضعيف بنسبة 33.75% و من يستخدمها بشكل كبير بنسبة تقدر ب 28.75% و عليه فإن الرموز التعبيرية تستخدم بشكل متوسط من طرف الطلبة و هذا لتوفرها على خصائص تميزها عن الرموز اللفظية كاختصار الوقت و الجهد و التعبير عن كل ما نحس به الخ

الجدول (6): يبين نوع الوسيلة التي يتواصل بها الطلبة عبر الفايسبوك أثناء استخدامك للرموز التعبيرية:

وسيلة التواصل	التكرار	النسبة المئوية
الهاتف الذكي	60	75%
الجهاز اللوحي	15	18.75%
جهاز الكمبيوتر	5	6.25%
المجموع	80	100%

المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على نتائج الاستبيان

الشكل رقم (6): توزيع أفراد العينة لنوع الوسيلة التي يتواصل بها الطلبة عبر الفايسبوك أثناء استخدامك للرموز التعبيرية:



يبين الجدول أعلاه نوع الوسيلة التي يستخدمها المبحوثين في تصفح الفايسبوك حيث يتضح لنا أن 75% من المبحوثين يستخدمون الهاتف الذكي لتصفح الفايسبوك، تليها نسبة 18.75% يستخدمون الجهاز اللوحي، في حين الذين يستخدمون جهاز الكمبيوتر قدرت ب 6.25% وهي أقل نسبة.

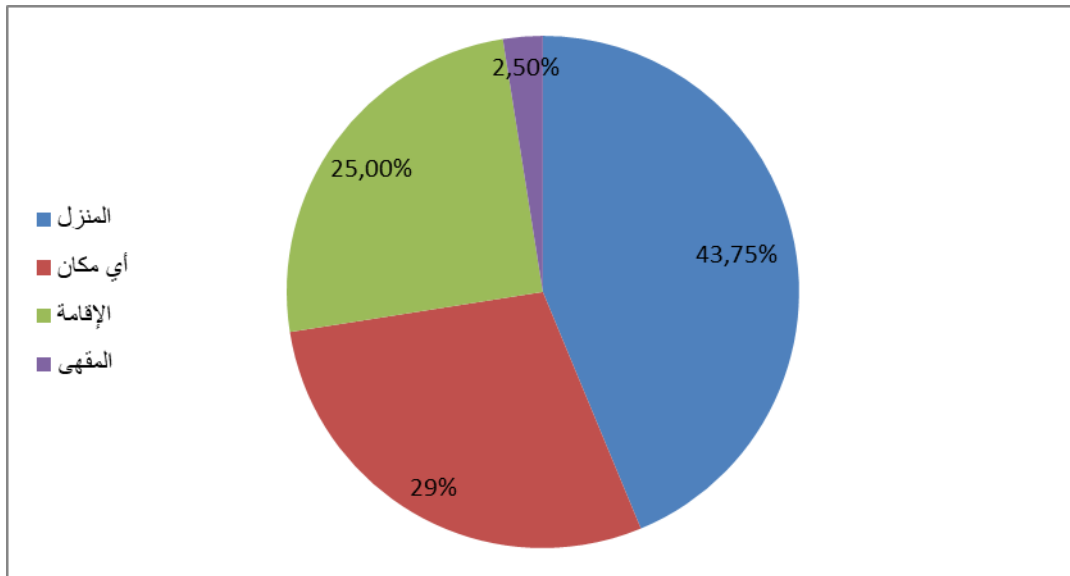
ومن خلال المعطيات السابقة يتضح أن معظم المبحوثين يستخدمون الهاتف الذكي لتصفح حسابهم على الفايسبوك ويمكن إرجاع ذلك إلى أن الهاتف الذكي جهاز شخصي وأسهل وسيلة في تصفح الحساب في أي وقت وفي أي مكان وسهولة التنقل به،

الجدول رقم (7): يبين أماكن استخدام الطلبة للفايسبوك:

النسبة المئوية	التكرار	
43.75%	35	في المنزل
28.75%	23	في أي مكان
25%	20	في الإقامة الجامعية
2.5%	2	في مقهى الانترنت
100%	80	المجموع

المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على نتائج الاستبيان

الشكل رقم (7): توزيع أفراد العينة حسب متغير أماكن استخدام الطلبة الرموز التعبيرية في الفاييسبوك



يبين الجدول أعلاه الأماكن التي يستخدم فيها الطلبة الفاييسبوك حيث يتضح لنا أن معظمهم يستخدمون الفاييسبوك بالمنزل بنسبة 43.75% و يليها الذين يستخدمون الفاييسبوك في أي مكان بنسبة 29%، فيما قدرت نسبة من يستخدمه في الإقامة الجامعية ب 25%، أما أقل نسبة كانت من يستخدمه في مقهى الانترنت بنسبة 2.5% و يفسر هذا على أن أغلبية الطلبة يستخدمون هذا الموقع في المنزل و ربما هذا يعود على كون الانترنت في الجزائر متوفرة و يمكن لكل فئات المجتمع الاشتراك في الخدمة كما أن تفضيل الطلبة إلى استخدام الفاييسبوك في المنزل كون شبكة الانترنت المنزلية تمكن من التصفح بأقصى سرعة .

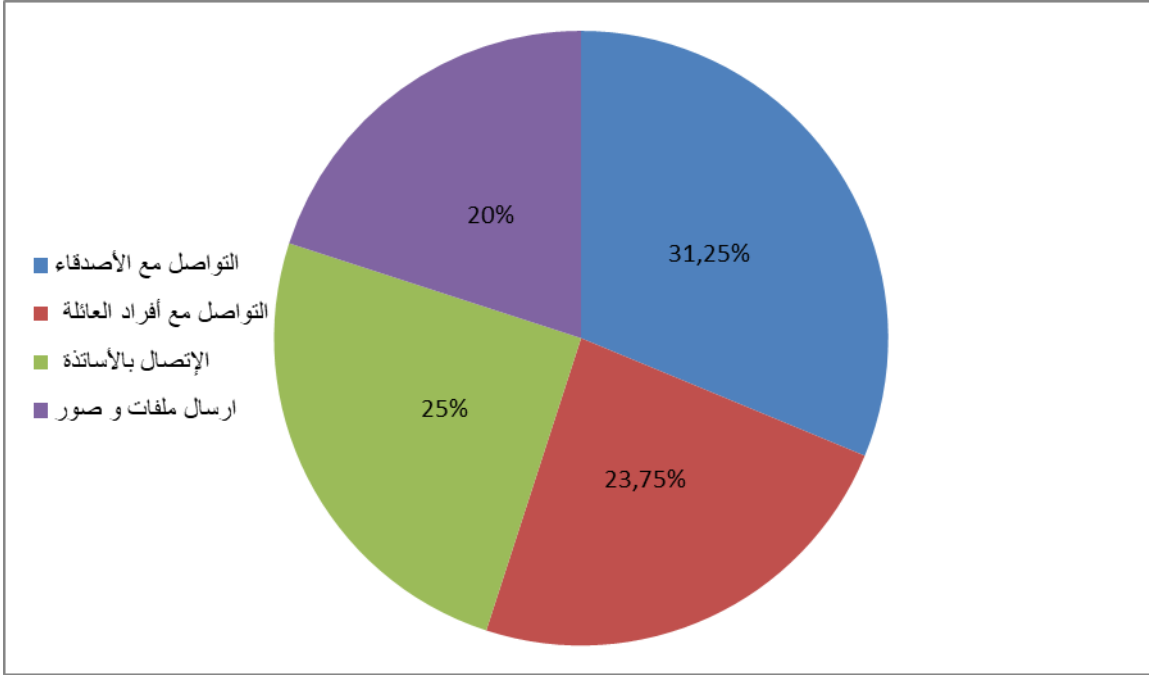
الجدول رقم (8): يبين أسباب استخدام الطلبة للرموز التعبيرية في الفاييسبوك

النسبة المئوية	التكرار	
31.25%	25	التواصل مع الأصدقاء

23.75%	19	التواصل مع الأفراد
25%	20	الاتصال بالأساتذة
20%	16	إرسال الملفات و الصور
100%	80	المجموع

المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على نتائج الاستبيان

الشكل رقم (8): يبين توزيع أسباب استخدام الطلبة للرموز التعبيرية في الفيسبوك



يوضح الجدول رقم (8) أعلاه الأسباب التي تجعل الطلبة يستخدمون الفيس بوك، فقد كانت النسب مرتفعة في التواصل مع الأصدقاء و الأقارب بنسبة 31.25%، تليها الاتصال بالأساتذة نسبة قدرت ب 25% و بنسبتين متقاربتين في التواصل مع أفراد العائلة و إرسال الملفات و الصور تمثلت في 23.75% و 20%.

و يمكن تفسير هذه النتائج بارتفاع استخدام الطلبة الرموز التعبيرية في الفيسبوك في التواصل مع الأصدقاء لأنه تجاوز الحدود الجغرافية من خلال إتاحة الاستمرارية في الاتصال الدائم و الفوري حيث أصبح الفيسبوك بيئة افتراضية يستطيع المستخدم من خلالها أن يكون أصدقاء حسب المعايير التي يختارها هو.

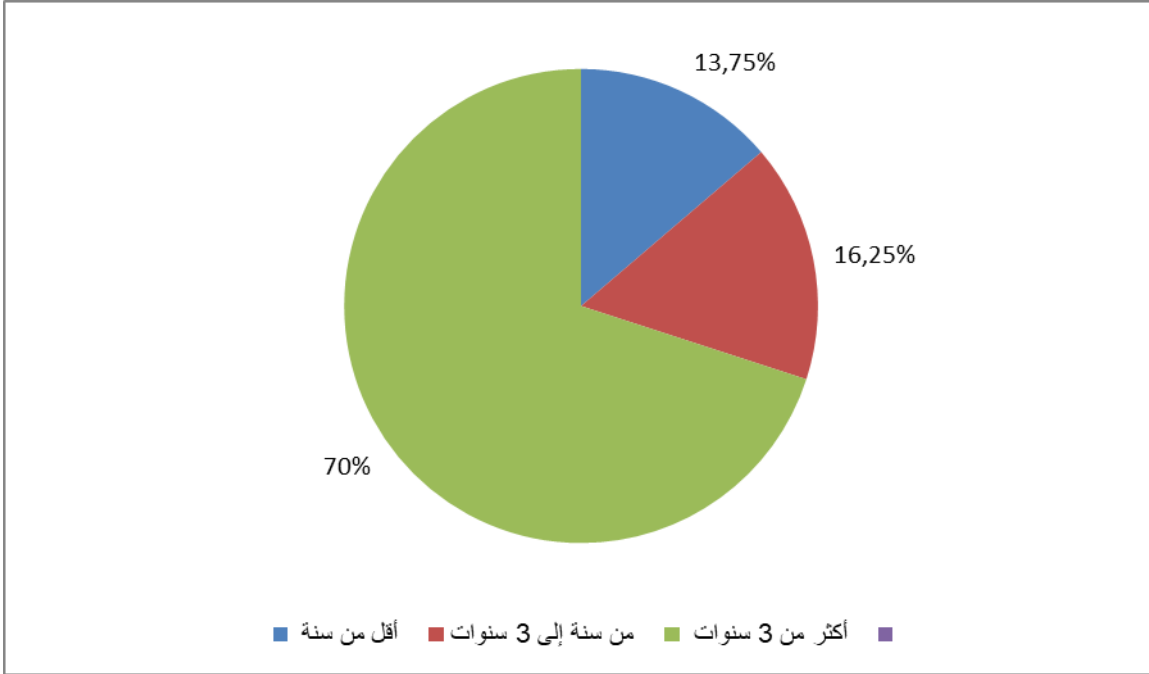
الجدول رقم (9): يبين مدة استخدام الشباب للرموز التعبيرية في الفيسبوك

النسبة المئوية	التكرار	المدة
13.75%	11	منذ أقل من سنة
16.25%	13	من سنة إلى 3 سنوات
70%	56	منذ أكثر من 3 سنوات

100%	80	المجموع
------	----	---------

المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على نتائج الاستبيان

الشكل رقم (9): يبين توزيع مدة استخدام الشباب للرموز التعبيرية في الفايسبوك



يوضح الجدول رقم (9) أن 56 طالب من أفراد العينة تجاوزت سنوات اشتراكهم 3 سنوات بنسبة 70% و هذا ما يؤكد أن الشباب يهتم بكل ما هو جديد في عالم الاتصال و التكنولوجيا الحديثة، تليها نسبة مستخدمين للرموز التعبيرية من سنة إلى 3 سنوات بنسبة قدرت ب 16.25%، و أقل نسبة كانت من فئة الأقل استخداما للرموز التعبيرية في الفايسبوك بنسبة 13.75%

يوضح ذلك أن الشباب في تزايد مستمر لاستخدام هذه الرموز من سنة إلى أخرى نظرا للأدوار الخدمائية في مجال التواصل و كذلك الخصائص التي يتميز بها

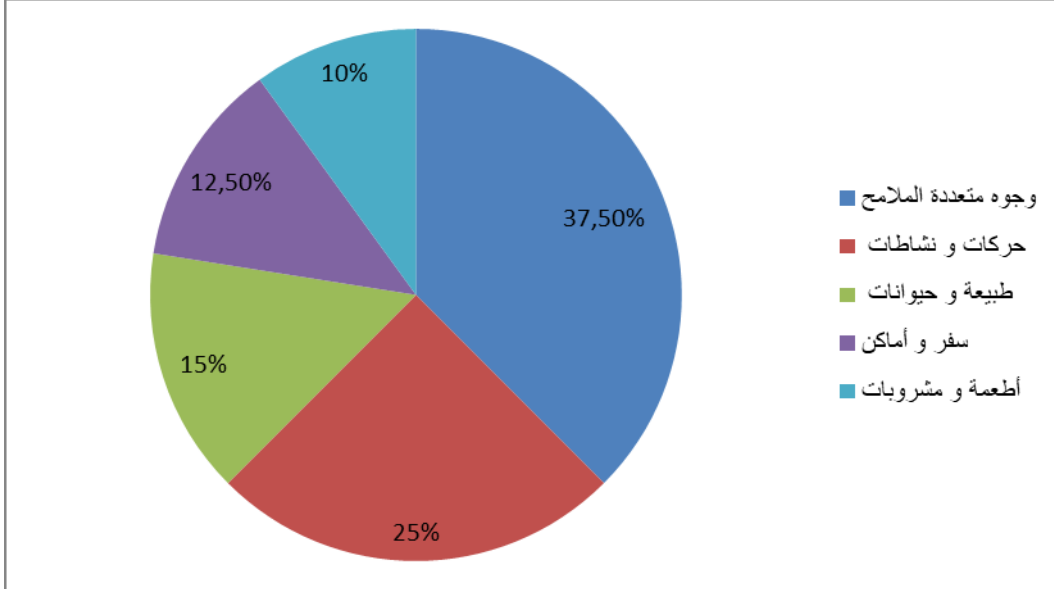
الجدول رقم (10): يوضح طبيعة الرموز التعبيرية التي يستخدمها في الفايسبوك

النسبة المئوية	التكرار	
37.5%	30	رموز الوجوه متعددة الملامح
12.5%	10	رموز السفر و الأماكن
10%	8	رموز الأطعمة و المشروبات
25%	20	رموز و حركات و نشاطات
15%	12	طبيعة و حيوانات

100%	80	المجموع
------	----	---------

المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على نتائج الاستبيان

الشكل رقم (10): توزيع طبيعة الرموز التعبيرية التي يستخدمها في الفايسبوك



يوضح الجدول في الأعلى أن الرموز التعبيرية الأكثر استخداماً في الفايسبوك هي رموز الوجوه المتعددة الملامح بنسبة 37.50% من مجموع أفراد العينة ثم تليها رموز حركات و نشاطات بنسبة 25% في حين كانت أقل النسب الأخرى متقاربة و نفسر هذا بأن الرموز التعبيرية الخاصة بالوجوه المتعددة الملامح هي الأكثر استخداماً لأنها تقرب الشخص المتواصل معه إلى الواقع و يحس المستخدم بأنه يتكلم بشكل مباشر مع الشخص المتواصل معه لأنه يعوض هذا بصور لرموز تعبر عن حالته أثناء التواصل و هي صور ملامح الوجه.

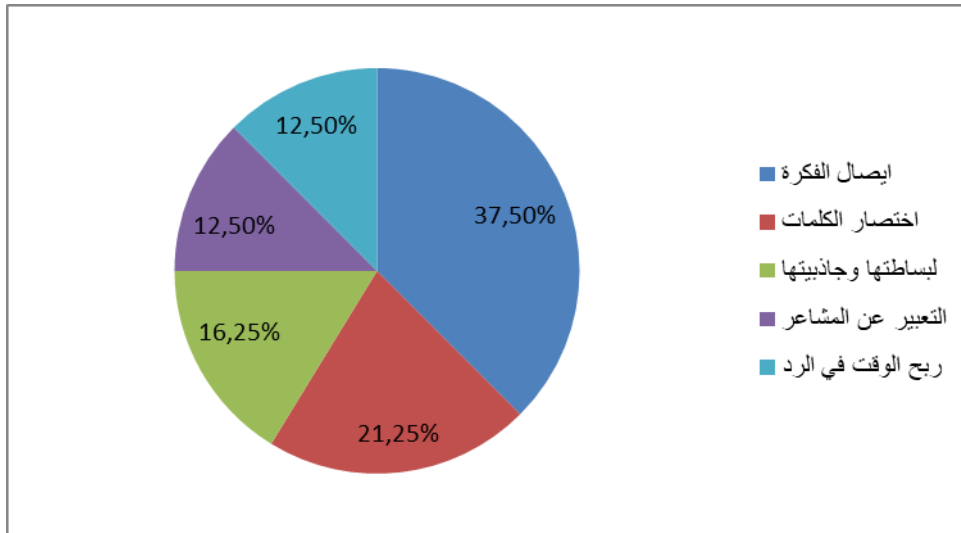
المحور الثاني : دوافع استخدام الرموز التعبيرية في الفايسبوك :

الجدول رقم (11):جدول بوضح أسباب استخدام الرموز التعبيرية في الفايسبوك

النسبة المئوية	التكرار	
21.25%	17	اختصار الكلمات
12.5%	10	التعبير عن المشاعر
37.5%	30	إيصال الفكرة
16.25%	13	لبساطتها و جاذبيتها
12.5%	10	ربح الوقت في الرد
100%	80	المجموع

المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على نتائج الاستبيان

الشكل رقم (11): توزيع أسباب استخدام الرموز التعبيري في الفايسبوك:



نلاحظ من الجدول رقم (7): أعلاه أهم الأسباب التي تدفع الطلبة إلى استخدام الرموز التعبيرية في الفايسبوك، حيث سجلت أعلى نسبة لمن يستخدمها لسهولة التعبير عن الفكرة والمقدرة ب37، 50%، ثم تليها اختصار الكلمات بنسبة 21، 25% وبعدها لبساطتها وجاذبيتها 16، 25% وتساوت النسبة عند التعبير عن المشاعر وربح الوقت في الرد بنسبة 12، 50%.

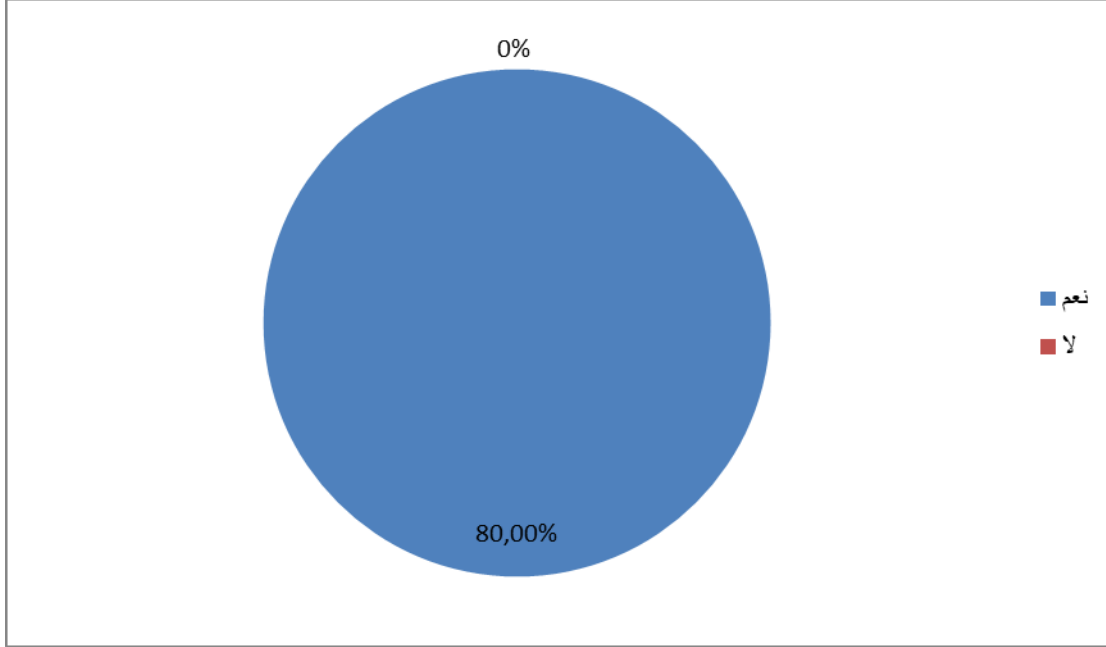
وعليه يمكن القول أن الشباب يستخدمون هذه الرموز لبساطتها وجاذبيتها، فهي تختصر الوقت والجهد وسهولة التعبير عن المشاعر والتعبير عن الأفكار التي تعجز الكلمات عن قولها.

الجدول رقم (12):بوضح مدى فهم الشخص لمعنى الرمز المرسل إليه

النسبة %	التكرارات	
100%	80	نعم

%0	0	لا
%100	80	مجموع

المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على نتائج الاستبيان
الشكل رقم (13): يوضح مدى فهم الشخص لمعنى الرمز المرسل إليه



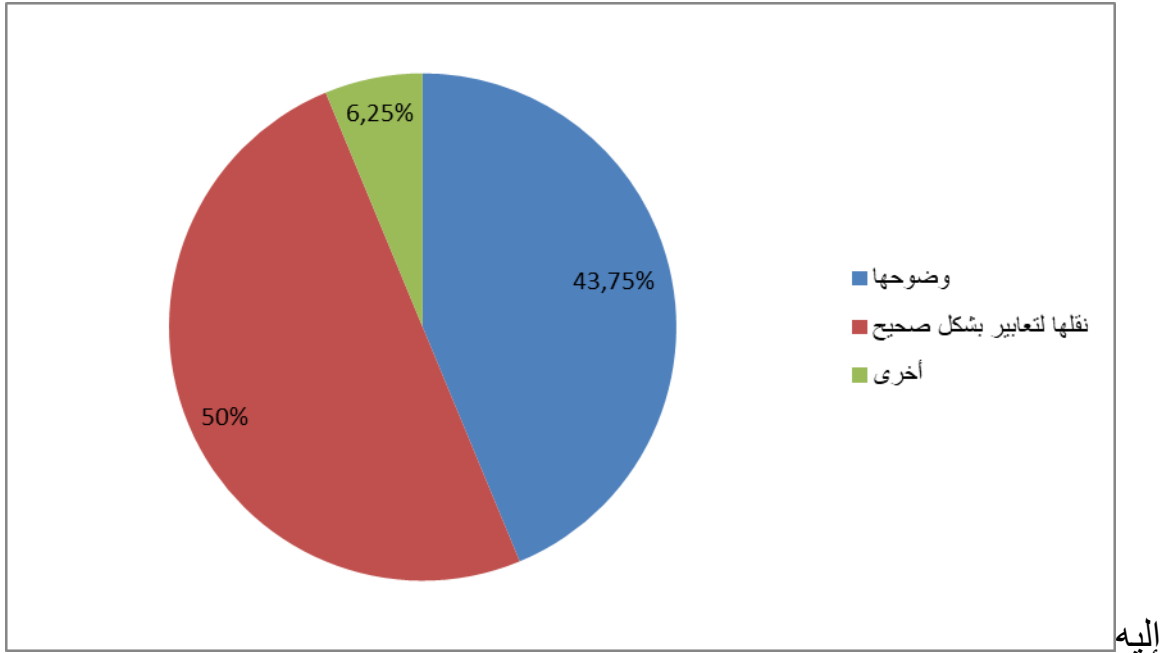
يبين الجدول رقم (8): أعلاه أن كل أفراد العينة بنسبة 100% عند إرسالهم لرمز معين يفهم من قبل الأشخاص المستقبلين لهذا الرمز. ويفسر ذلك بأن الرموز التعبيرية سهلة الفهم، لها شعبية كبيرة في الاستخدام بين الطلبة وهذا لجاذبيتها و تساعد في تبادل المعارف تمكين الطلبة من مشاركة أي ملفات متعلقة بالدراسة و ذلك للاستفادة من تحميل الملفات و بهذا ينقل الطالب من التعلم لتعم الفائدة .

الجدول رقم (13): يوضح الأسباب التي تجعل المستخدم يفهم معنى هذه لرموز التعبيرية المرسله إليه

النسبة	التكرارات	
43.75%	35	وضوحها
50%	40	نقلها لتعابير بشكل صحيح
6.25%	5	أخرى
100%	80	مجموع

المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على نتائج الاستبيان

الشكل رقم (13): يوضح الأسباب التي تجعل المستخدم يفهم معنى هذه لرموز التعبيرية المرسله إليه



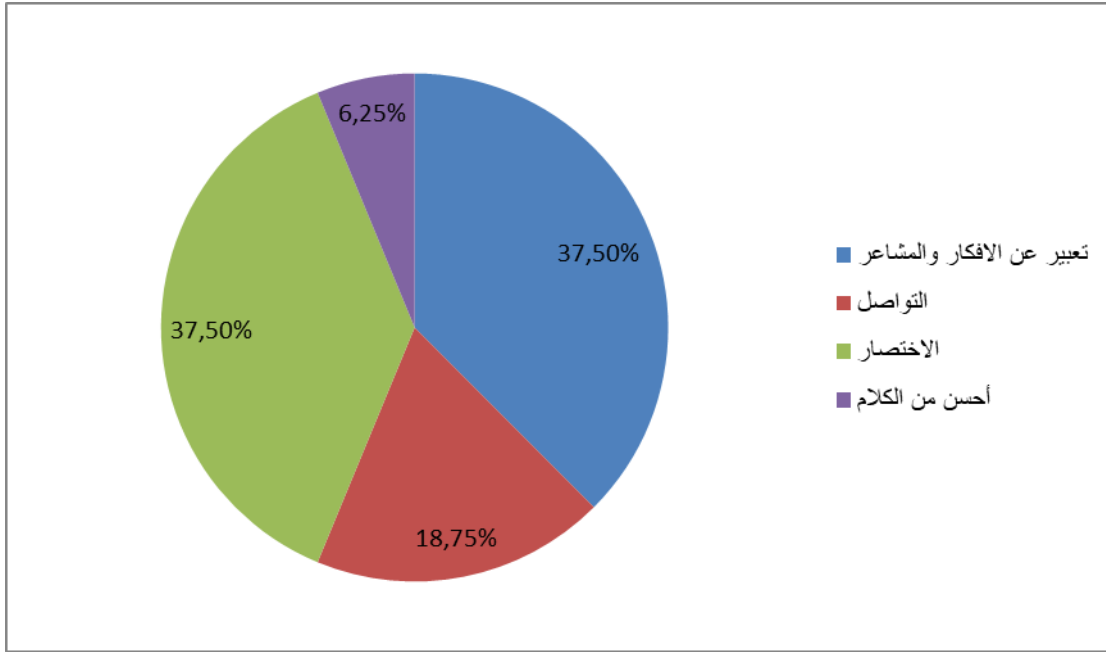
يتضح من خلال الجدول رقم(9): أعلاه أن نسبة عالية من الطلبة 50% من مجموع أفراد العينة يفهمون هذه الرموز لأنها تنقل تعابير بشكل صحيح، وفي حين هناك من يستخدمها لوضوحها حيث قدرت ب: 43.75% وبالنسبة 6.25% قليلة جدا من يستخدمها لأسباب أخرى.

ونبرر ذلك أن الطلبة المتصفح للفيسبوك عندما ترسل إليهم رموز تعبيرية فهم يفهمون معناها أنها تنقل لهم تعابير وجه الشخص المرسل وحالته دون الحاجة إلي تعبير عنها برموز لفظية، فهي واضحة وبسيطة مختصرة ومعبرة.

المحور الثالث : الإشباع المحققة من وراء استخدام الرموز التعبيرية في فيسبوك
الجدول رقم (14): يوضح الإشباع المحققة من وراء استخدام الرموز التعبيرية في فيسبوك

النسبة	التكرارات	
37.5%	30	التواصل
18.75%	15	أحسن من الكلام
37.5%	30	الاختصار
6.25%	5	تعبير عن الأفكار والمشاعر
100%	80	مجموع

الشكل رقم (14) يوضح الإشباع المحققة من وراء استخدام الرموز التعبيرية في فيسبوك

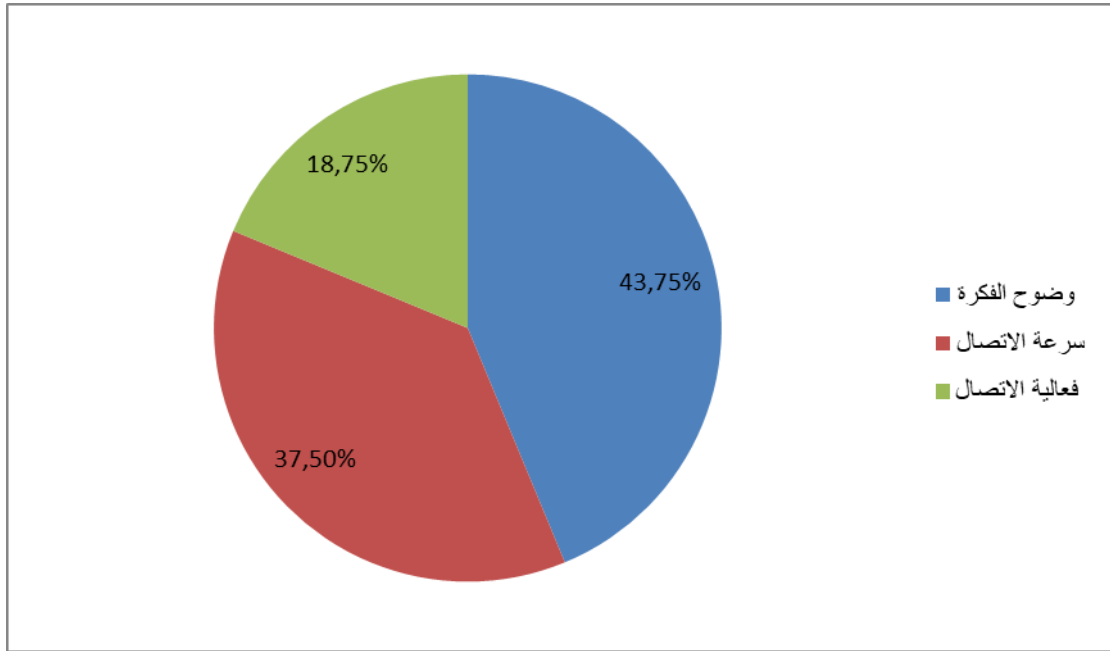


من الجدول أعلاه يتضح لنا أنه يوجد تساوي في النسب بين تعبير عن الأفكار والمشاعر والاختصار بنسبة 37.5%، في حين أن نسبة 18.75% يستخدمونها من أجل التواصل، إلا أن نسبة 6.25% يستخدمونها لأنها أحسن من كلام ومنه فان الطلبة يستخدم الرموز التعبيرية في التواصل بينهم لتجسيد أفكارهم والتعبير غير المباشر عن مشاعرهم بالإضافة لكونها تضيفي ملامح تعبيرية على النص المكتوب حيث يعتبرونها أداة تواصلية لما تتوفر عليه من سمات و خصائص تميزها، خاصة ما يتلق باختصار الجهد و سهولة التعبير عن الأفكار

الجدول رقم (15): يوضح الإشباعات اتصالية التي يحققها استخدام الرموز التعبيرية في الفيسبوك

النسبة	التكرارات	
43.75%	35	وضوح الفكرة
37.5%	30	سرعة الاتصال
18.75%	15	فعالية الاتصال
100%	80	مجموع

الشكل رقم (15): توزيع الإشباعات اتصالية التي يحققها استخدام الرموز التعبيرية في الفيسبوك



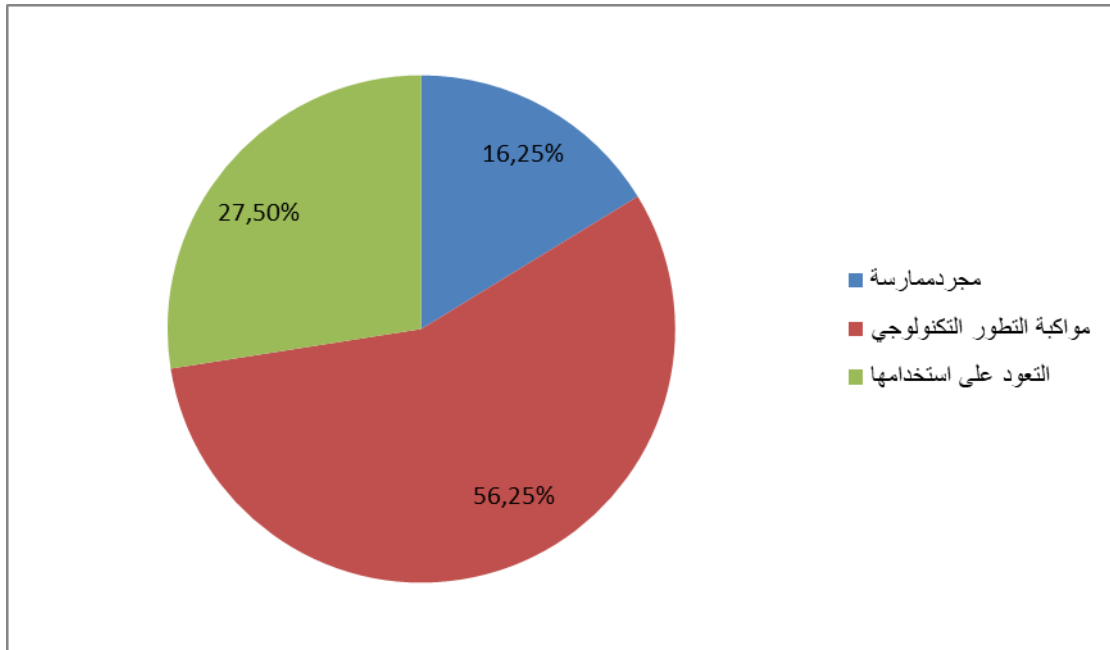
يوضح الجدول رقم (11) أعلاه أن الطلبة يستخدمونها لوضوح الفكرة بنسبة 43.75%، وتليها سرعة الاتصال 37.50%، وبعدها فعالية الاتصال بنسبة 18،75% . يمكن ارجاع أغلبية الإشباعات المعرفية المحققة للطلبة إلى زيادة الرصيد العلمي و المعرفي و ذلك من خلال مختلف الدراسات و البحوث العلمية و الكتب التي يتم تداولها عبر الموقع و المعلومات التي يتم طرحها و التفاعل معها بين الطلبة و الأساتذة كلها كفيلة لزيادة الرصيد المعرفي لدى الطال الجامعي .

الجدول رقم (16): الإشباع الطقوسية التي يحققها استخدام الرموز التعبيرية في فيسبوك

النسبة %	التكرارات	
16.25%	13	مجرد ممارسة
56.25%	45	مواكبة التطور التكنولوجي
27.5%	22	التعود على استخدامها
100%	80	مجموع

المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على نتائج الاستبيان

الشكل رقم (16): الإشباع الطقوسية التي يحققها استخدام الرموز التعبيرية في الفيسبوك



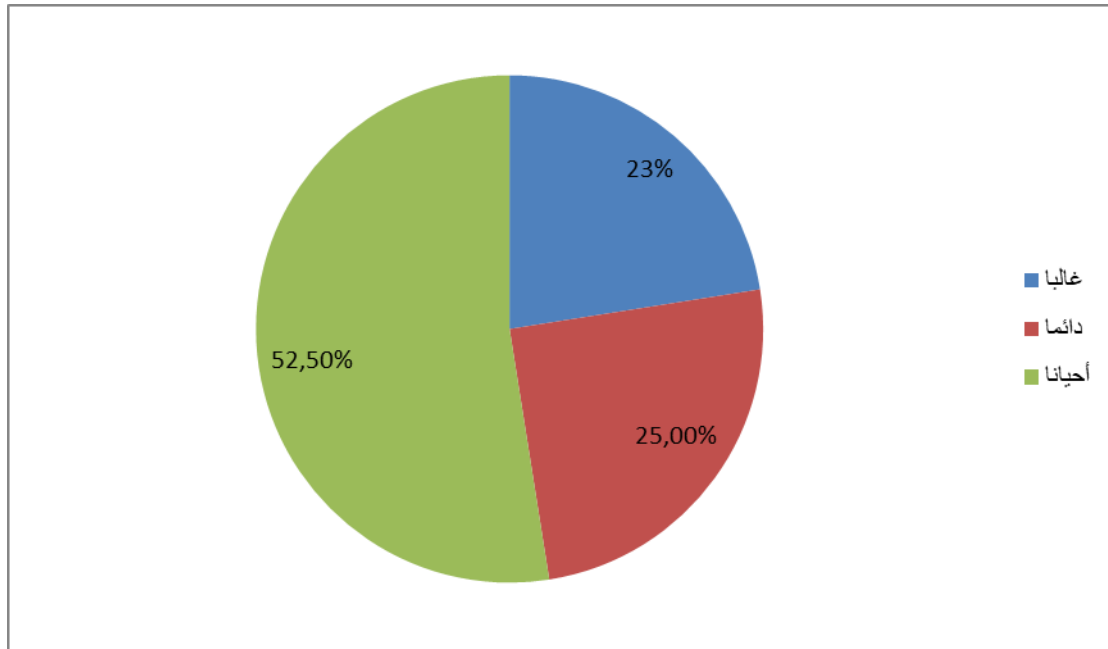
يوضح الجدول رقم (12) أعلاه أن نسبة 56.25% من أفراد العينة يواكبون التطور التكنولوجي و يليه التعود على استخدامها بنسبة 27.50% وبعدها مجرد ممارسة 16.25%. ويفسر هذا أن الطلبة يميلون لتطور التكنولوجيا والتعود على استخدامها مع مرور الوقت تصبح مجرد ممارسة، وعند التعود عليها يصبح استعمالها أسهل و في وقت قليل يتم التحصل على المعلومات التي يكون الطلبة بحاجة لها .

الجدول رقم (17): ما درجة اعتمادك على الرموز التعبيرية في التواصل عبر الفيسبوك

النسبة %	التكرارات	
25%	20	غالبًا
52.5%	42	دائمًا
22.5%	18	أحيانًا
100%	80	مجموع

المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على نتائج الاستبيان

الشكل رقم (17): توزيع ما درجة اعتمادك على الرموز التعبيرية في التواصل عبر الفيسبوك



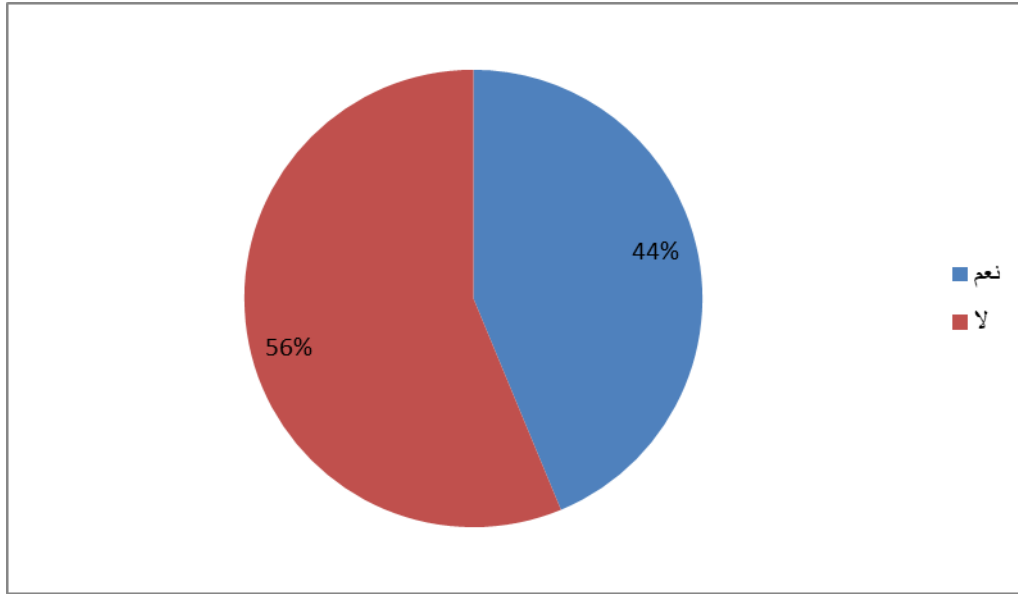
ومن خلال الجدول يتضح أن نسبة 52.50% من إجمالي أفراد العينة يعتمدون على الرموز التعبيرية أحيانًا، أما نسبة من يعتمدون على الرموز التعبيرية دائمًا 25%، إلا أن نسبة من يعتمد على الرموز التعبيرية غالبًا قدرت نسبتهم بـ 22.50%. ومما يتضح أن الطلبة أحيانًا يعتمدون على الرموز التعبيرية في الفيس بوك لأنهم يميلون لتعبير عن مشاعرهم أفكارهم بطريقة غير مباشرة.

الجدول رقم (18): توضيح إمكانية الاكتفاء بالرموز التعبيرية فقط

النسبة %	التكرارات	

نعم	35	%43.75
لا	45	%56.25
مجموع	80	%100

الشكل رقم (18): إمكانية الاكتفاء بالرموز التعبيرية فقط



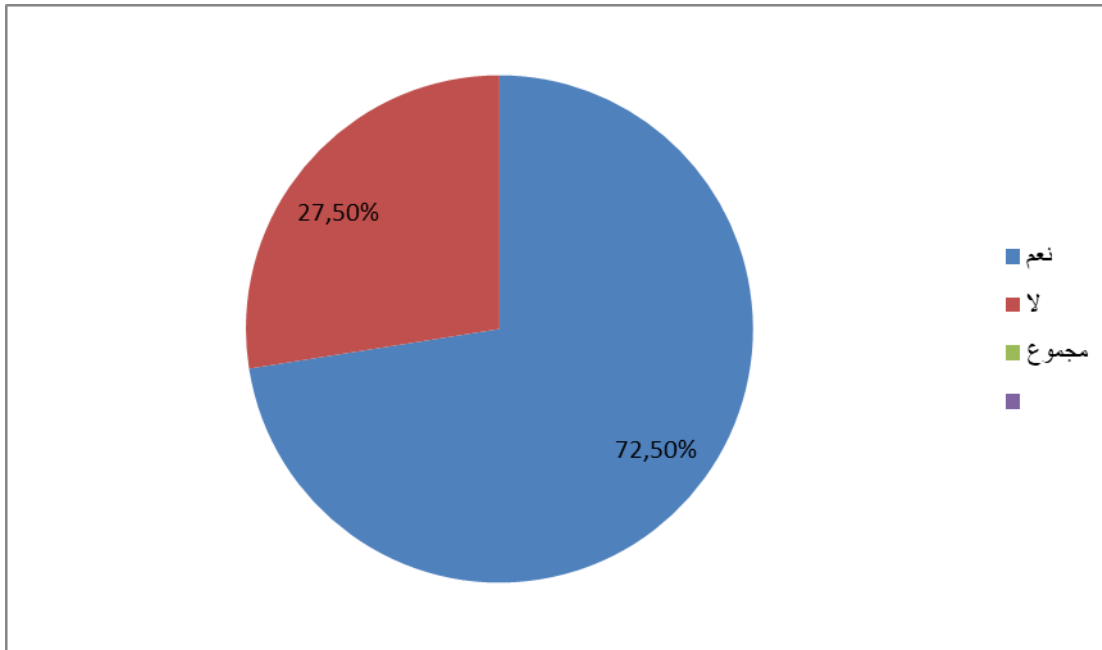
من خلال نتائج الجدول أعلاه نلاحظ أن نسبة 56% من الطلبة لا يكتفون بالرموز التعبيرية فقط في التواصل، بينما 44% من الطلبة يرون أنهم يمكنهم الاكتفاء بالرموز التعبيرية لوحدها. ويفسر هذا بأن الرموز التعبيرية لا يمكن الاكتفاء بها فقط لأنها تعتبر داعمة في التواصل وتعتبر عن الحالات التي يعجز عن نقلها أو الحس بها.

الجدول رقم (19): توضيح الإصدار الحالي يلبي حاجات الطلبة

النسبة %	التكرارات	
72.5%	58	نعم
27.5%	22	لا
100%	100	مجموع

المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على نتائج الاستبيان

الشكل رقم (19): توزيع الإصدار الحالي يلبي حاجات الطلبة



الجدول رقم (19) يوضح أن الإصدار الحالي يلبي حاجات الطلبة بنسبة 72.5% و نسبة 27.5% لا يلبي الحاجات الطلبة.

ويفسر هذا أن الرموز التعبيرية الحالية تلبي حاجات أغلبية الطلبة لأنها توفر عملية تواصلية مع الزملاء و الأساتذة في نقل المعلومات و تبادل الملفات و الصور و الأفكار كما أنها تتميز بالآنية و سرعة إيصال المعلومة

ثانياً: النتائج العامة الدراسة :

بعد تطبيق أداة الدراسة الميدانية و تحليل الاستمارة توصلنا إلى جملة من نتائج:

- ✓ إن أغلب طلبة جامعة الوادي يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي خاصة فيسبوك و يعتبر فئة الذكور الأكثر استخداما لهذا الموقع لملء الفراغ و كسر حالة الملل
- ✓ إن أغلب طلبة جامعة الوادي يستخدمون الرموز التعبيرية أثناء تواصلهم عبر موقع فيسبوك و هذا لاختصارهم الجهد و الوقت
- ✓ أكدت أن طلبة جامعة الوادي يتداولون الرموز المتعددة ملامح الوجوه لأنها أكثر واقعية من الكلمات
- ✓ تؤكد أن النسبة الغالبة من أفراد العينة تستخدم الرموز التعبيرية في موقع فيسبوك بحيث أنها لها شعبية كبيرة من قبل طلبة جامعة الوادي و ذلك لسهولةها في التعبير عن الأفكار كما يستخدمونها لبتساطتها و جاذبيتها
- ✓ يستخدم أغلب الطلبة الرموز التعبيرية في موقع فيسبوك من أجل التواصل مع الأصدقاء و الأقارب و للحصول على الأخبار و اكتساب المعارف
- ✓ ينوي أغلب الطلبة أن يضاعفوا مستقبلا من استخدام الرموز التعبيرية في موقع فيسبوك بينما تتعدم نسبة من يريدون التوقف عن استخدامها
- ✓ توصلت الدراسة إلى أن الأغلبية من أفراد العينة يعتبرون الرموز التعبيرية أداة تواصلية مناسبة و هذا لكونها تجسد المعاني و الأفكار و المشاعر .

ثالثاً: مناقشة نتائج الدراسة:

نتائج الدراسة في ضوء الدراسات السابقة بعد أن قمنا بإجراء الدراسة الميدانية حول استخدامات الطلبة الجامعة الوادي لرموز التعبيرية في موقع فيسبوك واستناد إلي الدراسات السابقة التي تم اعتماد عليها وفقاً لما يخدم دراستنا هذه، ثم التوصل إلي النتائج التالية:

توصلت دراستنا على غرار دراسة خديجة زيتوني وفاطمة الزهراء حدباوي (أثر استخدام الرموز التعبيرية في شبكات التواصل الاجتماعي على اللغة) إلى أن يستخدم أغلب الطلبة فيسبوك للتواصل مع الأصدقاء والأقارب والحصول على الأخبار. أسفرت نتائج دراسة خديجة زيتوني وفاطمة الزهراء حدباوي إلى أنه أغلب الطلبة يستخدمون رموز التعبيرية في فيسبوك أحياناً، وهذا لاختصارها للوقت والجهد. توصلت دراستنا على غرار دراسة صفاء بوقلول ومريم بوحملة (دور فيسبوك في التحصيل الدراسي لطلبة الجامعيين) إلى أن الطلبة يتصفحون موقع فيسبوك في المنزل أكثر من الأماكن الأخرى.

أسفرت نتائج الدراسة صفاء بوقلول ومريم بوحملة أن الوسيلة التي يستخدمها الباحثين في تصفح فيسبوك هي الهاتف الذكي. توصلت دراستنا في غرار دراسة لكحل حليلة وزيان خالدية (تأثير الرموز التعبيرية في موقع التواصل الاجتماعي فيسبوك على ممارسة اللغوية لدى تلاميذ الثانوية) إلى أن الطلبة يتداولون الرموز المتعددة ملامح الوجوه لأنها تعبر بصورة أكثر واقعية من الكلمات.

أسفرت نتائج دراسة لكحل حليلة وزيان خالدية إلى أن الطلبة يستخدمون الرموز التعبيرية في فيسبوك بحيث أصبح بها شعبية كبيرة من قبل التلاميذ وذلك لسهولة استخدامها والتعبير عن الأفكار ولبساطتها وجاذبيتها.

توصلت دراستنا على غرار دراسة وهيبة بوزيفي (الاتصال التفاعلي الرمزي كأداة للتواصل الإنساني في الفضاء الرقمي) إلى أن الطلبة يعتبرون الرموز التعبيرية أداة تواصلية مناسبة وهذا لكونها تجسد الأفكار والمعاني

خلاصة

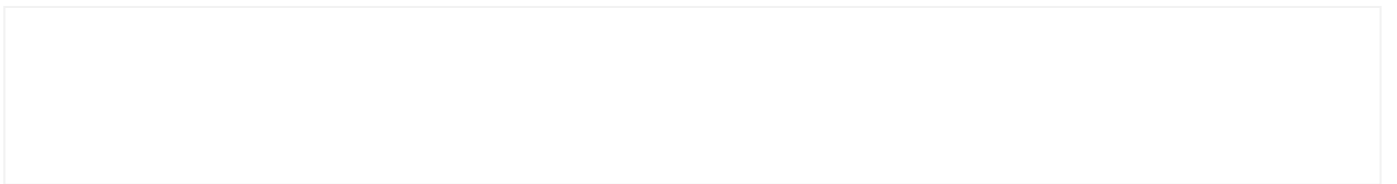
خلاصة

لقد حاولنا من خلال هذه الدراسة تسليط الضوء على بعض الجوانب استخدام الطلبة الجامعيين للرموز التعبيرية في فيسبوك، ولقد ركزنا على هذه الفئة لما تملكه من طاقات وإمكانيات تؤهلها للعب دور فعال في مجتمع.

فيسبوك هو وسيلة اجتماعية، أتاح الفرصة للجميع لتبادل الآراء والأفكار والتفاعل بين الأعضاء وتكوين علاقات، بالإضافة إلي ذلك فقد أصبح أداة يمكن استغلالها في الجانب الدراسي، وقد أحدث فقرة نوعية في مجال الاتصال والتواصل، حيث ظهرت لغة خاصة به من بينها الرموز التعبيرية التي شهدت انتشارا واسعا من حيث الاستخدام واستطاعت في وقت وجيز أن تنتشر إلى كثير من المحادثات التي تدور بين الأشخاص في غرفة الدردشة، بل وأصبح الاعتماد عليها كثير فمن منا لا يستخدم بشكل يومي الإيموجي التي تسهل التواصل بين الأصدقاء والأقارب وحتى الزملاء، وقد وصلنا في دراستنا هذه أن الرموز التعبيرية تؤثر بشكل نسبي على اللغة، فأغلب الطلبة لا يمكنهم الاستغناء عن اللغة كليا، فهم يستخدمون الرموز التعبيرية لإثراء الرسائل النصية، لهذا فهي تعتبر داعمة للغة.

وما يمكن قوله في الختام أن الرموز التعبيرية أثبتت وجودها الفاعل في التواصل عبر هذا المجتمع الافتراضي وقد افرز استخدامها بعض السلبيات التي يجب الانتباه إليها خاصة في وسط الأجيال الحديثة، وهذا لا يعني تقييد استخدامها في الشبكات التواصل الاجتماعي إنما يجب ترشيد استخدامه ومحاولة الاستفادة منها.

قائمة المصادر والمراجع



قائمة المراجع:

القرآن الكريم

- 1) ربحي مصطفى عليان، البحث العلمي أسسه و مناهجه و أساليبه و إجراءاته، بيت الأفكار الدولية، جامعة البلقاء التطبيقية، الأردن، 2001.
- 2) سمر فاروق غندر، استخدام الشباب الجامعي لواقع التواصل الاجتماعي و الإشباعات المحققة منها دراسة بمرحلة الدكتوراه، مجلة كلية التربية النوعية جامعة بورسعيد، العدد الثالث، 2016
- 3) سول سهام، أثر الفواصل الاشهارية التلفزيونية على المتلقي الجزائري، جامعة عبد الحميد بن باديس، كلية علوم إنسانية و اجتماعية، مستغانم، 2017.
- 4) شيباني، عبد القادر فهم. المحادثة الرقمية ومنطق الأهواء بحث في سيميائيات الكتابة الايقونية، مجلة أيقونات: الجزائر، العدد (4)، 2018
- 5) صابي فاطمة، الوظيفة اللغوية للرموز التعبيرية في الاتصال القائم عبر وسائل التواصل الاجتماعي، مجلة الزهير للدراسات و البحوث الاتصالية و الإعلامية، المجلد 2، العدد 3، 2022
- 6) صلاح محمد عبد الحميد، الإعلام الجديد، ط1 مؤسسة طيبة للنشر و التوزيع، القاهرة، 2012
- 7) عبد الرحمان بن إبراهيم الشاعر، مواقع التواصل الاجتماعي و السلوك الإنساني، دار صفاء للنشر و التوزيع، الطبعة الأولى، عمان، 2015
- 8) عبد النبي عبد الله، فلسفة و نظريات الإعلام، الدار العالمية للنشر و التوزيع، جامعة واد النيل، 2014
- 9) علي خليل شقرة، الإعلام الجديد (شبكات التواصل الاجتماعي) ط 1، دار أسامة للنشر و التوزيع، الأردن، 2014
- 10) فيصل العنزي، واقع استخدام الرموز التعبيرية في البيئة الإعلامية الرقمية، أكاديمي في قسم الإعلام بجامعة الملك سعود، مكتبة الملك فهد الوطنية، الرياض، 2020
- 11) لعربي هدى وجرفي عادل، أثر مواقع التواصل الاجتماعي على الهوية الثقافية لدى الطلبة الجامعيين، كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية، قسم علوم الإعلام والاتصال، 2020
- 12) ليلي أحمد جرار، فيس بوك و الشباب العربي، مكتبة الفلاح للنشر و التوزيع، الكويت، 2012

(13) متاح على الرابط التالي: <http://travel.maktoob.com>

- (14) محمد بن سعود البشر، نظريات التأثير الإعلامي، توزيع مكتبة العبي كان، الرياض، ط 1، 2014/1435
- (15) محمد سرحان علي، مناهج البحث العلمي، الجمهورية اليمنية صنعاء، دار الكتب، طبعة الثالثة، 2019
- (16) محمد عبد السلام، مناهج البحث في العلوم الاجتماعية و الإنسانية، مكتبة نور، 2020
- (17) مركز المحتسب للاستشارات، دور مواقع التواصل الاجتماعي في الاحتساب، دار المحتسب، الطبعة الأولى، الرياض، 1438
- (18) مصطفى علي سير عبد النبي، الاتجاهات الحديثة لنظرية الاستخدامات و الإشباع، المجلة المصرية للدراسات المتخصصة، العدد 22، سنة 2019
- (19) نوال وسار، الرموز التعبيرية في البيئة الرقمية تحولات تواصلية و تحديات اتصالية، مجلة العلوم الإنسانية لجامعة أم البواقي، 2022
- (20) وائل مبارك خضر فضل الله، أثر فيسبوك على المجتمع، ط1، دار البداية ناشرون و موزعون الأردن، 2011
- (21) وهيبه بوصيفي، الاتصال التفاعلي الرمزي كأداة تواصل إنساني في الفضاء الرقمي الرموز التعبيرية، جامعة الجزائر 3، الجزائر، 2022
- (22) ياسر خضير البياتي، الإعلام الجديد الدولة الافتراضية الجديدة، ط1، دار البداية ناشرون و موزعون، الأردن، 2014.
- (23) يمكنك متابعة إحدى حلقات البرنامج بالدخول على الرابط

<https://www.youtube.com/watc>

19:55 ,2023/05/02

الملاحق

وزارة التعليم العالي و البحث العلمي
جامعة حمه لخضر -الوادي-
كلية العلوم الإنسانية و الاجتماعية
تخصص : سمعي بصري

استمارة

موضوع الدراسة : " استخدام الطببة الجامعيين للرموز التعبيرية في الفايستوك " دراسة ميدانية على عينة من طلبة جامعة حمه لخضر الوادي

في إطار انجاز مذكرة التخرج لنيل شهادة ماستر في تخصص سمعي بصري ، نضع بين أيديكم هذه الاستمارة و التي تتضمن مجموعة من الأسئلة ، فالرجاء التكرم بالإجابة عنها ، علما أن المعلومات المقدمة من طرفكم لا تستخدم إلا لغرض البحث العلمي.
ملاحظة :ضع علامة (x) داخل مربع الإجابة الصحيحة.
{شكرا جزيلاً على اهتمامكم ومشاركتكم}

تحت إشراف

من إعداد الطلبة :

الأستاذ:

د. زياد إسماعيل

كريم ونام

بن بداري رتيبة

الأعوج التجاني

الاستمارة

المحور الأول : البيانات الشخصية

(1) السن :

أقل من 18 18-35 أكثر من 35

(2) الجنس: ذكر أنثى

(3) الإقامة:

- الإقامة الجامعية الم

(4) المستوى التعليمي:

ليسانس ماستر دكتور
المحور الثاني: عادات و أنماط استخدام الرموز التعبيرية في فيسبوك

1- هل تستخدم الرموز التعبيرية في فيسبوك بشكل؟

كبير متوسط ضعيف

2- ما هي الوسيلة التي تتواصل بها عبر فيسبوك؟

الهاتف الذكي الجهاز اللوحي جهاز الكم

3- في أي مكان تستخدم فيسبوك؟

المنزل الج إقامة في

الانترنت

4- هل تستخدم الرموز التعبيرية في فيسبوك في؟

التواصل مع الأصدقاء التواصل مع أقر أئلة الاتص لأساتذة
إرسال ملفات و صو

5- منذ متى تستخدم الرموز التعبيرية في فيسبوك؟

أقل من سنة من سنة إلى 3 سن أكثر من 3 سن

المحور الثالث: دوافع استخدام الرموز التعبيرية في فيسبوك

6- ما طبيعة الرموز التعبيرية التي تستخدمها في فيسبوك؟

رموز الوجوه متعددة الم رموز الأماك رموز رموز طبيعة و
الأطعمة و المشروبات رموز و حم و نشاطات
حيوانات

7- ما هي أسباب استخدام الرموز التعبيرية في موقع فيسبوك؟

اختصار الكلمات التعبير عن المش إيصال رة
لبساطتها و جاذبيتها ربح الوقت في

8- ما مدى فهم الشخص لمعنى الرمز المرسل إليه؟

نعم لا

9- ما هي الأسباب التي تجعل المستخدم يفهم معنى هذه الرموز التعبيرية المرسلة

إليه

وضوحها نقلها لتعابير الوجه بشكل ص

المحور الرابع: الإشباعات المحققة من وراء استخدام الرموز التعبيرية في فيسبوك

10- الإشباعات النفسية التي يحققها استخدام الرموز التعبيرية في فيسبوك:

التواصل أحسن من ال الإ بار التعبير عن الأ المشاعر

11- الإشباعات الاتصالية التي يحققها استخدام الرموز التعبيرية في فيسبوك؟

وضوح الفكر سرعة الاتم فعالية بال

12- الإشباعات الطقوسية التي يحققها استخدام الرموز التعبيرية في فيسبوك؟

مجرد ممار مواكبة التطور تكنولوجي على استخدامهما

13- ما درجة اعتمادك على الرموز التعبيرية في التواصل عبر فيسبوك؟

غالبا دائما أحيانا

14- هل تكتفي باستخدام الرموز التعبيرية فقط؟

نعم لا

15- هل الإصدار الحالي للرموز التعبيرية يلبي احتياجات الطلبة؟

نعم لا

