

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة عبد الحميد بن باديس - مستغانم -
كلية العلوم الاجتماعية
قسم علوم الإعلام والاتصال



تأثير الرموز التعبيرية في موقع التواصل الاجتماعي
” الفيس بوك ” على الممارسة اللغوية لدى تلاميذ الثانوية
ثانوية أكراف محمد - مستغانم - ” أنموذجاً ”

مذكرة تخرج لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال
تخصص وسائل الإعلام والمجتمع

إشراف :
د . رقاد حليلة

إعداد :
لكحل حليلة
زيان خالدية

لجنة المناقشة :

➤ الدكتورة رقاد حليلة مشرفا ومقررا
➤ الدكتور العربي بوعمامة رئيسا
➤ الدكتورة صفاح امال مناقشا

السنة الجامعية : 2017\2018

للسادة
الدكتور
رقاد حليلة

إهداء

إلى م بفضلهما بعد الله تواجدت في هذا المكان
إلى من أصرا على مواصلة مشواري الدراسي
إلى من وضعوا ثقتهم بي، ووقفوا سندا لي
حتى أنهي هذا العمل
إلى الغاليين أهداهما الله نعمة فوق رؤوسنا.
أبي و أمي .

إلى الأخت التي لم تلدها أمي، إلى من إلى من تحلت بالإخاء و تميزت
بالوفاء و العطاء "خالدية"
إلى كل فرد من أفراد عائلتي
إلى البراعم الصغيرة صهيب، الاء، عبد الباسط، ياسر، عبد الصمد

تشكرات

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

و نخص بالذكر الأستاذة المشرفة رقاد حليلة على مساهمتها القيمة بنصائحها و توجيهاتها الصائبة و الهادفة

إلى كل من نحترمهم و نقدرهم من أساتذتنا الكرام

إلى زملائنا بالقسم، وإخوتنا في الله، العائلة الكريمة

ملخص الدراسة:

تهدف الدراسة إلى الكشف عن أثر الرموز التعبيرية في موقع التواصل الاجتماعي الفيس بوك على الممارسة اللغوية لدى تلاميذ ثانوية أكراف محمد. مستغانم . من خلال دراسة عينة لكل من تلاميذ الثانوية ، حيث اعتمدنا على الاستبانة بالمقابلة كأداة رئيسية لجمع المعلومات .

حيث تم الاعتماد على المنهج الوصفي المسحي في دراسة ظاهرة الرموز التعبيرية في موقع التواصل الاجتماعي - الفيس بوك - إذ ساعدنا هذا الأخير، في وصف وتحليل وتفسير الأسباب التي جعلت من عينة دراستنا - تلاميذ ثانوية أكراف محمد (مستغانم) يندفعون وراء استخدامهم للرموز التعبيرية ، بالإضافة إلى الأهداف المتمثلة في:

- كيفية استخدام و تفاعل تلاميذ الثانوية مع مواقع التواصل الاجتماعي
- الكشف عن الاسباب الحقيقية وراء استخدام هذه الايقونات في الوسط الدراسي
- إلقاء الضوء على تأثير الرموز التعبيرية عموما على مكانة اللغة و مدى التعامل بها في الفضاءات التفاعلية

وقد أسفرت الدراسة عن النتائج التالية :

- أن تلاميذ الثانوية يستخدمون الفيس بوك بصفة دائمة يحث جعلوا منه حلقة وصل بينهم و بين طرق الوصول إلى المعلومات بأقل جهد و كذلك من أجل التواصل مع الأصدقاء و الأهل في أي وقت وفي أي مكان بسهولة.

- أن تلاميذ الثانوية يستخدمون الاختصارات أثناء تواصلهم عبر موقع الفيس بوك بالإضافة إلى استخدامهم الرموز التعبيرية خاصة الوجه الضاحك

- أن تلاميذ الثانوية يعتبرون أن الرموز التعبيرية أداة تواصلية مناسبة كونها تجسد المعاني و الأفكار و المشاعر

- أن تلاميذ الثانوية يستخدمون الرموز التعبيرية كأداة داعمة للغة بحيث استنتجنا من خلال بيانات الاستمارة أن معظمهم لا يمكنهم الاستغناء عن اللغة و هنا كان تأثير الرموز التعبيرية على اللغة تأثيرا نسبي

Résumé de l'étude :

L'étude vise à révéler l'impact d'émoticônes dans le site de réseautage social Facebook sur les élèves du secondaire ont langue pratique akra Mohamed. Mostaganem.

En étudiant un échantillon de deux lycéens, où nous avons adopté la résolution avec l'entrevue comme un outil clé pour recueillir de l'information.

Où vous comptez sur une enquête descriptive d'étudier le phénomène d'émoticônes dans le site de réseautage social Facebook que nous avons contribué à ce dernier,

Dans la description, l'analyse et les raisons de nos lycéens déguster akra Mohamed (Mostaganem) se précipiter derrière leur utilisation d'émoticônes, outre les objectifs de :

- Comment utiliser et lycéens interagir avec des sites de réseautage sociaux
- Découvrir les vraies raisons derrière à l'aide de ces icônes dans le Collège
-

Éclairante impact des émoticônes et comment le statut de langue généralement traitées dans les espaces interactifs

L'étude a donné les résultats suivants :

Que les élèves du secondaire utilisent Facebook en permanence exhorte lui fait un lien entre eux et les façons d'accéder aux informations avec moins d'effort et aussi de communiquer avec les amis et la famille n'importe où, n'importe où en toute simplicité.

Les élèves du secondaire utilisent des abréviations lors de leur communication par le biais de Facebook en plus d'utiliser les émoticônes visage spécial smiley Les élèves du secondaire envisager d'outil de communication d'émoticônes Occasion en incarnent des significations, des pensées et des sentiments.

Que les élèves du secondaire utilisent des émoticônes comme un outil de soutien pour la langue donc nous avons conclu par l'intermédiaire de formulaire de données que la plupart d'entre eux ne peut pas renoncer à la langue et voilà

Influence des émoticônes sur la langue de l'impact relatif

Summary of the study:

The study aims to reveal the impact of emoticons in social networking site Facebook on the secondary pupils have language practice akrav Mohamed. Mostaganem.

By studying a sample of both high school students, where we adopted the resolution with the interview as a key tool for gathering information.

Where you rely on descriptive survey to study the phenomenon of emoticons in social networking site Facebook as we helped the latter,

In the description, analysis and explanation of the reasons of our secondary school students sample akrav Mohamed (Mostaganem) rushing behind their use of emoticons, in addition to the objectives of:

- How to use and high school students interact with social networking sites
- Uncover the real reasons behind using these icons in the middle school
-

Illuminating impact of emoticons and how language status generally handled in interactive spaces

The study yielded the following results:

That high school students are using Facebook permanently urges made him a link between them and the ways to access information with less effort and also to communicate with friends and family anytime, anywhere with ease.

The secondary pupils use abbreviations during their communication through Facebook in addition to using special smiley face emoticons

The secondary pupils consider emoticons communication tool

Occasion being embody meanings, thoughts and feelings.

That high school students use emoticons like a supportive tool for the language so we concluded through data form that most of them cannot dispense with language and here was Influence of emoticons on the relative impact language

الصفحة	عنوان الجدول	الجدول
.....	جدول توزيع مفردات البحث حسب الجنس	01
.....	جدول توزيع مفردات البحث حسب السن	02
.....	جدول توزيع مفردات البحث حسب الشعبة	03
.....	جدول توزيع مفردات البحث حسب الاشتراك في الانترنت	04
.....	جدول توزيع مفردات البحث حسب صفة استخدام الفيس بوك	05
.....	جدول توزيع مفردات البحث حسب استخدامات الفيس بوك	06
.....	جدول توزيع مفردات البحث حسب عدد الحسابات التي يمتلكها على شبكة الفيس بوك	07
.....	جدول توزيع مفردات البحث حسب مكان استخدام الفيس بوك	08
.....	جدول توزيع مفردات البحث حسب فترة استخدام الفيس بوك	09
.....	جدول توزيع مفردات البحث حسب عدد الساعات التي تقضيها أمام شبكة الانترنت	10
.....	جدول توزيع مفردات البحث حسب الوسيلة التي تتواصل بها	11
.....	جدول توزيع مفردات البحث حسب اسباب استخدامك للفيس بوك	12
.....	جدول توزيع مفردات البحث حسب السؤال المفتوح الخاص بأسباب استخدامك لشبكة الفيس بوك	13
.....	جدول توزيع مفردات البحث حسب الأساليب التي تعتمد عليها في التواصل مع الاصدقاء في الفيس بوك	14
.....	جدول توزيع مفردات البحث حسب لأساليب النشر على الصفحة	15
.....	جدول توزيع مفردات البحث حسب كيفية التعامل مع المضامين التي تهتمك	16
.....	جدول توزيع مفردات البحث حسب اللغة التي تفضل التواصل بها	17
.....	جدول توزيع مفردات البحث حسب السؤال المفتوح لغات اخرى تفضل التواصل بها	18
.....	جدول توزيع مفردات البحث حسب الاعتماد على الاختصارات داخل غرف المحادثة في الفيس بوك	19
.....	جدول توزيع مفردات البحث حسب أسباب اعتمادك على هذه الاختصارات	20
.....	جدول توزيع مفردات البحث حسب عادات استخدام الرموز التعبيرية في التواصل عبر شبكة الفيس بوك	21

جدول توزيع مفردات البحث حسب هل تجد صعوبة في التواصل من خلال استخدامك هذه الايقونات.....	22
جدول توزيع مفردات البحث حسب الاستخدام لهذه الايقونات.....	23
جدول توزيع مفردات البحث حسب الرموز التي تستخدمها بكثرة.....	24
جدول السؤال المفتوح حسب رموز أخرى تستخدمها.....	25
جدول توزيع مفردات البحث حسب الاعتماد على الرموز التعبيرية بكثرة.....	26
جدول توزيع مفردات البحث حسب استخدام الرموز التعبيرية خارج فضاء الانترنت.....	27
جدول توزيع مفردات البحث حسب هل ترى أن الرموز أخذت مكان اللغة.....	28
جدول توزيع مفردات البحث حسب درجة الرضى 'ن هذه الايقونات داخل شبكة الفيس بوك.....	29
جدول السؤال المفتوح حول درجة الرضى عن هذه الايقونات داخل شبكة الفيس بوك.....	30
جدول مركب بين متغير الجنس و عدد حسابات الفيس بوك و مدة استخدامك للفيس بوك.....	31
جدول مركب بين متغير الجنس و عدد الساعات التي تقضيها أمام شبكة الانترنت و درجة اعتمادك على الرموز التعبيرية في التواصل من خلال استخدامك هذه الايقونات.....	32
جدول مركب بين متغير السن و الجنس و درجة الصعوبة في التواصل من خلال استخدامك هذه الايقونات.....	33

فهرس المحتويات

رقم الصفحة

الموضوع

تشكرات

الاهداء

أ.....مقدمة

الإطار المنهجي

.....تمهيد

.....إشكالية الدراسة

.....أسباب اختيار الموضوع

.....أهمية الموضوع

.....أهداف الموضوع

.....تحديد المفاهيم و المصطلحات

.....منهج الدراسة

.....أدوات الدراسة

.....مجتمع البحث

.....عينة الدراسة

.....الدراسات السابقة

.....المقاربة النظرية

الإطار النظري.....

الفصل الأول: شبكات التواصل الاجتماعي و استخداماتها.....

تمهيد.....

01 - ماهية شبكات التواصل الاجتماعي.....

أ - نشأة مواقع التواصل الاجتماعي.....

ب - مفهوم شبكة التواصل الاجتماعي.....

02 - خدمات شبكات التواصل الاجتماعي.....

03 - خصائص شبكات التواصل الاجتماعي.....

خلاصة.....

الفصل الثاني: خصائص و تطورات و تطورات الفيس بوك.....

تمهيد.....

01 - ماهية الفيس بوك.....

أ - مفهوم الفيس بوك.....

ب - نشأة الفيس بوك.....

02 - مميزات و آليات التواصل بين أعضاء الفيس بوك.....

أ - مميزات الفيس بوك.....

ب - آليات التواصل بين أعضاء الفيس بوك.....

03 - أهم التطورات التي حدثت للفيس بوك.....

04 - الفيس بوك بين قياس المزاج العام للمستخدمين والوجه الآخر له.....

أ - الفيس بوك و قياس المزاج العام للمستخدمين.....

ب - الوجه الآخر لموقع الفيس بوك.....

خلاصة.....

الفصل الثالث: مستويات التواصل و خصائص الرموز التعبيرية.....

تمهيد.....

01 - الاستراتيجيات الرمزية و أهمية الإشارات و الرموز في الاتصال غير اللفظي في مجال الاتصال.....

أ - الاستراتيجيات الرمزية.....

ب - أهمية الإشارات و الرموز في الاتصال غير اللفظي في مجال الاتصال.....

02 - التواصل غير اللفظي و مميزاته.....

أ - التواصل غير اللفظي.....

ب - مميزات الاتصال غير اللفظي.....

03 - لمحة تاريخية عن الرموز التعبيرية.....

04 - خصائص الرموز التعبيرية.....

.....خلاصة

.....الإطار التطبيقي

.....تحليل بيانات الإستمارة

.....نتائج الدراسة

.....نتائج الدراسة في ضوء المقاربة النظرية

.....خاتمة

.....قائمة المراجع

.....الملاحق

مقدمة:

لقد شهد القرن الحالي قفزات علمية هائلة في مجال تقنيات المعلومات و الاتصالات، وما تبعه من ظهور تقنيات و تطبيقات حديثة نقلت المستخدم من كونه متلقيا للمعرفة إلى كونه مشاركا فيها، حيث ركز على مبدأ إسهام المستخدم في تشكيل المحتوى و التواصل و التفاعل مع الآخرين بما في ذلك الشبكات الاجتماعية التي تصنف على أنها وسيلة فعالة للتواصل الاجتماعي حيث لما تتيحه من إمكانية الربط بين الزملاء و الأصدقاء و ليس هذا فقط بل أنها تساعد في التعرف و التواصل بين الأشخاص و المجتمعات المختلفين ببعضهم البعض، ومن هذا المنطلق سعت الشبكات الاجتماعية لتوفير قدر مناسب من المواقع التي تدعم التواصل و التي كان أبرزها على الإطلاق موقع الفيس بوك و التويتر و اليوتيوب، إذ نجد أن شبكات التواصل الاجتماعي فرضت نفسها كوسيط اجتماعي بين منظمات المجتمع المدني و متابعيها، من خلال نشرها لمحتويات متنوعة و أنشطة مختلفة، و أشهرها على الإطلاق الفيس بوك الذي يعتبر من أحدث منتجات تكنولوجيا الاتصالات و أكثرها شعبية، كونه أنشئ في الأساس من أجل التواصل الاجتماعي بين الأفراد من خلال فتح ساحة لتبادل الأفكار المتنوعة و التجمع على قضية اجتماعية واحدة، لقد انتشر استخدام الفيس بوك و غيره من المواقع عبر الأنترنت في العالم بوتيرة فاقت الكثير من التوقعات، و أصبح الفيس بوك ضمن السلوك اليومي لمستخدمي الأنترنت عبر الهواتف الذكية أو الكمبيوتر، نتيجة لقوة انتشار وسائل الاتصال الإلكترونية التي أصبحت فضاءً يوميا يضج بالمعلومات و الآراء و التفاصيل الاجتماعية، الثقافية، الاقتصادية، و السياسية، ومن المعلوم أن الإنسان اجتماعي بطبعه يحتاج للاتصال و التعايش من الآخرين، عن طريق استخدامه اللغة باعتبارها أقدم و أهم وسيلة تواصل بين البشر و هذا لتحقيق أغراض منشودة يسعى إليها.

هذه اللغة التي تطورت عبر العصور مع تطور المجتمعات الانسانية و اتخذت عدة اشكال ، فالإنسان في العصر الحجري استخدم لغة الاشارات و الرموز و الرسوم باختلاف ما هو عليه الانسان اليوم فقد استخدم اشكالا لغوية جديدة تختلف من مجتمع الى آخر، و من وسيلة الى اخرى، وبحكم أن الرموز التعبيرية من الاشكال اللغوية الموجودة منذ القدم عرفت انتشارا كبيرا خاصة عند اليابانيين الذين طوروها، بحيث ساهمت التطورات التكنولوجية الحديثة على اعادة احياء هذه الرموز بشكل جديد يتوافق مع الابتكارات و الاختراعات الحديثة الامر الذي ساهم في نقلها الى مستوى آخر من الاستخدام بظهور ما يعرف بشبكات التواصل الاجتماعي ثم ادراجها ضمنها، التي ازداد انتشارها يوما بعد يوم، و هي متداولة بكثرة عند فئة الشباب، فقد اعتمدوا على لغة خاصة بهم تمكنهم من التواصل بشكل اسهل و اسرع و المتمثلة في استخدام الرموز غير اللفظية(الرموز التعبيرية) و هي عبارة عن اشكال و ايقونات تنقل مزاج و احساس الشخص و مشاعره و هي تأخذ عدة اشكال، وهذه

الرموز تتميز باختصارها العديد من الكلمات و الافكار و الجمل، هذا ما جعل الشباب يعتمدونها بشكل كبير خاصة اننا في زمن السرعة، بحيث يوظفونها في حواراتهم و تعليقاتهم كآلية للاختصار في كتابة الكلمة و استعمال الرموز و الايقونات للتعبير عن المشاعر، هذا ما دفعنا للقيام بهذه الدراسة، فقد جاءت لرصد أثر استخدام الرموز التعبيرية في موقع التواصل الاجتماعي (الفيس بوك) على الممارسة اللغوية لدى تلاميذ الثانوي.

إذ تكونت هذه الدراسة من ثلاث جوانب، الجانب المنهجي، الجانب النظري، و الجانب التطبيقي، بالإضافة الى الخاتمة وصولا الى نتائج الدراسة.

تناول الاطار المنهجي إشكالية الدراسة و تساؤلاتها، الى جانب مفاهيم الدراسة، أهميتها و أهدافها، و كذا عرض الدراسات السابقة و مناقشتها، كما عرضنا المنهج المعتمد عليه في هذه الدراسة و أدواته و العينة المختارة، إذ استندنا على نظرية الاستخدامات و الاشباع كركيزة للانطلاق في هذه الدراسة لما تحتويه من تراكم معرفي حاصل و باعتبارها من اهم النظريات في مجال علوم الاعلام و الاتصال.

و قد ارتأينا تقسيم الجانب النظري الى ثلاث فصول، حيث قدمنا في الفصل الأول شبكات التواصل الاجتماعي، بين المفهوم و النشأة خصائصها و خدماتها، أما عن الفصل الثاني تناولنا فيه موقع الفيس بوك ، ماهيته ، المميزات و الاليات و اهم التطورات، و فيما يخص الفصل الثالث حمل في طياته الرموز التعبيرية بحيث بإعطاء لمحة تاريخية عنها بالإضافة الى اهمية الاشارات و الرموز في الاتصال غير اللفظي و كذا مميزات الاتصال غير اللفظية و وظائفه و أخيرا خصائص الرموز التعبيرية.

و اشتمل الاطار التطبيقي للدراسة على تحليل البيانات الكمية و التي تتمثل في الاستمارة، لنصل الى نتائج الدراسة في ضوء المقاربة النظرية، و النتائج العامة للدراسة و مدى تطابقها مع المقاربة النظرية لتنتهي بالخاتمة.

1- الإشكالية:

يشهد العالم اليوم انفجارا تكنولوجيا هائلا في عالم الاتصال والمعلومات هذا التطور الكبير كان في زمن غير بعيد ضربا من الخيال لكنه اليوم ملموس جعل العالم على تعبير 'ماكلوهان' قرية كونية ومن أهم إفرازات التطور التكنولوجي شبكة الانترنت التي شهدت نموا ملحوظا في أوائل عقد التسعينيات وتطو شبكة الويب العالمية وأعطت دفعة جديدة لجميع وسائل الإعلام بأشكالها كافة حيث حولتها من حقول للمعلومات تتيح حرية التعبير عن الرأي إلى وسيلة للتفاعل والتواصل مهدت هذه الشبكة العنكبوتية لفتح فضاءات أخرى للتعبير وظهور شبكات التواصل الاجتماعي التي أصبح لها أهمية بالغة في جميع نواحي حياتنا, وتعتبر هذه الأخيرة من الوسائل الاتصالية الحديثة التي يتواصل من خلالها الملايين من المستخدمين من شبكة الانترنت لا يفصل بينهم أية عوامل مثل: السن, النوع, المهنة أو الجنسية و خلال الفترة ما بين 2002 و 2004 بلغت شعبية الشبكات التواصلية الرقمية عبر العالم ذروتها بحيث برز موقع " الفيس بوك " الذي أنشأه مارك زوكربيرج عام 2004_ لجميع زملائه في جامعة هارفارد الأمريكية وأصبح بسرعة من أهم هذه المواقع الاجتماعية لاسيما بعد انفتاحه على الأفراد خارج الولايات المتحدة الأمريكية ولقد قدم هذا الأخير إضافات هامة غيرت جذريا كيفية التفاعل بين الأعضاء عن طريق المعلومات التي توفرها تطبيقاته.

إن هذه التقنية الرقمية وما أفرزته من تطورات ساهمت في رسم ملامح جديدة في السلوك الإنساني بما فيها الأساليب الاتصالية والتواصلية أين ظهر التأثير العميق لهذه الوسائط وبرز ظاهرة لغوية تستحق التأمل فاللغة تعكس الانتماءات إلى الثقافة العربية والحضارات وكذلك مستمدة من قداسة الدين فهناك لغات ولهجات عديدة نتواصل بها وهذا ما جاء به الألسنيون وعلماء الاجتماع والنفسانيون وعلماء الإعلام والاتصال، فمن خلال دراستنا هذه سنسعى للوصول إلى معرفة الأسلوب اللغوي الذي يعتمد عليه مستخدمي هذه الوسائل وأهم الأنماط التعبيرية المستحدثة التي يتواصلون بها في ترجمة عواطفهم وأفكارهم.

الإنسان بطبعه يحب الإبداع والتجديد في حياته اليومية سواء ذلك في طريقة لبسه و أكله وحتى طريقة تواصله , دائما ما يسعى إلى لفت الإنتباه من خلال طريقة عيشه.

وينطبق ذلك الأمر على اللغة المستعملة التي فيها إبداع وتجديد دائما , فهي لا تقتصر على اللغة الفصحى فقط , بل هناك لغة العامية التي تظهر بكثرة في مواقع التواصل وكذلك لغة الأرقام والحروف بالإضافة إلى لغة الرموز والتي هي موضوع بحثنا , فالانفجار الحاصل في عالم النت والتواصل ساهم في نجاح الرموز التعبيرية المعروفة بالإيموجي و تجاوز الحدود اللغوية لتصبح لغة عالمية تمتاز بأنها مفهومة لكل سكان الأرض , فهذه الرموز جاءت مكملة للغة المختزلة التي بدأت مع ظهور الرسائل النصية , وانتشارها عبر الهواتف النقالة والبريد الإلكتروني محدود السعة والكلمات والحروف.

نحن كباحثين اليوم سنسلط الضوء على فئة المتدربين المراهقين وهم تلاميذ الثانوية الذين يعتبرون عينة دراستنا , حول اللغة التي يعتمدون عليها في طريقة تواصلهم عبر هذه المواقع وأخذنا الفيس بوك كنموذج ومحاولتا منا معرفة ما اذا كانت اللغة العربية الفصحى او العامية طاغية أم أن الأيقونات أخذت المساحة الأكبر في هذه المواقع الاجتماعية باعتبارها اللغة الأنسب في طريقة تواصلهم , ومحاولة معرفة أيضا الأسباب التي دفعتهم إلى هذا التغير من خلال دراسة المؤشرات التي توصلنا إلى المتغيرات الحاصلة على اللغة المتداولة بنسبة كبيرة بين تلاميذ الثانوية في مواقع التواصل الاجتماعي

ومما سبق ذكره تتلخص إشكالية الدراسة في السؤال التالي:

- ما اثر استخدام الرموز التعبيرية في موقع التواصل الاجتماعي - الفيس بوك نموذجا- على الممارسة اللغوية لدى تلاميذ الثانوية ؟

وللإجابة على هذا الإشكال الرئيسي تم تفكيكه إلى التساؤلات الفرعية التالية:

1- ماهي الأسباب التي أدت بتلاميذ الثانوية إلى استخدام الرموز التعبيرية في المحدثات ؟

2- ماهي الرموز الأكثر تداولاً بين التلاميذ ؟

3- ما مدى انتشار الرموز التعبيرية بين التلاميذ؟

4- هل اثر تداول الايموجي على المستوى اللغوي للتلاميذ؟

5- ماهي الإشباعات المحققة جراء استخدام الرموز في موقع التواصل الاجتماعي - الفيس بوك - من قبل تلاميذ الثانوية؟

2- أهمية الدراسة:

يقصد بأهمية الموضوع النتائج المتوقعة التي تترتب على تحقيق أهداف البحث وتتجلى أهمية الدراسة التي قمنا بها في النقاط التالية¹:

- تكمن الفائدة العلمية من وراء هذه الدراسة أنها دراسة تتدرج ضمن سلسلة الدراسات العلمية التي من شأنها دعم الإرث الأكاديمي في حقل علوم الإعلام و الاتصال نظرا لقلة المراجع في هذا الموضوع
- التغيرات التي أحدثها عالم الويب عموما و الشبكات الاجتماعية - الفيس بوك - خصوصا على الاتصال الإنساني و بالتحديد على اللغة فمن خلال دراستنا هذه سنحاول معرفة التحولات الحاصلة على الممارسة اللغوية داخل هذه الشبكات و مدى امتدادها إلى الحياة اليومية للتلاميذ

¹ محمد محمد إبراهيم، دليل الباحث في إعداد و مناقشة الرسائل و البحوث العلمية في ضوء المرجعية المنهجية للبحث العلمي، دار الجامعة الإسكندرية، 2004، ص 85

3- أسباب اختيار الدراسة:

- الأسباب موضوعية:
- احتكاكنا الكثير بمواقع التواصل الاجتماعي ورؤية مدى انتشار هذه الأيقونات جعلنا نحاول دراستها والتوسيع في دائرة البحث فيها
- محاولة معرفة كيفية تعامل تلاميذ الثانوية مع الرموز من خلال تواصلهم في الفيس بوك
- نظرا لقلة الدراسات المتعلقة بهذا الموضوع إذ أن معظم الدراسات تتعلق باللغة فقط
- الأسباب ذاتية:
- رغبتنا في التعرف على هذه الأيقونات لما لها من شعبية في الفيس بوك
- اختيارنا الذاتي لهذا الموضوع عن قناعة ومحاولة التوصل إلى مدى تأثير هذه الأيقونات على المستوى اللغوي للتلاميذ

4- أهداف الدراسة:

نعني بأهداف الموضوع الغايات إلي يريد الباحث الوصول إليها او تحقيقها من الدراسة التي يقوم بها وقد تكون أهداف البحث واحدة او أكثر من هدف ومن بين أهداف دراستنا نجد¹:

- كيفية استخدام و تفاعل تلاميذ الثانوية مع مواقع التواصل الاجتماعي
- معرفة طبيعة تعامل تلاميذ الثانوية عينة البحث مع الرموز التعبيرية أثناء تواصلهم عبر الشبكات الاجتماعية في مقدمتها - الفيس بوك -
- الكشف عن الاسباب الحقيقية وراء استخدام هذه الايقونات في الوسط الدراسي
- إلقاء الضوء على تأثير الرموز التعبيرية عموماً على مكانة اللغة و مدى التعامل بها في الفضاءات التفاعلية

¹ -محمد محمد إبراهيم، مرجع سبق ذكره، ص87

5- تحديد المصطلحات:

إن تحديد مشكلة البحث لا تتوقف عند نقطة صياغة هذه الأخيرة في شكل سؤال بل القيام أيضا بضبط الموضوع من حيث تحديد المصطلحات وفي دراستنا هذه قمنا بضبط المفاهيم والمصطلحات التي يتضمنها سؤال اشكاليتنا¹:

الاستخدام لغة : الاستخدام في اللغة العربية مأخوذ من استخدام الرجل غيره , استخدمه استخداما فهو مُستخدِم والأخر مُستخدَم أين اتخذهُ خادما طلب منه أن يخدمه و استخدمَ الإنسان الآلة أو السيارة أي استعملها في خدمة نفسه².

الاستخدام اصطلاحا : يبدو مفهوم الاستخدام من النظرة الأولى واضحا وبسيط المعنى غير ذي حاجة أو نشاط يتوخى ضبطه غير أن أي محاولة تستهدف ضبط المعاني والدلالات النظرية والتطبيقية تصطدم بمفهوم غامض ومتنوع يحتمل الكثير من الدلالات المختلفة باختلاف ما هو اجتماعي و ما هو تقني , فالغموض الذي يحيط باللفظ مرده إلى استعماله في تعيين وتقرير وتحليل مجموعة من السلوكيات ومظاهره المرتبطة بتكنولوجيا الاتصال³

الاستخدام إجرائيا : هو الطريقة التي يتعامل بها تلاميذ الثانوية مع الرموز التعبيرية عبر مواقع التواصل الاجتماعي كأسلوب تواصل يتيح لهم إمكانية التعبير

أثر لغة: Effect: الأثر: بقية الشيء والجمع : أثار وأثور وخرجت في أثره وفي أثره أي بعده و إنتثرته أو تأثرته , تتبعت أثره , عن الفارسي ويقال : أثر كذا وبكذا وكذا أي أتبعه إياه . ومنه قول متميز بن نويرة يصف الغيث الطويل . فأثر سبيل الواديس بديمه , تشرح و سمياء من لبت خروعا أي أتبع مطرا تقدم بديمه بعده والأثر بالتحريك . ما يبقى من رسم الشيء

والتأثير : إلقاء الأثر في الشيء وأثر الشيء : ترك فيه أثرا , والأثارُ : الأعلام

¹ أحمد بن مرسل، مناهج البحث العلمي في علوم الاعلام و الاتصال، ديوان المطبوعات الجامعية، الساحة المركزية، الجزائر، ط3، 2007، ص 83

² عصام نور الدين، معجم نور البن الوسيط عربي عربي، دار الكتب العلمية بيروت، دون ط، 2005، ص 102

³ بورحلة سليمان، أثر استخدام الانترنت على الطلبة الجامعيين و سلوكياتهم، مذكرة ماجستير في علوم الاعلام و الاتصال، جامعة الجزائر3، 2007-2008، ص 24

والأثيرة من الدوات : العظيمة الأثر في الأرض يخفها أو حافظ لها بنية الإثارة وحكى اللحياني عن الكسائي : ما يدري له أين أثر وما يدري له ما اثر أي أصله ولا ما أصله¹

الأثر اصطلاحاً : هو نتيجة الاتصال , وهو يقع على المرسل والمتلقي على السواء , وقد يكون الأثر نفسي أو اجتماعي , ويتحقق أثر وسائل الإعلام من خلال تقديم الأخبار والمعلومات والترفيه والإقناع وتحسين الصورة الذهنية²

الأثر إجرائياً : حسب دراستنا الأثر هو جملة التغيرات التي تطرأ على سلوك التلاميذ أو مستخدمي أيقونات الايموجي في رسائلهم الالكترونية

الممارسة اللغوية اصطلاحاً : هي مجموعة من الممارسات الاجتماعية مع التنظيم المزدوج , والتي تحدد المواقف الاجتماعية , وفي الوقت نفسه فإنها تنتج الآثار المترتبة على هذه الحالات , أين يظهر التأثير المتبادل بين اللغوي والاجتماعي من جهة وبين الممارسة والوضع من جهة أخرى³

الممارسة اللغوية إجرائياً : نقصد بها في دراستنا كل نشاط لغوي متضمن للرموز التعبيرية التي يستخدمها أفراد عينة الدراسة أثناء تواصلهم عبر شبكة الفيس بوك

¹ لسان العرب لابن منظور، طبعة جديدة روجعت فيها جميع الشواهد القرآنية، دار الكتب العلمية، الجزء الرابع، 2009، ص 6

² حسن عماد مكاري، الاتصال و نظرياته المعاصرة، الدار المصرية اللبنانية، ط7، 2008، ص 52

³ رقاد حليلة، آثار استخدام مواقع التواصل الاجتماعي - الفيس بوك - على الممارسة اللغوية لدى طلبة جامعتي أجمد بن بلة. و محمد بن أحمد بولاية وهران، أطروحة دكتوراه في علوم الاعلام و الاتصال، جامعة مستغانم، 2017-2018، ص22

التلاميذ لغة : تلميذ لفلان وعنده : كان له تلميذا، التلميذ : (خادم الأستاذ من أهل العلم أو الفن أو الحرفة وطالب العلم وخصه أهل العصر بالطالب الصغير) ج (تلاميذ وتلاميذه)¹

التلميذ إجرائيا : هو كل شخص ينتمي إلى مكان تعليمي ليتتلمذ فيه كالمدرسة, ورشة التعليم الحرف أو مدرسة قرآنية بهدف الحصول على شهادة أو رفع المستوى والتلميذ في دراستنا هم تلاميذ الطور النهائي بكل تخصصاته.

6 - منهج الدراسة :

من المعلوم أن هناك العديد من الدراسات في العلوم الاجتماعية والإنسانية, وكل دراسة تتطلب مناهج معينة وحتى تتصف دراسة مشكلة البحث بالشمول والكمال وتكون النتائج التي يتوصل إليها الباحث دقيقة ينبغي أن يستعين الباحث بأحد مناهج البحث العلمي²

إذ يرتبط اختيار المنهج في الدراسة بناء على الإشكالية التي تم تحديدها وبما أننا في صدد محاولة جمع المعلومات حول كيفية تأثير الرموز التعبيرية في موقع التواصل الاجتماعي - الفيس بوك نمودجا - بالخصوص على الممارسة اللغوية لدى تلاميذ الثانوية , وعلى هذا الأساس فان هذه الدراسة تندرج ضمن البحوث الوصفية qualitative research

إذ يؤكد هذا الصنف من البحوث على الأحداث التي خبرها الآخرون وجربوها³, كما يهدف البحث الوصفي إلى وصف ظواهر أو وقائع أو أشياء معينة من خلال جمع الحقائق والمعلومات والملاحظات الخاصة بها , وكذلك يرتبط المنهج الوصفي بدراسة المشكلات المتعلقة بالمجالات الإنسانية والاجتماعية وبدراسة كل من الظواهر الطبيعية المختلفة مثل وصف الظواهر الفلكية والفيزيائية والكيميائية والبيولوجية المختلفة , حيث يقوم الباحث بجمع معلومات دقيقة عن هذه الظاهرة ويهتم بوصفها وصفا تفسيريا دقيقا بدلالة الحقائق المتوفرة⁴, وبناءا عليه فان هذه الدراسة تسعى إلى الوقوف على مدى استخدام تلاميذ الثانوية عينة

¹ إبراهيم أنيس، معجم الوسيط الجزء الأول، دون بلد، ط2، دون سنة، ص 87

² وائل عبد الرحمان التل، البحث العلمي في العلوم الإنسانية والاجتماعية، دار حامد للنشر والتوزيع، الاردن، عمان، ط2، 2007، ص 47

³ منذر ضامن، أساسيات البحث العلمي، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، دون بلد، ط2، 2009، ص 131

⁴ وائل عبد الرحمان التل، مرجع نفسه، ص 48

الدراسة للرموز التعبيرية عبر موقع الفيس بوك ومدى تأثرهم بما يصادفونه من محتويات على هويتهم الثقافية التي نقصد بها اللغة

ومنه فالمنهج الأنسب لمثل هكذا دراسة والتي يعتمد عليه الباحث في دراسته هو المنهج المسحي الوصفي والذي يتمثل في دراسات لإيجاد الحقائق , ويتضمن هذا المنهج جمع البيانات مباشرة من مجتمع أو عينة الدراسة ويتطلب خبرة في التخطيط والتحليل والتفسير للنتائج¹

إن غاية الدراسات المسحية للظاهرة التي تنتمي إلى الحاضر تتمثل في أغلب الأحيان , كما هو معلوم في جمع المعلومات والبيانات في شكل كمي , لذا فإن أنسب الأساليب لعرض هذه المعلومات على القراء تتمثل في الأساليب الكمية المتميزة بخصائص بحثية تمكن الدارس من استخدام وسائل التوضيح والتبيين²

وقد تم الاعتماد على المنهج المسحي لاقتراب هذا المنهج من طبيعة الدراسة الوصفية , فهو أكثر المناهج ملائمة لموضوع هذا البحث لأنه يعتمد على الوصف والتحليل والتفسير التي عن طريقها يمكن الوصول إلى معرفة الدوافع والأسباب وراء اندفاع التلاميذ إلى استخدام الايموجي عبر موقع الفيس بوك

¹ منذر ضامن، مرجع سبق ذكره، ص 139
² أحمد بن مرسل، مرجع سبق ذكره، ص 96

7- أدوات البحث:

أدوات جمع البيانات هي الوسائل التي يعتمد عليها الدارس في جمع المادة اللازمة لموضوع دراسته ويجب أن تكون متوافقة مع المنهج والطريقة المنهجية المعتمد عليها في دراسته , ولكن لا يمنع من الاعتماد على أكثر من أداة في جمع المادة حسب ما يتطلب موقف جمع المادة التي تفيد موضوع الدراسة ويأتي ذلك في إطار مبدأ المرونة المنهجية¹.

وقد استخدمنا في موضوعنا المدروس أكثر من أداة منهجية بغية الإلمام بالموضوع ولهذا الغرض اعتمدنا على:

• الاستبانة : إذ تعتبر تقنية مباشرة للتقصي العلمي تستعمل إزاء الأفراد وتسمح باستجوابهم بطريقة موجهة والقيام بسحب كمي بهدف إيجاد علاقات رياضية والقيام بمفارقات رقمية²

والاستبيان عبارة عن قائمة من الأسئلة المعدة سلفا يوجهها الباحث إلى أفراد العينة (المبحوثين)³، وقد حاولنا ربط الاستثمارة بإشكالية الدراسة , وبما أن هدف الدراسة هو محاولة معرفة اثر الرموز التعبيرية عبر الفيس بوك على الممارسة اللغوية لتلاميذ ثانوية أكراف محمد مستغانم

اعتمدنا على طرح أسئلة في هذا الإطار وكانت بين الأسئلة المفتوحة و المغلقة

صدق أداة الدراسة : للتأكد من صدق الأداة ، تم عرضها على أربعة محكمين ممن لهم دراية و إتصال بمجال الدراسة وهم :غانم عبد الوهاب ، صفاح أمال ، مالفى ، بعلي سعيد، حيث تم أخذ ملاحظاتهم بعين الاعتبار ومنه تم تقسيم أسئلة الإستمارة الى ثلاث محاور هي :

¹ جمال محمد أبو شنب، قواعد البحث العلمي و الاجتماعي، المناهج و الطرق و الادوات، دار المعرفة الجامعية، دون بلد، دون ط، 2009، ص 138

² موريس أنجريس، ترجمت بوزيد صحراوي و آخرون، منهجية البحث العلمي في العلوم الانسانية، دار القصبة للنشر، الجزائر، ط2، 2006، ص 204

³ محمد محمود الجوهري، أسس البحث الاجتماعي، دار المسيرة للنشر و التوزيع، دون بلد، ط3، دون سنة، ص 372

المحور الأول : عادات وأنماط استخدام الفيس بوك

المحور الثاني : أساليب التواصل عبر شبكة الفيس بوك

المحور الثالث : استخدامات الايموجي و الإشباعات المحققة

. الملاحظة العلمية : تعتبر الملاحظة في البحث العلمي هي مشاهدة الظاهرة محل الدراسة عن كثب في إطارها المتميز ووفق ظروفها الطبيعية , حيث يتمكن الباحث من مراقبة تصرفات وتفاعلات المبحوثين و كذلك التعرف على أنماط وطرق معيشتهم ومشاكلهم اليومية أي بعبارة أدق الملاحظة ليست عامة بل هي عملية مقصودة تسير وفق خطة مرسومة للبحث في إطار المنهج المتبع

هدفها ينحصر في مشاهدة الجوانب الخاضعة للدراسة , تعتبر الملاحظة من أهم أدوات البحث العلمي

إذ أتاحت لنا تفحص الجوانب المبحوثة في الظاهرة عن قرب, و تجرى الملاحظة بهدف الحصول على معلومات كيفية(نوعية وصفية) لتصرفات ومواقف معينة قصد التعرف على خصائصها العامة¹

¹ أحمد بن مرسللي، مرجع سبق ذكره، ص203

8- مجتمع البحث:

نقصد به جميع المفردات ذات العلاقة بالمشكلة المدروسة ومن ذلك يمكن القول انه جمع محدود او غير محدود من المفردات التي تنتمي إلى الظاهرة المبحوثة¹

أو كما عرفه "موريس أنجرس" انه مجموعة عناصر لها خاصية او عدة خصائص مشتركة تميزها عن غيرها من العناصر الأخرى والتي يجري عليها البحث او التقصي²

وبما أن مجتمع بحثنا متمثل في تلاميذ الثانويات المستخدمين للشبكة الاجتماعية - الفيس بوك - فان المعاينة تفرض نفسها ونظرا لكبر حجم التلاميذ وتعدد تخصصاتهم وتفرعاتهم يصعب علينا دراسة كل مفردات العينة ومن هنا فقد انتهجنا أسلوب المعاينة غير الاحتمالية من خلال اختيار العينة القصدية المتمثلة في تلاميذ القسم النهائي من ثانوية أكراف محمد - مستغانم - والتي تعرف بأنها اختيار مفردات العينة بطريقة نمطية , طبقا لما يراه الباحث مناسبا من سمات او خصائص تتوفر في المفردات بما يخدم أهداف البحث³

وجاء هذا الاختيار لهذه العينة - تلاميذ القسم النهائي بثانوية أكراف محمد للأسباب العلمية الآتية ذكرها:

- يعتبرون الفئة المقبلة على شهادة البكالوريا فنظرا للضغط الذي يتعرضون له من الممكن أنهم سيجدون الفيس بوك المتنفس للتعبير عن حالتهم
- الفترة العمرية لهم , فهم في سن المراهقة وهذه الفترة تحمل الكثير من المشاعر يريد التلميذ التعبير عنها

¹ محمد بن مرسللي، مرجع سبق ذكره، ص 166

² موريس أنجرس، مرجع سبق ذكره، ص 298

³ محمد عبد المجيد، دراسات الجمهور في بحوث الاعلام، عالم الكتب، القاهرة، مصر، ط1، 1993، ص 133

9 - الدراسات السابقة:

تعتبر هذه الخطوة من أهم الخطوات المنهجية إذ تعتبر خطوة مركزية في البحوث الأكاديمية , إذ أن الباحث يقوم بقراءة الدراسات التي لها علاقة مباشرة بما يبحثه , وهذا يهدف للاستفادة منها والتعرف على النتائج المتوصل إليها على مستوى كل دراسة من الدراسات لأن هذه النتائج تمكنه من معرفة أين توقف الآخرون وتساعده على إكمال تلك المجهودات السابقة متفادينا في نفس الوقت تكرار بحث ما سبقه إليه غيره لأن ذلك يفقد عمله الأصالة الواجب توفرها في كل بحث علمي.¹

لذلك حاولنا بدورنا من خلال هذه الخطوة المنهجية الاطلاع على البحوث السابقة التي تخدم بحثنا ومن أهم هذه الدراسات التي توصلنا إليها هي:

• الدراسة الأولى: ²رقاد حليلة والتي طرحت فيها الباحثة الإشكال التالي : ما أثر استخدام مواقع التواصل الاجتماعي - الفيس بوك نموذجاً - على الممارسة اللغوية لدى الطلبة الجامعيين ؟ والذي تفرع هو الأخير لتساؤلات الفرعية التالية

1- ماهي أنماط وعادات استخدام الطلبة لشبكة الفيس بوك ؟

2- ماهي الأشباعات المحققة لدى الطلبة من استخدام شبكة الفيس بوك على مستوى التواصل؟

3- ما مدى زحف الأشكال اللغوية المستحدثة بين الشباب المستخدم لشبكة التواصل الاجتماعي على مستوى الاتصال اللفظي والمكتوب ؟

4- 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 , واعتمدت في تحديد العينة على المعاينة غير الاحتمالية , وبالنسبة للمنهج فقد انتهجت

¹ أحمد بن مرسل، مرجع سبق ذكره، ص 85.

²رقاد حليلة، آثار استخدام مواقع التواصل الاجتماعي - الفيس بوك نموذجاً - على الممارسة اللغوية لدى طلبة جامعتي أحمد بن بلة ومحمد بن أحمد بولاية وهران، أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه في علوم الإعلام والاتصال بجامعة مستغانم ، لسنة 2016/ 2017 تحت إشراف الدكتور العربي بوعمامة.

المنهج المسحي الوصفي , أما الأداة فكانت متنوعة بين الاستمارة التي حوت أربعة محاور وكانت الأسئلة المغلقة حاضرة بدرجة كبيرة ومن أهمها نجد:

محور خاص بأنماط وعادات استخدام شبكة الفيس بوك

محور خاص بالممارسات الاتصالية في استخدام شبكة الفيس بوك

وبين أداة الملاحظة وكأداة مساعدة وضعت عرض النصوص التواصلية

ومن أهم النتائج التي توصلت إليها هي:

- إن التعبير عن المشاعر والأحاسيس لم يغلب في سياق هذه الممارسة اللغوية بين الطلبة من خلال الرموز التي تتيحها إدارة الفيس بوك واتفق عليها الأغلبية في أبداء الفرحة , الحزن , الجوع او غيرها من المشاعر والحركة
 - اعتمادا على إجابات الطلبة تتلخص أهم أسباب استخدام الحروف اللاتينية والرموز والأرقام بدل الحروف العربية في ربح الوقت في الرد وكون هذه اللغة سهلة ومفهومة وأسلوب يتيح مواكبة السرعة التكنولوجية
 - تكريس فكرة الاختصارات والاختزال بدرجة كبيرة حيث إن أغلبية المبحوثين بنسبة 60,20% يقومون بتعويض الحروف العربية بالحروف اللاتينية والرموز والأرقام
 - أغلبية المبحوثين وبنسبة 71,98% لا يعيرون أهمية لأن تكون لغتهم نقية ولا يحرصون على سلامتهما من الأخطاء
- ومن النتائج التي تم عرضها نجد أن هذه الدراسة تتوافق مع بحثنا بدرجة كبيرة إذ أننا ندرس الممارسة اللغوية في مواقع التواصل الاجتماعي وأهم التغيرات التي طرأت على اللغة في العالم الرقمي إذ أصبحت هذه الأخيرة لا تكتب كما على الورق بل غيرها المستخدمون لأشكال يفهمونها

وكذلك تتوافق معنا من خلال المنهج إذ أن كلانا يعتمد المنهج المسحي الوصفي وكذلك نفس الأداة المتمثلة في الاستمارة والملاحظة

وقد نجد الاختلاف معنا من حيث أنها درست مشكلة اللغة بصفة عامة عبر الفيس بوك إلا أننا نحن سنتخصص في دراسة الرموز التعبيرية وأثرها على الممارسة اللغوية في الفيس بوك وكذلك تختلف من حيث مجتمع البحث فهي أجرت دراستها على الطلبة الجامعيين ونحن سنجرىها على المتدربين الثانويين وكذلك من خلال المجال الجغرافي

• الدراسة الثانية¹: فطيمة بوهاني ومجموعة من الباحثين :

فمن خلال هذا البحث الذي قدم لأشغال المؤتمر الثاني للمجلس الدولي للغة العربية حاول الباحثون معرفة تعامل الشباب الجامعي مع هذه اللغة الانترننتية والتي أخذت مسميات عدة عبر مواقع التواصل الاجتماعي , ومدى تأثيرها على اللغة الوطني (اللغة الأم) حيث تبلور الإشكال العام لهذا العمل في : ما مدى مساهمة استخدام شبكة الفيس بوك في نسيان واندثار اللغة العربية عند طلبة الماستر بقسم العلوم الإنسانية بجامعة قالمة ؟ وللإجابة عن هذا الإشكال تم طرح التساؤلات الفرعية التالية:

- 1- ما اللغة العربية؟ وما أهميتها في التواصل بين الأفراد والجماعات ؟
 - 2- ما مدى أهمية شبكات التواصل الاجتماعي عند طلبة الماستر بجامعة قالمة ؟
 - 3- كيف يؤثر استخدام شبكة الفيس بوك على اللغة العربية عند طلبة الماستر بجامعة قالمة ؟
- إذ يجب الإشارة إلى أن عينة الدراسة تكونت من 40 طالبا بقسم الماستر للعلوم الإنسانية بجامعة قالمة إذ تم دراستهم باستخدام أداة الاستبانة إذ أن العينة لم تكن صدفة بل كانت عمدية

¹ - فطيمة بوهاني ومجموعة من الباحثين، شبكات التواصل الاجتماعي وتأثير استخدامها على اللغة العربية عند الشباب الجزائري ، دراسة ميدانية لكيفية مساهمة استخدام الفيس بوك في اندثار ونسيان اللغة العربية عند الجامعيين بولاية قالمة.

ومن أهم النتائج التي توصلوا إليها هي:

- توصلوا من خلال دراستهم لشبكات التواصل الاجتماعي أن الشباب في الجزائر يتعاملون بلغة انترنتية جديدة فرضتها أبعاد التكنولوجيا وتهافت الكثير منهم عليها
 - وجدوا أن شبكات التواصل الاجتماعي تعتبر جزء أساسي في صناعة اللغة الشبابية الجديدة التي لم تقتصر على الأحرف اللاتينية أو العربية بل تنوعت وأصبحت تعرف بعدة مصطلحات أهمها: العربية , الشبابية , الفيسبوكية...
 - يرى البعض أن استخدام هذا الخليط اللغوي في مواقع التواصل الاجتماعي اثر كثيرا على انتشار اللغة الوطنية عبر هذه المواقع ويروج للغات الأجنبية الأخرى كالفرنسية والانجليزية....
- وإذا أردنا معرفة مدى توافقها مع دراستنا , وفي ماذا تخدمنا نجد أن كليهما يدرسان مشكلة اللغة في مواقع التواصل الاجتماعي ومدى انتشار الخليط اللغوي الجديد لكن كاختلاف نجد أن الباحثين ركزوا على اللغة كلغة وطنية فقط وليست أداة للتواصل بين البشر
- ومن خلال الأداة اعتمدنا على نفس الأداة والتي هي الاستبانة , أما مجتمع البحث فقد تغير من الطلبة الجامعيين إلى المتدربين الثانويين
- ومن خلال المحتوى فقد درس الباحثون مدى انتشار اللغة الفيسبوكية الجديدة بين الطلبة الجامعيين ومدى تأثيرها على اللغة الأم أو الوطنية لكن نحن سنتطرق للرموز التعبيرية كلغة في الفيس بوك ومدى انتشارها في الفضاءات الالكترونية

• الدراسة الثالثة: ¹بن طيفور مصطفى

تكمن أهمية هذه الدراسة أنها تسعى إلى الوقوف على مدى تعلق الشباب الجامعي عينة الدراسة بموقع الفيس بوك والتعرف على عادات وأنماط استخدامه والاشباعات المختلفة المحققة من وراء هذا الاستخدام , ومدى تأثيرهم بما يصادفونه من محتويات ثقافية على هويتهم الثقافية (اللغة والدين)، حيث انطلق الباحث من التساؤل العام التالي:

- ما أثر استخدام موقع التواصل الاجتماعي الفيس بوك على الهوية الثقافية للشباب ؟ والذي تفرع هو الأخير لمجموعة من الأسئلة الفرعية أهمها:

1- ماهي مظاهر تأثير استخدام موقع التواصل الاجتماعي الفيس بوك على لغة الشباب الجامعي ؟

2- ماهي الدوافع والأسباب التي تكمن وراء استخدام الشباب الجامعي لموقع التواصل الاجتماعي - الفيس بوك -

3- ماهي الاشباعات المحققة جراء استخدام موقع التواصل الاجتماعي - الفيس بوك - لدى عينة الدراسة ؟

وللإجابة عن هذه التساؤلات طرح مجموعة فرضيات أهمها:

• يؤدي الاستخدام المفرط لموقع الفيس بوك إلى اكتساب الشباب لغات ولهجات جديدة لا علاقة لها باللغة العربية تعمل على إضعاف هويتهم اللغوية

مع الإشارة أن الباحث أجرى بحثه على جميع كليات كل من جامعة عبد الحميد بن باديس - مستغانم - وجامعة أحمد بن بلة - وهران - حيث انه وقع اختياره لمجتمع بحثه على الطلبة الجامعيين الذين يزاولون دراستهم في الموسم الدراسي 2016/ 2017 الذين يشتركون في

¹- بن طيفور مصطفى ، أثر استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على الهوية الثقافية للشباب الجامعي - دراسة ميدانية على عينة من مستخدمي الفيس بوك بجامعتي مستغانم وهران 2 .

استخدامهم لموقع الفيس بوك , إذ بلغ عدد أفراد بحثه 270 مفردة , أين عمل بأسلوب المعاينة وكانت العينة قصديه , أما أداة الدراسة فكانت متنوعة بين الملاحظة العلمية واستمارة الاستقصاء أهم محاورها مايلي:

محور يضم مجموعة من الأسئلة الرامية إلى التعرف على دوافع استخدام مواقع التواصل الاجتماعي - الفيس بوك - من أجل رفع الغموض وكشف الأسباب التي جعلت من هذا الموقع في صدارة المواقع والوقوف على مختلف الاشباعات المحققة وراء استخدامه

محور ضم الأثر الناجم عن استخدام موقع الفيس بوك على مستوى اللغة العربية وهل أدى هذا الاستخدام لإضعاف الجانب اللغوي لديهم أو قام بتقويته

أما بالنسبة للمنهج فقد اعتمد الباحث على المنهج المسحي الوصفي في دراسة الظاهرة

ومن أهم النتائج التي تم التوصل إليها من خلال الدراسة تجلت في:

- أن اغلب الطلبة الجامعيين يستخدمون مزيج من اللهجات المحلية والعربية الفصحى مع اللغات الأجنبية أثناء تفاعلهم في الموقع وهذا راجع إلى تنوع أصدقاء العينة
- أظهرت بيانات الدراسة أن أغلبية أفراد العينة يقومون بتغيير لغتهم حسب الطرف الثاني في الدردشة بفعل التعدد اللغوي الموجود في الشبكة واختلاف خصائص مرتادي الشبكات الاجتماعية من حيث الانتماء الاجتماعي والثقافي
- الشباب الجامعي يقبلون دائماً على استخدام الاختصارات أثناء الدردشة في الموقع وقد يرجع توظيفها إلى الاقتصاد في اللغة وريح الوقت وكنوع من التمرد الاجتماعي لدى الشباب، وعرفت الدراسة تصدر طلبة اللغة الفرنسية في استخدام الاختصارات مقارنة بالاختصاصات الأخرى بنسبة 58,06 % بالمائة ومن خلال ما طرح من نتائج توصل إليها الباحث نجد أن دراسته تتقارب مع دراستنا من حيث أن كليهما يصبان في مجال اللغة وما توصلت إليه من تغيرات جراء ظهور الشبكات الاجتماعية التي عرفت هي الأخيرة لغة خاصة بها إذ انه من أهم التغيرات التي وقعت على اللغة العربية في مواقع التواصل - الفيس بوك - هي

الاختصارات التي أصبحت شائعة داخل غرف الدردشة إضافة للرموز التي أخذت مكان اللغة في هذه المواقع إذ أن أيقونة أصبحت توصل فكرة

وكذلك نجد الباحث يتوافق معنا من خلال المنهج المعتمد في دراسته للظاهرة إضافة للأداة , ويمكن القول انه يختلف معنا من خلال مجتمع البحث إذ انه درس الطلبة الجامعيين ونحن في صدد دراسة تلاميذ الطور الثانوي وكذلك الباحث درس الدين واللغة كقيمة ثقافية , لكن في دراستنا سندرس اللغة كوسيلة للتواصل في مواقع التواصل الاجتماعي وبالخصوص الفيس بوك.

الدراسة الرابعة: نعومي باران¹ NAOMI S. BAREN بعنوان اللغة في عالم الانترنت

و الهواتف النقالة، بحيث تلخصت دراستها في كيف أثرت الانترنت و الهواتف النقالة على لغة التفاعل بين الافراد و مساهمتها في تغيير العلاقات الشخصية إذ أجرت دراستها في أربع سنوات (من 2001 الى 2005) حيث درست أربعة آلاف مفردة ممن يستخدمون الانترنت و الهواتف المحمولة و كان هذا في الجامعة الامريكية بواشنطن حيث ساعدها الحيز الجغرافي، إذ ان هذه الجامعة العالمية تظم مختلف الاجناس، انتهجت نعومي باران المنهج التاريخي في دراستها إذ سردت تطور اللغة الانسانية و علاقتها بالتقنية، تطرقت في بحثها لذكر سبعة مراحل لتطور اللغة بداية من أول ظهور للتقنية وصولا إلى هذا التطور الهائل للانترنت حيث توصلت للنتائج التالية و من أهمها:

- توصلت الى أنه عدم الاعتماد على القواعد اللغوية في الكتابة يجعل من الكفاءة اللغوية للمستخدمين قليلة

- إن اللغة تتغير مع الزمن و هذا عندما يريد المستخدمون لشبكة الانترنت التواصل مع بعضهم البعض بلغات غير لغتهم الأم و هكذا يقومون بتشكيل معني لغوية لا وجود لها في المجال اللغوي الذي يريدون التعبير عنه بل يقومون بهذا فقط لإيصال فكرة معينة، و هذا ما حدث مع اللغة الانجليزية

- تطور الانترنت لم يشمل فقط التقنية بل تجاوز القواعد اللغوية إذ أن المستخدمين لفضاء الانترنت يتهربون من القواعد اللغوية في تواصلهم

¹ - NAOMI , S BARON , Always ,language in an on line and Mobile world , 1edition, Oxford University press , USA, March 3, 2010 , 304 pages.

و إذا أردنا أن نقارن بدراستها بموضوع بحثنا نجد أن كليها يعمل على اللغة في الانترنت غير أن دراستنا تركز بدرجة كبيرة على الرموز باعتبارها طريقة جديدة في التواصل أما الباحثة عملت على اللغة و تطوراتها، وربطتها بتطور التقنية بحيث تغيرت مع تغير التقنية إذ ذكرت في دراستها التطور الذي حدث في اللغة و هذا مع تطور التقنية بداية من ظهور الهاتف وصولاً إلى ظهور الانترنت وكذلك لمحت إلى أن الفرد هو من يحدد كيف يستخدم تقنيات اللغة من خلال ربط اللغة بالتكنولوجيا

10 - الخلفية النظرية:

تتعدد النظريات العلمية التي يستند عليها الباحثون في الدراسات الإعلامية حسب طبيعة الموضوع الذي يفرض استخدام مقارنة علمية دون غيرها من المقاربات , ومن أجل إعطاء بعد نظري للدراسة حتى لا ننطلق من فراغ في دراستنا هذه نعتقد أنه من الأنسب لنا أن نستند على نظريات محددة في التحليل والتأويل , الأمر الذي من شأنه أن يقدم نسبيًا صفة العمق والشمول لدراستنا

من خلال دراستنا الموسومة بتأثير الرموز التعبيرية في موقع التواصل الاجتماعي - الفيس بوك - على الممارسة اللغوية لدى تلاميذ الثانوية , وبعد الاطلاع على الدراسات السابقة التي أنجزت في هذا المجال يتبين لنا أن من بين أهم النظريات والمقاربات التي يمكن الاستناد إليها في دراستنا هذه هي مدخل الاستخدامات والاشباعات لوسائل الإعلام في مجال استخدام تلاميذ الثانوي لموقع التواصل الاجتماعي - الفيس بوك - والاشباعات المحققة جراء هذا الاستخدام

أ - مفهوم نظرية الاستخدامات و الاشباعات:

تعتبر نظرية الاستخدامات والاشباعات من أهم نظريات الاتصال الحديثة التي تفسر الدور الذي يلعبه الجمهور في عملية الاتصال مع وسائل الإعلام¹

, إن مدخل الاستخدامات والاشباعات في الاصطلاح الإعلامي مثار الاختلاف بين الباحثين , ويعني المدخل أو النظرية باختصار تعرض الجمهور لمواد إعلامية لإشباع رغبات كامنة معينة استجابة لدوافع و الحاجات الفردية وتهتم هذه النظرية بدراسة الاتصال الجماهيري دراسة وظيفية منظمة²

ظهرت نظرية الاستخدامات والاشباعات لأول مرة في كتاب استخدام وسائل الاتصال الجماهيري لمؤلفه الياهو كاتز, و جي بلوم (1974) وكانت الفكرة الأساسية للكتاب تدور حول

¹ منال هلال المزاهرة، نظريات الاتصال، دار المسيرة للنشر و التوزيع و الطباعة، دون بلد ط1، 2012، ص 169

² محمد منير حجاب، نظريات الاتصال ، دار الفجر للنشر و التوزيع ، دون بلد، ط1، 2010، ص 297

تصور الوظائف التي تقوم بها وسائل الإعلام ومحتواها من جانب ودوافع الفرد من التعرض إليها من جانب آخر , خلال عقد الأربعينيات من القرن العشرين أدى إدراك تأثير عواقب الفروق الفردية , والتباين الاجتماعي على إدراك السلوك المرتبط بوسائل الإعلام إلى بداية منظور جديد للعلاقة بين الجماهير ووسائل الإعلام وكان ذلك تحولا من رؤية الجماهير على أنها عنصر سلبي غير فعال إلى رؤيتها على أنها فعالة في انتقاء أفرادها لرسائل ومضمون مفضل من وسائل الإعلام . وتقول تلك النظرية أن جزءا مهما من إستخدام الناس لوسائل الإعلام موجه لتحقيق أهداف يحددها الأفراد وهم يقومون باختيار وسائل إعلامية معينة لإشباع احتياجاتهم مثلما قال مارك ليفي هناك 5 أهداف من استخدام الناس لوسائل الإعلام (مراقبة البيئة , التوجه المعرفي , عدم الرضا , التوجه العاطفي , التسلية)

قدم هذا المدخل للمرة الأولى في عام 1959 حينما تحدث عالم الاتصال المعروف كاتز عن ضرورة تغيير الخط الذي تسير فيه بحوث الاتصال وركز على كيفية تعامل الناس مع وسائل الإعلام بدلا من الحديث عن تأثيراتها على الجمهور , فاقترح على الباحثين ضرورة التحول إلى دراسة المتغيرات التي تلعب دورا وسيطا في هذا التأثير من خلال البحث عن إجابة السؤال : ماذا يفعل الجمهور بوسائل الإعلام¹؟

¹ كامل خورشيد مراد، الاتصال الجماهيري و الإعلام، التطور و الخصائص و النظريات، دار المسيرة للنشر و التوزيع و الطباعة، جامعة الشرق الاوسط، عمان ، الاردن، 2011، ص 144

ب - فروض النظرية:

وضع الباحثين الأسس العلمية والفرضيات الأساسية التي انطلقت من النظرية نفسها وذلك بعد أن اتضحت المداخل الرئيسية العلمية للنظرية عند هؤلاء الباحثين , وشكلت هذه الأسس والعناصر المداخل العلمية للنظرية , ولأن نظرية الاستخدامات والإشباعات قامت على افتراض الجمهور النشط على عكس من نظريات التأثير السابقة التي قالت بقوة تأثير وسائل الإعلام في الجمهور مثل نظرية الرصاصة , فقد أضفت هذه النظرية بذلك صفة الايجابية على الجمهور , فلم يعد الجمهور من خلال هذا المنظور متلقيا سلبيًا , بل أصبح ينظر إليه على أنه ينتقي بوعي ما يرغب في التعرض له من الوسائل والمضامين التي تلبي حاجاته النفسية والاجتماعية , لذا وضع الياهوكتاز وزملائه خمسة فروض رئيسية تتعلق بكيفية استخدام الأفراد لوسائل الاتصال والإشباعات التي يسعون إلى تحقيقها من وراء هذا الاستخدام² وهي:

- 1- أن إعطاء الجمهور مشاركون فعالون في عملية الاتصال الجماهيري ويستخدمون وسائل الاتصال لتحقيق أهداف مقصودة تلبي توقعاتهم
- 2- يعتبر استخدام وسائل الاتصال عن الحاجات التي يدركها أعضاء الجمهور ويتحكم في ذلك عوامل الفروق الفردية
- 3- إن أعضاء الجمهور هم الذين يختارون الوسائل والمضمون الذي يشبع حاجاتهم , وأن وسائل الإعلام تتنافس مع مصادر الإشباع الأخرى في تلبية هذه الحاجات
- 4- أن أفراد الجمهور لديهم القدرة على تحديد دوافع تعرضهم وحاجاتهم التي يسعون إلى تلبيتها , لذا فهم يختارون الوسائل المناسبة لإشباع هذه الحاجات

² عماد مكايي، مرجع سبق ذكره، ص242

5- يمكن الاستدلال على المعايير الثقافية السائدة في المجتمع من خلال استخدام الجمهور لوسائل الاتصال وليس من خلال محتواها فقط¹

وهذه الفروض طرحت عديدا من التساؤلات حول العوامل التي يتأثر بها جمهور المتلقين في إدراك حاجاته , وتحديد نشاطه , وكذلك العوامل البيئية التي تؤثر على نشوء الحاجات ودعمها وقرار الجمهور باستخدام لإشباع هذه الحاجات²

بعد تطور البحوث الخاصة بالنظرية منذ السبعينيات القرن العشرين وحتى يومنا هذا , وبعد تقديم النظرية لاستراتيجية جديدة لدراسة استخدامات الجمهور وإشباعاته وتفسيرها ازداد إدراك الباحثين لأهمية الجمهور النشط , وعلى الرغم من هذا التطور إلا أن هناك صورا من النقد وجهت للنظرية منها ما يلي:

ج - إنتقادات النظرية:

- الانتقاد الموجه إلى مفهوم الوظيفة فهو كما يرى " دينيس ما كويل " يستخدم بمعنى الهدف أو النتيجة أو المطلب أو التوقع . ومرد هذا الاختلاف إلى الخلط بين الهدف والنتيجة , فالخبر مثلا قد يفسر على أنه هدف تسعى وسائل الإعلام إلى تحقيقه , وقد يكون مطلبا وظيفيا تؤديه الوسيلة , وقد يكون رغبة الجمهور من الوسيلة فيصبح بمعنى التوقع أو النتيجة
- يرى بعض الباحثين أن النظرية لاتعد كونها استراتيجية لجمع المعلومات من خلال التقارير الذاتية للحالة العقلية التي يكون عليها الفرد وقت التعامل مع الاستقصاء , وخاصة مع الخلاف في تحديد مفهوم الحاجة , والأمر في هذه الحالة يحتاج إلى وضع الفئات الاجتماعية بجانب الدوافع والحاجات , وفئات المحتوى , حتى يصل الباحث إلى نتائج مفيدة
- يركز "دينيس ما كويل " على أن نتائج هذه البحوث يمكن أن تتخذ ذريعة لإنتاج المحتوى الهابط تلبية لحاجات الجمهور في مجالات التسلية والترفيه

¹ كامل خو رشيد مراد، مرجع سبق ذكره، ص146

² منال هلال المزاهرة، مرجع سبق ذكره، ص182

- يرى " بلمر " عدم تحديد مفهوم النشاط الذي يوصف به المتلقون , هل هو العمد أو المنفعة أو الانتقاء
- عدم الاتفاق على مصطلحات النظرية , ومن ثم توظيفها , وربطها بال نماذج المختلفة للإشباع
- دخول وسائل جديدة مثل الانترنت , وهذه تتطلب مفاهيم جديدة يمكن فهم العلاقة بين الوسيلة وجمهورها
- تنظر بحوث النظرية إلى الفرد بعيدا عن البيئة التي يعيش فيها , وتأثير كل منهما في الآخر¹

د - إسقاط النظرية على مواقع التواصل الاجتماعي:

تتنافس وسائل الإعلام الجماهيري لإرضاء الجماهير , وهذا ما يفعله الفيس بوك الذي يتميز بخصائص فردية وتطبيقات عديدة وهذا ما تفسره الإحصائيات التي تزداد يوما بعد يوم في عدد الإقبال على هذا الموقع من طرف كل فئات المجتمع فالبعض منهم يرى بأنه وسيلة لإشباع حاجاتهم وهذا من خلال ما يحتويه من رسائل ومنشورات..... ومع هذا التطور تغيرت اللغة التي يتواصلون بها لأسباب كثيرة فمثلا إستعمال مستخدم الفيس بوك للأيقونات أصبح بشكل هائل إذ أنه أصبح يعبر عن فكرة كاملة برمز واحد فقط , وهذا ربما للتعبير عن حالتهم النفسية فهذا الاستخدام الكبير لهذه الأيقونات دعا منا لمعرفة إذا كانت هذه الأخيرة كأسلوب للتواصل تشبع حاجات الجمهور المستخدم في إيصال المعنى وتحديد مستويات الإشباع اللغوي²

¹ مجمد منير حجاب، مرجع سبق ذكره، ص 300

² نفس المرجع، ص 301

تمهيد:

تعد مواقع التواصل الاجتماعي أحد أبرز مظاهر التطور الرقمي الذي أنتجته و ساعدت على ظهوره ثورة الأنترنت.

و يظهر الدور الكبير لهذه الشبكات من خلال تجسيدها للاتصال الوسيط و مساهمته في بناء الشبكات الاجتماعية الافتراضية ومن بينها موقع اليوتيوب، و ماي سبيس والتويتر و غيرها من المواقع، ويأتي الفيس بوك في الصدارة داخل المجتمع الجزائري نظرا لنجاحه في دعم فكرة التواصل مع الأصدقاء و الحفاظ على العلاقات الاجتماعية و العلاقات بين الطلبة وهي الفكرة التي انطلق منها الموقع منذ بدايته .

الفصل الاول: شبكات التواصل الاجتماعي

1 - مفهوم الشبكات الاجتماعية :

سيتم في هذه الجزئية عرض مجموعة من تعريفات العلماء و الباحثين الخاصة بمواقع التواصل الاجتماعي أو الشبكات الاجتماعية في تسلسل زمني من الأقدم إلى الأحدث وهي كالتالي :

- يعرفه مهدي الحوساني 2002 :هي مواقع تصنف ضمن مواقع الجيل الثاني للويب(2.0)وسميت اجتماعية لأنها أتت من مفهوم "باء مجتمعات" بهذه الطريقة يستطيع المستخدم التعرف إلى أشخاص لديهم اهتمامات مشتركة في تصفح الانترنت والتعرف على المزيد من المواقع في المجالات التي تهتمه،وأخيرا مشاركة هذه المواقع مع أصدقائه وأصدقاء أصدقائه.

- ويعرفه ellson,boyd2007 :هي مواقع تتشكل م خلال الانترنت تسمح للأفراد بتقديم لمحة عن حياتهم العامة، وإتاحة الفرصة وإتاحة الفرصة للاتصال بقائمة المسجلين، والتعبير عن وجهه نظرا الأفراد أو المجموعات من خلال عملية الاتصال،تختلف طبيعة التواصل من موقع لآخر¹ .

الشبكات الاجتماعية عبارة عن أنظمة مرتبطة بنوع أو أكثر من أنواع الترابط التي تشمل القيم والرؤى والأفكار المشتركة، والاتصال الاجتماعي والقرابة والصراع، والتبادلات المالية والتجارية، والعضوية المشتركة في المنظمات، والمجموعات المشاركة في حدث معين، وجوانب أخرى عديدة في علاقات الإنسان².

لا يشعر المتواصل عبر هذا الموقع بما يشعر به الإنسان في المجتمع الحقيقي من ضغوط وصعوبات، حيث لا يجد نفيه مرغما على قبول أي شيء لا يريده من أصدقاء أو مكان³.

¹ جبريل بن حسن العريشي، مرجع سبق ذكره، ص 21

² بن طيفور مصطفى، مرجع سبق ذكره، ص 103

³ علي خليل شقرة، الاعلام الجديد، شبكات التواصل الاجتماعي، دار أسامة للنشر و التوزيع، الاردن، عمان، ط1، 2014، ص 65

وتعرفه كذلك هند خليفة 2008: هي تطبيقات تربط الناس بعضهم ببعض وتستفيد من تبادل خبراتهم وأفكارهم.

ويعرفه وليد زكي 2012: هي شبكات عالمية تتيح الفرصة إلى التواصل بين الأفراد بين العالم من خلال الفضاء المعلوماتي تضم في رحابها ملايين البشر، ويمكن من خلالها مشاركة الاهتمامات وتكوين الصداقات وإقامة الصفقات وغيرها من أوجه التفاعل التي تتم في محيطها¹.

من بين أهداف هذه الشبكات بإيجاز ونذكر من هذه الأهداف :

✓ إلغاء الحواجز بين البشر كافة، وهدم الفوارق العرقية والدينية لجعل الجميع في بوتقة واحدة تدعى الإنسانية برغم كسر بعض الشبكات لهذه النقطة.

✓ هدم القيم والأخلاق حيث يوجد لها في الشبكات الاجتماعية إذ أنهم يعتبرون مسألة الأخلاق مسألة شخصية تخص الفرد نفسه ولا وجود لها في المجتمعات الرقمية.

✓ سرعة التواصل بين البشر وإلغاء الفوارق الزمنية في نقل الخبر فقد أصبحت هذه الشبكات الاجتماعية تطبيقا مجانيا على أي هاتف نقال بما يعني أن الخبر يصل المستخدم في أي وقت على مدار الساعة².

1 - علي كنعان، الاعلام الالكتروني، دار الايام للنشر و التوزيع، دون بلد، الطبعة العربية، 2015، ص109
2 - مرجع نفسه، ص112

نشأة مواقع التواصل الاجتماعي :

عند الحديث عن مواقع التواصل الاجتماعي يجدر الإشارة إلى مرحلتين أساسيتين: المرحلة الأولى: هي مرحلة الجيل الأول للويب يمكن وصف هذه المرحلة بالمرحلة التأسيسية، وقد شهدت هذه المرحلة ظهور مواقع متعددة من أشهرها "cyworld1999"، "live journal"، حيث ركزت هذه الشبكات الاجتماعية في بدايتها على خدمة الرسائل القصيرة و الخاصة بالأصدقاء لكنها لم تستمر طويلاً¹. المرحلة الثانية: يمكن وصف المرحلة الثانية بأنها الموجة الثانية للويب web2، والمقصود هنا أنها ارتبطت بتطور خدمات الشبكة وتعتبر مرحلة إكمال الشبكات الاجتماعية، ويمكن أن نؤرخ لهذه المرحلة بانطلاق موقع my space، ثم موقع الفيس بوك.

وتشهد المرحلة الثانية من تطور الشبكات الاجتماعية على الإقبال المتزايد من قبل المستخدمين لموقع الشبكات الإعلامية. يتضح من خلال الطرح السابق أن الموجة الثانية للشبكات الاجتماعية ساهمت في جذب العديد من المتفاعلين على مستوى العالم، وتعد مواقع الشبكات الاجتماعية وسيلة للتواصل و التقاطع بين العالمية والمحلية. إن الفكرة الأساسية التي تقوم عليها الشبكات الاجتماعية هي عالمية الاهتمامات ومحلية المردود².

تقوم فكرة هذا الموقع على تقسيم المجتمع الأمريكي إلى ولايات ومناطق. وكل كل منطقة تحتوي على عدد من المدارس، ومن خلال هذا التقسيم يستطيع الفرد أن يصل إلى زملاء الدراسة ويقوم بالتواصل معهم بسهولة، ولا تزال هذه الشبكة تعمل بنفس الفكرة ويشترك فيها الآن 40 مليون مشترك يمثلون 200 ألف مدرسة³. كما مهد ذلك للمنتديات التي أتاحت فرصة التواصل بين المستخدمين ونشر تعليقاتهم على مواضيع معينة، ومهد كذلك لبزوغ عدد من مواقع الشبكات الاجتماعية شكلت الإرهاصات الأولية للشبكات المذكورة كما عرفها اليوم

¹ http://nata3alam.intel.com_25_02_2017

² جبريل بن حسن العريشي، الشبكات الاجتماعية و القيم، رؤية تحليلية، الدار المنهجية للنشر و التوزيع، دون بلد، ط1، 2015، ص 25

³ بن طيفور مصطفى، مرجع سبق ذكره، ص 104

خلاصة.

في ظل التطور الحاصل في طرق التواصل و الاتصال صار العالم كأنه قرية كونية صغيرة، و أصبح البشر يتواصلون ببعضهم البعض بسهولة و بدون حواجز، و تخطو عقبات الحواجز الجغرافية.

فقد ظهر حديثا عدد من المواقع الاجتماعية على الشبكة العنكبوتية أبرزها الفيس بوك و التويتر، وقد ساهمت الشبكات في بناء قاعدة علمية و معرفية. وسهلت الوصول إلى المعلومة وجعلها بمتناول الجميع.

و على الرغم من مزايا شبكات التواصل الاجتماعي الكثيرة إلا أنه قد ثبت أن لها سلبيات، ولا ريب أن شدة التعلق بتلك المواقع جعل الإنسان انعزاليا يحب الانطواء، فهذه المواقع هي سلاح ذو حدين، و على الإنسان أن يحسن استعمالها بما يحقق له الفائدة و المنفعة .

الفصل الثاني: خصائص و تطورات الفيس بوك

تمهيد:

يعتبر الفيس بوك من أهم مواقع التواصل الاجتماعي وأكثرها استقطابا للمستخدمين بالنظر إلى جملة التطبيقات التي يتمتع بها من حيث التشارك بالمعلومات مع إمكانيات التفاعل المباشر و مع قائمة الاصدقاء و باقي المستخدمين وسرعة الانتشار و التوسع دون اعتبار للحدود الزمانية و المكانية.

الفصل الثاني: خصائص و تطورات الفيس بوك

1 - ماهية الفيس بوك

أ - مفهوم الفيس بوك : الفيس بوك أو كتاب الوجوه باللغة العربية هو موقع من مواقع الشبكات الاجتماعية، أي أنه يتيح عبره للأشخاص العاديين والاعتباريين (كالشركات) أن يبرز نفسه، وأن يعزز مكانته عبر أدوات الموقع للتواصل مع أشخاص آخرين ضمن نطاق ذلك الموقع للتواصل أو مع مواقع آخر¹، إنشاء روابط نواصل مع الآخرين، إن هذه الشبكة استأثرت قبول و تجاوب كبير من الناس خصوصا من الشباب في جميع أنحاء العالم، وهي لا تتعدى حدود مدونته الشخصية في بداية نشأتها في شباط عام 2004 في جامعة هارفارد في الوم أ من قبل طالب متعثر في الدراسة يدعى مازك زوكربيرج، كانت مدونته الفيس بوك محصورة في بدايتها في نطاق الجامعة وبحدود أصدقاء زوكربيرج، الطالب الموهوس في برمجة الكمبيوتر ولم بباله هو و صديقين له أن هذه المدونة ستجتاح العالم الافتراضي بفترة زمنية قصيرة جدا، فتخطت شهرتها حدود الجامعة وانتشرت في مدارس الوم أ المختلفة وظلت مقتصرة على أعداد م الزوار ولو أنها كانت في زيادة مستمرة، والتي قال عنها مؤسسها مارك زوكربيرج لقد أضحي كل منا يتكلم عن الفيسبوك العام الذي تفكر الجامعة في إنشائه، أضن أن من السخف أن يستغرق الأمر من الجامعة تنفيذه أفضل منهم وفي أسبوع واحد²

يرى مازك زوكربيرج أن الفيس بوك هو حركة اجتماعية social mouvement وليس مجرد أداة أو وسيلة للتواصل، وأنه سوق يزيح البريد الالكتروني ويحل محله، وسوف يسيطر على كل نواحي النشاط البشري على الشبكة العنكبوتية وبالتالي فإنه بوصف بكونه دليل سكان العالم

وأنه موقع يتيه الأفراد العاديين أن يصنعوا من أنفسهم كيان عام من خلال الأداء والمشاركة بما يريد م معلومات حول أنفسهم و اهتماماتهم و مشاعرهم الشخصية ولقطات

¹ - خالد غسان يوسف المقدادي، ثورة الشبكات الاجتماعية، دار النفائس للنشر و التوزيع، الاردن، ط1، 2013، ص34.
² - جبريل بن حسن العريشي ، مرجع سبق ذكره، ص37.

الفيديو الخاصة بهم، ولذلك فإن الهدف من هذا الاختراع هو جعل العالم مكانا أكثر انفتاحا وقد تم تحقيق ذلك فعلا³¹، لأن تصميمه تم خصيصا لدعم شبكات العلاقات الاجتماعية الجامعية².

ويذكر الموقع الرسمي للفييس بوك بأنه موقع يعطي الناس القدرة على المشاركة والتواصل مع الأصدقاء والأهل و يجعل العالم أكثر انفتاحا .

وفي دراسة أجريت على (2000)طالب أكدت نتائجها أن الطلبة يستعملون الفييس بوك لأغراض تتعلق بالتواصل الاجتماعي و معرفة أكبر عدد من الأصدقاء وتطوير اتصالاتهم معهم فضلا عن تواصلهم مع صديق قديم (زملاء الدراسة و العمل)³

ويعد الفيسبوك من أبرز شبكات التواصل الاجتماعي التي على الرغم من أن عمرها لا يزيد عن 10 سنوات إلا أنها أصبحت الأشهر و الأكثر استخداما و تأثيرا على مستوى العالم⁴

ويعتبر الفيسبوك واحد من أهم مواقع التشبيك الاجتماعي، وهو لا يمثل منتدى اجتماعيا فقط، وإنما أصبح قاعدة تكنولوجية سهلة بإمكان أي شخص أن يفعل بواسطتها ما يشاء

يتكون الموقع من مجموعة من الشبكات تألف من أعضاء وتصنف المجموعات على أساس الإقليم ومكان العمل و الجامعة و المدرسة، وبإمكان المشترك الجديد أن يختار أحد تلك التصنيفات، ثم يبدأ بالتصفح واختيار مجموعة للاشتراك فيها⁵

¹ - عباس صادق ، الإعلام الجديد، المفاهيم و الوسائل و التطبيقات ، دار النشر و التوزيع ، عمان، دون ط ، 2008 ، ص15.

² - حسن عبد الصادق ، تعرض الشباب الجامعي لمواقع التواصل الاجتماعي و علاقته بوسائل الاتصال التقليدية ، سلسلة مجلة التعاون 1 مجاس التعاون لدول الخليج العربية ، الرياض ، 2013 ، ص35.

³ - Anabel Quan _Haase and Alysonl . Young Uses and Gratification of Social Media : Acomparison of Facebook and Instant Messaging Bulletin of Science Tchnology & Socien . (SAGE : 2010) . P352 .
http //bst . sagepub . com /30/5/ 350 24/4/2013

⁴ - سعد شايح الشهراني ، تعاظم دور العلاقات العامة ، مجلة العلاقات العامة ، العدد5، نيسان 2011 ، ص20

⁵ - أسامة غازي المدني ، دور شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام لدى طلبة الجامعات السعودية ، 2015 ، ص400.pdf.

ومن التعريفات التي تداولت الفيسبوك: قاموس الإعلام والاتصال dictionary of Media and communications على أنه موقع خاص بالتواصل الاجتماعي يتيح نشر الصفحات الخاصة وقد وضع في البداية لخدمة طلاب الجامعة وهيئة التدريس و الموظفين 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 الشبكة²

شركة فيس بوك هي محدودة المسؤولية كملكية خاصة، ولها مستخدمين بإمكانهم الانضمام إلى الشبكات التي تنظمها جهة العمل أو المدرسة أو الإقليم، وذلك من أجل الاتصال بالآخرين و التفاعل معهم، كذلك يمكن للمستخدمين إضافة أصدقاء إلى قائمة أصدقاء بأنفسهم³

و قد تحول الموقع من مجرد مكان لعرض الصور الشخصية و التواصل مع الأصدقاء والعائلة إلى قناة تواصل بين المجتمعات الإلكترونية، منبر لعرض الأفكار السياسية

الإلكترونية عجزت عنها أعتى الأحزاب الفعلية على الأرض، وكذلك لتصبح قناة تواصل تسويقية أساسية تعتمد على الآلاف من الشركات الكبيرة و الصغيرة للتواصل مع جمهورها، و كطلك الصحف و التي اعتمدت على المجتمعات الإلكترونية لنقل أخبارها و الترويج لكتابها و غيرها من وسائل الإعلام، لتتعدى موقع الفيسبوك وظيفته الاجتماعية إلى موقع تواصل متعدد الأغراض⁴

¹ - محمد بن جابر بن عواض الزهراني، دور مواقع التواصل الاجتماعي في حل المشكلات التي تواجه طلاب التربية العلمية ، واتجاهاتهم نحوها ، متطلب تكميلي للحصول على درجة الدكتوراه في المناهج وطرق التدريس ، جامعة أم القرى السعودية ، 2003 ، ص09.

² - Marchel Dansi Dictionary of Media and Communication , Mes Sharpe , New yor , 2009,P117

³ - عامر إبراهيم القندلجي، الاعلام و المعلومات و الانترنت، دار البازوري للنشر و التوزيع، دون بلد، ط1، 2013، ص 257.

⁴ - غسان يوسف مقادي، مرجع سبق ذكره، ص26.

وكذلك يقصد بمصطلح الفيس بوك دفتر ورقي يحمل صورة أو معلومات لأفراد في جامعة معينة أو مجموعة ومن هنا جاءت تسمية الموقع، وتعتبر هذه الطريقة الشائعة لتعريف الأشخاص خصوصا في الجامعات الأجنبية ببعضهم حيث يتصفح المنتسبون في الجامعة هذه الدفاتر لمعرفة المزيد عن الطلبة المتواجدين في نفس الكلية يعد الفيس بوك موقع ويب للتواصل الاجتماعي يمكن الدخول إليه مجانا و تديره شركة فيسبوك محدودة المسؤولية كملكية خاصة لها¹.

ب - نشأة الفيس بوك :

عندما جلس مارك زوكربيرج (23) عاما أمام شاشة الكمبيوتر في حجرته بمساكن الطلبة في جامعة هارفارد الأمريكية العريقة، وبدأ يصمم موقعا جديدا على شبكة الانترنت، كان لديه هدف واضح، وهو تصميم موقع يجمع زملاءه في الجامعة ويمكنهم من تبادل أخبارهم و صورهم وأصدقائهم²

لم يفكر زوكربيرج الذي كان مشهورا بين الطلبة بولعه الشديد بالانترنت بشكل تقليدي، أطلق موقعه فيس بوك في عام 2004، وحقق نجاحا سريعا في وقت قصير، فسرعان ما لقي الموقع رواجاً بين طلبة جامعة هارفارد، واكتسب شعبية واسعة بينهم، الأمر الذي شجع على توسيع قاعدة من يحق لهم الدخول إلى الموقع لتشمل طلبة جامعات أخرى أو طلبة مدارس ثانوية يسعون إلى التعرف على الحياة الجامعية و استمر موقع فيسبوك قاصرا على طلبة الجامعات و المدارس الثانوية ثم قرر زوكربيرج أن يفتح أبواب موقعه أمام كل من يرغب في استخدامه، وكانت النتيجة ضفره في عدد مستخدمي الموقع، إذ ارتفع من 12 مليون مستخدم في شهر ديسمبر إلى أكثر من 40 مليون مستخدم حاليا، ويتأمل أن يبلغ العدد 50 مليون مستخدم بنهاية 2007، وفي نفس الوقت قرر أيضا أن يفتح

¹ - مداح حسين الحلو العنزي، دور مواقع التواصل الاجتماعي في تغيير القيم الاجتماعية في المجتمع السوري، بحث مقدم لإشتمكمال متطلبات نيل الماجستير في الاعلام، جامعة نايف العربية، المملكة السعودية، دون ط، 2016، ص 233

² - عبد الرزاق محمد الدليمي ، الإعلام الجديد و الصحافة الإلكترونية ، دار وائل للنشر و التوزيع ، الأردن، عمان، ط1، 2011، ص 184 .

أبواب الموقع أمام المبرمجين ليقدموا خدمات جديدة لزواره، وان يدخل في تعاقد مع معلنين يسعون للاستفادة من قاعدته الجماهيرية الواسعة¹

وكان من الطبيعي أن يلفت النجاح السريع الذي حققه الموقع أنظار العاملين في صناعة المعلومات، فمن ناحية بات واضحاً أنسوق شبكات التواصل الاجتماعي عبي الانترنت ينمو بشكل هائل لا سيما و أن موقع فيس بوك يستخدم الآن من قبل أكثر من 40 مليون فرد، ويسد احتياجاً هاماً لدى مستخدمي الانترنت خاصة من صغار السن ومن ناحية أخرى نجح موقع فيسبوك في هاذ بشكل كبير، وكانت النتيجة أن تلقى زوكربيرج عرضاً لشراء موقعه بمبلغ مليار دولار العام الماضي. إلا أن زوكربيرج فاجأ كثيرين من حوله برفض العرض وتوقع كثيرون أن يندم على هذا الرفض، خاصة و أنه جاء بعد عام واحد فقط من قيام شركة نيوزكوربوريشن، التي يمتلكها المليونير الأسترالي روبرت ميردوخ، بشراء موقع "ماي سبيس" وهو موقع للعلاقات الاجتماعية بمبلغ 580 مليون دولار.

أما سبب رفض زوكربيرج لهذا العرض فيرجع إلى انه رأى أن قيمة شبكته أعلى كثيراً من المبلغ المعروف، وحسبما قال في مقابله مع صحيفة فاينا نشيال تايمز البريطانية فانه ربما لم يقدر كثيرون قيمة الشبكة التي بنيناها بما تستحق، و أضاف أن عملية الاتصال بين الناس ذات أهمية بالغة، وإذ استطعنا أن نحسبها قليلاً لعدد كبير من الناس فان هذا سيكون له أثر اقتصادي هائل على العالم كله.

وأثبت واقع الحال أنه كان محقاً في رفض هذا العرض ، فقد قالت صحيفة وول ستريت جورنال ، أبرز الصحف الاقتصادية الأمريكية ، في احد أعدادها أن شركة ميكروسوفت تسعى لشراء 5 بالمئة من قيمة الفيسبوك بقيمة من 300 إلى 500 مليون دولار ، الأمر الذي يعني أن قيمة الفيسبوك الكلية تصل إلى المبلغ من 6 إلى 10 مليارات ، يشار إلى أن شركة ميكروسوفت تحتكر إعلانات الانترنت على شبكة الفيسبوك في الوقت الراهن

¹ - نفس المرجع ، ص 185.

لقد استطاع موقع الفيسبوك بتطوير نظام يسمح للمعلنين باستخدام المعلومات التي يقدمها مستخدمو الشبكة عن أنفسهم ، وهو ما ينفيه زوكربيرج إذ أن مثل هذا النظام يثير تساؤلات عن مدى الخصوصية التي يتمتع بها مستخدمو الشبكة.¹

2 - مميزات و آليات التواصل بين أعضاء الفيس بوك:

أ - مميزات الفيس بوك :

يتضمن الفيسبوك عددا من المميزات التي تتيح للمستخدمين إمكانية التواصل مع بعضهم البعض، ومن بين هذه المميزات سمة لوحة الحائط "Wall" وهي عبارة عن مساحة متخصصة في صفحة الملف الشخصي ، لأي مستخدم بحيث تتيح للأصدقاء إرسال الرسائل المختلفة إلى هذا المستخدم، وسمة النكرة "pokes" التي تتيح للمستخدمين من إرسال نكرة افتراضية لإثارة الانتباه إلى بعضهم البعض ، ومنبر الصورة "photos" التي تمكن المستخدمين من تحميل البومات والصور من أجهزتهم إلى الموقع ، وكذلك سمة الحالة "statuts" التي تتيح للمستخدمين إمكانية إبلاغ أصدقائهم بإمكانهم وما يقومون به من أعمال في الوقت الحالي ومع مرور الوقت بدأ الفيسبوك في إضافة العديد من السمات الجديدة إلى الموقع ففي 12 سبتمبر 2006 تم الإعلان عن سمة التغذية الإخبارية " news feed" التي تظهر على الصفحة الرئيسية لجميع المستخدمين ، حيث تقوم بتمييز بعض البيانات مثل التغييرات التي حدثت في الملف الشخصي ، وكذلك الأحداث المرتقبة وأعياد الميلاد الخاصة بأصدقاء المستخدم

وكذا التغييرات التي تطرأ على علاقاتهم والأحداث المختلفة والمحدثات التي يتبادلونها مع الآخرين .

ويقدم موقع الفيسبوك خدمات للمستخدمين محانا ، ويجني أرباحه من الإعلانات بما في ذلك إعلانات الشعار يمكن للمستخدمين إنشاء ملفات شخصية تتضمن بعض الصور وقوائم

¹ - عبد الرزاق محمد الدليمي ، مرجع سبق ذكره ، ص 186.

الاهتمامات الشخصية ويمكن تبادل الرسائل العامة والخاصة والانضمام للمجموعات من الأصدقاء¹

ومن أهم الخصائص المميزة للفييس بوك كموقع اجتماعي :

1. طبيعة المحادثة سريعة وسهلة على وجه العموم
 2. يمكن لعدة أشخاص الإشتراك في المحادثة
 3. توجد هناك إمكانية لتغيير هوية المشترك في كل لحظة وأيضا التجول بين الفرق ، معناه التحدث مع أشخاص جدد ذوي أعمار مختلفة ومواضيع بحث مختلفة أيضا
 4. توجد هناك إمكانية لإدخال الصوت والصورة أثناء المحادثة
- لا يعبر استخدام هذا الموقع الاجتماعي عن نمط العلاقات الاجتماعية الطبيعية بين الأفراد وبالرغم من وجود تفاعل وتواصل إلا انه نسبي وفي حدود ضيقة نظرا لان طبيعة الاتصال التفاعلي في هذا الشأن " عابرة " و " متغيرة "
- تشير اغلب الدراسات الأجنبية إلا أن معظم مستخدمو هذا الموقع يلجأ إلى استخدام أسماء مستعارة وتسجيل بيانات شخصية غير حقيقية مما يؤكد زيف هوية الأفراد².
- يعكس هذا البرنامج مجتمعا افتراضيا به حد كبير من التعبير عن الرأي قد يفوق وسائل الإعلام الأخرى فهي تتسع لأراء عديدة ومختلفة خاصة فيما يتعلق برأي الجمهور العربي في التحولات الحاصلة الآن في منطقة الشرق الأوسط³.

1 - فتحي حسين عامر ، مرجع سبق ذكره ، ص 203

2 - فتحي حسين عامر ، مرجع سبق ذكره ، ص 204

3 - خالد غسان يوسف المقدادي ، مرجع سبق ذكره ، ص 26

ب - آلية التواصل بين أعضاء الفيسبوك:

1. التعليقات: خاصية التعليقات متاحة بين الأصدقاء و في المجموعات و الصفحات المنضمين لها، حيث يمكن للمستخدم أن يكتب تعليقا في مساحة التعليقات ويمكنك الضغط على زر comment إضافة تعليق وفي نفس المساحة يمكنك أن تضيف رابط موقع أو صورة

2. الإشارات: tags فاعلية الإشارة متاحة في الصور و الفيديو بحيث يمكنك أن تلتفت انتباه أصدقائك عبر الإشارة لهم في صورتك أو في مقطع الفيديو المحمل عبر fcb وبالتالي سترسل لهم تنبيهات لأي تحديث جديد في الصورة.

3. الإعجاب: like خاصية معجب أيضا متاحة بنفس آلية التعليقات بين الأصدقاء و المجموعات و صفحات المنضمين لها خاصية معجب طورها موقع فيس بوك عام 2010 وقد تمت إضافتها في كل المواقع الأخرى كوسيلة لربط المستخدم بحسابه في الموقع وبنظرة أخرى تهدف للترويج للموقع.

4. Poke: تحدث فقط بين الأصدقاء بحيث يقوم المستخدم بتنفيذ ذلك على أحد الأصدقاء¹.

¹ - وائل مبارك خضر فضل الله ، أثر الفيسبوك على المجتمع ، مدونة شمس النهضة ، السودان - الخرطوم ، ط1 ، نوفمبر 2010 ، ص 16.

3 - الفيس بوك بين قياس المزاج العام للمستخدمين و الوجه الآخر له:

أ - الفيس بوك وقياس المزاج العام للمستخدمين:

أن حدود شبكات التواصل الاجتماعي و على رأسها الفيس بوك تقصر على مجرد إتاحة الفرصة للتعرف و طرح الأفكار و التعبير عن الرأي، فيوما بعد اخر يتضح لنا أن الشبكة الاجتماعية الأكثر شهرة في جميع أنحاء العالم على دراية بأمر كثيرة عن مستخدميها لدرجة تفوق تصورهم إلى حد كبير¹.

بالإضافة لكم المعلومات الشخصية التي يحفظ بها الموقع عن مستخدميه في قاعدة بياناته الضخمة، أطلق يوم أمس الطاقم التقني للشبكة تطبيقا جديدا يطلق عليه "مؤشر إجمالي السعادة القومية"، وهو التطبيق الذي وضع رسوم بيانية قياسية لأحلام و آمال ومعنويات العالم بأسره. ويعرض هذا المؤشر حاليا رسم بياني للمعلومات وبيانات تمت جدولتها على مدار السنوات القليلة الماضية لتتقي أثر "مشاعر السعادة" لدى مستخدمي الفيس بوك بناء على الكلمات التي التقاطها من مراكز الرسائل الخاصة بهم، وتشير تقارير صحافية إلى أن هذا التطبيق الجديد يقتصر حاليا على مستخدمي الفيس بوك المقيمين ب الو م أ وهم المستخدمون الذين يمثلون نسبة تقل عن ربع إجمالي أعضاء الشبكة البالغ عددهم 300 مليون عضو الذين يستخدمون اللغة الانجليزية كلغة افتراضية بالنسبة لهم

قال آدم كرامل (دكتوراه في علم النفس) و يعمل في الفيس بوك بدأ العلماء المختصون في تجميع و تحليل البيانات مطلع هذا العام مشروعا لقياس المزاج العام للأمريكيين على الفيس بوك على أساس المشاعر التي تم التعبير عنها في التحديات الخاصة بوضعية المستخدمين على الشبكة ، وقد تبين للمختصين أن القياسات البيانية للسعادة تسلك مستوى تصاعدي خلال بعض المناسبات و الأعياد منها عيد الشكر و عيد الميلاد و عيد الحب ، تماما مثلما هو الحال مع الأيام ذات الأهمية التاريخية مثل اليوم الذي انتخب فيه باراك أوباما رئيسا للوم أ، و تكون هناك أيضا أيام تخيم عليها مشاعر الحزن مثل اليوم الثاني و

¹ - عبد الرزاق محمد تادليمي ، مرجع سبق ذكره ، ص187.

العشرين من شهر كانون الثاني من عام 2008، الذي خضا متعثرا في حدثين، أولهما سوق الأوراق المالية الآسيوية وكذلك العثور على الممثل الشاب هيثليغر ميتا.

هذا وقد سبق للرئيس التنفيذي للفييس بوك مارك زوكربيرج أن تحدث في وقت سابق مع المد و روبيرت سكوبل في المنتدى الاقتصادي العالي بدافوس، في سويسرا، و حينما أعرب عن رغبته في استخدام كميات هائلة من البيانات المتاحة على شبكة التواصل الاجتماعي لإنشاء نوع من أنواع المحركات الخاصة بالمشاعر و الأحاسيس، وحينما كتب سكوبل عبر مدونته قائلا "لقد قال ذلك بالفعل، حيث تخطى طاقم العمل بالشبكة بالقدرة على الإحساس بالمنحى العام عند وقوع أحداث سيئة، وأكد لي زوكربيرج أن مكرك مثل هذا يمكنه أن يلحظ قدر كبير من حالة المستخدمين المزاجية¹

ب - الوجه الآخر لموقع الفيس بوك:

بعد أقل م أربعة أشهر من كشف صحيفة (الحقيقة الدولية)لخفايا موقع "الفيس بوك" و الجهات الصهيونية التي تقف وراءه نشرت صحيفة فرنسية ملفا واسعا عن هذا الموقع مؤكدة بأنه موقع استخباراتي صهيوني مهمته تجنيد العملاء و الجواسيس لصالح الكيان الصهيوني في الوقت الذي أعلن فيه عن مشاركة فاعلة لإدارة الفيس بوك في احتفالات الكيان الصهيوني بمناسبة اغتصاب فلسطين، وتضمن الملف الذي نشرته مجلة "لوماغارين ديسرايل" معلومات عن أحدث طرق للجاسوسية تقوم بها كل من المخابرات الإسرائيلية و المخابرات الأمريكية عن طريق أشخاص عاديين لا يعرفون أنهم يقومون بمثل هذه المهمة الخطيرة. إن هؤلاء يعتقدون بأنهم يقتلون الوقت أمام صفحات الدردشة الفورية و اللغو في أمور قد تبدو غير مهمة، وأحيانا تافهة أيضا ولا قيمة لها.

نقل تقرير مجلة إسرائيل اليهودية التي تصدر في فرنسا الكثير من المعلومات السرية و الهامة عن موقع الفيس بوك بعد تمكن المجلة من جمعها عبر مصادر إسرائيلية و صفتها ب

¹ -- عبد الرزاق محمد الدليمي ، مرجع سبق ذكره ، ص 189 .

"الموثوقة" و افزع الكشف عن هذه المعلومات حكومة كيان العدو و دوائره الدبلوماسية حتى أن السفير الإسرائيلي في باريس اتهم المجلة اليهودية بأنها "كشفت أسرار لا يحق لها كشفها للعدو".

إلا أن الموضوع لم ينته عند هذا الحد، بل بدأ الجميع في البحث عن وجود جهاز مخابراتي اسمه (مخابرات الإنترنت)

و يطرح تقرير المجلة اليهودية المزيد م الشكوك حول استفادة الكيان الصهيوني من الكم الهائل من المعلومات المتاحة عن المشاركين من العالمين العربي و الإسلامي و تحليلها و تكوين صورة استخباراتية عن الشباب العربي وبدأ موقع الفيس بوك الذي ينضم اليه أكثر من مليون عضو شهريا، في طرح المعلومات المتعلقة بأعضائه علنا على محركات البحث على الانترنت مثل "غوغل" و "ياهو" بهدف الدخول المبكر في السباق لبناء دليل الكتروني عالمي يحتوي على أكبر قدر ممكن من المعلومات و التفاصيل الشخصية مثل السير الذاتية وأرقام الهاتف و غيرها من سبل الاتصال بالشخص، و هوايات الأعضاء و حتى معلومات عن أصدقائهم، وينضم حاليا نحو 200 ألف شخص يوميا الى الفيس بوك الذي أصبح يستخدمه 42 مليون شخص، طبقا للموقع ذاته¹.

4 - أهم التطورات التي حدثت للفيس بوك:

1. ابتداء من شهر مارس عام 2004 فتح الفيس بوك أمام جامعات ستانفورد و كولومبيا أولا، ومن الجدير بالذكر أن الفيس بوك كان منذ ذلك الحين قد أصبح أكبر مواقع التواصل الاجتماعي في العالم. اليوم وتشير التقديرات إلى أن هناك الآن أكثر من 200 مواقع نشطة باستخدام مجموعة واسعة من النماذج و الشبكات الاجتماعية مايو 2011
2. بعد ذلك اتسع أكثر وفتح أبوابه أمام جميع كليات مدينة بوسطن و جامعة آيفي ليغ، وشيئا فشيئا أصبح متاحا للعديد من الجامعات في كندا و الوم أ، وفي شهر يونيو من عام

2004

¹ -- عبد الرزاق محمد الدليمي مرجع سبق ذكره ، ص ص 189-191

3. ثم نقل مقر الفيس بوك إلى مدينة بالو ألتو في ولاية كاليفورنيا، وقد قامت الشركة بإسقاط كلمة TH من اسمها بعد شراء اسم النطاق FACEBOOK.COM عام 2005 نظير مبلغ 200000 دولار أمريكي، وفي عام 2006، نشرت مجلة بيزنيس ويك أن المفاوضات جارية بشأن شراء موقع فيس بوك، وردا على ذلك، رفض الفيس عرضا بالبيع بنحو 750 مليون دولار من مزاييد لم يتم الفصح عن اسمه، و انتشرت شائعات أخرى بزيادة سعر العرض حتى بلغ 2 مليون دولار، وفي شهر سبتمبر 2006، تم عقد مباحثات جادة بين القائمين على إدارة شركة فيس "بوك" و "ياهو" بشأن شراء الفيس مقابل مليون دولار. وقد صرح ثيل الذي كان أحد أعضاء مجلس إدارة الفيس بوك آنذاك، بأن التقييم الداخلي للموقع قد بلغ حوالي 8 مليار دولار بناء على الإيرادات المتوقعة حتى عام 2015 بمعدل 1 مليار دولار سنويا، مقارنة بشراء الشركة لخصائصه السكانية، وفي شهر يوليو 2007، صرح زوكربيرج بأن مسألة بيع الفيس بوك غير واردة على الإطلاق لأنه يود الحفاظ على استقلالية الشركة حيث أشار قائلا: أننا لا نسعى لبيع الشركة.... كما أننا لا نفكر في الطرح الأولي للاكتساب العام في أي وقت قريب، فذلك الأمر لا يمثل غايتنا الرئيسية في الوقت الراهن¹.

4. وفي 24 أكتوبر 2007، أعلنت شركة "مايكروسوفت" أنها قامت بشراء حصة في الفيس بوك بلغت 1,6% بقيمة 240 مليون دولار، حيث قدرت القيمة الضمنية الكلية للموقع بحوالي 15 مليار دولار، وعلى الرغم من ذلك، فإن مايكروسوفت قامت بشراء سهم مفضل يتضمن حقوقا خاصة مثل حقوق التصفية، وهو ما يعني أن مايكروسوفت ستتقاضى مستحقاتها قبل جملة الأسهم العادية في حالة بيع الشركة، كما أن السهم الذي قامت مايكروسوفت بشراؤه يخول لها الحق في نشر الإعانات الدولية على الفيس بوك

5. في شهر نوفمبر من عام 2007، قام لي كاشينج ملياردير هونج بإستثمار 60 مليون دولار في الفيس بوك، وفي شهر أغسطس من عام 2008، أشارت مجلة "بيرنس ويك" إلى عمليات بيع خاصة قام بها الموظفون كذلك عمليات شراء قامت بها شركات رأس المال، المخاطر كانت ولا تزال تتم عند أسعار الأسهم، وهو ما جعل القيمة الإجمالية تتراوح ما بين

¹ - عامر إبراهيم القندلجي ، مرجع سبق ذكره ، ص 352 ، ص 353 .

3,75 و 5مليار دولار، وهكذا استمر التطور الاستثماري، الذي يعني الشهرة في نشاطات الفيس بوك.

6. من جانب آخر و بمرور الوقت، بدأ الفيس بوك في إضافة العديد من الخدمات و السمات الجديدة إلى الموقع، ففي شهر سبتمبر من عام 2006 تم الإعلان عن خدمة التغذية الإخبارية NEWS FEED، التي ظهرت على الصفحة الرئيسية لجميع المستخدمين، حيث تقوم بتمييز بعض البيانات التي تهتم الأفراد المشاركين، مثل التغييرات التي تحدث في الملف الشخصي والأحداث المرتقبة، وما شابه ذلك من الخدمات.

7. من جانب آخر فإنه من أشهر التطبيقات المتوفرة على موقع الفيس بوك تطبيق الصور PHOTOS، حيث أنه بإمكان المستخدمين تحميل الصور إلى الموقع، ومن الجدير بالذكر أنه يوفر الفيس بوك لمستخدميه إمكانية تحميل كم كبير من الصور إلى الموقع.

8. وفي شهر فبراير من عام 2007، أطلق الفيس بوك سمة GIFTS أو الهدايا التي تتيح للمستخدمين إرسال هدايا افتراضية إلى أصدقائهم تظهر على الملف الشخصي للمستخدم الذي يقوم باستخدام الهدية. تتكفل الهدايا 1,00 دولار لكل هدية، و يمكن إرفاق رسالة شخصية بها. في 14 مايو من عام 2007، أطلق الفيس بوك سمة MARKETPLACE أو السوق الذي يتيح للمستخدمين شراء إعلانات مبنية هذا التطبيق مع موقع كريجزليست، حيث أشارت إلى أن الفارق الرئيسي بينهما يتمثل في أن القوائم التي ينشرها المستخدم، باستخدام MARKET PLACE تتم مشاهدتها من قبل المستخدمين من الشبكة نفسها، أما القوائم المنشورة في كويجزليست فيمكن لأي شخص مشاهدتها.

9. تواصل تطور الفيس بوك في السنوات الأخيرة فقد استقبل ما يقارب من 100 مليون مستخدم جديد، حول العالم فقط خلال فترة 4 أشهر الأولى من عام 2012 وعلى هذا الأساس فقد قدر مجموع عدد المستخدمين لشبكة التواصل الاجتماعي أكثر شعبية واستخداما ما يقارب من 900 مليون مستخدم، وقد أصبحت خدمة المشاركة بالصور من أبرز خدماتها¹

عمر إبراهيم القندلجي ، مرجع سبق ذكره ، ص 354 ، 355.

خلاصة:

نصل إلى أن الموقع التشاركي "الفييس بوك"، الذي يعد وسيلة مهمة لتبادل المعلومات بين مستخدميهِ، فقد جعل هذه الاختراع العالم مكاناً أكثر انفتاحاً، لمنحه فرصة للمشاركة و إبداء الرأي و تبادل الآراء و الأفكار و الاتجاهات.

وبالرغم من هذه الإيجابيات إلا أن هذا الموقع واجه انتقادات شديدة تمثلت في انعدام الخصوصية فليس هناك رقابة على المعلومات التي يتم تحميلها، إضافة إلى ذلك بسبب هاذا الموقع تلاشى التواصل على أرض الواقع.

الفصل الثالث:

مستويات التواصل

، و خصائص

الرموز التعبيرية

تمهيد :

تتسارع مواقع التواصل الاجتماعي في استحداث مواقعها لتسهيل عملية التواصل، و التي خلقت مجموعة من الافتراضات من مجتمع افتراضي، هوية افتراضية و حتى اللغة اتبعت شكلا جديدا على مستوى هذه المنصات ، التي تعد عماد المجتمع كوها وسيلة مهمة للتفاعل و التواصل بين افراد المجتمع. و التي نجد أن هذه اللغة اصبحت تتداول في كثير من الاحيان في المجتمع الواقعي.

الفصل الثالث: مستويات التواصل و خصائص الرموز التعبيرية:

1 - الاستراتيجيات الرمزية و أهمية الإشارات و الرموز في الاتصال غير اللفظي في مجال الاتصال العمومي:

أ - الاستراتيجيات الرمزية:

استخدم بعض علماء الإجماع و النفس الاجتماعي مصطلح "الاستراتيجية strategy" على سبيل الاستعارة اللفظية لينطق على أي تنظيم للوسائل يستهدف تحقيق الأهداف، وطبقا لهذا المفهوم تشير الاستراتيجية إلى جميع القوى التي يستخدمها أي كائن عضوي للتوصل إلى المفاهيم المتصلة ببيئته، بما ينطوي عليه ذلك من استخدام للأشياء و الموضوعات، بل وأشكل مصقول وما هر م أشكال تنظيم الأشكال الرمزية للإنسان و أما كلمة "الرمز" فهي تشبه معظم الكلمات الأخرى، في أنها اكتسبت معاني متعددة، ولكن بعض هذه المعاني جعل الكلمة مصطلحا مشبوها مما أدى إلى رفض بعض العلماء و الباحثين له على اعتبار أنه يعاني دائما انعدام واقعية العالم الذي نعيش فيه، غير أن المماثلة او المطابقة بين "الرمز" وبين "ما هو واقعي" أو "خيالي" أوحى للكثيرين بأن العمليات الرمزية ليست عمليات بعيدة عن الواقع فقط بل أنها تعتبر مرضية و شاذة أيضا؟ و يتعين علينا، بدلا من أن نقوم بربط الرموز بالوهم أو الخيال أو بما هو غير واقعي و كأننا نقول "لا شيء يمكن أن يكون على ما هو عليه، بل لا بد وأن يكون شيئا آخر غير ذلك" يتعين علينا أن نتجه إلى قضية أكثر صدقا وملائمة، نقول فيها " لا شيء يمكن أن يكون على ما هو عليه إلا إذا أشرنا إليه بالرموز"، حقيقة أن هناك إخلاف هام بين "الواقع" و "الرمز"، فلا أحد ينكر أن هناك فرق بين بناء منزل و كتابة قصيدة شعرية¹.

لا ينبغي أن نجعل من هذه الاختلافات أو الفروق أساسا لإقامة ثنائية غير مطلوبة بين الواقع و غير الواقع، ذلك لأن عالم الرموز هو دائما عالم الإنسان، وهو ليس عالما

¹ - سامية محمد جابر، الاتصال الجماهيري و المجتمع الحديث، النظرية و التطبيق، دار المعرفة الجامعية، دون بلد، ط1، 2006، ص 63

وهمياً، بل أن الإنسان يستخدم الرموز كوسيلة للاستمرار في هذا العالم، وهي تعد جزءاً لا يتجزأ من تعاملاته المتبادلة مع أقرانه و بيئته، ومن ثم فإنها لا تكتسب واقعيتها أو معناها إلا من خلال هذه التعاملات،

هذا وتتميزا لرموز بخصائص معينة لها مغزاها العميق بالنسبة للاتصال وهي:

أولاً: أن الرموز تنتج بواسطة كائنات بشرية، إذ ليس ثمة دليل مقنع على أن الكائنات غير البشرية تنتج الرموز و تستخدمها.

ثانياً: أنها تتميز بالمغزى الاتصالي بقدر ما يكون هناك اتفاق مسبق بين القائمين بعملية الاتصال و بين المتصل بهم، على معانيها و لذلك لا تكون للرموز أهمية في الاتصال.

ثالثاً: أنها تنتج بقصد تركيب أو بناء مواقف معينة تتميز أطرافها بأن لها مصلحة مشتركة أو أنها تصور وجود هذه المصلحة.

وضع جورج هربرت ميد G.Meed أسس نظرية لفهم و تفسير للاتصال الرمزي، فالإتصال عن طريق اللغة أو بواسطة استخدام الرموز الأخرى ذات الدلالة، يعد جزء لا يتجزأ من عملية اجتماعية تتغير باستمرار، و عند استخدام أي فرد للرموز يتعين عليه أن يفهم ما يقول و المقصود بذلك أنه لا بد و أن يؤثر الفرد في ذاته كما يؤثر في الآخرين هذا يتعارض مع الفكرة الشائعة التي تشير إلى أنه يمكن للمعاني أن ترتبط بالرموز تبعاً لرغبة الشخص الذي يقوم باستخدامها¹

¹ -- سامية محمد جابر ، مرجع سبق ذكره ، ص 65 .

ب - أهمية الإشارات والرموز في الاتصال غير اللفظي في مجال الاتصال العمومي:

- إن الإشارة غير اللفظية تقوم بدور بارز في الاتصالات و العلاقات الإنسانية لاسيما في مجال الاتصال العمومي، فعلى الرغم م أننا قد لا ننطق بكلمة واحدة فإن منظر الأفراد وملابسهم وأعمالهم وتحركاتهم و أوضاعهم و توقيت حركاتهم، كلها قد تعتبر أساسا لمعلومات لها تأثير على السلوك²

هناك ارتباطات كثيرة للرموز الغير اللفظية بأنظمة اللغة اللفظية، ولعل الاختلاف الأول بينهما يكمن في عدم الوعي و الاهتمام العام بالرموز غير اللفظية مقارنة بالرموز اللفظية حيث يتجلى هذا الاختلاف بوضوح إذ أخذنا بعين الاعتبار التباين في الأسلوب الذي يتم به التدريب على هذين النوعين من الرموز أثناء دراستنا في المدارس، حيث يبذل الكثير من الجهد في تعلم اللغة اللفظية من تعليم قواعد النطق و النحو و الدلالة و التطبيق و تدريب على استخدام اللغة المكتوبة و المنطوقة في جميع مستويات التعليم وهي كلها مهارات أساسية مهمة من أجل الاستخدام الصحيح للغة اللفظية، لكن بالمقارنة ا تلقى الرموز اللفظية إلا القدر اليسير من الاهتمام في أغلب المدارس ولا توجد مهارات للتدريب عليها إذ قورنت بالإنشاء و الأدب و الخطابة مع أن هذه المجالات لها أهمية واضحة عند التعامل وجها لوجه. مع ذلك قلة اهتمامنا بالرموز غير اللفظية لا تعني أبدا أنها أقل أهمية للسلوك البشري من اللغة اللفظية.

فعلى القائم بالاتصال مراعاة هذه الإشارات غير اللفظية وإدراكها لاختيار الأسلوب الاتصالي المناسب لكل رسالة¹

² - - أمال عميرات ، الاتصال الاجتماعي ((العمومي)) ، دار أسامة للنشر و التوزيع ، عمان - الأردن ، ط1 ، 2014 ، ص 56 .
¹ - أمال عميرات، مرجع سبق ذكره، ص 56 .

2 - التواصل غير اللفظي و مميزاته :

أ - التواصل غير اللفظي و وظائفه الاجتماعية:

يحاول الأفراد دائما أن يعطوا انطباعات جديدة عندما يقابلون شخصا لأول مرة، لذلك تجدهم يستخدمون الكثير من الأنماط السلوكية اللفظية و غير اللفظية لنيل هذا الانطباع الجيد، ومن السلوكيات اللفظية الإكثار من الإعجاب و التقدير و الموافقة لأراء و اتجاهات و أفكار الآخرين، أما السلوكيات غير اللفظية فتشمل كثرة الابتسامة ، والاقتراب المكاني، والالتقاء البصري، و الانحناء لإبداء علامات الإعجاب و الموافقة²

تساعد قنوات الاتصال غير اللفظي في التعرف على أسباب ودوافع السلوك الاجتماعي كما تساعدنا في الوصول إلى انطباعات سريعة حول الحالة المزاجية للفرد حيث يعد المزاج وسيلة لاتخاذ الأحكام و الانطباعات السريعة عن الفرد.

و المزاج الجيد يرتبط بسلوكيات أكثر إيجابية حيث يشارك الفرد بفاعلية أكثر و تزداد احتمالية مبادرته الاجتماعية و سلوك المساعدة و التبرع و التطور و غيرها، فلا يعقل أن تطلب المساعدة المالية من صديق وهو بحالة مزاجية سيئة و سوف تكون فرصتك في الحصول على مساعدة عالية إذا رأيت صديقك بحالة مزاجية مرتفعة و إيجابية .

ومن هنا فإن استخدام السلوكيات غير اللفظية تحقق العديد من الفوائد في المواقف الاجتماعية منها:

1. تساعد عند اختيار الموظفين و العمال و الطلبة خلال عملية التوجيه المهني أو الاختيار من خلال المقابلات ، فالدراسات تشير إلى أن أصحاب العمل كمهنيين في الموقع أو مدويين للمبيعات.

2. الانتباه إلى أن الاستخدام المفرط للإشارات غير اللفظية قد يؤدي إلى فهم سلبي و معاكس أحيانا، فكرة الالتقاء البصري تعني التحديق، وهو سلوك غير معقول اجتماعيا، وتجنب الالتقاء البصري أو كثرة حركات الجسم هي من دلالات الكذب.

² - عدنان يوسف العتوم ، التواصل الاجتماعي من منظور نفسي و اجتماعي و ثقافي ، إربد - الأردن ، ط1، 2011، ص130.

3. مراعاة الفروق الفردية بين الأفراد و الثقافات عند استخدام الإشارات غير اللفظية في الحكم على السلوك الاجتماعي لآخرين.

وهناك من ستصرف بحكم الخوف و التوتر و التأتأة في الكلام ،وقد تكون هذه الخصائص ثابتة في شخصيات البعض كما قد تكون هذه المؤشرات دلالة صادقة في موقف معين، ولكن ليس في جميع المواقف. وقد أشارت عدد من الدراسات إلى وجود فروق ثقافية بين المجتمعات في معاني السلوكيات اللفظية و دلالتها حيث تميز العرب عن غيرهم من

الثقافات الغربية بعدد من الخصائص منها:

1. أكثر قربا من بعضهم البعض خلال التفاعل
2. زيادة في اللمس(ضمن الجنس الواحد)
3. اهتمام أكثر بأهمية الالتقاء البصري خلال الحديث
4. التحدث بأصوات عالية
5. الميل إلى المصافحة
6. ترك مسافة قصيرة بين الأفراد عند التفاعل الاجتماعي¹.

ب - مميزات الاتصال غير اللفظي :

لا يوجد فكر خالص دون جسد يرتبط به ولا يرتبط فقط بما هو إنساني فكل اتصال يمكنه التخلص من هاذ التميز الذي يتحكم في العلاقات بين الكلمات المنطوقة (parolarticulee) ومجموع الحركات العضلية للجسم .

ولكن فقد يلفت هذا الجسم من يحكمنا أكثر من إفلات الفكر،فهو يظهر بطريق أفضل مما نحفظ به في فكرنا أو نفصح عنه بكلمات بسيطة

1. التعبير عن المشاعر: ينقل الاتصال غير اللفظي مشاعرنا بطريقة واضحة وقوية وهي مهمته الأساسية حيث تتمثل هذه المهمة في إشراك الآخرين مشاعرنا وإقامة علاقات

¹ - عدنان يوسف العتوم ، مرجع سبق ذكره ، ص131.

معهم مثلاً: الطريقة التي ينظر بها إلى شخص آخر قد تدل على حب، كره، أو رغبة أو نزعة جنسية أو عدم فهم أو غموض أو إعجاب... إلخ

وما أكثر الأحاسيس التي غالباً ما تعجز عن التعبير عنها لفظياً كذلك تقوم بنقل الانفعالات فالضرب بأطراف الأصابع على الطاولة أو تحريك الرجل بصفة مكررة توصل لنا رسالة مفادها أن الفرد في حالة قلق، أما الوجه فله قدرة على التعبير عما نريده أو نرفضه وما نحبه أو نكرهه لذا فإن كل هذه التعابير يمكن أن تظهر فيما يميز الاتصال غير اللفظي، الصمت النبرات الصوتية، الحركات و الإيماءات، لون الوجه، الرائحة، إلا أن المجال هنا لا يتسع لحصر كل المميزات التي تعبر عن الاتصال غير اللفظي

الصمت: وهو الامتناع عن الكلام، مع أنه لا يمكن اعتباره غياب للاتصال فهو يقوم على مبدئين

أ. إن الصمت جزء لا يتجزأ من الاتصال وأكثره حدوثاً مما تعتقده
ب. إن الصمت بمختلف أنواعه وأشكاله عادة ما ينظر إليه كشيء مزعج¹ للصمت أنواع كثيرة و لكل واحدة منها دلالتها:

- ✓ صمت الشخص الغاضب و التأثير
- ✓ صمت الشخص المنتبه والمولع بما يسمعه أو يراه
- ✓ صمت الشخص الذي يفكر فيما قاله الآخر
- ✓ صمت الذي لم يفهم ما قيل
- ✓ الصمت الناتج عن الضجر و الملل
- ✓ الصم الناتج عن الاحترام و التقدير للآخر
- ✓ صمت دوغماتي والذي يدل على أنه لا يوجد شيء يقال أو يضاف عن موضوع

النقاش

- ✓ صمت الألم و الحزن

إلا أن الناس غالباً ما يقدرّون قيمة "الكلام" ويعتبرون "الصمت" مؤشراً ضعيفاً في كثير من المواقف الاجتماعية وليس أدل على ذلك من أن الأعضاء الصامتين في الجماعة ينظر إليهم عادة باعتبارهم أقل الأعضاء فاعلية وتأثير فيها. ولكن من هذا الاتجاه الشائع نحو الصمت أو غياب الصوت الكلامي هو في حقيقته إغفال، بل وسوء فهم لطبيعة الاتصال ذاته، فالإنسان لا يستطيع إلا أن يتصل وهو لا يجد للاتصال بديلاً، أن نماذج الصمت ومختلف مظاهر الاتصال غير اللفظي الأخرى، هي في حقيقة أمرها تعبيرات منظمة تشير إلى مجموعة معاني يستخدمها الإنسان أو يقصدها في احتكاكاته بالآخرين ولذلك فإن الاتصال الفعال بين الأشخاص يعتمد إلى حد بعيد على الصمت لأن الناس لا يتحدثون بصفة غير منقطعة، بل تتخلل حديثهم "وقفات" يفكرون خلالها فيما سوف يقولون كما يقومون فيها بصياغة عباراتهم واختيار ألفاظهم، وفضلاً عن ذلك فهم يصمتون عندما ينصتون إلى حديث الآخرين.¹

2. الحركات والإيماءات: تعتبر الحركات من الرسائل التي استعملت في الاتصال بين البشر، وهذا قبل اللغة المنطوقة فكل الثقافات لها أنظمة دلالية عن طريق الحركات، وقد ترافق هذه الأخيرة اللغة والكلام أو تنوب عنهما من أجل نقل بعض الرسائل وكذلك الأمر بالنسبة للتعبيرات الوجهية أو الإيماءات، فوجهنا يتحرك وجسمنا يتحرك ويعبر عن أحاسيسنا وانفعالاتنا، ونقوم بهذه الحركات في بعض الحالات عن وعي كالابتسامة لصديق أو فتح العينين كالإشارة للتعجب²

بعض نماذج الاتصال غير اللفظي الأخرى:

أ. نظائر اللغة: ليست الكلمة المنطوقة كلمة محايدة، بل أنها تتأثر بنبرة الصوت أو نغمته، وبالتأكيد وبالتغيير في مقامات الأصوات والوقفات التي تتخلل إلقاء عبارة معينة، ودرجة الخشونة أو اللبونة وغيرها من العوامل غير اللفظية التي يطلق عليها "نظائر اللغة" paralam guge "فكلمة" نعم" وهي كلمة بسيطة يمكن أن تعبر في صورتها

¹ - سامية محمد جابر ، مرجع سبق ذكره ، ص70.
² - مجلة

ب. المنطوقة، عن العديد من المشاعر: كالغضب أو الخوف أو الإحباط أو التمني أو اللامبالاة أو الموافقة أو التحدي، وذلك حسب الطريقة التي تنطق بها أو أسلوب التعبير الصوتي الذي تتخذه، ونحن لا نأخذ الكلام في حياتنا اليومية بألفاظه فقط وإنما بخصائصه الأخرى غير اللغوية التي تسمى "نظائر اللغة" حتى نستطيع أن ندرك معاني ما يقوله الآخرون لنا وفي هذه الحالة لا نركز اهتمامنا على "ما معنى" ما قاله الآخرون فقط بل أكثر "بكيفية" قولهم له.

ج. الإشارات: ربما تعتبر الإشارات gestures أول وسيلة من الوسائل التي طورها الإنسان في اتصاله بالآخرين، وتنطوي كل ثقافة م الثقافات المختلفة على نسق من الإشارات ذات المعنى و الدلالة، والتي إما أن تصاحب لغة الكلام أو تؤدي بمفردها من أجل أن تغطي معنى معيناً أو ترسل رسالة خاصة، وأما المعنى الذي يمكن وراء الإشارات فهو مسألة ثقافية خالصة وبالتالي يعتبر نسبياً إلى درجة كبيرة. ومثال ذلك أن إيماءة الرأس تشير في بعض الثقافات إلى معنى الموافقة والتأكيد، بينما تعني الرفض في ثقافات أخرى، وعادة ما يلجأ الأشخاص إلى عدد كبير م إشارات اليد أثناء حديثهم، ومن أكثر الثقافات اعتماداً على التعبير اليدوي أثناء الكلام، الثقافة الفرنسية والإسبانية والإيطالية، وثقافات البحر المتوسط بوجه عام.

د. تعبيرات الوجه وتعبيرات الجسم: نادراً ما يكون الشخص المتحدث غير معبر أو غير متحرك، بل أن الوجه المتحرك كثيراً أثناء الكلام، وكذلك جسم الإنسان، وهذه الحركات إنما تعبر تعبيراً بالغاً عن المشاعر والانفعالات و العواطف وردود فعل، سواء كانت حركات مقصودة أو غير مقصودة.

هـ. لغة الأشياء: بعض الثقافات تعلق أهمية كبيرة إلى المظهر الفيزيقي للإنسان، وعلى جاذبية هذا المظهر، تلك الجاذبية التي قد يختلف تعريفها من عصر لآخر ومن أسلوب مستحدث إلى أسلوب آخر¹

¹ -- سامية محمد جابر ، مرجع سبق ذكره ، ص71.

3 - لمحة تاريخية عن الرموز التعبيرية :

استخدمت الرموز التعبيرية في البداية من قبل مشغلي شبكات الهاتف النقال اليابانية ان . سي . سي دوكمو" وتم إنشاء الرموز التعبيرية الأولى عام 1999 في اليابان من قبل "شجيتاكا كوريتا" الذي كان جزءا من فريق العمل على مورد منصة الأنترنت عبر الهاتف النقال، ووفقا لكوريتا فإنه استلهم الفكرة من رموز حالة الطقس و من طريقة كتابة يابانية تعرف باسم "حروف كانجي" و أوضح كوريتا أن الرموز في بدايتها كانت نحو 200 إيموجي اختلفت أشكالها مثل حالة الطقس، الطعام، الشراب، المزاح والمشاعر، وكانت هذه الرموز بالأسود و الأبيض فقط ينحصر حجمها في 12×12 بيكسل لذلك اتسمت بالبساطة الشديدة، كما أنه في 1999 بدأت شركة يابانية أخرى للهاتف النقال بإعادة تطوير النسخة الأصلية من الإيموجي مثل الوجوه الصفراء مثل المستخدمة حاليا المعروفة باسم "السمايلي" و يعتقد كوريتا أن هذه الرموز لا تعتبر مؤشر على نقص قدرة الناس على التواصل بواسطة الكلمات أو نقص المقدار لديهم في عام 2015 حدثت ظفرة عندما قامت شركة "آبل بادكال" الرموز التعبيرية على لوحات المفاتيح الخاصة بها و هنا بدأت الرموز التعبيرية تأخذ منحى دوليا، فقد تم الاستغناء عن الكثير من الكلمات التقليدية و التي تنحصر بين « lol » و « omy » و بعض الكلمات الرمزية، حيث استحدثت العديد من الرموز التعبيرية التي تلبي جميع حاجيات المستخدم من تعابير و مشاعر و أحاسيس و كما قال "كاسبر جراثول" رئيس قواميس و أكسفورد أن الرموز التعبيرية تغلبت على الحرف الأبجدي التقليدي و ذلك لتلبية الاجتياحات السرية التي تعتمد على العنصر البصري للتواصل خاصة أنها مرنة و معبرة و فورية¹

سهيير عثمان، فيسبوك، طريقة الباحثين عن العلاقات القديمة، مفتاح في، 10. - http://www.MOHEET.com/show-files.aspxsfid- 1

4 - خصائص الرموز التعبيرية :

تتميز الرموز التعبيرية بعدد من الخصائص الأمر الذي ساهم في انتشار هذه الرموز في التواصل بين الشباب في الفيس بوك منها :

- تجسيد المعاني و الأفكار و المشاعر

- تأكد المعنى و تقوي الرسالة

- تضيف سمات و ملامح تعبيرية على النص

- تتجاوز المعنى اللغوي المباشر¹

¹ - <http://ar.m.wikipedia.org/wiki/emoticons> 33-

1 - عرض النتائج و تحليلها:

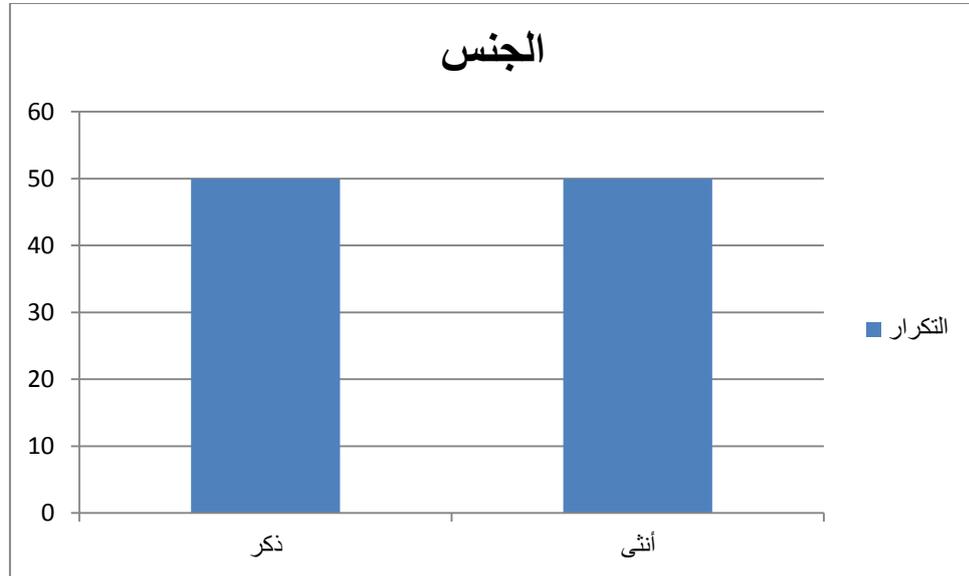
أ - السمات العامة:

1 - الجداول البسيطة

الجدول رقم 01 : توزيع مفردات البحث حسب الجنس

النسبة المئوية	التكرار	الجنس
50%	50	ذكر
50%	50	أنثى
100%	100	المجموع

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن نسبة مشاركات الذكور 50% من عدد المشاركين في الإجابة عن الاستمارة أي ب 50 مفردة و 50% إناث أي 50 مفردة، هذا كان بصفة قصدية في التقسيم المتساوي بين الذكور و الإناث على حد سواء في مواقع التواصل الاجتماعي.

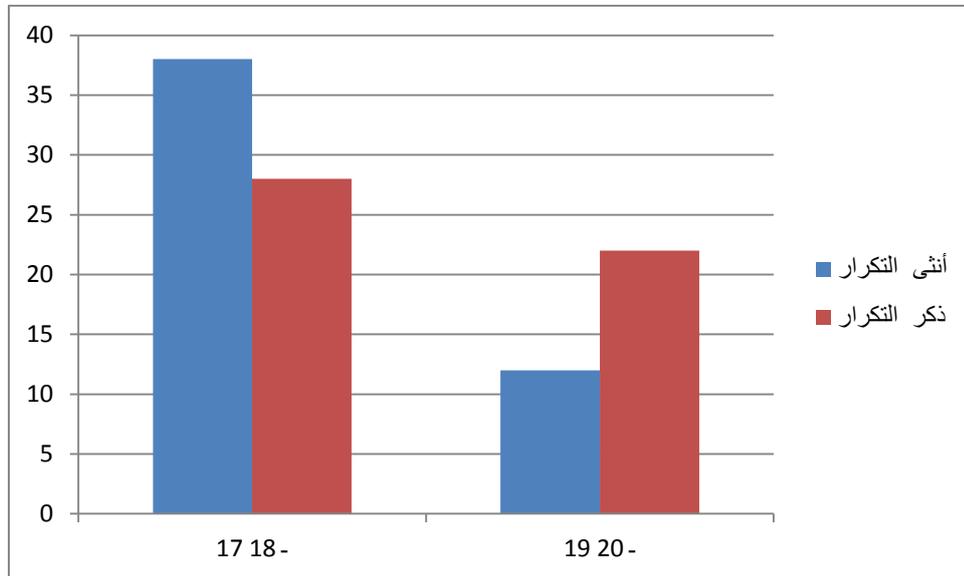


الجدول رقم 02 : توزيع مفردات البحث حسب السن

المجموع		أنثى		ذكر		الجنس السن
% ن	التكرار	% ن	التكرار	% ن	التكرار	
66%	66	76%	38	56%	28	18 - 17
34%	34	24%	12	44%	22	20 - 19
100%	100	100%	50	100%	50	المجموع

من خلال ملاحظتنا للنسب الظاهرة في الجدول رقم 02 أعلاه و الأعمدة البيانية في الأسفل يمكننا ملاحظة أن الفئة العمرية بين (17 - 18 سنة) تضم 66% من مجموع المبحوثين البالغ عددهم 66 مفردة أما الفئة العمرية التي تليها من حيث عدد المبحوثين المنتمين إليها هي الفئة العمرية (19 - 20) ب 34% أي ما يعادل 34 مفردة من مجموع عينة الدراسة

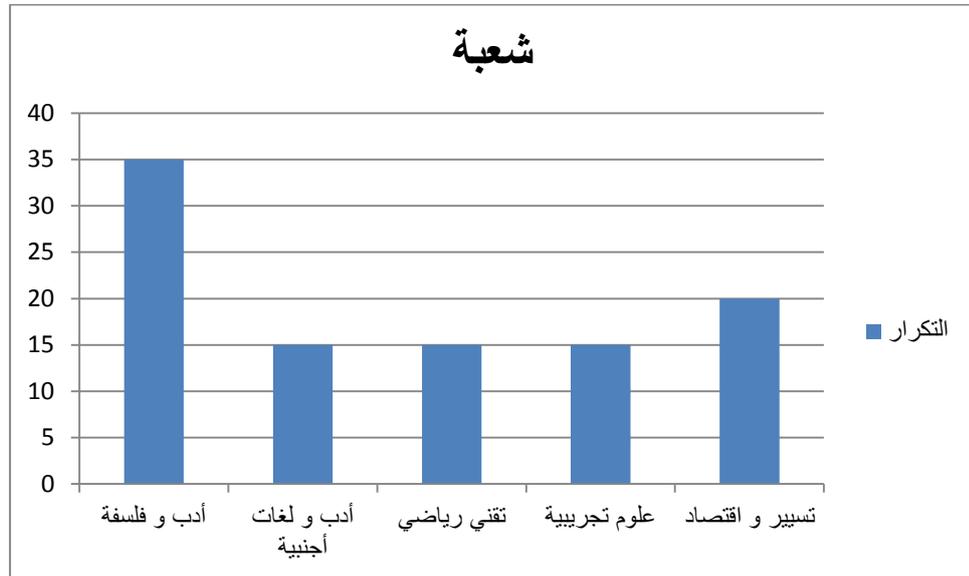
نستنتج أن مستخدمي الفيس بوك هم من فئة المتدرسين في سن 17 - 18 سنة هم الأكثر استخداما و تفاعلا مع هذا الموقع إذ أنهم يمتلكون مهارات ولديهم إطلاع واسع في كل ما يتعلق بالإنترنت.



الجدول رقم 03 : توزيع مفردات البحث حسب الشعبة

الشعبة	التكرار	ن %
أدب و فلسفة	35	35%
أدب و لغات أجنبية	15	15%
تقني رياضي	15	15%
علوم تجريبية	15	15%
تسيير و اقتصاد	20	20%
المجموع	100	100%

يبين الجدول رقم 03 أعلاه أن نسبة تلاميذ تسيير و اقتصاد تقدر بـ 20%، و تلاميذ أدب و فلسفة بنسبة 35% وهي أكبر نسبة مقارنة بالفئات الأخرى، في حين كانت نسبة متساوية بين تلاميذ العلوم التجريبية و تقني رياضي و أدب و لغات أجنبية بنسبة 15%



الجدول رقم 04 : توزيع مفردات البحث حسب الاشتراك في الأترنيت

المجموع		انثى		ذكر		الجنس الاشترك في الأترنيت
ن%	التكرار	ن%	التكرار	ن%	التكرار	
78%	78	72%	36	84%	42	خدمات الهاتف النقال
22%	22	28%	14	16%	08	الخط الثابت
00%	00	00	00	00	00	دون إجابة
100%	100	100%	50	100%	50	المجموع

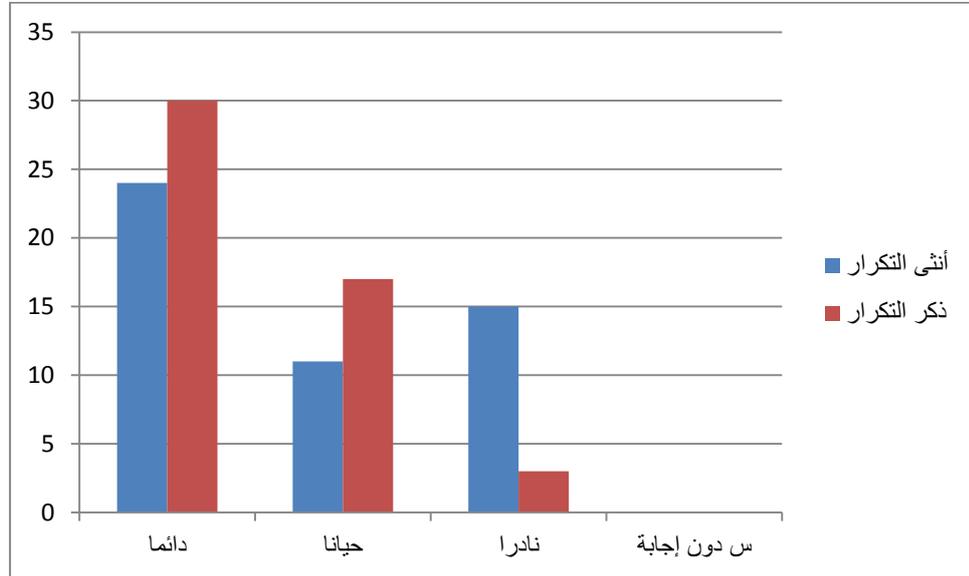
من خلال الجدول رقم 04 أعلاه نلاحظ أن هناك نسبة متقاربة بين الذكور و الإناث في استخدام خدمات الهاتف النقال و هي النسبة الأكبر بحيث تقدر بـ 84% بالنسبة للذكور و 72% بالنسبة للإناث ، أما بالنسبة للخط الثابت قدرة بـ 28% بالنسبة للإناث و 16% بالنسبة للذكور في حين لم نسجل أي نسبة دون إجابة و قد يعود سبب استخدام الهاتف النقال إلى سهولة استخدامه سهولة حمله إلى مكان أي يكون فيه.

المحور الأول : عادات و أنماط استخدام الفيس بوكالجدول رقم 01 : توزيع مفردات البحث حسب صفة استخدام شبكة الفيس بوك

المجموع		انثى		ذكر		الجنس تستخدم شبكة الفيس بوك
ن%	التكرار	ن%	التكرار	ن%	التكرار	
54%	54	48%	24	60%	30	دائما
28%	28	22%	11	34%	17	حيانا
18%	18	30%	15	6%	3	نادرا
0%	0	0%	0	0%	0	س دون إجابة
100%	100	100%	50	100%	50	المجموع

يبين الجدول رقم 01 أعلاه اعلاه أن أغلبية المبحوثين يستخدمون الفيس بوك دائما وذلك بنسبة 54% وهي أكبر نسبة مقارنة بالفئات الأخرى هذا يدل على ارتباطهم الشديد بشبكة الفيس بوك وتليها نسبة 28% من المبحوثين يستخدمون الفيس بوك بصفة متوسطة، أما نسبة استخدام الفيس بوك نادرا فكانت 18%، وهي نسبة قليلة، وقد يعود

استخدام تلاميذ الطور الثالث للفييس بوك حسب اهتماماتهم ومشاكلهم المتمثلة في الواجبات المكلفين بها من بحوث وغيرها و هذا حسب تصريح التلاميذ أثناء توزيع الاستمارة.



الجدول رقم 02 : توزيع مفردات البحث حسب زمن استخدامات الفييس بوك

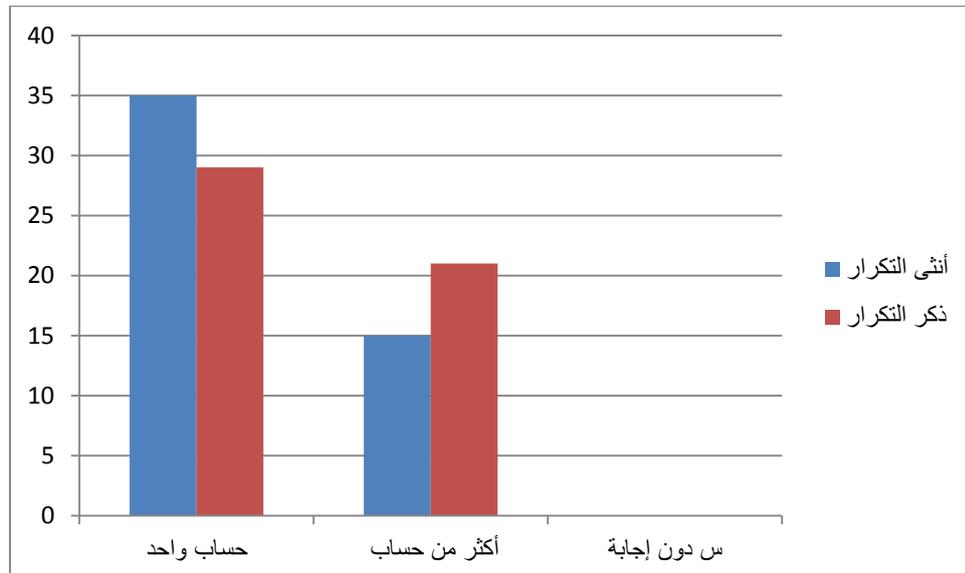
منذ متى تستخدم شبكة الانترنت	التكرار	ن %
أقل من سنة إلى سنتين	46	46%
من 3-4 سنوات	42	42%
من 4 سنوات فما فوق	12	11%
المجموع	100	100%

الجدول رقم 02 الموضح أعلاه يبين أن أكثر من نصف المبحوثين بدأوا يستخدمون الموقع منذ أقل من سنة إلى سنتين بنسبة 46% وتليهم نسبة 42% يستخدمونه من 3 - 4 إلى 4 سنوات في حين يستخدمه من 4 سنوات فما فوق بنسبة 12%، وقد يعود سبب استخدام أغلب المبحوثين للفييس بوك في السنوات الأخيرة ربما إلى تنوع أدوار الفييس بوك و خدماته مما جعله يستقطب العديد من التلاميذ، إذ تعد شبكة التواصل الاجتماعي الفييس بوك وسيلة اتصال و نقل المعلومات، انتشر استخدامها بصورة مذهلة في السنوات الأخيرة بسبب طبيعتها الديناميكية.

الجدول رقم 03: توزيع مفردات البحث حسب عدد الحسابات التي يمتلكها على شبكة الفيس بوك

المجموع		أنثى		ذكر		كم لديك من حساب على الفيس بوك الجنس
ن%	التكرار	ن %	التكرار	ن %	التكرار	
63%	64	70%	35	58%	29	حساب واحد
37%	36	30%	15	42%	21	أكثر من حساب
00%	0	0%	0	0%	0	س دون إجابة
100%	100	100%	50	100%	50	المجموع

الجدول رقم 03 عدد الحسابات التي يمتلكها على شبكة الفيس بوك، بحيث تبين من خلال الجدول المبين أعلاه أن 29 مفردة أي 58% يمتلكون حساب واحد فقط عبر الفيس بوك بالنسبة للذكور و 70% بالنسبة للإناث، أما النسبة المتبقية فهي نسبة متقاربة بين الفئتين ب 42% ذكور و 30% إناث الذين يمتلكون أكثر من حساب، ويفسر هذا على أن أغلب التلاميذ سواء الذكور أو الإناث يفضلون حساب واحد في موقع التواصل الاجتماعي الفيس بوك.*



الجدول رقم 04 : توزيع مفردات البحث حسب مكان استخدامك لشبكة الفيس بوك :

مكان استخدامك لشبكة الفيس بوك	التكرار	ن %
البيت	39	39%
مقهى الانترنت	06	06%
ساحة الثانوية	02	02%
مكتبة الثانوية	01	01%
أيما تتواجد الانترنت	52	52%
مكان آخر أذكره	00	00%
المجموع	100	100%

من خلال الجدول رقم 04 المبين أعلاه أن 52% من أفراد العينة يتصفحون الفيس بوك أيما تتواجد الانترنت وهذا ما يفسر أن جل أفراد العينة يتواصلون في أي مكان فالمكان لا يعني لهم عائق بحيث يملكون خدمة الجيل الثالث التي توفرها لهم شركات الاتصالات للهاتف النقال ، تليها نسبة 39% وهم من يرتادون عليها في البيت أما 6% يفضلون التصفح في مقهى الانترنت، أما النسب المتبقية فهي ضعيفة جدا في ساحة الثانوية 2% وفي مكتبة الثانوية 1% ، ومن هنا نفسر أن بفضل خدمة الجيل الثالث و الجيل الرابع التي سهلت عملية التواصل في أي مكان و أي وقت بسهولة.

الجدول رقم 05 : توزيع مفردات البحث حسب فترة استخدامك للفيس بوك :

فترة استخدام الفيس	الجنس		أنثى		مجموع	
	التكرار	ن %	التكرار	ن %	التكرار	ن %
الفترة الصباحية	01	02%	00	00%	01	01%
الفترة المسائية	17	34%	26	52%	43	43%
فترة الظهيرة	06	12%	05	10%	11	11%
في أي وقت	26	52%	19	38%	45	45%
دون إجابة	00	00%	00	00%	00	00%
المجموع	50	100%	50	100%	100	100%

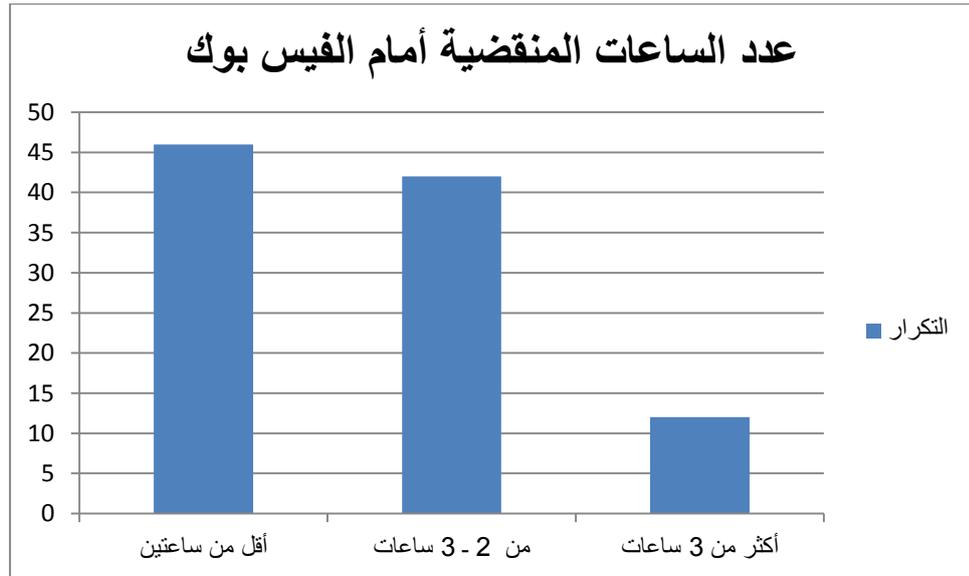
يتضح لنا من خلال الجدول رقم 05 أعلاه أن أغلب أفراد العينة يفضلون تصفح صفحة الفيس بوك الخاصة بهم في أي وقت خاصة فئة الذكور بعدد 26 مفردة أي بنسبة 52% على عكس الإناث بنسبة 38%، أما من يستخدمونه في الفترة المسائية فنجد أن نسبة الإناث هم الأكثر بنسبة 52% أما الذكور بنسبة 34%، تليها فترة الظهيرة ب 12% ذكور و 10% إناث و أخيرا الفترة الصباحية بنسبة 2% ذكور ونسبة 0% فكانت

للإثبات ويفسر ذلك بأن استخدام الفيس بوك في أي وقت كان بنسبة كبيرة من طرف أفراد العينة يرجع إلى ملائمة هذه الفترة تصفح الموقع، الآن هذه الفترة يكون فيها الشخص متفرغ و غير مرتبط بالدراسة أو أي أشياء أخرى، وهي كذلك الفترة المناسبة لجميع المستخدمين للفيس بوك للجلوس أمام الحاسوب قصد التواصل.

الجدول رقم 06 : توزيع مفردات البحث حسب عدد الساعات التي تقضيها أمام شبكة الأنترنت :

عدد الساعات التي يقضيها امام شبكة الانترنت	التكرار	ن%
أقل من ساعتين	46	46%
من 2 - 3 ساعات	42	42%
أكثر من 3 ساعات	12	12%
المجموع	100	100%

نلاحظ في الجدول أعلاه أن نسبة التلاميذ الذين يفضلون الجلوس أمام شبكة الأنترنت أقل من ساعتين ب46% أي ما يعادل 46 مفردة و هي نسبة متقاربة مع التلاميذ الذين يفضلونها من 2 - 3 ساعات المقدر ب 42%، و أخيرا 12% و هي الأقل نسبة سجلت عند التلاميذ الذين يفضلونها أكثر من 3 ساعات، وقد يعود سبب تفضيلهم الجلوس أمام شبكة الأنترنت أقل من ساعتين إلى ضيق الوقت و انشغالهم بالدراسة و تركيزهم على امتحانات شهادة البكالوريا.



الجدول رقم 07 : توزيع مفردات البحث حسب الوسيلة التي تتواصل بها عبر الفيس بوك:

المجموع		أنثى		ذكر		الجنس الوسيلة التي تتواصل بها
ن%	التكرار	ن%	التكرار	ن%	التكرار	
58%	58	52%	26	64%	32	الهاتف الذكي
24%	24	28%	14	20%	10	جهاز الكمبيوتر
18%	18	20%	10	16%	8	اللوحة الإلكترونية
100%	100	100%	50	100%	50	المجموع

من خلال ملاحظتنا للنسب الظاهرة فب الجدول رقم 07 أعلاه يمكننا ملاحظة أن الهاتف الذكي هو الوسيلة الأكثر استخداما بنسبة مقدرة ب64% ذكور و 52% إناث، يليها جهاز الكمبيوتر ب20% ذكور و نسبة 28% إناث، و أخيرا اللوحة الإلكترونية ب16% ذكور و 20% إناث، يعود استخدام الهاتف الذكي إلى سهولة حملة إلى أي مكان بالإضافة إلى سهولة استخدامه بفضل التطبيقات الموجودة فيه تسهل على الفرد عملية التواصل عبر شبكة الفيس بوك و الشبكات الأخرى.

المحور الثاني : أساليب التواصل عبر شبكة الفيس بوك

الجدول رقم 01 : توزيع مفردات البحث حسب أسباب استخدامك للفيس بوك

سبب استخدامك للفيس بوك	التكرار	ن %
من أجل التواصل مع الأصدقاء و الأهل	41	41%
من أجل التعارف	30	30%
من أجل التسلية و الترفيه	26	26%
سبب آخر اذكره	3	3%
المجموع	100	100%

الجدول رقم 02: الخاص بالسؤال المفتوح حول أسباب استخدامك للفيس بوك

أسباب أخرى	التكرار	ن %
من أجل الدراسة	2	2%
من أجل الارتباط وخلق علاقات غرامية	1	1%
المجموع	3	100%

من خلال الجدول رقم 01 أعلاه نجد أن أغلبية أفراد العينة يستخدمون موقع الفيس بوك بدافع التواصل مع الأصدقاء و الأهل بنسبة تقدر ب41%، ونسبة 30% بالنسبة للذين يستخدمونه من أجل التعارف، أما من أجل التسلية و الترفيه قدرت ب26%، و أما النسبة المتبقية و المقدر نسبتها ب3% هي لأسباب أخرى و التي جاءت في الجدول

رقم 2 وهي من أجل الدراسة والتي سجلت عند الإناث، أما الذكور فبدافع الارتباط و خلق علاقات غرامية، وبهذا يعتبر الفيس بوك موقع اتصالي بالدرجة الأولى بين الأهل و الأصدقاء فقد تراجع الفرد عن الزيارات و اكتفى بالرسائل النصية عبر الفيس بوك و هذا ما بدل من صورة الأسرة التي تعيش في البيت الواحد و أصبح كل فرد منشغل بعالمه الخاص به.

الجدول رقم 03 : توزيع مفردات البحث حسب الأساليب التي تعتمدها في التواصل مع الاصدقاء في الفيس بوك

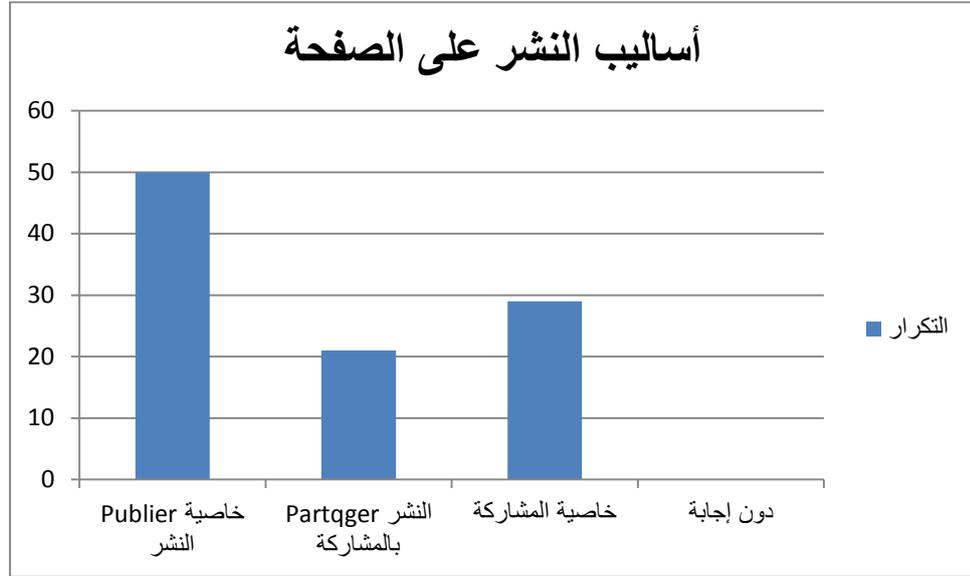
المجموع		أنثى		ذكر		الجنس الأسلوب الذي تعتمده
% ن	التكرار	% ن	التكرار	% ن	التكرار	
27%	27	22%	11	32%	16	الفيديو
15%	15	08%	04	22%	11	التسجيل الصوتي
58%	58	70%	35	46%	23	النص
00%	00	00%	00	00%	00	دون إجابة
100%	100	100%	50	100%	50	المجموع

الجدول رقم 03 يوضح الاسلوب الذي يعتمده في التواصل حيث تبين من خلال هذا الجدول أن نسبة التواصل بالنص 46% ذكور و بنسبة 70% سجلت عند الإناث، في حين نسبة التواصل بالفيديو 32% ذكور و 22% إناث، أما التسجيل الصوتي عند الذكور كان بنسبة 22% و 08 إناث، أما فيما يخص دون إجابة فلم نسجل أي نسبة، ويرجع اختيار النص بنسبة كبيرة ربما لأنه يتيح مجال اكبر للتعبير، أما الفيديو يوصل الفكرة دون عناء الكتابة التي يراها البعض ربما للوقت.

الجدول رقم 04 : توزيع مفردات البحث حسب أساليب النشر على الصفحة

% ن	التكرار	أساليب النشر على الصفحة
50%	50	خاصية النشر Publier
21%	21	النشر بالمشاركة Partqger
29%	29	خاصية المشاركة
0%	0	دون إجابة
100%	100	المجموع

يشير الجدول رقم 04 أعلاه إلى أساليب النشر على الصفحة، حيث قدر عدد التلاميذ الذين يستخدمون خاصية النشر ب50% والنشر بالمشاركة ب21%، و أخيرا نسبة 29% بالنسبة لخاصية المشاركة، في حين لم نسجل أي نسبة دون إجابة، وهنا نستنتج أن التلاميذ متفاعلين مع هذا الموقع من خلال خاصية النشر و هذا ما يؤكد أن الفيس بوك منصة لإيصال الافكار و الآراء الخاصة بهم أما بالنسبة للمشاركة من أجل الافادة أو إيصال فكرة إعجابه إلى بقية أصدقائه.



الجدول رقم 05 : توزيع مفردات البحث حسب كيفية التعامل مع المضامين التي تهتمك (اختر حسب الأكثر استخداما)

المجموع		أنثى		ذكر		الجنس المضامين التي تهتمك
% ن	التكرار	% ن	التكرار	% ن	التكرار	
50%	50	62%	31	38%	19	إعجاب J'aime
22%	22	16%	08	28%	14	تعليق Commenter
07%	07	06%	03	08%	04	مشاركة Partager
13%	13	10%	05	16%	08	الإشارة Identifier
08%	08	06%	03	10%	05	أكتفي بالاطلاع
00%	00	00%	00	00%	00	دون إجابة
100%	100	100%	50	100%	50	المجموع

يبين الجدول رقم 05 أعلاه كيفية التعامل مع المضامين التي تهتمك، حيث سجلت أكبر نسبة مقدرة بـ 50% إعجاب ونسبة 22% تعليق وتقابلها نسبة 13% الإشارات، في حين كانت النسبة متقاربة بين المشاركة بـ 07% و الاكتفاء بالاطلاع بـ 08%، ويفسر هذا أن أغلب التلاميذ يفضلون زر الإعجاب و هذا ربما راجع إلى أنه زر لا يتطلب وقت مقارنة بالتعليق فهو إحصار للاهتمام بالمنشور أو ربما للاطلاع عليه، أما من يفضلون التعليق ربما راجع إلى أنه يحمل فكرة التفاعل مع المنشور.

الجدول رقم 06 : توزيع مفردات البحث حسب اللغة التي تفضل التواصل بها

اللغة التي تفضل التواصل بها	التكرار	ن %
العربية	25	25%
الفرنسية	37	37%
الإنجليزية	9	9%
مزيج من اللغات	19	19%
لغة أخرى أذكرها	10	10%
المجموع	100	100%

الجدول رقم 07 : الخاص بالسؤال المفتوح حول لغات أخرى تفضل التواصل بها

لغة أخرى	التكرار	ن %
الدارجة	05	50%
الإسبانية	04	40%
الألمانية	01	10%
المجموع	10	100%

يتضح من خلال نتائج الجدول أعلاه أن اللغة التي يعتمد عليها تلاميذ الثانوي للتواصل في الفيس بوك هي اللغة الفرنسية بنسبة 37%، ثم اللغة العربية بنسبة 25% لدى تلاميذ آداب و فلسفة تليها مزيج من اللغات بنسبة 19%، في حين قدرت اللغة الإنجليزية بنسبة 9%، و قد سجلت نسبة 10% للذين يستخدمون لغة أخرى فمنهم من يفضل الدارجة بنسبة 50%، ومنهم من يفضل الإسبانية بنسبة 40%، والألمانية بنسبة 10%، لدى تلاميذ لغات أجنبية ونفسر هذا بأن أغلب التلاميذ يفضلون اللغة الفرنسية و هذا راجع ربما إلى لوحة المفاتيح الموجودة في الكمبيوتر أو الهاتف النقال و ربما راجع إلى لغات التخصص، .

الجدول رقم 08 : توزيع مفردات البحث حسب الاعتماد على الاختصارات داخل غرف المحادثة في الفيس بوك

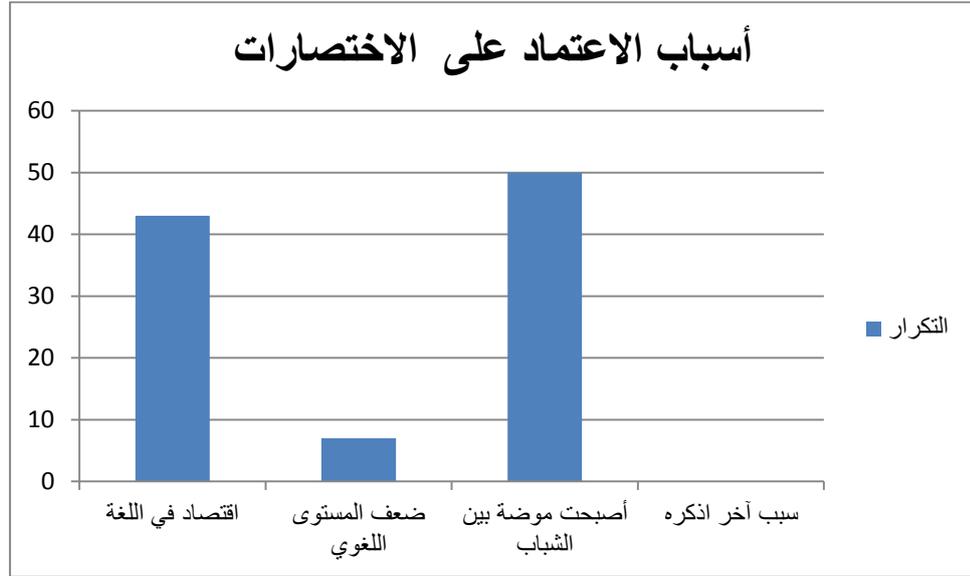
المجموع		أنثى		ذكر		الجنس الاعتماد على الاختصارات
النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	
47%	47	44%	22	50%	25	دائما
22%	22	22%	11	22%	11	نادرا
31%	31	34%	17	28%	14	أحيانا
00%	00	0%	0	0%	0	دون إجابة
100%	100	100%	50	100%	50	المجموع

يشير الجدول رقم 08 أعلاه إلى الاعتماد على الاختصارات داخل غرف الدردشة، حيث قدر عدد التلاميذ الذين يستخدمون الاختصارات أحيانا بنسبة ب31%، ونسبة الذين يستخدمونها دائما ب47% و هي أكبر نسبة، وبالمقابل قدرت نسبة 22% للذين يستخدمونها بصفة نادرة، و على هذا الأساس فإن استخدام الاختصارات عملية التواصل داخل غرف الدردشة أمرا سهلا وسريعا بالنسبة لتلاميذ الثانوي سواء فئة الذكور أو الإناث

جدول رقم 09 : توزيع مفردات البحث حسب أسباب اعتمادك على هذه الاختصار

النسبة %	التكرار	أسباب اعتمادك على هذه الاختصارات
43%	43	اقتصاد في اللغة
07%	07	ضعف المستوى اللغوي
50%	50	أصبحت موضة بين الشباب
00%	00	سبب آخر انكره
100%	100	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول رقم 09 أعلاه أن سبب اعتماد التلاميذ على هذه الاختصارات أنها أصبحت موضة بين الشباب بنسبة 50%، و هذا يعود الى تبنيهم نمط لغوي جديد حتى يواكبون ما هو موجود بين الشباب، بينما من يعتمدها لأنها اقتصاد في اللغة قدرت ب43%، تليها نسبة 07% من يستخدمونها بسبب المستوى اللغوي لديهم، هذا راجع الى أن اغلب المبحوثين لا يمكنهم التصريح بضعفهم في المستوى اللغوي، في حين لم نسجل أي أسباب أخرى،



المحور الثالث: استخدامات الأيقونات التعبيرية والإشباع المحققة

الجدول رقم 01 : توزيع مفردات البحث حسب عادات استخدام الرموز التعبيرية في التواصل عبر شبكة الفيس بوك

المجموع	أنثى		ذكر		الجنس درجة الاعتماد على الرموز	
	التكرار	% ن	التكرار	% ن		
30%	30	24%	12	36%	18	غالباً
48%	48	50%	25	46%	23	أحياناً
22%	22	26%	13	18%	9	نادراً
00%	00	0%	0	0%	0	دون إجابة
100%	100	100%	50	100%	50	المجموع

يشير الجدول رقم 01 إلى عادات استخدام التلاميذ الرموز التعبيرية في الفيس بوك، حيث قدر عدد التلاميذ الذين يستخدمونها أحياناً بنسبة 22%، تليها نسبة 48% وهي أكبر نسبة هم من يستخدمونها بصفة دائمة، وأخيراً نسبة 30% غالباً، وعليه فإن الرموز التعبيرية تستخدم بشكل كبير من طرف (الذكور و الإناث) وهذا لأنها تعبر عن أفكارهم بالإضافة إلى أنها تعبر عن الحالات المزاجية التي يمر بها الفرد.

الجدول رقم 02 : توزيع مفردات البحث حسب هل تجد صعوبة في التواصل من خلال استخدامك هذه الأيقونات

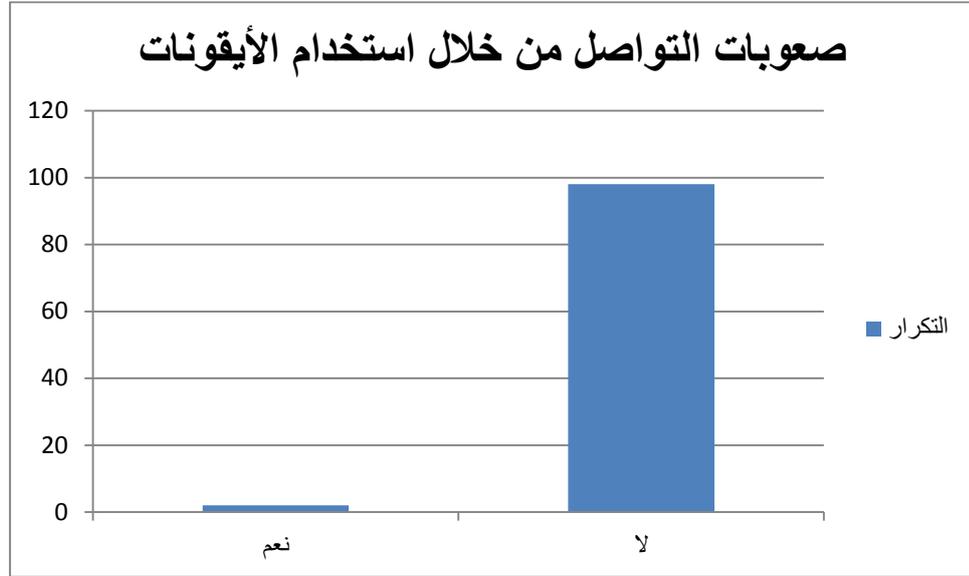
هل تجد صعوبة في التواصل من خلال استخدامك هذه الأيقونات	التكرار	ن %
نعم	02	02%
لا	98	98%
المجموع	100	100%

يوضح الجدول رقم 02 أعلاه أن نسبة عالية من التلاميذ تقدر بـ 98% من لا يجدون صعوبة في التواصل من خلال استخدام هذه الأيقونات، فيما تقابلها نسبة مقدرة بـ 02% من يقولون نعم، ويفسر هذا أن أغلب التلاميذ سواء إناث أو ذكور لا يجدون صعوبة في استخدام هذه الأيقونات في الفيس بوك وهذا لانهم تعودوا عليها و أصبحت جزءا من نمطهم التواصلية يتبادلونها بينهم دون أي مشكلة

الجدول رقم 03 : توزيع مفردات البحث حسب الاستخدام لهذه الأيقونات

السبب		الجنس		ذكر		انثى		المجموع	
				التكرار		ن %		التكرار	
				ن %		ن %		ن %	
ربح الوقت في الرد		16		32%		23		46%	
الهروب من القواعد اللغوية		06		12%		02		04%	
الإعجاب بها		10		20%		11		22%	
تدعيم النص		18		36%		14		28%	
سبب آخر ذكره		00		00%		00		00%	
المجموع		50		50%		50		50%	

من خلال الجدول رقم 03 أعلاه نجد أن أغلبية أفراد العينة يستخدمون هذه الأيقونات من أجل ربح الوقت بنسبة 39%، تليها نسبة 32% عند التلاميذ الذين يستخدمونها لتدعيم النص، أما نسبة 21% يستخدمونها لأنهم معجبين بها، وأخيرا نسبة 08% يستخدموها للهروب من القواعد اللغوية، في حين لم تسجل أي سبب آخر، ونفس استخدام هذه الأيقونات لأنها توضح المعنى أكثر لأنهم لا يستطيعون الاعتماد الرموز اللفظية لوحدها فهم يعجزون في كثير من الحالات عن إيصال معانيهم و أفكارهم و انشغالاتهم للأخرين، وبالتالي يستخدمون إلى جانب هذا الرموز التعبيرية لإثراء الرسائل.



الجدول رقم 04 : توزيع مفردات البحث حسب الرموز التي تستخدمها بكثرة

المجموع		أنثى		ذكر		الرموز التي تستخدمها
% ن	التكرار	% ن	التكرار	% ن	التكرار	
19%	19	16%	08	22%	11	
08%	08	06%	03	10%	05	
36%	36	30%	15	42%	21	
25%	25	30%	15	20%	10	
12%	12	18%	09	06%	03	رمز آخر أذكره
00%	00	00%	00	00%	00	دون إجابة
100%	100	50%	50	50%	50	المجموع

الجدول 05 : الخاص بالسؤال المفتوح حسب رموز أخرى تستخدمها بكثرة

رموز أخرى	التكرار	ن %
	7	7%
	1	1%
	3	3%
	1	1%
المجموع	12	100%

يشير الجدول رقم 05 أعلاه إلى الرموز التي تستخدمها بكثرة في الفيس بوك حيث قدر عدد التلاميذ الذين يستخدمون الرمز رقم 01 (وجه يضحك بالدموع) بنسبة 19%، يليه الرمز رقم 02 (وجه غاضب يخرج الدخان من أنفه) بنسبة 08%، والرمز رقم 03 (وجه بقبل على شكل قلب) بنسبة 36%، أما الرمز الأخير رقم 04 (وجه ضاحك يخرج لسانه)، في حين سجلت نسبة مقدرة بـ 12% بالنسبة لرموز أخرى المتمثلة في رمز القلب بنسبة 07%، و رمز الوجه الغاضب بنسبة 01%، و رمز الوجه الخجول بنسبة 03%، ويليه وجه يبكي بالدموع بنسبة 01%، نستنتج أن الرموز التعبيرية لاقت قبول كبير من قبل تلاميذ الثانوية بحيث سهلت عليهم عملية التواصل و كذلك التعبير عن حالتهم النفسية.

الجدول رقم 06 : توزيع مفردات البحث حسب الاعتماد على الرموز التعبيرية بكثرة

المجموع		أنثى		ذكر		الجنس تعتمد على الرموز بكثرة في
%ن	التكرار	% ن	التكرار	% ن	التكرار	
53%	53	60%	30	46%	23	المحادثة
30%	30	30%	15	30%	15	التعليق
17%	17	10%	05	24%	12	المشاركة
00%	00	0%	00	00%	00	دون إجابة
100%	100	50%	50	50%	50	المجموع

من خلال العينة المدروسة يتبين لنا أن الأغلبية يعتمدون على الرموز في المحادثة بنسبة 53%، بينما التعليق بنسبة 30%، تليها نسبة 17% يعتمدون على المشاركة، في حين لم نسجل أي سبة بدون إجابة، و يمكن إرجاع سبب اعتماد التلاميذ الرموز التعبيرية بكثرة في المحادثات لأنها أكثر الوظائف التواصلية الممارسة على مواقع التواصل الاجتماعي وأنها مناسبة أثناء التواصل مع الآخر الذي قد يكون في بعض الاحيان من ثقافة مختلفة

جدول رقم 07 : توزيع مفردات البحث حسب استخدام الرموز التعبيرية خارج فضاء الفيس بوك

المجموع		أنثى		ذكر		الجنس تستخدم الرموز خارج فضاء الفيس بوك
%ن	التكرار	%ن	التكرار	% ن	التكرار	
04%	04	08%	04	00%	00	نعم
96%	96	92%	46	100%	50	لا
00%	00	00%	00	00%	00	دون إجابة
100%	100	100%	50	100%	50	المجموع

الجدول رقم 08 : الخاص بالسؤال المفتوح حسب استخدام الرموز التعبيرية خارج فضاء الفيس بوك

نعم	التكرار	ن %
أستعملها في ملامح الوجه	1	1%
أكسيسوارات	1	1%
في مواقع تواصل اجتماعية أخرى	2	2%
المجموع	4	100%

يتضح لنا من خلال الجدول رقم 08 أن أغلب أفراد العينة لا يستخدمون الرموز التعبيرية خارج فضاء الفيس بوك بنسبة 96%، أما نسبة 04% للذين يستخدمونها خارج فضاء الفيس بوك وكانوا كلهم إناث، فمنهن من تستخدمنها في ملامح وجوههن بنسبة 01%، وهذا ما يدل على أنها أثرت بشكل كبير الى درجة تبني هذه الملامح في أرض الواقع، و منهن من يفضلنها كأكسيسوارات في رسومات ملابسهن بنسبة 01%، و منهن من يستخدمنها في مواقع تواصل اجتماعية أخرى مثل الأنستيغرام و الفيبير بنسبة 04% وهذا لأنه أصبح فيه من يتاجر بهذه الرموز من خلال طبعها في الملابس و السيارات و حتى الأفرشة مما يؤدي الى ترويجها بين المستخدمين

الجدول رقم 09: توزيع مفردات البحث حسب هل ترى أن الرموز التعبيرية أخذت مكان اللغة

المجموع		أنثى		ذكر		الجنس
ن %	التكرار	ن %	التكرار	ن %	التكرار	هل أخذت الرموز مكان اللغة
54%	54	42%	21	66%	33	نعم
46%	46	58%	29	34%	17	لا
00%	00	00%	00	00%	00	دون إجابة
100%	100	100%	50	100%	50	المجموع

يوضح الجدول رقم 09 أن 54% من عينة الدراسة يرون بأن الرموز التعبيرية أخذت مكان اللغة، مما يفسر وعي المستخدمين بالآثار التي قد تخلفها على مستوى استخدام اللغة بالمقابل نسبة 46% فلا يرون أن هذه الرموز تشكل تهديد للغة، و انه لا يمكنهم الاستغناء عن اللغة.

الجدول رقم 10: توزيع مفردات البحث حسب درجة الرضى عن هذه الأيقونات داخل شبكة الفيس بوك

درجة الرضى	التكرار	ن%
نعم	93	93%
لا	07	07%
المجموع	100	100%

الجدول رقم 11: خاص بالسؤال المفتوح حسب درجة الرضى

المجموع	لا		نعم		درجة الرضى
	ن%	تكرار	ن%	التكرار	
93%			30%	30	التعبير عن المشاعر
			45%	45	سهولة الاستخدام
			18%	18	الرضى في اختصار الوقت في الرد
07%	04%	04			عدم الرضى عنها
	03%	03			عدم الرضى لان فيها ازعاج و عدم التقدير من الطرف المرسل
100%	100				المجموع

من خلال الجدول رقم 10 و 11 أعلاه يتبين لنا أن أكبر نسبة هم من قالو نعم، و المقدره في النسب التالية الموزعة كالاتي: سهولة استخدامها بنسبة 45%، والتعبير عن المشاعر بنسبة 30%، و من هم راضون عنها لأنها تختصر الوقت في الرد بنسبة 18%، فيما يقابلها عدم الرضى المحصورة في الإجابات التالية: لا أحبها بنسبة 04%، و أخيرا

ليست في مستوى الإجابة بنسبة 03% و يترجم هذا الرضى في سهولة استخدام الرموز في التعبير عن افكارهم بالإضافة الى انها قادرة عن ايصال مشاعرهم دون عناء الكتابة كما انها رموز عالمية تخطت الحدود الجغرافية و اللغوية بين المستخدمين.

2 - الجداول المركبة:

الجدول رقم 12: جدول مركب بين متغير الجنس وعدد حسابات الفيس بوك ومدة استخدامك للفيس بوك

المجموع	أنثى				ذكر				المتغيرات		
	أكثر من حساب		حساب واحد		أكثر من حساب		حساب واحد				
	التكرار	% ن	التكرار	% ن	التكرار	% ن	التكرار	% ن			
	59	59%	13	87%	24	68%	10	48%	12	41%	أقل من سنة
	34	34%	02	13%	10	29%	09	43%	13	45%	من 3-4 سنوات
	07	07%	00	00%	01	03%	02	09%	04	14%	أكثر من 4 سنوات
	100	100%	15	100%	35	100%	21	100%	29	100%	المجموع
	معامل التوافق=0,145		مستوى المعنوية=0,001		درجة الحرية=1		كاري ² =14,10				

توضح نتائج الجدول رقم 12 أن 87% من الإناث اللواتي لديهن أكثر من حساب في أقل من سنة، فيما الذكور من نفس الفئة ب48%، تليها نسبة 68% إناث من لديهن حساب واحد في أقل من سنة، و نسبة 41% ذكور من نفس الفئة يستخدمونه في أقل من سنة أما 45% من الذكور و 29% من الإناث الذين يستخدمون الفيس بوك من 3-4 سنوات و لديهم حساب واحد، في المقابل نسبة الذكور الذين لديهم أكثر من حساب في فترة 3-4 سنوات مقدرة ب43%، فيما الإناث من نفس الفئة بنسبة 13%، وفي الأخير نسبة 14% ذكور من لديهم حساب واحد في أكثر من 04 سنوات تليها نسبة الإناث من نفس الفئة مقدرة ب03% لاستخدام الفيس بوك في أكثر من 04 سنوات ، ونسبة 09% ذكور تقابلها نسبة 00% إناث من لديهم أكثر من حساب في أكثر من 04 سنوات.

تبين نتائج كاي² الى وجود علاقة بين المتغيرين ، حيث بلغت قيمة كاي² المحسوبة في الجدول (14,10) عند درجة حرية = 01، ومستوى المعنوية (0,001)، ومعامل توافق

0,145 وهو مستوى دال احصائيا يشير الى وجود علاقة بين المتغيرين ويتضح من خلال العلاقة طردية بين المدة التي يستخدم فيها المبحوث الفيس بوك مع عدد الحسابات ما يعني أن الفرد المبحوث دقاء جديد إلى فتح حساب آخر كتعبير عن ملله من الحساب الأول أو بهدف اكتشاف محيط أصدقاء جديد بهوية حقيقية أو مزيفة ، وقد يعود تبني من هم أقل فترة في الفيس بوك إلى امتلاك حسابات أخرى إلى قلة خبرتهم في التعامل مع ذه الشبكة

الجدول رقم 13: جدول مركب بين متغير الجنس و عدد الساعات التي تقضيها أمام شبكة الإنترنت و درجة اعتمادك على الرموز التعبيرية في التواصل من خلال استخدامك هذه الأيقونات

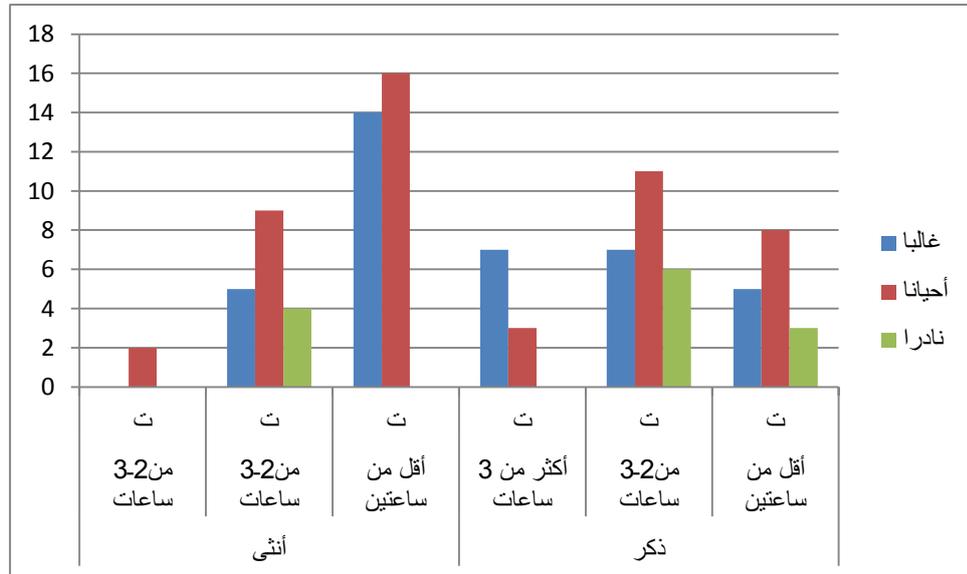
المتغيرات	ذكر						أنثى						المجموع	
	أقل من ساعتين		من 3-2 ساعات		أكثر من 3 ساعات		أقل من ساعتين		من 3-2 ساعات		من 3-2 ساعات			
	ن	ت	ن	ت	ن	ت	ن	ت	ن	ت	ن	ت		
غالباً	05	31%	07	29%	07	70%	14	47%	05	28%	00	00%	38	38%
أحيانا	08	50%	11	46%	03	30%	16	53%	09	50%	02	100%	49	49%
نادرا	03	19%	06	25%	00	00%	00	00%	04	22%	00	100%	13	13%
المجموع	16	100%	24	100%	10	100%	30	100%	18	100%	02	100%	100	100%
كاري-2) 13.44 درجة الحرية=1 مستوى المعنوية = 0.001 معامل التوافق=1443.0														

توضح نتائج الجدول رقم 13 أن 70% ذكور الذين يستخدمون الرموز التعبيرية غالباً أكثر من 3 ساعات، فيما الإناث من نفس الفئة ب00%، ونسبة 29% ذكور من 3-2 ساعات، بينما الإناث بنسبة 28% وهي نسبة متقاربة جداً، في المقابل نجد من يستخدمها غالباً ذكور أقل من ساعتين ب31%، ونجدها عند الإناث من نفس الفئة ب47%، تليها نسبة 50% ذكور و 53% إناث من يستخدمون الرموز التعبيرية في التواصل عبر شبكة الفيس بوك أحيانا أقل من ساعتين، وكذلك نسبة 46% ذكور و 50% إناث من يستخدمونها أحيانا من 3-2 ساعات، بالإضافة إلى النسبة المقدرة ب30% ذكور و 100% إناث من يستخدمونها أحيانا أكثر من 3 ساعات، تليها فئة أقل من ساعتين ذكور بنسبة 19% من يستخدمون الرموز نادراً، وكذلك نسبة الإناث من نفس الفئة ب00% ، ونسبة 25% ذكور و 22% إناث من يستخدمونها نادراً من 3-2

ساعات و في الأخير نسبة 00% ذكور و 100% إناث من نفس الفئة وهي أكثر من 3 ساعات يستخدمون الرموز التعبيرية نادرا

تبين نتائج اختبار كا² الى وجود علاقة بين المتغيرين ، حيث بلغت قيمة كا² المحسوبة في الجدول ، (13,44) عند درجة حرية = 01 ، ومستوى المعنوية (0,001) ،

ومعامل توافق 0,1443 وهو مستوى دال إحصائيا يشير الى وجود علاقة بين المتغيرين من خلال العلاقة طردية بين عدد الساعات التي يقضيها المبحوث في الفيس بوك مع درجة الاعتماد على الرموز التعبيرية ما يعني أن الفرد المبحوث يلجأ الى استخدام هذه الرموز التعبيرية نظرا لوجود ما يبحث عنه المستخدم لها من إمكانية إيصال فكرته بتجاوز المعنى اللغوي المباشر بالإضافة الى أنها تؤكد المعنى وتقوي الرسالة وبهذا تسهل عملية الاتصال



الجدول رقم 14: جدول مركب بين متغير السن و الجنس ودرجة الصعوبة في التواصل من خلال استخدامك هذه الأيقونات

المجموع		أنثى				ذكر				المتغيرات	
		من 1920		من 18-17		من 20-19		من 18-17			
%ن	التكرار	%ن	التكرار	%ن	التكرار	%ن	التكرار	%ن	التكرار		
02%	02	00%	00	00%	00	05%	02	00%	00	نعم	
98%	98	100%	03	100%	47	95%	40	100%	08	لا	
100%	100	100%	03	100%	47	100%	42	100%	08	المجموع	
مستوى المعنوية=0,117				درجة الحرية=(01)				كا ² =02,29			

توضح لنا نتائج الجدول رقم 14 أن نسبة 05% ذكور في سن 20-19 الذين يجدون صعوبة في التواصل من خلال هذه الأيقونات، في حين تقابلها نفس الفئة إناث بنسبة 00%، تليها نسبة متساوية مقدرة ب00% من نفس الجنسين في سن 18-17 وبنفس درجة الصعوبة، أما من لا يجدون صعوبة في التواصل من خلال هذه الأيقونات نجد نسبة 100% لكلا من الجنسين في سن 18-17 ، وكذلك نجد نسبة متقاربة بين الذكور بنسبة 95% و الإناث 100% في سن 20-19 .

توصلنا من خلال نتائج كا² لدراسة العلاقة بين المتغيرات في الجدول اعلاه، الى عدم وجود علاقة بين المتغيرين ذلك أن قيمة كا² المحسوبة (02,29) عند درجة الحرية تساوي واحد(01)، و مستوى المعنوية يساوي 0,117، و هو مستوى غير دال إحصائيا يشير الى عدم وجود علاقة بين المتغيرين السابق ذكرهما.

نتائج الدراسة:

توصلت الدراسة النظرية إلى أن شبكات التواصل الاجتماعي التي تستأثر بقبول و تجاوب الكثير من الناس و في جميع أنحاء العالم تطرح العديد من القضايا، لا سيما أنها تتيح للمستخدم فضاء آخر للتفاعل ضمن مجتمع افتراضي، الامر الذي الدفع بتلاميذ الثانوي أن يجعلوا من هذا الموقع حلقة وصل بينهم وبين طرق الاتصال بأقل جهد ، وكذلك من أجل التواصل مع الأهل و الاصدقاء بسهولة، و بهذا يمكننا القول أن شبكات التواصل الاجتماعي ساهمت بشكل كبير في تسهيل المهمة على تلاميذ الثانوي في اكتساب المعارف والخبرات وهذا حسب ما صرح به التلاميذ اثناء توزيعنا للاستمارة اين اعتمدنا على توزيعها بالمقابلة.

بعد تطبيق أداة الدراسة الميدانية و تحليل الاستمارة في الإشكالية و التي تمثلت في :

تشير نتائج الدراسة أن الموقع كشفت الدراسة التي قمنا بها و التي تدور حول أثر استخدام الرموز التعبيرية في موقع التواصل الاجتماعي - الفيس بوك - كنموذج على الممارسة اللغوية لدى تلاميذ الثانوي، توصلنا إلى جملة من النتائج ساهمت في الاجابة على التساؤلات المقترحة يؤثر نوعا ما على تلاميذ الطور الثالث ، و أن التأثير كان إيجابي بالدرجة الأولى، كما تبين لنا الدراسة أن أغلب التلاميذ يستخدمونه من أجل التواصل مع الأهل و الأصدقاء و البعض الآخر من أجل الدراسة و اكتساب المعارف

كما اتضح أن الموقع أثر على تفاعل المبحوثين مع محيطهم الاجتماعي في الواقع عما كان عليه في السابق بحيث أصبح معظمهم يبحرون في الموقع و يستغرقون وقتا فيه ما بين أقل من ساعتين إلى أكثر من 3 ساعات مما يجعلهم يعيشون عالما افتراضيا بحيث أتاح لهم الموقع ما كانوا يبحثون عنه

بينت نتائج الدراسة أن أغلب التلاميذ يستخدمون الرموز التعبيرية أثناء تواصلهم عبر الموقع الاجتماعي الفيس بوك، و هذا لاختصارهم للجهد و الوقت، فنتائج الدراسة أجابت عن التساؤل المتعلق ب ما هي الأسباب التي أدت بتلاميذ الثانوية إلى استخدام الرموز التعبيرية في المحادثات؟

تشير نتائج الدراسة إلى أن أغلب تلاميذ الثانوية يتداولون الرمز الوجه الضاحك بالدموع وهذا لأنه يعبر بصورة أكثر واقعية من الكلمات، فقد أجابت هذه النتائج عن التساؤل المتعلق ب ما هي الرموز الأكثر تداولاً بين التلاميذ؟

كما اتضح من نتائج الدراسة أن النسبة الغالبة من أفراد العينة تستخدم الرموز التعبيرية في الفيس بوك بحيث أصبح لها شعبية كبيرة من قبل التلاميذ و ذلك لسهولة استخدامها في التعبير عن الأفكار، كما تستخدمها لبساطتها و جاذبيتها، و هذه النتائج أجابت عن التساؤل التالي:

ما مدى إنشار الرموز التعبيرية بين التلاميذ؟

توصلت الدراسة إلى أن الأغلبية من أفراد العينة يعتبرون الرموز التعبيرية أداة تواصلية مناسبة، و هذا لكونها تجسد المعاني و الأفكار و المشاعر، و هذه النتائج أكدت و أجابت عن التساؤل التالي: ماهي الإشباعات المحققة جراء استخدام الرموز في موقع التواصل الاجتماعي - الفيس بوك - من قبل تلاميذ الثانوية؟

فيما يخص تأثير الرموز التعبيرية على اللغة فإن استخدامها يؤثر بشكل نسبي على اللغة، و هذا لأن معظم التلاميذ لا يمكنهم الاستغناء عن اللغة في التواصل، و هنا يمكننا القول أن التساؤل الذي يرى أثر تداول الإيموجي على المستوى اللغوي للتلميذ قد تحقق نسبيا في نتائج الدراسة لأن دوافع التأثير قد تتغير تبعا للجنس و السن.

خاتمة

لقد أصبح لشبكات التواصل الاجتماعي دور فعال في مختلف مجالات الحياة، حيث أصبحت عملية التواصل بين افراد المجتمع سهلة وفي متناول الجميع في اي مكان، ومن ايجابيات استخدام موقع التواصل الاجتماعي انها توجه خدمات لحاجيات الافراد و تعزيز او اصر التعاون، و فتح الابواب امام المتصفحين لاكتساب معارف و معلومات جديدة و قيمة .

و لقد حاولنا من خلال هذه الدراسة تسليط الضوء على بعض جوانب أثر استخدام تلاميذ الثانوي للرموز التعبيرية في موقع التواصل الاجتماعي الفيس بوك على الممارسة اللغوية، ولقد ركزنا على هذه الفئة لما تملكه من طاقات و امكانيات تؤهلها للعب دور فعال في وسط التعليمي و المجتمع.

و من المؤكد أن الفيس بوك قد احدث قفزة نوعية في مجال الاتصال و التواصل، حيث ظهرت لغة خاصة به من بينها الرموز التعبيرية التي شهدت انتشارا واسعا من حيث الاستخدام .

و قد وصلنا في دراستنا هذه أن الرموز التعبيرية تؤثر بشكل نسبي على اللغة، فأغلب التلاميذ لا يمكنهم الاستغناء عن اللغة كليا، فهم يستخدمون الرموز التعبيرية لإثراء الرسائل النصية، لهذا فهي تعتبر داعمة للغة .

و تبقى هذه الدراسة في الختام حلقة من حلقات البحث المتواصلة لاستكشاف العلاقة الجدلية بين الرموز التعبيرية و الممارسة اللغوية، ولا يمكننا القول اننا بلغنا نتائج عن كل ما يتعلق بالرموز التعبيرية عبر موقع التواصل الاجتماعي الفيس بوك، وما يمكننا قوله هو ان الرموز التعبيرية أثبتت وجودها الفاعل في التواصل عبر هذا المجتمع الافتراضي و قد أفرز استخدامها بعض السلبيات التي يجب الانتباه اليها خاصة في وسط الاجيال الحديثة، ولهذا لا يعني تقييد استخدامها في شبكات التواصل الاجتماعي إنما يجب ترشيد استعمالها و محاولة الاستفادة منها .

حيث حاولنا من خلال هذه الدراسة فقط استجلاء بعض جوانب تأثير الرموز التعبيرية في موقع التواصل الاجتماعي الفيس بوك على الممارسة اللغوية لدى تلاميذ ثانوية أكراف محمد، ممهدين السبيل لباحثين آخرين لاستكشاف مقاربات أخرى لم نتعرض لها في هذه الدراسة .

قائمة المراجع:

قواميس و المعاجم:

- 01- عصام نور الدين، معجم نور الين الوسيط عربي عربي، دار الكتب العلمية بيروت، دون ط، 2005.
- 02- قاموس لسان العرب لابن منظور، طبعة جديدة روجعت فيها جميع الشواهد القرآنية، دار الكتب العلمية، الجزء الرابع، 2009.
- 03- إبراهيم أنيس، معجم الوسيط الجزء الأول، دون بلد، ط2، دون سنة الكتب باللغة العربية:
- 04- أمال عميرات ، الاتصال الاجتماعي ((العمومي)) ، دار أسامة للنشر و التوزيع ، عمان - الأردن ، ط1 ، 2014
- 05- أحمد بن مرسل، مناهج البحث العلمي في علوم الاعلام و الاتصال، ديوان المطبوعات الجامعية، الساحة المركزية، الجزائر، ط3، 2007.
- 06- جبريل بن حسن العريشي، الشبكات الاجتماعية و القيم، رؤية تحليلية، الدار المنهجية للنشر و التوزيع، دون بلد، ط1، 2015.
- 07- جمال محمد أبو شنب، قواعد البحث العلمي و الاجتماعي، المناهج و الطرق و الادوات، دار العرفة الجامعية، دون بلد، دون ط، 2009
- 08- حسن عبد الصادق ، تعرض الشباب الجامعي لمواقع التواصل الاجتماعي و علاقته بوسائل الاتصال التقليدية ، سلسلة مجلة التعاون 1 مجاس التعاون لدول الخليج العربية ، الرياض ، 2013
- 09- حسن عماد مكاوي، الاتصال و نظرياته المعاصرة، الدار المصرية اللبنانية، ط7، 2008.
- 10- خالد غسان يوسف المقدادي، ثورة الشبكات الاجتماعية، دار النفائس للنشر و التوزيع، الاردن، ط1، 2013
- 11- سعد شايح الشهراني ، تعاضم دور العلاقات العامة ، مجلة العلاقات العامة ، العدد5، نيسان 2011 ، ص20
- 12- سامية محمد جابر، الاتصال الجماهيري و المجتمع الحديث، النظرية و التطبيق، دار المعرفة الجامعية، دون بلد، ط1، 2006،
- 13- عامر إبراهيم القندلجي، الاعلام و المعلومات و الانترنت، دار اليازوري للنشر و التوزيع، دون بلد، ط1، 2013، ص 257
- 14- علي خليل شقرة، الاعلام الجديد، شبكات التواصل الاجتماعي، دار أسامة للنشر و التوزيع، الاردن، عمان، ط1، 2014
- 15- علي كنعان، الاعلام الالكتروني، دار الايام للنشر و التوزيع، دون بلد، الطبعة العربية، 2015
- 16- عباس صادق ، الإعلام الجديد، المفاهيم و الوسائل و التطبيقات ، دار النشر و التوزيع ، عمان، دون ط ، 2008،

- 17- عدنان يوسف العتوم ، التواصل الاجتماعي من منظور نفسي و اجتماعي و ثقافي ،
إربد - الأردن ، ط1، 2011،
- 18 - عبد الرزاق محمد الدليمي ، الإعلام الجديد و الصحافة الإلكترونية ، دار وائل
للنشر و التوزيع ، الأردن، عمان، ط1، 2011
- 19- فتحي حسين عامر ، وسائل الاتصال الحديثة من الجريدة إلى الفيس بوك ، العربي
للنشر و التوزيع ، دون بلد ، ط1، 2011 .
- 20- كامل خو رشيد مراد، الاتصال الجماهيري و الاعلام، التطور و الخصائص و
النظريات، دار المسيرة للنشر و التوزيع و الطباعة، جامعة الشرق الاوسط، عمان ،
الأردن، 2011.
- 21- مداح حسين الحلو العنزي، دور مواقع التواصل الاجتماعي في تغيير القيم الاجتماعية
في المجتمع السوري، بحث مقدم لاستكمال متطلبات نيل الماجستير في الاعلام، جامعة
نايف العربية، المملكة السعودية، دون ط، 2016
- 22- محمد محمد إبراهيم، دليل الباحث في إعداد و مناقشة الرسائل و البحوث العلمية في
ضوء المرجعية المنهجية للبحث العلمي، دار الجامعة الإسكندرية، 2004،
- 23- موريس أنجرس، ترجمت بوزيد صحراوي و آخرون، منهجية البحث العلمي في
العلوم الانسانية، دار القصة للنشر، الجزائر، ط2، 2006.
- 24- محمد محمود الجوهري، أسس البحث الاجتماعي، دار المسيرة للنشر و التوزيع، دون
بلد، ط3، دون سنة،
- 25- محمد عبد المجيد، دراسات الجمهور في بحوث الاعلام، عالم الكتب، القاهرة، مصر،
ط1، 1993
- 26- محمد منير حجاب، نظريات الاتصال ، دار الفجر للنشر و التوزيع ، دون بلد، ط1،
2010
- 27- منذر ضامن، أساسيات البحث العلمي، دار المسيرة للنشر و التوزيع و الطباعة، دون
بلد، ط2، 2009.
- 28- منال هلال المزاهرة، نظريات الاتصال، دار المسيرة للنشر و التوزيع و الطباعة،
دون بلد ط1، 2012
- 29- وائل عبد الرحمان التل، البحث العلمي في العلوم الإنسانية و الاجتماعية، دار حامد
للنشر و التوزيع، الأردن، عمان، ط2، 2007
- 30- وائل مبارك خضر فضل الله ، أثر الفيس بوك على المجتمع ، مدونة شمس النهضة ،
السودان - الخرطوم ، ط1 ، نوفمبر 2010.
الكتب باللغة الفرنسية:
- 31- Marchel Dansi Dictionary of Media and Communication , Mes
Sharpe , New yor , 2009
المذكرات و المجالات:
32- المجلة

- 33- محمد بن جابر بن عواض الزهراني، دور مواقع التواصل الاجتماعي في حل المشكلات التي تواجه طلاب التربية العلمية ، واتجاهاتهم نحوها ، متطلب تكميلي للحصول على درجة الدكتوراه في المناهج وطرق التدريس ، جامعة أم القرى السعودية ، 2003
- 34- بورحلة سليمان، أثر استخدام الانترنت على الطلبة الجامعيين و سلوكياتهم، مذكرة ماجستير في علوم الاعلام و الاتصال، جامعة الجزائر3، 2007-2008.
- 35- رقاد حليلة، أثار استخدام مواقع التواصل الاجتماعي - الفيس بوك نموذجاً - على الممارسة اللغوية لدى طلبة جامعتي أحمد بن بلة ومحمد بن أحمد بولاية وهران، أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه في علوم الإعلام والاتصال بجامعة مستغانم ، لسنة /2016 2017تحت إشراف الدكتور العربي بوعمامة.
- 36- بن طيفور مصطفى ، أثر استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على الهوية الثقافية للشباب الجامعي - دراسة ميدانية على عينة من مستخدمي الفيس بوك بجامعتي مستغانم و وهران 2، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه في علوم الاعلام و الاتصال، بجامعة مستغانم لسنة 2017-2018، تحت إشراف الدكتور لعربي بوعمامة
- 37- فطيمة بوهاني ومجموعة من الباحثين، شبكات التواصل الاجتماعي وتأثير استخدامها على اللغة العربية عند الشباب الجزائري ، دراسة ميدانية لكيفية مساهمة استخدام الفيس بوك في اندثار ونسيان اللغة العربية عند الجامعيين بولاية قالمة.

المواقع:

- 38- أسامة غازي المدني ، دور شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام لدى طلبة الجامعات السعودية ، 2015 ، ص400 pd
- 39- سهير عثمان، فيسبوك، -[http ;//www.MOHEET.com/show-files.aspxsfid-](http://www.MOHEET.com/show-files.aspxsfid-) طريقة الباحثين عن العلاقات القديمة، مفتاح في،10
- 40 -[http://ar.m.wikipedia.org/wiki/emoticons.](http://ar.m.wikipedia.org/wiki/emoticons)
- Anabel Quan _Haase and Alysonl . Young Uses and Gratification of Social Media : Aconparison of -38 Facebook and Instant Messaging Bulletin of Science Tcchnology & Socien . (SAGE : 2010) . P352 .
[http //bst . sagepub . com /30/5/ 350 24/4/2013](http://bst.sagepub.com/30/5/35024/4/2013)

الملاحق

بعض الرموز	وصف كتابة الرمز	الحالة التي تعبر عنها هذه الرموز
😊	(-:O:) O	الهدوء والسلام .
😬	o.O O.o	حالي من الشك .
😞):	البكاء حزنا .
😬	3:	للتعبير عن الرجولة .
😈	(-:3 (:3	ابتسامة شريرة .
😬)=]:):)-:	خيبة أمل .

الإطار التطبيقي

😊	O :O :-o :o-:	التفاجئ والتعجب الكئيب .
😬	(B-) B (8 (-8	الاطلاع .
😬	D :D =D-:	الابتسامة الكبيرة
😞)-<):<	الغضب والتهمج .
❤️	3>	التعبير عن المحبة .
😊	^ _ ^	المدح والخلج .
😬	*: *-:	قبلة .
😬	v:	التهمك .
😊	(= [: (: (-:	الابتسامة أو الوجه السعيد .
😬	-_-	عدم الاكتراث .
😬	B- B 8 -8	الروح .
😬	P :P :-p :p =P-:	الاستهزاء .
😬	-: : /-: /:	حالة من الحيرة .
😬	O >:-O >:o >:-o:<	القلق، والاشمئزاز .
😊	(; (-;	الغمز وقد يعبر عن الموافقة .

جامعة عبد الحميد بن باديس
كلية: العلوم الاجتماعية
قسم العلوم الالسانية
علوم الإعلام والاتصال
ماستر: وسائل الإعلام والمجتمع

نحن الطالبتان زيان خالدية ولكحل حليلة في إطار التحضير لشهادة ماستر في علوم الإعلام والاتصال تخصص وسائل الإعلام والمجتمع والتي يدور موضوعها حول تأثير الرموز التعبيرية في مواقع التواصل الاجتماعي - الفيس بوك - على الممارسة اللغوية لتلاميذ الثانوية تحت إشراف الدكتورة رقاد حليلة

نرجو منكم التفضل بمساعدتنا في هذا العمل وذلك بالإجابة عن الأسئلة بوضع علامة (x)

في الخانة المناسبة او الإجابة عن الأسئلة في فقرة صغيرة

ونحيطكم علمن إن كل إجاباتكم ستكون في سرية تامة وسنعمل بها في إطار علمي محض وشكرا على

تعاونكم معنا

السنة الجامعية: 2018 / 2019

أ. السمات العامة :

- (1) الجنس :
ذكر - - الأنثى
- (2) السن :
- (3) الشعبة :
- أدب وفلسفة - أدب ولغات جانبية - تقني رياضي
- علوم التجريبية - تسيير واقتصاد مالي
- (4) ماهي اللغة الأجنبية التي تتقنها؟
- الفرنسية - الانجليزية
- لغة أخرى اذكرها
- (5) على ماذا يعتمد اشتراكك في الانترنت ؟
3G- 4G- wifi-

ب. المحور الاول: عادات وأنماط استخدام الفيس بوك :

- (1) هل تستخدم شبكة الفيس بوك ؟
دائماً - أحيانا - نادرا
- (2) منذ متى تستخدم شبكة الفيس بوك ؟
- من سنة إلى سنتين من 3 - 4 سنوات من 4 سنوات فما فوق
- (3) كم لديك من حساب على شبكة الفيس بوك ؟
- حساب واحد - أكثر من حساب

(4) مكان استخدامك لشبكة الفيس بوك ؟

- البيت - مقهى الانترنت (cyber) - ساحة الثانوية

- مكتبة الثانوية - أينما تتواجد الانترنت

(5) ماهي فترة استخدامك للفيس بوك ؟

- الفترة الصباحية - الفترة المسائية - فترة الظهيرة - في أي وقت

(6) عدد الساعات التي تقضيها أمام شبكة الانترنت ؟

- اقل من ساعتين - من 2 - 3 ساعات - أكثر من 3 ساعات

(7) ماهي الوسيلة التي تتواصل بها عبر الفيس بوك ؟

- الهاتف الذكي - جهاز الكمبيوتر - اللوحة الالكترونية

ج. - المحور الثاني : أساليب التواصل عبر شبكة الفيس بوك :

(1) ماهو سبب استخدامك للفيس بوك ؟

- من اجل التواصل مع الأصدقاء والأهل - من اجل التعارف

- من اجل التسلية والترفيه

- سبب آخر اذكره.....

(2) ماهو الأسلوب الذي تعتمد في التواصل مع أصدقائك على الفيسبوك ؟

- الفيديو - التسجيل الصوتي - النص

(3) أساليب نشرك على الصفحة من خلال ؟

- خاصية النشر publier - خاصية المشاركة partager

(4) كيف تتعامل مع المضامين التي تهتمك ؟

إعجاب j'aime - التعليق commenter مشاركة partager

الإشارة identifier - اكتفي بالاطلاع

(5) ماهي اللغة التي تفضل التواصل بها؟

- العربية - الفرنسية - الانجليزية مزيج من اللغات

- لغة أخرى اذكرها.....

(6) هل تعتمد على الاختصارات داخل غرف الدردشة في الفيس بوك؟

- دائما - نادرا - احيانا

(7) ما سبب اعتمادك على هذه الاختصارات؟

- اقتصاد في اللغة - ضعف المستوى اللغوي

أصبحت موضة بين الشباب

- سبب آخر اذكره.....

د. المحور الثالث : استخدامات الايموجي والاشباع المحققة :

(1) ماد رجة اعتمادك على الايموجي في التواصل عبر شبكة الفيس بوك؟

- غالبا - دائما - نادرا

(2) هل تجد صعوبة في التواصل من خلال استخدامك هذه الأيقونات؟

- نعم - لا

(3) ماهو سبب استخدامك لهذه الأيقونات ؟

- ربح الوقت في الرد - الهروب من القواعد اللغوية - الإعجاب بها

- تدعيم النص

- سبب أخرى اذكره.....

(4) ماهي الرموز التي تستخدمها بكثرة ؟



- أخرى اذكرها.....

(5) هل تعتمد على الايموجي بكثرة في ؟

- المشاركة

- التعليق

- المحادثة

(6) هل تستخدم الايموجي خارج فضاء الفيس بوك ؟

- نعم - لا

..... إذا كانت إجابتك بنعم برر.....

.....

(7) هل ترى أن اليموجي اخذ مكان اللغة؟

- نعم - لا

(8) هل أنت راض عن استخدامك هذه الأيقونات داخل شبكة الفيس بوك؟

.....

.....

.....

.....