

جامعة محمد بوضياف - المسيلة  
Université Mohamed Boudiaf - M'sila

جامعة محمد بوضياف - المسيلة  
كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية  
قسم علوم الإعلام والاتصال

## عنوان المذكرة

أثر استخدام الرموز التعبيرية في شبكات التواصل الاجتماعي  
على اللغة - الفيس بوك أمودجا -  
\_دراسة على عينة من شباب مدينة المسيلة\_

مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال  
تخصص اتصال وعلاقات عامة.

إشراف الأستاذ(ة):

\* حمديني ابتسام

إعداد الطالب(ة):

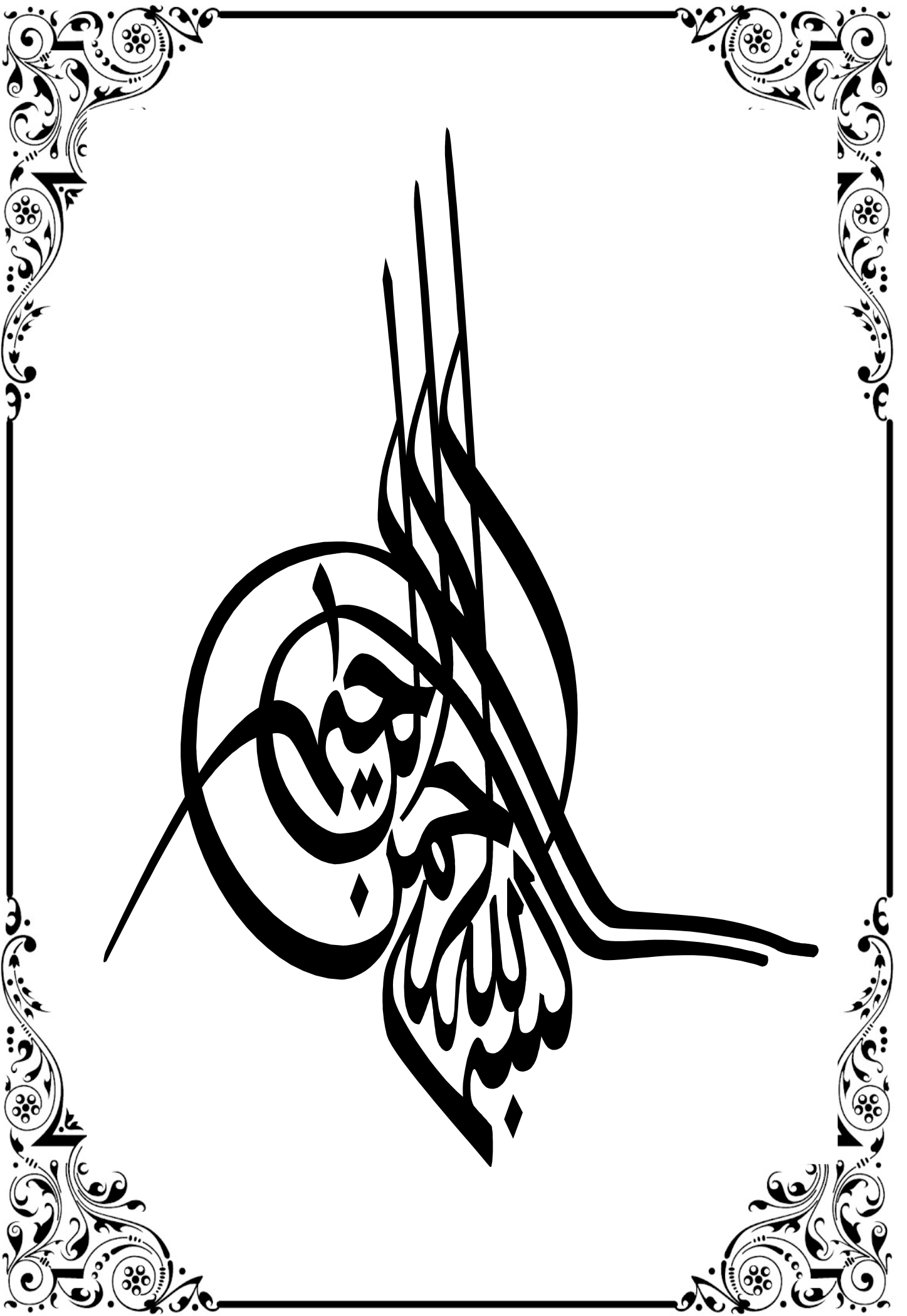
\* خديجة زيتوني

\* فاطمة الزهراء حدباوي

### لجنة المناقشة:

الاسم واللقب	الرتبة	الصفة
غزال عبد القادر	أستاذ	رئيسا
حمديني ابتسام	أستاذة	مشرفا ومقررا
زواوي احمد المهدي	دكتور	ممتحنا

السنة الجامعية : 2017/2016



بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ  
الْحَمْدُ لِلَّهِ الَّذِي  
خَلَقَ السَّمَوَاتِ وَالْأَرْضَ  
وَالَّذِي يُضَوِّبُ الْمَوْتَى  
إِنَّ رَبَّهُ لَسَدِيدٌ  
الْعَذَابِ

## شكر و عرفان

نحمد الله حمدا كثيرا يليق بجلاله وكماله الذي  
وفقتنا و أعاننا على إتمام هذا العمل ونصلي ونسلم  
على أشرف المرسلين سيدنا محمد معلم هذه الأمة  
ومرشدها .

نتقدم بخالص التقدير والشكر للأستاذة حمديني  
ابتسام التي أشرفت على بحثنا هذا  
والتي أمدت لنا يد العون ولم تبخل علينا  
بتوجيهاتها ونصائحها القيمة

ولا يفوتنا أن نتقدم بالشكر لكل من الأساتذة :  
صاولي عبد المالك ، عيسي حسام الدين ، أحمد  
المهدي زواوي، بية بلخير.

وكل من ساعدنا من قريب أو بعيد ونخص بالذكر :  
نسيمة زاهي ، عبد الكريم سامية ، مقراني لينة.

الصفحة	فهرس المحتويات
	الشكر والعرفان
	فهرس المحتويات
	فهرس الجداول
	فهرس الأشكال
أ - ب	مقدمة
<b>الفصل الأول: الإطار المنهجي</b>	
14	1-الإشكالية
15	2-التساؤلات
15	3-أهمية الدراسة
16	4-أهداف الدراسة
16	5-أسباب اختيار الموضوع
17	6-تحديد المفاهيم
20	7-الدراسات السابقة.
23	8-منهج الدراسة وعينته.
24	9-أدوات جمع البيانات
25	10-المدخل النظري
<b>الفصل الثاني: الإطار النظري (الرموز التعبيرية في شبكات التواصل الاجتماعي - الفيس بوك أنموذجا -</b>	
29	1-نشأة مواقع التواصل الاجتماعي
30	2-خصائص مواقع التواصل الاجتماعي
31	3-أبرز مواقع التواصل الاجتماعي
32	4-لمحة تاريخية عن الرموز التعبيرية.
33	5-خصائص الرموز التعبيرية
34	6-تصنيف الرموز التعبيرية
<b>الفصل الثالث: الإطار التطبيقي</b>	

46	1- التحليل الكمي والكمي للدراسة
78	2- نتائج الدراسة
80	3- خاتمة
81	قائمة المراجع
	الملاحق

## فهرس الجداول

رقم الجدول	عنوان الجدول	الصفحة
1	توزيع أفراد العينة حسب متغير الجنس	39
2	توزيع أفراد العينة حسب متغير السن	40
3	توزيع أفراد العينة حسب متغير المستوي التعليمي	41
4	استخدام شبكات التواصل الاجتماعي	42
5	الشبكات التي يستخدمها الشباب	44
6	مدة استخدام الشباب لمواقع التواصل الاجتماعي	45
7	الوقت المفضل لتصفح الفيس بوك من طرف المستخدم	46
8	أسباب استخدام الشباب للفيس بوك	47
9	اللغة المستخدمة للتواصل في الفيس بوك	49
10	عادات استخدام الرموز التعبيرية في الفيسبوك	50
11	طبيعة الرموز التعبيرية المستخدمة في الفيس بوك	51
12	المواضيع التي تستخدم فيها الرموز التعبيرية	52
13	أسباب استخدام الرموز التعبيرية في الفيس بوك	54
14	الحاجات التي تحققها الرموز التعبيرية	55
15	مدى فهم الشخص لمعنى الرمز المرسل إليه	55
16	الأسباب التي تجعل المستخدم يفهم معنى هذه الرموز المرسله إليه	57
17	استخدام الرموز التعبيرية كأداة تواصلية مناسبة	57
18	الإشباعات التواصلية المحققة من استخدام الرموز التعبيرية في التواصل	58
19	توقعات المستخدمين لرموز التعبيرية	59
20	إمكانية الاستغناء عن اللغة باستخدام الرموز التعبيرية في التواصل	60
21	الاعتماد على الرموز التعبيرية في التواصل	62
22	التأثير السلبي للرموز التعبيرية على اللغة	63
23	الآثار السلبية للرموز التعبيرية على اللغة	64
24	عادات استخدام الرموز التعبيرية في الفيس بوك حسب متغير الجنس	65

67	عادات استخدام الرموز التعبيرية حسب متغير المستوى التعليمي	25
68	اللغة التي يعتمد عليها في التواصل في الفيس بوك حسب المستوى التعليمي	26
69	يوضح استخدام الرموز التعبيرية حسب المستوى التعليمي	27

## فهرس الأشكال

الصفحة	عنوان الشكل	رقم الشكل
40	دائرة نسبية تبين توزيع أفراد العينة حسب متغير الجنس	1
41	دائرة نسبية تبين توزيع أفراد العينة حسب متغير السن	2
42	دائرة نسبية تبين توزيع أفراد العينة حسب متغير المستوى التعليمي	3
43	دائرة نسبية تبين استخدام شبكات التواصل الاجتماعي	4
44	تمثيل بياني يبين الشبكات التي يستخدمها الشباب	5
45	دائرة نسبية تبين مدة استخدام الشباب لمواقع التواصل الاجتماعي	6
46	دائرة نسبية تبين الوقت المفضل لتصفح الفيس بوك من طرف المستخدم	7
48	تمثيل بياني يبين أسباب استخدام الشباب للفيس بوك	8
49	تمثيل بياني يبين اللغة المستخدمة للتواصل في الفيس بوك	9
50	دائرة نسبية تبين عادات استخدام الرموز التعبيرية في الفيس بوك	10
51	تمثيل بياني يبين طبيعة الرموز التعبيرية المستخدمة في الفيس بوك	11
53	تمثيل بياني يبين المواضيع التي تستخدم فيها الرموز التعبيرية	12
54	تمثيل بياني يبين أسباب استخدام الرموز التعبيرية في الفيس بوك	13
55	تمثيل بياني يبين الحاجات التي تحققها الرموز التعبيرية	14
57	دائرة نسبية تبين الأسباب التي تجعل المستخدم يفهم معنى هذه الرموز المرسله إليه	16
57	دائرة نسبية تبين استخدام الرموز التعبيرية كأداة تواصلية مناسبة	17
59	دائرة نسبية تبين الإشباعات التواصلية المحققة من استخدام الرموز التعبيرية في التواصل	18
60	دائرة نسبية تبين توقعات المستخدمين لرموز التعبيرية	19
61	دائرة نسبية تبين إمكانية الاستغناء عن اللغة باستخدام الرموز التعبيرية في التواصل	20
62	دائرة نسبية تبين الاعتماد على الرموز التعبيرية في التواصل	21
63	دائرة نسبية تبين التأثير السلبي للرموز التعبيرية على اللغة	22

64	دائرة نسبية تبين الآثار السلبية للرموز التعبيرية على اللغة	23
66	تمثيل بياني يمثل عادات استخدام الرموز التعبيرية في الفيس بوك حسب متغير الجنس	24
67	تمثيل بياني عادات استخدام الرموز التعبيرية حسب متغير المستوى التعليمي	25
69	تمثيل بياني يمثل اللغة التي يعتمد عليها في التواصل في الفيس بوك حسب المستوى التعليمي	26

# حق و حقا

## المقدمة:

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

وقد ارتأينا تقسيم هذه الدراسة إلى ثلاث فصول:

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

**أما الفصل الثاني:** الإطار النظري: وتناولنا فيه: نشأة مواقع التواصل الاجتماعي، خصائصها، و أبرز مواقع التواصل الاجتماعي، لمحة تاريخية عن الرموز التعبيرية، أهم خصائصها وتصنيف الرموز التعبيرية ودلالاتها .

**الفصل الثالث:** تناولنا فيه التحليل الكمي والكمي للتائج، نتائج الدراسة، الخاتمة.

# الفصل الأول :

## الإطار المنهجي

- 1- الإشكالية
- 2- التساؤلات
- 3- أهمية الدراسة
- 4- أهداف الدراسة
- 5- أسباب اختيار الموضوع
- 6- تحديد المفاهيم
- 7- الدراسات السابقة
- 8- منهج الدراسة وعينته
- 9- أدوات جمع البيانات
- 10- المدخل النظري

## 1- الإشكالية:

لقد أحدثت التطورات التكنولوجية الحديثة في منتصف عقد التسعينات من القرن الماضي ، نقلة نوعية في عالم الاتصال خاصة بعد انتشار شبكة الانترنت التي جعلت العالم قرية كونية تنتقل فيها المعلومات عبر جميع أنحاء الكرة الأرضية ، حيث تعتبر الانترنت من بين أكثر مظاهر تكنولوجيا الاتصال الحديثة تجليا ، فقد نجحت إلى حد كبير في فتح فرص جديدة أمام الأفراد للتفاعل والتواصل ونقل اهتماماتهم وأرائهم من خلال إقامة علاقات افتراضية ، وهذا مع ظهور شبكات التواصل الاجتماعي التي كانت في بدايتها تعتمد على العلاقات الفردية بين الفرد والشبكة من نقل ملفات وإرسال بيانات إلى علاقة ثنائية أي يمكن لأي فرد من التفاعل مع الشبكة.

وقد أصبحت مواقع الشبكات الاجتماعية وسيلة فعالة للتواصل الاجتماعي، حيث أنها تتيح الربط بين الأصدقاء والزملاء ، بل وتساعد في التعرف والتواصل مع أشخاص من مجتمعات مختلفة ، ولعل من أكثر هذه المواقع الاجتماعية انتشارا وشعبية الفيس بوك ، فمع بداية 2004 ظهر هذا الموقع من قبل الأمريكي " مارك زوكر بيرغ " حيث ازداد عدد مستخدميه إلى مليار مستخدم عبر مختلف أنحاء العالم وتعد فئة الشباب هي الشريحة الأكثر استخداما لهذه المواقع نظرا لما تتوفر عليه من مزايا وخدمات استمالت هذه الفئة ، فقد عمل الشباب المستخدمين لهذه المواقع على ابتكار لغة خاصة بهم في التواصل لم تكن موجودة من قبل يطلق عليها اللغة العربية (الفرانكو آرب) والتي تعتمد على استخدام الأرقام لتعويض بعض الحروف العربية غير المنطوقة في اللغات الأجنبية الأخرى ، بالإضافة إلى استخدام الرموز غير اللفظية ( الرموز التعبيرية ) المعروفة باسم الايموجي ، وهذا لاختصارها للكلمات وسهولة تعبيرها عن المشاعر ومزاج الأشخاص ، فكما نعلم أنه من الصعب التعبير عن النفس بصورة ملائمة بعدد محدود من الحروف أو الكلمات ولهذا يتم الاعتماد عليها ، كما أنها تفهم من قبل الأشخاص مهما كانت جنسيتهم وثقافتهم الأمر الذي أدى إلى استخدامها والاستغناء عن الكلمات ، وهذا ما قادنا إلى طرح الإشكال التالي :

ما أثر استخدام الشباب للرموز التعبيرية في مواقع التواصل الاجتماعي (الفيس بوك) على

اللغة؟

2- تساؤلات الدراسة:

- (1-2) ما هي أهم الرموز التعبيرية المستخدمة في التواصل بين الشباب في الفيس بوك بولاية المسيلة؟
- (2-2) ماهي دوافع استخدام الرموز التعبيرية في التواصل بين الشباب في الفيس بوك بولاية المسيلة ؟
- (3-2) ما هي أهم الأهداف المحققة من وراء استخدام الرموز التعبيرية في الفيس بوك بولاية المسيلة ؟
- (4-2) ما هو أثر استخدام الشباب للرموز التعبيرية على اللغة في الفيس بوك بولاية المسيلة ؟

3- أهمية الدراسة: ترتبط أهمية الموضوع ب:

- 1-3 أهمية شبكات التواصل الاجتماعي باعتبارها نمط مستحدث من التطبيقات في التواصل نظير تميزها بعدة خصائص فهي سهلة الاستخدام وتساهم في تجسيد مفهوم المجتمع الافتراضي وخلق طرق جديدة للاتصال الشخصي.
- 2-3 يعتبر الفيس بوك من أكثر مواقع التواصل الاجتماعي استخداما لكونه يوفر للمشارك خاصة إنشاء ملفات شخصية و إلى جانب اعتماده على الصور والفيديوهات فهو يعتمد على لغة خاصة في التواصل منها الرموز التعبيرية.
- 3-3 تعتبر هذه الدراسة الأولى كمؤشر موجه للباحثين والدارسين والمهتمين بهذا الجانب.
- 4-3 التعرف على أهمية الرموز التعبيرية كلغة اتصالية مستحدثة على مستوى مواقع التواصل الاجتماعي.
- 5-3 إظهار أهم آثار استخدام الرموز التعبيرية في مواقع التواصل الاجتماعي خاصة الفيس بوك على اللغة.

#### 4- أهداف الدراسة:

تهدف هذه الدراسة إلى ما يلي:

- 1-4 التعرف على طبيعة اللغة التي يستخدمها الشباب في الفيس بوك.
- 2-4 التعرف على الرموز التعبيرية الأكثر استخداما في شبكات التواصل الاجتماعي ( الفيس بوك).
- 3-4 التعرف على دوافع استخدام الرموز التعبيرية في التواصل بين في الفيس بوك.
- 4-4 التعرف على الأهداف المحققة من وراء استخدام هذه الرموز التعبيرية في الفيس بوك.
- 5-4 التعرف على أثر استخدام الرموز التعبيرية في الفيس بوك على اللغة.

#### 5-أسباب اختيار الموضوع:

##### 1-5 الأسباب الذاتية :

- التجربة الشخصية في مجال التواصل عبر الفيس بوك واستخدام هذه الرموز التعبيرية بدل اللغة.
- محاولة التعرف على أهمية اللغة خاصة الرموز التعبيرية لتواصل بين الشباب في الفيس بوك.
- الرغبة في إعطاء الموضوع الطابع الأكاديمي لإثراء المكتبة

##### 2-5 الأسباب الموضوعية:

تعتبر اللغة الأداة الفاعلة في عملية التواصل بالنسبة للإنسان بشكل عام ، لأنها تمكنه من الاتصال بالآخرين ، وهذا يفرض أن تكون اللغة المنطوقة وسيلة التواصل الحياتي للمجتمعات ، ونتيجة تداخل المجتمعات واختلاف مكوناتها والتحويلات والتطورات التكنولوجية برزت أنماط لغوية جديدة متمثلة في استخدام الرموز غير اللفظية التي غيرت من استخدامات اللغة بالإضافة إلى نقص الدراسات حول هذا الموضوع..

## 6- تحديد المفاهيم والمصطلحات:

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

وقد ورد في هذه الدراسة مجموعة من المصطلحات لا بد من تحديد مفاهيمها:

### 1- شبكات التواصل الاجتماعي:

شهد العالم ف السنوات الأخيرة نوعا من التواصل الاجتماعي بين البشر في فضاء الكتروني افتراضي، قرب المسافات بين الشعوب والغبي الحدود وزاوج بين الثقافات سمي هذا النوع من أشكال التواصل بشبكات التواصل الاجتماعي.

**لغة:** الشبكات جمع شبكة وتعني ببساطة وسيلة تؤمن الاتصال ما بين أجهزة الحاسبات الآلية، ويتم من خلالها استخدام الموارد والملحقات المشتركة فيما بينها<sup>1</sup>.

وقد ورد في معجم محمد منير حجاب : أن الشبكة هي مجموعة من العناصر الكهربائية أو الأفراد أو المؤسسات أو الحواسيب والكل تعمل من اجل تحقيق غاية معينة<sup>2</sup>.

**التواصل:** تواصل من مادة وصل وتواصل الرجلان ، يتواصلان تواملا ، فهما متواصلان أي ترابطا في غير انقطاع

والتواصل من مصدر تواصل بمعنى الترابط في غير انقطاع وهو ضد التجافي<sup>3</sup>.

<sup>1</sup> - أسماء حسين حافظ : تكنولوجيا لاتصال الإعلامي التفاعلي في عصر الفضاء الالكتروني المعلوماتي والرقمي، الدار العربية ، مصر 2005.ص 17 .

<sup>2</sup> - محمد منير حجاب: المعجم الإعلامي ، دار المعرفة الجامعية ، الإسكندرية ، 1997.ص.301.

<sup>3</sup> - أسماء حسين حافظ، مرجع سبق ذكره ، ص 463.

**اصطلاحاً:** شبكات التواصل الاجتماعي هي مصطلح يشير إلى تلك المواقع على شبكة الانترنت والتي ظهرت مع ما يعرف بالجيل الثاني للويب 0.2 حيث تتيح التواصل بين مستخدميها في بيئة مجتمع افتراضي يجمعهم وفقاً لاهتماماتهم أو انتمائهم ( جامعة ، بلد ، صحافة شركة ... ) بحيث يتم ذلك عن طريق خدمات التواصل المباشر كإرسال الرسائل أو المشاركة في الملفات الشخصية للآخرين ولتعرف على إخبارهم ومعلوماتهم التي يتيحونها للعرض<sup>1</sup>.

**وتعرف على** أنها مواقع الكترونية تتيح للإفراد خلق صفحة خاصة بهم يقدمون فيها لمحة عن شخصياتهم أمام جمهور عريض أو محدد وفقاً لنظام معين يوضح قائمة بمجموعة من المستخدمين الذين يتشاركون معهم في الاتصال ، مع إمكانية الاطلاع على صفحاتهم الخاصة أيضاً والمعلومات المتاحة ، علماً أن طبيعة هذه الروابط تتنوع وتختلف من موقع إلى آخر<sup>2</sup>.

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

## 2- الفيس بوك:

**اصطلاحاً:** عرفه موقع ويكيبيديا الحرة: ( إنه شبكة اجتماعية تدير شركة فيس بوك ، شركة مساهمة للمستخدمين بإمكانهم الانضمام إلى الشبكات التي تنظمها المدينة أو الجهة الخاصة بالعمل أو المدرسة أو الإقليم وذلك من خلال الاتصال بالآخرين والتفاعل معهم كذلك يمكن للمستخدمين إضافة أصدقاء إلى قائمة أصدقائهم وإرسال الرسائل إليهم)<sup>3</sup>.

<sup>1</sup> - سعود صالح كاتب: الإعلام الجديد وقضايا المجتمع ، المؤتمر العلمي الثاني للإعلام الإسلامي ، السعودية ، 15/13 ديسمبر 2011 ص 9 .

<sup>2</sup> - فيصل مظفر عب الله القبرصي : رأي الصحفيين الأردنيين بمواقع التواصل الاجتماعي، مذكرة مكملة لنيل شهادة ماجستير في الإعلام ، كلية الإعلام ، الشرق الأوسط ، 2011، ص6.

<sup>3</sup> - . تاريخ الزيارة (20 جانفي 2017) <http://www.sciences woy.inf2017>

التعريف الإجرائي: ( هو إحدى مواقع التواصل الافتراضي يقوم على الربط مجموعة من الأشخاص ببعضهم البعض ويمكن مستخدميه من مشاركة الأصدقاء والأقارب من حولهم في العديد من الخدمات كالصور ومقاطع الفيديو والموسيقى وإرسال الرسائل وغيرها من النشاطات).

### 3- الرموز التعبيرية:

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

واصطلاحا: هي تلك الصورة الرمزية أو الوجوه الضاحكة المستخدمة في كتابة الرسائل الالكترونية.<sup>1</sup>

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

### تعريف اللغة:

اللغة: جمع لغات: فيقال: سمعت لغاتهم: أي اختلاف كلامهم.

عرفها ابن جني في كتابه الخصائص حيث قال : حد اللغة أصوات يعبر بها كل قوم عن أغراضهم

اصطلاحا:عرفها "ديسوسير" بقوله اللغة نظام من الرموز والعلامات أو الإشارات للتعبير عن الأفكار.<sup>1</sup>

تعريف اللغة العربية:هي لغة مكتوبة تستخدم فيها الحروف اللاتينية والأرقام العربية للدلالة على المنطوق العربي، ولها عدة تسميات منها: أرابيش arab-english ، فرانكو آراب the arabic chat alphabet.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> - تاريخ الزيارة (20جانفي 2017) http://www.sciences woy.inf

<sup>2</sup> - ابي الفتح عثمان بن جني : معجم الخصائص ، ط1، القاهرة ، دار الكتب العلمية ، 1994. ص 568.

<sup>3</sup> - تاريخ الزيارة (10افريل 2017) http://www.sciences woy.inf

وفي دراستنا هذه نقصد بها اللغة المكتوبة المعتمدة في التواصل بين الشباب في الفيس بوك مهما كان نوعها.

يوجد صعوبة في تحديد هذه الفئة فهناك من يحددها من سن الخامسة عشر وحتى سن الخامسة والعشرين وفي دراستنا هذه نقصد بفئة الشباب التي تمتد من 17 سنة إلى غاية 35 سنة فما فوق والذين هم شباب ولاية المسيلة وهم من سيتم إعدادهم كعينة لدراستنا.<sup>1</sup>

**5-تعريف الأثر:** هو النتيجة النهائية الصادرة من تنبيه أو مؤثر ما بغض النظر أنها ايجابية أو سلبية.

**6-الاستخدام:** نقصد بالاستخدام في دراستنا عملية التصفح التي يقوم بها الشباب عبر مواقع الفيس بوك والتي تتمثل في عادات وأنماط التصفح.<sup>2</sup>

**7- الدراسات السابقة:** من بين أدوات الدراسة والبحث والتي تعد منبعاً أساسياً لجمع المعلومات واستقصائها الدراسات السابقة المتعلقة بالموضوع وعلى هذا الأساس وفي إطار دراستنا قمنا بتفحص بعض المذكرات حيث تم الاعتماد على دراستين من موضوع ما درس فالدراسة الأولى كانت smiljana antonijevi والتي قامت بتحليل الإيقونات المعبرة عن المشاعر والمعروفة باسم emoticonc على شبكة الانترنت .

أما الدراسة الثانية فكانت : دراسة سمبولوجيا التواصل الاجتماعي ، دراسة تحليلية لبنية الرموز غير اللفظية على مواقع التواصل الاجتماعي -الفيس بوك- بعنوان وسائل التواصل الاجتماعي التطبيقات والإشكالات المنهجية

**1-13 الدراسة الأولى:** كانت الإشكالية الخاصة بموضوع البحث دراسة smiljan

antonijevi والتي قامت بتحليل الأيقونات المعبرة عن المشاعر باختصار emoticonc

والتي تستخدم بوصفها إعادة تمثيل بصري لتعبيرات الوجه بما يعكس الحالة النفسية والشعورية

<sup>1</sup> - فتحي حسين عامر : وسائل الاتصال الحديثة من الجريدة الى الفيس بوك ، دار العربي ، القاهرة ، 2011، ص 203.

<sup>2</sup> - مزيان نجية : ، جمهور القنوات الفضائية العربية دراسة مسحية لاستخدامات وإشباعات المرأة غير العاملة بالجزائر العاصمة ، مذكرة ماجستير ، جتمع الجزائر ، 2006/2005، ص 13 .

للمستخدم وتعويض قصور الاتصال المستعين بالحاسب عن نقل التعبيرات غير اللفظية للتفاعل الشخصي وجها لوجه ، وقد توصلت الدراسة الى جملة من الاستنتاجات منها:

- أن الرموز الايقونية المجسدة لتعبيرات الوجه عبر الانترنت كانت تتسم بقدر عال من التجريد ، إذ لم تعكس أي فروق أو تميز بين الجنس والعمر والعرق

- أن معاني بعض الإيقونات لا تكتمل إلا بإضافة رموز لفظية إليها .

أن توظيف تلك الإيقونات يرتبط بما أطلق عليه فكرة الذاتية الخيالية **fictional** أو الذاتية المتخيلة إذ تقبل تلك الأيقونات صور الذات كما ترسم في مخيلة الفرد.<sup>1</sup>

- **تعقيب:**اهتمت هذه الدراسة بتحليل الإيقونات المعبرة عن المشاعر على شبكة الانترنت وهي تتشابه إلى حد بعيد مع دراستنا حول اثر الرموز التعبيرية في شبكات التواصل الاجتماعي (الفييس بوك ) على اللغة ويتمثل ذلك في تحليل هذه الرموز وفي النظرية المستخدمة وقد ساعدتنا في الجانب النظري.

### 13-2 الدراسة الثانية:والتي تخص سيميولوجيا التواصل الاجتماعي دراسة تحليلية لبنية الرموز غير

اللفظية في موقع الفييس بوك للدكتور " حسام الهامي " حاول خلالها الباحث تحليل العناصر الاتصالية غير اللفظية بالإضافة إلى الكشف عن المعاني الظاهرة والعميقة وكانت إشكالياتها : كيف يمكن من خلال المنظور السيميولوجي تحديد ملامح البنية العميقة المتحكمة للمكون غير اللفظي في إطار عملية الاتصال التي تجري عبر مواقع التواصل الاجتماعي وتحديد طبيعة الرموز غير اللفظية في تلك المواقع؟

حيث احتوت على التساؤلات التالية :

1- ما ابرز ملامح البنية المشتركة أو النظام الحاكم لتطبيق الرموز غير اللفظية على مواقع التواصل الاجتماعي ؟

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

<sup>1</sup> - حسام الهامي : سيميولوجيا التواصل الاجتماعي ، دراسة تحليلية لبنية الرموز غير اللفظية على موقع فييس بوك، ورقة بحثية مقدمة لمؤتمر مذكرة بعنوان وسائل التواصل الاجتماعي : التطبيقات والإشكالات المنهجية، الرياض ، المملكة العربية السعودية ، 2015ص4 .

3- وما وظيفة الرموز والعلامات غي اللفظية بالنسبة للمعنى على تلك المواقع؟

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

5- ما طبيعة العلاقة بين الرموز والعلامات غير اللفظية والنص واللغة المكتوبة؟

6- إلى أي مدى ترتبط الرموز غير اللفظية على مواقع التواصل الاجتماعي بالسياق الاجتماعي والثقافي التي تنتج في إطاره تلك الرموز ؟

وقد توصلت الدراسة إلى جملة من الاستنتاجات منها :

1- أن الصورة الفوتوغرافية تتصدر مختلف أشكال الرموز التعبيرية مختلف أشكال الرموز غير اللفظية على مواقع التواصل الاجتماعي .

2- أن توظيف الرموز والعلامات غير اللفظية تتم في بعض الأحيان بهدف إضفاء سمات وملامح معينة على النص المكتوب .

3- وكشفت الدراسة عن مجموعة من البنيات المتداخلة والمتصارعة المتحكمة في الكيفية التي توظف بها الرموز والعلامات غير اللفظية داخل بنية التواصل الاجتماعي ، بمعنى انه يمكن أن تفسر بنية الرموز غير اللفظية التي يردّها إلى عامل اجتماعي ربما يكون غي منظور ، إذ يرى الباحث أن الرمز الحامل للمعنى والانتقال خلال عملية الاتصال من الرموز اللفظية إلى رموز غير لفظية أدى إلى تحولات في المعنى والوظيفة.(1)

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

<sup>1</sup>- حسام الهامي، المرجع السابق، ص5.

## 8-منهج الدراسة و عينته:

### 1-8 نوع الدراسة:

بما أن دراستنا هذه تسعى إلى جمع المعلومات حول مستخدمي الرموز التعبيرية في مواقع التواصل الاجتماعي، وبالتحديد الفيس بوك وكيف أثر على اللغة لدى الشباب، فإن هذه الدراسة تندرج ضمن الدراسات الوصفية التي تهدف إلى اكتشاف الوقائع ووصف الظواهر وصفا دقيقا وتحديد خصائصها تحديدا كفيما وكما، كما تقوم بالكشف عن الحالة السابقة للظواهر وكيف وصلت إلى صورتها الحالية وتحاول التنبؤ بما ستكون عليه في المستقبل<sup>1</sup>.

### 2-8 منهج الدراسة:

المنهج هو الطريقة التي تتبعها الباحثة مستخدما بعض القواعد العامة المرتبطة بتجميع البيانات وتحليلها لإثبات صحة الفروض التي يضعها أو للإجابة على التساؤلات التي طرحها للوصول لحل مشكلة البحث<sup>2</sup>.

تتعدد مناهج البحث وتختلف تبعا لطبيعة الموضوع المدروس وبما أن دراستنا تندرج ضمن الدراسات

الوصفية فقد اعتمدنا على المنهج المسح بالعينة، حيث يهتم هذا المنهج بشرح وتوضيح المواقف والأحداث فهو يصور الوقائع ويهتم بمجال دراسة جمهور المتلقين بوصف حجم هذا الجمهور والأنماط السلوكية<sup>3</sup>.

<sup>1</sup> - مروان عبد المجيد إبراهيم : أسس البحث العلمي لإعداد الرسائل الجامعية ، الأردن، 2000 ص40.

<sup>2</sup> - محمد عوض العابدي : إعداد وكتابة البحوث والرسائل الجامعية ، شمس المعارف ، القاهرة ، 2005 ص64.

<sup>3</sup> - جمال محمد راسم : مناهج البحث في الدراسات الإعلامية ، 1999 ص193.

ويعتبر هذا المنهج الشكل الرئيسي لجمع المعلومات عندما تشمل الدراسة المجتمع الكلي أو تكون العينة كبيرة حيث يصعب حصر مفرداتها وهذا يسمح بتعميم نتيجة المسح على المجتمع الذي سحبت منه العينة<sup>1</sup>.

**3-8مجتمع البحث:** يعرف مجتمع البحث بأنه المجتمع الأكبر او مجموع المفردات التي تستمد الباحث دراستها لتحقيق نتائج الدراسة على كل مفرداته<sup>2</sup>.

ومجتمع البحث في دراستنا هذه هو الشباب المستخدم للفييس بوك

**4-8عينة الدراسة:** وتعرف العينة: بأنها عبارة عن محدود من المفردات التي يتعامل معها الباحث منهجيا ويشترط في هذه العينة أن تكون ممثلة لمجتمع البحث في الخصائص والسمات التي يوصف من خلالها المجتمع ونظرا لصعوبة القيام بدراسة شاملة لجميع المفردات مجتمع البحث، فإننا قمنا باختيار أسلوب العينة القصدية الغرضية لمجموعة من الشباب المستخدمين للفييس بوك بمدينة المسيلة وعليه فان العينة المختارة تقدر ب80 مفردة.

## 9- أدوات جمع البيانات :

حتى يتمكن الباحث من الوصول إلى النتيجة الموضوعية بالنسبة لإشكالية البحث ، يستلزم من الباحث استخدام أدوات وطرق جمع البيانات والمعلومات ، وهي تلك الوسائل المختلفة التي يستخدمها الباحث في جمع المعلومات والبيانات المستهدفة في البحث ضمن استخدامه لمنهج معين، وقد اعتمدنا في دراستنا هذه على أداة الاستبيان.

يعتبر الاستبيان من أدوات البحث الأساسية الشائعة الاستعمال في العلوم الإنسانية خاصة في علوم الإعلام والاتصال، حيث يستخدم في الحصول على معلومات دقيقة لا يستطيع الباحث ملاحظتها بنفسه.

<sup>1</sup> - محمد عبد الحميد : البحث العلمي في الدراسات الإعلامية ، ط2، عالم الكتب ، القاهرة ، 2004 ص158.

<sup>2</sup> - احمد بن مرسللي ، مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال ، ط2، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2005 ص202.

ويعرف الاستبيان: بأنه تلك القائمة من الأسئلة التي يحضرها الباحث بعناية تعبر عن الموضوع المبحوث في إطار خطة وبيانات مطلوبة من اجل الحصول على إجابات تتضمن المعلومات والبيانات لتوضيح الظاهرة المدروسة وتعريفها من جوانبها المختلفة<sup>1</sup>.

وقد قسمنا في دراستنا هذه استمارة الاستبيان إلى خمس محاور كل محور يتضمن مجموعة من الأسئلة:

#### 1- المحور الأول: البيانات الشخصية

2- المحور الثاني : عادات وأنماط استخدام الرموز التعبيرية في الفيس بوك

3- المحور الثالث : دوافع استخدام الرموز التعبيرية في الفيس بوك

4- المحور الرابع: أهداف استخدام الرموز التعبيرية في الفيس بوك

5- المحور الخامس: اثر استخدام الرموز التعبيرية على اللغة

بعد استكمال كافة أسئلة المحاور تم عرضها على ثلاثة محكمين : رئيس القسم الأستاذ بوبكر بوعزيز الأستاذ صاوي عبد المالك، الأستاذ احمد المهدي زاوي.وقد أشاروا علينا ببعض الملاحظات التي أخذناها بعين الاعتبار.

### 10- المدخل النظري للدراسة:

#### 1-10 نظرية الدراسة :

حتى لا ننتقل من فراغ في دراستنا يجب علينا الاعتماد على نظرية محددة، الأمر الذي من شأنه أن يقدم نسبيا صفة الشمولية والعمق لدراستنا وهذا نم خلال الاستفادة من التراكم المعرفي ومن ثمة توجيه مسارنا في العمل التطبيقي.

<sup>1</sup> - احمد بن مرسللي، مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال ، ط4، ديوان المطبوعات الجامعية ، الجزائر، 2010 ص220.

وبما أن موضوع دراستنا حول استخدام الرموز التعبيرية وتأثيرها على اللغة ارتأينا انه من الأفضل لنا الاستناد على نظرية الاستخدامات والاشباع .

### 10-2 مفهوم نظرية الاستخدامات والاشباع :

هي النظرية التي تهتم بدراسة الاتصال الجماهيري دراسة وظيفية منظمة، وتنحصر رؤيتها للجماهير على أنها فعالة في انتقاء أفرادها لرسائل ومضمون وسائل الإعلام. فخلال عقد الأربعينيات من القرن 20 أدى إدراك عواقب الفروق الفردية والتباين الاجتماعي على إدراك السلوك الفردي 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.

### 10-3. فرضيات النظرية:

- هناك علاقة بين الوظائف التي تتم صياغتها في إطار دوافع وحاجات الأفراد من جهة وتعرض للمحتوى والاشباع من جهة أخرى.
- المتلقي عنصر فعال وإيجابي في استخدامه لوسائل الاتصال .
- الفرد هو الذي يختار الوسيلة التي تشبع حاجاته.
- وسائل الإعلام تتنافس مع مصادر أخرى لتلبية حاجات الجمهور<sup>1</sup>.

### 10-4. تطبيق نظرية الاستخدامات والاشباع في دراسات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي :

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

<sup>1</sup> - حسن عماد مكاوي، ليلي حسين السيد ، الاتصال ونظرياته المعاصرة ، ط5 ، الدار المصرية اللبنانية ، القاهرة ، 2005 ، ص239.

# الفصل الثاني :

## الإطار النظري

### الرموز التعبيرية في شبكات التواصل الاجتماعي

تمهيد

- 1- نشأة موقع التواصل الاجتماعي.
- 2- خصائص مواقع التواصل الاجتماعي.
- 3- أبرز مواقع التواصل الاجتماعي.
- 4- لمحة تاريخية عن الرموز التعبيرية.
- 5- خصائص الرموز التعبيرية.
- 6- تصنيف الرموز التعبيرية ودلالاتها.

## تمهيد

إن التطور الحاصل في تكنولوجيا الاتصالات غيرت من حياة الأفراد من حيث تواصلهم في علاقاتهم الإنسانية ، حيث تحول الاتصال من مواجهي إلى افتراضي وذلك عبر مواقع التواصل الاجتماعي ، التي ظهرت بها لغة خاصة تمثلت في استخدام الرموز التعبيرية ، وفي هذا الفصل سوف نتعرف على نشأة هذه المواقع وأبزها كما نتعرف على تاريخ الرموز التعبيرية وتصنيفاتها.

### 1- نشأة مواقع التواصل الاجتماعي:

عند الحديث عن مواقع التواصل الاجتماعي يجدر الإشارة إلى مرحلتين أساسيتين:

**1-1- المرحلة الأولى:** هي مرحلة الجيل الأول للويب يمكن وصف هذه المرحلة بالمرحلة التأسيسية<sup>1</sup>، وقد شهدت هذه المرحلة ظهور مواقع متعددة من أشهرها: « Cy Worled 1999 » ، « Live Journal » ، حيث ركزت هذه الشبكات الاجتماعية في بدايتها على خدمة الرسائل القصيرة والخاصة بالأصدقاء لكنها لم تستمر طويلاً.

**1-2- المرحلة الثانية:** وهي مرحلة اكتمال الشبكات الاجتماعية ويمكن التأريخ لهذه المرحلة بالمرحلة الثانية للويب وقد ارتبطت بتطور خدمات الشبكة حيث انطلق موقع التواصل الاجتماعي « Friendster » وتم تصميمه ليكون وسيلة للتعارف والصدقات بين مختلف الفئات وفي عام 2003 ظهر موقع « My space » وهو أوائل مواقع التواصل الاجتماعي المفتوحة وأكثرها شهرة، كما ظهر موقع « LinkedIn » والذي وصل عدد مستخدميه إلى 205 مليون مشترك، ثم « Facebook » حيث انطلق رسمياً فبراير عام 2004<sup>2</sup>.

<sup>1</sup> - وليد رشاد زكي، نظرية الشبكات الاجتماعية من الايولوجيا الى قضايا استراتيجية،المركز العربي لابتاح الفضاء الالكتروني، 2012، ص5.

<sup>2</sup> - وحيد قدورة، الاتصال العالمي والوصول الحر للمعلومة العلمية، الباحثون والمكاتب الجامعية العربية، تونس، المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم، 2002، ص17.

## 2- خصائص مواقع التواصل الاجتماعي:

تتميز الشبكات الاجتماعية بعدد من الخصائص التي تجعلها تتميز عن بقية التطبيقات والمواقع في شبكة الانترنت ورغم تنوع هذه الشبكات من موقع إلى آخر إلا أنها تشترك في عدد من الخصائص نوردتها كالتالي :

### 2-1- التعريف بالذات:

وهي الخطوة الأولى من خلال إنشاء صفحة معلومات شخصية ومن خلالها يعرف بنفسه من خلال النص والصورة والصوت والتعليقات... الخ.

### 2-2- تكوين مجتمع افتراضي

حيث أن هذه الشبكات تسمح بخلق صدقات مع أصدقاء يتبادلون الاهتمام وبالتالي فهي تساهم في تجسيد مفهوم المجتمع الافتراضي.

2-3- التفاعلية: لقد سعت مواقع الشبكات الاجتماعية منذ ظهورها إلى التفاعلية بين أفرادها لضمان الاستمرارية والتطور<sup>1</sup>.

### 2-4- سهولة الاستخدام:

من بين الأمور التي ساعدت بشكل كبير في انتشار الشبكات الاجتماعية هي بساطتها لذا فإن أي شخص يملك مهارات أساسية في الانترنت يمكنه خلق وتسيير موقع شبكة اجتماعية<sup>2</sup>.

<sup>1</sup> - أمينة عادل سليمان، هبة محمد خليفة عبد العال: الشبكات الاجتماعية وتأثيرها على الإحصائي والمكتبي، بحث مقدم للجمعية المصرية للمكتبات والمعلومات، مصر، 2009 ص13.

<sup>2</sup> - وحيد قدورة، المرجع السابق، ص 17

### 3- أبرز مواقع التواصل الاجتماعي:

منذ الظهور الأول لمواقع الشبكات الاجتماعية تعددت وتنوعت بين شبكات شخصية وعامة تطمح لتحقيق أهداف محددة ، ومنذ بداياتها اختلفت المواقع التي تتصدر القائمة بين سنة وأخرى ، ومن بين أهم الشبكات في الوقت الحالي نجد:

### 3-1- الفيس بوك Face book:

يعتبر الفيس بوك واحد من أهم مواقع التواصل الاجتماعي وهو لا يمثل منتدى اجتماعي فقط وإنما أصبح قاعدة تكنولوجية سهلة بإمكان أي شخص أن يفعل ما يشاء بواسطتها.

تم إنشائه في فبراير عام 2004 من قبل "مارك زوكربيرغ" وذلك في جامعة هارفارد وقد كان هذا الموقع في بدايته متاحاً فقط لطلاب جامعة هارفارد ثم فتح لطلبة الجامعات والثانويات وأخيراً تم فتحه لأي شخص يرغب في فتح حساب به ، والآن يمتلك الموقع حوالي مليار مستخدم أي تقريباً كل بيت في العالم به مستخدم واحد على الأقل للفيس بوك<sup>1</sup>.

### 3-2- موقع تويتر:

هو إحدى شبكات التواصل الاجتماعي التي انتشرت في السنوات الأخيرة يسمح لمستخدميه بقراءة وإرسال تعليقات لا تتجاوز 140 حرف وهذه التعليقات تعرف باسم التغريدات من خلال ظهورها على صفحاتهم الشخصية أو في حالة الدخول على صفحة صاحب الرسالة وتتيح شبكة تويتر خدمة التدوين المصغر، وحسب الإحصائيات التي نشرها موقع تويتر فإن هناك أكثر من 100 مليون مستخدم في هذا الموقع وكل يوم تضاعف عدده.

1- سهير عثمان، فيس بوك، طريقة الباحثين عن العلاقات القديمة، متاح.

في، [http://www.moheet.com/show-files,.aspx\\$fid=46338p=10](http://www.moheet.com/show-files,.aspx$fid=46338p=10)

### 3-3- موقع يوتيوب:

تأسس في فبراير 2005 ويقوم على فكرة مبدئية هي بث أو ذع لنفسك وهو أهم مكان في شبكة الانترنت للمشاركة في الفيديو المجاني الشعبي حيث تحمل عليه يومياً أفلام من صنع هواة حول العالم، يستطيع المستخدمون تحميل وتبادل مقاطع الفيديو وتسميتها في جميع أنحاء العالم<sup>1</sup>.

### 4- لمحة تاريخية عن الرموز التعبيرية:

استخدمت لرموز التعبيرية في البداية من قبل مشغلي شبكات الهاتف النقال اليابانية "ان. تي. تي دوكومو" وتم إنشاء الرموز التعبيرية الأولى عام 1999 في اليابان من قبل "شجيتاكا كوريتا" الذي كان جزءاً من فريق العمل على مورد منصة الانترنت عبر الهاتف النقال، ووفقاً لكوريتا فانه استلهم الفكرة من رموز حالة الطقس ومن طريقة كتابة يابانية تعرف باسم "حروف كانجي" وأوضح كوريتا أن الرموز في بدايتها كانت نحو 200 ايموجي اختلفت أشكالها مثل حالة الطقس، الطعام، الشراب، المزاج والمشاعر، وكانت هذه الرموز بالأسود والأبيض فقط ينحصر حجمها في 12 x 12 بيكسل لذلك قاسمت بالبساطة الشديدة، كما أنه في 1999 بدأت شركة يابانية أخرى للهاتف النقال باعادة تطوير النسخة الأصلية من الايموجي مثل الوجوه الصفراء مثل المستخدمة حالياً المعروفة باسم "السمابلي".

ويعتقد كوريتا أن هذه الرموز لا تعتبر مؤشر على نقص قدرة الناس على التواصل بواسطة الكلمات أو نقص المقدار لديهم.

في عام 2015 حدثت طفرة عندما قامت شركة "آبل بادكال" الرموز التعبيرية على لوحات المفاتيح الخاصة بها وهنا بدأت الرموز التعبيرية تأخذ منحى دولياً، فقد تم الاستغناء عن كثير من الكلمات التقليدية والتي كانت تنحصر بين « lol » و « Omy » وبعض الكلمات الرمزية، حيث استحدثت العديد من الرموز التعبيرية التي تلبي جميع حاجيات المستخدم من تعابير ومشاعر وأحاسيس وكما قال "كاسبرجراثول" رئيس قواميس وأكسفورد "أن الرموز التعبيرية تغلبت على الحرف الأبجدي التقليدي

<sup>1</sup> - المرجع نفسه، ص 11.

وذلك لتلبية الاحتياجات السرية التي تعتمد على العنصر البصري للتواصل خاصة أنها مرنة ومعبرة وفورية".<sup>1</sup>

#### 5- خصائص الرموز التعبيرية :

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

- تجسيد المعاني والأفكار والمشاعر
- تؤكد المعنى وتقوي الرسالة
- تضيف سمات وملامح تعبيرية على النص
- تتجاوز المعنى اللغوي المباشر

---

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

6- تصنيف الرموز التعبيرية:

هناك أنواع كثيرة منا لرموز التعبيرية غير اللفظية المستخدمة بين الشباب في شبكات التواصل الاجتماعي - الفيسبوك - وقد اخترنا الرموز الأكثر استخداما وحاولنا تقسيمها وفق المعايير التالية:

1 /- رموز تعبيرية ذات الوجوه المتعددة الملامح

2 /- رموز سفر وأماكن.

3 /- رموز الطبيعة والحيوانات

4 /- رموز ذات النشاطات المختلفة.

رموز ذات الوجوه المتعددة الملامح	
<p>يبتسم قليلا الوجه</p> <p>وكان هذا رمز تعبيرى واحد من "الرموز التعبيرية اقترحو مع ذلك، فقد كان، ولا يزال، حتى الشركات التي تدعم رموز تعبيرية في أنظمة التشغيل الخاصة بهم لتوفير صور فحسب، بل أيضا خوارزمية لتحل محل رمز رموز تعبيرية في الصورة التعبيرية.</p>	
<p>الأبيض مقطب الوجه.</p> <p>ظهر هذا رمز تعبيرى لأول مرة في دائرة الرقابة الداخلية بعد التحديث دائرة الرقابة الداخلية.</p>	
<p>مواجهة الطعام لذيذ</p> <p>ألف وجه مبتسم مع عيون المنحنية واللسان يتمسك بها. هذا رمز تعبيرى انتهيت للتو من تناول شيء لذيذ حقا وليس خائفا للعق الشفاه لالتهام فتات آخر ما تبقى من نكهة. وكان هذا الطعام لذيذ تماما.</p>	
<p>الوجه المبتسم مع فتح الفم</p> <p>أبيض الوجه المبتسم</p>	

<p>ألف وجه مبتسم مع عيون بيضاوية كبيرة وفتح الفم. وتظهر الأسنان العلوية. تشبه الى حد بعيد رموز تعبيرية مبتسما الوجه ولكن مع المزيد من الإثارة التعبير عنها من خلال عيون</p>	
<p><b>وجه مع فتح الفم</b> ألف وجه بعيون مفتوحة جولة وجولة فتح الفم. هذا رمز تعبيرى ليس دهش جدا، ولكن فاجأ، أعجب، وأو صدم من قبل ما يشهدونه. أعتقد، نجح باهر.</p>	
<p><b>لغمز الوجه</b> والغمز وجه سعيد. هذا رمز تعبيرى هو صديق للجميع، والمقربين الكمال، المشارك من النكات داخل والشامل مشجعة الروح. حذار، ولكن من إمكاناتها لتكون غزلي أو حتى الجنسي.</p>	
<p><b>الوجه المبتسم مع النظارات الشمسية</b> ألف وجه مبتسم مع النظارات الشمسية والفم مغلق. هذا رمز تعبيرى إما يتمتعون الشمس أو جعل نظرة باردة طبيعية للغاية وسهلة.</p>	
<p><b>المثابرة الوجه</b> عيون، الحواجب المقوسة الكبيرة وقليل الفم المنحني. هذا هو رمز تعبيرى مصمم واحد، منضما إلى تحقيق العظمة. تعزيز والمحافظة، أو التمسك بها. يصر. أن تستمر في أي شيء بها. للحفاظ على الرغم من صعوبة أو الإحباط. استمرار بثبات. بطل!</p>	
<p><b>الوجه المبتسم مع Halo مرحبا</b> ألف وجه مبتسم مع هالة، والعيون المنحنية والفم مغلق. طبيعة المنحنية للعيون تجعل العيون تبدو كما لو أنها تبسم. هالة في حد ذاته يصور الطبيعة الملائكية، ولكن عندما يقترن عيون يبتسم ينضح أكثر جودي اثنين والأحذية.</p>	
<p><b>الوجه المبتسم مع فتح الفم ويبتسم عيون</b> ألف وجه مبتسم مع عيون المنحنية وفتح الفم. وتظهر الأسنان العلوية. طبيعة المنحنية للعيون تجعل تظهر العينين كما لو أنها تبسم وكذلك - ومن هنا جاءت تسميته "يبتسم العينين".</p>	
<p><b>أيض الوجه المبتسم</b> إذا. "وجه مبتسم عام": مذكرة يونيكود. هذا هو رمز تعبيرى أبسط الوجه المبتسم</p>	

<p>سوفت بانك / التفاح! أردت رموز تعبيرية فوق مثل على هذا الوجه</p>	
<p><b>الوجه المبتسم مع على شكل قلب عيون</b>          ألف وجه مبتسم مع القلب على شكل عيون وفتح الفم. وتظهر بلا أسنان. هذا رمز تعبيرى هو بعنف في الحب مع شخص ما أو شيء ما. نظرة واحدة على العينين على شكل قلب يقول كل شيء، وهذا رمز تعبيرى هو أكثر من رئيس يشفي وبنون في الحب معك.</p>	
<p><b>مواجهة رمي قبلة</b>          ألف وجه مع الغمز بالعين، التجعيد الشفاه، والقلب العائمة. الغمز والتقبيل... في معظم الأحيان ودية ولكن يحتتمل أن تكون غزلي أقل ما يقال. إذا كان وجه اليدين وهذا من شأنه أن يكون اسمه "تهب قبلة".</p>	
<p><b>تقبيل الوجه مع يبتسم عيون</b>          ألف وجه مع عيون المنحنية والشفاه مجعد. طبيعة المنحنية للعيون تجعل تظهر العينين كما لو أنها تبتسم وكذلك - ومن هنا جاءت تسميته "يبتسم العينين". قبلة صادقة مع تلميح من العلاقة الحميمة. ليست ليتم تسليم هذا النوع من القبل إلى أي شخص فقط.</p>	
<p><b>وجه مع اللسان عالقون المغادرة والرمش العين</b>          • تمزح، غير جاد          ألف وجه مع عين واحدة مغلقة، عين واحدة مفتوحة المظهر البرية، وفتح الفم واللسان تخرج. بعنف وسخافة مجنون. هذا رمز تعبيرى هو الجوز، ويحتتمل أن مشهود لذلك.</p>	
<p><b>وجه مع اللسان عالقون المغادرة وعيون مغلقة بإحكام،</b>          • تمزح، غير جاد          ألف وجه مع بإحكام وثيقة (يرتد) (العيون، وفتح الفم واللسان تخرج. مجرد سخيفة ودية بلا شك.</p>	
<p><b>وجه متوهج ألف وجه مع عيون مفتوحة على مصراعها والتلاميذ، والخدين احمرار</b>          والفم مغلق الصغيرة والحاجبين. هذا تعبيرى هو إحراج.</p>	

<p>يبتسم ابتسامة عريضة وجه مع ابتسامة العيون  طبيعة الخدين احمرار، عيون منحنية وردية والفم مغلق /وجه مع (مبتسما) وابتسم  ومن هنا جاءت - المنحنية للعيون تجعل تظهر العينين كما لو أنها تبتسم وكذلك  ". يبتسم العينين "تسميته</p>	
<p><b>الوجه متأمل</b>  ألف وجه مع قصيرة الفم واصطف على التوالي، وأغلق عينيه، ومقلوب الحواجب  المقوسة. هذا رمز تعبيري لديه الكثير للتفكير، وهو ما يرجح خطيرة إلى حد ما. غالبا  ما يكون من الأفضل أن تعطي هذه رموز تعبيرية القليل من الوقت في حد ذاته  للتفكير بشكل كامل وحل أفكارها.</p>	
<p><b>الوجه بالارتياح</b>  ألف وجه مع الحواجب المقوسة، عيون مغلقة السلمية وابتسامة ارتياح الصغيرة. شيء  جيد يحدث مجرد أن هذا رمز تعبيري، ويحتمل أن قليلا من الأخبار الجيدة أو  استنتاجات مشروع كبير. بغض النظر عن السبب، كل شيء عن هذا رمز تعبيري  يصور يعنى اطمئنان.</p>	
<p><b>البكاء الوجه</b>  وشدد وجه مع عيون بيضاوية صغيرة، طفيف الفم المنحني والحاجبين والمسيل للدموع .  ألف وجه تمزيق. حزين جدا. شيء سلبي يجب أن يكون قد حدث.</p>	
<p><b>وجه مع دموع الفرح</b>  ألف وجه مبتسم مع المسيل للدموع تملأ العيون المنحنية التي هي في معظمها مغلقة  وفتح الفم. وتظهر الأسنان العلوية. أن تكون سعيدة جدا أن كنت أبكي دموع  الفرح.</p>	
<p><b>البكاء بصوت عال الوجه</b>  ألف وجه مع عيون مغلقة، مفتوحة على مدار الفم، تبين الأسنان، والدموع تنهمر .  هذا رمز تعبيري يبكي بشكل ملحوظ جدا ويفعل ذلك بصوت عال بما فيه الكفاية  للجميع للاستماع وتنتبه. ما تخفيه هنا، هذا رمز تعبيري هو أبعد حزين.</p>	
<p><b>وجه نائم</b>  ألف وجه مع عيون مغلقة، واسترخاء الفم مفتوحا قليلا، الحاجبين وفقاعة المخاط .</p>	

<p>بالون تتدلى من منخر واحد") فقاعة المخاط ("إلى النوم. وقال فقاعة تضخيم والتضاؤل لأنها شخير. يتم عادة عندما ينام شخصية في لحظة غير مناسبة)</p>	
<p><b>الوجه بخيبة أمل ولكن بالارتياح</b> ألف وجه مع العيون المستديرة، قليلا الفم، وارتفاع مجموعة-الحاجبين وقطرة عرق . الأمر لم يذهب وفقا للخطة لهذا رمز تعبيري، ولكن الضرر قد وقع وحان الوقت للمضي قدما.</p>	
<p><b>وجه مع فتح الفم والعرق البارد</b> ألف وجه مبتسم بعيون مفتوحة مستديرة، قليلا فتح الفم والحاجبين وقطرة واحدة من عرق بارد. هذا رمز تعبيري هو العصبي وخائفة.</p>	
<p><b>الوجه متأمل</b> ألف وجه مع قصيرة الفم واصطف على التوالي، وأغلق عينيه، ومقلوب الحاجب المقوسة. هذا رمز تعبيري لديه الكثير للتفكير، وهو ما يرجح خطيرة إلى حد ما. غالبا ما يكون من الأفضل أن تعطي هذه رموز تعبيرية القليل من الوقت في حد ذاته للتفكير بشكل كامل وحل أفكارها.</p>	
<p><b>مواجهة صراخ في الخوف</b> ألف وجه مع عيون واسعة فارغة، فتح الفم الصراخ، ويديه على وجهه. الخوف الشديد، فاجأ ربما شاحب بعد ذلك، تكتيكات تخويف. تذكرنا لوحة "الصرخة" لوحة لإدوارد مونش.</p>	
<p><b>العبوس الوجه</b> وجه البرتقال مع عيون بيضاوية صغيرة، طفيف الفم منحني والحاجبين الزاوية بجرأة . الناس في بعض الأحيان تجعل الوجه العبوس لتبدو أكثر جاذبية جنسيا.</p>	
<p><b>الوجه دهش</b> ألف وجه مع عيون ونخارج، جولة فتح الفم، تبينا لأسنان، وارتفاع مجموعة-الحاجبين. ماذا يحدث في العالم المأرب فقط؟ يمكن لهذا رمز تعبيري لا يكاد يصدق ما حدث للتو. عاجزا عند دهشة. الكفر المحض. أنيميخرو والمغلوب كوميدي، بالدوار.</p>	

رموز سفر واماكن	
<p><b>منزل مع حديقة</b></p> <p>=البيت، بيت مع ساحة</p> <p>تمت إضافة هذا التعبير في دائرة الرقابة الداخلية 5. مشابه جدا للرمز تعبير " بناء البيت " لديهما حديقة لكنها مختلفة! انا امزح انت لا.</p>	
<p><b>مستشفى</b></p> <p>الصليب الأسود بشأن الدرع</p> <p>نظيف يبحث مبنى المستشفى العام مع الصليب على الجبهة. قد تكون مثيرة للجدل في الثقافتين الإسلامية واليهودية.</p>	
<p><b>طيارة</b></p> <p>يستخدم طائرة لنقل الأشخاص أو الأشياء بسرعة من بقعة واحدة على الأرض لآخر. أسرع وأسلم وسيلة النقل. بوينغ وايرباص وبومباردييه وماكدونيل دوغلاس جعل الغالبية العظمى من الطائرات التجارية جوية من قبل شركات الطيران حول العالم . بعض من أكبر شركات الطيران على الخطوط الجوية الأمريكية ، دلتا للطيران، الخطوط الجوية المتحدة، شركة طيران جنوب غرب، ولوفتهانزا.</p>	
<p><b>سيارة</b></p> <p>جانب من السيارة أو السيارات .يستخدم سيارة لنقل الناس من مكان إلى آخر . السيارات الرياضية تعقد عادة شخصين وسيارة سيدان أكبر خمسة أشخاص .هناك العديد من أنواع مختلفة من السيارات المصنوعة من العديد من شركات صناعة السيارات المختلفة،</p>	

رموز الحيوانات و النباتات	
<p>وجه الكلب</p> <p>هذا الجرو الصغير لديه التصحيح البني على عينه .بديع .قد يظن بعض الطعام، والبعض الآخر الحيوانات الداجنة.</p>	
<p>وجه القطه</p> <p>يتسم وجه القط مع فتح الفم</p> <p>هذا القط لطيف قليلا احتياجات المنزل .ترسل له /لها لشخص ما.</p>	
<p>أرنب الوجه</p> <p>حيوان فروي مع أسنان كبيرة ويجب الجزر .هذا واحد لديه آذان كبيرة.</p>	
<p>بقرة الوجه</p> <p>بقرة رمادية .وتقول البقرة :: مخيفة وقفة :: مو!</p>	
<p>كركديه</p> <p>تنمو أزهار الكركديه في مناخ أكثر دفئا، يمكن أن يكون تختلف الكبيرة ووجبة شهية العزيزة من السلاحف .هناك مئات الأنواع من الزهور الكركديه وتتراوح في العديد من الألوان.</p>	
<p>وردة هي والزهور التي تزهر في الربيع منتصف إلى أواخر ولا تزال كل صيف .ومن المعروف الورود للعطر من المدهش وتستخدم لجعل العديد من العطور .الورود تأتي في كثير من ألوان مختلفة، ويمكن أن تدل معاني مختلفة، مثل الأحمر من أجل الحب، والأبيض للنقاء، والأصفر للصدقة، والوردي لامرأة ناضجة .الورود هي شعبية جدا خلال عيد الحب والورود وخاصة الحمراء .</p>	
<p>باقة أزهار</p> <p>باقة الخزامى .زهور الأفتحوان الأحمر والأصفر والبرتقالي في إناء .وهناك لفتة لطيفة.</p>	

رموز ذات الانشطة المختلفة	
<p><b>أسود الهاتف</b></p> <p>اتصل به! نحن آسفون. إذا كنت ترغب في إجراء مكالمة، شنق، وحاول مرة أخرى .                      قديمة الهاتف حبابي الأحمر. في التاريخ انه كان يستخدم لإجراء المكالمات.</p>	
<p><b>التلفاز</b></p> <p>جهاز تلفزيون مرسل أو مستقبل                      الصورة التي تم تحديثها في دائرة الرقابة الداخلية! 5 شاشة أكبر! بصراحة، يحتاج                      يونيكود تحديثا. لا توجد وسيلة هذا الشيء سيكون مواطنه عالية اسماقديم: التلفزيون                      الكلاسيكية. تعيين على التلفزيون أنبوب أشعة الكاثود القديمة مع هوائي. فمن                      الأسلم أن نقول أنه سوف يحصلون إلا على قنوات .</p>	
<p><b>حزب بوبر</b></p> <p>وبوبر الحزب هو باليد استنباط ناسفة صغيرة، عندما أثار، يرسل حلويات ملونة                      واللافتات في الهواء. عنصر يستخدم لزيادة ذروة الحدث الاحتفالي. ويستخدم هذا                      رمز تعبيري ليلة رأس السنة الميلادية، وعيد الاستقلال، وعادة عندما يتم الاعتراف                      الإنجازات، وتبذل إعلانات خاصة أو وفاز النصر.</p>	
<p><b>ملفوفة الحاضر</b></p> <p>كائن ملفوفة في ورقة حتى أن الناس لا يمكن أن يرى ما يخفي في الداخل. الناس                      يحبون أن تعطي الناس غيرها من الهدايا في المناسبات الخاصة، مثل أعياد الميلاد                      والأعياد، وحفلات الزفاف. التفاف يحتفظ الكائن داخل)هدية (بعيدا عن الأنظار .                      واحدة من أفضل أجزاء من تقديم أو تلقي هدية هو الترقب والدهشة التي تأتي عندما                      هدية هي ملفوف .</p>	
<p><b>الثقيلة القلب الأسود</b></p> <p>اسمه رسميا "الأسود" قلب ولكن غالبا ما يظهر على شكل قلب أحمر أو وردي .                      الأحمر والوردي هي الألوان الأكثر تقليدية تستخدم لقلب، إلى حد كبير لأن قلب                      الإنسان هو أحمر اللون. ويستخدم القلب رمزا للعاطفة الحب. البشر قد ارتبط منذ فترة</p>	

<p>طويلة شعور الحب في القلب. رمز لعيد الحب هو القلب. ويستخدم قلب أحمر يرمز إلى الحب، والعاطفة، والرومانسية. الرغبة الشديدة. هذا رمز تعبيرى معين يمكن أن يكون مربكا لأنه يدعى رسميا "القلب الأسود" ولكن يتم عرض إما أحمر أو أسود. القلب الأسود له معنى مختلف تماما عن قلب أحمر. وكثيرا ما يرتبط القلب الأسود مع الموت، والشر، أو الشعور بالبرد عاطفيا) من دون رحمة، والشعور أو الحب. (عموما، ومع ذلك، يأخذ هذا رمز تعبيرى على شكل قلب أحمر.</p>	
<p><b>قلب مجروح</b> الحب الذي تحول مؤخرا الحامض، "كسر قلبي". وكان هذا رمز تعبيرى جزء من /رمز تعبيرى الملكية غير موحد المجموعة الأولى التي أدخلها شركات يابانية مثل سوفتبنك. أصبحت هذه الرموز التعبيرية جزء من اي فون أبل تبدأ في دائرة الرقابة الداخلية 2.2 كميزة أونلوكل على الهواتف التي تباع في البلدان الناطقة باللغة الإنجليزية.</p>	
<p><b>البطيخ</b> فاكهة كبير جدا التي تنمو على كرمة وغير كامل من الماء. نزهة الصيف ليست كاملة دون البطيخ. كما الحدس كما هو، فمن المفترض أن تناول البطيخ للمساعدة في احتباس الماء في البشر. اعتاد الناس على الجلوس على الفناء في يوم صيف حار والمنافسة لمعرفة من الذي يمكن أن ييصق بذور البطيخ أبعد. ومع ذلك، هذا التقليد هو الموت خارج بسبب العلم وإنشاء البطيخ الخالي من البذور. شيئا ليصقون، .</p>	
<p><b>تفاحة حمراء</b> التفاح الأحمر مع ورقة على رأس تزال تعلق. تفاحة في اليوم تغنيك عن زيارة الطبيب، أو هكذا يقولون. التفاح هي الفاكهة التي تنمو على شجرة التفاح. و"حمراء لذيذ" التفاح هو التمثيل الأكثر شهرة تفاحة، وخاصة في جرعة شمال غرب المحيط الهادئ من الولايات المتحدة. ومع ذلك، هناك آلاف من أصناف التفاح.</p>	
<p><b>الفراولة</b> فراولة هي فاكهة حمراء كبيرة نسبيا نمت على نباتات الفراولة الصغيرة. النباتات منخفضة جدا على الأرض، مما يجعل من الصعب عليهم على خلفية لالتقاط وسهلة لالرخويات، مثل سبيكة، للوصول الى وتناول الطعام أولا. بقلمى الفراولة هي حلوى شعبية الذي يتطلب كمية كبيرة من الفراولة. الفراولة بقلمى يذهب جنبا إلى جنب مع</p>	

<p>الرابع من يوليو، عيد الاستقلال الأمريكيين.</p>	
<p><b>هامبورجر</b> مكان الوجبات السريعة</p> <p>والهمبرغر وتقع قدمت مع باقي من اللحم المفروم المطبوخ وخدم بين اثنين من الكعك . تسمية خاطئة لأنه لا يجعل من "لحم الخنزير" ، بل لحوم البقر . يتم تقديم الهامبرغر أحيانا مع الجبن، مما يجعله تشيزبرجر، مثل إصدار أبل من هذا رمز تعبيرى . وغالبا ما يقدم الهامبرغر مع الخس والطماطم والبصل وصلصة الطماطم، ولكن يمكن أن تشمل برغر الذواقة لحم الخنزير المقعد والفلفل والجبن الأزرق والبصل المشوي والفطر المقلي، وغيرها من الطبقة أكثر تطورا . غذاء مفضل الأمريكي . يستخدم ليعني الوجبات السريعة.</p>	
<p><b>كعكة عيد الميلاد</b></p> <p>كعكة حلوى الطبقات بلوري التي تحبز . يتم تقديم الكعك تقليديا في الاحتفال بعيد ميلاد شخص ما . على الرغم من أن يتم تقديم الكعك في العديد من الأحداث الأخرى، مثل حفلات الزفاف والتقاعد، وتشمل هذه الكعكة معينة الشموع، مما يدل على أنها كعكة عيد ميلاد . ومن التقاليد لوضع الشموع على كعكة عيد ميلاد، يعني "عيد ميلاد سعيد" أغنية وأطلب من الشخص ميلاده جعل رغبة وضربة من الشموع . وبطبيعة الحال، يتم استخدام هذا رمز تعبيرى في معظم الأحيان عندما يتعلق الأمر بعيد ميلاده.</p>	
<p><b>كرة القدم</b> فوتبول</p> <p>مألوفة أبيض وأسود الكرة تضخم تستخدم عادة للعب كرة القدم الأمريكية . Emoji الاسم القديم : كرة القدم أو كرة القدم أيقونة.</p>	
<p><b>كرة السلة</b></p> <p>رياضة كرة السلة . لعبت كرة السلة على ملعب مستطيل مع فريقين من خمسة لاعبين . هدف كل فريق هو وضع كرة السلة من خلال فرق كرة السلة طارة على جانبهم من المحكمة . لاعبي كرة السلة للمحترفين في الولايات المتحدة الأمريكية تتنافس في الرابطة</p>	

<p>الوطنية لكرة السلة أو كرة السلة.</p>	
<p>الغيتار والغيتار الكهربائي البني اللامع في زاوية مع خلفية بيضاء.</p>	
<p>اعتراض تسجيل ويستخدم اعتراض علامة من قبل البشر ليقول كل شيء ليست جيدة. قبضة مع الإبهام يشير مباشرة إلى أسفل نحو الأرض. علامة اليد لعدم الموافقة أو ليس جيدا. أنا لا أحب ذلك. سيئة. المعاكس) متناقض (من علامة الإبهام إلى أعلى. تستخدم المحتمل لقرون من قبل الناس، مثل خلال أيام الإمبراطورية الرومانية، والمصارعون في الكولوسيوم) المدرج. (أفراد الجمهور ويحتمل أن تكون قيصر ستستخدم اعتراض بادرة تشير إلى سوء الأداء أو النتيجة من هذا الحدث. ورموز تعبيرية سلمي للغاية.</p>	

# الفصل الثالث :

## الإطار التطبيقي

1- التحليل الكمي والكيفي للدراسة

2- نتائج الدراسة

3- خاتمة

## 1- التحليل الكمي والكيفي للبيانات:

بعد توزيع 80 استمارة بطريقة عشوائية على أفراد العينة ،استرجعنا 78 استمارة حيث تم إلغاء استمارتين لعدم الاجابة على أكثر من نصف الاسئلة المطروحة ، وعليه العينة الفعلية هي 78 استمارة صالحة للتحليل.

لقد تم تفرغ البيانات باستخدام البرنامج الإحصائي SPSS (الرمز الإحصائية للعلوم الاجتماعية ) حيث استخدمنا الأساليب الإحصائية الوصفية، وذلك لعرض خصائص أفراد العينة ووصف إجاباتهم باستخدام :

- التكرارات والنسب المئوية : وتعلق بكل الجداول لمعرفة الاختلافات في درجة التوزيعات للمتغير التابع وللكشف عن تأثيرات السن والجنس والمستوى التعليمي حيث يتم حساب النسب للمتغير على أساس أن المتغيرات الاجتماعية هي التي تؤثر على رأي الشخص المبحوث.

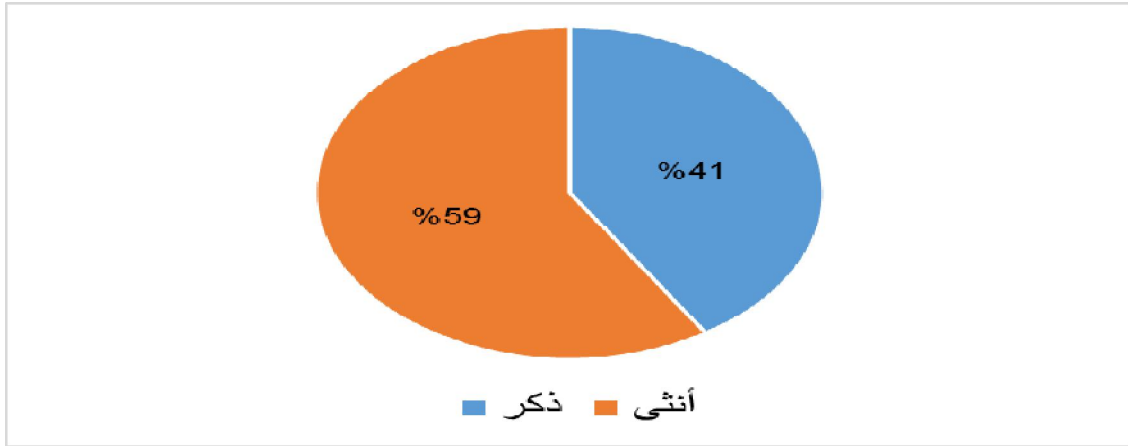
- أسلوب التحليل الكيفي: حيث قمنا بوصف وتحليل النتائج ، كما حاولنا ربط المتغيرات بالجانب الميداني ومقارنة مختلف البيانات حسب المتغيرات وذلك بإخراجه من دائرة الجداول والتكرارات الجامدة وربط الشق النظري بجانبه الميداني لتكامل الدراسة وتناسقها.

محور البيانات الشخصية:

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

النسبة %	التكرارات	الجنس
41.0%	32	ذكر
59.0%	46	أنثى
100%	78	المجموع

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



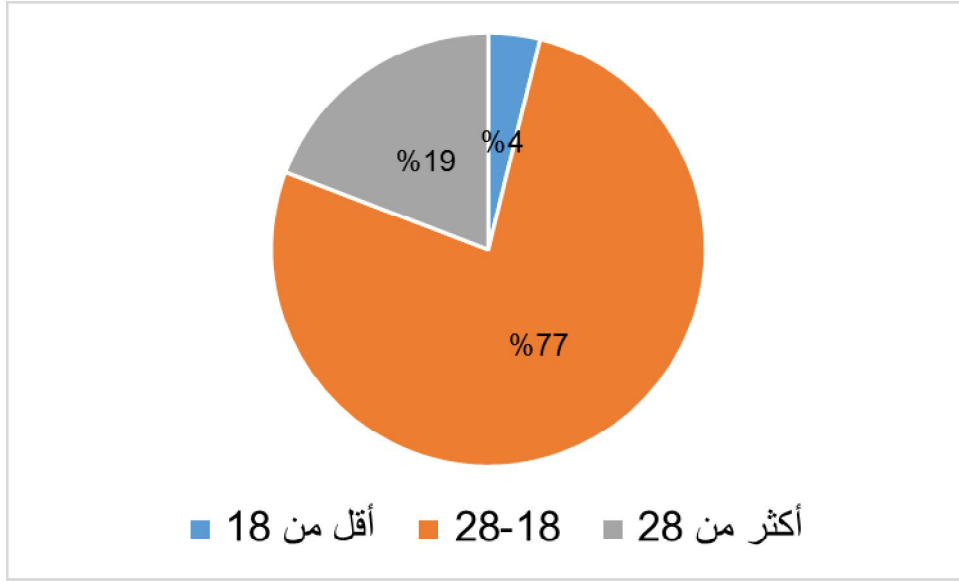
يوضح الجدول رقم (1) أعلاه توزيع أفراد العينة المدروسة حسب متغير الجنس ، حيث تبين النسبة المئوية لتكرار كل من الذكور والإناث ، أن الإناث بأعلى نسبة تقدر بـ: 59% ، أما الذكور فقدرت نسبتهم 41%.

ويفسر ارتفاع نسبة الإناث مقارنة الذكور في اهتمامهم بمواقع التواصل الاجتماعي هو الفراغ واللجوء إلى هذه المواقع لكسر حالة الملل، حيث كشفت أرقام عالمية حديثة عن تواجد قوي للنساء في ثلاث شبكات اجتماعية منها الفيس بوك ، ويأتي ذلك في وقت يزداد فيه اعتماد جميع الناس خاصة الإناث على شبكات التواصل الاجتماعي للتواصل، أو لأغراض العمل ومتابعة الأخبار والتسويق والترفيه.

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

النسبة %	التكرارات	السن
3.8%	3	أقل من 18
76.9%	60	18-28
19.2%	15	أكثر من 28
100%	78	المجموع

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



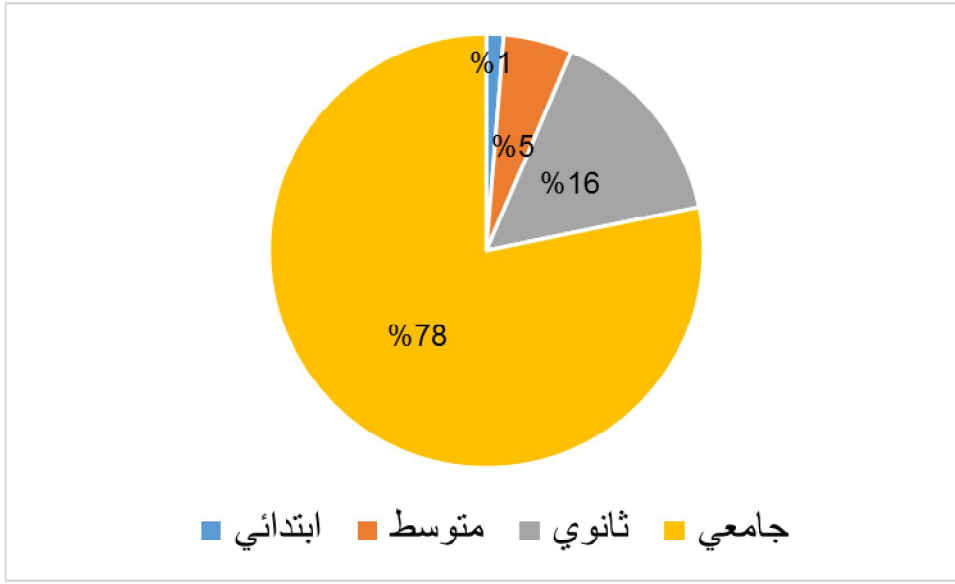
نلاحظ من الجدول رقم (2) أن فئة من 18 إلى 28 سنة وهي الفئة الأكثر استخداما للفيس بوك بنسبة 76.9%، تليها فئة الذين تتراوح أعمارها من 28 فأكثر بنسبة 19.2%، أما بالنسبة للفئة الأخيرة فهي أقل من 18 سنة فكانت متدنية جدا 3.8% من الأفراد المستخدمين.

ويفسر هذا بان الفئة من 18 إلى 28 سنة هي الأكثر استخداما لمواقع التواصل الاجتماعي، وعلى رأسها الفيس بوك و هذا لأنها الفئة التي تمثل الشباب في أتم حيويته ونشاطه ونضجه والمهتمة بالنظر لتعدد الخدمات التي يقدمها هذا النوع الجديد من التقنيات الحديثة والذي يلي رغباتهم.

الجدول رقم (3): يوضح توزيع أفراد العينة حسب متغير المستوى التعليمي

النسبة %	التكرارات	المستوى التعليمي
1.3%	1	ابتدائي
5.1%	4	متوسط
15.4%	12	ثانوي
78.2%	61	جامعي
100%	78	المجموع

الشكل رقم (3): توزيع أفراد العينة حسب متغير المستوى التعليمي



يبين الجدول أعلاه رقم (3) توزيع أفراد العينة حسب المستوى التعليمي، ومن النتائج المتحصل عليها نلاحظ ارتفاع نسبة الشباب الذين لهم مستوى تعليمي جامعي، حيث قدرت نسبتهم 78.2%، ثم تلاها أصحاب المستوى التعليمي الثانوي الذين قدرت نسبتهم 15.4%، في حين كانت اقل نسبة للذين لهم مستوى متوسط و الابتدائي والتي قدرت ب: 5.5% و 1.3% على التوالي.

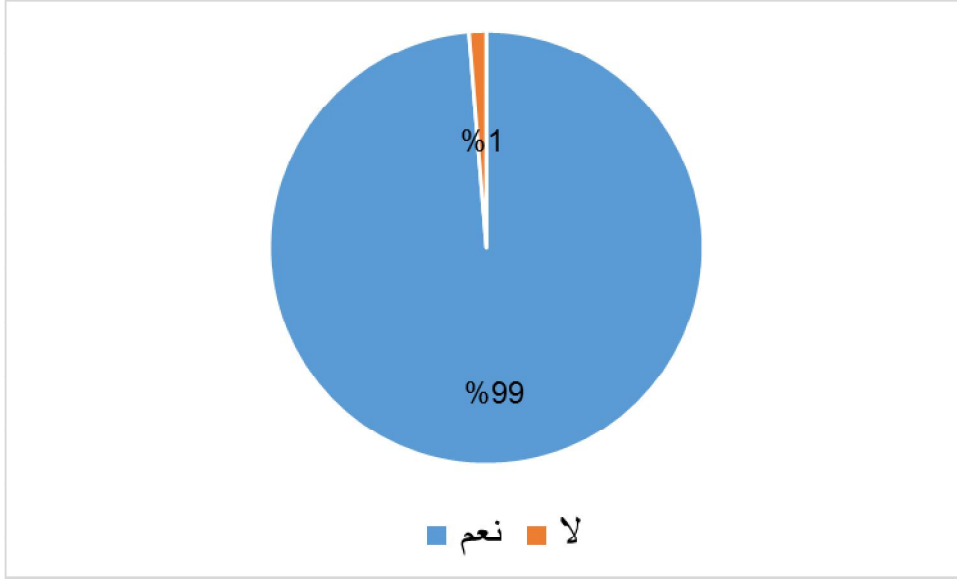
ويرجع سبب ارتفاع فئة المستوى الجامعي بالنسبة لمتابعتهم للفيس بوك، لأنهم يمتلكون للوعي الثقافي، يعتمدون على الفيس بوك في البحث العلمي والتواصل مع زملائهم.

المحور الأول: عادات وأنماط استخدام الرموز التعبيرية في الفيس بوك

الجدول رقم (4) : يوضح استخدام شبكات التواصل الاجتماعي

النسبة %	التكرارات	
98.7%	77	نعم
1.3%	1	لا
100%	78	المجموع

الشكل رقم (4): استخدام شبكات التواصل الاجتماعي



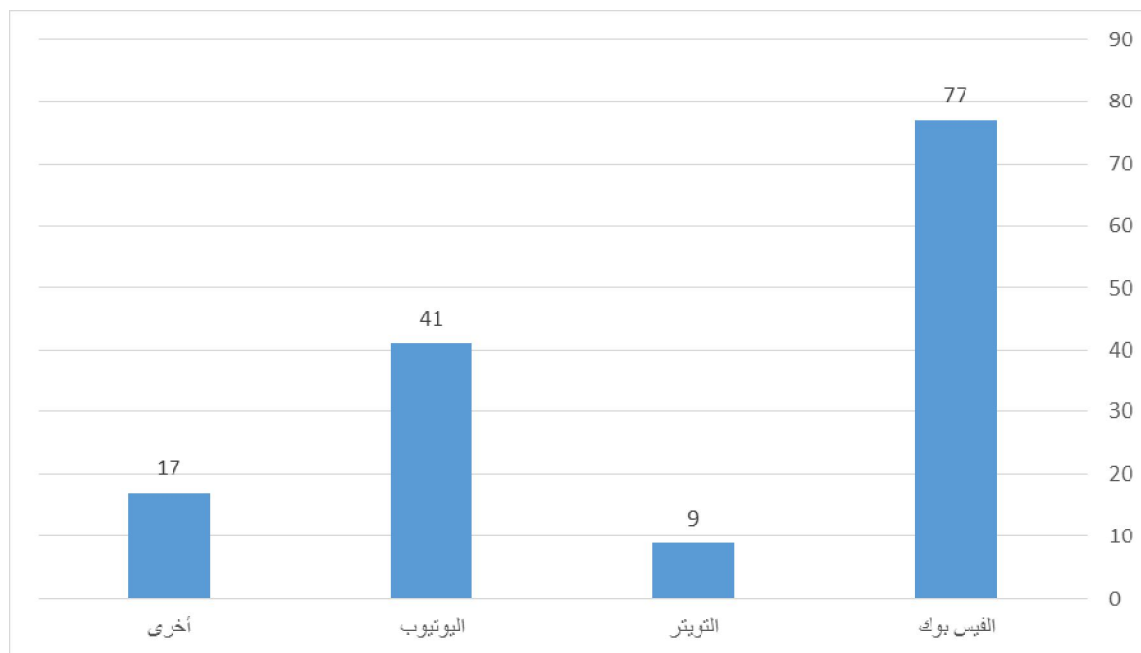
تشير نتائج الجدول رقم (4) أعلاه إلى أن نسبة 98.7% من أفراد العينة يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي، في حين قدرت نسبة الذين لا يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي 1.3%.

ويفسر هذا أن اغلب الشباب أصبحوا يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي لأهميتها في التواصل مع الآخر ينفي حياتهم، نظير ما تتميز به من سمات وخصائص سهلت عملية التواصل والتفاعل بين الأفراد. والجماعات عبر هذا الفضاء الافتراضي، ولكونها تقنيات حديثة، فالشباب يحب تجربة كل ما هو جديد ومثير.

الجدول رقم (5): أهم الشبكات التي يستخدمها الشباب

المجموع	التكرار والنسبة		
78	77	التكرار	الفيس بوك
% 100	98.71%	النسبة %	
78	9	التكرار	التويتر
% 100	11.53%	النسبة %	
78	41	التكرار	اليوتيوب
% 100	52.56%	النسبة %	
78	17	التكرار	أخرى
% 100	21.79%	النسبة %	

الشكل رقم (5): أهم الشبكات التي يستخدمها الشباب.



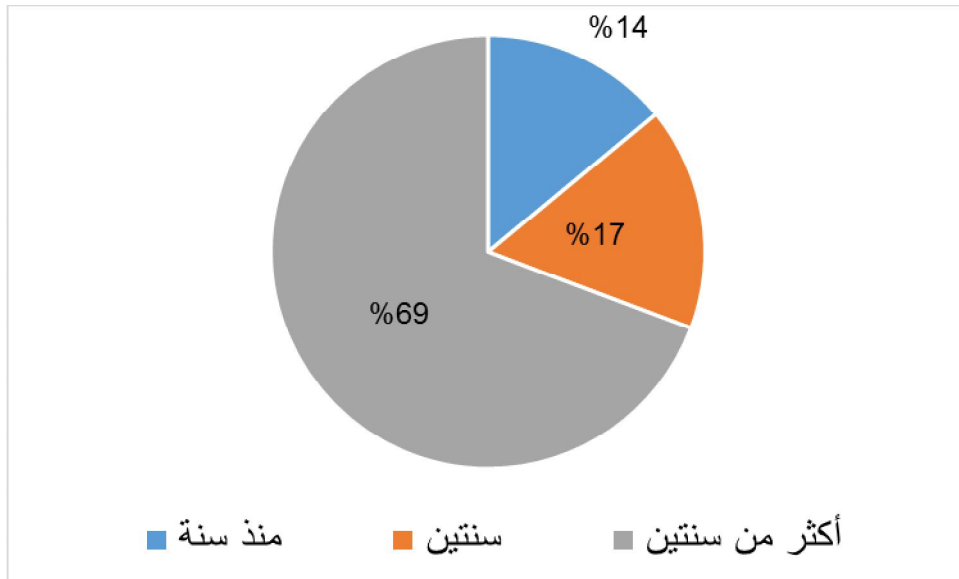
يبين الجدول رقم (5) أعلاه أهم الشبكات التي يستخدمها أفراد العينة ، حيث احتل الفيس بوك أكبر نسبة والتي قدرت ب: %98.71مقارنة باليوتيوب الذي قدرت نسبته %52.56، أما مواقع التواصل الأخرى فقد مثلت %21.79، في حين كانت اقل نسبة لموقع التويتر %11.53.

ويفسر ارتفاع نسبة الشباب الذين يستخدمون الفيس بوك لسهولة استخدامه في الاستخدام، وإمكانية استخدامه في أي وقت وفي كل مكان، بالإضافة إلى ظهور أجهزة الهاتف المحمولة الحديثة التي أدمج هذا التطبيق التواصلي مما أدى إلى زيادة مستخدمي الفيس بوك بشكل كبير، فهو يستخدم كثيرا للتواصل عن طريق توظيف الصور والملفات والمحادثات مع الأصدقاء....، من خلال الإدلاء والمشاركة بما يريدون من معلومات حول أنفسهم واهتماماتهم ومشاعرهم وصورهم الشخصية، ثم يليه موقع اليوتيوب الذي استطاع الحصول على مكانة متقدمة ضمن مواقع التواصل الاجتماعي، فهو موقع عام متاح على شبكة الانترنت لمشاركة ملفات الفيديوها ويمكن مستخدميه من تحميل ومشاهدة اللقطات المصورة والتعليق عليها وكتابتها، كما يستخدمون المواقع الأخرى لشعبيتها بين الشباب وكونها حديثة الظهور.

الجدول رقم (6): يوضح مدة استخدام الشباب لمواقع التواصل الاجتماعي

النسبة %	التكرارات	
14.1%	11	منذ سنة
16.7%	13	سنتين
69.2%	54	أكثر من سنتين
100%	78	المجموع

الشكل رقم (6): مدة استخدام الشباب لمواقع التواصل الاجتماعي



يوضح الجدول رقم (6) أعلاه أن 54 مستخدم من أفراد العينة تجاوزت سنوات اشتراكهم أكثر من سنتين ، أي بنسبة 69.2% وهذا ما يؤكد أن الشباب يهتم بكل ما هو جديد في عالم الاتصال والتكنولوجيا الحديثة، ويقوم باستخدامه خاصة مايتعلق بمواقع التواصل الاجتماعي وعلى رأسها الفيس بوك.

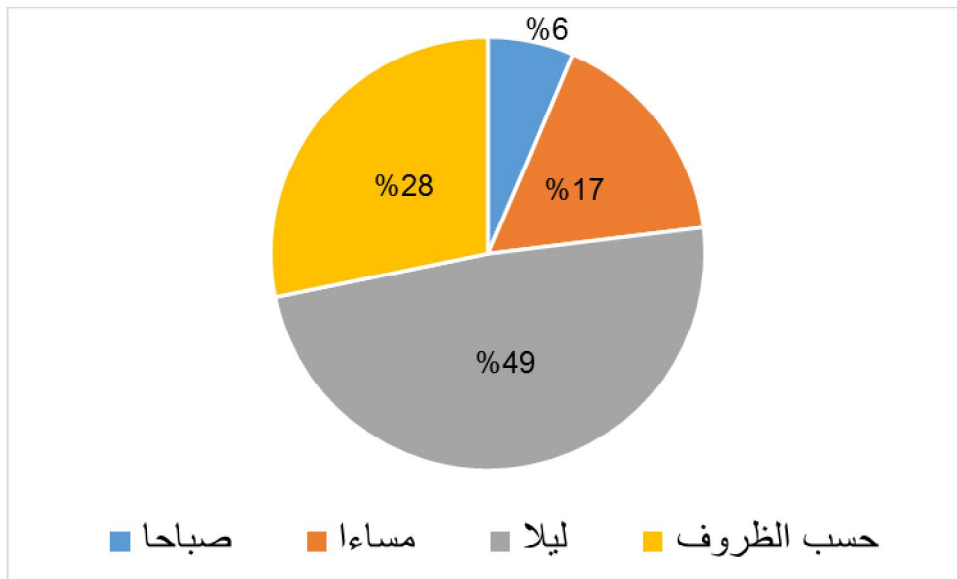
ومن خلال الجدول نلاحظ أن عدد المستخدمين لموقع الفيس بوك منذ سنتين كانت 13 مفردة أي بنسبة 16.7 %، أما المستخدمين المشاركين منذ سنة فقد كان 11 مفردة بنسبة 14.1 %.

ويفسر ذلك أن الشباب في تزايد مستمر لاستخدام هذه المواقع من سنة إلى أخرى، خاصة الفيس بوك نظرا للأدوار الخدمائية في مجال التواصل، وكذا الخصائص التي يتميز بها من صور وفيديوهات مما جعلته يستميل العديد من الشباب إليه.

#### الجدول رقم (7): يوضح الوقت المفضل لتصفح الفيس بوك من طرف المستخدم

النسبة %	التكرارات	
6.4%	5	صباحا
16.7%	13	مساء
48.7%	38	ليلا
28.2%	22	حسب الظروف
100%	78	المجموع

الشكل رقم (7): الوقت المفضل لتصفح الفيس بوك من طرف المستخدم



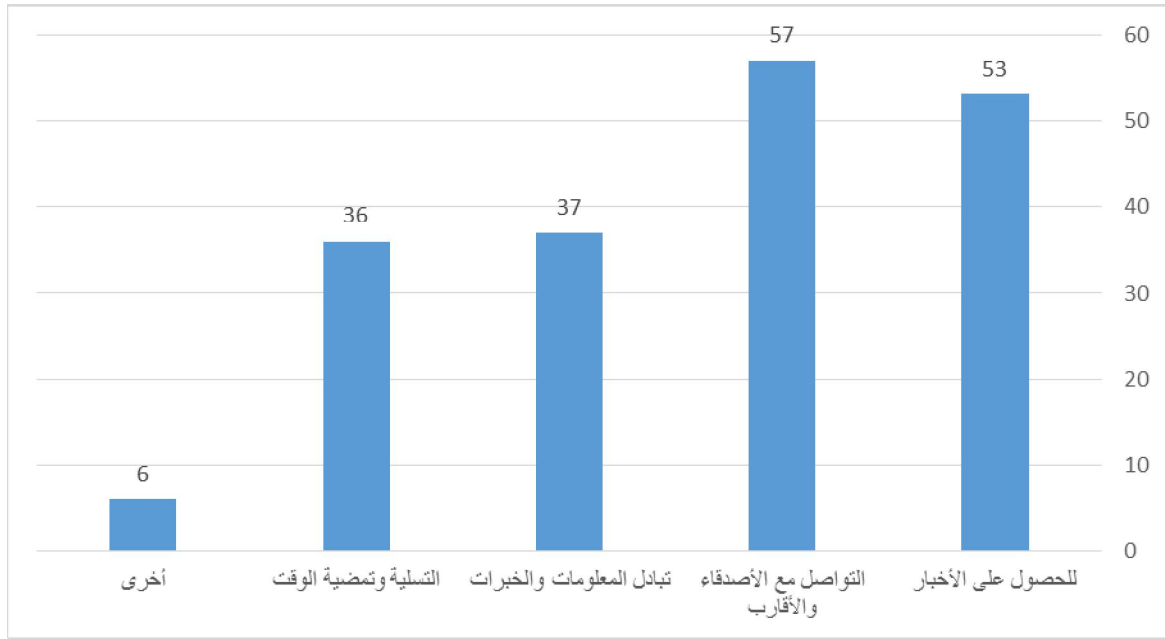
يتضح من خلال الجدول رقم (7) أعلاه أن أغلب أفراد العينة يفضلون فترة الليل لتصفح الفيس بوك بعدد 38 مفردة أي بنسبة 48.7%، أما من يستخدمونه حسب الظروف فكانت نسبتهم 28.2%، وجاءت الأوقات الأخرى بنسب أقل مرتبة كالآتي: مساءً 16.7% وصباحاً بنسبة 6.4%.

ويفسر ذلك بان اختيار الفترة الليلية بنسبة كبيرة من طرف أفراد العينة يرجع إلى ملائمة هذه الفترة لتصفح الموقع لان هذه الفترة يكون فيها الشخص متفرغ وغير مرتبط لا بالعمل ولا بالدراسة أو أي أشياء أخرى. وهي كذلك الفترة المناسبة لجميع المستخدمين للفيس بوك للجلوس أمام الحاسوب قصد التواصل.

#### الجدول رقم (8) : يوضح أسباب استخدام الشباب للفيس بوك

المجموع	التكرار والنسبة		
78	53	التكرار	للحصول على الأخبار
100	67.94%	النسبة	
78	57	التكرار	التواصل مع الأصدقاء والأقارب
100	73.07%	النسبة	
78	37	التكرار	تبادل المعلومات والخبرات
100	47.43%	النسبة	
78	36	التكرار	التسلية وتمضية الوقت
100	46.15%	النسبة	
78	6	التكرار	أخرى
100	14.10%	النسبة	

الشكل رقم (8): أسباب استخدام الشباب للفيس بوك



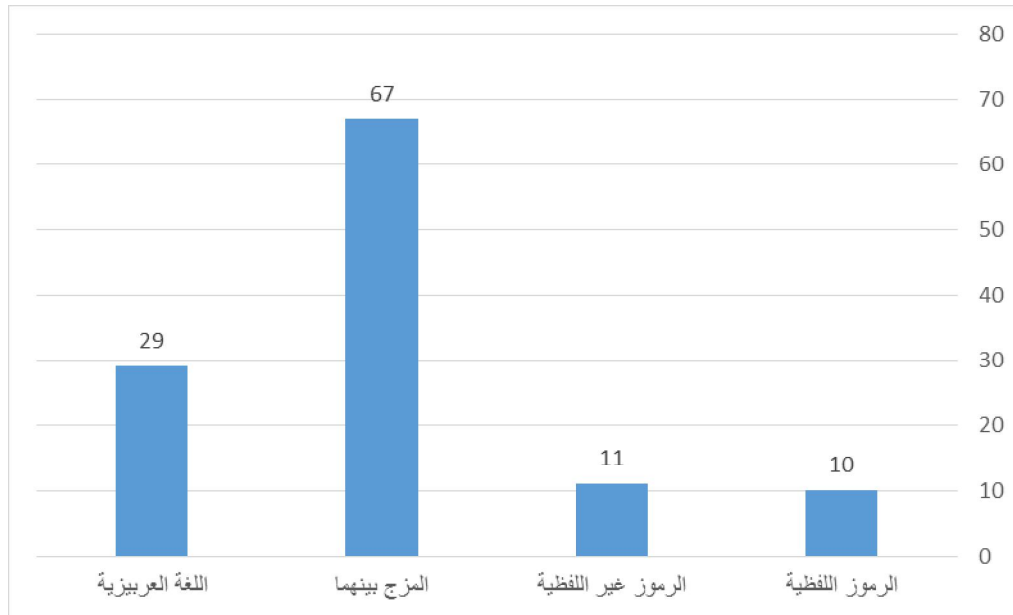
يوضح الجدول رقم (8) أعلاه الأسباب التي تجعل الشباب يستخدمون الفيس بوك، فقد كانت النسب مرتفعة في التواصل مع الأصدقاء والأقارب بنسبة 73.07% وللحصول على الأخبار بنسبة: 67.94%، أما من اعتبر الفيس بوك وسيلة مهمة في تبادل المعلومات والخبرات فقدرت نسبتهم 47.43% وسجلت أقل النسب في الأسباب الأخرى.

ويفسر سبب ارتفاع استخدام الشباب للفيس بوك في التواصل مع الأصدقاء والأقارب، لأنه تجاوز الحدود الجغرافية من خلال إتاحة الاستمرارية في الاتصال الدائم والفوري، حيث أصبح الفيس بوك بيئة افتراضية يستطيع المستخدم من خلالها أن يكون أصدقاء حسب المعايير التي يختارها هو. كما أن المبحوثين أدركوا أهمية الفيس بوك ودوره في التواصل السريع مع الآخرين ومعرفة أخبارهم، لذا يعتبر وسيلة مهمة لتبادل الأخبار والمعلومات.

الجدول رقم (9): يوضح اللغة المستخدمة للتواصل في الفيس بوك

المجموع	التكرارات		
78	10	التكرار	الرموز اللفظية
% 100	% 12.82	النسبة	
78	11	التكرار	الرموز غير اللفظية
% 100	% 14.10	النسبة	
78	67	التكرار	المزج بينهما
% 100	% 85.89	النسبة	
78	29	التكرار	اللغة العربية
% 100	% 37.17	النسبة	

الشكل رقم (9): اللغة المستخدمة للتواصل في الفيس بوك



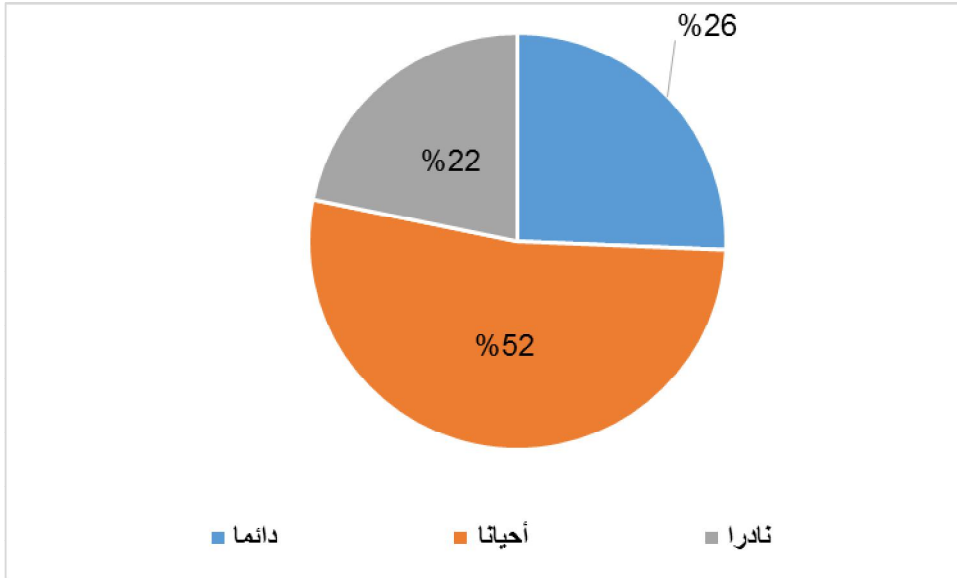
يتضح من خلال نتائج الجدول أعلاه أن اللغة التي يعتمد عليها الشباب لتواصل في الفيس بوك هي المزج بين الرموز الغير لفظية والرموز اللفظية ،والتي قدرت بأعلى نسبة 85.89%، ثم اللغة العربية بنسبة 37.17%، في حين سجلت نسب اقل في التواصل بالرموز اللفظية بمفردها والرموز غير اللفظية بنسبة 10% و 14.10% على التوالي.

ونفسر هذا بأن اغلب الشباب يعتمدون على المزج بين اللغة والرموز التعبيرية، لأنها تساعد على توضيح المعنى أكثر لأنهم لا يستطيعون الاعتماد على الرموز اللفظية لوحدها فهم يعجزون في كثير من الحالات عن إيصال معانيهم وأفكارهم وانشغالاتهم للآخرين، وبالتالي يستخدمون إلى جانب هذا الرموز غير اللفظية وأحيانا يعتمدون على المزج بين النص واللغة لإثراء الرسائل.

الجدول رقم (10): يوضح عادات استخدام الرموز التعبيرية في الفيسبوك

النسبة %	التكرارات	
25.6%	20	دائما
52.6%	41	أحيانا
21.8%	17	نادرا
100.0%	78	المجموع

الشكل رقم (10): عادات استخدام الرموز التعبيرية في الفيس بوك



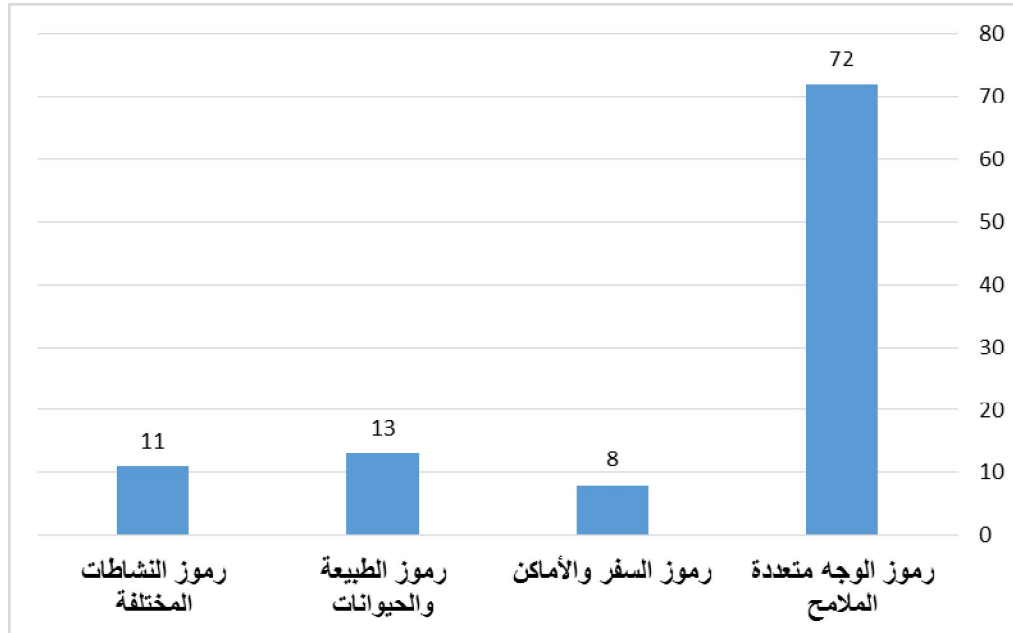
يشير الجدول أعلاه إلى عادات استخدام الشباب للرموز التعبيرية في الفيس بوك، حيث قدر عدد الشباب الذين يستخدمون الرموز التعبيرية أحيانا بنسبة: 52.6%، في حين كانت النسبة متقاربة بين من يستخدمها بصفة دائمة بنسبة 25.6% ومن يستخدمها نادرا بنسبة: 21.8%.

وعليه فان الرموز التعبيرية تستخدم بشكل كبير من طرف الشباب، وهذا لتوفرها على خصائص تميزها عن الرموز اللفظية كاختصار الوقت والجهد والتعبير عن كل ما نحس به... الخ.

الجدول رقم(11) : يوضح طبيعة الرموز التعبيرية المستخدمة في الفيس بوك

المجموع	التكرارات		
78	72	التكرار	رموز الوجه متعددة الملامح
% 100	% 92.30	النسبة	
78	8	التكرار	رموز السفر والأماكن
% 100	% 10.25	النسبة	
78	13	التكرار	رموز الطبيعة والحيوانات
% 100	% 16.66	النسبة	
78	11	التكرار	رموز النشاطات المختلفة
% 100	% 14.10	النسبة	

الشكل رقم (11): طبيعة الرموز التعبيرية المستخدمة في الفيس بوك



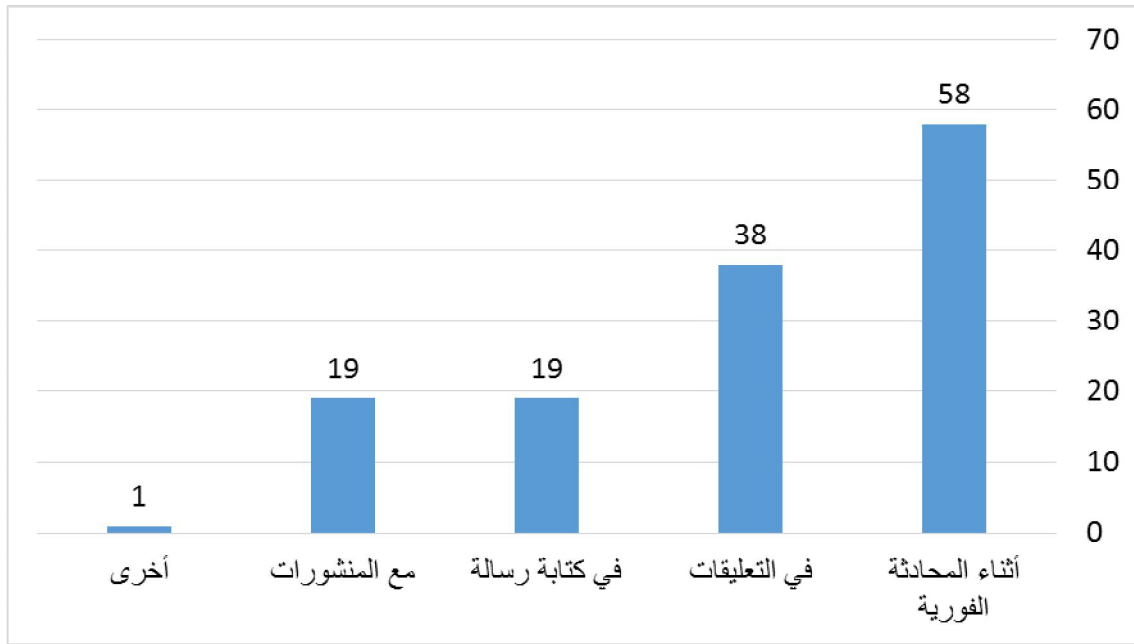
يوضح الجدول في الأعلى أن الرموز الأكثر استخداما في الفيس بوك هي رموز الوجوه المتعددة الملامح بنسبة 92.30% من مجموع أفراد العينة، ثم تلتها رموز الطبيعة والحيوانات بنسبة 16.66% في حين كانت أقل النسب للرموز التعبيرية الأخرى.

ونفسر هذا بأن الرموز التعبيرية الخاصة بالوجوه المتعددة الملامح هي الأكثر استخداما لأنها تقرب الشخص المتواصل معه إلى الواقع ويحس المستخدم بأنه يتكلم بشكل مباشر مع الشخص المتواصل معه. لأن الاتصال عن طريق ملامح الوجه أو الرموز متعددة الملامح هو أقرب إلى مسمى الاتصال الشخصي أو الوجه للوجه من ناحية التجسيد عبر مواقع التواصل الاجتماعي لأنه على مستوى الفيس بوك يغيب جسد المستخدم وملامح وجهه وبالتالي يعوض هذا الغياب بصور لرموز تعبر عن حالته أثناء التواصل وهي صور ملامح الوجه.

الجدول رقم (12): جدول يوضح المواضيع التي تستخدم فيها الرموز التعبيرية

المجموع	التكرارات		
78	58	التكرار	أثناء المحادثة الفورية
100%	% 74.35	النسبة	
78	38	التكرار	في التعليقات
100%	% 48.71	النسبة	
78	19	التكرار	في كتابة رسالة
100%	% 24.35	النسبة	
78	19	التكرار	مع المنشورات
100%	% 24.35	النسبة	
78	1	التكرار	أخرى
100%	% 1.28	النسبة	

الشكل رقم (12): جدول يوضح المواضيع التي تستخدم فيها الرموز التعبيرية



من خلال النتائج المسجلة في الجدول (12) أعلاه يتبين أن أغلب الشباب يستخدم الرموز التعبيرية أثناء الدردشة والتي قدرت بأعلى بنسبة 74.35%، بينما قدرت نسبة الذين يستخدمونها في التعليقات ب: 48.71% وتساوت النسب في استخدامها لكتابة رسالة أو مع المنشورات ب 24.35%، وكانت أقل النسب للذين يستخدمونها في مواضيع أخرى بنسبة 1.28%.

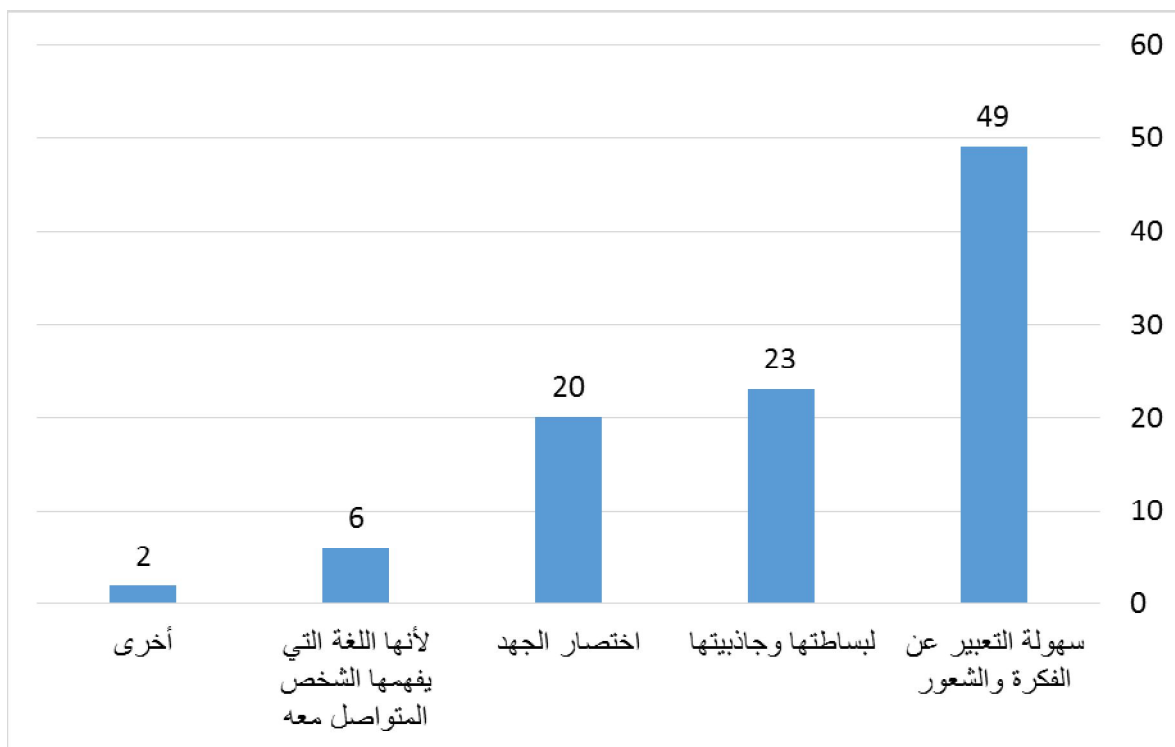
ويمكن إرجاع سبب استخدام الرموز التعبيرية في الدردشة بين الشباب لأن الدردشة هي أكثر الوظائف التواصلية الممارسة على مواقع التواصل الاجتماعي وأنها مناسبة أثناء التواصل مع الآخر الذي يكون من ثقافة مختلفة.

المحور الثاني : استخدام الرموز التعبيرية في الفيس بوك

الجدول رقم (13): جدول يوضح أسباب استخدام الرموز التعبيرية في الفيس بوك

المجموع	التكرارات		
78	49	التكرار	سهولة التعبير عن الفكرة والشعور
100%	%62.82	النسبة	
78	23	التكرار	لبساطتها وجاذبيتها
100%	%28.20	النسبة	
78	20	التكرار	اختصار الجهد
100%	%25.64	النسبة	
78	6	التكرار	لأنها اللغة التي يفهمها الشخص المتواصل معه
100%	%7.69	النسبة	
78	2	التكرار	أخرى
100%	%2.56	النسبة	

الشكل رقم (13): أسباب استخدام الرموز التعبيرية في الفيس بوك.



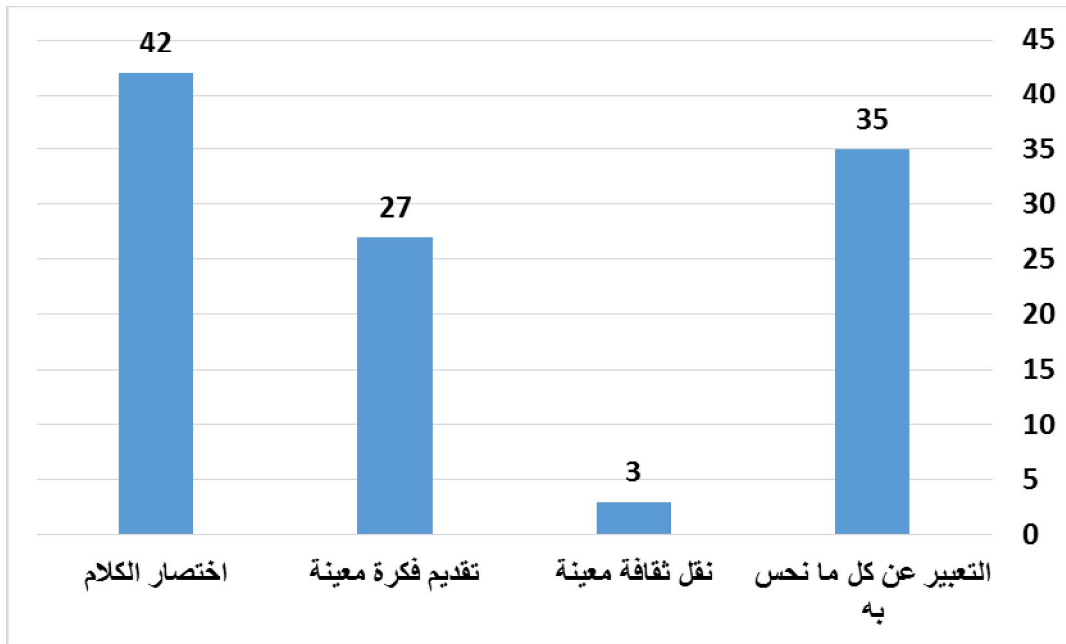
يبين الجدول رقم (13) أعلاه أهم الأسباب التي تدفع الشباب إلى استخدام الرموز التعبيرية في الفيس بوك ، حيث سجلت أعلى نسبة لمن يستخدمها لسهولة التعبير عن الفكرة والشعور والمقدرة ب 62.82%، في حين تقاربت النسب بين من يستخدمها لبساطتها وجاذبيتها ب 28.20% واختصارها للجهد والوقت ب: 25.64% في حين مثلت الأسباب الأخرى مجتمعة نسبة 10.25% .

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

الجدول رقم (14): يوضح الحاجات التي تحققها الرموز التعبيرية

المجموع	التكرارات		
78	35	التكرار	التعبير عن كل ما نحس به
%100	%44.87	النسبة	
78	3	التكرار	نقل ثقافة معينة
%100	%3.84	النسبة	
78	27	التكرار	تقديم فكرة معينة
%100	%34.61	النسبة	
78	42	التكرار	اختصار الكلام
%100	%53.84	النسبة	

الشكل رقم (14): الحاجات التي تحققها الرموز التعبيرية



تشير النتائج المتوصل إليها في الجدول رقم (14) أعلاه أن نسبة 53.84% من أفراد العينة يستخدمون هذه الرموز التعبيرية لاختصارها للكلام، في حين يستخدمها البعض لتعبير عن أحاسيسهم بنسبة 44.87% ونقلها لفكرة ما بنسبة 34.61% وقليلون فقط من يستخدمونها لتقديم ثقافة معينة.

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

الجدول رقم (15): يوضح مدى فهم الشخص لمعنى الرمز المرسل إليه

النسبة %	التكرارات	
100%	78	نعم
0%	0	لا
100%	78	المجموع

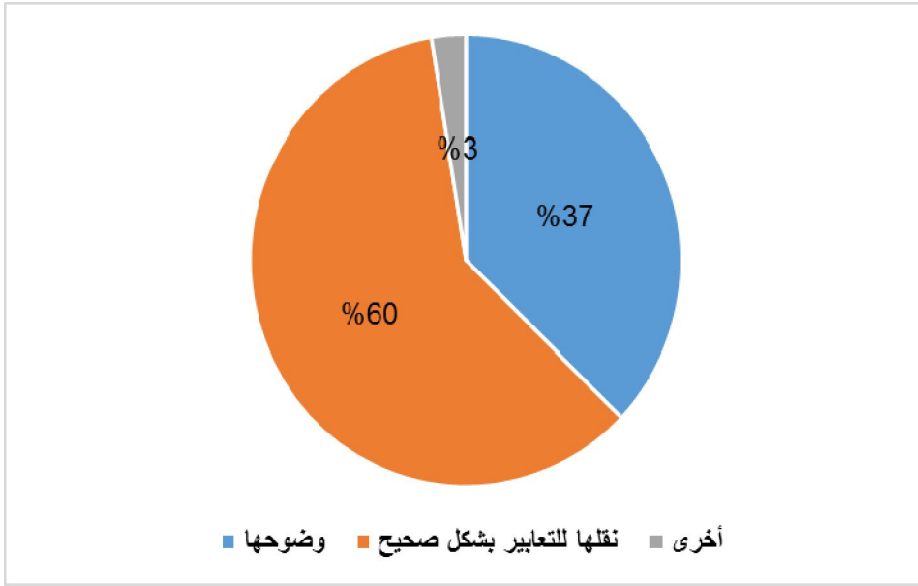
يبين الجدول رقم (15) أعلاه أن كل أفراد العينة بنسبة 100% عند إرسالهم لرمز معين يفهم من قبل الأشخاص المستقبلين لهذا الرمز.

ويفسر ذلك بأن الرموز التعبيرية سهلة الفهم، و لها شعبية كبيرة في الاستخدام بين الشباب وهذا لجاذبيتها.

جدول رقم (16): يوضح الأسباب التي تجعل المستخدم يفهم معنى هذه الرموز المرسل إليها

النسبة %	التكرارات	
37.2%	29	وضوحها
60.3%	47	نقلها لتعابير بشكل صحيح
2.6%	2	أخرى
100%	78	المجموع

الشكل رقم(16): يوضح الأسباب التي تجعل المستخدم يفهم معنى هذه الرموز المرسله إليه



يتضح من خلال الجدول رقم(16)أعلاه أن نسبة عالية من الشباب 60.3% من مجموع أفراد العينة يفهمون هذه الرموز لأنها تنقل تعابير الوجه بشكل صحيح، في حين هناك من يستخدمها لوضوحها حيث قدرت ب: 37.2% ونسبة قليلة جدا من يستخدمها لأسباب أخرى.

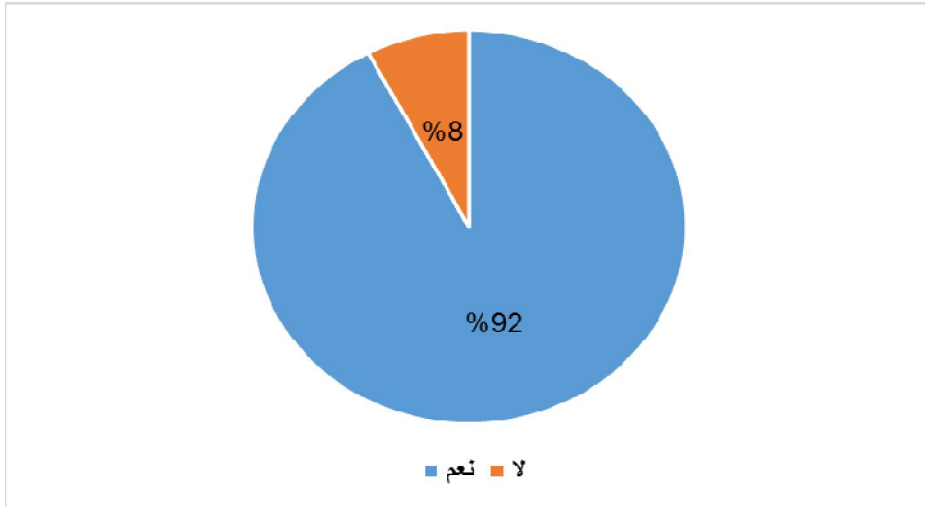
ونبرر ذلك أن الشباب المتصفح للفيس بوك عندما ترسل إليهم رموز تعبيرية فهم يفهمون معناها أنها تنقل لهم تعابير وجه الشخص المرسل وحالته دون الحاجة إلى التعبير عنها برموز لفظية ، فهي واضحة وبسيطة مختصرة ومعبرة.

### المحور الثالث: أهداف استخدام الرموز التعبيرية في الفيس بوك

الجدول رقم (17): يوضح استخدام الرموز التعبيرية كأداة تواصلية مناسبة

النسبة %	التكرارات	
92.3%	72	نعم
7.7%	6	لا
100%	78	المجموع

الشكل رقم(17): استخدام الرموز التعبيرية كأداة تواصلية مناسبة.

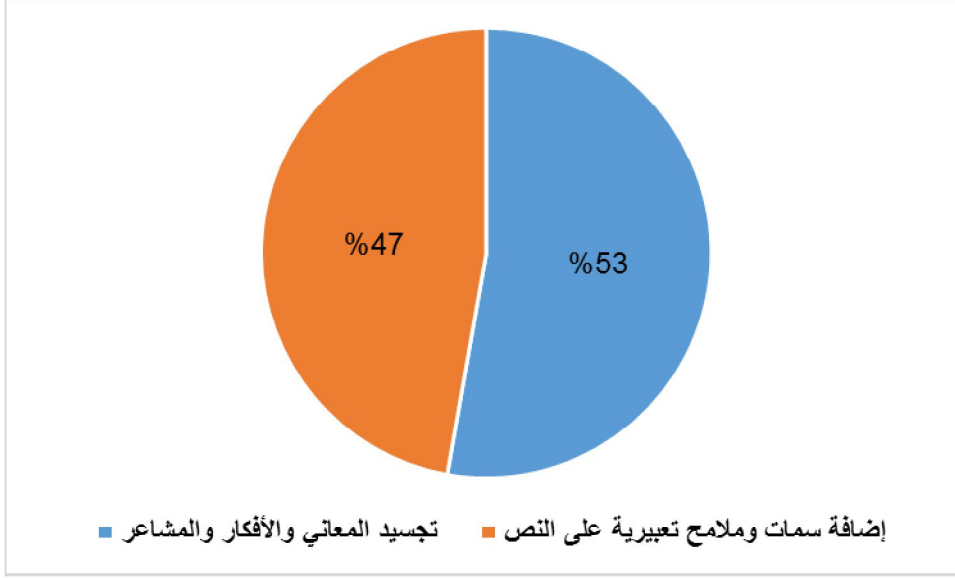


يوضح الجدول رقم(16)أعلاه أن نسبة عالية من الشباب 92.3%من يعتبرون أن الرموز التعبيرية أداة تواصلية مناسبة، فيما أبدت نسبة قليلة 7.7% رفضهم لكون الرموز التعبيرية أداة تواصلية مناسبة. ويفسر هذا أن اغلب الشباب يستخدمون الرموز التعبيرية في الفيس بوك ويعتبرونها أداة تواصلية لما تتوفر عليه من سمات وخصائص تميزها عن اللغة اللفظية، خاصة مايتعلق باختصار الجهد وسهولة التعبير عن الفكرة.

جدول رقم (18) : يوضح والاشباعات التواصلية المحققة من استخدام الرموز التعبيرية في التواصل

النسبة %	التكرارات	
48.7%	38	تجسيد المعاني والأفكار والمشاعر
43.6%	34	إضافة سمات وملامح تعبيرية على النص
92.3%	72	المجموع
7.7%	6	لا
100.0%	78	المجموع

الشكل رقم (18): الإشباع التواصلي المحققة من استخدام الرموز التعبيرية في التواصل.



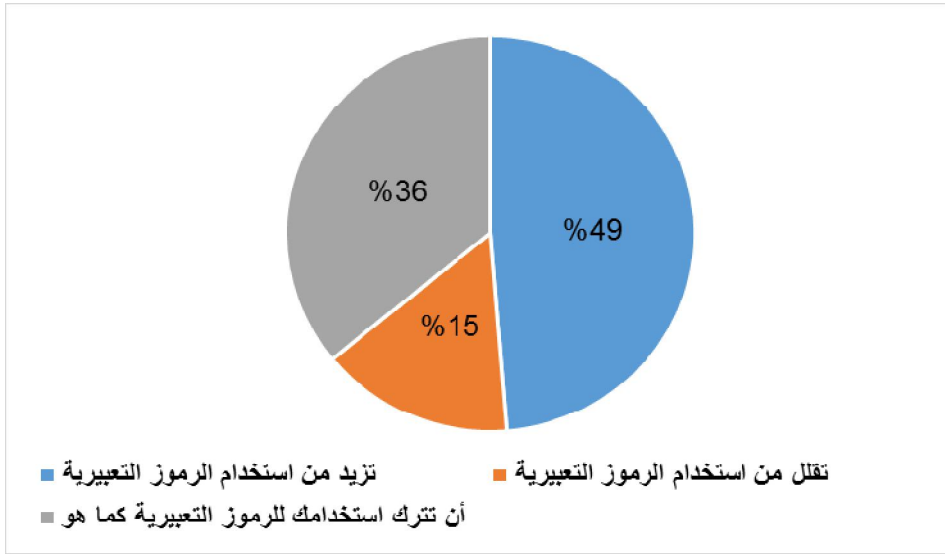
من الجدول أعلاه يتضح لنا أن نسبة 53% من أفراد العينة يستخدمون هذه الرموز لأنها تجسد المعاني والأفكار والمشاعر، في حين أن نسبة 47% يستخدمونها لأنها تضيفي سمات وملامح تعبيرية على النص. إلا أن 7.7% فقط من أفراد العينة من لا تشبع له الرموز التعبيرية حاجاته التواصلية.

ومنه فان الشباب يستخدم الرموز التعبيرية في التواصل بينهم لتجسيد أفكارهم والتعبير غير المباشر عن مشاعرهم بالإضافة لكونها تضيفي ملامح تعبيرية على النص المكتوب.

الجدول رقم (19) جدول يوضح توقعات المستخدمين لرموز التعبيرية

النسبة %	التكرارات	الوصف
48.7%	38	تزيد من استخدام الرموز التعبيرية
15.4%	12	تقلل من استخدام الرموز التعبيرية
35.9%	28	أن تترك استخدامك للرموز التعبيرية كما هو
100%	78	المجموع

الشكل رقم (19): توقعات المستخدمين للرموز التعبيرية.



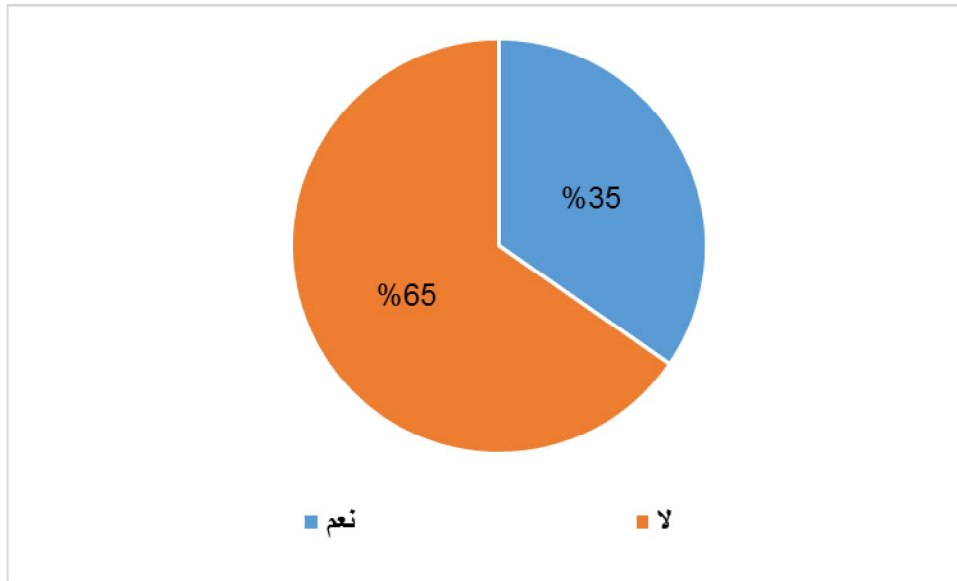
الملاحظ من خلال الجدول (19) أعلاه أن نسبة 48.7% من أفراد العينة ينوون أن يزيدوا من استخدام هذه الرموز أثناء التواصل مستقبلاً، في حين أن 35.9% من الشباب سيحافظون على نسبة استخدامهم لهذه الرموز التعبيرية، وكانت نسبة قليلة من أفراد العينة 15% من يريدون التقليل من استخدام هذه الرموز ومنه فإن الرموز التعبيرية أثرت على لغة الشباب لذلك.

#### المحور الرابع: اثر استخدام الرموز التعبيرية على اللغة

الجدول رقم (20): يوضح إمكانية الاستغناء عن اللغة باستخدام الرموز التعبيرية في التواصل.

النسبة %	التكرارات	
34.6%	27	نعم
65.4%	51	لا
100%	78	المجموع

الشكل رقم(20): إمكانية الاستغناء عن اللغة باستخدام الرموز التعبيرية في التواصل



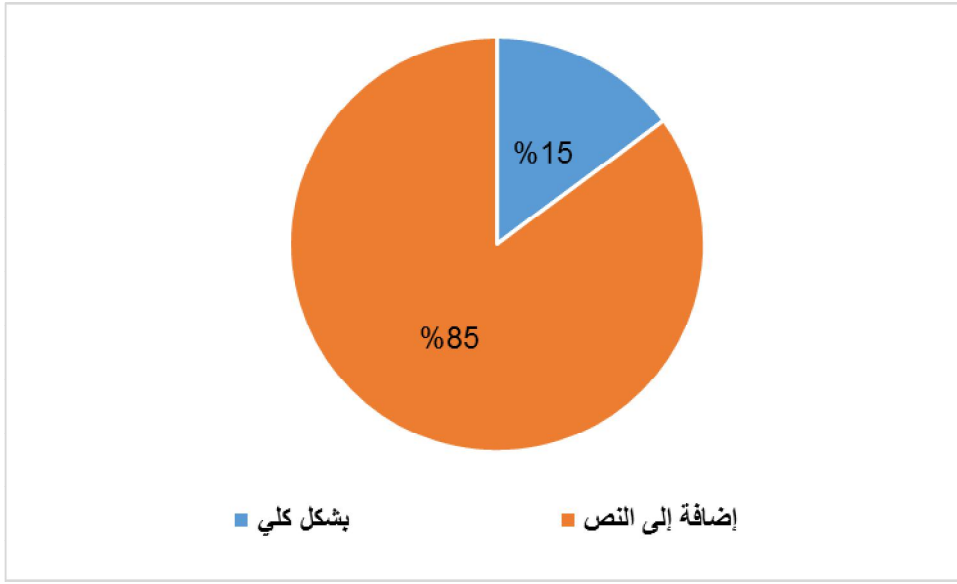
من خلال نتائج الجدول أعلاه نلاحظ أن نسبة عالية من إجمال أفراد العينة 65.4% لا يستطيعون الاستغناء عن اللغة والاعتماد على الرموز التعبيرية فقط في التواصل ، بينما 34.5% من أفراد العينة يرون أنه يمكنهم الاستغناء عن اللغة والاعتماد على الرموز التعبيرية لوحدها.

ويفسر هذا بأن الرموز التعبيرية تشكل خطر على اللغة اللفظية، لأن هناك نسبة معتبرة من الشباب يمكنهم الاستغناء نهائياً عن اللغة اللفظية والاعتماد على الرموز التعبيرية فقط في التواصل، إلا أن هناك في المقابل من يعتبرها داعمه للغة التي تعجز في بعض الحالات عن نقل ما نحس به .

جدول رقم (21): يوضح الاعتماد على الرموز التعبيرية في التواصل

النسبة %	التكرارات	
5.1%	4	بشكل كلي
29.5%	23	إضافة إلى النص
65.4%	51	حسب الظروف
100%	78	المجموع

الشكل رقم (21): الاعتماد على الرموز التعبيرية في التواصل



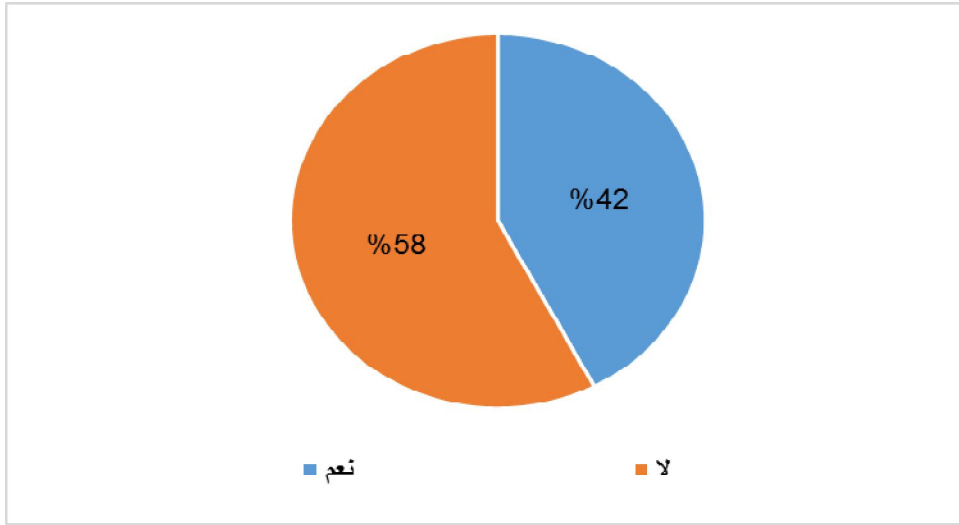
من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن 64.4% من مجموع أفراد العينة يعتمدون على الرموز التعبيرية حسب ظروفهم وحالتهم التواصلية وما تستدعيه، إلا أن هناك من يعتمد على هذه الرموز إضافة للنص المكتوب بنسبة 29.6% وهناك نسبة قليلة جدا 5.1% من يعتمد على هذه الرموز بشكل كلي.

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

جدول رقم (22): يوضح التأثير السلبي للرموز التعبيرية على اللغة

النسبة %	التكرارات	
42.3%	33	نعم
57.7%	45	لا
100%	78	المجموع

الشكل رقم (22): التأثير السلبي للرموز التعبيرية على اللغة



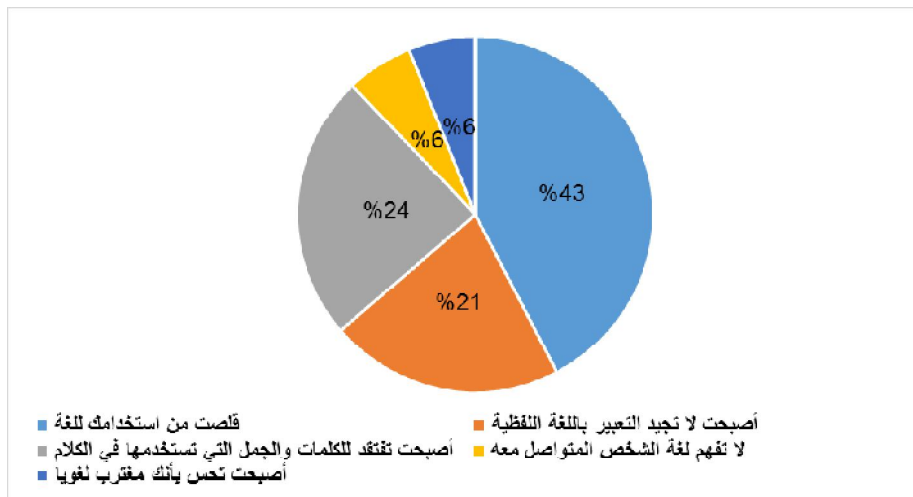
تبين النتائج المسجلة في الجدول أعلاه أن نسبة 57.7% من أفراد العينة يعتبرون أن الرموز التعبيرية لا تؤثر بشكل سلبي على اللغة ، إلا أن هناك 42.3% من الشباب يعتبرون أن هذه الرموز لها تأثير سلبي على اللغة .

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

الجدول رقم (23): يوضح الآثار السلبية للرموز التعبيرية على اللغة

النسبة %	التكرارات	
17.9%	14	قلصت من استخدامك للغة
9.0%	7	أصبحت لا تجيد التعبير باللغة اللفظية
10.3%	8	أصبحت تفتقد للكلمات والجمل التي تستخدمها في الكلام
2.6%	2	لا تفهم لغة الشخص المتواصل معه
2.6%	2	أصبحت تحس بأنك مغترب لغويا
42.3%	33	المجموع
57.7%	45	لا
100%	78	المجموع

الشكل رقم (23): الآثار السلبية للرموز التعبيرية على اللغة



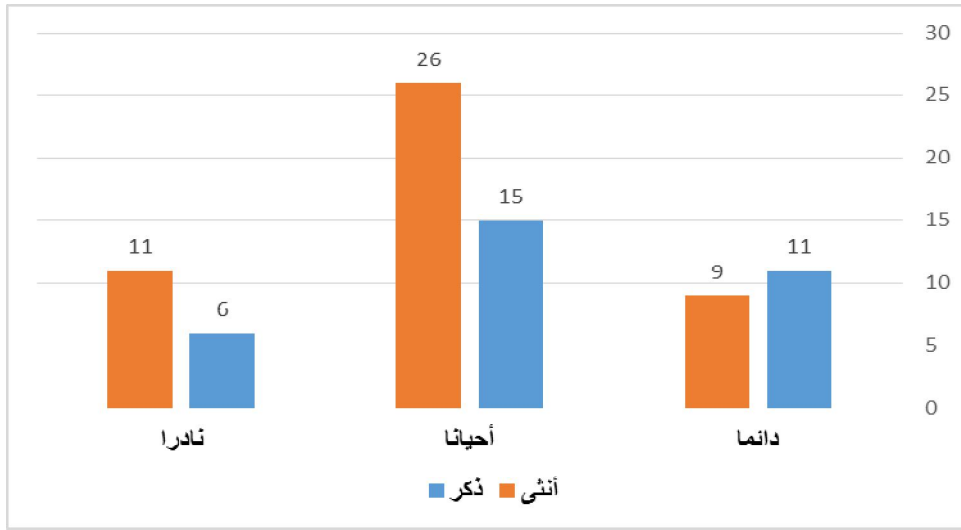
نلاحظ من خلال الجدول رقم (23) أن 17.9% من أفراد العينة المدروسة أثرت عليهما لرموز من خلال تقليص استخدامهم للغة، في حين أن 10.3% أصبحوا يفتقدون للكلمات والجمل التي يستخدمونها وبالتالي

فإن الرموز التعبيرية أثرت إلى حد ما على اللغة اللفظية، كون الرموز التعبيرية جاهزة لتعبير عن أفكارهم دون الحاجة للكتابة.

الجدول رقم (24): يوضح عادات استخدام الرموز التعبيرية في الفيس بوك حسب متغير الجنس.

المجموع	الجنس			
	أنثى	ذكر		
20	9	11	التكرار	دائما
25.64%	11.54%	14.10%	%	
41	26	15	التكرار	أحيانا
52.56%	33.33%	19.23%	%	
17	11	6	التكرار	نادرا
21.79%	14.10%	7.69%	%	
78	46	32		المجموع

الشكل رقم (24): عادات استخدام الرموز التعبيرية في الفيس بوك حسب متغير الجنس



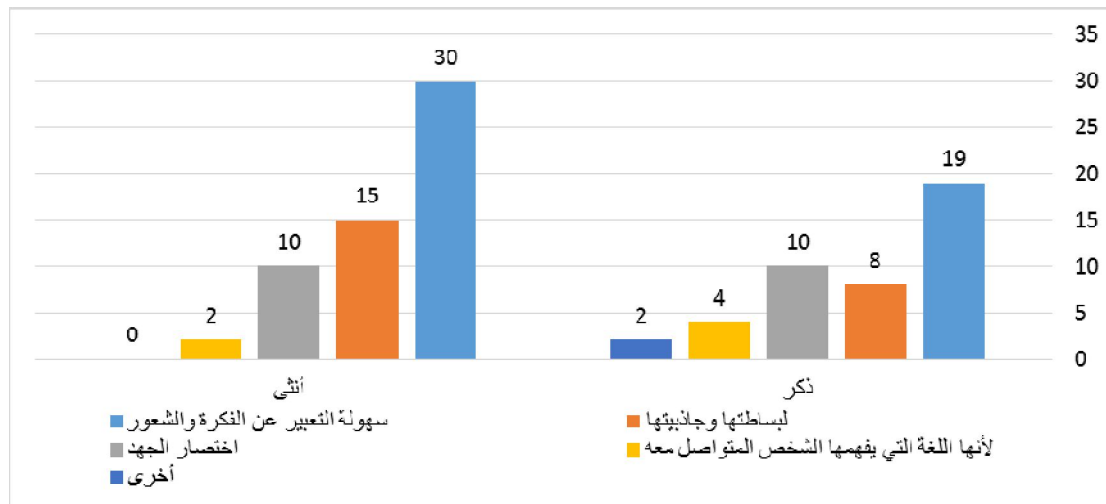
من خلال الجدول أعلاه يتضح أن نسبة 52.56% من إجمالي أفراد العينة يستخدمون الرموز التعبيرية أحيانا منهم 33.33% إناث و 19.23% ذكور، أما نسبة من يستخدمون الرموز التعبيرية دائما 25.64% منها 14.10% ذكورا و 11.54% إناث. إلا أن نسبة من يستخدم الرموز التعبيرية نادرا قدرت نسبتهم ب: 21.79% منهم 14.10% إناث و 7.69% ذكور.

ومما سبق يتضح لنا أن فئة الإناث هم الأكثر استخداما للرموز التعبيرية مقارنة بالذكور وهذا لأنهم يميلون للتعبير عن مشاعرهم وأفكارهم بطريقة غير مباشرة و لهم ارتباطات في المنزل تجعلهم يستخدمون الرموز التعبيرية لاختصار ما يريدون قوله.

الجدول رقم (25): يوضح عادات استخدام الرموز التعبيرية حسب متغير المستوى التعليمي

المجموع	المستوى التعليمي				ت	دائما
	جامعي	ثانوي	متوسط	ابتدائي		
20	19	1	0	0	ت	دائما
25.64%	24.36%	1.28%	0.00%	0.00%	%	
41	30	7	3	1	ت	أحيانا
52.56%	38.46%	8.97%	3.85%	1.28%	%	
17	12	4	1	0	ت	نادرا
21.79%	15.38%	5.13%	1.28%	0.00%	%	
78	61	12	4	1	ت	المجموع
100.00%	78.21%	15.38%	5.13%	1.28%	%	

الشكل رقم (25): عادات استخدام الرموز التعبيرية حسب متغير المستوى التعليمي



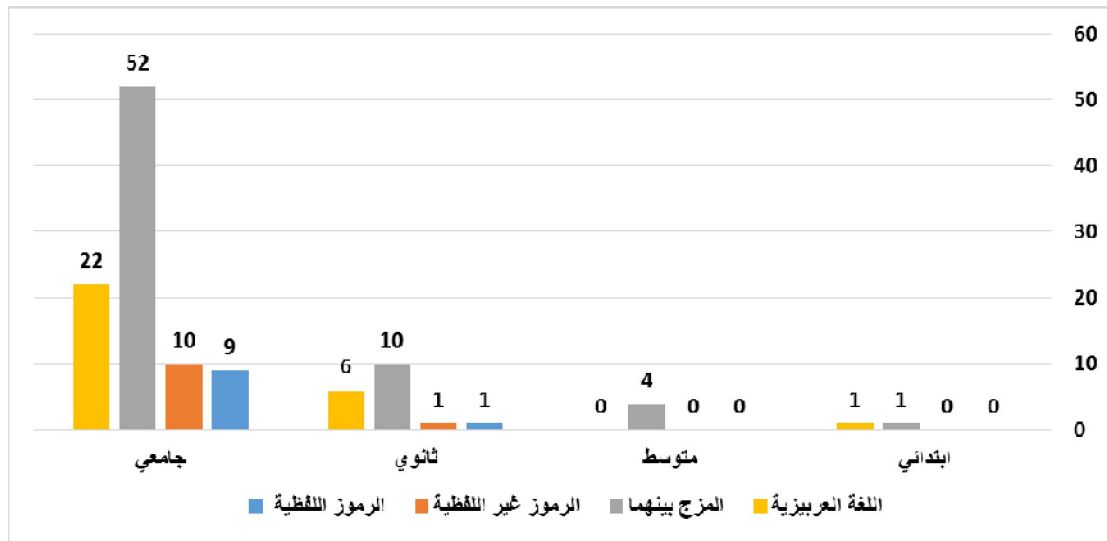
بالنظر إلى نتائج الجدول رقم (25) يتبين لنا أن 52.56% يستخدمون الرموز التعبيرية أحيانا اغلبهم من الشباب الجامعي بنسبة 38.46% في حين أن من يستخدمها بصفة دائمة 24.36% لهم مستوى تعليمي جامعي مقارنة بالمستويات التعليمية الأخرى التي سجلت نسب متدنية جدا في استخدام هذه الرموز.

ويفسر ذلك أن المستوى التعليمي له تأثير في استخدام هذه الرموز التعبيرية لذا نجد الشباب الجامعي هم الأكثر استخداما للرموز التعبيرية لارتباطهم بالدراسة أو العمل.

الجدول رقم (26): يوضح اللغة التي يعتمد عليها في التواصل في الفيس بوك حسب المستوى التعليمي

المجموع	المستوى التعليمي					
	جامعي	ثانوي	متوسط	ابتدائي		
10	9	1	0	0	ت	الرموز اللفظية
12.82%	11.54%	1.28%	0.00%	0.00%	%	
11	10	1	0	0	ت	الرموز غير اللفظية
14.10%	12.82%	1.28%	0.00%	0.00%	%	
67	52	10	4	1	ت	المزج بينهما
85.90%	66.67%	12.82%	5.13%	1.28%	%	
29	22	6	0	1	ت	اللغة العربية
37.18%	28.21%	7.69%	0.00%	1.28%	%	
78	61	12	4	1	ت	المجموع
100.00%	78.21%	15.38%	5.13%	1.28%	%	

الشكل رقم(26): اللغة التي يعتمد عليها في التواصل في الفيس بوك حسب المستوى التعليمي



من خلال النتائج المسجلة في الجدول رقم(26)أعلاه يتضح أن نسبة الأفراد الذين يقومون بالمزج بين اللغة والرموز التعبيرية يقدر ب: 85.90% منها 66.67% من الأفراد مستواهم جامعي ، تليها اللغة العربية التي يستخدمونها بنسبة 37.18% وهم كذلك من فئة الجامعيين أما المستويات الأخرى فقد سجلت نسب متدنية في استخدامهم لهذه الرموز التعبيرية.

ومن خلال النتائج يتضح أن معظم الشباب الجامعي يستخدمون الرموز التعبيرية إضافة إلى اللغة التي تؤدي المعنى بشكل واضح.

جدول رقم (27): يوضح استخدام الرموز التعبيرية حسب المستوى التعليمي

المجموع	المستوى التعليمي			ت	بشكل كلي
	جامعي	ثانوي	متوسط		
4	3	1	0	ت	بشكل كلي
14.81%	11.11%	3.70%	0.00%	%	
23	18	4	1	ت	إضافة إلى النص
85.19%	66.67%	14.81%	3.70%	%	
27	21	5	1	ت	المجموع
100.00%	77.78%	18.52%	3.70%	%	

بالنظر إلى الجدول رقم (27) يتبين أن 85.19% من أفراد العينة يستخدمون الرموز التعبيرية إلى إضافة إلى النص منهم 66.67% مستواهم جامعي ، أما 14.81% من مجموع أفراد العينة يعتمدون على هذه الرموز بشكل كلي اغلبهم جامعين بنسبة 11.11% أما المستويات التعليمية الأخرى فسجلت نسب اقل منهم 18.52% مستواهم ثانوي يعتمدون على هذه الرموز إضافة إلى النص المكتوب.

ويفسر ذلك أن الرموز التعبيرية تستخدم إضافة للنص المكتوب وان اغلب الشباب الذين يعتمدون عليه ذا مستوى جامعي نظرا لانشغالهم و هذه الرموز تختصر الوقت والجهد.

# خاتمة

### خاتمة:

لقد حاولنا من خلال هذه الدراسة تسليط الضوء على بعض جوانب أثر استخدام الشباب للرموز التعبيرية في الفيس بوك على اللغة ، وقد ركزنا على هذه الفئة لما تملكه من طاقات وإمكانيات تؤهلها للعب دور فعال في المجتمع .

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

وقد توصلنا في دراستنا هذه أن الرموز التعبيرية تؤثر بشكل نسبي على اللغة ، فأغلب الشباب لا يمكنه الاستغناء عن اللغة كليا ، فهم يستخدمون الرموز التعبيرية لإثراء الرسائل النصية ، لهذا تعتبر داعمة للغة.

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

### نتائج الدراسة

بعد تطبيق الدراسة الميدانية وتحليل الاستمارة توصلنا إلى جملة من النتائج:

- 1- إن اغلب الشباب يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي خاصة الفيس بوك ، وتعتبر الإناث هن الأكثر استخداما لهذا الموقع لملء الفراغ وكسر حالة الملل.
- 2- يستخدم اغلب الشباب الفيس بوك للتواصل مع الأصدقاء والأقارب وللحصول على الإخبار.
- 3- أن اغلب الشباب يستخدمون الرموز التعبيرية في الفيس بوك أحيانا ، وهذا لاختصارها للجهد والوقت.
- 4- فيما يخص الرموز التعبيرية الأكثر استخداما فان أغلب الشباب يستخدمون رموز الوجوه متعددة الملامح، وهذا لأنها تعبر بصورة أكثر واقعية من الكلمات.
- 5- تستخدم النسبة الغالبة من أفراد العينة الرموز التعبيرية لسهولة التعبير عن الفكرة، كما تستخدم لبساطتها وجاذبيتها.
- 6- توصلت الدراسة إلى أن الأغلبية الساحقة من أفراد العينة يعتبرون الرموز التعبيرية أداة تواصلية مناسبة، وهذا لكونها تجسد المعاني والأفكار والمشاعر.
- 7- ينوي أغلب الباحثين أن يزدوا مستقبلا من استخدام الرموز التعبيرية ، بينما تنعدم نسبة من ينوون التوقف عن استخدامها.
- 8- فيما يخص تأثير الرموز التعبيرية على اللغة، فان استخدامها يؤثر بشكل نسبي على اللغة ، وهذا لان اغلب الشباب لا يمكنهم الاستغناء على اللغة في التواصل.

قائمة المراجع

أولا/ المعاجم والقواميس:

1- أبو الفتح عثمان بن جني: معجم الخصائص، ط1، دار الكتب العلمية، القاهرة، 1994

2- حجاب محمد منير: المعجم الإعلامي، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، 1997

ثانيا / الكتب :

أ- باللغة العربية:

1- ابن مرسللي احمد: مناهج البحث العلمي بعلوم الإعلام والاتصال، ط4، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر 2010.

2- إبراهيم مروان عبد المجيد: أسس البحث العلمي في إعداد الرسائل الجامعية، الأردن، 2000.

3- العابدي محمد عوض: إعداد وكتابة البحوث والرسائل الجامعية، شمس المعارف، القاهرة، 2005.

4- زكي وليد رشاد: نظريات الشبكات الاجتماعية 2012.

5- حافظ أسماء: تكنولوجيا الاتصال الإعلامي التفاعلي في عصر الفضاء المعلوماتي والرقمي، الدار العربية، مصر، 2005.

6- مكاوي حسن عماد، حسين السيد ليلي: الاتصال ونظرياته المعاصرة، ط2، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة 2005.

7- عامر فتحي حسين: وسائل الاتصال الحديثة من الجريدة الى الفيس بوك، دار العربي، القاهرة 2011.

8- عبد الحميد محمد: البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، ط2، عالم الكتب، القاهرة، 2004.

9-عزمي احمد زكي ، عدلي العيد عاطف : الأسلوب الإحصائي واستخداماته في بحوث الرأي العام والإعلام ، دار الفكر العربي،القاهرة 1993.

10- قدورة وحيد : الاتصال العلمي والوصول الحر للمعلومة العلمية الباحثون والمكتبات الجامعية العربية ، المنظمة العربية للترفيه والثقافة والعلوم ، تونس ، 2001.

### ثالثا/ المذكرات:

1-الهامي حسام : سيميولوجيا التواصل الاجتماعي ، دراسة تحليلية لبنية الرموز غير اللفظية على مواقع الفيس بوك ، ورقة بحثية مقدمة لمؤتمر بعنوان، وسائل التواصل الاجتماعي ، التطبيقات والإشكالات المنهجية ، الرياض ، المملكة العربية السعودية ، 2015.

2- مزيان نجية : جمهور القنوات الفضائية العربية دراسة مسحية الاستخدامات والاشباع المرأة غير العاملة بالجزائر ، مجمع الجزائر 2006،2005

3- سعود صالح كاتب : الإعلام الجديد وقضايا المجتمع ، المؤتمر العلمي الثاني للإعلام الإسلامي السعودية ، 2011.

4-عادل سليمان السيد أمينة ، محمد خليفة عبد العال هبة : الشبكات الاجتماعية وتأثيرها على الأخصائي والمكتبي، بحث مقدم للجمعية المصرية للمكتبات والعلوم ، مصر ، 2009.

5-- فيصل مظفر عبد الله القيصري : رأي الصحفيين الأردنيين بمواقع التواصل الاجتماعي ، مذكرة مكملة لنيل شهادة ماجستير في الإعلام ، كلية الإعلام ، الشرق الأوسط ، 2001.

### رابعا/المواقع الإلكترونية:

1- إبراهيم المبيضين: مقال بعنوان ، النساء يتفوقن على الرجال باستخدام مواقع التواصل الاجتماعي، تم نشره في جانفي 2016 متاح في: [www.alghad.com/articles1916730](http://www.alghad.com/articles1916730)

2-تاريخ الزيارة (20جانفي2017) <http://www.sciences woy.inf2017>

3- سهير عثمان، فيس بوك، طريقة الباحثين عن العلاقات القديمة، متاح.

في، [http://www.moheet.com/show-files,.aspx\\$fid=46338p=10](http://www.moheet.com/show-files,.aspx$fid=46338p=10)

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

# الملاحق

## استمارة استبيان

# الموضوع: أثر استخدام الرموز التعبيرية في شبكات التواصل الاجتماعي على اللغة - الفيس بوك - أنموذجا-

-دراسة ميدانية على عينة من شباب مدينة المسيلة-

ملاحظة: في إطار إنجاز دراسة ميدانية لنيل شهادة الماستر تخصص "اتصال وعلاقات عامة"، نطلب منكم ملء هذه الاستمارة ا بوضع إشارة (X) أمام الإجابة المناسبة.

إشراف الأستاذة

\*حمديني ابتسام

إعداد الطالبتان:

● خديجة زيتوني

● فاطمة حدباوي

الموسم الجامعي: 2016-2017

## بيانات شخصية:

- الجنس : ذكر  أنثى
- السن: أقل من 18 سنة  18 إلى 28 سنة  أكثر من 28 سنة
- المستوى التعليمي: - ابتدائي
- متوسط
- ثانوي
- جامعي

## المحور الأول: عادات وأنماط استخدام الرموز التعبيرية في الفيس بوك

1- هل تستخدم شبكات التواصل الاجتماعي؟

نعم  لا

2- إذا كانت إجابتك بنعم. فما هي أهم الشبكات التي تستخدمها؟

- الفيس بوك  التويتر  اليوتيوب

أخرى اذكرها.....

3- في حالة الإجابة على الفيس بوك ففي ماذا تستخدمه؟




-التواصل مع الأصدقاء والأقارب

- تبادل المعلومات والخبرات

- التسلية وتمضية الوقت

- أخرى أذكرها.....

4- ما هي اللغة التي تعتمد عليها في التواصل في الفيس بوك؟

- الرموز اللفظية (حروف)
- الرموز غير اللفظية (   ... الخ
- المزج بينهما

5- إذا كنت تستخدم الرموز التعبيرية فهل تستخدمها؟

- دائما
- أحيانا
- نادرا

6- ما هي طبيعة الرموز التعبيرية التي تستخدمها؟

- رموز الوجوه متعددة الملامح   ... الخ
- رموز السفر والأماكن  ... الخ
- رموز الطبيعة والحيوانات  ... الخ
- رموز النشاطات المختلفة  ... الخ

7- ماهي المواضيع التي تستخدم فيها الرموز التعبيرية؟

- أثناء المحادثة الفورية (الردشة)
- في التعليقات
- في كتابة رسالة
- مع المنشورات
- أخرى أذكرها.....

المحور الثاني: دوافع استخدام الرموز التعبيرية في الفيس بوك

8- ما هي أسباب استخدامك للرموز التعبيرية في الفيس بوك؟

- اختصار الجهد

- سهولة التعبير عن الفكرة و الشعور

- لبساطتها وجاذبيتها

أخرى اذكرها.....

9- ما هي الحاجات التي تحققها لك الرموز التعبيرية؟

- التعبير عن كل ما نحس به  - نقل ثقافة معينة

- تقديم فكرة معينة  - اختصار الكلام

10- عند إرسال أي رمز لشخص ما فهل يفهم معناه؟

- نعم  - لا

11- إذا كانت إجابتك بنعم فهل هذا راجع إلى؟

- وضوحها

- نقلها لتعابير الوجه بشكل صحيح

13- إذا كانت إجابتك ب: لا فهل هذا راجع إلى:

- عدم اختيارك للرمز المناسب

- عدم فهمك أنت للرمز الذي أرسلته

المحور الثالث: أهداف استخدام الرموز التعبيرية في الفيس بوك

14- هل ترى أن استخدام الرموز التعبيرية أداة تواصلية مناسبة؟

- نعم  - لا

15- في حالة إجابتك بنعم ما هي الإشباعات التواصلية المحققة؟

- تجسيد المعاني والأفكار والمشاعر

- إضافة سمات وملامح تعبيرية على النص

- أخرى اذكرها.....

16 هل تنوي مستقبلاً أن : ؟

- تزيد من استخدام الرموز التعبيرية
- تقلل من استخدام الرموز التعبيرية
- أن تترك استخدامك للرموز التعبيرية كما هو
- أن تتوقف عن استخدام الرموز التعبيرية

المحور الرابع: تأثير استخدام الرموز التعبيرية على اللغة

17- هل ترى أن الرموز التعبيرية تغنيك عن اللغة؟

- نعم  لا

18- إذا كانت إجابتك بنعم فهل تعتمد عليها :

- بشكل كلي  - إضافة إلى النص

19- هل تعتبر أن الرموز التعبيرية أحسن وأسرع في إيصال الفكرة عن اللغة ؟

- نعم  - لا

20- هل ترى أن استخدامك للرموز التعبيرية أثر على اللغة ؟

- قلصت من استخدامك للغة
- دعمت استخدامك للغة
- الغت استخدامك للغة

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ