

جامعة محمد بوضياف بالمسيلة  
كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية  
قسم علوم الإعلام والاتصال



الرموز البصرية المستخدمة في تعويض الغياب الفيزيقي  
لمستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي  
-الفييس بوك أنموذجا-  
-دراسة ميدانية على عينة من المستخدمين بمدينة المسيلة-

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

إشراف الأستاذة:

د. حمديني إبتسام

إعداد الطالبة:

ديلمي دلال

السنة الجامعية: 2019-2020

## ملخص الدراسة:

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على كيفية مساهمة الرموز البصرية في تعويض الغياب الفيزيقي , لدى مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي و منها الفايسبوك. حيث تم إجراء دراسة وصفية على عينة من مستخدمي الفايسبوك لسكان ولاية المسيلة .

حيث تم استخدام استمارة الاستبيان كأداة للكشف عن كيفية استخدام الرموز البصرية وطبيعتها ودرجة استخدامها في التواصل والتفاعل مع الآخرين وكذلك دوافع وأهداف استخدامها ودورها في تعويض الغياب الفيزيقي على عينة من سكان ولاية المسيلة قدرت بـ80 فرد اختبروا بطريقة عشوائية.

وقد توصلت الدراسة إلى: أهمية الاتصال الشخصي المواجهي في حياة الأشخاص والرموز البصرية التي ساهم استخدامها في مواقع التواصل الاجتماعي الفايسبوك في تجسيد الاتصال المواجهي باستخدام الرموز وذلك للتعبير عن المشاعر والأفكار والأحاسيس. والرموز التعبيرية أهم هذه الرموز البصرية المستخدمة في التواصل والتفاعل في الفيسبوك، وهو ما ساهم في تجسيد الأفكار والمشاعر من خلال التعبير عنها بالرموز لتقريب المستخدمين من بعضهم البعض، هذا الاقتراب الذي يكاد يشبه الواقع الحقيقي وبذلك تعويض الغياب الفيزيقي لمستخدمي موقع الفيسبوك.

**الكلمات المفتاحية:** الرموز البصرية، مواقع التواصل الاجتماعي، الفيسبوك، الغياب الفيزيقي، الحضور الفيزيقي، الاتصال الشخصي، الاتصال غير اللفظي.

## **Study Summary:**

This study aims at learning how visual symbols can contribute to the physical absence of social media users, including Facebook. A descriptive study was conducted on a sample of Facebook users for residents of the Christian state.

The questionnaire was used as a tool to reveal how visual symbols are used, their nature, their degree of use in communication and interaction with others, their motives and objectives, and their role in compensating the physical absence on a sample of the population of the State of M'sila estimated at 80 randomly selected individuals.

The study found: The importance of facing personal communication in the lives of people and visual symbols that their use on Facebook social media has contributed to the embodiment of facial communication using symbols in order to express feelings, thoughts and feelings. The most important of these visual symbols used for communication and interaction in Facebook have been emoticons, which have contributed to the embodiment of ideas and feelings by expressing them in symbols to bring users closer together, a proximity that is almost as real as reality and thus compensates for the physical absence of Facebook users.

**Keywords:** Visual symbols, social media, Facebook, physical absence, physical presence, personal contact, non-verbal communication.

## الشكر وتقدير

عن أبي هريرة رضي الله عنه قال  
قال: رسول الله صل الله عليه وسلم:  
"من لم يشكر الناس لم يشكر الله"  
في البداية الشكر والحمد لله، جل في علاه،  
فإليه ينسب الفضل كله في إكمال  
هذا العمل والكمال يبقى لله وحده  
وبعد الحمد لله. فإني أتوجه إلى أستاذتي  
الفاضلة حمديني إبتسام بالشكر  
والتقدير التي لن تفيها أي كلمات  
فلولا مثابرتها ودعمها المستمر  
لاتمام هذا العمل.

## أعضاء لجنة المناقشة

عنوان المذكرة : الرموز البصرية المستخدمة في تعويض الغياب الفيزيقي لمستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي - الفيس بوك  
أمودجا- دراسة ميدانية على عينة من المستخدمين بمدينة المسيلة-

إعداد الطالبة :ديلمي دلال، متحصلة على شهادة الليسانس، تخصص اتصال وعلاقات عامة، جامعة محمد بوضياف المسيلة،  
2010-2011.

تقدم هذه المذكرة استكمالاً لمتطلبات نيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال تخصص اتصال وعلاقات عامة

بجامعة محمد بوضياف

أشرف على مناقشة المذكرة :

-اسم رئيس لجنة المناقشة :	- الرتبة :	- الصفة :	-التوقيع :
أستاذ محاضر (أ)	رئيسا		
-اسم المشرف :	-الرتبة :	-الصفة :	-التوقيع :
حمديني ابتسام	أستاذ محاضر (أ)	مشرفا ومقررا	
-اسم الممتحن :	-الرتبة :	-الصفة :	-التوقيع :
	أستاذ مساعدة (أ)	ممتحنا	
-إسم الممتحن :	-الرتبة :		
ديلمي دلال	ماستر2		
-التوقيع :			

-تاريخ المناقشة : (.... /.../ 2020)

# فهرس المحتويات

# فهرس المحتويات

مقدمة ..... أ

## الفصل الأول: الإطار المنهجي للدراسة

- 1- الإشكالية ..... 4
- 2- التساؤلات ..... 6
- 3- أهمية الدراسة ..... 6
- 4- أهداف الدراسة ..... 7
- 5- أسباب اختيار الموضوع ..... 9
- 6- المدخل النظري للدراسة ..... 9
- 7- تحديد المفاهيم ..... 15
- 8- منهج البحث ..... 23
- 9- أدوات جمع البيانات ..... 25
- 10- مجتمع وعينة البحث ..... 26
- 11- الدراسات السابقة ..... 28

## الفصل الثاني: الرموز البصرية في مواقع التواصل الاجتماعي

- المبحث الأول: مواقع التواصل الاجتماعي و"الفايسبوك" ..... 30
- المطلب الأول: ماهية مواقع التواصل الاجتماعي ..... 30
- 1- نشأة وتطور مواقع التواصل الاجتماعي ..... 30
  - 2- أهمية مواقع التواصل الاجتماعي ..... 32
  - 3- خصائص مواقع التواصل الاجتماعي ..... 33
- المطلب الثاني: ماهية الفيسبوك ..... 37
- 1- نشأة وتطوره الفيسبوك ..... 37
  - 2- أهمية الفيسبوك ..... 38
  - 3- خصائص الفيسبوك ..... 40
- المبحث الثاني: الاتصال الشخصي و"غير اللفظي" ..... 42
- المطلب الأول: ماهية الاتصال الشخصي ..... 42

- 1- بداية الاهتمام بدراسة الاتصال الشخصي.....42
- 2- أهمية الاتصال الشخصي.....43
- 3- مميزات الاتصال الشخصي.....44
- 4- نطاق الاتصال الشخصي.....45
- المطلب الثاني: ماهية الاتصال غير اللفظي.....46
- 1- أهمية الاتصال غير اللفظي.....46
- 2- خصائص الاتصال غير اللفظي.....47
- 3- أشكال الاتصال غير اللفظي.....48

### الفصل الثالث: الإطار التطبيقي للدراسة

- 1- التحليل الكمي والكيفي للبيانات.....52
- 2- نتائج الدراسة.....94
- الخاتمة.....97
- قائمة المراجع.....99
- الملاحق.....107

# فهرس الجداول

## فهرس الجداول

الصفحة	العنوان	الرقم
53	يوضح توزيع أفراد العينة حسب متغير الجنس	1
54	يوضح توزيع أفراد العينة حسب متغير السن	2
55	يوضح توزيع أفراد العينة حسب متغير المستوى التعليمي	3
56	يوضح استخدام مواقع التواصل الاجتماعي	4
57	يوضح أهم المواقع التي يستخدمها الأفراد	5
58	يوضح أسباب استخدام الأفراد للفيسبوك	6
59	يوضح عادات التواصل والتفاعل مع الآخرين في فيسبوك	7
60	يوضح الفئات الاجتماعية المتواصل معها	8
61	يوضح اللغة المستخدمة للتواصل في فيسبوك	9
62	يوضح عادات استخدام الرموز البصرية في الفيسبوك	10
63	يوضح طبيعة الرموز البصرية المستخدمة في الفيسبوك	11
64	يوضح المواضيع التي تستخدم فيها الرموز البصرية في الفيسبوك	12
65	يوضح الرموز البصرية المستخدمة ودرجة استخدامها في التواصل مع الفئات الاجتماعية	13
69	يوضح الرموز البصرية المستخدمة ودرجة استخدامها في التفاعل مع الآخرين	14
73	يوضح أسباب استخدام الرموز البصرية في فيسبوك	15
74	يوضح الحاجات التي تحققها الرموز البصرية	16
75	يوضح مدى فهم الشخص للرمز المرسل إليه	17
76	يوضح الأسباب التي تجعل المستخدم يفهم معنى الرموز المرسله إليه	18
77	يوضح الأسباب التي تجعل المستخدم لا يفهم معنى الرموز المرسله إليه	19
78	يوضح استخدام الرموز البصرية كأداة تواصلية مناسبة	20
79	يوضح الإشباعات التواصلية المحققة من استخدام الرموز البصرية في التواصل	21
80	يوضح لدرجة مساهمة الرموز البصرية في تعويض الاتصال الشخصي (المواجهي) (في حضور الأشخاص المتواصل معهم)	22
81	يوضح درجة تمثيل الرموز البصرية للواقع الحقيقي	23

84	يوضح درجة مساعدة استخدام الرمز البصرية أو التعرف على ملامح وتعايير الشخص المتواصل معه	24
87	يوضح إمكانية الاستغناء عن المواجهة في الواقع الحقيقي من خلال استخدام الرمز البصرية في الفيسبوك	25
88	يوضح درجة الاستغناء عن لقاء ومقابلة الأشخاص المتواصل معهم في الواقع الحقيقي	26
89	يوضح توقعات مستخدمي الفيسبوك لاستخدام الرمز البصري	27
90	يوضح إمكانية الاستغناء عن الاتصال الشخصي المواجهي	28
91	يوضح الاعتماد على الرمز البصرية في التواصل في حالة الاستغناء عن الاتصال الشخصي المواجهي	29
92	يوضح أهمية الرمز البصرية	30
93	يوضح تأثير الرمز البصرية على التواصل في الفيسبوك	31

# مقدمة

### مقدمة:

مرت البشرية منذ النشأة الأولى بتطورات في الحياة والعلاقات والروابط والصلات المشتركة، تغير فيها الاتصال بين الإنسان وأخيه الإنسان ومر بعدة مراحل ووفق للحاجات الحياتية، بدء بالإشارة والإيماء والرسم إلى النقش على الحجارة والصخور، وبعدها تم اكتشاف الكتابة ثم اخترعت الطباعة. وأصبحت اللغة هي الوسيلة الهامة للتواصل والتفاهم بين البشر، بحيث لا تقتصر على اللغة اللفظية وحدها، بل تعتبر كل إيماء وإشارة وتعبير الوجه للفرد تعبر عن فكرة أو إحساس معين وهو ما يعرف باللغة غير اللفظية.

ويعد التقدم التكنولوجي من أهم التطورات التي شهدتها المعمورة، وتعتبر منعرج حاسم في حياة البشرية، وأدى ذلك إلى تطوير أدوات الاتصال البشري بما يخدم الحاجات الإنسانية، وأدت هذه الثورة إلى إنتاج وسائل جديدة للتواصل، والتي بدورها أتاحت إمكانية بث الرسائل عبر مسافات بعيدة، واختصرت بذلك المكان والزمان، وجعلت العالم قرية صغيرة، كما سامت في إحداث تغييرات في علاقات الناس الاجتماعية و سلوكياتهم من خلال تفاعلهم في عالم افتراضي، وهي ما تعرف بمواقع التواصل الاجتماعي والفيديو هم أحد أهم هذه المواقع التي يلجأ مستخدموها إلى توظيف الرموز البصرية (الرموز غير اللفظية) في تواصلهم ومحادثاتهم من تبادل للمعلومات والملفات الخاصة والصور ومقاطع الفيديو.

وذلك سبب عدم قدرتهم على التعبير عن أفكارهم ومشاعرهم باللغة المكتوبة.

إن التواصل عبر المواقع التواصل "فايسبوك" يكون من خلال رمزية الصورة والفيديو والنص تعبيرا منهم عن مشاعرهم وأفكارهم عن طريق الحضور غير التجسدي.

أي التواصل عبر الفضاء الافتراضي الذي يخلو فيه التواصل الحضوري الواقعي ويتم استخدام الرموز البصرية باعتبارها شكل من الأشكال اللغوية الموجودة منذ القدم وتم استحداثها في هذه المواقع، كما تم إضافة رموز أخرى جديدة نظرا للتطور التكنولوجي السريع للتقنيات ووسائل الاتصال، ويتم إدراجها في الفاييسبوك لما تتميز به خصائص تتناسب وخصوصية مواقع التواصل الاجتماعي، ولهذا قمنا بتقسيم الدراسة إلى ثلاثة فصول.

وقد قمنا بتقسيم الدراسة إلى ثلاثة فصول أساسية وهي كالتالي:

**الفصل الأول:** خصصنا هذا الفصل الإطار المنهجي للدراسة وتطرقنا فيه إلى إشكالية الدراسة والتساؤلات، أهمية الدراسة وأهدافها، أسباب اختيار الموضوع، المدخل النظري للدراسة، تحديد المفاهيم، منهج الدراسة أدوات جمع البيانات، مجتمع وعينة البحث، الدراسات السابقة.

**أما الفصل الثاني:** وخصص هذا الفصل للإطار النظري وتناولنا فيه مبحثين: المبحث الأول تطرقنا فيه لمواقع التواصل الاجتماعي من (نشأتها وتطورها وخصائصها وذكرنا أبرز هذه المواقع)، ثم تناولنا الفايسبوك من (نشأة وتطوره وأهميته وذكرنا خصائصه).

أما المبحث الثاني فقد تطرقنا فيه إلى الاتصال الشخصي (ذكرنا فيه بداية الاهتمام بدراسة الاتصال الشخصي ثم تناولنا أهميته ومميزاته ونطاقه)، ثم تناولنا الاتصال غير اللفظي (أهميته وخصائصه أشكاله).

**أما الفصل الثالث:** خصصنا هذا الفصل للإطار التطبيقي تناولنا فيه التحليل الكمي والكمي للنتائج، ونتائج الدراسة.

# الفصل الأول

## الإطار المنهجي للدراسة

### 1- الإشكالية:

إنّ من أهم وظائف التواصل الإنساني هو تبادل الأفكار والأحاسيس والخبرات، والإنسان بوصفه كائنا اجتماعيا بحسب ابن خلدون يحتاج إلى التواصل مع الآخر، وكان أولى أنواع الاتصال الإنساني ظهورا الاتصال الشّخصي؛ أين لعب دورا هاما هو الآخر في تكوين العلاقات الإنسانية وتحديد طبيعتها من خلال التواصل مع الآخرين وجها لوجه، لإشباع رغبات الفرد في التعرف على الآخرين، ومعرفة أفكارهم ومعتقداتهم ومشاعرهم وتوجهاتهم، وتعتبر اللّغة أهم وسيلة وتقنية من تقنيات التواصل المعتمدة في هذا النوع (الاتصال الشّخصي) باعتبارها قدرة على ضمان الفعل التواصلية، والتي تجسدت أساسا في نوعين من الرموز التواصلية، رموز لفظية ورموز غير لفظية، هذه الأخيرة التي تعتبر من أهم الرموز التواصلية، التي نتلقاها عبر حواسنا، ويتم تداولها عبر وسائل وقنوات متعددة، وتتجلى مظهرات هذه الرسائل والمضامين غير اللفظية في مختلف السلوكيات الفردية وحركاته وتصرفاته من مثل: تعبيرات وإيماءات الوجه، حركات الجسم، هيئة الجسد، الصوت وغيرها من الأشكال التواصلية الأخرى التي تتميز بطابعها البصري والصورى على عكس لغة الرموز اللفظية التي تركز أساسا على محاولة إنتاج ونقل الأفكار عن طريق الكتابة الحرفية.

وبالنظر إلى الأصول التاريخية لاستخدام هذا النمط من الرموز التواصلية غير اللفظية، نجد أنّه منذ آلاف السنين استخدمت الحضارات القديمة (المصرية واليونانية) اللّغة الهيروغليفية على سبيل المثال على اعتبار أنّها لغة مصورة كعلامة تواصل، وتعتبر هذه الصور عن رسوم وأشكال وأجزاء لمخلوقات حية تستخدم ما يجول في خاطر الإنسان، وبعد ذلك سادت الكتابة اللفظية لآلاف السنين ليعود الإنسان من جديد إلى استخدام هذا النمط من التواصل (التواصل غير اللفظي)، بل أصبح سائدا بشكل كبير، يكاد يكون مهيمنًا وهذا بفعل تأثير العديد من العوامل على رأسها العامل التكنولوجي.

حيث أنّه من النّص الثاني من القرن العشرين شهد العالم تطورات تكنولوجية هائلة ومتسارعة، أحدثت ثورة حقيقية في عالم الاتصال نتج عنها ظهور تقنيات جديدة، بناء على استخدام لغات تواصلية جديدة، وإن كانت لها ارتباطات، بما هو قديم خصوصا فيما يتعلق باستخدام الرموز غير اللفظية، والتي نجد أنّها في كلها مستوحاة من الحياة اليومية، وهذا من خلال ظهور وسائط تواصلية جديدة، وشبكات اجتماعية نجد الفايسبوك واحدا من أهمها باعتبار أنّه الأكثر استخداما، وهذا حسب عدة دراسات أكدت الأمر، ومنها دراسة حسب الباحث: بن عمر بلقاسم الذي أكد على أهمية الفايسبوك من خلال إنتاج وتداول المضامين

والتفاعل معها) انظر دراسة: دور الوسائط الاتصالية الحديثة في تشكيل الفضاءات العمومية الهامشية النسائية داخل الحيز الافتراضي، أطروحة دكتوراه للطالب بن عمرة بلقاسم امين، جامعة عبد الحميد بن باديس، مستغانم، 2018)

فعلى مستوى هذا النوع من مواقع وشبكات التواصل الاجتماعية نجد أنه في كل مرة تظهر وتنتشر دفعة جديدة من الرموز غير اللفظية من صور ثابتة ومتحركة، وإشارات رموز تعبيرية عبر مختلف تطبيقات الدردشة، والتي تعبر في مجملها عن ثقافات مختلفة وتملك دلالات متنوعة، وهذا في محاولة لإعادة تجسيد الاتصال الشخصي بصفة تكون مباشرة وتقترب إلى ما هو واقعي، لأن أهم ما يميز الاتصال الشخصي وكما هو معروف هو وجود طريقي العملية الاتصالية وجها لوجه، وفي وقت محدد ومكان محدد، ودون توفر أي وسيط اتصالي، وهو الأمر الذي عملت هذه الوسائط الحديثة على التقليل من نسبة تجسيده، وذلك لاعتبار تدخل العامل الوسيط (وجود وسائط)، وبالتالي نتج عن هذا الأمر امتناع طريقي العملية الاتصالية عن الظهور (الهويات الافتراضية) أو ما يصطلح عليه بالغياب الفيزيقي لكل من الطرفين أثناء استخدامهما لمواقع التواصل الاجتماعي ممثلة في الفايسبوك، حيث يقدم الفرد نفسه في هذه المواقع الافتراضية ويتحول بذلك من فرد حقيقي يقدم فيها مجتمع واقعي حقيقي إلى فرد افتراضي ينتمي إلى مجتمع افتراضي، يقدم فيها هويته وفق شروط افتراضية كاللغة المستخدمة والبيانات الشخصية والرموز والصفات التي يستخدمها الفرد في تقديم نفسه للآخرين والتفاعل معهم باستخدام مجموعة من الرموز والبيانات والصفات على أنها تعكس شخصيتهم وهويتهم الحقيقية وهو ما أثار لدينا إشكالية الغياب الفيزيقي، وقادنا إلى طرح الإشكالية التالية:

- كيف ساهمت الرموز البصرية في تعويض الغياب الفيزيقي لدى مستخدمي الفايسبوك في مدينة المسيلة؟

### 2- التساؤلات:

ضمن التساؤل الرئيسي في دراستنا تدرج أسئلة فرعية وهي:

- ما هي أهم الرموز البصرية المستخدمة في موقع الفيسبوك؟
- ما هي أهداف استخدام الرموز البصرية لدى مستخدم الفيسبوك لمدينة المسيلة وعلاقتها بالغياب الفيزيقي من ناحية تعويضه؟
- ما علاقة استخدام الرموز البصرية في تعويض الغياب الفيزيقي في الفيسبوك؟

### 3- أهمية الدراسة:

تكمن أهمية دراستنا في الموضوع بحد ذاته، لأنه موضوع جديد، ويفيدنا في الحصول على نتائج تجيب على التساؤلات المطروحة حول مساهمة الرموز البصرية في تعويض الغياب الفيزيقي لمستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي "الفيسبوك"، حيث يعتبر الاتصال الشخصي من أقوى أنواع الاتصال تأثيراً وإقناعاً، لأنه يهتم بالاتصال المباشر بين الأفراد، أي وجهها لوجه، ونجد أنه عند هذا اللقاء يحدث تفاعل بين هؤلاء الأفراد، والذي يحدث كنتيجة مباشرة للانتباه الذي يعطيه كل فرد للآخر.

والاتصال الشخصي له القدرة على تحريك كل حواس الإنسان في مكان واحد، لأن التبادل فيما بين الأفراد يكون له تأثير بوجود طرفي الاتصال بالقرب من بعضهما البعض، أي حضورهما في مكان واحد، بمعنى في بيئة اتصال فيزيقية واحدة ومناسبة، عكس الواقع الافتراضي الحالي، وبظهور مواقع التواصل الاجتماعي الفيسبوك وتواصل المستخدمين بواسطتها والذي يعني أنه شكل من الغياب الفيزيقي في الاتصال الشخصي فالحضور في موقع الفيسبوك هو غياب فيزيقي في الاتصال الشخصي، وذلك بغياب طرفي الاتصال عن التواصل الجسدي في مكان واحد، أي عدم وجود مواجهة في عملية الاتصال، والقرب الجسدي يكون على أساس الوجود في مكان الاتصال.

وللاتصال البشري أهمية في موقع الفيسبوك أثناء إبحار المستخدمين فيها، حيث يتعامل المستخدم في الاتصال باستعمال عينيه كحاسة لفهم الرسالة ونجاح الاتصال، ومن خلال لقاء المستخدمين فيما بينهم من أجل الحديث عن اهتماماتهم المشتركة وتبادل المعلومات والأفكار والنقاشات والحوارات فيما بينهم.

ولقد أصبح على مستخدمي موقع الفيسبوك التواصل البصري الذي يحاكي إلى حد كبير عملية الاتصال الشخصي، باستخدام الرموز البصرية، من خلال إتاحة إمكانية تبادل الصور الثابتة والصور المتحركة ومقاطع الفيديو، وميزة البث المباشر...، وجعلت من المستخدمين المتلقين أن يكونوا في عملية اتصالية تفاعلية ويتجلى ذلك من خلال رجوع الصدى.

وتكمن أهمية الرموز البصرية على أنها أداة تفاهم، ومن خلالها يكون المستخدم قادراً على زيادة معلوماته لأنها تعطي معنى للأشياء ويعبر بواسطتها عن الأفكار والأحاسيس والمشاعر.

### 4- أهداف الدراسة:

- لكل دراسة هدف، وهدف أي باحث في موضوعه هو إشباع الفضول المعرفي الذي يلازمه وإزالة اللبس والغموض عن بعض القضايا التي يريد دراستها، ولذلك تسعى دراستنا إلى تحقيق الأهداف التالية:
- التعرف على أهمية الاتصال الشخصي خصوصا من خلال استخدام الرموز غير اللفظية، ففي أي تواصل بين طرفي الاتصال توجد رسالة، ونجد في أي شكل من أشكال التواصل لأي رسالة من الرسائل الشفريات والرموز ومنها الرموز غير اللفظية التي لها دور في الاتصال الشخصي، وذلك للتعبير عن المشاعر والأفكار بطلاقة كلغة الجسد وتعابير الوجه والإيماءات والتلميحات....
  - التعرف على أهم الرموز البصرية عموما بما فيها المستحدثة تحديدا التي يستخدمها أفراد عينة الدراسة من خلال توصلهم ببعضهم البعض كالرموز التعبيرية.
  - أي التعرف على الرموز البصرية المستحدثة الأكثر استخداما بين مستخدمي موقع الفيسبوك والتي يتم توظيفها من طرفهم في عملية التواصل فيما بينهم من خلال: التعليقات، الحالة المزاجية للمستخدمين، تبادل الرسائل التواصلية فيما بينهم وفي المجموعات، إبداء الإعجاب... الخ.
  - الكشف عن العلاقة الموجودة بين استخدام الرموز البصرية من طرف مستخدمي الفيسبوك والغياب الفيزيقي للمستخدم المتواصل معه، حيث يعيش مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي الفيسبوك حياة رمزية (افتراضية) بعيدة كل البعد عن الواقع الذي يرتبط بالحضور الفيزيقي في التواصل بين الأفراد، فبيئة التواصل الاجتماعي الفيسبوك وجد فيها مستخدموها أنفسهم أمام محتوى اتصالي يحتوي على الكتابة والاتصال غير المباشر، مما اضطرهم ذلك إلى البحث عن وسيط اتصالي له القدرة على تجسيد الأفكار والمشاعر من خلال التعبير عنها بالرموز للاقترب من بعضهم البعض، اقترابا يكاد يكون واقعيًا.
  - والتواصل في الواقع الافتراضي (الرمزي) يكون فيه غياب فيزيقي للمستخدمين ما يستدعي تعويض هذا الغياب بالرموز البصرية.

### 5- أسباب اختيار الموضوع:

هناك مجموعة من الأسباب دفعتنا إلى اختيار هذا الموضوع وهي:

#### • الأسباب الذاتية:

الميل والرغبة لدراسة الموضوع الذي يهتم بالتواصل غير اللفظي من خلال معرفة أهم الرموز البصرية المستخدمة في تعويض الغياب الفيزيقي لمستخدمي موقع التواصل الاجتماعي، ومن خلال تجرّبي الشخصية في مجال التواصل عبر موقع الفيسبوك واستخدام هذه الرموز البصرية في عملية التواصل، ومحاولة مني للتعرف على أهمية هذه الرموز في عملية التواصل بين مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي الفيسبوك.

#### • الأسباب الموضوعية:

- نقص الدراسات السابقة الخاصة بالرموز البصرية والغياب الفيزيقي في الاتصال الشخصي.
- أهمية موضوع الدراسة المرتبط بالرموز البصرية المستخدمة في تعويض الغياب الفيزيقي.
- إثراء المكتبة الجامعية بموضوع ذو أهمية بالغة المرتبطة بالاتصال الشخصي والاتصال في مواقع الفيسبوك من خلال الغياب والحضور الفيزيقي لأطراف الاتصال.

### 6- المدخل النظري للدراسة:

اعتمدنا في دراستنا على نظريتين هما: نظرية الاستخدامات الإشباعية ونظرية الحتمية التكنولوجية، ولقد استندنا على هاتين النظريتين لإعطاء دراستنا صفة العمق والشمولية في الجانب النظري والجانب التطبيقي، لأنّ موضوعنا يدور حول: الرموز البصرية المستخدمة في تعويض الغياب الفيزيقي لمستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي الفيسبوك.

#### - نظرية الاستخدامات الإشباعية:

الاستخدامات كما يتضح من اسمها معروفة، أمّا الإشباع فهو إرضاء رغبة أو بلوغ هدف أو خفض دافع، وتدل الكلمة أيضا على الحالة التي يتم فيها ذلك.

ويعني الإشباع في نظرية التحليل النفسي خفض التنبيه والتخلص من التوتر، إذ أنّ تراكم التنبيه يحدث إحساسا بالألم، ويدفع الجهاز إلى العمل لكي يحدث مرة أخرى حالة إشباع يدرك فيها خفض التنبيه كأداة لذة.

وفي مجال الاتصال الجماهيري كان "كاتزوبلومر" أول من طرحا هذه الرؤية الجديدة لدراسة الاتصال الجماهيري في كتابهما الشهير "استخدامات وسائل الاتصال الجماهيري" عام 1974، وهي رؤية تفرض أن يكون التساؤل الأساسي هو: ما الذي يفعله الناس بوسائل الإعلام؟ وليس ما الذي تفعله وسائل الإعلام بالناس؟ (حجاب، 2004، ص 47-48)

يعد مدخل الاستخدامات و الإشباعات بمثابة نقلة فكرية في مجال دراسة تأثير وسائل الاتصال، حيث يعد النموذج البديل لنموذج التأثيرات التقليدي الذي يركز على كيفية تأثير وسائل الاتصال على تغيير المعرفة والاتجاه والسلوك، بينما يركز مدخل الاستخدامات و الإشباعات على كيفية استجابة وسائل الاتصال لدوافع واحتياجات الجمهور الإنسانية، ويتميز الجمهور في إطار مدخل الاستخدامات و الإشباعات بالنشاط والإيجابية، والقدرة على الاختيار الواعي والتفكير، وبذلك يتغير المفهوم التقليدي للتأثير، والذي يعني بما تفعله وسائل الإعلام بالجمهور، إلى دراسة ما إذا يفعل الجمهور بالوسيلة.

ويؤمن مدخل الاستخدامات و الإشباعات أنّ للجمهور إرادة يستطيع من خلالها تحديد أي الوسائل يستخدم وأي محتوى يختاره، ويركز المدخل على الدوافع الخاصة، ويفترض أنّ المحتوى الأكثر فعالية لوسائل الاتصال لا يستطيع التأثير على الشخص غير المستخدم للوسيلة في الإطار الاجتماعي والنفسي الذي يعيش فيه، حيث تمثل قيم واهتمامات وأدوار الأفراد الاجتماعية العامل الحاسم في اختيار الأفراد لوسيلة الاتصال ولنوع المضمون المقدم من خلالها. (أمين، 2007، ص 33)

وتستند نظرية الاستخدامات و الإشباعات على الافتراضات التالية:

- أنّ أعضاء الجمهور فاعلون في عملية الاتصال واستخدامهم لوسائل الإعلام يحقق لهم أهداف مقصودة تلبي توقعاتهم.
- الربط بين الرغبة في إشباع حاجات معينة، واختيار وسيلة إعلام محددة يرجع إلى الجمهور نفسه وتحدده الفروق الفردية.
- التأكيد على أنّ الجمهور هو الذي يختار الوسائل والمضمون ووسائل الاتصال وليست وسائل الاتصال هي التي تستخدم الأفراد.
- يكون الجمهور على علم بالفائدة التي تعود عليه وبدوافعه واهتماماته، فهو يستطيع أن يمد الباحثين بصورة فعلية لاستخدامه لوسائل الإعلام.

● الاستدلال على المعايير الثقافية السائدة من خلال استخدامات الجمهور لوسائل الاتصال وليس من خلال محتوى الوسائل التي تقدمها وسائل الاتصال.

وتسعى نظرية الاستخدامات و الإشباعات إلى تحقيق ثلاثة أهداف رئيسية هي:

● التعرف على كيفية استخدام الأفراد لوسائل الإعلام وذلك بالنظر إلى الجمهور النشط الذي يستخدم الوسيلة التي تشبع حاجاته وأهدافه.

● توضيح دوافع استخدام وسيلة بعينها من وسائل الإعلام والتفاعل معها كنتيجة لهذا الاستخدام.

● التركيز على فهم الاتصال الجماهيري يأتي نتيجة لاستخدام وسائل الاتصال الجماهيري. (كافي، 2015، ص215-216)

### - نظرية الحتمية التكنولوجية:

ترجع هذه النظرية إلى جهود العالمان "مارشال ماكلوهان وهاورد أنس"، حيث ركزا في تحليل عملية الاتصال على التكنولوجيا المستعملة في وسيلة الاتصال التي تفرض هيمنتها في كل مرحلة تاريخية، حيث عد ماكلوهان الوسيلة هي الرسالة. (الضالعين وآخرون، 2016، ص247)

وتعد النظرية التكنولوجية لوسائل الاتصال من النظريات الحديثة التي ظهرت عند دور وسائل الاتصال وطبيعة تأثيرها على مختلف المجتمعات.

وبشكل عام يمكن القول أنّ هناك أسلوبان أو طريقتان للنظر إلى وسائل الاتصال من حيث:

- أنّها وسائل لنشر المعلومات والترفيه والتعليم.

- أو أنّها جزء من سلسلة التطور التكنولوجي.

ويؤمن ماكلوهان بأن الاختراعات التكنولوجية المهمة هي التي تؤثر تأثيراً أساسياً على المجتمعات.

(المفلح، 2015، ص175)

وقدم مارشال ماكلوهان هذه النظرية في الستينات، وهي عبارة عن تصورات نظرية لتطور وسائل الاتصال وتأثيراتها على المجتمعات الحديثة، وتعتمد هذه النظرية على ثلاث افتراضات أساسية نعرض لها على

النحو التالي:

أولاً: وسائل الاتصال هي امتداد لحواس الإنسان:

يرى مارشال ماكلوهان أنّ الناس يتكيفون مع ظروف البيئة في كلّ عصر من خلال استخدام حواس معينة ذات صلة وثيقة بنوع الوسيلة الاتصالية المستخدمة، فطريقة عرض وسائل الإعلام للموضوعات، وطبيعة الجمهور الذي تتوجه إليه تؤثران على مضمون تلك الوسائل، فطبيعة وسائل الاتصال تسود في فترة من الفترات وهي التي تكون المجتمعات أكثر ما يكونها مضمون الرسائل الاتصالية، ويعتقد ماكلوهان، فيما يسميه الحتمية التكنولوجية **Technological determinism**، أي أنّ المخترعات التكنولوجية المهمة هي التي تؤثر على تكوين المجتمعات، ويرى ماكلوهان أنّ التحول الأساسي في الاتصال التكنولوجي يجعل التحولات الكبرى تبدأ لدى الشعوب، ليس فقط في التنظيم الاجتماعي، وإنما في الحواس الإنسانية أيضاً، وبدون فهم الأسلوب الذي تعمل بمقتضاه وسائل الإعلام، لن نستطيع فهم التغيرات الاجتماعية والثقافية التي تطرأ على المجتمعات، فأبي وسيلة جديدة هي امتداد للإنسان، تؤثر على طريقة تفكيره وسلوكه، فكالميرا التلفزيون تمد اعيننا والميكروفون يمد أسمعنا، والآلات الحاسبة توفر الجهد العقلي وتؤدي إلى امتداد الوعي.

ثانياً: الوسيلة هي الرسالة:

بمعنى أنّ طبيعة كلّ وسيلة، وليس مضمونها هو الأساس في تشكيل المجتمعات، ويرى "ماكلوهان" أنّ الرسالة الأساسية في التلفزيون هو التلفزيون نفسه، كما أنّ الرسالة الأساسية في الكتاب هي المطبوع، فالمضمون غير مهم، وأنّ المهم هو الوسيلة التي تنقل المحتوى، ويشير "ماكلوهان" أنّ لكل وسيلة جمهوراً من الناس الذين يفوق حبهام لهذه الوسيلة اهتمامهم بمضمونها، بمعنى آخر، التلفزيون كوسيلة هو محور لاهتمام كبير، فكما يجب الناس القراءة من أجل الاستمتاع بتجربة المطبوع، فإنهم يجبون التلفزيون بسبب الشاشة التي تعرض الصور والصوت والحركة والألوان.

ثالثاً: وسائل الاتصال الساخنة ووسائل الاتصال الباردة:

ابتكر "ماكلوهان" مصطلحات "الساخن" و"البارد" ليصف بناء وسيلة الاتصال، أو التجربة التي يتم نقلها، وكلمة "بارد" تستخدم في وقتنا الحاضر لتعني ما ألفنا على أن نطلق عليه كلمة "ساخن" في الماضي. ويهتم "ماكلوهان" بالقدرة على التخيل الذي يعتبر محور فكرته عن الساخن والبارد، فالوسيلة الساخنة هي الوسيلة التي لا تحافظ على استخدام التوازن في الحواس، أو الوسيلة التي تقدم المعنى "مصطنعاً" وجاهزاً ممّا يقلل احتياج الفرد للخيال، أما الوسيلة الباردة فهي تحافظ على التوازن وتثير خيال الفرد باستمرار.

ويرى "ماكلوهان" أنّ الوسائل المطبوعة والراديو وسائل "ساخنة" لأنّ كلّ منها تعتمد على استخدام حاسة واحدة فقط ولا تحتاج سوى لقدرة بسيط من الخيال، في حين يرى السينما والتلفزيون من الوسائل "الباردة" التي لا تحتاج إلى ممارسة جهد كبير في التخيل من جانب المشاهدين. (مكاوي، 1997، ص274-277)

### أبرز الانتقادات للنظرية:

من أكثر الباحثين انتقاداً لهذه النظرية الباحث ريتشارد بلاك، الذي اعتبر أنّ مصطلح القرية العالمية التي زعم ماكلوهان وجودها لم يعد لها وجود حقيقي في المجتمع المعاصر، وفي هذا الصدد يقول بلاك أنّ التطور الذي استند إليه ماكلوهان عند وصفه للقرية العالمية استمر في مزيد من التطور بحيث أدى إلى تحطيم هذه القرية العالمية وتحويلها إلى شظايا، فالعالم الآن أقرب ما يكون إلى البناية التي تضم عشرات الشقق السكنية التي يقيم فيها أناس كثيرون، ولكن كلّ فرد منهم يعيش في عزلة ولا يدري شيئاً عن جيرانه الذين يقيمون معه في البناية، ويمكن أن يوصف هذا التطور بأنّه تحول من التجميع إلى التفكيك أو التفتت أو اللامركزية، حيث أتاحت تقنيات الاتصال الحديثة المتمثلة بالأقمار الصناعية والحاسبات الإلكترونية ووصلات الميكروويف والألياف الضوئية عدداً كبيراً من خدمات الاتصال خلال العقد الماضيين مثل: التلفزيون الكابلي التفاعلي والتلفزيون منخفض القوة والفيديو كاسيت، والفيديو سيك وأجهزة التسجيل والموسيقى المتطورة وخدمات الفيديو تكسوالتكس أو الاتصال المباشر بقواعد البيانات والهواتف النقالة والبريد الإلكتروني التي اندمجت في شبكة الاتصالات المعروفة بالإنترنت وجميعها تخاطب الأفراد وتلبي حاجاتهم ورغباتهم الذاتية، وقد نتج عن هذه التقنية الجديدة تقلص أعداد الجماهير التي تشاهد برامج الشبكات الرئيسية وخدمات الإذاعة المسموعة والتلفزيون التي تعمل بنظام الهوائي التقليدي. (المشاقبة، 2011، ص162)

### - تطبيق النظريتين:

#### 1- نظرية الاستخدامات و الإشباع:

وتطبيقها يتعلق بشق مواقع التواصل الاجتماعي الفيسبوك في دراستنا، هذه المواقع التي أصبحت لها أهمية كبيرة من خلال استخدامها المتزايد.

وقد بينت نظرية الاستخدامات و الإشباع، أنّ عوامل الاستخدام والإشباع الرئيسية الخاصة بمواقع التواصل الاجتماعي الفيسبوك: هو خلق صداقات، التسلية، التعريف بالذات، الحصول على المعلومات، الدردشات... الخ.

### 2- نظرية الحتمية التكنولوجية:

وتطبيقها في دراستنا يتعلق بالغياب الفيزيقي لطرفي العملية الاتصالية وذلك حسب تأثير العامل التكنولوجي وهو الأمر ذاته الذي أكدته الحتمية التكنولوجية من خلال إبرازها لسيطرة الوسيلة في الفعل التواصلية.

### 7- تحديد المفاهيم:

تحديد المفاهيم وضبطها من الجوانب المهمة في البحث العلمي، لأنّها تحدد الإطار العام لموضوع الدراسة.

فكان لزاما علينا في دراستنا تحديد المفاهيم بتناول التعاريف الاصطلاحية والإجرائية لمجموعة من المصطلحات:

### 1- الاتصال الشّخصي:

#### - التعريف الاصطلاحي:

يقصد به العملية التي يلتم بمقتضاها تبادل المعلومات والأفكار والاتجاهات بين الأفراد بالطريقة المباشرة وجهها لوجه وفي اتجاهين ودون قوا و سيطرة، حيث يصبح المرسل والمستقبل على اتصال ببعضهما وجهها لوجه، وفي مكان محدد يتميز بأن المرسل فيه يصبح مستقبلا والعكس. (حجاب، 2004، ص20)

ويعرف بعض الباحثين الاتصال الشّخصي على أنّه: اتصال وجهها لوجه وتفاعل الأفراد مع بعضهم البعض، وهو أقوى وسائل الاتصال في تغيير اتجاهات الناس ومفاهيمهم.

ويعرف جيرالد ميلر الاتصال الشّخصي على أساس سياق بالموقف الذي يحدث فيه الاتصال، فيعرفه بأنّه جلسة تعقد مع عدد صغير نسبيا من القائمين بالاتصال (غالبا ما يكون شخصين)، ويتوافر فيه اتصال الوجه للوجه والحد الأقصى من قنوات الإحساس مع وجود الفرص المتاحة لحدوث رجوع الصدى السريع. (البكري، 2005، ص32)

يعد الاتصال الشّخصي هو الصورة الأكثر شيوعاً في المنظمات والحياة بصفة عامة، حيث أنّ الاتصال الشّخصي لا ينحصر في مظهر واحد من مظاهر حياتنا، فنحن نقوم بالاتصال في كلّ وقت نتفاعل فيه مع الآخرين، وطريقة قيامنا بذلك تحدد كيفية نجاحنا لذلك يعرف على أنّه: تبادل المعلومات والأفكار بين شخصين أو أكثر. (رضوان، 2012، ص26)

### - التعريف الإجرائي:

بناء على التعريفات السابقة يمكن تعريف الاتصال الشّخصي على أنّه: "هو الاتصال الذي يتم بين مرسل ومستقبل وتواجههما الشّخصي، والذي يتم وجها لوجه بتبادل المعلومات والأفكار.

### 2- الاتصال البصري:

#### - التعريف الاصطلاحي:

عرف ويلمان 1980 الاتصال البصري بأنّه: "محاولة الجنس البشري لاستخدام الرموز التعبيرية والخطية للتعبير عن الأفكار".

ويرى دواير مور، أنّ الاتصال البصري هو استخدام الرموز البصرية للتعبير عن الأفكار وتوضيح المعاني. (العريفي، 2018، تكنولوجيا الواقع المعزز وأثرها على تنمية الثقافة البصرية لدى طلاب المرحلة الابتدائية). <http://blogalytec.blogspot.com>.

هو الاتصال عن طريق تقديم المعلومات في شكل بصري، وهناك طرق عديدة لتقديم المعلومات بصرياً، مثل: الإشارات، لغة الجسد.

هو عملية إرسال واستقبال الرسائل باستخدام الصور (الثقافة البصرية، <http://edutech.plogspot.com>. (2010)

يعتمد هذا الاتصال على حاسة البصر ومن أشكاله المختلفة: الصور واللوحات الفنية والملصقات والخرائط والجسمات والأفلام الصامتة والتماثيل والنماذج وغيرها من الشواهد والأشكال المتعددة، وقد استخدم الإنسان الصورة للتعبير عن الفكرة أو المعلومة منذ قدم الزّمان. (عليان، الطوباسي، 2005، ص100)

### - التعريف الإجرائي:

الاتصال البصري هو عملية إرسال واستقبال الرسائل باستخدام الرموز البصرية كالإشارات ولغة الجسد والفيديو، وهو شكل من أشكال التواصل غير اللفظي، وهو يحتاج لحاسة البصر لكي يتحقق.

### 3- الاتصال الوسيط:

#### - التعريف الاصطلاحي:

- هو شكل من أشكال مشاركة ونقل الرسائل عن طريق وسيط بدلا من نقلها وجها لوجه.
- هو الاتصال عن طريق مواقع الشبكات الاجتماعية الفيسبوك، وهو وسيط لنقل الرسائل بين المتفاعلين في الفضاء الافتراضي. (منصر، 2015، ص97)
- هو الذي يتم بين عدد من الأشخاص بواسطة استعمال التكنولوجيا لإيصال الرسالة واستقبالها مثال: مكالمة هاتفية، رسائل نصية...
- هو اتصال شخصي غير مباشر مع وسيط تكنولوجي. (خلف، 2011، الاتصال الشخصي، تعريف وخصائص)، <http://www.nok6a.net>
- التعريف الإجرائي:

الاتصال الوسيط هو اتصال يتم بين الأشخاص عن طريق وسيط تكنولوجي لنقل الرسائل.

### 4- الرمز:

#### - التعريف الاصطلاحي:

- وهو العلامة التي تحيل إلى الشيء الذي تشير إليه بفضل قانون غالبا ما يعتمد على التداخي بين أفكار عامة، ويطلق عليها بيرس اسم العادات والقوانين. (عبد الغاني، 2008، ص75)
- الرموز قد تكون كلمة أو عدد أو حرف أو إشارة أو علامة مثلما اتفق على استخدامها لتدل على معنى معين، أو بمعنى آخر: الرموز هي العلامات أو الإشارات أو الكلمات التي يستعملها الفرد ليعبر بها عن المواقف التي عاشها أو الخبرات التي اكتسبها، ومجموعة الرموز تنقسم إلى نوعين لفظية وغير لفظية. (فهمي، 2000، ص182)
- هي مجموعة إشارات منظمة تتطلب وجود جهازين عند الإنسان، الجهاز المحرك والجهاز الصوتي، وبعبارة أخرى فإن اللغة تعتمد بوصفها على أداة تعبير على الحركة، ويتم استقبال هذين النظامين بحواس اللمس والنظر والسمع مجتمعة أو منفردة. (عليان، الطوباشي، 2005، ص93)
- هو جوهر الاتصال بكافة صورته، وقد يكون الرمز إشارة أو لغزا أو إيماءة أو كلمة ولكنها جميعا أدوات لنقل المعاني والأفكار.

والرموز هي العمود الفقري للاتصال، وبدونها لا يمكن للاتصال أن يحقق أغراضه. (الجميلي، 1997، ص48)

### - التعريف الإجرائي:

الرمز هو كلمة أو إشارة أو علامة تستخدم لنقل المعاني والأفكار، أي يستخدمها الأفراد في تواصلهم سواء كانت لفظية أو غير لفظية تعبيراً منهم على أفكارهم ومشاعرهم.

### 5- الرمز البصري:

#### - التعريف الاصطلاحي:

● يقصد الخبراء بالرموز البصرية كلّ هيئة بصرية اصطلاحية يمثلون بها حقيقة من الحقائق، ولما كانت هذه الهيئات ليست بتقليدات للحقيقة، ولا ينسخ عنها، ولا ممّا يعيد بنائها، أطلقوا عليها اسم الرموز البصرية، وأصنافها عديدة منها: الخرائط الجغرافية، الأشكال البيانية، الأفلام... الخ. (أبو سعال، 2006، ص209)

● هو تمثيل بصري يعبر عن شيء ما، وهو في سلوكه كأداة اتصال يحدد حدثاً معيناً، أو يعبر عن فرد ما أو منظمة أو اتجاه أو مفهوم أو فلسفة أو أي شيء، وقد يؤخذ على أنّه شكل من أشكال التدوين أو الكتابة.

وهو كلّ عنصر بصري مثل: الألوان والخطوط والشرائط والنجوم... الخ. (دواير، مايك مور، 2015، ص170)

● وهي عبارة عن الأشكال والعلامات البصرية المجردة التي تنطوي على مدلولات لأشياء ومواقف محددة دون أن تعرض صفات وخصائص هذه الأشياء أو تلك المواقف كالرسوم البيانية والجداول والمخططات والرسومات التوضيحية وإشارة المرور والرسوم الكاريكاتورية وغيرها. (الطيبي، 2018، ص118)

● الرمز البصري يشمل طيفاً واسعاً من المواد ثنائية أو ثلاثية الأبعاد والتي تدرك بواسطة حاسة البصر، منها: الصور والرسوم والمجسمات والأشياء الحقيقية على اختلاف أنواعها... الخ. (الجهني، 2018، ص58)

### - التعريف الإجرائي:

هي مجموع الرموز التي تعبر عن الفكر والواقع وتعتمد على حاسة البصر (العين) لمعرفة هذه المعاني والأفكار، أي أنّها توضح الحقائق توضيحاً مرئياً.

### 6- الحضور الفيزيقي:

#### - الحضور لغة:

هو الوجود، حضر/حضر عن يحضر، حضوراً، فهو حاضر، ضد غاب، مفرد حاضر: أشخاص موجودون في مكان لحضور حدث معين لهدف معين. (قاموس المعاني الجامع) [www.almaany.com](http://www.almaany.com)

#### - الفيزيقية:

فهي تشير إلى المكونات المادية التي يمكن أن ترى أو تلمس بالبيئة وتكون مرتبطة بقوانين الطبيعة.

#### - البيئة الفيزيقية:

يعرف قاموس كامبريدج البيئة بأنها: الهواء والماء والأرض وتأثيرها جميعاً على الكائنات الحية المحيطة من الأفراد والحيوانات والنباتات.

ومنظمة الصّحة العالمية البريطانية: البيئة الفيزيقية (المادة الفيزيقية): هي الظروف المادية والملموسة التي تعيش فيها وتشمل عدة أنواع منها:

- أولاً: البيئة الطبيعية: وتعني الهواء والضوضاء والمياه والمساحات الخضراء.

- ثانياً: البيئة البنائية: وتعني المنازل والطرق وأنظمة النقل والمباني والبنية التحتية، وعلى ذلك تشمل البيئة البنائية: المكونات الداخلية والخارجية.

- ثالثاً: الخصائص الاجتماعية والاقتصادية والاجتماعية والثقافية للمجتمعات الكلية والفرعية التي نعيش فيها. (أحمد، دس، ص 13)

#### - التعريف الاصطلاحي:

- هو التواجد الشخصي للمرسل والمستقبل والأثر المحقق من هذا التواجد في الاتصال.
- هو وجود طرفي العملية الاتصالية في وقت محدد ومكان معين، دون حواجز ودون الحاجة إلى توفر أجهزة ميكانيكية معقدة.
- التواجد مع موقع النشاط الاتصالي ووجود طرفي الاتصال هما المرسل أو القائم بالاتصال والمتلقي والجمهور. (البكري، 2005، ص 35-36)

#### - التعريف الإجرائي:

- هو وجود طرفي الاتصال في نفس المكان ويكونان حاضرين جسدياً، ويتفاعلون باستعمال جميع الحواس الإنسانية.

### 7- الغياب الفيزيقي:

#### - تعريف الغياب لغة:

مصدرها غاب (جمع غائب)، وهو عدم الحضور. (قاموس المعاني الجامع)،

[www.ahnoany.com](http://www.ahnoany.com)

#### - التعريف الاصطلاحي:

- الغياب الفيزيقي هو الاتصال المتزامن حسب دراسة د. كلثوم ببيمون.
- هو تواجد اطراف التواصل من مرسل ومستقبل في الزّمان نفسه ليتم التواصل المباشر بينهما من دون الحاجة إلى التواجد الفيزيقي في المكان نفسه لحظة التواصل، ويكون ذلك عبر استخدام الفيديو التفاعلي أو المجموعات الافتراضية التي تمكن من حصول التواصل الفوري والاستجابة الآنية بين أطراف التواصل لتحقيق الغاية من التواصل. (ببيمون، 2016، ص78)
- هو غياب أحد طرفي الاتصال عن الحضور أو التواجد في الاتصال المباشر وهنا يصبح غير محقق للهدف المرجو منه.

- التعريف الإجرائي: هو عدم وجود طرفي الاتصال، أي عدم حضورهما الجسدي في نفس المكان.

### 8- مواقع التواصل الاجتماعي:

#### - التعريف الاصطلاحي:

- الشبكات الاجتماعية أو مواقع التواصل الاجتماعي هي مصطلح يطلق على مجموعة من المواقع على شبكة الإنترنت، ظهرت مع الجيل الثاني للويب 2.0 تتيح التواصل بين الأفراد في مجتمع افتراضي.
- هي حلقات اجتماعية كما في الحياة اليومية إنّما الفرق أنّها عبر الإنترنت، وهي تضم مواقع خاصّة وعمامة من كتابات وصور وأقلام ودردشات وتعارف.
- هي مواقع مبنية على فكرة الشبكات الاجتماعية التقليدية، حيث تتواصل مع أفراد جدد لا تعرفهم عن طريق أفراد تعرفهم. (الشمائلة وآخرون، 2017، ص200)

#### - التعريف الإجرائي:

مواقع التواصل الاجتماعي هي مواقع يتواصل من خلالها الأفراد عبر شبكة الإنترنت والتواصل فيها يكون بإرسال الرسائل والصور... للأفراد الآخرين، وتتم فيها الدردشة والتعارف مع الأفراد الآخرين.

### 9- الفيسبوك:

#### - التعريف الاصطلاحي:

- الفيسبوك هو أحد شبكات التواصل الاجتماعي التي أصبحت تحتل موقعا مهما بين وسائل الاتصال والأكثر استخداما وتأثيرا على مستوى العالم. (راضي، التميمي، 2017، ص195)
- يعد موقع الفيسبوك من أكبر وأشهر المواقع المتخصصة في العلاقات الاجتماعية والتعارف وبناء الصداقات على الإطلاق، وأنه ليس حكرا على أحد فالتسجيل فيه مجاني وسهل ويستطيع أي شخص أن يستخدمه دون الحاجة إلى مهارات عالية أو خبرة في مجال معين. (راضي، التميمي، 2017، ص197)
- يقول العالم كروس: "إنّ مواقع التواصل المعروف باسم "الفيسبوك" يتيح لنا ظاهريا موارد قيمة تلي حاجة الأفراد في التواصل مع الآخرين". (قمحية، 2017، ص34)

#### - التعريف الإجرائي:

هو أحد صفحات التواصل الاجتماعي يختص بالتواصل في العلاقات الاجتماعية، ينشر فيها المستخدمون الفيديوهات والصور والرسائل النصية، ويشاركون من خلاله الأحداث والمناسبات ومكان تواجدهم وكذا حالتهم الشعورية.

### 8- منهج البحث:

يعد اختيار الباحث للمنهج المناسب لدراسة موضوع بحثه خطوة أساسية وضرورية، يلجأ إليها لتحديد أساليب وأدوات البحث وجمع المعلومات، أي باتباعه لمنهج يتناسب مع طبيعة الدراسة التي سيتطرق إليها.

والمنهج لغة تشتق من كلمة منهج (Method) من فعل نهج ويعني سلك وسار واتبع، فمنهج اسم المكان لفهم نهج، ويعني الطريق أو السبيل.

وقد عرفه المعجم الفلسفي باللغة العربية بأنه: "الطريق الواضح في التعبير عن شيء أو في عمل شيء أو في تعليم شيء طبقا لمبادئ معينة، وبنظام معين، بغية الوصول إلى غاية معينة"، والكلمة بالعربية لكلمة Method الإنجليزية: التي تعني طريقة أو نظاما وأصلها يوناني، استعملها اليونانيون القدامى لمعنى البحث أو المعرفة.

فالمنهج بشكل عام هو الطريقة التي يسلكها الباحث للإجابة على الأسئلة التي تثيرها المشكلة موضوع البحث، فعندما يواجه الباحث أو الإنسان العادي مشكلة ما، فإنه يبدأ بالتفكير كيف سيحل هذه المشكلة.

والمنهج هو طريقة للحل، ويقول بيرسون Persson: تستند وحدة كل علم إلى المنهج لا إلى الموضوع، فليست الوقائع في =انها هي التي تخلق وتصنع العلم، ولكنه المنهج، الذي بواسطته تعالج تلك الوقائع. (إبراش، 2009، ص65)

وبما أننا بصدد دراسة كيفية مساهمة الرموز البصرية في تعويض الغياب الفيزيقي لمستخدمي موقع الفيسبوك، ووصف الظاهرة فإن هذه الدراسة تندرج ضمن البحوث الوصفية والتي تعرف على أنها: "هو المنهج الذي يجعل هدفه الرئيسي هو وصف الأشياء المادية أو المعنوية وأي شيء له آثار ظاهرة".

ويستخدم المنهج الوصفي عادة في الدراسات التي تصف الماضي أو الواقع الموجود للبشر مثل: الأفراد والجمعيات والدول...، أو الأنشطة الذهنية والعملية للأفراد والجماعات والمؤسسات، وآثار هذه الأنشطة وسجلاتها أو الدراسات التي قامت بها. (صبي، 1994، ص63)

وبشكل عام يمكن تعريف هذا المنهج بأنه: "أسلوب من أساليب التحليل المرتكز على معلومات كافية ودقيقة عن ظاهرة أو موضوع محدد من خلال فترة أو فترات ومنية معلومة، وذلك من أجل الحصول على نتائج علمية ثم تفسيرها بطريقة موضوعية، وبما ينسجم مع المعطيات الفعلية الظاهرة.

في حين يرى آخرون بأن المنهج الوصفي هو عبارة عن طريقة لوصف الموضوع المراد دراسته من خلال منهجية علمية صحيحة وتصوير النتائج التي يتم التوصل إليها على أشكال رقمية معبرة يمكن تفسيرها. (عبيدات وآخرون، 1999، ص46)

ويشتمل المنهج الوصفي على مجموعة من أساليب البحث العلمي التي تستخدم من قبل الباحث، وقد استخدمنا في دراستنا (الرموز البصرية المستخدمة في تعويض الغياب الفيزيقي لمستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي فيسبوك على أسلوب المسح بالعينة (الدراسات المسحية)، ويتمثل هذا الأسلوب في جمع بيانات ومعلومات عن متغيرات قليلة لعدد كبير من الأفراد، ويطبق هذا الأسلوب في كثير من الدراسات من أجل:

- وصف الوضع القائم للظاهرة بشكل تفصيلي ودقيق.

- مقارنة الظاهرة موضوع البحث بمستويات ومعايير يتم اختيارها للتعرف الدقيق على خصائص الظاهرة المدروسة.

- تحديد الوسائل والإجراءات التي من شأنها تحسين وتطوير الوضع القائم.

ويطبق أسلوب المسح عادة على نطاق جغرافي كبير أو صغير، وقد يكون مسحا شاملا أو بطريقة العينة، وفي أغلب الأحيان تستخدم فيه عينات كبيرة من أجل مساعدة الباحث في الحصول على نتائج دقيقة وبنسب خطأ قليلة، وبالتالي تمكينه من تعميم نتائجه على مجتمع الدراسة.

ومن أهم الوسائل والأدوات التي تستخدم عادة تتمثل في: الاستبانات، المقابلات الشخصية، الزيارات، وأحيانا يتم الرجوع إلى الكتب والدوريات والمصادر المختلفة. (عليان، غنيم، 2000، ص44-45)

### 9- أدوات جمع البيانات:

في كل دراسة يقوم بها الباحث يحتاج إلى أدوات جمع البيانات، لكي يتوصل إلى نتائج صحيحة ودقيقة، وبما أننا بصدد دراستنا لموضوع: الرموز البصرية المستخدمة في تعويض الغياب الفيزيقي لمستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي فيسبوك، فقد اعتمدنا في دراستنا الميدانية (الجانب التطبيقي) على أداة الاستبيان. وأداة الاستبيان هي أسلوب جمع البيانات الذي يهدف إلى استثارة الأفراد المبحوثين بطريقة منهجية ومقننة، لتقديم حقائق أو آراء أو أفكار معينة، في إطار البيانات المرتبطة بموضوع الدراسة وأهدافها دون تدخل من الباحث في التقرير الذاتي للمبحوثين في هذه البيانات.

ويعتبر الاستبيان من أكثر أدوات جمع البيانات شيوعا واستخداما في منهج المسح، وذلك لإمكانية استخدامه في جمع المعلومات عن موضوع معين من عدد كبير من الأفراد يجتمعون أو لا يجتمعون في مكان واحد.

ويعتمد الاستبيان على استمارة الاستبيان في جمع المعلومات، وهي عبارة عن شكل مطبوع يحتوي على مجموعة من الأسئلة موجهة إلى عينة من الأفراد، حول موضوع أو موضوعات ترتبط بأهداف الدراسة. (عبد الحميد، 2000، ص353)

ويعرف الاستبيان على أنه أداة من أدوات جمع البيانات من المبحوثين المعنيين بالظاهرة أو المشكلة محل البحث، وتعد الاستمارة واسطة بين الباحث والمبحوث، وغالبا ما يلجأ الباحث لأسلوب الاستمارة لجمع

المعلومات عندما يتعلق الأمر ببيانات لها ارتباط بمشاعر الأفراد ودوافعهم وعقائدهم نحو موضوع محدد مسبقاً، وكذلك كلّ الحالات التي لا يمكن جمع معلومات عنها عن طريق الملاحظة، كما أنّها تستعمل في المقابلات أحياناً.

وقد أعطيت عدة تعريفات أخرى منها:

أثّما مجموعة من الأسئلة المرئية حول موضوع معين يتم وضعها في استمارة ترسل للأشخاص المعنيين بالبريد أو يجري تسليمها باليد تمهيداً للحصول على أجوبة الأسئلة الواردة فيها. وعرفت أيضاً أداة لجمع البيانات المتعلقة بموضوع بحث محدد عن طريق استمارة يجري تعبئتها من قبل المستجوب. (إبراش، 2009، ص 269)

### 10- مجتمع وعينة البحث:

#### - مجتمع البحث:

يعرف المجتمع على أنّه يشمل جميع عناصر ومفردات المشكلة أو الظاهرة قيد الدراسة. (عليان، غنيم، 2000، ص 137)

وهناك من يطلق عليه مجتمع الدراسة الأصلي، ويقصد به كامل أفراد أو أحداث أو مشاهدات موضوع البحث أو الدراسة. (عبيدات وآخرون، 1999، ص 84)

وكلمة مجتمع في العلوم الإنسانية تأخذ معنى خاص يشير إلى مجموعة عناصر من نفس الفضاء بالملاحظة المجردة وقابلة للعد. (تمار، 2007، ص 20)

ويتمثل مجتمع دراستنا في جميع مستخدمي الرموز البصرية لقصد تعويض الغياب الفيزيقي في مواقع التواصل الاجتماعي الفيسبوك.

ولكبر حجم مجتمع البحث في دراستنا فإنّه يصعب علينا التحديد الدقيق للمجتمع، بتحديد عينة تسمى عينة الدراسة.

#### - عينة البحث:

وهي عبارة عن مجموعة جزئية من مفردات المجتمع التي تتكون منها العينة بحجم العينة، ولحجم العينة أهمية كبيرة في دراسة العلاقة بين العينة والمجتمع الذي تمثله. (نجم، 2015، ص 124)

العينة هي عبارة عن مجموعة جزئية من مجتمع الدراسة يتم اختيارها بطريقة معينة لإجراء الدراسة عليها، ومن ثمّ استخدام تلك النتائج، وتعميمها على كامل مجتمع الدراسة الأصلي. (عبيدات، 2015، ص124)

تعتبر مرحلة اختيار العينة مرحلة مهمة في دراستنا بداية من البحث إلى غاية الوصول إلى النتائج، وقد اعتمدنا في دراستنا على العينة العشوائية البسيطة، التي هي أبسط أنواع العينات الاحتمالية، وهي الأساس في اختيار الأنواع الأخرى من العينات، ويتم الاختيار على مرحلة واحدة، ويمكن من خلالها استنباط مستوى الصدق الخارجي إحصائياً، وتسهيل الحصول على عينة ممثلة للمجتمع (في حالة المجتمعات الصغيرة)، وتسهم في الحد من احتمالية وجود خطأ في تصنيف مجتمع الدراسة. (نجم، 2015، ص127)

### 11- الدراسات السابقة:

إنّ الدراسات السابقة هي مصدر إلهام لا غنى عنها بالنسبة إلى الباحث أو الباحثة بالفعل، فإنّ كلّ بحص ما هو إلّا امتداد للبحوث التي سبقته، لذلك لا بد من استعراض الأدبيات أي معرفة الأعمال التي أنجزت من قبل حول الموضوع الذي يشغل بالنا، والتي كانت محل مختصرات مكتوبة، فالأدبيات الموجودة حول موضوع ما، هي إذن طريق لاستكشاف وقراءة التّصوص الملائمة تسمح للباحث بالإحاطة بموضوع بحثه الخاص وضبطه بصورة جيدة. (أنجوس، 2008، ص125)

وللدراسات السابقة أهمية منها:

- أنّ الاطلاع على الدراسات السابقة يساعد الباحث على الاختيار السليم لبحثه ويجنبه مشقة تكرار بحث سابق كما تمكنه من التأكد أن جميع العوامل التي تؤثر في حل المشكلة قد تضمنها البحث.
- تعرف الباحث بالصعوبات التي وقع فيها الباحثون الآخرون، وما هي الحلول التي توصلوا إليها لمواجهة تلك الصعاب، ومن ثمّ يتجنب الوقوع في الأخطاء التي وقع فيها الآخرون. (الصيرفي، 2002، ص93)
- وبالنسبة لموضوع دراستنا وفي حدود عملية البحث لم نجد دراسة مطابقة أو قريبة لموضوعنا، الرموز البصرية المستخدمة في تعويض الغياب الفيزيقي لمستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي الفيسبوك، وذلك لجدّة الموضوع، حيث لم نجد مادة علمية حوله، خاصّة ما ارتبط بأحد متغيرات الموضوع مقارنة بربطها بمتغير الغياب الفيزيقي.

# الفصل الثاني

الإطار النظري للدراسة



المبحث الأول: مواقع التواصل الاجتماعي و"الفايسبوك"

المطلب الأول: ماهية مواقع التواصل الاجتماعي:

### 1- نشأة وتطور مواقع التواصل الاجتماعي

في عام (1954) صاغ (جون بارنز johnbarnes)، والذي كان باحثاً في العلوم الإنسانية في جامعة لندن مصطلح الشبكات الاجتماعية، للدلالة على أنماط العلاقات، تشمل المفاهيم التي يستعملها الجمهور بشكل تقليدي، وتلك التي يستخدمها علماء الإجماع لوصف المجموعات البشرية كالعائلة والأسر. وفي السبعينات من القرن الماضي ظهرت بعض الوسائل الإلكترونية الاجتماعية البدائية، فقد كانت هناك شبكات تواصل تضم آلاف من الطرفيات مرتبطة بجهاز حاسوب رئيس يمثل مركز البيانات مصدر ذكاء تلك الطرفيات. (محمود هتمي، 2015، ص78)

وبعد اختراع شبكة المعلومات الدولية الأنترنت، بدأت مجموعة من البكات الاجتماعية في الظهور أواخر التسعينيات مثل [chasmates.com](http://chasmates.com) عام 1995م لربط زملاء الدراسة، وموقع [sixdegrees.com](http://sixdegrees.com) عام 1997، وركز ذلك على الروابط المباشرة بين الأشخاص، وظهرت في تلك المواقع الملفات الشخصية للمستخدمين وخدمة إرسال الرسائل الخطية مجموعة من الأصدقاء وبالرغم من توفير تلك المواقع الخدمات مشابهة لها توجد في الشبكات الاجتماعية الحالية إلا تلك المواقع ثم إغلاقها، وبعد ذلك ظهرت مجموعة من الشبكات الاجتماعية التي لم تستطيع النجاح الكبير بين الأعوام 1999-2001، وفي السنوات اللاحقة ظهرت بعض المحاولات الأخرى، لكن الميلاد الفعلي للشبكات الاجتماعية كما نعرفها اليوم كان سنة 2002. (عودة الشمالية، وآخرون، 2015، ص200-201)

ومع تطور خصائص الويب وظهور [web2](http://web2) بما تتميز من تطوير أدوات للتواصل الإلكتروني سواء عبر المحادثات الفورية أو الصور أو المقاطع ذات صبة تطبيقات وبرامج كانت شهيرة في هذه الفترة مثل: ياهو ماسنجر، وبريد الهوت ميل). وبدأت مواقع التواصل الاجتماعي في الظهور من جديد، ويعتبر الموقع الأمريكي [myspace](http://myspace)، بداية لتدشين الجيل الثاني من الشبكات الاجتماعية، ثم تتابع ظهور العديد من مواقع التواصل الاجتماعية أفرزت نماذج ناجحة أبرزها: يوتيوب وفيسبوكوتويتير، حيث استطاعت هذه الشبكات استخلاص خصائص [web2](http://web2) في إدراج عناصر متميزة بها، مثل: الفيديو، والصور، والمحادثات الفورية، والمشاركة الآتية للأفكار والحالات الاجتماعية، وقد حقق هذا الجيل من الشبكات الاجتماعية العديد من الإنجازات على

## الفصل الثاني ..... الإطار النظري للدراسة

مستوى التعارف الشخصي، وتجميع البيانات والتسويق التجاري. (خليفة، 2000، ملامح التحول نحو الجيل الجديد للشبكات الاجتماعية). <http://www.futur euae.com>

لما كان من الصعب العثور على فيديوهات لأي حدث أو مشاركتها عبر الأنترنت جاءت فكرة اليوتيوب: وذلك في فبراير سنة 2005 بواسطة ثلاث موظفين سابقين في شركة "يايغال" هم تشاد هيرلي، ستيف كشين، جاود كريم، في مدينة كاليفورنيا، ويستخدم الموقع تقنية الأدوبي فلاش لعرض المقاطع المتحركة، حيث أن محتوى الموقع يتنوع بين مقاطع الأفلام والتلفزيون ومقاطع التلفزيون ومقاطع الموسيقى والفيديو المنتج من قبل الهواة وغيرها.

وفي مارس من عام 2006 ظهر موقع تويتر على يد "جاك درزي" و "بينرستون" و "إيفان وبيامز". ظهر كمشروع تطوير بحثي أجرته الشركة obvions الأمريكية في مدينة سان فرانسيسكو، وبعد ذلك أطلقته الشركة رسمياً للمستخدمين بشكل عام في أكتوبر 2006، وبعد ذلك بدأ الموقع في الانتشار تخدّمه جديدة على الساحة عام 2008. (يوسف المقدادي، 2011، ص34)

ومع بداية الجيل الرابع G4 من شبكات الإتصال اللاسلكية عام 2010، وتطورات المكونات المادية والبرمجة للبيئية التحتية للأنترنت وظهور الجيل الثالث من الويب (30 WEB) بما تميز به ذكاء صناعي، وقدرة على تبويب وتصنيف المعلومات، بالإضافة إلى انتشار استخدام أنترنت الهاتف المحمول على نطاق واسع، فاستطاعت الشبكات الاجتماعية الاستفادة من هذه المميزات، والعمل على تطوير أدوات التواصل بين مستخدميها، واتسعت أسواقها، وانتشرت تطبيقات التواصل الاجتماعي التي تعتمد على الهواتف الذكية الواتساب، وويتشات، ولانين، بوتيم وغيرها من مئات التطبيقات الخاصة بالردشة الفورية فضلاً عن ظهور نوع جديد من التطبيقات التي ركزت على المحتوى المرئي وبخاصة الصور والفيديوهات مثل: انستجرام، وسناب شات، وغيرها من التطبيقات التي أصبحت سمة رئيسية خلال الفترة من 2010 إلى 2020. (خليفة، 2000، ملامح التحول نحو الجيل الجديد للشبكات الاجتماعية). <http://www.futur euae.com>

### 2- أهمية مواقع التواصل الاجتماعي

تكمن أهمية شبكات التواصل الاجتماعي في إتاحة المجال واسعا أمام الإنسان للتعبير عن نفسه ومشاركة مشاعره وأفكاره مع الآخرين، خاصة وأن هناك حقيقة علمية وهي أن الإنسان اجتماعي بطبعه وبفطرته يتواصل مع الآخرين ولا يمكن له أن يعيش في عزلة عن أخيه الإنسان، وقد أثبتت كثير من الدراسات

## الفصل الثاني.....الإطار النظري للدراسة

والبحوث العلمية أن الإنسان لا يستطيع إشباع جميع حاجاته البيولوجية والنفسية دون التواصل مع الآخرين، فحاجاته هذه تفرض عليه العيش مع الآخرين لإشباع هذه الحاجات، أما الاحتياجات الاجتماعية، فلا يمكن أن تقوم أساساً دون تواصل إنساني مع المحيط الاجتماعي ولذلك فالإنسان بطبيعته لا يمكن أن يعيش بمفرده. (العلي، 2015، ص146-147)

تسهل مواقع التواصل الاجتماعي التفاعل والتفاعل بين مستخدميها، وذلك لأنه بإمكانهم أن يقوموا بنشر أفكارهم وصورهم ومقاطع التي يرون أنها قد تفيد الغير، وكذلك المقاطع الصوتية وأي شيء يود المستخدم أن ينشره أو يعرف به.

- هناك كم هائل من الناس يستخدمونها في حياتهم وبشكل يومي وشبه دائم، ومع اختلاف أعمارهم وتوجهاتهم وثقافتهم وقد استطاعت تلك المواقع أن تجمع كل هذه الفئات المختلفة من الناس في بيئة معينة تسمع لهم بنشر أفكارهم وإبداعاتهم. (2019، أهمية مواقع التواصل الاجتماعي) <http://www.mhtuvogat.com>

### 3- خصائص مواقع التواصل الاجتماعي

لمواقع التواصل الاجتماعي خصائص عديدة نذكر منها ما يلي:

- **التعريف بالذات:** هي الخطوة الأولى للدخول لمواقع التواصل الاجتماعي وهي إنشاء صفحة معلومات شخصية، وهي الخطوة التي يصنعها المستخدم ويطورها، ويقوم بالتعريف بنفسه من خلال النص والصور والتعليقات والفيديوهات وغيرها من الوظائف الأخرى.

- **تكوين مجتمع افتراضي:** تسمح مواقع التواصل الاجتماعي للأفراد من تكوين وخلق صدقات يبادلونهم الاهتمام والمحتوى، فهي تساهم في تجسيد المجتمع الافتراضي المتواجد منذ بداية تطبيقات الإنترنت، غير أن مواقع التواصل الاجتماعي دعمت الاتصال وطورته في منظومة شبكة الإلكترونية عالمية.

- **التفاعلية:** لمن خلال أن المواقع تفاعلت منذ وجودها فهي تبني من خلالها مصلحة مشتركة ذات الاهتمام الواحد: الدين، السياسة، الاقتصاد، الثقافة، التفاعلية تمكن المتلقي في المشاركة عكس الإعلام القديم. (قاسمي جداي، 2019، ص22)

- **شاملة:** حيث تلغي الحواجز الجغرافية والمكانية من خلالها الحدود الدولية حيث يستطيع الفرد في الشرق التواصل مع الفرد في الغرب من خلال الشبكة بكل سهولة.

## الفصل الثاني.....الإطار النظري للدراسة

- تعدد الاستعمالات: مواقع التواصل الاجتماعي سهلة ومرنة ويمكن استخدامها من قبل الطلاب في التعليم والعالم لبة علمه وتعليم الناس، والكاتب للتواصل مع القراء، وأفراد المجتمع للتواصل وهكذا.
- سهولة الاستخدام: فالشبكات الاجتماعية تستخدم بالإضافة للحروف وبساطة اللغة تستخدم الرموز والصور التي تسهل للمستخدم نقل فكرته والتفاعل مع الآخرين.
- اقتصادية: في الجهد والوقت والمال في ظل مجانية لاشتراك والتسجيل فالكمل يستطيع امتلاك حيز على الشبكة للتواصل الاجتماعي وليس ذلك على أصحاب الأموال، أو حكرا على جماعة دون أخرى. (بن إبراهيم الشاعر، 2015، ص67)
- المحادثة: حيث تتميز مواقع التواصل الاجتماعي ووسائل الإعلام الاجتماعي عن التقليدية من خلال إتاحتها للمحادثة في اتجاهين، أي المشاركة والتفاعل مع الحدث أو الخبر أو المعلومة المعروضة.
- الأصدقاء/ العلاقات: وهم بمثابة الأشخاص الذين يتعرف عليهم الشخص لغرض معين، حيث تطلق المواقع الاجتماعية سمي "صديق" على الشخص المضاف لقائمة الأصدقاء بينما تطلق بعض المواقع الاجتماعية الخاصة بالمحترفين سمي "اتصال" أو "علاقة" على الشخص المضاف للقائمة.
- إرسال الرسائل: تتيح هذه الخاصية إمكانية إرسال رسائل مباشرة للشخص سواء كان في قائمة الأصدقاء أو لم يكن. (دراجي، 2017، ص265-266)
- ألبومات الصور: تتيح الشبكات الاجتماعية لمستخدميها إنشاء عدد لا نهائي من الألبومات ورفع مئات الصور عليها، وإتاحة مشاركة هذه الصور مع الأصدقاء للاضطلاع عليها
- المجموعات: تتيح الكثير من المواقع الاجتماعية خاصة إنشاء مجموعة اهتمام، حيث يمكن إنشاء مجموعة يسمى معين وأهداف محددة، ويوفر الموقع الاجتماعي لمالك المجموعة والمنضمين إليها من ساحة أشبه ما تكون بمنتدى حوار مصغر، كما تتيح خاصية تنسيق الاجتماعات عن طريق ما يعرف "Events"، أو الأحداث ودعوة أعضاء تلك المجموعة له وتحديد عدد الحاضرين والغائبين.
- الترابط: تتميز مواقع التواصل الاجتماعي بانها عبارة عن شبكة اجتماعية مترابطة بعضها مع بعض، وذلك عبر الوصلات والروابط التي توفرها صفحات تلك المواقع والتي تربطهم بمواقع أخرى للتواصل الاجتماعي أيضا مثل خبر ما على مدونة فيعجبك فترسل إلى معارفك على فيسبوك، وهكذا مما يسهل ويسرع من عملية انتقال المعلومات. (دراجي، 2017، ص206-207)

### 4- أبرز مواقع التواصل الاجتماعي

منذ نشأة مواقع التواصل الاجتماعي، ظهرت عدة أنواع من الشبكات كل واحدة لها أهدافها وفيما يلي نعرض أهم وأبرز هذه المواقع:

- الفيسبوك (Facebook): هو أحد مواقع التواصل الاجتماعي، التي أصبحت الأشهر والأكثر استخداما وتأثيرا على مستوى العالم، ويرجع تاريخ إنشائه إلى فيفري عام 2004 بواسطة الشباب صاحب 19 سنة مارك زوكربيرغ، وذلك في غرفته في جامعة ما رفر.

ويرى مخترع الفيسبوك أن هذا الموقع عبارة عن حركة اجتماعية وليس مجرد أداة أو وسيلة للتواصل وأنه سوف يسيطر على كل نواحي الأنشطة الاجتماعية على الشبكة العنكبوتية. (قاسي جداي، 2019، ص22)

- وقد شكل ما يعرف بشبكات التواصل الاجتماعي على شبكة الأنترنت لتكوين الأصدقاء الجدد والتعرف على أصدقاء الدراسة حول العالم أو الانضمام إلى مجموعات مختلفة على شبكة الويب، وتحليل للمشاركين في الموقع من الاشتراك في شبكة واحدة أو أكثر على الموقع مثل: المدارس، أو أماكن العمل أو المناطق الجغرافية، أو المجموعات، وهذه الشبكات تتيح للمستخدمين الاتصال بالأعضاء الذين هم في نفس الشبكة. (مهند عبد الرزاق، 2013، ص41)

- تويتر: هو موقع من مواقع الشبكات الاجتماعية، وفيه يتم تبادل الرسائل النصية وتسمى (تويت) ويجب أن لا تزيد عن (140) حرف توضع في الملف الشخصي للمشارك، وتكون هذه الرسائل مفتوحة للجميع، إلا إذا رغب المشارك أن يحصرها على أصدقائه المقربين. تويتر يقوم على فكرة المتابعة، وهي أنك تتابع من تريد ومذلك بالنسبة لك، فإنك نجد في صفحتك الخاصة من يتابعك ولا يشترط أن تتابعهم ومن تتابعهم، وكذلك لا يشترط أن يسمع أصواتهم ويسمعهم صوته. (أحمد خليفة، 2016، ص541-542)

- اليوتيوب (YouTube): هو أحد المواقع الاجتماعية الشهيرة، والذي استطاع بفترة زمنية قصيرة الحصول على مكانة متقدمة ضمن مواقع التواصل الاجتماعي، وخصوصا في الكوارث الطبيعة والتحركات والانتفاضات الجماهيرية والثورات الشعبية. (بن حسن العريشي، بنت عبد الرحمان محمد، 2015، ص47)

موقع اليوتيوب تأسس عام 2005 على يد جواد كريم وستيفن شن، وتشاد هارلي، واشترته غوغل عام 2006، وهو عبارة عن موقع يقوم بعرض الفيديوهات المتنوعة في شتى المجالات، ويعطي الفرصة لمستخدميه بالقيام بالبت المباشر أيضا، كما أنه من أفضل منصة لصناع المحتوى (زعرور، 2020، ماهي وسائل

التواصل الاجتماعي وأهميتها واشهرها)؟ <http://www.arageek.com>

## الفصل الثاني.....الإطار النظري للدراسة

- ويتيح إمكانية التحميل عليه أو منه لعدد هائل من مقاطع الفيديو، وهناك أعداد كبيرة للمشاركين فيه ويزوره الملايين يوميا، وتستفيد منه وسائل الإعلام بغرض مقاطع الفيديو، ويشهد إقبالا كبيرا من الشباب المراهقين خصوصا من الجنسين، ويعتبر موقع اليوتيوب موقع غير ربحي يخلوه تقريبا من الإعلانات. (بن حسن العريشي، بنت عبد الرحمان محمد، 2015، ص47-48)

### المطلب الثاني: ماهية الفيسبوك

#### 1- نشأة وتطوره الفيسبوك

كان موقع الفيسبوك في السنوات القليلة على إهتمام كبير من مستخدمي الأنترنت بصفة عامة وشبكات التواصل الاجتماعي بصفة خاصة، حيث أصبح ينافس محرك البحث Google في أرقام الدخول والاستخدام.

مصطلح الفيسبوك Face book كما هو معروف في الغرب، يشير إلى دفتر ورقي يحمل صورا ومعلومات لأفراد في جامعة أو مجموعة معينة، حيث تعتبر طريقة شائعة لتعريف الأشخاص في الجامعات الأجنبية بعضهم، حيث يتصفح المنتسبون لجامعة هذه الدفاتر لمعرفة المزيد عن الطلبة المتواجدين في نفس الكلية. (حمادية، 2015، ص52)

من هنا جاءت فكرة إنشاء الفيسبوك، حيث أطلقه في الرابع من فيفري 2004 على نطاق the facebook.com على يد مارط زوكريج، حيث كان طالبا بجامعة هارفرد الأمريكية، كان هدفه إقامة شبكات تضم طلبة الجامعة في موقع واحد، وسرعان ما انتشرت أصداء الفكرة في جامعات أخرى، ويعتبر إنشاء لهذا الموقع من إحدى المشاريع التي قام بها أثناء دراسته.

وقد قام طالبان من أصدقائه بالجامعة في مساعدته في بعض النواحي الحاسوبية أثناء إنشائه لهذا الموقع وهما: أندو إدوارد، وفي البداية كان يقتصر مشتركى "الفيسبوك على الطلبة لديهم عضو على الفيسبوك". (السيد حلاوة، علي عبد العاطي، 2011، ص114)

واستمر موقع "فيسبوك" قاصرا على طلبة الجامعات والمدارس الثانوية لمدة سنتين، ثم استخدمه، وكانت النتيجة ظهرت في عدد مستخدمي الموقع.

وفي جوان 2004، تم نقل مقر "الفيسبوك" إلى مدينة بالو ألتو في ولاية كاليفورنيا، وقامت الشركة باسقاط كلمة the من اسمها بعد شراء اسم النطاق facebook.com عام 2005 نظير مبلغ 200.000 دولار أمريكي.

وفي 26 سبتمبر 2006 فتح الموقع أبوابه أمام جميع الأفراد البالغين من العمر ثلاثة عشر عاما فأكثر، والذين لديهم عنوان بريد الكتروني صحيح، وبلغ العدد 50 مليون مستخدم بنهاية عام 2007، ثم بلغ في جويلية 2010 لأكثر من 500 مليون مشترك.

وقد شهد الموقع في العامين الأخيرين نشاطا ملحوظا من جانب نشطاء المجتمعات الافتراضية، ويعد منير الإبداء الآراء وتبادل التعليقات حول الأحداث الهامة، خاصة في الدول النامية.

وتأكد رسميا أن عدد المشتركين في الموقع الاجتماعي على الأنترنت Facebook بلغ 400 مليون مشترك، كما أفاد مؤسس الموقع والرئيس التنفيذي له مارك زوكربيرغ في 2017. (شفيق، 2018، ص30-

31)

### 2- أهمية "الفايسبوك"

- الفيسبوك من أهم وأشهر مواقع التواصل الاجتماعي، حيث يمكن للعضو في هذا الموقع أن يقوم بإعداد نبذة شخصية عن حياته، تكون بمثابة بطاقة هوية وتعارف لمن يريد أن يتعرف عليه ويتواصل معه.

- ويستطيع كل عضو أن يقف على آخر أصدقائه عن طريق ما يعرضه حائط العضو من رسائل أو نبذة من الأخبار لإبلاغ أصدقائه بأخباره واجتماعاته وأي صور أو مقاطع فيديو أو قطع موسيقية يرغب في اطلاعهم عليها. (خليل شقرة، 2014، ص64-65).

- يساعد الفيسبوك في إبقاء الفرد على اتصال مع أهله وأصدقائه الذين ليسوا قريبين منه، حيث يعتبر الفيسبوك موقعا إخباريا شخصيا يتضمن قصص وأحداث تدور حول الأشخاص المعروفين للشخص، ويتم ذلك من خلال قيام مستخدم الفيسبوك بنشر الصور والتحديثات المتعلقة بأمور حياتهم المختلفة على صفحاتهم الخاصة على الفيسبوك، ثم تظهر هذه التحديثات على موقع الفيسبوك وتكون مرئية من قبل جميع الأشخاص الذين يتشاركون الصداقة على الموقع، بمجرد فتح الشخص لحسابه على الفيسبوك أو تحديث صفحته، ستظهر له جميع منشورات الأصدقاء ومشاركاتهم، ويمكن للأصدقاء كتابة ملاحظة صغيرة أسفل هذه

المشاركات. (احمد، 2019، كيفية عمل فيديو) <http://www.mawdoo3.com>

شهد موقع الفيسبوك تزايدا مستمرا نظرا لما يقدمه للمستخدم من خيارات متعددة، فضلا عن تقوية الاتصالات الاجتماعية، ويعطيك الفيسبوك مجموعة من الأدوات المتعددة الاستعمالات والفاعلة للمشاركة بالمعلومات والترويج لأية اهتمامات أو مشاريع قد تخدم المستخدم.

## الفصل الثاني.....الإطار النظري للدراسة

- يجعل الفيسبوك إلى حدها وكأن المستخدم له يمتلك شبكة بث شخصية خاصة به، وهو بذلك يقدم للمستخدم مجموعة من الخدمات. (نصيف باسم، 2016، ص164).

- يتيح التواصل بين مستخدمي التطبيق أيا كانت أماكنهم، ويتم من خلال البرنامج تبادل الرسائل المجانية والصور ومقاطع الفيديو، حيث تستطيع إرسال الرسائل واستقبالها، وكذلك إرسال الوسائط المتعددة.

- معرفة آخر الأخبار المتعلقة بأعضاء الفيسبوك، والذين تم اختيارهم كأصدقاء لك هذا التطبيق، حيث أن حدوث الصداقة بينك وبين عضو آخر يتم عن طريق إرسال أحد الطرفين طلب الصداقة وقبول الطلب من

قبل الطرف الآخر.(2020، ماهمية وفائدة الفيسبوك) <http://www.wiki.kolk.com>

### 3- خصائص الفيسبوك:

يتضمن "الفيسبوك" كشبكة اجتماعية بعدد من الخصائص تتيح للمستخدمين التواصل مع بعضهم البعض وأهمها:

- خاصية **wall** أو **لوححة الحائط**: وهي مساحة متخصصة في صفحة الملف الشخصي لأي مستخدم، بحيث تتيح للأصدقاء إرسال الرسائل إلى هذا المستخدم أو الكتابة على حائط المستخدم.

- خاصية **pokes** أو **نكزة "غمزة"**: تتيح إرسال نكزة افتراضية لإثارة الانتباه إلى بعضهم البعض، وهي عبارة عن إشهار يخطر المستخدم بأن أحد الأصدقاء يقوم بالترحيب به.

- خاصية **status** أو **الحالة**: تتيح إمكانية إبلاغ أصدقائهم بأماكنهم وما يقومون به من أعمال في الوقت الحالي.

- خاصية **notes** أو **التعليقات**: وهي متعلقة بالتدوين تسمح بإضافة العلامات الصور التي يمكن تنظيمها، وقد تمكن المستخدمين من جلب أو ربط المدونات.

وهناك سمة يوفرها الفيسبوك هي **gifts** أو إرسال الهدايا: التي تتيح المشتركين إرسال الهدايا الافتراضية إلى أصدقائهم تظهر على الملف الشخصي للمستخدم الذي يقوم باستلام الهدية كما أن الفيسبوك توفر مساحة

إعلانية للبيع والشراء الخاصة بأعضاء. (شفيق، 2018، ص34-35)

- خاصية **إضافة صديق addfriend**: وبها يستطيع إضافة أي صديق أو البحث عن أي فرد موجود على شبكة الفيسبوك بواسطة بريده الإلكتروني.

## الفصل الثاني ..... الإطار النظري للدراسة

- خاصية الملف الشخصي **profile**: فعندنا تشارك بالموقع عليك أن تنشئ ملفا شخصيا يحتوي على معلوماتك الشخصية، صورك، الأمور المفضلة لك، وكلها معلومات مفيدة من أجل سهولة التواصل مع الآخرين، كذلك يوفر معلومات للشركات التي تريد أن تعلن لك سلعا بالتحديد.

- خاصية إنشاء مجموعة **groups**: تستطيع من خلال خاصية إنشاء مجموعة الكترونية على الأنترنت أن تنشئ مجتمعا جعل الاشتراك بهذه المجموعة حصريا للعائلة والأصدقاء، أو عامة يشترك بها من هو مهتم بموضوعها. (غسان يوسف المقدادي، 2013، ص35)

المبحث الثاني: الاتصال الشخصي و"غير اللفظي":

المطلب الأول: ماهية الاتصال الشخصي

### 1- بداية الاهتمام بدراسة الاتصال الشخصي

برز الاهتمام بدراسة الاتصال الشخصي في منتصف الستينيات وبداية السبعينيات من هذا القرن، حيث أصبح يمثل موضوعاً حيويًا، وكان جيرالد ميلر R.Gerald.Miller من أوائل الباحثين الذين اهتموا بدراسة من الناحيتين التربوية والعلمية، وبدأت الدراسات بالاهتمام، بالاتصال الذي يتم داخل الإطار الأكاديمي خلال الأحاديث بين الأساتذة وبعضهم وبين الطلبة، واللقاءات بين المرسلين وبعضهم البعض والتي تحدث في الجامعات الصغيرة (وتخللها علاقات الوجه بالوجه)، وتشمل على الصراحة والمواجهة، ثم تحول الاهتمام من الإطار الأكاديمي للاتصال إلى الحوارات الخاصة بالجماعات الصغيرة... خارج الإطار الأكاديمي، مع التركيز على الهدف من الاتصال، وقد تضمنت اهتمامات الباحثين العلاقة الاتصالية بينهم وبين معارفهم، أو العلاقة الاتصالية مع أصدقائهم المقربين وشركائهم ومن ثم بدأ الاهتمام بدراسة الاتصال الشخصي قد ظهر في منتصف الأربعينيات، عندما ظهرت نتائج الدراسة التي أجراها "بول لازرزفيد" عام 1945 واستمرت لمدة عقد كامل، وظهرت نتائجها 1955 في كتاب مع كاتز بعنوان التأثير الشخصي.

وتمثلت أهمية الكتاب في التركيز على أهمية الدور الذي تقوم به الجماعات وتأثيرها القوي على الفرد، وبعد أن تبين أن الرسائل في تحركها من المصدر إلى الجمهور تمر عبر مرحلتين وليس مرحلة واحدة، وأن العلاقات الاجتماعية تمثل عاملاً مهماً رئيسياً في سلوك الأفراد، منذ ذلك الوقت تؤكد دور الاتصال الشخصي داخل الجماعات التي ينتمي إليها. (عبد المنعم البكري، ص 29)

### 2- أهمية الاتصال الشخصي

تكمن أهمية الاتصال الشخصي على أنه:

- 1- يحقق التفاعل الكامل بين المرسل والمستقبل حيث يتم هذا النوع بطريقة مباشرة وجهًا لوجه، ويسير هذا النوع في اتجاهين أي المرسل إلى المستقبل، ومن المستقبل إلى المرسل مما يجعل فرصة المشاركة في الخبرة أكبر.
- 2- يتوفر في الاتصال المباشر جميع عناصر الاتصال وخاصة رجوع الصدى وهذا من شأنه أن يتيح فرصة التغلب على مخاطر عدم الفهم أو الفهم الخاطئ الذي قد يكون عند المستقبل حيث أن هذا النوع من

## الفصل الثاني.....الإطار النظري للدراسة

الاتصال يتيح للمرسل الفرصة ليتعرف على مدى وصول الرسالة إلى المستقبل ومدى إدراكه لمضمونها وبالتالي متى تبين للمرسل فهما خاطئا يمكنه تعديل هذا الفهم.

3- يتيح الاتصال المباشر للمرسل إدخال تعديلات مستمرة في الرسالة طبقا للمستقبل إما عن طريق التكرار أو استخدام أسلوب غير الذي كان يستخدمه ولذلك فإن هذا النوع يمتاز بتعديل الرسائل المتبادلة في ضوء رجوع الصدى من المستقبل إلى المرسل.

4- تأثير الاتصال المباشر الذي يحدده المرسل في المستقبل يتميز بالعمق لأنه يكون غالبا ناتجا عن الإقناع والافتناع هذا العمق في التأثير يؤدي إلى استخدامه فترة أطول ويعلل الباحثون من أمثال سفيلد وميرتو نوكانز أن سر تقدم الاتصال الجماهيري في التأثير بانه إذا كان من السهل أن ينصرف الناس عن المواد الإعلامية في الاتصال الجماهيري وخاصة التي لا تتفق مع آراء وميولهم فإنه ليس من السهل أن يتجنب الحديث مع زميل أو قريب، ويتيح مع النقاش المباشر مرونة أكبر في عرض وجهات النظر والتأثير في الناس. (الطيب عيساني، 2008، ص 49-50).

5- في حالة الاتصال المباشر يصبح من السهل تقدير الفعّل مباشر وتغيير أسلوب المواجهة تبعا لذلك.

6- حاجة إلى استخدام أسلوب التعريف المباشر الذي قد ينفر منه بعض الأفراد.

7- فعلا عما يتميز الاتصال الشخصي بالتجارب والحيوية والمرونة. (العيفة جمال، 2009، ص 39)

### 3- مميزات الاتصال الشخصي

يتميز الاتصال الشخصي بعدة مميزات أهمها:

- المرونة: يتميز الاتصال الشخصي بدرجة عالية من المرونة، ويزداد ذلك حينما يواجه مقاومة من المستقبل لتوفر رجوع الصدى بدرجة كبيرة، مما قد يدفع الأفراد إلى محاولة تجريب الأفكار المستحدثة بعد إقناعهم بها وممارستها وخاصة مع تزايد إمكانية تصديق المصادر الشخصية لأنها معروفة. (عماد مكاوي، عبدلي العبد، 2004، ص 62-63)

- التلقائية: يتم الاتصال الشخصي بشكل عفوي غير مقصود من خلال شبكة من العلاقات الشخصية غير الرسمية، مما جعل ويلبرشرام، يرى أن عملية الاتصال الشخصي تسري بين مختلف أولئك الذين يتصلون بالشخص على أنه يعرف ما يتحدث عنه. (علي أبو العلا، 2014، ص 25)

وعليه يتميز الاتصال الشخصي بالخصائص التالية وفق العنصر:

- عدم تقييده بقواعد وإجراءات مسبقة إذ أن العملية بأكملها تتم عبر الاتصالات الشخصية اليومية للأفراد.

## الفصل الثاني.....الإطار النظري للدراسة

- أن الاتصال الشخصي يعتمد على وعي الفرد المشترك في العملية الاتصالية ومدى تقييمه للأمور، غير أن العفوية لا تعني إطلاقاً الصدقة، بل يمكن أن تخضع عملية الاتصال الشخصي للتخطيط المسبق. (العيقة، 2014، ص 125-287)

- أن يتم الاتصال الشخصي بحضور الحواس الإنسانية لدى المشاركين في الاتصال بحيث يستمتعون إلى بعضهم ويتبادلون النظرات والمعلومات بشكل منطوق ومكتوب، وإشارات ولغة جسم، أي أن قنوات الاتصال الشخصي هي الحواس الإنسانية بشكل خاص السمع واللمس والبصر. (مشاركة، 2008، ص 125)

- يضمن الاتصال الشخصي نوعاً من التقارب المادي، بين القائم بالاتصال والمتلقي، يلعب الاتصال اللفظي وغير اللفظي دوراً كبيراً في زيادة فاعلية وقدرته على الإقناع.

- ضمان وصول الرسالة إلى المستقبل فضلاً عن التبادل المستمر والسريع للأدوار بين كل من مرسل الرسالة ومتلقيها. (أحمد غباشي، 2008، ص 170)

### 4- نطاق الاتصال الشخصي

إن فاعلية الاتصال الشخصي بحكم طبيعته يرتبط بصغر الجماعة التي يتم في إطارها الاتصال، وإذا ما تجاوز حجم جماعة الاتصال حداً معيناً تحول نمط الاتصال إلى الشكل الأقرب إلى الجماهيري، أو تفتت الجماعة إلى جماعات اتصالية أصغر تمارس الاتصال الشخصي، وهذا ما أكدته العديد من تجارب علم النفس الاجتماعي.

وتشير نتائج بحوث علم النفس الاجتماعي أنه يصعب جداً إقامة تفاعل شخصي مباشر بين أفراد جماعة يزيد عدد أفرادها عن خمسة عشر فرداً، وكلما قل العدد عن ذلك كان التفاعل أفضل وإذا زاد حجم الجماعة حداً معيناً لا حضناً أحد الأمرين:

- إما إن تقسم الجماعة إلى أصغر يتحدّث أفراد كل شلة مع بعضهم البعض في موضوع أو آخر.

- أما إذا كان ثمة موضوع هام يجذب اهتمام أفراد الجماعة جميعاً، وقد يكون هذا معاً ويبدوون في الانتظام وفقاً لقواعد اتصالية معينة: كالاستمتاع إلى محاضرة أو موسيقى أو غير ذلك.

ذلك أن الاتصال الشخصي بحكم طبيعته يقتضي أن يتواجد أفراد جماعة الاتصال معاً بحيث يتبادلون التأثير الاتصالي عن قرب.

لكن مع ظهور شبكات التواصل الاجتماعي أصبح بإمكان التواصل المرئي عبر الهاتف أن يحاكي إلى حد بعيد عملية الاتصال الشخصي. (العيقة، 2008، ص 287-288)

حيث بين لفظ "عن بعد" و "عن قرب" فيما يخص أداء النشاط الاتصالي الذي هو محور العلاقات الاجتماعية بين أفراد المجتمع، فالاتصال الشخصي الذي يحقق ويدعم العلاقات الاجتماعية الإنسانية يدور في نطاق القرب المكاني، والاتصال والتفاعل: الزماني-المكاني، أما نشاط الاتصال الوسيط الجديد الذي يحقق العلاقات الاجتماعية الإلكترونية فيدور في نطاق البعد اللامكاني، والاتصال والتفاعل: اللزمني. (منصر خالد، 2015، ص 97)

### المطلب الثاني: ماهية الاتصال غير اللفظي

#### 1- أهمية الاتصال غير اللفظي

بالرغم من أن الاتصالات غير اللفظية ليست دائما مخططة، فلها تأثير أكبر من الاتصال الشفهي بمفرده، وتعتبر التعبيرات غير الشفهية هامة خصوصا عند الرغبة في إظهار مشاعر معينة.

- إن التأثير النهائي لأي رسالة غالبا ما يكون مزيجا لكل من الاتصالات الملموسة وغير الملموسة ولكن الاتصالات غير الملموسة أقوى بالنسبة لإطلاق حرية التعبير لكل المرسل والمستقبل، فالابتسام مثلا يجعلنا نشعر بالسعادة، بينما هناك إشارات أخرى قد تعبر عن مشاعر العدوانية، وتقلل من قدرتنا على استقبال الرسالة.

- السبب الرئيسي لقوة تأثير الاتصال غير اللفظي هي القدرة على الاعتماد عليها والوثوق بها فمعظم الأفراد يمكن أن يحددوا بعضهم البعض من خلال الكلمات، فالكلمات يمكن التحم فيها بصورة أكبر ولكن لغة الجسد وتعبيرات الوجه لا يمكن التحكم فيها ولذلك فنحن نعتقد أكثر في الاتصال غير اللفظي بالمقارنة بالاتصال اللفظي. (ماهر، 2008، ص 186-187)

- يعتقد بشكل واسع بأن الاتصال اللفظي يشكل حوالي ثلثي كمية التواصل بين شخصين أو بين شخص ومجموعة أشخاص، هناك الكثير من العناصر التي يتضمنها الاتصال غير اللفظي ومنها التعبيرات الفيزيائية، وتعبيرات الوجه الإرادية واللاإرادية والفضاء المستخدم عند التواصل مع الآخرين.

- قد يكون عدم توافق الرسالة اللفظية مع لغة الجسد إلى إيصال رسالة خاطئة للمتلقي، يؤدي الاتصال غير اللفظي عادة إلى تقوية الانطباع الأول الكثير من الحالات مثل: عادة يكون الوقت اللازم لترك انطباع جيد أقل من عشر ثواني ويقرب من أربع ثواني. (<http://www.wikipedia.org>)

#### 2- خصائص الاتصال غير اللفظي

الاتصال غير اللفظي عدة خصائص منها ما يلي:

### - شمولية الاتصال غير اللفظي:

- شمولية التواصل غير اللفظي: فهو يشمل جزءا كبيرا من الرسائل التواصلية المنتجة ضمن سياقات التواصل الإنساني، ولغات الكائنات الحية الأخرى، وجزءا كبيرا من التواصل بين الإنسان والآلة، وكل الرسائل الوجودية الصادرة عن عناصر الكون الأخرى.

- كل الحواس الخمس لها نصيب في تلقي وتمرير المنبهات غير اللفظية إلى الدماغ ليتم إدراكها كرسائل تواصلية.

- تشمل قنوات التواصل غير اللفظي لغة الجسد ونشاط الأعضاء الحسية والمنتجات الصناعية والإدراك الوجودي المتمثل في التعاطي مع المكان والزمان والمسافة. (<https://ar.wikipedia.org>)

- يعبر الاتصال غير اللفظي عن معلومات "وجدانية" في مقابل تعبير الاتصال اللفظي عن معلومات تتصل "بمضمون" وتكون نماذج الاتصال غير اللفظي قادرة على إيصال الحب والبغضاء والكراهة والاهتمام والثقة، والرغبة والدهشة والموافقة...، كذلك التعبير عن فئحة إيصال عريضة الوجدانيات الإنسانية التي لا يعبر عنها بطريقة لفظية، كما ينطوي الاتصال غير اللفظي على معلومات متصلة بمضمون الرسالة اللفظية، فهو يمدنا بأدوات لتفسير الكلمات التي نسمعها وينطبق ذلك على نبرة الصوت مثلا، والتوكيد... الخ، فضلا على أنه يوفر المعلومات التي تفيد في فهم طبيعة العلاقة بين الأطراف المشتركة في عملية الاتصال.

- الرسائل في اللفظية تتميز بصدقها ويحتاج الإنسان عادة إلى نماذج كثيرة للسلوك غير اللفظي التي يصدرها الآخرين حتى يثق فيهم. (طلعت محمود، 2002، ص38)

- الاتصال غير اللفظي يحدد هويتها الشخصية وعلاقتها بالآخرين أي فهم الفرد لذاته وإظهار تلك الذات والانطباع الذي يتركه عند الآخرين مثل: هناك لعديد من طرق التحية (الابتسامة الانحناء، مصافحة...).

- الاتصال غير اللفظي غامض ولكن الغموض لا ينفى أن تكون العواطف والأحاسيس أسهل من الفهم وإن كانت الأحاسيس إيجابية كالسعادة والحب والفرح. (<http://www.blackiris.mam9.com>)

### 3- أشكال الاتصال غير اللفظي

للاتصال غير اللفظي أو تقسيمين هما الأشكال القديمة والأشكال الحديثة (المستحدثة)

#### 1- الأشكال القديمة:

ويقسم بعض العلماء الاتصال غير اللفظي إلى ثلاث لغات.

- لغة الإشارة: وهي تتكون من الإشارات البسيطة أو المعقدة التي يستخدمها الإنسان في الاتصال بغيره.

## الفصل الثاني ..... الإطار النظري للدراسة

- لغة الحركة أو الأفعال: وتتضمن جميع الحركات التي يأتيها الإنسان لينقل إلى الغير ما يريد من معان أو مشاعر.

- لغة الحركة أو الأفعال: وتتضمن جميع الحركات التي يأتيها الإنسان لينقل إلى الغير ما يريد من معان أو مشاعر.

- لغة الأشياء: ويقصد بها ما يستخدمه مصدر الاتصال عبر الإشارة والأدوات والحركة للتعبير عن معان أو أحاسيس يريد نقلها المتلقي.

ويذهب "راندال هاريسون" إلى أن الاتصال غير اللفظي يمتد ليشمل تعبيرات الوجه والإيماءات والأزياء والرموز والرقص والبروتوكولات الدبلوماسية، ويقسم هاريسون أنواع الإشارات غير اللفظية إلى أربعة هي:

- رموز الأداء: وتشمل حركات الجسد مثل: تعبيرات الوجه، وحركات العيون، والإيماءات وكذلك ما أطلق عليه "شبه اللغة" مثل نوعية الصوت، الضحك، الكحة.

- رموز اصطناعية: مثل الملابس وأدوات التجميل، والأثاث والمهارات، والرموز المعبرة عن مكانة الإنسان.

- رموز إعلامية: نتيجة الاختيارات والترتيب والابتكارات من خلال استخدام وسائل الاتصال الجماهيرية مثل: حجم "البنط" ونوع الصورة، والألوان والظلال ونوع اللقطة التلفزيونية بعيدة أو متوسطة أو مقربة وكذلك أسلوب استخدام الموسيقى والمؤثرات الصوتية.

- رموز ظرفية: وتنبع من استخدامنا للوقت والمكان، ومن خلال ترتيب المتصلبين والأشياء وحوطهم مثل الجلوس الزوار حسب أهميتهم الاجتماعية، أو تجاهل شخص نعرفه بطريقة متعمدة.

2- الأشكال الحديثة: هناك عدة أشكال حديثة للاتصال غير اللفظي نذكر منها ما يلي:

- الرموز التعبيرية المستحدثة: لقد برهن لنا التاريخ دائما أن الصور أكثر تعبيرا من الكلمات ويفضل انتشار أساليب التواصل عبر الصور التعبيرية، وتعود المجتمعات اليوم الاعتماد بشكل أكبر على تلك الأنماط التعبيرية تدفعهم في ذلك الرغبة في ترسيخ قيم الألفة والمحبة وسط هذا العالم الصاحب فهناك رغبة لدى أفراد المجتمع للتعبير ومشاركة أفكارهم ومشاعرهم، خلال التواصل فيما بينهم ويبدو ذلك واضحا في استخدام الناس للغة جديدة هي الوجوه التعبيرية "الايموجي" والصور المتحركة بصيغة GIF، مما يساعدهم للتعبير عن أنفسهم.

(.wd.comhttp://www.tec)

## الفصل الثاني ..... الإطار النظري للدراسة

- الصورة: احتلال الصورة المكانة في التواصل البشري أهم من الكلمة كان أحد نتائج تقدم الاتصال عن التطور ومن خلال القنوات وشبكات الاتصال، أصبحت الصورة المفتاح السحري للنظام الثقافي الجديد لا تحتاج الصور-دائما- إلى المصاحبة اللغوية كيو تنفذ إلى إدراك المتلقي.

وقد قسمت الصورة إلى ثابتة فوتوغرافية وأخرى متحركة كتلفزيونية وسينمائية.

(<http://www.mawdoo3.com>)

والتي من خلالها يمكن إيجاد والبحث العديد من المقاطع الفيديو المرئية وتقييمها، كما تقدم معظم

هذه المواقع الاجتماعية الأخرى. (الطويرقي، 1998، ص 133)

# الفصل الثالث

الإطار التطبيقي للدراسة



## 1- التحليل الكمي والكيفي للبيانات:

بعد توزيع 120 استمارة إلكترونية على أفراد العينة استرجعنا 80 استمارة حيث تم إلغاء 40 استمارة لعدم الإجابة على أسئلة الخاصة بالفيسبوك لأنهم يستخدمون التويتروالانستغرام فقط ولا يستخدمون الفيسبوك، وعليه العينة الفعلية هي 80 استمارة صالحة للتحليل.

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

التكرار والنسبة المئوية: وتعلق بكل الجداول لمعرفة الاختلافات في درجة التوزيعات للمتغير التابع والكشف عن تأثيرات السن والجنس والمستوى التعليمي، حيث يتم حساب النسب للمتغير على أساس أن المتغيرات الاجتماعية هي التي تؤثر على رأي الشخص والمبحوث.

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	التكرار	الجنس:
45%	36	ذكر
55%	44	أنثى
100%	80	المجموع

يمثل الجدول أعلاه توزيع العينة حسب متغير الجنس، حيث بلغت نسبة الإناث 55% أي 44 مفردة، بينما قدرت نسبة الذكور 45% أي 36 مفردة، وبالتالي نلاحظ أن النسبة العالية هي نسبة الإناث. يفسر ارتفاع نسبة الإناث مقارنة بنسبة الذكور في اهتمامهن بمواقع التواصل الاجتماعي بكثرة أوقات الفراغ لديهن ما يدفعهن إلى اللجوء إلى هذه المواقع لكسر حالة الملل والروتين وهو ما أثبتته دراسات كثيرة.

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

السن:	التكرار	النسبة
أقل من 18 سنة	1	1.25%
من 18 إلى 28	57	71.25%
أكثر من 28	22	27.50%
المجموع	80	100%

من خلال الجدول أعلاه والذي يمثل توزيع أفراد العينة حسب متغير السن، حيث أن في المرتبة الأولى أتت الفئة (من 18 إلى 28 سنة) بنسبة 71.25% أي ما يعادل 57 مفردة، أما في المرتبة الثانية أتت فئة (أكثر من 28 سنة) بنسبة 27.50% ما يعادل 22 مفردة، وفي الأخير تأتي نسبة 1.25% لصالح فئة (أقل من 18 سنة) ب 1 مفردة فقط.

ويفسر ارتفاع نسبة الفئة العمرية من 18 إلى 28 سنة من حيث أنها الفئة الأكثر استخداماً لمواقع التواصل الاجتماعي، لأنها تمثل فئة الشباب الذي يكون في أتم حيويته ونشاطه وفضوله واهتمامه المتزايد لاكتشاف كل ما هو جديد، كما أنه يمثل لهم الفضاء الذي يمكنهم من خلاله طرح أفكارهم وانتقاداتهم وانشغالهم بكل حرية.

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

المستوى التعليمي:	التكرار	النسبة
ابتدائي	3	3.75%
متوسط	2	2.50%
ثانوي	6	7.50%
جامعي	69	86.25%
المجموع	80	100%

## الفصل الثالث ..... الإطار التطبيقي للدراسة

من خلال الجدول أعلاه والذي يمثل توزيع أفراد العينة حسب متغير المستوى التعليمي، حيث أن في المرتبة الأولى أتت الفئة (جامعي) بنسبة 86.25% أي ما يعادل 69 مفردة، أما في المرتبة الثانية أتت فئة (ثانوي) بنسبة 7.50% ما يعادل 6 مفردات، وتليها نسبة 3.75% لصالح فئة (ابتدائي) بما يعادل 3 مفردات، وفي الأخير تأتي نسبة 2.50% لصالح فئة (متوسط) بـ 2 مفردة.

ويفسر سبب ارتفاع فئة المستوى التعليمي في استخدام مواقع التواصل الاجتماعي لكونهم يعتمدون عليها في التواصل مع أصدقائهم وزملائهم سواء في الدراسة أو العمل، ومتابعة الأخبار، ذلك لأنهم يمتلكون الوعي الثقافي.

المحور الأول: عادات وأنماط استخدام الرموز البصرية في الفيسبوك.

الجدول رقم (4): يوضح استخدام مواقع التواصل الاجتماعي:

هل تستخدم مواقع التواصل الاجتماعي؟	التكرار	النسبة
نعم	80	100%
لا	0	0%
المجموع	80	100%

من خلال الجدول أعلاه والذي يمثل توزيع أفراد العينة حسب استخدام مواقع التواصل الاجتماعي، حيث أن كل أفراد العينة أجابوا بـ (نعم) بنسبة 100% أي ما يعادل 80 مفردة، أما من أجابوا بـ (لا) بنسبة 0% ما يعادل 0 مفردة.

يمكن تفسير أن أغلبية أفراد العينة يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي لأنها تساهم في تسهيل عملية التواصل والتفاعل مع الآخر، وكذلك لوجود خصائص مهمة لهذه المواقع مما يتيح للأفراد المستخدمين إمكانية الولوج إليها والتعامل معها بسهولة.

الجدول رقم(5): يوضح أهم المواقع التي يستخدمها الأفراد.

النسبة	التكرار	إذا كانت إجابتك بنعم، فما هي أهم المواقع التي تستخدمها؟
66.67%	80	الفيس بوك
0%	0	اليوتيوب
8.33%	10	التويتر
25%	30	أنستغرام
0%	0	أخرى أذكرها
100%	120	المجموع

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عدد إجاباتهم إجمالاً (120) قد انقسمت إلى خمس مجموعات، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم بالبديل "الفيس بوك" وقد بلغ عددهم (80) فرداً بنسبة مئوية بلغت **66.67%**، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل "أنستغرام" والبالغ عددهم (30) بنسبة مئوية قدرت بـ **25%**، أما المجموعة الثالثة فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل "التويتر" والبالغ عددهم (10) بنسبة مئوية قدرت بـ **8.33%**، أما المجموعة الرابعة والخامسة فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل "اليوتيوب ومواقع أخرى" فلم نسجل أي استجابات لهاته البدائل.

حيث يفسر ارتفاع استخدام أفراد عينة الدراسة لموقع التواصل الاجتماعي فيسبوك بسهولة استخدامه، ولأنه متاح في كل مكان وزمان وهو ما يزيد من سهولة عملية التواصل بين المستخدمين عن طريق استخدام الصور والمحادثات مع الغير...، وغيرها. حيث يعبرون عن أنفسهم ومشاعرهم، وإبداء آرائهم في كل القضايا والأحداث التي تثير اهتمامهم. وخاصة مع تطور التقنيات الحديثة ودمج تطبيق التواصل الاجتماعي فيسبوك في الهاتف النقال مما سهل إمكانية استخدامه.

الجدول رقم(6): يوضح أسباب استخدام الأفراد للفيس بوك.

النسبة	التكرار	في حالة الإجابة على الفيس بوك، فيما تستخدمه؟
20%	20	التسلية والترفيه
6%	6	إشباع الفضول
40%	40	التواصل والتفاعل مع الآخرين
31%	31	الحصول على الأخبار والمعلومات
3%	3	أخرى أذكرها
100%	100	المجموع

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عدد إجاباتهم إجمالاً (100) قد انقسمت إلى خمس مجموعات، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم بالبديل "التواصل والتفاعل مع الآخرين" وقد بلغ عددهم (40) فرداً بنسبة مئوية بلغت 40%، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل "الحصول على الأخبار والمعلومات" والبالغ عددهم (31) بنسبة مئوية قدرت بـ 31%، أما المجموعة الثالثة فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل "التسلية والترفيه" والبالغ عددهم (20) بنسبة مئوية قدرت بـ 20%، أما المجموعة الرابعة فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل "إشباع الفضول" والبالغ عددهم (6) بنسبة مئوية قدرت بـ 6%، أما المجموعة الخامسة والأخيرة فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل "أخرى" والبالغ عددهم (3) بنسبة مئوية قدرت بـ 3%،

يفسر ارتفاع نسبة استخدام الفيس بوك في التواصل والتفاعل مع الأهل والأصدقاء والأقارب في سهولة وسرعة الاستخدام في جميع الأوقات ومع مختلف الأشخاص حول العالم: وكذلك يرجع السبب إلى سهولة الاشتراك فيه وفتح أكثر من حساب. كما أن بعض الشبكات تتيح لمستخدميها مجانية استخدام الفيس بوك.

الجدول رقم (7): يوضح عادات التواصل والتفاعل مع الآخرين في فيسبوك

بالنسبة لوظيفة التواصل والتفاعل مع الآخرين .هل تتواصل وتتفاعل مع الآخرين	التكرار	نسبة
دائما	60	75%
أحيانا	15	18.75%
نادرا	5	6.25%
المجموع	80	100%

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالا (80) فردا قد انقسمت إلى ثلاث مجموعات، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم بالبديل "دائما" وقد بلغ عددهم (60) فردا بنسبة مئوية بلغت 75%، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل "أحيانا" والبالغ عددهم (15) بنسبة مئوية قدرت بـ 18.75%، أما المجموعة الثالثة فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل "نادرا" والبالغ عددهم (5) بنسبة مئوية قدرت بـ 6.25%.

نفسر ارتفاع نسبة مستخدمي الفيسبوك في استخدام التفاعل والتواصل مع الآخرين بشكل دائم إلى توفر الموقع على خصائص تميزه عن باقي مواقع التواصل الاجتماعي بما تتيحه من إمكانية للتواصل الفوري والمباشر مع الأشخاص والقدرة على الوصول لأي شخص مستخدم للفيسبوك حول العالم أي سهولة الاتصال بين المستخدمين عن طريق الفيسبوك.

الجدول رقم(8): يوضح الفئات الاجتماعية المتواصل معها.

ما هي أهم الفئات الاجتماعية التي تتواصل وتتفاعل معها في الفيس بوك	التكرار	نسبة
الأهل والأقارب	55	33.95%
الأصدقاء	67	41.36%
زملاء العمل	10	6.17%
زملاء الدراسة	30	18.52%
المجموع	162	100%

## الفصل الثالث ..... الإطار التطبيقي للدراسة

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عدد إجاباتهم إجمالاً (162) قد انقسمت إلى أربعة مجموعات، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم بالبديل "الأصدقاء" وقد بلغ عددهم (67) فرداً بنسبة مئوية بلغت **41.36%**، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل "الأهل والأقارب" والبالغ عددهم (55) بنسبة مئوية قدرت بـ **33.95%**، أما المجموعة الثالثة فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل "زملاء الدراسة" والبالغ عددهم (30) بنسبة مئوية قدرت بـ **18.52%**، أما المجموعة الرابعة فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل "زملاء العمل" والبالغ عددهم (10) بنسبة مئوية قدرت بـ **6.17%**.

ونفسر أن من أهم الفئات الاجتماعية التي يتواصل معها ويتفاعل معها مستخدمي الفيسبوك من الأصدقاء والأهل والأقارب، ذلك لما يتيح الفيسبوك من استمرارية في الاتصال الدائم والفورية، وكذلك توفره على التفاعلية اللامحدودة.

### الجدول رقم (9): يوضح اللغة المستخدمة للتواصل في فيسبوك.

نسبة	التكرار	ما هي اللغة التواصلية التي تستخدمها في الفيس بوك للتواصل والتفاعل مع الآخرين؟
15.89%	17	الرموز اللفظية (حروف)
18.69%	20	الرموز غير اللفظية _البصرية_
65.42%	70	المزج بينهما
100%	107	المجموع

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عدد إجاباتهم إجمالاً (107) قد انقسمت إلى ثلاث مجموعات، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم بالبديل "المزج بينهما" وقد بلغ عددهم (70) فرداً بنسبة مئوية بلغت **65.42%**، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل "الرموز غير اللفظية \_البصرية\_" والبالغ عددهم (20)

بنسبة مئوية قدرت بـ 18.69%، أما المجموعة الثالثة فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل "الرموز اللفظية (حروف)" والبالغ عددهم (17) بنسبة مئوية قدرت بـ 15.89%. ونفسر ذلك بأن أغلب مستخدمي الفيسبوك يعتمدون على المزج بين الرموز اللفظية والرموز غير اللفظية (البصرية) لأنها تساعد على توضيح المعاني والأفكار. إذ لا يمكنهم الاعتماد فقط على الرموز اللفظية وحدها لأنهم في كل الحالات لا يستطيعون إيصال أفكارهم ومعانيهم للمستخدمين الآخرين المتواصل معهم، وبالتالي يستخدمون الرموز غير اللفظية من خلال المزج بينهما.

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

بالنسبة للرموز البصرية هل تستخدمها	التكرار	نسبة
دائما	44	55%
أحيانا	28	35%
نادرا	8	10%
المجموع	80	100%

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالا (80) فردا قد انقسمت إلى ثلاث مجموعات، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم بالبديل "دائما" وقد بلغ عددهم (44) فردا بنسبة مئوية بلغت 55%، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل "أحيانا" والبالغ عددهم (28) بنسبة مئوية قدرت بـ 35%، أما المجموعة الثالثة فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل "نادرا" والبالغ عددهم (8) بنسبة مئوية قدرت بـ 10%.

نفسر استخدام الرموز البصرية بشكل كبير من طرف مستخدمي الفيسبوك نظرا لتوافرها على خصائص تميزها عن الرموز اللفظية لأنها تعوض المواجهة المباشرة مع المستخدمين الآخرين، وسهولة التعبير عن كل ما يحسه.

الجدول رقم (11): يوضح طبيعة الرموز البصرية المستخدمة في الفيسبوك.

نسبة	التكرار	ما طبيعة الرموز البصرية التي تستخدمها؟
56.52%	78	الرموز التعبيرية _ الايموجي
8.70%	12	البث المباشر
7.97%	11	الصور
12.32%	17	الفيديوهات
14.49%	20	الكاميرا
100%	138	المجموع

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عدد إجاباتهم إجمالاً (138) قد انقسمت إلى خمس مجموعات، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم بالبديل "الرموز التعبيرية \_ الايموجي" وقد بلغ عددهم (78) فرداً بنسبة مئوية بلغت **56.52%**، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل "الكاميرا" والبالغ عددهم (20) بنسبة مئوية قدرت بـ **14.49%**، أما المجموعة الثالثة فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل "الفيديوهات" والبالغ عددهم (17) بنسبة مئوية قدرت بـ **12.32%**، أما المجموعة الرابعة فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل "البث المباشر" والبالغ عددهم (12) بنسبة مئوية قدرت بـ **8.70%**، أما المجموعة الخامسة والأخيرة فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل "الصور" والبالغ عددهم (11) بنسبة مئوية قدرت بـ **7.97%**،

نفسر استخدام الرموز البصرية الخاصة بالرموز التعبيرية (الإيموجي) بكثرة من طرف مستخدمي الفيسبوك، لأنها تقرب الشخص المتواصل معه ويتبادل معه المعلومات والرسائل دون أن يستخدم الكلام لأن الرموز التعبيرية تمثل وتقل حالته أو شعوره أو موقفه بدقة. حيث أنها تجسد ما يسمى بالاتصال الشخصي (المواجهي) أي وجهها لوجه في الفيسبوك من خلال الاتصال عن طريق تعابير الوجه ومختلف الرموز الأخرى (الإيموجي)، إذ نجد أن جسد المستخدم غائب أثناء عملية التواصل بالفيسبوك ويتم تعويض ذلك بصور لرموز تعبر عن حالته أثناء التواصل.

الجدول رقم(12): يوضح المواضيع التي تستخدم فيها الرموز البصرية في الفيسبوك.

متى تستخدم الرموز البصرية؟	التكرار	نسبة
أثناء المحادثة الفورية (الدردشة)	56	38.89%
في الرسائل	20	13.89%
في الخاص	17	11.81%
في التعليق	30	20.83%
مع المنشورات	19	13.19%
أخرى أذكرها	2	1.39%
المجموع	144	100%

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عدد إجاباتهم إجمالاً (144) قد انقسمت إلى ستة مجموعات، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم بالبديل "أثناء المحادثة الفورية (الدردشة)" وقد بلغ عددهم (56) فرداً بنسبة مئوية بلغت **38.89%**، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل "في التعليق" والبالغ عددهم (30) بنسبة مئوية قدرت بـ **20.83%**، أما المجموعة الثالثة فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل "في الرسائل" والبالغ عددهم (20) بنسبة مئوية قدرت بـ **13.89%**، أما المجموعة الرابعة فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل "مع المنشورات" والبالغ عددهم (19) بنسبة مئوية قدرت بـ **13.19%**، أما المجموعة الخامسة فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل "في الخاص" والبالغ عددهم (17) بنسبة مئوية قدرت بـ **11.81%**، أما المجموعة السادسة والأخيرة فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل "أخرى أذكرها" والبالغ عددهم (2) بنسبة مئوية قدرت بـ **1.39%**.

يفسر استخدام الرموز البصرية فيسبوك أثناء المحادثة الفورية (الدردشة) بنسبة كبيرة لأن الدردشة من أكثر الوظائف التواصلية الممارسة على موقع التواصل الاجتماعي فيسبوك وهي جد مناسبة لتواصل

## الفصل الثالث ..... الإطار التطبيقي للدراسة

المستخدمين مع بعضهم، خاصة توفر عنصر رؤية الأشخاص لبعضهم البعض أثناء التحدث باستخدام الكاميرا.

الجدول رقم (13): يوضح الرموز البصرية المستخدمة ودرجة استخدامها في التواصل مع الفئات الاجتماعية.

ماهي الرموز البصرية التي تستخدمها ودرجة استخدامها لها في تواصلك مع الفئات الاجتماعية في الفيسبوك؟														
الدرجة	درجة استخدام الرموز البصرية			المجموع	الرموز البصرية المستخدمة					الأهل والأقارب	ت			
	المجال	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي		الكاميرا	الفيديو	الصور	البث المباشر	الرموز التعبيرية					
كبيرة	-2.34	0.526	2.66	80	30	10	7	8	25	31.25%	10%	8.75%	12.50%	37.50%
	3			100%	37.50%	12.50%	8.75%	10%	31.25%					
كبيرة	-2.34	0.403	2.83	80	15	12	10	17	26	32.50%	21.25%	12.50%	15%	18.75%
	3			100%	18.75%	15%	12.50%	21.25%	32.50%					
كبيرة	-2.34	0.722	2.40	80	10	10	25	5	30	37.50%	6.25%	31.25%	12.50%	12.50%
	3			100%	12.50%	12.50%	31.25%	6.25%	37.50%					
متوسطة	-1.66	0.795	2.02	80	3	17	30	2	28	35%	2.50%	37.50%	21.25%	3.75%
	2.32			100%	3.75%	21.25%	37.50%	2.50%	35%					

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عدد إجاباتهم إجمالاً (80)

على الرموز المستخدمة ودرجة استخدامها في التواصل مع الفئات الاجتماعية أتت كالآتي:

1- بالنسبة لاستخدام الرموز البصرية مع الأهل و الأقارب قد انقسمت إلى خمسة مجموعات:

تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم بالبديل "الكاميرا" وقد بلغ عددهم (30)

فردا بنسبة مئوية بلغت 37.50%، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجابتهم على هذا السؤال

بالبديل "الرموز التعبيرية" والبالغ عددهم (25) بنسبة مئوية قدرت ب 31.25%، أما المجموعة الثالثة فتمثل

الأفراد الذين كانت إجابتهم على هذا السؤال بالبديل "الفيديو" والبالغ عددهم (10) بنسبة مئوية قدرت ب

12.50%، أما المجموعة الرابعة فتمثل الأفراد الذين كانت إجابتهم على هذا السؤال بالبديل "البث

المباشر" والبالغ عددهم (8) بنسبة مئوية قدرت ب 10%، أما المجموعة الخامسة فتمثل الأفراد الذين كانت

إجابتهم على هذا السؤال بالبديل "الصور" والبالغ عددهم (7) بنسبة مئوية قدرت ب 8.75% وقد أتت

درجة استخدامهم لهذه الرموز مع الأهل والأقارب بدرجة كبيرة بمتوسط حسابي بلغ (2.66) وانحراف معياري (0.526) وهو ينتمي للمجال (3-2.34) لصالح الكاميرا.

2- بالنسبة لاستخدام الرموز البصرية مع الأصدقاء قد انقسمت إلى خمسة مجموعات:

تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم بالبديل "الرموز التعبيرية" وقد بلغ عددهم (26) فردا بنسبة مئوية بلغت **32.50%**، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجابتهم على هذا السؤال بالبديل "البث المباشر" والبالغ عددهم (17) بنسبة مئوية قدرت بـ **20.83%**، أما المجموعة الثالثة فتمثل الأفراد الذين كانت إجابتهم على هذا السؤال بالبديل "الكاميرا" والبالغ عددهم (15) بنسبة مئوية قدرت بـ **18.75%**، أما المجموعة الرابعة فتمثل الأفراد الذين كانت إجابتهم على هذا السؤال بالبديل "الفيديو" والبالغ عددهم (12) بنسبة مئوية قدرت بـ **15%**، أما المجموعة الخامسة فتمثل الأفراد الذين كانت إجابتهم على هذا السؤال بالبديل "الصور" والبالغ عددهم (10) بنسبة مئوية قدرت بـ **12.50%** وقد أتت درجة استخدامهم لهذه الرموز مع الأصدقاء بدرجة كبيرة بمتوسط حسابي بلغ (2.83) وانحراف معياري (0.403) وهو ينتمي للمجال (3-2.34) لصالح الرموز التعبيرية.

3- بالنسبة لاستخدام الرموز البصرية مع زملاء الدراسة قد انقسمت إلى خمسة مجموعات:

تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم بالبديل "الرموز التعبيرية" وقد بلغ عددهم (30) فردا بنسبة مئوية بلغت **37.50%**، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجابتهم على هذا السؤال بالبديل "الصور" والبالغ عددهم (25) بنسبة مئوية قدرت بـ **31.25%**، أما المجموعة الثالثة فتمثل الأفراد الذين كانت إجابتهم على هذا السؤال بالبديل "الفيديو" والبالغ عددهم (10) بنسبة مئوية قدرت بـ **12.50%**، أما المجموعة الرابعة فتمثل الأفراد الذين كانت إجابتهم على هذا السؤال بالبديل "الكاميرا" والبالغ عددهم (10) بنسبة مئوية قدرت بـ **12.50%**، أما المجموعة الخامسة فتمثل الأفراد الذين كانت إجابتهم على هذا السؤال بالبديل "البث المباشر" والبالغ عددهم (5) بنسبة مئوية قدرت بـ **6.25%**، وقد أتت درجة استخدامهم لهذه الرموز مع الأصدقاء بدرجة كبيرة بمتوسط حسابي بلغ (2.40) وانحراف معياري (0.722) وهو ينتمي للمجال (3-2.34) لصالح الرموز التعبيرية.

4- بالنسبة لاستخدام الرموز البصرية مع زملاء العمل قد انقسمت إلى خمسة مجموعات:

تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم بالبديل "الصور" وقد بلغ عددهم (30) فردا بنسبة مئوية بلغت **37.50%**، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجابتهم على هذا السؤال بالبديل "الرموز التعبيرية" والبالغ عددهم (28) بنسبة مئوية قدرت بـ **35%**، أما المجموعة الثالثة فتمثل الأفراد الذين كانت إجابتهم على هذا السؤال بالبديل "الفيديو" والبالغ عددهم (17) بنسبة مئوية قدرت بـ **21.25%**، أما المجموعة الرابعة فتمثل الأفراد الذين كانت إجابتهم على هذا السؤال بالبديل "الكاميرا" والبالغ عددهم (3) بنسبة مئوية قدرت بـ **3.75%**، أما المجموعة الخامسة فتمثل الأفراد الذين كانت إجابتهم على هذا السؤال بالبديل "البث المباشر" والبالغ عددهم (2) بنسبة مئوية قدرت بـ **2.50%** وقد أتت درجة استخدامهم لهذه الرموز مع الأصدقاء بدرجة متوسطة بمتوسط حسابي بلغ (2.02) وانحراف معياري (0.795) وهو ينتمي للمجال (1.66-2.32) لصالح الصور.

- بالنسبة للتواصل مع الفئات الاجتماعية المتمثلة في الأهل والأقارب فإن الرموز الأكثر استخداما هي الكاميرا وذلك لأنها تسهل بينهم عملية التواصل كما أنها تجسد حضورهم المتزامن صورته وصوته وذلك بدرجة استخدام كبيرة.

- بالنسبة للتواصل مع الفئات الاجتماعية والمتمثلة في الأصدقاء فإن الرموز البصرية الأكثر استخداما هي الرموز البصرية وذلك لتبادل الأخبار والمعلومات فيما بينهم، ولأنهم دائموا التواصل مع بعضهم البعض فتساعدهم الرموز البصرية في ذلك ويتضح ذلك في درجة استخدامهم الكبيرة لها وهو التواصل الذي يقترب إلى أسلوب التواصل الشخصي.

- بالنسبة للتواصل مع الفئات الاجتماعية المتمثلة في زملاء الدراسة فإن الرموز البصرية الأكثر استخداما هي الرموز التعبيرية وتليها الصور وذلك لأنها تساعد في تبادل المعلومات والخبرات، وكذلك في تبادل الملفات وبدرجة استخدام كبيرة.

- أما بالنسبة للتواصل مع الفئات الاجتماعية المتمثلة في زملاء العمل فإن الرموز البصرية الأكثر استخداما هي الرموز التعبيرية وتليها الصور لأنها تساعد في تبادل الأخبار بينهم، وكذلك تبادل ونقل المعلومات حول العمل. حيث كانت درجة استخدامهم لهذه الرموز متوسطة.

الجدول رقم (14): يوضح الرموز البصرية المستخدمة ودرجة استخدامها في التفاعل مع الآخرين.

ما هي الرموز البصرية التي تستخدمها ودرجة استخدامها في تفاعلك مع الآخرين في الفيسوك؟															
الدرجة	درجة استخدام الرموز البصرية			المجموع	الرموز البصرية المستخدمة					الردشة	الرسائل	الخاص	التعليق	المنشورات	
	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	المجال		الكاميرا	الفيديو	الصور	البث المباشر	الرموز التعبيرية						
كبيرة	-2.34	0.392	2.850	185	47	35	30	20	53	ت	الردشة	%	%	%	%
	3			100%	25.41%	18.92%	16.22%	10.81%	28.65%						
كبيرة	-2.34	0.449	2.725	139	38	31	23	0	47	ت	الرسائل	%	%	%	%
	3			100%	27.34%	22.30%	16.55%	0%	33.81%						
كبيرة	-2.34	0.575	2.650	126	30	23	16	18	39	ت	الخاص	%	%	%	%
	3			100%	23.81%	18.25%	12.70%	14.29%	30.95%						
كبيرة	-2.34	0.675	2.500	111	0	30	28	3	50	ت	التعليق	%	%	%	%
	3			100%	0%	27.03%	25.23%	2.70%	45.05%						
كبيرة	-2.34	0.428	2.762	105	0	27	18	20	40	ت	المنشورات	%	%	%	%
	3			100%	0%	25.71%	17.14%	19.05%	38.10%						

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عدد إجاباتهم إجمالاً (80)

على الرموز المستخدمة ودرجة استخدامها في التواصل مع الفئات الاجتماعية أتت كالآتي:

1- بالنسبة لاستخدام الرموز البصرية في الدردشة قد انقسمت إلى خمسة مجموعات:

تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم بالبديل "الرموز التعبيرية" وقد بلغ عددهم (53) فرداً بنسبة مئوية بلغت 28.65%، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل "الكاميرا" والبالغ عددهم (38) بنسبة مئوية قدرت بـ 27.34%، أما المجموعة الثالثة فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل "الفيديو" والبالغ عددهم (35) بنسبة مئوية قدرت بـ 18.92%، أما المجموعة الرابعة فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل "الصور" والبالغ عددهم (30) بنسبة مئوية قدرت بـ 16.22%، أما المجموعة الخامسة فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل "البث المباشر" والبالغ عددهم (20) بنسبة مئوية قدرت بـ 10.81% وقد أتت درجة استخدامهم لهذه الرموز في الدردشة بدرجة كبيرة حسابي بلغ (2.850) وانحراف معياري (0.392) وهو ينتمي للمجال (3-2.34) لصالح الرموز التعبيرية.

2- بالنسبة لاستخدام الرموز البصرية في الرسائل قد انقسمت إلى خمسة مجموعات:

تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم بالبديل "الرموز التعبيرية" وقد بلغ عددهم (47) فردا بنسبة مئوية بلغت **33.81%**، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجابتهم على هذا السؤال بالبديل "الكاميرا" والبالغ عددهم (38) بنسبة مئوية قدرت بـ **27.34%**، أما المجموعة الثالثة فتمثل الأفراد الذين كانت إجابتهم على هذا السؤال بالبديل "الفيديو" والبالغ عددهم (31) بنسبة مئوية قدرت بـ **22.30%**، أما المجموعة الرابعة فتمثل الأفراد الذين كانت إجابتهم على هذا السؤال بالبديل "الصور" والبالغ عددهم (23) بنسبة مئوية قدرت بـ **16.55%**، أما المجموعة الخامسة فتمثل الأفراد الذين كانت إجابتهم على هذا السؤال بالبديل "البث المباشر" والبالغ عددهم (00) بنسبة مئوية قدرت بـ **00%** وقد أتت درجة استخدامهم لهذه الرموز في الرسائل بدرجة كبيرة حساسي بلغ (2.725) وانحراف معياري (0.575) وهو ينتمي للمجال (3-2.34) لصالح الرموز التعبيرية.

3- بالنسبة لاستخدام الرموز البصرية في الخاص قد انقسمت إلى خمسة مجموعات:

تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم بالبديل "الرموز التعبيرية" وقد بلغ عددهم (39) فردا بنسبة مئوية بلغت **30.95%**، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجابتهم على هذا السؤال بالبديل "الكاميرا" والبالغ عددهم (30) بنسبة مئوية قدرت بـ **23.81%**، أما المجموعة الثالثة فتمثل الأفراد الذين كانت إجابتهم على هذا السؤال بالبديل "الفيديو" والبالغ عددهم (23) بنسبة مئوية قدرت بـ **18.25%**، أما المجموعة الرابعة فتمثل الأفراد الذين كانت إجابتهم على هذا السؤال بالبديل "البث المباشر" والبالغ عددهم (18) بنسبة مئوية قدرت بـ **14.29%**، أما المجموعة الخامسة فتمثل الأفراد الذين كانت إجابتهم على هذا السؤال بالبديل "الصور" والبالغ عددهم (16) بنسبة مئوية قدرت بـ **12.70%** وقد أتت درجة استخدامهم لهذه الرموز في الخاص بدرجة كبيرة حساسي بلغ (2.650) وانحراف معياري (0.575) وهو ينتمي للمجال (3-2.34) لصالح الرموز التعبيرية.

4- بالنسبة لاستخدام الرموز البصرية في التعليق قد انقسمت إلى خمسة مجموعات:

تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم بالبديل "الرموز التعبيرية" وقد بلغ عددهم (50) فردا بنسبة مئوية بلغت **45.05%**، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجابتهم على هذا

السؤال بالبديل "الفيديو" والبالغ عددهم (30) بنسبة مئوية قدرت بـ 27.03%، أما المجموعة الثالثة فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل "الصور" والبالغ عددهم (28) بنسبة مئوية قدرت بـ 25.23%، أما المجموعة الرابعة فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل "البث المباشر" والبالغ عددهم (3) بنسبة مئوية قدرت بـ 2.70%، أما المجموعة الخامسة فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل "الكاميرا" والبالغ عددهم (00) بنسبة مئوية قدرت بـ 00% وقد أتت درجة استخدامهم لهذه الرموز في التعليق بدرجة كبيرة حسابي بلغ (2.50) وانحراف معياري (0.675) وهو ينتمي للمجال (3-2.34) لصالح الرموز التعبيرية.

5- بالنسبة لاستخدام الرموز البصرية في المنشورات قد انقسمت إلى خمسة مجموعات:

تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم بالبديل "الرموز التعبيرية" وقد بلغ عددهم (40) فردا بنسبة مئوية بلغت 38.10%، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل "الفيديو" والبالغ عددهم (27) بنسبة مئوية قدرت بـ 25.71%، أما المجموعة الثالثة فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل "البث المباشر" والبالغ عددهم (20) بنسبة مئوية قدرت بـ 19.05%، أما المجموعة الرابعة فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل "الصور" والبالغ عددهم (18) بنسبة مئوية قدرت بـ 17.14%، أما المجموعة الخامسة فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل "الكاميرا" والبالغ عددهم (00) بنسبة مئوية قدرت بـ 00% وقد أتت درجة استخدامهم لهذه الرموز مع الأهل والأقارب بدرجة كبيرة بمتوسط حسابي بلغ (2.762) وانحراف معياري (0.428) وهو ينتمي للمجال (3-2.34) لصالح الرموز التعبيرية.

- بالنسبة للتفاعل مع الآخرين في المحادثة الفورية (الدردشة) فإن الرموز البصرية الأكثر استخداما هي الرموز التعبيرية وتليها الكاميرا لأنها تحسن التفاعل في الفيسبوك بين مستخدميه والتي تكون مع الرسائل، وتساعد على التقارب بين الأفراد، ويتضح ذلك من خلال استخدامها بدرجة كبيرة في المحادثة الفورية.

- بالنسبة للتفاعل مع الآخرين في كتابة الرسائل فإن الرموز الأكثر استخداما هي الرموز التعبيرية، لأنها تعبر عن المشاعر والعواطف، والتفاعل في الرسائل بواسطة الرموز التعبيرية قد يخلق نوعا من التفاهم والتعاطف

## الفصل الثالث ..... الإطار التطبيقي للدراسة

المشترك بين مستخدمي الفيسبوك، ويتضح ذلك في درجة استخدام الرمز البصري في الرسائل بدرجة كبيرة. وينطبق نفس الشيء على باقي مواضع التفاعل لمستخدمي الفيسبوك (في الخاص، التعليق، المنشورات) و بدرجة كبيرة في استخدام الرمز البصري.

المحور الثاني: دوافع استخدام الرموز البصرية في فيسبوك.

الجدول رقم(15): يوضح أسباب استخدام الرموز البصرية في فيسبوك.

النسبة	التكرار	ما هي أسباب استخدامك للرموز البصرية في الفيس بوك؟
14.40%	18	لاختصار الجهد
36%	45	سهولة التعبير عن الفكرة والشعور وتوضيح المعاني
16%	20	لبساطتها وجاذبيتها
28.80%	36	تعكس ملامح وشعور الآخرين المتواصل معهم
4.80%	6	تكسر حالة الملل الناتجة عن كثرة التواصل
0%	0	أخرى أذكرها
100%	125	المجموع

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عدد إجاباتهم إجمالاً (125) قد انقسمت إلى ستة مجموعات، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم بالبديل "سهولة التعبير عن الفكرة والشعور وتوضيح المعاني" وقد بلغ عددهم (45) فرداً بنسبة مئوية بلغت 36%، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل "تعكس ملامح وشعور الآخرين المتواصل معهم" والبالغ عددهم (36) بنسبة مئوية قدرت بـ 28.80%، أما المجموعة الثالثة فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل "لبساطتها وجاذبيتها" والبالغ عددهم (20) بنسبة مئوية قدرت بـ 16%، أما المجموعة الرابعة فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل "لاختصار الجهد" والبالغ عددهم (18) بنسبة مئوية قدرت بـ 14.40%، أما المجموعة الخامسة فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل "تكسر حالة الملل الناتجة عن كثرة التواصل" والبالغ عددهم

(6) بنسبة مئوية قدرت بـ 4.80%، أما المجموعة السادسة والأخيرة فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل "أخرى أذكرها" والبالغ عددهم (0) بنسبة مئوية قدرت بـ 0%.

ونفسر ذلك أن مستخدمي الفيسبوك يلجؤون إلى استخدام الرموز البصرية لأنها تسهل التعبير عن الفكرة أو الشعور، أي توضح مختلف المعاني التي يريد الشخص إيصالها إلى الشخص المتواصل معه، وكذلك تعكس ملامح وشعور الآخرين المتواصل معهم بطريقة يقترب في التواصل من أسلوب التواصل الشخصي.

الجدول رقم (16): يوضح الحاجات التي تحققها الرموز البصرية.

النسبة	التكرار	ما هي الحاجات التي تحققها لك الرموز البصرية؟
39.02%	32	التعبير عن كل ما تحس به
35.37%	29	تعويض المواجهة المباشرة مع المتصل معه
19.51%	16	التفاعل مع الآخرين
6.10%	5	أخرى أذكرها
100%	82	المجموع

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عدد إجاباتهم إجمالاً (82) قد انقسمت إلى ثلاث مجموعات، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم بالبديل "التعبير عن كل ما تحس به" وقد بلغ عددهم (32) فرداً بنسبة مئوية بلغت 39.02%، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل "تعويض المواجهة المباشرة مع المتصل معه" والبالغ عددهم (29) بنسبة مئوية قدرت بـ 35.37%، أما المجموعة الثالثة فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل "التفاعل مع الآخرين" والبالغ عددهم (16) بنسبة مئوية قدرت بـ 19.51%، أما المجموعة الثالثة فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل "أخرى أذكرها" والبالغ عددهم (5) بنسبة مئوية قدرت بـ 6.10%.

يفسر ذلك أن مستخدمي الفيسبوك يستخدمون الرموز البصرية للتعبير عن كل ما يحس به من مشاعر وأحاسيس يعجزون عن التعبير عنها بشكل صحيح وإيصالها بشكل أدق، كما أنها تحقق تعويض المواجهة المباشرة مع المتصل معه، وكأنه موجود معه في الواقع الحقيقي.

الجدول رقم(17): يوضح مدى فهم الشخص للرمز المرسل إليه.

النسبة	التكرار	عند إرسالك أي رمز بصري للشخص المتواصل معه هل يفهم معناه؟
87.50%	70	نعم
12.50%	10	لا
100%	80	المجموع

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً (80) فرداً قد انقسمت إلى مجموعتين، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم بالبديل "نعم" وقد بلغ عددهم (70) فرداً بنسبة مئوية بلغت **87.50%**، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل "لا" والبالغ عددهم (10) بنسبة مئوية قدرت بـ **12.50%**.  
ونفسر ذلك بأن الرموز البصرية لها شعبية كبيرة بين أفراد العينة (مستخدمي فيسبوك) لأنها سهلة الفهم وواضحة وجذابة، كما أنها تنقل تعابير الوجه وحركات الجسد وغيرها بشكل صحيح.

الجدول رقم(18): يوضح الأسباب التي تجعل المستخدم يفهم معنى الرموز المرسل إليها.

النسبة	التكرار	إذا كانت إجابتك بنعم، فهل هذا راجع إلى:
28.57%	20	وضوحها
71.43%	50	تعبر عن الواقع كما هو
100%	70	المجموع

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً (70) فرداً قد انقسمت إلى مجموعتين، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم بالبديل "تعبر عن الواقع كما هو" وقد بلغ عددهم (50) فرداً بنسبة مئوية بلغت **71.43%**، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل "وضوحها" والبالغ عددهم (20) بنسبة مئوية قدرت بـ **28.57%**.

ونفسر ذلك أن (مستخدمي الفيسبوك) المتواصل معهم عندما ترسل إليهم رموزاً بصرية فهم يفهمون معناها. لأنها تعبر عن الواقع كما هو.

الجدول رقم(19): يوضح الأسباب التي تجعل المستخدم لا يفهم معنى الرموز المرسله إليه.

النسبة	التكرار	إذا كانت إجابتك بلا، فهل هذا راجع إلى:
80%	8	عدم اختيارك للرمز البصري المناسب
20%	2	عدم فهمك أنت للرمز الذي أرسلته
100%	10	المجموع

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً (10) فرداً قد انقسمت إلى مجموعتين، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم بالبديل "عدم اختيارك للرمز البصري المناسب" وقد بلغ عددهم (8) فرداً بنسبة مئوية بلغت 80%، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجابتهم على هذا السؤال بالبديل "عدم فهمك أنت للرمز الذي أرسلته" والبالغ عددهم (2) بنسبة مئوية قدرت بـ 20%.

ونفسر ذلك أنه يوجد من مستخدمي الفيسبوك من لا يفهم معنى الرموز المرسله إليه وذلك راجع إلى عدم اختيار المستخدم للرمز البصري المناسب الذي يستطيع أن يفهمه الشخص المتواصل معه بكل سهولة ووضوح.

المحور الثالث: أهداف استخدام الرموز البصرية في فيسبوك.

الجدول رقم(20): يوضح استخدام الرموز البصرية كأداة تواصلية مناسبة

النسبة	التكرار	هل ترى أن استخدام الرموز البصرية أداة تواصلية مناسبة؟
95%	76	نعم
5%	4	لا
100%	80	المجموع

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً (80) فرداً قد انقسمت إلى مجموعتين، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم بالبديل "نعم" وقد بلغ عددهم (76) فرداً بنسبة مئوية بلغت 95%، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجابتهم على هذا السؤال بالبديل "لا" والبالغ عددهم (4) بنسبة مئوية قدرت بـ 5%.

## الفصل الثالث ..... الإطار التطبيقي للدراسة

يرى معظم مستخدمي الفيسبوك في عينة الدراسة أن استخدام الرموز البصرية في الفيسبوك تعتبر أداة تواصلية مناسبة وذلك لما تتوفر عليه من سمات وخصائص تميزها عن الرموز اللفظية في الاتصال الشخصي (المواجهي)، خاصة فيما يتعلق بسهولة التعبير عن الأفكار والآراء والشعور والأحاسيس.

الجدول رقم (21): يوضح الإشباع التواصلي المحققة من استخدام الرموز البصرية في التواصل.

النسبة	التكرار	في حالة إجابتك بنعم، فما هي الإشباع التواصلي المحققة؟
44.74%	34	تجسيد المعاني والأفكار والمشاعر
52.63%	40	تعويض الغياب الفيزيقي (تجسيد الاتصال وجها لوجه بالشخص - المتواصل معه - الاتصال المباشر)
2.63%	2	أخرى أذكرها
100%	76	المجموع

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عدد إجاباتهم إجمالاً (76) قد انقسمت إلى ثلاث مجموعات، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم بالبديل "تعويض الغياب الفيزيقي (تجسيد الاتصال وجها لوجه بالشخص - المتواصل معه - الاتصال المباشر)" وقد بلغ عددهم (40) فرداً بنسبة مئوية بلغت 52.63%، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل "تجسيد المعاني والأفكار والمشاعر" والبالغ عددهم (34) بنسبة مئوية قدرت بـ 44.74%، أما المجموعة الثالثة فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل "أخرى أذكرها" والبالغ عددهم (2) بنسبة مئوية قدرت بـ 2.63%.

و نفس ذلك بأن مستخدمي الفيسبوك يستخدمون الرموز البصرية في التواصل فيما بينهم لتعويض الغياب الفيزيقي بتجسيد الاتصال وجها لوجه بالشخص المتواصل معه أو ما يعرف بالاتصال المواجهي أو الاتصال المباشر وذلك من خلال تجسيد أفكارهم ومشاعرهم.

الجدول رقم(22): يوضح لدرجة مساهمة الرموز البصرية في تعويض الاتصال

الشخصي(المواجهي)(في حضور الأشخاص المتواصل معهم)

النسبة	التكرار	إذا كانت إجابتك على تعويض الغياب الفيزيقي من خلال تجسيد الاتصال المباشر: هل ترى أن هذه الرموز البصرية ساهمت في حضور الأشخاص المتواصلين بـ:
67.50%	27	نسبة كبيرة
30%	12	نسبة متوسطة
2.50%	1	نسبة ضئيلة
100%	40	المجموع

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عدد إجاباتهم إجمالاً (40) قد انقسمت إلى ثلاث مجموعات، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم بالبديل "نسبة كبيرة" وقد بلغ عددهم (27) فرداً بنسبة مئوية بلغت 67.50%، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل "نسبة متوسطة" والبالغ عددهم (12) بنسبة مئوية قدرت بـ 30%، أما المجموعة الثالثة فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل "نسبة ضئيلة" والبالغ عددهم (1) بنسبة مئوية قدرت بـ 2.50%.

نفسر ذلك بأن الرموز البصرية تساهم بشكل كبير في تجسيد حضور الأشخاص المتواصلين أو ما يعرف بالاتصال الشخصي المواجهي، وبذلك ساهم في تعويض الغياب الفيزيقي(الحضور المادي للأشخاص). بمعنى أن حضور الشخص المتواصل معه افتراضياً يجسد بالرموز البصرية الحضور الواقعي له.

الجدول (23): يوضح درجة تمثيل الرموز البصرية للواقع الحقيقي.

من بين الرموز البصرية التالية، ما هي درجة تمثيلها لواقعك الحقيقي.					
المجموع	تمثل الواقع بدرجة ضئيلة	تمثل الواقع بدرجة متوسطة	تمثل الواقع بدرجة كبيرة		
80	4	20	56	ت	الرموز التعبيرية الايموجي
100%	5%	25%	70%	%	
80	0	18	62	ت	البث المباشر
100%	0%	22.50%	77.50%	%	
80	6	40	34	ت	الصور
100%	7.50%	50%	42.50%	%	
80	3	39	38	ت	الفيديوهات
100%	3.75%	48.75%	47.50%	%	
80	1	27	52	ت	الكاميرا
100%	1.25%	33.75%	65%	%	

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن الرموز البصرية التي تمثل الواقع بدرجة كبيرة أتت بالترتيب التالي:

تمثلت المرتبة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم بالبديل "البث المباشر" وقد بلغ عددهم (62) فردا بنسبة مئوية بلغت **77.50%**، أما المرتبة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل "الرموز التعبيرية اليموجي" والبالغ عددهم (56) بنسبة مئوية قدرت بـ **70%**، أما المرتبة الثالثة فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل "الكاميرا" والبالغ عددهم (52) بنسبة مئوية قدرت بـ **65%**، أما المرتبة الرابعة فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل "الفيديوهات" والبالغ عددهم (38) بنسبة مئوية قدرت بـ **47.50%**، أما المرتبة الخامسة والأخيرة فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل "الصور" والبالغ عددهم (34) بنسبة مئوية قدرت بـ **42.50%**

في حين وجدنا أن الرموز البصرية تمثل الواقع بدرجة متوسطة بالترتيب التالي:

تمثلت المرتبة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم بالبديل "الصور" وقد بلغ عددهم (40) فردا بنسبة مئوية بلغت **50%**، أما المرتبة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل

"الفيديوهات" وبالبالغ عددهم (39) بنسبة مئوية قدرت بـ 48.75%، أما المرتبة الثالثة فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل "الكاميرا" وبالبالغ عددهم (27) بنسبة مئوية قدرت بـ 33.75%، أما المرتبة الرابعة فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل "الرموز التعبيرية الایموجي" وبالبالغ عددهم (20) بنسبة مئوية قدرت بـ 25%، أما المرتبة الخامسة والأخيرة فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل "البث المباشر" وبالبالغ عددهم (18) بنسبة مئوية قدرت بـ 22.50%.

في حين وجدنا أن الرموز البصرية تمثل الواقع بدرجة ضئيلة بالترتيب التالي:

تمثلت المرتبة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم بالبديل "الصور" وقد بلغ عددهم (6) فردا بنسبة مئوية بلغت 7.50%، أما المرتبة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل "الرموز التعبيرية الایموجي" وبالبالغ عددهم (4) بنسبة مئوية قدرت بـ 5%، أما المرتبة الثالثة فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل "الفيديوهات" وبالبالغ عددهم (3) بنسبة مئوية قدرت بـ 3.75%، أما المرتبة الرابعة فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل "الكاميرا" وبالبالغ عددهم (1) بنسبة مئوية قدرت بـ 1.25%، أما المرتبة الخامسة والأخيرة فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل "البث المباشر" وبالبالغ عددهم (0) بنسبة مئوية قدرت بـ 0%.

نفسر ذلك بأن مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي يرون أن الرموز البصرية تمثل الواقع الحقيقي بدرجات مختلفة.

البث المباشر تليها الرموز التعبيرية (الإيموجي) ثم تليها الكاميرا حيث يرى مستخدمي الفيسبوك أن هذه الرموز البصرية تمثل الواقع الحقيقي لهم ذلك أنها تساهم بدرجة كبيرة في تواصلهم مع بعضهم البعض وتساهم في تجسيد الاتصال المباشر وتعوض بذلك الغياب الفيزيقي في الاتصال الشخصي أي تعويض الحضور المادي في العالم الافتراضي فالبت المباشر بالكاميرا ينقل الواقع بدرجة كبيرة من صوت وصورة وتتجسد فيه كذلك وبدرجة كبيرة ملامح الوجه و تعابير و حركات الجسد، أما الرموز البصرية فهي تعبر عن حالة الشخص الشعورية والانفعالية.

## الفصل الثالث ..... الإطار التطبيقي للدراسة

أما الفيديوهات والكاميرا: فرأى مستخدمي الفيسبوك أنها تمثل الواقع بدرجة متوسطة، ذلك أن مستخدمي الفيسبوك يرون أنها تمثل واقعهم بدرجة أقل من باقي الرموز الأخرى.

الجدول رقم(24): يوضح درجة مساعدة استخدام الرموز البصرية أو التعرف على ملامح وتعبير الشخص المتواصل معه.

من خلال استخدامك للرموز البصرية، هل تساعدك على التعرف على ملامح وتعبير الشخص المتواصل معه: نسبة كبيرة نسبة متوسطة نسبة ضئيلة					
المجموع	التعرف على ملامح وتعبير الوجه نسبة ضئيلة	التعرف على ملامح تعبير الوجه نسبة متوسطة	التعرف على ملامح وتعبير الوجه نسبة كبيرة		
80	4	13	63	ت	الرموز التعبيرية
100%	5%	16.25%	78.75%	%	
80	2	11	67	ت	البث المباشر
100%	2.50%	13.75%	83.75%	%	
80	5	27	48	ت	الصور
100%	6.25%	33.75%	60%	%	
80	9	32	39	ت	الفيديوهات
100%	11.25%	40%	48.75%	%	
80	0	10	70	ت	الكاميرا
100%	0%	12.50%	87.50%	%	

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن الرموز البصرية تستخدم للتعرف على ملامح وتعبير الوجه بنسبة

كبيرة أنت بالترتيب التالي:

تمثلت المرتبة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم بالبديل "الكاميرا" وقد بلغ عددهم (70)

فردا بنسبة مئوية بلغت **87.50%**، أما المرتبة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال

بالبديل "البث المباشر" والبالغ عددهم (67) بنسبة مئوية قدرت بـ **83.75%**، أما المرتبة الثالثة فتمثل

الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل "الرموز التعبيرية" والبالغ عددهم (63) بنسبة مئوية

قدرت بـ 78.75%، أما المرتبة الرابعة فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل " الصور " والبالغ عددهم (48) بنسبة مئوية قدرت بـ 60%، أما المرتبة الخامسة والأخيرة فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل " الفيديوهات " والبالغ عددهم (39) بنسبة مئوية قدرت بـ 48.75% في حين وجدنا أن الرموز البصرية تستخدم للتعرف على ملامح وتعابير الوجه بنسبة متوسطة أتت بالترتيب التالي:

تمثلت المرتبة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم بالبديل " الفيديوهات " وقد بلغ عددهم (32) فردا بنسبة مئوية بلغت 40%، أما المرتبة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل " الصور " والبالغ عددهم (27) بنسبة مئوية قدرت بـ 33.75%، أما المرتبة الثالثة فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل " الرموز التعبيرية " والبالغ عددهم (13) بنسبة مئوية قدرت بـ 16.25%، أما المرتبة الرابعة فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل " البث المباشر " والبالغ عددهم (11) بنسبة مئوية قدرت بـ 13.75%، أما المرتبة الخامسة والأخيرة فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل " الكاميرا " والبالغ عددهم (10) بنسبة مئوية قدرت بـ 12.50%.

في حين وجدنا أن الرموز البصرية تستخدم للتعرف على ملامح وتعابير الوجه بنسبة ضئيلة بالترتيب التالي:

تمثلت المرتبة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم بالبديل " الفيديوهات " وقد بلغ عددهم (9) فردا بنسبة مئوية بلغت 11.25%، أما المرتبة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل " الصور " والبالغ عددهم (5) بنسبة مئوية قدرت بـ 6.25%، أما المرتبة الثالثة فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل " الرموز التعبيرية " والبالغ عددهم (4) بنسبة مئوية قدرت بـ 5%، أما المرتبة الرابعة فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل " البث المباشر " والبالغ عددهم (2) بنسبة مئوية قدرت بـ 2.50%، أما المرتبة الخامسة والأخيرة فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل " الكاميرا " والبالغ عددهم (0) بنسبة مئوية قدرت بـ 0%.

و نفسر ذلك أن كل الرموز البصرية وخاصة الكاميرا والبحث المباشر يرى مستخدمى الفيسبوك أنها تساعده بنسبة كبيرة في التعرف على ملامح وتعابير الشخص المتواصل معه وتشكل له بذلك في واقعه الافتراضي وفي تواصله مع الأفراد الآخرين ما يعرف بالاتصال المواجهي من خلال هذه الرموز البصرية التي تساعد المستخدمين للتعرف على ملامح وتعابير الوجه.

الجدول رقم(25): يوضح إمكانية الاستغناء عن المواجهة في الواقع الحقيقي من خلال استخدام

الرموز البصرية في الفيسبوك.

النسبة	التكرار	من خلال استخدامك للرموز البصرية في الفيس بوك، هل يمكنك الاستغناء عن لقاء ومقابلة الأشخاص المتواصل معهم في الواقع الحقيقي. الاتصال الشخصي او المباشر.
35%	28	نعم
65%	52	لا
100%	80	المجموع

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً (80) فرداً قد انقسمت إلى مجموعتين، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم بالبديل "لا" وقد بلغ عددهم (52) فرداً بنسبة مئوية بلغت 65%، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل "نعم" والبالغ عددهم (28) بنسبة مئوية قدرت بـ 35%.

ونفسر ذلك بأن أغلبية مستخدمي الفيسبوك لا يستطيعون الاستغناء عن مقابلة ولقاء الأشخاص المتواصل معهم في الواقع الحقيقي وأن الرموز البصرية لا تغنيه في الواقع الافتراضي عن الاتصال الشخصي في الواقع الحقيقي بمعنى أن الرموز البصرية تساعده في تجسيد ذلك الواقع ولكن لا تغنيه نهائياً عن المواجهة في الواقع الحقيقي. وهو ما يبرز الأهمية البالغة للاتصال الشخصي في حياة الأشخاص.

الجدول رقم (26): يوضح درجة الاستغناء عن لقاء ومقابلة الأشخاص المتواصل معهم في الواقع الحقيقي.

النسبة	التكرار	إذا كانت إجابتك على نعم، هل الاستغناء عن لقاء ومقابلة الأشخاص المتواصل معهم في الواقع الحقيقي يكون:
32.14%	9	كليا
67.86%	19	نسبيا
100%	28	المجموع

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالا (28) فردا قد انقسمت إلى مجموعتين، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم بالبديل "نسبيا" وقد بلغ عددهم (19) فردا بنسبة مئوية بلغت 67.86%، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل "كليا" والبالغ عددهم (9) بنسبة مئوية قدرت بـ 31.14%. نفسر ذلك أن هناك نسبة قليلة من مستخدمي الفيسبوك من يرى أنه يمكن له الاستغناء عن لقاء ومقابلة الأشخاص المتواصل معهم في الواقع الحقيقي بدرجة نسبية، ذلك لأسباب متعددة كالخوف من مقابلة الأشخاص المتقابل معهم ورفضه مقابلتهم.

الجدول رقم (27): يوضح توقعات مستخدمي الفيسبوك لاستخدام الرمز البصري.

النسبة	التكرار	هل تنوي مستقبلا أن:
62.50%	50	تزيد من استخدام الرمز البصرية
10%	8	تقلل من استخدام الرمز البصرية
26.25%	21	أن تترك استخدام الرمز البصرية كما هي
1.25%	1	أن تتوقف عن استخدام الرمز البصرية
100%	80	المجموع

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالا (80) فردا قد انقسمت إلى أربع مجموعات، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم بالبديل "تزيد من

استخدام الرموز البصرية " وقد بلغ عددهم (50) فردا بنسبة مئوية بلغت 62.50%، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل "أن تترك استخدام الرموز البصرية كما هي" والبالغ عددهم (21) بنسبة مئوية قدرت بـ 26.25%، أما المجموعة الثالثة فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل "تقلل من استخدام الرموز البصرية" والبالغ عددهم (8) بنسبة مئوية قدرت بـ 10%، أما المجموعة الرابعة فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل "أن تتوقف عن استخدام الرموز البصرية" والبالغ عددهم (1) بنسبة مئوية قدرت بـ 1.25%.

ونفسر زيادة مستخدمي الفيسبوك لاستخدام الرموز البصرية دليل على الأهمية البالغة التي تحظى بها الرموز البصرية في عملية التواصل والتفاعل مع الآخرين في الواقع الافتراضي. المحور الرابع: دور استخدام الرموز البصرية في تعويض الغياب الفيزيقي.

الجدول رقم(28): يوضح إمكانية الاستغناء عن الاتصال الشخصي المواجهي.

النسبة	التكرار	هل ترى أنّ الرموز البصرية تغنيك عن الاتصال الشخصي المواجهي (المباشر)؟
37.50%	30	نعم
62.50%	50	لا
100%	80	المجموع

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً (80) فرداً قد انقسمت إلى مجموعتين، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم بالبديل "لا" وقد بلغ عددهم (50) فرداً بنسبة مئوية بلغت 62.50%، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل "نعم" والبالغ عددهم (30) بنسبة مئوية قدرت بـ 37.50%.

يرى مستخدمي مواقع الفيسبوك أنه لا يمكن للرموز البصرية أن تغني عن الاتصال الشخصي المواجهي لأنها تساهم وتساعد في توصيل معنى معين قد تعجز الكلمات عن التعبير عنها وإيصال مشاعر كاملة، وتساعد في تفاعلهم مع الأشخاص المتواصل معهم وذلك أن الاتصال الشخصي المواجهي في الواقع مهم للأشخاص ولا يمكن الاستغناء عنه.

الجدول رقم(29): يوضح الاعتماد على الرموز البصرية في التواصل في حالة الاستغناء عن الاتصال الشخصي المواجهي.

النسبة	التكرار	إذا كانت إجابتك بنعم، فهل تعتمد عليها
26.67%	8	بشكل كلي
73.33%	22	إضافة لنص
100%	30	المجموع

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً (30) فرداً قد انقسمت إلى مجموعتين، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم بالبديل "إضافة لنص" وقد بلغ عددهم (22) فرداً بنسبة مئوية بلغت **73.33%**، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل "بشكل كلي" والبالغ عددهم (8) بنسبة مئوية قدرت بـ **26.67%**.  
نفسر ذلك أن الرموز البصرية لا يمكن الاعتماد عليها بشكل كلي وذلك حسب مستخدمي الفيسبوك الذين يرون إمكانية الاستغناء عن الاتصال الشخصي المواجهي والاعتماد على الرموز البصرية بنسبة كبيرة من خلال إضافتها في النص لتدعيمه بها في حال العجز عن التعبير أو لإيضاح أفكاره ومشاعره وأحاسيسه.

الجدول رقم(30): يوضح أهمية الرموز البصرية.

النسبة	التكرار	هل تعتبر أنّ الرموز البصرية أحسن وأسرع في إيصال الفكرة والمشاعر والأحاسيس؟
75%	60	نعم
25%	20	لا
100%	80	المجموع

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً (80) فرداً قد انقسمت إلى مجموعتين، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم بالبديل "نعم" وقد بلغ

عدددهم (60) فردا بنسبة مئوية بلغت 75%، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل "لا" والبالغ عددهم (20) بنسبة مئوية قدرت بـ 25%.

نفسر ذلك أن مستخدمي الفيسبوك يرون أن الرموز البصرية أحسن وأسرع في إيصال الفكرة والمشاعر والأحاسيس وذلك لأهمية الرموز البصرية المستخدمة في الفيسبوك لدى المستخدمين ولأنها تساهم في توصيل المعنى الذي تعجز كلماته عن الإفصاح عن معناها بوضوح. و أن الرموز البصرية هي الأحسن في إيصال المشاعر الكامنة والأحاسيس.

الجدول رقم(31): يوضح تأثير الرموز البصرية على التواصل في الفيسبوك.

النسبة	التكرار	هل ترى أنّ استخدامك للرموز البصرية أثر على التواصل مع الأفراد المتواصل معهم؟
68.75%	55	بالإيجاب
31.25%	25	بالسلب
100%	80	المجموع

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً (80) فرداً قد انقسمت إلى مجموعتين، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم بالبديل "بالإيجاب" وقد بلغ عددهم (55) فرداً بنسبة مئوية بلغت 68.75%، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل "بالسلب" والبالغ عددهم (25) بنسبة مئوية قدرت بـ 31.25%.

نفسر بأن مستخدمي الفيسبوك يرون أن للرموز البصرية تأثيراً في التواصل مع الأفراد بالإيجاب، وذلك لتجاوبهم مع الرموز البصرية المستخدمة في عملية التواصل من خلال تفاعلهم الإيجابي وفهمهم لمعناها بشكل أفضل وأسرع.

### 2- نتائج الدراسة:

- بعد تطبيق الدراسة الميدانية وتحليل الاستمارة وتوصلنا إلى مجموعة من النتائج وهي أن:
- أغلب أفراد العينة يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي وخاصة موقع الفيسبوك وتعتبر فئة الإناث عن الأكثر استخداما.
  - يستخدم أغلب أفراد العينة الفيسبوك للتواصل مع فئة الأهل والأقارب والأصدقاء وبشكل دائم بين المستخدمين.
  - يعتمد أفراد العينة على المزج بين الرموز اللفظية والرموز غير اللفظية(الرموز البصرية).
  - يستخدم أفراد العينة الرموز البصرية بشكل كبير خاصة الرموز التعبيرية (الإيموجي) وتستخدم بكثرة في المحادثة الفورية(الدردشة).
  - تستخدم الرموز البصرية في التواصل والتفاعل مع مختلف الفئات الاجتماعية وبدرجة استخدام متفاوتة، وذلك لأنها تسهل التعبير عن الفكرة والشعور وتوضيح المعنى، وكذلك لأنها تعكس ملامح وشعور الأشخاص المتواصل معهم.
  - يرى أغلبية أفراد العينة أن الرموز المرسله في التواصل تكون مفهومة لأنها تعبر عن الواقع كما هو وخاصة الرموز التعبيرية، ويعتبرونها أداة تواصلية مناسبة بحيث تساهم في تعويض الغياب الفيزيقي وتجسد الاتصال المواجهي.
  - اغلب أفراد العينة يرون أن الكاميرا والبتش المباشر تساهم وبدرجة كبيرة في التعرف على ملامح وتعابير الشخص المتواصل معه.
  - وتوصلت الدراسة إلى أن اغلب أفراد العينة لا يستطيعون الاستغناء عن المواجهة في الواقع الحقيقي(الاتصال المباشر). لأن الرموز البصرية تساعد المستخدمين في تجسيد الواقع الحقيقي و لكن لا تغني نهائيا عن المواجهة في الواقع الحقيقي و هذا لأهمية الاتصال المواجهي البالغة في حياة الأشخاص.
  - ينوي اغلب أفراد العينة أن يزيدوا مستقبلا من استخدام الرموز البصرية.
  - يعتمد اغلب أفراد العينة على الرموز البصرية في الفيسبوك إضافة للنص لأنها أحسن وأسرع في إيصال الفكرة والمشاعر وبشكل إيجابي.

# الخاتمة



### الخاتمة:

لقد حاولنا من خلال هذه الدراسة تسليط الضوء على الرموز البصرية ومساهمتها في تعويض الغياب الفيزيقي وتجسيد الاتصال المباشر (المواجهي) وكانت دراستنا على مساهمة هذه الرموز في مواقع التواصل الاجتماعي وبالأخص موقع الفيسبوك الذي كان له الأثر البالغ في مجال الاتصال والتواصل باستخدام اللغة اللفظية وغير اللفظية (الرموز البصرية).

ومع التطور الذي نشهده زاد استخدام الرموز البصرية لحاجة المستخدمين لها وبشكل كبير لإثراء الرسائل النصية.

ويمكن القول أن الرموز البصرية لا تعني عن الاتصال الشخصي المباشر (المواجهي) ولكنها تساهم في تعويض الغياب الفيزيقي، لأن جسد المستخدم يكون غائب أثناء عملية التواصل ويتم تعويض ذلك بالرموز البصرية التي بدورها تعبر عن حالته أثناء التواصل وتسهل بذلك التعبير عن الفكرة والمشاعر التي يعجزون عن التعبير عنها بشكل صحيح وإيصالها بشكل أدق، كما أنها تحقق تعويض المواجهة المباشرة مع المتصل وكأنه موجود نعه في الواقع الحقيقي.

# قائمة المراجع

## قائمة المراجع

### المراجع العربية:

#### أ- الكتب:

1. إبراهيم خليل، (2009)، المنهج العلمي وتطبيقاته في العلوم الاجتماعية، ط1، دار الشروق للنشر والتوزيع، عمان.
2. أبو معال، عبد الفتاح، (2006)، أثر وسائل الإعلام على تعليم الأطفال وتثقيفهم، د.ط، دار الشروق، عمان.
3. أحمد عباشي نفين (2008)، ديناميكية العلاقات العامة الداخلية صورة المنشأة آليات إدارة الأزمات، ط1، دار النهضة العربية، القاهرة.
4. أمين رضا عبد الواحد (2007)، الصحافة الإلكترونية، ط.ط، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة.
5. أنجوس موريس، (2008)، منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية، ط2، دار القصبه للنشر والتوزيع، الجزائر.
6. البكري فؤاد، عبد المنعم، (2005)، الاتصال الشخصي في عصر تكنولوجيا الاتصال، ط2، عالم الكتب، القاهرة.
7. الجميلي، خيرى خليل، (1997)، الاتصال ووسائله في المجتمع، ط1، المكتب الجامعي الحديث، الإسكندرية.
8. الجهني، ليلي سعيد سويلم (2018)، تصميم المواد البصرية تقنيات وتطبيقات، ط1، العبيكان الرياض.
9. الطويرقي عبد الله، (1998)، علم الاتصال المعاصر، ط2، العبيكان: الرياض.
10. الطيب عيساني، رحيمة (2008)، مدخل إلى الإعلام والاتصال، ط1، عالم الكتب الحديث، الأردن.
11. المفلح عمر، خضرة (2015)، الاتصال المهارات والنظريات وأسس عامة، ط1، دار الحامد للنشر والتوزيع.
12. السيد حلاوة، محمد، علي عبد العاطي، رجاء (2011)، العلاقة الاجتماعية للشباب بين الانترنت والفيسبوك، دط، دار المعرفة الجامعية، مصر.

13. العلي، صالح(2015)، مهارات التواصل الاجتماعي أسس ومفاهيم وقيم، ط1، دار الحامد للنشر والتوزيع، عمان.
14. الصيرفي، محمد عبد الفتاح حافظ(2002)، البحث العلمي الدليل التطبيقي للباحثين، ط1، دار وائل للنشر، عمان.
15. الشمالية، ماهر عودة وآخرون(2015)، الإعلام الرقمي الجديد، ط1، دار الإعصار العلمي للنشر والتوزيع، عمان.
16. الضلاعين، نصال فلاح وآخرون(2016)، نظريات الاتصال والإعلام الجماهيري، ط1، دار الإعصار العلمي للنشر والتوزيع، عمان.
17. بن إبراهيم الشاعر، عبد الرحمن(2015)، مواقع التواصل الاجتماعي والسلوك الإنساني، ط1، دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان.
18. بن حسن العريشي، جبريل و بنت عبد الرحمان، محمد سلمى(2015)، الشبكات الاجتماعية والقيم رؤية تحليلية، ط1، الدار المنهجية للنشر والتوزيع، عمان.
19. دواير فرانسيس، ومايك مور، دفيد(2015)، الثقافة البصرية والتعليم البصري، ط2، الجمعية الأمريكية الدولية للثقافة البصرية، القاهرة.
20. طلعت محمود، منال(2002)، مدخل إلى علم الاتصال، ط1، المكتب الجامعي، القاهرة.
21. كافي مصطفى يوسف(2015)، الرأي العام ونظريات الاتصال، ط1، دار الحامد للنشر والتوزيع، عمان.
22. يوسف المقدادي، خالد فسان(2011)، ثورة الشبكات الاجتماعية، ط1، دار النفائس للنشر والتوزيع، عمان.
23. ماهر أحمد(2008)، كيف ترفع مهاراتك الإدارية في الاتصال، دط، الدار الجامعية، القاهرة.
24. محمود هتمي، حسين(2015)، العلاقات العامة وشبكات التواصل الاجتماعي، ط1، أسامة للنشر والتوزيع، عمان.
25. مكاوي حسن عماد، وحسين السيد ليلي(1997)، الاتصال ونظرياته المعاصر، ط1، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة.

26. مكايي حسن عماد، حسين السيد ليلي (2004)، الاتصال ونظرياته المعاصرة، ط5، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة.
27. مكايي حسن عناد، وعدلي العبد عاطف (2007)، نظريات الإعلام، ط1، الدار العربية للنشر والتوزيع، القاهرة.
28. مشاقبة بسام عبد الرحمن (2011)، نظريات الاتصال، ط1، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان.
29. مشاركة، تسيير (2008)، مبادئ في الاتصال، دط، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان.
30. نجم طه، عبد العاطي (2015)، مناهج البحث العلمي، ط1، دار الحكمة للنشر والتوزيع، الإسكندرية.
31. نصيف باسم السعدي مؤيد (2016)، الوظيفة الاتصالية لمواقع التواصل الاجتماعي، دراسة في موقع فيسبوك، ط1، دار ألفا للوثائق، الجزائر.
32. عبد الحليم نصار، أيمن (2008)، إعداد البرامج الوثائقية، دط، المناهج للنشر والتوزيع، عمان.
33. عبد الحميد، محمد (2000)، البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، ط1، عالك الكتب، القاهرة.
34. عبيدات محمد وآخرون (1999)، منهجية البحث العلمي القواعد والمراحل والتطبيقات، ط1، دار وائل للطباعة، عمان.
35. علي أبو العلا، محمج (2014)، فن الاتصال بالجماهير بين النظرية والتطبيق، ط1، دار العلم والإيمان للنشر والتوزيع.
36. عليان رجي مصطفى، والطوباشي عدنان محمود (2005)، الاتصال والعلاقات العامة، ط1، دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان.
37. عليان رجي مصطفى، غنيم عثمان محمد (2000)، مناهج وأساليب البحث العلمي، النظرية والتطبيق، ط1، دار الصفاء للنشر والتوزيع، عمان.
38. فهمي، محمد سيد، تكنولوجيا الاتصال في الخدمة الاجتماعية، دط، المكتب الجامعي الحديث، الإسكندرية.
39. صيني، سعيد إسماعيل (1999)، قواعد أساسية في البحث العلمي، ط1، مؤسسة الرسالة، بيروت.

40. قميحة، حسان احمد(2017)، الفيسبوك تحت المجهر، ط1، دار الإعصار العلمي للنشر والتوزيع، عمان.
41. قاسمي، أحمد، وجدادي سليم(2019)، تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على الأمن المجتمعي للدول الخليجية، ط1، المركز الديمقراطي العربي.
42. راضي، وسام فاضل، والتميمي، منهد حميد(2017)، الإعلام الجديد: تحولات اتصالية ورؤى معاصرة، ط1، دار الكتاب الجامعي، لبنان.
43. رضوان محمود عبد الفتاح(2012)، الاتصال اللفظي، وغير اللفظي، ط1، المجموعة العربية للتدريب والنشر، القاهرة.
44. شفيق، حسين(2018)، صحافة الفايسبوك، دط، دار فكر وفن، القاهرة.
45. خليل شقرة، علي(2014)، الإعلام الجديد: شبكات التواصل الاجتماعي، ط1، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان.
46. تمار يوسف(2017)، تحليل المحتوى للباحثين والطلبة، ط1، طاكسين، كوم للدراسات والنشر، الجزائر.
- ب- المعاجم والقواميس:
47. حجاب، منير(2004)، المعجم الإعلامي، ط1، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة.
- ج- المجالات العلمية:
48. أحمد خليفة، علاء الدين(2016)، "استخدام الشباب الجامعي لمواقع التواصل الاجتماعي"، مجلة الجامعة العراقية: المجلد36، العدد 6/3.
49. أحمد، دعاء سعيد"خصائص البيئة الفيزيائية للروضة في ضوء متطلبات النمو لدى الأطفال"، مجلة الطفولة العربية: العدد التاسع والستون.
50. العيفة جمال(2014)، "الاتصال الشخصي في عصر شبكات التواصل الاجتماعي ضرورة اجتماعية في عالم متغير"، مجلة علوم الإنسان والمجتمع: العدد10.
51. بيمون كلثوم(2016)، "السياقات الثقافية الموجهة للهوية الرقمية في ضوء تحديات للمجتمع الشبكي بين التداول الافتراضي إلى الممارسة الواقعية"، مجلة إضافات: العدد33-34.

52. دراجي ابتسام(2017)، "شبكات التواصل الاجتماعي فضاء افتراضي للتواصل الالكتروني"، مجلة الرسالة للدراسات الإعلامية: المجلد الأول، العدد الأول والثاني.

53. دراجي ابتسام(2017)، "آليات وأشكال التفاعل الاجتماعي عبر الشبكات الالكترونية الاجتماعية"، مجلة العلوم الإنسانية، مجلد، العدد47.

54. منصر خالد(2015)، "الاتصال الشخصي في ظل الإعلام الجديد"، مجلة جيل العلوم الإنسانية والاجتماعية: العدد12.

#### د- المذكرات:

55. حمادية سارة(2015)، "الطفل الجزائري وشبكات التواصل الاجتماعي"، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة العربي بن مهيدي، أم البواقي - الجزائر.

56. مهند عبد الرزاق، رأفت(2013)، "دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الوعي السياسي"، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة البترا الأردنية، الأردن.

#### هـ- المواقع الالكترونية:

57. أحمد علي، علاء(2019)، "كيفية عمل فيديو"، <http://www.wawdoo3.com>.

58. الطيطي، محمد(2017)، "إنترنت وتصميم الوسائط التعليمية"، <http://www.books.google.dz>.

59. الجفيري، محمد(2017)، "التعامل مع وسائل التواصل الاجتماعي"

<http://www.goodreads.com>

60. العريفي، فيصل(2018)، "تكنولوجيا الواقع المعزز وأثرها على تنمية الثقافة البصرية لدى طلاب المرحلة الابتدائية"، <http://www.mawdoo3.com>.

61. الشوابكة، مراد(2018)، "ما أهمية الفيسبوك"، <http://www.mawdoo3.com>.

62. زعرور، معاوية(2020)، "ما هي وسائل التواصل الاجتماعي وأهميتها وأشهرها"، <http://www.arageek.com>

63. محمود، ضياء(2020)، "فيسبوك تكشف عن أكثر الرموز التعبيرية استخداما بمناسبة اليوم العالمي الایموجي"، <http://www.tech.wd.com>
64. خليفة، إيهاب(2000)، "ملامح التحول نحو الجيل الجديد للشبكات الاجتماعي"، <http://www.futur euae.com>
65. خلف، مي(2011)، "الاتصال الشخصي تعريف وخصائص"، <http://www.nok6a.net>
66. قاموس المعاني الجامع، <http://www.almaany.com>
67. د. م(2010)، "الثقافة البصرية"، <http://www.adutech.blogspot.com>
68. د. م(2010)، "تواصل غير كلامي"، <http://www.wikipedia.com>
69. د. م(2010)، "ما أهمية وفائد الفيسبوك"، <http://www.wiki.kololk.com>
70. د. م(2010)، "أهمية مواقع التواصل الاجتماعي"، <http://www.mhturayat.com>

# الملاحق



جامعة المسيلة

كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية

قسم علوم الإعلام والاتصال

تخصص اتصال وعلاقات عامة

استمارة استبيان

**الرموز البصرية المستخدمة في تعويض الغياب  
الفيزيقي لمستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي  
- الفيس بوك أنموذجا -**

**دراسة ميدانية على عينة من المستخدمين بمدينة المسيلة**

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

إشراف الأستاذة:

- حمديني ابتسام

إعداد الطالبة:

- ديلمي دلال

الموسم الجامعي: 2019 - 2020

بيانات شخصية:

الجنس:

أنثى

ذكر

السن:

أكثر من 28

من 18 إلى 28

أقل من 18 سنة

المستوى التعليمي:

- ابتدائي

- متوسط

- ثانوي

- جامعي

المحور الأول: عادات وأنماط استخدام الرموز البصرية في الفيس بوك

1- هل تستخدم مواقع التواصل الاجتماعي؟ نعم  لا

2- إذا كانت إجابتك بنعم، فما هي أهم المواقع التي تستخدمها؟

-  الفيس بوك

-  اليوتيوب

-  التويتر

-  أنستغرام

-  أخرى أذكرها: .....

3- في حالة الإجابة على الفيس بوك، فيما تستخدمه؟

-  التسلية والترفيه

-  إشباع الفضول

-  التواصل والتفاعل مع الآخرين

-  الحصول على الأخبار والمعلومات

-  أخرى أذكرها: .....

4- بالنسبة لوظيفة التواصل والتفاعل مع الآخرين. هل تتواصل وتتفاعل مع الآخرين:

دائماً  أحياناً  نادراً

5- ما هي أهم الفئات الاجتماعية التي تتواصل وتتفاعل معها في الفيس بوك:

الأهل والأقارب  الأصدقاء  زملاء العمل  زملاء الدراسة

6- ما هي اللّغة التواصلية التي تستخدمها في الفيس بوك للتواصل والتفاعل مع الآخرين؟

-  الرموز اللفظية (حروف)

-  الرموز غير اللفظية \_ البصرية \_

-  المزج بينهما

7- بالنسبة للرموز البصرية هل تستخدمها :

-  دائما

-  أحيانا

-  نادرا

8- ما طبيعة الرموز البصرية التي تستخدمها؟

-  الرموز التعبيرية \_ الايموجي

-  البث المباشر

-  الصور

-  الفيديوهات

-  الكاميرا

9- متى تستخدم الرموز البصرية؟

-  أثناء المحادثة الفورية (الردشة)

-  في الرسائل

-  في الخاص

-  في التعليق

-  مع المنشورات

-  أخرى أذكرها: .....

10- ماهي الرموز البصرية التي تستخدمها ودرجة استخدامك لها في تواصلك مع الفئات

الاجتماعية في الفيسبوك؟

\* ملاحظة: اختر الرمز البصري ودرجة استخدامك له.

درجة استخدام الرموز البصرية			الرموز البصرية المستخدمة					
كبيرة	متوسطة	ضعيفة	الكاميرا	الفيديو	الصور	البث المباشر	الرموز التعبيرية	
								الأهل والأقارب
								الأصدقاء
								زملاء الدراسة
								زملاء العمل

11- ما هي الرموز البصرية التي تستخدمها ودرجة إستخدامك لها في تفاعلك مع الآخرين

في الفيسبوك؟

\* ملاحظة: اختر الرمز البصري ودرجة استخدامك له.

درجة استخدام الرموز البصرية			الرموز البصرية المستخدمة					
كبيرة	متوسطة	ضعيفة	الكاميرا	الفيديو	الصور	البث المباشر	الرموز التعبيرية	
								الدردشة
								الرسائل
								الخاص
								التعليق
								المنشورات

## المحور الثاني: دوافع استخدام الرموز البصرية في الفيس بوك

1- ما هي أسباب استخدامك للرموز البصرية في الفيس بوك؟

- لاختصار الجهد

- سهولة التعبير عن الفكرة والشعور وتوضيح المعاني

- لبساطتها وجاذبيتها

- تعكس ملامح وشعور الآخرين المتواصل معهم

- تكسر حالة الملل الناتجة عن كثرة التواصل

- أخرى أذكرها: .....

2- ما هي الحاجات التي تحققها لك الرموز البصرية؟

- التعبير عن كل ما تحس به

- تعويض المواجهة المباشرة مع المتصل معه

- التفاعل مع الآخرين

- أخرى أذكرها: .....

3- عند إرسالك أي رمز بصري للشخص المتواصل معه هل يفهم معناه؟

- نعم

- لا

4- إذا كانت إجابتك بنعم، فهل هذا راجع إلى:

- وضوحها

- تعبر عن الواقع كما هو

5- إذا كانت إجابتك بلا، فهل هذا راجع إلى:

-  عدم اختيارك للرمز البصري المناسب

-  عدم فهمك أنت للرمز الذي أرسلته

المحور الثالث: أهداف استخدام الرموز البصرية في الفيس بوك؟

1- هل ترى أنّ استخدام الرموز البصرية أداة تواصلية مناسبة؟

-  نعم

-  لا

2- في حالة إجابتك بنعم، فما هي الإشباعات التواصلية المحققة؟

-  تجسيد المعاني والأفكار والمشاعر

-  تعويض الغياب الفيزيقي، تجسيد الاتصال وجها لوجه بالشخص - المتواصل معه -

الاتصال المباشر

-  أخرى أذكرها: .....

3- إذا كانت إجابتك على تعويض الغياب الفيزيقي من خلال تجسيد الاتصال المباشر:

-  هل ترى أن هذه الرموز البصرية ساهمت في حضور الأشخاص المتواصلين

-  نسبة كبيرة

-  نسبة متوسطة

-  نسبة ضئيلة

4- من بين الرموز البصرية التالية ، ما هي درجة تمثيلها لواقعك الحقيقي .

تمثل الواقع بدرجة ضئيلة	تمثل الواقع بدرجة متوسطة	تمثل الواقع بدرجة كبيرة	
			الرموز التعبيرية الاموجي
			البت المباشر
			الصور
			الفيديوهات
			الكاميرا

5- من خلال استخدامك للرموز البصرية ، هل تساعدك على التعرف على ملامح وتعابير

الشخص المتواصل معه: نسبة كبيرة  نسبة متوسطة  نسبة ضئيلة

التعرف على ملامح وتعابير الوجه نسبة ضئيلة	التعرف على ملامح وتعابير الوجه نسبة متوسطة	التعرف على ملامح وتعابير الوجه نسبة كبيرة	
			الرموز التعبيرية
			البت المباشر
			الصور
			الفيديوهات
			الكاميرا

6- من خلال استخدامك للرموز البصرية في الفيس بوك، هل يمكنك الاستغناء عن لقاء ومقابلة

الأشخاص المتواصل معهم في الواقع الحقيقي . الاتصال الشخصي أو المباشر .

- نعم  لا

7- إذا كانت إجابتك على نعم، هل الاستغناء عن لقاء ومقابلة الأشخاص المتواصل معهم في

الواقع الحقيقي يكون: كليا  نسبيا

8- هل تنوي مستقبلا أن:

-  تزيد من استخدام الرموز البصرية

-  تقلل من استخدام الرموز البصرية

-  أن تترك استخدام الرموز البصرية كما هي

-  أن تتوق عن استخدام الرموز البصرية

المحور الرابع: دور استخدام الرموز البصرية في تعويض الغياب الفيزيقي

1- هل ترى أنّ الرموز البصرية تغنيك عن الاتصال الشّخصي المواجهي (المباشر)؟

-  نعم

-  لا

2- إذا كانت إجابتك بنعم، فهل تعتمد عليها

-  بشكل كلي

-  إضافة لنص

3- هل تعتبر أنّ الرموز البصرية أحسن وأسرع في إيصال الفكرة والمشاعر والأحاسيس؟

-  نعم

-  لا

4- هل ترى أنّ استخدامك للرموز البصرية أثر على التواصل مع الأفراد المتواصل معهم؟

-  بالإيجاب

-  بالسلب