



كلية العلوم
الإنسانية والاجتماعية
FACULTY OF HUMANITIES
AND SOCIAL SCIENCES

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



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

مواقع التواصل الاجتماعي والإيموجي

دراسة تحليلية سيميولوجية لعينة من الإيموجي على موقع الفيسبوك

مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال

تخصص: سمعي بصري

إشراف الأستاذة:
فاطمة الزهراء تيميزار.

إعداد الطلبة:
بن ميمونة زهوة.
خوضري صابر.

السنة الجامعية: 2021 / 2022

شكر وعرهان

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

نتقدم بخالص التقدير والشكر للأستاذة "تيمزار فاطمة الزهراء" التي أشرفت على
مذكرتنا والتي أمدت لنا يد العون ولم تبخل علينا بتوجيهاتها ونصائحها القيمة.

ولا يفوتنا أن نتقدم بالشكر لكل الأساتذة الذين درسونا طوال مشوارنا الدراسي.

وكل من ساعدنا من قريب أو من بعيد.

الإهداء

أهدي هذه المذكرة إلى التي بحنانها ارتويت وبدفئها احتमित وبنورها اهتديت وبعصرها اقتديت
ولحقتها ما وفيت، إلى من يشتهي اللسان نطقها وترفرف العين من وحشتها، إلى من سهرت
الليالي لتنير دربي، إلى من تشاركني أفراحي وأحزاني إلى نبع العطف والحنان، إلى أجمل ابتسامة في
حياتي والتي كانت دائما تتمنى رؤيتي أحقق هذا النجاح: أمي الغالية.

إلى من علمني أن الدنيا كفاح وسلاحها العلم والمعرفة، إلى درعي الذي به احتमित، وفي الحياة
به اقتديت، والذي شق لي بحر العلم والتعلم، إلى من حترقت شموعه ليضيء درب النجاح وكبرة
عمري وصدر أماني وكبريائي وكرامتي: أبي الغالي.

إلى من يذكرهم القلب قبل أن يكتب القلم، إلى من قاسموني حلو الحياة ومرها، تحت سقف واحد
أخوتي: عبد الحق، فارس، مولود، فوزي.

أخواتي: فهيمة، نجاة، فيروز.

إلى كل من يحمل لقب بن ميمونة وإلى خالي قرة عيني.

إلى كل الكتاكيت: أحمد، محمد، روميساء، رمزي، سراج، عبد الحفيظ، ميساء، غفران،
فتيحة، يونس، رسيل.

إلى كل زوجات إخوتي: مليكة، حياة، مروة.

إلى كل صديقاتي: فاطمة الزهراء جبابلة، نسرين بن أحسن، لمياء بيبصار، بريزة سواعديّة، ربيعة
لعراية، سعاد نجمة، السعدية لطرش.

إهداء

إلى الينبوع الذي لا يمل العطاء إلى من حاكت سعادتي بخيوط منسوجة من قلبها إلى والدتي العزيزة.

إلى من سعى وشقي لأنعم بالراحة والهناء الذي لم يبخل بشيء من أجل دفعي في طريق النجاح الذي علمني أن أرتقي سلم الحياة بحكمة وصبر إلى الروح الطاهرة والذي العزيز. إلى من حبهم يجري في عروقي ويلهج بذكراهم فؤادي إلى إخوتي خالد، عبد النور، عبد السلام إلى من رافقني ساندني طيلة مشواري أخي الاستاذ رشيد

إلى حبيبي وروحي سولاف اختي العزيزة

إلى درعي الذي به احتميت، و في الحياة به اقتديت، إلى أعز إنسانة صورية كنت في زوجة أخي الأكبر

إلى من سرنا سوياً ونحن نشق الطريق معاً نحو النجاح والإبداع إلى من تكاتفنا يدا بيد ونحن نقطف زهرة تعلمنا إلى أصدقائي.. صديقاتي..، زملائه.. وزميلاتي...

بلال، زهوة، ياسمين، فاطمة الزهراء..

إلى درع الانسانية، صديقي وأخي ابراهيم بن سيف رئيس الهلال الاحمر الجزائري برج بوعريبيج إلى من علموني حروفاً من ذهب وكلمات من درر وعبارات من أسمى وأجلى عبارات في العلم إلى من صاعوا لي من علمهم حروفاً ومن فكرهم منارة تثير لنا مسيرة العلم والنجاح إلى أساتذتي الكرام فطيمة تيميزار، جورديخ مليكة.

أهدي هذا العمل المتواضع راجياً من المولى عز وجل أن يجد القبول والنجاح.

صابر خوضري.

قائمة المحتويات

شكر وتقدير

إهداء

ملخص الدراسة

قائمة المحتويات

أ	مقدمة:
2	الفصل الأول: الإطار المنهجي للدراسة
3	1-الإشكالية:
3	2-أسباب اختيار الموضوع:
4	3-أهداف الدراسة:
4	4-أهمية الدراسة:
4	5-منهج البحث:
5	6-مجتمع البحث وعينة الدراسة:
6	7-تحديد المفاهيم والمصطلحات:
10	8-الدراسات السابقة:
13	الفصل الثاني: الإطار النظري للدراسة
14	مواقع التواصل الاجتماعي:
14	تمهيد:
14	1-تعريف
14	2-نشأة وتطور مواقع التواصل الاجتماعي:
15	3-أبرز مواقع التواصل الاجتماعي الشهيرة:
15	4-خصائص شبكات التواصل الاجتماعي:
17	الفيس بوك:
17	تمهيد:
17	1-تعريف موقع الفيس بوك:
17	2-نشأة موقع الفيسبوك:
18	3-خصائص موقع الفيس بوك:
19	4-إيجابيات ومزايا الفيسبوك:
20	5-سليبيات استخدام فيس بوك:

22	الإيموجي:
22	تمهيد:
22	1- مفهوم الإيموجي:
22	2- تاريخ نشأة الإيموجي:
23	3- وظائف الإيموجي:
25	4- سلبيات استخدام الإيموجي:
25	5- مزايا استخدام الإيموجي:
27	اللون ودلالاته:
27	تمهيد:
27	1- تعريف اللون:
28	2- تصنيف اللون:
28	3- تقسيمات الألوان:
29	4- معاني ودلالة الألوان:
30	5- رمزية الألوان:
32	الفصل الثالث: الجانب التطبيقي للدراسة.
33	1- التحليل السيميولوجي لعينة من الإيموجي على موقع الفيس بوك:
68	2- النتائج العامة للدراسة:
71	خاتمة:
73	قائمة المراجع:

مقدمة:

إن الإنسان اجتماعي بطبعه فهو لا يستطيع العيش بمعزل عن غيره، لذا فهو يحتاج للاتصال حتى يتمكن من التكيف والتعايش مع الآخرين وعليه فقط استخدام اللغة باعتبارها أقدم وأهم وسيلة للتواصل بين البشر وهذا بغية التعبير عن احتياجاته، وقد تطورت اللغة عبر العصور مع تطور المجتمعات الإنسانية واتخذت عدة أشكال، بداية من الإشارات والرموز والرسوم عند إنسان العصر الحجري، واليوم وبعد التطور الكبير الذي شهدته البيئة الإعلامية الرقمية ظهرت لغة جديدة تسمى الإيموجي وهي اللغة المثيرة والمستخدمة في مواقع لتواصل الاجتماعي، تحاول شرح ونقل المشاعر والأحاسيس التي يصعب التعبير عنها.

وتعتبر هذه الرموز أفضل طريقة لفهم ما يفكر به الشخص أو ما يحاول نقله للطرف الآخر من المحادثة دون أن يحدث لبس في فهم المشاعر والكلام.

وتحمل هذه الإيموجي عدة معاني ودلالات ضمنية لا بد من فهمها من أجل أن لا يحصل خطأ في فهمها وتأويلها. هذا ما دفعنا للقيام بهذه الدراسة، فقد جاءت لرصد وتحليل المعاني الضمنية التي تحملها الإيموجي عبر موقع الفيس بوك.

وقد ارتأينا تقسيم هذه الدراسة إلى ثلاث فصول، الفصل الأول الإطار المنهجي وتناولنا فيه الإشكالية والتساؤلات وأسباب اختيار الموضوع، أهداف وأهمية الدراسة، نوع الدراسة ومنهجها، مجتمع البحث والعينة المختارة، تحديد المفاهيم والمصطلحات والدراسات السابقة.

أما الفصل الثاني الإطار النظري تناولنا فيه مواقع التواصل الاجتماعي، والإيموجي والفيس بوك والألوان ودلالاتها.

أما الفصل الثالث الإطار التطبيقي قمنا بتحليل عينة من الإيموجي المستخدمة في الفيس بوك تحليلًا سيميولوجيًا بالاعتماد على مقارنة رولان بارث.

الفصل الأول

الإطار المنهجي للدراسة

1-الإشكالية:

لقد أحدثت التطورات التكنولوجية الحديثة قفزة نوعية في عالم الاتصال، خاصة بعد انتشار شبكة الانترنت التي جعلت العالم قرية كونية، تنتقل فيه المعلومات عبر جميع أنحاء الكرة الأرضية، حيث تعتبر الانترنت من بين أكثر مظاهر تكنولوجيا الاتصال الحديثة تجليا، فقد نجحت إلى حد كبير في فتح فرص جديدة أمام الأفراد للتفاعل والتواصل ونقل اهتماماتهم وآرائهم من خلال إقامة علاقات افتراضية، وهذا مع ظهور شبكات التواصل الاجتماعي التي كانت في بدايتها تعتمد على العلاقات الفردية بين الفرد والشبكة من نقل ملفات وإرسال بيانات.

وقد أصبحت مواقع التواصل الاجتماعي وسيلة فعالة للتواصل الاجتماعي حيث تمكن الربط بين الأصدقاء والأقارب والزملاء، بل وتساعد في التعارف والتواصل مع أفراد المجتمعات متباينة، ولعل أهم هذه المواقع انتشارا واستخداما الفيسبوك ويعتبر الفيسبوك موقعا مهما للتواصل لما يتميز به من مزايا وخدمات واستمالات للأفراد حيث هذا الأخير أتاح إمكانية التواصل وتبادل الأفكار والآراء والمواقف بين شخصين أو مجموعة من الأشخاص المتباعدين جغرافيا وذلك بأقل تكلفة وهذا التفاعل والتواصل يتم عن طريق لغة أو شفرات ورموز ومن بين هذه الرموز الإيموجي وهي شفرات وأيقونات تستعمل لإيصال المعنى أو للتعبير عن المشاعر والأحاسيس التي نمر بها في تلك اللحظات، والواقع أن الكثير منا يستخدمها ولا يعرف معانيها الخفية وهذا ما قادنا إلى الإشكال التالي: ما هي الدلالات التي يحملها الإيموجي على موقع الفيسبوك؟

وللإجابة عن هذه الإشكالية، فقد تم طرح مجموعة من التساؤلات التي تمثل ركائز أساسية للإشكالية وهي:

- 1- ما هي الدلالات والمعاني التي يحملها الإيموجي؟
- 2- هل الدلالة الشكلية للإيموجي توافق الدلالة الضمنية له؟
- 3- ما هي دلالة توظيف اللون الصفر في الإيموجي؟
- 4- هل نجح الإيموجي في توصيل المشاعر الحقيقية عبر الفيسبوك؟

2-أسباب اختيار الموضوع:

هناك أسباب ذاتية وأخرى موضوعية دفعتنا لإنجاز هذه الدراسة.

الأسباب الذاتية:

- الاهتمام بالبحث السيميولوجي الذي يهتم بتحليل هذا النوع من المعاني والدلالات والرسائل.
- الاهتمام بتحليل الصورة الثابتة وبالأخص الإيموجي كصور ثابتة موجودة على مواقع التواصل الاجتماعي.

- الرغبة في شق الطريق والتخصص في السيميولوجيا كحقل جديد وخصب بالدراسات.
- الرغبة في كشف ومعرفة معاني ودلالات الإيموجي.
- انجذابنا واهتمامنا لشخصي بالموضوع وبالتالي كانت إرادتنا تسليط الضوء على تحليل الإيموجي وفهم معانيها الضمنية.

الأسباب الموضوعية:

- بداية الاهتمام بتحليل هذه الأيقونات وفهم معانيها هو الشيء الذي لم يكن من قبل.
- الاستخدام المتكرر والمستمر لها خلق لدينا تساؤلات ودافعية للبحث وفهم معانيها ودلالاتها.
- محاولة إثراء المكتبة بمثل هذه الدراسات.
- الوقوف بشكل علمي على الوظيفة التي تؤديها الإيموجي على موقع الفيس بوك.

3-أهداف الدراسة:

- إن الهدف الرئيس الذي تطمح إليه هذه الدراسة، هو الوصول إلى استخلاص وكشف المعاني الضمنية والخفية للأيقونات أو الإيموجي المستخدمة على موقع الفيسبوك.
- التطرق إلى مختلف الأبعاد الضمنية ومعاني الإيموجي.
- محاولة فهم دلالة توظيف اللون الأصفر بكثرة في الإيموجي.
- الكشف عن مدى تطابق الدلالة الشكلية للإيموجي مع الدلالة الضمنية.

4-أهمية الدراسة:

دراستنا تحظى بأهمية بالغة وذلك لأنها تعنى بجانب هام وهو مسألة الكلام والجانب الشكلي بالمضمون يعني العلامة الموجودة بين شكل الإيموجي ومضمونه الحقيقي بحيث يوجد خلط كبير في توظيف وفهم هذه الرموز ومعانيها.

كذلك تكمن أهمية دراستنا في محاولة فهم المعاني الحقيقية والخفية والدلالات الضمنية لهذه الأيقونات المستخدمة بكثرة من طرف متداولي مواقع التواصل الاجتماعي (موقع الفيسبوك).

5-منهج البحث:

كل بحث علمي يقوم على منهج معين يسير عليه، ويحدد نتائجه على النحو الذي يسمح بالإجابة على الإشكالية والتساؤلات المطروحة، لهذا الغرض يتعين على الباحث العلمي الاعتماد والالتزام بمجموعة من القواعد التي تحدد مسار بحثه ودراسته "المنهج عبارة عن أسلوب من أساليب التنظيم الفعالة لمجموعة من الأفكار المتنوعة

والهادفة للكشف عن حقيقة تشكل هذه الظاهرة أو تلك". (مُجَّد عبيدات، مُجَّد أبو نصار وآخرون، 1999، ص 35)

ويعرفه عبد الرحمان بدوي "على أنه الطريق المؤدي إلى الكشف عن الحقيقة في العلوم، بواسطة طائفة من القواعد العامة، تهيمن على سير العقل، وتحدد عملياته حتى يصل إلى نتيجة معلومة". (عبد الرحمان بدوي، 1977، ص 05)

وفي سبيل الإجابة على الإشكالية المطروحة وبالنظر إلى طبيعة الدراسة التي تتمثل في تحليل الإيموجي والبحث في معانيها الضمنية فإننا نرى أن أنسب طريقة لذلك هي مقارنة التحليل السيميولوجي وذلك للوقوف على المعاني الضمنية والدلالات الباطنية للرسائل التي تتضمنها هذه الأيقونات التعبيرية محل الدراسة. ومنهج التحليل السيميولوجي حسب لويس هاميسلاف Louis Hyemslew على أنه "مجموعة التقنيات والخطوات المستخدمة لوصف وتحليل شيء باعتبار دلالته في حد ذاته وإقامة علاقات مع أطراف أخرى".

والتحليل السيميولوجي حسب الناقد الفرنسي رولان بارت "شكل من أشكال البحث الدقيق في المستويات العميقة للرسائل الإعلامية والألسنية بحيث يلتزم الباحث الحياد نحو الرسالة والوقوف على الجوانب السيكولوجية والاجتماعية والثقافية التي من شأنها المساعدة في تدعيم التحليل". (Judith LAZAR, 1991, p 138)

وبناء على ما تقدم فإن أنسب طريقة ومقاربة لدراستنا هذه هي إتباع مقاربة رولان بات والتي تقوم على بحث المعنى على مستويين المستوى التعييني والمستوى التضميني.

فالتعيني هو القراءة السطحية الحرفية الأولى التي تعد الدلالة البديهية، وتخص العلاقة القائمة بين الدال والمدلول. أما التضميني فهو القراءة الثانية التي تعتمد على الثقافة الخاصة بالمستقبل والقدرة على قراءة ما وراء الصورة واستكشاف دلالتها، أي العلاقة التي تربط الدال بالمدلول بالمحيط الخارجي، أي يرتبط بالنظام الاجتماعي وبالسياق السوسيو ثقافي". (joly Marine, 1994, p 71, 72)

6-مجتمع البحث وعينة الدراسة:

يعرف مجتمع البحث على أنه المجموعة الكلية من العناصر التي يسعى الباحث إلى أن يعمم عليها النتائج ذات العلاقة بالمشكلة المدروسة ويعرف أيضا على أنه جميع المفردات أو الأشياء التي يريد معرفة الحقائق عنها، وقد تكون أعداد كما هو الحال في حالة تقديم مضمون وسائل الإعلام، وفي حالة دراسة الرأي العام.

-العينة: تعرف بأنها "جزء من المجتمع الذي يجري عليه الدراسة يختارها الباحث لإجراء دراسته وفق قواعد خاصة كي تمثل المجتمع تمثيلا صحيحا". (رحيم يونس كرو والعزاوي، 2008، ص 161)

وتعرف أيضا بأنها "ذلك الجزء المختار من المجتمع الكلي، وتكون ممثلة لهذا المجتمع، ويشترط في العينة أن تكون فيها جميع صفات الأصل الذي اشتقت منها في جوانبها المختلفة وطبقا لطبيعة الموضوع المدروس". (مُحَمَّد عبيدات، مُحَمَّد أبو نصار وآخرون، 1999، ص 84)

ولأن موضوع دراستنا هو مواقع التواصل الاجتماعي والإيموجي، فإن مجتمع بحثنا بديها هو جميع الإيموجي المستخدمة على موقع الفيسبوك، وأنسب طريقة لاختيار عينة من مجتمع البحث هذا هو العينة القصدية أو العمدية وهي "العينة التي يتم اختيار أفرادها بشكل مقصود من طرف الباحث، نظرا لتوفر بعض الخصائص في أولئك الأفراد دون غيرهم ولكون تلك الخصائص هي من الأمور الهامة بالنسبة للدراسة". (مُحَمَّد عبيدات، مُحَمَّد أبو نصار وآخرون، 1999، ص 96)

وقد تم اختيار 35 أيقونة (إيموجي) لتحليلها تحليلا سيميولوجيا.

7-تحديد المفاهيم والمصطلحات:

المفاهيم والمصطلحات:

إن كل بحث يشترط استعمال مفاهيم يمكن اتباعها طوال البحث وبالتالي اخترنا مجموعة من المفاهيم التي تعتبر كركيزة لبحثنا والتي حاولت تعريفها من أجل تسهيل البحث، ويعرف المفهوم بأنه "مجموعة من الرموز التي يستخدمها الفرد لتوصيل ما يريده في اللغة". (أحمد بدر، 1986، ص 37)

إن لكل موضوع علمي مفاهيمه المميزة والخاصة التي من خلالها يستطيع الباحث نقل هذه المعلومات للأفراد ويجب على فئة المفاهيم أن تكون مفهومة ومفيدة ودقيقة.

في تحديد المفاهيم لابد من مراعاة الدقة والوضوح، لأن المفاهيم هي الرسائل الرمزية التي يعتمد عليها الباحث في التعبير عن المعاني والأفكار بغية توصيلها للآخرين.

1- مفهوم مواقع التواصل الاجتماعي:

لغة: هي مجموع الشبكات وتعني ببساطة وسيلة تؤمن الاتصال ما بين أجهزة الحاسبات الآلية ويتم من خلالها استخدام الموارد والملحقات المشتركة فيما بينها. (خديجة زيتوني، فاطمة الزهراء حدباوي، 2017/2016، ص 17)

وقد ورد في معجم منير حجاب أن الشبكة هي مجموعة من العناصر الكهربائية أو الأفراد أو المؤسسات أو الحواسيب والكل تعمل من أجل تحقيق غاية معينة. (مُحَمَّد منير حجاب، 1997، ص 301)

اصطلاحاً: يشرحها سعد البطولي في كتابه (التسويق السياحي): هي مواقع ويب "Web" أنشأت بغرض جمع المستخدمين والأصدقاء العمل، الدراسة ومشاركة الأنشطة والاهتمامات والبحث عن تكوين صداقات واهتمامات وأنشطة جديدة، كما تقدم مجموعة من الخدمات للمستخدمين كمشاركة الملفات والمحادثات الفورية والبريد الإلكتروني ومقاطع فيديو والتدوين. (مسعد سلمان المشهداني، فراس حمود العبيدي، ص 83، 84) تعرفها هبة مُحمد خليفة: شبكة مواقع فعالة جدا في تسهيل الحياة الاجتماعية بين مجموعة من المعارف والأصدقاء كما تمكن الأصدقاء القدامى من الاتصال بعضهم البعض وبعد سنوات طوال وتمكنهم أيضا من التواصل المرئي والصوتي وتبادل الصور وغيرها من الإمكانيات التي توطد العلاقة الاجتماعية بينهم. (علي خليل شقرة، 2014، ص 59)

عرفها فايز الشهري: منظومة الشبكات الإلكترونية عبر الانترنت تتيح للمستخدم فيه إنشاء موقع خاص به ومن ثم ربطه من خلال نظام اجتماعي إلكتروني مع أعضاء آخرين لديهم نفس الاهتمامات والهوايات أو جمعه مع أصدقاء الجامعة أو الثانوية أو غير ذلك. (جمال سند السويدي، وسائل التواصل الاجتماعي ودورها في التحولات المستقبلية من القبيلة إلى الفيسبوك)

ويمكن استخلاص تعريف لها من مجمل هذه التعاريف: بأنها مواقع "websites" أو تطبيقات أخرى "application" مخصصة لإتاحة القدرة للمستخدمين للتواصل فيما بينهم من خلال وضع معلومات، تعليقات ورسائل وصور الخ. (مسعد سلمان المشهداني، فراس حمود العبيدي، ص 83-84)

التعريف الإجرائي لمواقع التواصل الاجتماعي: هي مواقع للدردشة وتفريغ الشحن العاطفية، كما إنها منبر مهم في توجهات الشباب، إذ أصبحوا يتبادلون وجهات النظر الثقافية والسياسية والأدبية عبر هاته المواقع ومجال للتعارف وتبادل الخبرات والقيم.

2- الإيموجي:

لغة: عين قاموس "Oxford" الإنجليزي كلمة إيموجي ككلمة سنة 2015 حيث لاحظ القائمون على قاموس "Oxford" زيادة في استخدام كلمة إيموجي في سنة 2015 وأدركوا تأثير هذه الكلمة على الثقافة الشعبية. الإيموجي هو مصطلح ياباني في الأصل ويعني الصور الرمزية أو الوجوه الضاحكة المستخدمة في الرسائل الإلكترونية.

أصل الكلمة مشتق من مقطعين "E" وتعني الصورة والثاني "Moji" وتعني طرف أو رمز وينطق باليابانية "EMODZI".

1. اصطلاحاً: هي عبارة عن رموز تعبيرية تمثل مجموعة من وجوه صغيرة صفراء غالباً، هذه الرموز تظهر طيفاً واسعاً من التعبيرات عن المشاعر، كما أنها استمرت تدريجياً كي لا تقف عند الأوجه بل أصبحت تشمل عدداً من الحيوانات والنباتات والرموز والأنشطة وغيرها. (رمزي جاب الله، <https://www.hamassa.com/>، 2022/02/20، الساعة 20:00، ص ص 3، 4)

يعرفها بن دور ايفيان: هي رموز لإيصال معاني قائمة بذاتها، بما يشمل الأفكار والمشاعر والأشياء، وهي ليست سهلة لجعلها واحدة مع الأخرى بهدف تشكيل جملة. (جريدة القدس، 2019/12/23، ص 01)

من خلال التعريف السابقة نستنتج أن الإيموجي عبارة عن صور صغيرة، إما ثابتة أو متحركة، تمثل تعبيراً لوجه أو مفهوماً ما في العالم الشبكي، وتتواجد أشكال الإيموجي على نطاق واسع على مواقع الشبكات الاجتماعية، وتطبيقات الهواتف الذكية، ومنصات المراسلة الأخرى. (معاني الإيموجي، emoji، تاريخ الدخول 2022/02/20، الساعة 21:00)

التعريف الإجرائي للإيموجي: هي نموذج للرموز التعبيرية في عصر وسائل التواصل الاجتماعي يقوم على مبدأ التشابه بين الدال والمدلول ليختصر الكثير من الأحاسيس والأقوال في شكل سهل وجذاب وسريع التداول. أو هي كائن منطقي فعال وسط مستخدميه في البيئة الرقمية الجديدة وظيفته اختصار الألفاظ والعبارات والمشاعر في قالب بسيط يقوم على مبدأ الأيقونية.

3- الفيس بوك:

هو أشهر موقع إلكتروني على شبكة الانترنت يسعد الأشخاص على الاتصال بالآخرين مجاناً، إذ ينشئ المستخدمون ملفاً (profile) يتضمن صوراً واهتمامات شخصية ويتبادلون رسائل خاصة وعامة ويقومون بتكوين مجموعات من الأصدقاء لتبادل الآراء والأفكار. (سعد سلمان المشهداني وفراس محمود العبيدي، 2015، ص 87)

4- مفهوم السيميولوجيا: هي مصطلح مشتقة من الكلمة اليونانية semio معنى علامة واقتربت هذه الكلمة بالعلوم الطبيعية في دراسة الرموز وأعراض الأمراض ودلالاتها في استشارة عالم اللسانيات السويسري فرناندو دوسوسير في الكشف عن طبيعة الدليل ويقول أن السيميولوجيا هي العلم الذي يدرس جميع الدلائل اللسانية وغير اللسانية ليست سوى جزء من علم السيميولوجيا (محمد ابراقن، 2006، ص 13). حيث تقوم بدراسة كل دلائل كلام، إشارات، طقوس، تقاليد، أنظمة وقوانين في الحياة الاجتماعية. تناولت هذه الأخيرة العدد من المواضيع بل وأشارت إلى اهتمام العديد من الباحثين والدارسين لمختلف العلوم والفنون على اختلافها (ملصق

إشهارى، فيلم سينمائي، مسرحيات) التي تعطي لكل نظام دلائل ومفاهيم تحليلية أساسية ويمكن أن تكون مستعملة في فك رموزها والسيميولوجيا تهتم بثلاث مجالات.

- **الدليل:** والذي يتكون من الدال والمدلول.

- **الأنظمة والشفرات:** التي تعمل من خلالها الدليل الشيء تختلف حسب حاجات وثقافة ومرجعية كل مجتمع.

- **الثقافة:** وهي تدور في ملكها هذه الشفرات وتتفاعل وتنصهر أو تتعارض فيما بينها. (وليد قادري، 2011، ص 18)

5- الصورة:

لغة: في اللغة العربية يتخذ لفظ الصورة معاني عديدة منها التمثيل للشيء أو على حقيقة هذا الشيء أو وصف وتجسيد هذا الشيء (فايزة يخلف، 1996، ص 24)، فالصورة مشتقة من الفعل صور "الصورة" له صورة مجسمة صورة الشخص أو الشيء، أي رسمه، وصفه وصفا عن جزئياته وصور الشيء أي تكونت له فكرة عنه. (إبراهيم أنيس وآخرون، ص 548)

اصطلاحا: هي تمثيل للواقع أو إعادة محاكاته من خلال الرسم والنحت واللوحات الزيتية والفوتوغرافية السينما الكاريكاتور وكل الأشياء التي تسمح بالاتصال عن طريق العين كما تسمح بإعطاء معلومات وتتميز ببعدها محتواها. (عبد الغني إرشن، 2011/2010، ص 37).

إجرائيا: هي تلك الصورة الثابتة أو المتحركة أو الرقمية التي ترافق المادة الإعلامية، وتأتي منفصلة عنها كالصورة الكاريكاتورية والتي يمكن الاستغناء عنها أثناء تقديم المحتوى الإعلامي، وذلك بما تتميز به من قوة ودقة وقدرة عالية على التأثير، ويدخل في هذا الإطار الصورة الصحفية، الصورة الإسهارية، الصورة السينمائية، والصورة التلفزيونية... الخ.

6- الأيقونة:

لغة: ورد في معجم اللغة العربية المعاصرة مفردة أيقونة، جمع أيقونات: (صورة أو تمثال مصغر لشخصية دينية يقصد بها التبرك، أو هي غلافة صغيرة من فضة أو ذهب تحفظ فيها ذخيرة من ذخائر القديسين، وتعلق في العنق عادة). (مجلة جامعة بابل، 2020، ص 266)

اصطلاحا: هي تلك العلامة الدالة على موضوعها عن طريق المشابهة سواء كانت المشابهة بواسطة الرسم أو المحاكاة إنها العلامة التي تجمع بين الدال والمدلول، ضمن الأيقون هي علاقة تشابه وتمثال، مثل الخرائط، الصور الفوتوغرافية والبيانات والتصاميم والخرائط والاستعارات التي تحيل على مواضيعها مباشرة بواسطة المشابهة وتتمظهر

حيوية الأيقونة وقيمتها في قدرتها على أن تكون وسيلة اتصال وتفاهم بين الأمم والشعوب المختلفة ولعل القيمة التي تختص بها الأيقونة دون سائر العلامات جعلت منها الفضاء الأرحب للسيمائيات عامة والسيمائيات البصرية التي عبرت عنها الثقافات القديمة على وجه الخصوص. (سيفون باية، 2020-2021، ص 14)

وحسب شارل ساندرس بيرس فإن الأيقونة هي علاقة تحيل إلى الشيء الذي تدل عليه بفضل سيمات خاصة تمتلكها، فقد يكون أي الشيء أيقوني شيء آخر، سواء أكان الشيء صفة أم كائنا أم قانونا، بمجرد أن يشبه هذا الشيء ويستخدم دليلا له. (نبيلة بوخبزة، وهيبة إحدادن، 2021، ص 8)

إجرائيا: العلامة الأيقونية لها علاقة المشابهة مع الشيء الذي تحيل إليه فهي تحيل على موضوعها وفق تشابه يستند إلى تطابق خصائصها الجوهرية مع بعض خصائص هذا الموضوع.

7-الدلالة:

لغة: بفتح الدال أو كسرهما اللفظان صحيحان، ج: دلائل والمصدر دل، بمعنى أرشد. (ماري تيريز جورنو، 2007، ص 97)

اصطلاحا: هي علم قائم بذاته يعرف على أنه دراسة المعنى أي المعنى الغير ظاهر والمبطن للموضوع والدلالة، إما تكون اعتباطية أو تكون مسببة، عندما تكون مبررة يكون الرابط بين الدال والمدلول طبعي وعندما تكون اعتباطية يكون الرابط بين الدال والمدلول اصطلاحا. (كلود جرمان، ريمون لوي لان، 1994، ص 23)

إجرائيا: هي مصطلح يعتمدها الباحث في دراسته للوصول إلى الدقة العلمية وتعني الوضوح وفك الغموض للوصول إلى الحقيقة العلمية.

8-الدراسات السابقة:

لا يمكن للباحث أثناء قيامه بدراسة أو بحث ما أن ينطلق من العدم، فهو لاشك يعتمد على دراسته على بعض الأحداث والدراسات التي تطرقت إلى موضوع بحثه سواء بطريقة مباشرة أو غير مباشرة، وبذلك يكون عمله حلقة متصلة بتلك المحاولات التي سبقه إليها باحثون غيره.

وتعتبر هذه الدراسات مهمة لأي باحث خاصة في تحديد وتوجيه مساره البحثي نحو الطريق السليم، حيث تفيد هذه الدراسات السابقة في "التأكد من أن هذه الدراسات لم تتطرق من مشكلة التي هو بصدد بحثه من نفس لزاوية، ولا بالمنهج نفسه". (فضيل دليو، علي غربي وآخرون، 1999، ص 124)

-الدراسة الأولى: تحت عنوان أثر استخدام الرموز التعبيرية في شبكات التواصل الاجتماعي على اللغة-الفسبوك أنموذجا دراسة على عينة من شباب مدينة المسيلة- لطالبات خديجة زيتوني وفاطمة الزهراء حدباوي، في كلية

العلوم الإنسانية والاجتماعية، تخصص علوم الإعلام والاتصال، جامعة مُجَد بوضياف، المسيلة، لسنة 2017/2016.

وانطلقنا من الإشكالية التالية:

ما أثر استخدام الشباب للرموز التعبيرية في مواقع التواصل الاجتماعي الفيسبوك على اللغة؟

ترجمت هذه الإشكالية إلى التساؤلات التالية:

- ما هي أهم الرموز التعبيرية المستخدمة في التواصل بين الشباب في الفيسبوك بولاية المسيلة؟

- ما هي دوافع استخدام الرموز التعبيرية في التواصل بين الشباب في الفيسبوك بولاية المسيلة؟

- ما هي أهم الأهداف المحققة من وراء استخدام الرموز التعبيرية في الفيسبوك في ولاية المسيلة؟

- ما هو أثر استخدام الشباب للرموز التعبيرية على اللغة في الفيسبوك بولاية المسيلة؟

واعتمدنا الطالبان على منهج المسح بالعينة واستخدمنا أداة الاستبيان، وطبقنا هذا المنهج على عينة قصدية والمتمثلة في مجموعة من الشباب المستخدمين للفيسبوك بمدينة المسيلة.

كان الهدف من الدراسة هو:

- التعرف على طبيعة اللغة التي يستخدمها الشباب في الفيسبوك.

- التعرف على الرموز التعبيرية الأكثر استخداما في شبكات التواصل الاجتماعي الفيسبوك.

- التعرف على دوافع استخدام الرموز التعبيرية في التواصل بين الشباب في الفيسبوك.

- التعرف على الأهداف المحققة من وراء استخدام هذه الرموز التعبيرية في الفيسبوك.

- التعرف على أثر استخدام الرموز التعبيرية في الفيسبوك على اللغة.

وتوصلنا إلى النتائج التالية:

- إن أغلب الشباب يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي خاصة الفيسبوك، وتعتبر الإناث هن الأثر استخداما لهذا الموقع ملء الفراغ وكسر حالة الملل.

- استخدام أغلب الشباب الفيسبوك للتواصل مع الأصدقاء والأقارب للحصول على الأخبار.

- إن أغلب الشباب يستخدمون الرموز التعبيرية في الفيسبوك أحيانا وهذا لاختصارها الهد والوقت.

الدراسة الثانية: تحت عنوان واقع استخدام الرموز التعبيرية في البيئة الإعلامية الرقمية دراسة استشرافية للباحث فيصل العنزي، جامعة الملك سعود، قسم الإعلام، 2020، وانطلق الباحث من الإشكال التالي:

- ما واقع استخدام الرموز التعبيرية في البيئة الإعلامية الرقمية؟

ترجمت هذه الإشكالية إلى التساؤلات التالية:

- ما مفهوم الرموز التعبيرية ؟
 - ما سلبية استخدام الرموز التعبيرية ؟
 - ما واقع استخدام الرموز التعبيرية في الشأن الثقافي ؟
 - ما واقع استخدام الرموز التعبيرية في الحملات التسويقية ؟
 - ما واقع استخدام الرموز التعبيرية في الجرائم الاتصالية؟
 - ما واقع استخدام الرموز التعبيرية في الأمن الإلكتروني؟
- واعتمد الباحث في دراسته على المنهج الكيفي الاستشراقي وكان الهدف من هذه الدراسة هو التعرف على واقع استخدام الرموز التعبيرية في البيئة الإعلامية الرقمية.
- التعرف على مفهوم الرموز التعبيرية.
 - التعرف على وظائفها في البيئة الإعلامية الرقمية.
 - التعرف على واقع استخدام الرموز التعبيرية في الشأن الثقافي.
 - التعرف على واقع استخدامها في الحملات التسويقية.
 - التعرف على واقع استخدامها في الجرائم الاتصالية.
 - التعرف على واقع استخدامها في الأمن الإلكتروني.
- وتوصل الباحث إلى النتائج التالية:
- هناك اهتمام كبير في موضع الرموز التعبيرية في الدراسات الأجنبية.
 - هناك ضعف كبير في تناول موضوع الرموز التعبيرية في الدراسات العربية، وعلى الرغم من قلة الدراسات العربية إلا أنها أيضا تركز على جانب واحد فقط، ألا وهو الجانب اللغوي وتهمل بقية الجوانب العلمية.
 - يرى الباحث أن استخدام الرموز التعبيرية سيزداد مستقبلا، نظرا لأن المنصات الإعلامية الرقمية تتجدد وتتطور يوما بعد يوم.

تتفق دراستنا مع هذه الدراسة فإننا تناولنا نفس الموضوع وهو الرموز التعبيرية وتختلفان في أن الأول تناولته من وجهة نظر استشرافية، أما نحن فتناولناه بطريقة سيميولوجية.

الفصل الثاني:

الإطار النظري للدراسة

مواقع التواصل الاجتماعي:

تمهيد:

في السابق كان البقاء على اتصال بالعائلة يتطلب الكثير من الوقت والجهد أما في الوقت الحالي فالتواصل مستمر مع المئات بل الآلاف من الأشخاص، وذلك بفضل الاستخدام في صفحات التواصل الاجتماعي الرقمية كالفيسبوك، واتساب، تويتر... الخ.

وتعتبر مواقع التواصل الاجتماعي إحدى القنوات التي وفرتها الشبكة العنكبوتية للأفراد والمجتمع في مختلف أنحاء العالم وأقامت لهم فرص اتصالية عديدة.

1-تعريف اللجنة الاقتصادية والاجتماعية الأوروبية مواقع التواصل الاجتماعي: بأنها خدمات على الخط الانترنت، تهدف إلى إنشاء مجموعات من الأشخاص وإلى الربط بينها حيث يشارك هؤلاء الأشخاص نشاطات أو اهتمامات مشتركة، أو يرغبون ببساطة معرفة الأشياء المفضلة أو نشاطات الآخرين، وتضع هذه الخدمات بتصرف هؤلاء مجموعة من الوظائف تسمح بالتفاعل بينهم. (وسيم شفيق الحجاز، 2017، ص 14)

2-نشأة وتطور مواقع التواصل الاجتماعي:

ظهرت موقع التواصل الاجتماعي في الولايات المتحدة الأمريكية على مستوى التفاعل بين زملاء الدراسة وأول موقع للتواصل الاجتماعي لطلاب المدارس الأمريكية ظهر عام 1995 وهو موقع "classmates" وهذا الموقع قسم المجتمع الأمريكي إلى ولايات وقسم كل ولاية إلى منطقة لعدة مدارس، وجميعها تشترك في هذا الموقع وكان الهدف منه مساعدة الأصدقاء والزملاء جمعتهم الدراسة في مراحل حياتية معينة وفرقتهم ظروف الحياة في أماكن متباعدة حيث كان هذا الموقع يلي رغبة هؤلاء في التواصل فيما بينهم إلكترونياً.

وتبع ذلك محاولة ناجحة لموقع تواصل اجتماعي آخر، وهو موقع "sixdegrees.com" وكان ذلك عام 1997م وركز ذلك الموقع على الروابط المباشرة بين الأشخاص بغض النظر عن انتماءاتهم العلمية والعرقية أو الدينية وكان كذلك بداية للانفتاح على عالم التواصل الاجتماعي بدون حدود وقد أتاح للمستخدمين مجموعة من الخدمات كإنشاء الملفات الشخصية وإرسال الرسائل الخاصة للأصدقاء. (مُجد الأمين أحمد عبد مرزوك، 2020، ص 58، 59)

ومع بداية عام 2002 انطلق موقع "Friendster.com" الذي تم تصميمه ليكون وسيلة للتعرف والصدقات المتعددة بين مختلف فئات المجتمع العالمي وقد نال هذا الموقع شهرة كبيرة في تلك الفترة في النصف الثاني من العام نفسه ظهر في فرنسا موقع "skyrok.com" كمنصة للتدوين ثم تحول بعدها إلى موقع تواصل

اجتماعي مع ظهور تقنيات الجيل الثاني للويب وفي عام 2003 ظهر موقع التواصل الاجتماعي Myspace.com وهو أوائل مواقع التواصل الاجتماعي المفتوحة وأكثرها شهرة على مستوى العالم كما ظهرت العديد من مواقع التواصل الاجتماعي مثل (Linkedine.com) الذي انطلق رسميا من مايو عام 2003 والفييس بوك عام 2004 الخ. (مُجد الأمين أحمد عبد مرزوك، 2020، ص 59، 60)

3- أبرز مواقع التواصل الاجتماعي الشهيرة:

1- الفيس بوك: هو موقع ويب للتواصل الاجتماعي يمكن الدخول إليه مجانا وتديره شركة "فيس بوك" محدودة المسؤولية كملكية خاصة لها وقد قام "مارك زوكربيرغ" بتأسيس الفيس بوك. (كاتب فارس، عقون 2016/2015، ص 45)

2- تويتر: هو إحدى الشبكات التي انتشرت في السنوات الأخيرة ولعبت دورا كبيرا في الأحداث السياسية في العديد من البلدان وأخذ تويتر اسمه من مصطلح "تويت" الذي يعني التغريد واتخذ من العصفور رمزا له وهو خدمة مصغرة تسمح للمغردين ارسال رسائل نصية قصيرة لا تتعدى 140 حرفا للرسالة الواحدة ويجوز للمرء أن يسميها نصا موجزا مكثفا لتفاصيل كثيرة ويمكن من لديه حساب في موقع تويتر أن يتبادل مع أصدقائه تلك التغريدات من خلال ظهورها على صفحاتهم الشخصية أو في حالة دخولهم على صفحة المستخدم صاحب الرسالة. كانت بدايات ميلاد هذه الخدمة المصغرة (تويتر) عام 2006. (مُجد الأمين أحمد عبد مرزوك، 2020، ص 74)

4- خصائص شبكات التواصل الاجتماعي:

تتميز شبكات التواصل الاجتماعي أو مواقع التواصل الاجتماعي بخصائص كانت سببا في انتشارها على مستوى العالم منها:

1- التفاعلية والتشاركية: يتسم التواصل عبر شبكات التواصل الاجتماعي بالتفاعلية إذ يقوم كل عضو بإثراء صفحته الشخصية سواء ما يتعلق بشخصية (رياضية، أو أزياء أو موسيقى) أو ما يتعلق بموطنه (أحداث سياسية، خرائط أو صور لمدينته وبعض المعالم الأثرية) التي يرغب بتقديمها إلى الآخرين وتسمح مواقع التواصل الاجتماعي للأعضاء بمشاركة تلك المنشورات أو التعليق عليها أو إبداء الإعجاب بها ويكون بمقدور العضو الذي قام بالنشر مشاهدة ردود الآخرين ومدى تفاعلهم والرد عليهم مباشرة وقد يحدد ذلك التفاعل استمرار العضو بالتواصل ومشاركة المضامين مع الآخرين. (حسين مُجد هتيمي، 2015، ص 85)

2- التلقائية: تسم التواصل عبر شبكات التواصل الاجتماعي بأنه تلقائي وغير سمي أو متوقع فليس هناك تخطيط أو تنسيق للتواصل بين الأعضاء وكذلك عدم وجود لوائح وقيود تنظيمية تحكم ذلك التواصل فهو يتسم بالتلقائية بين طرفي الاتصال.

3- قلة التكلفة: إن التسجيل في شبكات التواصل الاجتماعي مجاني فعلى الصفحة الرئيسية لشبكة الفيس بوك مكتوب "مجانى" و يبقى مجاني. (حسين مُجّد هتيمي، 2015، ص 86)

4- سهولة الاستخدام: فالشبكات الاجتماعية تستخدم بالإضافة إلى الحروف وبساطة اللغة، يستخدم الرموز والصور التي تسهل للمستخدم نقل فكرته والتفاعل مع الآخرين. (عبد الرحمن بن إبراهيم الشاعر، 2015، ص 67)

5- اقتصادية في الجهد والوقت والمال: في ظل مجانية الاشتراك والتسجيل فالكل يستطيع امتلاك حيز على الشبكة للتواصل الاجتماعي وليس ذلك حكراً على أصحاب الأموال أو حكراً على جماعات دون أخرى.

6- تعدد الاستعمالات: مواقع التواصل سهلة ومرنة ويمكن استخدامها من قبل الطلاب في التعليم والعالم لبث علمه وتعليم الناس والكاتب للتواصل مع القراء وأفراد المجتمع للتواصل وهكذا. (عبد الرحمن بن إبراهيم الشاعر، 2015، ص 67)

الواتساب: هو برنامج تجاري تم ابتكاره من قبل كل المستثمرين السويدي "نيكولاس رينشتروم" والدنماركي "بانوس فريس" مع مجموعة من مطوري البرمجيات ويمكن هذا البرنامج مستخدميه من الاتصال صوتياً (هاتفياً) عبر الإنترنت بشكل مجاني بالنسبة لمستخدمي هذا البرنامج لكنه مع تكلفة بسيطة في حال الاتصال بخطوط الهاتف الثابت أو الجوال. (علي خليل شقرة، 2014، ص 65)

الإنستغرام: يعزز الاتصالات السريعة عبر الصور والتعليقات عليها أو تسجيل الإعجاب وهو من المواقع التي اكتسبت شعبية على المستوى الفردي والمؤسسي والإنستغرام تطبيق متاح لتبادل الصور إضافة إلى أنها شبكة اجتماعية.

كانت بداية الإنستغرام عام 2010 حينما توصل إلى تطبيق يعمل على التقاط الصور وإضافة فلتر رقمي إليها وإرسالها عبر خدمات الشبكات الاجتماعية. (عبد الرحمن بن إبراهيم الشاعر، 2015، ص 66)

يوتيوب: هو موقع متاح للعموم على شبكة الإنترنت لمشاركة ملفات الفيديو والذي يمكن مستخدميه من تحميل ومشاهدة اللقطات المصورة والتعليق عليها وتمكن الجمهور من إعطاء رأيه بشأن تلك المشاهد أو اللقطات، ويتيح إمكانية مشاركة اللقطات في مواقع التواصل الاجتماعية الأخرى أو المشاركة في قرار إزالة القطع أو المشاهد غير المرغوب فيها، ويعد موقع يوتيوب من المواقع سهلة الاستخدام وسهلة التحميل كما لا يقتصر على إرفاق الملفات المرئية بل يمكن وبسهولة إنشاء قنوات خاصة تبث من خلالها مئات الملفات بشكل يومي، وبدأ موقع يوتيوب بالظهور على شبكة الإنترنت في شهر فبراير من عام 2005م بواسطة ثلاث موظفين من شركة باي بال "paybal"، وهم تشاد هيرلي وستيف تشين وجاود كريم. (مُجّد الأمين أحمد عبد مرزوك، 2020، ص 74)

الفييس بوك:

تمهيد:

أحدث موقع التواصل الاجتماعي الفييس بوك منذ انطلاقه طفرة غير مسبوقه في عالم الدردشة والتعارف عب الانترنت لما يقدمه من سلاسة ويسر في التعامل، وما يتيح من إمكانية لمشاركة الصور، والبيانات، وتدوين الخواطر، والكتابات. فقد خلق هذا الموقع عالما افتراضيا مميذا للمتصفحين والمدونين وهواة الدردشة، ولعل في جوده المتواصلة لإدخال خواص جديدة وغير معهودة. ما يبرر الإقبال المستمر على تسجيل العضوية فيه.

1-تعريف موقع الفييس بوك: هو موقع إلكتروني للتواصل الاجتماعي، قد عرف موقع ويب أو بيديا الموقع الإلكتروني الاجتماعي على أنه التعبير المستخدم لوصف أي موقع إلكتروني يخول مستخدميه إنشاء ملفات شخصية ونشرها بشكل علني عبر ذلك الموقع وتكوين علاقات مع مشتركين آخرين على نفس الموقع يكون بإمكانهم الدخول إلى ملفاتهم الشخصية. (ليلي أحمد جرار، 2012، ص 51)

2-نشأة موقع الفيسبوك:

انطلق موقع الفيسبوك كنتاج غير متوقع من موقع "فيس ماش" face match بالإنجليزية التابع لجامعة هارفرد، وهو موقع من نوع Hotor Not يعتمد على نشر صور لمجموعة من الأشخاص ثم اختبار رواد الموقع للشخص الأكثر جاذبية. وقد قام مارك زوكربيرج بابتكر الفييس ماش 2 أكتوبر 2003، عندما كان يرتاد جامعة هارفرد كطالب في السنة الثانية. في هذه الأثناء وفقا لما نشرته جريدة هارفارد كريمسون، فإن موقع "فيس ماش" استخدم صوراً مجمعة من دليل الصور المتاح على الانترنت والخاص بتسعة طلبة المدينة الجامعية مع وضع صورتين بجانب بعضهما البعض ودعوة المستخدمين إلى اختيار الشخص "الأكثر جاذبية". وكبي يتمكن زوكربيرج من تأسيس الموقع، فإنه لجأ إلى احتراف مناطق محمية في شبكة الحاسوب الخاصة بجامعة هارفرد، وقام بنسخ صور خاصة بالطلبة في السكن الجامعي. "إن مبادرة جامعة هارفرد باتخاذ إجراء مضاد لذلك الفعل ربما يرجع لأسباب قانونية دون إدراك القيمة الحقيقية لذلك الانتهاك الذي ربما يحدث للعديد من الكليات الأخرى"، ورد ذلك على لسان زوكربيرج في مدونته الشخصية يستطرد زوكربيرج قائلاً "ولكن هناك أمر واحد مؤكد". (السعيد مبروك إبراهيم 2019، ص 71) قام أكثر من نصف الطلبة الذين لم يتخرجوا بعد من الجامعة بالتسجيل في هذه الخدمة.

وبعد فترة وجيزة انضم كل من إدوارد سافرين (المدير التنفيذي للشركة) ودا ستيف موسكو فيتز (مبرمج) وأندرو ماكولام (رسام جرافيك) وكريس هيوز إلى زوكربيرج لمساعدته في تطوير الموقع، وفي شهر ماس 2004 فتح الفييس بوك أبوابه أمام جميع الكليات بوسطن وجامعة آيفي ليغ، وشيئا فشيئا أصبح متاحا للعديد من الجامعات

في كندا والولايات المتحدة الأمريكية وفي شهر جويلية 2004 تم نقل مقر الفيس بوك إلى مدينة بالو آلتو في ولاية كاليفورنيا وقد قامت الشركة بإسقاط كلمة The بعد شراء اسم النطاق Facebook.com عام 2005 نظير مبلغ 2000000 دولار أمريكي.

كما قام الفيس بوك بإصدار نسخة للمدارس الثانوية في سبتمبر 2005 وهو ما أشار إليه زوكربيرج بالخطوة المنطقية التالية، فخلال هذه الفترة، كانت شبكات المدارس الثانوية بحاجة إلى دعوة للانضمام إلى الموقع، بعد ذلك أتاح الموقع اشتراك الموظفين من العديد من الشركات، من بينها شركة آبل المندمجة وشركة مايكروسوفت، وفي 26 سبتمبر عام 2006 فتح الموقع أبوابه أمام جميع الأفراد البالغين من العمر ثلاثة عشر فأكثر ولديهم عنوان بريدي صحيح وفي أكتوبر 2007 أعلن القائمون على إدارة الفيس بوك أن اتخاذ مدينة دبلين عاصمة إيرلندا مقرا دوليا له. (السعيد مبروك إبراهيم، 2019، ص 72)

3- خصائص موقع الفيس بوك:

1- الملف الشخصي (profile): يوفر موقع فيس بوك ملفا شخصيا يحتوي على المعلومات الشخصية للمستخدم مثل: (الصور الشخصية للمستخدم، الموضوعات المفضلة، وأن هذه المعلومات تساعد على سهولة التواصل مع الآخرين).

2- إضافة صديق (Add friend): يستطيع مستخدمو موقع فيس بوك إضافة أي صديق لكن ضرورة موافقة المستخدم الآخر الذي قمت بإضافته إلى قائمة الأصدقاء وتتم عن طريق البحث بواسطة الاسم أو البريد الإلكتروني أو عن طريق رقم الهاتف، كما يمكن إلغاء طلبات الصداقة ورفضها.

3- إنشاء مجموعات (groupes): وهي مجموعة من الأشخاص يمتلكون حسابا على موقع الفيس بوك، يتم عبرها التعريف مناقشة العديد من المواضيع والأحداث وطرح الأفكار والقضايا، وتعتبر المجموعات في موقع الفيس بوك عبارة عن مجتمع إلكتروني يجتمع حوله المستخدمون بشأن قضية أو موضوع. (مُجد الأمين أحمد عبد الله، 2020، ص ص 63-64)

4- لوحات الحائط (Wall): وهي مساحات مخصصة في الملف الشخصي لأي مستخدم، إذ تتيح للأصدقاء إرسال الرسائل المختلفة، ويعرض فيها مشرعات الأصدقاء وإسهاماتهم التي تعكس مشاعرهم وآرائهم و أفكارهم التي يريد الأصدقاء التفاعل معها والتعليق عليها.

5- النكز (pokes): وهي السمة التي تتيح للمستخدمين عبرها إرسال نكز افتراضية لإثارة انتباه بعضهم بعضا، وهي عبارة عن إشعار يخبر المستخدم بان أحد الأصدقاء يقوم بالترحيب به.

6- الصور (photos): يتيح الموقع للمستخدمين تحميل الألبومات والصور المحفوظة في الأجهزة التي يدخلون عن طريقها لموقع فيس بوك بحيث يقومون بتحميل تلك الصور ونشرها في موقع فيس بوك.

7- الحالة (status): تمكن المستخدمين من إبلاغ أصدقائهم بمكانهم وما يقومون به من أعمال في الوقت الحالي، وتكون متاحة لمدة زمنية محددة ليوم واحد أي (24) ساعة فقط من وقت مشاركتها.

8- سمة الأحداث والمناسبات (Ecrit): تتيح هذه السمة للمستخدمين إمكانية الإعلان عن الأحداث التي تجري، وإخبار الأصدقاء عنها، ويمكن إنشاء مناسبة جديدة ومشاركتها مع الأصدقاء على الموقع. (محمد الأمين أحمد عبد الله، 2020، ص ص 64-65)

4- إيجابيات ومزايا الفيسبوك:

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

أ- إتاحة الفرصة لإضافة من يشاء العضو إضافتهم من الأصدقاء للتواصل معهم بعد أخذ موافقتهم، فالخيار والحرية متاحة لمن يريد أن يضيف صديق له على الموقع، ومتاح لهذا الصديق أن يقبل أو يرفض هذه الصداقة عن طريق الإجابة سلبا أو إيجابا على الطلب الذي تلقاه.

ويمكن لمن يتلقى طلب الصداقة أن يتحرى عن الشخص طالب الصداقة عن طريق نبذته الشخصية أو الاستفسار عنه من أصدقاء آخرين. وفي حال تمت الموافقة على الصداقة يستطيع كل منهما التواصل مع الآخر.

ب- رشاد صديقين إلى بعضهما على هذا الموقع، حتى وأن كانا لا يعرفان بعضهما في الواقع.

ج- اقتراح أصدقاء جدد لمن يريد من الأصدقاء القدامى الذين يعرفهم سابقا وبالتالي توسيع شبكة الصداقة والتواصل التي يمتلكها. (علي خليل شقرة، 2014، ص 67)

د- إتاحة الفرص لمشاهدة كل الأصدقاء مرة واحدة مرتبة أسماؤهم أبجديا مع أرقام هواتفهم الموجودة على نبذ حياتهم إذا كانت هذه الهواتف متاحة للأصدقاء.

هـ- إمكانية فرز الأصدقاء وتصنيفهم حسب أي معلومات مضافة عن كل منهم كزملاء الدراسة أو زملاء العمل أو حسب المهنة.

و- إمكانية التواصل والتفاعل مع الأصدقاء عن طريق الدردشة والرسائل والهدايا الافتراضية وإبلاغهم عن الأعمال التي تقوم بها حاليا بحيث يبقوا على اتصال مستمر عبر هذا الواقع الافتراضي.

ز- إتاحة المجال لحذف اسم أي صديق من لائحة الأصدقاء إذا كنت لا ترغب بالاستمرار في صداقته.

2- خدمة الشركات وأصحاب الأعمال: في الإعلان عن الوظائف واختيار الموفين، كأخذ ما ينشرونه من نبذ شخصية عن أنفسهم وخبراتهم على الفيس بوك بعين الاعتبار عند البدء في اختيار الموظفين من بين المستخدمين. (علي خليل شقرة، 2014، ص 68)

3- يتيح الفيس بوك كذلك فرصة تحميل ألبومات الصور: بشكل أكبر وأسهل مما تتيحه المواقع الأخرى، حيث يتم تحميل أكثر من مليار صورة شهريا على الفيس بوك، وكذلك تسجيل مقاطع الفيديو عبر عدة مصادر كالهاتف النقال والبريد الإلكتروني حيث يتم تحميل أكثر من عشرة ملايين مقطع شهريا على هذا الموقع.

4- التواصل مع مجتمعات افتراضية: متخصصة في مواضيع شتى تفيد العضو في التدريب والتعليم، من هذه المجتمعات وزيادة خبراته.

5- متابعة أخبار الشخصيات المشهورة في كافة المجالات: كالشخصيات السياسية والاقتصادية والفنية والعاملين في المجالات الاجتماعية والدينية، حيث أصبح لمعظم هؤلاء حسابات على فيس بوك يمكن لمن يتواصل معهم أن يطلع على أخبارهم وأفكارهم وخواطرهم ووجهات نظرهم.

6- إمكانية تثبيت أي موقع أو خبر أو صور ومقاطع فيديو: مقاطع فيديو يرغب العضو في الاحتفاظ بها من مواقع وأخبار وصور للرجوع إليها في أي وقت شاء، حي يمكن أن يلعب دور المفضلة في تخزين المعلومات. (علي خليل شقرة، 2014، ص 69)

5- سلبيات استخدام فيس بوك:

وضح العديد من الباحثين والخبراء في مواقع التواصل الاجتماعي الإيجابيات والسلبيات التي تصيب الفرد المستخدم لها، وسنقوم بالتطرق إلى أهم سلبيات موقع الفيس بوك وهي:

1- زيادة حدة الاضطراب والتنافر الاجتماعي عن طريق وجود أزمات عدم الثقة والتدخل بشؤون الآخرين وتعزيز القيم الفردية والشعور بالترجسية والأنا والغرور لدى قسم من المشتركين.

2- انتقال الشائعات والمعلومات والأفكار السلبية من فرد أو مجموعة صغيرة إلى سائر أفراد المجتمع وخصوصا الطلبة وهو.

3- انتهاك خصوصيات المستخدمين وكشف الأسرار وتصريف المعلومات وقيام قراصنة الانترنت بتهكير الصفحات واللجوء إلى الابتزاز بقصد الحصول على المنافع المادية وغيرها.

4- تقلب الحالة المزاجية لعدد كبير من المستخدمين بسبب تلقي أخبار المعلومات ومعطيات تؤدي إلى مشاعر مختلطة ومتضاربة في لحظة واحدة أو مدة قصيرة مثل الفرح أو الارتباك أو التردد أو الحيرة وغير ذلك. (سعد سلمان المشهداني وفراس محمود العبيدي، دت، ص 96)

5- الطرد من العمل: فالفيس بوك يكشف أسرار مستخدميه في العمل ويكشف تعليقاتهم الساخرة أمام رؤسائهم. وهذا ما دلت عليه الكثير من الدراسات حيث بات مصدرا متزايدا لتعرض الموظفين إلى التوبيخ والفشل للحصول على وظيفة.

6- ازدياد حالات الطلاق: يعتبر إحدى الوسائل المؤدية إلى الطلاق والمشاكل الزوجية.

7- الإدمان: يساعد الفيس بوك في زيادة خطر الإدمان على مستخدميه.

8- تغذية الأزمات السياسية: أصبح وسيلة تقنية حديثة يتيحها الغرب ويستغلها العرب استغلالا أمثل، ف دائما يتيح الغرب تقنيات حديثة لا يستخدمها العرب في الأغراض المخصصة لها، بل أن هذا الموقع استخدمه الشباب العربي كوسيلة ترفيهية "تخرج عن النص" في معظم الأحيان. (نبيح أمينة، 2012-2013، ص ص 110،

(111

الإيموجي:

تمهيد:

مع ظهور الهواتف الذكية وتطور السوشيال ميديا، أصبح الإيموجي جزءا لا يتجزأ منها، إذ يتم استخدامه طوال الوقت، وفي مختلف أنواع الرسائل النصية والبريد الإلكتروني، وتطبيقات المحادثة الفورية مثل واتساب، وذلك لإيصال معنى أو هدف ما بشكل صحيح، أو للتعبير عن الكثير من المشاعر والأحاسيس التي نمر بها.

1- مفهوم الإيموجي:

تعريف الإيموجي في مجلة الممارسات اللغوية: هي تلك الصور التعبيرية الثابتة والمتحركة التي تضمها منصات كثيرة ويستعملها جيل الانترنت بكثرة للتعبير عما يريد قوله، بعيدا عن كتابة النصوص، وبتزايد استخدامها يوما بعد يوم مع إتاحة المزيد من الرموز التعبيرية وتغطيتها لمجالات مثل الطعام والمواصلات الخ. (براردي نعيمة، عبد السلام غرابي، مارس 2020، ص 334)

2- تاريخ نشأة الإيموجي:

إن الرموز التعبيرية النصية سبقت ظهور الإيموجي لكن تم إصدار أول هاتف محمول معروف في دولة اليابان ويتضمن مجموعة من الإيموجي في الأول من شهر تشرين الثاني عام 1997 وشملت المجموعة 90 رمزا تعبيرا لكن كان هذا الهاتف غالي الثمن ولم يكن متداولاً وفي عام 1999 قام "شغيتا كاكورتا" بصنع أول مجموعة استخدمت بشكل واسع، حيث كان جزء من فريق يعمل في شركة للهواتف واستلم كورتا الإيموجي من رموز علم الطقس التي تستخدم في النشرات الجوية ومن إشارات الشوارع ومن الرموز التي تستخدم في المانغا اليابانية والتي تستخدم رموز للتعايير عن المشاعر مثل رموز المصباح للتعبير عن الفكرة الجديدة، فأنشأ أول مجموعة تحتوي على 180 رمزا منذ عام 2010 إلى الآن تم دمج بعض مجموعات الإيموجي في "unicode" وهو نظام قياسي لفهرسة الأحرف، والذي سم باستخدامها خارج اليابان وتوحيدها عبر أنظمة التشغيل المختلفة وبحلول عام 2017 أصبح هناك 2666 إيموجي موجود في قائمة "unicode" وهذه الرموز أصبحت متاحة في أجهزة آبل والأجهزة التي تعمل بنظام "الأندرويد" وغيرها الكثير. (نشأة الإيموجي بسطور، <https://stor.com>، تاريخ الدخول 2022/02/20، الساعة 21:00)

لكن الجدير بالذكر أن تاريخ ظهور رموز الإيموجي ربما يعود إلى قبل ذلك بكثير إلى قبل 3700 سنة حيث عثر علماء آثار من إيطاليا وتركيا أثناء تنقيبهم بمنطقة كركميش وهي مدينة في سوريا تقع على الحدود من تركيا على جرة تعود إلى عام 1700 قبل الميلاد عليها علامات بالطلاء مكونة من خط منحني يمثل ابتسامة

ونقطتين أعلاه تمثل عيون وقال علماء الآثار أن هذا بلا شك وجه مبتسم فرمما لم يعد تاريخ ظهور رموز إيموجي يعود إلى العصر الحديث. (نشأة الإيموجي بسطور، <https://stor.com>، تاريخ الدخول 2022/02/20، الساعة 21:00)

3-وظائف الإيموجي:

تستخدم الإيموجي أو الرموز التعبيرية لتحقيق وظائف عديدة منها:

- تسهيل التواصل، وكسر حاجز العجز اللغوي بين بلدان وشعوب مختلفة متباينة: قد لا يعرف المستخدم لغة غير لغته الأم ولكنه يتمكن من التواصل إلى حد معين مع مستخدم كان في بلد آخر لا يعرف لغته من خلال استخدام الرموز.

- تزيد من الشعبية عبر شبكات التواصل: إن معرفة أكبر عدد من الرموز يتيح الفرصة للمستخدم للتواصل أكثر.

- نقل الشعور بواقعية تامة: إن الرموز التعبيرية هي أقرب الطرق لتوصيل الشعور فلكل رمز شعور يوحى به إلى المتابعين وكأنهم ينظرون إلى الشخص حقيقة.

- أحيانا تعجز الكلمات عن الوصف: عندما تعجز الكلمات عن التعبير يتحول أغلب التفكير إلى استخدام الرمز التعبيري الأقرب إلى حالة الشخص، كما أنها تؤكد على حالة الشعور.

- بناء بيئة سعيدة: تقديم ردود الفعل السلبية على الأداء أمر لا مفر منه في مقر العمل وعادة م ياجه المستلم شعورا بالحرج ويبدأ في التصرف بشكل اندفاعي ولذلك لا تهتم مؤسسات العمل الواعية باستخدام طرق إبداعية في الملاحظات ومنه يمكن استخدامها لتحقيق حدة الكلام وتوصيل الملاحظات بصورة مقبولة مما يساعد تحقيق ردود الفعل الهجومية.

- تحسين العلاقات العاطفية: وهي بصفة امة تؤكد المعنى والأفكار والمشاعر وتقوي الرسالة وتضفي سمات وملامح تعبيرية على النص وتتجاوز المعنى اللغوي المباشر. (براردي نعيمة، عبد السلام غراي، 2020، ص 334)

كما تقوم الرموز التعبيرية أو الإيموجي بالعديد من الوظائف التي تساهم في جعل المحادثات الرقمية أكثر سهولة من ناحية التعبير أو حتى من ناحية الرد أو التجاوب وقد حدد "Mathews and lee" ثلاث وظائف تقوم بها الرموز عند استخدامها في المحادثات النصية وهي:

1- بادئة للحديث: من خلال استخدام رمز تعبيرى "وجه مبتسم مثلا" لبدء المحادثة بدلا من إلقاء التحية.

2- استخدامها لإنهاء محادثة: فالرموز التعبيرية العاطفية مثلا القلوب أو الوجوه المبتسمة تستخدم عادة في نهاية المحادثة بدلا من السلام.

3- استخدامها لتجنب الصمت في المحادثة: ففجوة الصمت هي أمر شائع في المحادثات الكتابية لذلك يستخدم الرموز التعبيرية حينما يرغب أحد أطراف معرفة معلومة محددة عن موضوع معين فيه الطرف الآخر تجنب الحديث عنه.

وقد أوضح الباحث Z hong أن هناك عدة وظائف أيضا تقدمها هذه الرموز، وقد قام بتقسيمها على المرسل والمستقبل في العملية الاتصالية وهي كالآتي: (مارسيل دانيسي، 2017، ص 28)

1- المرسل:

أ- الوظيفة العاطفية: من خلال التعبير عن موقف المرسل اتجاه موضوع معين.

ب- وظيفة تبادل المشاعر: فعندما يرسل المرسل أحد الرموز فهو بالتأكيد يسعى لنقل مشاعره أو موافقه للطرف الآخر.

2- المستقبل:

أ- الوظيفة الدالة: حيث يمكن للعواطف أن تؤثر على مشاعر المتلقي وفكره.

ب- الوظيفة المرجعية: حيث يساعد الإيموجي على نقل الرسائل والمعلومات إلى المتلقي. (مارسيل دانيسي، 2017، ص 28)

كما أن الإيموجي تساهم في التعبير عن جانب مهم من الحديث من خلال الربط بين الرمز المستخدم في المحادثة وما ينوي المستخدم كتابته نصيا بعد استخدامه لذلك الرمز، وقد أوضح أحد علماء الاجتماع بأن الرموز التعبيرية تعطي قيمة عاطفية مضافة للغة وقد وضع ثلاث أبعاد أساسية خاصة بهذه القيمة وهي:

1- علم الجمال: الذي يعني أن دمج الرسالة مع الصورة يمنح نوعا من اللطف.

2- التسلية: باعتبار أن رمز الإيموجي يوفر درجة من الخيال.

3- السيميائية: فالصورة لها معاني كثيرة، ويمكن تفسيرها على نطاق أوسع من رسالة لغوية. (فيصل العنزي، دت، ص 18)

4- تكسر حاجز الملل في المحادثات الإلكترونية.

5- تعزز قوة التعبير العاطفي.

6- تعدل الجو العام للمحادثة وتخفف من إيقاع اللغة الرسمية.

7- تساعد على التعبير عن الآراء في أقصر طريقة ممكنة. (فيصل العنزي، دت، ص 19)

4-سليبات استخدام الإيموجي:

1- ضياع اللغة: على الرغم من ميزتها في أن الجميع يستطيع فهمها دون اقتصارها على لغة يعينها إلا أنها أصبحت بديلا للرسائل حيث يكفي الإيموجي الواحد للتعويض عنها ولكنها تؤذي الأطفال بمعرفتهم باللغة وتفقههم فيها على المدى الطويل.

وأكد على ذلك دراسة جديدة أجرت "جوجل" خلصت إلى أن الوجوه التعبيرية ستمحي محتوى اللغة الإنجليزية، لدى المراهقين في بريطانيا بسبب استخدامهم الكامل لها في تعبيرهم عن حالاتهم.

2- تدعو للمثلية: هناك عدة وجوه تعبيرية يحتويها كل هاتف قد يستخدمها طفلك دون أن ينتبه لها، بينما تدعو للمثلية الجنسية بشكل صريح، وهو الأمر الذي تكافح ضده شركات صناعة الهواتف للحد من هذه الإيموجي، نظرا أن تفسيرها يختلف من بلد إلى بلد.

3- تفسد العلاقات الاجتماعية: في معظم الوقت هي وسيلة للهروب السريع مع الأهل والأصدقاء وهو المر الذي يتسبب في أزمات لاحقة لذلك يفضل استخدامها في العلاقات الرسمية والأصدقاء.

4- تتيح الرموز التعبيرية لونين فقط من البشرة في نماذجها الأمر الذي يعني خلوها من أصحاب البشرة السوداء على إثر ذلك تعرضت "آبل" الأمريكية لهجوم شديد بسبب ذلك حتى طرحها مؤخرا. (براردي نعيمة، عبد السلام غرابي، 2020، ص 346)

هناك سليبات أخرى تحدثت عنهم مجلة البحوث الإعلامية، جامعة الأزهر، كلية الإعلام وهي كالاتي:

- 1- صعوبة تحديد المشاعر أو الانفعالات الشخص، فالرمز قد يكون سببا لاستنتاج العديد من المعاني المختلفة.
- 2- اختلاف معنى الرمز وتصميمه من منصة لأخرى.
- 3- اختلاف تفسيرها وقبولها باختلاف نوع الجنس.
- 4- الهروب من المحادثة وإنهاؤها.
- 5- ضياع اللغة فقد تكون سببا في التأثير على اللغة وخاصة لغة الأطفال. (أحمد عبد الكافي عبد الفتاح عبد الكافي، 2021، ص 1815)

5-مزايا استخدام الإيموجي:

- 1- دمج الرسالة مع الصورة يمنح نوعا من اللطف.
- 2- الإيموجي يوفر درجة عالية من الخيال.
- 3- تعديل الجو العام من المحادثة وتحقيق من إيقاع اللغة الرسمية.
- 4- تساعد على التعبير عن الآراء في أقصر طريقة ممكنة.

5- توفير المساحة.

6- التعبير عن الشعور.

7- اختصار الكثير من الكلام في تعبير واحد. (أحمد عبد الكافي، عبد الفتاح عبد الكافي، 2021، ص

1815)

اللون ودلالاته:

تمهيد:

اللون أحد أبرز عناصر الجمال، حظي باهتمام كبير من قبل العلماء والأدباء والفلاسفة والمفكرين، فلما نقول الألوان فإننا نقول الحياة، فاللون يمنح الحياة قيمتها الجمالية والحياة بلا ألوان حياة جافة لا طعم لها. وبالرغم أن الألوان تحيط بنا من كل جوانب الحياة غير أن الإنسان أضاف لها منفذ هو إبداعه كثيرا من الإضافات الجمالية. فما هو اللون وما هي دلالاته؟

1-تعريف اللون:

لغة: ورد اللون في معجم لسان العرب أنه هيئة كالسواد والحمرة ولونته فتلون، ولون كل شيء: ما فصل بينه وبين غيره والجمع ألوان، وقد تلون ولونه والألوان الضروب، واللون النوع وفلان متلون، إذا كان ل يثبت على خلق واحد. قال ابن الأثير: "اللون نوع من النخل قيل هو الدقا، وقيل النخل كله ما خلا البرني والعجوة". (ابن منظور، ص 4106)

وفي تفسير ابن عاشور "الألوان جمع لون، وهو عرض السطوح والأجسام بكيفية النور بكيفيات مختلفة على اختلاف ما يحصل عند انعكاسها إلى عدسات الأعين من شبه الظلمة وهو لون السواد وشبه الصبح، وهو لون البياض فيهما الأصلان للألوان". (ابن عاشور، الطاهر، 2000، ص 155)

التعريف الاصطلاحي:

ترى الفيزياء أن اللون عبارة عن موجات ضوئية اهتزازية تدركها العين وهذه الموجات تقصر وتطول، وعليه فإن اللون هو أكثر من مجرد زخرفة أو زينة للعين، إنه النور وقد تجزأ إلى موجات متباينة الطول والاهتزاز. والألوان هي موجة أشعة الضوء وكلما طالت الموجة اقترب اللون من الأحمر، وكلما قصرت الموجة، اقترب من الأزرق إلى البنفسجي وصولاً إلى ما فوق البنفسجي من جهة وإلى ما تحت الأحمر من الجهة الأخرى. (كلود عبيد، 2013، ص 12-13)

تعريف ثاني:

صفة تطلق على الأجسام التي لونها أسود أو أبيض أو غيرها من الألوان ويعرفها علماء الفيزياء على أنها نتج عن تحليل اللون الأبيض، حيث وجد نيوتن أن الضوء الأبيض يتحلل إلى عدة ألوان (ألوان الطيف) بما أن الضوء هو أصل اللون.

أما اللون من الناحية الجمالية هو مظهر من مظاهر الحياة الجمالية المعنوية والحسية التي لها أثرها في مشاعر الإنسان وحياته النفسي وإحساسه باللذة في الحياة حيث ينعش فيها العاطفة ويوقظ المشاعر ويثير الخيال. (صالح ويس، 2004، ص 12)

يعرف على أنه ذلك التأثير الفيزيولوجي الناتج عن شبكة العين سواء كان ناتجا عن المادة الصبغية الملونة أو عن الضوء الملون، فهو إذن إحساس وهو ليس له أي وجود خارج الجهاز العصبي للكائن الحي. (ابتسام مرهون الصفار، 2010، ص 64)

2- تصنيف اللون:

تعددت عمليات تصنيف الألوان، وطريقة النظر إليها بتعدد الثقافات والحضارات، وبتنوع مناهج الباحثين، فهناك عدة تصنيفات:

- الغوامق (الأسود، الأزرق).

- الفواتح (الأبيض، والأوان الفاتحة إجمالا والألوان الدافئة مثل الأحمر).

فيما يرى الفيزيولوجي الألماني إيwald هيرينغ صاحب نظرية النظام الطبيعي للألوان، بأن الألوان تقسم إلى قسمين ألوان أساسية وهي أربعة: أصفر، أحمر، أزرق، أخضر، وألوان حيادية: الأبيض والرمادي والأسود. - ألوان أساسية وألوان أولية والتي هي أصل الألوان الصافية ولا يمكن استخراجها أصباغ أخرى وهي الأصفر والأحمر والأزرق ومن مزج هذه الألوان نحصل على الألوان المختلطة.

أول هذه الألوان المختلطة هي الألوان الثانوية أو الثنائية وهي ألوان مركبة يتكون كل منها من مزيج لونين أساسيين: البرتقالي (أصفر+أحمر) وهو أول الألوان الثانوية وأقلها امتصاصا للضوء.

وثاني هذه الألوان هو الأخضر (أصفر+أزرق) وهو يقع في الوسط ما بين الأسود والأبيض. (كلود عبيد، 2013، ص 18، 19، 20)

3- تقسيمات الألوان:

وميز علماء النفس بين نوعين من الألوان الموجودة في الدائرة اللونية هما الألوان الحارة والألوان الباردة. ويطلق على الألوان الحارة أيضا اسم الألوان الدافئة أو الساخنة (الأحمر، الأصفر، البرتقالي) لأنها تميل إلى الضوء وألوان النار مصدر الحرارة ويكون ترتيب الألوان الحارة في الدائرة اللونية كما يلي: البنفسجي المحمر، الأحمر، البرتقالي المحمر، البرتقالي المصفر، الأصفر المخضر وهذه الألوان الحارة زاهية وصارخة، وتعبر عن النور، السعادة والفرح.

الألوان الباردة: (الأزرق والأخضر) فإنها تميل إلى القتامة وهي داكنة إجمالاً، وسميت بالباردة نظراً لارتباطها بالفضاء القاتم، وعمق مياه البحر، وانتشار الليل (غياب الضوء) وهي مركبة على النحو التالي: الأخضر المعتدل، الأزرق المعتدل، الأزرق البنفسجي المزرق، البنفسجي المعتدل. (كلود عبيد، 2013، ص 21، 22)

4- معاني ودلالة الألوان:

- دلالة اللون الأحمر:

يعتبر اللون الأحمر من أقدم الألوان التي عرفها الإنسان في الطبيعة ويعبر عن الدفء والحب والأحاسيس العفوية، كما أنه لون من الألوان الساخنة المستمدة من حرارة الشمس ووهجها قد يربط في بعض الأحيان بالمأساة والقوة، والعنف والإثارة، كما أنه لون واضح ملفت للنظر بشكل كبير ويأخذ اهتمام الجميع، وبشكل عام فإن اللون الأحمر يعتبر صاحب أطول موجة ضوئية من ألوان الطيف، لذلك يعد من الألوان القوية الرئيسية.

- دلالة اللون الأزرق:

يعتبر اللون الأزرق من أكثر الألوان شعبية وانتشاراً في العالم، فهو يعبر عن الاستقرار والأمان، والثقة وقد يدل أحياناً على مشاعر البرود، والعزلة، والحزن، وهناك استعمال، ويعتبر لونا مهدئا لنبضات القلب وخافضاً لدرجة الحرارة.

- دلالة اللون الأصفر:

يعبر هذا اللون عن التفاؤل والفرح والإبداع والدفء وقد يعبر في بعض الأحيان عن الإحباط والغضب والقلق وقد يكون في بعض الأحيان متعب للنظر ويعتبر من أقوى الألوان النفسية وتظهر آثاره ودلالته النفسية بشكل متباين ومختلف على الناس. (دلالات الألوان في علم النفس، <https://mawdoo.com>، 2021/05/26. 11:00)

- دلالة اللون الأخضر:

يعبر اللون الأخضر بشكل عام عن التوازن والانتعاش والطمأنينة والانسجام مع العالم الخارجي كما أنه لون الطبيعة ويرمز إلى الخصوبة والنمو، وقد يدل في بعض الأحيان على الغيرة، ويجفز الشعور بالاتزان، والراحة ويزيل القلق والتوتر، ويراه البعض لونا ملكياً أنيقاً ومحفزاً على الشعور بالمعاني الإيجابية والتفاؤل.

- دلالة اللون البنفسجي:

وهو مزيج من الأحمر والأزرق، وقد كان هذا اللون قديماً يدل على الغنى والثروة، وهو لون ملكي استخدمته العائلات الملكية بكثرة، وذلك بسبب ندرته في الطبيعة مما رفع قيمة المواد المستخدمة في استخراجها

وصنع أصباغه، أما مدلولاته فهو يعبر عن الحكمة، الروحانية، الغموض كما أنه الأقوى في طول الموجة الكهرومغناطيسية. (دلالات الألوان في علم النفس، <https:mawdoo.com>)

- دلالة اللون البرتقالي:

لون رومانسي عاطفي ودافئ ولون غروب الشمس لون يرمز إلى الانجذاب والشوق، وهو مزيج بين حرارة اللون الأحمر وإشعاع اللون الأصفر وبهذا يكون لونا حركيا يبعث الأمل في نفس الإنسان. (قدور عبد الله، 2008، ص 113)

- دلالة اللون الأبيض:

لون إيجابي أكثر مما هو لون سلبي فبمجرد أن نقول أبيض يخطر في أذهاننا الصفاء، النقاء، الطهارة، العفة، السلم والسلام، وهو أساس الألوان فقد سبق وقلنا أن الضوء الأبيض ينتج عنه عديد من الألوان أي منه تخرج جميع الألوان وهو من الألوان المحببة عند رجال وشيوخ الدين. (صالح ويس، 2004، ص 124)

إلى جانب الدلالات الإيجابية يحمل بعض الدلالات السلبية فهو لون الكفن أي أنه يحمل رمزية الموت والفناء، إلى جانب الاستسلام يقال رفعت الراية البيضاء أي الاستسلام وإعلان الطاعة. (أحمد مختار عمر، 1982، ص 703)

- دلالة اللون الأسود:

هو لون سلبي فهو لون الشؤم والدمار والحزن والظلام والكآبة وهو كابوس، لون يرمز إلى الخوف من المجهول والميل والفناء والصمت، كما اللون الأسود قداسته فهو لون كساء الكعبة. (صالح ويس، 2004، ص 124)

- دلالة اللون الرمادي:

يرمز اللون الرمادي إلى الداخل والنقاء والضبائية في كل شيء، كما يعبر عن الحياد وهو في أي مكان يحل فيه يدل على الهم والشقاء يدل على الرغبة الجارحة للانتصار على الآخرين. (قدور عبد الله، 2008، ص 113)

5-رمزية الألوان:

رغم أن الألوان تصنف سيميولوجيا ضمن المدونات الجمالية، فهي تستمد معانيها الثقافية من المدونة الاجتماعية أي من المدلولات التي تنتج عن الاتفاق La convention العربي لنسق ثقافي إلى الآخر، فما يعتبر لونا هادئا يوحى بالسعادة والابتهاج في ثقافة معينة، يعتبر عكس ذلك في ثقافة أخرى، وما يجسم الشيء من

ألوان في ثقافة اجتماعية معينة، يميل إلى تصغيرها أو إلى إظهارها بمظهر الثقل والكثافة في وسط ثقافي آخر، والألوان التي تكتسي بعدا وعمقا في ثقافة معينة لا يمكن اعتمادها كمقياس عام لكل الثقافات الأخرى.

ففي الثقافة العربية مثلا تحمل الألوان دلالات وتفسيرات متأثرة في أغلبها بالتفكير الاعتقادي السائد في هذه الثقافة، ففيها يرمز الأبيض إلى الصفاء والسلام، فهو لون رداء الإحرام والطواف حول الكعبة، وهو محكم التنزيل رمز لأصحاب الجنة، قال الله تعالى: ﴿يَوْمَ تَبْيَضُّ وُجُوهٌ وَتَسْوَدُّ وُجُوهٌ﴾ ويدل الأبيض في الأمثال الشعبية العربية على الطيبة، فيقال فلان قلبه أبيض مثل الثلج. (فايزة يخلف، 2010، ص 150-151)

الفصل الثالث:

الجانب التطبيقي للدراسة

1- التحليل السيميولوجي لعينة من الإيموجي على موقع الفيس بوك:



المستوى التعييني:

وجه أصفر دائري مقلوب بعيون مفتوحة وفم مبتسم.

المستوى التضميني:

يعمد القائم بالاتصال إلى استخدام هذه الأيقونة التي توحى للحالة التي يعيشها المرسل من تقلبات أموره اليومية. وما دل على ذلك الوجه المقلوب والعيون المفتوحة التي تعبر على الأمور المقلوبة رأساً على عقب، أما الوجه المقلوب فقد تم إعطاؤه اللون الأصفر الذي يدل على الموت، الزوال، الكره، الغيرة.



المستوى التعييني:

يد صفراء مع إبهام إلى الأعلى.

المستوى التضميني:

تستخدم هذه الأيقونة من قبل متداولي مواقع التواصل الاجتماعي في محادثاتهم الإلكترونية بكثرة، وتوحي هذه الأيقونة إلى الإعجاب والقبول والاتفاق. كما تدل هذه الأيقونة من قبل آخرين على أنها تدل على التجاهل والرفض، فحين تفهم هذه الأيقونة في بلدان الشرق الأوسط وغرب إفريقيا وروسيا وأمريكا الجنوبية على أنها تحمل دلالات مهينة وسيئة.



المستوى التعييني:

وجه أصفر دائري بفم مفتوح وعيون على شكل نجوم.

المستوى التضميني:

توحي هذه الأيقونة المستخدمة في المحادثات الرقمية إلى الحماس الشديد والغبطة والذي تجسد ذلك في تمثيل العيون على شكل نجمة والتي ترمز للسطوع واللمعان ونور هداية الدروب، ودلالة الفم المفتوح هي للتعبير عن شدة الفرح والسرور من الرسالة المستقبلية، بينما الوجه الضاحك فقد تم إعطاؤه اللون الأصفر الذي يوحي إلى اللمعان، والصفاء والنقاء كونه لون الشمس والذهب.



المستوى التعييني:

وجه أصفر دائري مع فم مغلق وعيون مغلقة.

المستوى التضميني:

نادرا ما يتم استخدام هذه الأيقونة في الدردشات الإلكترونية والتي توحي إلى المحايدة وعدم التدخل واللامبالاة حول الموضوع المطروح، وما دل عليه العيون المغلقة والفم المغلق بحيث يرمز إلى اللامبالاة أو حالة عدم الإعجاب بشيء، أما الوجه المحايد فقد تم إعطاؤه اللون الأصفر الذي يرمز إلى الغيرة، الموت، التكبر والخيانة.



المستوى التعييني:

وجه أصفر دائري يتلطف ويتصنع الابتسامة مع حواجب مرفوعة وغمز بالعيون.

المستوى التضميني:

تستخدم هذه الأيقونة من قبل القائم بالاتصال إلى المتلقي، بالاتصال المباشر لتمرير رسالة تحمل مشاعر وأحاسيس رومانسية وجنسية، وهذا ما دل عليه الغمز بالعيون، والابتسامة المصطنعة، أما الوجه الدائري مصطنع الابتسامة فقد تم إعطاؤه اللون الصفير يرمز إلى الصفاء والطمأنينة والهدوء.



المستوى التعييني:

وجه أزرق دائري مع عيون مفتوحة وفم مفتوح ويدين موضوعتين على الخدين.

المستوى التضميني:

يعتمد على هذه الأيقونة للتعبير أو الدلالة على الهلع والخوف الشديد أو الصدمة من خير وتجدد ذلك في جحوظ العينين وفتح الفم ووضع اليدين على الخدين. أما الوجه المهلوع المصدوم فقد تم إعطاؤه اللون الأزرق الذي يشير ويدل إلى الخوف والهلع.



المستوى التعييني:

وجه أحمر دائري اللون وفم على شكل نصف دائري، مع اقتتان الحاجبين بالعين.

المستوى التضميني:

يلجأ القائم بالاتصال إلى استخدام هذه الأيقونة لتمثيل وإيصال مشاعر وأحاسيس الغضب والامتعاض، وتجسدت دلالة ذلك في لون الوجه الأحمر الذي يؤول سيميولوجيا للإيحاء بالنرفزة والثوران كونه من الألوان الساخنة أما دلالة شكل الفم فتوحي على أن المرسل في بداية غضبه وثورته، كما دل على ذلك اقتتان الحاجبين بالعين أو ما يعرف بتقطيب الحاجبين.



المستوى التعييني:

وجه دائري أصفر مع عيون مغلقة وفم مفتوح ودموع منهمة على الخدين.

المستوى التضميني:

تعتبر هذه الأيقونة من الأيقونات المستخدمة في المحادثات التي تتم عبر منصات التواصل الاجتماعي وتحمل دلالة الإحساس والشعور بالتعرض للأذى والحزن الشديد المرسوم في الدموع التي توحى إلى الكآبة والحزن والضيق. وما دل عليه كذلك الفم المفتوح حتى درجة الصراخ والبكاء بحرقه فحين تم إعطاء اللون الأصفر للوجه الباكي الحزين كونه يرمز إلى الموت والحقد والزوال.



المستوى التعييني:

وجه أصف دائري بعيون مغلقة وفم عليه كمامة.

المستوى التضميني:

انتشرت هذه الأيقونة أو ما يعرف بالإيموجي في المحادثات الرقمية فيه ظهور وباء كوفيد 19، تستخدم هذه الأيقونة من قبل القائم بالاتصال لتمرير رسالة إلى المتلقي تدل على أنه في حالة حيطة وحذر والتزام بقواعد ارتداء الكمامة من أجل تفادي الإصابة بالعدوى. أما الوجه النائم تم إضفاء اللون الأصفر عليه والذي يوحي ويرمز إلى الصفاء البريق، واللمعان والطمأنينة كونه لون الشمس والقمح والذهب.

**المستوى التعييني:**

وجه أصفر دائري بعيون مفتوحة وفم مغلق بواسطة سحاب.

المستوى التضميني:

تستخدم هذه الأيقونة في المحادثات الإلكترونية لتمرير رسالة الكتمان وحفظ الحديث والدعوة إلى الحفاظ على الكلام وتوظيف سحاب في الأيقونة للدلالة على الغلق، أما إعطاء اللون الأصفر للوجه فهو يدل على الصفاء والحياة والوضوح والصراحة.



المستوى التعييني:

وجه أصفر دائري بعيون مفتوحة على مصراعيها وفم مفتوح.

المستوى التضميني:

يوظف القائم بالاتصال في المحادثات الإلكترونية هذه الأيقونة لتوصيل رسالة إلى المتلقي والتي توحى بالدهشة والصدمة الشديدة لدرجة الدهشة، وما دل عليه العيون المتسعة والفم المفتوح. أما الوجه الأصفر الدائري فقد تم إعطاؤه اللون الأصفر الذي يرمز إلى الذكاء والحياة والحكمة، الحدس، وقد يوحي إلى المرض، الجذب، الجفاف.



المستوى التعييني:

وجه أصفر دائري بعيون مغلقة وفم مفتوح وحرف زاد فوق الجبهة.

المستوى التضميني:

يعتمد القائم بالاتصال إلى استخدام هذه الأيقونة أو هذا النوع من النسق البصري الذي يدل على النوم العميق، فرسالته إلى المتلقي وهذا ما تدل عليه العينين المغلقتين والفم المفتوح والشخير الذي رمز إليه بحرف ZZZ معتمدا على اللون البنفسجي الذي يدل على الهدوء والراحة النفسية. أما الوجه النائم فقد تم إعطاؤه اللون الأصفر الذي يدل على الهدوء والطمأنينة والراحة واللمعان.



المستوى التعييني:

وجه أصفر دائري بعيون مفتوحة وحاجب مرفوع مع يد على فم مغلق.

المستوى التضميني:

تستخدم هذه الأيقونة في المحادثات الرقمية للتعبير عن مشاعر وإحساس التفكير والتخمين في مشكلة ما من أجل إيجاد حل صائب لها، وهذا ما دل عليه اليد الموضوعة على الفم والتي تؤول وتفهم سيميولوجيا وترمز إلى الحيرة والتفكير بعمق أما إعطاء اللون الأصفر للوجه كونه يرتبط بمعاني المرض والجذب والجفاف والغيرة والهموم.



المستوى التعييني:

وجه أصفر دائري مبتسم حتى ظهور الأسنان بعيون مغلقة.

المستوى التضميني:

يعمد القارئ بالاتصال أثناء المحادثات الإلكترونية لاستخدام هذه الأيقونة من أجل إيصال رسالة إلى المتلقي تحمل هذه الرسالة شعور وإحساس الضحك مع الاستهزاء وتجسدت دلالة ذلك في فتح الفم حتى ظهور الأسنان والذي يؤول سيميولوجيا للإيجاء بالضحك الشديد والمزح والاستهزاء أما لون الوجه الضاحك فتم إعطاؤه "اللون الأصفر كونه لون المزاح والنقاء والسعادة والبهجة والصراحة".



المستوى التعييني:

وجعه دائري أصفر بعيون مغلقة وحاجبين مقطوبين مع دخان أبيض يخرج من الأنف.

المستوى التضميني:

تعرف هذه الأيقونة بين مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي في محادثاتهم على أنها تدل على الغضب والنزفة، فحين المعنى الحقيقي لهذه الأخيرة فهي تدل وتوحي إلى النصر وفرحة الفوز وهذا ما دل عليه الدخان الأبيض الذي يخرج من مناخر الأنف فحين المعنى الحقيقي لهذا الإيموجي هو الغضب وهذا ما يدل عليه اقتتان الحاجبين وخروج الدخان من الأنف.

أما الوجه فقد أخذ اللون الصفرة كونه لون الغضب والحقد والغيرة، والزوال.



المستوى التعييني:

وجه أصفر دائري مبتسم بنظارات شمسية سوداء.

المستوى التضميني:

توجد هذه الأيقونة في المحادثات الإلكترونية ويعتمد عليها القائم بالاتصال لتمرير رسالته إلى المتلقي لتوصيل مشاعر وأحاسيس الثقة بالنفس والطمأنينة وما دل عليه النظارات التي تفهم سيميولوجيا على أنها تدل على الحماية من الشمس وترمز كذلك إلى الثقة والرقي والاستمتاع، أما الابتسامة فهي ابتسامة حقيقية تدل على الغرور والثقة الزائدة بالنفس، أما الوجه المبتسم فقد تم إعطاؤه اللون الأصفر الذي يرمز إلى الصفاء والنقاء والوضوح.



المستوى التعييني:

وجه أصفر دائري مع خروج اللسان من الفم وغمزة العين اليمنى وجحوظ العين اليسرى.

المستوى التضميني:

تستخدم هذه الأيقونة أو الإيموجي في تمرير رسالة المرسل إلى المرسل إليه للتعبير عن الإحساس الباطن لدى المرسل حيث توحي هذه الأيقونة إلى الفكاهة والمرح حد الغمز بالعين اليمنى وخروج اللسان الذي يرمز إلى روح الفكاهة والمرح، كما توحي كذلك إلى التنكيد والمغالطة. أما الوجه المازح فقد تم إعطاؤه اللون الأصفر كونه لون السرور والسعادة والمرح والفوز.



المستوى التعييني:

وجه مبتسم مع عيون مفتوحة وفتح الفم ولسان خارج.

المستوى التضميني:

تستخدم هذه الأيقونة في إيصال رسالة المرسل إلى المتلقي للتعبير عن إحساس المرسل حيث ترمز هذه الأيقونة إلى التذوق والإعجاب بالطعام وما يوحي بذلك العيون المفتوحة التي تدل على الإعجاب. أما خروج اللسان يعبر على التذوق حتى الإعجاب بالطعام كون اللسان حاسة التذوق فحيث وظف اللون الأصفر كونه يرمز إلى الحب والإعجاب والفرح.



المستوى التعييني:

وجه أصفر دائري بقبلة مع عيون مفتوحة.

المستوى التضميني:

تتضمن هذه الأيقونة أو ما يعرف بالإيموجي عبر منصات التواصل الاجتماعي دلالة إيجابية ترمز إلى التصفيير ويعرف أن هذه الأخيرة تستخدم من طرف متداولي مواقع التواصل الاجتماعي على أنها أيقونة توحى إلى التقبيل وإرسال قبل للمتلقي من طرف المرسل حيث يغلب اللون الأصفر عليها والذي يوحي ويرمز إلى الصفاء، النقاء، البريق كونه لون الشمس والذهب، وتوحى العيون المفتوحة إلى النظرة الواسعة التي يحملها المرسل إلى المرسل إليه.



المستوى التعييني:

وجه دائري مبتسم بعيون على شكل قلب أحمر.

المستوى التضميني:

يعتمد على هذه الأيقونة للتعبير أو الدلالة عن الشعور بالحب الشديد أو الفرحة النابعة من القلب وتجسد ذلك في تمثيل العين على شكل قلب أحمر، كما هو متفق عليه سيميولوجيا أن دلالة اللون الأحمر هي الحب والامتنان والمودة، كما يدل كذلك على الحياة والطمأنينة. أما الوجه البشوش، المبتسم فقد تم إعطاؤه "اللون الأصفر الذي يرمز إلى الصفاء والنقاء والهدوء والسعادة كونه لون الذهب والقمح والشمس". وتم استبدال العين بالقلب في هذه الأيقونة للدلالة على المشاعر الداخلية للذات.



المستوى التعييني:

وجه أصفر دائري مع الغمز بالعين اليسرى وضم الشفاه بقلب أحمر عابر.

المستوى التضميني:

يعتمد المرسل في التعبير عن مشاعره وأحاسيسه اتجاه المرسل إليه باستخدام هذه الأيقونة التي توحى إلى إظهار الرومانسية والمودة والحب والامتنان، وتجسد ذلك في تمثيل القبلة على شكل قلب أحمر أما رمزية الغمز توحى إلى الحب.

بينما الوجه الدائري فقد تم إعطاؤه اللون الأصفر الذي يرمز إلى الحكمة والحياة والنقاء والحب واللمعان كونه لون الذهب والقمح.



المستوى التعييني:

وجه دائري أصفر مبتسم مع هالة فوق الرأس وعيون منحنية وفم مبتسم.

المستوى التضميني:

يعمد المرسل على استخدام هذه الأيقونة لتمرير وإيصال رسالة إلى المرسل تحمل معاني البراءة والخير ويمكن استخدامه بجدية أو فكاهة، أما الهالة التي فوق الرأس فهي ترمز إلى الطبيعة الملائكية والخير، وما يوحي بذلك الفم المبتسم والعيون المنحنية والحدود الحمراء التي ترمز إلى الخجل والحياء أما الوجه الملائكي فقد تم إعطائه اللون الأصفر الذي يدل على النقاء والصفاء والسعادة والفرح.



المستوى التعييني:

وجه أصفر دائري مبتسم بخدود حمراء وعيون مغلقة.

المستوى التضميني:

توحي هذه الأيقونة إلى الشعور بالسعادة والفرح الشديد لدى المرسل ويعمد المرسل إلى استخدامها لتمرير رسالة إلى المرسل إليه ليعبر على سعادته الشديدة ما يوحي بذلك الفم المبتسم والخدود الحمراء التي ترمز إلى الخجل والحياء ويمز إلى ذلك اللون الأحمر الذي يدل على الخجل والارتباك. أما إعطاء اللون الأصفر للوجه الدائري كونه رمز الصفاء والفرح واللمعان.



المستوى التعييني:

وجه دائري أصفر ضاحك مع ظهور الأسنان بنقطة عرق باردة.

المستوى التضميني:

تدل هذه الأيقونة (الإيموجي) على السعادة التي يشعر بها المرسل اتجاه المرسل إليه وما يوحي بذلك البسمة والسرور والضحكة إلى حد ظهور الأسنان. وما يزيد التأكيد على ذلك نقطة العرق فوق عين الإيموجي التي تدل على البهجة السرور والسعادة الشديدة، حيث عمد على توظيف اللون الأزرق الذي يرمز إلى الطمأنينة والراحة والهدوء والسعادة.



المستوى التعييني:

وجه أصفر دائري مبتسم بدموع على الخدين.

المستوى التضميني:

تشير هذه الأيقونة أو ما يعرف عبر مواقع التواصل الاجتماعي بالإيموجي على الضحك الشديد حتى البكاء وما يدل ذلك اللون الأزرق الذي يرمز إلى الفرح والسرور والسكينة والراحة كونه لون السماء والبحر ويعكس صفاء مرسل الرسالة والفم المفتوح حتى ظهور الأسنان من شدة الضحك.
 أما الوجه الضاحك بشدة فقد تم إعطاؤه اللون "الأصفر الذي يوحي ويرمز إلى الصفاء والسرور والحياة والوضوح كونه لون الضوء والذهب".



المستوى التعييني:

وجه أصفر دائري بفم مبتسم وعيون مغلقة مع يدين على خدود حمراء.

المستوى التضميني:

توظف هذه الأيقونة في المحادثات الرقمية لإيصال رسالة إلى المرسل تشير إلى طلب المعانقة والحضن وتحمل روح التسامح والسلام وما دل عليه الابتسامة والخجل المرسوم على الخدين وما يرمز إلى ذلك اليدين البيضاء التي تدل على السلام والنقاء والنظافة.

أما الوجه الدائري المبتسم المسامح فقد تم إعطاؤه اللون الأصفر الذي يدل على الصفاء والبريق والنقاء والطمأنينة كونه لون الذهب والشمس والقمح.



المستوى التعييني:

قلب أحمر.

المستوى التضميني:

يمر القائم بالاتصال رسالته إلى المرسل بالاعتماد على هذه الأيقونة التي تحمل مشاعر وأحاسيس الحب والعشق، القلب الأحمر يرمز للعاطفة الحب والامتنان والود أما عن اللون فقد تم إعطاؤه اللون الأحمر الذي يرمز إلى الحب والحماس والطاقة كونه لون الروح والشهوة.



المستوى التعييني:

وجه شيطاني بلون بنفسجي وقرنين فوق الرأس وعيون مفتوحة بحاجبين مقطوبين وفم مفتوح.

المستوى التضميني:

يستخدم المرسل هذا النوع من الأيقونات أو ما يعرف بالإيموجي لتمرير الرسالة التي تحمل دلالة الشيطانية والظلم والخوف من الأذى نية تبليغ المرسل إليه. وما يدل عليه الفم المفتوح والحاجبين المقطوبين. أما إعطاء اللون البنفسجي للوجه الذي يدل على الرعب والظلم والتسلط، والعينين التي تدلان على الوحشية والقرنين باللون الأسود التي تدلان على الشيطانية والتسلط والأذى.



المستوى التعييني:

وجه أصفر دائري بعيون تحمل رمز العملة وفم مبتسم بلسان يحمل علامة الدولار.

المستوى التضميني:

يعتمد على هذه الأيقونة للدلالة عن الحصول على المال وهو يشعر بسعادة كبيرة، وتجسد ذلك في تمثيل العين على شكل رمز عملة نقدية، أما اللسان فقد تم تعويضه بعلامة الدولار التي توحي إلى الغناء والحصول على المال فحين الوجه المبتسم فقد تم إعطاؤه اللون الأصفر الذي يرمز إلى الفرح والبهجة والسرور والهدوء والنقاء.



المستوى التعييني:

وجه أصفر دائري متوهج بعيون مغلقة وفم مفتوح.

المستوى التضميني:

يعمد القائم بالاتصال إلى استخدام هذه الأيقونة التي توحى وتدلل على السعادة والرضا وراحة البال، والشكر وتحسدت دلالة ذلك في الابتسامة الخفيفة واحمرار الخدين أما الوجه المبتسم المتوهج فقد تم إعطاؤه اللون الأصفر الذي يدل على النقاء والصفاء والفرح والسرور كونه لون الشمس والرمال والذهب والضوء.



المستوى التعييني:

وجه أصفر دائري مع عيون واسعة تلمع، وفم مفتوح قليلا وحاجبين مرتفعتان وخدود حمراء.

المستوى التضميني:

يتم توظيف هذه الأيقونة في المحادثات الالكترونية، وتدل على طلب مساعدة أو خدمة من صديق وتجسد ذلك في العيون المفتوحة لامعة والحاجبين المرتفعتين، أم الخدود الحمراء توحى بالخجل والحياء فحسب الوجه الدائري تم إضفاء اللون الأصفر عليه الذي يرمز إلى اصفاء والنقاء والطمأنينة.

**المستوى التعييني:**

يدين بلون أصفر مفتوحتين.

المستوى التضميني:

تستخدم هذه الأيقونة في المحادثات الإلكترونية بكثرة وتوحي هذه الأيقونة إلى الدعاء والتضرع والصلاة وتدل على العبادة، أما اليدين فقد تم إعطاؤهم اللون الأصفر الذي يرمز إلى الصفاء والنقاء والفرح والسرور كونه لون الضوء والشمس والرمل والذهب.



المستوى التعييني:

وجه أصفر دائري بعيون مفتوحة وأصبع تغطي الفم.

المستوى التضميني:

توظيف هذه الأيقونة من قبل المرسل من أجل تمرير رسالة تحمل دلالة السكوت وعدم الكلام لما توحى كذلك إلى التكلم بهدوء وما دل عليه الأصبع الموضوع فوق الفم والتي تؤول سيميولوجيا إلى السكوت وعدم الكلام، أما اليد البيضاء فهي توحى إلى النقاء والنظافة والعفة والطهارة، فحين تم إظفاء اللون الأصفر للوجه والذي يوحي إلى الإشعاع والنقاء والنظافة والفرح والسرور.



المستوى التعييني:

وجه أصفر دائري متوهج الخدين مع عيون مفتوحة ويد بيضاء تغطي الفم.

المستوى التضميني:

يعمد القائم بالاتصال إلى استخدام هذه الأيقونة في محادثاته الإلكترونية لتمرير رسالة تدل على الضحك حتى تغطية الفم لوقف النفس من صنع الضوضاء وما دل على ذلك العيون المفتوحة حتى درجة الدهشة واليد البيضاء التي تغطي الفم، فأما اليد فقد تم إعطاؤها اللون الأبيض الذي يوحي إلى النقاء والنظافة والسلام والطهارة أما الوجه الدائري فقد تم إعطاؤه اللون الأصفر الذي يرى يرمز إلى السرور والسعادة والفرح.



المستوى التعييني:

وجه أصفر دائري، بعيون مفتوحة بدون فم.

المستوى التضميني:

تستخدم هذه الأيقونة أو ما يعرف بالإيموجي من قبل متداولي مواقع التواصل الاجتماعي في محادثاتهم الإلكترونية، وتدل هذه الأيقونة على التزام الصمت وعدم القدرة على قول شيء، وكذلك الحفاظ على السر ولن يقال إلى أي شخص كما تشير كذلك إلى عدم الرغبة في الكلام وتجسد ذلك في عدم إبراز الفم والتي تؤول سيميولوجيا إلى الصمت والسكوت أما الوجه الدائري فقد تم إعطاؤه اللون الأصفر الذي يرمز إلى النقاء والصفاء والسعادة والفرح.

2- النتائج العامة للدراسة:

بعد تحليل مجموعة من الإيموجي المستخدمة على موقع الفيس بوك عبر التحليل التعييني والتضميني، توصلنا إلى النتائج التالية:

1- الإيموجي تحمل مجموعة من المعاني والدلالات الضمنية والتي تتمثل في معاني القرب الاجتماعي والتواصل مع الآخرين.

2- الإيموجي تحمل مجموعة من المعاني الدالة عن المشاعر والأحاسيس والأفكار التي لم تستطع اللغة المفوطة إيصالها.

3- تعتبر الإيموجي أداة تواصلية على موقع الفيس بوك وهذا لكونها تجسد أحاسيس ومشاعر وأفكار منتج الرسالة.

4- إعطاء اللون الأصفر للأشكال الإيموجي له دلالة إيديولوجية وسياسية وهي محاولة القضاء على التمييز العنصري الذي كان قائم بين الشعوب.

5- تحمل الألوان دورا مهما في إيصال المعاني الضمنية والباطنية للإيموجي.

6- تأويل وفهم المعنى الضمني للإيموجي له علاقة بالمحيط السوسيو ثقافي لمنتج الرسالة.

7- يختلف المعنى الشكلي للإيموجي عن المعنى الباطني بحيث كل فرد يؤولها حسب مرجعيته الثقافية وأحيانا نجد تشابه وتكامل بين المعنيين.

8- سمحت الإيموجي للأشخاص من مختلف الأجناس والثقافات بالتواصل والتفاعل مع بعضهم البعض أي سهل الاتصال بين مختلف الثقافات من خلال تجاوز الحدود.

9- إعطاء الشكل الدائري لأشكال الإيموجي هدفه إخفاء الملامح الحقيقية لبنية الوجه التي توحى بالشخصية وإعطائها الطابع الهزلي الفكاهي.

10- استخلاص الملامح الضمنية للإيموجي له ارتباط وثيق بملامح الوجه (الحاجب، العين، الفم) للوصول إلى المعاني الخفية المراد إيصالها من طرف منتج الرسالة.

11- الإيموجي توضح وتعزز المعنى وسياق الرسالة المكتوبة في غياب إيماءات وتعبيرات الوجه والنبرة الصوتية.

12- الإيموجي كلغة رقمية فتحت حرية أوسع للمرسل في توصيل أفكار ومشاعر ومكبوتات باختلاف دلالتها بين المستعملين.

13- الإيموجي وحدت اللغة بين شعوب العالم وخلقت محادثات إلكترونية لا تستعمل الحروف والمفردات.

- 14- استخدام الإيموجي يكون بين الأفراد الاجتماعيين مثل الأصدقاء ولا يتم توظيفها في المحادثات الرسمية مثل الأطروحات العلمية والمقالات.
- 15- في ظل البيئة الرقمية الجديدة وعصر السرعة أصبحت الإيموجي لغة سهلة لتوصيل أفكار وأحاسيس لم تستطع المفردات والكلمات إيصالها.
- 16- انطلاقاً من تعريف اللغة بأنها متواضعة واعتباطية ومتفق عليها من طرف الجماعة وبحكم الإيموجي لغة في مواقع التواصل الاجتماعي والمحادثات الإلكترونية واتفقت عليها جماعة في البيئة الرقمية وصلنا إلى حتمية أن الإيموجي أصبحت لغة رقمية عالمية.

خاتمة

خاتمة:

في الأخير يمكن القول أن الإيموجي لغة رقمية فرضتها التكنولوجيا الرقمية الحديثة واكتسحت مواقع التواصل الاجتماعي والمحادثات الالكترونية، وهذا لما تحمله من معاني ودلالات تعبيرية وتكملة للكلام الملفوظ، كما عادلت لغة الجسد من إيماءات وحركات ونبرات الصوت التي كانت غائبة في الكتابات الملفوظة وأصبحت لغة رقمية لتوصيل المشاعر والأحاسيس بطريقة سريعة وسهلة.

لكن بالرغم من كل ما يتمتع به الإيموجي من خصائص لا يمكن اعتبارها لغة حية حقيقية مستقبلية ما دامت تفتقر إلى الأحرف ولا تحتوي على قواعد بناء الجملة.

قائمة المراجع

قائمة المراجع:

2. ابتسام مرهون الصفار (2010)، جماليات التشكيل اللوني في القرآن الكريم، جامعة جدار، عالم الكتب الحديث، أريد، عمان، الأردن، ط 1.
3. ابن عاشور، الطاهر، (2000)، التحرير والتنوير، ط 1، مؤسسة التاريخ.
4. ابن منظور (دت)، لسان العرب، دار المعارف، القاهرة.
5. أحمد بدر (1986)، أصول البحث الاجتماعي ومناهجه، ط 1، وكالة النشر، الكويت.
6. أحمد مختار عمر (1982)، اللغة واللون، دار الكتب، القاهرة، مصر، ط 1.
7. جمال سند السويدي، وسائل التواصل الاجتماعي ودورها في التحولات المستقبلية من القبيلة إلى الفيسبوك.
8. حسين مُجد هتيمي (2015)، العلاقات العامة وشبكات التواصل الاجتماعي، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن، عمان، ط 1.
9. رحيم يونس كرو والعزاوي (2008)، مقدمة في منهج البحث العلمي، دار دجلة للنشر، الأردن، ط 1.
10. السعيد مبروك إبراهيم (2019)، مواقع التواصل الاجتماعي وتعزيز الثقافات في العصر الرقمي، مؤسسة الباحث للاستشارات البحثية، القاهرة.
11. صالح ويس (2004)، الصورة اللونية في الشعر الأندلسي، دار مجدلاوي، عمان الأردن، ط 1.
12. عبد الرحمان بدوي (1977)، مناهج البحث، وكالة المطبوعات، الكويت.
13. عبد الرحمن بن إبراهيم الشاعر، (2015)، مواقع التواصل الاجتماعي والسلوك الإنساني، عمان، دار الصفاء للنشر والتوزيع.
14. علي خليل شقرة (2014م)، الإعلام الجديد (شبكات التواصل الاجتماعي)، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن، عمان، ط 1.
15. فايزة يخلف (2010)، مبادئ في سيميولوجيا الإشهار، طاكسيج كوم للدراسات والنشر والتوزيع، الجزائر.
16. فضيل دليو، علي غربي وآخرون (1999)، أسس المنهجية في العلوم الاجتماعية، منشورات جامعة قسنطينة، الجزائر.
17. فيصل العنزي (2020)، واقع استخدام الرموز التعبيرية في البيئة الإعلامية الرقمية، جامعة الملك سعود.
18. قدور عبد الله (2008)، سيميائية الصورة، دار الوراق، عمان، الأردن، ط 1.

19. كلود عبيد، الألوان (دورها، تصنيفها، مصادرها، رمزيتها، دلالتها)، مراجعة وتقديم مُجد حمود، المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر والتوزيع، ط 1، 2013.
20. ليلى أحمد جرار، (2012)، الفيسبوك والشباب العربي، المملكة الأردنية الهاشمية، دار حنين للنشر والتوزيع.
21. ماري تيريز جورنو (2007)، معجم المصطلحات السينمائية، ترجمة: فائز بشور، جامعة باريس السوربو الجديد، باريس.
22. مُجد ابراقن (2006)، ترجمة أحمد بن مرسلي "التحليل السيميولوجي للفيلم"، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، ط 1.
23. مُجد الأمين أحمد عبد مرزوك (2020)، مواقع التواصل الاجتماعي والحراك الشعبي (الاعتماد المتبادل)، المركز الديمقراطي العربي، ألمانيا، برلين، ط 1.
24. مُجد عبيدات، مُجد أبو نصار وآخرون (1999)، منهجية البحث العلمي، القواعد والمراحل والتطبيقات، دار وائل للنشر، عمان.
25. مُجد منير حجاب، (1997)، المعجم الإعلامي، الإسكندرية.
26. مسعد سلمان المشهداني، فراس حمود العبيدي (2020)، مواقع التواصل الاجتماعي وخصائص البيئة الإعلامية الجديدة، عمان، الأردن، دار أجد، ط 1.
27. وسيم شفيق الحجاز (سنة 2017)، النظام القانوني لوسائل التواصل الاجتماعي (دراسة قانونية مقارنة حول الخصوصية والحرية الشخصية والمسؤولية والاختصاص)، المركز العربي للبحوث القانونية والقضائية مجلس وزراء العدل الحرب، بيروت، لبنان، ط 1.
- الرسائل الجامعية:
28. خديجة زيتوني، فاطمة الزهراء حدباوي (2017/2016)، أثر استخدام الرموز التعبيرية في شبكات التواصل الاجتماعي، الفيسبوك أنموذجا، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية - جامعة مُجد بوضياف - المسيلة.
29. كاتب فارس، عقون (2016/2015)، أثر استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على سلوك الشباب الجزائري، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة أم البواقي.
30. نبيح أمينة، (2013-2012)، اتجاهات مستخدمي الاتصال الرقمي، دراسة ميدانية لمستخدمي facebook في الجزائر، كلية علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر 3.

قائمة المراجع

31. وليد قادري (2011)، صورة الإسلاميين في السينما المصرية، تحليل سيميولوجي لفيلم عمارة يعقوبان ومرجان، أحمد مرجان، مذكرة ماجستير في علوم الإعلام والاتصال، الجزائر.

المجالات والمجلات:

32. أحمد عبد الكافي عبد الفتاح عبد الكافي، (2021م)، استخدام طلبة الجامعات للرموز التعبيرية (الإيموجي) بموقع التواصل الاجتماعي فيس بوك وانعكاسه على إدراك جودة الصداقة الافتراضية، المجلد 4، (العدد 58).

33. براردي نعيمة، عبد السلام غرابي، (مارس 2020)، الرموز التصويرية الهيروغليفية إلى عصر الإيموجي، اختلاف اللغة أم انحدار التواصل، مجلة الممارسات اللغوية، المجلد 11، (العدد: 01).

34. رموز الإيموجي تفك ألباز الكتابة الهيروغليفية، صحيفة العرب، (2019/12/23)، السنة 42، العدد 11567.

المواقع الإلكترونية:

35. رمزي جاب الله، استخدام الإيموجي (الإيموتيكون) في مواقع الدردشة وأثره على اللغة العربية، همسة، <https://www.hamassa.com/>، 2022/02/20، الساعة 20:00.

36. معاني الإيموجي، Emoji كاملة والفرق بين الإيموجي والإيموشن، مقال منشور في الموقع الإلكتروني <https://www.arageek.com/>، تاريخ الدخول 2022/02/20، الساعة 21:00.

37. نشأة الإيموجي بسطور، مقال منشور في الموقع الإلكتروني: <https://sotor.com/>، تاريخ الدخول 2022/02/20، الساعة 21:00.

38. دلالات الألوان في علم النفس، <https://mawdoo.com>، 2022/05/26، 11:00.

المراجع الأجنبية:

39. Marcel danesi (2017), the semiotics of Emoji, The rise visual language in the age of the Internet, vol 1, usa.

40. Joly Marine, Introduction a d'analyse de l'image, Nathan université, France, 1994.

41. Judith LAZAR, sociologie de la communication de moss, Armand colin, paris, 1991.



كلية العلوم
الإنسانية والاجتماعية
FACULTY OF HUMANITIES
AND SOCIAL SCIENCES

Faculty of Humanities and Social Sciences
Vice-Deanship of the College for Studies and
Student Issues

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
People's Democratic Republic of Algeria
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
Ministry of Higher Education and Scientific Research
جامعة محمد بوضياف بالمسيلة
University Mohamed Boudiaf of M'sila



كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية
نيابة العمادة للدراسات والمسائل المرتبطة بالطلبة

وثيقة ايداع مذكرة ماستر

الموضوع:

مواقف التواصل الإيجابي والالتزام
دراسة تحليلية بسببها لو حيد- لعينة من الإيجاز على
موقع الفيس بوك

إعداد الطلبة:

- 1- مها برحوني
 - 2- منة بنوينة رضوانة
- رقم التسجيل: 4112801202120220913
رقم التسجيل: 4112801202120220916
القسم: علوم الإعلام والاتصال الشعبية:
إشراف: الأستاذة نديم الزرافة بالرتبة: أستاذة معاذ خنجر

أقر بأنني تابعت العمل المذكور أعلاه في جلسات إشرافية طيلة الموسم الجامعي: 2021-2022 وأسمح بإيداعه على مستوى إدارة القسم للمناقشة والتقييم.

رئيس فريق الاختصاص

د. لطفة حستا
06.06.2022

مؤافقة وإمضاء الأستاذة (ة) المشرفة (ة):

ع/ الأستاذة نديم الزرافة
رئيس القسم
نديم الزرافة

لتحميل الوثيقة يرجى نسخ الرمز





الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
 People's Democratic Republic of Algeria
 وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
 Ministry of Higher Education and Scientific Research
 جامعة محمد بوضياف بالمسيلة
 University Mohamed Boudiaf of M'sila



Faculty of Humanities and Social Sciences
 Vice-Deanship of the College for Studies and
 Student Affairs

كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية
 لجانة العمادة للدراسات والمسائل المرتبطة بالطلبة
 الرقم: 2021/

تصريح شرفي خاص بالالتزام بقواعد النزاهة العلمية لإنجاز بحث

أنا الممضى أدناه:

السيد(ة): بن عبدوثة زهوة

الصفة: طالب، استاذ باحث، باحث دائم، حالية

الحامل لبطاقة التعريف الوطنية رقم: 206892403

الصادرة بتاريخ: 18 - 08 - 2021 عن دائرة: خليفة المجاهد

المسجل بكلية: العلوم الإنسانية والاجتماعية، علوم الإعلام والاتصال

تخصص: سوسيولوجيا تحت رقم التسجيل: UM980120210064099216

والمكلف بإنجاز أعمال بحث: مذكرة التخرج، مذكرة ماستر، مذكرة ماجستير أطروحة: دكتوراه

عنوانها: موانع التواصل الي جنسنا عيا و الإيجو جيا

دراسة تحليلية نسبية لوجبة لعبة من الإيجو جيا

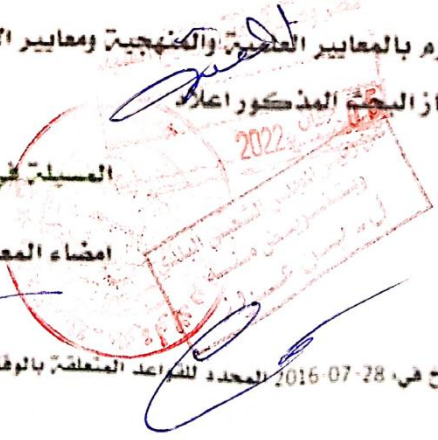
على موقع الفيس بوك

أصرح بشرفي بانني التزم بالمعايير العلمية والمنهجية ومعايير الاخلاقيات المهنية والنزاهة

الاكاديمية المطلوبة في انجاز البحث المذكور اعلاه

المسيلة في: 05 جوان 2022

امضاء المعني (ة): [Signature]



المرجع: القرار الوزاري رقم: 933 المؤرخ في: 28-07-2016 المحدد للواعد المتعلقة بالوقاية من السرقات العلمية ومكافحتها.



تصريح شرفي
الخاص بالالتزام بقواعد النزاهة العلمية لإتجاز بحث
(المرجع: ملحق القرار الوزاري رقم 933 المؤرخ في 2016/07/28 المتعلق بالوقاية ومحاربة السرقة العلمية)

أنا المعضي اسفله:

السيد (ة): **صابر خوضري** الصفة: (طالب، أستاذ باحث) **طالب**

المولود(ة) بتاريخ: **1987/ 01 /29** في: **أحنيش برج بوعريريج**

الحامل لبطاقة التعريف الوطنية (أو ر.س.) رقم: **11952136** الصادرة بتاريخ: **2016/07/28** عن: **برج بوعريريج**

المسلك (ة) بكلية/ معهد: **العلوم الإنسانية والاجتماعية** قسم: **علوم الإعلام والاتصال**

و المكلف بإتجاز أعمال بحث أطروحة مكتوراه، عنوانها: **مواقع التواصل الاجتماعي والإيموجي**

دراسة تحليلية سيميولوجية لعينته من الإيموجي على موقع الفيسبوك

أصرح بشرفي أنني اطلعت على كل مواد القرار الوزاري رقم 933 المؤرخ في 2016/07/28 و المتعلق بالوقاية ومحاربة السرقة العلمية، و أتقزم باحترامه بكل صرامة و بدون تحفظ و كما أنني التزم بمراعاة المعايير العلمية والمنهجية ومعايير الأخلاقيات المهنية و النزاهة الأكاديمية المطلوبة في إنجاز البحث المذكور أعلاه.

ملاحظة: يحسب هذا التصريح عند نائب المندوب (مدير) المكلف بالبحث الملمس و يوضع في ملف المعني.

توقيع السيد: **ابراهيم**

بطاقة التعريف رقم: **11952136**

بتاريخ: **2016/07/28**

مصادق عليه: **1 جوان 2022**

برج بوعريريج، في:

رئيس المجلس الشعبي البلدي

عن رئيس المجلس الشعبي البلدي

ملحق رئيس الإدارة الإقليمية

رئيس الفرع الإداري السلسلي

بالبقعة عبد السرزاق

توقيع المعني مع البصمة



ملخص الدراسة:

حاولنا من خلال هذه الدراسة الموسومة بمواقع التواصل الاجتماعي والإيموجي "دراسة تحليلية سيميولوجية لعينة من الإيموجي على موقع الفيس بوك" قصد التعرف على المعاني والدلالات الضمنية التي تحملها هذه الإيموجي على موقع الفيس بوك.

تعد هذه الدراسة من الدراسات التحليلية السيميولوجية التي تعتمد على المنهج السيميولوجي، وأجريت دراستنا على عينة قصدية من الإيموجي المستخدمة على موقع الفيس بوك، بتعداد 35 أيقونة، اعتمدنا في ذلك على أداة التحليلي السيميولوجي ومقاربة رولان بارث.

توصلت دراستنا إلى عدة نتائج نذكر أهمها:

- الإيموجي تحمل مجموعة من المعاني والدلالات الضمنية والتي تتمثل في معاني القرب الاجتماعي والتواصل مع الآخرين.
- الإيموجي تحمل مجموعة من المعاني الدالة عن المشاعر والأحاسيس والأفكار التي لم تستطع اللغة المفظوطة إيصالها.
- تعتبر الإيموجي أداة تواصلية على موقع الفيس بوك وهذا لكونها تجسد أحاسيس ومشاعر وأفكار منتج الرسالة.
- في ظل البيئة الرقمية الجديدة وعصر السرعة أصبحت الإيموجي لغة سهلة لتوصيل أفكار وأحاسيس لم تستطع المفردات والكلمات إيصالها.

الكلمات المفتاحية: مواقع التواصل الاجتماعي، الإيموجي، الفيس بوك، السيميولوجيا

Abstract:

Through this study, tagged with social networking sites and emoji, we have transformed a "semiological analysis of a sample of emoji on Facebook" in order to identify the meanings and implicit connotations that these emoji carry on Facebook.

This study is one of the semiological analytical studies that relies on the semiological approach, and our study was conducted on an intentional sample of the emoji used on the Facebook site, with a number of 35 icons, we relied on the semiological analysis tool and Roland Barth's approach.

Our study reached several results, the most important of which are:

- Emoji carry a set of meanings and implicit connotations, which are the meanings of social proximity and communication with others.
- Emoji carry a set of meanings that indicate feelings, feelings and thoughts that verbal language could not convey.
- Emoji are considered a communication tool on Facebook, because they embody the feelings, feelings and thoughts of the message producer.
- In light of the new digital environment and the age of speed, emoji has become an easy language to convey ideas and feelings that vocabulary and words could not convey.

Keywords: social networking sites, emoji, Facebook, semiology