



جامعة عباس لغرور خنشلة
كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية
قسم العلوم الإنسانية



شعبة: علوم الإعلام والاتصال
تخصص: سمعي بصري
الرقم التسلسلي :

أثر الرموز التعبيرية في منصة فيسبوك على التواصل اللغوي دراسة ميدانية على عينة من طلبة جامعة خنشلة

مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في شعبة علوم الإعلام والاتصال, تخصص سمعي بصري

إشراف الأستاذ:

إعداد الطالبة:

ليلى علوش

زينة جدعون

أعضاء لجنة المناقشة

الاسم واللقب	الرتبة	الصفة
طارق طراد	أستاذ التعليم العالي	رئيسا
د/ زينة جدعون	أستاذ محاضراً	مشرفاً ومقرراً
غنية صوالحية	أستاذ مساعد أ	مناقشا

الموسم الجامعي 2024/2023

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

شكر وتقدير

أحمد الله عز وجل الذي ألهمني الثبات والصبر وأمدني بالقوة والعزم على مواصلة مشواري الدراسي وتوفيقه لي على إكمال هذا العمل فالحمد لله على فضله بعدها أتقدم بجزيل شكري إلى كل من مدوا لي يد العون والمساعدة في إخراج هذه الدراسة على أكمل وجه

زينة جدعون

سهيلة دهماني

منصر خالد

زكية مناصرية

بودراع جمال

فقد قال رسول الله (صلى الله عليه وسلم): "مَنْ صَنَعَ إِلَيْكُمْ مَعْرُوفًا فَكَافِئُوهُ، فَإِنْ لَمْ تَجِدُوا مَا تُكَافِئُونَهُ فَادْعُوا لَهُ حَتَّى تَرَوْا أَنَّكُمْ قَدْ كَافَأْتُمُوهُ". (رواه أبو داود)

فجعل الله لكم سعادة لا تفتنى وهداكم فيما يحب ويرضى ورزقكم الصحة والعافية وصبرا وثباتا في الدين

ليلى

إهداء

إلى فيض الحب ووافر العطاء بلا مقابل إلى من كانت سندا لي في مخاض هذا العمل وميلاده

أمي

إلى فرحة البيت وقرة العين اطلال الله عمره إلى ضوء حياتي وقُدوتي

أبي

إلى مؤنساتي ورفيقاتي الجميلات أخواتي الحبيبات

كنزة, هاجر , ردينة

إلى باقي أفراد العائلة والأقارب وكل من شجعني وأعانني بالدعاء

إلى زملائي في مشواري الدراسي هذا ومساندي

خير الدين بولبير دليلة بوردوسن

إلى صديقتي ملهمتي ومنقذتي

حقاص حنان

ليلي

ملخص:

خلصت الطالبة في ختام الدراسة المسومة "بأثر الرموز التعبيرية في منصة فيسبوك على التواصل اللغوي"، دراسة ميدانية على عينة من طلبة جامعة خنشلة عينة والتي عالجت من خلالها موضوعا يعد من أهم موضوعات البيئة الرقمية والتي تخص استخدام الرموز التعبيرية والأثر الذي ينتج عن استخدامها على التواصل اللغوي داخل الفضاء التواصل الرقمي، والبحث في عادات وأنماط الاستخدامات والإشاعات لمحققة من استخدام الرموز التعبيرية في منصة فيسبوك لطلبة جامعة خنشلة عينة الدراسة، وذلك من خلال طرح التساؤل الرئيسي : ما هو أثر استخدام طلبة جامعة خنشلة عينة الدراسة للرموز التعبيرية في منصة فيسبوك على التواصل اللغوي ؟ وقد اعتمدت الطالبة على المنهج المسحي الوصفي، باستخدام استمارة استبيان، وقد تمثل مجتمع الدراسة الميدانية في كل طلبة الجامعة في الجزائر المستخدمين لمنصة فيسبوك، وقد اعتمدت الطالبة على العينة العشوائية، وتمثلت في طلبة جامعة خنشلة عينة الدراسة المستخدمين لمنصة فيسبوك، والتي بلغت 100 مفردة، ومن أهم ما توصلت إليه الطالبة ما يلي :

- _ ان كل طلبة جامعة خنشلة عينة الدراسة يستخدمون منصة الفيسبوك وتعتبر الإناث هن الأكثر استخداما لهاته المنصة، كونها تقدم الدعم العاطفي لهن، وتمكنهن من إيجاد تفاهما اكبر على منصة فيسبوك من خلال مشاركة التجارب والمشاعر مع الأصدقاء والتعارف، وكونها بيئة أكثر أمانا لهن للتعبير عن أنفسهن
- _ يستخدم الطلبة جامعة خنشلة عينة الدراسة الفيسبوك للتعرف على الأخبار والأحداث والتسلية والترفيه
- _ أما بالنسبة لأصناف الرموز التعبيرية الأكثر استخداما فان اغلب طلبة الجامعة ي عينة الدراسة ستخدمون رموز الوجوه المتعددة الملامح، وهذا لتمييزها وجاذبية ألوانها، وتعد أكثر تعبيرا في نقل المعاني بدقة، وتقلل نسبة الملل بالنسبة للمستقبل في قراءة الرسالة
- _ يستخدم غالبية الباحثين الرموز التعبيرية لأنها تعمل على إيضاح محتوى نص الرسالة، ولاختصارها الجهد والوقت
- _ توصلت الطالبة من خلال هاته الدراسة إلى أن الأغلبية من الإناث يرون بان الرموز التعبيرية حققت الإشباعات التواصلية من خلال إيضاح المعاني وإضافتها لملامح تعبيرية على النص وهذا يعود إلى كون إناث يتوجهن أكثر نحو التواصل الاجتماعي
- _ الأغلبية من الباحثين يرون بأن الرموز التعبيرية توصل المعنى عبر منصة فيسبوك وهذا من خلال إيصالها للمشاعر بدقة، وكذلك لوضوح المعنى الذي تحمله الرموز التعبيرية
- _ يؤثر استخدام الرموز التعبيرية بشكل نسبي وهذا ما يعكس ردود الأفعال بالنسبة للباحثين التي تتجه أحيانا إلى الموافقة وأحيانا إلى الحياد
- الكلمات المفتاحية: أثر، الرموز التعبيرية، منصة فيسبوك، التواصل اللغوي

Abstract

After the study, the student concluded the tagged "impact of emojis in the Facebook platform on language communication" a field study on a sample of students of the University of Khanbala Sampling, through which it dealt with one of the most important topics of the digital environment concerning the use of emojis and the impact of their use on linguistic communication within the digital communicative space, Research the habits, usage patterns and rumors of verifying the use of emojis in the Facebook platform for students of the University of Khanbala sample study, by raising the main question: What is the impact of the use of emojis by students of the University of Stylish Sample Study on Facebook's language communication platform? The student relied on the descriptive survey curriculum, using a questionnaire form. The field study community was represented by all the university students in Algeria who used the Facebook platform. The student relied on a random sample, namely, the students of the University of Khanbala who used the study sample of the Facebook platform, which amounted to 100 individuals.

_ All students of the University of Khanbala sample study use the Facebook platform and consider females to be the most used for this platform, as it provides emotional support to them, enabling them to find greater understanding on the Facebook platform by sharing experiences and feelings with friends and acquaintances and being a safer environment for them to express themselves.

_ Students use the University of Khanshla sample study Facebook to learn about news, events, entertainment, and entertainment.

_ As for the most commonly used emoji categories, most university students in the study sample will use multifaceted facial codes, this is to distinguish them and attract their colors, are more expressive in accurately conveying meanings, and reduce the proportion of boredom for the future in reading the message.

The student found through this study that most females believe that the emojis achieved communicative satisfaction by clarifying the meanings and adding them to the expressions of the text. This is because females are more oriented towards social communication.

_ The majority of researchers believe that emojis communicate meaning via Facebook's platform by accurately communicating feelings, as well as the clarity of meaning carried by emojis

_ The use of emojis has a relative impact and this reflects the reactions of researchers, which sometimes tend to be consensual and sometimes neutral

Keywords: Impact, Emoji, Facebook Platform, Language Communication

الفهارس

فهرس الجداول

الرقم	عنوان الجدول	الصفحة
1	توزيع عينة الدراسة حسب الجنس	49
2	توزيع عينة الدراسة حسب السن	50
3	توزيع عينة الدراسة حسب المستوى التعليمي	50
4	الفترة المفضلة لإستخدام الفيسبوك تبعاً للجنس	51
5	الفترة المفضلة لإستخدام الفيسبوك تبعاً للسن	53
6	الفترة المفضلة لإستخدام الفيسبوك وفق متغير المستوى التعليمي	54
7	مدى تصفح صفحة الفيسبوك تبعاً للجنس	56
8	مدى تصفح صفحة الفيسبوك تبعاً للسن	57
9	مدى تصفح صفحة الفيسبوك تبعاً للمستوى التعليمي	59
10	أوقات استخدام منصة الفيسبوك تبعاً للجنس	61
11	أوقات استخدام منصة الفيسبوك حسب متغير السن	62
12	أوقات استخدام منصة الفيسبوك تبعاً للمستوى التعليمي	64
13	أصناف الرموز التعبيرية المستخدمة تبعاً للجنس	66
14	أصناف الرموز التعبيرية التي تستخدمها تبعاً للسن	68
15	أصناف الرموز التعبيرية التي تستخدمها تبعاً للمستوى التعليمي	70
16	مواضع تستخدم فيها رموز تعبيرية تبعاً للجنس	72
17	مواضع تستخدم فيها رموز تعبيرية تبعاً للسن	73
18	المواضع التي تستخدم فيها رموز تعبيرية تبعاً للمستوى التعليمي	75
19	مدى إيصال الرموز التعبيرية للمعنى عبر الفيسبوك	77
20	تبريرات المبحوثين في كون أن الرموز التعبيرية توصل المعنى عبر الفيسبوك	78
21	تبريرات المبحوثين في كون أن الرموز التعبيرية لا توصل المعنى عبر الفيسبوك	79
22	أسباب استخدام الفيسبوك تبعاً للجنس	80
23	أسباب استخدام الفيسبوك تبعاً للسن	82
24	أسباب استخدام الفيسبوك تبعاً للمستوى التعليمي	84
25	أسباب استخدام الرموز التعبيرية في الفيسبوك	86

فهرس الأشكال والجداول

26	الإشاعات المحققة من استخدام الرموز التعبيرية في منصة الفيسبوك تبعا لمتغير الجنس	87
27	الإشاعات المحققة في استخدام الرموز التعبيرية تبعا للسن	89
28	الإشاعات المحققة من وراء استخدام الرموز التعبيرية في الفيسبوك تبعا للمستوى التعليمي	92
29	الإشاعات التواصلية المحققة في استخدام الرموز التعبيرية في الفيسبوك تبعا الجنس	94
30	الإشاعات التواصلية المحققة في استخدام الرموز التعبيرية في الفيسبوك تبعا للسن	96
31	الإشاعات التواصلية المحققة في استخدام الرموز التعبيرية في الفيسبوك تبعا للمستوى التعليمي	98
32	أثر الرموز التعبيرية على التواصل اللغوي	100

فهرس الموضوعات :

الصفحة	الموضوع
	الملخص
	الفهارس
	1_ فهرس الجداول
	2- فهرس الموضوعات
أ-ب	مقدمة
	الجزء الأول : الإطار المنهجي للدراسة
02	*.موضوع الدراسة
02	1-1: إشكالية الدراسة وتساؤلاتها
04	2-1: أهمية الدراسة
04	3-1 أهداف الدراسة
05	4-1/ أسباب اختيار الدراسة
05	5-1: المفاهيم الإجرائية للدراسة
08	6-1: الدراسات السابقة
14	7-1: الخلفية النظرية
23	8-1 منهج الدراسة وأدواتها
25	9-1: مجتمع الدراسة وعينتها
25	10-1: مجالات الدراسة
	الجزء الثاني : الإطار النظري للدراسة
30	تمهيد
30	1/2 مفهوم الرموز التعبيرية
31	2/ 2 وظائفها
32	3/2 تصنيفاتها
36	4/2 مفهوم منصة فيسبوك

فهرس الموضوعات

39	5/2 استخدامات منصة فيسبوك
41	6/2 اثار منصة فيسبوك
44	7/2 مفهوم التواصل اللغوي
45	8/2 عناصر التواصل اللغوي
45	9/2 أشكال التواصل اللغوي
46	10/2 العوامل المؤثرة على التواصل اللغوي
الجزء الثالث : الاطار الميداني	
49	1/3 عرض وتحليل بيانات المبحوثين
106	2/3 النتائج المتعلقة بوصف مجتمع الدراسة "طلبة جامعة خنشلة "
106	3/3 النتائج المتعلقة بأسباب استخدام طلبة جامعة خنشلة لمنصة فيسبوك
106	4/3 النتائج المتعلقة بأسباب استخدام طلبة جامعة خنشلة للرموز التعبيرية
106	5/3 النتائج المتعلقة بالإشباعاات التي يحققها طلبة جامعة خنشلة من خلال استخدامهم للرموز التعبيرية في منصة فيسبوك
106	6/3 النتائج المتعلقة بالإشباعاات التواصلية التي يحققها المبحوثين من خلال استخدامهم للرموز التعبيرية في منصة فيسبوك
107	7/3 النتائج المتعلقة بآثر الرموز التعبيرية على التواصل اللغوي
109	خاتمة
	قائمة المصادر والمراجع
	الملاحق

مقدمة

تعتبر عملية الاتصال والتواصل من أهم الضروريات الحيوية في حياة الإنسان، إذ تعد الوسيلة الأساسية التي تمكن الأفراد من تبادل الأفكار والمشاعر والمعلومات، منذ الأزل اعتمد الإنسان على اللغة التي تعتبر بدورها من أهم وسائل الاتصال حيث تمكن الأفراد من التعبير عن أفكارهم ومشاعرهم، وتبادل المعرفة، وقد تطورت هاته الأخيرة، مع مرور الزمن وتغير المجتمعات لتشمل العديد من الوسائل والأساليب التي تعزز من فعالية الاتصال بين البشر

ومع دخول عصر التكنولوجيا الرقمية، شهدت وسائل الاتصال تحولا كبيرا حيث ظهرت منصات التواصل الاجتماعي كأدوات رئيسية للتفاعل بين الأفراد، في مختلف أنحاء العالم .

وفي هذا السياق ومن بين أكثر المنصات انتشارا واستخداما، منصة فيسبوك، حيث تمكن المستخدمين من التواصل بشكل يومي، سواء من خلال كتابة النصوص أو مشاركة الصور أو الفيديوهات أو استخدام الاختصارات اللغوية، وبفضل التطور التكنولوجي واستخدام الهواتف الذكية، أصبحت اللغة أكثر تنوعا وتعددا وهذا أدى إلى ظهور لغات جديدة متخصصة لتواصل الأفراد في بيئات محددة ، مثل لغة الإنترنت ولغة الرسائل القصيرة الاختصارات اللغوية والرموز التعبيرية أو ما يعرف بالإيموجي، التي يستخدمها الأفراد في التواصل الرقمي في منصة فيسبوك بعد ما كان التواصل عن طريق اللغة المكتوبة اللفظية تحول إلى اللغة غير اللفظية وهي لغة لإيموجي التي تعنى بها هذه الدراسة، والتي أصبحت جزءا لا يتجزأ من وسائل الاتصال واللغة المتداولة في منصة فيسبوك، وهي عبارة عن صور صغيرة أو رموز تستخدم في الرسائل النصية على منصة فيسبوك للتعبير عن المشاعر أو أفكار معينة بطريقة مختصرة وسريعة. ومنه تتمحور هذه الدراسة التي جاءت لتوضح أثر استخدام الرموز التعبيرية في منصة فيسبوك من خلال دراسة ميدانية على طلبة الجامعة ضمن مدخل الاستخدامات والإشباع، وذلك من خلال خطة مفصلة كمايلي :

الجزء الأول : الإطار المنهجي للدراسة وتناولت فيه الطالبة إشكالية الدراسة وتساؤلاتها وفرضيات الدراسة الميدانية، الدراسات السابقة، والخلفية النظرية التي اعتمدتها هذه الدراسة، ثم منهج الدراسة، وتفصيل الإجراءات عن المنهج وأدواته، ومجتمع الدراسة وعينتها، كل جزء على حدى.

الجزء الثاني : الإطار النظري للدراسة ، وتم فيه من خلال العنصر الأول الرموز التعبيرية، بداية بتعريف الرموز التعبيرية، ثم وظائفها وتصنيفاتها .

ومن خلال العنصر الثاني، تم إبراز فيه منصات التواصل الاجتماعي ومن أهمها منصة فيسبوك، بداية بتعريف منصة فيسبوك، ثم استخداماتها، وصولاً إلى آثار منصة فيسبوك.

أما العنصر الثالث تم إبراز فيه التواصل اللغوي ، وارتأت الطالبة بتعريف التواصل اللغوي، ثم عناصره، وأشكاله، وصولاً إلى العوامل المؤثرة في التواصل اللغوي .

_الجزء الثالث: الإطار الميداني للدراسة، وتناولت فيه الطالبة نتائج الدراسة المتعلقة بالجانب الميداني من خلال التحليل الكمي والكيفي وفقاً لإجابات المبحوثين من خلال محاور الاستمارة الميدانية .

ثم النتائج العامة للدراسة ثم خاتمة هاته الدراسة.

الجزء الأول:

الإطار المنهجي للدراسة

* موضوع الدراسة

1-1: إشكالية الدراسة

بفضل التطور التكنولوجي المذهل الذي شهدناه في العقود الأخيرة، أصبح بإمكان الأفراد التواصل بسهولة عبر الإنترنت خاصة في ظل انتشار استخدام الهواتف الذكية، هذا ما ساعد في ظهور منصات التواصل الاجتماعي ومن بينها منصة فيسبوك، فمن خلال التكنولوجيا الحديثة أصبح من السهل جدا تواصل الأفراد فيما بينهم، إذ تحولت منصة فيسبوك من منصة تواصل اجتماعي صغيرة إلى عملاق اجتماعي يربط بين الملايين من الأشخاص حول العالم، مما يظهر الدور البارز الذي لعبه التطور التكنولوجي في تشكيل طريقة تواصلنا وتفاعلنا الاجتماعي في العصر الحديث، إذ تمكن منصة فيسبوك مستخدميها من التواصل والتفاعل بعدة طرق من بينها، مشاركة منشوراتهم وصورهم للتعبير عن أفكارهم ومشاركة تجاربهم الشخصية مع الآخرين، والتعليق على منشورات الأصدقاء والعائلة والتفاعل معهم، بالإضافة إلى ذلك يوفر فيسبوك خدمات الرسائل الفورية والمكالمات الصوتية والمرئية مما يسمح للمستخدمين بالتواصل مباشرة وبكل سهولة مع الآخرين سواء كانوا على بعد أميال أو عبر الحدود.

ومع هذا التطور والتحول الرقمي تغيرت معه طرق التواصل، إذ ظهرت أشكال لغوية جديدة، أصبح الاعتماد عليها ضرورة ملحة تفرضها طبيعة البيئة الرقمية ومن بين هذه الأدوات اللغوية الرقمية وأهمها الرموز التعبيرية و الصور المتحركة (GIF) و الصور والفيديوهات إذ تعتبر الرموز التعبيرية رموزا صغيرة رسومية تستخدم للتعبير عن المشاعر والمواقف في الدردشات النصية عبر منصة فيسبوك، تشمل هذه الرموز وجوها مختلفة الملامح كل وجه يحمل معاني مختلفة لتعبير عن الحالات النفسية كالخزن والفرح والحب وغيرها، فهي بهذا تعزز التواصل بطريقة غير مباشرة وغير لفظية وتساعد في توضيح المشاعر والمواقف بشكل أفضل، إذ أصبح المستخدمين الآن قادرين على التعبير عن مواقفهم وعن أحاسيسهم ومشاعرهم بطريقة أكثر تنوعا وتعبيرا، بشكل يتجاوز الحدود اللغوية، وهاته الأيقونات تعتبر من الأدوات غير اللفظية التي تسهل التواصل بين الأفراد، ولعل الحديث عن موضوع الرموز التعبيرية من بين أهم المواضيع التي تطرح الآن والتي تتعلق بمسألة هوية اللغة في الفضاءات الرقمية وطبيعة الاستخدام للغة الرموز التعبيرية (emoji)، ولعل هذا النوع من الاستخدام بدوره خلق نوعا من المنافسة أو بعبارة أخرى خلق نوعا من المزاومات اللغوية وذلك على

حساب اللغة التواصلية اللفظية التي تعتمد على الكلمات والجمل في إيصال المعنى والمحتوى وتبادل الأفكار والمعلومات بشكل مباشر.

ومن هذا المنظور تسعى الدراسة إلى معرفة أثر الرموز التعبيرية على شكل ومضمون الرسائل والمحادثات على منصة فيسبوك، وهل تعزز الرموز التعبيرية التواصل اللغوي الفعال و المفهوم بين طلبة الجامعة، أم أنها تشوه المعنى وتقلل قيمة اللغة اللفظية المكتوبة، ومعرفة كيف يؤثر استخدام الرموز التعبيرية على التواصل اللغوي في ظل تعدد الثقافات و الجنسيات واللغات الأخرى، وهل استخدامنا (emoji) يغنينا تماما عن استخدام اللغة اللفظية أم هي مزيج بين هذا وذاك، وماهي التحديات التي تقف أمام مستقبل التواصل اللغوي للأفراد كمستخدمين لمنصة فيسبوك وهل ستصبح في المستقبل القريب لغة رسمية متداولة بشكل رسمي.

ومن هذا المنطلق تسعى الطالبة إلى تسليط الضوء على الفئة الأكثر استخداما وتفاعلا على منصات التواصل الاجتماعي كونها أكثر حيوية ونشاط على هاته المنصات، وهي فئة الطلبة الجامعيين وتحديدًا طلبة جامعة خنشلة الذين يعتبرون عينة الدراسة.

إذ جاءت الدراسة التي ستعالج مشكلة تخص التراث اللغوي ولعل المستوى اللغوي يستدل به في هذا الإطار، إذ ستحاول الطالبة معرفة طريقة تواصل طلبة جامعة خنشلة وكيفية استخدامهم للرموز التعبيرية داخل منصة فيسبوك التي تعد من أشهر وأكبر المنصات استخداما في الوقت الراهن، ومحاولة معرفة ما إذا كانت لغة الرموز التعبيرية (emoji) قد أخذت المساحة الأكبر من استخدام طلبة الجامعة على حساب اللغة التواصلية المكتوبة، باعتبار أن لغة الرموز التعبيرية هي اللغة الأنسب في طريقة التواصل في منصة فيسبوك، ومن هذا المنطلق يبرز التساؤل الرئيسي: ما هو أثر استخدام طلبة جامعة خنشلة للرموز التعبيرية في منصة فيسبوك على التواصل اللغوي؟

1. التساؤلات الفرعية :

- 1/ ماهي عادات استخدام طلبة جامعة خنشلة للرموز التعبيرية في منصة فيسبوك ؟
- 2/ ماهي أنماط استخدام طلبة جامعة خنشلة للرموز التعبيرية في منصة فيسبوك ؟
- 3/ ماهي دوافع استخدام طلبة جامعة خنشلة عينة الدراسة للرموز التعبيرية في تواصلهم عبر منصة فيسبوك ؟
- 4/ ماهي نوع الاشباكات التي يحققها طلبة جامعة خنشلة عينة الدراسة من خلال استخدام الرموز التعبيرية ؟

2/1 أهمية الدراسة

لا يمكن حصر أهمية الدراسة في هذا العنصر، فحسب إطلاع الطالبة واحتكاكها وتعمقها في موضوع الدراسة، إذ تتبين أهمية موضوع الدراسة، حيث من خلال الموضوع في حد ذاته، ومتغيرات الدراسة التي تراها الطالبة مهمة ذلك أن اللغة هي أساس التواصل وعليها يقاس تقدم وتطور واستمرار المجتمعات وحياة الأفراد، وفي مقابل ما أحدثه التطور التكنولوجي فرض هو الآخر تغيرات على مستوى اللغة مما أدى إلى بروز لغة غير لفظية وهي لغة الرموز التعبيرية التي يستخدمها عينة الدراسة مستخدمي الفيسبوك، كون منصة فيسبوك من أهم وأشهر منصات التواصل الاجتماعي وأسهلها استخداما على الإطلاق، إذ أصبح استخدام هذا الأخير مطلباً ضرورياً لا بد منه في يومئنا وتعاملاتنا، واندماج مع نمط تواصلنا بشكل لا يمكن فصله ومن الصعب جدا الاستغناء عنه، بل وبات استخدام اللغة اللفظية في هاته المنصة لا بد منه، ولعل هذا الاستخدام خلق نوعاً من المنافسة أو بعبارة أخرى نوعاً من المزاومات اللغوية وذلك على حساب اللغة اللفظية المتداولة، وأصبح المستخدمين منصة فيسبوك اليوم لديهم لغة تواصلية خاصة بهم وهي لغة الرموز التعبيرية، إذ أنها تمكنهم من التعبير عن أنفسهم ومشاعرهم والتواصل مع الأقارب والأصدقاء، وتبادل المعارف وطرح الأفكار إلى غير ذلك من الحاجات، ولهذا ترى الطالبة أنه من خلال هذه التغيرات والتحديات التي تتوالى على منصة فيسبوك وفي المستقبل القريب ونظراً لاستخدام لغة الرموز التعبيرية يمكن لها أن تصل إلى حد الاستغناء عن اللغة اللفظية، ويمكن أن يفرز ويفتح المجال أمام إشكالات هوياتية متعلقة باللغة، وهذا كله يعود إلى المستخدمين ومدى وعيهم وإدراكهم من استخدام لغة الإيموجي، والطريقة التي يتعاملون بها معها عن طريق تواصلهم على حساب اللغة الرسمية ونقص هذا اللغة اللفظية، ومن هذا المنطلق والأهمية البالغة التي يحتلها موضوع الرموز التعبيرية والأثار التي تحدثها على مستوى التواصل اللغوي، يفتح الباب الباحثين المهتمين بهذا الجانب أي يتعمقوا أكثر في مسألة اللغة داخل الفضاءات الرقمية، فهو أمر نعيشه يومياً في الوقت الراهن ولا زال يتعلق بمستقبل الأجيال المستقبلية وكيفية تواصلها واستمرارها ومدى تقدمها.

3-1 أهداف الدراسة

ترتبط أهداف الدراسة نظراً لأهمية الدراسة، كون أهمية الدراسة لا يمكن حصرها أو حتى اختصارها وبالتالي أهداف الدراسة هي الأخرى لا يمكن إحصائها في نقاط، إذ أن أهداف الدراسة تتجلى من موضوع الدراسة ككل ومتغيراته وعنوانه حتى الوصول إلى نتائج الدراسة، وبناء على منهجية التي اعتمدها الطالبة يمكن اختصار أهداف الدراسة كما يلي :

- اهتمام الطالبة بالمواضيع البيئية الرقمية والاتصال والتواصل منذ مرحلة ليسانس
- التعرف على دوافع استخدام الرموز التعبيرية في التواصل عبر منصة فيسبوك
- معرفة الإشباعات المحققة من وراء استخدام الرموز التعبيرية في منصة فيسبوك
- التعرف على الرموز التعبيرية الأكثر استخداما في منصة فيسبوك
- السعي لمعرفة أثر استخدام الرموز التعبيرية في منصة فيسبوك على التواصل اللغوي

4-1 أسباب اختيار الدراسة :

- قامت الطالبة باختيار موضوع الدراسة لأسباب عدة ولا يمكن حصرها نظرا لأهمية وشساعة الموضوع، لكن يمكن اختصارها في الأسباب التالية:
- إن اللغة أداة ضرورية للتواصل والتفاعل والتطور والتقدم بالنسبة للأفراد، ولكون الإنسان يتحدث ويتفاعل مع غيره فاللغة المنطوقة هي وسيلة تواصل أساسية، للحوار وتبادل الآراء والأفكار، بالإضافة إلى أنها أداة ضرورية لاستمرار حياة المجتمعات وتوارث وحفظ الأجيال، بفعل التطورات التكنولوجية التي طرأت على المجتمعات ظهرت أشكال لغوية جديدة لها خصائص وسمات تتلاءم والبيئة الرقمية متمثلة في الرموز التعبيرية وأيقونات (الإيموجي) يستخدمها مستخدمو منصة فيسبوك لتواصل ودرشة وغيرها في مقابل اللغة اللفظية.
- كون الطالبة من مستخدمي منصة فيسبوك وبحكم التجربة الشخصية أرادت الخوض أكثر في غمار الموضوع ومعرفة أثر استخدام لغة الرموز التعبيرية في مقابل اللغة التواصلية اللفظية في منصة فيسبوك، وهل نحن كمستخدمين ستسيطر علينا هذه الأيقونات (الإيموجي) ونستغني تماما على اللغة اللفظية، وهل ستصبح لغة الرموز التعبيرية لغة رسمية متداولة في منصات التواصل الاجتماعي.
- الميول الشخصي لمعالجة مثل هذه المواضيع المتعلقة بالبيئة الرقمية
- الرغبة في إضفاء الطابع الأكاديمي المكتبة

5-1 : المفاهيم الإجرائية للدراسة

- يعتبر تحديد مفاهيم الدراسة أحد أهم الطرق المنهجية العامة في تصميم البحوث التي تسمح للقارئ بإدراك المعاني والأفكار التي يسعى الباحث للتعبير عنها دون اختلاف فيها، إذ يتعين على الطالب أن يقوم بتحديد المفهوم اللغوي والاصطلاحي ومن ثم الإجرائي لكل متغيرات الدراسة.
- وقد وردت في هذه الدراسة جملة من المصطلحات التي يجب تحديد مفاهيمها:

1. مفهوم الأثر:

لغة أثر Effect: الأثر: بقية الشيء والجمع: آثار وأثور وخرجت في أثره وفي أثره أي بعده وانتثرته أو تأثراته تتبعته أثره، عن الفارسي ويقال: أثر كذا وبكذا وكذا بمعنى أتبعه إياه.

اذ يقول متميز بن نويرة يصف الغيث الطويل، فأر سبيل الواديس بديمه، تشرح وسيماء من ليت خروجاً أي أتبع مطراً تقدم بديمه بعده والأثر بالتحريك، ما يبقى من رسم الشيء والتأثير: إلقاء الأثر في الشيء وأثر الشيء: ترك فيه أثراً، والآثار: الأعلام.

والأثيرة من الذوات: العظيمة الأثر في الأرض يخفها أو حافظ لها بنية الإثارة وحكى اللحياني عن الكساني: ما يدري له أين أثر وما يدري له ما أثر أي صلة ولا ما أصله (ابن منظور، 2009 صفحة 6).
اصطلاحاً: هو نتيجة الاتصال، وهو يقع على المرسل والمتلقي على سواء، ومن الممكن أن يكون هذا الأثر نفسي أو اجتماعي، ويتحقق أثر وسائل الإعلام عن طريق تقديم الأخبار والمعلومات إضافة إلى الترفيه والإقناع وكذا تحسين الصورة الذهنية (مكاوي، 2008 صفحة 82).

وفقاً لهذه الدراسة فإن الأثر عبارة عن مجموعة التغيرات التي تطرأ على سلوك المستخدمين لأيقونات الإيموجي في رسائلهم الالكترونية على موقع التواصل الاجتماعي فيسبوك.

2. مفهوم الاستخدام:

لغة: الاستخدام في اللغة العربية مأخوذ من استخدام الرجل غيره، استخدمه استخداماً فهو مستخدم، والآخر مستخدم أين اتخذه خادماً طلب منه ان يخدمه واستخدم الإنسان الآلة أو السيارة بمعنى استخدمها في خدمة نفسه (نور الدين، 2005 الصفحة 102).

ووفقاً لهذه الدراسة فإن عملية التصفح التي يقوم بها المستخدمين عبر مواقع الفيسبوك والمتمثلة في عادات وأنماط التصفح (نجية، 2006 الصفحة 13).

اصطلاحاً: يظهر مفهوم الاستخدام بسيطاً وضح المعنى غير ذي حاجة أو نشاط يتوخى ضبطه من الوهلة الأولى، إلا أن أي محاولة تستدعي ضبط المعاني والدلالات النظرية والتطبيقية تصطدم بمفهوم غامض ومتنوع له الكثير من الدلالات المتباينة باختلاف ما هو اجتماعي وما هو تقني، إذ أن الغموض الذي يحيط باللفظ يعود إلى استعماله في تعيين وتقرير وتحليل مجموعة من السلوكيات ومظاهرة المتعلقة بتكنولوجيا الاتصال (بورحلة، 2008 الصفحة 24).

هو أثر تلك الطريقة التي يتعامل بها مستخدم فيسبوك مع الرموز التعبيرية من خلال مواقع التواصل الاجتماعي كأسلوب تواصل يسمح لهم بالتعبير.

وهو ذلك النشاط الاجتماعي الذي يتحول إلى نشاط عادي في المجتمع بفضل التكرار والقدم، إضافة إلى أنه يجب التفريق بين الاستخدام والاستعمال نظرا لأن الاستعمال قد يتحول إلى استخدام في حالة تكرار الفعل (علي، 2019 الصفحة 184).

3. مفهوم الرموز التعبيرية:

لغة: الرموز التعبيرية (Emoji) مكونة من E: وتعني صورة و Moji: وتعني رمز أو حرف (دليل الإيموجي، 2024).

اصطلاحا: هي تلك الصورة الرمزية أو الوجوه الضاحكة المستخدمة في كتابة الرسائل الالكترونية (دليل الإيموجي، 2024).

تعتبر من أهم الأدوات المستخدمة في نقل الأفكار والمشاعر في وقتنا الحالي نظرا لكونه أحد أنواع اللغة غير اللفظية، إذ اتجه بعض الباحثين إلى أن هذه الرموز التعبيرية ستكون لغة المستقبل معتمدين في ذلك إلى إحصائية تفيد أنه هناك 41 مليار رسالة نصية ترسل كل يوم حول العالم، منها 6 مليار رسالة تتضمن أحد هذه الرموز التعبيرية (عبد الفتاح، 2021 الصفحة 14-18).

وتعرف الرموز التعبيرية على أنها صور رقمية تخيلية شائعة من الممكن أن تظهر بداخل الرسائل النصية وكذا رسائل البريد الإلكتروني إضافة إلى منصات التواصل الاجتماعي من خلال الانترنت، وينظر إليها على أنها ذلك الفضاء الواسع الذي يتضمن إشارات وسطية وأشكال كوميدية من أجل التواصل، فضلا عن تقديمها العديد من الوظائف الكيدية، في حين يتجه البعض إلى كون الوجوه والرموز التعبيرية تملك تاريخ اجتماعي وثقافي غني ومعقد.

4. مفهوم منصة فيسبوك

اصطلاحا: عرفه موقع ويكيبيديا الحرة: على أنه شبكة اجتماعية تدير شركة فيسبوك، شركة مساهمة فالمستخدمين وبإمكانهم الانضمام إلى الشبكات التي تنظمها المدينة أو الجهة الخاصة بالعمل أو المدرسة أو الإقليم وذلك من خلال الاتصال بالآخرين والتفاعل معهم كذلك يمكن للمستخدمين إضافة أصدقاء إلى قائمة أصدقائهم وإرسال الرسائل إليهم (عبد الفتاح، 2021)

هو تطبيق يسمح للمستخدم التحدث مع الأصدقاء عن طريق الرسائل النصية أو مكالمات الصوت والفيديو، ويسمح بإنشاء مجموعات وإرسال رموز تعبيرية (الإيموجي) إضافة إلى إرسال صور (موسوعتك بالعربي، n.d).

هو أحد مواقع التواصل الافتراضي يقوم على الربط بين مجموعة من الأشخاص ويسمح لمستخدميه بمشاركة الأصدقاء والأقارب من حولهم في العديد من الخدمات مثل الصور ومقاطع الفيديو والموسيقى وإرسال الرسائل وغيرها من النشاطات.

5. مفهوم التواصل اللغوي

اللغة: جمع لغات فيقال سمعت لغاتهم: أي اختلاف كلامهم (ابن جني، 1999 الصفحة). وقد عرفها ابن الجني في كتابه الخصائص إذ قال: حد اللغة أصوات يعبر بها كل قوم عن أغراضهم.

وقد عرفها "ديسوسير" بقوله نظام من الرموز والعلامات أو الإشارات للتعبير عن الأفكار (دي سوسير، 1916 الصفحة).

تعريف اللغة التواصلية: هي لغة مكتوبة تستخدم فيها الحروف اللاتينية والأرقام العربية للدلالة على المنطوق العربي، ولها العديد من التسميات منها: ارايش english-arab، فرانكو آراب the arabic chat alphabet (القاضي، 2017 الصفحة).

ووفقا لهذه الدراسة فإن هذه اللغة المكتوبة المعتمدة في عملية التواصل من خلال المواقع على شبكة الانترنت.

6-1: الدراسات السابقة

❖ الدراسة الأولى (بن طيفور، 2017 الصفحة 29 30 31 32 33 40 41 42)

دراسة بن طيفور مصطفى " أثر استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على الهوية الثقافية للشباب الجامعي - دراسة ميدانية على عينة من مستخدمي الفيسبوك لجامعتي مستغانم ووهران - 2-

- الإشكالية: تبلورت إشكالية هذه الدراسة في التساؤل الرئيسي الآتي: ما أثر استخدام موقع التواصل الاجتماعي - الفيسبوك- على الهوية الثقافية للشباب الجامعي الجزائري؟
- الأهداف: وتمثلت أهداف هذه الدراسة في عدة نقاط وهي كالآتي:
1/ محاولة تقصي الأثر الذي يتركه إبحار الشباب الجامعي في موقع التواصل الاجتماعي - الفيسبوك - على الهوية الثقافية.

2/ تحديد مكانة ودور مواقع التواصل الاجتماعي في الحياة اليومية للشباب الجامعي والوقوف على الإشباغات المحققة جراء هذا الاستخدام.

3/ التعرف على خصائص ومميزات الإعلام الجديد (الفيسبوك) على وجه الخصوص والتي جعلته فالصدارة ترتيب الموقع الأكثر استخداما وتوافدا.

4/ التعرف على واقع اللغة العربية وواقع الدين الإسلامي بين صفحات مواقع التواصل الاجتماعي

5/ الوصول إلى آخر الدراسة إلى مجموعة التوصيات التي تهدف إلى الأمن الثقافي بدلا من الغزو الثقافي من خلال ترشيد استخدامات الإعلام الجديد.

■ نتائج الدراسة :

توصل الباحث من خلال دراسته إلى عدة نقاط وأهم هاته النتائج كالاتي :

- أن أغلب الطلبة الجامعيين يستخدمون مزيج من اللهجات المحلية و العربية والفصحى مع اللغات الأجنبية أثناء تفاعلهم في الموقع وهذا راجع إلى تنوع الأصدقاء العينة.
- أظهرت بيانات الدراسة أن أغلبية أفراد العينة يقومون بتغيير لغتهم حسب الطرف الثاني في الدردشة بفعل التعدد اللغوي الموجود في الشبكة واختلاف خصائص مرتادي الشبكات الاجتماعية من حيث الانتماء الاجتماعي والثقافي.
- الشباب الجامعي يقبلون دائما على استخدام الاختصارات أثناء الدردشة في الموقع وقد يرجع توظيفها إلى الاقتصاد في اللغة وريح الوقت وكنوع من التمرد الاجتماعي لدى الشباب وعرفت الدراسة تصدر طلبة اللغة الفرنسية في استخدام الاختصارات مقارنة بالتخصصات الأخرى بنسبة 58,06% بالمائة.

أوجه التشابه :

- من خلال طرح الباحث لموضوع دراسته نجد أن كلينا يصبان في مجال اللغة وما حدث من تغيرات جراء ظهور منصات التواصل الاجتماعي والتي أصبحت لها لغة خاصة بها ، فدراستنا تبحث عن كيف يؤثر استخدام الرموز التعبيرية على التواصل اللغوي.
- كذلك نجد أن الباحث يتوافق مع دراستنا من خلال المنهج المعتمد في دراسة الظاهرة وهو المنهج المسحي.

- تتوافق دراستنا مع دراسة الباحث في مجتمع الدراسة المتمثل في الطلبة الجامعيين.

أوجه الاختلاف :

- إلا أنا دراستنا اختصت حول موضوع الرموز التعبيرية و التغيرات التي وقعت على التواصل اللغوي في منصة فيسبوك وكانت في، وكانت دراسة الباحث أعمق وأوسع فعنيت دراسته بأثر استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على الهوية الثقافية للشباب الجامعي إذا أن دراسة الباحث تختلف مع

دراستنا في المتغير التابع وهو الدين واللغة كقيمة ثقافية أما دراستنا كانت عن التواصل اللغوي وكتاهما في منصة فيسبوك.

- اعتماد الباحث في بناء دراسته على الملاحظة العلمية و على أداة استمارة الاستقصاء أما في دراستنا اعتمدنا على استمارة استبيان كأداة أساسية.

كان الاختلاف في الحدود المكانية لمجتمع الدراسة فكانت دراسة الباحث في ولايتي مستغانم ووهران- 2 أما دراستنا حددت في ولاية خنشلة- اختلفنا كذلك العينة إذا تمثلت عينة الباحث في أسلوب العينة القصدية، وبلغ حجم العينة 270 مفردة أما العينة التي اعتمدناها هي العينة العشوائية وبلغ حجمها 100 مفردة.

أوجه الاستفادة :

استفادت الطالبة من هذه الدراسة من عدة جوانب ومن بينها أن هاته الدراسة ساعدتني في إعطاء تصور عن الموضوع نظرا لكونه أوسع من دراستنا فكان الاختلاف في المتغير التابع للدراسة الإجراءات المنهجية نظرا لتوافق بيننا وبين دراسة الباحث في عدة نقاط مشتركة كما قدمت للباحثة نظرة عن كيفية صياغة فرضيات الدراسة.

❖ الدراسة الثانية (زيتوني حدباوي، 2017 الصفحة 23 24 25 26)

- دراسة خديجة زيتوني فاطمة الزهراء حدباوي "أثر استخدام الرموز التعبيرية في شبكات التواصل الاجتماعي على اللغة.

- الإشكالية : تبلورت إشكالية هذه الدراسة في التساؤل الرئيسي التالي :ما أثر استخدام الشباب للرموز التعبيرية في مواقع التواصل الاجتماعي (فيسبوك) على اللغة ؟

- الأهداف :هدفت الباحثين من خلال دراستهما إلى :

- التعرف على طبيعة اللغة التي يستخدمها الشباب في الفيسبوك

- التعرف على للرموز التعبيرية الأكثر استخداما في شبكات التواصل الاجتماعي (الفيسبوك)

- التعرف على دوافع استخدام الرموز التعبيرية في التواصل في الفيسبوك

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

- التعرف على أثر استخدام الرموز التعبيرية في الفيسبوك على اللغة

■ نتائج الدراسة :

من خلال الدراسة الميدانية وتحليل الباحثين توصلتا إلى نتائج الدراسة نوجزها فيما يلي:

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

- أوجه التشابه :

- تشابهت دراسة الباحثين مع دراستنا في متغيرات الدراسة المتغير المستقل ومتغير تابع
- المنهج والأداة : تشابهت دراستنا مع دراسة الباحثين في اعتماد المنهج المسحي وكانت كلتا الدراستين تنتمي إلى الدراسة الوصفية
- كذلك اتفقت دراستنا مع دراسة الباحثين في بناء الدراسة على أداة استمارة الاستبيان وهي الأداة الأساسية للدراسة
- بالإضافة إلى اعتماد نفس الخلفية النظرية وهي نظرية الاستخدامات والاشباعات
- كلتا الدراستين ميدانيتين

- أوجه الاختلاف :

- اختلفت دراستنا مع دراسة الباحثين في مجتمع البحث ، إذ كان مجتمع الباحث في دراسة الباحثين متمثلا في الشباب المستخدم للفيسبوك أما مجتمع دراستنا فتمثل في الطلبة الجامعيين المستخدمين للفيسبوك في الجزائر

- بالإضافة إلى اختلاف عيني الدراسة ، كانت عينة دراسة الباحثين متمثلة في أسلوب العينة القصدية الغرضية لمجموعة من الشباب المستخدمين للفيسبوك بمدينة المسيلة ،وقدرت عينة الدراسة ب80 مفردة أما عينة دراستنا تمثلت في العينة العشوائية وهي الطلبة الجامعيين المستخدمين للفيسبوك في مدينة خنشلة، وعليه قدرت عينة دراستنا ب100 مفردة

- أوجه الاستفادة :

استفادت الطالبة من هاته الدراسة في الكثير من الجوانب من بينها أنها ساعدت في بناء إعطاء تصور عام للموضوع وكذلك ساعدت في بناء الإطار النظري وبناء التساؤلات الفرعية، بالإضافة أن لباحثة استفادت من الدراسة في بناء الإشكالية وكيفية إسقاط النظرية على الدراسة الحالية وكذلك أعطت الطالبة بعد في كيفية صياغة أسئلة ومحاوّر الاستمارة وبنائها.

الدراسة الثالثة (لكحل زيان، 2018 الصفحة 15 16 17 18 19 28 29 30 31 32)

- دراسة لكحل حليلة زيان خالدية "تأثير الرموز التعبيرية في مواقع التواصل الاجتماعي "الفيسبوك" على الممارسة اللغوية لدى تلاميذ الثانوية ثانوية أكراف محمد - مستغانم - أنموذجا.

-الإشكالية:

تمحورت إشكالية الدراسة حول التساؤل الرئيسي التالي : ما أثر استخدام الرموز التعبيرية في موقع التواصل الاجتماعي - الفيسبوك - أنموذجا على الممارسة اللغوية لدى تلاميذ الثانوية ؟

-الأهداف:

- هدفت الباحثين من خلال دراستهما إلى عدة نقاط ونوجزها في ما يلي:
- كيفية استخدام وتفاعل تلاميذ الثانوية مع مواقع التواصل الاجتماعي
- معرفة طبيعة تعامل تلاميذ الثانوية عينة البحث مع الرموز التعبيرية أثناء تواصلهم عبر الشبكات الاجتماعية في مقدمتها - الفيسبوك -
- الكشف عن الأسباب الحقيقية وراء استخدام هذه الأيقونات في الوسط الدراسي
- إلقاء الضوء على تأثير الرموز التعبيرية عموما على مكانة اللغة ومدى التعامل بها في الفضاءات التفاعلية

■ نتائج الدراسة :

توصلت الباحثين إلى عدة نتائج لعل أبرزها وأهمها في ما يلي:

- أن الموقع يؤثر نوعاً ما على تلاميذ الطور الثالث، وأن التأثير كان إيجابياً بدرجة الأولى كما تبين لنا الدراسة أن أغلب التلاميذ يستخدمونه من أجل التواصل مع أهل والأصدقاء والبعض الآخر من أجل الدراسة واكتساب المعارف.
- كما اتضح أن الموقع أثر على تفاعل المبحوثين مع محيطهم الاجتماعي في الواقع كما كان عليه في السابق بحيث أصبح معظمهم يبحرون في الموقع ويستغرقون وقتاً فيه ما بين أقل من ساعتين إلى أكثر من 3 ساعات مما يجعلهم يعيشون عالماً افتراضياً بحيث أتاح لهم الموقع ما كانوا يبحثون عنه.
- بينت نتائج الدراسة أن أغلب التلاميذ يستخدمون الرموز التعبيرية أثناء تواصلهم عبر الموقع الاجتماعي الفيسبوك وهذا لاختصارهم للجهد والوقت، فنتائج الدراسة أجابت عن التساؤل المتعلق بماهي الأسباب التي أدت بتلاميذ الثانوية إلى استخدام الرموز التعبيرية في المحادثات ؟
- تشير نتائج الدراسة إلى أن أغلب تلاميذ الثانوية يتداولون الرمز الوجه الضاحك بالدموع وهذا لأنه يعبر بصورة أكثر واقعية من الكلمات، فقد أجابت هذه النتائج عن التساؤل المتعلق بماهي الرموز الأكثر تداولاً بين التلاميذ؟
- كما اتضح من نتائج الدراسة أن النسبة الغالبة من أفراد العينة تستخدم الرموز التعبيرية في الفيسبوك بحيث أصبح لها شعبية كبيرة من قبل التلاميذ وذلك لسهولة استخدامها في التعبير عن الأفكار كما تستخدمها لبساطتها وجاذبيتها، وهذه النتائج أجابت عن التساؤل التالي :
- ما مدى انتشار الرموز التعبيرية بين التلاميذ ؟
- توصلت الدراسة إلى أن الأغلبية من أفراد العينة يعتبرون الرموز التعبيرية أداة تواصلية مناسبة، وهذا لكونها تجسد المعاني والأفكار والمشاعر، وهذه النتائج أكدت وأجابت عن التساؤل التالي :
- ماهي الإشباعات المحققة وراء استخدام الرموز التعبيرية في موقع التواصل الاجتماعي - الفيسبوك - من قبل تلاميذ الثانوية.
- فيما يخص تأثير الرموز التعبيرية على اللغة فإن استخدامها يؤثر بشكل نسبي على اللغة، وهذا لأن معظم التلاميذ لا يمكنهم الاستغناء عن اللغة في التواصل، ولهذا يمكننا القول أن التساؤل الذي يرى أثر تداول الإيموجي على المستوى اللغوي للتلاميذ قد حقق نسبياً في نتائج الدراسة لأن دوافع التأثير قد تتغير تبعاً للجنس والسن.

- أوجه التشابه :

ترى الطالبة أن هذه الدراسة تشابهت معها دراستها في النقاط التالية :

- كلا الدراستين يتشابهان في متغيرات الدراسة أثر الرموز التعبيرية على استخدام اللغة في منصة فيسبوك

- كلتا الدراستين تندرج ضمن الدراسات الميدانية

- أما بالنسبة للمنهج فهو متشابه مع دراسة الباحثين وهو المنهج المسحي وبهذا فالدراسة تندرج ضمن الدراسة الوصفية.

- تشابه في أداة الدراسة المتمثل في استمارة استبيان.

- واعتماد الباحثين لنفس الخلفية النظرية المتمثلة في نظرية الاستخدامات والإشباع.

- أوجه الاختلاف :

اختلفت الدراستين في مجتمع البحث، إذ تمثل مجتمع البحث في دراسة الباحثين في تلاميذ الثانويات المستخدمين للشبكة الاجتماعية - الفيسبوك - بينما كان مجتمع دراستنا عن طلبة الجامعة المستخدمين للفيسبوك.

- الاختلاف العينتين في دراسة الباحثين تمثلت عينة الدراسة في أسلوب المعاينة غير الاحتمالية من خلال اختيار العينة القصدية المتمثلة في تلاميذ القسم النهائي من ثانوية أكراف محمد - مستغانم - بينما عينة دراستنا تمثلت في العينة العشوائية على طلبة جامعة خنشلة بالاعتماد على العينة المتاحة أو العارضة لطلبة جامعة خنشلة مستخدمي الفيسبوك.

أوجه الاستفادة :

- استفادت الطالبة في الكثير من النقاط ومن بينها :

- أخذ أفكار أكثر عن الموضوع الإشكالية وبناء التساؤلات الدراسة

- كون أن هذه الدراسة اعتمدت نظرية الاستخدامات والإشباع فاستفادت الطالبة من كيفية

إسقاطها على موضوع الدراسة ولما لها صلة بمتغيرات الدراسة

- كذلك الاستفادة من زاوية بناء أسئلة ومحاور الاستمارة الاستبيان.

7-1: الخلفية النظرية

تختلف النظريات العلمية التي يتبعها الباحثون في الدراسات الإعلامية على حسب طبيعة الموضوع الذي يفترض استخدام مقارنة علمية دون غيرها من المقاربات، ومن أجل إعطاء البعد النظري للدراسة، ومن أجل أن لا ننطلق من فراغ في دراستنا هذه يتعين علينا الاعتماد على نظرية محددة، مما يقدم لنا صفة الشمولية بشكل جزئي نظرا لعمق موضوع الدراسة سعينا للاستفادة من التراكم المعرفي وبعدها العمل على توجيه مسارنا في العمل التطبيقي.

ونظرا لكون موضوع الدراسة يتعلق بدراسة أثر استخدام الرموز التعبيرية في منصة فيسبوك على التواصل اللغوي، وجدت الطالبة أن نظرية الاستخدامات والإشباع هي الأنسب والتي ستبنى من خلالها الدراسة.

- تعريف نظرية الاستخدامات والإشباع:

تعد هذه النظرية من أهم النظريات الاتصال الحديثة التي فسرت دور الجمهور في عملية الاتصال مع وسائل الإعلام (هلال 2012 صفحة 169)، أثارت نظرية الاستخدامات والإشباع في الاصطلاح الإعلامي جدل واسع عند الباحثين، ويعني المدخل أو النظرية عملية تعرض الجمهور لمواد إعلامية من أجل إشباع رغبات كامنة معينة استجابة لدوافع والحاجات الفردية، كما تهتم هذه النظرية بدراسة الاتصال الجماهيري دراسة وظيفية منظمة (حجاب، 2010 صفحة 297).

- نشأة نظرية الاستخدامات والإشباع:

تعد نظرية الاستخدامات والإشباع من أهم النظريات الاتصالية التي تستهدف دراسة الجمهور وعلاقته بوسائل الإعلام فقد بدأ منذ وقت مبكر البحث في أنواع الحاجات التي يلبيها المحتوى الإعلامي وكذا الإمتاع والإشباع الذي يحققه وقد أجريت العديد من الدراسات من هذا المنطلق خلال ثلاثينيات القرن الماضي عن قراءة الكتب والمسلسلات التمثيلية الإذاعية والتلفزيونية والصحف اليومية والموسيقى الشعبية والأفلام السينمائية وذلك لمعرفة سبب اهتمام الناس بمنتجات الإعلام والنتائج التي يقدمها مثل هذا الكشف للأمور أمام الرأي العام. وبحلول سنوات الحرب العالمية الثانية تم التوصل إلى اكتشافات وفيرة حول الاحتياجات والإشباع، وأصبحت بعد ذلك دراسة أسباب اهتمام الناس بالإعلام والمكافآت التي يشعرون أن هذا الاهتمام يقدمها لهم (ديفلير و بول روكيتش، 1992 ، صفحة 266). يعتبر الياهو كانز (Elihu Karz) أول من وضع حجر الأساس في بناء مدخل الاستخدامات والإشباع من خلال مقال كتبه سنة 1959، ويمثل هذا المدخل تحولا للرؤية في مجال الدراسات الإعلامية إذ تحول الانتباه من الرسالة الإعلامية إلى الجمهور الذي يستقبل هذه الرسائل عدلي العيد وعاطف عدلي 2011 صفحة (297). لذا فنظرية الاستخدامات والإشباع قد اعتمدت على ما أدخله كانز إذ توصل إلى أن مجال البحث لا يجب أن يكون : كيف تؤثر وسائل الاتصال في الجمهور؟ إلى : ماذا يفعل الجمهور بوسائل الاتصال؟ حيث كانت الفروض العلمية ترى أن الجمهور يتسم بالسلبية الشديدة بينما يرى مدخل نظرية الاستخدامات والإشباع الجمهور إيجابيا، حيث

يلعب دورا في اختيار الوسيلة الاتصالية التي يعرض نفسها لها، وبهذا لا يصبح الجمهور سلبيا لأن عملية الاختيار تتفق مع الحاجة المرغوبة أو الإشباع المطلوب (حسن 2010 ، صفحة 298).

وقد أشرف كل من تامار ليباس والياهو كاتز على فريق بحث تابع لجامعة القدس، حيث قاد هذا الفريق مجموعة من البحوث الميدانية لتحليل القراءات المنفردة التي تقوم بها المجموعات الخاصة داخل الثقافات المختلفة للمسلسل التلفزيوني دالاس (Dallas) الذي تبته كل القنوات التلفزيونية في العالم، فقد استند كاتز إلى هذه الدراسات لتثمين نشاط متلقي البرامج التلفزيونية بالتأكيد على التوافق الحاصل بين النظرية النقدية وورثة السوسيولوجيا الوظيفية ويمكن توضيح هذا التوافق بما أكده مورلي من خلال الاستلهم الذي بحث عنه في الحدس الناجم عن الاستخدامات والإشباع (ميشال ماتلار 2005، 168- 167 صفحة)

إلى جانب إيليو كاتز (Elihu Katz) قام العديد من الكتاب مثل دينيس ماكويل (Denis McQuail)، وجاي بلومر (Jay Blumler) بتغيير النظرة المألوفة إلى وسائل (Wilbur Schramm) وولبر شرام (Karl Erik Rosengren) وكارل إريك روزغرين (Blumler) الاتصال وحددوا هدفهم مما تمليه الصيغة التعبيرية المعتادة من خلال دراسة ما يفعل الناس بوسائل الإعلام بدل ما تفعله هذه الوسائل بهم. فقد سعى البحث وفق هذا التيار إلى الربط بين المتعة وأثارها على الأشخاص عن طريق مؤشرات كمية ونوعية تعمق دراسة مختلف أبعاد الاهتمام والفهم والقبول والاحتفاظ بالمعلومات، فهذه النظرة تمنح الجمهور التفكير في ما يستهلك من مضامين إعلامية واختياره المكيف مع ما يستهلك (ميغري، 2018 صفحة 162). تسعى نظرية الاستخدامات والإشباع إلى تحقيق ثلاثة أهداف أساسية، أما الهدف الأول فيتمثل في التعرف على كيفية استخدام الأفراد لوسائل الإعلام، وذلك بالنظر إلى الجمهور النشط الذي يستخدم الوسيلة الإعلامية التي تشيع حاجاته وأهدافه بينما ركز الهدف الثاني على توضيح دوافع استخدام وسيلة إعلامية معينة دون غيرها من وسائل الإعلام الأخرى والتفاعل مع نتيجة هذا الاستخدام، وكان الهدف الثالث هو التركيز على أن فهم عملية الاتصال الجماهيري يأتي نتيجة لاستخدام وسائل الاتصال الجماهيري (حسن إسماعيل 2003، صفحة 255).

فتحت نظرية الاستخدامات والإشباع آفاق واسعة لدراسة العلاقة القائمة بين الجمهور ووسائل الإعلام وذلك منذ منتصف سبعينات القرن الماضي من منظور : ماذا يفعل الفرد بالصحيفة والمجلة والفيلم والإذاعة والتلفزيون؟ وبالتدريج تبوأ هذا المنظور مكانة بارزة في بحوث الإعلام والاتصال بعد أن اتجه إلى معرفة ما يجنيه الجمهور من الوسائل المذكورة بدل الانسياق وراء البحث عن تأثير وسائل الإعلام الذي تأكد أنه تراكمي، ويحصل على المدى الطويل غير مستويات مختلفة، ولا

يحدث بشكل أني ومتزامن مع الاستخدام، ويصعب عزله عن تأثير بقية المؤسسات الاجتماعية والثقافية" (العياضي، 2020 صفحة 211.210).

ووفقا لنظرية الاستخدامات والإشباع فإن الفرد ينتقى المضامين الإعلامية التي تشبع حاجاته، في هذا الصدد يصف جون ميريل ولونيسيتين العوامل الدافعية للتعرض الانتقائي في ثلاث فئات رئيسية هي: "الحاجة إلى الانتماء، ثم الحاجة إلى الاستطلاع وكذلك الحاجة إلى تقدير الذات ولم تختلف الدراسات التي أجريت في الثمانينات والتسعينات عن استخدام مثل هذه الفئات الرئيسية أو الفئات الفرعية التي تدخل في إطارها على الرغم من اختلاف الوسائل واختلاف المفردات والمحتوى في كل بحث عن الآخر" (عبد الحميد، 2004، صفحة 281). يلاحظ أن البحوث الخاصة بنظرية الاستخدامات والإشباع في تطور مستمر وذلك منذ ظهورها إلى غاية اليوم أين أصبحت الميديا الجديدة في سيدة الموقف، وبالرغم من كون هذه نظرية من النظريات التقليدية إلا أنه ما زالت العديد من الدراسات الإعلامية الحديثة تعتمد عليها بشكل ملفت مما يوحي بصمود هذه النظرية أمام بيئة رقمية جديدة تحمل في طياتها تكنولوجيا اتصالية قوية تحدث الحدود الزمنية والمكانية.

فروض نظرية الاستخدامات والإشباع

وضع العديد من الباحثين الأسس العلمية وكذا الفرضيات الأساسية التي انطلقت من النظرية في حد ذاتها وهذا بعد اتضاح المداخل الأساسية والعلمية للنظرية عند هؤلاء الباحثين، وشكلت هذه العناصر المداخل العلمية للنظرية، وبما أن نظرية الاستخدامات والإشباع تركز على افتراض الجمهور النشط على عكس نظريات التأثير التي سبقتها القائلة بقوة تأثير وسائل الإعلام في الجمهور مثل نظرية الرصاصة، حيث اضفت هذه النظرية بذلك صفة إيجابية على الجمهور، وعليه لم يعد الجمهور من خلال هذا المنظور متلقيا سلبيًا، بل أصبح ينظر إليه على أنه ينتقي بوعي ما يرغب في التعرض له من حيث الوسائل والمضامين التي تسمح بتلبية حاجاته النفسية وكذا الاجتماعية، ولهذا وضع الياهوكانز وزملائه خمس فروض أساسية تتعلق بكيفية استخدام الأفراد لوسائل الاتصال والإشباع التي يهدفون إلى تحقيقها خلف هذا الاستخدام وهي (مكاوي، 2008 صفحة 242).

1. إن إعطاء الجمهور مشاركون فعالون في عملية الاتصال الجماهيري يستخدمون وسائل الاتصال لتحقيق أهداف مقصودة تبلي توقعاتهم.
2. يعتبر استخدام وسائل الاتصال عن الحاجات التي يدركها أعضاء الجمهور ويتحكم في ذلك عوامل الفروق الفردية.

3. إن أعضاء الجمهور هم الذين يختارون الوسائل والمضمون الذي يشبع حاجاتهم، وإن وسائل الاعلام تتنافس مع مصادر الإشباع الأخرى في تلبية هذه الحاجات.
 4. إن أفراد الجمهور لديهم القدرة على تحديد دوافع تعرضهم وحاجاتهم التي يسعون إلى تلبيةها، لذا فهم يختارون الوسائل المناسبة لإشباع هذه الحاجات.
 5. يمكن الاستدلال على المعايير الثقافية السائدة في المجتمع من خلال استخدام الجمهور لوسائل الاتصال وليس من خلال محتواها فقط (خورشيد مراد، 2011 صفحة 146).
- طرحنا هذه الفرضيات العديد من التساؤلات المتعلقة بالعوامل التي يتأثر بها جمهور المتلقي في إدراك حاجاته، وتحديد نشاطه، إضافة إلى العوامل البيئية التي تؤثر في نشوء الحاجات ودعمها وقرار الجمهور باستخدام إشباع هذه الحاجات (هلال، 2012 صفحة 182).

الانتقادات الموجهة لنظرية الاستخدامات والإشباع :

وجهت العديد من الانتقادات لنظرية الاستخدامات والإشباع تمثلت أهمها في ما يلي (عبد الحميد 2004، صفحة 291- 292). يرى عدد من الباحثين أنها لا تزيد عن كونها استراتيجية لجمع المعلومات من خلال التقارير الذاتية للحالة العقلية التي يكون عليها الفرد وقت التعامل مع الاستقصاءات.... الإشكالية الثانية التي يركز عليها دينيس ماكويل أن نتائج هذه البحوث ربما تتخذ ذريعة لإنتاج المحتوى الهابط خصوصا .

عندما يرى البعض أنه يلبي حاجات أعضاء المتلقين في مجالات التسلية والترفيه والهروب... الإشكالية الثالثة في تطبيق هذه النظرية التي يراها بلومر هي عدم التحديد الواضح المفهوم النشاط Activity الذي تصف به جمهور المتلقين في علاقته باستخدام والإشباع فهناك عديد من المعاني التي تشرح هذا المفهوم منها المنفعة Utility.

فوسائل الإعلام لها استخدامات محددة للجمهور، والأفراد يضعون هذه الوسائل في إطار هذه الاستخدامات وهذا يعني أن وسائل الإعلام هي التي تحدد وظائفها ثم يحدد الفرد استخدامه لأي من هذه الوظائف.

- إسقاط النظرية

تقوم نظرية الاستخدامات والإشباع على افتراض أنه يختلف استخدام الفرد لوسائل الإعلام باختلاف حاجاته ودوافعه، وعند دراسة الحاجات والدافع تختلف وجهات النظر، إذ أنه هناك علاقة بين إشباع الحاجات والدافع إليها، وبين توقع سلوك الفرد الذي يقوم به لإشباع الحاجة،

فإشباع الحاجة منطلق من الدافع الذي يؤدي إلى سلوك الحاجة، إذ أن إشباع الحاجات التي يمكن إشباعها يختلف من شخص لآخر، وهذا ما نجده ف دراستنا هاته إذ نجد أن منصة فيسبوك وسيلة اتصالية واجتماعية ووسيلة إعلام جماهيرية تتيح للمستخدمين فرصة التواصل وبناء علاقات اجتماعية افتراضية وتقرب المسافات وتختصر الأوقات ... كما أنها تتيح إمكانية التعبير عما يكتنه مستخدمها. وفي ظل التحديثات و التغيرات التي تجرى على منصة فيسبوك ظهرت لغة الأيقونات والرموز التعبيرية والإشارات، حيث أنه رمز واحد يحمل العديد من المعاني والدلالات اللغوية، إذا انه يعيننا عن كل الكلمات والجمل والرسائل النصية الطويلة، وهذا الاستخدام يعبر عن الأفكار والحالات النفسية والعواطف وأيضا مشاركة الميولات المشتركة بين المستخدمين، وهذا الاستخدام الكبير والمنتشر لهاته اللغة الرموز بين المستخدمين لمنصة فيسبوك جعلت منا محاولة معرفة ما إذا كانت هاته الأخيرة تغنيانا تماما عن استخدام اللغة التواصلية اللفظية المنطوقة مقابل لغة الأيقونات وتشبع حاجات ودوافع المستخدم في إيصال الأفكار والمشاعر النفسية مع باقي أقرانه من المستخدمين والاكتفاء بالتواصل عن طريق الرموز التعبيرية.

8-1: منهج الدراسة وأدواتها

1. منهج الدراسة

تندرج هذه الدراسة ضمن الدراسات الوصفية التي تهدف إلى وصف الوقائع و الظواهر وصفًا دقيقًا وتحديد خصائصها بشكل كمي وكيفي، كما تقوم بوصف الحالة السابقة للظواهر وكيف وصلت إلى صورتها الحالية وتحاول التنبؤ بما ستكون عليه في المستقبل (راسم، 1999 صفحة 98). فالبحوث الوصفية لا تقف عند حدود وصف الظاهرة وإنما تذهب إلى أبعد من ذلك فهي تحلل وتفسر وتقارب بقصد الوصول إلى تقسيمات ذات المعنى بقصد التبصير لتلك الظاهرة إذ تسعى الطالبة من خلال هذه الدراسة إلى جمع المعلومات المتعلقة بمستخدمي الرموز التعبيرية على منصة فيسبوك وكيف يؤثر استخدام الطلبة الجامعيين للرموز التعبيرية على تواصلهم اللغوي، ونظرا لأهداف الدراسة المتمثلة في عادات وأنماط استخدام الطلبة الجامعيين للرموز التعبيرية في منصة فيسبوك والدوافع والاشباع المحققة من وراء هذا الاستخدام، فإن الطالبة تجد أن هذه الدراسة تندرج ضمن الدراسات الوصفية (العزاوي، 2007 صفحة 98).

تعتبر خطوة إبراز منهجية الدراسة من أهم الخطوات التي يتتبعها الباحث لإنجاز بحثه، وذلك كونها خطوة مهمة توجه الباحث نحو مسار منهج علمي يضمن له تحقيق أهدافه، فالمنهج هو " الطريق الذي يسلكه الباحث لتعرف على الظاهرة أو المشكلة موضوع الدراسة والكشف عن الحقائق المرتبطة

بها بعرض التوصل إلى إجابات على الأسئلة التي تثيرها المشكلة أو الظاهرة من خلال استخدام مجموعة من الأدوات لجميع البيانات وتحليلها والتوصل إلى النتائج التي تساعد في الإجابة عن تلك التساؤلات " (اللحاح وأبو بكر، 2002، ص 43).

- كما يعرف بأنه "مجموعة الإجراءات والطرق الدقيقة المتبناة للوصول إلى نتيجة " (موريس أنجرس، 2004، ص 36).

- ويتمثل المنهج بالطريقة التي يتبعها التي يتبعها الباحث باستخدام بعض القواعد العامة التي تتعلق بتجميع البيانات وتحليلها من أجل إثبات صحة الفروض التي يضعها بغرض الإجابة على التساؤلات التي طرحها للوصول إلى حل الإشكالية الأساسية للبحث (العابدي، 2005 صفحة 64)

إذ يعد المنهج كذلك الإطار الأساسي لجمع المعلومات عندما تشمل الدراسة المجتمع الكلي أو تكون العينة كبيرة من الصعب حصر مفرداتها مما يتيح لنا تعميم نتيجة المسح على المجتمع الذي سحبت منه العينة (عبد المجيد، 2004 صفحة 185).

- تتعدد مناهج البحث وتختلف حسب طبيعة الموضوع المدروس ونظرا لكون هذه الدراسة تدرج ضمن الدراسة الوصفية، وجدت الطالبة أن المنهج المسحي يتلاءم وطبيعة الدراسات الوصفية، إذ يهتم هذا المنهج بشرح وتوصيف المواقف والأحداث وتوضيحها، إذ يسمح بتصوير الوقائع والاهتمام بمجال دراسة الجمهور المتلقين من خلال وصف حجم الجمهور والأنماط السلوكية (راسم، 1999 صفحة 193).

كما يعرف كذلك على أنه " أحد الأشكال الخاصة بجمع المعلومات عن حالة الأفراد وسلوكهم وإدراكهم ومشاعرهم وإنجازاتهم فهو يعتبر الشكل الرئيسي والمعياري لجمع المعلومات عندما تشمل الدراسة المجتمع الكلي أو تكون العينة كبيرة ومنتشرة بالشكل الذي يصعب الاتصال بمفرداتها" (عبد الحميد، 2004، ص 158).

- وبذلك تم الاعتماد عليه في هذه الدراسة بجمع المعلومات عن عينة الدراسة، ومعرفة تأثير استخدام عينة الدراسة للرموز التعبيرية على التواصل اللغوي، ورصد عاداتهم وأنماط استخدامهم الرموز ودوافعهم في الاستخدام تأثيرها على تواصلهم اللغوي.

2. أدواتها

يحتاج الباحث خلال بحثه إلى أدوات مساعدة لإتمامه على أحسن صورة، لذلك تتعدد الأساليب التي تستخدم في جمع البيانات اللازمة للتعامل مع مشكلة بحثية معينة ومن بين هذه الأساليب، الملاحظة، المقابلة، والاستبيان الذي اعتمدته الطالبة كأداة رئيسية للدراسة الميدانية.

1/ استثمار الاستبيان:

يعرف الاستبيان على أنه " أحد الأساليب الأساسية التي تستخدم في جمع بيانات أولية أو أساسية أو مباشرة من العينة المختارة أو من جميع مفردات مجتمع البحث عن طريق توجيه مجموعة من الأسئلة المحددة المعدة مقدما، وذلك بهدف التعرف على حقائق معينة أو وجهات نظر المبحوثين واتجاهاتهم أو الدوافع والعوامل والمؤثرات التي تدفعهم إلى تصرفات سلوكية معينة (حسين، 2016 صفحة 206).

وهو كذلك " وسيلة لجمع المعلومات و البيانات، عن طريق تعبئة استثمار من قبل المبحوثين " (عناية، 2018 صفحة 214).

- فالاستبيان عبارة عن صحيفة أو كشف يتضمن عددا من الأسئلة تتصل باستطلاع الرأي أو بخصائص أية ظاهرة متعلقة بنشاط اقتصادي أو اجتماعي أو فني أو ثقافي (البلداوي، 2007 صفحة 22).

- وهي الأداة الرئيسية التي استخدمتها الطالبة لجمع البيانات

- وقد قسمت الطالبة في هذه الدراسة استثمار الاستبيان إلى أربعة محاور كل محور يتضمن مجموعة أسئلة وهي كالآتي:

المحور الأول: عادات وأنماط استخدام المبحوثين لمنصة فيسبوك

المحور الثاني: أسباب استخدام المبحوثين للرموز التعبيرية في منصة فيسبوك

المحور الثالث: الإشباع المحققة عند استخدام المبحوثين للرموز التعبيرية في منصة فيسبوك

المحور الرابع: أثر الرموز التعبيرية على التواصل اللغوي

حيث اعتمدت الطالبة في هذا الإطار في بناء الاستثمار على الأسئلة المغلقة.

- والأسئلة المغلقة: هي الأسئلة التي قامت الطالبة بالتحديد المسبق لمجموعة من الإجابات التي ترى بأنها ذات علاقة بالسؤال المطروح وهي نوعين:

- الأسئلة المغلقة: تترك فيها المجال للمبحوثين بالاختيار بين بديلين.

- الأسئلة المغلقة متعددة الإجابات: يطلب فيها من المبحوث اختيار إجابة واحدة فقط.

9-1 مجتمع الدراسة وعينتها

1. مجتمع الدراسة :

يعرف بأنه: " المجتمع الأكبر أو جملة المفردات التي يستمد الباحث دراسته من أجل تحقيق نتائج الدراسة على كل مفرداته (بن مرسللي 2005 صفحة 202).

ويعرف مجتمع بأنه : " المجتمع الأصلي أو الكلي للدراسة، حيث يتم من خلاله انتقاء مجتمع متاح، تجرى عليه الدراسة ليتم تعميمها على المجتمع الأصلي (عوض وخفاجة، 2002، ص 186). كما يعرف أيضا على أنه: "المجموعة الكلية من العناصر التي يسعى الباحث إلى أن يعمم عليها النتائج ذات العلاقة بالمشكلة المدروسة " (بايشوة، لحسن، وآخرون. 2009، ص 253). ويعني مجتمع البحث في دراسات الجمهور : " جميع مفردات الظاهرة التي يدرسها الباحث " (الخرابشة، عمر محمد، 2012، ص 120).

في تعريف آخر: "يعرف على أنه مجموع وحدات البحث التي يراد منها الحصول على بيانات" (عبد المؤمن، 2020، ص 184). ومنه فمجتمع الدراسة الميداني في هذه الدراسة هو الطلبة الجامعيين بجامعة عباس لغرور بخنشلة المستخدمين للفيسبوك.

2. عينة الدراسة

العينة هي : " جزء من مجتمع الدراسة تمثيلا صادقا ولهذا يمكن تعميم نتائج الدراسة المبينة على عينة على المجتمع بأكمله " (زغيب، 2015 صفحة 239).

كما يعرف كذلك بأنها : " الوحدة الممثلة للمجتمع الأصلي أو البعض الممثل للكل، فالبعض يمثل مجموعة من أفراد المجتمع والكل يمثل جميع أفراد المجتمع " فالعينات هي المفردات التي يتم جمع معلومات الدراسة عن طريقها لكي تمثل مجتمع الدراسة، الأكبر حجما والذي يتم توجيه وتعميم نتائج الدراسة تجاهه " (محسن، 2016، ص 31).

- وقد حاولت الطالبة تمثيل مجتمع البحث من خلال اختيار عينة ممثلة كما يلي:

بما أن مجتمع الدراسة متمثل في طلبة الجامعات المستخدمين لمنصة فيسبوك في الجزائر، فإن المعاينة تفرض نفسها ونظرا لكبر حجم العينة المتمثلة في الطلبة الجامعيين وتعدد تخصصاتهم يصعب على الطالبة دراسة كل مفردات العينة ومن هنا، ونظرا لصعوبة الحصر الشامل لمجتمع الدراسة، اضطرت الطالبة لاختيار عينة.

تمثلت عينة الدراسة في العينة العشوائية، التي تنتمي إلى العينات العشوائية و الاحتمالية ونظرا لطبيعة الدراسة ومجتمعها فإن العينة المناسبة هي العينة العشوائية المتمثلة في طلبة جامعة خنشلة المستخدمين لمنصة فيسبوك.

العينة العشوائية أو الاحتمالية:

وفيها يتم اختيار أفراد العينة بطريقة عشوائية ، بحيث يعطي لكل العناصر المكونة لمجتمع الدراسة فرصة الظهور في العينة مع عدم الضرورة، بأن تكون فرصة الظهور متساوية لكل عنصر إلا

أن فرصة الظهور تكون لكل عنصر معروفة ومحددة مسبقاً (عبيدات، أبونصار، مبيضين، 1999، ص 87).

العينة العشوائية البسيطة : وتعني أن الباحث يختار عينة الدراسة بحيث تكون الفرصة متساوية لعينة الدراسة في عملية الاختيار، أي أن تكون ممثلة لمجتمع الدراسة، ويتم ذلك من حيث إعطاء كل فرد أو وحدة من عينة الدراسة رقماً، ومن ثمة استخدام قائمة الأرقام الموجودة في معظم كتب الإحصاء لاختيار الأفراد والوحدات، ويمكن أن يتم الاختيار أيضاً باستخدام الكمبيوتر أو اليانصيب (در، 2017، ص 314).

ولأن الطالبة رأت أن العينة العشوائية المتمثلة في طلبة جامعة خنشلة هي الأنسب اختيرت لعدة اعتبارات نذكره كالآتي:

- التمثيلية الفعالة: باعتبار العينة تتكون من الطلبة الجامعيين فقط فإن استخدام العينة العشوائية يضمن تمثيلية فعالة لهذه الفئة الأكاديمية المحددة ومما يتيح فهماً شاملاً لواقع استخدام الرموز التعبيرية.
- الحيادية و العدالة : من خلال العينة العشوائية ضمان الحيادية و العدالة في اختيار الطلبة المشاركين لدراسة حيث يتم تجنب التحيز لأي فئة معينة أو تفضيلها على أخرى.
- تحقيق التنوع: تساهم العينة العشوائية المختارة في تحقيق التنوع بين الطلبة المشاركين في الدراسة مما يساعد في فهم تجارب متنوعة تتعلق بفهم استخدامهم للرموز التعبيرية في منصة فيسبوك.
- تحقيق الشمولية: يسمح لنا باستخدام العينة العشوائية شمولية أوسع في جمع البيانات مما يعني أن الدراسة تغطي مجموعة متنوعة من الطلبة بغض النظر عن خلفياتهم الثقافية والعرقية واتجاهاتهم ومستوياتهم التعليمية وسنه وجنسهم حيث بلغ حجم العينة المختارة 100 مفردة موزعة على طلبة جامعة خنشلة المستخدمين للرموز التعبيرية في منصة فيسبوك بطريقة عشوائية، لهذا تم اعتماد العينة العشوائية.

9-1 مجالات الدراسة:

بعد تحديد الطالبة للعديد من الخطوات المنهجية التي لا يمكن إغفالها في أي دراسة ستقوم الطالبة بتحديد مجالات الدراسة حيث يتفق الكثير من الباحثين إن لكل دراسة 3 مجالات رئيسية المجال البشري الزمني والمكاني كالآتي:

-المجال المكاني:

لكي تتحكم الطالبة من دراستها يجب أن يكون لديها معرفة عن المجتمع المستهدف لإجراء الدراسة عليه وقد حددت الطالبة جامعة الشهيد عباس لغرور خنشلة لإنجاز الدراسة.

-المجال البشري:

تمثل في طلبة جامعة الشهيد عباس لغرور خنشلة الذين يزاولون دراستهم في الموسم الدراسي 2023/2024.

-المجال الزمني :

استغرق المجال الزمني لانجاز الدراسة 7 أشهر علما أن الطالبة اختارت عدة عناوين للأطروحة ليتم الاستقرار النهائي على هذا الموضوع وقد قسمت الطالبة موضوع الدراسة إلى 3 أقسام الجزء النظري و المنهجي و الميداني بدأت الطالبة في الجانب المنهجي بدا من ديسمبر 2023 و استمر إلى غاية فيفري 2024 قامت الطالبة بتحديد الخطوط العريضة للبحث المتعلقة بأهداف الدراسة و العينة و غيرها من الأمور المنهجية ثم شرعت الطالبة بدء من فيفري 2024 في الجانب النظري للدراسة حيث اغتنمت الطالبة في هذه الفترة عدد كبير من المراجع و بعد ذلك جمع المادة قامت الطالبة بتصنيفها فمنها ما وجه للجانب المنهجي ومنها ما وجه للجانب النظري و منها ما وجه لتدعيم لفائدة الدراسة الميدانية و التحليل و انتهت الطالبة من الجانب النظري مع بداية أفريل 2024 أما الدراسة الميدانية بدأت مع نهاية نهاية شهر أفريل 2024 إلى غاية وسط شهر ماي 2024 لتقوم الطالبة بتوزيع الاستمارة في جامعة الشهيد عباس لغرور خنشلة بعدها قامت الطالبة بتفريغ الاستمارات و رسم الجداول و تحليل النتائج و صياغة النتائج النهائية للدراسة

- إجراءات الصديق لأداة الدراسة

لتتحقق الطالبة من صديق محتوى أداة الدراسة والتأكد من أنها تقيس ما أعدت لقياسه، وتخدم أهداف الدراسة والإجابة عن تساؤلاتها، تم في البداية عرض الاستمارة في شكلها الأولي على الأستاذة المشرفة حيث قدمت مجموعة من الملاحظات من حيث الشكل ومضمون، وعدلت على أساس الملاحظات التي قدمت للطالبة

- ولتأكد من صديق الأداة، تم عرضها على ثلاثة محكمين هم أساتذة من تخصص علوم الإعلام والاتصال بجامعة الشهيد عباس لغرور خنشلة وهم على دراية بالمجال، وهم الدكتورة دهماني سهيلة والدكتورة شهرزاد سوفي والأستاذة أمينة بن سخرية إذ تم أخذ كل ملاحظاتهم بعين الاعتبار

وبالتنسيق مع الأستاذة المشرفة الدكتورة زينة جدعون، لتصبح بعد ذلك جاهزة وفي شكلها النهائي وتوزيعها على المبحوثين.

معامل الثبات:

يقصد بالثبات بمدى استقرار أداة الدراسة وعدم تناقضها، حيث يوضح ما إذا كان الاستبيان سيعطي نفس النتائج باحتمال مساوي لقيمة المعامل المحسوب في حالة ما إذا تم إعادة توزيعها على نفس أفراد العينة وتم الاعتماد في هذه الدراسة على معامل الثبات ألفا كرونباخ والذي يعتبر أحد أهم طرق لقياس الثبات وتم التوصل إلى النتائج التالية سنستعرضها في الجدول التالي:

المحاور	معامل ألفا كرونباخ	مستوى الموثوقية
الاستبيان ككل	0.770	موثوق بدرجة جيدة

معامل ألفا كرونباخ يستخدم لتحديد مدى ثبات أو موثوقية المقياس، حيث يعتبر المقياس موثوقا بدرجة عالية إذا كان معامل ألفا كرونباخ أعلى من 0.8، في حالة القيم بين 0.6 و 0.7، يعتبر المقياس مقبولا، ومن 0.7 إلى 0.8 يعتبر المقياس موثوق بدرجة جيدة. لذا يمكن القول ان هذا الاستبيان موثوق بدرجة جيدة حيث أن قيمة ألفا كرونباخ هي 0.770.



الجزء الثاني:

الاطار النظري للدراسة

أدى التطور التكنولوجي والطفرة النوعية الهائلة إلى تغيير شامل في شتى مجالات الحياة، وبهذا تطورت معه حياة الأفراد، إذ أصبح التواصل فيما بينهم يعتمد على الاتصال الرقمي داخل شبكات رقمية ومنصات التواصل الاجتماعي، ومن بينها منصة فيسبوك التي تعد من أكثر المنصات استخداماً على الإطلاق، ومن هذا الأخير تغيرت معه لغة التواصل بين الأفراد المستخدمين من لغة لفظية واتصال مواجهي إلى اتصال افتراضي إذا تطورت هذه الأخيرة وأصبحت لغة أيقونية تعتمد على رموز وأشكال ووجوه مختلفة المعاني، تتناسب مع شكل البيئة الرقمية وخصائصها وهذا ما يسمى بلغة الرموز التعبيرية التي ميزت منصة الفيسبوك وبهذا أصبحت اللغة المعتمدة للتواصل وتعبير عن حالة مستخدميها.

وفي هذا الجزء من دراستنا سنتطرق الطالبة إلى منصة فيسبوك ومميزات الرموز التعبيرية وتصنيفاتها والتواصل اللغوي.

1-2 مفهوم الرموز التعبيرية

يعتبر مصطلح الرموز التعبيرية مصطلحاً خاص بالبيئة الرقمية ولغة خاصة بمنصات التواصل الاجتماعي وخاصة منصة فيسبوك التي تعنى بها دراستنا إذ تركز الطالبة في هذا الجزء بالتطرق إلى مفهوم هذا الأخير من الناحية اللغوية والاصطلاحية.

- لغة: الرموز التعبيرية (Emoji) مكونة من: E وتعني الصورة، و MOJIS وتعني رمز أو حرف.
- اصطلاحاً: هي تلك الصورة الرمزية أو الوجوه الضاحكة المستخدمة في كتابة الرسائل الإلكترونية (دليل الإيموجي، 2024).

ومن خلال عرض التعريفين اللغوي والاصطلاحي نستنتج بأن الرموز التعبيرية هي عبارة عن مجموعة صور ووجوه التي تتخذ أشكالاً مختلفة تستخدم في إيصال الرسائل الإلكترونية والمعاني والأفكار تبادلها بين مستخدميها داخل فضاءات رقمية افتراضية، فهي لغة وأيقونات خاصة بمنصات التواصل الاجتماعي ومنها منصة فيسبوك.

ومن خصائص الرموز التعبيرية ما يلي:

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

2-2 وظائفها:

تقوم الرموز التعبيرية بالعديد من الوظائف التي تساهم في جعل المحادثات الرقمية أكثر سيولة من ناحية التعبير أو حتى من ناحية الرد والتجاوب، وقد حدد (Matthew and Lee) ثلاثة وظائف تقوم بها الرموز عند استخدامها في المحادثات النصية، وهي:

- بداية الحديث: من خلال استخدام رمز تعبيرى " وجوه مبتسم مثلا " لبدء المحادثة بدلا من إلقاء التحية.

- استخدامها لإنهاء المحادثة: فالرموز التعبيرية العاطفية مثل القلوب أو الوجوه المبتسمة تستخدم عادة في نهاية المحادثة بدلا من كتابة "مع السلامة".

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

وهناك وظائف أخرى تقدمها هذه الرموز قد عرضها الراشدي وبدر الدين (2012، ص 57) منها:

- المرسل:

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

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

- المستقبل:

أ- الوظيفة الدالة: حيث يمكن للعواطف.

ب- الوظيفة المرجعية: حيث تساعد الإيموجي على نقل الرسائل والمعلومات إلى المتلقي.

كما أن الإيموجي تساهم في التعبير عن جانب ميم 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 كالتالي:

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

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

- السنيمائية: فالصورة لها معاني كثيرة، ويمكن تفسيرها على نطاق أوسع من رسالة لغوية.
- تكسر حاجز الممل في المحادثات الإلكترونية.
- تعزز قوة التعبير العاطفي.
- تعدل الجو العام للمحادثة وتخفف من إيقاع اللغة الرسمية.
- تساعد على التعبير عن الآراء في أقصر طريقة ممكنة.

3-2 تصنيفاتها

اختلفت وتعددت الرموز التعبيرية التي يستخدمها الأفراد على منصات التواصل الاجتماعي خاصة الفيسبوك ومن أكثر الرموز التعبيرية التي يتم استخدامها هي كالتالي:

- رموز تعبيرية ذات الوجوه المتعددة الملامح:



• رموز الطبيعة والحيوانات:



• رموز أعلام:



ويمكننا أن نصنف كل رمز إلى أي مجموعة ينتهي والمعنى الذي يدل عليه وأمثلة على ذلك كما يلي:

الرمز	التصنيف	المعنى
	رموز تعبيرية ذات الوجوه المتعددة الملامح	الاييموجي المبتسم: لوجه المبتسم ذو العيون المبتسمة والوجه المبتسم الخجول هما الوجهان الأكثر استخدامًا، أنهم ببساطة يدلان على السعادة أو الإيجابية، ويمكن استخدامها بعد إهانة أو نقد لإزالة بعض الحدة.
	رموز تعبيرية ذات الوجوه المتعددة الملامح	الاييموجي المبتسم بالفم المفتوح ونقطة التعرق: يُظهر السعادة مثل الوجوه المبتسمة الأخرى، ولكن هناك أيضًا عنصر الارتياح، حيث غالبًا ما تعبر الرسائل التي تستخدم هذا الرمز التعبيري من أشكال الإيموجي عن سعادتها بكيفية حدوث حدث ما.
	رموز تعبيرية ذات الوجوه المتعددة الملامح	الاييموجي المبتسم مع دموع الفرح: يستخدم لإظهار شدة الضحك، يرتبط ارتباطاً وثيقاً بـ "LOL" إذا أرسل شخص ما نكتة مضحكة، فيمكنك الرد باستخدام هذا الرمز التعبيرية.

رموز تعبيرية ذات الوجوه المتعددة الملامح	الايموجي المبتسم مع النظارات الشمسية: يستخدم الوجه المبتسم مع النظارات الشمسية لإظهار البرودة.	
رموز تعبيرية ذات الوجوه المتعددة الملامح	الايموجي المتذوق: يشير لتذوق وجبة طعام لذيذة، ويمكن استخدامه توقعًا أو أثناء أو بعد تناول وجبة لذيذة.	
رموز تعبيرية ذات الوجوه المتعددة الملامح	الايموجي الخالي من التعبير: يُظهر الوجه نقصًا في العاطفة، وقد يتم استخدامه لإظهار أن شخصًا ما غير مبالي أو محرج.	
رموز النشاطات المختلفة	القلب هو قلب الحب العاطفي الكلاسيكي، يستخدم لإظهار الحب والرومانسية، أو أي مشاعر مماثلة.	
رموز سفر وأماكن	بيت فيه رمز + يعبر عن مستشفى.	
رموز سفر وأماكن	منزل مع حديقة: هذا الرمز التعبيري يدل على منزل الشخص مثل أنه يقول: أنا في المنزل أو ذاهب إلى المنزل.	
رموز سفر وأماكن	طائرة: يستخدم طائرة لنقل الأشخاص أو الأشياء بسرعة من بقعة واحدة على الأرض، أسرع وأسلم وسيلة النقل ويدل هذا الرمز التعبيري على السفر.	



رموز حيوانات

وجه كلب.



رموز حيوانات

وجه قط.



رموز طبيعة

وردة.



رموز طبيعة

باقة ورود.

ملحق رقم 1: تصنيفات الرموز التعبيرية (من إعداد الطالبة)

من خلال ما سبق يمكننا القول أن هذه الرموز التعبيرية أثبتت وجودها الفاعل ف التواصل عبر هذا المجتمع الافتراض حيث تؤثر بشكل كبير على اللغة والتواصل مع الغير، وشهدت انتشارا واسعا عبر منصة الفيسبوك.

4-2 مفهوم منصة فيسبوك

تعددت واختلفت منصات التواصل الاجتماعي واشتد التنافس بينها، إلا أن منصة فيسبوك تصدرت قائمة الترتيب، ومن أكبر المنصات التواصلية استخداما، إذ تمثل فضاء افتراضيا اجتماعيا ضخما، وأصبحت قاعدة تكنولوجية سهلة الاستخدام، تمكن مستخدميها من فعل ما يشاؤون بواسطتها في كل زمان ومكان.

وسنعرض في هذه الجزئية مفهوم منصة فيسبوك اللغوي والاصطلاحي إذ أن المفاهيم تعددت واختلفت لكننا اخترنا الأكثر بساطة ووضوحا.

- لغة: الاسم فيسبوك وهو يشير إلى دفتر ورقي يحمل صوراً ومعلومات لأفراد في جامعة معينة أو مجموعة ومن هنا جاءت تسمية الموقع وتعتبر هذه الطريقة شائعة لتعريف الأشخاص خصوصاً في الجامعة الأجنبية ببعضهم حيث يتصفح المنتسبون في الجامعة هذه الدفاتر لمعرفة المزيد عن الطلبة في نفس الكلية (كمال والطراييشي، 2011، ص 5).

- والفيسبوك كلمة أعجمية، مكونة من جزأين: فيس face وبوك book وهي تعني كتاب الوجوه، مثلما أراد بها مؤسس الموقع (قمحية، 2017، ص 57).

- اصطلاحاً:

- عبارة عن مدونة شخصية أو صفحة شخصية على الانترنت تتكلم وتناقش فيها أنت وأصدقاؤك وتبادلون الصور والفيديوهات والصوتيات، والبعض يستخدمها خطأً (كمال، 2020، ص 10).
- يعرف على أنه أحد شبكات التواصل الاجتماعي، والتي أصبحت مواقعها هي الأشهر والأكثر استخداماً وتأثيراً على مستوى العالم (عباس، 2008، ص 15).

يعرف أيضاً على أنه شبكة اجتماعية استأثرت بقبول وتجاوب كبير من الناس خصوصاً من الشبان في جميع أنحاء العالم، وهي لا تتعدى حدود مدونة شخصية في بداية نشأتها في شباط 2004، في جامعة هارفارد في الولايات المتحدة الأمريكية، من قبل طالب متعثر في الدراسة يدعى مارك زوكربيرج، وكانت مدونته (الفيسبوك) محصورة في بدايتها في نطاق الجامعة وبحدود أصدقاء (زوكربيرج) الطالب الموهوس في برمجة الكمبيوتر، ولم يخطر بباله هو وصديقين له إن هذه المدونة ستجتاح العالم الافتراضي بفترة زمنية قصيرة جداً، فتخطت شهرتها حدود الجامعة وانتشرت في مدارس الولايات المتحدة الأمريكية المختلفة، وظلت مقتصرة على أعداد من الزوار ولو أنها كانت مستمرة، والتي قال عنها مؤسسها (مارك زوكربيرج): "لقد أضحي كل منا يتكلم عن الفيسبوك العام، الذي تفكر الجامعة في إنشائه، أظن أنه من السخف أن يستغرق الأمر من الجامعة سنتين من أجل تنفيذ ذلك، وجدت أن بإمكانني تنفيذه أفضل منهم وفي أسبوع واحد"، (السوداني والمنصور، 2018، ص 104-105) يزورها باستمرار ويتبادلون فيما بينهم الملفات والصور ومقاطع الفيديو، ويعلقون على ما ينشر في صفحاتهم من آراء وأفكار وموضوعات متنوعة وجديدة، يضاف إلى ذلك المشاركة الفعالة وغالباً ما تكون في المحادثات والدردشات (الشاعر، 2015، ص 63).

من خلال التعريف السابقة نستنتج أن منصة فيسبوك تعتبر الفضاء الشاغر للدردشة بين المستخدمين ووسيط للتفاعل والنشاط فيما بينهم باستخدام لغة تواصلية خاصة وهي لغة

الأيقونات، وهو من أكبر منصات التواصل الاجتماعي الافتراضية استخداما وشهرة، يجمع بين ملايين ومليارات المستخدمين في فضاء خاص بهم، فهو يقرب المسافات ويخترق الأزمة بينهم، يتيح العديد من الخدمات منها التواصل بين الأصدقاء والأقارب وإمكانية إنشاء علاقات صداقة جديدة في كل وقت ومكان، ومشاركة الأحداث والمناسبات والقصص والصور ومقاطع الفيديو وحفظ الذكريات واسترجاعها، على الصفحة الشخصية للمستخدم وبالإضافة إلى مشاركتها مع الأصدقاء أيضا.

ومن أهم مميزات منصة الفيسبوك ما يلي:

- الملف الشخصي "البروفایل": فعندما تشترك في المواقع عليك أن تنشئ ملف شخصي يحتوي على معلوماتك الشخصية وكلها معلومات مفيدة من أجل التواصل مع الآخرين كذلك يوفر معلومات الشركات التي تريد أن تعلن لك سريعا بالتحديد.
- إضافة صديق: بها يستطيع المستخدم إضافة أي صديق وأن يبحث عن أي فرد موجود على شبكة الفيسبوك بواسطة بريده الإلكتروني.
- إنشاء مجموعة: تستطيع من خلال خاصية إنشاء مجموعة إلكترونية على الانترنت أن تنشئ مجتمعا إلكترونيا أن يجتمع حول قضية معينة سياسية كانت أم اجتماعية وتستطيع الاشتراك في هذه المجموعة حصريا بالعائلة والأصدقاء أو عامة يشترك بها من هو مهتم بموضوعها.
- لوحة الحائط: هو عبارة عن مساحة مخصصة بصفحة الملف الشخصي للمستخدم بحيث تتيح للأصدقاء إرسال رسائل مختلفة لهذا المستخدم.
- النكز: منها يتاح للمستخدم إرسال نكزة افتراضية لإثارة انتباه بعضهم بعض وهي عبارة عن إشعار يختار المستخدم بأن أحد الأصدقاء يقوم بالترحيب به.
- الصور: وهي الخاصية التي تمكن المستخدمين من تحميل الألبومات والصور من الأجهزة الشخصية إلى المواقع وعرضها.
- الحالة: التي تتيح للمستخدمين إمكانية إبلاغ أصدقائهم بأماكنهم وما يقومون به من أعمال في الوقت الحالي.
- التغذية الإخبارية: التي تظهر على الصفحة الرئيسية لجميع المستخدمين حيث تقوم بتمييز بعض البيانات مثل التغيرات التي تحدث في الملف الشخصي وكذلك الأحداث المرتقبة وأعياد الميلاد الخاصة بأصدقاء المستخدم.

- الهدايا: ميزة تتيح للمستخدمين رسائل هدايا افتراضية إلى أصدقائهم تظهر على الملف الشخصي للمستخدم الذي يقوم باستقبال الهدية.
- السوق: وهو المكان أو الصفحة الافتراضية الذي يتيح للمستخدمين نشر إعلانات مبنية مجانية وإنشاء صفحة خاصة على الموقع الفيسبوك. يتيح لك الترويج لفكرتك أو حزب أو جريدة ويتيح الموقع أدوات إدارة وتصميم صفحة ولكن ليست أدوات متخصصة كما في المدونات وكذلك يتيح أدوات الترويج (المشهداني والعبيدي، 2021، ص 93).

5-2 استخدامات منصة فيسبوك

- من بين الخدمات التي يقدمها منصة الفيسبوك نذكرها فيما يلي (خليل، 2020، ص 66-69):
- إتاحة الفرصة للصدقة والتواصل بين الأعضاء المشتركين في هذا الموقع: وذلك من خلال:
 - 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 سلباً أو إيجاباً على الطلب الذي يتلقاه ويمكن لمن يتلقى طلب الصداقة أن يتحرى عن الشخص طالب الصداقة عن طريق نبذته الشخصية أو من أصدقاء آخرين وفي حال تمت الموافقة على الصداقة يستطيع كل منهم التواصل مع الآخر.
 - إرشاد صديقين إلى بعضهما على هذا الموقع، حتى وإن كانا لا يعرفان بعضهما في الواقع الحقيقي
 - اقتراح أصدقاء جدد لمن يريد من الأصدقاء القدامى الذين يعرفهم سابقاً وبالتالي توسيع شبكة الصداقة والتواصل التي يمتلكها.
 - إتاحة الفرصة لمشاهدة كل الأصدقاء مرة واحدة مرتبة أسمائهم أبجدياً مع أرقام هواتفهم الموجودة على نبذ حياتهم إذا كانت هذه الهواتف متاحة للأصدقاء.
 - إمكانية فرز الأصدقاء وتصنيفهم حسب أي معلومات مضافة عن كل منهم كزملاء الدراسة أو زملاء العمل أو حسب المهنة.
 - إمكانية التواصل والتفاعل مع الأصدقاء عن طريق الدراسة والرسائل والهدايا الافتراضية وإبلاغهم عن الأعمال التي تقوم بها حالياً بحيث يبقوا على اتصال مستمر عبر هذا الموقع الافتراضي.
 - إتاحة المجال لحذف اسم أي صديق من لائحة الأصدقاء إذا كنت لا ترغب بالاستمرار في صداقته.

- خدمة الشركات وأصحاب الأعمال: في الإعلان عن الوظائف واختيار الموظفين، كأخذ ما ينشرونه من نبذ شخصية عن أنفسهم وخبراتهم على الفيسبوك بعين الاعتبار عند البدء في اختيار الموظفين من بين المتقدمين، وكذلك يمكن للفيسبوك إسداء خدمات كبيرة في التسويق والترويج للمنتجات.
- يتيح الفيسبوك كذلك فرصة تحميل ألبومات الصور: بشكل أكبر وأسهل مما تنتجها المواقع الأخرى، حيث يتم تحميل أكثر من مليار صورة شهريا على الفيسبوك، وكذلك تسجيل مقاطع الفيديو عبر عدة مصادر كالهاتف النقال والبريد الإلكتروني، حيث يتم تحميل أكثر من عشرة ملايين مقطع شهريا على هذا الموقع.
- التواصل مع مجتمعات افتراضية: متخصصة في مواضيع شتى تقيد العضو في التدريب والتعليم، من هذه المجتمعات وزيادة خبراته.
- متابعة أخبار الشخصيات المشهورة في كافة المجالات: كالشخصيات السياسية والاقتصادية والفنية والعاملين لات الاجتماعية والدينية، حيث أصبح لمعظم هؤلاء حسابات على الفيسبوك يمكن لمن يتواصل معهم أن يطلع على أخبارهم وأفكارهم وخواطرهم ووجهات نظرهم حول مختلف الأحداث والقضايا.
- إمكانية تثبيت أي موقع أو خبر أو صور ومقاطع فيديو: يرغب العضو في الاحتفاظ بها من مواقع وأخبار وصور للرجوع إليها في أي وقت يشاء، حيث يمكن للفيسبوك أن يلعب دور المفضلة في تخزين المعلومات المرغوبة.
- الدعاية والإعلان: يمكن استخدام الشبكات الاجتماعية لأغراض الدعاية التجارية، فهناك العديد من الشركات تؤسس مجموعات إما كنوع من أنواع الترويج، كما يمكن عمل إعلانات مدفوعة الأجر عبر الشبكة الإلكترونية (البياتي، 2014، ص 379).

2.2. تطبيقات الفيسبوك:

هناك العديد من التطبيقات تم إنشاؤها من قبل شركات كبرى معروفة وهناك تطبيقات تم إنشاؤها من طرف مستخدمين عاديين، لذلك فعند استخدام هذه التطبيقات يتم تنبيه المستخدم بأن تنفيذ هذا التطبيق يتطلب الدخول إلى بياناتك الشخصية، بحيث لا يمكن إجراء التطبيق من دون هذه الخطوة، فكل مشترك لديه ملف يتضمن صورته ومعلومات ولديه صفحة يكتب فيها ما يشاء، إضافة إلى ألبومات صور وقائمة أصدقاء قد تضيفهم أنت أوهم من يضيفونك إليهم ومن بين التطبيقات المستعملة نذكر:

- المجموعات: كل مشترك في الموقع بإمكانه أن ينشئ مجموعة عبر تسميتها وكتابة تعريف عن الفكرة ويتم ذلك عبر اهتمامات مشتركة أو لأعضاء نادي معين أو لجملة أو فكر اجتماعي كان أوديني.

- الصفحات: تختلف الصفحات عن المجموعات رغم التشابه في بعض المميزات من حيث أن الصفحات أكثر تفاعلا عبر ظهورها لكل المستخدمين، فهي تكون وسيلة للتواصل مع الشخصية المعينة.
- الصفحة الرئيسية: تمكن هذه الصفحة من إظهار كل جديد سواء تعليقات أو صور وروابط أصدقاء المستخدم خاصة الذين أضافهم أو تم إضافتهم من قبل المستخدم إليه وقد تظهر لك أصدقاء أصدقائك.
- الألعاب: يضم الفيسبوك العديد من الألعاب المختلفة بحيث يمكن للمستخدم أن يشارك فيها ويقوم بها ويجتاز مراحلها واحدة تلو الأخرى، بل والأكثر من ذلك بإمكان المستخدم أن يدعوا عددا من أصدقائه لممارسة لعبة من الألعاب كما هو حال المزرعة السعيدة.
- المناسبات: بإمكان المستخدم في الفيسبوك القيام بدعوة جماعية لأصدقائه ولأعضاء مجموعة معينة لأي حدث مهم عنده أو من أجل عمل جماعي أو موعد اجتماع واقعي بحيث يجب أن توضح فيه عنوان الحدث وتاريخ بدايته ونهايته وتحديد الأعضاء المدعويين له، وقد تكون الدعوة عامة لكل مستخدمي الفيسبوك.
- آلية التشبيك: في العديد من الأحيان يقترح الفيسبوك أصدقاء ويطلب إضافة أصدقاء قد تعرفهم وهذا ما يثير استغراب المستخدم، والسبب في ذلك أن الموقع يقوم بامتلاك عناوين قائمة معارفك في البريد الإلكتروني ويقوم بعمل اقتراح لك إن كانوا على أعضاء في الفيسبوك أو اقتراح لدعوتهم للانضمام إلى الموقع وتعتبر هذه الخطوة بمثابة خرق واضح من شركات البريد الإلكتروني بدون مشورة صاحب البريد (خضر، 2010، ص 64).

6-2 آثار منصة فيسبوك

تختلف من إيجابيات وسلبيات وهي كما يلي:

➤ الإيجابيات:

يؤدي هذا الموقع خدمات عديدة إلى مستخدميه تسهل عمل الكثير من أعمالهم وتواصلهم ومن هذه الخدمات:

- الاستخدامات الاتصالية الشخصية: وهو الاستخدام الأكثر شيوعا ولعل الفكرة الأولى للشبكات الاجتماعية اليوم كانت بهدف التواصل الشخصي بين الأصدقاء في منطقة معينة أو مجتمع معين وهذا الهدف موجود حتى الآن ورغم تطور الشبكات الاجتماعية على مستوى الخدمات وعلى مستوى التقنيات والبرمجيات ويمكن من خلال الشبكات الاجتماعية الخاصة تبادل المعلومات والملفات الخاصة والصور

ومقاطع الفيديو كما أنها مجال رحب للتعارف والصدقة وخلق جو مجتمع يتميز بوحدة الأفكار والرغبات غالباً وان اختلفت أعمارهم وأماكنهم ومستوياتهم العلمية.

- الاستخدامات التعليمية: تلعب الشبكات الاجتماعية دوراً في تعزيز العملية التعليمية من خلال تطوير التعليم الإلكتروني حيث تعمل على إضافة الجانب الاجتماعي له والمشاركة من كل الأطراف في منظومة التعليم لمدير المدرسة والمعلم وأولياء الأمور والطلاب وعدم الاقتصار على التركيز على تقديم المقرر. واستخدام الشبكات الاجتماعية يزيد فرص التواصل والاتصال التعليمي فيمكن التواصل خارج وقت الدراسة ويمكن التواصل الفردي أو الجماعي مع المعلم ما يوفر جواً من مراعاة الفروق الفردية كما أن التواصل يكسب الطالب الخجل فرصة التواصل مهارات أخرى كالتواصل والاتصال والمناقشة وإبداء الرأي.

- الاستخدامات الإخبارية: أتاحت الشبكات الإلكترونية نقل الأخبار حال حدوثها ومن مصادرها الرئيسية وبصياغة المرسل نفسه بعيداً عن الرقابة ما يجعلها أحياناً ضعيفة المصداقية لما قد يضاف إليها من مبالغيات مقصودة أو غير مقصودة لتحويل الخبر أو تدويله وتسييسه بغرض التأثير على الرأي العام.

- الاستخدامات الدعوية: أتاحت الشبكات الاجتماعية الفرصة للتواصل والدعوة مع الآخرين مسلمين أو غير مسلمين وأنشأ الكثير من الدعاة صفحاتهم الخاصة ومواقعهم الثرية وهو انتقال إيجابي للتواصل الاجتماعي في ظل أنظمة تعوق التواصل المباشر وتتميز الدعوة عن طريق الشبكات الاجتماعية بالسهولة في الاستخدام والتواصل.

- التنفيس العاطفي: حيث يطلق الأفراد العنان لانفعالاتهم، ويعبرون بحرية عن مشاعرهم، ويبوحون بكل ما كانوا يخفونه ويتسترون عليه (بن جديدي، 2016).

- اكتشاف الذات: بمعنى البحث عن كيفية رد فعل الآخرين خاصة عند الإناث، وكيف يظهرن في عيون الناس، وهذا بفضل السرية التي يتميز بها استعمال الانترنت مما يدفع المستعملين إلى الكشف عن بعض مظاهر ذواتهم، لأن عواقب هذا الكشف منعدمة أو محدودة.

- التعويض الاجتماعي: أي تجاوز الخجل ونقائص الشخصية على العموم، وبصفة خاصة عند الإناث والمنطويين نفسياً (العيقة، 2014).

- التشارك الاجتماعي: من مميزات الموقع أنه لا يرى في التشارك الاجتماعي وظيفة أساسية للتواصل، والمساندة الاجتماعية، والنفسية لتعزيز قدرة الفرد على مواجهة المشكلات من خلال تبادل التجارب

والنصح من الآخرين، الهروب من مشكلات الواقع، والتنفيس عن العواطف وتجنب العزلة مع تأكيد الذات (عابد، 2012).

- تحميل البومات الصور: بشكل أسهل وأكبر مما تتيحه المواقع الأخرى، يمكن تحميل أكثر من مليار صورة شهريا على الفيسبوك أو مقاطع الفيديو وعبر مصادر متعددة كالهاتف أو البريد الإلكتروني (محمدي، 2017).

➤ السلبيات:

من السلبيات التي تحققها منصة الفيسبوك ما يلي:

- إمكانية تعرض هذه المواقع للقرصنة أو الفشل في أنظمة الحماية، مما قد يسهل إمكانية الوصول إلى المعلومات الخاصة بالحسابات في هذه المواقع والوصول حتى إلى المراسلات الخاصة.
- إمكانية الوقوع في فخ النصب والاحتيال، حيث تنشر في بعض هذه المواقع حسابات لشخصيات وهمية تصنع جو من الثقة، وقد تطلب المال بناء على هدف معين، مثل حجة الاستثمار.
- فساد العلاقات الاجتماعية الحقيقية، فقد صدرت دراسات تؤكد تسبب مواقع مثل الفيسبوك، وماي سبيس بنسبة تفوق (20%)، من حالات الطلاق ويأتي هذا نتيجة لرؤية الشريك لشريكها والعكس، مهما بأفراد معينين تدخل الشبكة، أو نتيجة لإهمال بسبب التواصل عن طريق هذه المواقع.
- بث الأفكار الهدامة التي تؤثر على الفرد وخاصة المراهقين.
- تتيح سرقة البيانات وعمليات النصب.. فقد يقوم بعض الأشخاص بتتبع معلوماتك الشخصية لأي هدف من شأنه الإضرار بك أو بأسرتك (قمحية، 2017).
- الإفراط في استخدام هذه المواقع يؤدي إلى إهمال الواجبات المدرسية، كما أنه قد يؤدي إلى النوم في المدرسة نتيجة السهر لساعات طويلة أمام هذه المواقع، وبالتالي يؤثر ذلك على المردود المدرسي ككل.
- الإفراط في استخدام مواقع التواصل الاجتماعي قد يؤدي إلى الشعور بالكسل، وإرهاق العين.
- الفيسبوك معرض للاكتئاب (قمحية، 2017).
- الإفراط في استخدام مواقع التواصل الاجتماعي قد يؤدي إلى التقليل من العلاقات الاجتماعية.
- الإدمان على مواقع التواصل الاجتماعي، حيث تخلق هذه المواقع جوا من المتعة والإثارة التي تجعل الشخص يرتبط بها (بن سالم، 2011).
- بث الأفكار الهدامة (بياتي، 2014).

- كشف الخصوصيات وإضعاف العلاقات الاجتماعية: كثير من رواد الانترنت يرفضون فتح حسابات خاصة عبر هذا الموقع بحجة أن خصوصياتهم ستكشف (شعبان وصبيطي، 2012).
من خلال ما سبق يمكننا القول أن الفيسبوك من أهم مواقع التواصل الاجتماعي حيث يسمع بتشارك المعلومات والتفاعل وتبادل الرسائل مع الأصدقاء في أي وقت كان، وفي أي بلد كان، ويسمح بتبادل الآراء والأفكار والاتجاهات، كما لا بد من الأخذ بالاعتبار المساوي التي يسببها.

اهتم العلماء في مجالات متعددة بعملية الاتصال لكونها تسهل تبادل المعلومات ونقل الأخبار، كما فرضت حتمية التواصل مع الأشخاص مما أدى إلى الاهتمام بالتواصل اللغوي من قبلهم حيث يعتبر علم حديث التجربة في الوجود.

7-2 مفهوم التواصل اللغوي

يعني التواصل اللغوي هنا متغير من متغيرات الدراسة وهو المتغير التابع يعني أننا سنركز في هذا العنصر على مفهومه اللغوي الاصطلاحي.

- لغة: التواصل مشتق من كلمة اتصال، والتواصل في اللغة من الوصل الذي يعني الصلة وبلوغ الغاية، وقد ورد في قاموس محيط المحيط أن " التواصل في اللغة ضد الانفصال، ويطلق على أمرين أحدهما اتحاد النهايات، وثانيهما كون الشيء يتحرك بحركة شيء آخر " (البستاني، 1987).

- اصطلاحاً: لفظ التواصل انبثق من اللفظ اللاتيني "Communicatio" الذي يعني المشاركة (الحلاق، 2010).

- هو عبارة عن نقل أو تبادل المعلومات بين أطراف مؤثرة، بحيث يقصد ب هـ، ويترتب عليه تغيير المواقف، والسلوكيات، وبهذا يكون التواصل من أهم الظواهر الاجتماعية التي تندرج تحتها كل الأنشطة التي يمارسها الإنسان في حياته (مهدي، 1997).

- يعرفه المسدي: "إن اللغة تساوي الإبلاغ، وأن الإبلاغ قائم على الدلالة" (المسدي، 1986).

ونقصد به في دراستنا بأنه نوع من أنواع الاتصال اللفظي، واللغة المكتوبة النصية التي تحتوي على كلمات وألفاظ وجمل... التي تتضمن استخدام لغة الرموز التعبيرية والأيقونات في كتابة الرسالة الإلكترونية للتواصل بين المستخدمين على منصة فيسبوك.

وفي الأخير نستنتج بأن التواصل اللغوي وسيلة أساسية وضرورية لنقل الأفكار وتبادل الآراء ووجهات النظر من خلال دلالات ورموز مفهومة بناء على عناصر التواصل الأساسية من مرسل ومرسل

إليه ورسالة والقناة والاستجابة وهنا نجد بأن هذي اللغة التواصلية في الواقع التي تختلف عن اللغة التواصلية في منصة فيسبوك التي تعتمد على الرموز والوجوه التعبيرية داخل غرف الدردشة في التواصل بين الأصدقاء وهنا نلتمس علاقة تأثير وتأثير بين متغيرات الدراسة متغير مستقل (السبب) الرموز التعبيرية ومتغير تابع (نتيجة) التواصل اللغوي.

8-2 عناصر التواصل اللغوي

إن عملية التواصل لا تتحقق إلا باشتراك عناصر الاتصال وهي (عطية، 2007) :

- مرسل: يرغب في نقل المعرفة أو الأفكار إلى الآخرين.
- مستقبل: يتلقى المعرفة أو الأفكار التي يرسلها المرسل إليه.
- قناة اتصال: تنقل المعرفة أو الأفكار إلى المستقبل.
- رسالة: أو هدف يرغب المرسل في أن ينقله إلى الآخرين.
- نظام: وهو ما سماه اللسانيون بالسنن، وآخرون بالشفرة، وهو نسق القواعد المشتركة بين الباحث والمتلقي والذي بدونه لا يمكن للرسالة أن تفهم أو تأول.
- الترميز: وتتمثل في استخدام رموز أو شفرات تعبر عن المعاني، أو الأفكار المطلوب إرسالها للطرف الآخر، أي المستقبل وقد تكون الرموز: كلمات إشارات أو حركات الجسم وما إلى ذلك.

9-2 أشكال التواصل اللغوي

يقسم الباحثون المهتمون بالتواصل على تقسيمه إلى نوعين كبيرين وهما كالتالي:

أ- التواصل اللفظي:

هو التواصل الذي يعتمد على اللغة المنطوقة والذي يتشكل من استماع وكلام باعتبارهما مهارتين لغويتين أساسيتين، وعنصران مهمان في كل عملية تواصلية، بل إن نجاح التواصل أو فشله يرتبط بمدى قدرة كل من المرسل والمستمع على استثمارهما على أحسن وجه، أو يعتمد على اللغة المكتوبة وفي هذه الحالة تشكل القراءة والكتابة، شأنهما في ذلك شأن المهارتين السابقتين، مهارتين أساسيتين أيضا في إيصال المعاني وتحقيق التواصل الفعال والناجح، ولهذا على المتكلم المستمع أن يطور هاتاه المهارات اللغوية الأربعة قصد تحسين علاقاته التواصلية" (علوي، 2013).

يشكل التواصل اللغوي الذي يكون بين الذوات المتكلمة وحدات فونيمية ومقطعية مورفيمية ومعجمية وتركيبية، أي يعتمد التواصل اللغوي على أصوات ومقاطع وكلمات وجمل، ويتم التواصل

اللغوي عبر القناة الصوتية السمعية أي يركز أساسا على اللغة الإنسانية، ويتحقق سمعيا وصوتيا، فاللغة المنطوقة لها مستوى لغوي وهو عبارة عن نظام من العلامات الدالة علاقة الدال بالمدلول بالمفهوم السويديري التي هي بمثابة نسق من الوحدات نسميها وحدات الخطاب (حمداوي، 2010).

ب- التواصل الغير اللفظي:

تقوم القناة البصرية بدور أساسي في التواصل على أساس أن فعل التواصل بين المرسل والمرسل إليه لا يوظف فقط نسقا لغويا منطوقا فحسب بل إنه يستعمل نظاما من الإشارات والحركات والإيماءات التي تندرج فيما نسميه بالتواصل غير اللغوي، وهو مجموع الوسائل الاتصالية الموجودة بين أفراد المجتمع، وتستعمل لفظة التواصل الغير اللفظي للدلالة على حركات وهيئات وتوجيهات الجسم على خصوصيات جسدية طبيعية اصطناعية، بل على كيفية تنظيم الأشياء لتبليغ المعلومات (حمداوي، 2010، ص 25).

ت- التواصل الكتابي:

يختلف التواصل الكتابي عن اللفظي لأن الأسلوب يختلف فعادة ما يكون التواصل اللفظي وجها لوجه وتلعب فيه الإيماءات وحركات الوجه والجسم دورا فعالا، بينما الكتابي يعتمد على المهارة في عرض المكتوب حتى تتضح الرسالة فالكاتب لا يستفيد من وسائل التواصل المساعدة كالإيماءات وحركات الجسم، وإنما على رسالته أن تكون تامة المعنى في ذاتها (فلحوط والبخاري، 1999).

ث- التواصل الإلكتروني:

يعرفه الدكتور محمد عبد الحميد بأنه: العملية الاجتماعية التي يتم فيها الاتصال عن بعد، بين أطراف يتبادلون الأدوار في بث الرسائل الاتصالية المتنوعة واستقبالها، من خلال النظم الرقمية ووسائلها، لتحقيق أهداف معينة".

10-2 العوامل المؤثرة في التواصل اللغوي

تتأثر العملية التواصلية بعدة عوامل من بينها (السيد، 1980):

أ- الثنائية اللغوية والازدواجية اللغوية:

وهي ظاهرة يستعملها كل المجتمع حيث يمزج لغته الأصلية مع لغة أخرى، مثل اللغة العربية الفصحى والعامية، وتعرف الثنائية اللغوية على أنها "الوضعية التي يستعمل فيها الشخص أو مجموعة من الأشخاص لتنوعان لغويين على مستوى لغة واحدة.

ب- العوامل غير اللغوية: من بين العوامل غير اللغوية نذكر:

- العامل النفسي: إنّ المعوقات التي تصيب إتمام العملية التواصلية وعدم وصول الرسالة من المرسل إلى المرسل إليه بشكل جيد سواء بسبب عيب نطقي أو غيره فذلك يؤثر سلباً على التواصل.
- العامل الاجتماعي الثقافي: إنّ المجتمع من الدوافع التي تحرك التواصل، وذلك من خلال النظام المتفق عليه وكذلك العادات والتقاليد، حيث تختار الألفاظ والمفردات التي تساعد وتؤثر في الحوار.
- من خلال ما سبق يمكننا القول إن التواصل هو عملية تفاعلية تشاركية تحدث بين شخصين أو أكثر، لتحقيق عدة أهداف ومرام، سواء أكان هذا على مستوى الأسرة أو المجتمع أو المدرسة، فلا يمكن لنا إلغاء التواصل مهما يكن اعتباره عملية ديناميكية مستمرة ولكنها معقدة، لا تسير في خط واحد بل في شكل دائري متغيرة بتغير الزمان.



الجزء الثالث: الاطار الميداني

3-1 عرض وتحليل بيانات المبحوثين :

وصف خصائص العينة :

الجدول رقم (1) يوضح توزيع عينة الدراسة حسب متغير الجنس:

الجنس	التكرار	النسبة %
ذكر	27	27.0
أنثى	73	73.0
المجموع	100	100.0

المصدر: إعداد الطالبة اعتمادا على مخرجات برنامج spss إصدار 26

الجدول رقم (2) يوضح توزيع عينة الدراسة حسب متغير السن:

السن	التكرار	النسبة %
أقل من 25 سنة	94	94.0
أكثر من 25 سنة	6	6.0
المجموع	100	100.0

المصدر: إعداد الطالبة اعتمادا على مخرجات برنامج spss إصدار 26

الجدول رقم (3) يوضح توزيع عينة الدراسة حسب متغير المستوى التعليمي

المستوى التعليمي	التكرار	النسبة %
ليسانس	71	71.0
ماستر	28	28.0
دكتوراه	1	1.0
المجموع	100	100.0

المصدر: إعداد الطالبة اعتمادا على مخرجات برنامج spss إصدار 26

الجدول رقم (4) يوضح الفترة المفضلة لاستخدام الفيسبوك تبعا لمتغير الجنس:

المجموع	الجنس		التكرار النسبة	الفرات
	أنثى	ذكر		
7	4	3	التكرار	الفترة الصباحية
7,0%	4,0%	3,0%	%النسبة	
11	7	4	التكرار	الفترة المسائية
11,0%	7,0%	4,0%	%النسبة	
48	33	15	التكرار	الفترة الليلية
48,0%	33,0%	15,0%	%النسبة	
34	29	5	التكرار	في كل الأوقات
34,0%	29,0%	5,0%	%النسبة	
100	73	27	التكرار	المجموع
100,0%	73,0%	27,0%	%النسبة	
القرار الإحصائي		الدلالة الإحصائية	درجة الحرية	قيمة ك2
غير دالة عند 0.05		0,219	3	4,429 ^a

المصدر: إعداد الطالبة اعتمادا على مخرجات برنامج spss إصدار 26

من خلال الجدول أعلاه الذي يوضح الفترة المفضلة لاستخدام الفيسبوك تبعا للجنس، نجد أن مجموع نسبة اختيار الفترة الليلية لاستخدام الفيسبوك هي الأعلى بين جميع الفترات حيث بلغت (48%) والتي تمثل (48) مبحوثين، يليها فترة "في كل الأوقات" بنسبة (34%) والتي تمثل (34) مبحوثين، تأتي الفترة المسائية في المرتبة الثالثة بنسبة (11%) والتي تمثل (11) مبحوثين، وأخيرا الفترة الصباحية بنسبة (7%) والتي تمثل (7) مبحوثين

عند النظر إلى الفروق بين الجنسين، نجد أن الإناث يفضلن استخدام الفيسبوك بشكل أكبر في الفترة الليلية بنسبة (33%) مقارنة بـ (15%) للذكور وقد يعود السبب في ذلك إلى التزامات النهار التي تتطلب وقتا أكبر من الإناث مقارنة بالذكور أو ربما لأن الإناث يجدن الفترة الليلية أكثر هدوءا وملائمة للتواصل الاجتماعي، كما أن نسبة الإناث اللواتي يفضلن استخدام الفيسبوك في كل الأوقات تبلغ (29%) بينما تبلغ النسبة للذكور (5%) فقط قد تشير النسبة العالية للإناث اللواتي يفضلن استخدام الفيسبوك في كل الأوقات إلى كون هؤلاء الإناث مقيمات في الإقامات الجامعية وبالتالي لديهن مرونة

أكبر في استخدام الفيسبوك على مدار اليوم ربما يكون ذلك بسبب قلة الأنشطة الاجتماعية المتعددة أو التزامات أقل تقييدا مقارنة بالذكور، بالنسبة للفترة المسائية تفضل (7%) من الإناث و(4%) من الذكور استخدام الفيسبوك في هذه الفترة، أما الفترة الصباحية فكانت الأقل تفضيلا لدى كلا الجنسين حيث بلغت النسبة (4%) للإناث و(3%) للذكور.

بشكل عام، تُظهر البيانات أن هناك تفضيلا أكبر لدى الإناث لاستخدام الفيسبوك في الفترة الليلية وفي كل الأوقات مقارنة بالذكور

ويتضح من خلال نفس الجدول عدم وجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الجنسين في تفضيل الفترات الزمنية لاستخدام الفيسبوك وذلك بالنظر إلى أن قيمة ك² بلغت 4,429^a عند درجة الحرية 3 وبما أن الدلالة الإحصائية تعادل (0,219) وهي أكبر من مستوى الدلالة الشائع (0.05) فإنه لا توجد علاقة بين المؤشرين أعلاه، لذلك نقبل الفرض الصفري القائل بعدم وجود علاقة بين الجنس و الفترات المفضلة لاستخدام الفيسبوك ، مما يشير إلى أن هذه الفروق هي فروق طبيعية بسيطة لا ترتقي لدلالة المعنوية قد تكون ناجمة عن الصدفة ولا يمكن تعميمها بشكل قاطع على جميع السكان.

الجدول رقم (5) يوضح الفترة المفضلة لاستخدام الفيسبوك تبعا متغير السن

الفترات	التكرار النسبة	السن		المجموع
		أقل من 25 سنة	أكثر من 25 سنة	
الفترة الصباحية	التكرار	6	1	7
	%النسبة	6,0%	1,0%	7,0%
الفترة المسائية	التكرار	10	1	11
	%النسبة	10,0%	1,0%	11,0%
الفترة الليلية	التكرار	46	2	48
	%النسبة	46,0%	2,0%	48,0%
في كل الأوقات	التكرار	32	2	34
	%النسبة	32,0%	2,0%	34,0%
المجموع	التكرار	94	6	100
	%النسبة	94,0%	6,0%	100,0%
قيمة ك ²	درجة الحرية	الدلالة الإحصائية		القرار الإحصائي
1,325 ^a	3	0,723		غير دالة عند 0.05

المصدر: إعداد الطالبة اعتمادا على مخرجات برنامج spss إصدار 26

من خلال الجدول أعلاه الذي يوضح الفترة المفضلة لاستخدام منصة فيسبوك تبعا لمتغير السن، نجد أن مجموع نسبة اختيار الفترة الليلية لاستخدام فيسبوك هي أعلى فترة على غرار باقي

الفترات حيث قدر ب 48% والتي تمثل 48 من المبحوثين، وتليها فترة في كل الأوقات بنسبة 34% والتي تمثل 34 من المبحوثين لتأتي بعدها الفترة المسائية بنسبة قدرت 11% والتي تمثل 11 من المبحوثين، وفي المقابل الفترة الصباحية في آخر مرتبة بنسبة قدرت ب 7% والتي تمثل 7 من المبحوثين عند النظر إلى الفروق بين السن، نجد أن الفئة العمرية أقل من 25 سنة تفضل استخدام منصة فيسبوك بشكل أكبر في الفترة الليلية بنسبة 46% ويعود السبب في أن الفئة العمرية أكثر من 25 سنة لديها التزامات وجدول أعمال مملوء بالنشاطات وهذا مقارنة بالفئة العمرية أقل من 25% سنة التي تعد أقل التزاما وارتباطا بالأعمال وكونها كذلك فئة أكثر شبابية وحيوية ونشاطا بالنسبة للفئة أكثر من 25 سنة، وربما هذا راجع أيضا إلى أن الفئة أقل من 25 سنة تسهر لفترات متأخرة من الليل أكثر، من الفئة أكثر من 25 سنة، كما أن فئة أقل من 25 سنة يفضلون استخدام منصة الفيسبوك في كل الأوقات بنسبة بلغت 32%،

بينما تتحقق نفس النسبة التي قدرت ب 2% في كلتا الفترتين الليلية وفي كل الأوقات، بالنسبة للفئة العمرية أكثر من 25 سنة، وتليها الفترة المسائية التي بلغت نسبة 10% بالنسبة للفئة العمرية أقل من 25 سنة وبنسبة أقل في الفترة الصباحية بالنسبة العمرية أقل من 25 سنة وتتحقق نفس النسبة التي قدرت ب 1% بالنسبة للفئة العمرية أكثر من 25 سنة في كلتا الفترتين المسائية والصباحية وهذا يعود لكون فئة أقل من 25 سنة غير ملتزمة بمواعيدها في التحاقها بنشاطاتها البيداغوجية من حضور محاضراتها والتغيب في حصص الأعمال الموجهة وهذا لعدم حرصها الشديد على الانضباط كونها فئة تحب السهر في الليل كثيرا وهذا ما يجعلها لا تتميز بالالتزام في مواعيدها وهذا ما يجعلها لا تتصفح منصة فيسبوك في الفترة الصباحية لتستغرقها في النوم على غرار الفئة العمرية أكثر من 25 سنة التي تكون أكثر نضجا ووعيا وتتميز في الدقة في مواعيدها وتقيد بالتزاماتها، بشكل عام، تظهر النتائج أن هناك تفضيلاً أكبر بالنسبة للفئة العمرية أقل من 25 سنة تفضل استخدامها للفيسبوك في الفترة الليلية وكل الأوقات مقارنة بالفئة العمرية أكثر من 25 سنة ويتبين من نفس الجدول عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الفئتين العمريتين في تفضيل الفترات الزمنية لاستخدام منصة فيسبوك وذلك بالنظر إلى أن قيمة (ك) بلغت 1,325 عند درجة الحرية 3 وبما أن دلالة الإحصائية تعادل 0,723 وهي أكبر من مستوى الدالة الشائع (0,05) فإنه لا توجد علاقة بين المؤشرين أعلاه، لذلك نقبل الفرض الصفري القائل بعدم وجود علاقة بين الفئتين العمريتين والفترات المفضلة لاستخدام منصة فيسبوك، مما يشير إلى أن هذه الفروق هي فروق طبيعية بسيطة لا ترتقي لدلالة المعنوية قد تكون ناجمة عن الصدفة ولا يمكن تعميمها بشكل قاطع على جميع السكان.

الجدول رقم (6) يوضح الفترات المفضلة لاستخدام الفيسبوك وفق متغير المستوى التعليمي

المجموع	المستوى التعليمي			التكرار النسبة	الفترات
	دكتوراه	ماستر	ليسانس		
7	0	4	3	التكرار	الفترة الصباحية
7,0%	0,0%	4,0%	3,0%	%النسبة	
11	0	3	8	التكرار	الفترة المسائية
11,0%	0,0%	3,0%	8,0%	%النسبة	
48	0	14	34	التكرار	الفترة الليلية
48,0%	0,0%	14,0%	34,0%	%النسبة	
34	1	7	26	التكرار	في كل الأوقات
34,0%	1,0%	7,0%	26,0%	%النسبة	
100	1	28	71	التكرار	المجموع
100,0%	1,0%	28,0%	71,0%	%النسبة	
القرار الاحصائي			الدلالة الاحصائية	درجة الحرية	قيمة ك2
غير دالة عند 0.05			0,459	6	5,686 ^a

المصدر: إعداد الطالبة اعتمادا على مخرجات برنامج spss إصدار 26

من خلال الجدول أعلاه الذي يوضح الفترة المفضلة لاستخدام منصة فيسبوك تبعا لمتغير المستوى التعليمي ، نجد أن الفترة الليلية هي أعلى الفترات تفضيلاً من حيث استخدام منصة فيسبوك على غرار باقي الفترات حيث قدرت ب 48% و تليها فترة في كل الأوقات بنسبة 34% لتأتي بعدها الفترة المسائية بنسبة قدرت ب 11% ، وفي المقابل نجد أن الفترة الصباحية في آخر مرتبة من حيث الاستخدام بنسبة قدرت ب 7% عند النظر إلى الفروق بين المستويات التعليمية ، نجد أن طلبة ليسانس يفضلون استخدام منصة فيسبوك بشكل أكبر في الفترة الليلية بنسبة 34% بالنسبة لطلبة ليسانس وهذا راجع إلى أن طلبة ليسانس لديهم حجم أكبر من الوقت نظرا لكونهم في بداية مشوارهم الجامعي من حيث الحجم الساعي وعدد الحصص وكذلك الالتزامات تكون أقل على غرار طلبة الماستر، التي قدرت نسبة إستخدامهم 14% ، وتليها استخدام منصة فيسبوك في كل الأوقات بالنسبة لطلبة ليسانس بنسبة قدرت ب 26% في أما بالنسبة لطلبة الماستر فبلغت نسبة تفضيل استخدامهم لمنصة فيسبوك 7% كون طلبة ليسانس غير مقيدون بوقت مضبوط وقلت تحملهم للمسؤوليات في مقابل طلبة الماستر اللذين يقدرون عامل الوقت أكثر ويستغلونه خارج الفضاء الأزرق ويركزون على

الواقع أكثر واستخدمونه إلا عند الضرورة، في مقابل طلبة الدكتوراه التي تعد شبه منعدمة بنسبة قدرت 1%، إذ تعد نسبة استثنائية، لتأتي بعدها الفترة المسائية التي بلغت نسبة 8% بالنسبة لطلبة ليسانس و3% بالنسبة لطلبة الماجستير، وتسجل كأقل نسبة في الفترة الصباحية من حيث تفضيل الاستخدام بنسبة بلغت 3% لصالح لطلبة ليسانس أما بنسبة لطلبة الماجستير فبلغت 4% وهذا يعكس تماما أن كلتا الطورتين أنهم لا يفضلون استخدام منصة فيسبوك في الفترة الصباحية لأنهم منشغلين أكثر بالحياة الواقعية وقل ما يستخدمون المنصة .

وعموما تبين النتائج إلى أن طلبة الدكتوراه لم يحققوا أي نسبة في الفترات الليلية والمسائية وحتى الصباحية ماعدا ، في كل الأوقات بنسبة 1% التي تمثل مبحوث واحد فقط، وهذا راجع لقلة تواجد طلبة الدكتوراه داخل الجامعة في كل الأوقات، بالإضافة إلى أن حجم العينة قليل وبشكل عام، تظهر النتائج أن هناك تفضيلاً أكبر بالنسبة لطلبة ليسانس لاستخدامها منصة فيسبوك في الفترة الليلية وكل الأوقات مقارنة أكثر من أي وقت آخر في الفترات اليومية مقارنة بالطلبة الماجستير . ويتبين من نفس الجدول عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية في المستوى التعليمي بين طلبة (ليسانس ماجستير) في تفضيل الفترات الزمنية لاستخدام منصة فيسبوك وذلك بالنظر إلى أن قيمة (ك2) بلغت 5,686 عند درجة الحرية 6 وبما أن دلالة الإحصائية تعادل 0,459 وهي أكبر من مستوى الدالة المعتاد (0,05) فإنه لا توجد علاقة بين المؤشرين أعلاه، لذلك نقبل الفرض الصفري القائل بعدم وجود علاقة بين المستوى التعليمي (ليسانس وماستير) والفترات المفضلة لاستخدام منصة فيسبوك، مما يشير إلى أن هذه الفروق هي فروق طبيعية بسيطة لا ترتقي لدلالة إحصائية قد تكون ناجمة عن الصدفة ولا يمكن تعميمها على جميع أفراد المجتمع

الجدول رقم (7) يوضح مدى تصفح صفحة الفيسبوك تبعا لمتغير الجنس

المجموع	الجنس		التكرار النسبة	تصفح صفحة الفيسبوك
	أنثى	ذكر		
21	15	6	التكرار	دائما
21,0%	15,0%	6,0%	%النسبة	
27	19	8	التكرار	غالبا
27,0%	19,0%	8,0%	%النسبة	
25	17	8	التكرار	أحيانا
25,0%	17,0%	8,0%	%النسبة	
9	9	0	التكرار	نادرا
9,0%	9,0%	0,0%	%النسبة	
18	13	5	التكرار	حسب الظروف
18,0%	13,0%	5,0%	%النسبة	

المجموع	التكرار	27	73	100
	% النسبة	27,0%	73,0%	100,0%
قيمة ك2	درجة الحرية	الدلالة الإحصائية	القرار الإحصائي	
3,772 ^a	4	,4380	غير دالة عند 0.05	

المصدر: إعداد الطالبة اعتمادا على مخرجات برنامج spss إصدار 26

من خلال الجدول أعلاه الذي يوضح مدى تصفح منصة فيسبوك تبعا لمتغير الجنس، نجد أن أكبر نسبة بلغت 27% والتي تمثلت في 27 من المبحوثين غالبا ما يتم تصفح الصفحة أما النسبة التي تليها مباشرة فهي أحيانا ما يتم تصفح منصة فيسبوك والتي بلغت 25% والتي مثلت 25 من المبحوثين، في حين يظهر أن 21% والتي تمثلت في 21 من المبحوثين دائما ما يتصفحون منصة فيسبوك وفي المقابل نجد 18 من المبحوثين، أي بنسبة بلغت 18% هم من يتصفحون المنصة حسب ظروفهم أما آخر نسبة سجلت هي 9% وتمثلت في 9 من المبحوثين إذ كانوا نادرا ما يتصفحون منصة فيسبوك عند النظر إلى الفروق بين الجنسين، نجد أن الذكور غالبا ما يتصفحون المنصة بنسبة بلغت 8% ونفس النسبة أحيانا في مقابل الإناث بنسبة قدرت 19% ونجد أن الإناث أحيانا ما يتصفحون المنصة بنسبة بلغت 17% وعلى صعيد آخر نجد أن الإناث دائما ما يتصفحون المنصة بنسبة قدرت بـ 15% بينما بلغت عند الذكور بنسبة 6%، وفي نفس السياق نجد أن الإناث هن الأخريات يتصفحون المنصة بحسب الظروف بنسبة قدرت بـ 13% في حين نجد الذكور قد بلغت نسبة تصفحهم بـ 5%، وفي الأخير نجد أنه من نادر تصفح المنصة وكانت لصالح الإناث بنسبة 9% في حين كانت منعدمة بنسبة 0 للذكور، فيتضح من نفس الجدول وعموما أنا الإناث هن من يتصفحون أكثر منصة الفيسبوك مقارنة بالذكور وهذا يعود إلى كون الإناث لديهن هامش أكثر للتعامل اليومي على المنصة من صور ووضع قصص ونشرها على مدار اليوم وهن الأكثر تعلقا بتصفح المنصة على عكس الذكور لا يهتمون كثيرا لتفاصيل الشخصية على تصفح المنصة كونهم لا يهتمون بالصفحة ويقضون وقتا مع بعضهم وأصدقائهم في الواقع أكثر على عكس الإناث اللواتي لا يمكنهن قضاء وقت أكبر فالخارج وبالتالي يجدن أنه من المناسب استغلال معظم الوقت داخل المنصة تنقل فيها بكل أريحية ويتبين من نفس الجدول عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الجنسين في تصفح منصة فيسبوك وذلك بالنظر إلى أن قيمة (ك2) بلغت 3,772 عند درجة الحرية 4 وبما أن دلالة الإحصائية تعادل 0,438 وهي أكبر من مستوى الدالة المعتاد (0,05) فإنه لا توجد علاقة بين المؤشرين أعلاه، لذلك نقبل الفرض الصفري القائل بعدم وجود علاقة بين الذكور والإناث ومدى تصفحهم لمنصة فيسبوك، مما يشير إلى أن هذه الفروق هي فروق طبيعية بسيطة لا ترتقي لدلالة إحصائية قد تكون ناجمة عن الصدفة ولا يمكن تعميمها على جميع أفراد المجتمع.

الجدول رقم (8) يوضح مدى تصفح صفحة الفيسبوك تبعا لمتغير السن

المجموع	السن		التكرار النسبة	تصفح صفحة الفيسبوك
	أكثر من 25 سنة	أقل من 25 سنة		
21	0	21	التكرار	دائما
21,0%	0,0%	21,0%	%النسبة	
27	2	25	التكرار	غالبا
27,0%	2,0%	25,0%	%النسبة	
25	1	24	التكرار	أحيانا
25,0%	1,0%	24,0%	%النسبة	
9	2	7	التكرار	نادرا
9,0%	2,0%	7,0%	%النسبة	
18	1	17	التكرار	حسب الظروف
18,0%	1,0%	17,0%	%النسبة	
100	6	94	التكرار	المجموع
100,0%	6,0%	94,0%	%النسبة	
القرار الإحصائي		الدلالة الإحصائية	درجة الحرية	قيمة ك2
غير دالة عند 0.05		0,213	4	5,818 ^a

المصدر: إعداد الطالبة اعتمادا على مخرجات برنامج spss إصدار 26

من خلال الجدول أعلاه الذي يوضح مدى تصفح منصة فيسبوك تبعا لمتغير السن، نجد أن أكبر نسبة بلغت 27% والتي تمثلت في 27 من المبحوثين غالبا ما يتم تصفح الصفحة أما النسبة التي تليها مباشرة فهي أحيانا ما يتم تصفح منصة فيسبوك والتي بلغت 25% والتي تمثلت في 25 من المبحوثين، في حين يظهر أن 21% والتي تمثلت في 21 من المبحوثين، دائما ما يتصفحون منصة فيسبوك وفي المقابل نجد 18 من المبحوثين أي بنسبة بلغت 18% هم من يتصفحون المنصة حسب ظروفهم أما آخر نسبة سجلت هي 9% وتمثلت في 9 من المبحوثين إذ كانوا نادرا ما يتصفحون منصة فيسبوك عند النظر إلى الفروق بين الفئات العمرية، نجد أن فئة أقل من 25 سنة غالبا ما يتصفحون المنصة بنسبة بلغت 25%، بينما في فئة أكثر من 25 سنة بلغت نسبة 2% ونجد أن فئة أقل من 25% أحيانا ما يتصفحون المنصة بنسبة بلغت 24%، في مقابل فئة أكثر من 25 سنة بنسبة بلغت 1% وعلى صعيد آخر نجد أن فئة أقل من 25 سنة يتصفحون دائما المنصة بنسبة قدرت ب 21% بينما بلغت عند الذكور كانت منعدمة، وفي نفس السياق نجد أن فئة أقل من 25% هم يتصفحون المنصة بحسب الظروف بنسبة قدرت ب 18% في حين نجد فئة أكثر من 25 سنة قد بلغت نسبة تصفحهم ب 1% وفي الأخير نجد

أنه من نادر تصفح المنصة وكانت بالنسبة لفئة 7% في حين بالنسبة لفئة أكثر من 25 سنة 2% ، فيتضح من نفس الجدول وعموما أن فئة أقل من 25 سنة هم من يتصفحون أكثر منصة الفيسبوك مقارنة بفئة أكثر من 25 سنة وهذا يعود إلى كون فئة أقل من 25 سنة لديهم متسع من الوقت في التصفح اليومي على المنصة التقاط صور ونشر قصص على الحساب الشخصي للفيسبوك أو حتى مشاركتها ونشرها على حسابات الأصدقاء على مدار ساعات اليوم، بالإضافة لكون هذه الفئة الأكثر اهتماما ونشاطا على صفحة الفيسبوك تصفحا على عكس فئة أكثر من 25 سنة لا يهتمون كثيرا لتفاصيل الشخصية على تصفح المنصة كونهم لا يهتمون بالعالم الافتراضي، ويجدون أن الوقت الأهم هو قضائه في الواقع وتفرغ لي جدول أعمالهم المبرمجة في الواقع، ويحبذون قضاء الوقت مع أصدقائهم في الواقع أكثر على عكس فئة أقل من 25 سنة، إذا أنهم يمرون بفترة مراهقة وبالإضافة أنهم يبحثون عن قضاء مزيدا من الوقت على صفحة فستبوك ويتبين من نفس الجدول عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الفئتين العمريتين في تصفح منصة فيسبوك وذلك بالنظر إلى أن قيمة (ك) بلغت 5,818 عند درجة الحرية 4 وبما أن دلالة الإحصائية تعادل 0,213 وهي أكبر من مستوى الدالة الشائع (0,05) فإنه لا توجد علاقة بين المؤشرين أعلاه، لذلك نقبل الفرض الصفري القائل بعدم وجود علاقة بين الفئتين العمريتين أقل من 25 سنة وأكثر ومدى تصفحهم لمنصة فيسبوك، مما يشير إلى أن هذه الفروق هي فروق طبيعية بسيطة لا ترتقي لدلالة إحصائية قد تكون ناجمة عن الصدفة ولا يمكن تعميمها على جميع أفراد مجتمع الدراسة.

الجدول رقم (9) يوضح مدى تصفح صفحة الفيسبوك تبعا لمتغير المستوى التعليمي

المجموع	المستوى التعليمي			التكرار النسبة	تصفح صفحة الفيسبوك
	دكتوراه	ماستر	ليسانس		
21	0	9	12	التكرار	دائما
21,0%	0,0%	9,0%	12,0%	%النسبة	
27	0	6	21	التكرار	غالبا
27,0%	0,0%	6,0%	21,0%	%النسبة	
25	0	6	19	التكرار	أحيانا
25,0%	0,0%	6,0%	19,0%	%النسبة	
9	1	1	7	التكرار	نادرا
9,0%	1,0%	1,0%	7,0%	%النسبة	
18	0	6	12	التكرار	حسب الظروف
18,0%	0,0%	6,0%	12,0%	%النسبة	
100	1	28	71	التكرار	المجموع

100,0%	1,0%	28,0%	71,0%	%النسبة	
القرار الإحصائي		الدلالة الإحصائية		درجة الحرية	قيمة ك
غير دالة عند 0.05		0,075		8	14,268 ^a

المصدر: إعداد الطالبة اعتمادا على مخرجات برنامج spss إصدار 26

من خلال الجدول أعلاه الذي يوضح مدى تصفح منصة فيسبوك تبعا لمتغير المستوى التعليمي ، يتضح من خلال الجدول، أن أكبر نسبة قدرت ب 27% والتي تمثلت في 27 من المبحوثين غالبا ما يتم تصفح الصفحة أما النسبة التي تلها مباشرة 25% والتي تمثلت في 25 من المبحوثين، إذ أحيانا ما يتم تصفح منصة فيسبوك، في حين يظهر أن 21% والتي تمثلت في 21 من المبحوثين دائما ما يتصفحون منصة فيسبوك وفي المقابل نجد 18 المبحوثين أي بنسبة بلغت 18% هم من يتصفحون المنصة حسب ظروفهم أما آخر نسبة سجلت هي 9% وتمثلت في 9 من المبحوثين إذ كانوا نادرا ما يتصفحون منصة فيسبوك عند النظر إلى الفروق في المستوى التعليمي ، نجد طلبة ليسانس غالبا ما يتصفحون المنصة بنسبة بلغت 21%، في حين طلبة الماستر بلغت نسبة تصفحهم 6% ونجد أن طلبة ليسانس أحيانا ما يتصفحون المنصة بنسبة بلغت 19%، في مقابل طلبة الماستر بلغت نسبة تصفحهم 6% وعلى صعيد آخر نجد أن طلبة ليسانس يتصفحون دائما المنصة بنسبة قدرت ب 12% بينما بلغت عند طلبة الماستر بنسبة 9% وفي نفس السياق نجد أن طلبة ليسانس هم يتصفحون المنصة بحسب الظروف بنسبة قدرت ب 12%، في حين نجد طلبة الماستر،

قد بلغت نسبة تصفحهم بنسبة 6% وفي الأخير نجد أنه من النادر تصفح المنصة وكانت بالنسبة لطلبة ليسانس بنسبة بلغت 7% في حين طلبة الماستر بنسبة 1%، أما عند طلبة الدكتوراه فيتضح جليا من خلال الجدول أعلاه، انعدام تصفحهم للمنصة فكل الحالات السابق ذكرها، باستثناء نسبة 1% التي تمثل مبحوث واحد، إذ أنه نادرا ما يتصفح المنصة فيتضح من نفس الجدول وعموما أن فئة ليسانس هم من يتصفحون أكثر منصة الفيسبوك مقارنة بطلبة الماستر وهذا يعود إلى طلبة ليسانس هم الفئة أكثر شبابية وحيوية واهتماما بكل ما هو جديد وحوار الساعة على منصة فيسبوك على عكس طلبة الماستر الذين يجدون بأن تصفح منصة فيسبوك أمر ثانوي وليس من أولوياتهم ويرون بأنهم فقط مضيعه الوقت فلديهم أعمال تأخذ من وقتهم أكثر، ولها أهمية أكثر، أما طلبة الدكتوراه فلا يمكن القياس عليهم لأنهم حالة شاذة في عينة الدراسة، ونظرا لكون حجم العينة قليل وقدر بنسبة 1% في جميع الحالات السابقة ويتبين من نفس الجدول عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية في المستوى التعليمي في تصفح منصة فيسبوك وذلك بالنظر إلى أن قيمة

(ك2) بلغت 14,268 عند درجة الحرية 8 وبما أن دلالة الإحصائية تعادل 0,438 وهي أكبر من مستوى الدالة الشائع (0,05) فإنه لا توجد علاقة بين المؤشرين أعلاه، لذلك نقبل الفرض الصفري القائل بعدم وجود علاقة بين المستويين التعليمي (ليسانس، ماستر) ومدى تصفحهم لمنصة فيسبوك، مما يشير إلى أن هذه الفروق هي فروق طبيعية بسيطة لا ترتقي لدلالة إحصائية وقد تكون ناجمة عن الصدفة ولا يمكن تعميمها على جميع أفراد مجتمع الدراسة.

الجدول رقم (10) يوضح أوقات استخدام منصة الفيسبوك تبعا لمتغير الجنس

المجموع	الجنس		التكرار النسبة	أوقات استخدام الفايسبوك منصة
	أنثى	ذكر		
22	15	7	التكرار	في ساعات معينة يوميا
22,0%	15,0%	7,0%	%النسبة	
5	2	3	التكرار	في الصباح
5,0%	2,0%	3,0%	%النسبة	
4	2	2	التكرار	في المساء
4,0%	2,0%	2,0%	%النسبة	
26	17	9	التكرار	في الليل
26,0%	17,0%	9,0%	%النسبة	
43	37	6	التكرار	أوقات الفراغ
43,0%	37,0%	6,0%	%النسبة	
100	73	27	التكرار	المجموع
100,0%	73,0%	27,0%	%النسبة	
القرار الإحصائي		الدلالة الإحصائية	درجة الحرية	قيمة ك2
غير دالة عند 0,05		0,073	4	8,574 ^a

المصدر: إعداد الطالبة اعتمادا على مخرجات برنامج spss إصدار 26

من خلال الجدول أعلاه الذي يوضح أوقات استخدام منصة فيسبوك تبعا لمتغير الجنس ، يتضح من خلال الجدول ، أن أكبر نسبة قدرت بـ 43% والتي تمثلت في 43 من المبحوثين يستخدمون منصة فيسبوك في أوقات فراغهم أما النسبة التي تليها مباشرة 26% والتي تمثلت في 26 من المبحوثين، إذ يستخدمون المنصة، في الليل، حين يظهر أن 22% والتي تمثلت في 22 من المبحوثين يستخدمون المنصة في ساعات معينة يوميا، وفي المقابل نجد 5 من المبحوثين أي بنسبة بلغت 5% هم من يستخدمون المنصة في الصباح أما آخر نسبة سجلت هي 4% وتمثلت في 4 من المبحوثين إذ نجد أنهم يستخدمون منصة فيسبوك مساء عند النظر إلى الفروق بين الجنسين ، نجد أن الإناث

يستخدم منصة فيسبوك في أوقات فراغهن بنسبة بلغت 37%، في حين أن ذكور بلغت نسبة استخدامهم 6% ونجد أن الإناث يستخدمن المنصة في الليل بنسبة بلغت 17%، في مقابل الذكور بنسبة تصل إلى 9% وعلى صعيد آخر نجد أن الإناث يستخدمن المنصة بنسبة قدرت بـ 15% بينما بلغت عند الذكور بنسبة 7% وفي نفس السياق نجد أن الإناث هن من يستخدمن المنصة في الفترة الصباحية بنسبة قدرت بـ 2%، في حين نجد الذكور،

قد بلغت نسبة استخدامهم 3% وفي الأخير نجد الفترة المسائية يستخدمها الإناث والذكور بنسبة، بلغت 2% كليهما. فيتضح من نفس الجدول على العموم أن الإناث هن من يستخدمن منصة الفيسبوك في أوقات فراغهن وفي الليل نظرا لكون الفتيات يجدن أن وقت الفراغ هو الوقت المناسب لتسلية والترفيه وإضاعة الوقت وتصفح، والإطلاع على كل ما هو جديد، أما بالنسبة لفترة الليل فهي كذلك فترة مناسبة لاستخدام منصة فيسبوك ونظرا لكون الليل فترة راحة ولا يوجد ضغط عمل أو الهدوء الذي يعطي تركيزا أمام شاشة الهاتف أو الحاسوب فهما الفترتين الأنسب مقارنة بباقي الأوقات في اليوم لكون الصباح والمساء وقت عمل ودراسة وإنجاز أشغال أخرى، في المقابل نجد الذكور لا يستخدمون منصة فيسبوك بكثرة على عكس الإناث فقط في فترة الليل وهذا يفسر أن هذا الوقت أكثر ملائمة أيضا لهم وأكثر راحة وتفرغا ويتبين من نفس الجدول عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الجنسين في استخدام منصة فيسبوك وذلك بالنظر إلى أن قيمة (ك) قدرت بـ 8,574 عند درجة الحرية 4 وبما أن دلالة الإحصائية تعادل 0,073 وهي أكبر من مستوى الدالة المعتاد (0,05) فإنه لا توجد علاقة بين المؤشرين أعلاه، لذلك نقبل الفرض الصفري القائل بعدم وجود علاقة بين الجنسين ومدى استخدامهم لمنصة فيسبوك، مما يشير إلى أن هذه الفروق هي فروق طبيعية بسيطة لا ترتقي لدلالة إحصائية وقد تكون ناجمة عن الصدفة ولا يمكن تعميمها على جميع أفراد مجتمع الدراسة

الجدول رقم (11) أوقات استخدام منصة الفيسبوك حسب متغير السن

المجموع	السن		التكرار النسبة	أوقات استخدام منصة الفيسبوك
	أكثر من 25 سنة	أقل من 25 سنة		
22	1	21	التكرار	في ساعات معينة يوميا
22,0%	1,0%	21,0%	%النسبة	
5	0	5	التكرار	في الصباح
5,0%	0,0%	5,0%	%النسبة	
4	0	4	التكرار	في المساء
4,0%	0,0%	4,0%	%النسبة	
26	3	23	التكرار	في الليل
26,0%	3,0%	23,0%	%النسبة	
43	2	41	التكرار	أوقات الفراغ
43,0%	2,0%	41,0%	%النسبة	

المجموع	التكرار	94	6	100
	%النسبة	94,0%	6,0%	100,0%
قيمة ك2	درجة الحرية	دلالة الإحصائية	القرار الإحصائي	
2,210 ^a	4	0.697	غير دالة عند 0,05	

المصدر: إعداد الطالبة اعتمادا على مخرجات برنامج spss إصدار 26

من خلال الجدول أعلاه الذي يوضح أوقات استخدام منصة فيسبوك تبعا لمتغير السن ، يتضح من خلال الجدول ، أن أكبر نسبة قدرت بـ 43% والتي تمثلت في 43 من المبحوثين يستخدمون منصة فيسبوك في أوقات فراغهم أما النسبة التي تليها مباشرة 26% والتي تمثلت في 26 من المبحوثين، اللذين يستخدمون المنصة، في الليل، حين يظهر أن 22% والتي تمثلت في 22 من المبحوثين يستخدمون المنصة في ساعات معينة يوميا، وفي المقابل نجد 5 من المبحوثين أي بنسبة بلغت 5% هم من يستخدمون المنصة في الصباح أما آخر نسبة سجلت هي 4% وتمثلت في 4 من المبحوثين إذ نجد أنهم يستخدمون منصة فيسبوك مساء عند النظر إلى الفروق بين الفئة العمرية ، نجد أن فئة أقل من 25 سنة يستخدمون منصة فيسبوك في أوقات فراغهم بنسبة بلغت 41%، في حين أن فئة أكثر من 25 سنة بلغت نسبة استخدامهم 42% ونجد أن فئة أقل من 25 سنة يستخدمون المنصة في الليل بنسبة بلغت 23% ، في مقابل فئة أكثر من 25 سنة بنسبة تصل إلى 3% وعلى صعيد آخر نجد أن فئة أقل من 25 سنة يستخدمون المنصة بنسبة قدرت بـ 5% وفي نفس السياق نجد أن فئة أقل من 25 سنة هم من يستخدمون المنصة في الفترة الصباحية بنسبة قدرت بـ 5% وفي الأخير نجد الفترة المسائية يستخدمها فئة أقل من 25 سنة بنسبة بلغت 4% أما بالنسبة لفئة أكثر من 25 سنة لم تسجل أبدا أي استخدام في الفترتين الصباحية والمسائية ويتضح من نفس الجدول، بصفة عامة أن الفترة المناسبة لاستخدام الفيسبوك هي أثناء وقت الفراغ نظرا لكون الطلبة لديهم التزامات في الدراسة وحتى خارج مجال الدراسة لهذا يستخدمون المنصة فقط عند وجود وقت فراغ يستغلونه في التصفح ومعرفة آخر المستجدات أو من باب كسر روتين الملل وساعات الدراسة ونجد كذلك أن فئة أقل من 25 سنة تستخدم المنصة في أوقات الليل وهذا لدرشة مع الأصدقاء وكون الفترة الليلية أكثر راحة ومناسبة لتواصل الاجتماعي والدرشة والاستمتاع على عكس فئة الأكثر من 25 سنة يجدون ربما بأن كثرة استخدام المنصة تلهي عن باقي الانشغالات وأن الفترة الليلية هي مخصصة لراحة وللبأس باستخدام المنصة إلا عند الضرورة فقط ويتبين من نفس الجدول عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الفئتين عمريتين في استخدام منصة فيسبوك وذلك بالنظر إلى أن

قيمة (ك2) بلغت 2,210 عند درجة الحرية 4 وبما أن دلالة الإحصائية تعادل 0,697 وهي أكبر من مستوى الدالة الشائع (0,05) فإنه لا توجد علاقة بين المؤشرين أعلاه، لذلك نقبل الفرض الصفري القائل بعدم وجود علاقة بين الفئتين العمريتين ومدى استخدامهم لمنصة فيسبوك، مما يشير إلى أن هذه الفروق هي فروق طبيعية بسيطة لا ترتقي لدلالة معنوية وقد تكون ناجمة عن الصدفة ولا يمكن تعميمها على جميع أفراد المجتمع

الجدول رقم (12) يوضح أوقات استخدام منصة الفيسبوك تبعا لمتغير المستوى التعليمي

المجموع	المستوى التعليمي			التكرار النسبة	أوقات استخدام منصة الفيسبوك
	دكتوراه	ماستر	ليسانس		
22	1	5	16	التكرار	في ساعات معينة يوميا
22,0%	1,0%	5,0%	16,0%	%النسبة	
5	0	3	2	التكرار	في الصباح
5,0%	0,0%	3,0%	2,0%	%النسبة	
4	0	1	3	التكرار	في المساء
4,0%	0,0%	1,0%	3,0%	%النسبة	
26	0	10	16	التكرار	في الليل
26,0%	0,0%	10,0%	16,0%	%النسبة	
43	0	9	34	التكرار	أوقات الفراغ
43,0%	0,0%	9,0%	34,0%	%النسبة	
100	1	28	71	التكرار	المجموع
100,0%	1,0%	28,0%	71,0%	%النسبة	
القرار الإحصائي			الدلالة الإحصائية	درجة الحرية	قيمة ك2
غير دالة عند 0.05			0,359	8	8,806 ^a

المصدر: إعداد الطالبة اعتمادا على مخرجات برنامج spss إصدار 26

من خلال الجدول أعلاه الذي يوضح أوقات استخدام منصة فيسبوك تبعا لمتغير المستوى التعليمي يتضح من خلال الجدول، أن أكبر نسبة قدرت بـ 43% والتي تمثلت في 43 من المبحوثين يستخدمون منصة فيسبوك في أوقات فراغهم أما النسبة التي تليها مباشرة 26% والتي تمثلت في 26 من المبحوثين، اللذين يستخدمون المنصة، في الليل، حين يظهر أن 22% والتي تمثلت في 22 من المبحوثين يستخدمون المنصة في ساعات معينة يوميا، وفي المقابل نجد 5 من المبحوثين أي بنسبة بلغت 5% هم من يستخدمون المنصة في الصباح أما آخر نسبة سجلت هي 4% وتمثلت في 4 من المبحوثين إذ نجد أنهم يستخدمون منصة فيسبوك مساء عند النظر إلى الفروق بين الفئة العمرية،

نجد أن طلبة ليسانس يستخدمون منصة فيسبوك في أوقات فراغهم بنسبة بلغت 34% بالنسبة لطلبة ليسانس، في حين أن طلبة الماجستير بلغت نسبة استخدامهم 9% ونجد أن طلبة ليسانس يستخدمون المنصة في الليل بنسبة بلغت 16% ، في مقابل طلبة الماجستير بنسبة تصل إلى 10% وعلى صعيد آخر نجد أن طلبة ليسانس يستخدمون المنصة بنسبة قدرت ب 16%، في ساعات معينة يوميا، بينما طلبة الماجستير بلغت نسبة استخدامهم بنسبة 5%، وسجلت حالة استثنائية واحدة بالنسبة لطلبة الدكتوراه بلغت 1% التي تمثل مبحثا 1 واحد أما بالنسبة لباقي الأوقات لم تسجل أي حالة استخدام . وفي نفس السياق نجد طلبة ليسانس يستخدمون المنصة في الفترة الصباحية بنسبة قدرت ب 2%، بينما طلبة الماجستير بنسبة بلغت 3% وفي الأخير نجد الفترة المسائية يستخدمها طلبة ليسانس بنسبة بلغت 3% أما بالنسبة لطلبة الماجستير فقد بلغت 1% ويتضح من نفس الجدول، بصفة عامة أن الطلبة يميلون إلى استخدام منصة فيسبوك في أوقات الفراغ والفترة الليلية بحكم أنهم لديهم داوم يومي لدراسة وهاتين الوقتين هما الأنسب لاستخدام منصة فيسبوك وكسر روتين، ونجد كذلك طلبة ليسانس و الماجستير بالنظر إلى أن الطورين يختلفان من حيث نوع ووقت الحصص البداغوجية التي يقضونها وينظر إلى حجم المسؤوليات والمهام التي تقع على عاتقهم نجد أنهم يميلون إلى استخدام منصة فيسبوك في أوقات الفراغ وفي الفترة الليلية لكن بحجم ساعي مختلف بالنسبة لطلبة ليسانس مقارنة بالماجستير، أما طلبة الدكتوراه ونظرا أن نسبة سجلت 1% والتي مثلت مبحثا واحد، فهي ليست تمثيلية وحجم العينة صغير ويتبين من نفس الجدول عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين المستوى التعليمي في استخدام منصة فيسبوك وذلك بالنظر إلى أن قيمة (ك) بلغت 8,806 عند درجة الحرية 8 وبما أن دلالة المعنوية تعادل 0,359 وهي أكبر من مستوى الدالة الشائع (0,05) فإنه لا توجد علاقة بين المؤشرين أعلاه، لذلك نقبل الفرض الصفري القائل بعدم وجود علاقة بين المستوى التعليمي ومدى استخدامهم لمنصة فيسبوك، مما يشير إلى أن هذه الفروق هي فروق طبيعية بسيطة لا ترتقي لدلالة إحصائية وقد تكون ناجمة عن الصدفة ولا يمكن تعميمها على جميع أفراد المجتمع

الدراسة

الجدول رقم (13) بوضوح أصناف الرموز التعبيرية المستخدمة تبعا لمتغير الجنس

أصناف الرموز التعبيرية	الجنس		التكرار
	أنثى	ذكر	
وجوه متعددة الملامح	40	15	التكرار
	40,0%	15,0%	%النسبة
رموز السفر والأماكن	2	2	التكرار
	2,0%	2,0%	%النسبة
رموز الطبيعة والحيوانات	3	1	التكرار
	3,0%	1,0%	%النسبة
رموز النشاطات المختلفة	1	3	التكرار
	1,0%	3,0%	%النسبة
حسب سياق الرسالة	27	6	التكرار
	27,0%	6,0%	%النسبة
المجموع	73	27	التكرار
	73,0%	27,0%	%النسبة
قيمة لـ 2	القرار الإحصائي	الدلالة الإحصائية	درجة الحرية
	غير دالة عند 0.05	0,133	4

المصدر: إعداد الطالبة اعتمادا على مخرجات برنامج spss إصدار 26

من خلال الجدول أعلاه الذي يوضح أصناف الرموز التعبيرية التي ستخدم بكثرة حسب متغير الجنس، نجد أن الرموز التعبيرية التي الأكثر استخداما هي الرموز متعددة الملامح بنسبة 55% وهذا يفسر بأن الرموز التعبيرية ليست أشكالا ووجوها وإنما تتميز بألوانها وجاذبيتها التي تزيد الرسالة جمالا وأكثر تعبيرا وجاذبية مما تقلل الملل بالنسبة لمستقبل في قراءة الرسالة وتزيدهم حماسا في تلقيها وما تحمله من معاني، ونجد أن الإناث، يفضلن استخدام الرموز التعبيرية متعددة الملامح بشكل كبير بنسبة 40%، مقابل 15% فقط لصالح الذكور، وربما هذا يفسر أن الإناث أكثر انشغالا من الذكور بحكم تواجدهن بالمنزل أكثر ويقضون وقتا أكثر في إنجاز الأعمال المنزلية، وهذا ما يجعلهم يختصرون الجهد في كتابة الرسائل النصية، وعلى صعيد آخر يشير التفضيل الاستخدام المتساوي بنسبة ضئيلة

لرموز السفر والأماكن لكل الجنسين بنسبة بلغت 4% راجع إلى أن النوع من الرموز التعبيرية يحظى بشعبية محدودة ومتوازنة بين الجنسين ، وبالمثل نجد أن استخدام رموز الطبيعة و الحيوانات بنفس النسبة ، ويقتصر استخدامها لدى الذكور، مما قد يعكس اهتمامهم الأكبر بالعناصر البصرية والبيئية في التواصل، ونفس الأمر بالنسبة لاستخدام رموز النشاطات المختلفة، حيث نجد أن هذا النوع من الرموز يستخدمه فقط الذكور مما قد يعبر عن نشاطهم الاجتماعي المتنوع خارج المنزل والتجول مع الأصدقاء والرغبة في تمثيل الأنشطة اليومية بشكل مرئي لجسد التجربة الشخصية والأوقات والنشاطات المختلفة التي يقضونها على عكس الإناث ، وكذلك الأمر بالنسبة لاستخدام الرموز حسب سياق الرسالة إذ أن استخدامها يقتصر فقط على الإناث التي تحبذ توظيف الرموز التعبيرية وتكون أكثر حرصا في طريقة التعامل في استخدامها التي تتناسب مع محتوى الرسائل على حسب الظروف وسياق المكان و الزمان ويظهر من خلال نفس الجدول وبشكل عام تظهر البيانات في الجدول أعلاه أن الإناث تفضلن استخدام مجموعة متنوعة من الرموز التعبيرية بشكل أكبر بكثير من الذكور ، وهذا يفسر أن الإناث مخلوقات حساسة رقيقة وأكثر عمقا من خلال ترجمة ونقل مشاعرهم ذلك يستخدمون أكثر الرموز التعبيرية لأنها توصل المشاعر التي قد لا يوصلها النص المكتوب ويتبين من نفس الجدول عدم وجود علاقة ذات دلالة إحصائية معنوية بين أصناف الرموز التعبيرية والجنس وذلك بالنظر إلى قيمة (ك2) المقدرة ب 7,061 ودرجة الحرية 4 وبما أن قيمة الدلالة الإحصائية 0,133 وهي أكبر من مستوى الدلالة الشائع (0,05) فإنه لا توجد علاقة بين المؤشرين أعلاه، لذلك لا نقبل الفرض البديل القائل بوجود علاقة بين أصناف الرموز التعبيرية والجنس، وعليه فإن الفروق بين الفئتين غير دالة إحصائية عند مستوى 0,05 مما يشير إلى عدم وجود اختلافات حقيقية بين تفضيلات الرموز التعبيرية بناء على الجنس

الجدول رقم (14) يوضح أصناف الرموز التعبيرية التي تستخدمها تبعاً لمتغير السن

المجموع	السن		التكرار النسبة	أصناف الرموز التعبيرية
	أكثر من 25 سنة	أقل من 25 سنة		
55	4	51	التكرار	وجوه متعددة الملامح
55,0%	4,0%	51,0%	%النسبة	
4	2	2	التكرار	رموز السفر والأماكن
4,0%	2,0%	2,0%	%النسبة	
4	0	4	التكرار	رموز الطبيعة والحيوانات
4,0%	0,0%	4,0%	%النسبة	
4	0	4	التكرار	رموز النشاطات المختلفة
4,0%	0,0%	4,0%	%النسبة	
33	0	33	التكرار	حسب سياق الرسالة
33,0%	0,0%	33,0%	%النسبة	
100	6	94	التكرار	المجموع
100,0%	6,0%	94,0%	%النسبة	
القرار الإحصائي		الدلالة الإحصائية	درجة الحرية	قيمة ك2
غير دالة عند 0.05		0,002	4	16,505 ^a

المصدر: إعداد الطالبة اعتماداً على مخرجات برنامج spss إصدار 26

يظهر من خلال الجدول رقم (14) أن الفئة العمرية الأقل من 25 سنة تفضل بشكل كبير استخدام الرموز التعبيرية المتعددة الملامح بنسبة (51%) مما قد يعكس تفاعلهم الاجتماعي الأكبر واعتمادهم على وسائل التعبير غير النصية في التواصل، مقابل (4%) فقط لصالح الفئة العمرية الأكثر من 25 سنة وربما هذا يعكس اعتيادهم على طرق التواصل التقليدية التي تعتمد على النصوص الكاملة والواضحة أو قد يكون لدى هذه الفئة العمرية الأكبر سناً تحفظات حول استخدام رموز تعبيرية تعتبر غير رسمية أو طفولية مما يدفعهم إلى تجنب استخدامها، وعلى صعيد آخر يشير التفضيل المتساوي بنسبة ضئيلة (2%) لرموز السفر والأماكن بين الفئتين العمريتين إلى أن هذا النوع

من الرموز التعبيرية يحظى بشعبية محدودة ومتوازنة بين جميع الأعمار، وبالمثل نجد أن استخدام رموز الطبيعة والحيوانات يقتصر استخدامها لدى الفئة الأقل من 25 سنة وهي الفئة الأصغر عمرا مما قد يعكس اهتمامهم الأكبر بالعناصر البصرية والبيئية في التواصل، ونفس الأمر بالنسبة للاستخدام رموز النشاطات المختلفة حيث أن هذا النوع من الرموز يستخدمه فقط الفئة العمرية الأقل من 25 سنة مما قد يعبر عن نشاطهم الاجتماعي المتنوع والرغبة في تمثيل الأنشطة اليومية بشكل مرئي، وكذلك الأمر بالنسبة للاستخدام الرموز حسب سياق الرسالة إذ أن استخدامها يقتصر فقط على الفئة العمرية الأقل من 25 سنة التي تحبذ توظيف الرموز التعبيرية بطريقة تناسب مع محتوى الرسائل.

وبشكل عام تظهر البيانات في الجدول أعلاه أن الفئة العمرية الأقل من 25 سنة تفضل استخدام مجموعة متنوعة من الرموز التعبيرية بشكل أكبر بكثير من الفئة العمرية الأكبر من 25 سنة. ويظهر من خلال نفس الجدول

ويتبين من نفس الجدول وجود علاقة ذات دلالة إحصائية معنوية بين أصناف الرموز التعبيرية والسن وذلك بالنظر إلى قيمة (كا2) المقدرة ب (16,505a) ودرجة الحرية (4) وبما أن قيمة الدلالة الإحصائية (0,002) وهي أقل من مستوى الدلالة الشائع (0,05)، فإنه توجد علاقة بين المؤشرين أعلاه، لذلك نقبل الفرض البديل القائل بوجود علاقة بين أصناف الرموز التعبيرية والسن. وعليه فإن الفروق بين الفئتين دالة إحصائية عند مستوى 0,05، مما يشير إلى اختلافات حقيقية في تفضيلات الرموز التعبيرية بناء على العمر، يعكس هذا الاختلاف الطابع التفاعلي والاجتماعي العالي لدى الشباب الجامعي مع التقنيات الحديثة ووسائل التواصل الاجتماعي، مقابل الاستخدام الأكثر تحفظا وانتقائيا للرموز التعبيرية بين الفئة الأكبر سنا.

الجدول رقم (15) بوضوح أصناف الرموز التعبيرية التي تستخدمه تبعاً للمستوى التعليمي

المجموع	المستوى التعليمي			التكرار النسبة	أصناف الرموز التعبيرية
	دكتوراه	ماستر	ليسانس		
55	1	15	39	التكرار	وجوه متعددة الملامح
55,0%	1,0%	15,0%	39,0%	%النسبة	
4	0	2	2	التكرار	رموز السفر والأماكن
4,0%	0,0%	2,0%	2,0%	%النسبة	
4	0	2	2	التكرار	رموز الطبيعة والحيوانات
4,0%	0,0%	2,0%	2,0%	%النسبة	
4	0	1	3	التكرار	رموز النشاطات المختلفة
4,0%	0,0%	1,0%	3,0%	%النسبة	
33	0	8	25	التكرار	حسب سياق الرسالة
33,0%	0,0%	8,0%	25,0%	%النسبة	
100	1	28	71	التكرار	المجموع
100,0%	1,0%	28,0%	71,0%	%النسبة	
القرار الإحصائي		الدلالة الإحصائية		درجة الحرية	قيمة ك2
غير دالة عند 0.05		,9340		8	3,002 ^a

المصدر: إعداد الطالبة اعتماداً على مخرجات برنامج spss إصدار 26

من خلال الجدول أعلاه الذي يوضح أصناف الرموز التعبيرية التي ستستخدم بكثرة حسب متغير المستوى التعليمي ، نجد أن الرموز التعبيرية التي تصدر قائمة الترتيب في الإستخدام هي الرموز متعددة الملامح بنسبة 55% وهذا يفسر بأن الرموز التعبيرية عبارة عن صور و الصورة أعمق من ألف كلمة بالإضافة إلى أنها وجوه تعبر عن الحالات النفسية للإنسان بطريقة مذهلة في نقل المشاعر دون الاعتماد على الكلمات الجامدة والتي تجعل من التفاعل الإجتماعي تجربة فريدة من نوعها. ونجد أن طلبة ليسانس ، يفضلون إستخدام الرموز التعبيرية متعددة الملامح بشكل كبير بنسبة 39% ، مقابل 15% فقط لصالح طلبة الماستر ، وربما هذا يفسر أن طلبة الماستر أكثر إنشغالا من طلبة ليسانس، أو ربما ويرون أن استخدامها لا يعطي إنطبعا جديا بالنسبة للمستقبل والمرسل في تبادل الرسائل والمحادثات، على عكس طلبة ليسانس يرون بأنها تختصر الجهد والوقت في كتابة الرسائل النصية، وتكون أكثر تميزا من النص المكتوب لوحده وعلى صعيد آخر يشير التفضيل الاستخدام المتساوي

بنسبة ضئيلة لرموز السفر والأماكن لكلا الجنسين بنسبة بلغت 4% راجع إلى أن النوع من الرموز التعبيرية يحظى بشعبية محدودة ومتوازنة بين الجنسين ، وبالمثل نجد أن استخدام رموز الطبيعة و الحيوانات بنفس النسبة ، ويستخدمها كلا الجنسين بنسبة متعادلة ، ونفس الأمر بالنسبة لإستخدام رموز النشاطات المختلفة بنفس الدرجة الاستخدام مقارنة بباقي الرمزين السابقين ، حيث نجد أن هذا النوع من الرموز يستخدمه فقط طلبة ليسانس ليجسد التجربة الشخصية والأوقات والنشاطات المختلفة التي يقضونها نشاطهم وحماسهم في تجربة المزيد من التجارب الممتعة مع الأصدقاء ووضعها في قصصهم تلبقى لذكرى على عكس طلبة الماستر ، وكذلك الأمر بالنسبة لإستخدام الرموز حسب سياق الرسالة إذ أن إستخدامها يقتصر فقط على طلبة ليسانس الذين يحبذون توظيف الرموز التعبيرية التي تناسب مع محتوى الرسائل على حسب الظروف وسياق المكان و الزمان. إلا أن طلبة الدكتوراه حالة إستثنائية مقارنة بالطورين ليسانس وماستر فقد بلغت النسبة 1% في إستخدام رموز متعددة الملامح والتي مثلت في مبحثا واحدا، وهذا راجع لسبب قلة حجم العينة ويظهر من خلال نفس الجدول وبشكل عام تظهر البيانات في الجدول أعلاه أن طلبة ليسانس تفضلون إستخدام مجموعة متنوعة من الرموز التعبيرية بشكل أكبر بكثير مقارنة بطلبة الماستر ، وهذا يفسر أن لطلبة ليسانس هم أصغر سنا من طلبة الماستر فهنا يختلف حجم المسؤوليات والمهام والنظرة الشخصية كذلك ويتبين من نفس الجدول عدم وجود علاقة ذات دلالة معنوية بين أصناف الرموز التعبيرية والمستوى التعليمي وذلك بالنظر إلى قيمة (ك2) المقدرة ب 3,003 ودرجة الحرية 8 وبما أن قيمة الدلالة الإحصائية 0,934 وهي أكبر من مستوى الدلالة الشائع (0,05) فأنه لا توجد علاقة بين المؤشرين أعلاه، لذلك لا نقبل الفرض البديل القائل بوجود علاقة بين أصناف الرموز التعبيرية والمستوى التعليمي، وعليه فأن الفروق بين الأطوار غير دالة إحصائية عند مستوى 0,05 مما يشير إلى عدم وجود اختلافات حقيقية بين تفضيلات الرموز التعبيرية بناء على المستوى التعليمي لدى الطلبة

الجدول رقم (16) يوضح مواضع تستخدم فيها رموز تعبيرية تبعا لمتغير الجنس

مواضع تستخدم فيها رموز تعبيرية	التكرار النسبة	الجنس		المجموع
		ذكر	أنثى	
كتابة رسالة	التكرار	9	34	43
	% النسبة	9,0%	34,0%	43,0%
دردشة نصية	التكرار	10	27	37
	% النسبة	10,0%	27,0%	37,0%
تعليقات	التكرار	7	9	16
	% النسبة	7,0%	9,0%	16,0%
منشورات	التكرار	1	3	4
	% النسبة	1,0%	3,0%	4,0%
المجموع	التكرار	27	73	100
	% النسبة	27,0%	73,0%	100,0%
قيمة لـ 2	درجة الحرية	الدلالة الإحصائية	القرار الإحصائي	
3,089 ^a	3	0,378	غير دالة عند 0.05	

المصدر: إعداد الطالبة اعتمادا على مخرجات برنامج spss إصدار 26

من خلال الجدول أعلاه الذي يوضح مواضع التي تستخدم فيها الرموز التعبيرية تبعا لمتغير الجنس، نجد أن الرموز التعبيرية تستخدم بنسبة كبيرة في كتابة رسالة بنسبة 43% وتالياها مباشرة استخدامها في الدردشة النصية بنسبة قدرت بـ 37% ونسبة قليلة في تعليقات بنسبة بلغت 16% وأقل بكثير في المنشورات بنسبة تصل إلى 4% وهذا يفسر أن استخدام الرموز التعبيرية في الرسائل والدردشات النصية بشكل أكبر قد يكون بسبب الطبيعة الشخصية والمباشرة لهذه الأنواع من التواصل، عندما يتم التواصل من خلال الرسائل النصية، يكون اتصال أكثر شخصية وعاطفة والرموز التعبيرية تساعد في نقل المزيد من المشاعر والعواطف التي قد لا يكون من السهل التعبير عنها بكلمات بسيطة، أما عندما يتعلق الأمر بالتعليقات والمنشورات على صفحة فيسبوك فقد يكون الأسلوب أكثر رسمية وعامة، وقد لا تكون الحاجة إلى استخدام الرموز التعبيرية بنفس الشكل لتوصيل الرسالة ونجد أن الإناث، يستخدمون الرموز التعبيرية في كتابة رسائلهم بنسبة 34% مقابل الذكور بنسبة 9% وعلى دردشة النصية بنسبة بلغت 27% لصالح الإناث بينما كانت عند الذكور بنسبة 10% بشكل كبير في المقابل نجد أن استخدام الرموز تعبيرية في التعليقات والمنشورات كانت بنسبة أقل بكثير مقارنة بالمواضع سابقة الذكر، إذ نجد أن في التعليقات كانت نسبة استخدام الإناث للرموز التعبيرية بنسبة 9% بينما لدى الذكور بنسبة 7% وعلى صعيد آخر حازت الإناث بنسبة 3% في استخدام الرموز التعبيرية في المنشورات، في مقابل الذكور بنسبة 1% فقط وربما هذا يفسر أن الإناث يستخدمون الرموز التعبيرية في الرسائل والدردشات النصية بشكل أكبر من الذكور، وقد يكون نتيجة

للإختلاف في التعبير عن العواطف والتواصل، ويعتقد أحيانا أن الإناث يفضلن إستخدام الرموز التعبيرية لإضافة بعد عاطفية إلى النصوص وتعزيز التواصل اللفظي بعناصر لفظية، هذا يمكن أن يساعد في توضيح المشاعر وتحسين التواصل الإجتماعي . ويظهر من خلال نفس الجدول وبشكل عام تظهر البيانات في الجدول أعلاه عموما أن كلا الجنسين يستخدمون الرموز التعبيرية في كتابة الرسائل ودردشة النصية أكثر من تعليقات والمنشورات لكونها مناسبة في التواصل مع الآخرين وتتميز هذه الرسائل بطابع الشخصية على غرار المنشورات والتعليقات التي تتصف بالجماهرية ويتبين من نفس الجدول عدم وجود علاقة ذات دلالة آحصائية بين أصناف الرموز التعبيرية والجنس وذلك بالنظر إلى قيمة (ك2) المقدرة ب 3,089 ودرجة الحرية 3 وبما أن قيمة الدلالة الإحصائية 0,378 وهي أكبر من مستوى الدلالة المعتاد (0,05) فأنه لا توجد علاقة بين المؤشرين أعلاه، لذلك لا نقبل الفرض البديل القائل بوجود علاقة بين أصناف الرموز التعبيرية والجنس وعليه فأن الفروق بين الذكور والإناث غير دالة إحصائية عند مستوى 0,05 مما يشير إلى عدم وجود اختلافات حقيقية بين المواضيع التي تستخدم فيها الرموز التعبيرية لدى كل من الجنسين مما يشير إلى أن هذه الفروق هي فروق طبيعية بسيطة لا ترتقي لدلالة معنوية وقد تكون ناجمة عن الصدفة ولا يمكن تعميمها على جميع أفراد المجتمع الدراسة

الجدول رقم (17) يوضح مواضيع تستخدم فيها رموز تعبيرية تبعا لمتغير السن

مواضيع تستخدم فيها رموز تعبيرية	النسبة	السن		المجموع
		أقل من 25 سنة	أكثر من 25 سنة	
كتابة رسالة	التكرار	40	3	43
	% النسبة	40,0%	3,0%	43,0%
دردشة نصية	التكرار	35	2	37
	% النسبة	35,0%	2,0%	37,0%
تعليقات	التكرار	15	1	16
	% النسبة	15,0%	1,0%	16,0%
منشورات	التكرار	4	0	4
	% النسبة	4,0%	0,0%	4,0%
المجموع	التكرار	94	6	100
	% النسبة	94,0%	6,0%	100,0%
قيمة ك2	درجة الحرية	الدلالة الإحصائية	القرار الإحصائي	
0,353 ^a	3	0,950	غير دالة عند 0.05	

المصدر: إعداد الطالبة اعتمادا على مخرجات برنامج spss إصدار 26

من خلال الجدول أعلاه الذي يوضح مواضع التي تستخدم فيها الرموز التعبيرية تبعا لمتغير السن ، نجد أن الرموز التعبيرية تستخدم بنسبة كبيرة في كتابة رسالة بنسبة 43% وتالياها مباشرة استخدامها في الدردشة النصية بنسبة قدرت ب37% وبنسبة قليلة في تعليقات بنسبة بلغت 16% في الأخير، وبنسبة أقل بكثير في المنشورات بنسبة تصل إلى 4 % وهذا يفسر أنه على سبيل المثال في الرسائل والدردشة النصية، يكون التفاعل أكثر سرعة وفورية مما يجعل الرموز التعبيرية وسيلة فعالة للتعبير عن المشاعر بشكل أسرع وأكثر فعالية، كما أن الطبيعة الشخصية التواصل في هذه السياقات تجعل الرموز التعبيرية وسيلة ملائمة للتعبير عن المشاعر والعواطف بشكل صريح وعفوي بالإضافة إلى ذلك، يميل الطلبة في الدردشة النصية إلى أن التواصل بشكل أكثر عفوية وغير مخطط له، مما يجعل الرموز التعبيرية خيارا مناسباً لتعزيز التواصل والتفاعل بسرعة وسهولة. ونجد أن الفئة العمرية أقل من 25 سنة، يستخدمون الرموز التعبيرية في كتابة رسائلهم بنسبة 40% مقابل الفئة أكثر سننا بنسبة 3%، وعلى دردشة النصية بنسبة بلغت 35% لصالح الفئة أقل سننا بينما كانت عند الفئة أكثر سننا بنسبة 2% بشكل كبير، في المقابل نجد أن استخدام الرموز التعبيرية في التعليقات والمنشورات كانت بنسبة أقل بكثير مقارنة بالمواضع سابقة الذكر، إذ نجد أن في التعليقات كانت نسبة استخدام الفئة أقل سننا للرموز التعبيرية بنسبة 15% بينما لدى الفئة أكثر سننا بنسبة 1% وعلى صعيد آخر حازت الفئة أقل سننا بنسبة 4% في استخدام الرموز التعبيرية في المنشورات، في مقابل الفئة أكبر سننا التي لا تستخدمها أبدا بنسبة 0% وربما هذا يفسر أن الطلاب الأصغر سننا يشعرون بأن استخدام الرموز التعبيرية يساعدهم على التعبير على أنفسهم بشكل أكثر دقة وتعبيرا عن مشاعرهم بشكل أفضل بينما الأشخاص الأكبر سننا قد يميلون إلى استخدام الكلمات بدلا من الرموز التعبيرية لأنهم يرونها أكثر رسمية ومناسبة في بعض السياقات. ويتضح من نفس الجدول، وعموما يستخدم الفئة أقل سننا الرموز التعبيرية في كتابة الرسائل والدردشة النصية بشكل أكبر مقارنة بالتعليقات والمنشورات على عكس الفئة أكثر سننا وهذا يعود لأسباب عدة، ذلك أن استخدام الرموز التعبيرية من قبل طلاب الأصغر سننا يمكن أن يعود إلى عدة عوامل، قد يكون لثقافة الاتصال الرقمي، دور في هذا السياق، حيث يمكن للأشخاص الأصغر سننا أن يكونوا أكثر تألقا في استخدام الوسائل الرقمية، بالإضافة إلى ذلك، قد يفضل الطلاب الأصغر سننا استخدام الرموز التعبيرية لأنها تساعدهم على توضيح المشاعر والعواطف بشكل أكبر، وتجسيد الرسالة بشكل أكثر تعبيرا، كما يمكن أن يكون استخدام الرموز التعبيرية جزءا من الثقافة الشبابية ووسيلة لتواصل مع الأصدقاء والمجتمع الأكبر، وفي نهاية يتأثر استخدام الرموز التعبيرية بعوامل عديدة مثل العمر والثقافة والخبرة في استخدام الوسائل الرقمية

والسياق الإجتماعي . ويتبين من نفس الجدول عدم وجود علاقة ذات دلالة احصائية بين أصناف الرموز التعبيرية والسن وذلك بالنظر إلى قيمة (ك2) المقدرة ب0,353 ودرجة الحرية 3 وبما أن قيمة الدلالة الإحصائية 0,950 وهي أكبر من مستوى الدلالة الشائع (0,05) فأنه لا توجد علاقة بين المؤشرين أعلاه، لذلك لا نقبل الفرض البديل القائل بوجود علاقة بين أصناف الرموز التعبيرية والسن، وعليه فأن الفروق بين الفئتين العمريتين غير دالة إحصائية عند مستوى 0,05 مما يشير إلى عدم وجود اختلافات حقيقية بين المواضيع التي تستخدم فيها الرموز التعبيرية لدى بين الفئتين أقل سننا و الأكبر سننا، مما يشير إلى أن هذه الفروق هي فروق طبيعية بسيطة لا ترتقي لدلالة معنوية وقد تكون ناجمة عن الصدفة ولا يمكن تعميمها على جميع أفراد المجتمع الدراسة

الجدول رقم (18) يوضح: المواضيع التي تستخدم فيها رموز تعبيرية تبعا لمتغير للمستوى التعليمي

المجموع	المستوى التعليمي				
	دكتوراه	ماستر	ليسانس		
43	1	12	30	التكرار	كتابة رسالة
43,0%	1,0%	12,0%	30,0%	%النسبة	
37	0	10	27	التكرار	دردشة نصية
37,0%	0,0%	10,0%	27,0%	%النسبة	
16	0	6	10	التكرار	تعليقات
16,0%	0,0%	6,0%	10,0%	%النسبة	
4	0	0	4	التكرار	منشورات
4,0%	0,0%	0,0%	4,0%	%النسبة	
100	1	28	71	التكرار	المجموع
100,0%	1,0%	28,0%	71,0%	%النسبة	
القرار الإحصائي		الدلالة الإحصائية	درجة الحرية	قيمة ك2	
غير دالة عند 0.05		0,725	6	3,640 ^a	

المصدر: إعداد الطالبة اعتمادا على مخرجات برنامج spss إصدار 26

من خلال الجدول أعلاه الذي يوضح مواضيع التي تستخدم فيها الرموز التعبيرية تبعا لمتغير المستوى التعليمي ، نجد أن الرموز التعبيرية تستخدم بنسبة كبيرة في كتابة رسالة بنسبة 43% وتاليا مباشرة استخدامها في الدردشة النصية بنسبة قدرت ب37% وبنسبة قليلة في تعليقات بنسبة

بلغت 16% في الأخير، وبنسبة أقل بكثير في المنشورات بنسبة تصل إلى 4 % وعموما هذا راجع إلى أن استخدام الرموز التعبيرية في مواضع الرسائل و الدردشات النصية يمكن أن يكون بسبب طبيعة هذه الوسائل الإتصالية الفورية والمباشرة حيث يتم التحوار بسرعة كبيرة وبشكل غير رسمي، بينما في مواضع التعليقات والمنشورات، قد يكون الأمر أكثر رسمية وتحديدًا إذا كان يتعلق الأمر بالمواضيع الأكاديمية أو محتوى التخصص، مما يجعل الطلبة يميلون إلى استخدام لغة أكثر فصاحة ورسمية دون استخدام الرموز التعبيرية بشكل كبير. ونجد أن طلبة ليسانس، يستخدمون الرموز التعبيرية في كتابة رسائلهم بنسبة 30% مقابل طلبة الماستر بنسبة 12%، إذ سجلت حالة شاذة وهي مبحوث واحد بنسبة 1% لطلبة الدكتوراه والشاذ لا يقاس عليه. وعلى دردشة النصية بنسبة بلغت 27% لصالح طلبة ليسانس بينما كانت عند طلبة الماستر بنسبة 10% بشكل كبير، في المقابل نجد أن استخدام الرموز التعبيرية في التعليقات والمنشورات كانت بنسبة أقل بكثير مقارنة بالمواضع سابقة الذكر، إذ نجد أن في التعليقات كانت نسبة استخدام طلبة ليسانس للرموز التعبيرية بنسبة 10% بينما لدى طلبة الماستر بنسبة 6% وعلى صعيد أخر حاز طلبة ليسانس بنسبة 4% في استخدام الرموز التعبيرية في المنشورات، في مقابل طلبة الماستر التي لا يستخدمونها أبدا بنسبة 0% وكذلك هو الحال بالنسبة لطلبة الدكتوراه في باقي المواضع سابقة الذكر بآاختصار ربما هذا يفسر أن الطلاب طور ليسانس قد يكونون أكثر ميلا لاستخدام الرموز التعبيرية بشكل مكثف في التواصل اليومي والإجتماعي، بينما قد يكون الاتصال في طور الدراسات العليا أكثر تركيزا على الجوانب الأكاديمية والمهنية لذلك نجد طلبة ليسانس يستخدمون الرموز التعبيرية أكثر في مواضع كتابة الرسائل ودردشة النصية أكثر من التعليقات والمنشورات وبالإضافة أن هناك عدة إختلافات بين الطلاب الذين يتابعون درجة الليسانس والطلاب الذين يتابعون درجة الماستر، بعد الليسانس، يدخل الطلاب في مرحلة الدراسات العليا إذ انها تتضمن عمقا أكبر في الموضوع والأبحاث تكون أكثر تخصصا، من الممكن أن يكون الفرق بين استخدام الرموز التعبيرية نتيجة لتطور مهارات الاتصال والتفكير النقدي خلال هذه العملية التعليمية المتقدمة. وهذا يتضح جليا وعلى العموم أن مواضع استخدام الرموز التعبيرية بشكل كبير يكون في كتابة الرسائل والدردشة النصية ويتبين من نفس الجدول عدم وجود علاقة ذات دلالة إحصائية معنوية بين أصناف الرموز التعبيرية والمستوى التعليمي وذلك بالنظر إلى قيمة (ك) بلغت 3,640 ودرجة الحرية 6 وبما أن قيمة الدلالة الإحصائية 0,725 وهي أكبر من مستوى الدلالة المعتاد (0,05) إنه لا توجد علاقة بين المؤشرين أعلاه، لذلك لا نقبل الفرض البديل القائل بوجود علاقة بين أصناف الرموز التعبيرية والطورين ليسانس والماستر، وعليه فإن الفروق بين المستويين التعليميين غير دالة إحصائية عند

مستوى 0,05 مما يشير إلى عدم وجود اختلافات حقيقية بين المواضيع التي تستخدم فيها الرموز التعبيرية لدى طور ليسانس و الماستر ، مما يشير إلى أن هذه الفروق هي فروق طبيعية بسيطة لا ترتقي لدلالة إحصائية و قد تكون ناجمة عن الصدفة ولا يمكن تعميمها على جميع أفراد المجتمع الدراسة

الجدول رقم(19)مدى إيصال الرموز التعبيرية للمعنى عبر الفيسبوك

النسبة %	التكرار	مدى إيصال الرموز التعبيرية للمعنى عبر الفيسبوك
84.0	84	نعم
16.0	16	لا
100.0	100	المجموع

المصدر: إعداد الطالبة اعتمادا على مخرجات برنامج spss إصدار 26

من خلال الجدول أعلاه الذي يوضح مدى إيصال الرموز التعبيرية للمعنى عبر منصة فيسبوك، نجد أن فئة كبيرة من الطلبة يرون بأن الرموز التعبيرية توصل المعنى عبر منصة فيسبوك ونسبة قليلة من الباحثين يرون أن الرموز التعبيرية لا توصل المعنى، حيث بلغت نسبة من قال نعم 84% من الباحثين، و16% من قالوا لا. ويعود تفسير أن معظم الباحثين يرون بأن الرموز التعبيرية تساهم في إيصال المعنى، كون الرموز التعبيرية تعزز التواصل عبر منصة فيسبوك بـإضافة عنصر إضافي في التعبير العاطفي والتواصل غير اللفظي، مما يساعد في نقل المعنى والمشاعر بشكل أفضل، خاصة عندما يكون النص قصيرا ويصعب فهم النية من خلاله، فالرموز التعبيرية توفر وسيلة بصرية للتعبير عن المشاعر والمعاني التي قد تكون صعبة التعبير عنها بالكلمات فقط، وهذا يعزز التواصل الفعال، ويجعله أكثر تفاعلية وتعبيرا عن الشعور، كما أن استخدام الرموز التعبيرية يساعد في تجنب سوء الفهم أو التأويل الخاطئ للرسائل ، حيث يمكن أن تساعد هذه الرموز في توضيح النية والمشاعر بشكل أفضل. بينما هناك فئة قليلة من الباحثين ترى أن الرموز التعبيرية لا تساهم في إيصال المعنى وربما يعود ذلك إلى تعبيرات شخصية مختلفة، قد يراها بعض الأشخاص عبارة عن بساطة زائدة أو تعبير غير دقيق، مما يجعلها غير مفيدة في بعض الحالات وقد يرى البعض أيضا أن استخدام الكلمات يسمح بتوضيح أكبر للمشاعر والأفكار، وكذلك قد يعتبر البعض الآخر أن الرموز التعبيرية أقل فعالية في نقل المعاني بشكل دقيق مقارنة بالكلمات، قد يعتبرونها بسيطة جدا أو غير كافية لتعبير ما يردون وبالتالي يميلون إلى استخدام الكلمات لتوضيح أفكارهم ومشاعرهم بشكل أكثر دقة وتفصيلا، هذا

يمكن أن يكون نتيجة لتفضيل أساليب التواصل التي تعتمد على الكلمات بدرجة أكبر لنقل المعاني المعقدة

الجدول (20) تبريرات المبحوثين في كون أن الرموز التعبيرية توصل المعنى عبر الفيسبوك

النسبة %	التكرار	تبريرات المبحوثين الذين أجابوا ب (نعم)
35.0	35	وضوح المعنى الذي تحمله الرموز التعبيرية
50.0	50	إيصال المشاعر بدقة
85.0	85	Total
15.0	15	القيم المفقودة (المبحوثين الذين تفادوا الإجابة)
100.0	100	المجموع

المصدر: إعداد الطالبة اعتمادا على مخرجات برنامج spss إصدار 26

من خلال الجدول أعلاه الذي يوضح تبريرات المبحوثين في كون أن الرموز التعبيرية توصل المعنى عبر منصة فيسبوك، وهنا فهذا الجدول يبين تبريرات المبحوثين الذين أجابوا بنعم نجد أن فئة كبيرة من المبحوثين تقر بأن الرموز التعبيرية توصل المعنى من خلال إيصال المشاعر بدقة بنسبة بلغت 50%، وهذا من خلال إضافة بعد إنساني وشخصي للرسالة، فهي تعزز التواصل غير اللفظي وتساعد على توضيح المزيد من المشاعر والتعابير التي قد لا يستطيع الشخص التعبير عنها بالكلمات فقط، فالرموز التعبيرية توفر وسيلة للتعبير عن المشاعر والعواطف التي قد تكون صعبة التعبير عنها بالكلمات، فقط على سبيل المثال، عندما ترسل رمز تعبيري:)، يمكن أن يفهم المتلقي أنك سعيد أو مبتهج، وعندما ترسل رمز تعبيري الحزن: (، يمكن للآخرين أن يفهموا أنك غير مبتهج وحزين، هذه الرموز تضيف بعدا إنسانيا إلى الرسالة وتسهل فهم المشاعر بشكل أدق. وهناك من يرون بأن الرموز التعبيرية توصل المعنى من خلال وضوح المعنى الذي تحمله الرموز التعبيرية بنسبة 35% وهذا يعود تفسيره لأنها تستخدم على نطاق واسع في الثقافة الشعبية ووسائل التواصل الاجتماعي، على سبيل المثال، الرمز التعبيري :) يفهم عادة كرمز للابتسامة، والرمز :(يفهم كرمز للحزن، هذا يعني أن الرموز التعبيرية أصبحت جزءا من لغة الإنترنت وتم تبنيها على نطاق واسع، مما يجعل فهم المعنى الذي تحمله أمرا سهلا للكثيرين، فالرموز التعبيرية أصبحت جزءا من لغة الإنترنت المشتركة وهذا يعني أنها تستخدم بشكل واسع ومتوافق في ثقافة الإنترنت، عندما يرى الأشخاص نفس الرمز التعبيري في سياق مختلف، فإنهم غالبا ما يفهمون المعنى بسرعة نظرا للتفاهم المشترك لهذه الرموز، على سبيل المثال، الرمز التعبيري :(" يفهم على نطاق واسع كرمز للابتسامة والفرح، وهذا المعنى الشائع يجعل الفهم أكثر

سهولة للأفراد ، أما 15% فكانت القيم المفقودة للمبحوثين الذين تفادوا الإجابة وهذا يمكن أن يعود إلى عدة أسباب قد يكونون غير ملمين بالموضوع ولا يملكون الخلفية الكافية للإجابة عليه أو ربما قد يكونون مشغولين بأمور أخرى ولا يجدون الوقت للرد على هذه الأسئلة، أو قد يشعرون بعدم اليقين بشأن إجاباتهم ويفضلون تجنب الإجابة بدلا من ذلك

الجدول (21) تبريرات المبحوثين في كون أن الرموز التعبيرية لا توصل المعنى عبر الفيسبوك

النسبة %	التكرار	تبريرات المبحوثين الذين أجابوا ب (لا)
5.0	5	سوء فهم معنى الرموز التعبيرية من طرف المستخدم
23.0	23	سوء فهم المعنى الذي تحمله الرموز التعبيرية بالنسبة للمستقبل
28.0	28	المجموع
72.0	72	القيم المفقودة (المبحوثين الذين تفادوا الإجابة)
100.0	100	المجموع

المصدر: إعداد الطالبة اعتمادا على مخرجات برنامج spss إصدار 26

من خلال الجدول أعلاه الذي يوضح تبريرات المبحوثين في كون أن الرموز التعبيرية لا توصل المعنى عبر منصة فيسبوك، وهنا فهذا الجدول يبين تبريرات المبحوثين الذين أجابوا ب "لا" نجد أن فئة قليلة من المبحوثين تقر بأن الرموز التعبيرية لا توصل المعنى من خلال سوء فهم معنى الرموز التعبيرية من طرف المستقبل، بنسبة بلغت 23%، وهذا من خلال بسبب قد يكون التباين في الثقافات والخلفيات الشخصية بين المستخدمين، فالرموز التعبيرية قد تكون مألوفة وواضحة لبعض الأشخاص بناء على خلفياتهم الثقافية وتجاربهم الشخصية، لكنها قد تكون غير مألوفة لآخرين على سبيل المثال، قد يكون للرموز التعبيرية معان مختلفة في ثقافات مختلفة، أو قد ما تكون معروفة تماما في بعض المجتمعات، هذا التباين في الفهم و الثقافة يمكن أن يؤدي إلى سوء الفهم وعدم توصيل المعنى المقصود بشكل دقيق، ونظرا للتباين الثقافي والاجتماعي، في بعض الثقافات، قد تكون الرموز التعبيرية جزءا مهما من التواصل اليومي وتكون مفهومة وواضحة للجميع، بينما قد تحمل بعض الرموز التعبيرية معاني تختلف من ثقافة لأخرى، وقد تكون بعض الرموز غير مألوفة للبعض ويجدون صعوبة في فهمها، وهذا يؤدي إلى عدم قدرة بعض المستخدمين على فهم ما يقصده الآخرون عند

استخدام الرموز التعبيرية، مما يجعلها غير فعالة في نقل المعنى بشكل دقيق . وهناك من يرون بأن الرموز التعبيرية لا توصل المعنى من خلال سوء فهم معنى الرموز التعبيرية من طرف المستخدم بنسبة 5% وهذا يرجع إلى سبب أن هناك اختلاف في تفسير الرموز التعبيرية، بين المرسل والمستقبل، وهذا يعود إلى اختلاف في الثقافة أو التجارب الشخصية، على سبيل المثال، قد يكون لدى شخص معين معنى خاص به لرمز تعبيرى معين يختلف معناه الشائع. هذا يمكن أن يؤدي إلى سوء الفهم أو عدم توصيل المعنى المقصود بدقة، خاصة عندما يكون الاتصال عبر منصة فيسبوك سريعاً وغير مباشر، أو يكون هناك بعض الأشخاص قد يجدون الرموز التعبيرية غير كافية للتعبير عن مشاعرهم بشكل دقيق، قد يفضلون استخدام الكلمات أو العبارات لتوصيل ما يشعرون به بشكل أكثر تحديداً وتفصيلاً، على سبيل المثال قد يعتبر بعض الأشخاص أن استخدام الرموز التعبيرية للتعبير عن المشاعر يقلل من عمق وتعقيد تجربة التواصل البشري. أما 72% فكانت القيم المفقودة للمبحوثين الذين تفادوا الإجابة وهذا يمكن أن يعود إلى عدة أسباب قد لا يكونون مهتمين بالموضوع أو لا يرون أهمية في مناقشته، أو ربما قد يفضلون عدم المشاركة في المواضيع التي يعتبرونها مثيرة للجدل والنقاش أو معقدة

الجدول رقم (22) يوضح أسباب استخدام الفيسبوك تبعاً لمتغير الجنس

أسباب استخدام الفيسبوك	التكرار النسبة	الجنس		المجموع
		ذكر	أنثى	
إنشاء علاقات صداقة	التكرار	5	8	13
	%النسبة	5,0%	8,0%	13,0%
التسلية والترفيه	التكرار	7	26	33
	%النسبة	7,0%	26,0%	33,0%
التعرف على الأخبار والأحداث	التكرار	13	29	42
	%النسبة	13,0%	29,0%	42,0%
التثقيف	التكرار	2	10	12
	%النسبة	2,0%	10,0%	12,0%
المجموع	التكرار	27	73	100
	%النسبة	27,0%	73,0%	100,0%
قيمة ك ²	درجة الحرية	الدلالة الإحصائية	القرار الإحصائي	
2,410a	3	0,492	غير دالة عند 0.05	

المصدر: إعداد الطالبة اعتماداً على مخرجات برنامج spss إصدار 26

من خلال الجدول أعلاه الذي يوضح أسباب استخدام منصة فيسبوك تبعاً لمتغير الجنس، نجد أن من بين أولى وأهم أسباب استخدام منصة فيسبوك بنسبة كبيرة هو التعرف على الأخبار بنسبة 42% وتاليها مباشرة، استخدامه في التسلية والترفيه بنسبة بلغت 33% وبنسبة قليلة من أجل إنشاء علاقات صداقة بنسبة بلغت 13% في الأخير، وبنسبة أقل بكثير من أجل التثقيف بنسبة تصل إلى 12% وعموماً هذا راجع إلى أن استخدام منصة فيسبوك من أجل التعرف على الأخبار والتسلية والترفيه يمكن أن يكون بسبب أن الطلبة يرون بأن استخدام منصة فيسبوك للأخبار والتسلية لأنها توفر محتوى متنوع وسهولة الوصول إليه، بينما يمكن أن يتطلب إنشاء علاقات صداقة والتثقيف جهداً أكبر ووقتاً أطول على منصة فيسبوك، وهناك عدة أسباب تشجع الطلبة على عدم استخدام الفيسبوك بغرض التثقيف أو إنشاء علاقات صداقة، فقد يعتبر البعض أن منصة فيسبوك ليست بيئة مناسبة للتعليم أو لتثقيف بسبب انتشار المحتوى غير الموثوق به والتشتت بين المواضيع، وفي المقابل قد ينتج استخدام الفيسبوك لأغراض الترفيه والتسلية إنفاق الطلبة للكثير من الوقت على المنصة، مما يقلل من فرصهم للاهتمام بالتعلم أو إنشاء علاقات صداقة في بيئات أخرى، وقد يرى بعض من الطلبة أن التواصل عبر فيسبوك لا يقدم تفاعلاً حقيقياً أو عميقاً مع الآخرين مما يجعلها غير مناسبة لبناء علاقات صداقة عميقة، إذ نجد أن قضايا الخصوصية والأمان قد تكون مصدر قلق للبعض عند استخدام فيسبوك، مما قد يجعلهم يفضلون الابتعاد عن المنصة لأغراض التثقيف أو بناء العلاقات الاجتماعية ونجد أن الإناث يستخدمون منصة فيسبوك من أجل التعرف على الأخبار بنسبة 29% مقابل الذكور بنسبة 13% من أجل التسلية والترفيه بنسبة بلغت 26% لصالح الإناث بينما كانت عند الذكور بنسبة 7% بشكل كبير، وفي المقابل نجد أن استخدام منصة فيسبوك من أجل إنشاء علاقات صداقة والتثقيف كانت بنسبة أقل بكثير مقارنة بأسباب الاستخدام سابقة الذكر، إذ نجد أنه من أجل إنشاء علاقات صداقة بنسبة بلغت 8% عند الإناث بينما لدى الذكور بنسبة 5% وعلى صعيد آخر حزن الإناث بنسبة 10% في استخدام منصة فيسبوك في التثقيف، في مقابل الذكور بنسبة بلغت 2%. وباختصار ربما هذا يفسر أن من بين الأسباب التي تشجع الإناث على استخدام الفيسبوك بغرض التعرف على الأخبار والتسلية والترفيه بشكل أكبر من الذكور، كونه يقدم الدعم العاطفي لهن إذ يمكنهن من إيجاد تفهماً أكبر على منصة فيسبوك من خلال مشاركة التجارب والمشاعر مع الأصدقاء والتعارف، مما يجعلهن يشعرن بأنهن في بيئة آمنة ومريحة للتعبير عن أنفسهن، إذ يمكن للإناث استخدام منصة فيسبوك كوسيلة للوصول إلى المعلومات المفيدة بشكل أسرع وأسهل، سواء كانت ذات صلة بالأخبار أو الصحة أو المواضيع العامة الأخرى قد تهمهن وعلى الصعيد الآخر نجد الذكور بأن يفضلون استخدام الفيسبوك للأخبار والتسلية بشكل أساسي وهذا راجع لعدة عوامل، إذ يوفر فيسبوك واجهة بسيطة وسهلة الاستخدام مما يجعل الوصول إلى المحتوى والمعلومات أكثر سهولة، ويمكن الذكور من التفاعل مع المحتوى ومع الآخرين بسهولة من خلال الإعجابات والتعليقات مما يجعل تجربة الاستخدام أكثر تشويقاً، أو قد يكون لطلبة عادة استخدام الفيسبوك بالفعل لغرض

معين مثل الإطلاع على الأخبار أو مشاركة المحتوى الترفيهي مما يجعل من السهل عليهم الاستمرار في استخدامها لأغراض مماثلة، بالإضافة إلى أن فيسبوك متاح على مختلف الأجهزة مثل الهواتف الذكية والأجهزة اللوحية، لجعله خيارا ملائما للوصول إلى المحتوى في أي وقت ومكان. ويتضح جليا من خلال الجدول أعلاه وعموما أن أهم الأسباب التي تجعل الإناث والذكور يستخدمون منصة فيسبوك في التعرف على الأخبار والتسلية والترفيه، وربما لأن فيسبوك يعتبر بشكل أساسي منصة للترفيه والتسلية ويتبين من نفس الجدول عدم وجود علاقة ذات دلالة معنوية بين أسباب استخدام من فيسبوك والجنس وذلك بالنظر إلى قيمة (ك2) بلغت 2,41 ودرجة الحرية 3 وبما أن قيمة الدلالة الإحصائية 0,492 وهي أكبر من مستوى الدلالة الشائع (0,05) فإنه لا توجد علاقة بين المؤشرين أعلاه، لذلك لا نقبل الفرض البديل القائل بوجود علاقة بين أسباب استخدام منصة فيسبوك والجنس ، وعليه فإن الفروق بين الذكور والإناث غير دالة إحصائية عند مستوى 0,05 مما يشير إلى عدم وجود اختلافات حقيقية في أسباب استخدام منصة فيسبوك لدى الجنسين ، مما يشير إلى أن هذه الفروق هي فروق طبيعية بسيطة لا ترتقي لدلالة إحصائية وقد تكون ناجمة عن الصدفة ولا يمكن تعميمها على جميع أفراد المجتمع الدراسة

الجدول رقم (23) يوضح أسباب استخدام الفيسبوك تبعا لمتغير السن

المجموع	السن		التكرار النسبة	أسباب استخدام الفيسبوك
	أكثر من 25 سنة	أقل من 25 سنة		
13	4	9	التكرار	إنشاء علاقات صداقة
13,0%	4,0%	9,0%	%النسبة	
33	0	33	التكرار	التسلية والترفيه
33,0%	0,0%	33,0%	%النسبة	
42	1	41	التكرار	التعرف على الأخبار والأحداث
42,0%	1,0%	41,0%	%النسبة	
12	1	11	التكرار	التثقيف
12,0%	1,0%	11,0%	%النسبة	
100	6	94	التكرار	المجموع
100,0%	6,0%	94,0%	%النسبة	
القرار الإحصائي		الدلالة الإحصائية	درجة الحرية	قيمة ك2
غير دالة عند 0.05		0,001	3	17,339 ^a

المصدر: إعداد الطالبة اعتمادا على مخرجات برنامج spss إصدار 26

من خلال الجدول أعلاه الذي يوضح أسباب استخدام منصة فيسبوك تبعاً لمتغير السن، نجد أن من بين أولى وأهم أسباب استخدام منصة فيسبوك بنسبة كبيرة هو التعرف على الأخبار بنسبة 42% وتاليها مباشرة، استخدامه في التسلية والترفيه بنسبة بلغت 33% وبنسبة قليلة من أجل إنشاء علاقات صداقة بنسبة بلغت 13% في الأخير، وبنسبة أقل بكثير من أجل التثقيف بنسبة تصل إلى 12%. وعموماً هذا راجع إلى أن الطلبة يفضلون استخدام فيسبوك للأخبار والتسلية بشكل أساسي بسبب عوامل عدة، ففيسبوك يوفر واجهة بسيطة وسهلة الاستخدام مما يجعل الوصول إلى المحتوى والمعلومات أكثر سهولة، يمكن أيضاً لطلبة التفاعل مع المحتوى ومع الآخرين بسهولة من خلال الإعجابات والتعليقات مما يجعل تجربة الاستخدام أكثر تشويقاً، أو ربما يكون لطلبة عادة استخدام فيسبوك بالفعل لغرض معين مثل الاطلاع على الأخبار أو مشاركة المحتوى الترفيهي مما يجعل من السهل عليهم الاستمرار في استخدامها لأغراض مماثلة، إذ أن منصة فيسبوك متاحة بسهولة على مختلف الأجهزة مثل الهواتف الذكية والأجهزة اللوحية، مما يجعله خياراً ملائماً للوصول إلى المحتوى في أي وقت وفي أي مكان. ونجد أن فئة أقل من 25 سنة، يستخدمون منصة فيسبوك من أجل التعرف على الأخبار بنسبة 41% فئة أكثر من 25 سنة بنسبة 1% ومن أجل التسلية والترفيه بنسبة بلغت 33% لصالح الفئة أصغر سناً بينما لم تسجل أي استخدام لدى الفئة أكبر سناً بنسبة 0%، بشكل كبير، وفي المقابل نجد أن استخدام منصة فيسبوك من أجل إنشاء علاقات صداقة والتثقيف كانت بنسبة أقل بكثير، مقارنة بأسباب الاستخدام سابقة الذكر إذ أنه من أجل إنشاء علاقات صداقة بنسبة بلغت 9% عند الفئة أقل سناً بينما لدى الفئة أكبر سناً بنسبة 4%، وعلى صعيد آخر حازت الفئة أقل سناً بنسبة 11% في استخدام منصة فيسبوك في التثقيف، في مقابل الفئة أكبر سناً بنسبة بلغت 1%. وفي المقابل يتضح من نفس الجدول أن فئة أقل من 25 سنة يستخدمون الفيسبوك من أجل التعرف على الأخبار والتسلية والترفيه بنسبة كبيرة من فئة أكثر من 25 سنة وباختصار ربما هذا يعود إلى أن الأشخاص الذين تقل أعمارهم عن 25 سنة يهتمون بشكل أكبر في استخدام منصة فيسبوك للأخبار والتسلية والترفيه، وذلك بسبب أن الفيسبوك يعتبر وسيلة شائعة للتواصل ومشاركة المحتوى بين الشباب كما أن لديهم اهتمام أكبر بالتكنولوجيا والشبكات الاجتماعية بالإضافة إلى ذلك، قد يكون الضغط الاجتماعي من الأصدقاء والزعماء عاملاً مساهماً في استخدامهم للفيسبوك للإطلاع على الأخبار والترفيه، كما قد يكون إهتمامهم المتنوعة تشمل استخدام وسائل التواصل الاجتماعي للترفيه والتواصل بشكل أكبر، بينما قد يكون الأشخاص الأكبر سناً اهتمامات مختلفة يفضلون استخدام وسائل أخرى للحصول على المحتوى. ويتبين من نفس الجدول وجود علاقة ذات

دلالة إحصائية معنوية بين أسباب استخدام منصة فيسبوك السن وذلك بالنظر إلى قيمة (ك2) التي بلغت 17,339 ودرجة الحرية 3 وبما أن قيمة الدلالة الإحصائية 0,001 وهي أقل من مستوى الدلالة الشائع (0,05) فإنه توجد علاقة بين المؤشرين أعلاه، لذلك نقبل الفرض البديل القائل بوجود علاقة بين أسباب استخدام منصة فيسبوك والفئتين العمريتين، وعليه فإن الفروق بين الفئتين الأقل سنا والأكبر سنا دلالة إحصائية عند مستوى 0,05 مما يشير إلى وجود اختلافات حقيقية بين أسباب استخدام منصة فيسبوك بناء على السن، ويعكس هذا الاختلاف الطابع التفاعلي والاجتماعي العالي لدى الطلبة الجامعيين مع التقنيات الحديثة ووسائل التواصل الاجتماعي، مقابل الاستخدام الأكثر تحفظا وانتقائيا لأسباب استخدام منصة فيسبوك بين الفئة الأكبر سنا

الجدول رقم (24) يوضح أسباب استخدام الفيسبوك تبعا لمتغير المستوى التعليمي

المجموع	المستوى التعليمي			التكرار النسبة	أسباب استخدام الفيسبوك
	دكتوراه	ماستر	ليسانس		
13	1	5	7	التكرار	إنشاء علاقات صداقة
13,0%	1,0%	5,0%	7,0%	%النسبة	
33	0	8	25	التكرار	التسلية والترفيه
33,0%	0,0%	8,0%	25,0%	%النسبة	
42	0	10	32	التكرار	التعرف على الأخبار والأحداث
42,0%	0,0%	10,0%	32,0%	%النسبة	
12	0	5	7	التكرار	التثقيف
12,0%	0,0%	5,0%	7,0%	%النسبة	
100	1	28	71	التكرار	المجموع
100,0%	1,0%	28,0%	71,0%	%النسبة	
القرار الإحصائي		الدلالة الإحصائية		درجة الحرية	قيمة ك2
غير دالة عند 0.05		0,147		6	9,505a

المصدر: إعداد الطالبة اعتمادا على مخرجات برنامج spss إصدار 26

من خلال الجدول أعلاه الذي يوضح أسباب استخدام منصة فيسبوك تبعا لمتغير المستوى التعليمي، نجد أن من بين أولى وأهم أسباب استخدام منصة فيسبوك بنسبة كبيرة هو التعرف على الأخبار بنسبة 42% وتليها مباشرة، استخدامه في التسلية والترفيه بنسبة بلغت 33% وبنسبة قليلة من أجل إنشاء علاقات صداقة بنسبة بلغت 13% في الأخير، وبنسبة أقل بكثير من أجل التثقيف بنسبة تصل إلى 12 % وعموما هذا راجع إلى أن أسباب استخدام منصة فيسبوك من أجل التعرف على

الأخبار والتسلية والترفيه بنسبة كبيرة. ونجد أن طلبة ليسانس، يستخدمون منصة فيسبوك من أجل التعرف على الأخبار بنسبة 32% مقابل طلبة الماستر بنسبة 10% ومن أجل التسلية والترفيه بنسبة بلغت 25% لصالح طلبة ليسانس، بينما طلبة الماستر بنسبة 8%، بشكل كبير، وفي المقابل نجد أن استخدام منصة فيسبوك من أجل إنشاء علاقات صداقة والتثقيف كانت بنسبة أقل بكثير، مقارنة بأسباب الاستخدام سابقة الذكر، إذ أنه من أجل إنشاء علاقات صداقة بنسبة بلغت 7% عند طلبة ليسانس بينما لدى طلبة الماستر بنسبة 5%، ونفس النسبة لكلا الطورين من أجل استخدامها فالتثقيف إذ سجلت حالة واحدة لطلبة دكتوراه التي مثلت بحوث واحد 1% وكان سبب الاستخدام كان من أجل إنشاء علاقات صداقة وباختصار ربما هذا يفسر أن فيسبوك يعتبر بشكل أساسي منصة لتسلية والترفيه، وقد يكون لهذا تأثير على انطباع الطلبة حيال استخدامها للتثقيف أو إنشاء العلاقات، وقد يرى البعض أن البيئة الاجتماعية في فيسبوك ليست مثالية للتفاعل التعليمي أو بناء العلاقات العميقة، بينما قد يكون هناك منصات أو تطبيقات أخرى تعتبر أكثر ملائمة لهذه الأغراض مثل منصات التعليم عبر الإنترنت أو تطبيقات التواصل الاجتماعي المخصصة للتعارف وبناء العلاقات الجديدة. وفي المقابل يتضح من نفس الجدول أن طلبة ليسانس يستخدمون منصة فيسبوك أكثر من طلبة الماستر من أجل التعرف على الأخبار والتسلية والترفيه وهذا ربما يفسر أن طلبة طور ليسانس قد يظهرون اهتمامًا أكبر بالاستخدام العادي لفيسبوك للأخبار والتسلية والترفيه مقارنة بطلبة طور الماستر لعدة أسباب. بالنسبة لطلبة الليسانس، قد يكون لديهم وقت فراغ أكبر ومرونة أكبر في جدولهم الزمني، مما يسمح لهم بالاستمتاع بمحتوى الترفيه والتسلية على وسائل التواصل الاجتماعي مثل فيسبوك بشكل أكبر. علاوة على ذلك، قد يكونون أكثر تواصلًا اجتماعيًا ويبحثون عن فرص للتفاعل مع الأصدقاء والمجتمع عبر الشبكات الاجتماعية. أما بالنسبة لطلبة الماجستير، فغالبًا ما يكون لديهم العديد من الالتزامات الأكاديمية المكثفة والتي تتطلب تركيزًا أكبر على الدراسة والبحث، مما قد يقلل من وقتهم المتاح للاستخدام العادي لوسائل التواصل الاجتماعي. وبالتالي، قد يكون لديهم اهتمام أقل بالترفيه والتسلية على فيسبوك مقارنة بطلبة الليسانس ويتبين من نفس الجدول عدم وجود علاقة ذات دلالة معنوية بين أسباب استخدام منصة فيسبوك والمستوى التعليمي وذلك بالنظر إلى قيمة (ك2) التي بلغت 9,505 ودرجة الحرية 6 وبما أن قيمة الدلالة الإحصائية 0,147 وهي أكبر من مستوى الدلالة المعتاد (0,05)، فإنه لا توجد علاقة بين المؤشرين أعلاه، لذلك لا نقبل الفرض البديل القائل بوجود علاقة بين أسباب استخدام منصة فيسبوك وطوري لليسانس والماستر، وعليه فإن الفروق بين المستويين التعليميين ليسانس وماستر غير دلالة إحصائية عند مستوى 0,05 مما يشير إلى عدم

وجود اختلافات حقيقية بين أسباب استخدام منصة فيسبوك بناءاً على المستوى التعليمي، مما يشير إلى أن هذه الفروق هي فروق طبيعية بسيطة لا ترتقي دلالة إحصائية وقد تكون ناجمة عن الصدفة ولا يمكن تعميمها على جميع أفراد مجتمع الدراسة.

الجدول رقم (25) أسباب استخدام الرموز التعبيرية في الفيسبوك

أسباب استخدام الرموز التعبيرية	التكرار	النسبة %
إيضاح محتوى نص الرسالة	48	48.0
سهولة استخدامها	15	15.0
اختصار الجهد والوقت	30	30.0
إضفاء جمالية على الرسائل النصية	6	6.0
غير ذلك	1	1.0
المجموع	100	100.0

المصدر: إعداد الطالبة اعتماداً على مخرجات برنامج spss إصدار 26

من خلال الجدول أعلاه الذي يوضح أسباب استخدام الرموز التعبيرية في منصة فيسبوك نجد أن من بين أهم الأسباب لدى طلبة الجامعيين لاستخدامهم الرموز التعبيرية في منصة فيسبوك هو إيضاح محتوى الرسالة بنسبة 48% والذي يمثل 48 من المبحوثين وتلها مباشرة بنسبة 30% من أجل اختصار الوقت والجهد هذا بين أن من أهم وأولى الأسباب لاستخدام الرموز التعبيرية، وليأتي بعدها السبب الآخر بنسبة 15% من يستخدمها من أجل سهولتها، والتي مثلت 15 من المبحوثين بنسبة أقل كثير مما سبق يستخدمونها لإضفاء جمالية بنسبة 6% والتي تمثل 6 من المبحوثين وعموماً يتضح من خلال الجدول أن من بين أهم أسباب استخدام الطلبة الجامعيين للرموز في منصة فيسبوك يعود تفسيره إلى أن استخدام الرموز التعبيرية يساعد الطلبة على إيصال الرسالة بشكل أكثر وضوحاً وسهولة، حيث تعبر هذه الرموز عن المشاعر والمفاهيم بشكل سريع وبسيط، مما يوفر الجهد والوقت اللازمين لكتابة الجمل. كما أن استخدام الرموز التعبيرية يساعد في تجنب الإساءة إلى المعنى المقصود، حيث يمكن أن تكون الرموز توضيحية للنية والمزاج والتعبير عنها بشكل صحيح ودقيق. إلا أن القلة من الطلبة يستخدمون الرموز التعبيرية ليساعدهم على توصيل الرسالة بشكل أسرع وأسهل، كما أنها تضيف عنصراً من المرح والإبداع إلى التواصل الاجتماعي عبر منصة فيسبوك، وقد يستخدم بعض الطلبة الرموز التعبيرية بشكل أقل بسبب تفضيلهم للتعبير بشكل كتابي أو بسبب عدم ملائمة بعض الرموز للسياق الذي يتواجدون فيه، ولكن الرموز التعبيرية لا تزال وسيلة شائعة ومفيدة للتواصل الفعال

الجدول (26) يوضح الإشباع المحققة من استخدام الرموز التعبيرية في منصة الفيسبوك تبعاً لمتغير الجنس

المجموع	الجنس		التكرار النسبة	الإشباعات المحققة من وراء استخدام الرموز التعبيرية	
	أنثى	ذكر			
39	27	12	التكرار	الاشباعات المعرفية	
39,0%	27,0%	12,0%	%النسبة		
31	21	10	التكرار	الاشباعات العاطفية	
31,0%	21,0%	10,0%	%النسبة		
2	2	0	التكرار	الاشباعات الشخصية من خلال تحقيق المصداقية الذاتية والتعلم وصقل المهارات	
2,0%	2,0%	0,0%	%النسبة		
6	4	2	التكرار	الاشباعات الاجتماعية من خلال التفاعل والمشاركة داخل المجتمع الرقمي	
6,0%	4,0%	2,0%	%النسبة		
12	11	1	التكرار	إشباعات الترفيه والتسلية	
12,0%	11,0%	1,0%	%النسبة		
10	8	2	التكرار	جميع ما سبق	
10,0%	8,0%	2,0%	%النسبة		
100	73	27	التكرار	المجموع	
100,0%	73,0%	27,0%	%النسبة		
القرار الإحصائي		الدلالة الإحصائية		درجة الحرية	قيمة ك2
غير دالة عند 0.05		0,557		5	3,948 ^a

المصدر: إعداد الطالبة اعتماداً على مخرجات برنامج spss إصدار 26

من خلال الجدول أعلاه الذي يوضح الاشباعات المحققة من وراء إستخدام الرموز التعبيرية في منصة فيسبوك تبعاً لمتغير الجنس، نجد أن من بين أولى وأهم الاشباعات المحققة من استخدام الرموز التعبيرية بنسبة كبيرة هي تحقق الاشباعات المعرفية 39% وتالياً مباشرة، تحقق الاشباعات العاطفية بنسبة بلغت 31% وبنسبة قليلة من تحقق الاشباعات الترفيهية والتسلية بنسبة بلغت 12% أما من تحقق جميع ما سبق من الاشباعات بنسبة 10%، في الأخير، وبنسبة أقل تحقق الاشباعات الاجتماعية من خلال التفاعل والمشاركة داخل المجتمع الرقمي بنسبة تصل إلى 6%، وبنسبة أقل بكثير هي تحقق الاشباعات الشخصية من خلال تحقيق المصادقية الذاتية والتعلم وصقل المهارات بنسبة 2. وعموماً هذا راجع إلى أن الرموز التعبيرية تعزز الإشباعات المعرفية من خلال تعزيز فهم الرسائل وتسهيل تبادل المعرفة والأفكار، عند استخدام الرموز التعبيرية، يمكن للأفراد التعبير بشكل أكثر وضوحاً عن أفكارهم ومشاعرهم، وبالتالي يزيد فهمهم المتبادل، تبادل الأفكار وهذا يعزز ، الإشباع المعرفي، على سبيل المثال عند مناقشة موضوع معقد، يمكن استخدام الرموز التعبيرية لتوضيح الأفكار بشكل أفضل وجذب الفهم وتحفيز المناقشة والتفكير المعرفي. ونجد أن الإناث ، يستخدمون الرموز التعبيرية من أجل تحقق الاشباعات المعرفية بنسبة 27% مقابل الذكور بنسبة 12% ومن أجل الاشباعات العاطفية بنسبة بلغت 21% لصالح الإناث بينما كانت عند الذكور بنسبة 10% بشكل كبير، وفي المقابل نجد أن استخدام الرموز التعبيرية من أجل تحقق الاشباعات الترفيهية والتسلية وجميع ما سبق بنسبة أقل مقارنة بتحقيق الاشباعات سابقة الذكر، كانت بنسبة أقل بكثير، هي تحقق الاشباعات الاجتماعية والشخصية في آخر قائمة الترتيب، إذ نجد أنه من أجل تحقق إشباع الترفيه بنسبة بلغت 11% عند الإناث بينما لدى الذكور بنسبة 1% وعلى صعيد آخر حزن الإناث بنسبة 8% في تحقق جميع ما سبق ، في مقابل الذكور بنسبة بلغت 2%، وعلى صعيد آخر حققت الإناث بنسبة 4% من الاشباعات الاجتماعية بينما نجد الذكور بنسبة 2%، وبينما نجد أن الإناث قد حققن الاشباعات الشخصية بنسبة 2% بينما الذكور لا شيء بنسبة 0.0% وباختصار عندما يتعلق الأمر بتحقيق الاشباعات المعرفية والعاطفية، يميل الإناث إلى استخدام الرموز التعبيرية، بشكل أكبر من الذكور لعدة أسباب، التعبير عن المشاعر، يمكن للإناث أن يكون لديهن توجه أكبر نحو التعبير عن مشاعرهن وعواطفهن عند استخدام الرموز التعبيرية، يمكن للإناث كذلك التعبير بشكل أكثر دقة وإيضاح عن مشاعرهن، مما يعزز الإشباع العاطفي، وتبادل الدعم العاطفي يمكن للاستخدام المتكرر للرموز التعبيرية من قبل الإناث، أن يشجع التفاعل الاجتماعي وتبادل الدعم العاطفي، مما يساهم في تحقيق الإشباع العاطفي لهن وتعزيز التواصل العاطفي باستخدام الرموز التعبيرية، يمكن للإناث تعزيز التواصل العاطفي مع الآخرين، مما يساهم في بناء العلاقات الاجتماعية وتحقيق الإشباع العاطفي، توضيح الأفكار والمشاعر، يمكن للاستخدام المتكرر للرموز التعبيرية من قبل الإناث أن يساعد في توضيح الأفكار والمشاعر بشكل أكبر، مما يعزز الفهم المتبادل وتحقيق الإشباع المعرفي، بشكل عام يميل الإناث إلى استخدام الرموز التعبيرية بشكل أكبر لأنها تساعدن في التعبير عن مشاعرهن و

تحقيق التواصل والتفاهم العاطفي والمعرفي . ويتبين من نفس الجدول عدم وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين الاشباعات المحققة من وراء استخدام منصة فيسبوك والجنس وذلك بالنظر إلى قيمة (ك2) بلغت 3,948 ودرجة الحرية 5 وبما أن قيمة الدلالة الإحصائية 0,557 وهي أكبر من مستوى الدلالة المعتاد (0,05) فإنه لا توجد علاقة بين المؤشرين أعلاه، لذلك لا نقبل الفرض البديل القائل بوجود علاقة بين الاشباعات المحققة من وراء استخدام منصة فيسبوك والجنس ، وعليه فإن الفروق بين الذكور والإناث غير دالة إحصائية عند مستوى 0,05 مما يشير إلى عدم وجود اختلافات حقيقية في الاشباعات المحققة من وراء استخدام منصة فيسبوك لدى الجنسين ، مما يشير إلى أن هذه الفروق هي فروق طبيعية بسيطة لا ترتقي لدلالة إحصائية وقد تكون ناجمة عن الصدفة ولا يمكن تعميمها على جميع أفراد المجتمع للدراسة

الجدول رقم (27) يوضح الإشباعات المحققة في استخدام الرموز التعبيرية تبعاً لمتغير السن

المجموع	السن		التكرار النسبة	الإشباعات المحققة في استخدام الرموز التعبيرية
	أقل من 25 سنة	أكثر من 25 سنة		
39	2	37	التكرار	الاشباعات المعرفية
39,0%	2,0%	37,0%	%النسبة	
31	2	29	التكرار	الاشباعات العاطفية
31,0%	2,0%	29,0%	%النسبة	
2	0	2	التكرار	الاشباعات الشخصية من خلال تحقيق المصادقية الذاتية والتعلم وسقل المهارات
2,0%	0,0%	2,0%	%النسبة	
6	1	5	التكرار	الاشباعات الاجتماعية من خلال التفاعل والمشاركة داخل المجتمع الرقمي
6,0%	1,0%	5,0%	%النسبة	
12	1	11	التكرار	إشباعات الترفيه والتسلية
12,0%	1,0%	11,0%	%النسبة	
10	0	10	التكرار	جميع ما سبق
10,0%	0,0%	10,0%	%النسبة	
100	6	94	التكرار	المجموع
100,0%	6,0%	94,0%	%النسبة	
القرار الإحصائي		الدلالة الاحصائية	درجة الحرية	قيمة ك2
غير دالة عند 0.05		0,827	5	2,156 ^a

المصدر: إعداد الطالبة اعتماداً على مخرجات برنامج spss إصدار 26

من خلال الجدول أعلاه الذي يوضح الاشباعات المحققة من وراء استخدام الرموز التعبيرية

في منصة فيسبوك تبعاً لمتغير السن، نجد أن من بين أولى وأهم الاشباعات المحققة من استخدام

الرموز التعبيرية بنسبة كبيرة هي تحقق الاشباكات المعرفية 39% وتالياً مباشرة، تحقق الاشباكات العاطفية بنسبة بلغت 31% ونسبة قليلة من تحقق الاشباكات الترفيه والتسلية بنسبة بلغت 12% أما من تحقق جميع ما سبق من الاشباكات بنسبة 10%، في الأخير، ونسبة أقل تحقق الاشباكات الاجتماعية من خلال التفاعل والمشاركة داخل المجتمع الرقمي بنسبة تصل إلى 6%، ونسبة أقل بكثير هي تحقق الاشباكات الشخصية من خلال تحقيق المصادقية الذاتية والتعلم وصقل المهارات بنسبة 2. وعموماً هذا راجع إلى أن استخدام الرموز التعبيرية يمكن أن يحقق إشباكات معرفية وعاطفية أكثر لأنه يمكن أن يساعد في التواصل بشكل أكثر ثقة وفعالية عند التعبير عن العواطف والمشاعر، على سبيل المثال يمكن للرموز التعبيرية أن تساعد في توضيح المشاعر مثل الفرح والحزن، السخط وغيرها.... مما يعزز التواصل العاطفي والتفاهم بين الأشخاص ونجد أن فئة أقل من 25 سنة، يستخدمون الرموز التعبيرية من أجل تحقق الاشباكات المعرفية بنسبة 37% ومن أجل الاشباكات العاطفية بنسبة بلغت 29% لصالح الفئة أقل من 25 سنة بينما كانت عند الفئة أكثر من 25 سنة بنسبة 2% في كلتا الشباكتين عموماً، بشكل كبير، وفي المقابل نجد أن استخدام الرموز التعبيرية من أجل تحقق الاشباكات الترفيه والتسلية وجميع ما سبق بنسبة أقل مقارنة بتحقيق الاشباكات سابقة الذكر، كانت بنسبة أقل بكثير، هي تحقق الاشباكات الاجتماعية والشخصية في آخر قائمة الترتيب، إذ نجد أنه من أجل تحقق إشباكات الترفيه بنسبة بلغت 11% عند الفئة أقل من 25 سنة بينما لدى الفئة أكبر من 25 سنة، بنسبة 1% وعلى صعيد آخر حازت الفئة أقل من 25 سنة بنسبة 10% في تحقق جميع ما سبق، في مقابل لا شيء للفئة أكبر من 25 سنة، وعلى صعيد آخر حققت الفئة أقل من 25 سنة بنسبة 5% من الاشباكات الاجتماعية بينما نجد الفئة أكبر من 25 سنة بنسبة 1%، وفي المقابل نجد أن الفئة أقل من 25 سنة قد حققت الاشباكات الشخصية بنسبة 2% بينما الفئة أكبر من 25 سنة لا شيء بنسبة 0.0% وباختصار هناك عدة أسباب قد تسهم في أن فئة الأقل من 25 سنة قد تحقق إشباكات معرفية وعاطفية بنسبة أكبر مقارنة بالفئة الأكبر من 25 سنة، قد تكون الفئة الأقل من 25 سنة أكثر مرونة عقلية مما يتيح لها استيعاب المعلومات بشكل أفضل

وتجربة مجموعة متنوعة من الأفكار والمفاهيم، مما يؤدي إلى تحقيق إشباعات معرفية أكبر، قد تكون الفئة أقل سنا أكثر قدرة على تجربة مجموعة واسعة من المشاعر والعواطف الشبابية مما يمكن أن يؤدي إلى تحقيق إشباعات عاطفية أكبر مقارنة بالفئة الأكبر سنا التي قد تكون أكثر تماسكا في تعبيراتها العاطفية، وكذلك قد تكون الفئة أقل سنا أكثر فضولا ورغبة في استكشاف العالم وتجربة أشياء جديدة مما يؤدي إلى تحقيق إشباعات معرفية أكثر من خلال اكتساب خبرات جديدة واستكشاف مجالات جديدة، فقد تواجه الفئة الأكبر سنا تحديات شخصية مثل المسؤوليات العائلية أو المهنية، مما قد يؤثر على قدرتها على التركيز على تحقيق إشباعات معرفية وعاطفية بالمقارنة قد تكون الفئة الأقل سنا أكثر حرية في استكشاف العالم وتجربة مختلف الأنشطة والعواطف مما يساهم في تحقيق إشباعات معرفية وعاطفية بشكل عام تميل الفئة أقل سنا إلى تحقق الإشباعات المعرفية والعاطفية أكثر، وهذا قد يكون لأسباب عدة فالفئة الأقل سنا غالبا ما تكون أكثر إنفتاحا على التكنولوجيا الحديثة واستخدام الرموز التعبيرية بشكل أكثر شيوعا في التواصل اليومي، بينما قد تفضل الفئة الأكبر سنا طرق التواصل التقليدية أو تعتبر استخدام الرموز التعبيرية غير ضروري. ويتبين من نفس الجدول عدم وجود علاقة ذات دلالة معنوية بين الاشباعات المحققة من وراء استخدام منصة فيسبوك والسن وذلك بالنظر إلى قيمة (ك2) بلغت 2,156 ودرجة الحرية 5 وبما أن قيمة الدلالة الإحصائية 0,827 وهي أكبر من مستوى الدلالة المعتاد (0,05) فإنه لا توجد علاقة بين المؤشرين أعلاه، لذلك لا نقبل الفرض البديل القائل بوجود علاقة بين الاشباعات المحققة من وراء استخدام منصة فيسبوك والسن، وعليه فإن الفروق بين الفئة أقل سنا والأكبر سنا، غير دالة إحصائية عند مستوى 0,05 مما يشير إلى عدم وجود اختلافات حقيقية في الاشباعات المحققة من وراء استخدام منصة فيسبوك لدى الفئتين العمريتين، مما يشير إلى أن هذه الفروق هي فروق طبيعية بسيطة لا ترتقي لدلالة إحصائية وقد تكون ناجمة عن الصدفة ولا يمكن تعميمها على جميع أفراد المجتمع الدراسة

الجدول رقم (28) يوضح الإشباعات المحققة من وراء استخدام الرموز التعبيرية في الفيسبوك تبعاً لمتغير المستوى التعليمي

المجموع	المستوى التعليمي			التكرار النسبة	الإشباعات المحققة في استخدام الرموز التعبيرية
	دكتوراه	ماستر	ليسانس		
39	1	8	30	التكرار	الإشباعات المعرفية
39,0%	1,0%	8,0%	30,0%	%النسبة	
31	0	9	22	التكرار	الإشباعات العاطفية
31,0%	0,0%	9,0%	22,0%	%النسبة	
2	0	0	2	التكرار	الإشباعات الشخصية من خلال تحقيق المصداقية الذاتية والتعلم وصقل المهارات
2,0%	0,0%	0,0%	2,0%	%النسبة	
6	0	3	3	التكرار	الإشباعات الاجتماعية من خلال التفاعل والمشاركة داخل المجتمع الرقمي
6,0%	0,0%	3,0%	3,0%	%النسبة	
12	0	6	6	التكرار	إشباعات الترفيه والتسلية
12,0%	0,0%	6,0%	6,0%	%النسبة	
10	0	2	8	التكرار	جميع ما سبق
10,0%	0,0%	2,0%	8,0%	%النسبة	
100	1	28	71	التكرار	المجموع
100,0%	1,0%	28,0%	71,0%	%النسبة	
القرار الإحصائي		دلالة الإحصائية		درجة الحرية	قيمة لك ²
غير دالة عند 0.05		0,637		10	7,918 ^a

المصدر: إعداد الطالبة اعتماداً على مخرجات برنامج spss إصدار 26

من خلال الجدول أعلاه الذي يوضح الإشباعات المحققة من وراء استخدام الرموز التعبيرية في منصة فيسبوك تبعاً لمتغير المستوى التعليمي ، نجد أن من بين أولى وأهم الإشباعات المحققة من استخدام الرموز التعبيرية بنسبة كبيرة هي تحقق الإشباعات المعرفية 39% وتالياً مباشرة، تحقق الإشباعات العاطفية بنسبة بلغت 31% وبنسبة قليلة من تحقق الإشباعات الترفيه والتسلية بنسبة بلغت 12% أما من تحقق جميع ما سبق من الإشباعات بنسبة 10%، في الأخير، وبنسبة أقل تحقق الإشباعات الاجتماعية من خلال التفاعل والمشاركة داخل المجتمع الرقمي بنسبة تصل إلى 6%، و بنسبة أقل بكثير 2% هي تحقق الإشباعات الشخصية من خلال تحقيق المصداقية الذاتية والتعلم

وصقل المهارات بنسبة وعموما ربما قد يكون السبب أن استخدام الرموز التعبيرية يسهل عملية التواصل وتعبير عن الأفكار والمشاعر بشكل مباشر وبسيط مما يساعد على تحقيق الإشباعات المعرفية والعاطفية بشكل أكبر، الرموز التعبيرية قد تساعد في تغيير المشاعر بشكل أكثر دقة وتقديم الدعم العاطفي والتواصل غير المنطوق بشكل فعال مما يعزز التواصل الاجتماعي ويسهم في تعزيز العلاقات الإنسانية. ونجد أن طلبة طور ليسانس ، يستخدمون الرموز التعبيرية من أجل تحقق الاشباعات المعرفية بنسبة 30% مقابل طلبة طور الماستر بنسبة 8%، بينما تسجل حالة استثنائية واحد لطلبة الدكتوراة بنسبة 1% والتي تمثل مبحوث واحد فقط. ومن أجل الاشباعات العاطفية بنسبة بلغت 22% لصالح طلبة ليسانس بينما كانت عند طلبة الماستر بنسبة 0% بشكل كبير، وفي المقابل نجد أن استخدام الرموز التعبيرية من أجل تحقق الاشباعات الترفيه والتسلية وجميع ما سبق بنسبة أقل مقارنة بتحقيق الاشباعات سابقة الذكر، كانت بنسبة أقل بكثير، هي تحقق الاشباعات الاجتماعية والشخصية في أخر قائمة الترتيب، إذ نجد أنه من أجل تحقق إشباعات الترفيه بنسبة بلغت 6% عند طلبة طور ليسانس وتقابلها نفس النسبة بالنسبة لطلبة طور الماستر، وعلى صعيد أخر حاز طلبة ليسانس بنسبة 8% في تحقق جميع ما سبق ، في مقابل طلبة الماستر بنسبة بلغت 2%، وعلى صعيد أخر حقق كل من طلبة ليسانس وطلبة الماستر نفس النسبة، والتي قدرت ب 3% من الاشباعات الاجتماعية، بينما نجد طلبة ليسانس بنسبة 2%، في حين طلبة الماستر لم يحقق أي إشباع شخصي . وباختصار عندما يتعلق الأمر بتحقيق الاشباعات المعرفية والعاطفية. يميل طلبة الليسانس إلى تحقيق إشباعات معرفية وعاطفية أكثر من طلبة الماستر، ويمكن أن يكون مرتبطا بعدة عوامل، يمكن لطلاب الليسانس الشعور بإشباع معرفي وعاطفي بسبب تجربتهم الأكاديمية الجديدة والمثيرة، حيث يكتشفون مواضيع جديدة وتفاعلون مع زملائهم بشكل أكبر، قد يكون لديهم أيضا مرونة أكبر في اختيار المقررات واستكشاف مجالات متعددة، مما يسمح لهم بالتحقيق إشباعات متعددة، بالمقابل قد يكون لدى طلاب الماستر ضغط أكبر بسبب تحديات البحث والتخصص والتعمق في مجال معين، مما قد يقلل الوقت و الطاقة المخصصة للتفاعل الاجتماعي والعواطف. بشكل عام يميل طلبة ليسانس إلى تحقيق الاشباعات المعرفية والعاطفية من خلال استخدام الرموز التعبيرية بشكل أكبر، يمكن أن يحدث هذا بسبب الاختلاف في طرق التواصل والتفاعل بين الطلاب في مراحلهم الدراسية المختلفة، قد يكون لطلاب الليسانس ميول أكبر نحو استخدام الحوار العاطفي وتبادل الخبرات الشخصية لتحقيق الاشباعات العاطفية والاجتماعية، بينما يركز طلاب الماستر على النقاشات الأكاديمية وتبادل المعرفة و المهارات لتحقيق الإشباعات المعرفية. ويتبين من نفس الجدول عدم وجود علاقة ذات دلالة إحصائية

بين الاشباكات المحققة من وراء استخدام منصة فيسبوك والمستوى التعليمي وذلك بالنظر إلى قيمة (ك2) بلغت 7,918 ودرجة الحرية 10 وبما أن قيمة الدلالة الإحصائية 0,637 وهي أكبر من مستوى الدلالة المعتاد (0,05) فإنه لا توجد علاقة بين المؤشرين أعلاه، لذلك لا نقبل الفرض البديل القائل بوجود علاقة بين الاشباكات المحققة من وراء استخدام منصة فيسبوك والطورين: ليسانس والماستر، وعليه فإن الفروق بين الذكور والإناث غير دالة إحصائية عند مستوى 0,05 مما يشير إلى عدم وجود اختلافات حقيقية في الاشباكات المحققة من وراء استخدام منصة فيسبوك لدى المستويين التعليميين، مما يشير إلى أن هذه الفروق هي فروق طبيعية بسيطة لا ترتقي لدلالة إحصائية وقد تكون ناجمة عن الصدفة ولا يمكن تعميمها على جميع أفراد المجتمع الدراسة

الجدول رقم (29) يوضح الإشباكات التواصلية المحققة في استخدام الرموز التعبيرية في الفيسبوك تبعا لمتغير الجنس

الإشباكات التواصلية المحققة	الجنس		التكرار النسبة
	أنثى	ذكر	
إيصال المعاني بوضوح	41	16	التكرار
	41,0%	16,0%	%النسبة
إضافة ملامح تعبيرية على النص	32	11	التكرار
	32,0%	11,0%	%النسبة
المجموع	73	27	التكرار
	73,0%	27,0%	%النسبة
قيمة ك2	الدلالة الإحصائية		درجة الحرية
0,077 ^a	غير دالة عند 0.05		1

المصدر: إعداد الطالبة اعتمادا على مخرجات برنامج spss إصدار 26

من خلال الجدول أعلاه الذي يوضح الاشباكات التواصلية المحققة من وراء استخدام الرموز التعبيرية في منصة فيسبوك تبعا لمتغير الجنس، نجد أن الاشباكات التواصلية المحققة من استخدام الرموز التعبيرية بنسبة كبيرة إيصال المعاني بوضوح بنسبة 57 % وتالياً مباشرة، تحقق الاشباكات التواصلية من خلال إضافة ملامح تعبيرية على النص بنسبة 43 %. وعموماً ربما استخدام الرموز التعبيرية في اتصال اليومي يساهم بشكل كبير في تعزيز جودة التواصل وفهم المشاعر بين الأفراد، فهي

تضيف بعدا عاطفيا إلى الرسائل النصية مما يجعلها أكثر تفاعلية وشفافية علاوة على ذلك تساعد الرموز التعبيرية في تحسين تجربة المستخدم وزيادة الانخراط في الدردشات ووسائل الاتصال الاجتماعي حيث تعتبر وسيلة فعالة لتعبير عن المشاعر والعواطف بشكل سريع ومباشر. ونجد أن الإناث، قد استخدموا الرموز التعبيرية وتحققت الاشباكات التواصلية من خلال إيصال المعاني بوضوح بنسبة 41% مقابل الذكور بنسبة 16% ومن أجل تحقق الاشباكات التواصلية من خلال إضافة ملامح تعبيرية على النص، بنسبة بلغت 32% للإناث بينما كانت لدى الذكور بنسبة 11% بشكل كبير، إذ يتبين من نفس الجدول أن الإناث قد حققوا الإشباكات التواصلية من خلال إيصال المعاني بوضوح بشكل أكبر من الذكور، وهذا يمكن أن يكون نتيجة الاختلافات في التعبير الاجتماعي والثقافي بين الجنسين قد يكون لدى الإناث توجه أكبر نحو التواصل الاجتماعي، وتعبير للمشاعر، وقد يكونون أكثر استعدادا لاستخدام الملامح التعبيرية لتعزيز الاتصال وتأثير العوامل الاجتماعية والثقافية يمكن أن يكون أكثر بروزا في بيئة الطلاب، يمكن أن يؤثر توقعات المجتمع و الثقافة الجامعية على سلوكيات الطلاب، على سبيل المثال قد تشجع الفتيات على التعبير عن مشاعرهن والتواصل بشكل أكبر من الفتيان في بيئة تعليمية، تشجع على الانفتاح والتعبير عن الذات، بالإضافة إلى ذلك قد تكون الاختلافات في الاهتمامات والاهتمامات الشخصية بين الجنسين، لها أيضا دور في كيفية التعبير عن الأفكار والمشاعر وبشكل عام يسهم استخدام الرموز التعبيرية في تعزيز التواصل بين الطلبة وتحفيزهم للمشاركة بشكل أكثر فعالية وإيجابية في العملية العلمية، بالإضافة إلى ذلك العوامل الثقافية والاجتماعية التي تلعب أيضا دورا هاما، حيث يمكن أن تؤثر توقعات المجتمع والقيم الثقافية على كيفية تعبير الأفراد عن أنفسهم وعلى أنماط التواصل بين الجنسين. ويتبين من نفس الجدول عدم وجود علاقة ذات دلالة معنوية بين الاشباكات التواصلية المحققة من وراء استخدام منصة فيسبوك والجنس وذلك بالنظر إلى قيمة (ك2) بلغت 0,0770 ودرجة الحرية 1 وبما أن قيمة الدلالة الإحصائية 0,781 وهي أكبر من مستوى الدلالة المعتاد (0,05) فإنه لا توجد علاقة بين المؤشرين أعلاه، لذلك لا نقبل الفرض البديل القائل بوجود علاقة بين الاشباكات التواصلية المحققة من وراء استخدام منصة فيسبوك والإناث والذكور، وعليه فإن الفروق بين الذكور والإناث غير دالة إحصائية عند مستوى 0,05 مما يشير إلى عدم وجود اختلافات حقيقية في الاشباكات التواصلية المحققة من وراء استخدام منصة فيسبوك لدى الجنسين، مما يشير إلى أن هذه الفروق هي فروق طبيعية بسيطة لا ترتقي لدلالة إحصائية و قد تكون ناجمة عن الصدفة ولا يمكن تعميمها على جميع أفراد المجتمع الدراسة.

الجدول رقم (30) يوضح الإشباعات التواصلية المحققة في استخدام الرموز التعبيرية في الفيسبوك تبعاً لمتغير السن

المجموع	السن		التكرار النسبة	الإشباعات التواصلية المحققة في استخدام الرموز التعبيرية
	أكثر من 25 سنة	أقل من 25 سنة		
57	4	53	التكرار	إيصال المعاني بوضوح
57,0%	4,0%	53,0%	%النسبة	
43	2	41	التكرار	إضافة ملامح تعبيرية على النص
43,0%	2,0%	41,0%	%النسبة	
100	6	94	التكرار	المجموع
100,0%	6,0%	94,0%	%النسبة	
القرار الإحصائي		الدلالة الإحصائية	درجة الحرية	قيمة ك2
غير دالة عند 0.05		0,622	1	0,243 ^a

المصدر: إعداد الطالبة اعتماداً على مخرجات برنامج spss إصدار 26

من خلال الجدول أعلاه الذي يوضح الإشباعات التواصلية المحققة من وراء استخدام الرموز التعبيرية في منصة فيسبوك تبعاً لمتغير السن، نجد أن الإشباعات التواصلية المحققة من استخدام الرموز التعبيرية بنسبة كبيرة إيصال المعاني بوضوح بنسبة 57 % وتالياً مباشرة، تحقق الإشباعات التواصلية من خلال إضافة ملامح تعبيرية على النص بنسبة 43 %. وعموماً نجد بأن استخدام الطلبة لرموز التعبيرية يعزز الإشباعات التواصلية بتحفيز المشاركة وتعزيز التواصل بينهم عندما يستخدم الطلبة الرموز التعبيرية في الدردشات الصفية أو أثناء التواصل عبر منصات التعلم عن بعد، يمكن لهم تعبير عن مشاعرهم و مشاركة أفكارهم بشكل أكثر إيضاحاً وتفاعلاً، مما يعزز التواصل ويجعله أكثر إيجابية ومرحاً. ونجد أن فئة أقل من 25 سنة، قد استخدموا الرموز التعبيرية و تحققت الإشباعات التواصلية من خلال إيصال المعاني بوضوح بنسبة 53 % مقابل الفئة أكثر من 25 سنة بنسبة 4 %، بشكل كبير ومن أجل تحقق الإشباعات التواصلية من خلال إضافة ملامح تعبيرية على النص، بنسبة بلغت 41 % للفئة أقل من 25 سنة بينما كانت لدى الفئة أكبر سناً بنسبة 2 % إذ يتبين من نفس

الجدول أن الفئة أقل سنا قد حققوا الإشباعات التواصلية من خلال إيصال المعاني بوضوح بشكل أكبر من الفئة أكبر سنا، يمكن أن يكون تفسيره بسبب اختلافات في تطور الدماغ والنضج العقلي بين الفئتين العمريتين، قد تكون فئة أقل من 25 سنة أكثر انفتاحا على استخدام التكنولوجيا ووسائل التواصل الاجتماعي، مما يجعلهم عرضة لإستخدام الملامح التعبيرية والتواصل بشكل مباشر وواضح، بينما قد تكون فئة أكثر من 25 سنة أكثر تقليدية في أساليب التواصل وتفضيل الاتصال المباشر أو الشفهي بدلا من الرسائل النصية المكتوبة، بالإضافة إلى هذا هناك عوامل قد تؤثر على إختلاف بين الفئتين، تتأثر طرق تواصل الطلاب في الجامعة بعدة عوامل، بدءا من الثقافة الجامعية وصولا إلى الهوية الرقمية والاهتمامات الشخصية، فقد يكون لطلاب الأصغر سنا اتجاه أكبر نحو استخدام وسائل التواصل الاجتماعي، مما يجعلهم يميلون إلى التعبير بوضوح وإضافة ملامح تعبيرية، بينما قد يفضل الطلاب الأكبر سنا أساليب التواصل الأكثر تقليدية أو المباشرة نظرا للاختلاف في الثقافة الجامعية والاهتمامات الشخصية و مستوى ذو خبرة والنضج الشخصي بين الفئتين . ويتبين من نفس الجدول عدم وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين الاشباعات التواصلية المحققة من وراء استخدام منصة فيسبوك والسن وذلك بالنظر إلى قيمة (ك2) بلغت 0,2430 ودرجة الحرية 1 وبما أن قيمة الدلالة الإحصائية 0,622 وهي أكبر من مستوى الدلالة الشائع (0,05) فإنه لا توجد علاقة بين المؤشرين أعلاه، لذلك لا نقبل الفرض البديل القائل بوجود علاقة بين الاشباعات التواصلية المحققة من وراء استخدام منصة فيسبوك والفئة أقل سنا وأكبر سنا، وعليه فإن الفروق بين الفئتين العمريتين غير دالة إحصائية عند مستوى 0,05 مما يشير إلى عدم وجود اختلافات حقيقية في الاشباعات التواصلية المحققة من وراء استخدام منصة فيسبوك لدى الفئتين العمريتين ، مما يشير إلى أن هذه الفروق هي فروق طبيعية بسيطة لا ترتقي لدلالة إحصائية و قد تكون ناجمة عن الصدفة ولا يمكن تعميمها على جميع أفراد المجتمع الدراسة.

الجدول رقم (31) يوضح الإشباعات التواصلية المحققة في استخدام الرموز التعبيرية في الفيسبوك تبعاً لمتغير المستوى التعليمي

المجموع	المستوى التعليمي			التكرار النسبة	الإشباعات التواصلية المحققة في استخدام الرموز التعبيرية
	دكتوراه	ماستر	ليسانس		
57	1	19	37	التكرار	إيصال المعاني بوضوح
57,0%	1,0%	19,0%	37,0%	%النسبة	
43	0	9	34	التكرار	إضافة ملامح تعبيرية على النص
43,0%	0,0%	9,0%	34,0%	%النسبة	
100	1	28	71	التكرار	المجموع
100,0%	1,0%	28,0%	71,0%	%النسبة	
القرار الإحصائي		الدلالة الإحصائية		درجة الحرية	قيمة ك2
غير دالة عند 0.05		0,247		2	2,793 ^a

المصدر: إعداد الطالبة اعتماداً على مخرجات برنامج spss إصدار 26

من خلال الجدول أعلاه الذي يوضح الإشباعات التواصلية المحققة من وراء استخدام الرموز التعبيرية في منصة فيسبوك تبعاً لمتغير المستوى التعليمي، نجد أن الإشباعات التواصلية المحققة من خلال استخدام الرموز التعبيرية بنسبة كبيرة في إيصال المعاني بوضوح بنسبة 57 % وتليها مباشرة، تحقق الإشباعات التواصلية من خلال إضافة ملامح تعبيرية على النص بنسبة 43 %. وعموماً إن استخدام الطلبة لرموز التعبيرية يضيف عنصر إضافي من العاطفة والتواصل غير اللفظي إلى الدردشات والمناقشات عندما يشعرون بالسعادة أو الحزن أو الإثارة أو الضحك، يمكنهم استخدام الرموز التعبيرية المناسبة لتعبير عن مشاعرهم بشكل أفضل من الكلمات وحدها، هذا يخلق بيئة تواصل مرحية ومحفزة تجعل الطلاب يشعرون بأنهم جزء من مجتمع يفهم ويقدر مشاعرهم. ونجد أن طلبة ليسانس، قد استخدموا الرموز التعبيرية وتحققت الإشباعات التواصلية من خلال إيصال المعاني بوضوح بنسبة 37 % مقابل طلبة الماستر بنسبة 19 % بشكل كبير. تسجيل حالة استثنائية بنسبة 1 % تمثل مبحوث واحد من طلبة الدكتوراه. ومن أجل تحقق الإشباعات التواصلية من خلال إضافة ملامح تعبيرية على النص، بنسبة بلغت 34 % لطلبة ليسانس بينما كانت لدى طلبة الماستر بنسبة 9 % إذ يتبين من نفس الجدول أن طلبة ليسانس قد حققوا الإشباعات التواصلية من خلال إيصال المعاني بوضوح بشكل أكبر من طلبة الماستر، هذا قد يكون نتيجة لاختلاف الأهداف

والاستخدامات بين الطلاب في كل مستوى، على الأرجح يركز طلبية الماستر على التواصل الاجتماعي وبناء العلاقات الاجتماعية ، وبالتالي يستخدمون الرموز التعبيرية بشكل أكبر للتعبير عن مشاعرهم فقد يكونون أكثر تركيزاً على البحث والتحليل مما قد يقلل من استخدامهم للرموز التعبيرية في التواصل عبر منصات التواصل الاجتماعي، يمكن أن يكون هناك أسباب أخرى، على سبيل المثال، قد يكون لدى طلاب الليسانس أوقات فراغ أكثر من طلاب الماستر مما يتيح لهم المزيد من الوقت لاستخدام منصات التواصل الاجتماعي والتفاعل معها بينما قد يكون لدى طلاب الماستر العديد من المسؤوليات الأكاديمية والبحثية التي تقلل من وقتهم لاستخدام هذه المنصات، كما قد يكون هناك اختلاف في الثقافة الرقمية بين الفئتين، مما يؤدي إلى استخدام أساليب مختلفة للتواصل عبر منصة فيسبوك . ويتبين من نفس الجدول عدم وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين الاشباكات التواصلية المحققة من وراء استخدام منصة فيسبوك والمستوى التعليمي، وذلك بالنظر إلى قيمة (ك) بلغت 2,793 ودرجة الحرية 2، وبما أن قيمة الدلالة الإحصائية 0,247 وهي أكبر من مستوى الدلالة المعتاد (0,05) فإنه لا توجد علاقة بين المؤشرين أعلاه، لذلك لا نقبل الفرض البديل القائل بوجود علاقة بين الاشباكات التواصلية المحققة من وراء استخدام منصة فيسبوك، وطلبة ليسانس والماستر، وعليه فإن الفروق بين الطورين، غير دالة إحصائية عند مستوى 0,05 مما يشير إلى عدم وجود اختلافات حقيقية في الاشباكات التواصلية المحققة من وراء استخدام منصة فيسبوك لدى طلبة ليسانس والماستر ، مما يشير إلى أن هذه الفروق هي فروق طبيعية بسيطة لا ترتقي لدلالة إحصائية وقد تكون ناجمة عن الصدفة ولا يمكن تعميمها على جميع أفراد المجتمع الدراسة

• أثر الرموز التعبيرية على التواصل اللغوي:

العبارة	تكرار النسبة	موافق	محايد	معارض	موافق بشدة	معارض بشدة	المتوسط المرجح	الانحراف المعياري	النسبة %	T Test	اتجاه العينة	رتبة العبارة
1. استخدام كل الرموز التعبيرية	ت	64	20	7	5	4	1,65	1,07661	33	-12,539	معارض بشدة	1
	ن%	64,0	20,0	7,0	5,0	4,0						
2. استخدام كل لرموز التعبيرية	ت	54	19	14	4	9	1,95	1,29002	39	-8,139	معارض	4
	ن%	54,0	19,0	14,0	4,0	9,0						
3. استخدام الرموز التعبيرية يدعم اللغة المكتوبة	ت	64	14	9	9	4	1,75	1,18386	35	-10,559	معارض بشدة	6
	ن%	64,0	14,0	9,0	9,0	4,0						
4. استخدام الرموز التعبيرية يعزز من فهم الرسائل التي تتلقاها على فيسبوك	ت	60	11	7	18	4	1,95	1,32859	39	-7,903	معارض	5
	ن%	60,0	11,0	7,0	18,0	4,0						
5. الرموز التعبيرية تزيد من تفاعل المستخدمين مع منشوراتك على فيسبوك	ت	47	24	9	13	7	2,09	1,31114	41.8	-6,941	محايد	3
	ن%	47,0	24,0	9,0	13,0	7,0						

6. تميل إلى التواصل مع الأشخاص الذين يستخدمون الرموز التعبيرية بشكل مكثف على فيسبوك	ت	36	29	16	11	8	2,26	1,27620	45.2	-5,798	محايد	1
	ن%	36,0	29,0	16,0	11,0	8,0						
7. يمكن أن يؤثر استخدام الرموز التعبيرية سلباً على فهم الرسائل اللغوية على فيسبوك	ت	43	22	15	11	9	2,21	1,34311	44.2	-5,882	محايد	2
	ن%	43,0	22,0	15,0	11,0	9,0						
المحور ككل							13,86	5,03527	39.6	-14,180	غير موافق	

المصدر: إعداد الطالبة اعتماداً على مخرجات برنامج spss إصدار 26

العبارة الأولى: استخدام كل الرموز التعبيرية يوصل المعنى بشكل أوضح وأسرع من اللغة

نلاحظ من خلال الجدول أن استخدام الرموز التعبيرية في التواصل اللغوي يعد موضوعاً مثيراً للجدل بين المبحوثين، حيث نجد بشأن العبارة الأولى أن النسبة الإجمالية من العينة والتي تبلغ (33%) تعارض بشدة أن الرموز التعبيرية توصل المعنى بشكل أوضح وأسرع من اللغة النصية التقليدية، حيث أن المتوسط المرجح للإجابات (1.65) والانحراف المعياري (1.07661) يعكسان وجود تفاوت كبير في الآراء، هذا التفاوت يتضح أيضاً من نتائج اختبار T (-12,539)، التي تشير إلى وجود شريحة من المبحوثين تعارض بشدة فكرة أن الرموز التعبيرية توصل المعنى بشكل أسرع من اللغة النصية، حيث كان هناك (4) مبحوثين معارضين بشدة و(5) موافقين بشدة و(7) مبحوثين معارضين، بالإضافة إلى ذلك يوجد (20) مبحوثين كانوا محايدين و(64) مبحوثين موافقين.

يمكن الاستنتاج من هذه البيانات بشأن العبارة أن هناك رفض واسع وبشدة لفكرة أن الرموز التعبيرية تساهم في توصيل المعنى بشكل أكثر فعالية من اللغة النصية، ولكن هناك أيضاً

اختلافات واضحة في الآراء بين الأفراد مما يشير إلى أن فعالية الرموز التعبيرية قد تكون مرتبطة بعوامل ثقافية أو شخصية معينة تؤثر على كيفية استقبالها واستخدامها في التواصل اليومي.

العبارة الثانية: استخدام كل لرموز التعبيرية أثر على اللغة

نلاحظ من خلال الجدول ومن خلال العبارة الثانية يتبين لنا أن النسبة الإجمالية من العينة تبلغ 39% تعارض أن استخدام كل الرموز التعبيرية أثر على اللغة، إذ نجد أن المتوسط المرجح للإجابات (1,59) والانحراف المعياري (1,29002) يعكسان وجود تفاوت كبير في الآراء، وهذا تبين يتضح أيضا من نتائج اختبار T (-8,139) التي تشير إلى وجود فئة من المبحوثين تعارض فكرة أن استخدام كل الرموز التعبيرية أثر على اللغة، حيث كان هناك (4) من المبحوثين موافقين بشدة، (9) كانوا معارضين بشدة و(14) من المبحوثين معارضين، بينما كان (19) محايد ، وأخيرا (54) كانوا موافقين

ونستنتج في ضوء البيانات أعلاه وبخصوص العبارة الثانية أن هناك رفض ومعارضة لفكرة أن كل الرموز التعبيرية أثر على اللغة النصية المكتوبة، ولكن في نفس الوقت هناك اختلافات وآراء متفاوتة بين الأفراد مما يشير إلى أن الرموز التعبيرية لا تؤثر على اللغة، وذلك لأن اللغة تتضمن الرموز التعبيرية وليست اللغة، فاللغة أوسع من الرموز التعبيرية، والرموز التعبيرية هي سوى جزء منها ومكملة لها.

العبارة الثالثة: استخدام الرموز التعبيرية يدعم اللغة المكتوبة

نلاحظ من خلال الجدول ومن خلال العبارة الثالثة يتبين لنا أن النسبة الإجمالية من العينة تبلغ 35% محايدة، أن استخدام الرموز التعبيرية يدعم اللغة المكتوبة على، إذ نجد أن المتوسط المرجح للإجابات (1,75) والانحراف المعياري (1,1838) يعكسان وجود تفاوت كبير في الآراء، وهذا تبين يتضح أيضا من نتائج اختبار T (-10,559) التي تشير إلى وجود شريحة من المبحوثين محايدة لفكرة أن استخدام كل الرموز التعبيرية يدعم اللغة المكتوبة، حيث كان هناك (1) من المبحوثين معارضين بشدة، و(9) كانوا معارضين و(9) من المبحوثين موافقين بشدة ، بينما كان (14) محايدين ، وأخيرا (64) كانوا موافقين .

ونستنتج أنه يتضح من خلال البيانات التي تم عرضها ومن خلال الجدول وبشأن العبارة الثالثة، والتي احتلت المرتبة السادسة، ونجد أن هناك رفض كبيرا جدا ومعارضة بشدة لفكرة أن الرموز التعبيرية تدعم اللغة النصية المكتوبة، وتوضح بوجود اختلافات واضحة في آراء المبحوثين وذلك أن الرموز التعبيرية قد تؤدي إلى سوء فهم بخصوص المستقبل لرسالة النصية مما يجعل المعنى متغير ويفهم بطريقة مختلفة تماما أراد المرسل أن يقوله في الرسالة النصية ليوصلها للمستقل،

الاعتقاد بأن الرموز التعبيرية تؤثر على جودة الكتابة وتجعلها أقل احترافية، مما يؤدي استخدام الرموز التعبيرية أيضا إلى تقليل من قدرة التعبير بشكل صحيح ودقيق في اللغة المكتوبة، كما أن استخدام الرموز التعبيرية قد يقلل من مهارات التواصل الكتابي الفعال، ويجعل الأفراد أقل قدرة على التعبير عن أنفسهم بشكل دقيق ومتنوع.

العبارة الرابعة : استخدام الرموز التعبيرية يعزز من فهم الرسائل التي تتلقاها على فيسبوك

نلاحظ من خلال الجدول ومن خلال العبارة الرابعة يتبين لنا أن النسبة الإجمالية من العينة تبلغ 30% محايدة، أن استخدام الرموز التعبيرية يعزز من فهم الرسائل التي وتتلقاها على منصة فيسبوك، إذ نجد أن المتوسط المرجح للإجابات (1,05) والانحراف المعياري (1,32859) يعكسان وجود تباين كبير في الآراء، وهذا تفاوت يتبين أيضا من نتائج اختبار T (-7903) التي تشير إلى وجود فئة من المبحوثين محايدة لفكرة أن استخدام كل الرموز التعبيرية يعزز من فهم الرسائل التي تتلقاها على منصة فيسبوك، حيث كان هناك (4) من المبحوثين معارضين بشدة، و (18) كانوا موافقين و (7) من المبحوثين معارضين، بينما كان (11) محايدين ، وأخيرا (64) كانوا موافقين.

ونستنتج انه من خلال البيانات المعروضة أعلاه ومن خلال نفس الجدول وبخصوص العبارة الرابعة يتضح أن هناك رفض من قبل المبحوثين لفكرة أن الرموز التعبيرية يعزز من فهم الرسائل التي تتلقى على منصة فيسبوك وتبين الاختلافات في إبداء آراء المبحوثين بشكل ملحوظ، وهذا يبين أن الرموز التعبيرية قد لا تكون مألوفة أو مفهومة لجميع الأشخاص في مختلف الثقافات، فالسياق الاجتماعي والثقافي يلعبان دورا هاما في تفسير وفهم بالنسبة لاستخدام الرموز التعبيرية وطريقة فهمها وتفسيرها، مما يمكن أن يؤدي إلى سوء التفاهم، فهي بهذا تقلل من التعبير اللفظي وتقليل القدرة على التعبير بدقة ووضوح وقد تؤدي إلى تقليل مهارات الكتابة والتواصل.

العبارة الخامسة : الرموز التعبيرية تزيد من تفاعل المستخدمين مع منشوراتك على فيسبوك نلاحظ

من خلال الجدول ومن خلال العبارة الخامسة يتضح لنا أن النسبة الإجمالية من العينة تبلغ 41,8% محايدة، أن الرموز التعبيرية تزيد من تفاعل المستخدمين مع منشوراتك على منصة فيسبوك ، إذ نجد أن المتوسط المرجح للإجابات (2,00) والانحراف المعياري (1,31114) يعكسان وجود تفاوت كبير في الآراء، وهذا الاختلاف يتضح أيضا من نتائج اختبار T (-6,941) التي تشير إلى وجود شريحة من المبحوثين محايدة لفكرة أن استخدام كل الرموز التعبيرية تزيد من تفاعل المستخدمين مع منشوراتك على منصة فيسبوك ، حيث كان هناك (7) من المبحوثين معارضين بشدة، و (9) كانوا معارضين و (13) من المبحوثين موافقين بشدة ، بينما كان (24) محايدين ، وأخيرا (47) كانوا موافقين.

ونستنتج انه في ضوء عرض البيانات في الجدول أعلاه ومن خلال العبارة الخامسة التي تحتل المرتبة الثالثة التي يتبين من خلالها أن المبحوثين محايدين لفكرة أن الرموز التعبيرية تزيد من تفاعل المستخدمين مع المنشورات على منصة فيسبوك، وهذا يتضح جليا من خلال آراء المبحوثين، فاستخدام الرموز التعبيرية يمكن أن يساعد في تعزيز التواصل وتفاعلهم مع المنشورات ولكن ليس لجميع يستخدمونها بنفس الطريقة أو بنفس الشدة، أو يكون المبحوثين مترددين بشأن الإجابة أو إبداء رأيهم في هذه الفكرة.

العبارة السادسة : تميل إلى التواصل مع الأشخاص الذين يستخدمون الرموز التعبيرية بشكل مكثف على فيسبوك نلاحظ من خلال الجدول ومن خلال العبارة السادسة يتضح لنا أن النسبة الإجمالية من العينة تبلغ 45,2% محايدة، أن تميل إلى التواصل مع الأشخاص الذين يستخدمون الرموز التعبيرية بشكل مكثف على منصة فيسبوك، إذ نجد أن المتوسط المرجح للإجابات (2,26) والانحراف المعياري (1,27620) يعكسان وجود تباين كبير في الآراء وهذا الاختلاف يتضح أيضا من نتائج اختبار T (-5,798) التي تشير إلى وجود فئة من المبحوثين محايدة لفكرة أن تميل إلى التواصل مع الأشخاص الذي يستخدمون الرموز التعبيرية بشكل مكثف على فيسبوك ، حيث كان هناك (8) من المبحوثين معارضين بشدة، و(11) كانوا موافقين بشدة و(16) من المبحوثين معارضين بينما كان (29) محايدين ، وأخيرا (36) كانوا موافقين.

ونستنتج انه من خلال الجدول وفي ضوء البيانات يتضح أن العبارة السادسة قد احتلت المرتبة الأولى، نجد أن المبحوثين محايدين لفكرة أنه ليس هناك ميل لتواصل مع الذين يستخدمون الرموز التعبيرية بشكل مكثف على منصة فيسبوك، وتشير الإحصائيات بأن هناك تفاوت واضح في آراء المبحوثين، فالأشخاص الذين يستخدمون الرموز التعبيرية بشكل مكثف، فغالبا ليعبروا عن مشاعرهم بشكل واضح، بالنسبة للمبحوثين الذين يظهرون محايدين للفكرة، فقد يسعون للحفاظ على موقف عقلاني ومتوازن في المناقشات حيث يحاولون فهم القضية من جميع الجوانب وتجنب التحيز أو الإنحياز العاطفي.

العبارة السابعة : يمكن أن يؤثر استخدام الرموز نلاحظ من خلال الجدول ومن خلال العبارة السابعة يتضح لنا أن النسبة الإجمالية من العينة تبلغ 44,2% محايدة، أنه يمكن يؤثر استخدام الرموز التعبيرية سلبا على فهم الرسائل اللغوية على منصة فيسبوك ، إذ نجد أن المتوسط المرجح للإجابات (2,21) والانحراف المعياري (1,34311) يعكسان وجود تفاوت كبير في الآراء وهذا تباين يتضح أيضا من نتائج اختبار T (-5,882) التي تشير إلى وجود شريحة من المبحوثين محايدة لفكرة أنه يمكن

أن يؤثر استخدام الرموز التعبيرية سلبا على فهم الرسائل اللغوية على منصة فيسبوك، حيث كان هناك (9) من المبحوثين معارضين بشدة، و(15) كانوا معارضين و(18) من المبحوثين موافقين بشدة بينما كان (22) محايدين ، وأخيرا (43) كانوا موافقين.

نستنتج من خلال الجدول والعبارة السابعة التي حازت على المرتبة الثانية يظهر الحياد بخصوص فكرة أن استخدام الرموز التعبيرية يؤثر سلبا على فهم الرسائل النصية عبر منصة فيسبوك، وهذا يتضح من خلال الآراء المختلفة من طرف المبحوثين، وهذا يشير إلى أن استخدام الرموز التعبيرية بشكل متكرر وبكثرة في الرسائل النصية اللغوية على منصة فيسبوك قد يؤدي إلى تشتت انتباه القارئ وتشويشه، مما يجعله أقل قدرة على فهم المحتوى بشكل جيد، وقد يعتبرون أن استخدام الكلمات يوفر دقة أكبر في التعبير عن الأفكار والمشاعر مقارنة بالرموز التعبيرية التي قد تكون غامضة أو قد لا تعبر بشكل كاف عن المعنى المراد، أو ربما لكون المبحوثين يكونون معتادين على كتابة النصوص بشكل رسمي أو أكاديمي، دون استخدام الرموز التعبيرية وبالتالي يفضلون البقاء على هذا النمط، أو قد يرغبون في تجنب التعقيدات والإضافات الزائدة، وبالتالي يفضلون الكتابة بأسلوب بسيط يعتمد على الكلمات فقط، وقد يرون أن الرموز التعبيرية قد تؤدي إلى إمكانية الالتباس في الرسالة، وبالتالي يفضلون تجنبها لضمان روح الاتصال.

نتائج الدراسة :

بعد تفريغ البيانات والتحليل الكمي والكيفي توصلت الطالبة إلى العديد من النتائج التي تجيب على التساؤلات الخاصة بجانب الدراسة الميداني، والتي تمحورت حول استخدامات الطلبة الجامعيين للرموز التعبيرية، وأثر هذا الاستخدام على التواصل اللغوي، لطلبة جامعة خنشلة، وهل تؤثر المتغيرات الديمغرافية على كل ذلك فقد اقتصرنا الطالبة على كل من متغيري (الجنس، السن، المستوى التعليمي) ويمكن عرض أهم النتائج كما يلي :

❖ النتائج المتعلقة بوصف مجتمع الدراسة "طلبة جامعة خنشلة":

- فيما يتعلق بتوزيع أفراد العينة حسب الجنس فقد سجلت الطالبة أعلى نسبة عند الإناث بنسبة 73% ، بينما سجلت نسبة أقل بكثير لدى الذكور بنسبة 27% ونجد هنا أن هذه النتائج تبين أن عدد الإناث أكثر من عدد الذكور عند توزيع الطالبة للاستمارة على المبحوثين، وهذا يبين العدد الكبير للطلبة الإناث أكثر من الطلبة الذكور في جامعة خنشلة.
- كما سجلت الطالبة أن أعلى نسبة لدى الفئتين العمريتين هي الفئة أقل من 25 سنة بنسبة 94%، وأقل نسبة لدى الفئة العمرية أكبر من 25 سنة بنسبة 6% ، مما يوحي بوجود عدد

كبير لطلبة أصغر سنا (أقل من 25 سنة) مقارنة بالطلبة الأكبر سنا (أكثر من 25 سنة) في جامعة خنشلة.

- أما فيما يخص المستوى التعليمي فتجد الطالبة بأن أعلى نسبة سجلت هي 71% لصالح طلبة ليسانس بنسبة كبيرة، وتليها طلبة الماستر بنسبة 28% أما طلبة الدكتوراه بنسبة 1% وتعتبر حالة استثنائية وهذا يبين أن الفترة التي وزعت فيها الطالبة الاستثمارات لاحظت أن أكثر فئة تواجدا بالجامعة هي طلبة ليسانس في حين تواجد القلة من طلبة الماستر، في مقابل غياب كلي لطلبة الدكتوراه في جامعة خنشلة.

❖ النتائج المتعلقة بأسباب استخدام طلبة جامعة خنشلة لمنصة فيسبوك:

- أن كل طلبة الجامعة يستخدمون منصة فيسبوك وتعتبر الإناث هن الأكثر استخداما لهاته المنصة، كونها تقدم الدعم العاطفي لهن، وتمكنهن من إيجاد تفهما أكبر على منصة فيسبوك من خلال مشاركة التجارب والمشاعر مع الأصدقاء والتعارف، وكونه بيئة أكثر أمانا لهن للتعبير عن أنفسهن.

- يستخدم الطلبة الفيسبوك للتعرف على الأخبار والأحداث، التسلية والترفيه.

❖ النتائج المتعلقة بأسباب استخدام طلبة جامعة خنشلة للرموز التعبيرية:

- أما بالنسبة لأصناف الرموز التعبيرية الأكثر استخداما فإن أغلب طلبة الجامعة يستخدمون رموز الوجوه متعددة الملامح، وهذا لتمييزها وجاذبية ألوانها، وتعد أكثر تعبيرا، في نقل المعاني بدقة، وتقلل نسبة الملل بالنسبة للمستقبل في قراءة الرسالة.
- يستخدم غالبية المبحوثين الرموز التعبيرية لأنها تعمل على إيضاح محتوى نص الرسالة، ولاختصارها الجهد والوقت.

❖ النتائج المتعلقة بالاشباع التي يحققها المبحوثين من خلال استخدامهم للرموز التعبيرية

في منصة فيسبوك :

- يحقق المبحوثين اشباعا معرفية وعاطفية بنسبة كبيرة لدى الإناث في مقابل الذكور وهذا لأنها تساعد في التواصل بشكل أكثر ثقة وفعالية عند التعبير عن العواطف والمشاعر، ويمكن للايموجي بأن يساعد في توضيح المشاعر مثل الفرح والحزن.

❖ النتائج المتعلقة بالاشباع التواصلية التي يحققها المبحوثين من خلال استخدامهم للرموز

التعبيرية في منصة فيسبوك:

- توصلت الطالبة من خلال هته الدراسة إلى أن الأغلبية من الإناث يرون بأن الرموز التعبيرية حققت الاشباعات التواصلية من خلال إيضاح المعاني وإضافتها لملاح تعبيرة على النص وهذا يعود إلى كون الإناث يتوجهن أكثر نحو التواصل الاجتماعي، وهن الأكثر تعبيرا عن المشاعر ويعتبرن الأكثر استخداما للملاح التعبيرية لتعزيز الاتصال.
- الأغلبية المبحوثين يرون بأن الرموز التعبيرية توصل المعنى عبر منصة الفيسبوك وهذا من خلال إيصالها للمشاعر بدقة، كذلك لوضوح المعنى الذي تحمله الرموز التعبيرية.
- ❖ النتائج المتعلقة بأثر استخدام الرموز التعبيرية على التواصل اللغوي:
- فيما يخص تأثير الرموز التعبيرية على اللغة فإن استخدامها يؤثر بشكل نسبي على اللغة، وهذا لان معظم الطلبة لا يمكنهم الاستغناء عن الرموز التعبيرية في تواصلهم عبر منصة فيسبوك وقد أفرز استخدامها بعض السلبيات التي يجب الانتباه إليها وفي نفس الوقت استخدامها المكثف قد يلغي اللغة أو يؤدي بالمستخدمين إلى الاستغناء عن اللغة، واعتماد الرموز التعبيرية كلغة رسمية لهذا يجب استخدامها بعقلانية وفي حدود وترشيد الأجيال القادمة باستخدامها في المستقبل القريب وهذا لا يعني إلغائها.

خاتمة

خاتمة :

لقد حاولت الطالبة من خلال هاته الدراسة تسليط الضوء على بعض جوانب أثر استخدام الطلبة للرموز التعبيرية على التواصل اللغوي، وقد ركزت الطالبة على هذه الفئة لأنها تعتبر نخبة المجتمع والأكثر وعياً، ولها إمكانيات وطاقات، بالإضافة إلى كونها الفئة الأكثر احتكاكاً باستخدام التكنولوجيا والأكثر تواصلاً على مواقع التواصل الاجتماعي من بينها منصة فيسبوك،

وقد توصلت الطالبة من خلال هاته الدراسة بأن الرموز التعبيرية تؤثر بشكل نسبي على اللغة فلغة الرموز التعبيرية لا تؤثر على اللغة، لأن اللغة تتضمن الرموز التعبيرية حيث أن اللغة أوسع من لغة الرموز التعبيرية، وهذا الطلبة يستخدمونها لتدعيم نص الرسالة واختصارهم للجهد والوقت، فهي بهذا داعمة للغة ومكملة للمعنى وفقط.

فقد حاولت الطالبة أن تتطرق لبعض جوانب تأثير الرموز التعبيرية في منصة فيسبوك على التواصل اللغوي لدى طلبة جامعة خنشلة لتفتح الطالبة المجال أكثر أمام باحثين آخرين من بعدها لاستكشاف مداخل ومقاربات لم تتعرض لها خال دراستها، فالتطور التكنولوجي بخصوص التواصل عبر الفضاءات الرقمية خاصة منصة فيسبوك لن يتوقف عند هذا الحد فقط، بل ستطراً الكثير من التغييرات على مستوى التواصل اللغوي.

وتبقى الطالبة على أمل أن يتناول هذا الموضوع الجد مهم الذي يخص مجال التواصل والمثير للجدل الذي يبحث عن الأثر في استخدام الرموز التعبيرية في منصة فيسبوك على التواصل اللغوي ، ولا يسع الطالبة سوى أقول بأن الرموز التعبيرية قد أثبتت وجودها الفاعل ودورها في عملية التواصل داخل الفضاءات الرقمية وخاصة منصة فيسبوك كونها من أهم الأدوات التواصلية التي تساهم في تدعيم اللغة المكتوبة .

وترى الطالبة أيضاً أن استخدام الرموز التعبيرية أثر نسبياً على التواصل اللغوي إذ نجد أن طلبة الجامعة لم يستطيعوا الاستغناء عنها في تواصلهم اللغوي وفي نفس الوقت تأثيرها كان سلبياً في بعض الأحيان وهذا عند استخدامها بكثافة قد يؤدي بالمستخدمين إلى الاستغناء عن اللغة واعتماد الرموز التعبيرية كلغة رسمية لهذا وجب الترشيد باستخدامها خاصة بالنسبة للأجيال القادمة .



قائمة

المصادر والمراجع

قائمة المصادر والمراجع

القواميس والمعاجم:

- ابن جني، أبو الفتح عثمان (1994). معجم الخصائص (ط1). القاهرة: دار الكتب العلمية.
- ابن منظور، محمد بن مكرم. (2009). لسان العرب (طبعة جديدة روجعت فيها جميع الشواهد القرآنية، دار الكتب العلمية، الجزء الرابع). بيروت: دار المعارف.
- البستاني، بطرس (1987). محيط المحيط (ط1). بيروت: مكتبة لبنان.
- نور الدين، عصام (2005). معجم نور البن الوسيط عربي عربي. دار الكتب العلمية، بيروت.

الكتب:

- إبراهيم، مروان عبد المجيد. (2000). أسس البحث العلمي لإعداد الرسائل الجامعية (ط 1). الأردن.
- أنجريس، موريس. (2004). منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية. (الطبعة 1). بيروت، لبنان: دار الكتاب العربي.
- بايشوة، لحسن عبد الله، وآخرون. (2009). البحث العلمي (مفاهيم أساليب تطبيقات). دار الوفاء، الإسكندرية، مصر. ص 253
- البياتي، يوسف حضرة (2014). الإعلام الجديد الدولة الافتراضية الجديدة (ط2). الأردن: دار البداية ناشرون و موزعون.
- حجاب، محمد منير. (2010). نظريات الاتصال (ط 1). دار الفجر للنشر والتوزيع.
- الحلاق، عبد السلام (2010). المرجع في تدريس مهارات اللغة العربية وعلومها. طرابلس، لبنان: المؤسسة الحديثة للكتاب.
- حمداوي، جمال (2010). التواصل اللساني والسميائي، والتربوي. الألوكة، المغرب، ط2.
- الخرابشة، عمر محمد عبدالله. (2012). أساليب البحث العلمي (ط 2). دار الجامعة العربية للنشر، القاهرة، مصر. ص 120.
- خليل، شريف عيسى (2020). الإعلام الجديد وشبكات التواصل الاجتماعي، الإعلام الجديد شبكات التواصل الاجتماعي (ط1). عمان: دار أسامة للنشر والتوزيع.

قائمة المصادر والمراجع

- خورشيد مراد، كامل. (2011). *الاتصال الجماهيري والإعلام التكملي: الخصائص والنظريات* (ط 1). دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، جامعة الشرق الأوسط، عمان، الأردن.
- دي سويسر، فرديناند. (1916). *محاضرات في علم اللغة العامة* (ترجمة: س. ب. الهندساوي). القاهرة: دار المعارف.
- راسم، جمال محمد. (1999). *مناهج البحث في الدراسات الإعلامية* (ط 1).
- زغيب، شيماء ذو القفار. (2015). *مناهج البحث والاستخدامات الإحصائية في الدراسات الإعلامية*. دار الجامعة العربية للنشر، القاهرة، مصر. ص 239.
- السيد، أحمد (1980). *الموجز في طرق تدريس اللغة العربية* (ط 1). بيروت: دار العودة.
- الشاعر، عبد الرحمن بن إبراهيم بن عبد الله (2015). *مواقع التواصل الاجتماعي والسلوك الإنساني* (ط 1). عمان: دار الصفاء للنشر والتوزيع.
- الشباني، عادل (2016). *مكانة اللغة العربية في الإعلام الحديث: دراسة تحليلية لمجلة العربي* (ط 1). عمان: دار مجان للنشر.
- شعبان، فوزية، وصبطي، عبد العزيز (2012). *تاريخ وسائل الاتصال وتكنولوجيااته الحديثة*. الجزائر: دار الخلدونية للنشر.
- صابر فلحوط، محمد البخاري (1999). *العولمة والتبادل الإعلامي*. دار علاء الدين، دمشق.
- صادق عباس (2008). *الإعلام الجديد "المفاهيم والوسائل والتطبيقات"* (ط 1). دار الشروق للنشر والتوزيع، عمان.
- العابدي، محمد عوض. (2005). *إعداد وكتابة البحوث والرسائل الجامعية* (ط 1). شمس المعارف، القاهرة.
- عبد الحميد، محمد. (2004). *البحث العلمي في الدراسات الإعلامية*. (الطبعة 1). القاهرة، مصر: دار المعارف.
- عبد المجيد، محمد. (2004). *البحث العلمي في الدراسات الإعلامية* (ط 2). عالم الكتب، القاهرة.
- عبد المؤمن، علي عمر. (2020). *مناهج البحث في العلوم الاجتماعية الأساسية والتقنيات والأساليب*. دار المعارف، القاهرة، مصر. ص 184.
- العريبي، محسن السيد. (2016). *مناهج البحث العلمي*. دار الجامعة العربية للنشر، القاهرة، مصر. ص 31.

قائمة المصادر والمراجع

- العزاوي، رحييم يونس كرو. (2007). مقدمة في منهج البحث العلمي (طبع 1). بغداد، العراق: دار الكتب العلمية.
- علوي، محمد إبراهيم (2013). التواصل اللساني: دراسة لسانية (ط1). الأردن، عمان: دار كنوز المعرفة العلمية للنشر والتوزيع.
- عوض صابر، فاطمة، وخفاجة، ميرفت علي. (2002). أسس ومبادئ البحث العلمي. دار الجامعة العربية للنشر، القاهرة، مصر. ص 186-187.
- قمحية، حنان أحمد (2017). الفاييس بوك تحت المجهر (ط1). مصر: دار النخبة.
- اللحاح، أحمد عبد الله ، و أبوبكر، مصطفى محمود. (2002). البحث العلمي (تعريفه - خطواته - مناهجه، المفاهيم الإحصائية) (الطبعة 1). الرياض، المملكة العربية السعودية: دار عالم المعرفة للنشر والتوزيع.
- مبارك خضر، وليد (2010). أثر الفيسبوك على المجتمع (ط1). السودان: مدونة النهضة للنشر.
- مرسل، أحمد بن. (2005). مناهج البحث في علوم الإعلام والاتصال (ط 2). ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر.
- مرسل، أحمد بن. (2010). مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال (ط 4). ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر.
- المسدي، عبد السلام (1986). التفكير اللساني في الحضارة العربية (ط1، ط2). تونس: الدار العربية للكتاب.
- المشهداني، سليمان سعد، و العبيدي، فائز حمد (2021). مواقع التواصل الاجتماعي وخصائص البيئة الإعلامية الجديدة (ط1). عمان: دار أمجد للنشر والتوزيع.
- مكاوي، حسن عماد. (2008). الاتصال نظرياته المعاصرة (ط 7). الدار المصرية اللبنانية.
- مهدي، محمد محمود (1997). مدخل في تكنولوجيا الاتصال الاجتماعي. الإسكندرية، القاهرة: المكتب الجامعي الحديث.
- هلال، منال. (2012). نظريات الاتصال (ط 1). دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة.

الرسائل الجامعية:

- بن جديدي، سليمان (2016). علاقة مستوى النرجسية بالإدمان على شبكات التواصل الاجتماعي الفيس بوك لدى المراهق الجزائري. أطروحة دكتوراه، جامعة محمد خيضر، بسكرة.

قائمة المصادر والمراجع

- بن طيفور، مصطفى. (2017). أثر استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على الهوية الثقافية للشباب الجامعي -دراسة ميدانية على عينة من مستخدمي فيس بوك بجامعة مستغانم ووهران 2 (رسالة دكتوراه غير منشورة). جامعة مستغانم، مستغانم، الجزائر.
- بورحلة، سليمان (2008). أثر استخدام الإنترنت على الطلبة الجامعيين وسلوكياتهم (مذكرة ماجستير في علوم الإعلام والاتصال). جامعة الجزائر 3.
- رقاد، حليلة. (2017). آثار استخدام مواقع التواصل الاجتماعي- الفيس بوك نموذجاً- على الممارسة اللغوية لدى طلبة جامعتي احمد بن بلة ومحمد بن احمد بولاية وهران (أطروحة دكتوراه غير منشورة). جامعة مستغانم، مستغانم، الجزائر.
- مباركة خمقainen. (2017). أساليب وأدوات جمع البيانات. مجلة الذاكرة، 9، 42. جامعة قاصدي مرباح ورقلة.
- نجية، مزيان (2006). جمهور القنوات الفضائية العربية دراسة مسحية لاستخدامات واشتباكات امرأة غير العاملة بالجزائر العاصمة (مذكرة ماجستير). مجتمع الجزائر.

الدراسات والبحوث العلمية المحكمة:

- بن معزوز. (2023). نظرية الاستخدامات والإشباكات في الميديا الجديدة محاكاة أم مواكبة؟ (مدخل نظري). مجلة الدراسات الإعلامية والاتصالية 3-72 (3).
- الراشدي، سعاد، & بدر الدين (2012). التحديات التي تفرضها شبكة الإنترنت وشبكات التواصل الاجتماعي على القيم في الوطن العربي. /المجلة الدولية للتربية المتخصصة، العدد 9، المغرب.
- عابد، زكرياء (2012). دور شبكات التواصل الاجتماعي في تعبئة الرأي العام الفلسطيني. مجلة جامعة النجاح للأبحاث، العدد 6.
- عبد الفتاح، أحمد عبد الكافي (2021). استخدام طلبة الجامعات للرموز التعبيرية (الاييموجي) بمواقع التواصل الاجتماعي وانعكاساته على إدراك جودة الصداقة الافتراضية. مجلة البحوث الإعلامية، 4 (58)، ص 14-18.
- علي، ابتسام رايس (2019). استخدام الطلبة الجامعيين الجزائريين لموقع فيس بوك، دراسة استطلاعية في الأنماط والآثار على ضوء نظرية الاستخدامات والاشباكات. مجلة آفاق للعلوم، ص 184.
- العيفة، جاسم (2014). الاتصال الشخصي في عصر شبكات التواصل الاجتماعي ضرورة اجتماعية في عالم متغير. مجلة علوم الإنسان والمجتمع، العدد 10.

قائمة المصادر والمراجع

- الفتاح، أحمد عبد الكافي. (2021). استخدام طلبة الجامعات للرموز التعبيرية (الايموجي) بمواقع التواصل الاجتماعي وانعكاساته على إدراك جودة الصداقة الافتراضية. *مجلة البحوث الإعلامية*، (58).
- القاضي، محمد عثمان رجب. (2017). اللغة العربية التواصلية: مفهومها وأهم خصائصها. *مجلة الدراسات اللغوية والأدبية*. 473-494، (2) 21،
- محمد، در. (2017). أهم مناهج وعينات وأدوات البحث العلمي. *مجلة الحكمة للدراسات التربوية والنفسية* 325-330، (1) 9.
- محمدي، خديجة (2017). شبكة التواصل الاجتماعي والهوية الثقافية. *مجلة المحكمة للدراسات الإعلامية والاتصالية*، العدد 11، الجزائر.

المواقع الكترونية:

- «دليل الإيموجي». . . تعرف على معاني الإيموجي الحقيقية! (2024) nippon.com. <https://www.nippon.com/ar/views/b00137/>
- الدعيبس، وائل (2023). *الدليل الكامل للرموز التعبيرية: تاريخها ومعانيها*. Sho4U.
- س.ع. (2023). معاني ايموجي Emoji كاملة والفرق بين ايموجي والايموشن 2024. أراجيك Arageek. –
- الفيسبوك الرموز: رمز مبتسم، رمز الرموز التعبيرية، وقائمة رموز التعبيرات. [\[https://www.piliapp.com/facebook-symbols\]](https://www.piliapp.com/facebook-symbols/)
- موسوعتك بالعربي - E3arabi. (n.d.). إي عربي. <https://e3arabi.com/>
- بولهار، ناجي. (2024). *تطور بحوث استخدامات وإشباعات الجمهور*. https://www.researchgate.net/publication/379261434_ttwr_bhwhth_astkhdamat_washb_aat_aljmhwr/citation/download
- أغمين نديرة، د. (2022/2021). *تقنيات جمع البيانات*. جامعة 8 ماي 1945، فالة. <https://despace.univ.guelma.dz>

الملاحق

The student found through this study that the majority of females believe that the emojis achieved the communicative satisfaction by clarifying the meanings and adding them to the expressions of the text. This is due to the fact that females are more oriented towards social communication.

_ The majority of researchers believe that emojis communicate meaning via Facebook's platform by accurately communicating feelings, as well as the clarity of meaning carried by emojis

_ The use of emojis has a relative impact and this reflects the reactions of researchers, which sometimes tend to be consensual and sometimes neutral



جامعة الشهيد عباس لغرور خنشلة
كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية



قسم العلوم الإنسانية

تخصص: سمعي بصري

استمارة استبيان

أثر استخدام الرموز التعبيرية في منصة فيسبوك على التواصل اللغوي

لإعداد مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر

الأستاذة المشرف

إعداد الطلبة:

د. زينة جدعون

ليلى علوشن

بعد التحية والتقدير هذه الاستمارة خاصة ببحث علمي ميداني لتحضير شهادة الماستر سمعي بصري

فبياناتها لا تستخدم إلا لأغراض علمية فترجو منكم التعاون مع الطالبة لإجراء هذه الدراسة والوصول إلى

نتائج علمية صحيحة شكرا جزيلا على تعاونكم

ملاحظة: ضع (ي) علامة (X) داخل مربع الإجابة الصحيحة - لا تذكر (ي) الاسم

2024/2023

الملاحق

بيانات شخصية :

1/الجنس :

☐ ذكر

☐ أنثى

2/ السن :

☐ - أقل من 25 سنة

☐ - أكثر من 25 سنة

3/ المستوى التعليمي :

☐ -ليسانس

☐ -ماستر

☐ - دكتوراه

الملاحق

المحور الأول : عادات وأنماط استخدام المبحوثين لمنصة فيسبوك

4/ ماهي الفترة المفضلة لاستخدامك منصة فيسبوك؟

- ☐ - الفترة الصباحية
- ☐ - الفترة المسائية
- ☐ - الفترة الليلية
- ☐ - في كل الأوقات

5/ ما مدى تصفحك لمنصة فيسبوك؟

- ☐ - دائما
- ☐ - غالبا
- ☐ - أحيانا
- ☐ - نادرا

- حسب الظروف

6/ هل تستخدم (ين) منصة فيسبوك؟

- ☐ - في ساعات معينة يوميا
- ☐ - في الصباح
- ☐ - في المساء
- ☐ - في الليل
- ☐ - أوقات الفراغ

7/ ماهي طبيعة اللغة التي تستخدمها(يها) في منصة فيسبوك؟

- ☐ - لغة عربية
- ☐ - لغة أجنبية
- ☐ - لهجة عامية
- ☐ - مزج بين اللغة والرموز التعبيرية

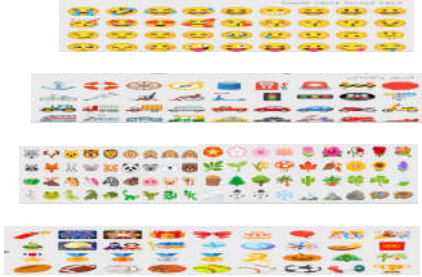
8/ هل تستخدم(ين) الرموز التعبيرية؟

- ☐ - دائما
- ☐ - غالبا
- ☐ - أحيانا
- ☐ - نادرا

الملاحق

- حسب سياق الرسالة

9/ ماهي أصناف الرموز التعبيرية التي تستخدمها (بها) بكثرة ؟



- ☐ - وجوه متعددة الملامح
- ☐ - رموز السفر والأماكن
- ☐ - رموز الطبيعة والحيوانات
- ☐ - رموز النشاطات المختلفة
- ☐ - حسب سياق الرسالة

أخرى اذكرها

10/ ماهي المواضيع التي تستخدم (ي) فيها الرموز التعبيرية؟

- ☐ - كتابة رسالة
- ☐ - دردشة نصية
- ☐ - تعليقات
- ☐ - منشورات

-أخرى اذكرها

المحور الثاني: أسباب استخدام المبحوثين للرموز التعبيرية في منصة فيسبوك

11/ ماهي أسباب استخدامك لمنصة فيسبوك؟

- ☐ - إنشاء علاقات صداقة
- ☐ - التسلية والترفيه
- ☐ - التعرف على الأخبار والأحداث
- ☐ - التثقيف

-أخرى اذكرها

12/ ماهي أسباب استخدامك للرموز التعبيرية في منصة فيسبوك؟

- ☐ - إيضاح محتوى نص الرسالة
- ☐ - سهولة استخدامها
- ☐ - اختصار الجهد والوقت

الملاحق

- إضفاء جمالية على الرسائل النصية

- أخرى أذكرها

13/ هل تعتقد أن استخدام كل الرموز التعبيرية في منصة فيسبوك يسهم في إيصال المعنى بوضوح؟

- نعم ☐

- لا ☐

14/ إذا كانت الإجابة "نعم"، هل هذا راجع إلى :

- وضوح المعنى الذي تحمله الرموز التعبيرية ☐

- إيصال المشاعر بدقة ☐

15/ إذا كانت الإجابة "لا" هل هذا راجع إلى :

- سوء فهم معنى الرموز التعبيرية من طرف المستخدم ☐

- سوء فهم المعنى الذي تحمله الرموز التعبيرية بالنسبة للمستخدم ☐

المحور الثالث : الإشاعات المحققة عند استخدام المبحوثين للرموز التعبيرية في منصة فيسبوك

16/ ماهي الإشاعات المحققة عند استخدام كل الرموز التعبيرية في منصة فيسبوك؟

- الاشاعات المعرفية ☐

- إشاعات عاطفية ☐

- الاشاعات الشخصية من خلال تحقيق المصادقية الذاتية والتعلم وسقل المهارا ☐

- الاشاعات الاجتماعية من خلال التفاعل والمشاركة داخل المجتمع الرقمي ☐

- إشاعات الترفيه والتسلية ☐

جميع ما سبق ☐

-أخرى أذكرها

.....

17/ ماهي الإشاعات التواصلية المحققة عند استخدام كل الرموز التعبيرية في منصة فيسبوك؟

- إيصال المعاني بوضوح ☐

- إضافة ملامح تعبيرية على النص ☐

-أخرى أذكرها

.....

.....

المحور الرابع: أثر الرموز التعبيرية على التواصل اللغوي

18 / استخدام كل الرموز التعبيرية يوصل المعنى بشكل أوضح وأسرع من اللغة

موافق ☐ محايد ☐ معارض ☐ موافق بشد ☐ معارض بشد ☐

19 / استخدام كل لرموز التعبيرية أثر على اللغة

موافق ☐ محايد ☐ معارض ☐ موافق بشد ☐ معارض بشد ☐

20- استخدام الرموز التعبيرية يدعم اللغة المكتوبة

موافق ☐ محايد ☐ معارض ☐ موافق بشد ☐ معارض بشد ☐

21- استخدام الرموز التعبيرية يعزز من فهم الرسائل التي تتلقاها على فيسبوك

موافق ☐ محايد ☐ معارض ☐ موافق بشد ☐ معارض بشد ☐

21- الرموز التعبيرية تزيد من تفاعل المستخدمين مع منشوراتك على فيسبوك

موافق ☐ محايد ☐ معارض ☐ موافق بشد ☐ معارض بشد ☐

22- تميل إلى التواصل مع الأشخاص الذين يستخدمون الرموز التعبيرية بشكل مكثف على فيسبوك

موافق ☐ محايد ☐ معارض ☐ موافق بشد ☐ معارض بشد ☐

23_ يمكن أن يؤثر استخدام الرموز التعبيرية سلباً على فهم الرسائل اللغوية على فيسبوك

موافق ☐ محايد ☐ معارض ☐ موافق بشد ☐ معارض بشد ☐

_ ملحق التحليل الإحصائي معامل الثبات ألفا كرونباخ :

Reliability Statistics

Cronbach's	
Alpha	N of Items
0.770	28

_ ملحق جدول إحصائي الفترة المفضلة لاستخدام الفيسبوك تبعا للجنس:

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymptotic Significance (2- sided)
Pearson Chi-Square	4,429 ^a	3	,219
Likelihood Ratio	4,651	3	,199
Linear-by-Linear Association	3,841	1	,050
N of Valid Cases	100		

a. 2 cells (25,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 1,89.

ملحق جدول إحصائي للفروق بين مفردات العينة في الفترة المفضلة لاستخدام الفيسبوك تبعا للسن

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymptotic Significance (2- sided)
Pearson Chi-Square	1,325 ^a	3	,723
Likelihood Ratio	1,109	3	,775
Linear-by-Linear Association	,577	1	,448
N of Valid Cases	100		

a. 4 cells (50,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is ,42.

ملحق جدول إحصائي للفروق بين مفردات العينة الفترة المفضلة لاستخدام الفيسبوك تبعا للمستوى التعليمي

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymptotic Significance (2- sided)
Pearson Chi-Square	5,686 ^a	6	,459
Likelihood Ratio	5,600	6	,469
Linear-by-Linear Association	1,317	1	,251
N of Valid Cases	100		

a. 7 cells (58,3%) have expected count less than 5. The minimum expected count is ,07.

_ ملحق جدول احصائي للفروق بين مفردات العينة في مدى تصفح صفحة الفيسبوك تبعا للجنس

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymptotic Significance (2- sided)
Pearson Chi-Square	3,772 ^a	4	,438
Likelihood Ratio	6,095	4	,192
Linear-by-Linear Association	,334	1	,563
N of Valid Cases	100		

a. 2 cells (20,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 2,43.

_ ملحق جدول احصائي للفروق بين مفردات العينة في مدى تصفح صفحة الفيسبوك تبعا للسن

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymptotic Significance (2- sided)
Pearson Chi-Square	5,818 ^a	4	,213
Likelihood Ratio	5,479	4	,242
Linear-by-Linear Association	1,115	1	,291
N of Valid Cases	100		

الملاحق

a. 5 cells (50,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is ,54.

ملحق جدول احصائي للفروق بين مفردات العينة في مدى تصفح صفحة الفيسبوك تبعا للمستوى التعليمي

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymptotic Significance (2- sided)
Pearson Chi-Square	14,268 ^a	8	,075
Likelihood Ratio	9,068	8	,337
Linear-by-Linear Association	,075	1	,784
N of Valid Cases	100		

a. 6 cells (40,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is ,09.

ملحق جدول التحليل الاحصائي للفروق بين مفردات العينة في أوقات استخدام منصة الفايسبوك تبعا للجنس

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymptotic Significance (2- sided)
Pearson Chi-Square	8,574 ^a	4	,073
Likelihood Ratio	8,559	4	,073
Linear-by-Linear Association	3,383	1	,066
N of Valid Cases	100		

a. 4 cells (40,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 1,08.

ملحق جدول التحليل الإحصائي للفروق بين مفردات العينة في أوقات استخدام منصة الفيسبوك حسب متغير السن

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymptotic Significance (2- sided)
Pearson Chi-Square	2,210 ^a	4	,697
Likelihood Ratio	2,483	4	,648
Linear-by-Linear Association	,104	1	,747
N of Valid Cases	100		

a. 7 cells (70,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is ,24.

ملحق جدول التحليل الاحصائي للفروق بين مفردات العينة في أوقات استخدام منصة الفايسبوك تبعا للمستوى التعليمي

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymptotic Significance (2- sided)
Pearson Chi-Square	8,806 ^a	8	,359
Likelihood Ratio	7,945	8	,439
Linear-by-Linear Association	1,069	1	,301
N of Valid Cases	100		

a. 9 cells (60,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is ,04.

ملحق جدول التحليل الإحصائي للفروق بين مفردات العينة في أصناف الرموز التعبيرية المستخدمة تبعا الجنس

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymptotic Significance (2- sided)
Pearson Chi-Square	7,061 ^a	4	,133
Likelihood Ratio	6,361	4	,174
Linear-by-Linear Association	,387	1	,534
N of Valid Cases	100		

a. 6 cells (60,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 1,08.

_ ملحق جدول التحليل الإحصائي للفروق بين مفردات العينة في أصناف الرموز التعبيرية التي تستخدمها تبعا

السن

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymptotic Significance (2- sided)
Pearson Chi-Square	16,505 ^a	4	,002
Likelihood Ratio	11,178	4	,025
Linear-by-Linear Association	2,791	1	,095
N of Valid Cases	100		

a. 8 cells (80,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is ,24.

الملاحق

ملحق جدول التحليل الاحصائي أصناف الرموز التعبيرية التي تستخدمه تبعا للمستوى التعليمي

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymptotic Significance (2- sided)
Pearson Chi-Square	3,002 ^a	8	,934
Likelihood Ratio	3,179	8	,923
Linear-by-Linear Association	,425	1	,514
N of Valid Cases	100		

a. 11 cells (73,3%) have expected count less than 5. The minimum expected count is ,04.

ملحق جدول التحليل الاحصائي مواضع تستخدم فيها رموز تعبيرية تبعا الجنس

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymptotic Significance (2- sided)
Pearson Chi-Square	3,089 ^a	3	,378
Likelihood Ratio	2,921	3	,404
Linear-by-Linear Association	1,852	1	,174
N of Valid Cases	100		

a. 3 cells (37,5%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 1,08.

ملحق جدول التحليل الاحصائي مواضع تستخدم فيها رموز تعبيرية تبعا السن

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymptotic Significance (2- sided)
Pearson Chi-Square	,353 ^a	3	,950
Likelihood Ratio	,590	3	,899
Linear-by-Linear Association	,182	1	,670

الملاحق

N of Valid Cases	100
------------------	-----

a. 5 cells (62,5%) have expected count less than 5. The minimum expected count is ,24.

ملحق جدول التحليل الاحصائي مواضيع تستخدم فيها رموز تعبيرية تبعا للمستوى التعليمي

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymptotic Significance (2- sided)
Pearson Chi-Square	3,640 ^a	6	,725
Likelihood Ratio	5,025	6	,541
Linear-by-Linear Association	,319	1	,572
N of Valid Cases	100		

a. 7 cells (58,3%) have expected count less than 5. The minimum expected count is ,04.

ملحق جدول التحليل الاحصائي للفروق بين مفردات العينة في أسباب أسباب استخدام الفايسبوك تبعا للجنس

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymptotic Significance (2- sided)
Pearson Chi-Square	2,410 ^a	3	,492
Likelihood Ratio	2,437	3	,487
Linear-by-Linear Association	,358	1	,550
N of Valid Cases	100		

a. 2 cells (25,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 3,24.

ملحق جدول التحليل الاحصائي للفروق بين مفردات العينة في أسباب استخدام الفايسبوك تبعا للسن

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymptotic Significance (2- sided)
Pearson Chi-Square	17,339 ^a	3	,001
Likelihood Ratio	13,010	3	,005
Linear-by-Linear Association	4,094	1	,043
N of Valid Cases	100		

a. 4 cells (50,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is ,72.

الملاحق

ملحق جدول التحليل الاحصائي للفروق بين مفردات العينة أسباب استخدام الفايبيوك تبعاً للمستوى التعليمي

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymptotic Significance (2- sided)
Pearson Chi-Square	9,505 ^a	6	,147
Likelihood Ratio	6,818	6	,338
Linear-by-Linear Association	,483	1	,487
N of Valid Cases	100		

a. 6 cells (50,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is ,12.

ملحق جدول التحليل الاحصائي للفروق بين مفردات العينة الإشباعات المحققة من وراء استخدام الرموز التعبيرية في الفيسبوك تبعاً للجنس

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymptotic Significance (2- sided)
Pearson Chi-Square	3,948 ^a	5	,557
Likelihood Ratio	4,991	5	,417
Linear-by-Linear Association	1,898	1	,168
N of Valid Cases	100		

a. 6 cells (50,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is ,54.

ملحق جدول التحليل الاحصائي للفروق بين مفردات العينة الإشباعات المحققة من وراء استخدام الرموز التعبيرية في الفيسبوك تبعاً للسن

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymptotic Significance (2- sided)
Pearson Chi-Square	2,156 ^a	5	,827
Likelihood Ratio	2,494	5	,777
Linear-by-Linear Association	,000	1	,989
N of Valid Cases	100		

الملاحق

a. 7 cells (58,3%) have expected count less than 5. The minimum expected count is ,12.

_ ملحق جدول التحليل الاحصائي للفروق بين مفردات العينة الإشباعات المحققة في استخدام الرموز التعبيرية تبعا للمستوى التعليمي

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymptotic Significance (2- sided)
Pearson Chi-Square	7,918 ^a	10	,637
Likelihood Ratio	8,402	10	,590
Linear-by-Linear Association	,629	1	,428
N of Valid Cases	100		

a. 12 cells (66,7%) have expected count less than 5. The minimum expected count is ,02.

_ ملحق جدول التحليل الاحصائي للفروق بين مفردات العينة الإشباعات التواصلية المحققة في استخدام الرموز التعبيرية في الفيسبوك تبعا الجنس

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymptotic Significance (2- sided)	Exact Sig. (2- sided)	Exact Sig. (1- sided)
Pearson Chi-Square	,077 ^a	1	,781		
Continuity Correction ^b	,003	1	,960		
Likelihood Ratio	,077	1	,781		
Fisher's Exact Test				,824	,482
Linear-by-Linear Association	,076	1	,782		
N of Valid Cases	100				

a. 0 cells (0,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 11,61.

b. Computed only for a 2x2 table

ملحق جدول التحليل الاحصائي للفروق بين مفردات العينة في الإشباعات التواصلية المحققة في استخدام الرموز التعبيرية في الفيسبوك تبعا للسن

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymptotic Significance (2- sided)	Exact Sig. (2- sided)	Exact Sig. (1- sided)
Pearson Chi-Square	,243 ^a	1	,622		
Continuity Correction ^b	,005	1	,946		
Likelihood Ratio	,249	1	,618		
Fisher's Exact Test				,697	,481

الملاحق

Linear-by-Linear Association	,241	1	,624		
N of Valid Cases	100				

a. 2 cells (50,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 2,58.

b. Computed only for a 2x2 table

ملحق جدول التحليل الاحصائي للفروق بين مفردات العينة في الإشباعات التواصلية المحققة في استخدام الرموز التعبيرية في الفيسبوك تبعا للمستوى التعليمي

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymptotic Significance (2- sided)
Pearson Chi-Square	2,793 ^a	2	,247
Likelihood Ratio	3,198	2	,202
Linear-by-Linear Association	2,671	1	,102
N of Valid Cases	100		

a. 2 cells (33,3%) have expected count less than 5. The minimum expected count is ,43.

$$0,80 = \frac{4}{5} = \frac{1-5}{5} = \frac{\text{أكبر درجة} - \text{أقل درجة}}{\text{عدد البدائل}}$$

الإتجاه	معارض بشدة	معارض	محايد	موافق	موافق بشدة
الفئة	1 — 1,80	1,81 — 2,60	2,61 — 3,40	3,41 — 4,20	4,21 — 5

المتوسط الفرضي: عدد الفقرات × القيمة الوسطية في معامل ليكارت الخماسي / 7 × 3 = 21

$$5.6 = \frac{28}{5} = \frac{7 - 35}{5} = \frac{\text{أكبر درجة} - \text{أقل درجة}}{\text{عدد البدائل}}$$

لتحديد حجم العينة نضيف رقم 5.6 كالآتي:

الإتجاه	معارض بشدة	معارض	محايد	موافق	موافق بشدة
الفئة	1 — 1,80	1,81 — 2,60	2,61 — 3,40	3,41 — 4,20	4,21 — 5

ne-Sample Statistics

	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
استخدام الرموز بوسائل التواصل الاجتماعي	100	1,6500	1,07661	,10766
استخدام الكلام بوسائل التواصل الاجتماعي	100	1,9500	1,29002	,12900

الملاحق

استخدام رموز تعيد عمال اللغة المكتوبة	100	1,7500	1,18386	,11839
استخدام رموز تعيد رموز فهم سائل فليس	100	1,9500	1,32859	,13286
رموز تعيد يندفع اعلام مستخدم منشورات	100	2,0900	1,31114	,13111
تميل للأشخاص المستخدمين رموز تع	100	2,2600	1,27620	,12762
تؤثر رموز تعسلبا على فهم سائل اللغة	100	2,2100	1,34311	,13431

One-Sample Test

Test Value = 3

	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
					Lower	Upper
استخدام الرموز يوصل مع ناسر عمال اللغة	-12,539	99	,000	-1,35000	-1,5636	-1,1364
استخدام كلال رموز تعائر عمال اللغة	-8,139	99	,000	-1,05000	-1,3060	-,7940
استخدام رموز تعيد عمال اللغة المكتوبة	-10,559	99	,000	-1,25000	-1,4849	-1,0151
استخدام رموز تعيد رموز فهم سائل فليس	-7,903	99	,000	-1,05000	-1,3136	-,7864
رموز تعيد يندفع اعلام مستخدم منشورات	-6,941	99	,000	-,91000	-1,1702	-,6498
تميل للأشخاص المستخدمين رموز تع	-5,798	99	,000	-,74000	-,9932	-,4868
تؤثر رموز تعسلبا على فهم سائل اللغة	-5,882	99	,000	-,79000	-1,0565	-,5235

ملحق الجداول الإحصائية في حساب المحور ككل :

T-TEST

/TESTVAL=21

/MISSING=ANALYSIS

/VARIABLES=محور_التأثير

/CRITERIA=CI (.95) .

One-Sample Statistics

	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
الدرجة الكلية	100	13,8600	5,03527	,50353

One-Sample Test

Test Value = 21

	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
					Lower	Upper
الدرجة الكلية	-14,180	99	,000	-7,14000	-8,1391	-6,1409



الحمد لله

تمت بإذن الله