

وظيفة القصة في نشر يوميات مستخدمي تطبيقات مواقع التواصل الاجتماعية "مقاربة نظرية"

د. علي مولود فاضل.

"Theoretical approach" Story function in posting social media users' daily symbiosis

Dr. Ali Fadhel

تاريخ استلام البحث 2020/7/20 تاريخ قبول البحث 2020/8/15

Abstract:

The story feature on social media sites performs several functions to the audience of its users while publishing their diary, through the function of news, censorship, entertainment, and thru the feature of the ephemeral communication that lasts only 24 hours, this feature provides the services via tools of images, videos, and texts. This feature is very popular with the audience of Social Media, who have become the storytellers of their daily stories by making this feature the door for their diary to appear to followers, plus the applications compete with each other to add continuous updates to this feature through its new versions, to attract as many digital story aficionados as possible. This study attempted to present a theoretical approach to the digital story through a descriptive and expressive approach, also to show many aspects of this feature, from the perspective of media functions, semiotic perspective, as well as in terms of the editing arts of traditional media, which sometimes come close to what this feature provides.

Keywords: Function- Story - Diar

نبذة مختصرة:

تؤدي مزية القصة story في مواقع التواصل الاجتماعي وظائف عدة إلى جمهور مستخدميها في اثناء نشرها ليومياتهم، وذلك من خلال وظيفة الإخبار، والرقابة، والترفيه، وعبر خاصية الاتصال الزائل الذي لا يدوم سوى 24 ساعة، وتقدم هذه المزية وظائفها من خلال ادواتها المتمثلة بالصور، والفيديوهات، والنصوص. تحظى هذه المزية بشعبية هائلة لدى جمهور السوشيال ميديا، الذين أصبحوا رواة لقصصهم اليومية عن طريق اتاحة هذه المزية الباب ليومياتهم بالظهور إلى المتابعين، وتتنافس التطبيقات فيما بينها من اجل اضافة تحديثات مستمرة لهذه المزية عبر اصداراتها الجديدة؛ لجذب أكبر عدد ممكن من هواة القصص الرقمية. وقد حاولت هذه الدراسة تقديم مقاربة نظرية للقصة الرقمية story من خلال منهج وصفي كيفي، وعرضها للعديد من جوانب هذه المزية، وذلك من منظور وظائف الإعلام، والمنظور السيميائي، وكذلك من حيث فنون التحرير في وسائل الإعلام التقليدية، والتي تقترب في بعض الاحيان مما توفره هذه المزية.

• الكلمات المفتاحية: وظيفة- قصة- يوميات.

● مقدمة:

غيرت الثورة التكنولوجية معالم الحياة البشرية وطريقة التواصل بين مواطني القرية الصغيرة الذين شكلتهم البيئة الجديدة، وجعلتهم يكتشفون ذواتهم بطريقة مختلفة عما ألفتها الاجيال السابقة، وذلك من خلال فسحها المجال لرؤية العالم الرقمي من منظور شاشات تلي احتياجات الناس عبر "نقرة" واحدة على جدار القرية الملساء.

كما أن مواقع التواصل الاجتماعي وما أحدثته من تقارب زمكاني بين جمهورها المستخدم، جعل حياة الآخرين متاحة لأغلبية سكان العالم الافتراضي ولم يعد الاتصال في ظلها صعبا أو متعذرا، ومع استمرار التطور السريع في هذه تطبيقات التواصل عبر الانترنت وما توفره من مزايا جديدة تقترب كثيرا من الحياة التقليدية ولكن بطريقة الكترونية؛ أصبح من الصعب عدم الركون إلى هذه التقنية ودراسة تفاصيلها ومزاياها، وواحدة من هذه المزايا التي تقدمها تطبيقات مواقع التواصل الاجتماعي هي مزية الـ story، هذه المزية التي حظيت بشعبية كبيرة لدى مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي منذ انطلاقتها في عام 2011 عبر تطبيق "سناب شات" وزادت هذه الخطوة بعدما قامت تطبيقات عدة باستنساخها لتصبح واحدة من أكثر المزايا تفاعلا عند جمهور هذه التطبيقات؛ والذين وجدوا فيها خاصية متميزة لنشر يومياتهم من خلالها، ويصيرون رواة لقصصهم وما يجري من أحداث شخصية في الـ 24 ساعة من يومهم.

ولأهمية هذه المزية وما تحققة من اهتمام واضح من قبل جمهورها؛ جاءت هذه الدراسة لكي تقدم مقاربة نظرية للوظائف التي تقدمها هذه المزية، لاسيما عند مقاربتها مع وظائف وسائل الإعلام، وكذلك تعرض هذه الدراسة القصة الـ story من منظور علم العلامات "السميائية" وتنتهي الدراسة عندما تقدم مقاربة نظرية اخرى لهذه المزية مع فنون التحرير في وسائل الإعلام، وذلك من خلال منهج وصفي كفي، وعبر أداة الملاحظة التي وظفها الباحث لخدمة دراسته.

● العناصر المنهجية للدراسة، وتشمل:

أولا: مشكلة الدراسة:

تؤدي مزية القصة الـ story وظائف عدة لمستخدمي تطبيقات التواصل الاجتماعي؛ وذلك من خلال ما تتيحه من فرص في نشر يوميات روادها خلال 24 ساعة من لحظة انشائها؛ ومن اجل معرفة هذه الوظائف المقدمة عبر تطبيقات مواقع التواصل تم تحديد مشكلة الدراسة في التساؤل الرئيس التالي:

ما الوظائف التي تقدمها القصة الـ story إلى مستخدمي تطبيقات مواقع التواصل الاجتماعية عند نشرها ليومياتهم؟

ويتفرع من هذا السؤال عدة أسئلة فرعية، تتمثل في التالي:

1. ما القصة الـ story في تطبيقات مواقع التواصل الاجتماعية؟
2. ما التسلسل التاريخي لظهور القصة الـ story في تطبيقات مواقع التواصل الاجتماعية؟
3. ما أدوات القصة الـ story في تطبيقات مواقع التواصل الاجتماعية؟

4. ما وظائف القصة story في تطبيقات مواقع التواصل الاجتماعية؟
5. كيف تُناقش القصة story في تطبيقات مواقع التواصل الاجتماعي، من المنظور السيميائي؟
6. ما أوجه التقارب النظري بين القصة story في تطبيقات مواقع التواصل الاجتماعي، والفنون التحريرية في وسائل الإعلام؟

ثانياً: أهداف الدراسة:

تسعى هذه الدراسة الوصول إلى هدف رئيس، مفاده معرفة وظائف القصة story المقدمة إلى مستخدمين عبر تطبيقات مواقع التواصل الاجتماعية عند نشرهم ليومياتهم. ويتفرع من هذا الهدف، عدة أهداف ثانوية، وتكمن في التالي:

1. التعرف الى القصة story في تطبيقات مواقع التواصل الاجتماعي.
2. الكشف عن التسلسل التاريخي لظهور القصة story في تطبيقات مواقع التواصل الاجتماعي.
3. معرفة أدوات القصة story في تطبيقات مواقع التواصل الاجتماعي.
4. تحديد وظائف القصة story في تطبيقات مواقع التواصل الاجتماعي.
5. مناقشة القصة story في تطبيقات مواقع التواصل الاجتماعي، من المنظور السيميائي.
6. معرفة أوجه التقارب النظري بين القصة story في تطبيقات مواقع التواصل الاجتماعي، والفنون التحريرية في وسائل الإعلام.

ثالثاً: أهمية الدراسة:

أ- الأهمية العلمية:

تنطلق أهمية هذه الدراسة من الناحية العلمية؛ من أهمية القصة story في مواقع التواصل الاجتماعي، وما تقدمه هذه المزية إلى جمهور المستخدمين، ويمكن ان تعد هذه الدراسة من المحاولات الجديدة في المجال البحثي من حيث كشفها عن الوظيفة التي تقدمها مزية story إلى رواة القصص الرقمية ويومياتهم؛ كونها تعرض القصة من أغلب جوانبها، وبذلك ربما تكون اضافة جديدة في مضار الدراسات الإعلامية الخاصة بتطبيقات مواقع التواصل الاجتماعي.

ب- الأهمية العملية:

تكمن أهمية هذه الدراسة العملية من كونها تعرّف المستخدمين بأهمية القصص الرقمية، ووظيفة هذا السرد الذي يجري عبر تطبيقات مواقع التواصل الاجتماعي؛ خاصة مع تنامي جمهور مزية story التي باتت تحظى بشعبية واسعة لدى روادها، وبالتالي يمكن لهذه الدراسة أن تكشف لهم عن معلومات جديدة حول سلوكهم في نشر يومياتهم من خلال هذه المزية.

رابعاً: مصطلحات الدراسة:

1. وظيفة: تعرف الوظيفة في وسائل الإعلام طبقاً لما تؤديه، ولكن يمكن أن تكون " الدور أو الاداء الذي تمارسه هذه الوسائل في التطور الحضاري، وبعبارة أخرى البعد الحضاري وأدوات إنتاجه من جانب، ولعلاقات الإنتاج من جانب آخر، حيث الارضية المادية لخط الإنتاج في النظام الاتصالي أثرها الواضح في العلاقة بين طرفي الاتصال (المنتج)، والمستقبل (المستهلك)؛ لأن الإنسان يظل دائماً وبالضرورة متفاعلاً مع وسائل إنتاجه³⁴.
2. القصة *story*: مزية تتيحها بعض تطبيقات وسائل التواصل الاجتماعي يمكن للمستخدمين نشر الصور ومقاطع الفيديو والنصوص من خلالها، والتي تظل متوفرة احتياطياً مدة 24 ساعة فقط وتكون مرئية لكل واحد من متابعيه. ومع ذلك، عندما يكون الوقت أعلى تختفي الصور ومقاطع الفيديو والنصوص تلقائياً ولا يمكن استردادها من قبل المستخدم بعد الآن³⁵.
3. تطبيقات التواصل الاجتماعي: يرجع مفهوم تطبيقات التواصل الاجتماعي بالمعنى العام إلى مصطلح يطلق على مجموعة من المواقع على شبكة الانترنت تتيح التواصل بين الافراد في بيئة مجتمع افتراضي يجمعهم حسب مجموعات اهتمام أو مواقع انتماء البلد، الجامعة، المدرسة، الشركة... وغيرها، وكل هذا يتم عن طريق خدمات التواصل المباشر، مثل: ارسال رسائل، أو الاطلاع على الملفات الشخصية للآخرين، ومعرفة أخبارهم ومعلوماتهم التي يتيحونها للعرض... الخ من الخدمات³⁶.

خامساً: الدراسات السابقة:

تعد مراجعة التراث العلمي واحدة من المهام الرئيسة للباحث في دراسته؛ كونها تثرى ملكته العلمية بالعديد من المعلومات التي تساعده على بلوغ المعرفة فيما يبحث؛ ولأن مزية ال *story* حديثة مقارنة مع مجالات البحث العلمي في الجامعات العربية؛ فقد عانى الباحث في اثناء دراسته لهذا الموضوع قلته؛ لذلك تعذر ادراجها.

• العناصر الاجرائية للدراسة، وتشمل:

أولاً: منهج الدراسة ونوعها:

تعد هذه الدراسة من انواع الدراسات الوصفية النظرية، والتي تصف الظاهرة وكيفية حدوثها. وقد اعتمد الباحث المنهج المسحي؛ وذلك من خلال اجراء مسح على أكبر عدد ممكن من المصادر الاجنبية والعربية التي تناولت موضوع ال *story*، وحدد مضمون منهجه بالكيفي؛ من اجل الوصول إلى نتائج توضح كيف تقدم مزية ال "قصتي" الوظائف العديدة لمستخدميها.

ثانياً: مجتمع البحث وعينته:

³⁴ حميدة مهدي سميسم، نظرية الرأي العام، ط1 (البار الثقافية للنشر، 2005)، p. 217.

³⁵ Marina Amâncio, " Put It in Your Story ": Digital Storytelling in Instagram and Snapchat Stories .', 2017.

³⁶ أحمد حامد منصور، أساسيات تكنولوجيا الترية (دمياط، القاهرة: العصرية، المكتبة، 2010).

يتشكل مجتمع هذه الدراسة من تطبيقات مواقع التواصل الاجتماعي كافة، وهذه التطبيقات تساعد الباحث على اختيار عينة عمدية يتم تحديدها بالتطبيقات التي توفر ميزة الـ story في تحديثاتها المقدمة إلى جمهور المستخدمين.

ثالثاً: حدود الدراسة:

1. الحدود الزمانية: وتمثل الحدود الزمانية لهذه الدراسة في مدة اعدادها، والتي جرت منذ 2020/6/1-3/1، وتم خلالها مراجعة العديد من الدراسات في مجال القصة والرواية الرقمية وكذلك التطبيقات والمزايا الحديثة في مواقع التواصل الاجتماعي.
2. الحدود المكانية: وتحدد في مكان اعداد هذه الدراسة والمتمثلة بالعاصمة العراقية بغداد، حيث يسكن الباحث عند اعداده لهذه الدراسة.
3. الحدود الموضوعية: وتتركز الحدود الموضوعية لهذه الدراسة من خلال الوظائف التي تقدمها ميزة story إلى جمهور المستخدمين عبر تطبيقات التواصل الاجتماعي.

رابعاً: أداة الدراسة:

استخدم الباحث في اثناء اعداده لهذه الدراسة أداة " الملاحظة " والتي تعرف على أنها: "عملية مشاهدة ومراقبة لسلوك الظواهر والمشكلات والأحداث ومكوناتها المادية والبيئية ومتابعة سيرها واتجاهاتها وعلاقتها بأسلوب علمي منظم ومخطط وهادف؛ بقصد التفسير وتحديد العلاقة بين المتغيرات والتنبؤ بسلوك الظاهرة وتوجهها لخدمة اغراض الانسان وتلبية حاجاته³⁷؛ وذلك لغرض الوصول إلى النتائج الواضحة لهذه الدراسة، عن طريق متابعة العديد من مستخدمي ميزة story عبر مواقع عدة.

● مقاربة لمفهوم القصة الرقمية story

يعد السرد واحداً من أشكال الاتصال التي مرت عبر مراحل تطور الحياة البشرية، فلا يمكن نسيان أهمية دور رواية القصص في الثقافة والمجتمع؛ إذ يعد سرد القصص من أهم الطرائق التي تسعى إلى مد جسور التواصل بين الحاضر والماضي. وإذا راجعنا كيف تم نقل كل ذلك التراث عن حياتهم اليومية، سنلاحظ قد تغير الكثير من ذلك الحين إلى اليوم، ولأدركنا أن رواية القصص هي أفضل طريقة ثقافية للحفاظ على الحياة اليومية للناس. إذ يمكن للقصص أن تشرك عقولنا، وتتحدى معتقداتنا، وتشعل الذكريات القديمة إلى الحد الذي نريد أن نسمعه يُروى مراراً وتكراراً³⁸. إذ يتم الجمع بين الكلمات وسردها بطريقة تبني صورة في ذهن المتلقي وترسم قصة أعمق وأعمق مع كل عبارة يتلقاها، فرواية القصص هي جانب حاضر جداً من جوانب الحياة البشرية. ومع ذلك، فقد تغير الكثير منذ العصر الحجري وتطورت وسائل رواية القصص، على نحو واسع من الاختلاف.

وقد أحدث ظهور وسائل الإعلام المختلفة، وتحديداً الحديثة منها والإنترنت ووسائل التواصل الاجتماعي بعداً مختلفاً لرواية القصص؛ إذ أتاح ما يعرف برواية القصص الرقمية عبر منصاته، هذا المفهوم الذي يربط الممارسة القديمة مع أحدث التقنيات المتاحة. فرواية القصص الرقمية لها معانٍ وخصائص مختلفة

³⁷ عثمان محمد غنيم ربحي مصطفى عليان، مناهج وأساليب البحث العلمي (عمان: دار الصفا للتوزيع والنشر، 2000).
³⁸ Cynthia Marie Garrety, 'Digital Storytelling: An Emerging Tool for Student and Teacher Learning', 2008, p. 8

اعتادًا على المجال الذي يتم تطبيقه عليها؛ لان هناك دائمًا متعة في جعل قصص من حياة المرء الخاصة ويوميته سهلة ويمكن الوصول إليها ومعرفة تفاصيلها؛ ولهذا كانت تجربة السرد مع مواقع التواصل الاجتماعي قفزة جديدة ومثيرة وملهمة. إلى جانب جاذبية التكنولوجيا الرقمية، فتح الإنترنت أصبح لكل شخص فرصة لسرد قصته اليومية، وذلك باستخدام الصور الفوتوغرافية ومقاطع الفيديو والصور المتحركة والنصوص³⁹. وفي هذا المجال يقدم (نغوين) منظورًا مهمًا جدًا لرواية القصص في وسائل التواصل الاجتماعي بقوله: "لكل إنسان قصص عديدة يرويها"⁴⁰؛ لأن القصة القائمة على تجربة الحياة، هي مجرد نقطة عبور لخطوط مختلفة من السرد: الثقافة، والعرق، والتاريخ، والمجتمع، والاقتصاد... الخ، والحياة البشرية هي سلسلة من الروايات، لأن تجربة الحياة موجودة بطبيعتها في الذاكرة وفي قطاعات مثل الحلقات السردية اليومية، ونظرًا لأن وسائل التواصل الاجتماعي تعكس السلوك البشري بسبب استخدامه لها⁴¹، وإحدى الخصائص الرئيسة لها هي التواصل مع ما تفعله، ومن أنت، وأين أنت، وما إلى ذلك. فان فكرة القصص الرقمية تبدو مرحلة مهمة في حياة المواطن الرقمي؛ لهذا أطلق تطبيق "سناب شات" في عام 2011 مزية الـ "قصص" أو ما تُعرف بـ story والفكرة الرئيسة من هذه المزية هي أن "يروي الناس قصصهم" أو حياتهم اليومية من خلال مقاطع الفيديو والصور والنصوص في المنصات الرقمية⁴². لذلك؛ فإن البشر هم أساس رواة القصص، وهذا هو المنطق وراء النجاح والطلب في سرد القصص على وسائل الاعلام الاجتماعية، وخاصة تلك التي لديها مزية تسمى قصص، إذ ان فهم سلوك المستخدم هو النية الأولى للدراسات على المنصات الجديدة، وعندما يتعلق الأمر بوظيفة تلك الوسائط وما تقدمه؛ فإن العديد من الدراسات ستبحث في نوع المحتوى الذي يتم مشاركته، والموضوعات التي يتم إنشائها، وذلك من خلال الصور ومقاطع الفيديو الفورية؛ نظرًا لأن الفكرة الرئيسة في الـ story هي في نشر شيء ما حدث للتو، بينما يمكن نشر الصور ومقاطع الفيديو القديمة في مزايا أخرى للمنصات⁴³.

ويمكن الوصول إلى تعريف يوجز مزية القصة أو الـ story أو الحالة، على أنها: نشر ومشاركة الصور ومقاطع الفيديو والنصوص التي تظل مرئية لآخر 24 ساعة منذ عرضها، وتكون متاحة لكل المتابعين، عدا الذين يتم تحديدهم من قبل القاص، وعندما يكون الوقت أعلى؛ تختفي الصور ومقاطع الفيديو تلقائيًا، ولا يمكن استردادها من قبل المستخدم بعد اختفائها، وتوفر مزية القصة عددا من الخيارات التي يتيحها التطبيق؛ لسرد سلسلة من الأحداث اليومية بشكل فوري⁴⁴. أو تعريف آخر فيه تفصيل أكثر لمزية الـ story وهو: تسمى المزية "قصتي" أو "حالي" وهي جزء من النظام الأساسي الذي يسمح للمستخدمين بنشر مقاطع الفيديو والصور والنصوص التي ستظل متاحة تلقائيًا لمدة 24 ساعة من وقت النشر، ويمكن تصورها من قبل أي شخص يتابع حساب المستخدمين. ويتم مشاهدة الصور ومقاطع الفيديو في تسلسل زمني. وحتى عندما يشاهد المستخدم آخر "قصة"، فإن الصورة الأولى أو الفيديو يكون أقدم واحد من التي تم نشرها في البداية. وجزء آخر مهم من "قصص" هو الآثار الإضافية والملصقات المعروضة في المزية. والتي تمكن المستخدمين الاستفادة من الرموز التعبيرية، وهي "صور فيديو شائعة في الاتصالات المستندة إلى النص" بالإضافة إلى صور gifs، أو "تنسيق التبادل الرسومي (GIF) الصور"⁴⁵.

³⁹ English Oxford Dictionary, 'Available at: <https://en.oxforddictionaries.com>', Viewed On, 4.04 (2017), 2017

⁴⁰ Anh Nguyen, 'Negotiations and Challenges in Creating a Digital Story: The Experience of Graduate Students', 2011

Anh Nguyen, p. 25.

⁴¹ R Monteiro and Paola MAZZILLI, 'LIVE STORIES O Snapchat Como Uma Pasta Compartilhada de Registros Da Vida', *Intercom. Sociedade Brasileira de*

Estudos Interdisciplinares Da Comunicação, Salto, 2016, 1–15

⁴² Walter R Fisher, 'Narration as a Human Communication Paradigm: The Case of Public Moral Argument', *Communications Monographs*, 51.1 (1984), 1–22

⁴³ Marina Amâncio, "Put It in Your Story": Digital Storytelling in Instagram and Snapchat Stories., 2017

⁴⁴ Brendan Jou, Subhabrata Bhattacharya, and Shih-Fu Chang, 'Predicting Viewer Perceived Emotions in Animated GIFs', in *Proceedings of the 22nd ACM*

International Conference on Multimedia, 2014, pp. 213–16

بالإضافة إلى ذلك، يمكن للمستخدمين إضافة تأثيرات ملونة إلى الصور ومقاطع الفيديو (مثل الأبيض والأسود، على سبيل المثال)، والموقع، ودرجة الحرارة والوقت. وهذه الوظائف اختيارية، ولكنها تعمل كوسيلة خياطة بديلة للتسميات التوضيحية للنص، التي يتم تقديمها أيضًا في مزية story⁴⁶. وهذه المزية بتفاصيلها الدقيقة هي موضوع هذه الدراسة التي تركز في وظيفة الـ story في نشرها ليوميات مستخدمي تطبيقات التواصل الاجتماعي، ومن جوانب نظرية مقارنة عدة، سواء كانت من ناحية وظيفة الاتصال أو من ناحية الإعلام أو من النظرة السيميائية، وسنستعرض ذلك لاحقًا، بعد عرضنا لبعض تفاصيل مزية الـ story، ومن ثم توضيحنا لثلاث أدوات تكوّن القصة وهي كما يأتي:

يمكن للعديد من عناصر تداخل الصور والفيديوهات والنصوص شرح كيفية عمل النظام الأساسي لمزيتة الـ story، ولماذا صارت جذابة للغاية للمستخدمين؟ على الرغم من أن النصوص يمكن أن تعمل مع صورة واحدة؛ لأن العديد من العناصر يمكن أن تتشكل وتفسر على أنها شيء ذو مغزى متعدد⁴⁷، ولكن تعمل المنصات المدروسة بشكل عام مع سلسلة من الصور ومقاطع الفيديو التي يتم وضعها معًا لتصوير نوع من القصة أو الخطاب الزمني حول يوم شخص ما، وكذلك يمكن أن يكون توصيل الصور ومقاطع الفيديو أو شرح بعضها البعض هو الاستخدام الأكثر شيوعًا في النظام الأساسي للقصص. وهذا الحوار بين الصور الموضوعية أو مقاطع الفيديو والنصوص هو أمر أساسي لفهم أن القصص تتبع اتجاهًا، وتعني شيئًا ليس فقط لمنهج القصص ولكن أيضًا للمستخدمين الذين يشاهدون المحتوى⁴⁸. وكذلك يتم استخدام الوسائل الشائعة للفيديو والصورة بالإضافة إلى عدة عناصر إضافية، مثل التسميات التوضيحية المكتوبة والرموز التعبيرية ورسومات الشعار المبتكرة والمعلومات الفورية (الموقع والوقت ودرجة الحرارة) والفلاتر "مرشحات الوجه"؛ ككلمات سردية لمزيتة قصتي؛ ويرجع السبب في أنها تضيف المزيد من المعنى إلى الرسالة التي يريد المستخدمون أن يعطوها.

ومن هنا تم تحديد الأدوات الثلاث لسرد الـ story، وكانت الأولى هي إنشاء الصور، والثانية مقاطع الفيديو، والثالثة استخدام النص. وتعد هذه الأدوات تعبيرات سردية كلاسيكية في المنصات عبر الإنترنت. وقد كان السلوك الصادر عن المشاركين فيها متميزًا قليلًا؛ لأن المنصات المختلفة تقدم استخدامات مختلفة للصور ومقاطع الفيديو والنصوص. وسيتم عرض الأدوات التي تقدمها مزيتة القصص، وهي:

• أدوات مزيتة القصة story:

1. الصورة: استخدام الصورة في "القصص" أمر شائع جدًا؛ إذ لوحظ أن معظم المشاركين استخدموا الصور للتعبير عن نوع من الرسالة في مرحلة ما، وخلال وقت ما. وهذه الصور يمكن أن تكون شخصية، أو عن التفاصيل والأصدقاء والأماكن والأشياء، أو أي مضمون من شأنه أن يكون له معنى بطريقة أو بأخرى لأولئك الذين يشاهدون القصص؛ ويرجع السبب في استخدام الصور لأنها الطريقة النهائية لتصوير الواقع، وبما أن مزيتة "القصص" في مجموعتها هي محتوى سردي رقمي مدة 24 ساعة، فهي من ثم كل سلوك يقوم به رواية القصة ويظهرون ما يقومون به في هذه اللحظة؛ لذلك فإن استخدام الصور هو طريقة طبيعية لإيصال قصصهم⁴⁹

Marina Amâncio. 46

Walter Werner, "What Does This Picture Say?" Reading about the Intertextuality of Visual Images', *International Journal of Social Education*, 19.1 (2004), 47-64-82

Marina Amâncio 48

Roland Barthes, 'Barthes, R.(1977). Image, Music, Text.(S. Heath, Ed.) The Journal of Aesthetics and Art Criticism (Vol. 37, p. 220). Hill and Wang. Doi: 10.2307/429854Image, Music, Text', 1977, p. 17

2. الفيديو: أشرطة الفيديو هي الصور المتحركة، مع الأغراض نفسها التي قدمت سابقاً من قبل الصور، وأشرطة الفيديو تقليد لأجل تصوير الواقع؛ ولهذا السبب كانت نوعاً آخر شائع من القصة؛ لغرض سرد قصة أو حقيقة أو حدث عن طريق الفيديو⁵⁰. وهذه الفيديوهات هي بشكل عام المنتج الذي يصور وجه السارد وهو يحكي قصة ويروي تفاصيلها، ومن الممكن أيضاً رؤيتها تمر عبر البيئة وتحكي قصة مرتبطة بالموقع الذي هي عليه. وبالنسبة لهذا النوع من القصص، يقوم المستخدمون بشكل عام بصنع أكثر من فيديو واحد ونشره من خلال مزية "قصتي" والوعي بالسرد—هنا- أمر بالغ الأهمية، في أثناء رواية الـ story⁵¹.

3. النص: استخدام النص هو واحد من أكثر العناصر شعبية بين العناصر البصرية التي يمكن للمستخدمين إضافتها إلى صورهم ومقاطع الفيديو الخاصة بهم. فليس من المستغرب حصول ذلك في أثناء رواية "قصتي" وذلك من خلال النقر على الشاشة بعد إنتاج المحتوى، إذ يمكن للمستخدمين كتابة وإضافة تسمية توضيحية تصف المحتوى وتساعد في تعبير المستخدمين، وعادة ما نرى نمطاً من استخدام الصور مع التسمية التوضيحية، إذ أن واحدة من مزايا السرد على الإنترنت هي خلط النص مع مواد أخرى (الصوت والفيديو والصورة الثابتة) وبشكل أدق يكون لغرض تقديم عرض مرئي من السرد في أوسع معنى، فبالإضافة إلى قوة محتواه النصي فإن المستخدمين دائماً يشعرون بالحاجة إلى خلط النص لإضافة المزيد من المعنى إلى السرد؛ لهذا كانت معظم النصوص قصيرة جداً، وتروي حدثاً يومياً، وربما استخدمت لشرح أو تسليط الضوء على شيء مذكور في الصورة أو الفيديو الذي ينشر في "قصتي"⁵².

وبعد هذا العرض لأدوات "القصة" والتي تشكل مع بعضها سرداً رقمياً ليوميات شخص ما، وبالطريقة التي يرغبها، فإننا بحاجة إلى معرفة ماذا يمكن أن تؤدي هذه "القصص" من وظائف إعلامية، إذ ما قمنا بمقارنتها بوظائف وسائل الإعلام في المجتمع، ويمكن تحديد ثلاث وظائف ذات تقارب في الأداء بين وسائل الإعلام ومزية الـ story وهي كالتالي:

• وظائف الـ story:

أولاً: وظيفة إخبارية: تؤدي القصة وظيفته الإخباري بشكل كبير، وذلك عن طريقة تحديث الأشخاص لما يحدث الآن؛ لأن العديد من الصور التي تم ملاحظتها أظهرت أن المحتوى الذي يتم مشاركته، غالباً ما يكون بهدف التحديث ونقل ما يجري الآن، أو ببساطة إن إظهار صورة واحدة، أو فيديو واحد، ما كان يتم القيام به في ذلك الوقت إلا لغرض الإخبار أن القاص هنا. ويمكن أن تكون هذه المشاركات أو الحالات، -على سبيل المثال-، قادمة من صالة الألعاب الرياضية، أو حول قصة شعر جديدة أو حتى إظهار ملابس أو كنب، وقد يكون جزءاً من المحتوى أيضاً صوراً ذاتية، والتي تعرف باسم صور السيلفي. والصور الذاتية هي شكل شائع للتعبير عن الذات كصورة⁵³ وأداء سردي في إنشاء هوية رقمية ذات علامة تجارية ولها هدف بسيط

Barthes, 'Barthes, R.(1977). Image, Music, Text.(S. Heath, Ed.) The Journal of Aesthetics and Art Criticism (Vol. 37, p. 220). Hill and Wang. Doi: ⁵⁰

10.2307/429854Image, Music, Text

Marina Amancio, p. 65. ⁵¹

Nick Couldry, 'Mediatization or Mediation? Alternative Understandings of the Emergent Space of Digital Storytelling', *New Media & Society*, 10,3 (2008), ⁵²

(373-91 (p. 382

Jang Ho Moon and others, 'The Role of Narcissism in Self-Promotion on Instagram', *Personality and Individual Differences*, 101 (2016), 22-25 ⁵³

يدور حول عكس الذات بالطريقة التي تعجب السارد⁵⁴، وفي ذات السياق لم يتم تصنيف مقاطع الفيديو المصنوعة من الكاميرا الأمامية على أنها صور سيلفي⁵⁵. لكن في ذات الوقت ربما كانوا يظهرون مع من هم في الوقت الحالي؛ لإخبار متابعهم بما يقومون به الآن. وعلى غرار إدخال شخصيات جديدة في السرد. كان عرض أشخاص آخرين إلى جانب منتج القصص أمر شائع جدا، مثل أفراد العائلة كالإخوة الصغار والأصدقاء، أو التصوير في حفلة، أو مع الناس العشوائيين في الشوارع. وهذا يشير إلى أن وظيفة الـ story ليس الإخبار فقط، بل والمشاركة أيضا؛ إذ يمكن للمستخدمين وضع "إشارة" tag على حساب ما في إحدى مواقع التواصل الاجتماعي التي تتيح مزية الـ story الخاص بصديقهم؛ مما يعني أنه يمكن لأولئك الذين يشاهدون القصة -النقر- والذهاب مباشرة إلى ملف تعريف المستخدم المشار إليه. وعلى الرغم من أن عرض أشخاص آخرين أمر شائع، إلا أن أغراضه ترجع للشخص الذي يقوم بسرد قصته، فرما يكون غرضه مجرد إظهار ما كان يفعله الشخص الآخر، أو لأجل عرض صديق مقرب جدا، أو التصوير مع الحيوانات الأليفة وفي العديد من أشكال المحتوى المختلفة التي تظهرهم يلعبون أو يركضون أو يفعلون شيئا ممتعا وصورا ثابتة لهم نائمين، وغيرها من الأغراض التي تؤديها النوايا الرقمية.

كما أن وظيفة الإخبار في الـ story قد تجلّت في البيئة وذلك من خلال عرض المكان وما ينظر إليه الآن، وذلك يساعد المشاهدين على وضع أنفسهم في واقع المنتج أو السارد. إذ كانت العديد من المشاركات في مزية "قصتي" تدور حول الطبيعة وغروب الشمس وشروقها، والمناظر الطبيعية والمباني والمكاتب وما إلى ذلك، وهو ما يوضح ببساطة السيناريو الإخباري لما يكون عليه المنتج الآن. وكذلك موضوع الطقس؛ فالكثير من المستخدمين يخبرون متابعهم عن طقسهم الحالي؛ ليشاركوهم حالتهم الآتية كالعواطف والموضوعات الشخصية والعمل وتناول الطعام والمشروبات، وكذلك تبادل الصور وأشرطة الفيديو حول وضعهم وما يحدث للتو؛ لأن الفورية مزية ثابتة في رواية القصص الرقمية بشكل مباشر، على غرار "خدمة البث المباشر" التي توفرها بعض التطبيقات وتساعد على نقل الفورية من المرسل إلى المتلقيين بشكل آني⁵⁶؛ لذلك كان من الممكن رؤية المشاركين وهم يخاطبون موضوعا ما بصوت عالٍ، أو يعبرون عن شعور معين، وكذلك نراهم يكتبون بطريقة "الشات" chat على قصصهم، كأن يعبرون عن الضحك بـ "ههههه" وصفا لحالة الفكاهة الدالة على حدث الحظّة، وأيضا استخدام الرموز التعبيرية emoji للتعبير عن الحالة التي يمر بها القاص الرقمي كان امرا شائع جدا؛ نظرا لأن هذه الرموز يمكن أن تحل محل كلمة أو كائن أو حتى شعور، فإن المستخدمين يوظفونها للإخبار عما يريدون قوله، مستعينين بعناصر غير لفظية⁵⁷. إن مزية الـ story في التطبيقات التي تتيحها يمكن ان تصف التعريف الحرفي للحدث، وذلك عندما يقوم المستخدمون بتحديث جمهورهم، مخبرهم حرفيا بما كانوا يفعلونه أو ما فعلوه للتو؛ لأن جميع مشاركات "القصص" هي تحديثات من منظور أوسع، باعتبارها تروي مدى مباشرة المستخدمين مع هذه التحديثات، وأنها بشكل عام تنتج من صورة واحدة أو فيديو لتعلن الأخبار⁵⁸.

Toni Eagar and Stephen Dann, 'Classifying the Narrated# Selfie: Genre Typing Human-Branding Activity', *European Journal of Marketing*, 2016, p. 1836. ⁵⁴

Marina Amâncio, p. 57. ⁵⁵

Marina Amâncio, p. 59. ⁵⁶

(Marcel Danesi, *The Semiotics of Emoji: The Rise of Visual Language in the Age of the Internet* (Bloomsbury Publishing, 2016) ⁵⁷

Marina Amâncio, pp. 55-56 ⁵⁸

فالنوع الأكثر شعبية من القصة الرقمية هو الذي يروي فيه المؤلف تجاربه الشخصية⁵⁹. ويمكن أن تدور هذه القصص حول أحداث مهمة في الحياة، ويمكن أن تكون مشحونة عاطفياً وذات مغزى شخصي لكل من المؤلف والمشاهد، وفي ذات الوقت تعطي انطباعاً واقعياً لما يحدث الآن، وما يشاركون الآخرون حياتهم اليومية ويوظفون إبداعهم للتعبير عن أنفسهم ويوميئهم⁶⁰، وهذا يجعل من السهل فهم كيفية حدوث وظيفة الإخبار في الـ story؛ لأنها سلوك مستمر على العديد من المنصات الرقمية الأخرى في التواصل الاجتماعي، ومن خلالها كانت التفاعلات حدثاً مثيراً للاهتمام قادمًا من التفكير في المستخدمين الذين ينتجون قصة للمستخدمين الآخرين بغية عرضها. ومع ذلك، هناك خط اتصال بين الاثنين منهم؛ لأن المزية تسمح بإرسال الرسائل من مستخدم إلى آخر والتعليق على ما شاهدوه للتو؛ لهذا السبب، كان من الممكن أن نرى المنتجين وخاصة المشاهير اعتمدوا مزية الـ story كوسيلة لنشرهم أخبارهم، وفي ذات الوقت فإن وسائل الإعلام في كثير من الأحيان صارت تعتمد على الـ "قصص" كمصدر للمعلومات التي تتعلق بأخبار المشاهير وغيرها من الأخبار ذات الأهمية في المشهد الحياتي.

ثانياً: وظيفة رقابية: إن مهمة وسائل الإعلام بشكل عام هي الرقابة سواء كانت على المجتمع أو السلطة، ولكن هذه الرقابة تقتضي الحيادية في نهجها، لكننا في عرضنا لوظيفة الـ story الرقابية، لا نقصد الرقابة بمصطلحها الدقيق، وإنما نعني بها "التلصص Calvert" وهو مفهوم أشار إليه (تشي سيان لي وسي تشينغ جوانا سين) في بحثهم الموسوم بـ "لماذا يشاهد الناس الصور على Instagram؟" والمنشور في عام 2016، كسلوك يستند في الأساس إلى عرض المحتوى عبر الإنترنت؛ بسبب الحاجة إلى التعرف إلى حياة شخص آخر⁶¹، وهو مفهوم مثير للغاية والاهتمام؛ لأن من خلاله يمكن فهم لماذا يشارك الناس ويشاهدون كل هذا الكم من المحتوى في وسائل التواصل الاجتماعي؟ وما الدافع الرقابي أو التلصصي كما أشرنا في المفهوم سابقاً لمتابعة الآخرين؟ وهذا يؤكد أهمية وظيفة الـ story في مراقبة الآخرين والنظر إلى من يحكي القصة من زوايا مختلفة سواء كان -أنا، هو، هي، وهم، وما إلى ذلك- وهذا ما يحدد أيضاً طبيعة المرسل ونوعه، والذي ينتج عن قصة مضمونها "قصة لي، قصتي، قصتنا، قصتهم، وأيضاً لا قصة"، وجميعها لديها مواصفات مختلفة⁶² رغم أن كلها عبارة عن "رواية منطوقة أو مكتوبة من الأحداث المتصلة وتفصيلها وفقاً لتسلسل زمني تقدمه مزية قصتي، والذي يرتبط بالأفعال الزمانية من حيث عرضه للصور أو الفيديوها أو النصوص، والذي يساعد بشكل أكبر في خلق سرد منتظم؛ من خلال كونه الأكثر ارتباطاً بالحياة اليومية قدر الإمكان، ومن ثم هو الطريقة الأكثر شيوعاً لسرد شيء ما، من البداية حتى النهاية.

وبالنسبة للمستخدمين، فأنهم يسلكون ذلك بدءاً من اللقطة الأولى من اليوم التي يرونها، ومروراً بتفاصيل اليوم كلها، وحتى نهاية الـ 24 ساعة، فيعدون ذلك أفضل طريقة لفهم يوم شخص ما، يهتمهم مراقبته، ومتابعة حركات يومه وتنقلاته في تسلسل زمني. وبعبارة أخرى، عندما ينقر أي مستخدم لعرض المحتوى في أي "قصص" سيظهر من أقرب مشاركة إلى أحدث، وهذا يعني أن الزمانية للمزية تساعد بالفعل المستخدمين ليس فقط على إنشاء السرد ولكن أيضاً على تفسيرها ومراقبتها. فالوقت في السرد الرقمي معقد جداً من حيث التحديد؛ كونه يحدث بطريقة واحدة في القصة. والقارئ هو الذي يرتبط فعلاً بالزمن الحالي؛ لأن سرد قصة على الإنترنت يتطلب عناصر معينة بالنسبة للمنتجين ومشاهدي القصص الذين عادة ما ينشرونها بوعي تام، ويتمون بمن يتابعهم

(Bernard R Robin, 'Digital Storytelling: A Powerful Technology Tool for the 21st Century Classroom', *Theory into Practice*, 47.3 (2008), 220-28 (p. 224 ⁵⁹

.Danesi ⁶⁰

Chei Sian Lee and Sei-Ching Joanna Sin, 'Why Do People View Photographs on Instagram?', in *International Conference on Asian Digital Libraries* ⁶¹

(Springer, 2016), pp. 339-50

Joe Lambert, 'Digital Storytelling: Capturing Lives', *Creating Community*, 2013, pp. 43-46 ⁶²

ويلاحظون منشوراته عبر هذه المزية، والتي تم سؤال عدد من المستخدمين في دراسة سابقة عما إذا كانوا يراقبون الآخرين وما يشهرونه من "قصص" بوعي أم لا؟ وأن هؤلاء المستخدمين كانوا يفكرون بطريقة أو بأخرى في سرد يوميات قصصهم؟ فكانت غالبية الاجابات أنهم واعون حول سرد رواية قصتهم اليومية. وحتى لو أجاب بعضهم بالرفض في البداية، فقد اعترفوا بالوعي بـ "المتابعة"، وهو شعور يجب أن يوجد بين "قصتهم" وكيف سينظر إليها المشاهدون. وهذا يدل على أن مزية "قصص" تؤدي وظيفة الرقابة بشكل واسع وإن كان مغايرا عما يعنيه المفهوم الرقابي كما اشرنا سابقا؛ وأن تسلسل الصور له معنى خاص⁶³، فالصور المتسلسلة غالبا ما تنطوي على علاقات زمنية، ويتضمن أبسط تسلسل لصورتين وُضعت معا لاستدعاء قصة حول التغيير الخطي، والتقدم، والوفاء، أو السببية، أو ربما تقودنا إلى مفهوم آخر يقترب من مفهوم التلصص الذي أكده عدد من الباحثين اليابانيين كما ذُكر في أعلاه، وهو مفهوم يدعى "الالتصاق" ويشير إلى القدرة على جذب الناس إلى الموقع وإغرائهم في أن يبقون لفترات طويلة من الزمن امام موضوع ما ومراقبة تطوراتها. وجانب "الالتصاق" ليس جديدا عندما يتعلق الأمر في وسائل الإعلام الاجتماعية والرقابة على الإنترنت؛ كونها فريدة من نوعها، وهذا ما يجعل الناس يعودون لمتابعة صفحاتك وملف قصصك الشخصي، واهتمامهم بعرض أين أنت؟ والذي يعد مزية غير جديدة في وسائط الاعلام الاجتماعية؛ لكنها مع الـ story تحدث بشكل مغاير من خلال العنصر المرئي للموقع وبطريقة مختلفة في الأنظمة الأساسية لتطبيقات التواصل الاجتماعي⁶⁴. التي تشير إلى الموقع "geotag" عبر مرشحات، مع رموز للمكان الذي يكون فيه المستخدم، ويمكن أن يكون لهذه العلامات الجغرافية دلالات عن الأماكن السياحية الرئيسة في المدينة أو مجرد اسم المدينة على سبيل المثال. ومن المهم تسليط الضوء على أن هذه العلامات الجغرافية التي ربما تختلف من تطبيق لآخر، فبعضها يتيح الاختيار من قائمة الأماكن القريبة من المنطقة التي تم التقاط الصورة أو الفيديو فيها. ومن ثمّ يمكنهم إضافة ملصق أيضا عليها، والقدرة على جعله أكبر وأصغر والتنقل في المحتوى. وبشكل عام يتم عرض الموقع في حد ذاته عند استخدامه من قبل المشاركين والجمع الأكثر شيوعًا مع تسمية توضيحية تصف المكان بشكل عام أو تضيف معلومات حول مكان وجود المستخدمين؛ لان ذلك يضيف زمكانيةً للسرد الرقمي، الذي قد يحدث فارقا لدى البعض عند العرض وخاصة عندما يكونون في مكان مثير للاهتمام، ويختلف عن طبيعة سلوكهم اليومي⁶⁵.

ومن جانب الوظيفة الرقابية للموقع فيمكن رؤية نوعين من الوظائف يؤديها الموقع، الأولى: هي وضع الموقع دون أي تفسير أو سرد شفوي؛ وذلك لإظهار حرفيا أين هو المستخدم. والوظيفة الثانية: عندما يكون الموقع هو جزء من السرد، وبالتالي يعطي فكرة عما يحاول المستخدم ابعثاله. وربما تتجاوز دلالة الموقع الوظيفة الرقابية المقصودة في هذه الدراسة، وتعود إلى فهمها العام، ويصبح الموقع حينها عنصرا لضبط الامن وملاحقة المطلوبين، وهنا تتغير مزية الـ story وتتغير معالم السرد الرقمي فيها. وهذا الامر وارد، لكنه غير مفرغ لما قصده في هذه الجزئية من مزية "قصتي"؛ إذ إن نقطة أخرى يمكن أن تؤثر على السلوك الرقابي للنشر وهي سيات الشخصية. والتي تظهر الدراسات أن مستخدمي "الفلتر" الذين يختارون -نوعا من الفلاتر دون غيرها- لصورهم؛ فان ذلك له صلة بشخصيتهم ومرتبطة بنشر تصرفاتهم -خاصة- عندما يتعلق الأمر بالعلاقات أو التفاعل بين المستخدمين والمنهج أو المشاهد أو المشاركة، ومن ثم فإن الصور لها معنى شخصي بالنسبة لهم. وبعبارة أخرى، تمثل الصور المشتركة أنواعًا معينة من العلاقات الاجتماعية بين المستخدم الذي يشارك والمستخدم الذي يرى

⁶³ Marina Amâncio

MILLER CAROLYN HANDLER, 'Digital Storytelling Focal Press' (Elsevier UK, 2004), p.245- 246 ⁶⁴

Marina Amâncio, pp. 69-72. ⁶⁵

المحتوى ومراقبة ذلك بين الطرفين⁶⁶، وكذلك كيف يمكن للاختيارات المرئية والمزية السردية من إنشاء علاقة بينهما، وفي ذات الوقت فإن بعض خصائص الـ story تجعل من الوظيفة الرقابية سمة بارزة فيها؛ وذلك لأنها تظهر للقصص أو الراوي لقصته "من شاهد قصته، ومن تفاعل معها، ومن التقط صورة لقصته، ومن علق عليها، ومن استنسخها" وهذا يجعل من خصوصية القصص، أمر مهم جدا؛ خاصة لأولئك الذين يهتمون بخصوصيتهم ويحتفظون عن بعض الأمور، ويعتدون الوظيفة الرقابية هي ملاذهم في سرد قصصهم، ومن ثم يستمتعون في مراقبة ذلك.

ثالثا: وظيفة ترفيهية: كان الأساس من إطلاق مزية "قصتي"؛ لغرض مشاركة الناس حالة مستخدمي تطبيقات التواصل الاجتماعية، والترفيه عما في داخلهم من ضغط ومشاركهم ما يشعرون به ويحسونه الآن وما هم عليه في هذه اللحظة؛ لهذا كان سرد القصص منبرا يرفه من خلاله الناس في ظل ضغوطات الحياة والظروف الصعبة التي يعيش فيها الرواة كل يوم، ولأن الترفيه في بعض الأحيان يحتاج إلى الفورية والآنية، فإن مزية story تتيح هذه الخاصية شأنها شأن وسائل الإعلام ومضامينها الترفيهية التي تقدمها بشكل مباشر مثل: المسرحيات العامة والألعاب الشعبية وبرامج المسابقات وحفلات الرقص والغناء والحفلات الموسيقية وحتى الرياضة، وهذه الطروحات عبر وسائل الإعلام تكاد مزية "قصتي" أن تكون قد استنسختها واختزلتها في كيويتها، رغم أن وسائل الترفيه في منصات التواصل الاجتماعي مختلفة من واحدة إلى أخرى، وهذا التنوع بالتأكيد يعطي اختلافا للقصص المعروضة من قبل هذه المزية، ومن ثم يعدّ الترفيه امرا متداخلا بين تطبيقات التواصل الاجتماعي، ويتطلب تعريفه من قبل كل منصة أو مزية؛ لان بعضها يقدم الترفيه على شاكلة إعلان والآخر يقدمها على أنها قصص رقمية للتعليم والترفيه، وهذا يعطي بعدا جديدا لمزية الـ story من حيث قدرتها على تأدية وظيفة التعليم في أثناء استخدام منصات ومزايا مسلية، وفي ذات الوقت يكون لديها وظيفة الترفيه عن المشاهدين مع المحتوى المقدم عبر قصصهم⁶⁷. وفي هذا المجال يمكننا استخدام مفهوم "الترويح"؛ لغرض التعبير بشكل دقيق عن وظيفة الترفيه في مزية "قصتي" والذي قد يكون أدق وصف للترفيه بغض النظر عن طبيعة العروض من المحتوى السردية، سواء كان جادا أو فكاهيا، نافع أو ضار، إيجابي أو سلبي، إلا أنه في كل الأحوال يريح عن نفس السارد الذي وظف هذه المزية للتخفيف من كاهل نفسه البشرية في ظل البيئة الافتراضية التي اتاحها "الويب" والذي يسمح للمستخدمين بالتعبير عن أنفسهم، وتطوير العلاقات مع بعضهم البعض، والإبداع، وتخصيص المحتوى بطرائق مختلفة" وممارسة الفكاهة بشكل مفرط، ومع اشخاص ربما لا يعرفونهم، وهذا يرتبط بالجانب الشخصي، ذلك الجانب المتعلق ببناء المجتمع المحلي للإنترنت والذي يجمع الناس معاً لأنه يسمح للأفراد بالتواصل مع بعضهم البعض وتبادل أفكارهم وشواغلهم وآرائهم⁶⁸؛ ومن ثم يخلق شيئا من السرد غير المخطط له بجديّة تامة، ومحاولين خلق "الترفيه الاتصالي" الذي سبق أن أشار إليه (هيربرت شيلر) عادة إياه أحد الأبنية الإعلامية التي تتخذ من التذوق وإذكاء الخيال والإبداع عند المشاهد والمتلقي موردا لرسائلها التي تسعى إلى توثيق الأنشطة الاجتماعية، وخلق علاقة إيجابية توطئها روح الفكاهة والمتعة؛ لأن المستخدمين يحفزون رواة القصص على القيام بالمزيد من الأشياء المختلفة لنشرها بطريقة غير تقليدية وذات مسحة فكاهية، وتوظيف العناصر المرئية التي تساعد على سلوك الترحيل لهذه القصص ذات الطابع الهزلي؛ نظراً لأن المستخدمين لديهم المزيد من القلق حول ما يقومون بنشره وكيفية التعبير عن رسالتهم في المنشورات الخارجة عن طبيعتهم. وهذه العناصر البصرية تساعد أيضا على تعديل حياة الفرد بوساطتها قبل النشر؛ وذلك لإمكانية رؤية العالم الافتراضي وهو يتكون من القصص، وأن التواصل البشري محاط بالسرد

⁶⁶ Marina Amâncio, pp. 74-75

⁶⁷ Marina Amâncio

⁶⁸ MILLER CAROLYN HANDLER, 'Digital Storytelling Focal Press' (Elsevier UK, 2004), p. 246

الهزلي. وهذا يدعم افتراضات (فيشر) عندما قال في أتمودجه الخاص بالسرد: أن "البشر هم أساس رواة القصص"⁶⁹، والعقلانية تتحدد بطبيعة الأشخاص ككائنات سردية وعميم المتأصل باحتال السرد⁷⁰، وما الذي يشكل قصة متماسكة، وعادتهم المستمرة في اختبار الإخلاص السردية، سواء كانت القصص التي يختبرونها صحيحة، أو مع القصص التي يعرفون أنها صحيحة في حياتهم" وينهي الافتراضات بقوله: "العالم هو مجموعة من القصص التي يجب اختيارها لتعيش بين الحياة الجيدة في عملية استجمام مستمر" وهذا يوضح أهمية وجود وظيفة ترفيهية لعملية السرد سواء الورقي أو الرقمي؛ فلكل إنسان قصص عديدة يروها وتكون قائمة على تجربة من الحياة اليومية، التي هي عبارة عن سلسلة من الروايات البسيطة الهادفة للترفيه؛ لأنها موجودة بطبيعتها في الذاكرة وفي قطاعات بنضنا مثل الحلقات السردية، ويمكن تصويرها بشكل بسيط من خلال رواية القصة الرقمية التي تتيحها مزية الـ story وبشكل عفوي يرفه عما في الداخل؛ ولهذا اتاحت مزية "قصتي" الـ Doodles وهي نوع من التمثيل البصري الذي يضيف معنى آخر للتواصل بشكل ذي ترفيه أكثر وتسمى هذه الاضافة بـ رسومات الشعار المبتكرة على شبكة الإنترنت⁷¹. وعُرِضَت أول مرة من قبل مزية "قصص"؛ لتعطي الحرية للمستخدمين للكتابة في penmanship مخطوطة، ورسم الرموز الصغيرة والمساعدة في فهم قصتهم. وموجودة بالنظام الاساسي للتطبيقات التي توجد فيها مزية الـ story وعبر هذه الخاصية لدى المستخدمين يمكنهم الكتابة بأصابعهم على الشاشة، وأعلى صورهم ومقاطع الفيديو الخاصة بهم، وأن الرسومات الأكثر شيوعا هي القلوب والنجوم والسهام أو البالونات، وتوظف عادة؛ لتسليط الضوء على شيء ما، أو الكلمات المفردة التي تمثل موضوع أو غرض من المحتوى المنشور، وتمثل هذه الرسومات خريشة بشكل عام ولمسة أكثر شخصية للصورة أو الفيديو، وهي قريبة من فكرة "الألوان الخلفية خلف الحالات background colour" التي تتيحها بعض التطبيقات لغرض كتابة النصوص عليها وبعدد حروف معينة⁷². ويمكن من خلالها تحويل المنشور إلى بطاقة صورية أو صورة مكتوبة، ولكن خاصية الرسوم تسمح للمستخدمين في رسم أنفسهم بدلاً من استخدام رمز تعبيرية، على سبيل المثال؛ مما يعطي معنى للجهد. وكذلك كنوع من التغير والتسليية فتتيح مزية "قصتي" الـ "Filters" والذي يعد استخدامه وألوانه وما يضيفه من تغيرات على الصور والفيديوهات وحتى النصوص احيانا ممارسة شائعة في وسائل التواصل الاجتماعي وذات سمة ترفيهية واضحة؛ حيث يمكن للمستخدمين تحديد الوسائط الاجتماعية التي تمت مشاركة تلك الصورة من خلال عامل التصفية المستخدم في المحتوى⁷³. والذي يمكن الوصول إليه بأكثر من طريقة، فمثلا عندما يرغب المستخدم بتوظيف مرشحات الوجه فسيفتح الكاميرا ويحمل أصابعه صوب الشاشة، وبدعم من التكنولوجيا التي تعرف أن الوجه يواجه التطبيق، عندها تتيح تطبيق تلك المرشحات على وجه ذلك المستخدم، وخاصة عند نشره لـ "قصته" تكون متضمنة صورته الشخصية⁷⁴، ومرشحات الوجه تحظى بشعبية كبيرة بين المستخدمين ويأتي قسم منها مع معنى بسيط من الفكاهة وذلك من خلال دلالات تلك المرشحات، والتي لا مجال لذكرها⁷⁵.

⁶⁹ Fisher.

⁷⁰ Fisher, p. 8

⁷¹ (Marie-Laure Ryan and Jan-Noël Thon, *Storyworlds across Media: Toward a Media-Conscious Narratology* (U of Nebraska Press, 2014

Explore Access, 'Facebook: Accessible Images and Posts', *University of Arkansas* <<https://exploreaccess.org/social-media/facebook-images/>>.

⁷² Tony Jappy, *Introduction to Peircean Visual Semiotics* (A&C Black, 2013), p. 31

⁷³ Paige1 Alfonso, *Mastering Mobile through Social Media: Creating Engaging Content on Instagram and Snapchat*, *Library Technology Reports*, 2019, LV

⁷⁴ <<http://proxy.libraries.smu.edu/login?url=http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=eue&AN=134986639&site=ehost-live&scope=site%0Ahttp://proxy.libraries.smu.edu/login?url=http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=tfh&AN=134986639&si>>.

⁷⁵ Mymy Nguyen, 'Viewing Snapchat Filters Through a Sociological Lens', 2017

ويرى بعض المستخدمين أنهم وبمجرد نشرهم لقصة ما، والتلاعب بألوانها وإضافة تعابير ومعايير لها ورموز مقصودة، فهذا يجد ذاته ترفيه خاص يبعث البهجة إلى دواخلهم، ويرى آخرون وفقاً لبعض الاستطلاعات التي أجريت معهم، أن الضجر يجبرهم أحياناً على نشر الـ story؛ لأنه يخفف من شحنات الملل التي تطالهم، ورجع آخرون سبباً مختلفاً عندما قالوا أنهم يلجؤون إلى نشر القصص التي فيها ضحك وخروج عن المألوف الذي اعتاد الناس رؤيتهم فيه؛ لأن خاصية "قصتي" تتيح لهم التصرف بعفوية وحرية ترفيهية وخصوصية أكثر من الواقع الذي يفرض عليهم قيود معينة طبقاً للمكانة الاجتماعية والبيئة المحيطة؛ ففي عصر وسائط الإعلام الاجتماعية ينشأ القاص الطبيعي داخل الناس ويستغل جميع عناصر المعنى للتعبير عن رسالة ورواية قصته⁷⁶. وفي مزية مثل "القصص"، يوظف المستخدمون العناصر الكلاسيكية والحديثة كافة لقصتهم؛ لغرض فهم حياتهم اليومية من خلال الصور ومقاطع الفيديو والنصوص التي تستمر مدة 24 ساعة فقط. وأن فورية القصص الرقمية التي يصورها الإنترنت يجعل مستخدمي "قصص" أكثر ارتباطاً بطابعها كرواية قصص، وهذا يدفعهم للبحث عن معاني القصة التي تحدث الآن. ولهذا السبب كانت معظم المشاركات تتعلق بموضوعات يومية خاصة، سواء تلك التي تظهر المكان الذي يوجد فيه المستخدمون في أثناء ترفيههم، أو التي تظهر الأشخاص الذين يتسكعون معهم، أو التي تبين الحيوانات الأليفة التي لديهم وكيف يناولونها الطعام، وغيرها من مشاهد القصص الرقمية التي توضح وظيفة الترفيه بشكل كبير ضمن هذه المزية التي تخدم غرضاً ودوراً كبيراً في كيفية تفاعل المستخدمين مع الـ story وتعطي شعوراً بالصفات التملكية من خلال التخصيص لها، وهذا يعني أن هذا الجزء من المزية في حساب المستخدم ينتمي إليها وليس أي شيء آخر. وأن هذه هي قصتهم، ومن ثم هم الذين يقررون كيف سيستخدمونها، وما الذي سينشره وأهم من ذلك كله: أما أن يكونوا هم الشخصية الرئيسية في تلك القصة أو أنهم الرواة، بمعنى مقدي القصة؛ للأغراض التي يرونها مناسبة⁷⁷.

● القصة story من منظور السيميائية:

سلوك مستخدم الإنترنت هو محور التركيز في دراسات الوسائط الإعلامية، وفهم ما يفعله الناس، وكيفية نشره وتفاعلهم معه، ومع من يكون؛ ضروري لفهم الغرض من المنصة عبر الإنترنت، وجنباً إلى جنب مع مراقبة نوع آخر من التواصل بين الناس. وموضوع رواية القصص الرقمية في مزية "قصص"، على تطبيقات التواصل الاجتماعي ذات الصلة لهذا المجال؛ فإننا بحاجة إلى فهم كيف تقدم هذه المنصات صوتاً للمستخدمين العاديين الذين ينشرون عن حياتهم على أساس يومي⁷⁸. سواء كان ذلك المحتوى يقدم بطريقة مباشرة أو بعناصر غير مباشرة ذات طابع رمزي أو علاماتي⁷⁹، خاصة وإن المتعمق في مزية الـ story يلاحظ أنها تتركب غالبية عناصرها من موارد سيميائية؛ ولأن دراسة العلامات وما تعنيه للناس الذين يستخدمون هذه العلامات ويتفاعلون معها مهمة للغاية في فهم المجتمع والتواصل؛ كونها تساعد على تحطيم الكلمات والصور ومقاطع الفيديو والعناصر والألوان والأصوات والإيماءات وأكثر من ذلك في المعنى. فقد كان من الضروري إجراء مقارنة نظرية بين القصة الرقمية والسيميائية لفهم كيفية إنشاء السرد ورواية القصص بشكل صحيح من خلال العلامات المستخدمة في "القصص" وكيف تساعد على إقامة التواصل بين منتج "القصص" والمشاهد. فالسيميائية معنية بكل ما يمكن أن يؤخذ كعلامة. وعلامة تعني كل شيء، والتي

⁷⁶Alfonzo, LV

⁷⁷Marina Amâncio, pp. 53–82.

⁷⁸Marina Amâncio, p. 7

⁷⁹

يمكن أن تؤخذ على أنها استبدال كبير لشيء آخر⁸⁰. وقد تحدث تشارلز ساندرز بيريس عن semiosis الاسم الذي يطلق على عمل علامات، وعملية صنع المعنى من خلالها، ففي الماضي كان يرتبط فهم التواصل غير اللفظي بالسميائية⁸¹، ولكن في مزية "قصتي" سنتناول التواصل البصري مختلطاً مع التواصل اللفظي؛ لأن عمل العديد من العلامات غير اللفظية العالمية تقريبا، بأنها "أنظمة legisign السلوكية" وهذه العلامات الشرعية الموجودة بشكل عام في وسائل الإعلام التصويرية -مثل الصور ومقاطع الفيديو على الإنترنت- هي في الأساس علامة تشكيل "القصص" الموجودة في مواقع التواصل الاجتماعي، مثل القرب، وتعبير الوجه، والإيماءات، والموقف، والمظهر، وأكثر من ذلك. والسميائية من منظور (بارتس) تعني خلق معنى وراء صورة أو صورة متحركة⁸². ويوضح هذا المنظور أن تمثيل أو تقليد الواقع من خلال محتوى "القصص" يقدم جوانب ورموزا منطقية للمنتج والجمهور والتي يمكن أن تتصل بهذا المحتوى. بالإضافة إلى ذلك، فإنه يجلب الفهم لكيفية استخدام مثل هذه المنصات للاتصال في حياة الشباب؛ إذ تمثل الصورة المتحركة أكثر من مجرد تقليد للواقع، ولكنها تحديثاً له، أو بداية محادثة أو حتى ترفيه. ومع السميائية، وخصوصاً عندما يتعلق الأمر بفهم "قصص" منصات التواصل الاجتماعي من خلال الترابط بين النصوص والصور وكيف يمكن لهذه العناصر في مثل هذه الصور التحدث مع بعضها البعض، وتمثل شيئاً نتيجة لذلك؛ فإننا بحاجة إلى مناقشة أكثر عمقا من حيث الإدراك والتنظير، وذلك يقودنا إلى مفهوم "الترابط" والطرائق التي يتم بها تفسير النصوص، سواء كانت مكتوبة أو مرئية، وواحدة في ضوء أخرى لإنتاج معاني جديدة. وعندما تتم قراءة صورة تصويرية من حيث -أو من خلال، ضد، جنباً إلى جنب- صورة أخرى أو مجموعة المحيطة بها من الصور والكلمات، بين النصوص في العمل؛ فإن المعاني المخصصة للصورة تختلف عن تلك التي يمكن رسمها إذا تم تفسيرها في عزلة⁸³. وعند الحديث عن العلامات التصويرية والسميائية المطبقة على الصور، فإن عمل (رولاند بارتس) الذي شكل العلامات من خلال الدلالة، هو الشيء الفعلي الذي نقرأه، ودلالة هي المعنى الذي يعبر عنه المدلول⁸⁴. وجنباً إلى جنب مع تشكيل علامة. وإن (بارتس) يقدم تعريفات الدلالة، والرسالة الحقيقية، والدلالة، والرسالة التي ينظر إليها الناس على أساس ثقافتهم وواقعهم. وبالنسبة له: "كل هذه الفنون -المقلدة- تتألف من رسالتين: رسالة تدل، وهو القياس نفسه. ورسالة تدل عليها، وهي الطريقة التي تقود المجتمع إلى حد ما للتوصل إلى ما يفكر فيه المستخدمون⁸⁵.

أما من حيث السميائية البصرية، فقد ركز (بليس) في بُعد يظهر تعريف العلامات التصويرية بشكل أوضح بكثير من علامات اللغة، وتشكل تمثيل الفضاء لنا، وتلك من الأشياء والأبطال وصور العالم الممثل للصورة والشريط الهزلي⁸⁶. إن فهم العلامات التصويرية أمر بالغ الأهمية لمزية story؛ كونها أمثلة على هذه العلامات التي تحمل معنى من خلال شكلها والعناصر البصرية الإضافية التي قد تكون موجودة في الصور ومقاطع الفيديو المشتركة والنصوص في "القصص". والتي تنسم مضامينها بشكل مقصود أو غير مقصود باللافتات ذات الدلالات العامة والمنهجية والأكثر تعقيداً من حيث أن تفسيرها والتي تحكمها قاعدة عامة أو قانون، ومن ثم تتجاوز تفرد الصورة والرسم⁸⁷، وبالنتيجة ستكون العلامات اللبغية ذات أهمية خاصة للتحليل والقراءة السميائية.

Umberto Eco, *A Theory of Semiotics* (Indiana University Press, 1979), CCXVII, p. 7. ⁸⁰

Jappy, pp. 30-31, 35. ⁸¹

Roland Barthes, 'Image, Music, Text, Translated by S', Heath, New York: Hill & Wang, 1977 ⁸²

Werner, p. 1 ⁸³

Barthes, 'Image, Music, Text, Translated by S'. ⁸⁴

Barthes, 'Image, Music, Text, Translated by S', p. 17. ⁸⁵

Jappy, p. 28. ⁸⁶

Jappy, pp. 30-31. ⁸⁷

وعند التعامل مع العناصر البصرية التي أضافها المشاركون في "قصصهم"⁸⁸، وخاصة مع "الرموز التعبيرية" التي تفضي إلى دلالات أخرى، فيمكننا أن نصل إلى تعريف آخر باسم (الكواليات)، وهي "الصفات في التنوع الذي لا حدود له والتي تعمل كعلامات، وبعبارة أخرى هذه المرشحات لها معنى، تماما مثل أي أدوات أخرى يتم تحليلها سيميائيا عوضا عن الحروف"⁸⁹.

وأبضا من المهم جدا لهذه المقاربة أن تكون الألوان - مثل المرشحات التي يمكن إضافتها إلى "قصص" - والموسيقى التي تستخدم عادة في "قصص" أن تحدث نوعا مغاير لأنماط السرد الذي تشكله العناصر السيميائية بمدلولات مختلفة⁹⁰. فبداية من النقطة التي مفادها أن السرد ظاهرة سيميائية ذات معنى خاص بها، فإن الخطاب في سرد رواية القصص الرقمية هو اتحاد العناصر المستخدمة للتعبير عن السرد بهيأة سيميائية، كالنص والكلمات والصور والإيماءات، وما إلى ذلك⁹¹. ومن هنا فإن الصور العائلية واللقطات، والخرائط والرسومات المرسومة باليد، والطباعة والتخطيط، وحتى اللون، وإطارات الرسوم البيانية والهوامش هي موارد سيميائية بقدر ما هي مكتوبة اللغة والكلام، إذ يمكن جذب كل هذه الأوضاع إلى عمليات صنع المعنى والتواصل⁹². وهذا يؤكد تداول استخدام الـ Emoji أو الرموز التعبيرية التي تعد ظاهرة الإنترنت في حد ذاته. وأدت شعبيتها في الفضاء على الإنترنت في العديد من الدراسات التي أجريت في استخدام الرموز التعبيرية لا اللغويات، والدراسات السيميائية على قوة وتأثير معنى هذه العناصر في المحتوى اللفظي⁹³. ويمكن تعريفها على أنها خيار جديد للعناصر المرئية الإضافية، وبالفعل كانت في "قصص" تطبيقات التواصل الاجتماعي كأداة شائعة جدًا لفهم السرد من المنظور السيميائي، وأن شعبيتها لم تأتي عن طريق الصدفة، بل أصبحت الرموز التعبيرية لغة إنترنت جديدة، وبما أن الإنترنت - تقريبا - ليس لديه حدود، أصبحت الرموز التعبيرية هي رمز الكتابة العالمي كعلامات تستخدم لمعنى في الاتصالات ولديها دلالة من الصورية كجزء مباشر في التمثيل الرمزي للكائنات من خلال استبدال الكلمة بـ logographic، والتي تؤدي وظيفتها في سرد الـ "قصص" ضمن لغة الرموز التعبيرية التي هي في معانيها عادة ما تكون مغممة، وتقريبا هزلية مثل الكتاب، والصور التي يمكن (القيام) لتحل محل الكلمات والعبارات. ويبدو أن وظيفتها الرئيسة هي توفير الفروق الدقيقة في المعنى في لهجة الرسالة؛ لذا فهي ليست بديلة تماما للأشكال المكتوبة التقليدية. بل إنها تعزز، وتوسع، الدلائل والتأويلات وتعطي تعليقات إضافية على معنى الاتصالات المكتوبة، وعادة ما تؤدي وظيفتها عن طريق تعزيز الود من جهة، أو عن طريق إضافة مسحات روح الدعابة لذلك من جهة أخرى⁹⁴.

وفي نهاية هذه القراءة الخاصة بالـ story من منظورها السيميائي، يمكننا أن نوضح أمرا مفاده: أن مستخدمي الـ "قصص" في تطبيقات التواصل الاجتماعي يروون قصصهم من خلال سبع وسائل تقدمها مزيج "قصتي"، وهي: 1- الصور، 2- النصوص، 3- الفيديوهات، 4- الرموز التعبيرية، 5- رسومات الشعار المبتكرة، 6- معلومات فورية، 7- فلاتر. وكل هذه الوسائل هي موارد سيميائية، يستخدمها رواية الـ story لتعزيز قصصهم؛ لأنها ذات دلالات للتواصل ولها معانٍ تستخدم في الماضي وكُشفت الآن من قبل المستخدمين على أساس احتياجاتهم باعتبارها أدوات سرد القصص الرقمية الكلاسيكية⁹⁵، وأن الصور

Jappy, p. 31. ⁸⁸

Jappy, p. 31. ⁸⁹

Jappy; Marina Amâncio, p. 37 ⁹⁰

Slávka Tomaščíková, 'Narrative Theories and Narrative Discourse', *Bulletin of the Transilvania University of Bra Ov*, 2.51 (2009), 281-90 ⁹¹

.Ryan and Thon, p. 152 ⁹²

Danesi, p. 4. ⁹³

Danesi, p. 15. ⁹⁴

Ryan and Thon; Marina Amâncio, p. 82. ⁹⁵

والنصوص ومقاطع الفيديو والموارد الأخرى قد استخدمها المشاركون مع مزيج الوسائط؛ لتكون سمة من سمات رواية القصص الرقمية التي تساعد على فهم السرد عبر العلامات المضمنة في المحتوى والتي تكمل بعضها البعض بهدف بناء معنى في القصة لكل من المنتج والمشاهد. وهذا يوصلنا إلى حقيقة أن الصور وأشربة الفيديو (والصور المتحركة) تعد رسائل دون رموز لتقليد الواقع، وهي مليئة بتمثيل العلامات مع الكثير من المعنى للناس، بطريقة جديدة يمكن خلالها إرسال رسالة إلى المستخدم لتعزز من دلالة قصته الرقمية ويجعلها أكثر جاذبية وملبية لطموحات رواية الـ story وما يفعلوه في يومياتهم⁹⁶.

• التسلسل التاريخي لإطلاق مزية story في مواقع التواصل الاجتماعي

يوضح هذا العرض التسلسل التاريخي من حيث إطلاق مواقع التواصل الاجتماعي لمزيتي "قصتي" عبر منصاتها، ويستند هذا الطرح إلى التسلسل التاريخي من الاقدم إلى الأحدث، إذ ظهرت مزيتي الـ story لأول مرة عبر تطبيق "سناب شات" والذي يعدّ رائد ومبتكر هذه المزيتي وذلك في عام 2011، ليكون المنصة الأولى في شعبية القصص الرقمية⁹⁷. ثم تلاه تطبيق "انستجرام" والذي استنسخ المزيتي عن تطبيق "سناب شات" وذلك في عام 2016، وغير قليلا من ميزتها، وحققت المزيتي في هذا التطبيق جاذبية كبيرة لرواده وأحدثت نقلة كبيرة في عدد المستخدمين⁹⁸. ثم جاء "الحوت الأزرق" في عام 2017 ليضيف مزيتي "قصتي" إلى خاصيته التي تكبر يوما بعد يوم؛ فالفيس بك هو رائد التواصل الاجتماعي ولكنه يستعين ببعض المزايا الخاصة بالتطبيقات الأخرى ويستنسخها؛ ليبدو أكثر كالأل⁹⁹. وأدخل تطبيق "يوتيوب" مزيتي الـ story في عام 2017 أيضا، ولكنه كان بطريقة مختلفة نوعا ما، إذ اتاح "يوتيوب" قصته مدة سبعة أيام، وكان التطبيق قد أطلق على ميزته تسمية reel والتي تسمح بالتسجيل مدة 30 دقيقة، وهو بالتالي خالف بعض صفات القصة المعروفة في التطبيقات الأخرى¹⁰⁰. وكان تطبيق "وتس اب" قد ادخل مزيتي قصتي أو "الحالة" إلى تقنياته في عام 2017؛ لتكون إضافة سردية جديدة للتطبيق¹⁰¹. وكذلك تطبيق "سكايب" كان قد ادخل مزيتي القصة تحت عنوان "highlights" وذلك في العام 2017¹⁰²، ولكنها لم تدم طويلا معه، إذ تم في العام 2018 الرجوع عن قرار وجودها في التطبيق؛ ويعزو سبب رفضها من قبل القائمين على التطبيق إلى عدم استمرارها مع تطبيقاتهم؛ لأنها لا تناسب طبيعته¹⁰³. وكان تطبيق "ماسنجر" الذي ينتمي إلى عائلة "فيس بك" شأنه شأن "وتس اب" قد ادخل مزيتي القصص إلى تقنياته في عام 2016 كاختبار في (بولندا) وكان

⁹⁶ Ryan and Thon

⁹⁷ Monteiro and MAZZILLI

⁹⁸ Instagram Blog, 'Introducing Instagram Stories.[Blog] Instagram Blog', 2017

⁹⁹ Romain Dillet, 'Facebook Launches Stories in the Main Facebook App', *Techcrunch.Com*, 2017 <<https://techcrunch.com/2017/03/28/facebook-launches-stories-in-the-main-facebook-app/>>

<<https://www.youm7.com/story/2017/3/10/Messenger-Day-يستخدمنسجرام-اليوم السابع-2017>>

¹⁰⁰ Sarah Perez, 'YouTube Is Launching Its Own Take on Stories with a New Video Format Called "Reels"', *Https://Techcrunch.Com*, 2017

<<https://techcrunch.com/2017/11/29/youtube-is-launching-its-own-take-stories-with-a-new-video-format-called-reels/>>

¹⁰¹ Josh Constine, 'WhatsApp Launches Status, an Encrypted Snapchat Stories Clone', *Https://Techcrunch.Com*, 2017

<<https://techcrunch.com/2017/02/20/whatsapp-status/>>; Kurt Wagner, 'WhatsApp Is Rolling out Its Own Version of Snapchat (and Instagram) Stories',

Https://www.Vox.Com, 2017 <<https://www.vox.com/2017/2/20/14663674/whatsapp-rolling-out-version-snapchat-instagram-stories>>

¹⁰² Sarah Perez, 'Skype's Snapchat-Inspired Makeover Puts the Camera a Swipe Away, Adds Stories', *Https://Techcrunch.Com*, 2017

<<https://techcrunch.com/2017/06/01/skypes-snapchat-inspired-makeover-puts-the-camera-a-swipe-away-adds-stories/>>

¹⁰³ Sarah Perez, 'Skype Rolls Back Its Redesign by Ditching Stories, Squiggles and over-the-Top Color', *Https://Techcrunch.Com*, 2018

<<https://techcrunch.com/2018/09/03/skype-rolls-back-its-redesign-by-ditching-stories-squiggles-and-over-the-top-color/>>

عنوانها "messenger day" ¹⁰⁴ وفي عام 2017 تم نقلها كنجربة للعالم كله ¹⁰⁵، وبقي تطبيق "تويتر" قيد الاختبار في تجربة الـ story منذ شهر آذار وحتى وقت اعداد هذا البحث في مطلع شهر حزيران من العام 2020 ¹⁰⁶.

وربما تكون موضوعة استنساخ المزايا بين مواقع التواصل الاجتماعي أمر شائع، وعملية يجري توظيفها بالشكل الذي يخدم التطبيق ويزيد من استخدامه ويجعلهم أكثر قدرة في تقديم فكرة "الحياة المثالية" بين رواد هذه المواقع ¹⁰⁷. والتي تثير مفهوم "الغيرة الإلكترونية" بين تطبيقات التواصل الاجتماعي؛ لأن بعضها يجذب المستخدمين أكثر من غيرها، وتقترب من حياتهم اليومية بشكل أوسع ¹⁰⁸، وتعزز هذه المقارنة فكرة سمة "القصص" التي تنظر إلى فكرة المحتوى "الأقل تصفية" من قبل المستخدمين، وهذا يؤكد موضوعة الغيرة بالنظر إلى أن المستخدمين من حيث أنهم يرون ما يفعله الناس الآن. وكيف تحاكي هذه المزية التواصل سريع الزوال، ومستويات الغيرة مقارنة مع منصات وسائط الإعلام الاجتماعية الأخرى وما يقوم الناس بنشره بناءً على ما تتيحه مزية الـ "story"

109

● مزية القصة story ومقارنة الفنون التحريرية

يبدو أن مبتكري هذه المزية قد فتحو أفقاً جديداً في الخدمات التي توفرها تطبيقات التواصل الاجتماعي، وربما لم يكون في حساباتهم هذا الإقبال الهائل على هذه النافذة المميزة في عرضها وإمكانياتها، فمن جانب تقدم الأخبار التي تتعلق بيوميات المشاهير كما أسلفنا، وفي ذات الوقت تعرض محتوى الأخبار الأكثر انتشاراً وأهمية، وفي المزية ذاتها تقدم التقارير المصورة بطريقة مبسطة تماشياً مع عامل السرعة والآنية والمساحة التعبيرية، وأيضاً وفرت مساحة كبيرة للإعلان والترويج، وخاصة لأولئك الذين يقدمون أنفسهم كمنهج من المعلنين -مستغلين- مؤهلاتهم الشخصية في تسويقهم للسلع والخدمات ¹¹⁰، كما ان هذه المزية اتاحت للمحتجين أو المعارضين باباً لتقديم مطالبهم وعرضها لنظير القرار ¹¹¹، وربما ينتقل الجانب التعليمي أيضاً لهذه المنصة كما يحدث في الدول الغربية، التي تستخدم القصة الرقمية في التعليم الإلكتروني كنافذة سهل التعامل معها؛ لأن مع تطور مفهوم سرد القصص الرقمي الذي يتغير في سرعة تفرقة؛ فان التعامل مع سلوكياته يتطلب البحث المستمر والتقارب النظري للدارسين في مجال الاتصال والإعلام ¹¹²، إذ إن المنافسة بين وسائل التواصل الاجتماعي الأكثر شعبية تتغير في اللحظة وبشكل غير متكرر وبطرائق مختلفة. ففهم ممارسة سرد القصص في المنصات عبر الإنترنت هو فهم للتواصل ككل، ومراقبة كيف يروي الناس

¹⁰⁴ 24 ككولوجيا، 'فيس بوك ماسجر تختبر مزية مستنسخة من سناب شات 24'، 'تكنولوجيا'، Kurt Wagner، 'Messenger Just Became the Latest 'Kologija'، <https://24.ae/article/283906/>، 2016

Facebook App to Launch a Stories Feature', *Https://Www.Vox.Comvox.Com*, 2017.

¹⁰⁵ حواس.

¹⁰⁶ سان فرانسيسكو: (ا ف ب)، "تويتر" تضم لبقية مواقع التواصل الاجتماعي وتطلق خدمة الـ "ستوري"، الاقتصادية جريدة العرب الاقتصادية الدولية 2020، <https://www.aieqt.com/2020/03/05/article_1774321.html>.

¹⁰⁷ Sonja Utz, Nicole Muscanell, and Cameran Khalid, 'Snapchat Elicits More Jealousy than Facebook: A Comparison of Snapchat and Facebook Use',

Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking, 18.3 (2015), 141–46.

¹⁰⁸ Joseph B Bayer and others, 'Sharing the Small Moments: Ephemeral Social Interaction on Snapchat', *Information, Communication & Society*, 19.7 (2016),

956–77.

¹⁰⁹ Bayer and others.

¹¹⁰ DR. RAJESH VERMA2 UDIT AGARWAL1, 'Emerging Trends in Digital Marketing', *International Research Journal of Engineering and Technology*

(IRJET), 6.5 (2019), 535–38.

¹¹¹

¹¹² Anh Nguyen; Marina Amâncio, pp. 24–25; Robin, p. 222.

قصصهم وكيف تتفاعل الآخريين من خلال قصصهم. وما الذي يبشّر الناس بالضبط عنه وكيف يروون قصصهم؟ هو يجد ذاته أمر في منتهى الأهمية من حيث التنظير العلمي للدراسات الحديثة، وهذا يتطلب التعمق والتركيز والقراءة الجيدة لمتغيرات هذا النوع من السرد الجديد¹¹³.

وإن فهم سلوك مستخدمي "القصص" في الواقع بشكل أدق، فضروري جدا؛ لغرض فهم العلامات والرموز والمعاني والجوانب الاجتماعية التي يعتمدها المستخدمون، وليس فقط فهم ما تعنيه، ولكن أيضا لمعرفة كيف يتم استخدامها والغرض من ذلك الاستخدام ومقارنته لفنون الاعلام التحريرية أو الوظيفية، فعلى الرغم من أن مزية "القصص" ورواية القصص الرقمية حديثة النشوء¹¹⁴، ولكنها مليئة أيضا بالمحتوى والسلوكيات والاتجاهات التي تنتظر ملاحظتها من قبل الباحثين في المجالات كافة. وبالإضافة إلى ذلك فأنها تحظى بشعبية كبيرة في الوقت الحالي بين مستخدمي الإنترنت وهذا يتطلب إذكاء الباحثين إليه؛ لأنه سيساهم في فهم الارتباطات بين العالم عبر الإنترنت والانتزنت، والسلوك. فضلا عن دورها الكبير في حياة الناس. وما وفرته لهم من مزية الظهور عبر نافذتها وروايتهم لقصصهم عبر خاصيتها، فالعديد من الناشئين والموهوبين في الكثير من المجالات، كان لمزية story الفضل عليهم في اظهارهم على شاشة ال media الصغيرة، ومن ثمّ بلوغهم إلى عالم الشاشة الكبيرة¹¹⁵.

● مقارنة بحثية لوظيفة ال story:

إن إطلاق "القصص" واعتماد وظيفتها من قبل منصات التواصل الاجتماعي المتعددة يمثل جزءًا مهمًا في تاريخ التواصل الاجتماعي؛ فالمستخدمين لم يعودوا يرغبون في نشر الصور ومقاطع الفيديو التي ستظل متاحة "إلى الأبد"، وبدلاً من ذلك صار الطلب على خيار الحذف الفوري والناقي في النظام الأساسي أكثر تفاعلاً ووضوحاً¹¹⁶. ف"القصص" هي اتجاه جديد على وسائل التواصل الاجتماعي، والتي تحتاج إلى دراسة لأغراض مختلفة كثيرة، مثل فهم التحوّل وسائط الإعلام الاجتماعية، وسلوك المستخدم، والغرض من الاستخدام والعلاقة بين العالم على الإنترنت والعالم غير المتصل¹¹⁷. فإن تحويل رواية القصص إلى رواية قصص رقمية يومية هو مفهوم مثير لغاية الاهتمام بالنسبة للدراسات الإعلامية، وخاصة عندما يتعلق الأمر بالإعلام الاجتماعي ورواية القصص على وسائل التواصل الاجتماعي. وثمة سبب آخر لدراسة رواية القصص الرقمية في مثل هذه البيئة هو ملاحظة التغيرات في هذا المفهوم، وما زال القص جزءاً من السلوك البشري وكيف تحدث هذه الممارسة في وسائل التواصل الاجتماعي؟¹¹⁸.

إذ إن مفهوم القصة الرقمية على منصة الانترنت مفهوم مازال يمتد ويتطور؛ نظراً لتسارع التكنولوجيا والعالم الرقمي الذي لا يمكن للتفكير البحثي مواكبته؛ خاصة وإننا يمكن تفسير استخدام الفرد للتكنولوجيا من خلال ثلاثة عوامل هي: المنفعة المدركة، سهولة الاستخدام، والاتجاه نحو الاستخدام¹¹⁹، فهذا بالنتيجة يشير إلى أن معظم المنصات ستختلف عن بعضها البعض عندما يتعلق الأمر بالوظائف التي تقدمها مزية "قصتي"¹²⁰، وإن تشكيل

¹¹³ Marina Amâncio, p. 84

¹¹⁴ Marina Amâncio, pp. 5-7, 30

¹¹⁵ Marina Amâncio, pp. 5-9.

¹¹⁶ Marina Amâncio, pp. 5-7.

¹¹⁷ Amâncio, pp. 5-7.

¹¹⁸ Amâncio, pp. 17-30.

¹¹⁹ علي مولود فاضل، 'تعرض الجمهور العراقي للدراما عبر التلفزيون واليوتيوب دراسة في أنماط التفضيل واتجاهات التأثير'، مجلة آداب الفراهيدي، (ص. 402).

¹²⁰ Amâncio, pp. 11-15.

إنتاج القصص الرقمية، وكذلك إنشاء السرد الذي ينتمي إلى المستخدم، يحتاج إلى العديد من التفسيرات حول كيف تبدو القصة الرقمية وما العناصر التي تشكل جزءاً من تكوينها؛ ومن الواضح أن هذه العناصر قد تختلف من تطبيق إلى آخر وذلك حسب وظائف وسائل الإعلام وفنونها في المقاربة النظرية¹²¹.

وتعد فكرة نشر يوميات القصص، من وجهة نظر بعض المنظرين للوظائف الاتصالية أشبه بالدعوة إلى المغامرة، ويرجعون سبب هذا الرأي، استناداً إلى ما يراه بعض المستخدمين، في حين يرى بعض آخر أن هناك أنواعاً من القصص تبدو تقليدية، وأخرى تعليمية، وقصص قائمة على المشاريع، والعدالة الاجتماعية وأخرى عن الثقافية، وبعضها تركز على الممارسة العاكسة، وكلها توصف بأنها مجموعة كاملة من القصص الشخصية التي يتم سردها الآن في شكل عام محتمل¹²²، وباستخدام موارد وسائط الإعلام الرقمية" وهي تروى عن طريق تفاعل وسائل التواصل الاجتماعي الزائل¹²³، الذي لا يدوم سوى 24 ساعة؛ لذلك فإن وظيفتها ليست ثابتة بل متغيرة. وهذا يجادل العديد من الباحثين بأن اختفاء البيانات جعل التفاعلات أقل عمقاً وأكثر سطحية. بينما يرى آخرون أن هذا الزوال هو التأثير الرئيس الذي كان وراء أن تصبح القصص ذات شعبية كبيرة جداً؛ لا سيما أن الاتصال في مزية story يكون أكثر زوالاً ويحدث بسهولة، بمعنى أن إرسال مقاطع الفيديو والصور إلى الأشخاص الذين تعرفهم أسهل من ذي قبل، ممّا يخلق فكرة أكثر شخصية وفاعلية في نشر اليوميات وتوظيفها بالطريقة التي تُخدم مُطلق القصة، وهذا ما جعل تدفق النشر من قبل المستخدمين في أعلى نقطة له. ومن ثم يصبح من الضروري البحث في مضار هذه المزية التي ظهرت لأول مرة في تطبيق "سناب شات" وتم استنساخها من قبل عدد كبير من التطبيقات؛ لأنها مزية تبدو وكأنها تحوّل وإضافة جديدة في عالم التواصل الرقمي ووظائفها الجديدة واليسيرة على المواطن الرقمي السارد، والذي وظّف منصات التواصل لخدمته وبالطريقة التي يرغبها وتعطيه القيمة في الظهور على مدار يومه¹²⁴.

¹²¹ Amâncio, pp. 17–21

¹²² Garrety, p. 6

¹²³ Couldry, p. 374

¹²⁴ Amâncio; Monteiro and MAZZILLI

● الخاتمة:

تؤدي مزية القصة story في مواقع التواصل الاجتماعي وظائف عدة لمستخدميها من الجمهور في العالم الافتراضي، وذلك عبر أدائها الثلاثة: الصورة والفيديو والنص، وبعد الدراسة التي أجريت على هذه الوظائف والخاصة في نشرها ليوميات رواة القصص الرقمية، فإن الباحث يمكنه أن يجدد أهم ثلاث وظائف تؤديها مزية ال story إلى جمهورها، وهي كالتالي: 1- وظيفة إخبارية. 2- وظيفة رقابية. 3- وظيفة ترفيهية. وتقترب هذه الوظائف من طبيعة ما تقدمه وسائل الإعلام إلى جمهورها من وظائف عدة عبر أشكالها التقليدية.

كما أن مزية القصة التي انطلقت في تطبيق سناب شات في عام 2011 قد حظيت باهتمام واسع من قبل الجمهور والتقنين والباحثين، رغم اعتراض بعض الباحثين على هذا الاتصال الزائل الذي لا يدوم سوى 24 ساعة، إلا أن جمهور هذه المزية قد شكل تفاعلا يكاد يكون الأكبر من نوعه تجاه هذه المزية، وهذا ما دفع تطبيقات عدة في السوشيال ميديا من استنساخ هذه التجربة وإتاحتها عبر تطبيقاتها وبأشكال مختلفة. وفي الوقت ذاته فإن هذه الدراسة قد حاولت أن تعرض أغلب ما تحتويه هذه المزية وما تقدمه لجمهور مستخدميها حتى لحظة اعداد هذه الدراسة، والتي ربما يتم تحديث وإضافة تفاصيل جديدة لمزие story ومن ثم يتطلب الأمر دراسة جديدة لتلك الإضافات. التي ربما تتخطى حدود وسائل الإعلام الكلاسيكية وتصبح فنا أو شكلا جديدا من التواصل الاجتماعي، خاصة في ظل التنامي الكبير للتكنولوجيا الرقمية في هذا العالم.

● الاستنتاجات:

توصلت هذه الدراسة وعبر العرض النظري الذي قدمه الباحث إلى عدة استنتاجات، وربما تضيف شيئا جديدا للباحثين في المستقبل، وهي كالآتي:

1. تحظى مزية ال story باهتمام عالٍ لدى فئة الشباب الذين يرغبون بالظهور عبر مواقع التواصل الاجتماعي وجذب انتباه الناس إليهم.
2. تقدم مزية ال story وظائف عدة غير التي تم عرضها، كالتعليم والتسويق على سبيل المثال، وربما يتم تداول هذا مستقبلا بشكل أوسع من قبل المستخدمين.
3. ربما يسعى القائمون على هذه التطبيقات إلى إضافة ابتكارات جديدة لهذه المزية؛ خاصة مع الاقبال الواسع عليها.
4. يمكن أن تكون هذه المزية من أكثر التقنيات التي ساهمت في نقل الواقع إلى العالم الافتراضي.

● التوصيات:

بعد الانتهاء من هذه الدراسة التي قاربت بين وظيفة ال story وما تؤديه من نقلها ليوميات مستخدمي تطبيقات التواصل الاجتماعي، فإن الباحث يوصي زملاءه بالتالي:

1. ضرورة دراسة العلاقة بين القصة story والإعلانات.



2. ضرورة دراسة دور ال story في نشر الشائعات.
3. ضرورة دراسة سلوك مستخدمي ال story نحو هذه المزيفة.
4. ضرورة دراسة تأثير هذه المزيفة في شخصية الناشر.

● قائمة المصادر:

- Access, Explore, 'Facebook: Accessible Images and Posts', *University of Arkansas* ●
<<https://exploreaccess.org/social-media/facebook-images/>>
- Alfonzo, Paige1, *Mastering Mobile through Social Media: Creating Engaging Content on Instagram and Snapchat.*, *Library Technology Reports*, 2019, LV ●
<<http://proxy.libraries.smu.edu/login?url=http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=eue&AN=134986639&site=ehost-live&scope=site%0Ahttp://proxy.libraries.smu.edu/login?url=http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=tfh&AN=134986639&si>>
- Amâncio, Marina, "Put It in Your Story": Digital Storytelling in Instagram and Snapchat Stories.', 2017 ●
- Barthes, Roland, 'Barthes, R.(1977). Image, Music, Text.(S. Heath, Ed.) The Journal of Aesthetics and Art Criticism (Vol. 37, p. 220). Hill and Wang. Doi: 10.2307/429854, Translated by S', Heath. New York: Hill & Wang, 1977 ●
- Bayer, Joseph B, Nicole B Ellison, Sarita Y Schoenebeck, and Emily B Falk, 'Sharing the Small Moments: Ephemeral Social Interaction on Snapchat', *Information, Communication & Society*, 19.7 (2016), 956–77 ●
- Blog, Instagram, 'Introducing Instagram Stories.[Blog] Instagram Blog', 2017 ●
- Constine, Josh, 'WhatsApp Launches Status, an Encrypted Snapchat Stories Clone', ●
Https://Techcrunch.Com, 2017 <<https://techcrunch.com/2017/02/20/whatsapp-status/>>
- Couldry, Nick, 'Mediatization or Mediation? Alternative Understandings of the Emergent Space of Digital Storytelling', *New Media & Society*, 10.3 (2008), 373–91 ●
- Danesi, Marcel, *The Semiotics of Emoji: The Rise of Visual Language in the Age of the Internet* ●
(Bloomsbury Publishing, 2016)
- Dictionary, English Oxford, 'Available at: [Https://En. Oxforddictionaries. Com](https://en.oxforddictionaries.com)', *Viewed On*, 4.04 (2017), ●
2017



- Dillet, Romain, 'Facebook Launches Stories in the Main Facebook App', *Techcrunch.Com*, 2017 ●
<<https://techcrunch.com/2017/03/28/facebook-launches-stories-in-the-main-facebook-app/>>
- Eagar, Toni, and Stephen Dann, 'Classifying the Narrated# Selfie: Genre Typing Human-Branding Activity', *European Journal of Marketing*, 2016 ●
- Eco, Umberto, *A Theory of Semiotics* (Indiana University Press, 1979), CCXVII ●
- Fisher, Walter R, 'Narration as a Human Communication Paradigm: The Case of Public Moral Argument', *Communications Monographs*, 51.1 (1984), 1–22 ●
- Garrety, Cynthia Marie, 'Digital Storytelling: An Emerging Tool for Student and Teacher Learning', 2008 ●
- HANDLER, MILLER CAROLYN, 'Digital Storytelling Focal Press' (Elsevier UK, 2004) ●
- Jappy, Tony, *Introduction to Peircean Visual Semiotics* (A&C Black, 2013) ●
- Jou, Brendan, Subhabrata Bhattacharya, and Shih-Fu Chang, 'Predicting Viewer Perceived Emotions in Animated GIFs', in *Proceedings of the 22nd ACM International Conference on Multimedia*, 2014, pp. 213–16 ●
- Lambert, Joe, 'Digital Storytelling: Capturing Lives', *Creating Community*, 2013 ●
- Lee, Chei Sian, and Sei-Ching Joanna Sin, 'Why Do People View Photographs on Instagram?', in *International Conference on Asian Digital Libraries* (Springer, 2016), pp. 339–50 ●
- Marina Amâncio, "' Put It in Your Story ": Digital Storytelling in Instagram and Snapchat Stories .', 2017 ●
- Monteiro, R, and Paola MAZZILLI, 'LIVE STORIES O Snapchat Como Uma Pasta Compartilhada de Registros Da Vida', *Intercom. Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares Da Comunicação, Salto*, 2016, 1–15 ●
- Moon, Jang Ho, Eunji Lee, Jung-Ah Lee, Tae Rang Choi, and Yongjun Sung, 'The Role of Narcissism in Self-Promotion on Instagram', *Personality and Individual Differences*, 101 (2016), 22–25 ●
- Nguyen, Anh, 'Negotiations and Challenges in Creating a Digital Story: The Experience of Graduate Students', 2011 ●

- Nguyen, Mymy, 'Viewing Snapchat Filters Through a Sociological Lens', 2017 ●
- Perez, Sarah, 'Skype's Snapchat-Inspired Makeover Puts the Camera a Swipe Away, Adds Stories', ●
Https://Techcrunch.Com, 2017 <<https://techcrunch.com/2017/06/01/skypes-snapchat-inspired-makeover-puts-the-camera-a-swipe-away-adds-stories/>>
- , 'Skype Rolls Back Its Redesign by Ditching Stories, Squiggles and over-the-Top Color', ●
Https://Techcrunch.Com, 2018 <<https://techcrunch.com/2018/09/03/skype-rolls-back-its-redesign-by-ditching-stories-squiggles-and-over-the-top-color/>>
- , 'YouTube Is Launching Its Own Take on Stories with a New Video Format Called "Reels"', ●
Https://Techcrunch.Com, 2017 <<https://techcrunch.com/2017/11/29/youtube-is-launching-its-own-take-stories-with-a-new-video-format-called-reels/>>
- Robin, Bernard R, 'Digital Storytelling: A Powerful Technology Tool for the 21st Century Classroom', ●
Theory into Practice, 47.3 (2008), 220–28
- Ryan, Marie-Laure, and Jan-Noël Thon, *Storyworlds across Media: Toward a Media-Conscious Narratology* ●
(U of Nebraska Press, 2014)
- Tomaščíková, Slávka, 'Narrative Theories and Narrative Discourse', *Bulletin of the Transilvania University* ●
of Bra Ov, 2.51 (2009), 281–90
- UDIT AGARWAL¹, DR. RAJESH VERMA², 'Emerging Trends in Digital Marketing', *International* ●
Research Journal of Engineering and Technology (IRJET), 6.5 (2019), 535–38
- Utz, Sonja, Nicole Muscanell, and Cameran Khalid, 'Snapchat Elicits More Jealousy than Facebook: A ●
Comparison of Snapchat and Facebook Use', *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 18.3
(2015), 141–46
- Wagner, Kurt, 'Messenger Just Became the Latest Facebook App to Launch a Stories Feature', ●
Https://Www.Vox.Comvox.Com, 2017
- , 'WhatsApp Is Rolling out Its Own Version of Snapchat (and Instagram) Stories', ●
Https://Www.Vox.Com, 2017 <<https://www.vox.com/2017/2/20/14663674/whatsapp-rolling-out-version->

<snapchat-instagram-stories>

- Werner, Walter, “ What Does This Picture Say?” Reading about the Intertextuality of Visual Images’,
International Journal of Social Education, 19.1 (2004), 64–82
- (ب), سان فرانسيسكو : (ا ف, “تويتر” تنضم لبقية مواقع التواصل الإجتماعي وتطلق خدمة ال “ستوري”, *الاقتصادية جريدة العرب الاقتصادية الدولية*, 2020 <https://www.aleqt.com/2020/03/05/article_1774321.html>
- تكنولوجيا, 24, فيس بوك ماسنجر تختبر مزية مستنسخة من سناب شات, *24 تكنولوجيا*, 2016 <<https://24.ae/article/283906/>>
- حواس, مؤنس, فيس بوك ينافس سناب شات ويطلق مزية “Messenger Day” لمستخدمي ماسنجر, *اليوم السابع*, 2017 <<https://www.youm7.com/story/2017/3/10/-Messenger-Day-ويطلق-مزية-سناب-شات-ويطلق-مزية-Messenger-Day-لمستخدمي/3137214/>>
- رنجي مصطفى عليان, عثمان محمد غنيم, مناهج وأساليب البحث العلمي (عمان: دار الصفا للتوزيع والنشر, 2000)
- سيمسم, حميدة مهدي, *نظرية الرأي العام*, ط1 (الدار الثقافية للنشر, 2005)
- منصور, أحمد حامد, *أساسيات تكنولوجيا التربية* (دمياط, القاهرة: العصرية, المكتبة, 2010)