



SIATS Journals

The journal of media and social studies for specialized researches (JMSSR)

Journal home page: <http://jmsssr.siat.co.uk/>



مجلة الإعلام والعلوم الاجتماعية للأبحاث التخصصية

العدد 1، المجلد 4، 2020

e-ISSN: 0127-7448

EMOTION BETWEEN CULTURE AND SOCIAL MEDIA

الانفعال بين الثقافة ومواقع التواصل الاجتماعي

ابراهيم بن عزوزي

ibrahim.ben.azzouzi@univ-mascara.dz

معسكر جامعة

كلية العلوم الانسانية والاجتماعية

قسم علم النفس

محمد زهير زيتوني

_zitouni.mohamed@univ-bechar.dz

جامعة بشار

كلية العلوم الاجتماعية

قسم علم النفس

2020

ARTICLE INFO

Article history:

Received: 09/01/2020

Received in revised form 15/01/2020

Accepted 30/03/2020

Available online 15/4/2020

ABSTRACT

The aims of this literary review is investigate the relationship of emotion with culture, and culture to social media pages, and the relationship of social media pages with emotion, and this in order to show the role of intermediate emotion for links between culture, and social media pages. The results showed that culture influence emotion in the expressive part, and that emotion manifests in social media pages through interactions in messages, groups, publications, and comments. On the other hand, culture is affected by social media through communication that carries emotion. Social media pages are affected by culture through the strength of emotions that produce it, whether positively or negatively. These results refer that emotion is not universal in his expression due to culture, and social media, and make a problem in assessment. On the other hand, the results conclude that social media can be used as a therapy through emotion.

Keywords: Emotion; Culture; Social Media.

الملخص

تسعى هذه المراجعة الأدبية إلى التقصي في علاقة الانفعال بالثقافة، وعلاقة الثقافة بمواقع التواصل الاجتماعي، وعلاقة مواقع التواصل الاجتماعي بالانفعال، وهذا من أجل اظهار دور الانفعال الوسيط للنقل بين الثقافة باعتبارها تشكل جزء كبير من الحياة الواقعية، ومواقع التواصل الاجتماعي التي تشكل جزء كبير من الحياة الافتراضية للأشخاص. وعليه أظهرت النتائج أن الانفعال في الجزء التعبيري منه وفي تمثله يخضع للجانب الثقافي، كما أن الانفعال يتجلى في مواقع التواصل الاجتماعي من خلال التفاعلات المختلفة في الرسائل أو المجموعات أو المنشورات والتعليقات. من جهة أخرى، تأثر الثقافة في مواقع التواصل الاجتماعي من خلال التواصل الذي يحمل الانفعال، وبالمقابل تأثر مواقع التواصل الاجتماعي على الثقافة من خلال قوة الانفعالات التي تفرزها، سواء بالإيجاب أو السلب. هذه النتائج تحيل إلى عدم عالمية التعبير عن الانفعال بسبب الثقافة، وحتى في مواقع التواصل الاجتماعي، وهذا ما يطرح إشكالية القياس. من جهة أخرى تخلص النتائج إلى امكانية استخدام مواقع التواصل الاجتماعي كتقنية علاجية من خلال الانفعال.



الكلمات المفتاحية: الانفعال، الثقافة، مواقع التواصل الاجتماعي.

1. مقدمة وطرح الاشكال

يعيش الانسان في جدلية الثنائية المتعاكسة، فلا يمكن أن يتصور الانسان الليل بدون نهار، ولا يمكن ان يدرك الليل بدون وجود نهار، كما انه لا يمكن أن يعرف الخير إذا لم يكن هناك شيء آخر اسمه الشر، ولا يمكن ان يدرك الضوء الداكن إذا لم يكن هناك الضوء الفاتح، ولا يمكن تصور الشعور بدون لا شعور.

على أساس هذه الجدلية الثنائية، لا يمكن تصور وجود الحقيقة بمعزل عن الخيال، او الواقع بمعزل عن الافتراض، فالإنسان قد يعيش حياته في الواقع، وقد يتخيلها ضمن أحلام اليقظة.

ان التطور في مجال الرقميات والاعلاميات خلق فضاء جديدا مفترضا، خاصة في الجزء المتعلق بمواقع التواصل الاجتماعي، حيث تمثل حياة افتراضية، مبنية على مؤسسات اجتماعية مفترضة ومتخيلة وموازية للمجتمع الحقيقي. هذه المواقع أصبحت توفر امكانية التواصل والتفاعل الاجتماعي عن بعد بدون تحمل عناء السفر، كما أنها جعلت من العالم قرية صغيرة، بحيث أصبح المستخدم يتواصل مع أشخاص آخرين من بيئات وثقافات وأعراق وديانات أخرى، وبدون حتى أن يتعرف عليهم في الحياة الواقعية.

على هذا الأساس أصبح من الممكن القول بأن مواقع التواصل الاجتماعي تمثل منبر لالتقاء الحضارات والثقافات والانفتاح على المختلف. إن التواصل في جوهره يحمل طابعا تفاعليا اجتماعيا، حيث يتم تبادل الأفكار والخبرات والانفعالات، بحيث أن تأثير الانفعالات يلعب دورها مهما في الحياة الاجتماعية.

إننا نفترض ضمن هذا الطرح أن التفاعل بين الحقيقة أو الواقع، والتي نتصورها في هذه المراجعة على أنها الثقافة الفردية والاجتماعية، وبين الخيال أو الافتراض والذي نتصوره على أنه مواقع التواصل الاجتماعي يتأثر بشكل كبير بالانفعال، حيث أن الانفعال يلعب دورا وسيطا للنقل والتبادل والتأثير بين الثقافة ومواقع التواصل الاجتماعي، وفي الاتجاهين الايجابي والسلبي.

من أجل التحقق من حقيقة هذا الافتراض، وحسب طبيعة الموضوع، فإنه يفرض علينا الرجوع إلى الدراسات السابقة في هذا الصدد وتفكيك هذا التصور، من خلال تبين علاقة الانفعال بالثقافة، ثم علاقة الثقافة بمواقع التواصل الاجتماعي، ثم اظاهر تحليلات الانفعال في مواقع التواصل الاجتماعي والحياة الرقمية. هذا في الأخير يسمح لنا ببناء تصور يظهر الدور الوسيط للانفعال بين الثقافة ومواقع التواصل الاجتماعي. وعليه يمكن طرح التساؤل العام التالي: ما هو الدور الوسيط للانفعال بين الثقافة ومواقع التواصل الاجتماعي؟



2. الثقافة والانفعال:

أغلب الدراسات في علم نفس الانفعال تتفق حول مسلمة مفادها أن الانفعال علمي من حيث العمليات الجسدية والتجليات الفيزيولوجية له، وبالتالي هو مشترك بين الانسان والحيوان في هذه الميزة، إلا أن الثقافة تعمل على توفير مجموعة من العلامات والتعبيرات، والتصنيفات، وتأويل الانفعال، وتنظيم المعايير الاجتماعية والتعبير عنها وفقت تلك الثقافة السائدة في تلك المنطقة¹، إذا الانفعال لا يحدد بيولوجيا فقط، بل حتى من خلال تأثيرات البيئة، حيث أن الاختلافات الثقافية تؤدي إلى اختلافات في الانفعالات، خاصة في مستوى التفعيل والاثارة الانفعالية²، من حيث شدة ظهور الانفعالات السلبية والايجابية، ومستوى تفعيلها.

الانفعالات لديها وظيفة ثقافية بحيث تساعد على انجاز الأهداف الاجتماعية وحل المشكلات الاجتماعية، وبالتالي هي عنصر يساعد على التكيف مع الحياة الاجتماعية، والاختلال فيها قد يؤدي لاختلال التكيف مع البيئة الاجتماعية وهنا يظهر اللاسواء أو المرض. بحيث أن التفاعلات الاجتماعية تلعب دورا مهما في تمثل الانفعالات وتصنيفاتها التي تنتجها الثقافة، أي أن التفاعل الاجتماعي ينقل الثقافة بما فيها طرق التعبير الانفعالي. فالاختلاف عن التعبير الانفعالي ومثله جد مهم، فهو يساعد الفرد على أن يكون شخص جيد في ثقافة³، حسب النظم والمعايير الاجتماعية والقيم الاجتماعية التي تفرزها الثقافة⁴.

بالتالي فإن الثقافة تنقل إلى الفرد من خلال التفاعل الاجتماعي، والتفاعل الاجتماعي يتم من خلال اللغة، فاللغة تلعب دور مهم في الاحساس وفي التعبير عن الانفعالات، بحيث ان اختلاف اللغات يصاحبه أحيانا اختلاف في الألفاظ والتعبيرات الانفعالية⁵.

حتى من حيث نمط الادراك، فادراك التعابير الوجهية والانفعالية، وادراك العاطفة الايجابية وتصنيفها يختلف حسب الثقافات⁶.

¹Cathia Papi. (2016). The influence of culture on the expression of emotions in online social networks. **ESSACHESS. Journal of Communication Studies**, 9(218), pp. 33-42.

² Nangyeon Lim. (2016). Cultural differences in emotion: differences in emotional arousal level between the east and the west. **Integer Med RES**, 5, pp. 105-109.

³ Batja Mesquita, Michael Boiger& Jozefien De Leersnyder. (2017). Doing emotions : the role of culture in everyday emotions. **European Review of Social Psychology**, 28(1), pp. 95-133

⁴ David Mutsumoto& Hyi Sung Hwang. (2011). Culture and emotion: The integration of biological and cultural contributions. **Journal of Cross-Cultural Psychology**, pp. 1-28.

⁵ Cathia Papi. (2016). The influence of culture on the expression of emotions in online social networks. **ESSACHESS. Journal of Communication Studies**, 9(218), pp. 33-42.

⁶ Jan B. Engelmann& Marianna Pojosyan. (2013). Emotion perception across cultures: The role of cognitive mechanisms. **Frontiers in Psychology**, 4(118), pp. 1-10.



اضافة إلى ذلك، فإن الثقافة تسمح بالضبط والتعديل الانفعالي حسب المجموعات الاجتماعية التي ينتمي إليها الفرد، حيث أن بعض المجموعات الاجتماعية الثقافية تفرض على الشخص التصرف والانفعال وفق طريق معينة دون غيرها⁷. ما يمكن أن نخلص له في الأخير أن الانفعالات ليست عالمية، بل تختلف حسب الثقافات والتعبيرات الانفعالية، وهذا من حيث الشدة والتفعيل⁸.

بعد هذا العرض الموجز الذي لم نسهب فيه بالحديث، والذي أوضح لنا دور الثقافة وتأثيراتها في الانفعال، نسعى الآن إلى معرفة العلاقة التي تجمع بين الثقافة ومواقع التواصل الاجتماعي.

3. الثقافة ومواقع التواصل الاجتماعي:

إن الثقافة عبر العالم تحمل التقاليد الفردية المختلفة، والمعتقدات، والمعايير وتجعل الأفراد في وحدة، هذه الاختلافات تؤثر على طرق التواصل، وعلى السلوك، والقيم. كما أنها تؤثر على طريقة الأفراد في التواصل خلال مواقع التواصل الاجتماعي.

إن مواقع التواصل الاجتماعي تجمع بين الأفراد من مختلف الثقافات مع بعض في "قرية صغيرة"، فالأشخاص المغتربين يميلون إلى استخدام مواقع التواصل الاجتماعي من أجل أن يصبحوا أكثر تكيفا مع الثقافة المضيفة (في حالة الهجرة) في مرحلة التكيف، ومن أجل المحافظة على الروابط مع المنزل في دولهم⁹.

كما أن بعض الدراسات أظهرت بعض الروابط بين الثقافة باعتبارها تمثل كل ما هو مرتبط بالحياة الواقعية، وبين مواقع التواصل الاجتماعي باعتبارها تمثل ما هو افتراضي.

في دراسة قام بها¹⁰ (Olson, Liu & Shultz) حول ادراك الدعم الاجتماعي من طرف مستخدمي الفيس بوك في المجتمع الأمريكي، سواء في الحياة الاجتماعية الحقيقية، أو الافتراضية، حيث خلصت إلى أن ادراك الدعم الاجتماعي عال مع الأصدقاء وجها لوجه، وهذا بالنسبة للأنواع الثلاثة من الدعم الاجتماعي (المرتبط بالمساعدات المادية، والمعلومات، والانفعالية)، وهذا تحقق حتى بالنسبة لأصدقاء الفيس بوك حسب عدد الساعات المضية فيه.

⁷ Brett Q. Ford & Tris B. Mauss. (2015). Culture and emotion regulation. *Current Opinion in Psychology*, 3, pp. 1-5.

⁸ Rachael E. Jack, Oliver G. B. Garrod, Hui Yu, Roberto Caldara & Philippe G. Schyns. (2012). Facial expressions of emotion are not culturally universal. *PNAS*, 109(19), pp. 7241-7244.

⁹ Rebecca Sawyer & Guo-Ming Chen. (2012). The impact of social media on intercultural adaptation. *Intercultural Communication Studies*, 4(2), pp. 151-169.

¹⁰ Deborah A. Olson, Jeanny Liu & Kenneth S. Shultz. (2012). The influence of facebook usage on perceptions of social support, personal efficacy, and life satisfaction. *Journal of Organizational Psychology*, 12(3/4), pp. 133-144.



كما أن المستخدمين المشهورين (الشعبيين) في الفيس بوك الذين لديهم تواصل اجتماعي كثير، لديهم شخصيات تنبأ بصداقات كثيرة في العالم الحقيقي، أو تنبأ بالميل إلى وضع علاقات سطحية. كما أن العدد الحقيقي للأصدقاء في العالم الحقيقي ينبأ هو الآخر بعدد الأصدقاء في الفيس بوك¹¹، وهنا يتجلى جيداً النقل بين العالم الحقيقي والذي يشمل الثقافة و العالم الافتراضي.

انتشار مواقع التواصل عبر العالم أظهر تأثيرات مختلفة على الثقافات الفردية¹²، فهي تؤثر على الدماغ البشري، وكنيجة على جودة حياته. كما أن التفاعلات عبر مواقع التواصل الاجتماعي تحمل الكثير من التهديدات على الأفراد والمجتمع¹³، خاصة من حيث خطر الخصوصية الواضح جداً من خلال استخدام الفيس بوك مثلاً¹⁴، بحيث أن الحياة الخاصة أصبحت تشارك مع الغرباء.

يمكن أن نستنتج أن مواقع التواصل الاجتماعي تلعب دوراً مهماً في التأثير على الثقافة، والاقتصاد، والنظرة نحو العالم. إنها تجعل الأشخاص يتبادلون الأفكار، ويرتبطون بأمور معينة، وحشد القضايا ضد من يعتبرونهم أعداء لهم. هذه المواقع محت حدود التواصل، وخلقت قنوات لا مركزية التواصل، وفتحت المجال أمام كل الأصوات والأشخاص بالحديث في ما يريدون وفي الوقت الذي يريدون. كما تساعد على التعلم، والارتباط مع مختلف المجموعات العلمية المتخصصة، وتسهل التواصل مع الأصدقاء والعائلة، وتهدم العوائق الثقافية.

بالمقابل، لها تأثيرات سلبية، حيث أنها تجمع بين العزلة وتآكل الثقافة، فهي تسرق الثقة والراحة من مكان لآخر، وتعوض العلاقات الحقيقية، والدعم الانفعالي والجسدي الواقعي، كما أنها تسلب التحكم الذاتي والقدرة على التفكير المستقل، وتقضي العلاقات الحقيقية، بحيث ألغت الزيارات المنزلية والاكتفاء بالتواصل الرقمي، وتؤدي إلى الاكتئاب والقلق والتنمر والرهاب¹⁵.

¹¹ Daniele Quercia, Renaud Lambiotte, David Stillwell, Michal Kosinski & Jon Sroucroft. (2012). The personality of popular facebook users. **Session: Social Network Analysis, February 11-15, 2012**, Seattle, WA, USA, pp. 955-964.

¹² Rebecca Sawyer & Guo-Ming Chen. (2012). The impact of social media on intercultural adaptation. **Intercultural Communication Studies**, 4(2), pp. 151-169.

¹³ Nantascha Zeitel- Bank & Ute Tat. (2014). Social media and its effects on individuals and social systems. **International Conference**, 25-27 June 2014. Portoroz, Slovenia. Management, Knowledge and Learning.

¹⁴ Bernhard Debatin, Jennette P. Lovejoy, Ann-Kathrin Horn & Brittany N. Hughes. (2009). Facebook and online privacy: Attitudes, behaviors, and unintended consequences. **Journal of Computer Mediated Communication**, 15, pp. 83-108.

¹⁵ Jacob Amedie. (2015). The impact of social media on society. **Advanced Writing: Pop Culture Intersections**, 2, pp. 1-20



منه الثقافة تؤثر على مواقف التواصل الاجتماعي من خلال التواصل وطرقه، وفي نفس الوقت تتأثر بهذه المواقع من خلال تأثيراتها على الفرد وحياته الاجتماعية، سواء بالإيجاب أو السلب. هذا كون هذه المواقع تجعل الأفراد يختبرون العديد من التفاعلات، وبالتالي العديد من الانفعالات. سنسعى في العنوان الموالي أن نبين مختلف العلاقات بين الانفعال ومواقع التواصل الاجتماعي.

4. مواقع التواصل الاجتماعي والانفعال:

الانفعال ضمن مواقع التواصل الاجتماعي كان محل اهتمام العديد من الباحثين حسب ما تظهره دراسة منهجية في هذا الصدد، حيث تم دراسة الانفعال من حيث الاثارة (سليبي/ايجابي)، وكانفعالات منفصلة (قلق، خوف، فرحة وغيرهم)، وكتفاعل بين الانفعالات كبنى منفصلة والاثارة الانفعالية، وكتفعيل انفعالي (عال/منخفض)، والأحاسيس الجماعية، وكانفعالات معدية بين المستخدمين، ومن حيث حضور الانفعال من عدمه¹⁶. ميل المستخدمين إلى التعبير عن الانفعالات يرتبط بدرجة الاهتمام بعدد من المجالات (الرياضة، الأفلام، السياسة، الأخبار، العلم، الاقتصاد، الفن، الصحة والدين) عند مستخدمي Twitter¹⁷، بحيث أن الاهتمام بمجال معين يرفع من القدرة على التعبير الانفعالي حوله، وكذا في كمية ونوعية الانفعالات المفردة. يتضح من جهة أخرى أن انفعالات المستخدمين عبر مواقع التواصل الاجتماعي أهما متقارب فيما بينها، لكن ليست متبادلة حسب الأفراد¹⁸، ونرجع عدم تبادليته إلى اختلاف الخلفيات الثقافية والشخصية للمتفاعلين فيما بينهم.

إن الأشخاص يشاركون ويتفاعلون بشكل مختلف بين قنوات الفيس بوك، وبقصد أكبر وانفعالات سلبية في الرسائل بالنسبة لمجتمع الدراسة، كما أنهم يشعرون بالرضا بعد المشاركة الانفعالية الايجابية في كل قنوات ومجموعات الفيس بوك التي يهتمون بها¹⁹. حاول (lin& Utz) الكشف عن الانفعالات الناتجة عن قراءة منشور ضمن الفيس بوك، حيث

¹⁶ Hissu Hyvarinen& Roman Beck. (2018). Emotions trump facts: The role of emotions in on social media: A literature Review. *Proceedings of the 51st Hawaii International Conference on System Science*, pp. 1797-1806.

¹⁷ Yoad Lewenberg, Yoram Bachrach& Switlan Volkava. (2015). Using emotions to predict user internet areas in online social networks. *International Conference on data science and advanced analytics (DSAA)*. Doi:10.1109/DSAA.2015.7344887.

¹⁸ Saike He, Xiaolong Zheng, Daniel Zeng, Chuan Luo& Zhu Zhang. (2016). Exploring entrainment patterns of human emotion in social media. *PLoS ONE*, 11(3): e0150630, pp. 1-19.

¹⁹ Natalya N. Bazarova, Yoon Hyung Choi, Victoria Schowanda Sosik, Dan Cosley& Janis Whitlock. (2015). Social sharing of emotions on facebook: Channel differences, satisfaction, and replies. *Mood and Emotion*, pp. 154-164.



اتضح أن الانفعالات الايجابية تنتشر أكثر من الانفعالات السلبية أثناء تصفح الفيس بوك في المجتمع الأمريكي²⁰. هذا ربما بسبب سهولة العلاقات ووضوحها في المجتمع الأمريكي، بحيث أن التواصل بين مستخدمين عبر الرسائل يكون جد قليل مقارنة بالوقت الذي يمضونه مع بعض ويتبادلون فيه الانفعالات، عكس المنشورات فهي ذات طابع اجتماعي وميولات أكثر ومجموعات معينة، وبسبب انشغال الأفراد يصعب الالتقاء في الواقع، مما يجعل من مواقع التواصل الاجتماعي المكان الأمثل لتبادل الاهتمامات والأفكار والانفعالات ذات الطابع الاجتماعي.

التفاعلات الاجتماعية الكثيرة ترتبط بالتأثير العالي للانفعالات بين مستخدمين اثنين، أي كلما كان هناك تفاعل أكبر كان هناك افراز انفعالي أكبر، وتأثير الانفعالات السلبية أقوى بكثير من الايجابية حسب ما خلص إليه²¹. الانفعالات السلبية تكثر عند الأفراد الذين يبادرون للتواصل بطريقة سريعة جدا داخل المجموعات، كما أن الذكور يشاركون للمبادرة في التواصل أسرع من الاناث. كما أن الأفراد يفضلون الارتباط بالآخرين الذين لديهم نفس الاهتمامات. هذا عكس الأفراد المنبسطون، الذين يبادرون للتواصل أكثر بطيء، ربما يرجع هذا إلى كون لديهم تواصل أكبر خارج المجموعة ضمن الفيس بوك²².

إن الأفراد يشاركون الانفعالات الايجابية والسلبية عندما تكون شبكة الأصدقاء في الفيس بوك صغيرة وكثيفة، ربما لاعتبار عامل الثقة والسرية. السماع بأن صديق في الفيس بوك مضطرب يجعل الأصدقاء يرسلون ويعلقون بأكثر عاطفية ودعمًا في التعليقات. ان استقبال الإعجابات الكثيرة، والتعليقات بلغة ايجابية ينمي لدى صاحب المنشور الاحساس بالقيمة الذاتية، كالإحساس بالدفء، بينما السلبية تجعله يشعر بالهزيمة والنقص²³، هذا يوحي إلى قدرة مواقع التواصل الاجتماعي في التأثير على شخصية الأفراد الحقيقية.

²⁰ Ruoyun Lin& Sonja Utz. (2015). The emotional responses of browsing facebook: Happiness, envy, and the role of tie strength. *Computers in Human Behavior*, 52, pp. 29-38.

1- ²¹ Xioahui Wang, Jia Jia, Jie Tang, Boya Wu, Lianhong Cai& Lexing Xie. (2007). Modeling emotion influence in image social networks. *IEEE Transactions on Affective Computing*, 6(1), pp. 1-13.

²² Damica Vukadinovic Greetham, Robert Hurling, Gabrielle Osborne& Alex Linley. (2011). 7th Conference on applications of social network analysis: Social networks and positive and negative affect. *Procedia-social and behavioral sciences*, 22, pp.4-13.

²³ Movia Burke& Mike Develin. (2016). Once more with feeling: Supportive responses to social sharing on facebook. *CSCW16, February 27-march 02, 2016*, San Fransisco, CA, USA.

<http://dx.doi.org/10.1145/2818048.2835199>.



التفاعلات ضمن مواقع التواصل الاجتماعي يمكن أن تؤدي إلى تعلق انفعالي عاطفي مع المواقع، والمجموعات، والأشخاص²⁴، بسبب كثافة الحديث وسهولته.

حتى البيئة الفيزيائية من شأنها التأثير على الحالة الانفعالية للأشخاص، وقد تسبب عدوى انفعالية، فهطول الأمطار يؤثر مباشرة على المحتوى الانفعالي للرسائل، بحيث تكون أكثر شاعرية ولطافة، كما أنها تؤثر على حالة رسائل الأصدقاء الآخرين الذين يعيشون في مدن لا تشهد هطول الأمطار²⁵.

إن الانفعالات معدية، فانتظار حدث معين يثير على الانفعالات الشخصية ويؤدي إلى إثارة انفعالية تتماشى والحدث المنتظر، كما أن قرار كتابة تعليق معين من عدمه يتأثر بشكل جوهري بالانفعالات الشخصية²⁶، فقد يعلق الفرد على صورة أعجبه، أو يعلق بالسلب على منشور يغضبه.

العدوى الانفعالية تظهر خارج تفاعل الشخص مع الأشخاص الآخرين، في محتوى الأخبار والمنشورات والتعليقات، فعندما تنقص التعابير الإيجابية للآخرين أثناء التفاعل معهم، تجعل الشخص يتجه نحو منشورات أقل إيجابية وأكثر سلبية، وعندما تنقص التعابير الانفعالية السلبية يظهر العكس²⁷. هذه النتائج تحيل إلى أن التعابير الانفعالية التي ينتجها الآخرون في الفيس بوك تؤثر على انفعالاتنا الشخصية.

قد يرتبط الانفعال بالمجموعات الخاصة ومحور اهتمامها، ففي دراسة على خطاب الأمهات عبر الفيس بوك، تبين أن أغلب خطابات وحوارات الأمهات هو حول تطلعات الامومة، كما أن الأم تعبر عن الانفعالات السلبية التي تظهر عند مجابهة المحن مقارنة بالانفعالات الإيجابية²⁸، حيث تعتبر الأمهات هذه المجموعات فضاء للتفريغ الانفعالي.

في دراسة مقارنة بين المستخدمين حقيقي الهوية في مواقع التواصل الاجتماعي، ومزيفي الهوية، تبين أن حقيقي الهوية يكشفون عن تصنيفات انفعالية متعددة تركز على تجارب الحياة الحقيقية لديهم مثل المتعة، الحزن، الغضب، الخوف،

²⁴ Yulia Rahmadini& Rizal Edy Halim. (2018). The influence of social media towards emotions, brand relationship quality, and word of mouth (WOM) on concert's attendees in Indonesia. *MATEC Web of conferences*, 150: 05058, pp. 1-9.

²⁵ Lorenzo Coviello, Yunkyu Sohn, Adam D. J. Kramer, Cameron Marlov, Massimo Franceschetti, Nicholas A. Christakis& James H. Fowler. (2014). Detecting emotional contagion in massive social networks. *PLoS ONE*, 9(3): e90315, pp. 1-6.

²⁶ Hissu Hyvarinen& Roman Beck. (2018). Emotions trump facts: The role of emotions in on social media: A literature Review. *Proceedings of the 51st Hawaii International Conference on System Science*, pp. 1797-1806.

²⁷ Adam D. J. Kramer, Jamie E. Guillory& Jeffrey T. Hancock. (2013). Experimental evidence of massive- scale emotional contagion through social networks. *PNAS*, 111(24), pp. 8788-8790.

²⁸ Theresa M. De Los Santos, Lauren M. Amaro& Nataria T. Joseph. (2019). Social comparison and emotion across social networking sites for mothers. *Communication Reports*, 32 (2), pp. 82-97.



بينما مزيفي الهوية، ينشرون منشورات محددة لإنجاز أهداف محددة²⁹، هذا لكون الهوية السرية ترتبط بأهداف معينة، والتي تتطلب انفعالات معينة. وحتى من حيث التعبير عنها من عدمه، فقد تكون مزيفة.

لكن على العموم، أغلب المستخدمين الفاعلين في منصات التواصل الاجتماعي، وحوالي النصف منهم يظهر انفعالات قوية، ومتنوعة ايجابية وسلبية، والتي تنعكس على شدة استخدامهم لوسائل التواصل الاجتماعي³⁰. فمثلا مستخدمي الفيس بوك يستخدمونه كثيرا وبكثافة، وأكثر كشف عن الانفعالات (الاجيابة والسلبية)، والعلاقة بين كثافة استخدام الفيس بوك والكشف عن الانفعالات يتوسطها الحاجة الكبيرة على التعبير العاطفي³¹، بحيث أن الفيس بوك يعتبر وسيلة سهلة وفورية للتعبير عن الانفعالات، ومرات تضمن السرية مع أشخاص غير معروفين.

وبالرغم من ذلك، فإن كثافة استخدام الفيس بوك يرتبط بالموجب مع مستويات الاكتئاب، فكلما زادت مدة الاستخدام اليومي ترتفع معه درجات الاكتئاب. كما أن النشاطات في الفيس بوك ترتبط ايجابا بالاكتئاب³²، بحيث أن التفاعل مع بعض المنشورات، او التواصل مع بعض الأشخاص السلبيين قد ينمي الاكتئاب لدى المستخدم، وبالمقابل فإن المستخدم المكتئب من خلال رسائله ومنشوراته قد يؤثر على المستخدمين الآخرين، وهذا ما كنا قد أشرنا إليه سابقا من خلال العدوى الانفعالية.

لكن هذا ليس بالنسبة لكل المستخدمين، فالأشخاص ذوي تقدير الذات المرتفع يستقبلون المعلومات الايجابية بسعادة مقارنة بالمعلومات السلبية من طرف الأصدقاء الحميمين عبر مواقع التواصل الاجتماعي، لكن التأثير منعكس إذا كانت المعلومات المقدمة من طرف أصدقاء بعيدين جدا (غير حميمين)³³، فعدم الثقة في الآخر غير القريب يجعل من تصديقه صعبا جدا.

²⁹ Mudasir Ahmad Wani, Nancy Agarwal, Suraiya Jabin& Syed Zeeshan Hussain. (2019). Analyzing real and fake users in facebook network based on emotions. *11th International Conference on Communication Systems& Networks (COMSNETS)*, pp. 110-117.

³⁰ Gunilla Widen, Johanna Lidstrom, Malin Brannback, Isto Huvila& Anna-Greta Nyström. (2015). Mixed emotions in active social media use-fun and convenient or shameful and embarrassing?. *In iConference 2015 Proceedings*, pp. 1-74.

³¹ Han Lin, William Tow& Lin Qiu. (2014). Emotional Disclosure on social networking sites: The role of network structure and psychological needs. *Computers in Human Behavior*, 41, pp. 342-350.

³² Grace Pauline A. Maglunog& Morison Felicidad R. Dy. (2019). Facebook usage and depression levels of selected Filipino college students. *International Journal of Psychology and Educational Studies*, 6(2), pp.35-50.

³³ Jiangmeng Liu, Cong Li, Nick Carcioppolo& Michael North. (2016). Do our facebook friends make us feel worse? A study of social comparison and emotion. *Human Communication Research*, pp. 1-22.



من هنا نستنتج أن الانفعال يتجلى في مواقع التواصل الاجتماعي بأشكال وطرق مختلفة، حيث أن التفاعلات الاجتماعية والتي تتم من خلال التواصل، والذي بدوره ينقل الانفعال إلى مواقع التواصل الاجتماعي. هذا يعيدنا إلى الافتراض الرئيسي التي تسعى هذه المراجعة النظرية للدراسات السابقة من الإجابة عليه، والذي يحيل إلى أن الانفعال يتوسط العلاقة بين الواقع والخيال، بين الحقيقة والافتراض، أي بين الثقافة ومواقع التواصل الاجتماعي، وهذا ما سنسعى لتكبيته انطلاقاً مما سبق.

5. الانفعال وسيط بين الثقافة ومواقع التواصل الاجتماعي:

التواصل يتضمن شروط ثقافية، فالثقافة تنتظم على شكل نظام من الرموز المتعارف عليها في بيئة معينة، وعلى جميع مستويات التواصل، وبالتالي التواصل هو طريقة لنقل الثقافة.

هناك أهمية بالغة لدور الاعلام الرقمي في تحويل الانفعالات عبر القنوات الرقمية، وبالتالي التأثير على الثقافات والتغير من بعض أشكالها ومظاهرها، حيث أن البيئة الرقمية تؤثر على المجال الانفعالي والثقافي من خلال المواءمة الانفعالية³⁴، فتقبل ثقافة ما لعناصر دخيلة عنها يجب أن يتم من خلال عرضها بطريقة تجعل المتلقي يشعر بانفعالات ايجابية اتجاهها، فلا يمكن أن يتقبل عنصر ما وهو يكرهه.

يلعب موقع Twitter دوراً مهماً في استثارة الانفعالات، سواء في عملية التصعيد أو في خفض من النزاعات والحروب³⁵، بحيث أن المنشورات ذات طابع سياسي أو ديني، أو حتى الاجتماعي تجعل المستخدمين يفرزون انفعالات عالية الشدة قد تؤدي في بعض الأحيان إلى الانتفاضة أو الحروب، سواء على دولهم أو على دول أخرى، أو قد تؤدي إلى العنف والحروب الطائفية وغير ذلك.

كلما قضى المستخدم وقتاً أطول في مواقع التواصل الاجتماعي، كلما ظهرت عليه تأثيرات سلبية في حسن الحال الانفعالية لديه، وتنقص من جودة الحياة لديه في حياته العادية، وتحد من مدى توافقه مع البيئة الاجتماعية والثقافية التي يتواجد بها. حسن الحال الانفعالية تتوسط العلاقة بين الوقت المستغرق في وسائل التواصل الاجتماعي وجودة العلاقات لدى المستخدمين، مما يعني أنه كلما زاد وقت الاستخدام كلما اضطربت الحياة الانفعالية، ويتبعه تأثير سلبي على العلاقات الواقعية³⁶، فالاستخدام المفرط يجعل من الشخص يستنفذ عاطفياً ويقود به إلى الاكتئاب، كما أن

³⁴ Katrin Dovelning, Anu A. Harju & Denise Sommer. (2018). From mediatized emotion to digital affect cultures: New technologies and global flows of emotion. *Social Media+ Society*, pp. 1-11.

³⁵ Constance Duncombe. (2019). The politics of twitter: Emotions and the power of social media. *International Political Sociology*, 13, pp. 409-429.

³⁶ Spencer Palmer Christensen. (2018). Social Media use and its impact on relationships and emotions. *All These and Dissertations*, 6927.



ملاحظة أشكال معينة من التفاعلات بشكل متكرر، وملاحظة أساليب حياة راقية تجعل الشخص يقع في المقارنات غير المنطقية، مما قد تجعل منه يضطرب في علاقاته الواقعية، أو ينتفض ضد الثقافة السائدة في البيت أو المجتمع. في المقابل، في دراسة بالدنمارك تم مقارنة مجموعة لا تستخدم الفيس بوك مع مجموعة تستخدمه. أظهرت النتائج أن الابتعاد عن الفيس بوك (عدم استخدامه) لديه تأثيرات ايجابية على حسن الحال: ينمي الرضا عن الحياة، وانفعالاتهم تصبح أكثر ايجابية، عكس المستخدمين باستمرار والمدمنين³⁷، وهذا بسبب المقارنات غير الواضحة مبنية على الانفعالات المفروزة بين العالم الافتراضي والعالم الحقيقي المعاش.

لكن يجب الإشارة إلى أن الثقافة بدورها تؤثر على مواقع التواصل الاجتماعي، حيث تم ملاحظة أن حضور كلمات أخلاقية-عاطفية في الرسائل عبر مواقع التواصل الاجتماعي ينمي ويزيد من انتشارها بنسبة 40% مقارنة بالكلمات الأخرى المتداولة، كما أن العدوى الأخلاقية تنتشر بين أعضاء المجموعات، واللغة الأخلاقية الانفعالية تنمي من هذا الانتشار³⁸، بحيث أن المستخدمين الذين يتواصلون بطريقة أخلاقية ومحترمة وتحمل انفعالات ايجابية، تجعل من المستخدمين الآخرين المتفاعلين معه يمتصون تلك القيم والأخلاق والانفعالات، والعكس بالعكس صحيح.

إن عدم القدرة على التوافق مع الثقافة السائدة بمفهومه الواسع يعبر ويعلل ظهور الاضطرابات الانفعالية المختلفة، وهذا بدوره يؤثر على العالم الافتراضي، فالأفراد الذين لديهم مستويات عالية من الاكتئاب والقلق يظهرون الانفعالات السلبية على الفيس بوك بحدّة. في المقابل، استخدام الرموز الانفعالية (Emoji) للتعبير عن الانفعالات ايجابية يرتبط بالسالب مع مستويات التوتر، فكلما كان الفرد متوتراً ينقص تعبيره عن الانفعالات ايجابية. عند المقارنة حسب مجموعات السن، الشباب اليافعين يستخدمون بشدة كل من الانفعالات المرتبطة بالكلمات، والرموز الانفعالية المستخدمة في منشوراتهم، كما ان العلاقة بين التعبير الانفعالي وحسن الحال الانفعالية واضح عند مجموعة اليافعين عبر الفيس بوك³⁹، هذا باعتبار سن الشباب سن التفاعل والأمزجة.

<https://scholarsarchive.byu.edu/etd/6927>.

³⁷ Mortn Tromholt. (2016). The facebook experiment: Quitting facebook leads to higher levels of well-being. *Cyberpsychology, Behavior, and social networking*, 19(11), pp. 661-666.

³⁸ William J. Brady, Julian A. Wills, John T. Jost, Joshua A. Tucker & Jay J. Van Bavel. (2016). Emotion shape, the diffusion of moralized content in social networks. *PNAS*, pp. 1-6.

³⁹ Michele Settanni & Davide Marengo. (2015). Sharing feelings online: Studying emotional well-being via automated text analysis of facebook posts. *Front.Psychol*, 6: 1045, pp. 1-7.



هناك فروق جوهرية في الكشف عن الانفعالات بين مواقع التواصل الاجتماعي والعالم الحقيقي تعزو لمواقع التواصل الاجتماعي⁴⁰، بحيث أن الأفراد يعبرون عن انفعالاتهم في مواقع التواصل الاجتماعي أكثر من التعبير عنهم في الواقع، بسبب ربما غياب التواصل البصري المباشر مما ينقص الحجل، أو ان المستخدمين الآخرين الذين يتم التفاعل معهم لا يعرفونه في العالم الواقعي.

لكن من حيث الشخصية، مستخدم الفيس أكثر نرجسية، وتقدير الذات وانبساطية مقارنة بالذين لا يستخدمون الفيس بوك. كما ان المستخدمين لديهم مستويات مرتفعة من الدعم الاجتماعي والرضا عن الحياة والسعادة مقارنة بغير المستخدمين. عند كلا المجموعتين، الانبساطية وتقدير الذات والسعادة والرضا عن الحياة والصمود النفسي والدعم الاجتماعي من جهة، والاكتئاب والقلق وأعراض التوتر من جهة أخرى مرتبطين سلباً⁴¹.

منه يمكن القول أن الانفعال يلعب دوراً جوهرياً في نقل الثقافة عبر التفاعلات الاجتماعية والتواصل إلى مواقع التواصل الاجتماعي، وان مواقع التواصل الاجتماعي بدورها تفرز انفعالات معينة تؤثر على الثقافة الفردية والاجتماعية للمستخدم، سواء بالسلب أو الموجب.

6. استنتاجات وخلاصات:

اننا بعد الاطلاع على مختلف الدراسات السابقة وتحليلها، تم الخروج ببعض النتائج وبعض الاشكاليات التي ظهرت لنا، نحاول عرضها بشكل موجز على شكل محاور كبرى لتكون قاعدة مستقبلية للبحوث في هذا المجال.

6-1- اشكالية القياس: من خلال الدراسات السابقة التي تم بناء المقال بها، اتضح لنا أن قياس الانفعالات عبر مواقع التواصل الاجتماعي تم وفق ثلاث محاور كبرى:

- سواء من خلال قياس ادراكات الأفراد عبر المقاييس وسير الآراء.
- من خلال الشخص كسياق: أي قياس الانفعال مباشرة في تفاعل الشخص عبر مواقع التواصل الاجتماعي من خلال الكلمات والجمل والتعليقات، والرموز والمنشورات.
- أو من خلال برامج حاسوبية تقيس الشدة الانفعالية.

⁴⁰ Iryna Pentina& Lixuan Zhang. (2016). Effects of social support and personality on emotional disclosure on facebook and real life. **Behaviour& Information Technology**, pp. 1-9.

⁴¹ Julia Brailovskaia& Jurgen Margraf. (2016). Comparing facebook users and facebook non-users: Relationship between personality traits and mental health variables- An exploratory study. **PLoS ONE**, 11(12): e0166999, pp. 1-17.



وبعض ان أظهرنا أن الانفعالات ذات طابع ثقافي، فإن التعبير عنها يختلف حسب اللغة والثقافة السائدة، سواء في الحياة الاجتماعية الواقعية، أو الافتراضية، وبالتالي فإن الدراسات حول الانفعالات عموما يصعب عليها جدا أن تعمم نتائجها، وهذا خصوصا في العالم العربي، بحيث يجب القيام بمسح شامل من أجل تعميم النتائج.

اضافة إلى ذلك، هنالك ما يسمى بالتعبير المزدوج عن الانفعالات الايجابية والسلبية، حيث أنه يمكن أن يعبر عن انفعال الخوف بانفعال الفرحة مثلا، ولنعطي مثالا، قد يصادف ان يكون شخصا ما في حالة انفعالية سلبية ترتبط بحياته الواقعية، لكنه يجيب في الرسائل عبر الفيس بوك برموز وكلمات لا توحى بحالته الانفعالية الحقيقية، وبالتالي قياس الانفعال في هذه الحالة قد يحتاج لأدوات معينة دون أخرى، كما يمكن اعتبار التعبير المزدوج عن الانفعالات عبر مواقع التواصل الاجتماعي كإشكالية مهمة بحاجة للإجابة عليها.

قد نلاحظ بعض بوادر النفاق الاجتماعي عبر منصات التواصل الاجتماعي مثل الفيس بوك، حيث أننا قد نجد بعض الأفراد تستخدم عبارات انفعالية وهي لا تشعر بها أصلا، فمثلا قد يعلق شخص ما على زميل معين أو يضع اعجابا معين على منشور معين، لكنه في حقيقة الأمر لا يعبر عن حالته الانفعالية.

من جهة أخرى قد تظهر انفعالات معينة لا ترتبط بالفرد وحياته الشخصية، بقدر ما ترتبط بقضايا اجتماعية عامة، فمثلا شخص لا يهتم بكرة القدم على الإطلاق، عند رأيت منشور يتحدث عن فوز منتخب وطني فقد تتنابه انفعالات الفرحة مثلا، وهنا هي انفعالات ترتبط بمجموعات اجتماعية، او وطنية، أو دينية، أو عرقية معينة ولا ترتبط بحالته النفسية والشخصية. هذا ما يطرح إشكالية القياس أيضا.

6-2- مواقع التواصل الاجتماعي والعلاج النفسي:

بعد ان اتضح لنا سابقا أن الانفعال الذي يرتبط بالثقافة يؤثر على استخدام مواقع التواصل الاجتماعي، والانفعالات التي تفرز في مواقع التواصل الاجتماعي تعيد التأثير على الثقافة السائدة، فإنه بهذا يمكننا أن نستخدم مواقع التواصل الاجتماعي من خلال الضبط والتحكم الانفعالي في علاج سوء التوافق مع الثقافة (أي الاضطرابات الانفعالية والسلوكية) الناتجة. هذا الطرح يفتح الآفاق مستقبلا امام الباحثين في التفكير في هذا المحور من الأبحاث.

7. الخلاصة

يلعب الانفعال دورا مهما في النقل بين الثقافة ومواقع التواصل الاجتماعي في الاتجاهين، سواء بالإيجاب او السلب. تعتبر هذه المراجعة النظرية للدراسات السابقة مدخل لعرض اهم الدراسات في هذا المجال من منطلق شكولي جمع بين الواقع والافتراض، ومفترضنا ان الانفعال يلعب دور الوسيط بينها، وهي بوابة للأبحاث المحلية العربية في هذا الصدد.



قائمة المراجع:

- 1- Adam D. J. Kramer, Jamie E. Guillory& Jeffrey T. Hancock. (2013). Experimental evidence of massive- scale emotional contagion through social networks. *PNAS*, 111(24), pp. 8788-8790.
- 2- Batja Mesquita, Michael Boiger& Jozefien De Leersnyder. (2017). Doing emotions : the role of culture in everyday emotions. *European Review of Social Psychology*, 28(1), pp. 95-133
- 3- Bernhard Debatin, Jennette P. Lovejoy, Ann-Kathrin Horn& Brittany N. Hughes. (2009). Facebook and online privacy: Attitudes, behaviors, and unintended consequences. *Journal of Computer Mediated Communication*, 15, pp. 83-108.
- 4- Brett Q. Ford& Tris B. Mauss. (2015). Culture and emotion regulation. *Current Opinion in Psychology*, 3, pp. 1-5.
- 5- Cathia Papi. (2016). The influence of culture on the expression of emotions in online social networks. *ESSACHESS. Journal of Communication Studies*, 9(218), pp. 33-42.
- 6- Constance Duncombe. (2019). The politics of twitter: Emotions and the power of social media. *International Political Sociology*, 13, pp. 409-429.
- 7- Damica Vukadinovic Greetham, Robert Hurling, Gabrielle Osborne& Alex Linley. (2011). 7th Conference on applications of social network analysis: Social networks and positive and negative affect. *Procedia-social and behavioral sciences*, 22, pp.4-13.
- 8- Daniele Quercia, Renaud Lambiotte, David Stillvell, Michal Kosinski& Jon Sroucroft. (2012). The personality of popular facebook users. *Session: Social Network Analysis, February 11-15, 2012*, Seattle, WA, USA, pp. 955-964.
- 9- David Mutsumoto& Hyi Sung Hwang. (2011). Culture and emotion: The integration of biological and cultural contributions. *Journal of Cross-Cultural Psychology*, pp. 1-28.
- 10- Deborah A. Olson, Jeanny Liu& Kenneth S. Shultz. (2012). The influence of facebook usage on perceptions of social support, personal efficacy, and life satisfaction. *Journal of Organizational Psychology*, 12(3/4), pp. 133-144.
- 11- Grace Pauline A. Maglunog& Morison Felicidad R. Dy. (2019). Facebook usage and depression levels of selected Filipino college students. *International Journal of Psychology and Educational Studies*, 6(2), pp.35-50.
- 12- Gunilla Widen, Johanna Lidstrom, Malin Brannback, Isto Huvila& Anna-Greta Nystron. (2015). Mixed emotions in active social media use-fun and convenient or shameful and embarrassing?. *In iConference 2015 Proceedings*, pp. 1-74.
- 13- Han Lin, William Tow& Lin Qiu. (2014). Emotional Disclosure on social networking sites: The role of network structure and psychological needs. *Computers in Human Behavior*, 41, pp. 342-350.
- 14- Hissu Hyvarinen& Roman Beck. (2018). Emotions trump facts: The role of emotions in on social media: A literature Review. *Proceedings of the 51st Hawaii International Conference on System Science*, pp. 1797-1806.



- 15- Iryna Pentina& Lixuan Zhang. (2016). Effects of social support and personality on emotional disclosure on facebook and real life. **Behaviour& Information Technology**, pp. 1-9.
- 16- Jacob Amedie. (2015). The impact of social media on society. **Advanced Writing: Pop Culture Intersections**, 2, pp. 1-20
- 17- Jan B. Engelmann& Marianna Pojosyan. (2013). Emotion perception across cultures: The role of cognitive mechanisms. **Frontiers in Psychology**, 4(118), pp. 1-10.
- 18- Jiangmeng Liu, Cong Li, Nick Carcioppolo& Michael North. (2016). Do our facebook friends make us feel worse? A study of social comparison and emotion. **Human Communication Research**, pp. 1-22.
- 19- Julia Brailovskaia& Jurgen Margraf. (2016). Comparing facebook users and facebook non-users: Relationship between personality traits and mental health variables- An exploratory study. **PLoS ONE**, 11(12): e0166999, pp. 1-17.
- 20- Katrin Döveling, Anu A. Harju& Denise Sommer. (2018). From mediatized emotion to digital affect cultures: New technologies and global flows of emotion. **Social Media+ Society**, pp. 1-11.
- 21- Lorenzo Coviello, Yunkyu Sohn, Adam D. J. Kramer, Cameron Marlov, Massimo Franceschetti, Nicholas A. Christakis& James H. Fowler. (2014). Detecting emotional contagion in massive social networks. **PLoS ONE**, 9(3): e90315, pp. 1-6.
- 22- Michele Settanni& Davide Marengo. (2015). Sharing feelings online: Studying emotional well-being via automated text analysis of facebook posts. **Front.Psychol**, 6: 1045, pp. 1-7.
- 23- Mortn Tromholt. (2016). The facebook experiment: Quitting facebook leads to higher levels of well-being. **Cyberpsychology, Behavior, and social networking**, 19(11), pp. 661-666.
- 24- Movia Burke& Mike Develin. (2016). Once more with feeling: Supportive responses to social sharing on facebook. **CSCW16, February 27-march 02, 2016**, San Fransisco, CA, USA.
<http://dx.doi.org/10.1145/2818048.2835199>.
- 25- Mudasir Ahmad Wani, Nancy Agarwal, Suraiya Jabin& Syed Zeeshan Hussain. (2019). Analyzing real and fake users in facebook network based on emotions. **11th International Conference on Communication Systems& Networks (COMSNETS)**, pp. 110-117.
- 26- Nangyeon Lim. (2016). Cultural differences in emotion: differences in emotional arousal level between the east and the west. **Integer Med RES**, 5, pp. 105-109.
- 27- Nantascha Zeitel- Bank& Ute Tat. (2014). Social media and its effects on individuals and social systems. **International Conference**, 25-27 June 2014. Portoroz, Slovenia. Management, Knowledge and Learning.
- 28- Natalya N. Bazarova, Yoon Hyung Choi, Victoria Schowanda Sosik, Dan Cosley& Janis Whitlock. (2015). Social sharing of emotions on facebook: Channel differences, satisfaction, and replies. **Mood and Emotion**, pp. 154-164.
- 29- Rachael E. Jack, Oliver G. B. Garrod, Hui Yu, Roberto Caldara& Philippe G. Schyns. (2012). Facial expressions of emotion are not culturaly universal. **PNAS**, 109(19), pp. 7241-7244.



- 30- Rebecca Sawyer& Guo-Ming Chen. (2012). The impact of social media on intercultural adaptation. *Intercultural Communication Studies*, 4(2), pp. 151-169.
- 31- Ruoyun Lin& Sonja Utz. (2015). The emotional responses of browsing facebook: Happiness, envy, and the role of tie strength. *Computers in Human Behavior*, 52, pp. 29-38.
- 32- Saike He, Xiaolong Zheng, Daniel Zeng, Chuan Luo& Zhu Zhang. (2016). Exploring entrainment patterns of human emotion in social media. *PLoS ONE*, 11(3): e0150630, pp. 1-19.
- 33- Spencer Palmer Christensen. (2018). Social Media use and its impact on relationships and emotions. *All These and Dissertations*, 6927.
<https://scholarsarchive.byu.edu/etd/6927>.
- 34- Theresa M. De Los Santos, Lauren M. Amaro& Nataria T. Joseph. (2019). Social comparison and emotion across social networking sites for mothers. *Communication Reports*, 32 (2), pp. 82-97.
- 35- William J. Brady, Julian A. Wills, John T. Jost, Joshua A. Tucker& Jay J. Van Bavel. (2016). Emotion shape, the diffusion of moralized content in social networks. *PNAS*, pp. 1-6.
- 36- Xioahui Wang, Jia Jia, Jie Tang, Boya Wu, Lianhong Cai& Lexing Xie. (2007). Modeling emotion influence in image social networks. *IEEE Transactions on Affective Computing*, 6(1), pp. 1-13.
- 37- Yoad Lewenberg, Yoram Bachrach& Switlan Volkava. (2015). Using emotions to predict user internet areas in online social networks. *International Conference on data science and advanced analytics (DSAA)*. Doi:10.1109/DSAA.2015.7344887.
- 38- Yulia Rahmadini& Rizal Edy Halim. (2018). The influence of social media towards emotions, braind relationship quality, and word of mouth (WOM) on concert's attendees in Indonesia. *MATEC Web of conferences*, 150: 05058, pp. 1-9.



