

ISSN 2800-1133  
EISSN 2830-8352

الرموز التعبيرية كبديل للاتصال اللفظي وغير اللفظي عبر  
مواقع التواصل الاجتماعي – دراسة تطبيقية على عينة من  
مستخدمي تطبيق فايسبوك – ماسنجر -

*Emojis as an alternative to verbal communication  
through social communication*

*An applied study on a Facebook-Messenger users*

دايرة عايدة<sup>1\*</sup>، بلميز سارة<sup>2</sup>

<sup>1</sup>مخبر دراسات وأبحاث في الاتصال، جامعة باجي مختار عنابة(الجزائر)،

[aida.daira@univ-annaba.org](mailto:aida.daira@univ-annaba.org)

<sup>2</sup>مخبر دراسات وأبحاث في الاتصال، جامعة باجي مختار عنابة (الجزائر)،

[sara.belmir@univ-annaba.org](mailto:sara.belmir@univ-annaba.org)

تاريخ القبول: 2022/06/26

تاريخ الاستلام: 2022/06/10

ملخص:

تهدف هذه الورقة البحثية إلى تسليط الضوء على البعد الرمزي لأيقونات الانفعال والرسوم والرموز التعبيرية المستخدمة في الفضاء الرقمي بين المتعاملين على تطبيق ماسنجر-فايسبوك الذي سمته الأساسية عدم الحضور والالتزامية، هذه الأنماط اللغوية الرمزية المستحدثة بالرغم من أنها أصبحت تهدد سلامة وفصاحة اللغة العربية وحتى اللغات الأجنبية نتيجة اعتماد الاختصارات إلا أنها أعادت استخدام ما يطلق عليه باللوغو، ومن هنا كان موضوع ورقتنا البحثية حول هذه المسألة. فما لمقصود بالإيموجي؟ وهل بإمكانه تعويض الكلام المكتوب؟ وهل يمكن إحلاله محل الاتصال غير اللفظي.

\* المؤلف المرسل

الكلمات المفتاحية: الاتصال غير اللفظي؛ الاتصال اللفظي؛ الإيموجي؛  
ماسنجر-فايسبوك

\*\*\*

**Abstract:**

This research paper aims to shed light on the symbolic dimension of emotion icons, drawings, and emojis used in the digital space among customers on the Facebook Messenger application, which is characterized by non-attendance and asynchrony. As a result of the adoption of abbreviations, but they re-used the so-called logo, hence the topic of our research paper on this issue. What is meant by an emoji? Can he replace the written words? Can it be replaced by nonverbal communication?

**Keywords:** emoji ;Messenger-Facebook; nonverbal communication verbal communication.

## مقدمة

يجب أنشهد العالم مؤخرًا تطورًا سريعًا في استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات ونموًا متسارعًا نحو الحداثة، فرضت فيه الوسائط الرقمية الجديدة نفسها بشكل كبير، مكرسة بذلك العديد من المصطلحات من بينها القرية الكونية التي جاء بها "مارشال ماركوهان، والمجتمعات الافتراضية التي ظهرت منذ تسعينيات القرن الماضي، فقد أصبح الفرد في ظل هذه البيئة الرقمية يحمل هوية رقمية تمكنه من الدخول لهذا العالم الافتراضي الإلكتروني، وتعطيه فرص جديدة للتفاعل والتواصل مع أشخاص من مجتمعات مختلفة في فضاء افتراضي محض، فهذه التقنيات والوسائط الحديثة نقلت المستخدم من كونه متلقيًا للمعرفة إلى كونه مشاركًا في تشكيل المحتوى والتواصل والتفاعل مع الآخرين.

وتعد الشبكات الاجتماعية وفي مقدمتها الفيسبوك - ماسنجر أحد أهم وسائل الاتصال الإلكترونية وأكثرها انتشارًا وشعبية لدى مستخدمي الأنترنت عبر الهواتف الذكية أو الكمبيوتر، وتعد فئة الشباب هي الشريحة الأكثر استخدامًا لهذا الموقع ولهذا النظام الاتصالي الرمزي الجديد والمغاير لما هو متعارف عليه، نظرًا لما يتوفر عليه من مزايا وخدمات استمالت هذه الفئة، كونه أصبح فضاء يضحج بالكثير من المعلومات والآراء والتفاصيل في مختلف الميادين والمجالات الحياتية التي تهتم كل الأفراد، ووسيلة أتاحت الاتصال والتعايش مع الآخرين، عن طريق استخدامه للغة مغايرة لما هو معهود أعادت بفضل التطورات التكنولوجية الجديدة إحياء الرموز التعبيرية المستمدة من الأشكال اللغوية الموجودة منذ القدم بشكل جديد يتوافق مع الابتكارات والاختراعات الحديثة.

فقد عمل الشباب المستخدمين لهذا الموقع على ابتكار لغة خاصة بهم في التواصل لم تكن موجودة من قبل تمكنهم من التفاعل والتواصل مع الآخرين بشكل أسهل وأسرع خاصة وأننا نعيش اليوم في عصر ينعت بعصر السرعة، وقد أطلقوا على هذه اللغة الخاصة بهم اللغة العربية (الفرانكو آرب) والتي تعتمد على استخدام الأرقام لتعويض بعض الحروف العربية وحتى الأجنبية، بالإضافة إلى

استخدام الرموز غير اللفظية (الرموز التعبيرية أو الافتراضية) في المحادثات الرقمية المعروفة باسم الإيموجي، والتي هي عبارة عن أشكال وأيقونات للتعبير عن المشاعر يتم توظيفها في التعليقات والحوارات كبديل للاتصال اللفظي والغير اللفظي المستخدم في الفضاءات المادية الواقعية وكألية لاختصار العديد من الكلمات والأفكار والجمل، نظرا لما تقدمه هذه الرموز من مزايا اتصالية مختلفة، إضافة إلى توفرها على أشكال وتصاميم متنوعة في المنصات الإعلامية الرقمية، بحيث يمكن التعبير عن الغضب، والحب، والسعادة، والفرح، والضحك، والصدمة، والاشمئزاز، والمزيد من المشاعر، بوصف هذه الرموز هي الوجه الآخر للاتصال غير اللفظي، أي أنها تعادل لغة الجسد من إيماءات وحركات وإيحاءات وهذا ما أكد عليه العديد من الباحثين حيث زعموا أن القيمة التعبيرية للصورة تعادل ألف كلمة، كونها تساهم في إكمال المعنى الناقص أو الذي لا تستطيع اللغة المكتوبة التعبير عنه والتي قد لا يستطيع البعض ترجمة شعورهم بها، وفي السياق تشير الإحصائيات إلى أنه يتم إرسال نحو 5 مليارات رمز تعبيري يوميا عبر تطبيق "ماسنجر"، كما يتم التعليق بما يقارب 60 مليون رمز تعبيري على هذا الموقع.

أحدث الاستخدام المتزايد للرموز الافتراضية والتعبيرية باعتبارها وسيط اتصالي قفزة نوعية في مجال اللغة والاتصال، وأضفى بعد العاطفة والمشاعر الإنسانية على لغة التواصل الرقمي، إلا أن التماذي في استخدامها والإفراط فيها أصبح يهدد اللغة والتواصل اللغوي لاسيما في مجتمعاتنا العربية، حيث أصبحت اللغة تواجه خطرا في ظل تنامي استخدام الرموز الافتراضية منها اللغوية والتعبيرية التي أصبحت تبرمج مشاعر الأفراد في قوالب جاهزة، الأمر الذي يولد الكسل ويؤدي إلى تراجع اللغة والتعبير، ويحرم الأجيال القادمة من تعلم الطريقة الصحيحة التي يعبرون بها عن مشاعرهم بشكل واضح، واكتساب خبرات لغوية وشفوية متنوعة، نتيجة استخدام اللغة العامية (الدارجة)، وعدم احترام القواعد

اللغوية التركيبية والنحوية والصرفية، كل هذا أحدث نوع من التلوث في المجال اللغوي مما استلزم تدخل عاجل لإصلاح وإنقاذ ما تبقى من اللغة العربية الفصحى التي فقدت قيمتها في الآونة الأخيرة حيث أصبح يقتصر استخدامها على المجال الأكاديمي والأماكن الرسمية فقط. وعليه، وبناء على ما تم ذكره تبلور إشكالية ورفقتنا البحثية في التساؤل المركزي التالي: هل يمكن أن تعوض الرموز التعبيرية الاتصال اللفظي وغير اللفظي عبر تطبيق ماسنجر- فايسبوك؟ والذي تتفرع عنه التساؤلات الفرعية التالية:

- ما هي أسباب استخدام الرموز التعبيرية كبديل لاتصال اللفظي والغير لفظي على تطبيق ماسنجر – فايسبوك -؟
- ما هي أهم الرموز التعبيرية الأكثر استخداما من طرف مستخدمي تطبيق ماسنجر- فايسبوك؟
- ما هي التأثيرات السلبية لرموز التعبيرية على تطبيق ماسنجر - فايسبوك؟

#### أهداف الدراسة:

- الكشف عن أبرز الأسباب التي أدت بمستخدمي موقع ماسنجر - فايسبوك إلى التوجه نحو استخدام الرموز التعبيرية كبديل عن الكلام المنطوق أو المكتوب.
- تسليط الضوء على أهم الرموز التعبيرية الأكثر استخداما من طرف مستخدمي تطبيق ماسنجر - فايسبوك.
- الوقوف على التأثيرات السلبية الناجمة عن الإفراط في استخدام الرموز التعبيرية على تطبيق ماسنجر - فايسبوك.

#### I. الاطار النظري للدراسة :

سوف نقوم في هذه المرحلة بعرض تحديد المفاهيم والخلفية النظرية التي تؤطر هذه الدراسة:

#### 1.I – تحديد المفاهيم :

I. 1.1 الاتصال اللفظي: تعرف رحيمة عيساني الاتصال اللفظي بأنه: "الاتصال الذي يتم من خلال استخدام اللغة المنطوقة أو الشفوية (الكلام) في توصيل الرسالة أو المعلومات إلى المستقبل، فهو الذي يستخدم فيه اللفظ كوسيلة تمكن المرسل من نقل رسالته إلى المستقبل سواء كانت مكتوبة أو غير مكتوبة كالمذكرات والخطابات والتقارير والكتب والندوات والمؤتمرات...وغالبا ما يتم وجها لوجه، ويسمى أيضا بالاتصال الشفهي" (عيساني، د.س، ص 37).

#### I. 2.1 الاتصال غير اللفظي:

يعرف الاتصال الغير لفظي بأنه: " ذلك النوع من الاتصال الذي تستخدم فيه التصرفات والإشارات وتعبيرات الوجه والصور وكلها رموز لمعان معينة. وكثيرا ما تؤدي الإشارة دورا في نقل الفكرة أو توصيل الإحساس وقد تدعم التعبير الشفهي. والإشارة هي أي حركة لأي جزء من أجزاء الجسم، وتتكون من إيماءات أو علامات مرئية أو منظورة تتم بالأيدي والذراعين والرأس كما تتم عن طريق الوجه والعينين" (عبد الفتاح، 2012، ص38).

#### I. 3.1 الرموز التعبيرية (الإيموجي):

تعرف الرموز التعبيرية على أنها: "صور تخيلية رقمية شائعة يمكن أن تظهر في النصوص، مثل: الرسائل، البريد الإلكتروني عبر منصات التواصل الاجتماعي، كما أنها قد تكون في شكل شخصيات مصورة أو رسوم توضيحية تحظى بشعبية كبيرة في الاتصالات النصية، وهي أيضا صور يمكن دمجها بشكل طبيعي مع نص عادي لإنشاء شكل جديد للغة" (أحمد، 2019، ص164).

#### I. 4.1 تطبيق فايسبوك - ماسنجر:

هو تطبيق من فيسبوك يُتيح للمستخدم التحدث مع الأصدقاء من خلال الرسائل النصية أو مكالمات الصوت والفيديو ويتيح إنشاء مجموعات وإرسال رموز تعبيرية (الإيموجي) وإرسال صور، ماسنجر متوفر في العديد من الأنظمة

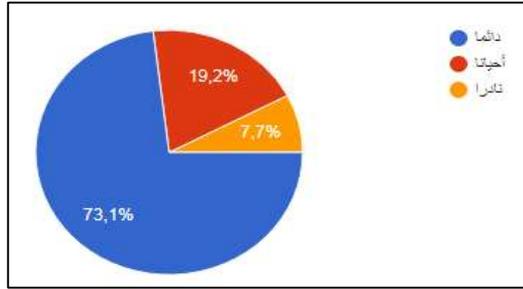
منها ويندوز، أندرويد، آي أو إس، ويدعم الكثير من اللغات المختلفة ولا يشترط أن يكون للمستخدم حساب فيسبوك لتسجيل الدخول إلى ماسنجر، فمن الممكن إنشاء حساب عن طريق رقم الهاتف" (عتوم، العربي، 2020، د.ص).

## 2.I- الخلفية النظرية:

سيتم الاعتماد في هذه الدراسة على نظرية الاستخدامات والإشباعات كونها قادرة على تفسير استعمالات وسائل الاتصال الجماهيرية الشائعة اليوم في بيئة رقمية تنافسية مقارنة مع باقي الوسائل الاتصالية الأخرى من أجل إرضاء الجماهير وإشباع دوافعهم وحاجاتهم خاصة منها النفسية والاجتماعية، وهذا ما تسعى إليه الشبكات الاجتماعية بمختلف مواقعها التي أصبحت متاحة في ظل البيئة الرقمية الاتصالية ويأتي في مقدمتها " الماسنجر" الذي يتميز بالعديد من الخصائص والمزايا التي تجعله موضع استقطاب من طرف مختلف الشرائح الموجودة في المجتمع خاصة منه فئة الشباب، وهذا ما أكدت عليه الكثير من الإحصائيات التي أثبتت بأن الإقبال على هذا الموقع من طرف رواده يزداد يوماً بعد يوم وبشكل تصاعدي ورهيب وهذا راجع لكونه وسيط اتصالي متعدد الوسائط يحوي العديد من التطبيقات الحديثة والمتطورة التي تضيفي صفة التفاعلية والحركية وتقضي على الروتين ونمطية المواضيع المعالجة، وبالتالي فهو وسيلة لإشباع حاجات الأفراد وهذا من خلال ما يحتويه من رسائل و منشورات ... وما يتضمنه من رموز افتراضية سواء لغوية أو تعبيرية حلت محل اللغة المكتوبة أو المنطوقة واختصرت عناء كتابة الكلمات والجمل كاملة من خلال الاستعانة بوسائل بديلة للتعبير عن مشاعرهم وعن حالتهم النفسية عن طريق استعمال الأيقونات ومختلف الرموز الافتراضية، فهذا الاستخدام المتزايد لهذه الأيقونات والرموز بنوعها دعا منا معرفة ما إذا كانت هذه الأخيرة كأسلوب اتصالي مستحدث تشبع حاجات مستخدميها في إيصال المعنى وتحقيق الإشباع اللغوي أم لا.

## II- الاطار المنهجي للدراسة :

الشكل رقم 01: يمثل معدل استخدام أفراد العينة لتطبيق ماسنجر-فايسبوك

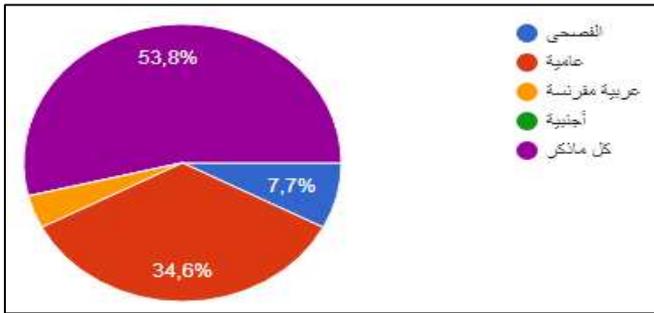


المصدر: من إعداد الباحثان بالاعتماد على نتائج الاستبيان الإلكتروني.

بناء على المعطيات الكمية الواردة في الشكل أعلاه يتضح لنا أن أغلب أفراد العينة المدروسة والمقدرة نسبتهم ب73.1% أكدوا على أنهم يستخدمون تطبيق ماسنجر الذي أطلقه موقع "فيسبوك" بصفة دائمة وهذا راجع إلى توفر شبكة الأنترنت بمنزلهم، إضافة إلى توفر خدمة 3G و 4G على هواتفهم الذكية التي تسمح لهم بتصفح هذا التطبيق دائما متخطين بذلك الحدود الزمانية والمكانية، كما يرجع أيضا استخدامهم المكثف لهذا التطبيق كونه يعد من الوسائط الإلكترونية الحديثة التي يلجؤون إليها بصفة دائمة لإشباع حاجاتهم التي قد تكون متمثلة في تضيعة الوقت أو البحث أو الدراسة أو اكتشاف خدمات هذه التطبيقات... والذي أخذ مكان الوسائل التقليدية واستحوذ على عقول الكبار والصغار وهذا ما كشفت عنه أحدث الإحصائيات التي أوردت بأن أكثر من 900 مليون مستخدم يستخدمون تطبيق التراسل الفوري ماسنجر فايسبوك شهريا، فقد أضحت هذا التطبيق بمثابة المصدر الأساسي الذي يعتمدون عليه في التواصل والتفاعل مع الآخرين من جهة واستقاء المعلومات والتعرف على مختلف الأحداث الجارية في بيئتهم كونه يهتم بمعالجة وطرح مجموعة من المواضيع في مختلف المجالات والميادين من جهة ثانية، بل أصبح من العادات الرقمية الأكثر استخداما

وشيوعا التي يصعب الاستغناء عنها، والذي يستقطب أكبر فئة من الشباب الذين أصبحوا مهووسين ومدمنين عليه نظرا لما يحتويه من العديد من الخصائص والميزات أبرزها توفره على خاصية التحديث المستمر لمختلف التطبيقات والخدمات التي تجعل منه وسيلة مفضلة ومميزة لدى الكثيرين، هذا بالإضافة إلى توفره على أشكال مختلفة ومتنوعة من الرموز التعبيرية والأيقونات التي تسهم في تدعيم الرسالة النصية وتنقل المشاعر وتعمل على تحسين جودة الاتصال، في حين نجد أن نسبة 19.2% من أفراد العينة المدروسة أكدوا على أنهم نادرا ما يستخدمون هذا التطبيق، ونجد أيضا أن نسبة 7.7% من أفراد العينة المدروسة لا يستخدمون هذا التطبيق نهائيا وهذا ربما راجع لانشغالهم بأداء مهام أخرى والابتعاد عن تعويد النفس عليه لكي لا يصلوا إلى مرحلة الإدمان التي تجعل الرغبة في التخلي عنه أمر صعب، هذا بالإضافة إلى وجود مواقع وتطبيقات أخرى بديلة تشبع حاجاتهم وتقدم خدمات مشابهة.

الشكل رقم 02: يمثل نوع اللغة التي يستخدمها المبحوثين أثناء محادثاتهم عبر الماسنجر

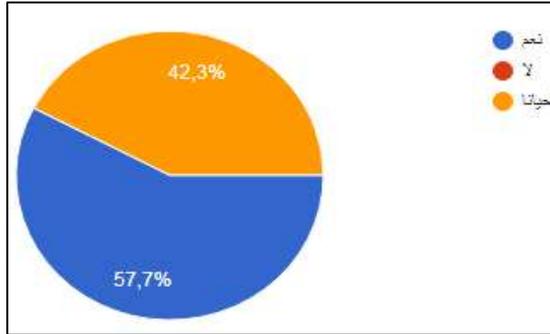


المصدر: من إعداد الباحثان بالاعتماد على نتائج الاستبيان الإلكتروني.

يتضح لنا من خلال بيانات الشكل أعلاه أن أغلب أفراد العينة المدروسة يفضلون استخدام اللغة العربية المفرنسة بنسبة 53.8% والتي أطلق عليها فئة الشباب اسم "الفرانكو أرب" أو "العريزية" وهي لغة مستحدثة غير رسمية تتمثل في استخدام رموز تعبيرية وأيقونات واختصارات لبعض الكلمات، بالإضافة إلى استبدال الحروف العربية بحروف أجنبية وأرقام وتعريب بعض الكلمات الأجنبية وتنطق هذه اللغة مثل العربية تماما، وهو ما أصبح يشكل خطرا وتحديا لمستقبل

لغتنا العربية، وتلت هذه النسبة الأفراد الذين يستخدمون اللغة العامية بنسبة 34.6% باعتبارها اللغة التي يفهمها ويستخدمها كل الفئات على اختلاف مستوياتهم التعليمية من أجل التواصل والتفاعل مع بعضهم البعض في حياتهم اليومية، فتواجد أفراد العينة على هذا التطبيق لمدة طويلة يجعلهم يبحثون عن لغة سهلة تمكنهم من التواصل والتفاعل مع الآخرين بسرعة، بينما نجد أن نسبة 7.7% من أفراد العينة يفضلون استخدام اللغة العربية الفصحى على اعتبار أنها اللغة الرسمية والمتعارف عليها وعلى الرغم من اقتصار استخدامها على المواقف الرسمية إلا أنها تبقى اللغة التي تمثلنا والتي يفهمها ويتقنها أغلب الأفراد، أما أقل نسبة فقد تمثلت في 3.9% من أفراد العينة الذين يفضلون استخدام اللغة الأجنبية ويرجع تدني هذه النسبة إلى وجود قصور في هذه اللغة وعدم التحكم فيها، بالإضافة إلى نقص قابلية تعلمها والقدرة على إتقانها.

الشكل رقم 03: يمثل نسبة استخدام أفراد العينة للرموز التعبيرية عبر تطبيق ماسنجر

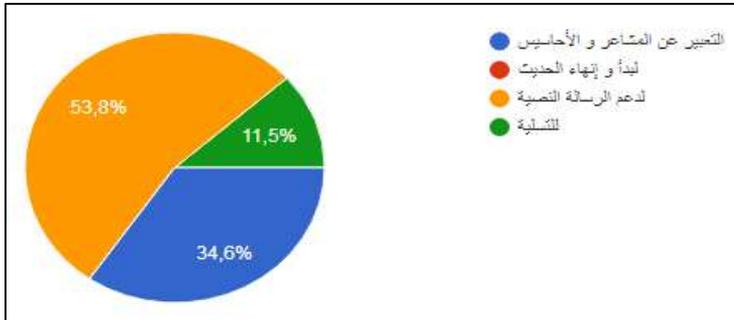


المصدر: من إعداد الباحثان بالاعتماد على نتائج الاستبيان الإلكتروني.

تؤكد لنا المعطيات الموضحة في الشكل أن أغلب أفراد العينة المدروسة كانوا من أولئك الذين يستخدمون الرموز الافتراضية للتواصل عبر هذا التطبيق، حيث بلغت أعلى نسبة الإجابة بنعم 57.7% وهذا لتوفرها على خصائص تميزها عن الرموز اللفظية كاختصار الوقت والجهد والتعبير عن كل ما نحس به...، لتلمها مباشرة نسبة 42.3% والتي تمثل أفراد العينة الذين نادراً ما يستخدمون هذه

الرموز الإفتراضية في محادثاتهم، في حين بلغ أفراد العينة الذين نفوا استخدامهم لهذه الرموز نسبة 00%. وقد يرجع سبب ندرة استخدام الإفتراضية أو عدم الاستعانة بها لتعبير عن موقف معين أو في نقل مشاعر معينة ربما لأن استخدامها يقلص مدة المحادثة ويختصر العديد من المحطات الهامة، الأمر الذي أدى بهم إلى تفضيل الاعتماد على الكتابة لسرد موقف أو شعور معين كما هو بجميع تفاصيله وحيثياته، هذا بالإضافة إلى أن تفاديهم لها نابع من رغبتهم في إظهار الاهتمام وإشعار الطرف الآخر بأهمية ما يقوله ودفعه للاسترسال في التعبير عن ما يجول في خاطره، وأيضا رغبة في حماية اللغة العربية وقواعدها من الاندثار ومن التلوث اللغوي الذي بات يكتسبها في ظل الاستعانة بالرموز التعبيرية والأيقونات والاختصارات التي شاع استعمالها في هذا العالم الافتراضي.

الشكل رقم 04: يمثل أسباب استخدام الرموز التعبيرية من طرف المبحوثين

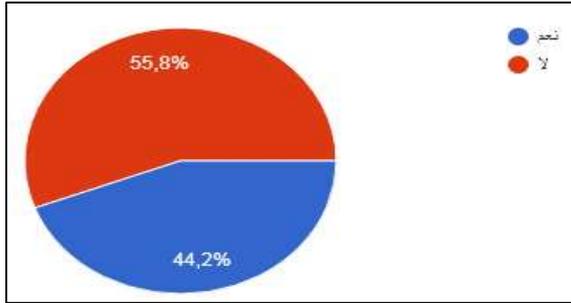


المصدر: من إعداد الباحثان بالاعتماد على نتائج الاستبيان الإلكتروني.

من خلال الشكل أعلاه الذي يمثل توزيع أفراد العينة حسب سبب استخدام الرموز الإفتراضية في حالة الإجابة بنعم نجد بأن أغلبية أفراد العينة المدروسة اختاروا استخدام الرموز الإفتراضية لغرض دعم الرسالة النصية بنسبة 40.8%، ويمكن أن يفسر هذا بأن الرموز الافتراضية لا يمكن الاعتماد عليها بشكل كلي في التواصل إنما يمكن الاستعانة بها في مواضع اتصالية تتطلب تدعيم النص المكتوب ببعض الرموز لأنهم لا يستطيعون الاعتماد على الرموز اللفظية لوحدها فهم يعجزون في كثير من الحالات عن إيصال مشاعرهم وأفكارهم وانشغالاتهم للآخرين، وبالتالي يستعينون بهذه الرموز التعبيرية لإثراء الرسائل النصية من خلال

المزج بين النص وهذه الرموز غير اللفظية هذه الأخيرة التي تسهم في سد بعض الفجوات التعبيرية بنجاح وتكسب النص مشاعر وأحاسيس من أجل مساعدتهم في التعبير عن مشاعرهم، في حين نجد بأن نسبة أفراد العينة المدروسة الذين يستخدمون الرموز الافتراضية على هذا التطبيق لغرض التعبير عن المشاعر والأحاسيس قد قدرت بنسبة 34.6%، وقد يرجع ذلك لكون أن هذه الرموز أضحت بمثابة الوسيط الاتصالي الأقرب في التعبير عن جملة المواقف والمشاعر التي تعجز الكلمات عن التعبير في أقصر وقت وجهد ممكنين، وأيضا لما لها من أثر وقدرة على توضيح المعنى ولتمييزها بالبساطة والجاذبية، ثم يلي هذه النسبة الأفراد الذين يستخدمون الرموز الافتراضية من أجل بدء وإنهاء حديث بنسبة 14.6%، ليأتي بعدها الأفراد الذين يستخدمونها من أجل التسلية بنسبة 10% .

الشكل رقم 05: يمثل مدى إطلاع المبحوثين بأخر التحديثات في عالم الإيموجي

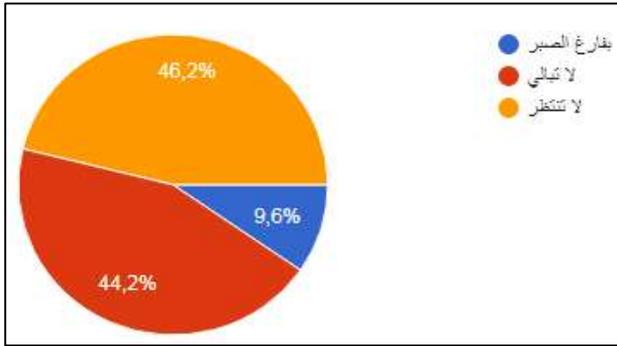


المصدر: من إعداد الباحثان بالاعتماد على نتائج الاستبيان الإلكتروني.

من خلال النسب المتحصل عليها في الشكل أعلاه نلاحظ أن أغلب المبحوثين ليسوا على إطلاع بأخر التحديثات في عالم الإيموجي حيث بلغت نسبتهم 55,8%، في حين بلغ عدد المبحوثين المواكبين لآخر التحديثات ما نسبته 44,2%، فبالرغم من استخدام أكثر من نصف المبحوثين لهذه الرموز أثناء محادثاتهم عبر تطبيق ماسنجر (أنظر الشكل)، الأمر الذي يدل على تعود المستخدمين على استعمال الرموز المتاحة متى توفرت، واكتشاف ما هو جديد عن طريق الصدفة فقط، هذه النسب تتعارض مع ما يحدث في العالم حاليا أين

أصبح الإيموجي يحظى باهتمام واسع من طرف مستخدميه حيث تم في عام 2015 الإعلان عن اختيار الرمز التعبيري (ايموجي) ليكون هو كلمة العام، وقد وصف هذا الأمر كاسبار جراثوول، رئيس موقع قواميس أوكسفورد الذي تديره جامعة أوكسفورد، بأن النصوص الأبجدية التقليدية تناضل من أجل مواكبة المطالب السريعة للتواصل في القرن الحادي والعشرين والتي تركز على ما يرى أكثر من الكتابة. (اليقوي، 2019) وقد تم تحديد يوم 17 جويلية من كل عام كيوم عالمي للإيموجي، وأصبحت شركة فايسبوك (المثال حاليا) حيث تقدم لمستخدميها استبيانات إلكترونية سنوية لتتعرف على مختلف الاقتراحات بشأن تحديث مجموعات من الرموز التعبيرية، والتي تخطى مفهومها التعبير عن المشاعر و لأحاسيس ليمس قضايا حساسة على غرار الرموز التعبيرية الداعية للحد من العنصرية كرموز المصافحة وكذلك قضايا دعم المثلية على غرار علم قوس قزح وإيموجي الارتباط الخاصة بهم والتي تتمثل في صور لذكر مع ذكر أو أنثى مع أنثى، كذلك قضايا المناخ حيث تم استحداث إيموجي الشعب المرجانية والذي يعتبر كأداة لدعم هذا الحيوان والذي يواجه الانقراض نتيجة ارتفاع حرارة كوكب الأرض.

الشكل رقم 06: يمثل مدى انتظار الباحثين لتحديثات الرموز التعبيرية السنوية



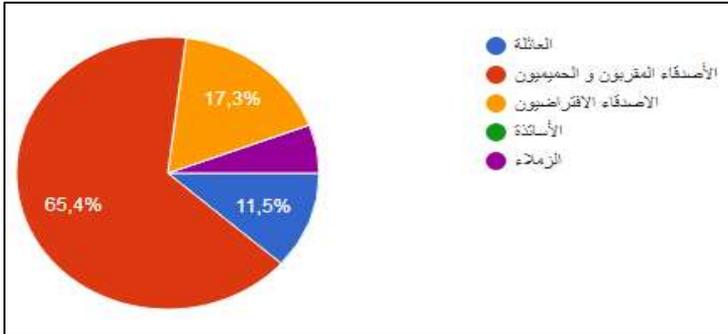
المصدر: من إعداد الباحثان بالاعتماد على نتائج الاستبيان الإلكتروني.

بالرغم من أن ما نسبته 44,2% من الذين أجابوا باطلاعهم على آخر التحديثات في عالم الإيموجي على تطبيق ماسنجر-فايسبوك، إلا أنه من خلال الشكل أعلاه نلاحظ أن أغلب الباحثين لا ينتظرون ولا يهتمون بمواعيد صدور

هذه التحديثات والتي تكون غالبا في اليوم العالمي للإيموجي، حيث بلغت نسبة اهتمام المبحوثين بصدور آخر التحديثات للرموز التعبيرية 9,6% فقط، بالرغم من الجهود التي يقوم بها أصحاب هذا التطبيق لتحسين وتطوير هذه الرموز تماشيا مع رغبات مستخدميها إلا أنها لا تلقى المتابعة اللازمة من طرف أصحاب العينة المدروسة، حيث تقوم شركة فيسبوك بالإعلان كل سنة عن آخر التحديثات حيث قامت في 17 جويلية 2021 بإطلاق الإيموجي الصوتي على تطبيق ماسنجر، بالتزامن مع الاحتفال باليوم العالمي للإيموجي، حيث سيتمكن مستخدمو تطبيق «ماسنجر»، من التعبير عن مشاعرهم باستخدام رموز الإيموجي مع الصوت، وهي ميزة جديدة تمكنهم من إرسال مقاطع صوتية قصيرة خال الدردشة على تطبيق ماسنجر. هذه المقاطع الصوتية والتي تتمثل في مجموعة من المؤثرات الصوتية كصوت الصراخ والتصفيق والطبول وضحكة الشرير، وكذلك المقاطع الصوتية من بعض أغاني البوب والبرامج التلفزيونية المفضلة لدى المستخدمين، وسيتم إدماج كل صوت مع الرمز التعبيري المفضل لدى المستخدم، حيث سيتم إرسال كل صوت مرافق للإيموجي كرمز تعبيرية بدون كلمات، مما يوفر للمستخدمين متعة التعبير عن مشاعرهم من خلال الدمج بين الصوت والرمز التعبيري(اليوم السابع، 2021).

الشكل رقم 07 : يمثل الأشخاص الذين يستخدم المبحوثين معهم الإيموجي أثناء الاتصال بهم

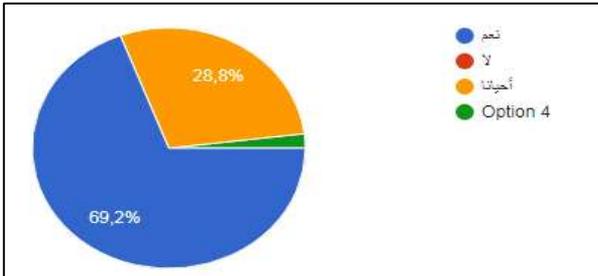
#### عبر التطبيق



المصدر: من إعداد الباحثان بالاعتماد على نتائج الاستبيان الإلكتروني.

انطلاقاً من المعطيات الواردة في الشكل أعلاه يتضح لنا بأن أغلب أفراد العينة المدروسة أفادونا بأن أكثر الأشخاص الذين يستخدمون الرموز الافتراضية معهم أثناء التواصل هم العائلة بنسبة 65.4%، ثم يليها الأصدقاء المقربون والحميميون بنسبة 17.3% ويرجع ذلك إلى طبيعة العلاقة التي تربطهم ببعضهم البعض والتي تتسم بالقرب والحميمية، هذه العلاقة التي تسمح للمستخدم باستخدام أي رمز يراه مناسب والذي يستطيع من خلاله التعبير عن أي موقف عايشه ويمكنه من خلاله إبراز وتصوير الشعور الذي انتابه، ويقع اختياره على هذه الرموز من دون تحفظ ومن دون أن يأخذ بعين الاعتبار ما إذا كان الطرف الآخر سيسيء فهمه أم لا، لأن استخدام بعض الرموز في غير موضعها وفي المواقف غير المناسبة خاصة تلك التي تتسم بالرسمية ومع الأشخاص الذين تجمعنا بهم علاقات سطحية قد يقعنا في مواقف محرجة نتيجة فهمهم الخاطئ لها لذا في هكذا مواقف نقتصر على استخدام الرموز شائعة الاستخدام في التواصل والتفاعل مع الآخرين بالإضافة إلى ضرورة انتقاء هذه الرموز بعناية فائقة، وفي هذا الصدد أكدت العديد من الدراسات على ضرورة تجنب الرموز التعبيرية التي يساء فهمها لأنه عادة قد تخاطر بنقل نعمة مختلفة للنبرة التي تنوي نقلها، وهذا ما أظهرته بيانات الجدول حيث جاء استخدامهم لرموز الإفتراضية في التواصل مع الأصدقاء الإفتراضيين ب 11.5%، لتليها مباشرة الأساتذة بنسبة 5.8%.

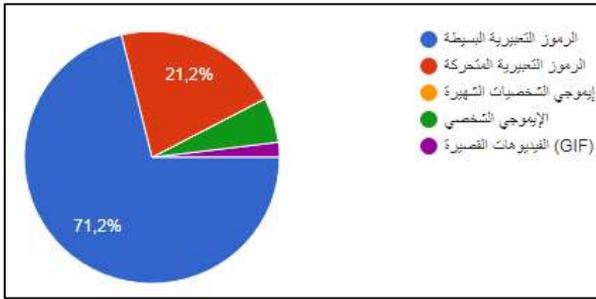
الشكل رقم 08: يمثل مدى سهولة اختيار الرمز التعبير المناسب



المصدر: من إعداد الباحثان بالاعتماد على نتائج الاستبيان الإلكتروني.

يلاحظ أنه في الشكل أعلاه أن أغلب المبحوثين وفقوا في اختيار الرمز التعبيري المناسب لما يريدون التعبير عنه حقا وهو ما بلغت نسبته 69,2%،

الأمر الذي يمكن تفسيره بقدرة أفراد العينة على فهم الغرض من كل رمز تعبيرى والذي يختلف من منطقة إلى أخرى فبالرغم من قيام شركة فايسبوك بحملات لإطلاق رموزها التعبيرية مع تقديم شرح مفصل لها لكن يبقى الاستخدام منوط بالثقافة الاتصالية، وهو ما أشار إليه إدوارد هول في كتابه البعد الخفي حول اختلاف تفسير الإشارات بين الأشخاص من مكان إلى آخر في العالم. فالاستخدام الهائل للإيموجي مكن مستخدميه من تحويله إلى لغة خاصة بهم، حيث يفضل أكثر من 58% من الجزائريين استخدام الرموز التعبيرية بشكل دائم كوسيلة سهلة للتعبير عن مشاعرهم وآرائهم (عليوة، 2020)، ومع الاستخدام المتزايد للرسائل الفورية واحتلال الرموز التعبيرية جزءا مهما في طريقة التواصل والتخاطب خلال المحادثات الرقمية أصبح الإيموجي يعوض إشارات اليدين وتعابير الوجه وهو ما يمكن مقارنته بالاتصال غير اللفظي خلال الاتصالات الشخصية المباشرة. الشكل رقم 09: يمثل تفضيلات المبحوثين للرموز التعبيرية من الباقات المقترحة عبر التطبيق



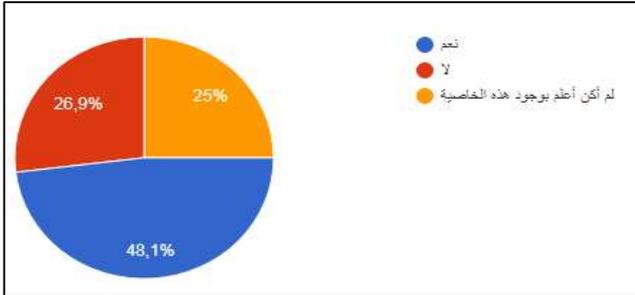
المصدر: من إعداد الباحثان بالاعتماد على نتائج الاستبيان الإلكتروني.

يفضل المبحوثين حسب الشكل أعلاه استخدام الرموز التعبيرية البسيطة لدعم رسائلهم النصية أو للتعبير عن مشاعرهم وانفعالاتهم بنسبة قدرها: 71,2%، الأمر الذي يمكن تفسيره بارتباط أصحاب العينة بهذه الفئة كونها الأسهل والأبسط استخداما كما أنها توفر العديد من الاختيارات والتي تعبر بشكل مباشر ومفهوم على مختلف المشاعر الإنسانية كما أنها تعتبر أول باقة تم إطلاقها غير هذه المنصة لذلك قد يمكن تفسير تفضيل المبحوثين لهذه الفئة بحكم التعود

وكذا احتلال هذه الباقية الاختيار الأول على ماسنجر مما يجعل الولوج إليها أسرع من قريناتها، كما احتلت الرموز التعبيرية المتحركة المرتبة الثانية بنسبة 21,2% كون هذه الفئة تضيف نوع من التسلية والديناميكية على الإيموجي البسيط الثابت، في حين احتل الأفاتار الشخصي المرتبة الثالثة لتليه مباشرة الفيديوهات القصيرة والتي نادرا ما يتم استخدامها نظرا لعدم تصنيف هذه الأخيرة ضمن باقات محددة، وهو ما يصاحب استخدامها الولوج أولا إلى محتواها قبل إرسالها الأمر الذي يتطلب وقت وهو ما لا يريده أغلب المستخدمين.

هذه النسب تتوافق مع الإحصائيات التي نشرها موقع [Unicode Consortium](https://unicodeconsortium.org/) حول الإيموجي الأكثر استخداما لسنة 2021، والتي احتلت فيها الرموز التعبيرية البسيطة المرتبة الأولى بعشرة رموز تعبيرية هي الأكثر استخداما في العالم والمتمثلة في: الوجه الضاحك بدموع الفرح، رمز القلب الأحمر، الوجه المتدحرج على الأرض من الضحك، رمز الإبهام المرفوع، وجه يبكي بصوت عال، رمز الأيدي الذي يعبر عن الشكر أو الصلاة، وجه القبلية، وجه مبتسم بثلاث قلوب، وجه مبتسم بعيون على شكل قلب، وجه مبتسم(النهار، 2021)

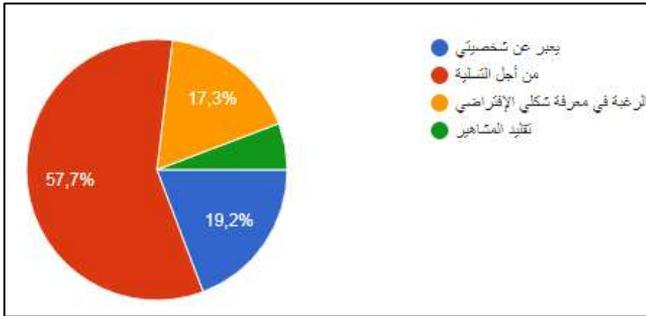
الشكل رقم 10: يمثل نسبة أفراد العينة الذين قاموا بتصميم الإيموجي الشخصي الخاص بهم



المصدر: من إعداد الباحثان بالاعتماد على نتائج الاستبيان الإلكتروني.

نلاحظ أن أغلب المبحوثين قاموا بتصميم الأفاتار الخاص بهم حيث بلغ نسبتهم 48,1%، في حين أن 26,9% لم يقوموا بذلك، أما ما نسبته 25% لم يكونوا على علم بوجود هذه الخاصية أصلا والذي يمكن تفسيره بكونهم غير متابعين للتحديثات والتحسينات الخاصة بعالم الإيموجي. إن نسبة مصممي شخصية

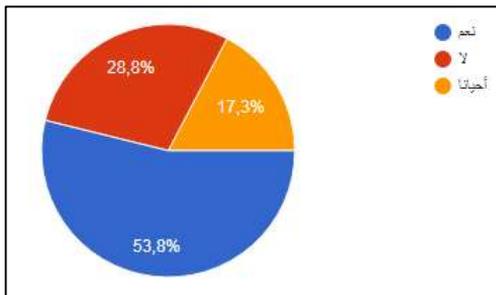
الإيموجي والتي تشبه شخصية المستخدم والتي أتاحت خلال سنة 2020، تعكس مدى اهتمام أفراد العينة بالرموز التعبيرية خلال اتصالاتهم الرقمية عبر تطبيق ماسنجر- فايسبوك، حيث تمكن هذا التطبيق من جعل هذه الرموز أكثر شخصية في محاولة للاقترب أكثر من مستخدمي هذا التطبيق حيث يتيح إمكانية تعديل ملامح الوجه، الشعر، الجسم وحتى طريقة اللباس، حيث يتيح العديد من الخيارات (18 خيار) والتي تمكنك من تصميم الشخصية الكرتونية التي تريدها. الشكل رقم11: يمثل أسباب الرغبة في تصميم الأفاتار الشخصي



المصدر: من إعداد الباحثان بالاعتماد على نتائج الاستبيان الإلكتروني.

نلاحظ أن أغلب المبحوثين والذين بلغت نسبتهم 57,7% قاموا بتصميم الأفاتار الخاص بهم من أجل التسلية فقط، في حين بلغت نسبة المبحوثين الذين يريدون رمزا تعبيريا قريبا من شخصهم نسبة 19,2%، أما الرغبة في معرفة الشكل الافتراضي احتلت المرتبة الثالثة بنسبة 17,3%، أما النسبة المتبقية فكانت من نصيب اختيار تقليد المشاهير.

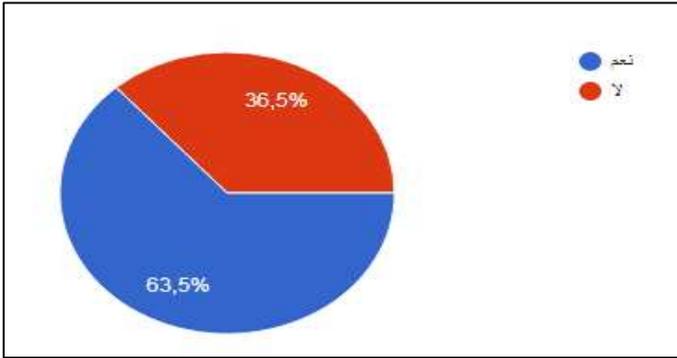
الشكل رقم12: يمثل مدى استخدام الرموز التعبيرية الخاصة بالأعياد الدينية والوطنية



المصدر: من إعداد الباحثان

حسب أفراد عينة الدراسة فإن ما نسبته 53,8% يستخدمون الرموز التعبيرية الخاصة بالأعياد الدينية والوطنية لتقديم التهاني والتبريكات وهذا ما يدل على عمق وأهمية استخدام هذه الرموز حتى في هذه المناسبات، الأمر الذي يمكن تفسيره بكون قاعدة الأصدقاء الافتراضيين والذين لا يمكن معايدة جميعهم عن طريق وسائل الاتصال التقليدية كالهاتف أو الاتصال الشخصي حيث أصبح يقتصر إرسال التهاني على إرسال رمز تعبيري قد يتضمن رسالة تهنئة خاصة بالمناسبة، هذه النسبة قد تزيد لأن ما نسبته 17,3% أجابوا بأنهم قد يعتمدون على هذه الرموز أحيانا خلال هذه المناسبات، في حين رفض ما نسبته 28,8% إرسال التهاني عبر الإيموجي والذي يمكن تفسيره بقدسية وأهمية هذه المناسبات والتي تستدعي أكثر من مجرد إرسال ملصق للتعبير عنها. وقد فضل ما نسبته 40,4% استخدام اللغة العامية عند استخدام هذه الملصقات كونها الأكثر تعبيرا خلال هذه الاحتفالات.

الشكل رقم 13: يمثل قدرة أفراد العينة عن الاستغناء عن استخدام الإيموجي



المصدر: من إعداد الباحثان بالاعتماد على نتائج الاستبيان الإلكتروني.

يلاحظ من خلال الشكل أعلاه أن أغلب المبحوثين عبروا عن عدم قدرتهم على الاستغناء عن الإيموجي بنسبة قدرها: 63.5% والذين فسروا ذلك باعتبارها مدعمة للنص الكتابي وكذا كونها مسلية وجميلة وتمكنهم بسهولة من التعبير عن مشاعرهم وأحاسيسهم، أما من عبروا عن قدرتهم عن الاستغناء عن الرموز التعبيرية والبالغ نسبتهم: 36,5% قد أرجعوا الأسباب إلى كون الكتابة كافية عما

نريد قوله حق وأن استخدام الإيموجي مجرد عادة فقط والتي يمكن الاستغناء عنها بسهولة كونها تدعم النص الكتابي فقط.

### III- الطرق والأدوات

#### منهج الدراسة:

وسنعمد في هذه الدراسة على المنهج الوصفي كونه يرمي إلى وصف خصائص معرفتنا عن الدراسة ومتغيراتها المتعلقة بطبيعة الرموز التعبيرية وإمكانية تعويضها للاتصال اللفظي وغير اللفظي عبر منصة فايسبوك-ماسنجر، إذ يعتمد هذا المنهج على تتبع موضوع الدراسة ومحاولة الوقوف على جزئياته وتفصيله، والتعبير عنها تعبيراً كمياً أو كيفياً، حيث سنحاول تحليل وتفسير العلاقة بين المتغيرات بالاعتماد على هذا المنهج، ومن خلال المعلومات التي سيتم جمعها من أفراد عينة الدراسة عن طريق الاستبيان الإلكتروني.

مجتمع وعينة الدراسة:

يتمثل مجتمع البحث في جميع مستخدمي الرموز التعبيرية عبر تطبيق ماسنجر-فايسبوك، وقد تم اختيار عينة قصدية، أين قمنا بنشر الاستبيان الإلكتروني عبر حساب الباحثة عبر صفحة أكاديمية ناشطة على تطبيق ماسنجر فايسبوك وتمت مشاركتها مع الباحثين وخاصة طلبة الدكتوراه وتفاعل معه 100 مستخدم، وقد ارتأينا بأنه عدد كافٍ يخولنا من جمع البيانات والمعلومات الكافية.

أدوات جمع البيانات:

بما أن دراستنا تنتمي إلى حقل الدراسات الوصفية، فقد قمنا بالاعتماد على أداة الاستبيان الإلكتروني، هذه الأخيرة التي تسمح بوصف الظاهرة وتحليلها قصد الوصول إلى نتائج علمية وصحيحة، والذي يعرف على أنه: "أسلوب لجمع البيانات تهدف إلى استشارة المبحوثين بطريقة منهجية ومقننة لتقديم آراء وأفكار معينة في إطار البيانات المرتبطة بموضوع الدراسة وأهدافها دون تدخل من قبل الباحث في

التقرير الذاتي للمبحوثين في هذه البيانات "يجب عرض هذه الطرق والأدوات بدقة ووضوح دون إسهاب بحيث يتمكن الباحثون الآخرون من إعادة الدراسة أو التحقق منها، ويمكن للمؤلف أن يصف الأدوات والطرق المستخدمة في شكل مخطط، جدول أو رسم بياني لشرح الأساليب التي استخدمت، في حالة التعقيد فقط، بغرض التبسيط والتوضيح.

#### IV- نتائج الدراسة

خلصت الدراسة الحالية إلى جملة من النتائج لعل أهمها ما يلي:

- أغلب مستخدمي تطبيق ماسنجر فيسبوك هم إناث وقد يرجع ذلك إلى طبيعة المجتمع الجزائري الذي يشهد ارتفاعا في نسبة الإناث مقارنة بالذكور هذا بالإضافة إلى بالإضافة إلى لجوئهم إلى هذا التطبيق باعتباره المتنفس الوحيد المعتمد عليه في إشباع جميع حاجاتهم التثقيفية والتعليمية، والاجتماعية، والتربوية
- يستقطب تطبيق ماسنجر فيسبوك فئة الشباب الذين تتراوح أعمارهم 25 – 35 سنة، وهذا راجع إلى كون هذه الفئة هي الأكثر مواكبة للتطورات التكنولوجية واستيعابا لها، بل الأكثر استخداما له من أجل الاستفادة من خدماته المقدمة سواء ما تعلق بتسهيل التواصل والتفاعل مع الآخرين أو بطرح انشغالاتهم العلمية وتبادل المعرفة والمعلومات مع الآخرين.
- يفضل أغلب أفراد العينة المدروسة استخدام اللغة العربية (الفرانكو آرب) باعتبارها اللغة العالمية التي اتخذ منها الشباب مؤخرا على جميع المواقع والتطبيقات لغة من أجل التواصل والتفاعل مع الآخرين بسهولة وسرعة وأيضا لاختصارها للجهد والوقت خاصة وأننا اليوم نعيش في عصر ينعت بعصر السرعة وزمن التكنولوجيا.
- يستخدم أفراد العينة المدروسة تطبيق ماسنجر فيسبوك بصفة دائمة وهذا راجع لتوفر الأنترنت بكل المنازل تقريبا وامتلاك مستخدميه لهواتف ذكية

مزودة بخدمة 3G و 4G، هذا بالإضافة إلى أن الرغبة الدائمة في اكتشافه والتعرف على آخر تحديثاته جعلتهم دائمي الاتصال به.

● أغلب مستخدمي تطبيق ماسنجر فايسبوك يستخدمون الرموز الافتراضية من أجل التعبير عن المشاعر والأحاسيس وهذا راجع لكونها تحتوي على العديد من الوجوه والأيقونات التعبيرية القريبة من الواقع على اعتبار أن الصورة أكثر تعبير من الكلمات والجمل وتسهم في اختصار الوقت والجهد وتساعدنا في تصوير جملة المشاعر والأحاسيس التي تعجز الكلمات في التعبير عنها.

● معظم مستخدمي ماسنجر فايسبوك أكدوا على أنهم يستخدمون الرموز التعبيرية في التواصل مع أفراد عائلتهم وأصدقائهم المقربون كون هؤلاء تجمعهم بهم علاقة ودية أخوية يمكن فيها استخدام كل الرموز المعبرة من دون أن يسيؤا فهمها، وحتى وإن استخدم رمز في غير موضعه لا يقع المستخدم في موقف محرج معهم.

● معظم أفراد العينة أجابوا بتفضيلهم لرموز التعبيرية البسيطة بالرغم من تعدد الخيارات والباقات المتنوعة وذلك بحكم التعود وسهولة وسرعة استخدامها، كذلك الاتفاق الجماعي حول معانها وهو ما أجاب عليه أغلب المبحوثين بتمكنهم من اختيار الإيموجي المناسب عما يريدون قوله حقا في كل مرة.

● استخدام المبحوثين للملصقات الجاهزة في المناسبات الخاصة الدينية والوطنية والمخصصة لهذا الغرض من أجل إرسال مختلف التهاني والمباركات ربما للوقت باعتبار أن عدد الأصدقاء الافتراضيين على هذا التطبيق كبير ولا يمكن إرسال رسالة شخصية خاصة بكل فرد الأمر الذي يتطلب الوقت والجهد من طرف المرسل.

● معظم أفراد العينة قاموا بتصميم الأفاتار الخاص بهم من باب التسلية فقط أو من أجل التعرف على الشخصية الافتراضية الخاصة بهم، وكذا ارتياحهم

لاستخدام الإيموجي الشخصي كونه الأقرب للتعبير عن شخصيتهم بشكل مباشر من خلال الرمز التعبيري الخاص بهم.

- أغلبية أفراد العينة أكدوا قدرتهم على الاستغناء عن استخدام الإيموجي خلال محادثاتهم عبر التطبيق كونها تدعم النص الكتابي فقط الأمر الذي يجعل الرسالة أكثر وضوحاً بالنسبة للمتلقى لكنها لا تعوض اللغة المكتوبة أو لغة الجسد وأن استخدامها يقتصر على التسلية فقط أو بحكم التعود.
- ندد أغلب مستخدمي تطبيق ماسنجر بالتأثيرات السلبية للرموز التعبيرية على اللغة، فعلى الرغم من تميزها بالعديد من الخصائص كالاختصارات وقدرتها على محاكاة التعبير الصوتي المنطوق في الاتصال الشفوي ووصف جملة المشاعر والأحاسيس، إلا أن هذه اللغة المستحدثة لا تخلو من العيوب، كونها أثرت على اللغة العربية الفصحى وقواعدها التي تمثل مجتمعنا وتعكس هويتنا، بل وتساهم في تدني المستوى اللغوي للمبحوثين ونسيان اللغة من الأساس.

### خاتمة

ختاماً ومن خلال الدراسة التطبيقية أعلاه نلاحظ أهمية استخدام الرموز التعبيرية لدى أفراد العينة لدعم الرسالة النصية والتعبير عن المشاعر والعواطف كالضحك، الغضب، البكاء، الحياء والمحبة هذه المشاعر والتي قد تكون كاذبة ولا يمكن اكتشافها أو التأكد منها، لذلك فإن هذا الاستخدام لا يرقى إلى اعتباره كبديل للاتصال غير اللفظي المتضمن إشارات اليد وحركات الجسم وتعابير الوجه في الاتصال الشخصي والتي يمكن ملاحظتها بشكل مباشر مع صعوبة تزييفها، فمعظم الإجابات جاءت لتثبت أن معظم المبحوثين يستخدمون الإيموجي من أجل التسلية فقط أو بحكم التعود ولا يهتمون بآخر التحديثات في هذا المجال أو ينتظرون صدور البقات الجديدة، كما أن أغلبهم أكدوا إمكانية الاستغناء عنها بنسبة (56,3%)، والاكتفاء بالكتابة فقط خاصة مع إتاحة خاصية الرسالة الصوتية والتي تدعم الاتصال الشخصي بشكل مباشر مما يجعل الرسالة الاتصالية أكثر وضوحاً.

## الإحالات والمراجع:

### المؤلفات:

- المختار السالم أحمد، في ظلال الحروف، (لندن: 2019)، الصفحة 164.
- رحيمة الطيب عيساني، مدخل إلى علوم الإعلام والاتصال، (الجزائر: عالم الكتب الحديث، د.س)، الصفحة 37.
- محمد منير حجاب، المعجم الإعلامي، (القاهرة: دار الفجر للنشر والتوزيع، 2004)، الصفحة 46.
- محمود أحمد عبد الفتاح، الاتصال اللفظي وغير اللفظي، (القاهرة: المجموعة العربية للتدريب والنشر، 2012)، الصفحة 38.

### مواقع الانترنت:

- أسيل عتوم (2020)، تطبيق فايسبوك-ماسنجر: <https://e3arabi.com> (consulté le 04/02/2022)
- أحمد عليوة (2020)، نصف الجزائريين يفضلون الإيموجي للتعبير عن مشاعرهم: [/https://www.echoroukonline.com](https://www.echoroukonline.com) (consulté le 27/02/2022)
- النهار (2021)، أكثر عشر إيموجي استخداما في العام 2021، مقال متوفر على الموقع: [/https://www.annahar.com/arabic](https://www.annahar.com/arabic) (consulté le 24/02/2022)
- اليوم السابع (2021)، يعني إيه ميزة الإيموجي الصوتي الجديدة من فايسبوك لتطبيق ماسنجر: [/ https://www.youm7.com](https://www.youm7.com) (consulté le 14/02/2022)
- محمد اليعقوبي (2019)، الإيموجي يعوض المفردات اللغوية و يدمر القدرات التعبيرية: [/https://alarab.co.uk](https://alarab.co.uk) (consulté le 15/02/2022)