

الوظيفة اللغوية للرموز التعبيرية في الاتصال القائم عبر  
وسائل التواصل الاجتماعي (تطبيق مسنجر أنموذجا)  
*The linguistic function of emojis in the Messenger  
social media*

د. صابي فاطمة<sup>1</sup>\*

<sup>1</sup> كلية علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر3 (الجزائر)،

sabifatima34@gmail.com

تاريخ القبول: 2022/06/26

تاريخ الاستلام: 2022/05/27

ملخص:

يشكل الرمز وسيطا بين الانسان والعالم، فقد طوق الانسان نفسه بأشكال لغوية وأخرى فنية وأشكال رمزية، وبفضل هذه الأخيرة تم الربط بين العلامات والإشارات الحسية وبين معانها ودلالاتها، بحيث مكنت من خلق علاقات وارتباطات معينة تجمع بين الإشارات الحسية من جهة والمعاني من جهة أخرى، فطبيعة عملية الرمز تتمثل في خلق عالم يقوم على الإشارات الحسية، فأصبحت لغة قائمة بذاتها تستند على أدوات لا يمكن الاستغناء عنها وخاصة في عملية التواصل والتفاعل عبر قنوات الاتصال الإلكترونية. وعليه تقدم هذه الورقة البحثية دراسة تحليلية للوظائف التي تقوم بها الإيموجي في عملية الدردشة عبر وسائل الاتصال الاجتماعي من خلال اعداد قراءة تحليلية للرموز التعبيرية المستخدمة في المحادثات عبر تطبيق مسنجر. إذ يستخدم هذا البحث منهج بارت و موريس السيميائي في طرق و جمع البيانات المتمثلة في استبيان على الانترنت والتوثيق المصور (لقطة الشاشة) للمحادثات باستخدام الرموز التعبيرية على وسائل التواصل الاجتماعي.

\* المؤلف المرسل

و خلصت في الختام إلى أن الرموز التعبيرية هي جزء من العناصر النحوية للغة في التواصل على وسائل التواصل الاجتماعي، و إن الإيموجي هي وسيلة إشارة تفسيرية التي تنتج الأبعاد الإيموجية النحوية والدلالية والنمذجية للعلامات كوظيفة لغوية في التواصل عبر وسائل التواصل الاجتماعي.

الكلمات المفتاحية: الرموز التعبيرية، الاتصال غير اللفظي، وسائل الاتصال الاجتماعي، تطبيق مسنجر Messenger.

### **Abstract:**

Symbol is a mediator between people and world, he has surrounded himself in linguistic, symbolic and artistic forms, that makes meaning of the sense sign and signals related by and creating a bound Between them, so the function of the signs is to create a world based on sensory signals, the language built on its own right, based on indispensable tools especially in the process of electronic communication.

so this paper represents an analytical study of the function of emoji in process of chatting, by preparing an analytical reading of the emoji used in conversation on messenger social media , by adopting Barthes Morris's semiotic approach, through the use of questionnaires online, and photo documentation (screenshot) of conversations using emoji's on social media. As The main data collection methods. The obtained results concluded that emojis are part of the grammatical elements of language in communicating on social media.

as conclusion, emoji is a sign vehicle, designatum, and interpretant relation that produces syntactic, semantic and paradigmatic emoji dimensions of signs as a linguistic function in the social media communication.

Keys words: emoji, Messenger application , social media, non verbal communication

## مقدمة

إن استخدام الرموز التعبيرية في المحادثات الرقمية بين المستخدمين يعد أمراً بديهياً، نظراً لما تقدمه هذه الرموز من مزايا اتصالية مختلفة، إضافة إلى توفرها بأشكال وتصاميم متنوعة تساهم في إكمال المعنى الناقص أو الذي لا تستطيع اللغة المكتوبة التعبير عنه أو تساعد في تخفيف حدة النص المقروء، أو يمكن لها أن تملأ بعض الفجوات التعبيرية بنجاح، أو تعطي تأويلاً مختلفاً للكلام المكتوب، فمستخدمي هذه الرموز يمكنهم اختزال الكثير من العواطف ومشاعر الحب والغضب والجوع برمز تعبيري واحد، يتيح نقل هذه المشاعر بسهولة إلى الطرف الآخر مهما كان نوع المحادثة التي تدور بينهم، سواء كانت محادثة رسمية أو غير رسمية، مما يؤكد على الدور الاتصالي الذي تقوم به هذه الرموز باعتبارها أحد أشكال الاتصال غير اللفظي.

ويوظف أغلب مستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي وتطبيقات الدردشة الإيموجي في محادثاتهم بصرف النظر عن نوع اللغة التي يتكلمون بها والتي تضم في مجملها 2800 رمز تعبيري متداول جعل رודהا يخصصون لها يوماً رمزياً يحتفلون به كل سنة. ويقدر ما يعتبرها البعض لغة حقيقية تتجاوز الحواجز الثقافية تنقل بعض المعاني دون لغة مشتركة، فإن غياب القواعد عنها ومحدودية دلالاتها التعبيرية يجعلانها تفتقر لوظائف اللغة الأساسية التي تسمح بالتواصل العميق والمركب بين البشر.

هذا الاختلاف في وجهات النظر يحيلنا إلى طرح التساؤل العام حول ماهي طبيعة الوظيفة اللغوية للرموز التعبيرية في الاتصال القائم عبر وسائل الاتصال الاجتماعي؟ وفي هذا السياق تأتي هذه الدراسة لمعرفة إلى أي مدى يمكن لهذه الرموز التعبير عن المعاني المعجمية عند استخدامها في سياق الجملة؟، وهل فهم الجملة يتأثر أو لا يتأثر عندما تحل الإيموجي محل الكلمات بما في ذلك القيمة الصوتية للكلمة المرتبة بها؟.

## أهداف الدراسة:

- تسعى هذه الدراسة إلى التعرف على استخدام الرموز التعبيرية في تطبيق مسنجر والوظائف التي تؤديها، كما تهدف إلى التعرف على:
- مفهوم الرموز التعبيرية
  - التعرف على سلبيات استخدام الرموز التعبيرية في البيئة الاتصالية الرقمية.
  - طبيعة الرموز المستخدمة في المحادثات الرسمية؟
  - الرمز وانعكاسه على وظيفة اللغة بما في ذلك القيمة الصوتية؟
  - الإيموجي وتأثيره على فهم سياق الجملة ؟

حاولنا من خلال هذه الدراسة التعرف على طريقة استخدام الإيموجي بتطبيق الدراسة على عينه قوامها 17 شخصا 10 ذكور و 7 إناث كلهم من فئة الشباب تتراوح أعمارهم ما بين 23-35 سنة، بالاعتماد على المنهج النوعي حيث قامت الباحثة بإجراء تواصل مفتوح مع أفراد العينة عن طريق محادثة الكترونية بشكل فردي مع كل مستخدم للحصول على تفاصيل أكثر عمقا وكما قمنا بتحليل سيميولوجي لبعض المحادثات الالكترونية استخدمت الإيموجي في عملية الاتصال.

## مصطلحات الدراسة:

الاتصال غير اللفظي أو غير الكلامي أو غير الملفوظ كلها أسماء نطلقها على عملية التواصل التي تتم بطرق أخرى غير النطق، هي عملية تواصل هدفها إرسال واستقبال رسائل بدون كلمات، وتتم من خلال تعابير الوجه أو حركات الجسد أو لغة العيون، وفي قلة من الأحيان تمر عبر بعض الوسائط المادية كالملابس وشكل الشعر أو أحيانا الأماكن المسكونة أو التي يتردد لها المعنى بالتواصل الاتصال غير اللفظي. (أمل، 2020)

وسائل الاتصال الاجتماعي: هو المجتمع الافتراضي الموجود على شبكة الإنترنت والذي يتيح التواصل بين الأفراد في بيئة افتراضية يجمعهم فيها الاهتمام أو الانتماء المشترك لفكرة أو رأى أو مكان أو هواية أو فئة معينة في نظام عالمي لنقل

المعلومات إلكترونيا بسرعة ودقة متناهية. (ميمي محمد ، 2018 ، صفحة 11)  
الفييس بوك ماسنجر

يعرف المسنجر على الفييس بوك بأنه تطبيق مخصص للهواتف الذكية وبأنظمة تشغيلها المختلفة سواء كانت أندرويد أو iOS أو غيرها، ويتيح هذا التطبيق لمستخدميه إمكانية إجراء المحادثات من خلال الصوت والصورة، ومن الجدير بالذكر أنه قد بلغ عدد مستخدم هذا التطبيق في العام 2016م ما يقارب المليار مشترك فقد وصل عدد المسجلين إل 900 مليون تحديدا. (Magaret, 2018 -6- 11)

## I. الإطار النظري للدراسة:

### I.1 - مفهوم اللغة عند كاسير ووظيفتها الرمزية:

تميز كاسير بكونه واحدا من الفلاسفة الذين أسسوا لما يعرف بفلسفة الرمز، فقد ذهب محمود فهري الجزيري إلى انه فعل ذلك ليضع حدا للصراع القائم بين اصحاب النزعة العلمية التحليلية واصحاب الاتجاهات التقليدية، وذلك عن طريق استعمال مفهوم الرمز في التعبير عن مناطق مختلفة من النشاط الفكري الانساني كالمنطق واللغة والفن و الدين و الاسطورة.

ويعرف كاسير اللغة واحدة من الوسائل الرئيسية للروح التي يفضلها يكتمل التطور الذي ينقلنا من عالم الاحساسات إلى عالم الحدس والتطور. (بولفعة، 2019/2018، صفحة 105) كما يعتبرها نشاطا و فعالية انسانية خالصة لا يوفيقها الوصف الفيزيائي أو الفيزيولوجي حقها لانهما لا يكشفان عن البعد الرمزي الذي تكشف فيه الروح عن نفسها. (بولفعة، 2019/2018، صفحة 107).

طبيعة اللغة وتركيبتها: يقسم جون فيرث (لغوي بريطاني 1890-1960) علم اللغة الى انواع، علم الاصوات، النحو والصرف، المعجم وعلم العلامات (بولفعة، 2019/2018، صفحة 108)

- اللغة من العلامة الى الرمز: عرف علماء الدلالة الرمز بانه مثير بديل يستدعي لنفسه الاستجابة التي قد يستدعيها شيء آخر عند حضوره وقسموه إلى قسمين:

- الرمز اللغوي: فالكلمات المنطوقة أو المكتوبة اخص انواع الرموز حيث انه لا تشير لنفسها بل لأشياء غيرها.
  - الرمز غير اللغوي: ومثال ذلك الجرس في تجربة بافلوف حيث ان صوت الجرس يستدعي شيئا غيره فالكلب عند سماعه للجرس يتوجه الى مكان الطعام.
- اما عند هيجل فالرمز علامة لكنه يختلف عن العلامات اللغوية بكون الصورة والفكرة اللتان يمثلهما، ولهذا الاسد هو رمز للشجاعة والدائرة رمز للخلود، فهو يتضمن صفات ما يرمز و يدل عليه. (بولفعة، 2019/2018، صفحة 134)

## 2.I - مفهوم الرموز التعبيرية:

الإيموجي Emoji في الأصل كلمة إنجليزية مشتقة من الكلمة اليابانية 絵文字 الحرف الأول منها " E " يعني الصورة والثاني "Moji" ويعني رمز أو حرف (جاء الله، 2019، صفحة 485) ، وقد تم ابتكارها في اليابان من قبل المؤسس شيجيتاكا كوريتاKurita Shigetaka" الذي كان يعمل حينها ضمن فريق شركة NTT DoCoMo (عيشة ، 2019، صفحة 184) وكان النموذج المبدئي لهذه الرموز عبارة عن مجموعة تتكون من 176 صورة صممت بهدف استخدامها في أول نظام أساسي لخدمات الإنترنت الخاصة بالهاتف المحمول i-mode ثم تطورت تدريجيا حتى أصبحت بالشكل الذي نستخدمه حاليا (العززي، 2020، صفحة 14)

وقبل ظهور هذه النماذج كان الجمهور يعتمد على التمثيل اللغوي الرمزي " Symbolic linguistic representation للتعبير عن مشاعره من خلال استخدام علامات الترقيم الموجودة في لوحة المفاتيح، وفي واقع الأمر تعد هذه الرموز اختصارا للتعبيرات الملمحية للوجه بحيث تأخذ مكان التعبيرات اللفظية التي في العادة تترجمها تنغيمات الصوت أو إيماءات الجسد. (شيباني، 2018، صفحة 160)

والرموز التعبيرية هي صور تخيلية رقمية شائعة يمكن أن تظهر في النصوص، الرسائل، البريد الإلكتروني، وعلى منصات التواصل الاجتماعي كما أنها شخصيات

مصورة أو رسوم توضيحية تحظى بشعبية كبيرة في الاتصالات النصية يمكن دمجها بشكل طبيعي مع نص عادي لإنشاء شكل جديد للغة. (stark& crawford, 2015, p. 1) ويمكن تعريفها أيضا بأنها أشكال ثابتة ومتحركة يستخدمها رواد مواقع التواصل الاجتماعي بغرض ترجمة شعورهم واحاسيسهم. (عبد الكافي عبد الفتاح عبد الكافي ، 2021)

### 3.I - نشأة الرموز التعبيرية:

من اليابان للعالم، بدأت الرموز التعبيرية في نهاية تسعينيات القرن الماضي في اليابان، إذ أدخلت شركة اتصالات يابانية المجموعة الأولى من الرموز التعبيرية للمساعدة في تسهيل التواصل الإلكتروني عبر الرسائل. واستوحت إشارات من "المانغا اليابانية" وعلامات الشوارع لمساعدة مستخدمي الهواتف المحمولة على قول المزيد في حدود الرسائل النصية التي لا تتسع سوى 250 حرفاً فقط. ولاحقاً أصبحت الاختصارات اللطيفة شائعة للغاية، وظهرت منصات الإنترنت في جميع أنحاء العالم مثل "أي ماسنجر (Messenger)" و"أم.أس. أن ماسنجر" (MSN Messenger) وغيرها أيقوناتها الخاصة على مدار العقد الأول من القرن العشرين.

وقد تم إنشاء رموز الإيموجي في نسختها الأولى سنة 1998 من طرف عامل اتصالات ياباني يدعى شيغيطاك كوريطا Kurita Shigetaka ،الذي كان قارئاً متعطشاً لمجلات المانغا الهزلية المتخصصة في الأشرطة المرسومة حيث سعى إلى جعل أسلوبها البصري أكثر جاذبية ليحل أسلوب إيموتيكون، وعليه ففي سنة 1997 وهي السنة التي أصبح فيها العالم أكثر هيمنة بدأ العديد من المستخدمين في استعمال تعابير إيموتيكون اسكي ascii على مواقع الويب ووسائل التواصل الاجتماعي، ويرمز ascii إلى السنن الأمريكي القياسي لتبادل المعلومات. وهي مجموعة قياسية ونموذجية ذات سنن رقمي تمثل الحروف والرموز تستخدم في نقل النص بين الحواسيب. وكانت تلك هي السنة التي ابتكر فيها نيكوال لوفراني Loufrani Nicolas أشكالاً لوجوه معبرة تحل محل الأشكال البسيطة التي تم إنشاؤها باستخدام علامات الترقيم. ولوفراني هذا هو ابن الصحفي فرانكلين لوفراني

Loufrani Franklin، الذي كان أول من وضع علامة على رمز الوجه المبتسم في سنة 1972. وقد فعل ذلك من أجل وضع تغيير أو لمسة فنية إيجابية في التقارير من الأسلوب التشاؤمي المعتاد الموجود في وسائل الإعلام المطبوعة ليتم بعد ذلك مباشرة الوجه المبتسم رمزا "للإيجابية" و"البهجة" حول العالم. (Danesi, 2017, p. 2)

وتجدر الإشارة في إطار التدقيق والضبط التاريخي، إلى أن الوجه المبتسم قد ابتدعه فنان أمريكي يدعى هارفي روس بال Ball Ross Harvey في سنة 1964. وقد أنشأ لشركة تأمين رغبة منها في وضع هذا الوجه المبتسم على أزرار لمساعدة زبائنها ورفع معنوياتهم. مثيرا للغاية في جميع أنحاء العالم، وبالتالي أدمجت هذه الصورة المبتسمة في الوعي العالمي، وكانت لكل منصة رموزها الخاصة من الإيموجي، لذا فإن الابتسامة المرسلة من جهاز آيفون كانت تُقرأ كمرجع فارغ على البريد الإلكتروني جيميل. وفي عام 2010 قطعت لغة الرموز التعبيرية خطوة كبيرة نحو تحولها للغة العالمية؛ عندما اتفقت المنصات المختلفة على معايير توافق موحدة تجعل الرموز التعبيرية مقروءة فيما بينها، وأصبحت أنظمة التشغيل المختلفة - مثل أندرويد وأجهزة آبل- قادرة على تبادل الإيموجي فيما بينها. (عبدالله، عمران، 2019)

في عام 2015م قام القاموس الشهير أكسفورد Oxford Dictionary باختيار الرمز الذي يطلق عليه وجه دموع الفرح كأشهر كلمة للعام. ولم يجد هذا الاختيار في وقتها أي اعتراض على الرغم بأن الاختيار وقع على رمز وليس على كلمة. وقد أوضح القائمون على القاموس في ذلك الوقت بأن سبب اختيارهم لهذا الرمز بدلا من كلمة هو أن هذا الرمز التعبيري يعكس المزاج العام للناس في ذلك العام مما يبين النمو الكبير في استخدام هذه الرموز في عام 2015م. (العزوي، 2020، صفحة 13) لهذا يعتبر بعض الباحثين بأن عام 2015م هو عام الذروة في استخدام الإيموجي، حيث شهد هذا العام أعلى معدلات استخدام الرموز التعبيرية فمن الصعب إيجاد أي

مراسلة في وسائل التواصل الاجتماعي دون وجود رمز تعبيرى. (جاب الله، 2019،  
صفحة 488)

وقد توصل العلماء إلى أن 27 شعور عاطفي اقترن التعبير عنها باستخدام الرموز التعبيرية منها على سبيل المثال لا الحصر: الإعجاب، الحب، التقدير، التسلية، القلق، الهلع، الحرج، الممل، الهدوء، والارتباك. كما أن هذه الرموز التعبيرية بدأت تستخدم في الأمور العلمية مثلما فعل الأمريكي بيل ناي Nye Bill "عندما قام باستخدام الرموز التعبيرية لشرح بعض المفاهيم العلمية وهو ما يعطي دلالة واضحة بأن هذه الرموز تقوم بأدوار مؤثرة وهامة في مختلف مجالات الحياة (جاب الله، 2019، صفحة 13)

## II - الوظائف التي تؤديها الرموز التعبيرية في البيئة الاتصالية الرقمية:

تقوم الرموز التعبيرية بالعديد من الوظائف التي تساهم في جعل المحادثات الرقمية أكثر سهولة من ناحية التعبير أو حتى من ناحية الرد والتجاوب. وحدد Lee & Mathews ثلاثة وظائف تقوم بها الرموز عند استخدامها في المحادثات النصية وهي:

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

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

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

الحديث عنه. (Mathews & Botwin & Lee, 2017, p. 48)

وقد أوضح الباحث zhang أن هنالك عدة وظائف أيضا تقدمها هذه الرموز وقام بتقسيمها على المرسل والمستقبل في العملية الاتصالية، وهي على النحو الآتي:

#### 1- المرسل:

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

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

#### 2- المستقبل:

أ- الوظيفة الدالة: حيث يمكن للعواطف أن تؤثر على مشاعر المتلقي وفكره.  
ب- الوظيفة المرجعية: حيث تساعد الإيموجي على نقل الرسائل والمعلومات إلى المتلقي كما أن لإيموجي تساهم في التعبير عن جانب مهم من الحديث من خلال الربط بين الرمز المستخدم في المحادثة وما ينوي المستخدم كتابته نصيا بعد استخدامه لذلك الرمز (Zhang, 2020, p. 3).

وقد أوضح أحد علماء الاجتماع بأن الرموز التعبيرية تعطي قيمة عاطفية مضافة للغة، ووضع ثلاثة أبعاد أساسية خاصة بهذه القيمة وهي: - علم الجمال: الذي يعني أن دمج الرسالة مع الصور يمنح نوعا من اللطف. - التسلية: باعتبار أن رمز الإيموجي يوفر درجة من الخيال.

- السيمائية: فالصورة لها معاني كثير، ويمكن تفسيرها على نطا أوسع من رسالة لغوية. (عيشة، 2019، صفحة 186)

وقد بينت دراسة أن الرموز التعبيرية تستخدم في سياقات غير رسمية أو مع أولئك الأشخاص اللذين تربطنا بهم علاقة اجتماعية وثيقة، وقد شدد أفراد عينة الدراسة على أنهم لا يستخدمون هذه الرموز مطلقا مع الأشخاص غير القريبين منهم أو في سياق رسمي. (Flatla & Tigwel, 2016, p. 3)

#### III- سلبيات الرموز التعبيرية:

على الرغم من تعدد المزايا والوظائف التي تقوم بها الرموز التعبيرية، إلا أن بعض الدراسات والمراجع العلمية أشارت إلى أن استخدام هذه الرموز قد يكون له بعض الجوانب السلبية منها:

- صعوبة تحديد مشاعر أو انفعالات الشخص: فعلى الرغم أن الصورة تغني عن ألف كلمة، إلا أن هذا يختلف عند استخدام الرموز التعبيرية، فالرمز قد يكون سببا لاستنتاج ألف معنى، وقد يكون أيضا عاملا في وصول معلومة غير صحيحة لأحد عناصر العملية الاتصالية، حيث يتوقف استيعاب وفهم الرسالة الرمزية على مجموعة من العوامل منها استخدام نفس المنصة التقنية إضافة إلى الكلمات المصاحبة التي تعزز المعنى الحقيقي لهذا الرمز.

- اختلاف معنى الرمز وتصميمه من منصة إلى منصة: وهذه السلبية تدخل في السلبيات البرمجية، فكل منصة تقوم بتصميم رموز تعبيرية متقاربة في التصميم العام مختلفة في المعنى مما يؤدي إلى اختلاف شكل الأيقونة بين المستخدمين. فمنصة يونيكود "Unicode" على سبيل المثال تشرح الرمز التعبيري "U + 1 F601" بأنه وجه مبتسم بعيون مبتسمة لذلك قامت منصة قوقل بإعطائه الشكل بينما في أبل تم تقديمه بأنه "جاهز للقتال وقد بينت إحدى الدراسات أن لكل رمز تعبيرى " إيموجي" عشر تصاميم مختلفة يختلف شكلها وطريقة ظهورها باختلاف المنصة أو اللغة البرمجية المستخدمة في الهاتف مما يجعل أمر فهمها معقدا. (جاب الله , 2019, p. 501)

- اختلاف تفسيرها وقبولها باختلاف نوع الجنس: فقد بينت الدراسات (دراسة GIULIANO وآخرون 2019) إن الرموز التي تتضمن مشاعر عاطفية مثل  kissing –face and hear emoji هي أكثر ملاءمة وقبولا عندما تأتي من الإناث، أما الرسائل التي تتضمن رموزا أقل عاطفة أو حنانا مثل  Smiling face فهي مقبولة بنفس القدر من الطرفين.

- الهروب من المحادثة أو انهاءها: خاصة في المحادثات التي قد تسبب حرجا لاحد الاشخاص.

- ضياع اللغة: فعلى الرغم من المزايا التي تتمتع بها الرموز التعبيرية الا انها قد تكون سببا في التأثير على اللغة وبخاصة لغة الاطفال. (العنزي، 2020، صفحة 19)

### أكثر الرموز التعبيرية استخداما في سنة 2021:

شكل توضيحي 1-يمثل أكثر الرموز التعبيرية استخداما في سنة 2021 شكل توضيحي 2-يمثل التغير في تصنيف أكثر الرموز التعبيرية استخداما بين سنة 2019/ 2021



كشفت منظمة "يونيكود كونسورتيوم" أنّ 9 من الرموز التعبيرية العشرة الأكثر تداولاً لا تزال نفسها منذ عام 2019. حيث احتل الوجه الغارق في دموعه ضحكا المرتبة الأولى في

قائمة الرموز التعبيرية الأكثر استخداما في 2021، مستحوذا على 5 في المائة من إجمالي استخدامات الـ «إيموجيز»، تلاه القلب الأحمر وجاء ترتيب الرموز التعبيرية العشرة الأولى في 2021 كالتالي.



وكان ترتيب الرموز التعبيرية في 2019 كالتالي:



وعلى الرغم من الأثر الكبير الناجم عن تفشي فيروس كورونا والتوجه أكثر نحو استخدام الرموز التي تعبر عنه، فإن الرمزين التعبيريين هما الوحيدان اللذان

نجحا في الوصول إلى قائمة ال"إيموجي" المائة الأكثر استخداما.  
(2021، [https://www.google.com/amp/s/www.alaraby.co.uk/entertainment\\_media](https://www.google.com/amp/s/www.alaraby.co.uk/entertainment_media))



### محادثة 1:

تمثل هذه الصورة محادثة بين شخصين عن طريق تطبيق مسنجر، بحيث نرى ان كلا الطرفين يستخدمان الرموز التعبيرية في عملية الدردشة، حيث استهل الطرف (الأول) الذي يمثل المرسل المحادثة بإلقاء تحية عن طريق إيموجي 🙌 واستقبل الطرف الثاني رسالته بنجاح من خلال عملية الرد .

### محادثة 2:



في سياق هذه المحادثة نلاحظ ان الطرف الأول ارسل رسالة تشير بانه تحصل على علامات جيدة في الامتحان وربما يتوقع من الطرف الثاني الثناء على ذلك، فيتفاعل الطرف الثاني معه باستخدام رمز 🙌 (يدان تصفقان بلون اصفر مع أشعة صغيرة تشير إلى الصوت)، والتصفيق هنا اشارة الى

تقدير الطرف الثاني وتعبير عن الشعور بالسرور والرضا بنجاح وتميز الطرف الأول الذي يتواصل معه لتحقيقه نتائج جيدة. وهنا نلاحظ ان المتصل الثاني بدلا من استخدامه لكلمات مكتوبة أو لغة منطوقة على شكل رسالة صوتية، عوضها بإيموجي مختزلا بذلك عدة كلمات أو جمل كاملة.

### محادثة 3:



السياق في هذا الحوار الذي يجمع صديقتين متصلتين عبر تطبيق مسنجر، حيث تم إرسال رسالة من الطرف الأول يسأل فيها عن حالة الطرف الثاني بعد القاء التحية، فيرد الثاني برمزين مصاحبين لكلمات يتمثلان في رمز 🤔️ وجه يعطس ورمز 🤒️ ذو العيون المحايدة ورفع الحاجبين الذي يستخدم في حالات

الحزن والتعب والاحباط، وهو بذلك يصف حالته الصحية المتعبة التي يوضحها رمز 🤒️ كما يوضح الرمز الأول على الاصابة بزكام، وفي رد آخر على سؤال جاد مرسل من الطرف الأول الذي كان على شكل إيموجي الوجه الضاحك مع اضافة التجهم والدموع 🤔️، والغرض من استخدام هذا الرمز في هذا السياق هو السخرية و التهكم كإجابة هزلية تختزل كل المعاني وقد يعني به الاحراج والاستهزاء أيضا.

وللغوص اكثر في معرفة درجة استخدام الرموز التعبيرية في عملية الاتصال بمواقع الدردشة ارتأينا لإجراء مقابلة مع بعض المستخدمين لتطبيق مسنجر والتي جاءت اجاباتهم كالآتي:

شمل الاستجواب عددا من مستخدمي تطبيق مسنجر الذين بلغ عددهم (17)، وللإشارة فإن المستجوبين كلهم من فئة الشباب من كلا الجنسين الذين تتراوح اعمارهم ما بين 23 حتى 35 سنة يملكون مؤهلا جامعا (ليسانس، ماستر). فحول استخدام الرموز التعبيرية من عدمها تحصلنا على البيانات الاتية: من بين عدد المستجوبين الذين بلغ عددهم الاجمالي 17 أجا ب شخص واحد من جنس ذكر بعدم استخدامه للرموز التعبيرية في تواصله الالكتروني، وفي توضيح

بعدم استخدامها يرى أنها لا تنقل الرسالة المراد ارسالها على أكمل وجه وقد تؤدي في بعض الاحيان الى سوء فهمها، كما انها تقلل من قيمة المتلقى وعدم الرغبة في الحديث حسب رأيه، وبالتالي فان وظيفة الرمز ضعيفة في ايصال الرسالة مقارنة مع استعمال الكلمة، في حين أشار كل المستجوبين الآخرين استخدامهم للرموز التعبيرية في عملية الاتصال والردشة مع أصدقائهم، موضحين سبب استخدام الرموز التعبيرية في عملية الاتصال بموقع مسنجر ان ذلك يرجع لعدة اسباب، لعل اهمها يتمثل في كونها تختزل الكثير من الكلام المراد ارساله للطرف الاخر في رمز أو شكل واحد وهذا فهي تنوب عن عدة مفردات لغوية. كما يرونها بانها طريقة فعالة وسهلة وسريعة وتكسب الكثير من الوقت، ووصف بعضهم الإيموجي على انها تضيي نوعاً من البهجة اثناء التعبير عن وضعية أو حالة صاحب الرسالة، وتسهل في معرفة رد فعل المتلقى من هذه الرسالة، كما ان الإيموجي تعبر عن مشاعر عاطفية بطريقة لطيفة يتقبلها الآخر مهما كان رده، في حين يرى بعض منهم على ان سبب استخدام الرموز التعبيرية هو التعرض للاحراج في الاجابة عن كلام ما، فيلجأ الى استخدام الإيموجي ويختبئ وراءه ويترك المجال مفتوحاً في طريقة استقبال المتلقى للرسالة واستيعابها، كما يعود سبب استخدام الرموز ايضاً عندما يتعرض احد اطراف العملية الاتصالية لضيق في الوقت أو الاصابة بالملل أثناء الحديث، أو عندما يصاب بالجفاف اللغوي أو غياب الرصيد اللغوي للتعبير في شكر أو ذم شخص ما، وفسر البعض منهم سبب استخدام الإيموجي على عجز وكسل المستخدم عن الكتابة أو حتى ارسال رسالة صوتية.

على العموم يمكن القول بان استخدام الرموز التعبيرية يساعد في ايصال الرسائل بسهولة خاصة فيما يتعلق بالحالات العاطفية فهي حسب رأيهم تعوض الكلمة المكتوبة والمنطوقة التي لا يستطيع احد المتصلين البوح بها مثل كلمة "أحبك" إذ يتردد الكثير في قولها بينما يسهل عليه ارسال رمز القلب الأحمر  والذي يرمز في غالب الأحيان للود والمحبة.

اما عن الرموز التعبيرية الأكثر استخداما في الفترة الأخيرة فقد جاءت اجابات المستجوبين كالآتي وبالترتيب: رمز الابتسامة, رمز اعجاب, رمز المرض , التعب, رمز الوجه فيه قلبين. رمز التفكير، رمز الحزن، الرموز الهزلية.

#### أكثر الرموز التعبيرية المستخدمة عند الجنسين:

	ضحك		اعجاب	ذكر مع ذكر:
	اعجاب		قلب	ذكر مع الاناث:
			اعجاب	اناث مع ذكر:
				أنثى مع أنثى: قلب

أكثر الرموز استخداما لدى فئة الذكور مع نفس الجنس هي رمز الاعجاب و إيموجي القهوة، بينما يستخدمون الإيموجي بعينين على شكل قلب مع الاناث . و أجا ب بعض المبحوثين من جنس ذكر أنهم يستخدمون إيموجي الاعجاب فقط مع الاناث والبعض الآخر لا يستخدمها اطلاقا، وتحفظ الاناث عن استخدام بعض الرموز خاصة الرموز العاطفية باستثناء إيموجي الاعجاب و رمز الابتسامة مع الذكور

أجا ب اغلبية المبحوثين أنهم يستغنون عن استخدام الإيموجي في المحادثات الرسمية، إذ يعد التواصل بها تصرفا صبيانيا و لا يليق بشخص ناضج.

وفي استجواب حول تفضيل استخدام الإيموجي عن الكلمة، فانهم نادرا ما يعوضون أو يستبدلون الرمز بالكلمة في حالة ما تطلب الامر ذلك، مفسرين ذلك بان بعض المعاني ابلغ عن طريق الإيموجي. كما يمكن الاستغناء عن الكلمة ويحل محلها الإيموجي عندما تكون الرسالة مقصودة، مفهومة وواضحة.

وبالنسبة لتأدية الرموز لوظيفة اللغة والقيمة الصوتية فأشارت اغلبية اجابات المبحوثين إن الرمز عاجز عن أداء وظيفة الكلمة المنطوقة باعتبار ان الكلام أحسن، لأنه يتيح التعبير الجيد، وتقدير واحترام للشخص الذي تتواصل

معه، كما أن للشخص المتصل رغبة كبيرة في التعبير وبكل راحة. كما أكدوا على ان استخدام الإيموجي في الحوار الإلكتروني لا يفي بتوصيل الفكرة، لذا فان الوظيفة التي تؤديها الرموز هي وظيفة تكاملية تعزز وتسهل اىصال الرسالة المكتوبة، كما قد تساهم في تأديتها على اكمل وجه، اما بالنسبة للقيمة الصوتية فقد أكد المستجوبين انه لا يمكن للرموز ان تؤدي وظيفتها تماما. ولا تستطيع فعل ذلك باعتبار ان القيمة الصوتية تحمل علامات تعبر بطريقة مباشرة وحية عن الاحاسيس و العواطف.

وفي سؤال حول تأثير الإيموجي على فهم سياق الجملة عندما تحل مكان الكلمة، فقد تنوعت الاجابات بين مؤيد ومعارض، فبعض الاجابات تعتقد ان فهم الجملة يتأثر عندما تحل الإيموجي مكان الكلمة أو تصاحبها بنفس الوقت بحجة ان الشخص يخاطب بفكرة مرفقة حسب مزاجه وبالتالي فان درجة استيعاب مستقبل الرسالة تكون غير متوافقة أو مختلفة مع الفكرة المراد اىصالها من المرسل، وبالتالي هنا تكون درجة فهم محتوى الرسالة يكون ناقصا ومختلفا عن محتوى الرسالة الأصلية وهذا نتيجة تأثير الرمز المعوض للكلمة.

#### مناقشة النتائج:

تقدم هذه الدراسة المهارات التفاعلية التي يحشدها الناس للتواصل عبر تطبيق مسنجر الذي استفاد من ثراء وسائط الاعلام باعتباره قناة اتصال استطاعت نقل الاشارات بين المستخدمين، إذ يعمل الإيموجي كنافذة على كيفية عرض المشاركين لخبراتهم في الحياة الاجتماعية و طريقة إدارة المحادثات الالكترونية، وفي ما يلي نقدم الاستنتاجات الرئيسية المستخلصة من هذه الدراسة:

- ينتشر استخدام إيموجي في المحادثات الافتراضية باعتباره جهاز تواصل عبر الإنترنت، إذ يزيد الاستخدام العالي للإيموجي نظرا لكفاءته ووظيفته الفعالة في اىصال الرسالة . فاستخدامه بشكل أساسي كمؤشر للعاطفة وجهاز للتفاعل دليل على ذلك.

- تميل الاناث للإيموجي اكثر من الذكور إلى حد ما كون المرأة في طبيعتها اكثر إظهارا لمشاعرها وأحاسيسها ، لذا فإن الاستخدام المتكرر للإيموجي الإيجابي بالمقارنة مع السلبي يمكن أن يعزى إلى دوافع اجتماعية ونفسية.
- الإيموجي يضيف نوعا من البهجة كشكل جديد من التعبير الإبداعي.
- اتفق كلا الجنسين بأنهم يستخدمون الرموز التعبيرية بهدف تقوية معنى رسائلهم.
- الإيموجي يخفف من حدة الكلام كالتعرض للإجراج مثلا.
- لا يمكن للإيموجي أن تؤدي وظيفة اللغة باعتبارها لغة صامتة مستوحاة من ملامح الحياة اليومية ووليدة الثورة التقنية الرقمية.
- أظهرت نتائج الدراسة أن استخدام الرموز التعبيرية ناتج عن الكسل والخمول وهذا ينعكس سلبا على اللغة بحيث ينفمها، كما يساهم على تعطيل العقل.
- ويمكن تلخيص اهداف استخدام الرموز التعبيرية ووظائفها في عملية الاتصال الالكتروني في النقاط التالية:
- الإشارة إلى الموقف الافتراضي الذي يستند إليه الكلام والذي سيكون من الصعب تحديده دون الاستعانة بالرمز.
- التعبير عن موقف سبق ترميزه شفويا
- تعزيز أو تخفيف القوة الاستدلالية لقانون الكلام. كأن تتعارض مع المحتوى الصريح للنطق (الفكاهة). أو تتعارض مع المضمون الصريح للكلام (السخرية).- إضافة شعور أو عاطفة اتجاه المحتوى الافتراضي للفظ (الموقف العاطفي اتجاه التلفظ).
- إضافة شعور أو عاطفة تجاه الفعل التواصلي ككل (شعور أو عاطفة بالتوازي مع الفعل التواصلي) للتعبير عن شدة الشعور أو العاطفة التي تم ترميزها لفظيا.

## خاتمة

يمثل الاتصال التعبيري جزءا من الفعل الاتصالي باعتبار ان الرسائل الاتصالية عبر وسائط التواصل الاجتماعي لا يمكن ان تنتج بمنأى عن توجهات المرسل كما ان استقبالها يستلزم معرفة خصائص المستقبل وحالته المزاجية, خاصة بعد أن أصبحت الرموز التعبيرية أكثر استخداما في تشكيل شبه جمل كاملة بين المستخدمين ,

ومن خلال الطرح السابق يمكن القول أنه بالرغم من الظهور الحديث للإيموجي، إلا أنه استطاع في وقت وجيز أن يلج إلى كثير من المحادثات التي تدور بين الأشخاص في غرف الدردشة، بل وأصبح الاعتماد عليها يتم بشكل يضاهاى اعتماد المستخدم على اللغة، فمن منا لا يستخدم بشكل يومي الإيموجي التي تسهل التواصل بين الأصدقاء والأقارب وحتى زملاء العمل. فقد أثرت بطريقة أو بأخرى على استخدامنا للغة في التواصل، فمنهم من يرى أنها قد ساهمت في إثراء اللغة عموما خصوصا من خلال إكمال المعنى الناقص باعتبارها الوجه الآخر للاتصال غير اللفظي، وعادلت بذلك لغة الجسد من الإيماءات والحركات, بينما يرى آخرون أن الإيموجي خطر على اللغة وتساهم في نفيها والغائها.

## قائمة المراجع:

- 1) Danesi, m. (2017). *The semiotics of Emoji:the rise of visuel language in the age of the INTERNET*. ,Publisher ; Bloomsbury Publishing ( formerly the continium international publishing group .
- 2) Flatla& Tigwel, G. (2016). Oh thats what you mean?
- 3) [https://www.google.com/amp/s/www.alaraby.co.uk/entertainment\\_](https://www.google.com/amp/s/www.alaraby.co.uk/entertainment_media)media. (2021, 06ديسمبر). في 2021.الرموز التعبيرية الأكثر رواجاً في
- 4) Magaret, R. (2018 -6-11). *Messenger Facebook techtarget*.
- 5) Mathews & Botwin& Lee, s. (2017). *fashion Brands Use of Emojis on twitter : an Exploratory study*.
- 6) stark& crawford, L. (2015). *the conservatism of emoji,work, affect,and communication.social Media society* .

7) Zhang, A. (2020). *On the popularity of Emoticons. English language Teaching and Linguistics studies* .

8) العنزي, فيصل. (2020). *واقع استخدام الرموز التعبيرية في البيئة الاعلامية الرقمية* .  
جامعة الملك سعود, الرياض: مكتبة الملك فهد الوطنية.

9) بولفعة, قروح. (2018/2019). *فلسفة اللغة عند ارنست كاسير من التعبير عن العالَمالي تشكيل الثقافة*. الجزائر.

10) جاب الله, رمزي. (2019). *جمادى الاولى*. (18-19) استخدام الايموجي في مواقع الدردشة  
اثره على اللغة العربية السعودية. 478 ,

11) زرکان أمل. (2020, 03 05). <http://www.maany.life>.

12) شيباني, عبدالقادر فهيم. (2018). *المحادثة الرقمية ومنطق الاهواء بحث في سيميائيات  
الكتابة الايقونية مجلة ايقونات*. 160 ,

13) عبد الكافي عبد الفتاح عبد الكافي, احمد. (2021). *جولية*. (استخدام طلبة الجامعات للرموز  
التعبيرية) (الإيموجي) (بمواقع التواصل الاجتماعي فيسبوك وانعكاساته على ادراك جودة  
الصدافة الافتراضية مجلة البحوث الاعلامية جامعة الازهر كلية الاعلام) العدد الثامن  
والخمسون, الجزء الرابع. 1830 , )

14) عبدالله, عمران. (2019, 8 19) .

<https://www.aljazeera.net/amp/news/cultureandart/>.

<https://www.aljazeera.net/amp/news/cultureandart/>.

15) عيشة, عبد الكريم. (2019). *اشكالية هوية اللغة في ظل الفضاءات الاتصالية الجديدة: قراءة  
في لغة الايموجي مجلة التدوين* العدد. 108, 12)

16) ميمي محمد, عبد المنعم توفيق. (2018). *شبكات التواصل الاجتماعي: النشأة والتاثير*. مجلة  
كلية التربية, الجزء الثاني. 11, p. (24)