مجلــة

جامعة

الملك خالد

للعلوم الإنسانية

دورية علمية نصف سنوية ، محكمة

المجلد ٧، العدد ١

ذو القعدة ١٤٤١ هـ يونيو ٢٠٢٠م

مجلة جامعة الملك خالد للعلوم الإنسانية

المجلد السابع ـ العدد الأول ذو القعدة ١٤٤١ يونيو ٢٠٢٠

مجلة علمية، نصف سنوية، مُحكمة

المشـرف العام

أ.د. فالح بن رجاء الله السلمي

مدير جامعة الملك خالد

نائب المشرف العام

أ.د. سعد عبد الرحمن العمري

وكيل الجامعة للدراسات العليا والبحوث

رئيس التحريـر

أ.د. عبدالعزيز إبراهيم يوسف فقيه

مديـــر التحريـر

د. إسماعيل خليل الرفاعي

بسم الله الرحمن الرحيم

المراسلات:

توجه جميع المراسلات إلى رئيس هيئة التحرير على العنوان التالي:
مجلة جامعة الملك خالد للعلوم الإنسانية

الرمزالبريدي: ٦١٤١٣ صندوق البريد ٩١٠٠ ،المملكة العربية السعودية

البريد الإلكتروني: humanities@kku.edu.sa

إخلاء مسؤوليــة

المواد العلمية المنشورة في المجلة تعبر عن آراء أصحابها ولا تنسب إلى الرعاة أو الناشر أو المحرر أو هيئة تحرير مجلة جامعة الملك خالد للعلوم الإنسانية.

رقم إيداع ١٤٣٥/٣٠٧٦ بتاريخ ١٤٣٥/٣/١٢هـ
الرقم الدولي المعياري (ردمد) ١٦٥٨-٦٧٢٧

أعضاء هيئة التحرير

م	الاسم	الصفة
١	أ.د. عبد العزيز إبراهيم يوسف فقيه	رئيس التحرير
٢	أ.د. يحيي عبد الله الشريف	عضو هيئة التحرير
٣	أ.د. مربع بن سعد آل هباش	عضو هيئة التحرير
٤	أ.د. عوض بن عبد الله القرني	عضو هيئة التحرير
٥	أ.د. أحمد بن يحي آل فايع	عضو هيئة التحرير
٦	أ.د. عبد اللطيف بن إبراهيم الحديثي	عضو هيئة التحرير
٧	أ.د. حسين بن محمد آل عبيد	عضو هيئة التحرير
٨	د. سلطانة بنت محمد الشهراني	عضو هيئة التحرير
٩	د. إسماعيل خليل الرفاعي	عضو هيئة التحرير ومدير التحرير
١٠	أ. تركي بن علي آل حميد	سكرتير المجلة

أعضاء الهيئة الاستشارية

م	الاسم	الجهة
١	أ. د. إبراهيم الجبري	جامعة الملك فهد للبترول والمعادن
٢	أ. د. أحمد عبد العزيز الحليبي	جامعة الملك فيصل
٣	أ. د. أمين بلمكي	جامعة بكر بلقايد
٤	أ. د. حسام بن عبدالمحسن العنقري	جامعة الملك سعود
٥	أ. د. خوزيه راباسا	جامعة هارفارد
٦	أ. د. دوج آرنولد	جامعة إسيكس
٧	أ. د. سعد البازعي	جامعة الملك سعود
٨	د. محمد أمين مخيمر	جامعة بني سويف
٩	أ. د. صالح بن سعيد الزهراني	جامعة أم القرى
١٠	أ. د. صالح زياد الغامدي	جامعة الملك سعود
١١	أ. د. صالح معيض	جامعة الملك سعود
١٢	أ. د. فواز عبد الحق	جامعة اليرموك
١٣	أ. د. محمد عباس	جامعة الملك خالد
١٤	أ. د. محمد مرسي الحارثي	جامعة أم القرى
١٥	أ. د. منى بيكر	جامعة مانشستر
١٦	أ. د. جلن استكويل	جامعة ويسيدا اليابان

مجلة جامعة الملك خالد للعلوم الإنسانية

مجلة جامعة الملك خالد للعلوم الإنسانية دورية علمية متخصصة في العلوم الإنسانية، محكمة في آلية قبول البحوث القابلة للنشر بها، وتهدف إلى نشر الإنتاج العلمي للباحثين في تخصصات العلوم الإنسانية، وتعنى بالبحوث الأصيلة التي لم يسبق نشرها باللغتين العربية والإنجليزية والتي تتسم بالمصداقية وإتباع المنهجية العلمية السليمة.

أهداف المجلة

١. الإسهام في إبراز دور الحضارة الإسلامية في إثراء العلوم الإنسانية.
٢. نشر البحوث العلمية المحكمة في مجال العلوم الإنسانية بفروعها المختلفة.
٣. الإضافة إلى مركوم المعرفة في الدراسات الإنسانية.
٤. إبراز جهود الباحثين في الدراسات والبحوث العلمية ذات الصلة بموضوعات الإنسانيات.

شروط النشر

١. يجب أن يتصف البحث بالأصالة والابتكار والجدة واتباع المنهجية العلمية الملائمة وصحة اللغة وسلامة الأسلوب.
٢. أن لا يكون قد سبق نشره أو قدم للنشر في مكان آخر، ويتعد الباحث كتابةً أن لا يكون البحث قد سبق نشره أو قد قدم للنشر مزامنة مع تقديمه للنشر في مجلتنا إلى مجلة أخرى حتى يتم اتخاذ القرار المناسب في هذا الشأن.
٣. ألا يكون البحث جزءاً من كتاب منشور أو مستلاً من رسالة علمية.
٤. أن لا يزيد عدد صفحات البحث عن ٤٠ صفحة.
٥. تخضع جميع البحوث المقدمة للنشر في المجلة للتحكيم بعد اجتيازها مرحلة الجرد الداخلي.
٦. لا يجوز نشر البحث أو أجزاء منه في مكان آخر بعد إقرار نشره في مجلة جامعة الملك خالد للعلوم الإنسانية إلا بعد الحصول على إذن كتابي بذلك من رئيس التحرير.
٧. موافقة المؤلف على نقل حقوق النشر كافة إلى المجلة، وإذا رغبت المجلة في إعادة نشر البحث فإن عليها أن تحصل على موافقة مكتوبة من صاحبه.
٨. يمنح المؤلف نسخة واحدة من العدد المنشور فيه بحثه، وجميع أصول البحث التي تصل إلى المجلة لا تردّ سواء نشرت أم لم تنشر.

متطلبات النشر وتعليماته

١. تصنف المواد التي تقبلها المجلة للنشر وفق ما يأتي:

البحث أو الدراسة: من عمل المؤلف في مجال تخصصه، ويجب أن يكون أصيلاً، وأن يضيف جديداً للمعرفة.

المقالة: وتتناول العرض النقدي والتحليلي للبحوث والكتب ونحوها التي سبق نشرها في ميدان معين من ميادين الدراسات الإنسانية.

منبر الرأي: رسائل القراء إلى المحرر والردود والملحوظات التي ترد إلى المجلة.

٢. بالنسبة للبحوث والدراسات، تنشر المجلة البحوث الآتية فقط:

أولا: البحوث الميدانية (الامبريقية): يورد الباحث مقدمة يبين فيها طبيعة البحث ومبرراته ومدى الحاجة إليه، ثم يحدد مشكلة البحث، ثم يعرض طريقة البحث وأدواته، وكيفية تحليل بياناته، ثم يعرض نتائج البحث ومناقشتها والتوصيات المنبثقة عنها، وأخيراً يثبت قائمة المراجع.

ثانياً: البحوث النوعية التحليلية: يورد الباحث مقدمة يمهد فيها لمشكلة البحث وأسئلته مبيناً فيها أهميته وقيمته في الإضفاء إلى العلوم والمعارف وإغنائها بالجديد، ثم يقسم العرض بعد ذلك إلى أقسام متسلسلة ومترابطة على درجة من الاستقلال فيما بينها، بحيث يعرض في كل منها فكرة مستقلة ضمن إطار الموضوع الكلي ترتبط بما سبقها وتمهد لما يليها، ثم يختم الموضوع بخلاصة شاملة وتوجيهات، وأخيرا يثبت قائمة بالمراجع.

٣. أن يحتوي البحث على: عنوان البحث باللغتين العربية والانجليزية وملخص باللغتين العربية والإنجليزية في صفحة واحدة بحدود (١٥٠) كلمة لكل ملخص، وأن يتضمن البحث كلمات دالة على التخصص الدقيق للبحث باللغتين وسيرة ذاتية مختصرة للباحث أو الباحثين.

٤. تقدم البحوث مطبوعة بخط (Simplified Arabic) حجم (١٤) للنصوص في المتن، ويكتب البحث على وجه واحد، مع ترك مسافة ١.٥ بين السطور.

٥. إن سياسة المجلة تستوجب (بقدر الإمكان) أن يتكون البحث من الأجزاء التالية (للبحوث الامبريقية - الميدانية): مقدمة الدراسة، مشكلة الدراسة، وأهدافها وأسئلتها/ أو فرضياتها، أهمية الدراسة، محددات الدراسة، التعريفات بالمصطلحات، إجراءات الدراسة، وتتضمن: المجتمع والعينة، أداة الدراسة، صدق وثبات الأداة، المنهج المتبع في الدراسة، ثم عرض النتائج، ومناقشتها، وأخيراً الاستنتاجات والتوصيات.

٦. يراعى في أسلوب توثيق المراجع داخل النص وفق نظام جمعية علم النفس الأمريكية (APA).

معلومات الاتصـــال

ينبغي توجيه جميع المراسلات إلى رئيس تحرير مجلة جامعة الملك خالد للعلوم الإنسانية على العنوان التالي:

مجلة جامعة الملك خالد للعلوم الإنسانية

الرمز البريدي ٦١٤١٣

صندوق البريد ٩١٠٠

البريد الإلكتروني: humanities@kku.edu.sa

مقدمة التحرير

يسعدنا تقديم العدد الأول من المجلد التاسع والعشرين لمجلة جامعة الملك خالد للعلوم الإنسانية والذي يشتمل على عدد من البحوث التي تناقش قضايا متعلقة بالعلوم الإنسانية حيث تأخذنا الدكتورة جنان التميمي في دراسة في البنية والدلالة في الخطاب الشبكي وكذلك الدكتور عبدالكريم قندوز يتناول الجدلية التنظيمية وإلى أي مدى يمكنها تفسير ابتكار المنتجات المالية الإسلامية، ثم ينتقل بنا الدكتور عبدالعزيز الرشود والدكتور محمد عيسى بدراسة حول الحماية الدولية للحقوق والحريات الأساسية للمهاجرين غير النظاميين، والدكتور جمال حمد يناقش موضوع الزيادة في بنية الفعل الثلاثي وأثرها الدلالي في القرآن الكريم، وفي دراسة آخرى تناولت الدكتورة هدى عبدالحليم دراسة النص الأدبي في كتاب الصناعتين (الكتابة والشعر) للعسكري، وفي مجال الجغرافيا تناولت الدكتورة جميلة الطويهرالمعالجة البصرية لخرائط الكثافة النسبية لنسب المساحة المزورعة في منطقة الرياض، والباحث سلامة البلوي طرح في دراسة علمية برنامج مقترح لتعليم اللغة العربية لغير الناطقين بها لأغراض سياسية في ضوء رؤية المملكة العربية السعودية ٢٠٣٠، وفي مجال الأعمال ناقش الدكتور هشام فاضل تأثير مصداقية العلامة التجارية في مواجهة المقاطعة الاقتصادية ودور مكانة العلامة الاجتماعية، والدكتور عبدالله عسيري طرح دراسة تتعلق بدور الإعلام الجديد في التوعية والوقاية من الأزمات، وتناول الدكتور محمود دويدار دور العلاقات العامة الرقمية في مواجهة آزمة الأمن الفكري، وكذلك طرح الدكتور حسن آل طالع دراسة في إثر تبني الموازنة الشخصية على العادات الشرائية والإدخار والاستثمار الشخصي، والدكتور إبراهيم الصعدي تناول في دراسة نفسية عدم الاتزان الوجداني والاندفاعية كمنبئين للتفكير الانتحاري، أما الدكتور عبدالوهاب الشيباني فتناول منهج الأصوات المركبة: آدراسة في قراءات يعقوب الحضرمي الشاذة، وأخيرا في مجال اللغة العربية قدم الدكتور سلطان أبودبيل دراسة عن موقف ابن جني من مسائل الانتقاد النحوية والصرفية لشعر المتنبي.

وأخير نتمنى أن يجد الباحث العربي في العدد ما يثري المجال البحثي ويحفزه إلى استكشاف ودراسة الظواهر الإنسانية الجديدة في كافة المجالات التي تختص بها المجلة. ويسرنا أن نحث الباحثين بأن المجلة ترحب باستقبال مقالات المراجعة والتي تكون عن عبارة عروض نقدية لبحوث منشورة في خط فكر معين في أي من مجالات المعرفة الإنسانية أو الاجتماعية، كما نقبل للنشر عرض ونقاش الكتب الجديدة ، والبحوث المتخصرة ، والمقالات العرضية بين المعرفية بعد اجتياز مراحل التحكيم الداخلي والخارجي.

والله الموفق والهادي إلى سواء السبيل.

رئيس التحرير

أ.د. عبد العزيز بن إبراهيم فقيه

المحتويات

مقدمة التحرير ١٠

الإيموجي EMOJIS في الخطاب الشبكي (دراسة في البنية والدلالة)
جنان عبد العزيز التميمي ١٣

الجدلية التنظيمية: إلى أي مدى يمكنها تفسير ابتكار المنتجات المالية الإسلامية؟
د. عبد الكريم أحمد قندوز ٤٧

الحماية الدولية للحقوق والحريات الأساسية للمهاجرين غير النظاميين
د. عبد العزيز بن عبد الله الرشود - د. محمد أحمد عيسى ٧٣

الزيادة في بنية الفعل الثلاثي وأثرها الدلالي في القرآن الكريم
د. جمال محمد سعيد حمد ١١٣

النص الأدبي في كتاب الصناعتين (الكتابة، والشعر) للعسكري ت٣٩٥هـ
هدى إبراهيم النبوي عبد الحليم ١٥٩

المعالجة البصرية لخرائط الكثافة النسبية لنسب المساحة المزروعة في منطقة الرياض - دراسة تطبيقية-
د. جميلة بنت حماد الطويهر ١٨٩

برنامج مقترح لتعليم اللغة العربية لغير الناطقين بها لأغراض سياحية في ضوء رؤية المملكة العربية السعودية ٢٠٣٠ (دراسة مقدمة من خلال واقع التدريس في الجامعة الإسلامية وجامعة تبوك)
أ. سلامة صلاح البلوي ٢٢٣

تأثير مصداقية العلامة التجارية في مواجهة المقاطعة الاقتصادية ودور مكانة العلامة التجارية الاجتماعية
د. هشام فاضل ٢٦٥

دور الإعلام الجديد في التوعية والوقاية من الأزمات
د. عبدالله علي العسيري ٢٨٩

دور العلاقات العامة الرقمية في مواجهة أزمة الأمن الفكري بين طلاب الجامعات السعودية - دراسة تطبيقية على طلاب جامعة شقراء
د. محمود محمد عوض دويدار ٣٢٣

أثر تبني الموازنة الشخصية على العادات الشرائية والادخار والاستثمار الشخصي
د. حسن أحمد آل طالع ٣٦٧

عدم الاتزان الوجداني والاندفاعية كمنبِئَين بالتفكير الانتحاري لدى عينة من طلاب الجامعة ذوي اضطراب الشخصية الحَدية
إبراهيم بن عبده صعدي ٣٩٥

منهج الأصوات المركّبة دراسة في قراءات يعقوب الحضرميّ (ت ٢٠٥ هـ) الشّاذّة
أ.د/ عبد الوهّاب بن أحمد شيباني ٤٢٣

موقف ابن جني من مسائلِ الانتقادِ النحويَّةِ والصرفيَّةِ لشعرِ المتنبي في كتابِه الفَسْرِ
د. سلطان سعيد مريع أبو دبيل ٤٧٧

مجلة جامعة الملك خالد للعلوم الإنسانية
المجلد ٧ العدد ١
٢٠٢٠

King Khalid University Journal of Humanities, Volume 7, Issue 1, 2020
https://hj.kku.edu.sa

الإيموجي Emojis في الخطاب الشبكي

(دراسة في البنية والدلالة)

جنان عبد العزيز التميمي (*)

جامعة الأمير سطام بن عبدالعزيز

الملخص

ترصد هذه الدراسة ظاهرة استخدام الإيموجي في سياقات اللغة العربية. وتبحث في خصائصه وتحديد أشكال وروده في السياق. وبيان دوره في الترابط النصي، والسياقي. وذلك بتحليل نماذج مختارة من استخداماته على الشبكات الاجتماعية من ناحية البنية والدلالة. ويسعى البحث إلى تحليل المعاني المتعددة لهذه للرموز التعبيرية التي تفسرها السياقات اللغوية والثقافية المختلفة. وقد اعتمد البحث المنهج الوصفي التحليلي للاستخدام الفعلي للإيموجي في اللغة العربية. إضافة إلى دراسة مسحية استقصائية للوصول إلى مدى تأثير هذه الرموز على شكل اللغة العربية من جانب، ودلالتها من جانب آخر ويقوم البحث على ثلاثة محاور أساسية: يقدم أولها تعريفا لمصطلح (الإيموجي/**Emoji**)، وتقديما لنشأته، وتحديدا لأنواعه. ويتناول المحور الثاني نماذج تحليلية للاستخدام العربي للإيموجي في التواصل الشبكي. ويناقش المحور الثالث نتائج الدراسة الإحصائية لآراء المستخدمين حول لغة الإيموجي. وأخيرا خاتمة تجمل أهم النتائج التي انتهى إليها هذا البحث.

المصطلحات المفاتيح: **إيموجي، الدلالة ، السياق ، التداولية**

(*) أستاذ مشارك جامعة الأمير سطام بن عبدالعزيز

مجلة جامعة الملك خالد للعلوم الإنسانية
المجلد ٧ العدد ١
٢٠٢٠

King Khalid University Journal of Humanities, Volume 7 , Issue 1, 2020
https://hj.kku.edu.sa

Emojis in World Web Rhetoric: Syntactic and Semantic Study

Dr. Jinan Altamimi(*)
Prince Sattam University

Abstract

This study explores the phenomenon of using emoji in Arabic contexts. It examines its properties and identifies its forms of occurrence in context. It also explains the role of emoji in textual and contextual interrelationship by analyzing selected examples of its use on social networks in terms of structure and meaning. The research seeks to analyze the multiple meanings of these emoticons that are explained by different linguistic and cultural contexts. The research is divided into three main parts: the first provides a definition of the term (Emoji), its origin, and its types. The second part deals with analytical models of the Arab usage of emoji in online networking. The final part presents an analysis of the results of the statistical study of user opinions on the emoji language. Finally, this study concludes with a summary of the most important results.

Keywords: semantic, pragmatics, contex, web, emojis

(*) Jinan Altamimi, associate professor, Prince Sattam University.

مقدمة

قد يبدو الحوار السريع في التواصل الشبكي المكتوب قاحلا، وخاليا من الإحساس الذي يحمله الحوار المباشر، أو النص المكتمل. وذلك بسبب غياب المميزات التي ترافق الحوارات المحكية المباشرة مثل؛ التنغيمات الصوتية المصاحبة التي توحي بالهزل، أو الجد. وغياب صورة المؤثرات الجسدية التي تظهر في حركة الوجه، أو اليدين، أو الرأس. وبالتالي تغيب المعلومات المتعلقة بالتعبير العاطفي، في هذا النوع من التواصل. ومن هنا يستخدم المشاركون في هذا النوع من التواصل الشبكي رموزا تعبيرية (**Emojis**)؛ للتعويض عن غياب هذه المؤثرات المهمة. فتظهر في كثير من الحوارات الرقمية قلوبٌ حمراء، أو ورود ملونة، أو وجوه صفراء صغيرة ضاحكة، أو باكية، أو ساخرة، أو محبة، أو مرتبكة، أو خجلة، أو حمراء غاضبة.

جاءت فكرة هذه الدراسة بعد مراقبة متأنية لاستخدام الرموز التعبيرية في التواصل العربي؛ في المكتوب الرقمي. امتدت منذ عام ٢٠١٣ وحتى عام ٢٠١٩م، تاريخ كتابة هذا البحث. واعتمدت في الدراسة أولا: على الملاحظة الذاتية؛ بحكم استخدامي للإيموجي في التوصل الشبكي بصورة يومية. وثانيا: على التحليل اللغوي لمكونات هذه الرموز التعبيرية ودلالتها، في الاستخدام الفعلي في الكلام المنجز. وأخيرا: أجريت دراسة مسحية على عينة من المستخدمين العرب للكشف عن آلية استعمال الرموز التعبيرية في ثنايا اللغة العربية.

ترصد هذه الدراسة ظاهرة استخدام الإيموجي في سياقات اللغة العربية. وتبحث في خصائصه وتحديد أشكال وروده في السياق. وبيان دوره في الترابط النصي، والسياقي. وذلك بتحليل نماذج مختارة من استخداماته على الشبكات الاجتماعية من ناحية البنية والدلالة. ويسعى البحث إلى تحليل المعاني المتعددة لهذه الرموز التعبيرية التي تفسرها السياقات اللغوية والثقافية المختلفة. وقد اعتمد البحث المنهج الوصفي التحليلي للاستخدام الفعلي للإيموجي في اللغة العربية. إضافة إلى دراسة مسحية استقصائية للوصول إلى مدى تأثير هذه الرموز على شكل اللغة العربية من جانب، ودلالتها من جانب آخر.

يقوم البحث على ثلاثة محاور أساسية: يقدم أولها تعريفا لمصطلح الإيموجي، وتقديما لنشأته، وتحديدا لأنواعه. ويتناول المحور الثاني نماذج تحليلية للاستخدام العربي للإيموجي في التواصل الشبكي. ويناقش المحور الثالث نتائج الدراسة الإحصائية لآراء المستخدمين حول لغة الإيموجي. وأخيرا خاتمة تجمل أهم النتائج التي انتهى إليها هذا البحث.

أهمية الدراسة:

إن كثافة الاعتماد على التواصل الكتابي الرقمي؛ أبرزت الحاجة إلى هذا النوع الجديد من اللغة الرمزية الملونة، لأن اللغة في شكلها التقليدي المكتوب، لم تعد تواكب سرعة التواصل على الشاشات مقارنة برموز الإيموجي التي تصف حالة شعورية برمز واحد؛ يستغرق من المرسل نقرة واحدة فقط على زر واحد من لوحة المفاتيح، ويأخذ من مساحة الرسالة حرفا واحدا، أو حرفين على أبعد تقدير.

وتعد الإيموجي من أكثر لغات العالم انتشارا في التواصل الشبكي' إذ هي لغة تعوض أحيانا عن الحضور الجسدي في التواصل المباشر. فالرمز التعبيري يقوم مقام التعبيرات الحية على الوجه، أو الجسد الذي يغيب في الحوارات الرقمية المكتوبة. في لقاءاتنا اليومية نحدد كيفية استجابة الآخر لنا بالإشارات اللفظية، وغير اللفظية (لغة الجسد) والتي تشكل نسبة كبيرة من التواصل اللغوي بين البشر مثل : (نظرة العين، الإيماءات، تعبيرات الوجه). وبالرغم من أن هذه الإشارات لا تحل محل الكلمات بشكل كامل؛ إلا إنها تكمل معناها، وربما غيّرت معناها تماما.

وتبرز أهمية هذه الرموز التعبيرية في شيوع استعمالها، وتداولها في الوسط الرقمي. وبذلك صارت أهمية رسم حدود دلالتها من الأهمية بمكان. ونظرا لأهميتها أُجريت بعض الدراسات عليها من الناحية القانونية؛ للرموز التي تعطي دلالة الإرهاب، أو التحرش، أو الابتزاز. ثم التعامل مع الإيموجي بصفتها دليلا جنائيا (Goldman, 2018).[١] ومن جانب آخر قدم باحثون في التسويق دراسة تحليلية لتعليقات الزبائن بالإيموجي على المتاجر الالكترونية، والتطبيقات؛ لمعرفة مدى رضا المستفيد عن المنتجات (Scherr & others, 2019).[٢] وفي ميدان الدرس اللساني عالج ايفانز (Vyvyan Evans ،[٣] 2017) الإيموجي من الناحية الدلالية والتداولية، وحاول الإجابة عن سؤال: "هل تعد الإيموجي لغة عالمية جديدة؟". ومن جانب آخر يدرس كل من (Weissman, Benjamin, and Tanner,2018) كيفية معالجة الدماغ للرموز التعبيرية

(١) يُنظر:

Goldman, Eric. (October 2018) "Emojis and the Law." Washington Law Review 93, no. 3: 1227–91

JANSSEN, ERIN. 2018. "Hearsay in the Smiley Face: Analyzing the Use of Emojis as Evidence." St. Mary's Law Journal 49 (3): 699–725

(٢) يُنظر:

Scherr, Simon André & others, (2019). "The Perception of Emojis for Analyzing App Feedback." International Journal of Interactive Mobile Technologies 13 (2): 19–36.

(٣) يُنظر:

Vyvyan Evans, (August 2017) The Emoji Code: The Linguistics Behind Smiley Faces and Scaredy Cats, Originally published in Great Britain.

الساخرة مقارنة بالكلمات. وذلك بدراسة درجة استجابة مجموعة من الطلاب الجامعيين الذين يتحدثون اللغة الإنجليزية للإيموجي مقارنة بالكلمات. وانتهت الدراسة إلى أن درجة الاستجابة للإيموجي مقاربة للاستجابة للكلمات. وأن آليات التنبؤ بالمحتوى الدلالي للرمز التعبيري مماثلة لآليات التنبؤ بالمحتوى الدلالي للكلمات.(١) وفي دراسة أجراها الباحث (علي حسن، ٢٠١٨) على استخدام الرموز التعبيرية في محادثات (WhatsApp and Messenger) توصل الباحث إلى مجموعة من النتائج أهمها: أن الإيموجي قد ينقل دلالة الجملة من معنى إلى آخر. وأن الإيموجي المضاف إلى جملة ما؛ أسهم في تحويل المشاعر في الجملة اللغوية إلى مشاعر أخرى، لا يوحي بها السياق اللفظي أحيانا. وأن المرسل قد يستبدل الرموز التعبيرية تماما بالرموز اللفظية في بعض الحوارات؛ نظرا لسهولة استخدامها. ويؤكد البحث أخيرا على الدور المهم الذي تؤديه الإيموجي في التواصل الشبكي بين الناس، ومدى تأثيرها على طريقة استخدامنا للغة.(٢)

أولا: الإيموجي (Emoji):

اخترع الياباني كوريتا عام ١٩٩٩م؛ ما نسميه اليوم بالرموز التعبيرية أو Emojis . وقد كان الهدف من هذا الاختراع؛ نقل المشاعر التي لا يمكن أن تظهر إلا في المحادثات المباشرة وجها لوجه. ومصطلح (Emoji)مكون من (E) وتعني صورة، و (moji)وتعني رمز، أو حرف. وتجدر الإشارة هنا إلى إيضاح الاختلاف بين الإيموجي وتعبيرات الانفعال الرمزية (Emoticon) التي ابتكرها (سكوت فاهلمان ١٩٨٢م)؛ مثل)_ ¯ D: ^_^ [= D= *_* (-: (: :ツ¯_(، حيث كانت تعبيرات المشاعر تمثل وجوها معبرة مرسومة بالرموز والحروف اللاتينية الموجودة على لوحة مفاتيح الحاسوب.(٣) وأهم ما يميز هذه الرموز التعبيرية (Emoji)عن تلك الرموز فضلا عن ألونها المختلفة؛ أنها لا تأخذ من حيز الرسالة إلا حرفا أو حرفين فقط. في الوقت ذاته قد تغني عن دلالة جملة، أو مجموعة من الجمل. ويمكن تعريف الإيموجي في صورتها اليوم بأنها صورة رقمية صغيرة، تعتمد في رسمها على محاكاة الأشياء والكائنات الموجودة في الواقع. يمكن إدراجها في النص الرقمي بين الكلمات. تستخدم للتعبير عن فكرة، أو عاطفة في التواصل الشبكي.

(١) يُنظر:

Weissman, Benjamin, and Darren Tanner. (August 14, 2018) "A Strong Wink between Verbal and Emoji-Based Irony: How the Brain Processes Ironic Emojis during Language Comprehension." PLoS ONE 13, no. 8: 1–26

(2) Hasan ،Ali Flayyih. "The Role of Emojis and Emoticons in Enhancing Interpersonal Communication Through Messenger and WhatsApp Applications

آداب الكوفة: جامعة الكوفة - كلية الآداب مج١٠، ع٣٧ (٢٠١٨): ١١٥ - ١٣٠.

(٣) يُنظر:

https://en.oxforddictionaries.com/word-of-the-year/word-of-the-year-2015

وقد اخترت استخدام مصطلح (إيموجي) تعريبا للمصطلح من أصل نشأته في اللغة اليابانية (絵文字/ɪˈmoʊdʒi/). وهو ما اختارته اللغة الإنجليزية أيضا الاحتفاظ بالكتابة الصوتية للمصطلح من اللغة اليابانية (Emoji) . ويمكن ترجمتها إلى (الرموز التعبيرية). ونعلل هنا اختيار الجزء الأول من المصطلح (رموز) ، ولم نختر مثلا (صور) أو (أيقونات). لأن الرموز التعبيرية ليست محصورة في الصور فقط؛ فهي تشمل رسوما تمثل صور مخلوقات، أو كائنات، ورسوما لرموز ملونة، أو أعلام دول. لذلك لا يناسب أن يترجم المصطلح إلى (الصور الرمزية) أو (الرموز المصورة). ولا يناسب أن تعرّب إلى (الأيقونة) التي تشابهها في الدرس السيميائي؛ لأن الأيقونات في الفضاء الرقمي تحيل إلى مصطلح حاسوبي:(Icon)، وهي صورة صغيرة في الحاسوب تظهر على الشاشة تمثل وظيفة حاسوبية معينة. وتستخدم هذه الوظيفة بالنقر بمؤشر الماوس على الأيقونة. أما الجزء الثاني من المصطلح (تعبيرية) وذلك لتحديد وظيفة هذه الرموز؛ وهي تفسير المقصود في التواصل الشبكي الكتابي. وفي لسان العرب: "عَبَرَ الرُّؤيا يَعْبُرُها عَبْر وعِبارةً وعبَّرها: أي فسَّرها وأَخبر بما يؤول إِليه أَمرُها." وذلك يوافق آلية استخدام الإيموجي حيث يقصد باستخدامه تفسير ما يؤول إليه المعنى في التواصل الشبكي.

لم تعد هذه الرموز التعبيرية خاصة بالمراهقين في التواصل بالرسائل النصية كما كانت سابقا - وإنما صار المرسل يلجأ لتضمينها في رسالته لأنها تعطي تعبيرا دقيقا عن المقصود. ويمكن للمتكلم من خلال الإيموجي أن يعبر حواجز اللغة بتمثيل المعنى بالصورة الرمزية. بل إن بعض قواميس اللغة الإنجليزية صارت تدرج الرموز التعبيرية بصفتها عناصر معجمية لها معانٍ محددة[١]. وفي عام ٢٠١٥م اختار قاموس أكسفورد إيموجي (😂) "وجه دموع الفرح" ليكون (كلمة) العام آنذاك. ونلاحظ هنا أن أكسفورد اختارت الرمز بوصفه (كلمة) وليس مجرد رمز تعبيري. وجاء هذا الاختيار بناء على تزايد استخدام الإيموجي منذ أواخر التسعينيات، وحتى عام ٢٠١٥؛ حيث تعاونت مطبعة جامعة أوكسفورد مع SwiftKey للكشف عن إحصائيات استخدام أشهر الرموز التعبيرية في جميع أنحاء العالم. وبناء على هذه الإحصائيات، وقع الاختيار على هذا الإيموجي؛ لأنه أكثر الرموز التعبيرية استخداما على مستوى العالم في عام ٢٠١٥.[٢]

وقد ارتفع عدد الرموز التعبيرية العالمية إلى (٣٠١٩) رمزا تعبيريا في شهر مارس، عام ٢٠١٩.[٣] وهذه الرموز مصنفه في ثماني مجموعات، حسب المجال الدلالي الذي تمثله:

(١) يُنظر: (https://www.dictionary.com/e/emoji/)

(٢) يُنظر: https://en.oxforddictionaries.com/word-of-the-year/word-of-the-year-2015

(٣) يُنظر: https://emojipedia.org/stats

 الوجوه الضاحكة والناس.

الحيوانات والطبيعة.

الطعام والشراب.

النشاط.

السفر والأماكن.

المجسمات.

الرموز.

الأعلام.

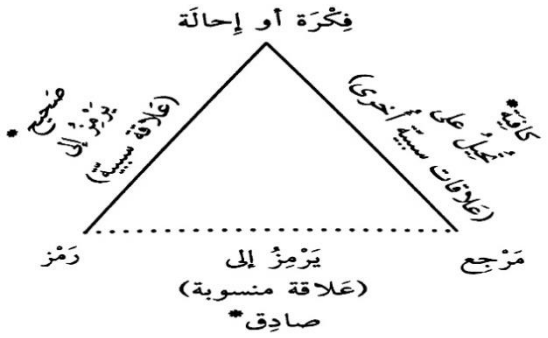
- ***منزلة اللغة من الظواهر الخاصة بالإيموجي:***

تتشابه الإيموجي مع اللغة بأنهما نظام اجتماعي ماثل في أذهان المتكلمين. والإيموجي تمثل الكلام الذي يظهر في الاستعمالات الفردية مثلما يعبر الفرد باللفظ عن مشاعره، أوعن أي مرجع دلالي. وصناعة الإيموجي ليست وظيفة المتكلم؛ بل هي نتاج نظام لدى الشركات الكبرى التي صنعت هذه الرموز، ووافقت على وضعها على لوحات المفاتيح على شاشات الأجهزة الذكية. ودور المستخدم هنا؛ هو اختيار الرمز الذي يناسب الدلالة التي يقصدها في التواصل الرقمي المكتوب، ويدمج الرمز بين طيات الكلمات العربية. وكل رمز من رموز الإيموجي له معنى خاص به يفسر دلالته، ومعنى كل رمز يفسر باللغة الطبيعية. فالمعاني التي تحيل إليها الرموز التعبيرية داخلة ضمن نظام اللغة، ولكن التعبير عنها ليس باللفظ؛ وإنما بالإيموجي.

وبناء عليه يمكن أن نميز بين نظامين من التواصل الشبكي المكتوب. أولهما: تواصل لساني مكتوب؛ يقوم على الإخبار برسالة معينة بين المرسل والمرسل إليه. وهذه الرسالة تتكون من عناصر لسانية؛ مكتوبة بنفس الطريقة التي تكتب بها الرسالة بالقلم على الورق؛ مع فارق الوسيط المستخدم للمكتوب واختلاف أداة الكتابة فقط. والثاني تواصل رقمي هجين: حيث تتشكل الرسالة من عناصر لسانية، وعناصر أخرى غير لسانية من قبيل لغة الجسد المصاحبة للكلمات، والتي يعوضها المرسل برموز الإيموجي.

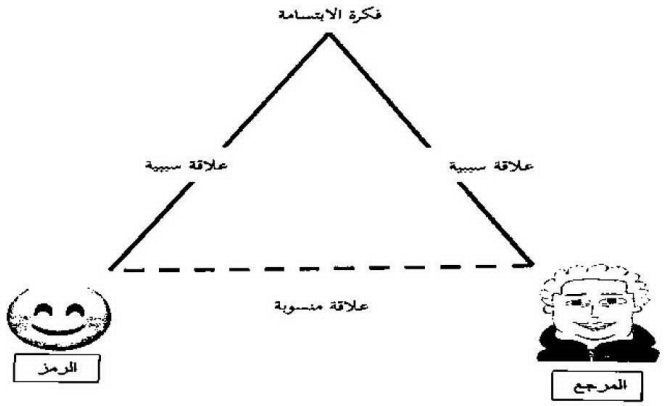
تصمم الرموز التعبيرية للدلالة عن معنى مباشر تحيل عليه في الواقع ولكن مستعملي لغة الرموز لا يلتزمون بالمعنى الحرفي الذي وضعت له؛ وبذلك يلزم في تحليل دلالة الرموز التعبيرية الخضوع لمقتضيات السياق اللغوي والثقافي والعاطفي والموقف اللغوي الذي يحدد مقاصد الخطاب ويحيل للمعنى المناسب لظروف الخطاب ويحقق التواصل دون وقوع اللبس.

يشير الشكل (١) إلى أنّ الدلالة في اللغة الطبيعية تنتج من علاقة مثلّثة بين الدّال والمدلول والمرجع . كما يشير من خلال السطر المنقَّط في قاعدة المثلث إلى أن لا علاقة تربط بين الرمز والمرجع سوى العلاقة غير المباشرة التي تظهر في استعماله لتمثيل المرجع.[١] والدلالة في لغة الإيموجي تطابق المثلث الدلالي في اللغة؛ فالرمز التعبيري يمثل فكرة أو إحالة إلى مرجع يرمز إليه، فرمز الوجه المبتسم 😊 يمثل فكرة الابتسامة ويحيل إلى مرجع في الواقع، وهو وجه الإنسان المبتسم الذي يرمز إليه. والاختلاف الوحيد بين الرمز اللغوي ومثال الإيموجي المدرج في الشكل (٢) أن الخط المنقط الذي يربط بين الرمز والمرجع يمثل علاقة شكلية ودلالية تربط الرمز بالمرجع وهو وجه الانسان المبتسم.



شكل 1

(١) أوغدن وريتشاردز، معنى المعنى، ت. كيان أحمد حازم، الكتاب الجديد، بيروت،٢٠١٥م، ص٧٠



شكل 2

إن الإحاطة بمعنى الإيموجي بصورة دقيقة قضية غير سهلة ولا متيسرة، فدلالة الإيموجي صورة ذهنية لا تظهر إلا ترميزا في المكتوب. ولفهم دلالة هذه الرموز التعبيرية يلزم معرفة علاقات هذه الرموز بعضها ببعض. وعلاقات الرموز بالعالم الخارجي الذي تحيل إليه. ويمكننا أن نجد معنى الإيموجي حين نفهم بنية المعلومات الماثلة في أذهان الجيل الذي ولد ونشأ في عصر الأجهزة الذكية.

- ***صناعة الإيموجي:***

صناعة الإيموجي الواحد سياسة خاصة في الشركات الكبرى مثل Android/IOS /Google /Microsoft بدءا من تصميم الرمز واقتراحه، ثم موافقة الجماهير عليه، وأخيرا موافقة الشركات بإنزال الرمز على منصاتها أو على لوحة المفاتيح. ومن هنا نرى أن الدول التي تمتلك القوة الصناعية والتقنية هي التي تمتلك مفاتيح إنتاج هذه اللغة الجديدة، وباقي دول العالم هي دول مستهلكة لهذه المنتجات. وبذلك تختلف عن اللغة الطبيعية التي تنشأ على ألسنة البشر بصورة تلقائية؛ حيث تتحكم القوى الصناعية بصورة مباشرة في صناعة الرموز، وتحديد دلالتها، ومن ثم السماح بتداولها على شاشات الأجهزة الذكية.

في موسوعة الإيموجي [١] كل رمز تعبيري له اسم اصطلاحي وله تعريف يشرح دلالته. وتاريخ للموافقة على إنشاء الرمز، ثم تاريخ للإضافة الرسمية للرمز على لوحة المفاتيح أو منصة التطبيق. والدلالة الأصلية التي أنشئ الرمز وفقا لمعناها ربما تختلف عن معناها في سياق الاستعمال من ثقافة إلى أخرى ، ومن سياق لغوي إلى سياق لغوي آخر. مثلما يحدث في مفردات اللغة تماما. مثلا (😉) الوجه الأصفر مع ابتسامة خفيفة وغمزة العين اليسرى. جاءت الموافقة عليه باسم (Winking Face) كجزء من Unicode 6.0 في عام ٢٠١٠ ، ثم أضيف إلى Emoji 1.0 في عام ٢٠١٥.

- ***لغة عالمية جديدة:*** هل يمكن أن نطلق على الإيموجي (لغة)؟ للإجابة عن هذا السؤال لابد أن نقارن بين العلامة في اللغة الطبيعية والرمز التعبيري في الإيموجي. ونقارن أيضا بين وظيفة كل من اللغة والإيموجي. ومما تجدر الإشارة إليه في هذا الموضوع أنه قد يظهر بعض التشابه بين الايقونة في الدرس السيميائي والإيموجي ولكنه تشابه سطحي مقارنة بالتشابه الكبير بين اللغات الطبيعية ولغة الإيموجي التي تتخذ مكانها على لوحات المفاتيح بجوار اللغات العالمية على الأجهزة الذكية.

تُستخدم الإيموجي وسيلة للتواصل، والتعبير عن المشاعر، والأماكن، والأشياء، والموجودات في الكون بشكل عام. نحن هنا لا نحتاج إلى أن نسميها (لغة) ولكنها بصورة فعلية تؤدي وظائف اللغة، ولها بنية مشابهة للغة، وتحمل كل خصائص اللغة المكتوبة. من جانب آخر تشابه الإيموجي الأيقونية في الدرس السيميائي؛ حيث إن العلامة الأيقونية لها شبه فطري مع الشيء الواقعي، وعلى ذلك فالمشابهة بينهما فطرية؛ لأنها ليست علامة اعتباطية، بل علامة الارتباط فيها بين الدال والمدلول تمثله علاقة منطقية معللة ، والعلامة الأيقونية في رأي (ايكو،٢٠٠٨م)[٢] تأخذ معناها من الشيء الممثل، وليس من الاتفاق التمثيلي. ويستخدم بيرس أيضا مصطلح (الأيقونة) للتعبير عن العلامة التي لا تُفسر وفقا لمبدأ الاتفاق. وهو بذلك يشير لنا نحو فرق مهم بين (الأيقونة) و(الرمز) ، فالأيقونة علامة تمتلك الخاصية التي تترجمها بوصفها ذات مغزى، حتى لو لم يكن ثمة وجود لموضوعها . في حين أن الرمز يمثل علامة قد تفقد معناها في حال غياب المفسر لها.[٣]وتنقسم الأيقونة إلى ثلاثة أنواع: الصور؛ وتدخل ضمن الكيفيات البسيطة، وتمثل الثنائية المعتبرة. والرسوم البيانية التي تمثل علاقات متشابهة في أجزائها الذاتية. وأخيرا الاستعارات التي تجسد الموضوعات

(1) https://emojipedia.org/

(٢) يُنظر: إيكو، أمبرتو، سيميائيات الأنساق البصرية، ت. التهامي وأودادا، ٢٠٠٨، ط١، دار الحوار للنشر، ص٣٣-٣٤

(٣) يُنظر: العابد، عبدالمجيد. "معضلة الأيقونية في السيميائيات البصرية." مجلة الفكر العربي المعاصر: مركز الإنماء القومي مج ٢٩، ع ١٤٨,١٤٩ (٢٠٠٩): ١٢١ - ١٢٩.

على مستوى بنيانها.(١)

يوضح الجدول التالي أهم الفروق الدقيقة بين الإيموجي والعلامة اللغوية والأيقونة. ويظهر هنا أن الإيموجي تجمع كل من خصائص وسمات العلامة اللغوية والأيقونة معا.

الإيموجي Emoji	العلامة اللغوية	الأيقونة
صورة رقمية صغيرة تشبه الشيء الو اقعي.	علامة تمثل الصورة اللفظية.	صورة لا تحديد لحجمها لها شبه فطري مع الشيء الواقعي.
يوجد منها نوعان؛ الأول: الارتباط فيه بين الدال والمدلول تمثله علاقة منطقية معللة مثل الوجوه المعبرة التي تستخدم بدلالتها الحرفية. والثاني الارتباط بين الدال والمدلول اعتباطي.	الارتباط بين الدال والمدلول اعتباطي.(تفسر وفقا لمبدأ الاتفاق)	علامة الارتباط فيها بين الدال والمدلول تمثله علاقة منطقية معللة.
يتعلق الرمز التعبيري بالصورة الذهنية المنطبعة عن الشيء الذي تمثله.	تتعلق العلامة اللغوية بالمعنى الذهني عن الشيء الذي تمثله.	تتعلق الأيقونة بالصورة التي يمثلها الشيء في الواقع.
هيمنة الوسيط (الرقمي)الذي تأسست فيه على عدد من الثو ابت المعلن عنها على الصفحة الرسمية لهذه الرموز.	العلامات اللغوية في أصلها هي ظاهرة صوتية نشأت خارج الوسط الرقمي. أو مكتوبة في وسيط غير رقمي أو رقمي.	علامة بصرية نشأت خارج الوسيط الرقمي.
صورة رقمية صغيرة" تستخدم للتعبير عن فكرة أو عاطفة في التواصل الشبكي.	رموز صوتية مكتوبة تمثل اللفظ المنطوق.	تنقسم إلى ثلاثة أنواع: الصور، والرسوم البيانية وأخيرا الاستعارات التي تجسد الموضوعات على مستوى بنيانها.

(١) يُنظر:الحداوي، طائع، سيميائيات التأويل، الإنتاج ومنطق الدلائل، المركز الثقافي العربي، المغرب، ٢٠٠٦، ط١، ص٣٠٥-٣٠٦

الإيموجي Emoji	العلامة اللغوية	الأيقونة
تخضع لقوانين نحوية تحكم توزيعها في الخطاب، وإدماجها ضمن العناصر المعجمية في التركيب.	تخضع لقواعد صوتية وصرفية ونحوية.	متحررة من القوانين النحوية.
قابلة للتركيب، وبالتالي التقطيع.	قابلة للتركيب، وبالتالي التقطيع.	تخضع تمظهراتها للتقطيع التركيبي.
لها لوحة مفاتيح خاصة مجاورة للوحات مفاتيح اللغات العالمية على الأجهزة الذكية.	لها لوحة مفاتيح خاصة على الأجهزة الذكية.	لا وجود لها على لوحات المفاتيح؛ لكن يمكن إدراجها من ملفات الصور، أو الوسائط.

تطورت الكتابة وأنظمة التواصل البشري بشكل عام. فظهر لنا هذا النوع الجديد من الرموز في الكتابة العالمية، وتسللت بين كلمات كل اللغات. وتظهر هذه اللغة الرمزية الجديدة في التواصل الشبكي المكتوب ؛ لتؤدي وظائف دلالية تعوض عن بعض الكلمات، وأحيانا أخرى تعوض عن لغة الجسد، وقد تؤدي وظيفة التنغيم الذي لا يظهر إلا في اللغة المنطوقة.

يشير بعض خبراء اللغة وفقا لايفانز (Vyvyan Evans -2017)[١] أن الإيموجي لغة خاصة بالمراهقين. وهي تحول إلى عصور الأمية التي كان يستخدم فيها المتكلمون الصور للتواصل بدلا عن الكلمات. وذلك يمثل تراجعا في الكتابة عند الإنسان، أو هي مؤشر خطير للعودة للأمية الكتابية مثلما كتب الإنسان في الحضارات القديمة بالصور لا بالكلمات. وأقدم شواهد الكتابة المسمارية تشابه لغة الإيموجي، والتي كان فيها حوالي ٨٠٠ علامة، تمثل الأرقام، وأنواع من الموجودات الحية مثل (الماشية) و(الأسماك)، وعلامات تمثل أجزاء الجسم مثل (الرأس) و(الفم)، والأدوات مثل (وعاء) و(محراث).[٢] ويؤكد إيفانز في دراسته أن الإيموجي تثري قدرتنا على التواصل، وتسمح لنا بالتعبير عن

(١) يُنظر:

Vyvyan Evans, The Emoji Code: The Linguistics Behind Smiley Faces and Scaredy Cats, Originally published in Great Britain, August 2017.

(٢) يُنظر: كريستال، ديفيد، مختصر تاريخ اللغة، ت. أحمد الزبيدي، دار الكتب العلمية، بغداد،٢٠١٨، ص١٦٥

مشاعرنا، وتساعدنا على التعاطف مع الآخرين في التواصل الشبكي. وأن الإيموجي اليوم تؤدي وظيفة مهمة في التواصل البشري. فهي تضيف تنغيما خاصا يضفي دلالة جديدة للنص الرقمي.(١)

نستخدم في الكتابة العربية اليوم النظام الألفبائي Alphabetic System . ويقوم هذا النظام على أساس إعطاء رمز مكتوب يمثل الصوت المنطوق. واللغات التي تتبع هذا النظام فيها عدد محدد من الصوامت والصوائت التي تمثلها رموز مكتوبة؛ تسمى في العربية (الحروف). وتكتب فيه بشكل خطي أفقي من اليمين إلى اليسار مثل اللغة العربية، ومن اليسار إلى اليمين مثل اللغة الإنجليزية، أو بشكل رأسي من أعلى إلى أسفل مثل اللغة الصينية القديمة. وهناك النظام الفكري: Ideographic System ويختلف هذا النظام عن النظام الألفبائي، لأن الكلمة المكتوبة وفقًا لهذا النظام لا تمثل (أصوات) الكلمة المنطوقة، وإنما تشير إلى الفكرة أو المفهوم. وأقرب مثال على ذلك العلامة (-) فالمفهوم الذي يحمله هذا الرمز هو (سالب). (٢) وهذا النظام يشبه كثيرا نظام الرموز التعبيرية في لغة الإيموجي؛ لأن الرمز وفقا لنظام الإيموجي يشير إلى فكرة أو مفهوم، يمكن شرحها أو وصفها باللغة نحو (😊 / وجه مبتسم).

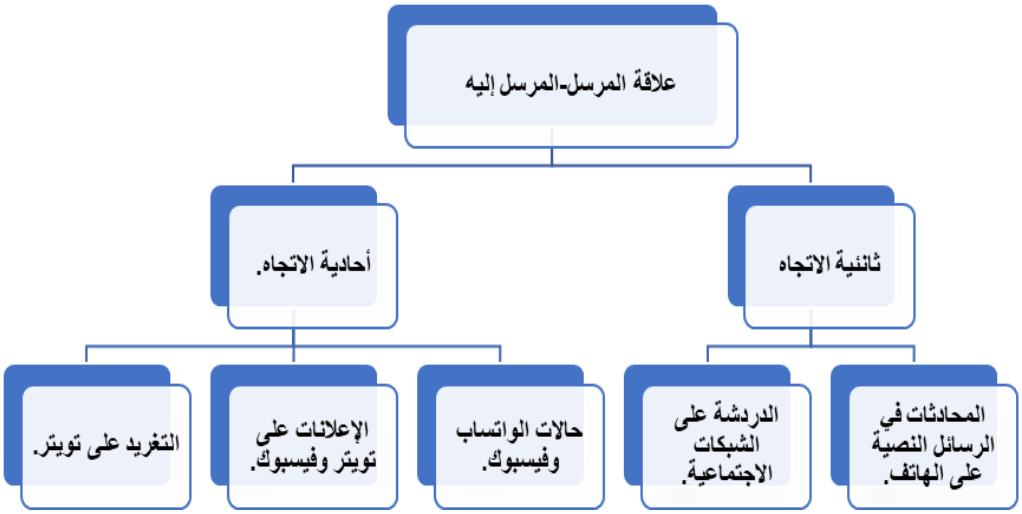
ويمكن تقسيم أنوع التواصل الشبكي حسب علاقة المرسل والمرسل إليه إلى أقسام؛ للتمييز بينهما أثناء تحليل الخطاب الشبكي المتضمن للغة الإيموجي: النوع الأول ثنائي الاتجاه. بمعنى أن تكون المحادثة بين طرفين في تواصل متزامن؛ مثل المحادثات في الرسائل النصية على الهاتف الجوال، أو الدردشة على الشبكات الاجتماعية. والنوع الثاني أحادي الاتجاه؛ وهذا عادة لا يتطلب ردا من المتلقي، وإن كان يمكن للمتلقي التعليق على المنشور. مثل: حالات الواتساب وفيسبوك، والإعلانات على تويتر وفيسبوك، التغريد على تويتر.

(١) يُنظر:

Vyvyan Evans, The Emoji Code: The Linguistics Behind Smiley Faces and Scaredy Cats, Originally published in Great Britain, August 2017.

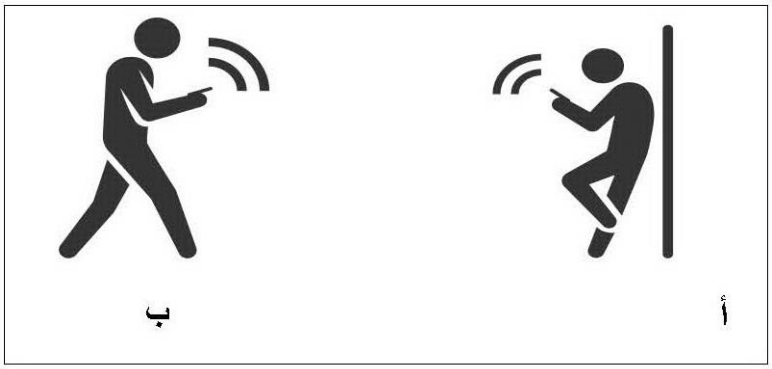
(٢) يُنظر:

Danesi, M. (2016). The semiotics of emoji: The rise ofvisual language in the age of the Internet. London: Bloomsbury Publishing, Kindle Edition



فإذا افترضنا أن شخصين أحدهما "أ" والثاني "ب" يتواصلان بالرسائل النصية المتزامنة. تبدأ دورة التخاطب الشبكي في دماغ "أ" حيث تقترن ظواهر الإدراك التي تسمى بالمتصورات الذهنية، بما يمثل الرمز التعبيري الدال للتعبير عن تلك الظواهر حين يختار الإيموجي الذي يمثل مشاعره المصاحبة للسياق اللغوي، ثم يضمنه نص الرسالة. بعد ذلك يصل الإيموجي عبر شاشة الهاتف الذكي إلى الشخص "ب" حيث يربط ذهنيا بين الإيموجي والمتصور الذهني الذي يناسبها. فالأشخاص الذين يتواصلون بالرموز التعبيرية فيما بينهم قاسم مشترك، فهم يستعملون تقريبا نفس الرموز مقرونة بنفس المتصورات الذهنية.[1] ويمكننا تعريف التواصل في هذا الوسط الافتراضي بأنه إقامة اتصال مشترك بين مرسل (أ)، ومستقبل (ب). شكل٣.

(١) يُنظر: دي سوسير، دروس في الألسنية العامة، ت. صالح القرمادي وآخرون، الدار العربية للكتاب، ١٩٨٥، ص٣١-٣٢



شكل ٣

ثانيا: الإيموجي في اللغة العربية(نماذج تحليلية):

إن قراءة الرموز التعبيرية وفهمها لا بد لها من كفاءة خاصة؛ لأن الخطاب المتضمن لهذه الرموز يتطلب حدا أدنى من المعرفة بها ولفهم دلالتها يتحتم وجود هذه الكفاءة لدى القارئ. وإذا لم يمتلك الحد الأدنى من فهم دلالة تلك الرموز، وفهم آلية استعمالها؛ سيفهم النص متجردا من هذه الرموز؛ وبالتالي قد يقع في سوء الفهم .

يقدم هذا الجزء من البحث نماذج من الاستخدام العربي للإيموجي؛ وذلك في نصوص تتضمن رموزا تعبيرية بين الكلمات العربية. حيث يؤثر الرمز في دلالة الكلمة العربية، وتضفي الكلمة العربية دلالة جديدة على هذه الرموز.

شكل ٤

يستخدم الكاتب في الخبر المغرد به رمزين: الأول منها يدل على الدولة التي سيصل إليها الوفد (رمز علم الكويت)، ثم الرمز الثاني يدل على وسيلة المواصلات التي ستنقل الوفد (رمز طائرة مدنية). وفي نهاية الخبر رموز دالة على أنشطة رياضية، فيدرج على التوالي بعد كتابة نص الخبر؛ رمز كرة القدم ، ثم كرة التنس، ثم كرة الطائرة، وبعدها رموز لأشخاص يؤدون أنشطة رياضية. ويبدأ برمز شخص يؤدي رياضة السباحة، ثم آخر يؤدي رياضة الجري، وأخيرا كرة السلة. . وبعد عبارة الدعاء في ختام الخبر "كل التوفيق لأبطالنا" يضع الرموز الدالة على الفوز بالميدالية الذهبية، والبرونزية، الفضية. أو الفوز بالكأس.

إن الخبر بهذا التنسيق المتضمن للرموز التعبيرية يعطي بلا شك دلالة مختلفة عن الخبر مجردا من الرموز التعبيرية؛ فكل رمز مضاف له دلالة مستقلة، وله دلالة أخرى اكتسبها من سياق الخبر المعلن. ونقصد بذلك السياق اللغوي، والسياق الثقافي، وسياق الموقف. ولكن قبل ذلك كله؛ هل كان كاتب الخبر يعني بدقة دلالة الرموز التي تضمنها النص؟. أو أنها كانت مجرد رموز عشوائية اختارها للتعبيرعن تنوع الأنشطة الرياضية المطروحة للمنافسة في الدورة الرياضية.

وهنا نعود للصفحة الرسمية للدورة الرياضية الثامنة لمؤسسات التعليم العالي في دول مجل التعاون الخليجي(مصدر الخبر الرسمي). وقد طُرحت "تسع مسابقات وألعاب للتنافس عليها في هذه النسخة بعد الموافقة عليها من مجلس عمداء الجامعات والمؤسسات التعليمية المشاركة ، وهذه الألعاب هي :كرة القدم، خماسيات كرة قدم كرة الصالات، ألعاب القوى مضمار، ألعاب القوى ميدان التنس، تنس طاولة، السباحة، اختراق الضاحية، كرة طائرة."[١]

ونرى أن الرموز المستخدمة في الخبر_ كلها_ تمثل رياضات أعلن عنها بالفعل في الدروة الرياضية. وهذا يمثل النوع الأول من آلية استخدام الإيموجي للتعبير عن دلالتها الحرفية التي وضعت لها.

(١) النظام الأساسي للدورة الرياضية للجامعات ومؤسسات التعليم العالي في دول مجلس التعاون، (١ابريل،٢٠١٩)، الكويت. (http://paaetwp.paaet.edu.kw/st/rules)

شكل ٥

وفي النموذج الثاني يختار الكاتب رمزا من الرموز لاستعمالها بصفتها توقيعا خاصا به، يقوم بإدراجها في بداية النص أو في ختامه. دون أن يكون لها علاقة مباشرة بالخطاب المكتوب ولكنها تمثل تعبيرا شخصيا عن الكاتب. في شكل٤. يختار المغرد (حمد القاضي(*)) في بداية كل تغريدة يكتبها رمز باقة ورود ملونة ربما تعبر عن امتنان للقارئ أو للمحتوى المكتوب؛ وتكرارها في كل مكتوب يعطي دلالة على تمثيل الرمز للكاتب وارتباطه به.

شكل ٦

(*) حمد بن عبدالله بن سليمان القاضي كاتب وإعلامي سعودي.

أما في النموذج الثالث فيفسر الكاتب الرمز الذي يختاره مثل الشكل (٥) حيث فسر الكاتب اختياره للرمز الدال على شخصيته في التعريف الخاص به. ويقول: "أحد الذين تفتنهم القهوة ويحبون الكتب" ثم يضع رمزا لثلاثة كتب ملونة مرصوصة فوق بعضها، ثم رمزا لفنجان قهوة ممتلئ بالقهوة السوداء الساخنة. وهنا نتساءل هل الرمز الذي يمثل القهوة السوداء في الكوب الصيني يمثل فعلا ما يقصده الكاتب أو أنه من عشاق القهوة العربية ولكن لا يوجد في الرموز التعبيرية المدرجة على لوحة المفاتيح ما يمثل فنجان القهوة العربية. وذلك ما يراه بعضهم عنصرية ضد بعض الطوائف والفئات فيما يمثل بعض الأديان والاعراق. لأن من يصنع هذه الرموز هي الشركات الكبرى التي تسيطر عليها الدول الصناعية العظمى.

- ***قواعد توزيع الرموز التعبيرية في النص:***

قد تبدو لنا الإيموجي في ظاهرها لغة متحررة بشكل كامل من القيود النحوية. ولكن تلك النظرة السطحية ليست صحيحة بشكل كامل؛ فالمكونات في خطاب الإيموجي، أو الخطاب الهجين بين الإيموجي والعناصر المعجمية، لا يمكن أن تتحقق دلالتها دون احترام قواعد وقوانين تركيبية خاصة بهذه اللغة الرمزية والتي اتضحت لنا في المثال السابق. وهي قواعد وقوانين لابد من مراعاتها حين استخدام الإيموجي حفاظا على سلامة التواصل.

ويتطلب استنتاج معاني الإيموجي في التواصل المكتوب معرفة بالبنية النحوية الخاصة باستخدام هذه الرموز؛ أي القواعد والممارسات التي تتحكم في تسلسل الرموز التعبيرية في سياق الخطاب. وهي جزء مهم من كفاءة الرموز التعبيرية، وهي تشبه قواعد اللغة الطبيعية. فقواعد البنية النحوية تتحكم في توزيع الإيموجي في النص بشكل عام، كما تتحكم في بناء الجملة ذات الرموز التعبيرية وموقع كل رمز من هذه البنية.

إن إدراج الرموز التعبيرية في النص يكون ضمن نظام عرفي يوجد لدى المرسل والمتلقي لتأدية وظيفة دلالية محددة نحو إبراز الجوانب العاطفية أو التنغيمية للمعنى. واختلاف الرمز المرفق مع النص يمنح دلالة جديدة لذات النص؛ فتتغير وظيفة كل رمز بناء على الموضع الذي تكون فيه. ويتضح لنا ذلك من خلال تحويل الرمز إلى بنية لفظية. وإن كانت قوانين الإيموجي ليست مطابقة بشكل تام لقواعد اللغة الطبيعية؛ وإنما هناك دمج متجانس بين نحو اللغة مع نحو الإيموجي في بناء الجملة. فالتفاعل بين محتوى الرموز التعبيرية والبنية النحوية للغة العربية يمثل شكلا جديدا لأسلوب الكتابة اليوم، وبالتالي تتطلب نوعا جديدا من أنواع القراءة لفك شفرة النص. وتحليلا دقيقا لفهم سمات هذه الكتابة الجديدة. ننظر مثلا دلالة الجملة التالية "احلف" في سياق حوار رقمي مكتوب مع اختلاف الرمز:

"احلف 😂 " تعني : "هذا الخبر مضحك جدا"

"احلف 😍" تعني : "أنا أحببت جدا هذا الخبر"

"احلف 😳" تعني : "هذا الخبر غير متوقع أبدا "

"احلف 😟" تعني : "أرجوك قل إن هذا الخبر غير صحيح"

" احلف 😠" تعني : "أنا لا أصدقك هات ما يثبت صحة الخبر"

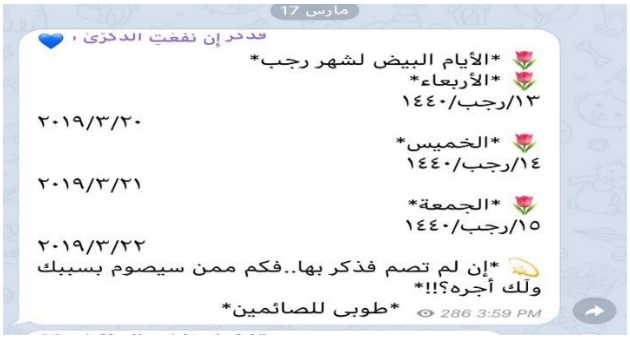
وهنا نلاحظ أن الرمز بصورة مستقلة[١] لا يعطي نفس دلالة الرمز المدمج بالنص. إضافة إلى تأثير تشكيل العلاقة الدلالية بين الصورة والكلمة الذي يتطلب فهما عميقا لاستراتيجية التواصل عند الأجيال الشابة. وبالتالي؛ فإن التواصل الإنساني في شكله المكتوب يتطور بصورة سريعة؛ عن طريق تهجين اللغة العربية بهذه اللغة العالمية الجديدة. هذه اللغة التي خلقها التواصل المكتوب على الشاشات الذكية.

- ***الإيموجي علامات ترقيم:***

تستخدم الرموز التعبيرية بدلا عن علامات الترقيم في تعداد النقاط في النص، أو لتحديد بداية كل فقرة من فقرات النص. وفي النماذج المختارة في شكل(٦) أدناه استعمل الكاتب (رمز ورقة البرسيم الرباعية/ 🏵) بدلا عن القوسين الهلاليين في العنوان الرأسي للرسالة. ثم اختار الكاتب رمز (دبوس التثبيت/ 📌) لترقيم كل نقطة من نقاط المكتوب الذي يشرح خصائص البرنامج. أما في الرسالة الثانية شكل (٧) اختار الكاتب رمز (زهرة التوليب/ 🌷) بداية كل سطر بطريقة عشوائية؛ مما أدى إلى الالتباس في فهم المقصود. فالسطر الأول من الرسالة يمثل العنوان الذي يبدأ به النص: "الأيام البيض لشهر رجب" ثم تسلسل الأيام التي تمثل النقاط التي تتفرع من العنوان. وهنا يفقد الرمز التعبيري قيمته الدلالية في الترقيم نظرا لعشوائية استخدامه.

(١) للاطلاع على الدلالة الحرفية لكل رمز تعبيري بصورة مستقلة؛ يُنظر صفحة موسوعة الايموجي على الانترنت
https://emojipedia.org/

شكل ٧



شكل ٨

وتظهر كثيرا في رسائل التهنئة بالمناسبات الإيموجي لزخرفة النص مع الاهتمام بالدلالة الخاصة لكل رمز. مع إغفال دلالته من حيث موضعه في النص أو تكراره بصورة مبالغ فيها بغرض الزخرفة الشكلية لا أكثر. فتستخدم الرموز الدالة على مشاعر الحب والتقدير، والرموز الدالة على بداية الشهر القمري، والنجوم بكثافة في التهنئة بالأعياد التي قد تفيض على النص فتغرقه بالألوان. ومما تجدر الإشارة إليه هنا أن كثرة الرموز باختلاف ألوانها وأشكالها تشتت القارئ عن اللفظ المكتوب في نص الرسالة. وبذلك تضيع دلالة النص بين ألوان الرموز الزاهية. مثل الرسالتين الواردتين في الشكل(٨). ولكن إذا كان توزيع الرموز بطريقة جمالية مدروسة ، وكان نص التهنئة محددا وواضحا؛ تحقق الغرض التجميلي ووصلت دلالة النص للمتلقي بوضوح.

شكل ٩

ويعد وعي المرسل، بمقاصد الرمز التعبيري، ودرجة وعي المتلقي لهذه المقاصد، المعيار الأساسي في تصنيف مظاهر استخدام الرموز التعبيرية بصفتها علامات تحيل إلى دلالات. أو بصفتها زينة تجميلية تستخدم بطريقة عشوائية لا معنى لها، وبالتالي؛ لا تحمل قيمة تواصلية مقصودة. إلاَّ أن الرمز التعبيري في هذه الحالة قد يعني عند المتلقي دلالة ثانوية قد قصدها المرسل أو لم يقصدها. ولكن قصد التواصل لا يتماهى مع قصد المعنى، أي القصد الذي يجب أن ينطوي فيه المنطوق على شروط الصدق وشروط إشباع أخرى. (١)

قد يعتمد الكاتب في التواصل الشبكي على الرمز التعبيري بشكل أساسي في تكوين المكتوب دون دمجه بأي علامة لغوية من اللغة الطبيعية. وهنا يصبح الرمز المستخدم أمرا خطيرا ومهما في ذات الوقت. نأخذ مثالا على ذلك في الشكل(٩). وهنا المرسل يسأل: "ما أخبار نتيجة مقابلتي" وتأتيه الإجابة بلغة الإيموجي برمز مكرر " 👍🏻👍🏻 "

شكل ١٠

(١) يُنظر: سيرل. جون، العقل واللغة والمجتمع /الفلسفة في العالم الواقعي، ت. سعيد الغانمي، منشورات الاختلاف، الجزائر، ٢٠٠٦م. ص ٢١٢.

ولو حللنا السياق اللغوي الهجين بالإيموجي بطريقة (أوستين،١٩٩١) في تحليل أفعال الكلام في اللغة الطبيعية. في الشكل٩. يرد المتلقي على متقدم لوظيفة ما برسالة رقمية مكتوبة. بدلا من قوله "أنت مقبول في العمل" باستبدالها بالرمز (👍). السبب الذي يجعل استخدام الرمز هنا أمرا خطيرا ومهما في آن؛ أن استخدام الرمز يشكل في العادة أمرا مهما وهو هنا الحدث الرئيس في إنجاز الفعل على حد تعبير أوستين[١]. وفي هذا السياق تكون المناسبة التي حدث فيها استخدام الرمز بالقبول أو الرفض ظروفا مناسبة مخصوصة على وجه ما. فلا بد أن يكون الشخص الذي استخدم رمز القبول أن يكون هو الشخص المخول بالرد من الجهة التي عرضت الوظيفة. وأن يكون المستقبل هو الشخص الذي تقدم على الوظيفة. إضافة إلى قيام المستقبل والمرسل بأفعال من قبل التواصل الرقمي؛ من الإعلان عن الوظيفة؛ والتقديم عليها.

ثالثا: أسباب استعمال الإيموجي:

لمعالجة الجوانب التحليلية لموضوع الدراسة أجريت مسحا ميدانيا عن طريق استبانة الكترونية في شهر أبريل من عام ٢٠١٩م. تستهدف المستخدم العربي على الشبكات الاجتماعية لاستطلاع آرائهم حول أسباب استعمال الرموز التعبيرية في التواصل الكتابي، وطرائق هذا الاستعمال. شملت الدراسة ٣١٥ من المستخدمين العرب، تفوقت فيها نسبة الإناث على الذكور حيث بلغ عدد المشاركات من الإناث٢٣٨ بما يساوي ٧٦% من إجمالي أفراد عينة الدراسة ، و٢٤% من إجمالي أفراد عينة الدراسة من الذكور وعددهم ٧٧ مشاركا. ويوضح الجدول رقم (٢) الأعداد المشاركة في هذه الدراسة.

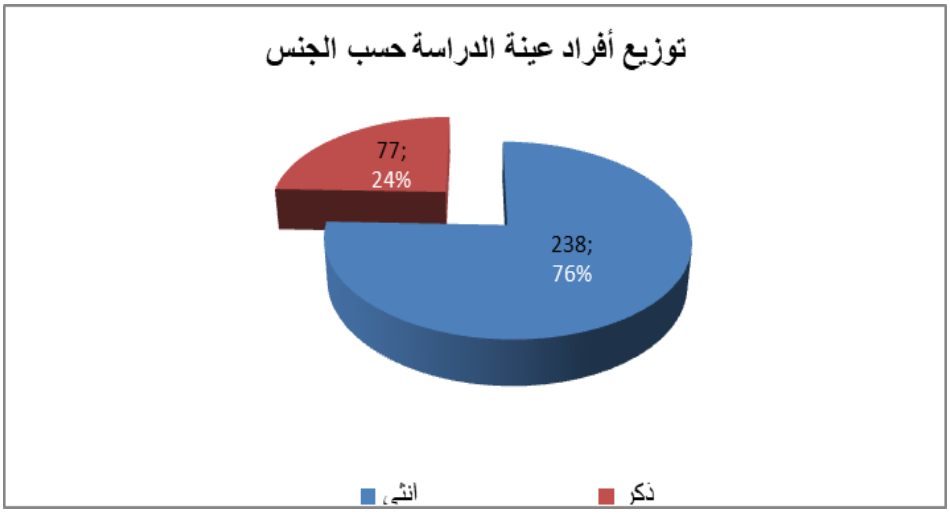
١- توزيع أفراد عينة الدراسة حسب الجنس:

عند توزيع أفراد عينة الدراسة حسب الجنس نرى أن ٧٦% من إجمالي أفراد عينة الدراسة إناث وعددهم ٢٣٨ أنثى ، و٢٤% من إجمالي أفراد عينة الدراسة من الذكور وعددهم ٧٧ مشاركا.

جدول رقم (٢) توزيع أفراد عينة الدراسة حسب الجنس

الجنس	العدد	النسبة
أنثى	238	76%
ذكر	77	24%
الإجمالي	**315**	**100%**

(١) يُنظر: أوستين، جون،(١٩٩١م) نظرية أفعال الكلام، ت. عبدالقادر قنيني، (الدار البيضاء، دار إفريقيا الشرق)، ص١٨-١٩

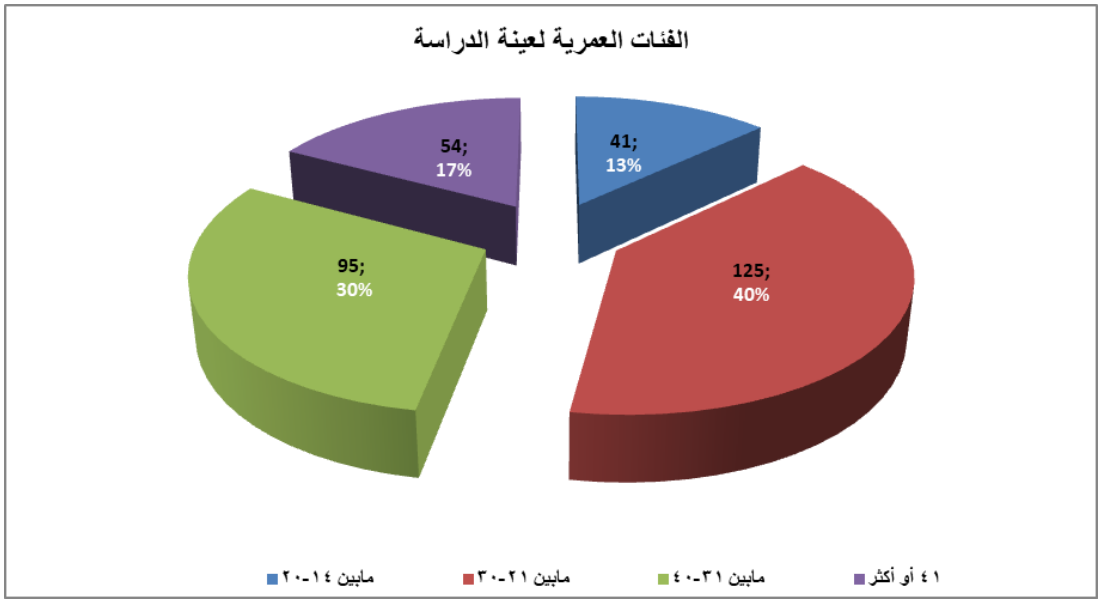


شكل ١١

٢- ***الفئات العمرية لعينة الدراسة:*** تمثل الفئة العمرية " ما بين ٢١-٣٠" سنة ٤٠% من إجمالي أفراد عينة الدراسة، و٣٠% من إجمالي أفراد عينة الدراسة هم من في الفئة العمرية "ما بين ٣١-٤٠" سنة، و١٧% من إجمالي أفراد عينة الدراسة في الفئة العمرية "٤١ أو أكثر" سنة، و١٣% من إجمالي أفراد عينة الدراسة في الفئة العمر " ما بين ١٤-٢٠".

جدول رقم (٣):الفئات العمرية لعينة الدراسة

الفئات العمرية	التكرار	النسبة
ما بين ١٤-٢٠	41	13%
ما بين ٢١-٣٠	125	40%
ما بين ٣١-٤٠	95	30%
٤١ أو أكثر	54	17%
الإجمالي	**٣١٥**	**100%**



شكل ١٢

٣- ***قياس درجة استخدام الرموز التعبيرية في التواصل الشبكي:*** عند قياس درجة استخدام الرموز التعبيرية في التواصل الشبكي من وجهة نظر أفراد عينة الدراسة، كانت النتائج على النحو الآتي:

جاءت إجابة: "تسهّل الرموز التعبيرية التعبير عن الذي أقصده" في المرتبة الأولى في الاستخدام بالنسبة للخيارات الأخرى، ثم إجابة " أرى أن الرسائل المتضمنة للرموز التعبيرية أكثر وضوحا من الرسائل الخالية من الرموز" في المرتبة الثانية، ثم "أستخدم الرموز التعبيرية في المحادثات الرقمية المباشرة الفورية مثل: (واتساب، سناب شات،....)" في المرتبة الثالثة، ثم " أستخدم الرموز التعبيرية في رسائل التهنئة والشكر والاعتذار" في المرتبة الرابعة، وفي المرتبة الخامسة " أستخدم الرموز التعبيرية في كتابة التغريدات والتعبير عن حالتي في فيسبوك"، وأخيرا "أستخدم الرموز التعبيرية في الرسائل الرسمية" في المرتبة السادسة؛ حيث بلغت نسبة الذين لا يستخدمون الرموز التعبيرية في رسائلهم الرسمية إطلاقا 63% من أفراد عينة الدراسة.

جدول رقم (٤)

درجة الاستخدام	أبداً	أحيانًا	دائما	الإجمالي	المتوسط	الانحراف المعياري	الترتيب
تسهّل الرموز التعبيرية التعبير عن الذي أقصده		45	270	315	2.86	0.35	1
%	0%	14%	86%	100%			
أرى أن الرسائل المتضمنة للرموز التعبيرية أكثر وضوحا من الرسائل الخالية من الرموز.		85	230	315	2.73	0.44	٢
%	0%	27%	73%	100%			
[أستخدم الرموز التعبيرية في المحادثات الرقمية المباشرة الفورية مثل: (واتساب، سناب شات،....)]	9	98	208	315	2.63	0.54	٣
%	3%	31%	66%	100%			
أستخدم الرموز التعبيرية في رسائل التهنئة والشكر والاعتذار	9	123	183	315	2.55	0.55	4
%	3%	39%	58%	100%			
أستخدم الرموز التعبيرية في كتابة التغريدات والتعبير عن حالتي في فيسبوك	110	122	83	315	1.91	0.78	5
%	35%	39%	26%	100%			
أستخدم الرموز التعبيرية في الرسائل الرسمية	200	96	19	315	1.43	0.61	6
%	63%	30%	6%	100%			
المتوسط العام					**2.35**	**0.55**	

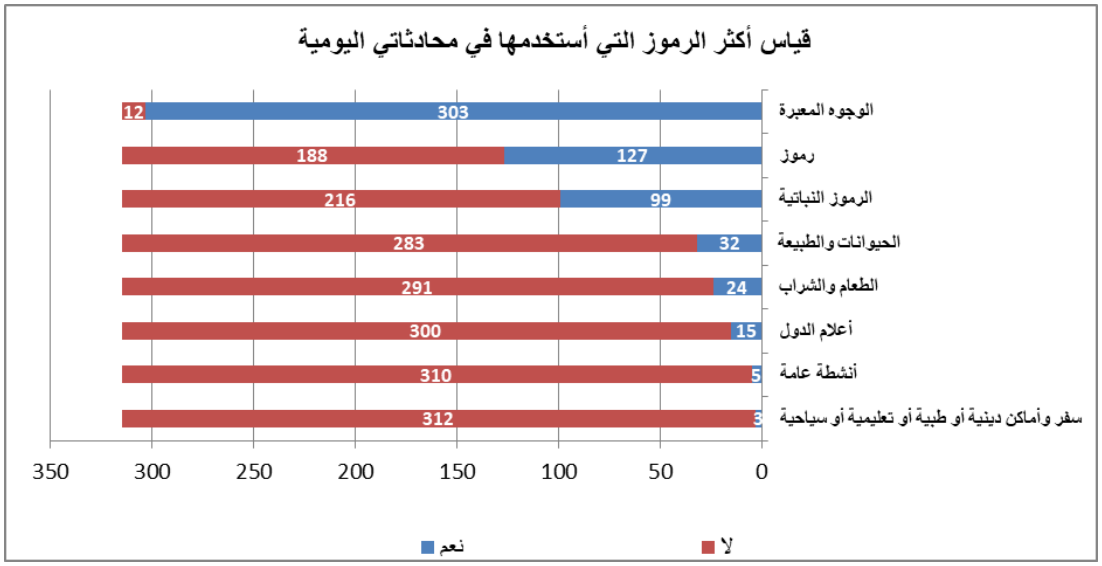
وبالنظر إلى استجابة أفراد عينة الدراسة في الجدول السابق نرى أن أكثر المستخدمين يتوسلونها للتعبير عن مقاصدهم ومشاعرهم المختلفة ويتجنبونها في رسائلهم ومخاطباتهم الرسمية. وعلى ذلك تمثل كثرة الرموز التعبيرية في التواصل الشبكي العلاقة المقربة بين طرفي التواصل وغيابها يشير إلى غياب التقارب بين الطرفين وتحول الخطاب بينهما إلى الصفة الرسمية. ولو كان الشخص المشارك في المحادثة معتادا على استخدام المتكلم لتلك الرموز ثم توقف عن استخدامها؛ فإن ذلك يحمل دلالة جديدة تعني تحول العلاقة بين الطرفين من المقربة إلى الرسمية الجدية. فتساعد الإيموجي على تحسين التواصل اللغوي الشبكي.

٤- ***قياس أكثر الرموز التي تُستخدم يومياً في المحادثات:*** عند قياس أكثر الرموز التي تُستخدم يومياً في المحادثات من وجهة نظر أفراد عينة الدراسة، كانت النتائج على النحو الآتي:

جاء رمز " الوجوه المعبرة" في المرتبة الأولى من أكثر الرموز التي تُستخدم يومياً في المحادثات، ثم " رموز متباينة" في المرتبة الثانية، ثم "الرموز النباتية" في المرتبة الثالثة، ثم رموز " الحيوانات والطبيعة" في المرتبة الرابعة، ثم رموز "الطعام والشراب" في المرتبة الخامسة، ثم رموز " أعلام الدول" في المرتبة السادسة، ثم رموز "الأنشطة العامة" في المرتبة السابعة، وأخيرا رموز " سفر وأماكن دينية أو طبية أو تعليمية أو سياحية" في المرتبة الثامنة.

جدول رقم (٥): قياس أكثر الرموز التي أستخدمها في محادثاتي اليومية

أكثر الرموز	نعم	لا	الإجمالي	الترتيب
الوجوه المعبرة	303	12	315	1
رموز	127	188	315	2
الرموز النباتية	99	216	315	3
الحيوانات والطبيعة	32	283	315	4
الطعام والشراب	24	291	315	5
أعلام الدول	15	300	315	6
أنشطة عامة	5	310	315	7
سفر وأماكن دينية أو طبية أو تعليمية أو سياحية	3	312	315	8



شكل ١٣

في إجابة المستخدمين عن أكثر أنواع الإيموجي استخداما في المحادثات اليومية نرى أن الرموز التي تعبر عن لغة الجسد من الوجوه المعبرة وأجزاء الجسد هي أكثر الرموز استخداما مقارنة بغيرها من الرموز حيث تساند هذه الرموز التي تمثل الإيماءات، أو تعبيرات الوجه المبتسمة أو الضاحكة أو الغاضبة أو الباكية اللغة اللفظية وتعوض عن غياب الجسد الفعلي في زمن الحوار.

٤- قياس أنماط استخدام الرموز التعبيرية في التواصل الشبكي

عند قياس أنماط استخدام الرموز التعبيرية في التواصل الشبكي من وجهة نظر أفراد عينة الدراسة، كانت النتائج على النحو الآتي:

جاء نمط " أعبر بالرمز التعبيري (♡) للتعبير عن الحب" في المرتبة الأولى من أنماط الرموز التعبيرية التي تُستخدم في التواصل الشبكي، ثم نمط "أستخدم الرموز المركبة من رمزين أو أكثر التي تتشابه دلالتها مثل: (😘♡) للتعبير عن الامتنان أو الحب بصورة أكبر" في المرتبة الثانية، ثم نمط " أستخدم الرموز المركبة من رمزين متعارضة الدلالة مثل: (😂💔) للتعبير عن مشاعر الضحك المتداخلة مع مشاعر الشفقة" في المرتبة الثالثة، ثم نمط "

أستخدم الرموز المركبة من رمزين أو أكثر مع تعارض دلالتها مثل: (😭♡😘) للتعبير عن شدة الفرح مع الحب" في المرتبة الرابعة والأخيرة.

جدول رقم (٦)

أنماط الاستخدام	أبداً	أحيانًا	دائما	الإجمالي	المتوسط	الانحراف المعياري	الترتيب
أعبر بالرمز التعبيري (♡) للتعبير عن الحب.	4	103	208	315	2.65	0.50	1
%	1%	33%	66%	100%			
أستخدم الرموز المركبة من رمزين أو أكثر متشابهة الدلالة مثل: (😘♡) للتعبير عن الامتنان أو الحب بصورة أكبر.	27	79	209	315	2.58	0.65	2
%	9%	25%	66%	100%			
أستخدم الرموز المركبة من رمزين أو أكثر متعارضة الدلالة مثل: (💔😂) للتعبير عن مشاعر الضحك المتداخلة مع مشاعر الشفقة.	47	92	176	315	2.41	0.74	3
%	15%	29%	56%	100%			
أستخدم الرموز المركبة من رمزين أو أكثر متعارضة الدلالة مثل: (😭♡😘) للتعبير عن شدة الفرح مع الحب.	64	94	157	315	2.30	0.79	4
%	20%	30%	50%	100%			

وفي هذا الجزء من الدراسة نرى أن أفراد عينة الدراسة يلجؤون إلى استخدام أكثر من رمز تعبيري ويركبونها في سياق معين للتعبير عن دلالة جديدة لا يؤديها الرمز بصورة مستقلة. وهنا يظهر لنا الشبه الكبير بين اللغة الطبيعية ولغة الإيموجي في خاصية مهمة من خصائص اللغة؛ وهي خاصية الإنتاجية وقابليتها للتجزئة إضافة إلى كونها نظام من الرموز للتعبير عن الأفكار.

٥- المعنى التداولي للرمز التعبيري ☺ (وجه مبتسم قليلا).

معنى الرمز (☺) حسب تعريف موسوعة الرموز التعبيرية. هو وجه أصفر في نسخته التي تظهر على شاشات الأجهزة الذكية. له عيون بسيطة مفتوحة وابتسامة رقيقة مغلقة. ينقل مجموعة واسعة من المشاعر الإيجابية والتعبير عن السعادة والتودد. يمكن أيضًا أن يعبر عن مشاعر سلبية أو عدوانية أو ساخرة ؛ وقد يكون للدلالة على أن المعنى الذي تقصده عكس القول الذي كتبته.

عند سؤال المستخدمين حول المعنى العام الساخر للرمز(☺) خارج السياق 42% لا يستعملونه للدلالة على السخرية أبدا، في حين 24% يستعملونه في سياق السخرية دائما، ويستعمله 35% منهم للسخرية أحيانا. في حين تفاوتت إجاباتهم لما عُرضت عليهم سياقات مقترحة لهذا الرمز. ومن وجهة نظر أفراد عينة الدراسة، كانت النتائج على النحو الآتي:

يدل الرمز ☺ من النظرة الأولى للجملة التالية: "كيف حالك؟ □" من وجهة نظر أفراد عينة الدراسة،48% من المستجيبين يرون أن الرمز في هذه الجملة يدل على السعادة، و23% يرون أنها تدل على السخرية، و10% تدل على الثقة، و9% تدل على الغضب، و5% تدل على التذمر، و3% تدل على التهديد، و1% تدل على الحزن. أما جملة: "اليوم من بدايته واضح ☺" فقد رأى29% من أفراد عينة الدراسة أن الرمز التعبيري في الجملة يدل على التذمر، و28% يرون أنه يدل على السخرية، و24% توحي بمشاعر السعادة، و12% تدل على الثقة، وتساوت نسبة المستجيبين الذين يرون أنه يدل على الغضب أو الحزن حيث بلغت نسبتهم 3% ، ورأى أربعة أشخاص فقط أن معنى الرمز هنا يدل على التهديد بما يشكل 1% نسبة إلى إجمالي عدد أفراد عينة الدراسة.

جدول رقم (٧)

الجملة	تهديد	تذمر	غضب	حزن	سخرية	سعادة	ثقة	الإجمالي
يدل الرمز من النظرة الأولى للجملة التالية: "كيف حالك؟ ☺"	11	17	27	4	74	150	32	315
%	3%	5%	9%	1%	23%	48%	10%	100%
يدل الرمز من النظرة الأولى للجملة التالية: "اليوم من بدايته واضح ☺"	4	92	8	8	89	75	39	315
%	1%	29%	3%	3%	28%	24%	12%	100%

كان السؤال عن هذا الرمز تحديدا للوصول إلى معرفة الفرق بين المعنى الحرفي للرمز التعبيري والمعنى التداولي لذات الرمز في السياق العربي. ونرى هنا تباين الآراء في الكشف عن دلالة الرمز في السياقات المختلفة. والذي يضبط الدلالة ويحددها بصورة أدق هو نوع العلاقة بين المتلقي والمرسل.

٦- ***ما رأيك في الرموز التعبيرية؟***

عند استقصاء أفراد عينة الدراسة آرائهم حول استخدام الرموز التعبيرية، توصلنا إلى مجموعة كبيرة من الآراء يمكن اختزالها في أهم عشر مجموعات كانت النتائج فيها على النحو الآتي:

جدول رقم (٨) مبررات استخدام الرموز التعبيرية

مبررات الاستخدام	العدد	النسبة
أحب استخدامها لأنها تعبر عن ما أقصده بشكل أوضح.	50	15.9%
ضرورية جدا لدعم مفهوم الكلام.	45	14.3%
تساعد على توضيح المعنى.	42	13.3%
جميله جدًا؛ تظهر الرسالة بشكل معبر.	38	12.1%
مهمة وأساسية في التواصل الحديث.	28	8.9%
رائعة؛ تختصر بعض المشاعر.	24	7.6%
وسيلة تختصر تعبيرنا بوضوح.	24	7.6%
جيدة، وتوصل المشاعر أسهل من العبارة الصحيحة المكتوبة.	22	7.0%
مساعدة على التعبير.	20	6.3%
ممتازة للتعبير عن الحالة الفعلية للكاتب.	13	4.1%
غير محدد.	9	2.9%
الإجمالي	**315**	**100%**

النتائج والتوصيات:

تمثل الإيموجي في التواصل الشبكي اختيارات أسلوبية فردية لا تحكمها ظواهر اللغة التداولية فحسب، بل تعطينا دليلا إضافيا يتحكم في عناصر الملفوظ. وتوجه دلالة السياق اللغوي نحو سياق موقف آخر مختلف. وتعدّ الإيموجي في التواصل الشبكي عناصر مهمة من خارج السياق اللغوي؛ ولكنها تؤثر بشكل كبير ومباشر في السياق اللغوي. حيث تجاور الملفوظ، وتلتصق به، وتوجه دلالته حسب وجهة الرمز؛ بصورة يتفوق فيها الرمز التعبيري على اللفظ اللغوي في بعض الأحيان. ويمكن إجمال أهم نتائج هذه الدراسة في النقاط التالية:

- أكثر الرموز التعبيرية استخداما هي الرموز التي تمثل لغة الجسد والإيماءات التي توحي بالمشاعر المختلفة.
- في بعض الأحيان تشبه الإيموجي علامات الترقيم التي توضح لنا خاتمة الكلام. أو ختام الجملة. أو بدلا عن علامة التعجب أو النقطتين الرأسيتين .
- كثيرا ما تعوض الإيموجي عن التنغيم الذي لا يظهر إلا في اللغة المنطوقة مثل نغمة الحزن التي نستبدلها بالوجه الأصفر الباكي، أو نغمة الفرح التي ترتفع فيها درجة الصوت بالوجه الضاحك، أو نغمة الغضب بالوجه الأحمر الغاضب، أو نغمة التساؤل بالوجه المتسائل ... وهكذا.
- تسهم الإيموجي في تسريع عملية التواصل؛ لأنها رسوم رقمية جاهزة، سهلة الاستخدام بحجمها الصغير شكلا وقيمة، وألوانها المتعددة، لا يحتاج المستخدم لاستعمالها إلا إلى نقرة واحدة على الرمز المطلوب. ويضفي على المعنى الذي يقصده بمشاركة الكلمات.
- لغة الإيموجي اليوم ليست محصورة في الجانب الترفيهي، أو الدردشات اليومية. بل إنها اليوم تؤدي وظائف تواصلية مهمة. وقد تنقل الرموز التعبيرية من الدلالات ما تعجز اللغة عن نقله.

التوصيات:

إن الرموز التعبيرية لها بلا شك تأثير على كل لغات العالم التي تستخدم الوسيط الرقمي في نقل الكلام. لأنها عناصر جديدة تداخل الخطاب بين الحروف والكلمات والجمل. وهذه الرموز لا تطابق العناصر المعجمية في صورتها المفردة، وليست تطابق الرموز الأيقونية في دلالتها المحددة خارج سياق الكلمات. فهي كائنات جديدة نشأت بين الكلمات ولازالت تنمو داخل اللغة. يخلقها أفراد من لغات مختلفة، ثم توافق عليها مؤسسات وشركات رقمية كبرى. فتعود للأفراد مرة أخرى ليستخدموها للتواصل في الفضاء الرقمي داخل لغاتهم المختلفة. ثم تكتسب إضافة إلى

دلالتها الأصلية معاني تداولية جديدة تتشكل في سياقات استعمالها بجوار مفردات كل لغة. فالعناية بفهم تقنيات استخدام الرموز التعبيرية في تحليل الخطاب الإعلامي الجديد، وفي تحليل الخطاب اليومي ضرورة ملحة لفهم اللغة العربية المعاصرة. ولا يمكن تحليل اللغة في هذه الصورة بنفس الأدوات التي تحلل بها اللسانيات اللغة الطبيعة في مظهرها الصوتي. ومن هنا نعرض أهم التوصيات البحثية في هذا المجال:

- دراسة القواعد النحوية للرموز التعبيرية في التواصل الشبكي.
- دراسة التعبير عن المشاعر بين اللغة والإيموجي.
- دراسة تأثير الإيموجي على الثروة اللفظية.
- دراسة معاني الرموز التعبيرية بين الدلالة والتداول.
- دراسة تأثير لغة الإيموجي على اللغة العربية.

المراجع العربية:

كريستال، ديفيد،(٢٠١٨م) مختصر تاريخ اللغة، ت. أحمد الزبيدي، دار الكتب العلمية، بغداد،، ص١٦٥

العابد، عبدالمجيد. (٢٠٠٩م) "معضلة الأيقونية في السيميائيات البصرية." مجلة الفكر العربي المعاصر: مركز الإنماء القومي مج ٢٩، ع ١٤٨,١٤٩: ١٢١ - ١٢٩.

سيرل. جون(٢٠٠٦م)، العقل واللغة والمجتمع /الفلسفة في العالم الواقعي، ت. سعيد الغانمي،منشورات الاختلاف، الجزائر،. ص ٢١٢.

دي سوسير،(١٩٨٥م)، دروس في الألسنية العامة، ت. صالح القرمادي وآخرون، الدار العربية للكتاب،ص٣١-٣٢

الحداوي، طائع،(٢٠٠٦م) سيميائيات التأويل، الإنتاج ومنطق الدلائل، المركز الثقافي العربي، المغرب، ط١، ص٣٠٥-٣٠٦

إيكو، أمبرتو،(٢٠٠٨م) سيميائيات الأنساق البصرية، ت. التهامي وأودادا، ط١، دار الحوار للنشر، ص٣٣-٣٤

أوغدن وريتشاردز(٢٠١٥م)، معنى المعنى، ت. كيان أحمد حازم، الكتاب الجديد، بيروت، ص٧٠

أوستين، جون، (١٩٩١م) نظرية أفعال الكلام، ت. عبدالقادر قنيني، (الدار البيضاء، دار إفريقيا الشرق)، ص١٨-١٩

المراجع الأجنبية:

Weissman, Benjamin, and Darren Tanner. (August 14, 2018) "A Strong Wink between Verbal and Emoji-Based Irony: How the Brain Processes Ironic Emojis during Language Comprehension." PLoS ONE 13, no. 8: 1-26.

Vyvyan Evans,(August 2017) The Emoji Code: The Linguistics Behind Smiley Faces and Scaredy Cats, Originally published in Great Britain.

Scherr, Simon André & others,(2019). "The Perception of Emojis for Analyzing App Feedback." International Journal of Interactive Mobile Technologies 13 (2): 19-36.

JANSSEN, ERIN. (2018). "Hearsay in the Smiley Face: Analyzing the Use of Emojis as Evidence." St. Mary's Law Journal 49 (3): 699-725

Hasan ،Ali Flayyih. (2018)"The Role of Emojis and Emoticons in Enhancing Interpersonal Communication Through Messenger and WhatsApp Applications.

" آداب الكوفة: جامعة الكوفة - كلية الآداب مج١٠، ع٣٧: ١١٥ - ١٣٠ 91-227.

الصفحات الالكترونية:

https://en.oxforddictionaries.com/word-of-the-year/word-of-the-year-2015

https://emojipedia.org/stats

https://emojipedia.org/

Goldman, Eric. (October 2018) "Emojis and the Law." Washington Law Review 93, no. 3: 1Danesi, M. (2016). The semiotics of emoji: The rise ofvisual language in the age of the Internet. London: Bloomsbury Publishing, Kindle Edition

https://www.dictionary.com/e/emoji/

http://paaetwp.paaet.edu.kw/st/rul