



Emoji

واقع استخدام الرموز التعبيرية في البيئة الإعلامية الرقمية

دراسة استشرافية

فيصل العنزي

أكاديمي في قسم الإعلام بجامعة الملك سعود

واقع استخدام الرموز التعبيرية في البيئة الإعلامية الرقمية

دراسة استشرافية

فيصل العنزي

أكاديمي في قسم الإعلام بجامعة الملك سعود

✉ falanazi3@ksu.edu.sa

🐦 [@FaisalMAlanazi](https://twitter.com/FaisalMAlanazi)

فهرسة مكتبة الملك فهد الوطنية أثناء النشر.
واقع استخدام الرموز التعبيرية في البيئة
الإعلامية الرقمية: دراسة استشرافية.
العنزي، فيصل مونس
ردمك رقم: ٣-٥٢٧٥-٣-٠٣-٦٠٣-٩٧٨
رقم الإيداع: ١٤٤٢/١٥٧

لصحة النشر العربي

جميع الحقوق محفوظة

١٤٤٢ هـ / ٢٠٢٠ م

توطئة،



"الإيموجي ليست لغة جديدة لكنها تحمل في طياتها إمكانية أن تصبح كذلك"
مارك دايفس - منظمة يونيكود

ملخص الدراسة،



هدفت الدراسة للتعرف على واقع استخدام الرموز التعبيرية في البيئة الإعلامية الرقمية بالاعتماد على المنهج الكيفي الاستشراقي من خلال التركيز على مجموعة من المحاور الهامة التي قام الباحث باختيارها بطريقة عمدية بعد الاطلاع على قائمة متنوعة من الدراسات والأبحاث، وقد توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها أن جميع المنصات الرقمية ستقوم بتوحيد تصاميم وأشكال الرموز التعبيرية لما لذلك من فائدة في تقليل أخطاء الفهم والاستيعاب التي قد يواجهها المستخدمين، وقد أوصت الدراسة بضرورة إجراء المزيد من الدراسات حول طريقة تفسير وفهم الرموز من أطراف العلمية الاتصالية خاصة في حال اختلاف الجنس أو في حال كان أحد اطراف العملية الاتصالية من المكفوفين أو ذوي الإعاقات البصرية.

المؤهلات العلمية للباحث،







- (٢٠١٨م) شهادة تعلم اللغة الإنجليزية (مستوى متقدم) من المعهد التابع لجامعة ولاية ميشيغان مع حصوله على جائزة الطالب المتميز (Outstanding Student Award) في فصلين دراسيين.
- (٢٠١٦م) حصل على درجة الماجستير من قسم الإعلام بجامعة الملك سعود بتقدير ممتاز مع مرتبة الشرف.
- (٢٠١٢م) حصل على درجة البكالوريوس من قسم الإعلام بجامعة الملك سعود بتقدير ممتاز مع مرتبة الشرف.

فهرس الدراسة



رقم الصفحة	المحور	الرمز
٤	ملخص الدراسة	
٧	مدخل	
٩	إشكالية الدراسة	
١٢	الاستشراف كمنهجية للدراسة	
١٣	الرموز التعبيرية: التاريخ والمفهوم	
١٦	وظائف الرموز التعبيرية	
١٨	سلبيات استخدام الرموز التعبيرية	
٢٠	الرموز التعبيرية والاتصال بين الثقافات	
٢٣	الرموز التعبيرية والجرائم الاتصالية	
٢٥	الرموز التعبيرية كأداة للتسويق	
٢٨	الرموز التعبيرية وأمن المعلومات	

رقم الصفحة	المحور	الرمز
٣٠	دراسات تناولت الرموز التعبيرية	
٣٣	النتائج	
٣٤	التوصيات	
٣٥	المراجع	

مدخل



يعتبر الاتصال ووسائله من أكثر الميادين التي شغلت اهتمام الباحثين في مختلف المجالات المعرفية، خاصة اللغويين وعلماء النفس والتربية والسيمايين وعلماء الاجتماع والأنثروبولوجيا وغيرهم باعتباره عنصرا أساسيا في نقل الثقافة والحضارة (غرابي وبراردي، ٢٠٢٠م، ص ٣٣٢)، وتعد الصورة أقدم وأول اللغات التي استخدمها الإنسان للتعبير عن مشاعره وخواطره قبل أن يصل إلى اللغة اللفظية المنطوقة (غراب، ٢٠١٦م، ص ٢٣).

فمنذ القدم بدأت البشرية في التعبير عن ذاتها من خلال الرسم على جدران الكهوف والنقش على الأحجار قبل أن تظهر الكتابة وتتحول هذا الرسوم إلى لغة ذات طابع مجرد (المحمد، ٢٠١٧م، ص ١٠٥)، واليوم بعد التطور الكبير الذي شهدته البيئة الإعلامية الرقمية ظهرت لغة جديدة تسمى لغة "الإيموجي" هذه اللغة التي تحاول أن تشرح المشاعر أو الأحاسيس التي يصعب علينا التعبير عنها، أو تعزز معاني الكلمات التي نكتبها.

فالرموز التعبيرية تعتبر في وقتنا الحاضر أداة لنقل الأفكار والمشاعر باعتبارها نوعا من أنواع اللغة غير اللفظية (Wirza وآخرون، ٢٠١٩م، ٢٢٣)، حتى أن بعض الباحثين ذهب إلى اعتبار أن الرموز التعبيرية "الإيموجي" ستكون لغة المستقبل مستنديين على إحصائية تفيد بأن هنالك (٤١) مليار رسالة نصية ترسل كل يوم حول العالم منها (٦) مليار رسالة تتضمن واحدة من هذه الرموز التعبيرية (جاء الله، ٢٠١٩م، ص ٤٨٤)، وقد أصبحت شعوب العالم تحتفي باليوم العالمي للرموز التعبيرية "Emoji" الذي يصادف السابع عشر من شهر يوليو من كل عام؛ لذلك يشير البعض إلى أن هذه الرموز أصبحت لغة عالمية "غير رسمية" يتداولها مستخدمو الوسائل التنقية الحديثة.

فهذه الصور التعبيرية أحدثت قفزة نوعية في مجال اللغة والاتصال، مما ساهم في إثراء اللغة بشكل عام من خلال ما تقدمه من مزايا أهمها تكملة المعنى الناقص في الكلام المكتوب بوصفها نوعا من أنواع الاتصال غير اللفظي وعادلت بذلك لغة الجسد كإيماءات والإشارات والإيحاءات (غرابي وبراردي، ٢٠٢٠م، ص ٣٤٨)، لهذا كله سيحاول الباحث في هذه الدراسة تسليط الضوء على عدد من المحاور التي تشغل اهتمام الكثير من الباحثين والمستخدمين لهذه الرموز التعبيرية.

صورة من الحساب الرسمي للاحتفاء بالرموز التعبيرية (الإيموجي) في يومها العالمي



إشكالية الدراسة



أصبح استخدام الرموز التعبيرية في المحادثات الرقمية أمر شائعا لدى الكثير من المستخدمين، نظرا لما تقدمه هذه الرموز من مزايا اتصالية مختلفة، إضافة إلى توفرها بأشكال وتصاميم متنوعة في العديد من المنصات الإعلامية الرقمية، مما ساهم في أن تكون هذه الرموز "عنصرا فاعلا" في إكمال المعنى الناقص أو الذي لا تستطيع اللغة المكتوبة التعبير عنه.

فمستخدمي هذه الرموز يمكنهم اختزال الكثير من العواطف ومشاعر الحب والغضب والجوع برمز تعبيري واحد يتيح نقل هذه المشاعر ببساطة وسرعة إلى المستخدم الآخر (المحمد، ٢٠١٦م، ص١٠٥)، حيث يستطيع المستخدم الاختيار من بين ٣٣٠٤^(١) رمز متوفرة في منصة يونيكود^(٢) "Unicode" مما يجعل هذه الرموز قادرة على أن تعكس مشاعر المستخدمين مهما كان نوع المحادثة التي تدور بينهم سواء كانت محادثة رسمية أو غير رسمية، ففي المنصة الاجتماعية فيس بوك -على سبيل المثال - يتم يوميا إرسال أكثر ٩٠٠ مليون رمز تعبيري دون وجود أي نص في الرسالة^(٣)! مما يؤكد على الدور الاتصالي الهام التي تقوم به هذه الرموز باعتبارها أحد أشكال الاتصال غير اللفظي.

وبناء على ما سبق تحاول هذه الدراسة التعرف على واقع استخدام هذه الرموز في البيئة الإعلامية الرقمية، ولا نعني هنا بالاستخدام "استخدام الجماهير لتلك الرموز فقط" بل أن المعنى في هذه الدراسة أكثر شمولية حيث ستتناول الدراسة مجموعة من المحاور الهامة التي تشغل اهتمام العديد من الباحثين في مختلف المجالات الرقمية وبخاصة الاتصالية منها. وبناء على ذلك يكون التساؤل الرئيسي لهذه الدراسة:

ما واقع استخدام الرموز التعبيرية في البيئة الإعلامية الرقمية؟

^(١) انظر إحصائية الرموز حتى مارس ٢٠٢٠: <https://emojipedia.org/stats/>

^(٢) هو معيار يمكن الحواسيب من تمثيل النصوص المكتوبة بأغلب نظم الكتابة ومعالجتها.

^(٣) المصدر: <https://worldemojiday.com/statistics>

ثانيا: أهمية الدراسة:

تتجلى أهمية هذه الدراسة في موضوعها، حيث تؤدي الرموز التعبيرية دورا هاما وفاعلا في البيئة الإعلامية الرقمية بكافة مجالاتها، ما يحتم على الباحثين دراسة هذا الموضوع لإثراء المكتبة العربية.

ثالثا: أهداف الدراسة:

تسعى هذه الدراسة إلى التعرف على واقع استخدام الرموز التعبيرية في البيئة الإعلامية الرقمية، وينبثق من هذا الهدف عدة أهداف فرعية، هي:

1. التعرف على مفهوم الرموز التعبيرية؟
2. التعرف على الوظائف التي تؤديها الرموز التعبيرية في البيئة الإعلامية الرقمية.
3. التعرف على سلبيات استخدام الرموز التعبيرية في البيئة الإعلامية الرقمية.
4. التعرف على واقع استخدام الرموز التعبيرية في الشأن الثقافي.
5. التعرف على واقع استخدام الرموز التعبيرية في الحملات الإعلانية التسويقية.
6. التعرف على واقع استخدام الرموز التعبيرية في الجرائم الاتصالية.
7. التعرف على واقع استخدام الرموز التعبيرية في الأمن الإلكتروني.

رابعا: تساؤلات الدراسة:

بناء على أهداف الدراسة وتساؤلها الرئيس، تحاول هذه الدراسة الإجابة على مجموعة

من الأسئلة، هي:

- س١ ما مفهوم الرموز التعبيرية؟
- س٢ ما وظائف الرموز التعبيرية؟
- س٣ ما سلبيات استخدام الرموز التعبيرية؟
- س٤ ما واقع استخدام الرموز التعبيرية في الشأن الثقافي؟
- س٥ ما واقع استخدام الرموز التعبيرية في الحملات التسويقية؟
- س٦ ما واقع استخدام الرموز التعبيرية في الجرائم الاتصالية؟
- س٧ ما واقع استخدام الرموز التعبيرية في الأمن الإلكتروني؟

خامسا: حدود الدراسة:

يمكننا تحديد الحدود الموضوعية لهذه الدراسة في أن أنها ستتناول سبعة محاور رئيسية هي: (مفهوم الرموز التعبيرية، وظائفها، سلبياتها، واقع استخدامها في الشأن الثقافي، والحملات التسويقية، والجرائم الاتصالية، والأمن الإلكتروني)، وذلك بغرض تحقيق الهدف الرئيسي من هذه الدراسة الذي يكمن في التعرف على واقع استخدام الرموز التعبيرية في البيئة الإعلامية الرقمية.

الاستشراف كمنهجية للدراسة



الاستشراف العلمي يعني من حيث المضمون التطلع نحو المستقبل من خلال إدراك وفهم العوامل التي شكلت الماضي والحاضر معا (المهدي، ٢٠١٦م)، فالبحوث التي تعتمد على منهج الاستشراف تستحضر وتستشرف المستقبل والتطورات البديلة الممكنة والمحتملة، وهي مسألة تحتاج إلى قدرات معرفية واسعة وجهود مكثفة من الباحثين المهتمين في هذا الميدان (الفتلاوي والحاج، ٢٠١٣م، ص١٣٦).

وما يميز الطبيعة الفريدة للدراسات المستقبلية كما يقول سيث شوستاك^(٤) "Seth Shostak" أنها مزيج من الفن والعلم، ومن المنهج الكمي والكيفي، ومن الجزء الأيمن والأيسر للدماغ. وعلى الصعيد العلمي هنالك اتفاق بين مؤرخي المستقبلية على أن هربت جورج ويلز^(٥) "H. G. Wells" هو أول من ابتكر مصطلح "علم المستقبل" وقدم إضافات عميقة في تأصيل الاهتمام العلمي في الدراسات المستقبلية من خلال المؤلفات التي نشرها مثل تكوين الإنسان ١٩٠٢م واليوتوبيا الجديدة ١٩٠٥م (منصور، ٢٠١٦م، ص١٨).

ومن أجل تحقيق الغاية من هذه الدراسة المتمثلة في دراسة واقع استخدام الرموز التعبيرية في البيئة الإعلامية الرقمية؛ فقد اعتمد الباحث على المنهج الكيفي في الدراسات الاستشرافية بالاعتماد على "أسلوب التنبؤ من خلال التناظر والإسقاط بالقرينة" الذي يقوم على استخراج بعض جوانب الصور المستقبلية استنادا على أحدث أو سوابق تاريخية معينة، وذلك على افتراض أن هنالك ارتباط زمني بين حدثين يقع أحدهما قبل الآخر عادة (ديابي، ٢٠١٦م، ص٤١٦)، حيث سيقوم الباحث في دراسته هذه باستعراض مجموعة من الدراسات والمراجع العلمية التي تناولت الرموز التعبيرية، ثم بعد ذلك سيقوم باستشراف مستقبل الرموز التعبيرية في البيئة الإعلامية الرقمية بناء على ما وجدته في تلك المراجع.

^(٤) عالم فلك، ومقدم برامج إذاعية من الولايات المتحدة الأمريكية.

^(٥) روائي وكاتب قصص قصيرة بريطاني ويعتبر من مؤسسي أدب الخيال العلمي

الرموز التعبيرية: التاريخ والمفهوم



في عام ٢٠١٥م 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! (Danesi، ٢٠١٦، ص٢)، 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 ٢٠١٥م.

لهذا يعتبر بعض الباحثين بأن عام ٢٠١٥م 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 تعبيري (جاب الله، ٢٠١٩م، ص٤٨٨)، وقد توصل العلماء إلى أن ٢٧ شعور عاطفي اقترن التعبير عنها باستخدام الرموز التعبيرية منها على سبيل المثال لا الحصر: الإعجاب، الحب، التقدير، التسلية، القلق، الهلع، الحرج، الممل، الهدوء، والارتباك (غرابي وبراردي، ٢٠٢٠م، ص٣٤٥)، كما أن هذه الرموز التعبيرية بدأت تستخدم في الأمور العلمية مثلما فعل الأمريكي بيل ناي "Bill Nye" عندما قام باستخدام الرموز التعبيرية لشرح بعض المفاهيم العلمية^(٦)، وهو ما يعطي دلالة واضحة بأن هذه الرموز تقوم بأدوار مؤثرة وهامة في مختلف مجالات الحياة.

^(٦) يمكنك متابعة إحدى حلقات البرنامج بالدخول على الرابط <https://www.youtube.com/watch?v=CogmeXGz-LI>

والإيموجي "Emoji" هي في الأصل كلمة إنجليزية مشتقة من الكلمة اليابانية 絵文字 (E-moji، Danesi، ٢٠١٦، ص ٢) الحرف الأول منها "E" يعني الصورة والثاني "Moji" ويعني طرف أو حرف (جاب الله، ٤٨٥، ٢٠١٩م)، وقد تم ابتكارها في اليابان عام ١٩٩٥م من قبل المؤسس شيجيتاكا كوريتا^(٧) "Shigetaka Kurita" الذي كان يعمل حينها ضمن فريق شركة NTT DoCoMo^(٨) (عيشة، ٢٠١٩م، ص ١٨٤)، فالنموذج المبدئي لهذه الرموز كان عبارة عن مجموعة تتكون من ١٧٦ صورة صُممت بهدف استخدامها في أول نظام أساسي لخدمات الإنترنت الخاصة بالهاتف المحمول i-mode^(٩) (فكر، ٢٠١٨، ص ١٤٢) ثم تطورت تدرجيا حتى أصبحت بالشكل الذي نستخدمه حاليا.

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 مثل: (Zhou وآخرون، ٢٠١٧م، ص ٧٤٩)، ففي واقع الأمر تعد هذه الرموز اختصارا للتعبيرات الملمحية للوجه بحيث تأخذ مكان التعبيرات اللفظية التي في العادة تترجمها تنغيمات الصوت او إيماءات الجسد(شيباني، ٢٠١٨م، ص ١٦٠).

والرموز التعبيرية هي صور تخيلية رقمية شائعة يمكن أن تظهر في النصوص، الرسائل، البريد الإلكتروني، وعلى منصات التواصل الاجتماعي (Stark and Crawford، ٢٠١٥، ص ١). كما أنها شخصيات مصورة أو رسوم توضيحية تحظى بشعبية كبيرة في الاتصالات النصية (Miller وآخرون، ٢٠١٦م، ص ٢٥٩)، وهي أيضا صور يمكن دمجها بشكل طبيعي مع نص عادي لإنشاء شكل جديد للغة.

^(٧) مصمم واجهة ياباني وغالبا ما يتم الاستشهاد به كمخترع رموز تعبيرية.

^(٨) شركة الهاتف المحمول في اليابان.

^(٩) هي خدمة إنترنت عبر الهاتف النقال تختلف عن الإنترنت اللاسلكية شائعة في اليابان.

ويعرفها الباحث بانها تلك الصور التي يستخدمها الناس في المحادثات الرقمية بهدف شرح المشاعر أو الأحاسيس التي يصعب علينا التعبير عنها، أو تعزيز معاني الكلمات التي نكتبها، أو محاولة منهم لإخفاء مشاعر معينة، أو من باب التسلية والمرح.

الحساب الخاص بـ تاموس أكسفورد في منصة تويتر - ٢٠١٥ م



صورة تجمع بين النموذج المبني للرموز مع تصاميمها الحالية



صورة من برنامج بيل ناي الذي استخدم فيه الرموز التعبيرية



وظائف الرموز التعبيرية



تقوم الرموز التعبيرية بالعديد من الوظائف التي تساهم في جعل المحادثات الرقمية أكثر سهولة من ناحية التعبير أو حتى من ناحية الرد والتجاوب، وقد حدد (Mathews and Lee، ٢٠١٨م، ص ٤٨) ثلاث وظائف تقوم بها الرموز عند استخدامها في المحادثات النصية، وهي:

١. **بادئة للحديث:** من خلال استخدام رمز تعبيرى "وجوه مبتسم مثلاً" لبدء المحادثة بدلا من إلقاء التحية.

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

٣. **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! وقد أوضح الباحث (Zhang، ٢٠٢٠م، ص ٣) أن هنالك عدة وظائف أيضا تقدمها هذه الرموز، وقد قام بتقسيمها على المرسل والمستقبل في العملية الاتصالية، وهي على النحو الآتي:

١. 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.

٢. 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 الإيموجي تساهم في التعبير عن جانب مهم من الحديث من خلال الربط بين الرمز المستخدم في المحادثة وما ينوي المستخدم كتابته نصياً بعد استخدامه لذلك الرمز (Onursoy، ٢٠١٩م، ص٢٨٧)، وقد أوضح أحد علماء الاجتماع بأن الرموز التعبيرية تعطي قيمة عاطفية مضافة للغة، وقد وضع ثلاث أبعاد أساسية خاصة بهذه القيمة، وهي:

١. علم الجمال: الذي يعني أن دمج الرسالة مع الصور يمنح نوعاً من اللطف.
 ٢. التسلية: باعتبار أن رمز الإيموجي يوفر درجة من الخيال.
 ٣. السيمائية: فالصورة لها معاني كثيرة، ويمكن تفسيرها على نطاق أوسع من رسالة لغوية (عيشة، ٢٠١٩م، ص١٨٦).
 ٤. تكسر حاجز الملل في المحادثات الإلكترونية.
 ٥. تعزز قوة التعبير العاطفي.
 ٦. تعدل الجو العام للمحادثة وتخفف من إيقاع اللغة الرسمية (Feng، ٢٠١٩م، ص٥١٣).
 ٧. تساعد على التعبير عن الآراء في أقصر طريقة ممكنة.
- وقد بينت دراسة (Tigwell and Flatla، ٢٠١٦م، ص٣) أن الرموز التعبيرية تستخدم في سياقات غير رسمية أو مع أولئك الأشخاص الذين تربطنا بهم علاقة اجتماعية وثيقة، وقد شدد أفراد عينة الدراسة على أنهم لا يستخدمون هذه الرموز مطلقاً مع الأشخاص غير القريبين منهم أو في سياق رسمي.

ويختلف الباحث مع هذا الرأي فكثيراً ما نقوم باستخدام الرموز التعبيرية في المحادثات الرسمية، لكن هذا الاستخدام ينحصر غالباً في الرموز التي تأخذ الطابع الرسمي مثل رمز "Person with folded hands" 🙏 الذي يستخدمه الأفراد غالباً للتعبير عن الامتنان أو الشكر في المحادثات الرسمية أو غير الرسمية.

سلبيات استخدام 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:

١. صعوبة تحديد مشاعر أو انفعالات الشخص: فعلى الرغم من أن الصورة تعني عن ألف كلمة! إلا أن هذا يختلف عند استخدام الرموز التعبيرية، فالرمز قد يكون سبباً لاستنتاج ألف معنى! وقد يكون أيضاً عاملاً 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.

٢. اختلاف معنى الرمز وتصميمه من منصة إلى منصة أخرى: وهذه السلبية تدخل في السلبيات البرمجية، فكل منصة تقوم بتصميم رموز تعبيرية متقاربة في التصميم العام مختلفة في المعنى مما يؤدي إلى اختلاف شكل الايقونة بين المستخدمين. فمنصة يونيكود "Unicode" ^(١٠) على سبيل المثال تشرح الرمز التعبيري "U + 1F601" بأنه وجه مبتسم بعيون مبتسمة لذلك قامت منصة قوغل بإعطائه الشكل 🤪 بينما في أبل تم تقديمه بأنه "جاهز للقتال" وأعطى الشكل 🤪 (Miller وآخرون، ٢٠٠، ص ٢٦٠)، وقد بينت إحدى الدراسات أن لكل رمز تعبيرى "إيموجي" عشر تصاميم مختلفة يختلف شكلها وطريقة ظهورها باختلاف المنصة أو اللغة البرمجية المستخدمة في الهاتف (جاب الله، ٢٠١٩، ص ٥٠١)، مما يجعل أمر فهمها معقداً.

^(١٠) الترميز الموحد يونيكود هو معيار يمكن الحواسيب من تمثيل النصوص المكتوبة بأغلب نظم الكتابة ومعالجتها.

طريقة ظهور بعض الأيقونات في البرامج والمنصات المختلفة ويظهر التفاوت في تصميم الرموز التعبيرية

(Miller, 2017, ص 154)

UNICODE	NAME	Previous Apple	Current Apple	Previous Google	Current Google	Previous LG	Current LG	Previous Microsoft	Current Microsoft	Previous Samsung	Current Samsung	Twitter
1F606	SMILING FACE WITH OPEN MOUTH AND TIGHTLY-CLOSED EYES											
1F601	GRINNING FACE WITH SMILING EYES											
1F64C	PERSON RAISING BOTH HANDS IN CELEBRATION											
1F605	SMILING FACE WITH OPEN MOUTH AND COLD SWEAT											
1F60C	RELIEVED FACE											
1F648	SEE-NO-EVIL MONKEY											
1F64F	PERSON WITH FOLDED HANDS											
1F60F	SMIRKING FACE											
1F631	FACE SCREAMING IN FEAR											
1F602	FACE WITH TEARS OF JOY											

٤. اختلاف تفسيرها وقبولها باختلاف نوع الجنس: فقد بينت دراسة (Giuliano وآخرون، ٢٠١٩م) أن الرموز التي تتضمن مشاعر عاطفية مثل هي أكثر ملائمة وقبولا عندما تأتي من الإناث، أما الرسائل التي تتضمن رموزاً أقل عاطفة أو حناناً مثل Smiling-face فهي مقبولة بنفس القدر من الطرفين.
٥. الهروب من المحادثة أو إنهاؤها: خاصة في المحادثات التي قد تسبب حرجاً لأحد الأشخاص.
٦. ضياع اللغة: فعلى الرغم من المزايا التي تتمتع بها الرموز التعبيرية إلا أنها قد تكون سبباً في التأثير على اللغة وبخاصة لغة الأطفال (غرابي ويراودي، ٢٠٢٠م، ص ٣٤٦).

الرموز التعبيرية والاتصال بين الثقافات



يقول مارك دايفس وهو أحد مديري منظمة يونيكود "الإيموجي ليست لغة جديدة لكنها تحمل في طياتها إمكانية أن تصبح كذلك" (غرابي وبراردي، ٢٠٢٠م، ص٣٤٧)، فتطور الرموز التعبيرية في الدلالات أو الألوان يخضع لمبدأ حاجات واهتمامات المستخدم؛ بما يتلاءم مع العوامل الثقافية التي تختلف من مجتمع إلى مجتمع آخر. وهو ما جعل لغة الإيموجي ليست لغة خاصة بالثقافة اليابانية فقط؛ باعتبارها صاحبة السبق في ابتكار هذا النوع من الرموز، بل في وقتنا الحاضر نجد أن هنالك رموز مختلفة تمثل ثقافات ومجتمعات متنوعة.

فالثقافة يمكنها أن تلعب دورا هاما في تشكيل مشاعر الأشخاص. على وجه التحديد، تتبنى الثقافات المختلفة أنواعًا مختلفة من العواطف -على سبيل المثال- يفضل الأمريكيون الإثارة بينما الآسيويين يفضلون الهدوء، يضاف إلى ذلك أن نظام الإيموجي أيضا يتضمن العديد من الرموز التعبيرية الثقافية مما يجعلها تعكس القيم والمعتقدات التي تميز كل ثقافة عن أخرى (Guntuku، ٢٠١٩م، ص٣)، حتى أن هنالك اليوم بعض المحاولات من بعض الأشخاص لإدخال رموز تعبيرية تتناسب مع الثقافة العربية من ناحية الزي أو اللباس لكن لم تجد هذه المحاولة حتى الآن القبول المطلوب.

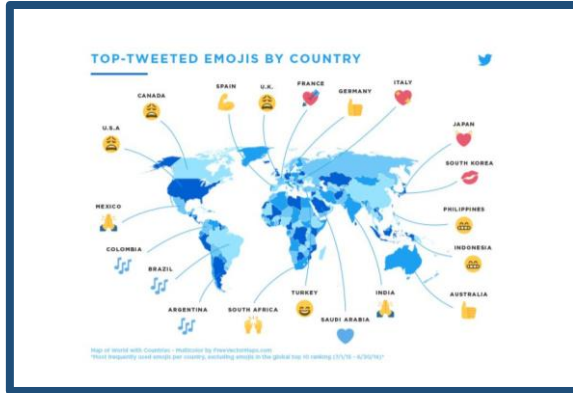
وقد قام (Guntuku وآخرون، ٢٠١٩م) بإجراء دراسة على منصتين من المنصات الاجتماعية بهدف التعرف على أكثر الرموز التعبيرية استخداما في بلدان الشرق والغرب، وقد بينت الدراسة أنه من بين ١٢٨١ رمزا من الرموز الخاصة بمنصة يونيكود ظهرت فقط ٥٢٨ منها أكثر من ١٠٠٠ مرة في تلك المنصات، والصورة المرفقة تبين أكثر ١٥ رمز استخدمت في تلك المنصتين.

أكثر الرموز ظهوراً في بلدان الشرق والغرب بحسب (Guntuku وآخرون، ٢٠١٩م)

Rank:	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
West	😂	😘	😭	😞	👉	💕	😏	😘	🙌	😊	😄	🙏	😏	👉	🏆
	16.3	4.1	4.0	2.9	2.5	2.1	2.0	2.0	1.7	1.5	1.5	1.4	1.4	1.4	1.3
East	😂	😭	🙏	😞	😱	❤️	😘	😊	🙌	👉	👍	😏	👉	😘	😊
	14.2	4.2	4.2	4.0	3.3	3.2	2.9	2.2	2.1	2.1	1.6	1.6	1.5	1.4	1.4

وفي خريطة تفاعلية نشرتها إدارة تويتر في عام ٢٠١٦م تضمنت أبرز الرموز التعبيرية التي يستخدمها رواد الموقع للتعبير عن مشاعرهم على اختلاف ثقافتهم ودولهم، جاءت المملكة العربية السعودية وإيطاليا وفرنسا من الدول التي استخدمت الرموز التعبيرية العاطفية بكثرة، وعلى النقيض تماماً في دول أخرى مثل الولايات المتحدة وبريطانيا وكندا التي استخدمت في ذلك العام رموزاً تدل على الأسى والحزن (مجلة فكر، ٢٠١٨م، ص١٤٣). وقد تكون هذه النتائج دليلاً على الحالة السياسية أو الثقافية أو حتى الرياضية التي كانت تمر بها أي دولة من هذه الدول في تلك الفترة.

أكثر الرموز استخداماً في المنصة الاجتماعية تويتر ٢٠١٦م



كما أنه في الوقت الحالي تقوم بعض المنصات الاجتماعية بتصميم رموز تعبيرية خاصة بالمواسم الدينية أو الثقافية أو الوطنية التي تمثل ثقافة أو ديانة معينة -على سبيل المثال- منصة تويتر تقوم عادة بتصميم رمز تعبيرى احتفاءً بشهر رمضان المبارك، بحيث يظهر هذا

الرمز للمستخدمين عن استخدام الوسوم الخاصة بشهر رمضان، إضافة أن هذه المنصة تقوم أيضا بتصميم رموز خاصة بالاحتفالات الرسمية الخاصة ببعض الدول مثل اليوم الوطني السعودي، مهرجان الجنادرية، وغيرها من الفعاليات والمناسبات.

أحد الرموز التعبيرية التي قامت منصة تويتر بتصميمها احتفاءً بشهر رمضان المبارك



يضاف إلى ذلك إلى أن الكثير من مستخدمي منصات التواصل الاجتماعي يستخدمون اليوم الرموز الخاصة بأعلام الدول كوسيلة للتعبير عن ميولهم الثقافية أو الرياضية أو حتى السياسية، فمنصة يوتيوب تتضمن اليوم ٢٥٦ علم من أعلام الدول إضافة إلى ٧ أعلام أخرى ترمز إلى معان أخرى غير الدول، وما يؤكد ذلك هو الدراسة التي أجراها (Kariryaa وآخرون، ٢٠٢٠م) حيث بينت هذه الدراسة أن استخدام الأعلام كرموز تعبيرية في الولايات المتحدة الأمريكية وألمانيا أكثر شيوعاً من استخدام الرموز التعبيرية للوجه والتي تصنف كأكثر الرموز استخداماً في العديد من المنصات الرقمية. مما يؤكد على الدور الهام الذي تقوم به هذه الرموز ثقافياً وسياسياً.

الرموز التعبيرية والجرائم الاتصالية



الجريمة والانحراف يعتبران ظاهرتين معقدتين لهما علاقة بالتكوين النفسي والاجتماعي للفرد، وقد أثبتت الدراسات أن وسائل الاتصال تلعب دورا مهما في حدوثها (الطائي، ٢٠١٠، ص ٩٥)، فقد أثارت الثورة الرقمية للمجرم المعلوماتي تسخير الفضاء الكوني لتحقيق أغلب صور الاعتداء على الأشخاص من جنح بسيطة إلى جنايات كبرى وبأبسط الأساليب (الشوابكة، ٢٠٠٩م، ص ٢٨).

وقد بدأت الرموز التعبيرية تظهر في المحاكم الأمريكية كأحد أدلة الإدانة بارتكاب جرم بين عامي ٢٠٠٤ م- ٢٠١٩ م، حيث ظهر ما يقارب ٣٠٪ من هذه القضايا في عام ٢٠١٨م، وهذه الجرائم تنوعت ما بين استخدام هذه الرموز في التهديدات الإجرامية أو الاستمالة عبر الانترنت^(١١)، على سبيل المثال عندما قام الصحفي "Fletcher Bab" بإجراء ونشر تحقيق صحفي باستخدام منصة انستقرام حول السوق السوداء لبيع المخدرات تلقى الصحفي ردا من أحد تجار المخدرات يتضمن رمز "مسدس" 🖱️ مما فسره البعض بأنه تهديد بالقتل^(١٢).

كما أنه في عام ٢٠١٦م أرسل شاب فرنسي رسالة إلى صديقه السابقة مصحوبة برمز البندقية^(١٣)، وبناء على ذلك أتهم هذا الشاب بجريمة التهديد بموجب المادة ١٧-٢٢٢ من النظام الفرنسي. وقد تكون هذه الحوادث إحدى العوامل التي أجبرت المنصات التقنية على استبدال الرموز التي تشير إلى العنف برمز أخرى أكثر أمنا وأقل عنفا مثل المسدس المائي 🚰.

لكن حتى بعد هذا الاستبدال مازالت الرموز تشكل خطرا كبيرا وبيئة خصبة لارتكاب الجرائم الإلكترونية حتى دون استخدام النص! ففي مقاطعة سبارتنبورغ "Spartanburg County"

^(١١) المصدر: <https://www.theverge.com/2019/2/18/18225231/emoji-emoticon-court-case-reference>

^(١٢) المصدر: https://www.vice.com/en_us/article/ganbr/lean-on-me

^(١٣) المصدر: www.telegraph.co.uk/news/2016/03/31/frenchman-jailed-for-three-months-for-sending-ex-girlfriend-gun-

في الولايات المتحدة الأمريكية تم القبض على مجموعة من الجناة بعد نشرهم لمجموع من الرموز في رسالة واحد تتضمن:



وهو ما فسر بأنهم سيعتدون على شخص بالضرب مما سيؤدي إلى نقله في سيارة اسعاف (McMahon and Kirley، ٢٠١٩م، ص٥٤)، كما أن هذه الرموز قد يستخدمها الضحايا للإشارة إلى أنهم في خطر! وذلك مثل ما فعل رئيس الإنترنت السابق "Meng Hongwei" عندما أرسل رمز (السكين) إلى هاتف زوجته في وقت اختفائه محاولاً أخبارها بأنه في مأزق^(١٤).

وبما أن الجريمة التي ترتكب باستخدام الرموز التعبيرية تقع في البيئة الإعلامية الرقمية عادة؛ فهي تأخذ خصائص الجريمة الاتصالية وهي:

١. هذه الجرائم لا تعرف الحدود بين الدول والقارات.
٢. الوسائل الرقمية وسيلة لارتكابها أو موضوعاً لها.
٣. صعوبة اكتشاف هذا النوع من الجرائم وإثباتها.
٤. جرائم سريعة في العادة، كونها ترتكب بوسائل ذات طابع تقني (محمود وكاظم، ٢٠١٥م).

وقد بلغ عدد الجرائم الإلكترونية في المملكة العربية السعودية خلال الأعوام (١٤٣٥- ١٤٣٧هـ) ١٥١٣ جريمة^{١٥}، لكن الباحث لم يجد معلومة فيما إذا كان الاستخدام السلبي للرموز التعبيرية إحدى تلك الجرائم.

^(١٤) خبر صحفي نشر في NPR: <https://www.npr.org/2019/03/27/707119539/china-will-prosecute-former-interpol-leader-on-bribery-charges>

^{١٥} خبر صحفي نشر في صحيفة الوطن: <https://wtn.sa/a/372826>

الرموز التعبيرية كأداة للتسويق



ابتكرت الرموز التعبيرية بهدف التعبير عن مشاعر مستخدمي المنصات الإلكترونية وعلى الرغم من ذلك أصبحنا نرى هذه الرموز في واقعنا! وكأن هذه الرموز انتقلت من الشاشة الافتراضية إلى عالمنا الحقيقي (Wagner وآخرون، ٢٠٢٠، ص ٣٠٩) ففي كل عام تزداد الحملات الإعلانية باستخدام الرموز التعبيرية بنسبة ٧٧٪، وقد تجاوز نمو استخدام هذه الرموز في عام ٢٠١٦م أكثر من ٢٠٪ ولا يزال هذا الرقم في ازدياد حتى وقتنا الحاضر (Yakin and Eru، ٢٠١٩م، ص ٨٨).

مما يعني أن وسائل التواصل الاجتماعي أصبحت اليوم سوقا للشركات والمسوقين فقد اتاحت هذه الوسائل للشركات مشاركة الرسائل الإعلانية في الوقت المناسب وبشكل مباشر، كما أنها وفرت لهذه الشركات الاتصال بالمستهلكين بتكلفة منخفضة نسبيًا وبكفاءة أعلى من الوسائل التقليدية (Kaplan and Haenlein, 2010). لذلك أصبحت الرموز التعبيرية إحدى أدوات التسويق الهامة لما تتميز به من خصائص فريدة مثل شيوعها بين المستخدمين وسهولة فهم الرسالة مما جعلها في مقدمة استراتيجيات التسويق الرقمي.

وقد بينت الدراسات التسويقية أن هنالك عدة أهداف من استخدام الرموز التعبيرية في الحملات التسويقية-منها على سبيل المثال - زيادة مشاركة العملاء وكسب ولائهم ومن أبرز الأمثلة على ذلك عندما قامت شركة دوف " Dove " بتصميم حملة إعلانية تسمح للعملاء بمشاركة إيموجي ذات شعر مجعد "curly" من خلال الهاشتاق "loveyourcurls"^(١٦).

كما أنه في عام ٢٠١٦م قامت شركة دومينو بيزا " Domino's Pizza " بابتكار خدمة جديدة يستطيع من خلالها العملاء طلب بيتزا من خلال مشاركة رمز البيتزا في حساب الشركة

^(١٦) المصدر: <https://shortyawards.com/8th/dove-hair-love-your-curls-emoji-keyboard>

على المنصة الاجتماعية تويتر (جاب الله، ٢٠١٩م، ص٤٩٨)، حتى أن هذه الشركة مازلت تستخدم هذا الرمز في رسائلها الدعائية التي ترسلها للعملاء باستخدام البريد الإلكتروني.

يضاف إلى ذلك استخدام هذه الرموز في الحملات الإعلامية بهدف زيادة الوعي في قضية اجتماعية معنية، فالمنظمة الأمريكية بيتا^(١٧) "Peta" على سبيل المثال استخدمت الرموز التعبيرية لتوضيح القسوة التي ينتهجها البشر في التعامل مع الحيوانات.

وقد بينت الدراسات أن هنالك ثلاث أنواع من الرموز يمكن استخدامها كأدوات في صناعة الأفكار التسويقية (Noh، ٢٠١٨م، ص٤٨):

النوع الأول: الرموز الخاصة باتحاد يونيكود "Unicode": وهي منظمة غير ربحية، لديها مجموعة من الرموز الموحدة ومتاحة في جميع البرامج.

النوع الثاني: الرموز التعبيرية المخصصة "Custom emojis": التي يتم تطويرها عادة بواسطة العلامات التجارية والتي تكون متاحة للمستخدمين كملصقات.

النوع الثالث: الملصقات "Sticker": التي تعمل كصور يتم إرسالها في رسالة تسويقية عادة لا تتضمن أي حروف ابجدية.

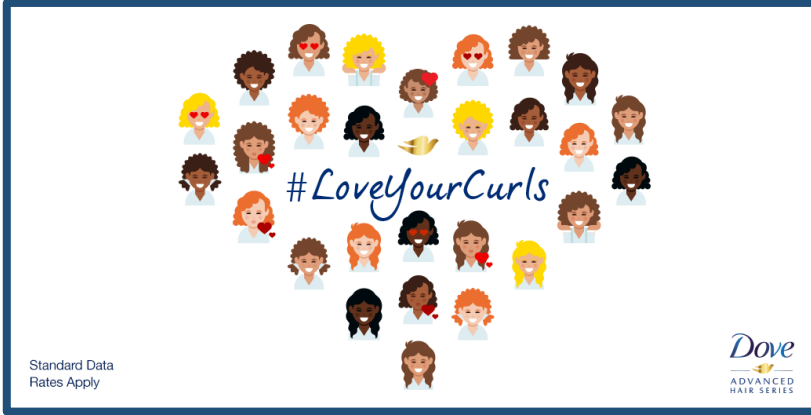
كما أن هنالك عدة شروط يجب الأخذ بها عند التفكير في استخدام الرموز التعبيرية في أي حملة إعلانية، وهي:

١. يتعين على الشركات استخدام الرموز التعبيرية في الوقت المناسب مع المحتوى الصحيح.

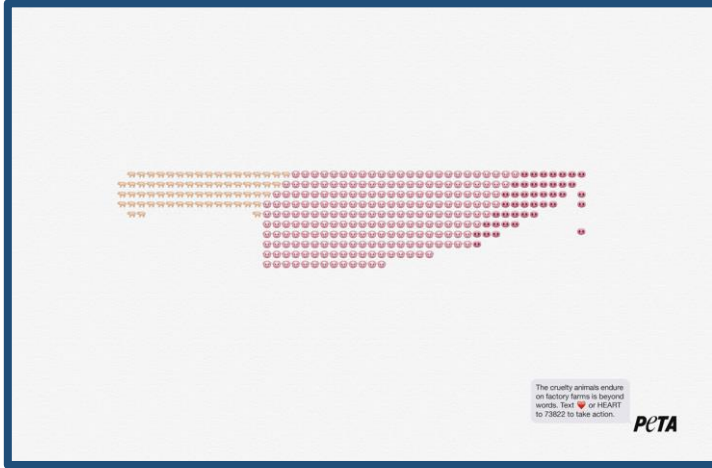
٢. يجب على الشركات ابتكار قصة في محتواها الإعلاني وعدم الاعتماد على الإيموجي في جميع الإعلان.

٣. كما يجب عليها استخدام الرموز التعبيرية في الإعلان في حال كان استخدام هذه الرموز مفيد وذا صلة في موضوع حملتها الرقمية (Yakin and Eru, ٢٠١٩م، ص٩٦).

الرموز التعبيرية التي قامت شركة Dove بتصميمها ومشاركتها مع العملاء



الرسالة الإعلامية التي صممتها Peta باستخدام الرموز التعبيرية



الرموز التعبيرية وأمن المعلومات



في عام ٢٠١٥م اقترحت إحدى الشركات رمز مرور مبني على الرموز التعبيرية حتى يتم استخدامه في الحسابات الشخصية لعملاء البنوك المصرفية والفكرة الأساسية الكامنة وراء هذه الاقتراح هو أن المستخدم يختار مجموعة من الرموز التعبيرية التي تتاح أمامه، ثم يستخدمها فيما بعد للمصادقة! (Bochum، ٢٠٢٠م، ص١)، ويقول أحد المختصين أن ٦٤٪ من جيل الألفية يتواصلون بانتظام باستخدام الرموز التعبيرية فقط، لذلك قررنا إعادة اختراع رمز المرور لجيل جديد من خلال تطوير أول تقنية أمان رموز تعبيرية في العالم^(١٨).

وعادة ما يستخدم الأشخاص كلمات مرور نصية للمحافظة على أمان أجهزتهم أو مقتنياتهم الإلكترونية لكن هذه الكلمات تتضمن الكثير من العيوب الأمنية منها ما ذكره (AI-Husainy، ٢٠١٥م، ص١٥٤).

١. من السهل للمهاجمين تخمين كلمات المرور البسيطة والسهلة.
٢. قد يواجه المستخدم بعض الصعوبات في تذكر كلمات المرور القوية التي وضعها هو بنفسه.
٣. أن المخترقين أو المهاجمين عادة ما يستخدمون أكبر المجموعات الممكنة من الأحرف لتخمين كلمة السر.
٤. مساحة الاحرف المتاحة لإعداد كلمة السر في أجهزة الحاسوب (ASCII) محدودة في ٦٤ حرفاً.

وفي دراسة أجرتها الباحثة (Malih، ٢٠١٥م)، توصلت إلى أن أهم مزايا استخدام الرموز التعبيرية هي:

١. استخدام الرموز التعبيرية "Emoji" في كتابة كلمة المرور يساعد المستخدمين على استخدام أحدث التكنولوجيا وأكثرها شيوعا في معظم الهواتف المحمولة والأجهزة الحاسوبية.
 ٢. استخدام الرموز التعبيرية يجعل كلمة المرور الجديدة أقوى ويصعب تخمينها من المهاجمين من خلال زيادة نطاق الرموز في كلمة المرور.
 ٣. استخدام الرموز التعبيرية يجعل كلمة المرور أسهل للتذكر ويتيح للمستخدمين استخدام هذه الكلمة بطريقة أكثر أمنا.
- وعلى الرغم من كل هذه المزايا إلا أن العديد من المنصات والخدمات لا تزال تمنع استخدام الرموز التعبيرية في إعداد كلمات المرور، فقد حاول الباحث استخدام هذه الرموز في العديد من المنصات الاجتماعية إلا أنها لم تقبل ذلك.

دراسات تناولت الرموز التعبيرية



استعرض الباحث مجموعة من الدراسات التي تناولت واقع استخدام الرموز التعبيرية في البيئة الإعلامية الرقمية، وهي على النحو الآتي:

سعت دراسة (Kariryaa وآخرون، ٢٠٢٠م) إلى التعرف على دور الرموز التعبيرية التي تأخذ شكل أعلام الدول في التواصل السياسي عبر الانترنت من خلال تحليل ٦٧٦، ٦٤٠ تغريدة لأهم الأحزاب السياسية وأعضاء البرلمان في ألمانيا والولايات المتحدة، وقد توصلت الدراسة إلى أنه في كثير من الأحيان يتم استخدام هذ الرموز وفقًا للإيديولوجية السياسية، حيث أظهرت النتائج أن استخدام رموز الأعلام أعلى بكثير لدى أعضاء البرلمان الألماني بغض النظر عن ميولهم الحزبية، أما في الولايات المتحدة فأعضاء الحزب الجمهوري يستخدمون هذا الرمز بنسبة أعلى من أعضاء الحزب الديموقراطي.

وأجرى (Tigwell وآخرون، ٢٠٢٠م) دراسة هدفت إلى معرفة التحديات التي تواجه ضعاف البصر^(١٩) في التعامل مع الرموز التعبيرية من خلال إجراء بحث على عينة قوامها ٥٨ شخص باستخدام الاستبيان كأداة للدراسة، وكذلك إجراء مقابلة مع ١١ شخص آخرين، وقد توصل الباحث إلى أن ضعاف البصر يواجهون عدة تحديات في استخدام الإيموجي منها سوء الفهم كأكثر التحديات شيوعاً.

وهدف دراسة (Wirza وآخرون، ٢٠١٩م) إلى معرفة مدى وجود فروقات في استخدام الرموز التعبيرية بين الجنسين (ذكور أناث) من خلال تطبيق الدراسة على عينه قوامها ٤٠ شخص بالاعتماد على المنهج المختلط (mixed-method)، وقد توصلت الدراسة إلى أن هنالك بعض الاختلافات في طريقة استخدام الرموز باختلاف الجنس، لكن كلا الجنسين اتفقوا في الدراسة بأنهم يستخدمون الرموز التعبيرية بهدف تقوية معنى رسائلهم.

^(١٩) ضعيف البصر بحسب الباحث هو: التكليف، ضعيف النظر، العريض المصاب بخلل في رؤية الألوان.

وحاولت دراسة (Butterworth وآخرون، ٢٠١٩م) إلى معرفة مدى تأثير نوع "الجنس في تفسير الرموز التعبيرية من خلال وضع مجموعة من الفرضيات العلمية بالاعتماد على منهج المسح، وبعد تطبيق الدراسة على عينة قوامها ٨٠ طالبا، توصلت الدراسة إلى أن تفسير الناس للرموز لا يتأثر بنوع جنس المرسل فقط بل يتعدا ذلك إلى نوع الرمز المستخدم، مما يؤكد على ضرورة التفكير في كيفية اختيار الرموز التعبيرية لأنها تعد عنصرا مهما يمكن أن يؤثر على مدى قبول الرسالة لدى الطرف الآخر.

وسعت دراسة (Feng، ٢٠١٩م) إلى معرفة إيجابيات وسلبيات استخدام الرموز التعبيرية في مواقع التواصل الاجتماعي من خلال تطبيق الدراسة على عينة قوامها ١٠٠ شخص من مستخدمي برنامج Wechat، بحيث يقوم كل شخص من هؤلاء بعرض الرموز التعبيرية التي استخدمها مؤخرا في محادثاته ثم يقوم باختيار رقم ١ - ١٠ حددها الباحث بحيث ١ يعبر عن المشاعر السلبية و ١٠ يعبر عن المشاعر الإيجابية، وقد توصلت الدراسة أن الرموز التعبيرية هي أقرب لتكون معبرة على الأمور الإيجابية الخاصة بالناس أكثر من الأمور السلبية.

وهدف دراسة (Santhanam وآخرون، ٢٠١٩م) إلى معرفة كيفية استخدام الأفراد للرموز التعبيرية بهدف التضامن في الازمات والكوارث، وقد قام الباحثين باختيار نوعين من هذه الاحداث الأولى إعصار إيرما "Hurricane Irma" والثانية هجمات باريس ٢٠١٥ "November 2015 Paris attacks" حيث قام الباحثون بجمع أكثر من ٢ مليون تغريدة في الفترة من ١٣ نوفمبر ٢٠١٥ إلى ١٧ نوفمبر ٢٠١٥ تتضمن كلمة "باريس" باستخدام خدمة " Twitter GNIP4"، كما قاموا بجمع التغريدات التي تتضمن كلمة "irma" بدءاً من الوقت الذي أصبحت فيه العاصفة شديدة وهو ما يوافق (٦ سبتمبر ٢٠١٧) وحتى أصبحت العاصفة ضعيفة وهو ما يوافق ١٢ سبتمبر ٢٠١٧، وقد توصلت الدراسة أن الرموز التعبيرية الإيجابية والمتعاطفة مع هذه الأحداث لها حضور ثابت على مدار أيام الأسبوع أما السبيلة فتصبح قليلة مع مرور الوقت.

وسعت دراسة (عيشة، ٢٠١٩م) إلى دراسة مظاهر الهوية التي تتجلى باللغة العربية باعتبارها تواجه تهديدات عديدة أهمها الممارسات اللغوية في البيئة الإعلامية الرقمية، وقد

قام الباحث بتقديم قراءة عامة حول لغة الإيموجي، وفي ختام الدراسة بين الباحث أن استخدام الرموز التعبيرية دون حاجة ينفي لغتنا، كما أن استخدامها ينعكس على تعطيل العقل باعتباره المصدر الأساسي لإنتاج اللغة.

وحاولت دراسة (Onursoy، ٢٠١٨م) التعرف على طريقة استخدام الإيموجي من خلال تطبيق الدراسة على عينه قوامها ١٦ شخصا (١٠ إناث و ٦ ذكور) بالاعتماد على المنهج النوعي، حيث قامت الباحثة بإجراء مقابلة بشكل فردي مع كل مشارك ثم قامت بفحص قوائم الرموز التعبيرية بعد موافقة افراد العينة. وقد توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها أن استخدام الإيموجي قد يتسبب في إعاقة تقديم وضعف المفردات ومشاركة العواطف الكاذبة.

التعليق على الدراسات السابقة:

يتضح من الدراسات التي استعرضها الباحث بأن هنالك تنوع كبير في الدراسات الأجنبية من ناحية الموضوعات والمناهج العلمية التي استخدمت لدراسة الموضوعات الخاصة بالرموز التعبيرية، اما الدراسات العربية فيغلب عليها التركيز على الجانب اللغوي لاستخدام هذه الرموز والنظرة "السلبية" في الغالب لهذا الاستخدام، وقد استفاد الباحث من هذه الدراسات في إثراء محاور الدراسة بالمعلومات الهامة كما أنه استفاد منها في استشراف مستقبل استخدام الرموز التعبيرية في البيئة الإعلامية الرقمية.

نتائج الدراسة



بعد أن قام الباحث باستعراض العديد من الدراسات والمراجع العلمية التي تناولت الرموز التعبيرية، توصل إلى النتائج الآتية:

1. هنالك اهتمام كبير في موضوع الرموز التعبيرية في الدراسات الأجنبية، فقد اطلع الباحث على مجموعة كبيرة من هذه الدراسات ووجد أنها متميزة جدا في المنهجية ومتنوعة كثيرا في المحاور التي تناولتها وبينت تأثيرها.
2. على الجانب الآخر هنالك ضعف كبير في تناول موضوع الرموز التعبيرية في الدراسات العربية، فعلى الرغم من قلة الدراسات العربية إلا أنها أيضا تركز على جانب واحد فقط، ألا وهو الجانب اللغوي، وتهمل بقية الجوانب العلمية.
3. يرى الباحث أن استخدام الرموز التعبيرية سيزداد مستقبلا؛ نظرا لأن المنصات الإعلامية الرقمية تتجدد وتتطور يوما بعض يوم.
4. كما يعتقد الباحث بأن الجهات السيادية والقانونية ستبدأ بسن القوانين التي تشرح وتفسر طريقة استخدام الرموز التعبيرية خاصة فيما يتعلق بإثبات الجرم، كون الواقع الافتراضي الذي نعيشه اليوم يحتم عليهم ذلك.
5. يتوقع الباحث بأن كافة المنصات الرقمية ستقوم بتوحيد أشكال وتصاميم الرموز التعبيرية حتى تكون أكثر قابلية للفهم والتفسير من كافة المستخدمين.
6. في المستقبل القريب سيتم تطوير رموز تعبيرية تتناسب مع المكفوفين وذوي الإعاقات البصرية وسيكونون قادرين على فهمها واستخدامها والتجاوب معها.
7. يرى الباحث بأن الرموز التعبيرية ستكون عنصرا هاما وفاعلا في كافة المجالات الإعلامية والفنية، وستظهر مستقبلا بعض الأفلام والمسلسلات التي تبني الحبكة الدرامية في قصتها على الرموز التعبيرية.

التوصيات



بناء على العرض السابق، يوصي الباحث بما يلي:

١. القيام بالمزيد من الأبحاث حول الرموز التعبيرية خاصة فيما يتعلق بطريقة استخدامها وتأثيرها على المجتمع لسعودي.
٢. عمل الدراسات التي تسعى لتفسير الأسباب الكامنة وراء تفضيل بعض الجماهير لألوان معينة عند استخدام الرموز التعبيرية مثل القلب الأزرق أو الأخضر وغيرها.
٣. على المهتمين في المجال السياسي والرياضي إجراء الدراسات التي تهدف لمعرفة أوقات استخدام الجماهير لأعلام الدول في المنصات الاجتماعية مع محاولة التعرف على نوعية المناسبات أو الأسباب التي تدفعهم لذلك.
٤. تطبيق بعض الدراسات على المكفوفين وذوي الإعاقات البصرية ومعرفة العوائق التي تواجههم في فهم الرموز ومحاولة ربطها ومقارنتها مع الدراسات التي نوقشت في هذه الدراسة.
٥. تشجيع رجال القانون على كتابة المقالات العلمية والأبحاث التي تتناول الرموز التعبيرية ودورها في الجريمة الاتصالية، لما له من فائدة كبرى قد تخفى على بعض المستخدمين.
٦. حث الأشخاص على توخي الحذر وعدم المبالغة في استخدام الرموز التعبيرية خاصة في حال اختلاف خلفيات المشاركين في عملية الاتصال، لأن تفسيرها قد يختلف من شخص لآخر.
٧. من المهم أن يتبنى اللغويين الفكرة الإيجابية عن استخدام الرموز التعبيرية كعنصر هام في تعزيز اللغة والمشاعر، وعدم مقارنتها "بالعربيزي" لأن الرموز ليست لغة هجينة بل مجموعة من الصور والرموز.

المراجع



١. جاب الله، رمزي. (٢٠١٧م). استخدام الإيموجي في مواقع الدردشة وأثره على اللغة العربية، المؤتمر الدولي للغة العربية والنص الأدبي ١٧-١٩ جمادى الأولى ١٤٣٨هـ، جامعة الملك خالد، السعودية، المجلد الثاني، ص ٤٨٧.
٢. ديابي، حنان طارق. (٢٠١٦م). أساليب البحث الاستشراقي في الحقل السوسولوجي، مجلة جامعة تشرين للبحوث والدراسات العلمية، العدد (٤)، ص ٤١١-٤٢٨.
٣. الشوابكة، محمد، (٢٠٠٤م)، جرائم الحاسوب والإنترنت الطبعة الأولى، الأردن: عمان، مكتبة دار الثقافة للنشر والتوزيع.
٤. شيباني، عبدالقادر فهميم. (٢٠١٨م). المحادثة الرقمية ومنطق الأهواء بحث في سيميائيات الكتابة الأيقونية، مجلة أيقونات: الجزائر، العدد (٤)، ص ١٥٣-١٦٥.
٥. الطائي، جعفر، (٢٠١٠م)، جرائم تكنولوجيا المعلومات رؤية جديدة للجرمة الحديثة، الطبعة الأولى، الأردن: عمان، دار البداية ناشرون.
٦. عيشة، عبدالكريم. (٢٠١٩م). إشكالية هوية اللغة في ظل الفضاءات الاتصالية الجديدة: قراءة في لغة الإيموجي، مجلة التدوين، العدد (١٢)، ص ١٠٨-٢٠٢.
٧. غراب، نجلاء مصطفى. (٢٠١٦م). سيميولوجيا الصورة المرئية وعلاقتها باللغة اللسانية، مجلة فتوحات، العدد (٣)، ص ١١-٣٦.
٨. غراي، عبدالسلام، وبرادي، نعيمة. (٢٠٢٠م). الرمز التصويري من الحقبة الميروغلفية إلى عصر الإيموجي - إختلاف اللغة ام انحدار التواصل - ، مجلة الممارسات اللغوية، المجلد ١١ / العدد ١، ص ٣٣١- ٣٥١.
٩. الفتلاوي، علي، وبالحاج، عويدات. (٢٠١٣م). نحو تصميم سوسولوجي للبحوث الاستشرافية المستقبلية، مجلة المنتدى الجامعي، العدد ٨، ص ١٣٠- ١٨١.
١٠. مالخ، رغدة. (٢٠١٥م). نظام مصادقة المستخدم باستخدام الصور التعبيرية، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة الشرق الأوسط، الأردن.
١١. المحمد، رفعت. (٢٠١٦م). الإيموجي هل تشكل لغة المستقبل؟، مجلة أفكار، العدد (٣)، ص ١٠٥-١٠٩.
١٢. منصور، محمد إبراهيم. (٢٠١٦م). توطين الدراسات المستقبلية في الثقافة العربية الأهمية والصعوبات والشروط، مصر: مكتبة الإسكندرية.
١٣. المهدي، مالك. (٢٠١٦م). مفهوم التنمية الاجتماعية: رؤية مستقبلية. مجلة الدراسات المستقبلية، ١٧ (١)، ١٦٠-١٧٨.
١٤. هيئة التحرير. (٢٠١٩م). إيموجي عندما لا تكفي الكلمات، مجلة فكر: مركز العبيكان للأبحاث والنشر، العدد (٢٤)، ص ١٤٢-١٤٣.

15. Alhusainy, M. (2015). Using Emoji Pictures to Strengthen the Immunity of Passwords Against Attackers. *European Scientific Journal*, edition vol.11, No.30 ISSN: 1857 – 7881 (Print) e – ISSN 1857- 7431
16. Butterworth, S. E., Giuliano, T. A., White, J., Cantu, L., & Fraser, K. C. (2019). Sender Gender Influences Emoji Interpretation in Text Messages. *Frontiers in Psychology*, 10. doi: 10.3389/fpsyg.2019.00784
17. Danesi, M. (2017). *The semiotics of emoji: the rise of visual language in the age of the Internet*. London: Bloomsbury Academic.
18. Eisner, B., Rocktäschel, T., Augenstein, I., Bosnjak, M., & Riedel, S. (2016). emoji2vec: Learning Emoji Representations from their Description. *Proceedings of The Fourth International Workshop on Natural Language Processing for Social Media*. doi: 10.18653/v1/w16-6208
19. Eru, O., & Yakın, V. (2019). Research On Determining Perceptions And Attitudes Towards Emoji Use In Digital Marketing Campaigns. *Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*. doi: 10.35379/cusosbil.613917
20. Golla, M., Detering, D., & Dürmut, M. (2017). EmojiAuth: Quantifying the Security of Emoji-based Authentication. *Proceedings 2017 Workshop on Usable Security*. doi: 10.14722/usec.2017.23024
21. Kariryaa, A., Rundé, S., Heuer, H., Jungherr, A., & Schöning, J. (2020). The Role of Flag Emoji in Online Political Communication. *Social Science Computer Review*, 089443932090908. doi: 10.1177/0894439320909085
22. Lin, F. (2019). Positive or negative: emoji usage in online social media. *Proceedings of the 4th International Conference on Humanities Science, Management and Education Technology (HSMET 2019)*. doi: 10.2991/hsmet-19.2019.95
23. Marilyn M. McMahon & Elizabeth A. Kirley, When Cute Becomes Criminal: Emoji, Threats and Online Grooming, 21 MINN. J.L. SCI. & TECH. 37 .(2019)
24. Mathews, S., Botwin, C., & Lee, S.-E. (2017). Fashion Brands Use of Emojis on Twitter: An Exploratory Study. doi: 10.31274/itaa_proceedings-180814-1803

25. Onursoy, S. (2018). Using Emojis: Self-Presentation and Different Meaning Creation Approaches. *Galatasaray Üniversitesi İletişim Dergisi*. doi: 10.16878/gsuilet.500954
26. Stark, L., & Crawford, K. (2015). The Conservatism of Emojis: Work, Affect, and Communication. *Social Media Society*, 1(2), 205630511560485. doi: 10.1177/2056305115604853
27. Tigwell, G. W., & Flatla, D. R. (2016). Oh thats what you meant! Proceedings of the 18th International Conference on Human-Computer Interaction with Mobile Devices and Services Adjunct - MobileHCI 16. doi: 10.1145/2957265.2961844
28. Wagner, A., Marusek, S., & Yu, W. (2020). Sarcasm, the smiling poop, and E-discourse aggressiveness: getting far too emotional with emojis. *Social Semiotics*, 30(3), 305-311. doi: 10.1080/10350330.2020.1731151
29. Wirza, Y., Nurbaeti, D. H., Hanifah, H., & Hanifah, H. (2020). The Difference in Emoji Usage Between Genders. Proceedings of the Twelfth Conference on Applied Linguistics (CONAPLIN 2019). doi: 10.2991/assehr.k.200406.047
30. Zhang, A. (2020). On the Popularity of Emoticons. *English Language Teaching and Linguistics Studies*, 2(2). doi: 10.22158/eltls.v2n2p1

هدفت الدراسة للتعرف على واقع استخدام الرموز التعبيرية في البيئة الإعلامية الرقمية بالاعتماد على المنهج الكيفي الاستشراقي من خلال التركيز على مجموعة من المحاور الهامة التي قام الباحث باختيارها بطريقة عمدية بعد الاطلاع على قائمة متنوعة من الدراسات والأبحاث، وقد توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها أن جميع المنصات الرقمية ستقوم بتوحيد تصاميم وأشكال الرموز التعبيرية لما لذلك من فائدة في تقليل أخطاء الفهم والاستيعاب التي قد يواجهها المستخدمين، كما أوصت الدراسة بضرورة إجراء المزيد من الدراسات حول طريقة تفسير وفهم الرموز من أطراف العلمية الاتصالية خاصة في حال اختلاف الجنس أو في حال كان أحد اطراف العملية الاتصالية من المكفوفين أو ذوي الإعاقات البصرية.

الباحث

✉ falanazi3@ksu.edu.sa

