جامعة أم البواقي
كلية العلوم الاجتماعية و الإنسانية
قسم العلوم الإنسانية
الملتقى الوطني حول
" الرموز التعبيرية في البيئة الرقمية –تحولات تواصلية و تحديات اتصالية –
12 ماي 2022

عنوان المداخلة :

الرموز التعبيرية الإيموجي كلغة عالمية للتواصل الإنساني في البيئة الرقمية - دراسة وصفية-

من إعداد

طالبة دكتوراه وسام بلهادي- جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية – قسنطينة-

الدكتورة .وهيبة بوزيفي كلية علوم الإعلام و الاتصال جامعة الجزائر 3

الملخص

تهدف هذه الورقة البحثية إلى إثارة قضية التطورات و التأثيرات المتلاحقة التي أحدثتها الثورة التكنولوجية (متمثلة خاصة في شبكة الانترنت و منصات التواصل الاجتماعي) على مستوى نمط الاتصال و التواصل الانساني الذي تحول من اتصال مواجهي مباشر لفظي إلى اتصال تفاعلي رمزي (غير لفظي) وسيطي قائم على الرموز التعبيرية " Emoji" ، إلى درجة اعتبر فيها بعض الباحثين بأن اختراع الانترنت أدخل البشرية إلى عالم البأبأة التكنولوجية الذي يتسم بفقدان الإبداع اللغوي .

و قد توصلت دراستنا التي اعتمدت على التحليل الوصفي الوثائقي الالكتروني إلى أن الإيموجي أصبحت لغة عالمية عام 2010 و الأكثر استخدما من قبل الأفراد في اتصالاتهم مع بعضهم البعض سواء عبر البريد الالكتروني أو شبكات التواصل الاجتماعي أو حتى رسائلهم عبر الهاتف المحمول ، حيث نحو 92 % من روّاد الانترنت على المستوى العالمي يستعملون الرموز التعبيرية في مراسلاتهم اليومية و يمتلكون 3019 رمزًا تعبيريًا مثبتًا على هواتفهم.

الكلمات المفتاحية : الرموز التعبيرية ، الأيقونات ، الصور ، البيئة الرقمية ، الاتصال التفاعلي الرقمي .

جامعة أم البواقي
كلية العلوم الاجتماعية و الإنسانية
قسم العلوم الإنسانية
الملتقى الوطني حول
" الرموز التعبيرية في البيئة الرقمية –تحولات تواصلية و تحديات اتصالية –
12 ماي 2022

مقدمة :

منذ أن تحولت شبكة الانترنت و في وقت وجيز إلى الوسيلة الاتصالية الأسرع نموا في تاريخ البشرية ، و عقبها بعد ذلك تطورات في خدماتها توجت بظهور تطبيقاتها للجيل الثاني (Web 2.0) التي أضفت بعدا آخر للاتصال الرقمي غلب عليه التفاعلية بين مستخدميها ، و هي تحت أنظار الباحثين و الأكاديميين تحظى باهتمامهم في دراساتهم و أوراقهم البحثية التي قدموها في مختلف المحافل الوطنية و الدولية .

و نحن بدورنا كان لنا نصيب من الدراسة و البحث في موضوع الانترنت و شبكات التواصل الاجتماعي و تأثيرها على طبيعة الاتصال الانساني في الفضاء الرقمي الذي غلبت عليه التفاعلية في التواصل و الاتصال بين الأفراد في بيئة رقمية جديدة ، فالكل يتشارك ، يتفاعل و يتبادل الافكار و يعبر عن أرائه و عواطفه بأشكال و صيغ مختلفة ، لكن القضية التي لفتت انتباهنا هو تلك اللغة الزاخرة بالاختصارات و الرموز التعبيرية (الايموجي) (Emoji) و التي انتشرت مع انتشار تطبيقات المحادثة الفورية و التعليقات في الواقع الافتراضي ، إلى أن أصبحت متداولة بصورة كبيرة بين مستخدمي شبكة الانترنت و منصاتها حول العالم .

و المتتبع للمجتمعات الافتراضية للاحظ حتما أن رموز الايموجي قد نالت حصة الأسد من عمليات الاتصال و التفاعل بين الأفراد فيها ، فبعدما كان يعتمد هؤلاء في تواصلهم على اللغة المكتوبة ، انتقلوا إلى اختصارها و تعويضها بالأحرف و الأرقام مثل : (LOL , b4 , MDR) لتعوض فيما بعد هذه اللغة المختزلة بالرموز التعبيرية التي طغت على محادثاتهم و تواصلهم يتم عبرها تبادل رموز و تفاهمات و مواصفات مشتركة فيما بينهم تسمح لهم بالتعبير عن حاجاتهم الاجتماعية و رغباتهم الفردية .

من هذا المنطلق جاءت فكرة هذه الدراسة الذي نحاول من خلاله تسليط الضوء على نمط الاتصال التفاعلي الرمزي القائم على الايموجي ، تلك الايقونات و الصور و الاشكال التي تنقسم إلى فئات مختلفة منها ما هو متعلق بالوجوه التعبيرية و الأشخاص و الأشياء ، و البعض الاخر بالحيوانات و الأنشطة و غيرها من الفئات .

و بناء على ما تقدم تتمحور اشكالية دراستنا في السؤال الرئيسي التالي :

كيف يبدو الاتصال التفاعلي القائم على الرموز التعبيرية (الايموجي " emoji ") في الفضاء الرقمي ؟ و لمعالجة هذه الاشكالية تم تفكيكها إلى التساؤلات التالية :

1- ما هي خصائص الرموز التعبيرية الايموجي ؟
2- ما هي الرموز التعبيرية الأكثر شعبية على تطبيقات و شبكات التواصل الاجتماعي ؟
3- إلى ماذا يرجع سبب اعتماد الأفراد في تواصلهم و تفاعلهم في الواقع الافتراضي على هذه الرموز التعبيرية ؟
4- كيف أثرت رموز الايموجي على اللغات المكتوبة ؟

1. طبيعة الاتصال التفاعلي الرمزي القائم على الرموز التعبيرية و الأيقونات " الايموجي":

يعتبر الاتصال " شرطا أساسيا لحدوث التفاعل الاجتماعي، فاتصال الفرد بالآخرين هو الذي يحدد طريقة تفاعله معهم. " كما أن الفرد يعيش في عالم من الرموز و المعارف المحيطة به ، و في كل موقف أو تفاعل اجتماعي يتأثر بها و يستخدمها يوميا و باستمرار و يتضح من ذلك أن الفرد يقوم باستخدام الرموز التي تحمل العديد من المعاني على صعيد الممارسة اليومية في حياته الاجتماعية للتعبير عن حاجاته الاجتماعية و رغباته الفردية . و من جهة أخرى يؤكد الباحثون على أهمية اللغة في التفاعل الاجتماعي و دور المعاني و الدلالات في تفسير السلوك و على قدرة الانسان على خلق و استخدام الرموز . [1]

و إذا ما حاولنا التعرف على طبيعة الاتصال في البيئة الاتصالية الجديدة لوجدنا أنه اتصال تفاعلي يسير في اتجاهين لا اتجاه واحد ، و يصفه البعض مثل Massey and Levy بالتفاعلية الشخصية أو التفاعلية البشرية (human interactivity) القائمة على فكرة " من مستخدم إلى مستخدم"، و التي تكون حسب الباحثة Stromer Galley أكثر أهمية من تفاعلية الوسيلة ، لأنها أقرب إلى إعادة تشكيل الاتصال المواجهي (وجها لوجه)، و تعرف التفاعلية البشرية بأنها اتصال بين اثنين أو أكثر من المستخدمين يحدث من خلال قناة اتصال مثل استخدام لوحة الرسائل ، أو استخدام روابط البريد الإلكتروني. [2]

و بدوره يرى الباحث عبد الوهاب رامي أن مقاربة التفاعلية مبدأ جوهري مهيكل للاتصال في الفضاء السبيري ، فما يطبع الشبكات الاجتماعية الرقمية بشكل أساس هو التفاعلية المتنوعة المتعددة الوسائط ، و التراكمية. و تتغير بموجب هذه التفاعلية أدوار الأشخاص من لحظة لأخرى حسب درجة نشاطهم وطبيعته، و يتصرفون ضمنها بوصفهم مرسلين ومستقبلين في نفس الوقت، كما في حالة الحديث اليومي العادي. و تحيل التفاعلية التراكمية كذلك على تعليقات الزوار ، أو ما يمكن تسميته ب " التعليق على التعليق ." [3]

و بالإضافة إلى الطبيعة التفاعلية للاتصال في الفضاء الرقمي نجده أيضا اتصال غير لفظي (رمزي) أي تغلب عليه الرموز التعبيرية (emoji) التي تشير إلى مجموعة من المعاني اختزلت لنا المشاعر مثلا في أيقونات منها ما يدل على الفرحة و الرضا ، و البعض الأخر على الحزن و غيرها من الرموز التي اتفق على استخدامها الافراد في محادثاتهم و اتصالاتهم و تواصلهم الإنساني في الواقع الافتراضي بديلا عن لغتهم المعيارية .

و في هذا الصدد صرح رئيس قواميس أكسفورد " كاسبر جراثول " ، في بيان له سنة 2015 عندما تم ادخال لأول مرة أحد الرموز التعبيرية في قائمة المصطلحات الجديدة لها " يمكنكم تصور كيف أن الحروف الأبجدية التقليدية تكافح لتلبية الطلب السريع و الذي يركز على العنصر البصري للتواصل في القرن الحادي والعشرون". و أضاف جراثول ، أنه " ليس من المستغرب أن تتصاعد الكتابة التصويرية ، مثل الرموز التعبيرية لسد تلك الثغرات .

و نتيجة لذلك أصبحت الرموز التعبيرية على نحو متزايد شكلاً ثرياً للتواصل، و بشكل يتجاوز الحدود اللغوية." [4]

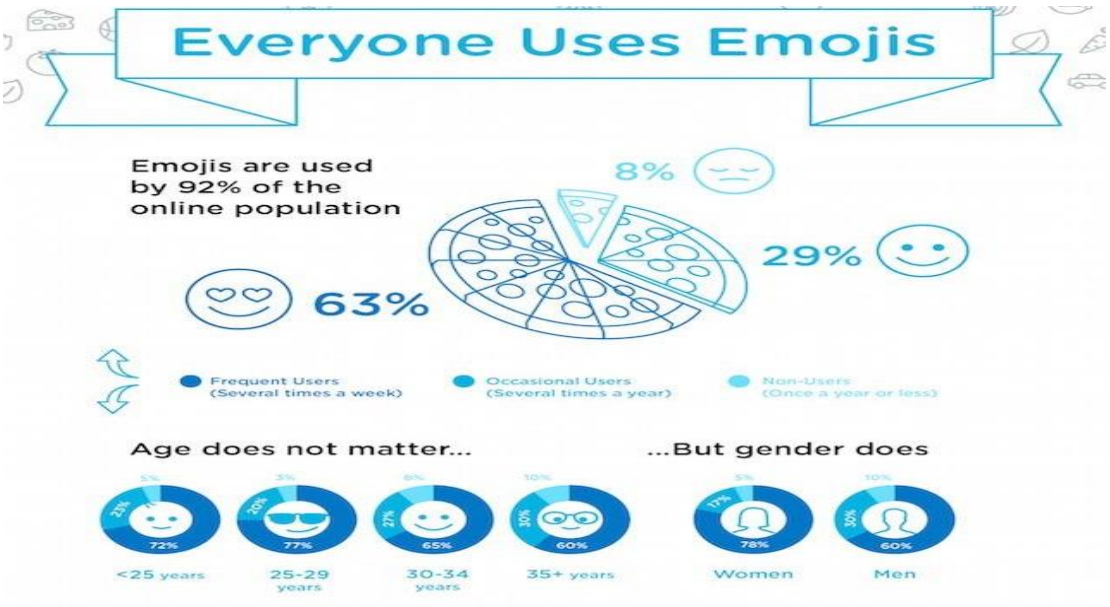
يذكر أن هوية الرمز التعبيري إيموجي (emoji) تعود إلى اليابان أين ظهر فيها عام 1998 ، و هو مصطلح مكوّن من كلمتين الأولى «e» و تعني صورة و الثانية «moji» و تعني رمز .(Onursoy , 2018 , p 282) و نظرا لانتشار الرموز التعبيرية كوسيط للاتصال و التواصل بين مستخدمي الانترنت و تطبيقاتها الجيدة تم اختيار 17 جويلية من كل عام كيوم عالمي للرموز التعبيرية الايموجي ، علما أنه بدأ أول مرة الاحتفال باليوم العالمى لهذه الرموز عام 2014 . [5]

و في عام 2015 أخذت الرموز التعبيرية منحنى دوليا آخر عندما أعلن قاموس أكسفورد عام 2015 عن كلمة العام و هي (Face with Tears of Joy) التي تعني " الوجه ذو دموع الفرح " أو " البكاء من شدة الفرح " كأفضل كلمة تعكس الشعور في ذلك العام ، متصدرة بذلك قائمتها السنوية للمصطلحات الجديدة . و هكذا تم اختيار و للمرة الأولى على الإطلاق رمزاً تعبيرياً لأكثر الكلمات المصطلحية استخداماً مقارنة بالرموز التعبيرية الأخرى.[6]

أما فيما يتعلق بالإحصائيات المرتبطة بعدد الرموز التعبيرية المتداولة و المعتمدة عالميا ، فقد أشار الموقع الالكتروني ستاتيستا (statista) إلى أن عددها في تزايد مستمر و لا يظهر أي مؤشر على تراجع شعبية الايموجي ، حيث وصل الى أكثر من 3000 رمز (3019) خلال سنة 2019 . [7]

و في إحصائية لمدى انتشار الرموز التعبيرية على موقع الفيسبوك اتضح أنه يتم إرسال ما يقرب من 5 مليارات رمز تعبيري يوميًا عبر تطبيق " الفيسبوك ماسنجر" ، و يتم التعليق بما يقرب من 60 مليون رمز تعبيري على موقع التواصل الاجتماعي " الفايسبوك ".[8] كما لدى الأفراد الآن 3019 رمزًا تعبيريًا مثبتًا على هواتفهم ، و في كل عام تتم إضافة 243 رسالة جديدة في المتوسط. [9]. و هي أرقام تدل على غلبة الاتصال الرمزي في الفضاء الرقمي.

الشكل رقم (1) انفوغرافيا حول استخدام رموز الايموجي في العالم خلال سنة 2015



المصدر : https://www.visualistan.com/2015/10/92-percent-of-online-consumers-use-emoji.html

يوضح الشكل أعلاه نسبة اقبال الأفراد على توظيف الرموز التعبيرية في اتصالهم و تواصلهم على شبكة الانترنت و مراسلاتهم اليومية ، و المقدرة بنحو 92 % من روّاد هذه الشبكة ، و كان لمتغير الجنس أثر في درجة الاستخدام ، حيث نجد النساء هن أكثر توظيفا لرموز الايموجي و بشكل متكرر و ذلك بنسبة 78 % ، في حين بلغت نسبة الرجال 60 % . و فيما يخص توظيف الايموجي في الاتصال الرقمي حسب متغير الفئة العمرية فنلاحظ أن الفئة العمرية بين 25 و 29 سنة تستخدم الرموز بنسبة 77 % ، تليها الفئة العمرية البالغة 25 سنة و التي تمثلها نسبة 72 % ، بعدها الأفراد الذين تتراوح أعمارهم بين 30 و 34 سنة بنسبة 65 % ، لتحتل الفئة العمرية التي تبلغ 35 سنة فما فوق المرتبة الاخيرة في استعمال الايموجي و ذلك بنسبة 60 % . [10]

2. خصائص الرموز التعبيرية الايموجي و أنواعها :

يعود سبب اهتمام القائمين على منصات التواصل الاجتماعي بإجراء تحديثات مستمرة حول رموزها التعبيرية (الايموجي) من جهة و تحولها من جهة أخرى إلى لغة عالمية اتصالية الأكثر توظيفا من قبل الأفراد في اتصالاتهم مع بعضهم البعض سواء عبر البريد الالكتروني أو شبكات التواصل الاجتماعي أو حتى رسائلهم عبر الهاتف المحمول إلى الخصائص التي تتميز بها نذكر منها : [11]

- ✓ تعتبر لغة عالمية في حد ذاتها تخطت الحواجز اللغوية و الثقافية.

- ✓ رموز تعبيرية تتخذ عدة اشكال و صور و سوم و تتوزع على مختلف الفئات : ضحكات ، حيوانات ، اشياء ، اطعمة ، البسة ...الخ .
- ✓ تعمل على تجسيد الأفكار و المشاعر و الأحاسيس ، الاماكن بواقعية .
- ✓ احيانا تعجز الكلمات عن الوصف ، و منه الرموز التعبيرية أكثر تعبيرا عن ما نريد ايصاله الى الآخرين .
- ✓ تنقل المعنى الذي تحمله الرسالة الاتصالية التي يريد المرسل ارسالها الى المستقبل و تؤكد عليه .
- ✓ تضفي سمات و ملامح تعبيرية على النص المكتوب .
- ✓ تتجاوز المعنى اللغوي المباشر .
- ✓ تخفف من حدة النص المقروء و بالتالي نختصر الوقت و الجهد في الاتصال و التواصل مع الطرف الاخر .
- ✓ تلعب دورا في فعالية الاتصال الرقمي، حيث كلما تفاهم الأفراد و اشتركوا في بناء المعاني التي تحملها هذه الرموز ازداد التفاعل بينهم.
- ✓ تتسم بالمرونة ، و الفورية ، و تغرس انطباعاً جميلاً.

الجدير بالذكر أن الرموز التعبيرية تصنف الى عدة فئات فنجد منها فئة الوجوه التعبيرية و الأشخاص ، فئة الحيوانات و الطبيعة ، فئة المشروبات و الأكل ، النشاطات ، السفر و الأماكن ، الأشياء ، فئة الرموز ، و فئة الرايات .

فعلى سبيل المثال عرضت مؤخرا شركة " ابل " قائمة تضم 117 من الرموز التعبيرية الجديدة التي ستصل إلى أجهزة مثل : iPhone و iPad و Mac وأجهزة Android وغيرها من الأجهزة في عام 2020 [12] ، و ذلك بعد اطلاقها في خريف 2019 أحدث التصميمات الخاصة بعدة فئات للرموز التعبيرية تشتمل هذه المجموعة من الرموز الجديدة على 59 رمزًا تشكل 75 تنوعًا إجماليًا عند أخذ خيارات التنوع الاجتماعي في الاعتبار ، و 230 خيارًا عند تضمين خيارات لون البشرة. الأمر الذي سيجلب المزيد من التنوع إلى لوحة المفاتيح من الأطعمة و الحيوانات و الأنشطة و الوجوه المبتسمة. [13]

و بالمقابل قامت العديد من شبكات التواصل الاجتماعي بإجراء تحديثات على منصاتها فيما يتعلق برموز الايموجي فمثلا موقع التدوين المصغر تويتر أضاف مجموعة من 178 رمزا تعبيريا جديدا على منصته بعد موافقة Unicode عليها في أكتوبر 2019 . [14] كما تمت إضافة 230 من الرموز التعبيرية الجديدة لعام 2019 إلى تطبيق الواتساب (WhatsApp for Android)، كجزء من أحدث إصدار من تطبيق المراسلة الشهير. [15] و فيما يلي جدول نبرز فيه نماذج عن كل فئة من هذه الرموز :

الجدول رقم (1) يمثل التصنيفات المختلفة للرموز التعبيرية (الايموجي) :

الفئة المصنفة	الرمز	المعنى الذي يحمله الرمز
وجوه تعبيرية		وجه مبتسم بفم مفتوح

وجوه تعبيرية		وجه تذوق طعم لذيذ لسان بارز مازح
أشخاص		فتاة محجبة
أماكن		منزل مع حديقة
حيوانات لا يسمع		وجه حيوان قرد
طبيعة		باقة ورد
رموز		قلب هدية
رموز		مئة نقطة
طعام		بيتزا
مشروبات		مشروب استوائي
رايات		راية العلم الجزائري
نشاطات		ركوب الخيل

المصدر : من اعداد الباحثة

الصورة رقم (1) قائمة الرموز التعبيرية الجديدة الأكثر شعبية لعام 2020:

و في هذا الإطار تقوم الموسوعة الإلكترونية الخاصة برموز الأيموجي و التي تحمل اسم (emojipedia) بتتبع و تحديث تعريفات الرموز التعبيرية ، حيث تتضمن جميع فئات الرموز التعبيرية من صور الضحكات و الاشخاص ، الحيوانات ، الأطعمة ، الأشياء ، و غيرها من الفئات. و أيضا تقدم تصنيفا لأكثر الرموز التعبيرية انتشارا و استخداما حول العالم، كما تمنح الموسوعة خدمة البحث في محتواها عن رموز الايموجي ، و تقدم خدمة نقل اخر الاخبار عن لغة الايموجي في مختلف دول العالم و على مختلف التطبيقات التي تبنت هذه اللغة و اضافتها في لوحة مفاتيحها و على منصاتها الرقمية .[16]

الجدول رقم (2) قائمة الرموز التعبيرية الأكثر توظيفا على موقع الفايسبوك و تطبيق الواتساب

الرموز التعبيرية الأكثر تداولا على الفايسبوك	الرموز التعبيرية الأكثر تداولا على الواتساب
🤷‍♀️	🤷‍♀️
❤️	❤️
🥺	🥺
😂	😂

الجدير بالذكر أنه في عام 2010 قطعت لغة الرموز التعبيرية خطوة كبيرة نحو تحولها للغة العالمية ؛ عندما اتفقت المنصات المختلفة على معايير توافق موحدة تجعل الرموز التعبيرية مقروءة فيما بينها ، و أصبحت أنظمة التشغيل المختلفة -مثل أندرويد وأجهزة آبل- قادرة على تبادل الإيموجي فيما بينها .[17]

و في هذا الصدد أطلقت الباحثة في لغات الانترنت و الاتصال الرمزي القائم على الصورليليان ستولك (LILIAN STOLK) موقع Emoji Voter و هو تطبيق على الويب يهدف إلى إسماع صوت مستخدمي الرموز التعبيرية لمنظمة Unicode و هي الجهة الرسمية التي تدير الرموز التعبيرية و المسؤولة عن اتخاذ القرارات بشأن الرموز التعبيرية الجديدة . و يُقدّم التطبيق رموز تعبيرية جديدة مُقترحة ، إلى جانب شرح مُوجز عن سبب اقتراحها ، من ثم يُتيح التصويت لكل رمز سواء بالموافقة أو الرفض . و يمكن لأي شخص تقديم اقتراح حول الرموز التعبيرية الجديدة ، من ثم يأتي دور منظمة Unicode في اتخاذ القرار ، و جاءت فكرة المشروع بهدف مشاركة الرأي العام في صنع القرار حول الرموز التعبيرية المستخدمة من قبلهم .[18]

3. أسباب تحول الاتصال التفاعلي الرقمي إلى اتصال قائم على رموز الايموجي :

إن التطورات المتلاحقة التي أحدثتها شبكة الانترنت و تطبيقاتها الخاصة بالجيل الثاني منها (Web 2.0) في مجال التواصل و الاتصال الانساني جعل العديد من الباحثين يهتمون بجدية في اجراء دراسات متعمقة حول هذه القضية و البحث في أسباب تحول مستخدمي الوسائط الاتصالية الجديدة الى توظيف الرموز التعبيرية في تفاعلهم داخل البيئة الرقمية .

فحسب الباحث دافيد كريستال فإن كلام الشبكة يعتبر وسيطا لغويا جديدا ، و أن من الآن فصاعدا لا بد أن نضيف بعدا آخرا للبحث المقارن : " اللغة المنطوقة في مقابل اللغة المكتوبة ، في مقابل لغة الإشارة ، في مقابل اللغة بواسطة الحاسوب،كلام شبكة الانترنت شيء جديد تماما ، فلا هو كتابة منطوقة ، و لا كلام مكتوب ، بل هو شيء مختلف اختلافا جذريا عن الكتابة والكلام ، إذن فهو باختصار وسيط رابع.[19]

فالعالم يتجه نحو لغة أقل أدبا و أكثر التصاقا بالشفاهية ، تقصر فيها الجمل كثيرا و تضمر المفردات إلى البساطة التي تقربها من الصور ، فالشبكات الدولية تفرض على الكلمات التخلي عن سلطتها و جديتها لتعميم السهولة في التلفظ و النقل ، و لا هم معاصر في اللغة سوى هم الاتصال. [20]

و في ذات السياق يقول السيد يسين أنه من بين سمات الإنسان الفضائي الجديد الذي سينخلق نتيجة التعامل المستمر مع شبكة الانترنت ، استخدامه للغة بطريقة مختلفة عن السابق ، و قد يساعد في كثير من الحالات على خلق لغة جديدة تقوم على التركيز ، و استخدام علامات لغوية جديدة. [21]

و من جهته يفسر الباحث ناظم السيد هذه الظاهرة بقوله " في البداية نحن أمام تشكلات بصرية جديدة للكلمات ... يفترضها عالم الانترنت الذي يغيب السمع (أي الصوت)، و يستبدله باستبداد بصري للكلمات ، ببساطة ، إن من يحادث شخصا آخر في الانترنت فإنما يحادثه عبر لغة مكتوبة لا شفهية ، لهذا تأخذ الكلمات أبعادا بصرية ، لكن غياب الأذن هنا يتم تعويضه بالإملاء الجديد ، أي بكتابة الكلمات صوتيا (إننا نكتب كما نسمع و ليس كما تمليه علينا شروط الإملاء و قواعد النحو)، و بمعني آخر ، نحن نوكل مهمة اللسان والأذن لليدين (على لوحة المفاتيح) و العين ، لكن الشكل البصري للغة لا يقتصر علي اللعب بالأحرف ، إن من يستخدم الانترنت للمحادثة يكون مرهونا دائما بالزمن لاختزال الكلمات و التعابير. [22]

و في ذات السياق يقول (Alain Bentolila) " إن الممارسات اللغوية المكتوبة لشبابنا اليوم أصبحت مختلفة عما كانت عليه ، إنها كتابة عصر السرعة ، إنها كتابة مختصرة و التي يريد مستعملها أن تكون رموزها مفهومة من طرف المستقبل فقط ، في حين يفترض أن تكون اللغة المكتوبة مفهومة لدى الجميع على نقيض اللغة المنطوقة ، التي قد لا يفهمها الجميع والتي تختلف من منطقة لأخرى و أصبحت هذه الممارسات اللغوية الجديدة تخص جميع الشرائح الاجتماعية . [23]

و بدوره فسر الدكتور علي صلاح محمود العربي" لجوء الشباب إلى الرموز التعبيرية بوجود شعور بالاغتراب لديهم يدفعهم للتمرد على النظام الاجتماعي و تكوين عالمهم الخاص بعيدا عن قيود الآباء ، لذلك ابتدعوا لونا جديدا من الثقافة و ألفوا هذه اللغة كقناع في مواجهة الآخرين لا يستطيع أحد فك رموزها غيرهم. [24]

و يعتقد الدكتور غسان مراد أنه مع التطور التقني الحديث بات الأمر في حاجة إلى إشارات حديثة تساعد على تمثيل المعرفة التي يعبر جيل الشباب من خلالها ، بحيث يعيد المزج ما بين الكتابة الصورية التي تترجم المفهوم مباشرة و بين الكتابة الرمزية أي الأحرف الأبجدية .[25]

و يذهب عالم اللغة الألمانية شلوبنسكي من جامعة لايبنز، إلى أبعد من ذلك بتفسير لجوء مستخدمي الفايسبوك إلى السعي وراء استخدام الرموز التعبيرية بدل الحروف إلى الرغبة في "الاقتصاد اللغوي " (Economie langagière) فالمستخدم يفضل طباعة رمز يعبر عن حالته النفسية ، أو ما يود قوله عوض طباعة الكثير من الأحرف . [26]

و من جهتهم يؤكد عدد كبير من الشباب المستخدمين لتلك الرموز في كتابة الرسائل القصيرة أو عبر المحادثات على الانترنت أنها أصبحت ضرورية لتبقيها على تواصل بسرعة

مع الأصدقاء ، كما أن استخدامهم لها ليس لأنها طريقة سهلة بل لأنهم اعتادوا على استخدامها على رغم أنها تحتاج إلى معرفة رموز جديدة. [27]

و في دراسة غربية اعدت عام 2015 حول أسباب اللجوء الى استعمال الرموز التعبيرية الايموجي بصورة متكررة أثناء الاتصال و التواصل الرقمي ، كانت اجابات المبحوثين أنها تساهم في بناء علاقات شخصية على الانترنت ، كما تساعدهم على التعبير عما يريدون قوله ، بالإضافة الى سهولة استخدامها ، و في نظر البعض منهم هي الوسيلة الاكثر فعالية في الاتصال و التفاعل فيما بين الاصدقاء داخل المجتمعات الافتراضية . [28]

4. تأثير الرموز التعبيرية على الاتصال الانساني و لغات العالم :

وصف الباحث دافيد كريستال الانترنت بالثورة اللغوية التي ستكون فيها اللغة قضية محورية فى قلب هذه الثورة الاجتماعية للانترنت و من ثم فقد حان الوقت للبحث حول دور اللغة في الانترنت و انعكاسات الانترنت على اللغة ، حيث من الواضح و الجلى في السنوات الأخيرة أن الانترنت بات يغير الأشكال و الصيغ التقليدية للكتابة و السرد ، بل تجاوز الأمر إلى تساؤل الباحث ديفيد كريستال في بداية كتابه " اللغة و الانترنت " العديد من التساؤلات منها: هل تؤدي المعايير المتساهلة للبريد الإلكتروني إلى نهاية الكتابة و الهجاء كما نعرفهما ؟ و هل يبدأ مع اختراع الانترنت حقبة جديدة من البأبأة التكنولوجية وهل سيتم فقدان الإبداع اللغوي؟ [29]

و في هذا الصدد أبدى العديد من الباحثين مخاوفهم حول تأثير الرموز التعبيرية على اللغة ، كون غياب القواعد و النحو عنها و محدودية دلالاتها التعبيرية و افتقارها إلى الأزمنة و حروف الجر مثلاً يجعلانها تفتقر لوظائف اللغة الأساسية التي تسمح بالتواصل العميق و المركب بين البشر ، كما أنها قد تساهم في إضعاف قدرة الكلمات على التعبير أحياناً عن الشك و الغموض . [30] بالإضافة إلى أنها قد تعمل هذه الاختصارات اللغوية على " تفقير اللغة المستعملة " (appauvrissement du langage courant) و بالتالي يحدث عجز في القدرة على الاصطلاح (capacité a conceptualiser) و التفكير الحر. [31]

و في ذات السياق بينت دراسة شملت استطلاع آراء ألفي بريطاني (2000 مواطن) ، تراوحت أعمارهم بين 16 و 65 عاما ، أن 94 % منهم ، يعتقدون بتراجع مستواهم في الاستخدام الصحيح للغة الإنجليزية ، بينما أشار 4 من بين 5 أشخاص من الشباب إلى أنهم يعانون من تدهور في لغتهم أيضا. و هذا بسبب اعتماده بشكل دائم و مستمر على الرموز التعبيرية في مراسلاتهم و محادثاتهم على شبكة الانترنت. و أوضحت الدراسة أيضا ، أن أكثر من نصف البريطانيين البالغين ، غير واثقين من تمكنهم ، من قواعد اللغة والإملاء الصحيحة . [32]

كما أشارت دراسة الى أن 46 ٪ من الفرنسيين يخشون من أن الرموز التعبيرية تهدد إتقان اللغة من قبل أجيال المستقبل ، في حين تعتقد نسبة 43 ٪ منهم أنها ستفقر اللغة الفرنسية. [33]

يذكر أن مخاوف الباحثين حول تأثير الايموجي على اللغات تجاوزت الى حد التخوف من انقراض اللغة المكتوبة يوما ما ، و هذا الخوف على اللغة له خلفيات عدة كان أولها عندما اعتبر " قاموس أوكسفورد" في 2015 الرمز الضاحك " كلمة العام " ، و في العام ذاته ، دخل كتاب "إيموجي ديك" و هو ترجمة الرموز التعبيرية لرواية موبي ديك مكتبة الكونغرس و اعتبر الأول من نوعه ، في ما بعد ترجمت 4 مسرحيات لوليام شكسبير بشكل رسائل نصية تضمنتها الـ "إيموجي" أيضاً بعناوين هي Yolo Juliette :و Srsly Hamlet و Machbeth ، #KillingIt و A Midsummer Night، #NoFilter بالإضافة إلى " أليس في بلاد العجائب" و " حول العالم في ثمانين يوماً ."

الأمر لم يقتصر على الأدب فحسب لأن أثر لغة الـ "إيموجي" أصبح في كل مكان ، الإعلانات التجارية الضخمة باتت تختار كتابة علاماتها التجارية على هذا النحو. وكالة "شيفروليه" للسيارات أصدرت بياناً صحافياً كاملاً مكتوباً برموز تعبيرية، و المصارف تدرس إمكانية أن تصبح كلمات سر المستخدمين عبارة عن رموز "إيموجي " بدلاً من الأرقام.[34]

و من جهة أخرى كان للرموز التعبيرية تأثير على التواصل الانساني الرقمي ، فرغم أنها أصبحت نوعًا من الإضافة العالمية المشتركة لجميع اللغات ، و مع ذلك تبقى غير فعالة بشكل مستقل دون لغة حاوية لها ، على الأقل حتى الآن ، حيث أظهرت الأبحاث أن الرموز التعبيرية يساء فهمها كثيرا ، و في بعض الحالات يرتبط سوء الفهم بكيفية تفسير المشاعر في سياقها الثقافي ؛ فعندما يختار المرسل رمزا تعبيريا ، فإنه يفكر فيه بطريقة معينة ، لكن المستقبل قد لا يفكر بالطريقة نفسها التي في ذهن المرسل.

كما أن بعض التطبيقات و المنصات الأخرى فيسبوك و تويتر و واتساب تترجم الرموز التعبيرية بطريقة مختلفة ، رغم أن نظام الكود الموحد الذي تستخدمه هذه المنصات يستخدم رسوما موحدة كما أن الثقافات المختلفة تستخدم الرموز التعبيرية بطريقة غير متشابهة ؛ فمثلاً يستخدم بعض المسلمين رمزا للدعاء ويُستخدم نفسه للدلالة على الشكر في الثقافة اليابانية. و هو ما قد يعني خللاً في التواصل والتعبير بسبب الإيموجي. [35]

نتائج الدراسة :

توصلت دراستنا الوصفية التحليلية التي كانت حول موضوع " الرموز التعبيرية (الايموجي " emoji ") كلغة عالمية للتواصل الانساني في البيئة الرقمية " إلى النتائج التالية :

1- يسيطر على البيئة الاتصالية الجديدة اتصال تفاعلي غير لفظي رمزي أي غلبت عليه الرموز التعبيرية (emoji) التي تشير إلى مجموعة من المعاني أصبحت بديلا عن اللغة المعيارية المكتوبة في محادثات و تواصل الأفراد فيما بينهم في الواقع الافتراضي .

2- أصبحت الرموز التعبيرية الايموجي لغة عالمية عام 2010 عندما اتفقت المنصات المختلفة على معايير توافق موحدة تجعل الرموز التعبيرية مقروءة فيما بينها ،

و أصبحت أنظمة التشغيل المختلفة -مثل أندرويد وأجهزة آبل- قادرة على تبادل الإيموجي فيما بينها .

3- وصل عدد الرموز التعبيرية (الايموجي) المتداولة و المعتمدة عالميا الى أكثر من 3000 رمز خلال سنة 2019 ، و هي في تزايد مستمر و لا يظهر أي مؤشر على تراجع شعبيتها.

4- لدى الافراد الآن 3019 رمزًا تعبيريًا مثبتًا على هواتفهم ، و في كل عام تتم إضافة 243 رسالة جديدة في المتوسط.

5- نحو 92 % من روّاد الانترنت يستعملون الرموز التعبيرية في مراسلاتهم اليومية حسب احصائيات 2015 . فمثلا يتم إرسال ما يقرب من 5 مليارات رمز تعبيري يوميًا عبر تطبيق " الفيسبوك ماسنجر" ، و التعليق بما يقرب من 60 مليون رمز تعبيري على موقع التواصل الاجتماعي " الفايسبوك " .

6- تعتبر النساء أكثر توظيفا لهذه الرموز و بشكل متكرر و ذلك بنسبة 78 % ، في حين بلغت نسبة الرجال 60 % .

7- تستخدم الفئة العمرية بين 25 و 29 سنة الرموز بنسبة 77 % ، تليها الفئة العمرية البالغة 25 سنة و التي تمثلها نسبة 72 % ، بعدها الأفراد الذين تتراوح أعمارهم بين 30 و 34 سنة بنسبة 65 % ، لتحتل الفئة العمرية التي تبلغ 35 سنة فما فوق المرتبة الاخيرة في استعمال الايموجي و ذلك بنسبة 60 % .

8- تتميز الرموز التعبيرية الايموجي بخصائص جعلها لغة اتصالية عالمية الأكثر استخدما من قبل الافراد في اتصالاتهم مع بعضهم البعض سواء في البريد الالكتروني أو شبكات التواصل الاجتماعي أهمها : تخطيها الحواجز اللغوية و الثقافية ، تعمل على تجسيد الأفكار و المشاعر و الأحاسيس ، الاماكن بواقعية ، سهلة الاستعمال ، فضلا على أنها تخفف من حدة النص المقروء و بالتالي نختصر الوقت و الجهد في الاتصال و التواصل مع الطرف الاخر .

9- من أسباب انتشار الرموز التعبيرية كوسيط للاتصال و التواصل بين الافراد في الفضاء الافتراضي هو غياب السمع (أي الصوت) أثناء العملية الاتصالية ، و يستبدله باستبداد بصري للكلمات ، فضلا عن الرغبة في" الاقتصاد اللغوي " و الزمني و الجهد.

10- يعتقد بعض الافراد المستعملين للرموز التعبيرية بشكل يومي و متكرر في مراسلاتهم و محادثاتهم على شبكة الانترنت بتراجع مستواهم في الاستخدام الصحيح للغتهم الأم .

11- قد تحدث الايموجي خللا في التواصل و التعبير مما يؤثر سلبا على فعالية التواصل الانساني الرقمي ، حيث في بعض الاحيان يساء كثيرا فهم تلك الرموز ، و في بعض الحالات يرتبط سوء الفهم بكيفية تفسير المشاعر في سياقها الثقافي.

خاتمة :

من خلال الطرح السابق يمكن القول أن الرموز التعبيرية (الايموجي) التي ظهرت لأول مرة في نهاية تسعينيات القرن الماضي استطاعت أن تعود بنا الى العصر الحجري أين كان الانسان يلجأ الى لغة الاشارات و الرموز و الرسوم في الاتصال مع غيره و التعبير عن احتياجاته اليومية ، حيث شيئا فشيئا أصبح لها مكانة في البيئة الاتصالية الجديدة و تحولت الى وسيط أساسي في اتصال و تواصل و تفاعل الافراد فيما بينهم ، الذين يعملون على تقديم رسائل اتصالية تتكون من مجرد رموز ، صور ، أيقونات ، أشكال لكنها تحمل معاني تسهل لهم عملية الاتصال بجهد و وقت اقل مما تتطلبه الكتابة بالجمل و الكلمات .

و من جهة أخرى إن الانتشار السريع للايموجي جعلها محل اهتمام العديد من الجهات كان أولها الشركات و التطبيقات و شبكات التواصل الاجتماعي التي بدأت تتنافس فيما بينها و تتسابق كل سنة للإعلان عن أحدث اصداراتها فيما يخص الرموز التعبيرية ، ثانيا نجد المختصين في علم اللغة الذين نظروا الى هذه الظاهرة من زاوية ترقب حول الاثار التي ستتركها الايموجي على لغات العالم ، مبدين تخوفهم من احتمال الغياب الكلي لتوظيف اللغة الكتابية عن المراسلات اليومية للأفراد على شبكة الانترنت .

و في الأخير نجد الباحثين في مجال الاعلام و الاتصال الذين هم بدورهم اهتموا بالرموز التعبيرية من زاوية الطفرة النوعية التي احدثتها في طبيعة الاتصال و التواصل الانساني ، و هي الزاوية التي تحتاج منها المزيد من الاجتهاد في دراسات لاحقة ، كوننا قد لا نفي حقها من البحث و التعمق في مقال علمي .

الهوامش:

1. فضة عباسي بصلي ، محمد الفاتح حمدي ، **مدخل لعلوم الاتصال و الاعلام (الوسائل ، النماذج و النظريات)** ، ط 1 ، عمان الاردن ، دار أسامة للنشر و التوزيع ، 2017 ، ص ص 245 -248 .
2. محمد حسني نصر ، **اتجاهات البحث و التنظير في وسائل الاعلام الجديدة (دراسة تحليلية للإنتاج العلمي المنشور في دوريات محكمة)** ، ورقة بحثية قدمت لمؤتمر وسائل التواصل الاجتماعي – التطبيقات و الاشكالات المنهجية) ، كلية الاعلام و الاتصال ، جامعة الامام محمد بن سعود الاسلامية ، الرياض ، 2015 .
3. عبد الوهاب رامي ، **الاشكالات المنهجية في دراسة الشبكات الاجتماعية الرقمية و سبل التغلب عليها** ، ورقة بحثية مقدمة لمؤتمر وسائل التواصل الاجتماعي – التطبيقات و الاشكالات المنهجية) ، كلية الاعلام و الاتصال ، جامعة الامام محمد بن سعود الاسلامية ، الرياض ، 2015 .
4. هيا البدارنة ، **قاموس أكسفورد يختار "إيموجي" كلمة العام 2015** ، نشر سنة 2015 ، متوفر على الخط التالي : https://24.ae/article/200811/ 2015 ، تاريخ الزيارة 20 /2022/04 ، 21:30.
5. https://worldemojiday.com/
6. هيا البدارنة ، مرجع سبق ذكره .

7. Katharina Buchholz ,**World Emoji Day In 2019**, **Global Emoji Count is Growing to More Than 3,000** , 2019 , look at : https://www.statista.com/chart/17275/number-of-emojis-from-1995-bis-2019/ visited : le 21/04/2022, 14:00 .

8. الصباح الجديد ، **الرموز التعبيرية «لغة» جديدة للتواصل بين البشر** ، 2018 ، متوفر على الخط التالي : http://newsabah.com/newspaper/152087 ، تاريخ الزيارة 20 /2022/40، 21:30.

9. https://www.emojivoter.com/about ,visité le 21/02/2020 , 11:00

10. https://www.visualistan.com/2015/10/92-percent-of-online-consumers-use-emoji.html

11. هيا البدارنة ، مرجع سبق ذكره .

12. https://www.apple-wd.com

13. آبل تعرض 60 رمز تعبيري جديد قادمة إلى iOS و macOS هذا الخريف ، 2019 ، متوفر على الخط التالي : https://www.apple-wd.com/2019/07/ ، تاريخ الزيارة 20 /2022/04 ، 22:00 .

14. Emojipedia , **Twemoji 12.1.5 Emoji Changelog** , 2020 , Voir le lien : https://blog.emojipedia.org/twemoji-12-1-5-emoji-changelog/ visité le : 21/02/2020 , 11:00 .

15. Emojipedia , **WhatsApp 2.19.352 Emoji Changelog** ,2019 , Voir le lien : https://blog.emojipedia.org/whatsapp-2-19-352-emoji-changelog/ visité le : 21/02/2020 , 12 :30

16. Emojipedia , **The Most Popular New Emojis of 2020** , 2020 , https://blog.emojipedia.org/the-most-popular-emoji-additions-of-2020/ visité le : 21/02/2020 , 12:00

17. عبد الله عمران ، **21 سنة من الرموز التعبيرية .. هل يمكن أن تكون أول لغة عالمية للبشر ؟** ، 2019 ، متوفر على الخط التالي : https://www.aljazeera.net/news/cultureandart/2019/7/19/ ، تاريخ الزيارة : 2022/04/20 ، 22:15 .

18. **WHY EMOJI VOTER?** *Voir le lien :* https://www.emojivoter.com/why_emoji_voter ; visité le 21/02/2020 , 11:00 .

19. David Crystal, **Language and the Internet** , First published , United Kingdom , The press Syndicate of The University of Cambridge , 2001 , p 238 .

20. أسامة الخولي ، **الإعلام العربي وانهيار السلطات اللغوية** ، ط 1 ، بيروت ، مركز دراسات الوحدة العربية ، 2005 ، ص ص 244-245 .

21. السيد يسين ، **المعلوماتية و حضارة العولمة** ،(بدون طبعة)، القاهرة ، دار نهضة مصر للطباعة والنشر والتوزيع ، 2001 ، ص 254 .

22. ناظم السيد، **اللغة والإنترنت أو الخطأ حدس بالمستقبل** ، بيروت ، القدس العربي ، 2007 ، متوفر على الخط التالي : http://www.sahafi.jo/arc/art1.php?id=c577a9ea18494528ce9bbf13b640e57a3faaa8ee، تاريخ الزيارة : 30/07/ 2014 ، 14:30.

23. **Christin LEGRAND** , Les jeunes bousculent la langue française , journal La Croix , 15/11/05 , voir le lien: http://www.la-croix.com/Famille/Parents-Enfants/Dossiers/Enfants-et-Adolescents/13-a-18-ans/Les-jeunes-bousculent-la-langue-francaise-_NP_-2005-11-16-511385 , visité: 21/04/2022 , 22:15.

24. عزو محمد عبد القادر ناجي ، **تأثير الانترنت على ثقافة الشباب العربي** ، الحوار المتمدن ، العدد 2573 ، 2009 ، متوفر على الخط التالي: http://www.ahewar.org/debat/show.art.asp?aid=164474 ، تاريخ الزيارة 2014/08/01 ، 17:00.

25. رحيمة الطيب عيساني ، **اللغة العربية في وسائط الإعلام الجديد أوتهجين اللغة العربية في وسائط الإعلام الجديد (الانترنت وتطبيقاتها أنموذجا)**، ورقة بحثية مقدمة للمؤتمر الدولي الثاني للغة العربية بعنوان " اللغة العربية في خطر الجميع شركاء في حمايتها "، دبي، المجلس الدولي للغة العربية. متوفر على الخط التالي: -http://www.alarabiah.org/uploads/pdf-1326

26. Dele Adegboku , **De l'économie en langue ou dans le langage : une linguistique ''des temps qui pressent'**, Synergies Afrique

Centrale et de l'Ouest n° 4 - 2011 pp. 25-37, https://gerflint.fr/Base/Afriqueouest4/dele.pdf.

27.**الخبراء يحذرون من لغة " الشات" و المحمول** ، يومية الوسط البحرينية ، العدد 2346 ، 2009 ، متوفر على الخط التالي: http://www.alwasatnews.com/2346/news/read/36414/1.html، تاريخ الزيارة: 2022/04/22 ، 22:00

28.https://www.visualistan.com, op.cit .

29.David Crystal, op.cit , p viii -2

30.عبد الله عمران ، مرجع سبق ذكره

31.Vahé Zartarian , Noël Émile, cybermonde: ou tu nous mènes grand frère ?, Genève , Georg ,2000 , p 124

32.سكاي نيوز عربي ، **"الإيموجي" مسؤول عن تدهور اللغة الإنجليزية** ، 2018 ، متوفر على الخط التالي : https://www.skynewsarabia.com/technology/1040167 ، تاريخ الزيارة : 2022/04/23 ، 23:00 .

33.Pierre Le Tallec , Les emojis, ça change quoi ? 2017 , voir le lien : https://www.ladn.eu/nouveaux-usages/etude-marketing/les-emoticones-ca-change-quoi/ , visité le 23/04/2022 ,10 :00

34.يوسف كندة ، "**إيموجيز": هيروغليفية جديدة تهدد اللغة ؟** ، 2018 ، متوفر على الخط التالي : https://www.alaraby.co.uk/medianews/2018/9/16/1/ ، تاريخ الزيارة : 2020/02/20 ، 22:30 .

35.عبد الله عمران ، مرجع سبق ذكره

قائمة المراجع :

I- باللغة العربية :

1- آبل تعرض 60 رمز تعبيري جديد قادمة إلى iOS و macOS هذا الخريف ، (2019) .متوفر على الخط التالي : https://www.apple-wd.com/2019/07/ ، تاريخ الزيارة 20 /2020/02 ، 20:00 .

2- البدارنة، هيا . (2015) .قاموس أكسفورد يختار "إيموجي" كلمة العام 2015 ، متوفر على الخط التالي :
https://24.ae/article/200811/ 2015 ، تاريخ الزيارة 20 /2022/04 ، 21:00.

3- الخبراء يحذرون من لغة " الشات" والمحمول، (2009) .يومية الوسط البحرينية، العدد 2346، متوفر على الخط التالي:
http://www.alwasatnews.com/2346/news/read/36414/1.html، تاريخ الزيارة: 2015/08/1، 20:00.

4- الخولي، أسامة . (2005) .الإعلام العربي وانهيار السلطات اللغوية، ط 1 ، بيروت، مركز دراسات الوحدة العربية.

5- رامي، عبد الوهاب . (2015) .الاشكالات المنهجية في دراسة الشبكات الاجتماعية الرقمية و سبل التغلب عليها ، ورقة بحثية مقدمة لمؤتمر وسائل التواصل الاجتماعي – التطبيقات و الاشكالات المنهجية) ، كلية الاعلام و الاتصال ، جامعة الامام محمد بن سعود الاسلامية ، الرياض.

6- سكاي نيوز عربي ، (2018). دراسة: "الإيموجي" مسؤول عن تدهور اللغة الإنجليزية ، متوفر على الخط التالي :
https://www.skynewsarabia.com/technology/1040167 ، تاريخ الزيارة : 2020/02/20 ، 23:00 .

7- الشرافي، رامي حسين حسني .(2012) .دور الإعلام التفاعلي في تشكيل الثقافة السياسية لدى الشباب الفلسطيني (دراسة ميدانية على طلبة جامعات قطاع غزة) ، رسالة ماجستير في تخصص دراسات الشرق الأوسط ، كلية الآداب و العلوم الانسانية ، جامعة الأزهر غزة .

8- الصباح الجديد ، (2018) .الرموز التعبيرية «لغة» جديدة للتواصل بين البشر ، (2018) ، متوفر على الخط التالي :
http://newsabah.com/newspaper/152087 ، تاريخ الزيارة 20 /2020/02 ، 21:30.

9- الطيب عيساني، رحيمة . (2013). اللغة العربية في وسائط الإعلام الجديد أوتهجين اللغة العربية في وسائط الإعلام الجديد (الانترنت وتطبيقاتها أنموذجا)، ورقة بحثية مقدمة للمؤتمر الدولي الثاني للغة العربية بعنوان " اللغة العربية في خطر الجميع شركاء في حمايتها "، دبي، المجلس الدولي للغة العربية. متوفر على الخط التالي:
http://www.alarabiah.org/uploads/pdf-1326-/08/01: ، تاريخ الزيارة :2014،19:30

10- عباسي بصلي، فضة و محمد الفاتح ،حمدي .(2017) .مدخل لعلوم الاتصال و الاعلام (الوسائل ، النماذج و النظريات) ، ط 1 ، عمان الاردن ، دار أسامة للنشر و التوزيع .

11- عبد الله، عمران . (2019) . 21سنة من الرموز التعبيرية.. هل يمكن أن تكون أول لغة عالمية للبشر؟ متوفر على الخط التالي : https://www.aljazeera.net/news/cultureandart/2019/7/19/ ، تاريخ الزيارة : 2020/02/20 ، 22:15 .

12- ناجي، عزو محمد عبد القادر . (2009) . تأثير الانترنت على ثقافة الشباب العربي، الحوار المتمدن، العدد 2573، متوفر على الخط التالي: http://www.ahewar.org/debat/show.art.asp?aid=164474 ، تاريخ الزيارة 2014/08/01، 17:00.

13- السيد، ناظم .(2007) . اللغة والإنترنت أو الخطأ حدس بالمستقبل، بيروت، القدس العربي ، متوفر على الخط التالي: http://www.sahafi.jo/arc/art1.php?id=c577a9ea18494528ce9bbf13b640e57a3faaa8ee، تاريخ الزيارة: 2014/07/30، 14:30.

14- نصر ،حسني محمد . (2015) .اتجاهات البحث و التنظير في وسائل الاعلام الجديدة (دراسة تحليلية للإنتاج العلمي المنشور في دوريات محكمة) ، ورقة بحثية قدمت لمؤتمر وسائل التواصل الاجتماعي – التطبيقات و الاشكالات المنهجية) ، كلية الاعلام و الاتصال ، جامعة الامام محمد بن سعود الاسلامية ، الرياض .

15- يسين ،السيد . (2001). المعلوماتية وحضارة العولمة،(بدون طبعة)، القاهر، دار نهضة مصر للطباعة والنشر والتوزيع.

16- كندة، يوسف . (2018). "إيموجيز": هيروغليفية جديدة تهدد اللغة؟ ، متوفر على الخط التالي : https://www.alaraby.co.uk/medianews/2018/9/16/1/ ، تاريخ الزيارة : 2020/02/20 ، 22:30 .

II- باللغة الأجنبية :

1. Buchholz, Katharina .(2019) .World Emoji Day In 2019, Global Emoji Count is Growing to More Than 3,000 , voir le lien : https://www.statista.com/chart/17275/number-of-emojis-from-1995-bis-2019/ visité le 21/02/2020 , 14:00 .

2. Crystal, David .(2001) .Language and the Internet , First published , United Kingdom , The press Syndicate of The University of Cambridge .
3. Emojipedia , (2020) .Twemoji 12.1.5 Emoji Changelog , Voir le lien : https://blog.emojipedia.org/twemoji-12-1-5-emoji-changelog/ visité le : 21/02/2020 , 11:00 .
4. Emojipedia , (2019) .WhatsApp 2.19.352 Emoji Changelog , Voir le lien : https://blog.emojipedia.org/whatsapp-2-19-352-emoji-changelog/ visité le : 21/02/2020 , 12 :30
5. Emojipedia , (2020) .The Most Popular New Emojis of 2020 , https://blog.emojipedia.org/the-most-popular-emoji-additions-of-2020/ visité le : 21/02/2020 , 12:00
6. https://emojilo.com.
7. https://www.apple-wd.com.
8. https://www.emojivoter.com/about ,visité le 21/02/2020 , 11:00,https://www.visualistan.com/2015/10/92-percent-of-online-consumers-use-emoji.html
9. Le Tallec ,Pierre (2017) .Les emojis, ça change quoi ?voir le lien **:** https://www.ladn.eu/nouveaux-usages/etude-marketing/les-emoticones-ca-change-quoi/ , visité le 21/02/2020 ,10 :00
10. LEGRAND**,** Christin .(2005) .Les jeunes bousculent la langue française , journal La Croix , 15/11/05 , voir le lien: http://www.la-croix.com/Famille/Parents-Enfants/Dossiers/Enfants-et-Adolescents/13-a-18-ans/Les-jeunes-bousculent-la-langue-francaise-_NP_-2005-11-16-511385 , visit: 31/07/2014 , 19:00.
11. Onursoy, Sibel (2018) .Using Emojis: Self-Presentation and Different Meaning Creation Approaches, Anadolu Üniversitesi, İletişim Bilimleri Fakültesi , İleti-ş-im 29 • aralık/
12. WHY EMOJI VOTER? Voir le lien : https://www.emojivoter.com/why_emoji_voter ; visité le 21/02/2020 , 11:00 .
13. https://worldemojiday.com/
14. Zartarian Vahé , Émile Noël ,(2000) , cybermonde: ou tu nous mènes grand frère ?, Genève , Georg .
15. Adegboku .Dele, **De l'économie en langue ou dans le langage : une linguistique ''des temps qui pressent'**, Synergies Afrique

Centrale et de l'Ouest n° 4 - 2011 pp. 25-37, https://gerflint.fr/Base/Afriqueouest4/dele.pdf.