



دولة الإمارات العربية المتحدة
جامعة الوصل - دبي
كلية الآداب

فِكْرٌ وَمَعْرِفَةٌ

مجلة علمية محكمة سنوية
متخصصة في العلوم الإنسانية والاجتماعية

العدد الثاني
(1444 هـ - 2022 م)

دولة الإمارات العربية المتحدة



جامعة الوصل - دبي
كلية الآداب

فكر ومعرفة

مجلة علمية محكمة سنوية
متخصصة في العلوم الإنسانية والاجتماعية

العدد الثاني
(1444 هـ - 2022 م)

تأسست سنة 2021 م

المشرف على المجلة

أ.د. خالد توكال

نائب مدير الجامعة لشؤون البحث العلمي

رئيس التحرير

أ.د. أحمد حساني

نائب رئيس التحرير

د. عبد الله طاهر الحذيفي

أمين التحرير

د. المزمّل الشريف

هيئة التحرير

أ.د. أحمد رحمانى - د. محمد جمال

استخدام لغة الرُّموز التَّعبيرية وأثرها
على اللُّغة العربيَّة:
طلاب جامعة الملك عبد العزيز أنموذجًا

**Use of the Emoji Language and its Impact
on the Arabic Language:
King Abdulaziz University Students as a Model**

د. منصور الرَّحيلي
أستاذ اللُّغويات المساعد بجامعة الملك عبد العزيز

Dr. Mansour Al-Rehaily
Assistant Professor of Linguistics, King Abdulaziz University

<https://doi.org/10.47798/fom.2022.i02.03>



Abstract

Emojis have spread steadily on all social media, contributing to the process of linguistic communication in its different forms, especially written, as young people and university students use these symbols on a daily and permanent basis with their friends and family around them. Therefore, this study aims to try to find out how these symbols affect the Arabic language, whether they have an enhanced effect on the language and help it or contribute to the weakening of the language by studying a sample of students of King Abdulaziz University. The study relied on the descriptive approach as well as a sample study. The study found a range of findings, the most important of which is that emoji is a language utility and cannot replace written language. The study also recommends that emojis should be studied in relation to students with special needs.

Keywords: Language; Emoji; Arabic; King Abdulaziz University.

ملخص البحث

الرموز التعبيرية انتشرت بشكل مطرد في وسائل التواصل الاجتماعي كافة، فهي تسهم في عملية الاتصال اللغوي بأشكاله المتباينة خاصة المكتوبة، كما أصبح الشباب وطلاب الجامعات يستخدمون هذه الرموز بشكل يومي ودائم مع أصدقائهم وعائلاتهم ومن حولهم، لذا تهدف هذا الدراسة إلى محاولة لمعرفة مدى تأثير هذه الرموز على اللغة العربية، وهل هي ذات تأثير معزز للغة ومساعدة لها أم أنها تسهم في إضعاف اللغة وذلك من خلال دراسة عينة من طلاب جامعة الملك عبد العزيز. وقد اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي إضافة إلى دراسة عينة. وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها أن الرموز التعبيرية أداة مساعدة للغة، ولا يمكن أن تحل محل اللغة المكتوبة. كما أوصت الدراسة بضرورة دراسة الرموز التعبيرية على الطلاب أصحاب الهمم.

الكلمات المفتاحية: لغة-الرموز التعبيرية-

اللغة العربية-جامعة الملك عبد العزيز.

المقدمة

مكنت وسائل التواصل الاجتماعي الإنسان من الاتصال بالعالم أجمع، إذ مكنته من جمع المعلومات بكل يسر وسهولة؛ لأنها ميادين زاخرة بمختلف المجالات البحثية والمعرفية، فهي تخدم بشكل واسع جميع متطلبات الحياة والعلم؛ لما تحويه من زخم هائل من المعلومات والخدمات. وهذا التسارع والتغير ربما ولدى الطلاب عدم المقدرة على التمييز بين اللغة الفصحى واللغة العامية، خاصة أنهم يبحثون عن تبادل المعلومات والآراء والأفكار مع بعضهم بعضاً ومع مختلف أقطار العالم. وقد اختلفت الآراء في ذلك وتباينت؛ لأن هناك من يرى أنها تؤثر على تأثيراً سلبياً على اللغة خاصة إذ لجأ المستخدم للكتابة بلغة الرموز التعبيرية؛ لأنها أصبحت أسهل من كتابة المفردات والجمل وأيسر في التواصل.

١- الإطار المنهجي:

١-١ أهمية الدراسة:

تعدُّ شبكات التواصل الاجتماعي مجتمع العصر الافتراضي، الذي من خلاله نتعرف على لغته الرقمية وأهميتها في التواصل وأثرها خاصة في مجتمع وسائل التواصل الاجتماعي.

١-٢ إشكالية الدراسة:

تطرح الدراسة إشكالية مفادها استخدام طلاب جامعة الملك عبد العزيز للرموز التعبيرية في مجتمع وسائل التواصل الاجتماعي وأثرها على اللغة العربية.

١-٣ أسئلة الدراسة:

- ما أثر استخدام طلاب جامعة الملك عبد العزيز للرموز التعبيرية على اللغة العربية في مجتمع وسائل التواصل الاجتماعي؟

- ما أهم الرموز التعبيرية المستخدمة في التواصل الرقمي بين طلاب جامعة الملك عبد العزيز في وسائل التواصل الاجتماعي؟

١-٤ أهداف الدراسة:

تهدف الدراسة إلى:

- التعرف إلى طبيعة اللغة المستخدمة بين طلاب جامعة الملك عبد العزيز.
- التعرف إلى أكثر الرموز التعبيرية استخداماً في وسائل التواصل الاجتماعي.
- التعرف إلى أثر استخدام الرموز التعبيرية في وسائل التواصل الاجتماعي على اللغة العربية.

١-٥ الدراسات السابقة:

خديجة زيتوني، أثر استخدام الرموز التعبيرية في شبكات التواصل الاجتماعي الفيس بوك أمودجا- دراسة على عينة من شباب مدينة المسيلة، ٢٠١٧م، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة محمد بوضياف، المسيلة.

أحمد جابر حامد، استخدام الرموز التعبيرية في الهواتف الذكية من قبل طلاب الجامعات المصرية: جامعة أسوان أمودجا، المجلة المصرية لعلوم المعلومات، المجلد ٨، العدد ٢، أكتوبر ٢٠٢١م.

أحمد عبد الكافي عبد الفتاح، استخدام طلبة الجامعات للرموز التعبيرية (الإيموجي) بموقع التواصل الاجتماعي فيسبوك وانعكاسه على إدراك جودة الصداقة الافتراضية، مجلة البحوث الإعلامية: مجلة علمية محكمة تصدر عن جامعة الأزهر / كلية الإعلام، العدد ٥٨، الجزء الرابع، ذو القعدة ١٤٤٢هـ - يوليو ٢٠٢١م.

٦-١ حدود الدراسة:

الحدُّ المعرفي: استخدام لغة الرموز التعبيرية وأثرها على اللغة العربية.

الحدُّ المكاني: استبان الكتروني موزع على الطلاب.

الحدُّ الزماني: تم تطبيق الدراسة في الفصل الدراسي الأول من العام الجامعي ١٤٤٣هـ-٢٠٢١م.

الحدُّ البشري: طلاب جامعة الملك عبد العزيز.

٧-١ منهج الدراسة:

تعتمد الدراسة المنهج الوصفي إضافة إلى دراسة عينة.

٨-١ خطة الدراسة:

تم تقسيم الدراسة إلى إطارين: نظري معرفي، وعلمي إحصائي، يسبقهما إطار منهجي لمعرفة منهج الدراسة وآلياتها، وتختتم الدراسة بذكر النتائج التي خرجت بها.

٢-الإطار النظري / المعرفي:

التواصل عملية حتمية بين البشر، به يستطيعون التعبير عما بداخلهم، ويكون تواصلًا لفظيًا أو غير لفظي (١) عن طريق الإشارات وحركات الجسد في الاتصال المباشر، وعن طريق الرموز التعبيرية في الاتصال الرقمي.

٢-١ لغة الرموز التعبيرية (Emojis):

الرموز التعبيرية لغة تواصلية غير لفظية، وهي عبارة عن صور رمزية صغيرة الحجم إما أن تكون ثابتة أو متحركة، كما أنها "عبارة عن صور توضيحية (رموز

وصور) يتم تقديمها في صورة ملونة، وتستخدم في النص؛ وهي تمثل عدة أشياء، مثل: الوجوه، أو الطقوس، أو السيارات، أو المباني، أو الطعام، أو الشراب، أو الحيوانات، أو النباتات. وباختصار الرموز التعبيرية هي تلك الرموز التي تمثل العواطف، أو المشاعر، أو الأنشطة». (٢)

وكان أول ظهور للرموز التعبيرية عام ١٩٩٩ م، عندما عمل الفنان الياباني (ثيجيتاكاكوريوتا) مع فريق لتصميم واجهة جاذبة للهواتف المحمولة في اليابان، إذ قام برسم مجموعة من الرموز التعبيرية قرابة (١٧٦) رمزاً، بمقاس ١٢×١٢ بكسل؛ لأن هدفه الوصول لطريقة حديثة وجديدة للتعبير عن المعلومات. وفي عام ٢٠٠٠ م انتشرت في الأجهزة الذكية، وأخذت الشركات والمؤسسات التقنية في الاعتراف بها، وتوالت الأعوام وظهرت التحديثات والإضافات لهذه الرموز. (٣)

وهذه الرموز التعبيرية تعرف باسم الإيموجي، (٤) فهي ظهرت لتقوم بالتعبير بدلاً من تعابير الوجه، فهي لغة عالمية، اختصرت كثيراً من الكلام والمفردات. ويرى بعضهم أنها اللغة العالمية الحديثة، وأن ارتباط ظهورها بالإنترنت وبشبكات التواصل الاجتماعي، جعلها تلاقي رواجاً وشعبية على مستوى العالم بمختلف لغاته وثقافته ومستوياته. لكن كثيرين يعتقدون أن هناك سبباً إضافياً لانتشار هذه اللغة هو أنها تعدّ امتداداً للغة الإشارة. فلغة الإشارة هي الوحيدة في العالم التي يمكن أن يتواصل من خلالها الناس على رغم اختلاف لغاتهم ومستوياتهم الثقافية والفكرية والعرقية، بوصفها لغة تتجاوز الأجناس والأعراق والقوميات. لكن ميزة الإيموجي أنها لا تلعب على الإشارات فحسب ولكنها تلعب على دلالات الإيحاءات التي تقدمها الصورة، فتلقّي المعنى قائم من شكل التعبير الذي يكون غالباً بالغ الدقة لاسيما في الوجه وحركاته ودلالاته، في حين أن لغة الإشارة تكون

غالبًا صريحة. لذا يُعدُّ الإيموجي انعكاسًا لإيحاءات نعبر من خلالها عن انفعالات أو حالات معينة فتظهر على ملامحنا، من هنا أبدع مبتكر الإيموجي في تحويل هذه الدلالات إلى رموز مرسومة.

وقد ظهر الإيموجي أول الأمر في اليابان وكلمة Emoji مصطلح ياباني الأصل مكون من مقطعين يجمعان كلمتي e والتي تعني صورة، و moji التي تعني الحرف أو الرمز، تم دمجهما لتشكلا معًا كلمة واحدة هي Emoji، وتعني الصورة الرمزية.

ونظرًا للإقبال على استخدامها في كتابة الرسائل الإلكترونية اليابانية وصفحات الويب، ونسبة لاستخدامها الكثيف والتأثير على الثقافة الشعبية العامة، تم تسجيلها في قاموس أوكسفورد الإنجليزي عام ٢٠١٣م، بيد أن الجديد الآن ليس إدخال قاموس أوكسفورد كلمة إيموجي، بل إدخال رموز الإيموجي ذاتها في القاموس، حيث أضاف القاموس الشهير dictionary وهو عبارة عن موقع الكتروني وتطبيق أجهزة المحمول لتقديم معاني ودلالات اللغة الإنجليزية بالإنجليزية، وها هو الآن يضيف رموز الإيموجي إلى محتواه.

وانتشرت الرموز التعبيرية وتغلغلت في الثقافة اللغوية، وتعددت وتطورت تطورًا سريعًا، وأصبحت جزءًا من اللغة التواصلية الرقمية في تطبيقات التواصل الاجتماعي. (٥) وتستخدم الرموز التعبيرية في المحادثات النصية اليومية؛ لإيصال المعاني والمشاعر غير اللفظية بعمق ودقة؛ لأنها العنصر المساعد في إيصال الفكرة في النص الرقمي.

ويتضح معنى الرموز التعبيرية في الآتي:

SMILEYS & PEOPLE			
	Dark sunglasses		Robot face
	Eye		Sign of the horns
	Face w/ head bandage		Sleuth or spy
	Face w/ rolling eyes		Slightly frowning face
	Face w/ thermometer		Slightly smiling face
	Helmet w/ white cross		Speaking head in silhouette
	Hugging face		Thinking face
	Money mouth face		Upside-down face
	Nerd face		White frowning face
	Raised hand w/ splayed fingers		Writing hand
			Zipper mouth face
			Live long and prosper

	ADHD		Eerie		No Pompom		spin
	Applaus		EK Viag		No Smile		Stress
	Banana :w		Err		No Smile 2		Stupid
	Banana Boogie		Eyes		Oud		Surrender
	Banana Dance		Fast No		Peddel		Thumbs Up
	Banana Hippy		Fluit		Pet		Uni
	Banana Neuk 1		Food		Phone		Vork
	Banana Neuk 2		Frown		Photo		Waa?
	Banana Roxor		Frustry		Pim Fortuyn		Wank
	Banana Ski		Fuck You		Pompom		Wha' happen
	Banana Woot		Giggle		Popcorn		Whip
	Beer chug		Gun		Puh		Wink
	Big Grin		Hakken		Puh 2		Woot
	Bitchslap		Hamer		Puke		Woot 2
	Blaat		Hart		rasta		Worshippy
	Bonk		Hengel		RC5		Worshippy 6
	Bonk		Hug		Red Face		Yawnee
	Booty shake		Hypocrite		Right hand		Yes
	Bounce		Idea		ROFL		Yoji Biomehanika
	Box		Kill		RTFM		Yummie
	bukkake		Kwiji		Saddam		
	Bye		Left hand		Sadley		
	Clown		LMAO		Shiny		
	Cocktail		Loser		Shit		
	Confused		Love it		Shoot		
	Cool		Loveys		shower		
	Cry		Married		Shut up		
	cursing		Meppen		Slayer		
	Develish		Meukee		Sleepy		
	Devil		Michel		Slick		
	Drink		Mogguh		Smart Ass		
	Drive		Music		Smile		
	Drool		Nerd		Smile		
	Druk		Neuken		Snuif		
	Drunk		Nico		Soul		
	Eeek		No		Spank		

٢-٢ وظائف الرموز التعبيرية:

الرموز التعبيرية ليست عاملاً من عوامل الهدم أو التأثير في اللغة؛ بل هي وسيلة مساعدة في خدمة النص الرقمي من خلال إيصال المشاعر بين طرفي المحادثة، والتي لا يمكن أن تصل من خلال النص الرقمي. وأجمل وصف للرموز التعبيرية أنها لغة الجسد الغائبة عن النص الرقمي. ولهذه الرموز وظائف عدة تسهم في تيسير الاتصال الرقمي، نذكر منها: (٦)

- المساعدة في التعبير عن المشاعر من خلال إبراز مشاعر الحب، الرغبة، الطلب، التزام الحياد أحياناً.
- المساعدة في إيصال المشاعر والأفكار؛ من أجل الوصول إلى الهدف في عملية الاتصال الرقمي. وليس الهدف منها هجر اللغة الأم أو التقليل منها.
- تقوية الموقف للطرف الآخر من خلال التأكيد على أمر ما باستخدام رمز للتوكيد.
- محاولة لفت الانتباه والسؤال عن المراد عند إرسال رمز تعبيري دون تعليق.
- تساعد في الاختصار في المحادثات من خلال إيصال المعنى برموز دون الكتابة.
- إكساب الكاتب الثقة في النفس من خلال تحديد المعنى المراد دون موارد.

٣-٢ إيجابيات استخدام الرموز التعبيرية: (٧)

- تختصر وتختزل الجهد والوقت أثناء الكتابة، كما أنها توفر مساحة الكتابة.
- تعبّر عن المشاعر والأحاسيس أثناء المحادثات الرقمية.
- تكسر الملل الحاصل أثناء المحادثات الرقمية.

- تولّد السَّعادة والمرح بين طرفي المحادثة الرَّقْمِيَّة، كما أنَّها تولّد الخيال؛ لما فيها من مرونة ولطافة عند دمج الرِّسالة مع الصُّورة.
 - تساعد على التَّعبير عن الآراء والأفكار في وقت قصير؛ لأنَّها تخفف من حدَّة اللُّغة المكتوبة.
- ٢-٤ سلبِيَّات استخدام الرُّموز التَّعبيريَّة: (٨)
- الرِّغبة في الهروب من المحادثة الرَّقْمِيَّة وإنهائها.
 - اختلاف معنى الرَّمز التَّعبيري من شعب إلى آخر، وأيضًا اختلافه من منصة لأخرى. واختلاف تفسيره وقبوله باختلاف نوع الجنس البشري.
 - صعوبة تحديد المشاعر والانفعالات البشريَّة، فالرَّمز التَّعبيري قد يكون سببًا لاستنتاج العديد من المعاني المتباينة.
 - ضياع اللُّغة إذ قد يشكل الاستخدام الدَّائم للرموز التَّعبيريَّة تأثيرًا على اللُّغة خاصَّة عند الأطفال.

٣- الإطار العلمي/الإحصائي:

تمّ توزيع استبان الكتروني على طلاب وطالبات الجامعات، والفئات المستهدفة المهتمة باللغة العربية. وتمّ استلام ٦٧٣ استمارة مُجاب فيها على كافة الأسئلة المطروحة؛ أي أن عيّنة الدراسة هي ٦٧٣ عينة صالحة للتحليل والقياس.

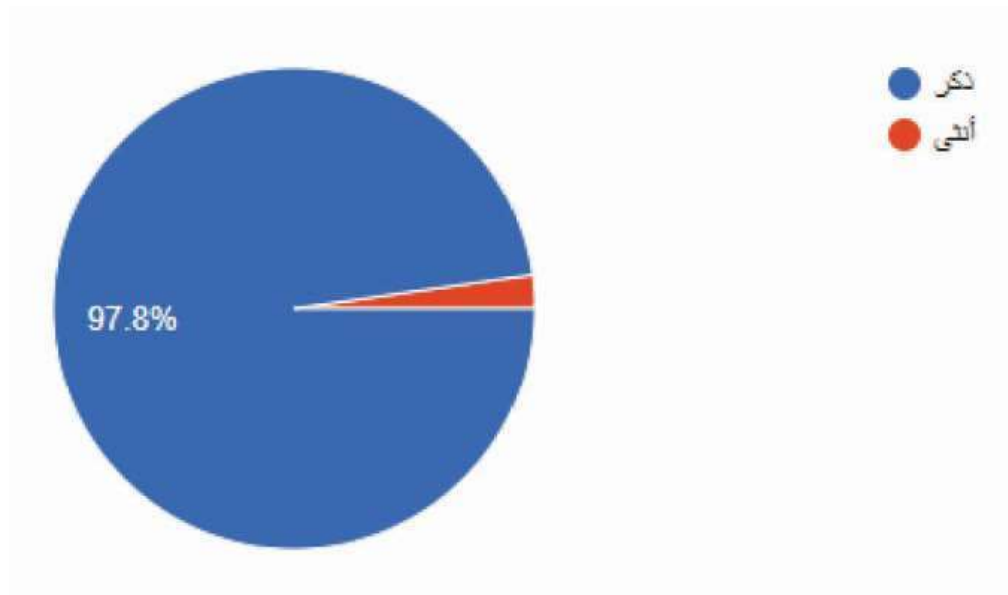
وتمّ تفرّغ البيانات باستخدام البرنامج الإحصائي (SPSS)، حيث تمّ استخدام الأساليب الإحصائية الوصفية؛ لعرض خصائص العينة، ووصف إيجابياتهم عن طريق التكرارات والنسب المئوية المتمثلة في الجداول لمعرفة التباينات والاختلافات في درجة التّوزيعات للمتغير التّابع، وأيضاً لمعرفة تأثير الجنس والعمر والمستوى التّعليمي، إذ يتم حساب النسب للمتغير باعتبار أنّ المتغيرات الاجتماعية تؤثر على رأي عينة الدّراسة، وأسلوب التّحليل الكيفي الذي يصف النّتائج ويحللها، ويربط المتغيرات بالجانب الميداني، ويقارن البيانات حسب المتغيرات من خلال إخراجها من دائرة الجداول، كما يربط بين الإطار النّظري والميداني ليكتمل البحث.

١- البيانات الشخصية

١-١ الجنس

النسبة المئوية	التكرارات	الجنس
٩٧,٨%	٦٥٨	ذكر
٢,٢%	١٥	أنثى
١٠٠%	٦٧٣	المجموع

(جدول رقم ١: توزيع أفراد العينة حسب مُتغيّر الجنس)



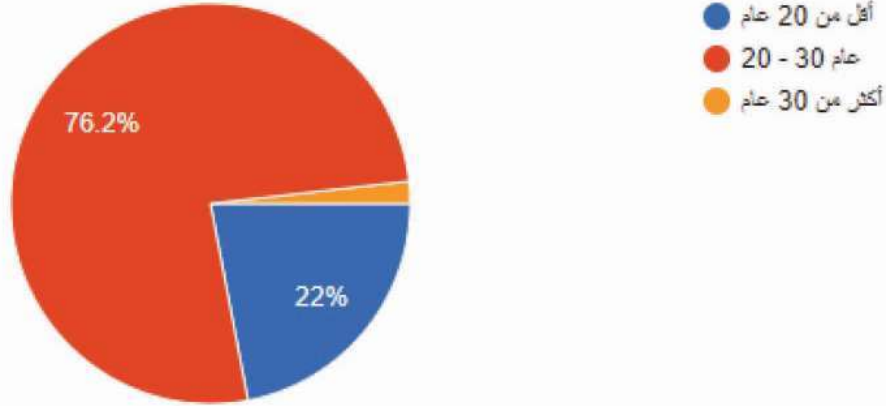
(شكل رقم ١: توزيع أفراد العينة حسب مُتغيّر الجنس)

يُوضّح الجدول رقم (١) أعلاه توزيع أفراد العينة المدروسة حسب مُتغيّر الجنس. حيثُ تبين النسبة المئوية لتكرار كل من الذكور والإناث أنّ الذكور أعلى بنسبة تُقدّر بـ ٩٧,٨%؛ بينما الإناث فبلغت نسبتهم ٢,٢%.

٢-١ العمر

العمر	التكرارات	النسبة المئوية
أقل من ٢٠	١٤٨	٢٢٪
٢٠ - ٣٠	٥١٣	٧٦,٢٪
أكثر من ٣٠	١٢	١,٨٪
المجموع	٦٧٣	١٠٠٪

(جدول رقم ٢: توزيع أفراد العينة حسب مُتغيّر العمر)



(شكل رقم ٢: توزيع أفراد العينة حسب مُتغيّر العمر)

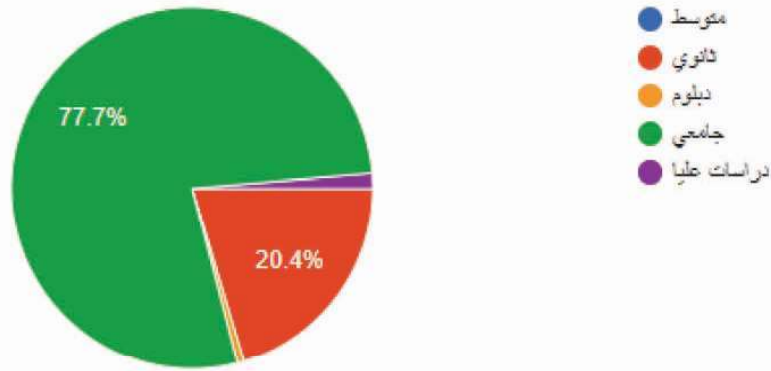
يُوضّح الجدول رقم (٢) أعلاه توزيع أفراد العينة المدروسة حسب مُتغيّر الجنس. حيث يتّضح أن أكثر مُستخدمي وسائل التّواصل الاجتماعي هم من فئة ٢٠-٣٠ عام؛ والذين بلغت نسبتهم ٧٦,٢٪، يليها فئة أقل من ٢٠ عام ونسبتهم ٢٢٪، ثم الأكثر من ٣٠ عام ونسبتهم ١,٨٪.

ويُفسّر السبب في كَوْن الفئة ٢٠-٣٠ عام هي الأكثر استخداماً لوسائل التّواصل الاجتماعي أنها فئة الطلاب والدارسين والباحثين، وهم في أتمّ الحيوية والنشاط والنضج؛ وذلك لتعدّد الخدمات التي تُقدّمها لهم هذه التقنيات الحديثة، ولحرصهم على مواكبة التكنولوجيا.

٣-١ المستوى التعليمي

النسبة المئوية	التكرارات	المستوى التعليمي
٠	٠	متوسط
٢٠,٤%	١٣٧	ثانوي
٠,٦%	٤	دبلوم
٧٧,٧%	٥٢٣	جامعي
١,٣%	٩	دراسات عليا
١٠٠%	٦٧٣	المجموع

(جدول رقم ٣: توزيع أفراد العينة حسب مُتغيّر المستوى التعليمي)



(شكل رقم ٣: توزيع أفراد العينة حسب مُتغيّر المستوى التعليمي)

يُبيّن الجدول رقم (٣) أعلاه توزيع أفراد العينة حسب المستوى التعليمي، ومن النتائج المتحصّل عليها يتّضح ارتفاع نسبة الجامعيين عن غيرهم من المستويات التعليمية؛ حيث وصلت نسبتهم إلى ٧٧,٧٪، يليهم أصحاب المرحلة الثانوية بنسبة ٢٠,٤٪.

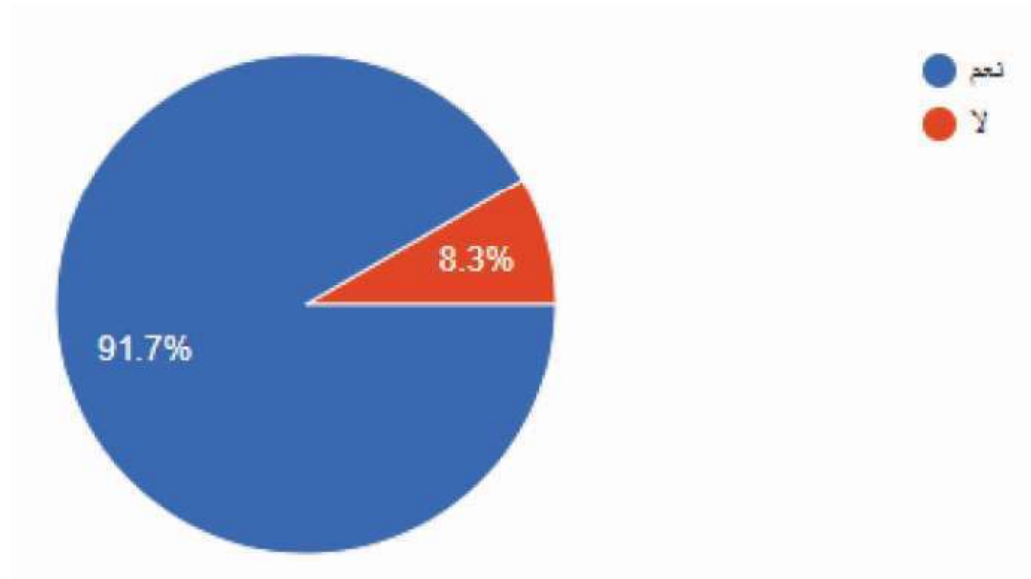
ويرجع السبب في زيادة نسبة الجامعيين إلى وعيهم وثقافتهم؛ حيث يعتمدون على وسائل التّواصل الاجتماعي في بحثهم العلمي ووصولهم للمعلومات وتواصلهم مع زملائهم.

٢- طريقة استخدام الرموز التعبيرية في وسائل التواصل الاجتماعي

٢-١ هل تستخدم وسائل التواصل الاجتماعي؟

النسبة المئوية	التكرارات	استخدام وسائل التواصل الاجتماعي
٩١,٧%	٦١٧	نعم
٨,٣%	٥٦	لا
١٠٠%	٦٧١	المجموع

(جدول رقم ٤: استخدام أفراد العينة لوسائل التواصل الاجتماعي)



(شكل رقم ٤: استخدام أفراد العينة لوسائل التواصل الاجتماعي)

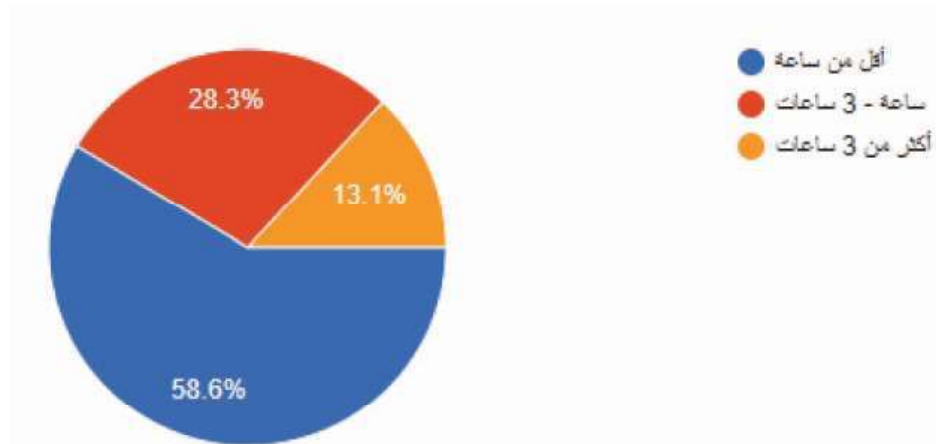
يتضح من الجدول رقم (٤) أعلاه أن نسبة ٩١,٧% من أفراد العينة يستخدمون وسائل التواصل الاجتماعي؛ في حين قُدرت نسبة الذين لا يستخدمونها بـ ٨,٣%.

ويُفسَّر ذلك بأن معظم الشباب أصبحوا يواكبون التقنية (التكنولوجيا) ويستخدمون وسائل التواصل الاجتماعي للعديد من الأغراض؛ سواء لتبادل المعلومات، أو لعمل الدراسات والأبحاث، أو للتواصل مع الأقارب والأصدقاء.

٢-٢ إذا كانت إجابتك نعم؛ كم الوقت الذي تقضيه على وسائل التّواصل الاجتماعي؟

النسبة المئوية	التكرارات	مدة استخدام وسائل التّواصل الاجتماعي
٥٨,٦%	٣٩٣	أقل من ساعة
٢٨,٣%	١٩٠	ساعة - ٣ ساعات
١٣,٢%	٩٠	أكثر من ٣ ساعات
١٠٠%	٦٧٣	المجموع

(جدول رقم ٥: مدة استخدام أفراد العيّنة لوسائل التّواصل الاجتماعي خلال اليوم)



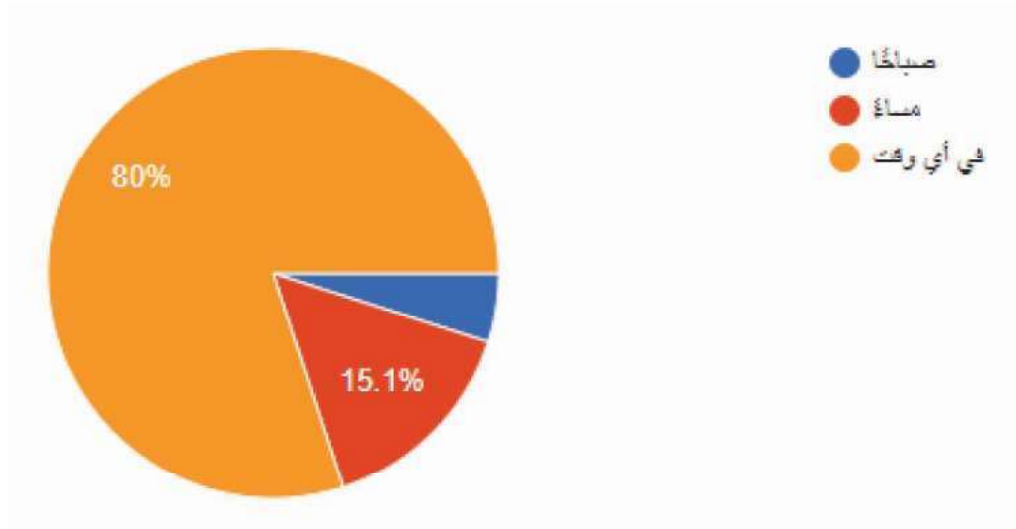
(شكل رقم ٥: مدة استخدام أفراد العيّنة لوسائل التّواصل الاجتماعي خلال اليوم)

يُبيّن الجدول رقم (٥) أعلاه أن ٥٨,٦% من أفراد العيّنة يتصفّحون وسائل التّواصل الاجتماعي لأقل من ساعة يوميًا؛ فيما أن ٢٨,٣% يتصفّحونه ما بين ساعة إلى ٣ ساعات، و ١٣,٢% لأكثر من ٣ ساعات.

٢-٣ ما هو وقتك المفضل لاستخدام وسائل التواصل الاجتماعي خلال اليوم؟

النسبة المئوية	التكرارات	مدة استخدام وسائل التواصل الاجتماعي
٤,٩%	٣٣	صباحًا
١٥,١%	١٠٣	مساءً
٨٠%	٥٣٧	في أي وقت
١٠٠%	٦٧٣	المجموع

(جدول رقم ٦: الوقت المفضل لأفراد العينة لاستخدام وسائل التواصل الاجتماعي خلال اليوم)



(شكل رقم ٦: الوقت المفضل لأفراد العينة لاستخدام وسائل التواصل الاجتماعي خلال اليوم)

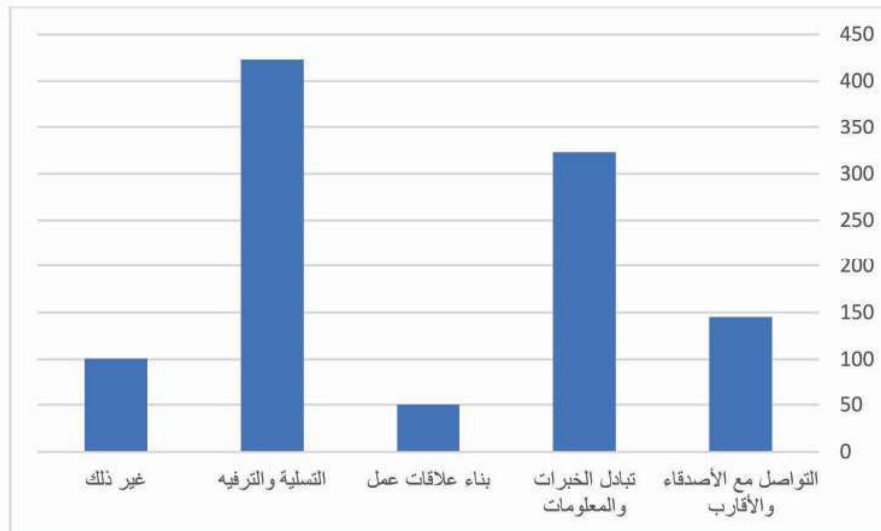
يتضح من الجدول رقم (٦) أعلاه أن الوقت المفضل لاستخدام أفراد العينة لوسائل التواصل الاجتماعي مختلف بناءً على احتياجاتهم وأوقات فراغهم؛ حيث شكّلت نسبة من يستخدمونها في أوقات متعددة ٨٠%. بينما بلغت نسبة من يستخدمون وسائل التواصل الاجتماعي مساءً ١٥,١%، و٤,٩% لمن يستخدمونها صباحًا.

ويُفسّر السبب في ذلك بحسب أوقات الفراغ الخاصة بأفراد العينة، وبحسب طبيعة استخدام كلٍّ منهم لوسائل التواصل الاجتماعي.

٢-٤ ما هي طبيعة استخدامك لوسائل التواصل الاجتماعي؟^(١)

النسبة المئوية	التكرارات	طبيعة استخدام وسائل التواصل الاجتماعي
٢١,٦%	١٤٥	التواصل مع الأصدقاء والأقارب
٤٨,١%	٣٢٣	تبادل الخبرات والمعلومات
٧,٥%	٥٠	بناء علاقات عمل
٦٣%	٤٢٣	التسلية والترفيه
١٥%	١٠١	غير ذلك

(جدول رقم ٧: طبيعة استخدام أفراد العينة لوسائل التواصل الاجتماعي)



(شكل رقم ٧: طبيعة استخدام أفراد العينة لوسائل التواصل الاجتماعي)

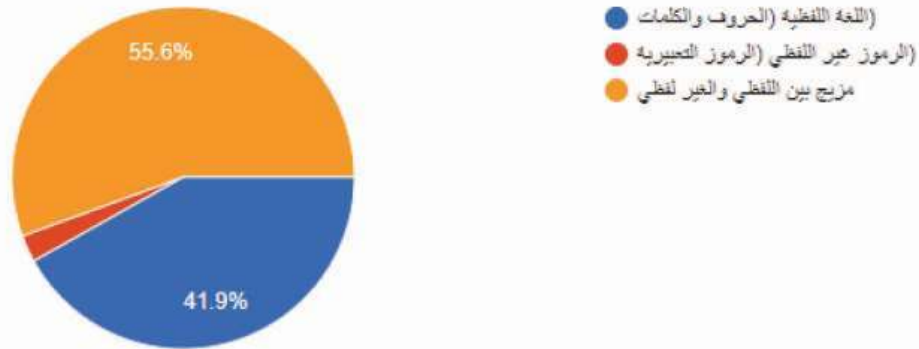
يُبين الجدول رقم (٧) أعلاه أن أكثر استخدامات أفراد العينة لوسائل التواصل الاجتماعي هي للتسلية والترفيه؛ حيث بلغت نسبة هذا الاستخدام ٦٣٪، يليها تبادل الخبرات والمعلومات بنسبة ٤٨,١٪، ثم التواصل مع الأصدقاء والأقارب بنسبة ٢١,٦٪، بينما بلغت نسبة استخدامها لبناء علاقات عمل ٧,٥٪، ويجدر بالذكر أن هناك استخداماً آخر لها بنسبة ١٥٪، ومن خلال الإجابات اتضح أن ٩٠٪ منه لمتابعة الأخبار.

١- هذا السؤال متعدد الاختيارات للعينة.

٢-٥ ما هي اللغة التي تعتمد عادةً في التواصل على وسائل التواصل الاجتماعي؟

النسبة المئوية	التكرارات	اللغة المعتمدة في وسائل التواصل الاجتماعي
٤٢٪	٢٨٣	اللغة اللفظية (الحروف والكلمات)
٢,٥٪	١٧	الرموز غير اللفظية (الرموز التعبيرية)
٥٥,٦٪	٣٧٣	مزيج بين اللفظي وغير اللفظي
١٠٠٪	٦٧٣	المجموع

(جدول رقم ٨: اللغة المعتمدة لأفراد العينة في التواصل على وسائل التواصل الاجتماعي)



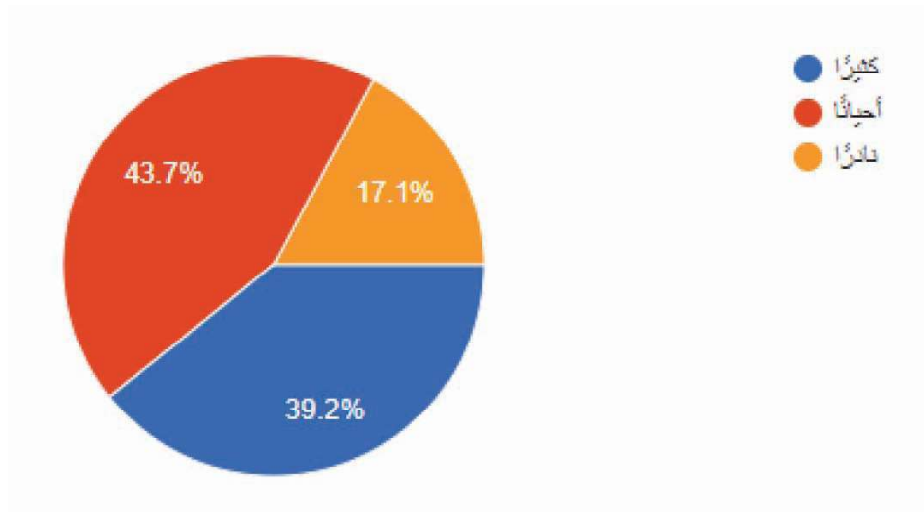
(شكل رقم ٨: اللغة المعتمدة لأفراد العينة في التواصل على وسائل التواصل الاجتماعي)

من خلال الجدول رقم (٨) أعلاه يتضح أن أكثر مستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي من أفراد العينة المدروسة يمزجون ما بين اللغة اللفظية (الحروف) والرموز غير اللفظية (الرموز التعبيرية)؛ حيث بلغت نسبتهم ٥٥,٦٪. يليهم المعتمدين على اللغة اللفظية فقط بنسبة ٤١,٩٪، ثم مستخدمي الرموز التعبيرية بنسبة ٢,٥٪.

٢-٦ ما مدى استخدامك للرموز التعبيرية (Emojis) في محادثاتك؟

النسبة المئوية	التكرارات	اللغة المعتمدة في وسائل التواصل الاجتماعي
٣٩,٢%	٢٦٥	كثيراً
٤٣,٧%	٢٩٣	أحياناً
١٧,١%	١١٥	نادراً
١٠٠%	٦٧٣	المجموع

(جدول رقم ٩: مدى استخدام أفراد العينة للرموز التعبيرية في وسائل التواصل الاجتماعي)



(شكل رقم ٩: مدى استخدام أفراد العينة للرموز التعبيرية في وسائل التواصل الاجتماعي)

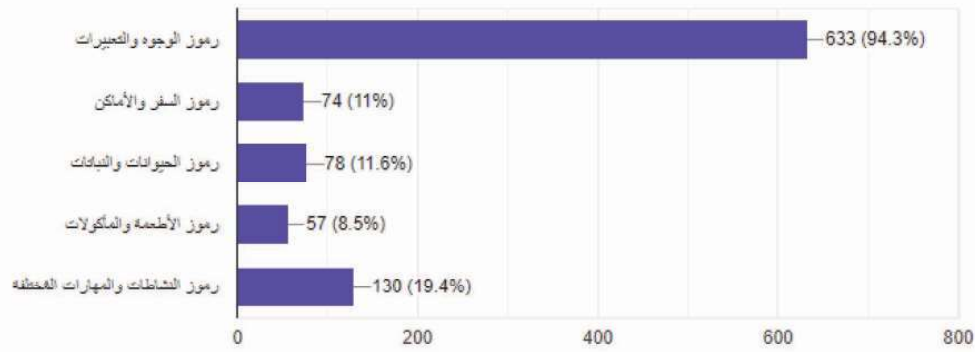
يتضح من الجدول رقم (٩) أعلاه أن معظم أفراد العينة المدروسة يستخدمون الرموز التعبيرية بشكل متوسط بنسبة ٤٣,٧٪، يليهم من يستخدمونها بكثرة بنسبة ٣٩,٢٪، ثم من يستخدمونها بشكل قليل بنسبة ١٧,١٪.

ويُفسَّر سبب الاستخدام الكبير لمواكبة التطور، ومُساهمة هذه الرموز التعبيرية في إيصال المعلومة وتقريبها للطرف الآخر، ولاختصار وقت وجهد كتابة بعض الكلمات.

٢-٧ ما طبيعة الرموز التعبيرية (Emojis) التي تستخدمها؟

طبيعة الرموز التعبيرية المستخدمة	التكرارات	النسبة المئوية
رموز الوجوه والتعبيرات	٦٣٣	٩٤,٣%
رموز السفر والأماكن	٧٤	١١%
رموز الحيوانات والنباتات	٧٨	١١,٦%
رموز الأطعمة والمأكولات	٥٧	٨,٥%
رموز النشاطات والمهارات المختلفة	١٣٠	١٩,٤%

(جدول رقم ١٠: طبيعة الرموز التعبيرية التي يستخدمها أفراد العينة في وسائل التواصل الاجتماعي)



(شكل رقم ١٠: طبيعة الرموز التعبيرية التي يستخدمها أفراد العينة في وسائل التواصل الاجتماعي)

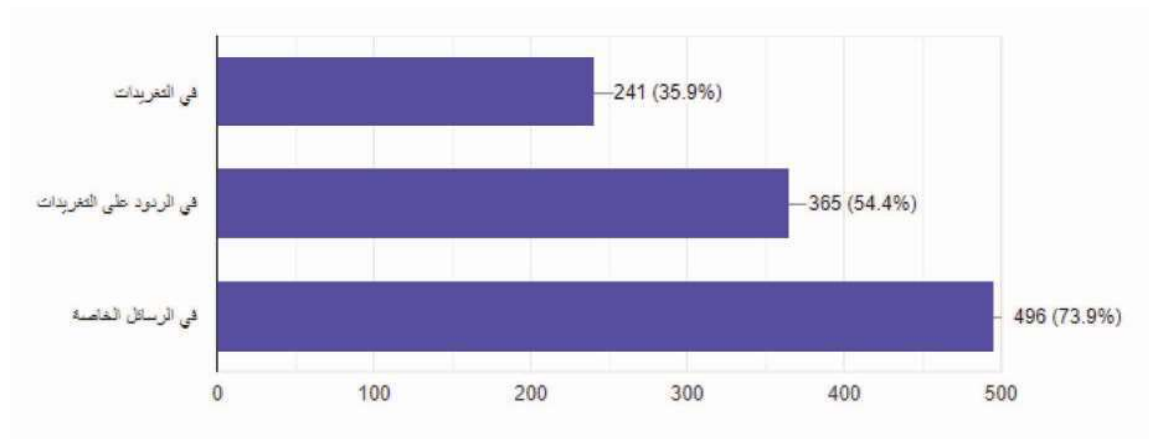
من خلال الجدول رقم (١٠) أعلاه يتبين أن أكثر استخدامات أفراد العينة للرموز التعبيرية في وسائل التواصل الاجتماعي من نوع رموز الوجوه والتعبيرات؛ وذلك بنسبة ٩٤,٣٪، يليها استخدام رموز النشاطات والمهارات المختلفة بنسبة ١٩,٤٪، ثم رموز الحيوانات والنباتات بنسبة ١١,٦٪، ثم رموز السفر والأماكن بنسبة ١١٪، وينتهي الأمر برموز الأطعمة والمأكولات التي تُستخدم بنسبة ٨,٥٪.

ويرجع السبب في ذلك أن رموز الوجوه والتعبيرات هي أقرب ما يُسمى إلى الاتصال الشخصي أو الوجه للوجه؛ حيث تُعد ملامح الوجه من أكثر الطرق إقناعاً وإيضالاً للمعلومة.

٢-٨ أين تستخدم الرموز التعبيرية (Emojis)؟^(١)

النسبة المئوية	التكرارات	مكان استخدام الرموز التعبيرية
٣٥,٩%	٢٤١	في التغريدات
٥٤,٤%	٣٦٥	في الردود على التغريدات
٧٣,٩%	٤٩٦	في الرسائل الخاصة

(جدول رقم ١١: مكان استخدام أفراد العينة للرموز التعبيرية في وسائل التواصل الاجتماعي)



(شكل رقم ١١: مكان استخدام أفراد العينة للرموز التعبيرية في وسائل التواصل الاجتماعي)

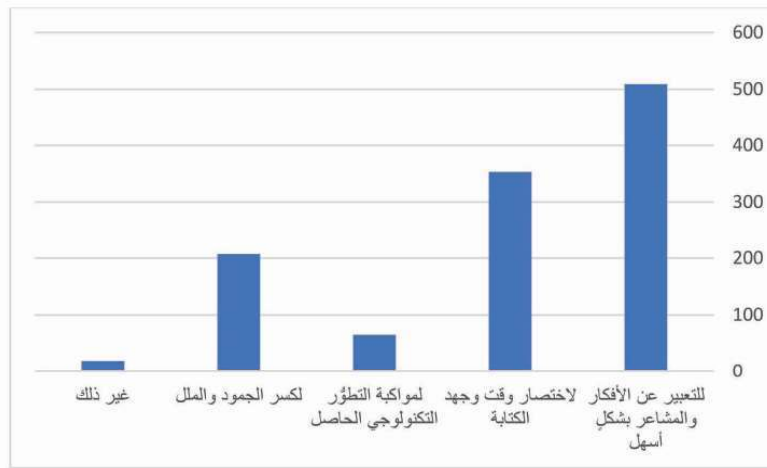
يتبين من خلال النتائج المسجلة في الجدول رقم (١١) أعلاه أن أفراد العينة يستخدمون الرموز التعبيرية في الرسائل الخاصة بشكل أكبر؛ حيث تبلغ نسبتها ٧٣,٩%، بينما يتم استخدامها في التغريدات بنسبة ٣٥,٩%، وفي الردود على التغريدات بنسبة ٥٤,٤%.

١- هذا السؤال متعدد الاختيارات للعينة.

٣- أسباب استخدام الرموز التعبيرية (Emojis) في وسائل التواصل الاجتماعي
٣-١ ما هي أسباب استخدامك للرموز التعبيرية في وسائل التواصل الاجتماعي؟

النسبة المئوية	التكرارات	أسباب استخدام الرموز التعبيرية
٧٥,٧%	٥٠٩	للتعبير عن الأفكار والمشاعر بشكل أسهل
٥٢,٥%	٣٥٣	لاختصار وقت وجهد الكتابة
٩,٧%	٦٥	لمواكبة التطور التكنولوجي الحاصل
٣٠,٨%	٢٠٧	لكسر الجمود والملل
٢,٨%	١٩	غير ذلك

(جدول رقم ١٢: أسباب استخدام أفراد العينة للرموز التعبيرية في وسائل التواصل الاجتماعي)



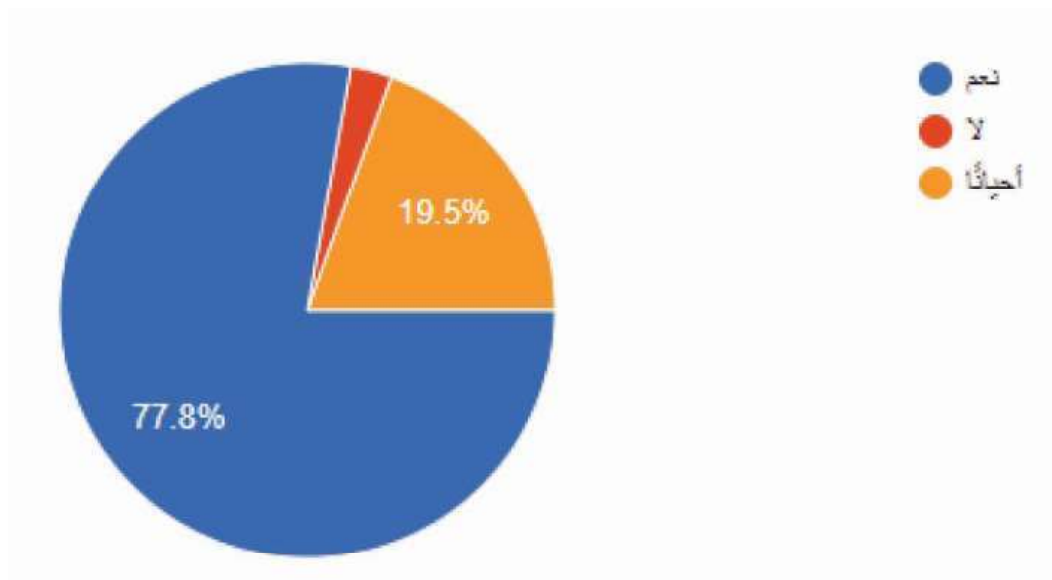
(شكل رقم ١٢: أسباب استخدام أفراد العينة للرموز التعبيرية في وسائل التواصل الاجتماعي)

من خلال النتائج المسجلة في الجدول رقم (١٢) أعلاه؛ يتضح أن أكثر سبب لاستخدام الرموز التعبيرية في وسائل التواصل الاجتماعي من قبل أفراد العينة هو التعبير عن الأفكار والمشاعر بشكل أسهل، والذي بلغت نسبته ٧٥,٧%، يليه اختصار وقت وجهد الكتابة بنسبة ٥٢,٥%، يليه كسر الجمود والملل بنسبة ٣٠,٨%، وأقل نسبة بلغت ٩,٧% وهي لمواكبة التطور التكنولوجي الحاصل. لقد ذكر بعض أفراد العينة أسباباً أخرى؛ منها: إضافة الجمال للجمل، وتقليل حدة الكلام، وهم جزء ممن بلغت نسبتهم ٢,٨%.

٢-٣ هل تفهم الرموز التعبيرية التي تصلك من شخصٍ ما؟

النسبة المئوية	التكرارات	فهم الرموز التعبيرية
٧٧,٨٪	٥٢٣	نعم
٢,٨٪	١٨	لا
١٩,٥٪	١٣١	أحياناً
١٠٠٪	٦٧٢	المجموع

(جدول رقم ١٣: مدى فهم أفراد العينة للرموز التعبيرية في وسائل التّواصل الاجتماعي)



(شكل رقم ١٣: مدى فهم أفراد العينة للرموز التعبيرية في وسائل التّواصل الاجتماعي)

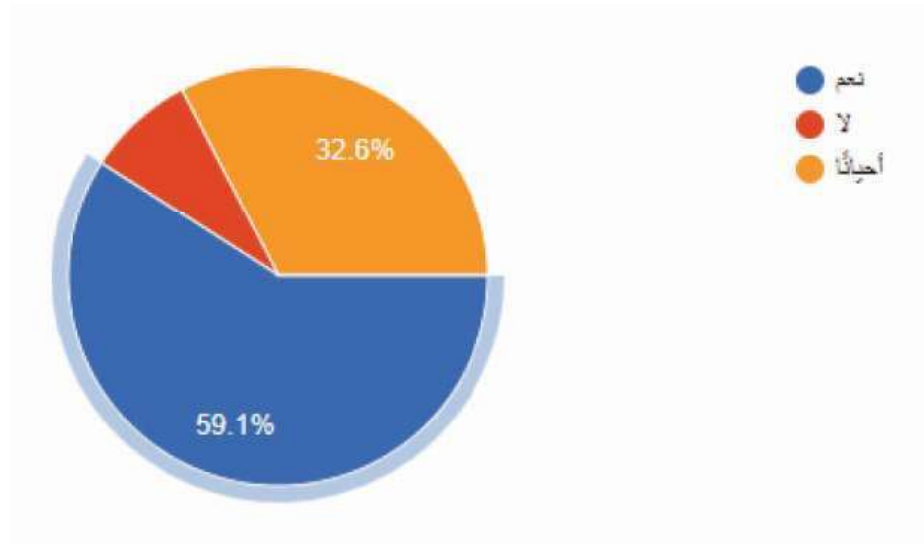
من خلال الجدول رقم (١٣) أعلاه، يتّضح أن ٧٧,٨٪ من أفراد العينة المدروسة يفهمون الرموز التعبيرية المرسلّة في وسائل التّواصل الاجتماعي، في حين أن ١٩,٥٪ يفهمونها بشكل جزئي. بينما ٢,٨٪ من أفراد العينة لا يفهمونها، وهي نسبة ضئيلة مقارنةً بنسبة الفهم.

ويُفسّر ذلك بأن الرموز التعبيرية سهلة الفهم، ولها شعبية كبيرة بين مُستخدميها؛ لجاذبيتها وتبسيطها للمعنى المراد.

٣-٣ هل تعتقد أنك دومًا تختار الرمز الصحيح؟

النسبة المئوية	التكرارات	اختيار الرموز التعبيرية الصحيحة
٥٩,١%	٣٩٧	نعم
٨,٣%	٥٦	لا
٣٢,٦%	٢٢٠	أحياناً
١٠٠%	٦٧٣	المجموع

(جدول رقم ١٤: مدى اختيار أفراد العينة للرموز التعبيرية بشكلٍ صحيحٍ في وسائل التّواصل الاجتماعي)



(شكل رقم ١٤: مدى اختيار أفراد العينة للرموز التعبيرية بشكلٍ صحيحٍ في وسائل التّواصل الاجتماعي)

من خلال الجدول رقم ١٤ أعلاه، يتّضح أن ٥٩,١% من أفراد العينة المدروسة يعتقدون أنهم يختارون الرموز التعبيرية بشكلٍ صحيحٍ. في حين أن ٣٢,٦% غير متأكدين من ذلك، و٨,٣% لا يُحسنون اختيارها.

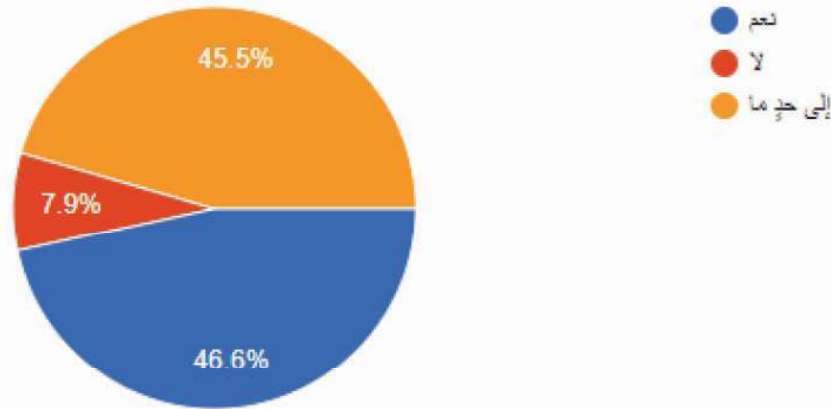
ويعود السبب في وجود نسبة كبيرة تختارها بشكلٍ صحيحٍ إلى وضوح هذه الرموز وبساطتها.

٤- رأيك في الرموز التعبيرية (Emojis) المستخدمة

٤-١ هل ترى أن استخدام الرموز التعبيرية أداة تواصل مناسبة؟

النسبة المئوية	التكرارات	استخدام الرموز التعبيرية كأداة تواصل
٤٦,٦%	٣١٤	نعم
٧,٩%	٥٣	لا
٤٥,٥%	٣٠٦	إلى حد ما
١٠٠%	٦٧٣	المجموع

(جدول رقم ١٥: استخدام أفراد العينة للرموز التعبيرية كأداة تواصل في وسائل التواصل الاجتماعي)



(شكل رقم ١٥: استخدام أفراد العينة للرموز التعبيرية كأداة تواصل في وسائل التواصل الاجتماعي)

يتضح من خلال الجدول رقم (١٥) أعلاه أن ٤٦,٦% من أفراد عينة الدراسة يؤيدون استخدام الرموز التعبيرية كأداة تواصل في وسائل التواصل الاجتماعي. و٤٥,٥% منهم يؤيدون استخدامها إلى حد ما؛ بينما ٧,٩% من أفراد العينة يعارضون استخدام الرموز التعبيرية كأداة تواصل في وسائل التواصل الاجتماعي.

ويُفسّر هذا أن أغلب فئة الشباب يستخدمون الرموز التعبيرية في وسائل التواصل الاجتماعي ويعتبرونها أداة تواصل فعّالة؛ لما تتوفر فيها من جاذبية وسهولة عن الكلمات اللفظية (بما يتعلق باختصار الوقت، وسهولة التعبير عن الفكرة وإيصال المعلومة).

٤-٢ هل تُفكر دومًا ب:

النسبة المئوية	التكرارات	استخدام الرموز التعبيرية
٣٤,٤%	٢٣١	زيادة استخدام الرموز التعبيرية
٣٢%	٢١٥	تقليل استخدام الرموز التعبيرية
٢٧,٥%	١٨٥	تغيير طريقة استخدام الرموز التعبيرية
٦,١%	٤١	الامتناع عن استخدام الرموز التعبيرية
١٠٠%	٦٧٢	المجموع

(جدول رقم ١٦: استخدام أفراد العينة للرموز التعبيرية في وسائل التّواصل الاجتماعي)



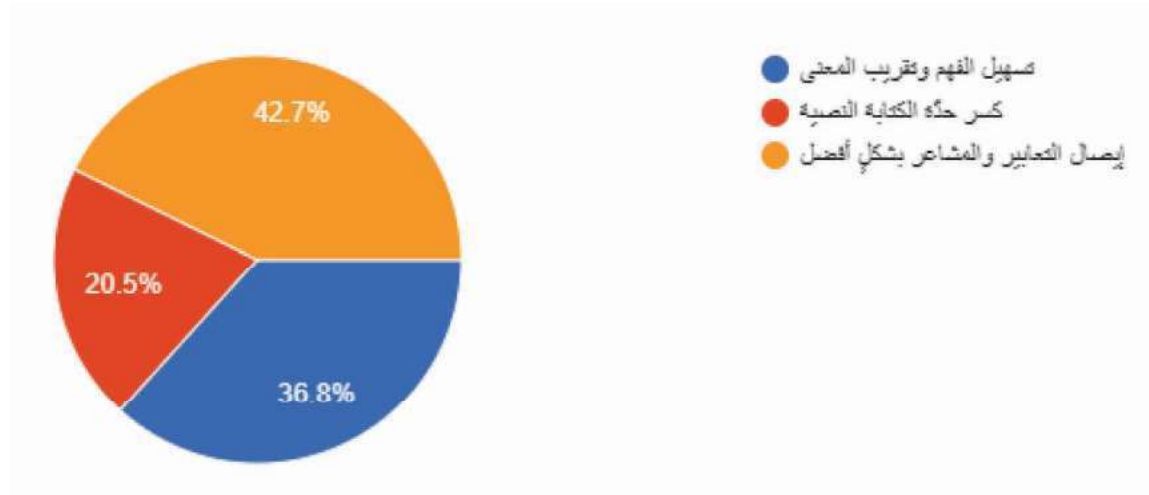
(شكل رقم ١٦: استخدام أفراد العينة للرموز التعبيرية في وسائل التّواصل الاجتماعي)

من خلال النتائج المسجّلة في الجدول رقم (١٦) أعلاه؛ يتبيّن أنّ ٣٤,٤% من أفراد العينة المدروسة يُفكّرون في زيادة استخدام الرموز التعبيرية، و٣٢% منهم يُفكّرون في التقليل من استخدامها، بينما يُفكّر ٢٧,٥% من أفراد العينة في تغيير طريقة استخدام الرموز التعبيرية، و٦,١% في الامتناع عن استخدامها نهائيًا.

٤-٣ برأيك ما هو أكثر سبب يستدعي استخدام الرموز التعبيرية؟

النسبة المئوية	التكرارات	سبب استخدام الرموز التعبيرية
٣٦,٨%	٢٤٧	تسهيل الفهم وتقريب المعنى
٢٠,٥%	١٣٨	كسر حدة الكتابة النصية
٤٢,٧%	٢٨٧	إيصال التعابير والمشاعر بشكل أفضل
١٠٠%	٦٧٢	المجموع

(جدول رقم ١٧: سبب استخدام أفراد العينة للرموز التعبيرية في وسائل التواصل الاجتماعي)



(شكل رقم ١٧: سبب استخدام أفراد العينة للرموز التعبيرية في وسائل التواصل الاجتماعي)

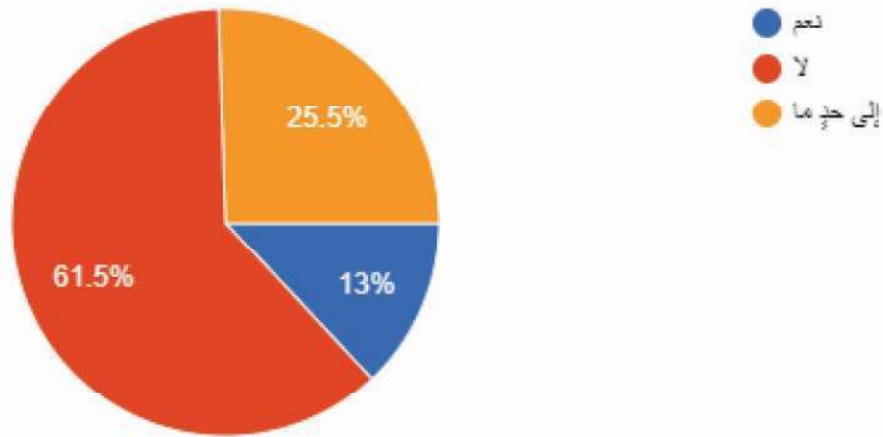
يتبين من الجدول رقم (١٧) أعلاه أنّ أكثر سبب يستدعي أفراد العينة لاستخدام الرموز التعبيرية في وسائل التواصل الاجتماعي هو لإيصال التعابير والمشاعر بشكل أفضل؛ حيث بلغت نسبتهم ٤٢,٧%، يليها تسهيل الفهم وتقريب المعنى بنسبة ٣٦,٨%، ثم كسر حدة الكتابة النصية بنسبة ٢٠,٥%.

٥- تأثير استخدام الرموز التعبيرية على اللغة

٥-١ هل تعتقد أن الرموز التعبيرية تغني عن استخدام اللغة النصية؟

النسبة المئوية	التكرارات	استخدام الرموز التعبيرية كبديل عن اللغة
١٣٪	٨٧	نعم
٦١,٥٪	٤١٢	لا
٢٥,٥٪	١٧١	إلى حد ما
١٠٠٪	٦٧٠	المجموع

(جدول رقم ١٨: استخدام أفراد العينة للرموز التعبيرية في وسائل التواصل الاجتماعي كبديل عن اللغة)



(شكل رقم ١٨: استخدام أفراد العينة للرموز التعبيرية في وسائل التواصل الاجتماعي كبديل عن اللغة)

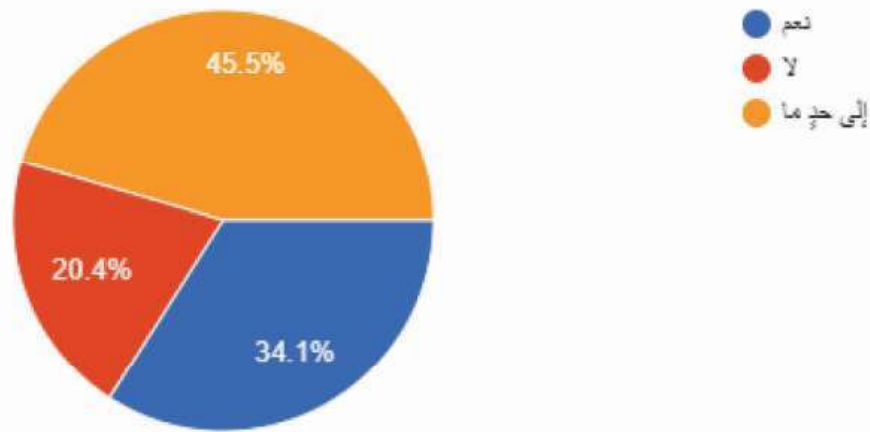
من خلال النتائج المسجلة أعلاه في جدول رقم (١٨)، يتبين رفض معظم أفراد عينة الدراسة لاستخدام الرموز التعبيرية كبديل عن اللغة المكتوبة؛ حيث بلغت نسبتهم ٦١,٥٪، في حين وافق ١٣٪ على استخدامها كبديل عن اللغة، و ٢٥,٥٪ يرى إمكانية استخدامها إلى حد ما كبديل عن اللغة.

ومن خلال هذه النتائج فإن الرموز التعبيرية قد تُشكل خطراً على اللغة اللفظية لاقتناع ١٣٪ من أفراد العينة باستخدامها والاستغناء عن اللغة بشكل تام. إلا أنه في المقابل يوجد من يدعم اللغة ويرفض استخدام الرموز التعبيرية بديلاً عنها.

٥-٢ هل تعتقد أن الرموز التعبيرية أسهل في إيصال المعلومات للطرف الآخر؟

النسبة المئوية	التكرارات	الرموز التعبيرية أسهل في إيصال المعلومة
٣٤,١%	٢٢٩	نعم
٢٠,٤%	١٣٧	لا
٤٥,٥%	٣٠٦	إلى حد ما
١٠٠%	٦٧٢	المجموع

(جدول رقم ١٩: اعتقاد أفراد العيّنة بأن الرموز التعبيرية أسهل في إيصال المعلومة للطرف الآخر)



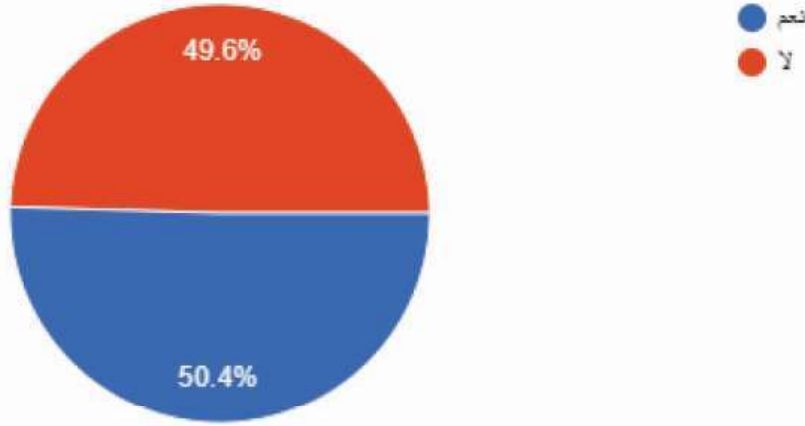
(شكل رقم ١٩: اعتقاد أفراد العيّنة بأن الرموز التعبيرية أسهل في إيصال المعلومة للطرف الآخر)

يتبين من خلال الجدول رقم (١٩) أعلاه أن ٣٤,١% من أفراد العينة يرون أن استخدام الرموز التعبيرية يُسهّل من عملية إيصال المعلومة للطرف الآخر، و٤٥,٥% يرون أنها تُسهّل إلى حد ما، في حين ٢٠,٤% يرون أنها لا تُسهّل إيصال المعلومة.

٣-٥ هل ترى أن الرموز التعبيرية تؤثر على اللغة؟

النسبة المئوية	التكرارات	تأثير الرموز التعبيرية على اللغة
٥٠,٤%	٣٣٩	نعم
٤٩,٦%	٣٣٣	لا
١٠٠%	٦٧٢	المجموع

(جدول رقم ٢٠: تأثير الرموز التعبيرية في وسائل التواصل الاجتماعي على اللغة)



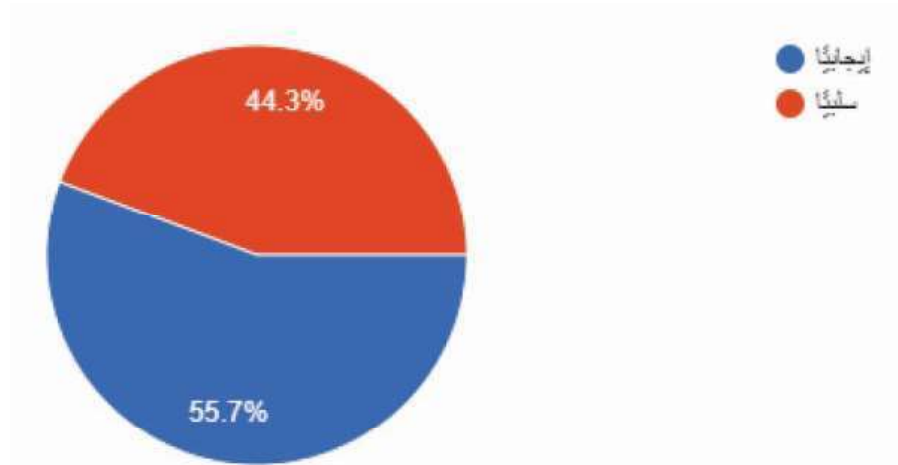
(شكل رقم ٢٠: تأثير الرموز التعبيرية في وسائل التواصل الاجتماعي على اللغة)

يتضح من خلال الجدول رقم (٢٠) أعلاه أن الرموز التعبيرية تؤثر على اللغة بحسب رأي ٥٠,٤% من أفراد العينة، ولا تؤثر بحسب ٤٩,٦% من آراء أفراد العينة المدروسة.

٥-٤ إذا كانت إجابتك نعم؛ فكيف ترى هذا التأثير؟

النسبة المئوية	التكرارات	مدى تأثير الرموز التعبيرية على اللغة
٥٥,٧%	٣٧٠	إيجابياً
٤٤,٣%	٢٩٤	سلبياً
١٠٠%	٦٦٤	المجموع

(جدول رقم ٢١: مدى تأثير الرموز التعبيرية في وسائل التّواصل الاجتماعي على اللغة)



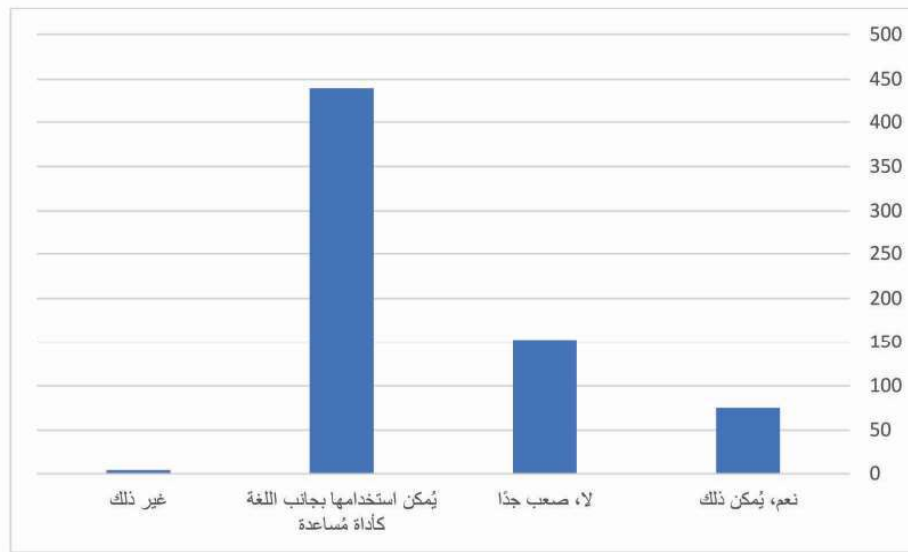
(شكل رقم ٢١: مدى تأثير الرموز التعبيرية في وسائل التّواصل الاجتماعي على اللغة)

من خلال النتائج المسجّلة في الجدول رقم (٢١) أعلاه؛ يرى ٥٥,٧% من أفراد العينة تأثير الرموز التعبيرية المستخدمة في وسائل التّواصل الاجتماعي بشكلٍ إيجابي على اللغة العربية. في حين يرى ٤٤,٣% منهم تأثيرها بشكلٍ سلبي. ويُفسّر ذلك أنّ الاستخدام الطبيعي للرموز التعبيرية يدعم اللغة ولا يُؤثر عليها بشكلٍ سلبي؛ في حين أنّ الاستخدام المكثّف لها قد يُؤثر على اللغة.

٥-٥ هل تعتقد أن الرموز التعبيرية ستُصبح لغةً بحدّ ذاتها؟

النسبة المئوية	التكرارات	الرموز التعبيرية ستُصبح لغةً بحدّ ذاتها
١١,٢%	٧٥	نعم، يُمكن ذلك
٢٢,٨%	١٥٣	لا، صعب جدًا
٦٥,٥%	٤٤٠	يُمكن استخدامها بجانب اللغة كأداة مُساعدة
٠,٥%	٤	غير ذلك
١٠٠%	٦٧٢	المجموع

(جدول رقم ٢٢: اعتقاد أفراد العيّنة أن الرموز التعبيرية في وسائل التّواصل الاجتماعي ستُصبح لغةً بحدّ ذاتها)



(شكل رقم ٢٢: اعتقاد أفراد العيّنة أن الرموز التعبيرية في وسائل التّواصل الاجتماعي ستُصبح لغةً بحدّ ذاتها)

من خلال الجدول رقم (٢٢) أعلاه، يتّضح أنّ الرموز التعبيرية لا يُمكن أن تكون لغةً بحدّ ذاتها؛ وإنما يُمكن استخدامها كأداة مُساعدة بجانب اللغة وذلك بحسب آراء ٦٥,٥% من أفراد العيّنة، في حين أنّ ١١,٢% يرون إمكانية الاعتماد عليها كلغة، و٢٢,٨% عدم الاعتماد عليها.

٤- النتائج والتوصيات:

- تستعمل الرموز التعبيرية لتقريب وجهات النظر بين طرفي الاتصال الرقمي .
- يستخدم أغلب الشباب تطبيقات وسائل التواصل الاجتماعي، ويُعدُّ الذُّكور أكثر استخدامًا له خاصَّة الطلاب والباحثين؛ لما فيه من خدمات متعدِّدة تختصر الوقت والجهد لمتابعة الأخبار، وللحصول على المعلومات والدراسات البحثية والمعرفية، ولتبادل الخبرات، وللتواصل مع الأصدقاء والأقارب، ولبناء علاقات عمل.
- يفضِّل الشباب تصفح تطبيقات وسائل التواصل الاجتماعي في المساء لمدة تتراوح بين ساعة إلى ثلاث ساعات يوميًا وفق احتياجاتهم وأوقات فراغهم.
- يمزج الشباب بين اللغة اللفظية (الحروف الكتابية) والرموز غير اللفظية (الرموز التعبيرية) عند استخدامهم لتطبيقات وسائل التواصل الاجتماعي؛ لأنها تسهم في إيصال المعلومة وتقريبها للطرف الآخر، كما أنَّها تختصر وقت وجهد كتابة بعض الكلمات.
- تُعدُّ رموز الوجوه والتعبيرات أكثر استخدامًا من بقية الرموز التعبيرية؛ لأنَّ هذه الرموز قريبة من الاتصال الشخصي أو الوجه للوجه؛ لأنها تُعدُّ أكثر إقناعًا وإيصالًا للمعلومة، إذ تستخدم في الرسائل الخاصة أكثر من التغريدات والردود.
- يستخدم الشباب الرموز التعبيرية كونها أداة تواصلية تفاعلية، ويرجع السبب إلى ذلك لعدة أمور، منها: الجاذبية والسهولة عن الكتابة اللفظية، والتعبير عن الأفكار والمشاعر، وتقليل حدة الكلام والكتابة النصية، واختصار الوقت والجهد عند الكتابة، وسهولة التعبير عن الأفكار، وإيصال

المعلومات، وإضافة الجمال للعبارات، وكسر الملل والجمود، ومواكبة التَّطور التَّقني. كما أنَّ مستخدمي هذه الرُّموز يستخدمونها بشكل صحيح، ويفهمونها بطريقة سهلة وواضحة؛ لأنَّ لها شعبيَّة كبيرة بين المستخدمين، كما أنَّ لها جاذبيَّة وتبسط المعنى المراد رغم أنَّ بعضها تحتمل أكثر من معنى.

- يرفض الشَّباب استخدام الرُّموز التَّعبيريَّة كبديل عن اللغة النَّصيَّة المكتوبة؛ لأنَّ هذا يشكِّل خطرًا على اللغة، بل يفكرون في زيادة الرُّموز التَّعبيريَّة؛ للتعبير عن مختلف الجوانب الحياتيَّة.

- تؤثر الرُّموز التَّعبيريَّة بشكل إيجابي على اللغة العربيَّة؛ لأنَّ الشَّباب يستخدمونها استخدامًا طبيعيًّا يدعم اللغة ولا يُؤثِّر عليها بشكل سلبي، ولأنَّها ليست لغة مستقلة بل هي أداة مُساعدة بجانب اللغة تزيد في إيصال المشاعر والأحاسيس من خلال النَّصِّ الرَّقْمِي.

وبعد هذه الدِّراسة يوصي الباحث بما يلي:

- البحث عن الرُّموز التَّعبيريَّة في مواقع التَّواصل الاجتماعي ودور الأمن السيبراني في حماية اللغة.

- البحث عن الرُّموز التَّعبيريَّة واستخدام أصحاب الهمم لها (الإعاقة البصريَّة / الإعاقة السَّمعيَّة).

٥- هوامش الدِّراسة:

١- يُنظر: محمود أحمد عبد الفتاح، الاتِّصال (اللفظي وغير اللفظي)، إعداد مجموعة خبراء، ط ١ (القاهرة: المجموعة العربيَّة للتدريب والنشر، ٢٠١٢م)، ٣٨، وسلاف شهاب الدِّين يغمور، التَّواصل غير اللفظي في الإبانة والتَّواصل: نماذج تطبيقيَّة ومقولات علميَّة، ط ١ (فلسطين: كليَّة

الآداب - جامعة بيرزيت، ٢٠١٩م)، ٢٣-٢٩، وديفيد كريستال، الثورة اللغوية، ترجمة: أنس عبد الرزاق المكتبي، ط ١ (الرياض: دار جامعة الملك سعود، ١٤٣٨هـ)، ٩٠-٩١.

2- Danesi, M. (2016). The semiotics of emoji: The rise of visual language in the age of the internet. Bloomsbury Publishing.. Page 2-11 وموقع <https://ar.m.wikipedia.org/wiki>

٣- قامت (Unicode Consortium) وهي مؤسسة غير ربحية مسجلة في الأمم المتحدة بالتقدم للأمم المتحدة بطلب الحصول على رموز تعبيرية معترف بها من قبلها؛ للحفاظ على معايير النص عبر أجهزة الحاسب الآلي. وفي عام ٢٠١٠م قدمت (Unicode) ٦٢٥ رمزاً تعبيرياً جديداً. كما دخلت الرموز التعبيرية نظام (iOS) في عام ٢٠١١م. ثم ظهرت تحديثات وإضافات للرموز التعبيرية؛ من خلال اقتراح رموز جديدة في عام ٢٠١٥م. للاستزادة في هذا الأمر يُنظر:

Danesi, M. (2016). The semiotics of emoji: The rise of visual language in the age of the internet. Bloomsbury Publishing.. Page 2-11 وموقع Language.oup.com/word-of-year/2015/.

٤- محمّد المحفلي، الإيموجي.. رسمياً في قاموس عالمي، مجلة حياة المعرفة، الثلاثاء ٢٠ مارس ٢٠١٨م.

٥- يقول اللغوي كونور جافي في مقال لمجلة نيوزويك أنّ عدد المتحدثين باللغة الإنجليزية اليوم ٣٣٥ مليون تقريباً، منهم ما يُقارب ٥٥ مليون يتحدثون

الإنجليزية كلغة ثانية، وتعدُّ اللغة الأولى في ١٠١ دولة حول العالم. بينما ترسل يومياً ما يُقارب واحد وأربعين مليار رسالة نصية، منها ٦ مليار رسالة تحتوي على رمز أو أكثر من الرموز التعبيرية. وهذا ما يجعل الإنجليزية لغة صغيرة لا تكاد تُذكر أمام الرموز التعبيرية في الوصول والانتشار والاستخدام حول العالم. وللرموز التعبيرية معانٍ عامة وفق تصنيف موقع (unicode) الإصدار الثالث عشر. يُنظر: ديفيد كريستال، لسانيات الشبكة العنكبوتية دليل الطالب، ترجمة: عبد الله بن عبدالرحمن بن طويرش، ط ١ (الرياض: جامعة الملك سعود، ١٤٣٩هـ - ٢٠١٨م)، وموقع مجلة النيوزريك newsweek.com/are-emojis-becoming-new-universal-language-333213

وموقع unicode.org/emoji/charts13.0/emoji-ordering.html

(6)

- Hasan.A.E (2018) The Role of Emojis and Emoticons in Enhancing Interpersonal Communication through messenger and whatsapp Application Adab Alkufa, 2(37) page 126-127
- Evans,v (2017) The emoji code: The Linguistics bevind smiley faces and scaredy cats. Picador USA. Chapter one
- AlRashdi.F (2015) Forms andFuncitions of Emojis in WhatsApp in teraction among omanis
- (Doctoral dissertation, Georgetaun University) Page:2

٧- فيصل العنزي، واقع استخدام الرموز التعبيرية في البيئة الرقمية الإعلامية، ط١ (الرياض: مكتبة الملك فهد الوطنية للنشر والتوزيع، ٢٠٢٠م)، ١٧-١٨.

٨- دينا دادر، المعاني الخفية وراء الإيموجي _Emoji المستخدمة في مواقع التواصل الاجتماعي. <https://wanasah.online>.

٦- مراجع الدراسة:

٦-١ المراجع العربية:

ديفيد كريستال، الثورة اللغوية، ترجمة: أنس عبد الرزاق المكتبي، ط١ (الرياض: دار جامعة الملك سعود، ١٤٣٨هـ).

ديفيد كريستال، لسانيات الشبكة العنكبوتية دليل الطالب، ترجمة: عبد الله بن عبدالرحمن بن طويرش، ط١ (الرياض: جامعة الملك سعود، ١٤٣٩هـ-٢٠١٨م).

سلاف شهاب الدين يغمور، التواصل غير اللفظي في الإبانة والتواصل: نماذج تطبيقية ومقولات علمية، ط١ (فلسطين: كلية الآداب - جامعة بيرزيت، ٢٠١٩م).

فيصل العنزي، واقع استخدام الرموز التعبيرية في البيئة الرقمية الإعلامية، ط١ (الرياض: مكتبة الملك فهد الوطنية للنشر والتوزيع، ٢٠٢٠م).

محمود أحمد عبد الفتاح، الاتصال (اللفظي وغير اللفظي)، إعداد مجموعة خبراء، ط١ (القاهرة: المجموعة العربية للتدريب والنشر، ٢٠١٢م).

٦-٢ المراجع الأجنبية:

- Danesi, M. (2016). The semiotics of emoji: The rise of visual language in the age of the internet. Bloomsbury Publishing.
- Hasan.A.E (2018) The Role of Emojis and Emoticons in Enhancing Interpersonal Communication through messenger and whatsapp Application Adab Alkufa, 2(37)
- Evans, v(2017) The emoji code: The Linguistics bevind smiley faces and scaredy cats. Picador USA. Chapter one
- AlRashdi.F (2015) Forms and Functions of Emojis in WhatsApp in teraction among omanis
- (Doctoral dissertaton, Georgetaun University)

٦-٣ المجلات العلمية:

محمد الحفلي، الإيموجي .. رسمياً في قاموس عالمي، مجلة حياة المعرفة،
الثلاثاء ٢٠ مارس ٢٠١٨ م.

٦-٤ المواقع الالكترونية:

- <https://wanasah.online>
- <https://ar.m.wikipedia.org/wiki>
- Language.oup.com/word-of-year/2015/
- newsweek.com/are-emojis-becoming-new-universallanguage-333213
- unicode.org/emoji/charts13.0/emoji-ordering.html

6-1 Arabic references:

- David Crystal, The Language Revolution, translated by: Anas Abdul Razzaq Al-Balbi, 1st Edition (Riyadh: King Saud University House, 1438 AH).
- David Crystal, Linguistics of the Web Student's Guide, Translation: Abdullah bin Abdulrahman bin Twirich, 1st Edition (Riyadh: King Saud University, 1439 AH - 2018 AD).
- Slavs Shihab al-Din Yaghmour, non-verbal communication in emanship and communication: applied models and scientific sayings, 1st floor (Palestine: Faculty of Arts - Birzeit University, 2019).
- Faisal Al-Enezi, The Reality of the Use of Emojis in the Digital Media Environment, 1st Edition (Riyadh: King Fahd National Library for Publishing and Distribution, 2020).
- Mahmoud Ahmed Abdel Fattah, Communication (verbal and non-verbal), preparation of an expert group, 1st floor (Cairo: Arab Group for Training and Publishing, 2012).

6-2 Non-Arabic references:

- Danesi, M. (2016). The semiotics of emoji: The rise of visual language in the age of the internet. Bloomsbury Publishing.

- Hasan.A.E (2018) The Role of Emojis and Emoticons in Enhancing Interpersonal Communication through messenger and whatsapp Application Adab Alkufa, 2(37)
- Evans,v(2017)Theemojicode:TheLingusisticsbevivdsmileyfacesandscaaredycats.Picador USA. Chapter one
- AlRashdi.F (2015) Forms andFuncitions of Emojis in WhatsApp in teraction among omanis
- (Doctoral dissertation, Georgetaun University)

6-3 Scientific Journals:

- Muhammad Al-Mahfly, The Emoji.. Officially in a Global Dictionary, Hayat Al-Maarifa Magazine, Tuesday, March 20, 2018 AD.

6-4 Websites:

- <https://wanasah.online>
- <https://ar.m.wikipedia.org/wiki>
- Language.oup.com/word-of-year/2015/newsweek.com/are-emojis-becoming-new-universallanguage-333213
unicode.org/emoji/charts13.0/emoji-ordering.html



United Arab Emirates
Al Wasl University - Dubai
College of Arts

Fekr & Maarefa

A Peer-Reviewed Annual Journal
Specialized in Humanities and Social Sciences

Issue No. 2
(2022 CE - 1444 H)