



استخدام الرموز التعبيرية في الهواتف الذكية من قبل طلاب الجامعات المصرية: جامعة أسوان نموذجاً.

د. أحمد جابر حامد

المدرس بقسم المكتبات والمعلومات

كلية الآداب، جامعة أسوان



***مستخلص الدراسة:**

تهدف الدراسة إلى التعرف على استخدامات طلاب جامعة أسوان للرموز التعبيرية في نقل المعلومات لغيرهم أثناء التواصل الإلكتروني في الهواتف الذكية كنموذج لطلاب الجامعات المصرية؛ و من ثَمَّ اتبعت الدراسة المنهج الميداني اعتماداً على استبيانٍ وُجِّهَ إلى عينة طبقية مقصودة من طلاب جامعة أسوان، بحيث تتنوع في: التخصص(العلمي و الأدبي)، و الجنس (الذكور و الإناث)، فشملت العينة: طلاب الفرقة الأولى بكلية الطب البيطري كعينة للتخصص العلمي، و طلاب الفرقة الأولى بكلية الخدمة الاجتماعية كعينة للتخصص الأدبي.

و توصلت الدراسة إلى عدة نتائج أبرزها: أن 63.6% من الطلاب يستخدمون الرموز التعبيرية أثناء تواصلهم الإلكتروني مع: زملاء الدراسة، المحبوب، الأصدقاء من خارج نطاق الدراسة، أساتذة الجامعة، و الأقارب. و أن الإناث(69.8% منهن) أكثر استخداماً للرموز من الذكور(57.3%)، بينما لم يكن للتخصص العلمي تأثير في استخدام الطلاب للرموز التعبيرية. أما تطبيقات التواصل الإلكتروني الأكثر استخداماً من جانب الطلاب للتواصل بالرموز التعبيرية هي بالترتيب: الواتس اب، الماسنجر، الفيس بوك، الإنستجرام، الفاير، والتويتتر. و شملت الرموز التعبيرية الأكثر استخداماً: الوجه المبتسم، وجه دموع الفرح، رموز قلوب الحب حيث يستخدمها كل طلاب الدراسة. و أن معظم الطلاب يعتمدون في تحديد معنى الرمز على التخمين اعتماداً على شكله. و أوصت الدراسة بأن توفر المكتبات المصادر الإلكترونية للرموز التعبيرية، و تتيح الاستخدام المرجعي لها بالطرائق و الخدمات المناسبة للمستفيدين، و إدخال رموز تعبر عن البيئة و الثقافة و المجتمعات العربية و الإسلامية.

الكلمات المفتاحية: الرموز التعبيرية، الإيموجي، التواصل الفوري المحسب، التواصل الإلكتروني، الرسائل الفورية، التواصل غير اللفظي.

The use of emoji in smartphones by Egyptian universities students: Aswan University as a model.

Abstract:

This study aims at: determining the use of emoji by students in Aswan University –as a model to Egyptian universities students- to convey information to others through electronic communication in smart phones. So the study took up the field method, depending on a questionnaire applied on an intended class sample from students in Aswan University, which varied in: field of specialization (scientific, literary), and sex (male, female). As a result, this sample contained: the 1st class students in Faculty of Veterinary Medicine, and the 1st class students in Faculty of Social Service.

This research attained many results such as: 63.6% of students use Emoji in their electronic communication, with their: colleagues, lover, friends, university teachers, and relatives. Females (69.8% of them) use Emoji more than males (57.3%). There was no effect to the field of specialization on using Emoji. Students use Emoji in electronic communication software: WhatsApp, Messenger, Facebook, Instagram, Vibre, and Twitter. The most use Emoji were: smiley face, face with happiness tears, love hearts. A lot of students guess the meaning of Emoji through its shapes. The study recommended supplying libraries with e-resources about Emoji, and facilitating reference use through services and ways which are suitable for users, and to design Emoji express Arab and Islamic culture and societies.

Keywords:

Emoji, Emoticons, Computer-mediated communication, Electronic communication, Instant messaging, Nonverbal communication.

1/0 تمهيد:

أصبح عصرنا الحالي مفعماً بوسائل التواصل التي أنتجتها التكنولوجيا الحديثة، ولم تعد اللغة المنطوقة أو المكتوبة هي وسيلة التواصل والتفاهم الوحيدة؛ إذ نشأت وسائل أخرى أكثر اختصاراً وسهولة في الاستخدام والتعبير بما يتناسب مع طبيعة وسائل التواصل الحديثة، وتُعد "الإيموجي" Emoji إحدى هذه الوسائل.

ويتكون مصطلح الإيموجي من شقين: "إيE" وتعني صورة، و"موجيMoji" تعني رمز كتابة، وتعني اصطلاحاً: الصور الرمزية. التي تُعرَّف بأنها: فن يتألف من رسوم رمزية مختلفة تعبّر عن المشاعر والأشياء. وقد انطلق المصطلح من-موطنه الأصلي- اليابان ليعم استخدامه العالم، بعدما تلقفتها شركات إنتاج الهواتف الذكية المختلفة مثل: سامسونج، إل جي LG، إتش تي سي HTC، أبل Apple، وقد يُشار إليه في أدبيات اللغة العربية بعدة مصطلحات أُخرى مثل: الصور التعبيرية، الرموز التعبيرية، الرسوم التعبيرية، الوجوه التعبيرية، رموز الانفعالات (الإيموشن) (emoticon (emotional icon)، و الإسمائيات smiley faces⁽¹⁾.

ويرى الباحث أن مصطلح "الرموز التعبيرية" هو أنسبهم للدلالة على الموضوع؛ لأن كلمتي: "الصور" و "الرسوم" لا تعنيان أنهما مستخدمتان كهدفين في حد ذاتهما، بل إن الصورة أو الرسم يرمزان إلى دلالةٍ أو معنى معين، بما يعني أنهما في النهاية رمز يتخذ من الرسم أو الصورة وسيلة لتوصيل المعنى فقط. أما مصطلحات: "الوجوه" أو "الانفعالات" أو "الإسمائيات" فإن كلاً منهم جزء فقط من فئات الرموز التعبيرية التي تشملهم جميعاً إلى جانب رموز تعبيرية أخرى، تعبر و ترمز إلى معاني ودلالاتٍ كثيرة تتخطى هذه المصطلحات الثلاثة.

2/0 ظاهرة الدراسة ومبررات اختيار الموضوع:

أصبحت الرموز التعبيرية شكلاً فعّالاً للتواصل يتجاوز الحدود اللغوية على مستوى العالم، و وسيلة جديدة يتفاهم بها الملايين يومياً؛ لكفاءتها في توصيل المعلومات والمعاني والمكونات النفسية والوجدانية. ونتيجة لزيادة أعداد ومعاني تلك الرموز- التي خرجت

عن دائرة المحبة والكرهية والغضب والحزن، لتشمل كثيراً من الحالات المزاجية والمعاني المجردة- أن تعددت تطبيقات التواصل الإلكتروني الفوري التي تستخدمها، مثل: الفيس بوك، الوتس اب، الماسنجر... الخ. و يستخدم- وفقاً لأحدث التقارير- أكثر من 92% من متصفحى الإنترنت الرموز التعبيرية، و يرسل نحو مليارى مستخدم للهواتف الذكية حوالى 6 مليارات رمز يومياً⁽²⁾، وأن 5 بليون رمز تُرسل يومياً فى الماسنجر، إلى جانب 60 مليوناً فى الفيس بوك⁽³⁾. و كنتيجة طبيعية لعالمية الرموز التعبيرية وازدياد استخدامها بين الشباب أن يمتد استخدامها إلى الشباب وطلاب الجامعات فى مصر.

وقد لاحظ الباحث فى الآونة الأخيرة أن استخدام الرموز التعبيرية كوسيلة لنقل المعلومات للآخرين أصبح يمثل ظاهرة بين الشباب المصرى فى تطبيقات التواصل الإلكتروني على الهواتف الذكية؛ للتعبير عن: المشاعر، الفكاهات، الأفكار، الآراء، المعلومات... الخ، ما دفع الباحث إلى اختيار هذا الموضوع لدراسته، من منطلق أن تلك الرموز تُعدُّ مادة بصرية تُستخدَم فى نقل المعلومات إلى الآخرين. يُضاف إلى ذلك أن المكتبة العربية تخلو من الدراسات العلمية التى تتناول هذا الموضوع، حيث تقتصر الكتابة فيه على بعض المواقع الإلكترونية، رغم الاهتمام الغربى بها منذ أوائل القرن الحالى.

3/0 أهمية الموضوع :

تستند أهمية هذا الموضوع على أهمية الرموز التعبيرية التى فرضت نفسها أسلوباً عالمياً مفهوماً ومؤثراً للتواصل الإلكتروني بين الأفراد، فكثُر استخدامها فى الرسائل عوضاً عن الكلمات واختصاراً لها، إلى جانب أثرها الإيجابى على مستخدميها فى تفاعلهم الشخصى وزيادة شعورهم بالبهجة أثناء التواصل الإلكتروني، وحالياً بلغت أهميتها حدًّا جعل العلماء يحللون شخصية الفرد بناءً على استخداماته للرموز التعبيرية.

وأجرت مجلة "نيوزويك" دراسة مقارنة بين: انتشار الإنجليزية -اللغة العالمية الأولى- تاريخياً، وانتشار الرموز التعبيرية حالياً، فاستنتجت: أنه يبلغ عدد الناطقين الأصليين بالإنجليزية نحو 335 مليون نسمة، و505 ملايين يتكلمونها كلغة ثانية، وأن هناك حوالى 41 مليار رسالة نصية تُرسل يومياً حول العالم على الأجهزة الإلكترونية الذكية، من

ضممتها حوالي 6 مليارات رسالة تتضمن واحداً من الرموز التعبيرية على الأقل، أو تتألف منها كليةً، وهذا رقم مذهل يجعل انتشار اللغة الإنجليزية قزماً أمامها⁽⁴⁾.
و تستند أهمية هذا الموضوع أيضاً على أهمية الرسوم كإحدى مصادر المعلومات البصرية Visual Material في التعبير عن المعلومات وتفسيرها وتقريبها لذهن المتلقى لفهمها وإدراكها، فربَّ رسم أو صورة أبلغ من كلمات كثيرة، أو قد تغنى عنها كليةً⁽⁵⁾.

4/0 أهداف الدراسة:

- تَتَبَّع تاريخ نشأة وتطور الرموز التعبيرية.
- تحديد مدى استخدام طلاب الدراسة للرموز التعبيرية لأغراض نقل المعلومات في تواصلهم الإلكتروني.
- قياس تأثير كل من: النوع، والتخصص العلمي في استخدام الرموز التعبيرية لدى الطلاب.
- الكشف عن كيفية استخدام الطلاب للرموز التعبيرية من حيث: معدلات الاستخدام، أغراض الاستخدام، تطبيقات الاستخدام، تأثيرات اللون والحركة.
- تحديد أكثر الرموز التعبيرية استخداماً من جانب طلاب الدراسة، ومدى صحة استخدام معانيها.
- التعرف على آراء الطلاب حول مميزات ومشكلات استخدام الرموز التعبيرية.

5/0 تساؤلات الدراسة:

- كيف نشأت وتطورت الرموز التعبيرية؟
- ما مدى استخدام طلاب الدراسة للرموز التعبيرية لأغراض نقل المعلومات في تواصلهم الإلكتروني؟
- هل يوجد تأثير لكل من: النوع، والتخصص العلمي في استخدام الرموز التعبيرية لدى الطلاب؟
- كيف يستخدم الطلاب الرموز التعبيرية؟ ولأى غرض؟

- ما أكثر الرموز التعبيرية استخداماً من جانب طلاب الدراسة؟ وما صحة استخدامهم معانها؟

- ما آراء الطلاب حول مميزات ومشكلات استخدام الرموز التعبيرية؟

6/0 حدود الدراسة:

موضوعية: تتناول الدراسة استخدام طلاب جامعة أسوان-كنموذج للشباب المصري- للرموز التعبيرية في

الهواتف الذكية كوسيلة لنقل المعلومات في تطبيقات التواصل الإلكتروني الفوري.

مكانية: اتخذت الدراسة لنفسها عينة من طلاب جامعة أسوان تغطي التخصصين: الأدبي والعلوي.

7/0 منهج الدراسة وأدوات جمع البيانات:

حيث إن استخدام الطلاب للرموز التعبيرية في الهواتف الذكية يُمَثِّلُ ظاهرة حالية آنية لا سبيل إليها إلا من خلال ميدان الدراسة المتمثل في طلاب الجامعات المصرية؛ فقد اتبعت الدراسة المنهج الميداني اعتماداً على استبيانٍ موجه لطلاب جامعة أسوان كنموذج لطلاب الجامعات المصرية، يهدف إلى تجميع البيانات اللازمة لهذه الدراسة، حيث مر إعداده بالاستبيان بالمراحل الآتية:

- البحث والاطلاع على المصادر المتاحة حول موضوع الدراسة في: مقالات الدوريات، صفحات الويب، البوابات الإلكترونية... باستخدام محركات وأدلة البحث المختلفة، من خلال مصطلحات: الصور/ الرموز/ الرسوم/ الوجوه التعبيرية Emoji، رموز الانفعالات (الإيموشنات) Emoticon، والإسمايلات Smiley faces.

- إعداد الاستبيان الذي تكوّن من 15 سؤالاً، يستقصى أهداف الدراسة الميدانية ومحاورها المختلفة، وبعد تنقيحه ومراجعته علمياً ولغوياً، ورّعه الباحث على طلاب عينة الدراسة أثناء تجمعهم في قاعات الدراسة لحضور المحاضرات المقررة لهم في العام الدراسي 2017/16؛ لضمان تواجد أكبر عدد منهم، والإجابة الفورية على أية توضيحات أو استفسارات حول أسئلة الاستبيان، ولتحقيق سرعة تجميع البيانات.

8/0 مجتمع وعينة الدراسة:

تكوّن مجتمع الدراسة من الطلاب المقيدين في جامعة أسوان بالمرحلة الجامعية الأولى، البالغ عددهم 19419 طالباً في العام الدراسي 2016/2017، يدرسون في 18 كلية هي: التربية، العلوم، الآداب، الخدمة الاجتماعية، الهندسة، هندسة الطاقة، الطب البيطري، الزراعة و الموارد الطبيعية، الألسن، التمريض، التجارة، الطب، التربية النوعية، الحقوق، التربية الرياضية، الآثار، تكنولوجيا المصايد والأسماك، ودار العلوم، إضافة إلى معهد البحوث والدراسات الإفريقية ودول حوض النيل⁽⁶⁾.

ولخدمة أهداف الدراسة عمد الباحث إلى اختيار عينة طبقية مقصودة من طلاب جامعة أسوان، بحيث تتسم بالتنوع في التخصصين: العلي والأدبي، وفي الجنس: الذكور والإناث، فاقترنت على: طلاب الفرقة الأولى بكلية الطب البيطري عيناً للتخصص العلي، والفرقة الأولى بكلية الخدمة الاجتماعية عيناً للتخصص الأدبي. حيث يتميز تخصص الطب البيطري بأن له الكثير من الرموز التعبيرية التي تخدمه، كما يتميز تخصص الخدمة الاجتماعية بأنه مَعْنِيٌّ بموضوع الرموز التعبيرية باعتبارها وسيلة حديثة للتواصل الاجتماعي بين الأفراد.

جدول (1): حجم عينة الدراسة مقسمة بين التخصص العلي و الجنس.

التخصص	ذكور	إناث	المجموع	المستبعد	المتبقى	النسبة من العينة المعتمدة
الطب البيطري	19	41	60	-	60	28.7%
الخدمة الاجتماعية	113	101	214	65	149	71.3%
المستبعد	29	36	65	65	209	100%
الإجمالي	103	106	209	-	209	100%
النسبة من العينة المعتمدة	49.3%	50.7%	100%			

وقد وزع الباحث 60 استبياناً على طلاب الفرقة الأولى بكلية الطب البيطري (19 طالباً و 41 طالبةً) ولم يُستبعد منها شيئاً، بنسبة 28.7% من حجم العينة المعتمدة للدراسة. ووزع 214 استبياناً على طلاب الفرقة الأولى بكلية الخدمة الاجتماعية (113 طالباً

101 طالبة) استُبعدَ منها 65 استبياناً لعدم كفاية إجاباتها في تحقيق أهداف الدراسة، ليتبقى 149 استبياناً تعتمد عليهم الدراسة، بنسبة 71.3% من حجم العينة المعتمدة للدراسة؛ وبذلك بلغ عدد الاستبيانات المعتمدة للدراسة 209 استبياناً (49.3% منهم للطلاب الذكور، و50.7% للطالبات من حجم عينة الدراسة)، وبلغ حجم العينة 1.1% من حجم مجتمع الدراسة كله.

9/0 الدراسات السابقة :

وجد الباحث عدة دراسات تناولت موضوع "الرموز التعبيرية" من جوانب: علم الاجتماع اللغوي⁽⁷⁾، أو اجتماعية⁽⁸⁾ أو لغوية⁽⁹⁾ أو نفسية⁽¹⁰⁾، أما في مجال المعلومات فلم يجد الباحث أية دراسات عربية تتناول "الرموز التعبيرية"، رغم وجود عدة دراسات أجنبية منها:

1- Walther, J.B. and D'Addario, K.P. (Fall 2001). The impacts of emoticons on message interpretation in computer-mediated communication. In: social science computer review. 19 (3), pp. 324 – 347. Available through EKB: http://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/089443930101900307?journal_code=ssce

دراسة تجريبية تهدف إلى تحديد مدى تأثير الرموز التعبيرية على تفسير المقصود من الرسائل في تطبيقات التواصل الفوري مقارنةً بالرسائل النصية، من خلال استخدام عدد من الرموز الأكثر استخداماً على مستوى العالم، بينما تهدف الدراسة الحالية إلى الكشف عن اتجاهات طلاب جامعة أسوان نحو استخدام الرموز التعبيرية كوسيلة لنقل المعلومات في الهواتف الذكية. وقد أظهرت نتائج الدراسة المثيلة وجود إسهامات مهمة للرموز التعبيرية في تفسير الرسائل الفورية بين الأفراد، و تقر بأن قيمة هذه الإسهامات قد قُيِّمَت بأكثر مما تستحق في الدراسات السابقة لها، وأن هناك علاقة قوية بين الرموز التعبيرية والكلمات اللفظية في الرسائل الفورية فلا تستغنى إحداها عن الأخرى، وأنه قد ظهر للرموز التعبيرية تأثير سلبي يتجلى عند التفسير الخطأ للرسالة إذا لم يُفهم المعنى الصحيح الدقيق للرمز المستخدم فيها؛ حيث يؤدي ذلك إلى تغيير معنى الرسالة بالكامل.

2- Park, T.W. and Kim, S.J. and Lee, G. (2014). A study of emoticon use in instant messaging from smartphone. 16th international conference on human-computer interaction: applications and services (22-27 June 2014). Heraklion, Greece. Available through EKB in: <http://000316q.1103.y.http.www.scopus.com.mplb1ci.ekb.eg/record/display.uri?eid=2-s2.0-84903168715&origin=inward&txGid=c436996f5f92bad9282840483ebe45c2>

تهدف الدراسة إلى تحديد استخدامات الرموز التعبيرية في الرسائل الفورية في الهواتف الذكية من خلال: استكشاف مدى تكرار استخدامها، وتحديد تأثير سمات المستخدمين لها على نوع الرموز المستخدمة. بينما تهدف الدراسة الحالية إلى استكشاف اتجاهات طلاب جامعة أسوان نحو استخدام الرموز التعبيرية كوسيلة لنقل المعلومات في الهواتف الذكية. وأظهرت الدراسة أن هناك تأثيراً قوياً للحالة العاطفية والنفسية عند مستخدمي الرموز التعبيرية على استخدامها، ونتيجة لذلك استخدمت الرموز الدالة على الحالة العاطفية والنفسية الوجدانية أكثر من غيرها. و أوصت الدراسة بالتوسع في تصميم رموز تعبيرية جديدة تعبر عن مختلف أنواع الحالات العاطفية والنفسية الوجدانية لتدعيم احتياجات المستخدمين.

مجاور الدراسة:

أولاً: تاريخ الرموز التعبيرية: يمكن تتبع تاريخ الرموز التعبيرية في أربع مراحل رئيسية هي:

1 - مرحلة ما قبل نشأة الرموز التعبيرية:

بدأت الإزهاصات الأولى للرموز التعبيرية من قديم الأزل حين نقل الإنسان المعلومات للآخرين باستخدام المواد البصرية، فاستخدم الرسم باليد على جدران وأسقف الكهوف في العصر الحجري القديم (Stone Age (Paleolithic)، واستخدمت المحاولات الأولى للكتابة

الرموزَ التصويرية كالأحرف الهيروغليفية المصرية القديمة ⁽¹¹⁾، ثم انتظرت الكتابة الأبجدية 2000 عام بعد ذلك، لتظهر مع الفينيقيين منذ حوالي 3200 عام. ومنذ ذلك الحين وُجِدَت محاولات عديدة من المفكرين لتشكيل لغة عالمية تكون وسيلة للتواصل بين كافة البشر، مثل محاولات الكاتب والفيلسوف الألماني "هيلديجارد أوف بينجن" وسميت "لينجيو إجنوتا" Lingewa Egnota في القرن الثاني عشر ⁽¹²⁾، ثم ظهرت لغة "البليبلان" Bleblan في القرن السابع عشر بالشرق الأوسط، تلتها "الإسبرينتو" Esbrinto التي اخترعها "لوديفيج زامتهوف" Lodifig zamteph عام 1887م لتكون لغة اتصال دولية سهلة، و"البليسيمبوليك" Blesymbolic التي تعتمد على الرموز الدلالية، مصدرها Symbol بمعنى رمز أو رمزي ⁽¹³⁾، لكن جميعهن بُنِيَ بالفشل، وتدرج الرموز التعبيرية ضمن هذه العائلة بوصفها وسيلة عالمية للتواصل.

2 - مرحلة النشأة:

اخترع "كارنيجي ميلون" Carnegie Mellon أستاذ الحاسب الآلي بجامعة "سكوت فاهلمان" Scott Fahlman الرمز التعبيري الأول عام 1982م، بسبب انزعاجه الشديد من عدم قدرة الكثير من زملائه على استيعاب مزاحه وتعليقاته في رسائله الإلكترونية، فاستخدم اللغة الرقمية لتصميم رمز يحاكي الابتسامة البشرية ⁽¹⁴⁾.

و بحثت إحدى شركات الاتصالات اليابانية تسمى "بوكيت بيل" Bocket Bell عن طريقة لإعادة جذب مستخدميها بعد نفورهم منها في منتصف تسعينيات القرن الماضي-أى قبل عصر الهواتف الذكية-ولهذا الغرض وضع موظفها "شيجيتاكا كوريتا" Shigetaka Kurita تصميمات متعددة لبعض الرموز التعبيرية. وكان سبب نفور الشباب الياباني من الشركة وقتئذ أن شاع استعمال الأجهزة الطنانة "البيجر" بينهم، وكانت هذه الأجهزة تستخدم رمز "القلب" الذي حظى بترحاب كبير منهم، وبعد فترة لم تدرك الشركة أهمية الرمز للمستخدمين فأسقطته، فتحولوا عنها إلى شركة أخرى احتفظت به، الأمر الذي دفع "كوريتا" إلى إدراك أهمية هذا الرمز وغيره، وأنه يجب أن يكون جزءاً من أى خدمة تراسل نصية. ومن هنا استلهم فكرة الرموز التعبيرية من: نشرات توقعات الطقس التي تستخدم الرموز لتوضيح الحالة، الحروف الصينية، علامات المرور في الشوارع، حروف

الكتابة اليابانية المعروفة بـ"كانجي" Kanji، والقصص المصورة المعروفة باسم "مانجا" Manga التي استخدمت الرموز للتعبير عن المشاعر، ثم طورها لتشمل موضوعات أخرى متعددة، و"المانجا" هي رسوم كاريكاتورية هزلية لها تاريخ عريق في اليابان، يقرؤها كافة فئات الشعب الياباني من كل الأعمار والطبقات، لدرجة أن عائداتها الأسبوعية في اليابان تعادل العائدات السنوية لصناعة القصص المصورة الأمريكية جميعها⁽¹⁵⁾.

بدأت الرموز التعبيرية وجودها بـ176 رمزاً، تعبر عن: حالة الطقس، الطعام والشراب، والحالات النفسية والمشاعر. وكانت بداية هذه الرموز بالأبيض والأسود فقط، وانحصر حجمها في 12x بيكسل، لذلك اتسمت بالبساطة الشديدة ولم تتسم بمؤثرات كثيرة، كما أنه لم يكن من السهل تصميم الرموز بالشكل المطلوب و المرغوب لعدم تطور التكنولوجيا حينئذ.

3 - مرحلة التطور:

ظهرت أول رموز تعبيرية ملونة عام 1999 بعد إعادة تطوير النسخة الأصلية منها، لتظهر الوجوه التعبيرية الصفراء المعروفة حالياً باسم "سمايلى"، التي ما لبثت أن انتشرت على مستوى العالم بعد إضافة رموز تعبيرية من ثقافات أخرى غير يابانية واسعة الانتشار. و بدأت مؤسسة "يونيكود" الأمريكية^(*) للترميز الموحد The Consortium عام 2010م إدراج بعض الرموز في إصداراتها، حيث تضع "يونيكود" الفكرة والتصميم العام للرمز التعبيري، أما التفاصيل- كاللون وبعض الخطوط الثانوية- فهي تختلف من نوع جهاز لآخر⁽¹⁶⁾.

ثم تبنت شركة "أبل" Apple عام 2011 لأول مرة الرموز التعبيرية في جهاز "iPhone" و"تبعها تباعاً معظم شركات الهواتف الذكية، خاصة التي تطبق نظام أندرويد Android أو أياً من أنظمة تشغيل الهواتف الذكية، فزاد انتشارها عالمياً، ثم ابتكرت الشركة لوحة مفاتيح خاصة للرموز التعبيرية Emoji keyboard عام 2012م.⁽¹⁷⁾

4 - مرحلة الازدهار:

تدخل كلمة "إيموجي" لأول مرة في قاموس أكسفورد عام 2013م⁽¹⁸⁾. و في نفس العام أُقيِمَ أول معرض فني للرموز التعبيرية في نيويورك، بهدف اكتشاف علاقة العواطف بالحاسب الآلي والثقافة الشعبية، وأهميتها في التفاعل بين الناس. ثم معرض آخر في "أرك إنبيي أرتس" بولاية فيلادلفيا، يهدف إلى إلقاء الضوء على قدرة الرموز التعبيرية على نقل العواطف عبر اللغات المختلفة. و يعلن قاموس أوكسفورد لأول مرة اختيار رمز "الوجه الضاحك ذو دموع الفرح" كلمة السنة له عام 2015م، وهي أول مرة في التاريخ تكون فيها كلمة السنة رمز (رسم). وأصبح 17 يوليو من كل عام هو اليوم العالمي للرموز التعبيرية World Emoji Day، التي تضم اليوم أكثر من ألفي رمز تمثل مختلف الأجناس والثقافات والديانات والألوان.

ثم دعت شركة "جنرال إلكتريك" مستخدميها من خلال حملة إعلانية على "سناب تشات" لإرسال مقترحاتهم لرموز تعبيرية جديدة. ونتيجة لهذا الانتشار والأهمية أدركت الشركات المنتجة في مختلف القطاعات أهمية الرموز التعبيرية في طلب منتجاتها والدعاية لها، فصممت شركة "بيتزا دومينو" نظاماً لطلب منتجاتها بوساطة الرموز التعبيرية، وأطلقت مطاعم "بيرجر كينج" لوحة مفاتيح "إيموجية" لمنتجاتها لتسهيل على الزبائن طلباتهم. وهناك كثير من الشركات التي حذت هذا الحذو. ويحاول البريطاني "توم سكوت" ابتكار لوحة مفاتيح كاملة للرموز التعبيرية بحيث يكون لكل رمز زر خاص؛ حتى يمكن الاستغناء عن استخدام الكلمات، فسَحَبَ حوالي ألف رمز ووضعها على 14 لوحة مفاتيح موصولة إلى كمبيوتر محمول⁽¹⁹⁾.



شكل (1): لوحة مفاتيح الرموز التعبيرية.

وكنتيجة طبيعية للتطور التاريخي السابق فقد أنشئت موسوعة "الإيموجيبديا" Emojipedia للرموز التعبيرية الصادرة عن "اليونيكود"، وتهدف إلى توثيق التغيرات التي تحدث فيها أو في معانيها، مع إرساء وتوحيد المعايير الصحيحة لاستخدامها، علماً بأن هذا الموقع يزوره نحو مليون شخص أسبوعياً⁽²⁰⁾. كما ظهرت مواقع أخرى تُعرّف بالرموز التعبيرية ومعانيها والإضافات الجديدة التي تضاف إليها، مثل موقع Whatmoji⁽²¹⁾ الذي يمثل تطبيق ويب يُمكنك من معرفة معنى أى رمز. حيث أنه يُمكن بعد الدخول إليه نسخ ولصق أى رمز في مربع البحث ثم الضغط على زر "Identify Emoji" فيظهر أسفل المربع معنى الرمز باللغة الإنجليزية، وإذا كانت ثمة مشكلة في فهم الإنجليزية فإنه يُمكن نسخ وترجمة المعنى في ترجمة جوجل.

وعقد المؤتمر الدولي الأول للرموز التعبيرية بمدينة سان فرانسيسكو الأمريكية في نوفمبر 2016م. ثم تنتج شركة سوني Sony Pictures Animation فيلم كارتون يعتمد على الرموز التعبيرية. ثم عُرض أول عرض مسرحي موسيقي بعنوان "أرض الرموز التعبيرية" Emoji Land على مسرح روكويل Rockwell في لوس أنجيلوس مايو 2016م⁽²²⁾، ثم انضمت الرموز التعبيرية إلى متحف الفن المعاصر "موما" في نيويورك في نفس العام⁽²³⁾، و تعددت التطبيقات الخاصة بها، حتى إنه من الممكن من خلال تطبيق Memoji تحويل وجه أى شخص إلى رمز⁽²⁴⁾، وأنتجت شركة Animation International سلسلة حلقات كرتونية للأطفال عُرضت في قنوات سبيستون spacetoon بعنوان "موجيكونز" Mojicons عام 2017م، أبطالها شخصيات تمثل الوجوه التعبيرية. واحتفالاً باليوم العالم للرموز التعبيرية تعلن يونيكود في 17 يوليو 2017م عن مجموعة من الرموز التعبيرية الجديدة منها: رجل ملتحي، مواد غذائية مختلفة، حيوانات، مخلوقات أسطورية... وغيرها.⁽²⁵⁾

ثانياً: الدراسة الميدانية: حيث تبين للدراسة ما يأتي:

1 - تأثير نوع الجنس في استخدام الطلاب للرموز التعبيرية:

2- جدول (2) معدلات استخدام الرموز التعبيرية بين طلاب الدراسة.

معدلات الطلاب الذين لا يستخدمون الرموز التعبيرية						معدلات الطلاب الذين يستخدمون الرموز التعبيرية					
التخصص العلي			الجنس			التخصص العلي			الجنس		
مج	أدبي	علی	مج	إناث	ذكور	مج	أدبي	علی	مج	إناث	ذكور
76	54	22	76	32	44	133	95	38	133	74	59
	%36.2	%36.7		%30.2	%42.7		%63.8	%63.3		%69.8	%57.3

تبين للدراسة أن الإناث أكثر استخداماً للرموز التعبيرية من الذكور في تواصلهم الإلكتروني، حيث تستخدمها 69.8% منهم، وأن الطلاب الذكور أقل استخداماً لها من الطالبات؛ حيث يستخدمها 57.3% منهم. ويعلل الباحث ذلك بأن الإناث أكثر عاطفة وميل وجداني من الذكور خاصة في سن الدراسة الجامعية، كما أن نسبة كبيرة منهم لا يستطيعون كتم معلوماتهن وأفكارهن ومشاعرهن وآرائهن، ويحبذن التعبير عما يجول بخواطرهن من العواطف والاتجاهات والأفكار والآراء... إلخ، أضف إلى ذلك وقت الفراغ الذي لا يمكنهن شغله كله بسبب انغلاق المجتمعات الشرقية - خاصة في صعيد مصر - والقيود المتعددة المفروضة على الإناث في عمرهن هذا، وبذلك تجد الإناث متنفساً في المحادثات من خلال تطبيقات التواصل الإلكتروني. بينما يقل معدل الاستخدام عند الذكور عن الإناث، لأن معظم الطلاب الذكور يتسمون بأنهم أكثر عقلانية؛ لما وصلوا إليه من مستوى فكري واجتماعي نتج من اتجاههم إلى العمل واتساع دائرة اختلاطهم بالآخرين، كما أنهم يمكنهم شغل وقت فراغهم في هواياتهم ورياضاتهم؛ لهذا تقل معدلات استخدامهم للمحادثات من خلال تطبيقات التواصل الإلكتروني، ويقل استخدامهم الرموز التعبيرية بالتبعية.

ويختلف الفريقان أيضاً في طريقة التعبير عن مشاعرهما، حيث أن الإناث في ذلك العمر أكثر حياءً من الذكور، وقد تتجراً الطالبة في كتابة رسالة برمز عاطفي أكثر من اعترافها اللفظي بذلك، إلا أن الطالب يفضل الحديث صراحة ولديه الجرأة على البوح

بمشاعره للطرف الآخر. كل هذه الأسباب أثرت في نسب استخدام كلا الفريقين للرموز التعبيرية في تواصلهم الإلكتروني.

2 - تأثير التخصص العلمي في استخدام الرموز التعبيرية :

لم يكن لتخصص الطلاب العلمي (أدبي أو علمي) تأثير يذكر في استخدام الرموز التعبيرية؛ وتقاربت نسب الاستخدام بينهما؛ حيث يستخدمها 63.3% من طلاب كلية الطب البيطري (التخصص العلمي)، و 63.8% من طلاب كلية الخدمة الاجتماعية (التخصص الأدبي). ويرجع ذلك إلى أن الرموز التعبيرية تمثل وسيلة تواصل اجتماعي وعلمي، وأن انتشارها بين الطلاب نتج عن أهميتها وقيمتها المجردة من التخصص والميول العلمية أو الدراسية، وأن الطلاب بمختلف تخصصاتهم (الأدبية والعلمية) قد لمسوا المميزات التي تتميز بها عن الكلمة الهجائية المكتوبة، وأدركوا دورها في التواصل الإلكتروني- كما سيرد لاحقاً- فاستخدموها بدافع من رغبتهم في استخدام الأكفأ والأفضل والأكثر تأثيراً، وبذلك يُمكن القول أن الرموز التعبيرية أزالَت الفوارق بين التخصصات العلمية في استخدامها.

3 - معدلات وأسباب عزوف الطلاب عن استخدام الرموز التعبيرية :

لا يستخدم 36.4% من الطلاب الرموز التعبيرية في تواصلهم الإلكتروني على الإطلاق (من بينهم 30.2% من الطالبات، و 42.7% من الطلاب الذكور). أما على حسب التخصص العلمي فإن 36.7% من طلاب الطب البيطري، و 36.2% من طلاب الخدمة الاجتماعية لا يستخدمونها، وبذلك تتفق هذه المؤشرات مع ما سبق من نتائج الدراسة التي توضح إقبال الطالبات أكثر من الطلاب الذكور على استخدام الرموز التعبيرية. وقد علل هؤلاء الطلاب عدم استخدامهم الرموز التعبيرية بالآتي:



شكل (2): أسباب عدم استخدام الطلاب الرموز التعبيرية.

أ- لا يحمل 61 من بين 76 طالباً لا يستخدمون الرموز التعبيرية هاتفاً ذكياً، بنسبة 80.3% منهم؛ بسبب مشكلاته الكثيرة، وسرعة تلفه أكثر من الهواتف الأخرى، كما أن تشغيله يتطلب أعمال صيانة متعددة.

ب- أشار 46 طالباً بنسبة 60.5% إلى ضعف الحالة الاقتصادية لكثير من الأسر المصرية، فهي بصعوبة توفر نفقات المتطلبات التعليمية لأولادها، في ظل ارتفاع تكلفة التعليم الجامعي على الأسرة مثل: انتقالات الطلاب، شراء الكتب الجامعية، الأدوات الكتابية، الملابس، تكاليف إعداد المشرعات... الخ، هذه التكاليف ستكون مقبولة لدى رب الأسرة غير الميسور، ولكنه سيرفض بعدها توفير هاتف ذكي لابنه لضيق ذات اليد.

ج- يفضل 39 طالباً بنسبة 51.3% ممن لا يستخدمون تلك الرموز التواصل الإلكتروني باستخدام الكلمات؛ لأن الكلمة تُفهم جيداً بينما يختلف معنى الرمز من شخص لآخر، وقد يسبب ذلك سوء فهم ومشكلات بين الأفراد.

د- أشار 38 طالباً بنسبة 50% إلى تعدد متطلبات استخدام الرموز التعبيرية من: أجهزة الهواتف، برامج تطبيقات التواصل الإلكتروني، عمليات التحديث والصيانة المستمرة لهما، والاتصال بالإنترنت... الخ كلها متطلبات تزيد من تكلفة استخدام الرموز التعبيرية، بشكل قد لا يتلاءم مع الحالة الاقتصادية لعدد من الطلاب.

مما سبق يتضح أن سبب عدم استخدام الرموز التعبيرية هو سبب اقتصادي في المقام الأول، ساعد فيه: ضعف الحالة الاقتصادية لكثير من الأسر المصرية، إلى جانب ضعف

الهواتف الذكية وسرعة تلفها وتعدد متطلبات صيانتها، مع تعدد متطلبات استخدام الرموز التعبيرية نفسها.

هـ- وصفها 17 طالباً بنسبة 22.4% ممن لا يستخدمونها بأنها تافهة، لأنها قد تُستخدم في "المزاح" و"الاستهزاء" و"السخرية" و"التهكم"، وأن من بينها رموز للحب والعواطف التي تُشيع العلاقات الخطرة بين الشباب في ذلك العمر. ويرى الباحث أن استخدامها كذلك لا يعنى تافهتها، بل تفاهة من استخدامها؛ فالرموز التعبيرية تستخدم لأغراض أخرى كثيرة جادة وغير عاطفية، وتتميز بمميزات متعددة سيرد ذكرها في هذه الدراسة. و- يرى 12 طالباً بنسبة 15.8% منهم أنها تدعو إلى الكسل الذي وصل إلى كتابة الكلمات، بدلاً من أن تضغط على أكثر من حرف لتُكوّن أكثر من كلمة لتنقل فكرة أو معلومة إلى شخص آخر، نكتفى بالضغط على رمز يؤدي المعنى. هذا الرأي رغم أنه صحيح إلا أن هناك من يراه من مميزات الرموز التعبيرية التي تؤدي إلى السرعة وتوفير الوقت وإنجاز الرسالة بسهولة.

ز- يعلل 11 طالباً بنسبة 14.5% عزوفهم عنها بأنها تُضعف القدرات اللغوية لمستخدميها في الحديث والكتابة، وقد تقضى عليها يوماً ما- قريباً أو بعيداً-. وإذا حدث ذلك فإن الباحث يُؤوِّله من خلال الاستغناء بالرموز التعبيرية- التي تشير للمعنى وتوصل الهدف من الرسالة بضغط على زر- عن الكلمات الهجائية بمفرداتها وتركيباتها وصياغتها الفنية البلاغية الجمالية التي يجب على كل فرد أن يستخدمها ويتدرب عليها بشكل دوري؛ لأن اللغة مكتسبة من خلال الممارسة وليست فطرية في الإنسان⁽²⁶⁾.

والحقيقة أن الرأي الأخير يحتاج إلى مناقشة أكثر من خلال تحليل الآراء الآتية: يرى أمين نجيب⁽²⁷⁾ أن "الرموز التعبيرية تحل الآن محل اللغات العامية والمصطلحات والمختصرات المتعددة التي شاعت في مواقع التواصل والرسائل الفورية. وفي المستقبل ستشكل نوعاً من شبه لغة عالمية". معنى هذا أن صاحب هذا الرأي يرى أن الرموز التعبيرية لم تتغلب على اللغات الرسمية، بل هي آخذة في شغل مكان اللغات العامية والمختصرات (مثل ok التي يرمز لها برمز اليد ذو الإبهام المرفوع)، وأن هذا سيحدث في مواقع التواصل والرسائل الإلكترونية الفورية، كما يرى أن انتشارها سيجعلها في

المستقبل "شبه لغة" و لم يقل "لغة"، رغم أنه من أكثر المتفائلين لمستقبل تلك الرموز، ويتفق مع هذا الرأي عدد من المتخصصين⁽²⁸⁾، ويقول مارك دايفس Mark Daifis - أحد مديري منظمة "يونيكود" ذو العلاقة المباشرة بالرموز التعبيرية بحكم موقعه- "الرموز التعبيرية ليست لغة جديدة، لكنها تحمل في طياتها إمكانية أن تصبح كذلك"⁽²⁹⁾. معنى هذا أن صاحب العبارة يقر بأنها لا تمثل لغة، ولكن بسبب مميزاتها فإنها من الممكن في المستقبل أن تكون لغة، وحملت عبارته دلالات الإحتمال في بلوغ ذلك.

وفي الجانب الآخر يعتقد بن زيمر Ben Zimer أن الرموز "تعتمد بشكل أساسي على أيقونات المشاعر التي تؤدي دور ما، وهي لا تستطيع تهديد اللغة المكتوبة بل إثراءها؛ لأن أيقوناتها يمكنها نقل الأمزجة المختلفة بشكل جيد"⁽³⁰⁾. وبناء عليه فإن صاحب هذا الرأي يرى أن الرموز التعبيرية تستخدم لتؤدي دوراً محدداً لها- وليس كل مهام اللغة- هو نقل الانفعالات والحالة النفسية، وأنها لا تُغني أبداً عن استخدام اللغة التي تستخدم لتأدية نفس الدور إلى جانب أدوار أخرى لها، بما يجعل هذه الرموز عامل لإثراء اللغة وليس تهديداً لها.

ويعتقد "كورتينا" نفسه أن لغة الرموز التعبيرية سوف تعود يوماً ما إلى المحلية مرة أخرى بعد انتشارها العالمي، ولا يعتقد أن استخدام الرموز التعبيرية يعد مؤشراً على تناقص قدرة الناس على التواصل بواسطة الكلمات أو نقص المفردات لديهم، وأنها لن تكون سبباً في ذلك⁽³¹⁾. هذا ويرى الباحث أن الرموز التعبيرية لن تتمكن من التغلب على اللغة في حياة الأفراد للأسباب الآتية:

أ- أن الرموز التعبيرية ما هي إلا وسيلة تواصل تُستخدم بجانب المفردات اللغوية والكلمات المكتوبة لتغني عن عدة كلمات وتحقق السرعة في توصيل المعنى، فهي مظهر من مظاهر عصر السرعة الحالي، ولن تلبث إلا أن تأخذ وقتها، ثم تظل صامدة أو تنتهي تدريجياً مثلما تنتهي- بعد حين- غيرها من مظاهر هذا العصر.

ب- لن تتمكن الرموز التعبيرية من التغلب على لغاتٍ انتشرت بين الناس، وظهر بعضها من آلاف السنين كاللغة العربية المحفوظة بكتاب الله تعالى، وإذا كان هناك من يدعى أن

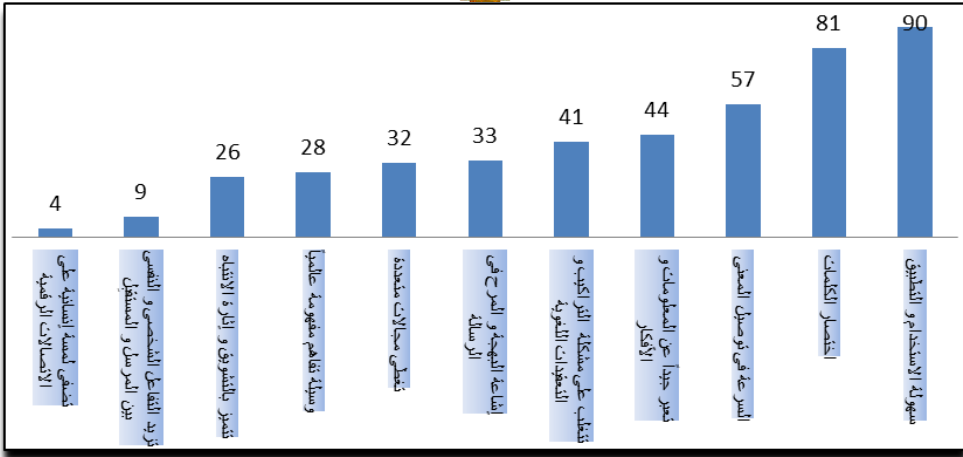
الرموز التعبيرية سوف تُضعف اللغة، فإن الباحث يقتنع تماماً بأن اللغة لن تضعفها الرموز التعبيرية بقدر ما نضعفها نحن، من خلال: التصحيف، الاستخدام الخطأ لمفرداتها، استخدام اللهجات العامية، النطق الخطأ للكلمات، استخدام الكلمات الأجنبية والفرانكوفونية والألفاظ الغريبة السقيمة المنتشرة بين الشباب وغيرهم في الوقت الحاضر.

ج- يقتصر موضع استخدام الرموز التعبيرية في تطبيقات التواصل الإلكتروني فقط، في حين أن الفرد يستخدم لغته في كل مجالات حياته، وفي مختلف الأماكن، ومع كل الأفراد التي يتعامل معهم، وفي كل المواقف والظروف والأوقات، بما يعنى أن استخدامه الأكثر يكون للغة وليس للرموز التعبيرية.

د- تُستخدم الرموز التعبيرية أحياناً لتوضيح الكلمات المكتوبة وتأييدها وتؤكد عليها، ولا يمكنها الاستغناء عن الكلمات إلى جانبها، بدليل أنه إلى الآن لا توجد محادثة إلكترونية كاملة تستخدم الرموز فقط بدون الكلمات.

4 - معدلات وأسباب استخدام الطلاب للرموز التعبيرية في تواصلهم الإلكتروني:

يستخدم الرموز التعبيرية 63.6% من طلاب الدراسة. هذا المعدل يوضح أن نسبة كبيرة من طلاب جامعة أسوان كنموذج للشباب المصري يستخدمونها في تواصلهم الإلكتروني. وقد أبدى هؤلاء الطلاب اهتمامهم باستخدامها لأنهم يرونها تنسم بعدة مميزات يُمكن عرضها على حسب معدل تكرارها كالاتي:



شكل (3): آراء الطلاب في مميزات استخدام الرموز التعبيرية.

أ- يرى 67.7% مِمَّن يستخدمونها أنها تتميز بسهولة الاستخدام والتطبيق، فالأمر لا يتطلب سوى الضغط على

قائمة الفئات التي تضم الرمز المطلوب ثم اختيار الرمز ليظهر في المحادثة.

ب- يرى 60.9% مِمَّن يستخدمون الرموز التعبيرية أنها تختصر الكلمات وتجعل الرسالة قصيرة دون إخلال بالمعنى المقصود.

ج- يرى 42.8% مِمَّن يستخدمونها أنها تتميز بالسرعة في توصيل المعنى وإنجاز الرسالة مما يقلل الوقت، لأننا بضغط واحدة على رمزٍ ما يمكننا توصيل معنى كامل، عكس الكتابة بالحروف التي تستغرق وقتاً أطول، لأننا إذا أردنا توصيل نفس المعنى نضغط على الكثير من الحروف لكتابة عدة كلمات تعبر عن هذا المعنى؛ فهي بذلك تغني عن مئات الكلمات والعبارات المكتوبة.

د- يرى 33.1% من مستخدميها أنها توضح وتوصّل وتعبر عن المعلومات والأفكار والمشاعر والمعاني المختلفة، وتساعد في فهمها وإدراكها، وخاصة تلك التي لا يسهل توضيحها من خلال الوصف اللفظي فقط.

هـ- يرى 30.8% ممن يستخدمون الرموز التعبيرية أنها تُمكِّنهم من التغلب على مشكلة التعقيدات والتراكيب اللغوية، لا سيما أن:

أ- الكتابة بالأحرف الهجائية من خلال لمس أيقوناتها في شاشات لوحة المفاتيح بالهواتف الذكية تتطلب

الحرص والتدقيق في ظل صغر حجم الأيقونات وملاصقة الحروف لبعضها البعض.

ب- الرموز التعبيرية تغلبت على مشكلة الأخطاء الإملائية واللغوية التي تحدث أثناء كتابة الرسائل في تطبيقات التواصل الإلكتروني نتيجة للسبب السابق (صغر حجم الأيقونات)، إلى جانب ضعف القدرات اللغوية للمُرسل سواء في التعبير أو التركيب أو الصياغة اللغوية، مما قد يسبب لبس أو سوء فهم للمعنى المقصود .
و- أنها تُشيع البهجة والضحك والمرح أثناء التواصل عند 24.8% ممن يستخدمون الرموز التعبيرية.

ز- يرى 24.1% ممن يستخدمونها أنها تتنوع في تغطيتها، فتشمل: مجالات عديدة، مشاعر وأحاسيس، أفكار، آراء، تعليقات، تهنئة بالمناسبات... الخ.

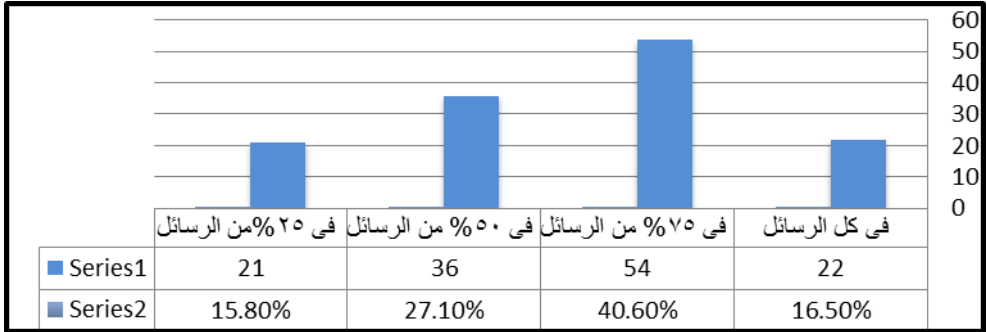
ح- تتميز عند 21% ممن يستخدمونها بأنها وسيلة تفاهم وتواصل مفهومة عالمياً وإن اختلفت اللغات، الأجناس، الثقافات، السن، الدين، النوع (ذكر/أنثى)... الخ، حتى لو كان الشخص لا يُجيد القراءة والكتابة أصلاً.

ط- تجعل الرموز التعبيرية الرسالة أكثر جاذبية وتشويقاً عند 19.5% من مستخدميها؛ لأنها تثير وتشد انتباه وتركيز المستقبل؛ ذلك لاعتمادها على تمثيل الأشياء دون أن تتشبه بأصلها الحقيقي، فهي تعتمد على "التجريد" أي تبرز النواحي المهمة وتهمل العناصر غير الأساسية، وبذلك تركز الانتباه على العناصر الأساسية بدون التفاصيل غير الضرورية التي قد تؤدي إلى عدم تركيز المستقبل أو تشتت انتباهه⁽³²⁾.

ي- يرى 6.8% ممن يستخدمون الرموز التعبيرية أنها تزيد التفاعل الشخصي والنفسي بينهم، و بين من يتواصلون معهم، لأن لها تأثير وجداني كأنك ترى وجه إنسان حقيقي، مما يجعلها تضيف قيمة لوسائل التواصل الإلكترونية، وتجعل رسائلها أكثر تأثيراً في المستقبل، وبالتالي يجعلها تتميز بالسمة الآتية.

ك- نتيجةً للسمة السابقة، يرى 3% من مستخدمي الرموز أنها تضيف لمسة إنسانية في وسائل التواصل الإلكتروني.

5 - المعدل التقريبي لرسائل التواصل الإلكتروني التي تُستخدم فيها الرموز التعبيرية :



شكل (4): معدلات استخدام الرموز التعبيرية في رسائل طلاب الدراسة.

- أجاب 16.5% من مستخدمي الرموز التعبيرية أنهم يستخدمونها في كل رسائلهم تقريباً، وهي نسبة جيدة توضح انتشار استخدام وأهمية الرموز التعبيرية بين الطلاب في الوقت الحالي؛ ولعل هذا يرجع للمميزات المتعددة التي سبقت الإشارة إليها.

- أجاب 40.6% بأنهم يستخدمونها في حوالي 75% من رسائلهم، وهي نسبة مرتفعة توضح أيضاً أهمية واتساع استخدام الرموز التعبيرية بين الطلاب في الوقت الحالي؛ ولعل هذا يرجع للمميزات المتعددة التي سبقت الإشارة إليها. وقد جاءت هذه النسبة أعلى من سابقتها كدليل صادق-هي وما يتبعها من نسبٍ على أنه ليست كل رسائل الطلاب تحوى رموزاً تعبيرية ؛ فهناك رسائل جادة جداً تحوى معلومات جادة أو انفعالات، ومثل هذه الرسائل يفضل الطلاب استخدام الكلمات الهجائية فيها حتى لا يُساء فهمها أو إدراك معناها ومغزاها، ولئلا يتغير معناها إلى معنى آخر. وتقودنا هذه الحقيقة أيضاً إلى أن الكلمات الهجائية ستظل لها قيمتها في التواصل بين الأفراد، وأن الرموز التعبيرية مهما انتشرت فلن يمكنها التغلب أو القضاء على استخدام الكلمات الهجائية في التواصل الإلكتروني بين الأفراد.

- يُستخدم 27.1% من الطلاب الرموز التعبيرية في حوالي 50% من رسائلهم، وهي نسبة جيدة توضح أيضاً أهميتها والاستخدام الواسع لها بين الطلاب إلى جانب الكلمات الهجائية في الوقت الحالي؛ ولعل هذا يرجع للمميزات المتعددة التي سبقت الإشارة إليها.

- بينما يستخدمها 15.8% من الطلاب في حوالي 25% من رسائلهم، وهي أقل نسب معدلات الاستخدام التي توضح بصورة عكسية الاستخدام الواسع للرموز التعبيرية بين الطلاب. وتدل أيضاً على التناسب الطردى بين نسبة الاستخدام (أى عدد الطلاب) ومعدل الاستخدام (أى معدل استخدام الرموز في الرسائل)، فكلما زاد معدل الاستخدام زادت نسبة المستخدمين للرموز التعبيرية.

6 - إلى من ترسل الرموز التعبيرية؟

- أشار كل مستخدمى الرموز التعبيرية إلى أنهم يرسلونها إلى زملائهم في الدراسة؛ حيث يكثر بين زملاء الدراسة: تبادل المعلومات والأفكار والآراء، المزاح والفكاهة والمرح، الهزل، المشاعر والعواطف... الخ، وهذا يمثل أرضاً خصبة لاستخدام الرموز التعبيرية بينهم، ولا يوجد غالباً تكلف أو عوائق نفسية أو شخصية بين الزملاء تحد من استخدامها؛ لأنهم جميعاً في نفس السن تقريباً وفي نفس المستوى التعليمي، وتربطهم اتجاهات نفسية وعاطفية متقاربة، إلى جانب أن الفترة العمرية للدراسة الجامعية تغلب فيها الفكاهة والمرح والبحث عن مسببات السعادة، إلى جانب الانطلاق العاطفى، وتكوين العلاقات الاجتماعية وحب الحياة، كل هذه العوامل تؤثر إيجابياً في ميلهم إلى استخدام الرموز التعبيرية في تواصلهم مع زملائهم.

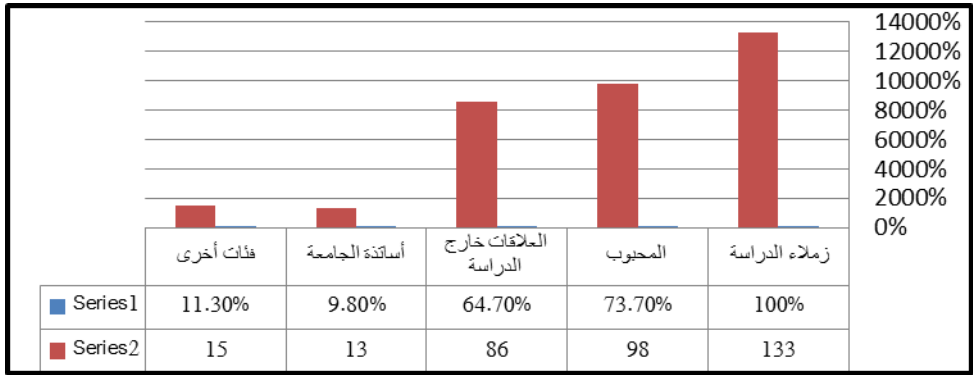
- بينما يرسلها 73.7% من الطلاب في رسائلهم الغرامية؛ لأن الفترة العمرية للدراسة الجامعية تتسم بالانطلاق العاطفى وتكوين علاقات عاطفية مع الجنس الآخر، حيث تمثل الرسائل الغرامية مرتعاً رحباً لاستخدام الرموز التعبيرية خاصة "الوجوه التعبيرية" و"القلوب".

- يرسل 64.7% من الطلاب الرموز التعبيرية إلى أصدقائهم وأصحابهم ومعارفهم من خارج الدراسة (كالمعلم الحر، الجيران، وأصدقاء النادى الرياضى... الخ) وهي نسبة أقل من سابقتها؛ لأنه ليس لكل الطلاب مثل هذه العلاقات، خاصة الإناث في أقصى صعيد مصر.

- يرسل 9.8% من الطلاب الرموزَ إلى أساتذتهم في الجامعة، حيث أن بعض الأساتذة يتيح التواصل معه عبر رسائل الواتس اب أو الفيس بوك... الخ، وذلك رغبةً منه في تقليل

المكالمات الهاتفية الصوتية مع الطلاب لأنها تتسم بالكثرة والإزعاج في كثير من الأحيان. ويرى الباحث أن هذه النسبة قليلة جداً، لأن رسائل الطالب مع أساتذته تعتمد أساساً على الكلمات والحروف الهجائية، وتدور غالباً حول المناهج والمشاريع الدراسية، وتكون عادة واقعية جادة ودقيقة في معناها ولها هدف صارم، ولا مجال فيها للفكاهة أو المزاح والهزل أو التشبيهات الرمزية؛ خشية سلطة الأستاذ الجامعي، أو تقديراً لمكانته وقيمه الشخصية والعلمية. ويقتصر استخدامها في هذه الحالة على رموز تقديم الشكر والثناء، والتقدير والاحترام.

- في حين يرسلها 11.3% ممن يستخدمون الرموز التعبيرية إلى فئات أخرى مثل: أفراد الأسرة الواحدة خاصةً إذا كانوا خارج المنزل، إضافة إلى الأقارب من العائلة.



شكل (5): فئات الأفراد التي يستخدم طلاب الدراسة الرموز التعبيرية للتواصل معهم.

7 - اختلاف الرموز التعبيرية المستخدمة على حسب نوعية المستقبل:

أكد كل الطلاب وجود ارتباط بين نوعية الرموز التعبيرية المستخدمة ونوعية الشخص المرسل له (ذكر، انثى، حبيب، زميل...) حيث لا توجد رموز "الحب والعواطف" في الرسائل بين: أفراد الجنس الواحد (الذكور وبعضهم/ الإناث وبعضهم)، الزملاء من خارج العلاقة العاطفية، الطلاب والأساتذة، أو الأقارب. وإذا استخدمت رموز القلوب في تلك الحالات فإن معناها يكون التعاطف والمودة، بينما يكثر استخدام رموز الحب والعواطف في رسائل العشاق. وتكثر رموز الفكاهة والمزاح بين الزملاء ولو اختلف نوع الجنس؛ للأسباب التي سبقت الإشارة إليها، بينما يندم المزاح في رسائل الطلاب إلى أساتذتهم للأسباب التي سبقت الإشارة إليها أيضاً.

8 - أغراض استخدام الرموز التعبيرية في رسائل التواصل الإلكتروني للطلاب:

جدول (3): أهداف استخدام الطلاب للرموز التعبيرية في وسائل التواصل الإلكترونية.

لا أستخدمها		أحياناً		دائماً		أغراض استخدام الرموز التعبيرية
النسبة	العدد	النسبة	العدد	النسبة	العدد	
0	0	%9	12	%91	121	الفكاهة والمزاح والمرح
0	0	%9	12	%91	121	التعبير عن العواطف والمشاعر المختلفة
0	0	%10.5	14	%89.5	119	التهنئة بالمناسبات
0	0	%13.5	18	%86.5	115	تقديم التعليقات أو المشاركات
%1.5	2	%24.8	33	%73.7	98	التحقق وتأكيد المعلومات
%33.1	44	%66.9	89	%0	0	نقد المعلومات والآراء والأفكار
%44.4	59	%55.6	74	%0	0	التعلم ومتابعة الدروس والتكليفات الدراسية واكتساب معارف جديدة
%45.9	61	%54.1	72	%0	0	مقارنة المعلومات والآراء والأفكار ببعضها
%49.6	66	%50.4	67	%0	0	تقديم ومناقشة المعلومات
%57.2	76	%42.8	57	%0	0	تقديم التوجيهات

يستخدم 91% من الطلاب الرموز التعبيرية "دائماً" لأغراض الفكاهة والمزاح والمرح، ويستخدمها 9% منهم "أحياناً" لهذا الغرض، كما تُستخدم بنفس الأعداد السابقة للتعبير عن العواطف والمشاعر والأحاسيس المختلفة كالحب والحزن والاكتماب... الخ. أما ثالث أغراض استخدامها فهي للتهنئة بالمناسبات، حيث يستخدمها "دائماً" 89.5% من الطلاب، و10.5% منهم "أحياناً". ورابع استخداماتها يكون لتقديم التعليقات أو المشاركات خاصة في الفيس بوك والتويتر، حيث يستخدمها "دائماً" 86.5% من الطلاب، و"أحياناً" 13.5% لهذا الغرض. وخامس استخداماتها يكون للتحقق وتأكيد المعلومات، حيث يستخدمها "دائماً" 73.7% من الطلاب، في مقابل 24.8% يستخدمونها "أحياناً"، بينما لا

يستخدمها 1.5% من الطلاب على الإطلاق لهذا الغرض، كأن تُستخدم رموز اليد والأصابع التي تؤكد معلومات الرسالة:



شكل (6) : نماذج من الرموز التعبيرية التي تُستخدم لتأكيد المعلومات .

ويأتى استخدامها السادس في نقد المعلومات والآراء والأفكار، حيث يستخدمها 66.9% من الطلاب "أحياناً"، بينما لا يستخدمها لهذا الغرض 33.1% منهم. أما استخدامها السابع فهو لأغراض التعلم ومتابعة المناهج والتكليفات الدراسية، حيث يستخدمها "أحياناً" 55.6% من الطلاب، في مقابل 44.4% لا يستخدمونها لذلك. وثامن استخداماتها كان لمقارنة المعلومات والآراء والأفكار ببعضها، حيث يستخدمها "أحياناً" 54.1% من الطلاب، في مقابل 45.9% منهم لا يستخدمونها لذلك. كما تُستخدم "أحياناً" لتقديم ومناقشة المعلومات عند 50.4% منهم، في مقابل 49.6% لا يستخدمونها لهذا الغرض. وأخيراً تُستخدم "أحياناً" لتقديم التوجيهات والإرشادات للآخرين عند 42.8% من الطلاب، بينما لا يستخدمها لهذا الغرض 57.2% منهم.

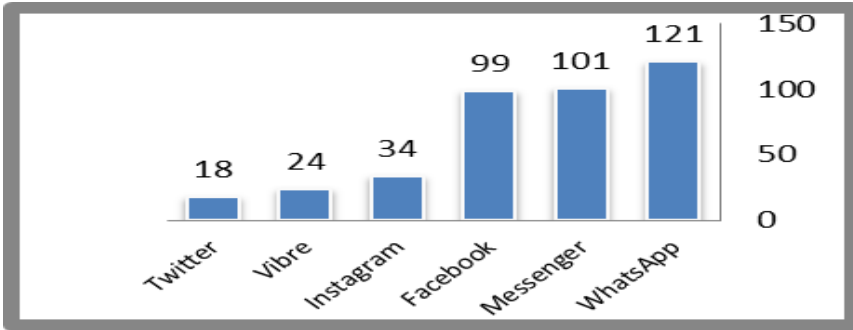
وقد ظهرت الأغراض الخمسة الأولى في الترتيب بهذه النسب الأكبر؛ لكثرة الرموز التي تخدم معانيها، والتي تندرج ضمن فئتي: الوجوه التعبيرية وأجزاء الجسم، والمشاعر والأحاسيس، حيث أنها الرموز الأكثر انتشاراً بين الطلاب - كما سيرد لاحقاً-، أضف إلى ذلك أن الرموز التعبيرية بطبيعتها تُستخدم للفكاهة والمرح، وتعبر عن الفرح والحزن والمشاعر والعواطف، وتستخدم في تقديم المشاركات والتعليقات في تطبيقات التواصل الإلكتروني بشكل أساسي، وتُمثل تلك الأغراض شيئاً أساسياً في حياة ورسائل الطلاب؛ وهذا ما جعلهم يقبلون على استخدام الرموز التعبيرية لإشباعها. بينما تأخرت الخمسة أغراض الأخيرة لجديتها في: تقديم معلومات أو آراء أو أفكار، التعلم، المقارنة، المناقشة، والتوجيه والإرشاد. هذه الأغراض لا فكاهة أو عواطف فيها؛ لذا لا تُستخدم الرموز التعبيرية بكثرة لتحقيقها، ولا تتوفر رموز متعددة تحقق أغراضها، وإن وُجدت بعض الرموز التي تعبر عنها فإنها ليست متداولة بكثرة بين الطلاب؛ وهذا يُمكّن القول أن الرموز التعبيرية يستخدمها الطلاب لنقل وتداول المعلومات بينهم، إذ أن الأغراض

العشرة لاستخدامها تنصبُ أساساً على نقل المعلومات للآخرين، وذلك في صورة: أفكار، آراء، انفعالات، توجهات، حالات نفسية، مشكلات، معلومات، أخبار، رغبات واحتياجات، عاطفة، إحساس، فكرة مضحكة... الخ، كلها في النهاية تمثل "معلومات".

9 - تطبيقات التواصل الإلكتروني الأكثر استخداماً من جانب الطلاب للتواصل بالرموز التعبيرية:

يسبق الواتس اب WhatsApp إلى المرتبة الأولى، حيث يفضّل استخدام الرموز التعبيرية فيه 91% من الطلاب،

قبل الماسنجر Messenger الذي يستخدمه 75.9% منهم، ثم الفيس بوك Facebook بنسبة 74.4% من الطلاب؛ ذلك لأن الفيس بوك يستهلك انترنت بمعدل أعلى من سابقه، مما جعل الطلاب يستخدمون سابقه أكثر توفيراً للنفقات، وتدل الأرقام السابقة على أن التطبيقات الثلاث هي الأوسع استخداماً بين الطلاب وبفارق غير قليل عن تاليهم. ثم يأتي الإنستجرام Instagram في المرتبة الرابعة بنسبة 25.6%، فالفاير Vibre خامساً بنسبة 18%، ثم التويتتر Twitter في المرتبة الرابعة بنسبة 13.5% من الطلاب.



شكل (7): التطبيقات الأكثر استخداماً من جانب الطلاب للتواصل باستخدام الرموز التعبيرية .

و يعلل الباحث استخدام الطلاب للرموز التعبيرية في تطبيقات التواصل الإلكتروني الفوري السابقة بالآتي:

-لأنها التطبيقات الأوسع انتشاراً والأكثر استخداماً، والأسهل في التطبيق بين طلاب الدراسة.

- لسهولة توفير متطلبات وبرمجيات software تشغيلها.
- الرموز التعبيرية المتوفرة فيها أكثر تعبيراً في معناها، وتتعدد في الشكل والمعنى لتغطي دلالات واسعة، وانفعالات ومشاعر، ومجالات أكثر من تطبيقات التواصل الأخرى.
- استخدام هذه التطبيقات في الهواتف الذكية أقل استهلاكاً للإنترنت من التطبيقات الأخرى.

10 - مؤثرات اللون والحركة في الرموز التعبيرية:

جدول (4): بوضوح مدى استخدام المؤثرات المضافة إلى الرموز التعبيرية، أو إضافتها من جانب طلاب الدراسة.

إضافة تأثيرات للرموز التعبيرية						مدى استخدام المؤثرات المضافة إلى الرموز التعبيرية													
المجموع		أضيف				لا أضيف				الحركة					اللون				
										المتحركة		الثابتة			المجموع		العادية		الملونة
النسبة	العدد	النسبة	العدد	النسبة	العدد	النسبة	العدد	النسبة	العدد	النسبة	العدد	النسبة	العدد	النسبة	العدد	النسبة	العدد		
100%	13	100%	14	89.5%	11	100%	13	29.3%	39	70.7%	94	100%	13	0%	0	100%	13		

أوضح كل طلاب الدراسة أنهم يفضلون الرموز التعبيرية الملونة؛ لأنها أكثر تأثيراً من غير الملونة (الأبيض والأسود) في استقبال الرسالة، حيث تضيف الألوان مؤثرات ودلالات إضافية إلى الرموز، وتزيد من قوة تعبيرها وتأثيرها، ويتضح ذلك في ألوان رموز القلب مثلاً:



شكل (8): نماذج لتأثير اللون في الرموز التعبيرية.

ويفضل 70.7% من الطلاب الرموز التعبيرية الثابتة؛ حيث يرونها كافية ومؤدية للغرض المطلوب منها، بينما يفضل 29.3% منهم استخدام الرموز المتحركة؛ لأن حركتها تؤثر تأثيراً أكبر من الثابتة في المستقبل، وتضيف الحركة مؤثرات إضافية إلى الرمز وتزيد من قوة تعبيره، إلى جانب أن الحركة نفسها قد تكون رمزاً إلى دلالات معينة، مثل رمز القلب النابض.

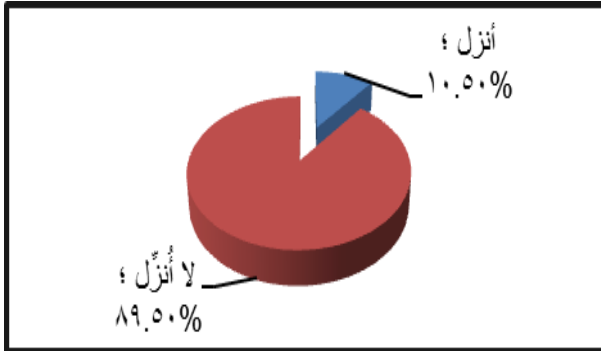
11 - تغيير أشكال الرموز التعبيرية وألوانها:

يستخدم 89.5% من الطلاب الرموز التعبيرية الموجودة في هواتفهم كما هي بألوانها وأشكالها دون إحداث أية تغييرات فيها، خاصةً أنه يُمكن اختيار درجة اللون المُفضَّلة من بين خيارات اللون المتاحة في بعض الرموز التي تُعبّر عن جسم الإنسان في فئتي: "الوجوه التعبيرية"، و"الهوايات والأنشطة"، فإذا ضغطنا على هذه الرموز تظهر قائمة تضم نفس الرمز في ست درجات متدرجة للون البشرة- من الأغمق إلى الأفتح-، وقد أوضح 68.4% من هؤلاء الطلاب أن الرموز المتاحة في الهواتف كافية للغرض منها، بينما ذكر 21.1% أنهم لا يعرفون طريقة تغيير ألوان وأشكال الرموز التعبيرية أصلاً.

بينما يفضل 10.5% من الطلاب تغيير ألوان وأشكال الرموز لتكون أكثر تأثيراً ودلالةً في معناها، واستخدموا لذلك: موقع www.Reactionpack.com (***)، أو إعدادات برنامج التواصل نفسه لتغيير ألوان الرموز.

12 - تنزيل الرموز التعبيرية من مواقع الويب:

ذكر 119 طالباً بنسبة 89.5% أن الرموز التعبيرية الموجودة على هواتفهم كافية لاستخداماتهم وتؤدي بكفاءة الغرض منها، وأنهم لا يقومون بتنزيل رموز إضافية من مواقع الويب الخاصة بذلك. حيث ذكر 91 طالباً منهم بنسبة 68.4% أن الرموز الموجودة في هواتفهم تكفي لتلبية الغرض منها، بينما ذكر 28 طالباً بنسبة 21.1% أنهم لا يعرفون أصلاً مواقع الويب الخاصة بتنزيل الرموز التعبيرية ولا طريقة استخدامها.



شكل (9): نسب الطلاب الذين يستخدمون مواقع الويب لتنزيل الرموز التعبيرية.

بينما يستخدم 14 طالباً بنسبة 10.5% مواقع الويب لتنزيل الرموز التعبيرية؛ لحاجتهم إليها في ظل عدم توافرها في هواتفهم، أو أن المتوافر منها في الهاتف لا تكفي للاستخدام، واستخدموا لذلك موقع: Facebook Secret Emoticons (***) .

13 - مقترحات إضافة رموز تعبيرية جديدة:

اقترح 22 طالباً بنسبة 16.5% ممن يستخدمون الرموز التعبيرية إضافة رموز تعبر عن الثقافات والبيئات، والأماكن العربية والإسلامية والفرعونية؛ لأنها تمثل قطاعاً واسعاً من الثقافة والبيئة العالمية، ويحتاج إليها الطلاب في تواصلهم، في حين أن البيئة والثقافة العربية والإسلامية لا تتوافر رموز تعبيرية لها سوى عدد قليل جداً لا يتعدى أصابع اليد. واقترحوا أيضاً إضافة رموز تُعبر عن الفرد العربي والمسلم الذي يمثل نسبة كبيرة من سكان العالم، كإضافة: رمز البنت المحجبة، الولد ذو الرداء العربي، شيخ المسجد بردائه المميز، نماذج للآثار الإسلامية، المسجد الأقصى، رموز تدل على مظاهر الحضارة الفرعونية وآثارها.

14 - الرموز التعبيرية الأكثر استخداماً ومعانيها لدى طلاب الدراسة:

جدول (5): الرموز التعبيرية وفئاتها التي يستخدمها طلاب عينة الدراسة.

النسبة	المستخدمين عدد	الرموز التعبيرية	الفئات	النسبة	عدد	الرموز التعبيرية	الفئات
28.6%	38	رموز الورد	الحيوانات و الطبيعة	100%	133	الوجه المبتسم	الوجوه التعبيرية
21.8%	29	رمز الدُّوار		100%	133	وجه دموع الفرح	
20.3%	27	الوجه كالقمر		98.5%	131	الوجه الحزين	
12%	16	النار		93.2%	124	الوجه ذوالعينين في شكل قلب	
9.8%	13	شجرة عيدالميلاد		91.7%	122	الزوجان المحبان	
8.3%	11	الأسد		68.4%	91	الوجه الذي يُلقى قُبلة	
6.8%	9	الحمار		56.4%	75	الوجه المذهول	








النسبة	عدد المستخدمين	الرموز التعبيرية	الفئات	النسبة	عدد المستخدمين	الرموز التعبيرية	الفئات
%6	8	الكلب		%54.1	72	الوجه العبوس/المكتئب	
%5.3	7	رموز القرد الثلاثة		%50.4	67	الوجه الذى يرغب فى النعاس	
%3.8	5	القطة		%47.4	63	الوجه الدامع بشدة	
%3	4	الفأر		%44.4	59	الوجه الغاضب	
%16.5	22	ساندوتش اليورجر	الأطعمة والمشروبات	%42.9	57	الوجه الساخر	
%9	12	التورته		%42.1	56	وجه الغيظ	
%6	8	القلفل الأحمر		%39.1	52	الوجه الأحمر غضباً	
%11.3	15	السكين	الأشياء والأدوات	%35.3	47	الوجه ذوالقناع الطبي	
%11.3	15	مكبر الصوت		%36.1	48	الوجه المتفاجئ	
%10.5	14	علبة الهدايا		%35.3	47	الوجه الذى ينفث غضباً	
%9	12	المصباح المنير		%35.3	47	الوجه المضطرب من الحيرة	
%8.3	11	مظروف خطاب الحب		%33.1	44	الشخص المنحنى	
%7.5	10	القنبلة		%32.3	43	الشفاه الحمراء	
%6	8	الكتاب		%31.6	42	رمز التمنى والشكر	
%9.8	13	رموز دور العبادة	الأماكن ووسائل النقل	%30.8	41	رموز تأكيد المعنى باليد	
%6.8	9	الصاروخ		%30.1	40	وجه العفريت اليابانى	
%5.3	7	الطائرة		%16.5	22	اليد المفتوحة	
%7.5	10	الوجوه المسرحية	الهويات الشخصية	%12.8	17	موظفة مكتب الاستقبال	
%6.8	9	قفاز		%10.5	14	بابا نويل	

النسبة	عدد المستخدمين	الرموز التعبيرية	الفئات	النسبة	عدد المستخدمين	الرموز التعبيرية	الفئات
		الملاكمة					
4.5%	6	آلة الكمان		10.5%	14	الخاتم	
4.5%	6	الموسيقية		6.8%	9	الكف عن الحديث	
4.5%	6	رفع الأثقال		100%	133	رموز قلوب الحب	المشاعروالأحاسيس
10.5%	14	علم مصر	الأعلام	34.6%	46	رموز الصح/الخطأ	
	2284	مجموع استخدامات الطلاب للرموز التعبيرية		20.3%	27	رموز الساعة الزمنية	




شغل رمز "الوجه المبتسم" 😊 مرتبة الصدارة حيث يستخدمه كل طلاب الدراسة، للتعبير عن الفرحة والسعادة وانسراح الصدر، وهو استخدام صحيح يتطابق مع المعنى الأصلي للرمز، وقد تساوى معه رمزا: "الوجه ذو دموع الفرح" 😄 للتعبير عن البكاء فرحاً، و"قلوب الحب" ❤️ للدلالة على الحب أو التعاطف أو المودة. وتُشير معدلات استخدام الرموز الثلاثة إلى الانتشار الواسع لاستخدامها بين طلاب الدراسة. ويأتى في المرتبة الرابعة رمز "الوجه الحزين" 😞 الذى يستخدمه 98.5% من الطلاب للدلالة على الحزن أو البكاء خزاناً. ويأتى خامساً رمز "الوجه الضاحك ذو العينين على شكل قلبين" 😍 حيث يستخدمه 93.2% من الطلاب، بمعنى "أشتاق حباً لرؤياك". وشغل رمز "الزوجين المحبين" 👩❤️👨 المرتبة السادسة بنسبة 91.7%، حيث يُستخدمه الطلاب للدلالة على شخصين يجمعهما الحب. وسابعاً رمز "الوجه الذى يُلقى قُبلةً" 😘 بنسبة 68.4%، ويستخدمونه بمعنى "أعطيك قُبلة حب". وفي المرتبة الثامنة رمز "الوجه المدهول" 😱 بنسبة 56.4%، ويستخدمونه للدلالة على الدهول. ويأتى تاسعاً رمز "الوجه العبوس/المكتئب" 😞 الذى يستخدمه 54.1% من الطلاب للإشارة إلى حالة حزن أو غضب، وهو ما لا يتوافق مع معناه الدال على الاكتئاب والعبوس. وفي المرتبة العاشرة، رمز "الوجه الناعس" 😴 الذى يستخدمه 50.4% من الطلاب بمعنى البكاء من الحزن،

بما لا يتوافق مع معناه الصحيح الذى يرمز إلى التثاؤب والرغبة فى النعاس. والرمز الحادى عشر هو "الوجه الدامع بشدة" 😞 يستخدمه 47.4% من الطلاب بمعنى البكاء بدموع منهمة. والثانى عشر رمز "الوجه الغضبان" 😡 و يستخدمه 44.4% من الطلاب بمعنى الكراهية والبغض، وهو ما لا يتوافق مع معناه الأصيل الدال على الغضب والسخط. ثم الرمز الثالث عشر "الوجه الساخر" 😏 الذى يستخدمه 42.9% من الطلاب بمعنى السخرية والتهكم. والرابع عشر "الوجه المغتاض" 😠 الذى يستخدمه 42.1% من الطلاب لإظهار الغيظ والغضب. أما الخامس عشر فكان "الوجه المتجهم الأحمر" 😡 حيث يستخدمه 39.1% من الطلاب للدلالة على الخجل والحياء، وهو ما لا يتوافق مع معناه الحقيقى الدال على شدة الغضب أو النكد. والسادس عشر هو رمز "الوجه المتفاجئ" 😲 حيث يستخدمه 36.1% بمعنى المفاجأة والدهشة. أما السابع عشر فهو رمز "الوجه ذو القناع الطبى" 😷 الذى يستخدمه 35.3% من الطلاب بمعنى "اسكت أو سألتزم الصمت أو لن أرد على كلامك" وهو استخدام خطأ لأنه يرمز إلى "المرض المعدى أو التواجد فى الأماكن العامة أو شم رائحة كريهة". ثم يُستخدم بنفس النسبة الأخيرة رمزا: "الوجه المنجز النافث" 😏 بمعنى أنفث غضباً أو ملأ، بينما هو يرمز إلى الراحة وأخذ شهيق عميق ثم زفير قوى بعد إنجاز عمل شاق متعب، ثم "الوجه المضطرب" 😞 للدلالة على الغضب، فى حين أن معناه "الاضطراب والحيرة والارتباك". وشغل المرتبة العشرين رمزا: الصح ✓ أو الخطأ ✗ الذى يستخدمهما 34.6% من الطلاب للرد بصحة أو خطأ العبارة المُستقبلة.








والرمز الحادى والعشرين هو "الشخص المنحنى" 🙇 الذى يستخدمه 33.1% من الطلاب بمعنى التفكير أو الحزن، بما لا يتوافق مع معناه الحقيقى الذى يعنى إظهار الاحترام والتقدير. والثانى والعشرين رمز "الشفاة الحمراء" 🗨 حيث يستخدمه 32.3% من الطلاب للدلالة على الحب، وهو ما لا يتوافق مع معناه الحقيقى الذى يعنى "قُبلة الحب". الثالث والعشرين هو رمز "التمنى" 🙏 الذى يستخدمه 31.6% للدلالة على التوسل والخضوع، بينما معناه الحقيقى هو التمنى والدعاء أو الشكر. أما الرابع والعشرين فهى

رموز "تأكيد المعنى باليد"  بنسبة 30.8 % للموافقة وتأكيد الكلمات المكتوبات في المحادثة. والخامس والعشرين رمز "العفريت الياباني"  الذى يستخدمه 30.1% من الطلاب كرمز للشيطان، رغم أنه رمز للعفريت الياباني الشرير. والسادس والعشرين هي رموز "الورود"  التى يستخدمها 28.6% من الطلاب للدلالة على: الود، التهنئة، الحب، والترحاب. أما السابع والعشرين فهو رمز "الدُّوَار"  الذى يستخدمه 21.8% من الطلاب كرمز للنعيم أو سهر الحبيب وهو يحصيها، بينما هو يرمز إلى حالة "دُّوَار أو دوخة". والثامن والعشرين هو رمز "وجه القمر"  الذى يستخدمه 20.3% من الطلاب للمغازلة ولتشبيهه الوجه بالبدر، بما لا يتوافق مع معناها الحقيقي الذى يعنى "القمر الضاحك أو اكتمال القمر". و بنفس النسبة تُستخدم رموز "الساعة الزمنية"  للدلالة على مقدار الوقت. والمرتبة الثلاثين لرمز "اليد المفتوحة"  الذى يستخدمه 16.5% من الطلاب بمعنى كفى أو أوقف حديثك.

والرمز الحادى والثلاثين "ساندوتش البورجر"  الذى يستخدمه 16.5% من الطلاب للدلالة على العزومة أو الجوع والرغبة فى تناول الطعام، وهذا ما لا يتوافق مع معناها الحقيقى الذى يعنى Burger/Cheeseburger. و الثانى والثلاثين رمز "موظفة مكتب المساعدة"  الذى يستخدمه 12.8% من الطلاب خطأً بمعنى "اتفضل" بينما إشارة اليد هذه فى اليابان تعنى عرض المساعدة أى "أقدم لك أى خدمة؟". والثالث والثلاثين رمز "النار"  الذى يستخدمه 12% من الطلاب بمعنى "الحرارة أو أن كذبك هذا سيدخلك النار"، بما لا يتوافق جزئياً مع معناه الحقيقى الدال على: اللهب أو الحرارة. والرابع والثلاثين رمز "السكين"  يستخدمه 11.3% من الطلاب بالمعنى المازح "سأقتلك إن فعلت"، فى حين أنه يعنى "سكين المطبخ". و بنفس النسبة يُستخدم "مكبر الصوت"  للدلالة على: نشر الخبر وعدم حفظ السر، فى حين أن معناه الحقيقى يشير إلى مكبر الصوت. والسادس والثلاثين رمز "بابا نويل"  "Santa Claus" الذى يستخدمه 10.5% من الطلاب للتهنئة بالعام الميلادى الجديد. و بنفس النسبة تُستخدم

رموز: "الخاتم"  للإشارة إلى الخطوبة أو للتهنئة بها، "علبة الهدايا"  للإشارة إلى هدية أو سأقدم لك هدية، و "علم مصر" للدلالة على: حب مصر، إظهار الشعور بالوطنية، وتشجيع فرق الدولة في المنافسات المختلفة، وهو ما لا يتوافق مع معناه المجرد الدال على علم مصر. و يشغل المرتبة الأربعين رمز " شجرة عيد الميلاد"  الذى يستخدمه 9.8% من الطلاب للتهنئة بالعام الميلادى الجديد.

و بنفس النسبة الأخيرة شغل المرتبة الحادية والأربعين رموز "دور العبادة"  للإشارة إليها، أو للدلالة على الرغبة فى العبادة- بما يتوافق مع معناها الحقيقى-، أو الزيارة، أو لقسم بها- بما لا يتوافق مع معانيها-. والثانى والأربعين رمز " التورتة"  الذى يستخدمه 9% من الطلاب للدلالة على " التهنئة/الاحتفال بالمناسبات السعيدة. وبنفس النسبة يُستخدم "المصباح المنير"  بمعنى "الله ينور عليك"، وهو ما لا يتوافق مع معناه الدال على: المصباح الكهربى، ضوء المصباح، أو الأفكار الجديدة. والرابع والأربعين رمز "الأسد"  الذى يستخدمه 8.3% من الطلاب للدلالة على الشجاعة والإقدام والقوة. وبنفس النسبة يُستخدم "مظروف خطاب الحب"  للإشارة إلى الاشتياق أو رسالة الحب. والسادس والأربعين رمز "الوجوه المسرحية"  الذى يستخدمه 7.5% من الطلاب للدلالة على النفاق والخداع، وهو ما لا يتوافق مع معناه الحقيقى الدال على: المسرح، أو أفنعة التمثيل. وبنفس النسبة يُستخدم رمز "القنبلة"  بمعنى: سأفجر مفاجأة، أو سأقتلك تفجيراً، وهو ما لا يتوافق مع دلالاته على القنبلة كمعنى مجرد. والثامن والأربعين رمز "الحمار" الذى يستخدمه 6.8% من الطلاب للدلالة على الغباء وعدم الفطنة، وهو ما لا يتوافق مع دلالاته على الحمار كمعنى مجرد. وبنفس النسبة تُستخدم رموز: "الصاروخ"  للدلالة على السرعة أو الصعود إلى الأعلى أو التميز، وهو ما لا يتوافق مع دلالاته على السفن الصاروخية أو المكوك الفضائى، ثم " قفاز الملاكمة" للدلالة على العقاب أو توجيه الضربات الموجهة، وهو ما لا يتوافق مع دلالاته على قفاز الملاكمة كمعنى مجرد، و رمز "الاعتراض على الحديث"  للدلالة على الاستعداد للقتال، بينما معناه الحقيقى " أوقف كلامك فأنا أعترض عليه، أو كلامك خطأ وافتراء".

والثاني والخمسين رمز "الكلب"  الذي يستخدمه 6% من الطلاب للدلالة على السب وسوء الخلق، وهذا ما لا يتوافق مع معناه الحقيقي الدال على: الكلب أو الإخلاص والوفاء. وبنفس النسبة يُستخدم رمز "الفلفل الأحمر"  للدلالة على الحقد والغل أو الغيرة، بما لا يتوافق مع معناه الحقيقي الدال على الفلفل الحار أو التتبيل به، و "الكتاب"  للدلالة على الكتاب كمعنى مجرد. والخامس والخمسين رمز "الطائرة"  الذي يستخدمه 5.3% من الطلاب للدلالة على: السفر أو الرغبة فيه، أو السرعة. وبنفس النسبة تُستخدم رموز "القرود الثلاثة"  بمعنى لا أسمع ولا أرى ولا أتكلم، وإن كان قلة من الطلاب يستخدمون الرمز الثالث للقرود خطأً للدلالة على الدهشة والمفاجأة. والرمز السابع والخمسين هو "الكمان"  الذي يستخدمه 4.5% من الطلاب للدلالة على حُسن الكلام كأنه نغم، رغم أن معناه الحقيقي هو آلة الكمان الموسيقية. وبنفس النسبة يُستخدم رمز "رفع الأثقال"  للدلالة على القوة وتحمل الصعاب، وهو ما لا يتوافق مع معناه الدال على رياضة رفع الأثقال. والتاسع والخمسين رمز "القطعة"  الذي يستخدمه 3.8% من الطلاب للدلالة على "الوداعة والرقعة والهدوء"، في حين أنه يرمز إلى القطعة. وفي المرتبة الستين رمز "الفأر"  الذي يستخدمه 3% من الطلاب للدلالة على الخوف وعدم المواجهة وسرعة الهرب، في حين أنه يرمز إلى الفأر كمعنى مجرد ⁽³³⁾.

يؤكد الباحث بعد عرض الرموز التعبيرية الأكثر استخداماً ومعانيها لدى الطلاب على الآتي:

أ- ليست هذه هي كل الرموز التعبيرية المستخدمة بين طلاب الجامعة، فلو أن عينة الدراسة اتسعت أكثر وأكثر لظهر استخدام رموز أخرى أكثر وأكثر، ولكن يُمكن القول باطمئنان أن تلك الرموز هي الأوسع انتشاراً بين قطاع كبير من طلاب الجامعات والشباب المصري في رسائل التواصل الإلكتروني.

ب- يستخدم طلاب الدراسة ما يزيد عن 60 رمزاً من بين حوالي 2000 رمزاً صدر حتى الآن، ما يعنى عدم استخدام حوالي 1940 رمز منها بنسبة 97%، بسبب: أنها أجنبية الأصل لا تناسب الثقافة العربية الإسلامية، أو أن الطلاب لا يعرفون معانيها، أو أنهم لا

يستخدمون معانيها ولا تستثيرهم لاستخدامها، أو أن معانيها قد تُفهم بمعنى آخر فتثير سوء الفهم، أو أنها غير كافية في الدلالة على المعنى المطلوب، أو أنهم يفضلون استخدام الكلمات للإشارة إلى المعاني المطلوبة لتكون قاطعة ولا تُثير اللبس أو سوء الفهم.

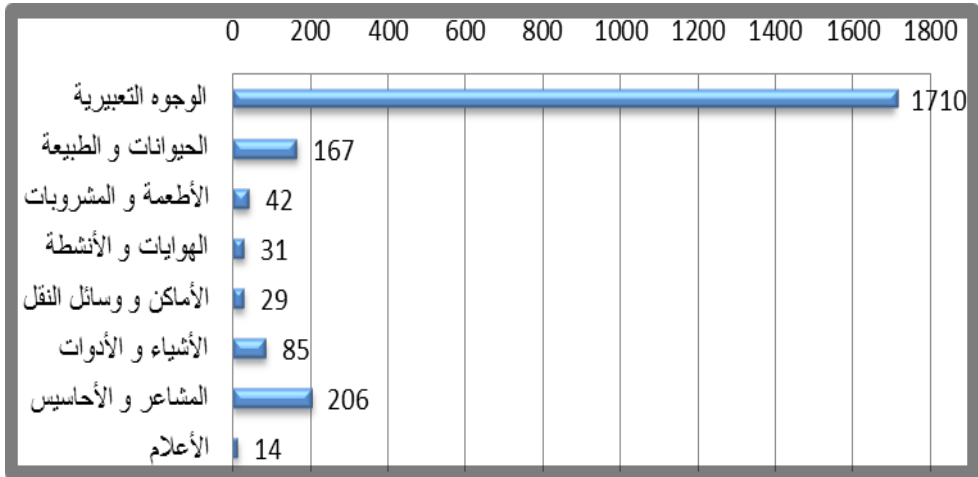
ج- يستخدم الطلاب 34 من بين 60 رمزاً بطريقة خطأ لا تتوافق مع معانيها الحقيقية الصحيحة كما حددتها منظمة اليونيكود، وذلك بنسبة 56.7% منها، بما يعني أنهم لا يدركون المعنى الصحيح لكثير من الرموز المتوافرة في أجهزة الهواتف الذكية، ويرجع الباحث ذلك إلى أن معظم الطلاب يعتمدون في تحديد معنى الرمز على التخمين اعتماداً على شكله أو ملامح رسمه فقط، وأنهم لا يجهدون أنفسهم لمعرفة معناه الحقيقي من خلال الدخول إلى المواقع الإلكترونية التي تُعرّف بالرموز التعبيرية مثل whatmoji و Emojipedia التي سبقت الإشارة إليهما، وإن الاعتماد على الشكل الظاهري للرمز لتحديد معناه سيؤدي إلى مشكلة أخرى، هي أن كل طالب سوف يحدد معنى الرمز على حسب طريقتة في فهم شكل هذا الرمز، ومن الطبيعي أن تختلف الأشخاص في تفسير معنى الشكل الظاهري للرمز الواحد وبالتالي سيفسر كل منهم نفس الرمز بمعاني مختلفة.

د- يوجد كثير من "الرموز المتقاربة في الشكل" التي تكون الاختلافات والفروق بينها طفيفة جداً، وقد لا ينتبه إليها الكثير من الطلاب، ومن ثمَّ قد يفهمون عدة رموز بمعنى واحد رغم وجود اختلافات بينها في المعاني، وما يزيد الأمر سوءاً أن الرموز التعبيرية عند الوقوف أو الضغط عليها نجدها غير معرّفة (أي لا يذكر نظام تشغيل الهواتف الذكية اسم الرمز أو معناه).

هـ- ظهر ترتيب فئات الرموز التعبيرية على حسب معدلات الاستخدام كالتالي: "الوجوه التعبيرية" التي استُخدمت رموزها 1710 استخداماً، بنسبة 74.9% من استخدام الطلاب، ولعل هذا يرجع لاشتمالها على: مختلف أشكال ودلالات الوجوه التعبيرية، أجزاء جسم الإنسان، عدد من الرموز الدالة على المشاعر والعلاقات الإنسانية التي يُكثر طلاب الدراسة استخدامها. ثم تأتي في المرتبة الثانية فئة "المشاعر والأحاسيس" بمعدل 206 استخداماً، بنسبة 9% من استخدام الطلاب، لاشتمالها على مختلف الرموز الدالة على المشاعر والعواطف التي يستخدمها الطلاب كثيراً في هذا السن الذي يتسم بالتأجج

العاطفي، رغم أن البون ساشع بين نسبتى استخدام "الوجوه التعبيرية" و"المشاعر والأحاسيس"؛ لأن الأخيرة تشتمل على نسبة كبيرة من الرموز التي لا يستخدمها الطلاب في تواصلهم الإلكتروني، مثل: رموز الأيقونات المختلفة، الرموز اللغوية والرقمية، رموز الاتجاهات... الخ. ثم تأتي ثالثة فئة "الحيوانات والطبيعة" بمعدل 167 استخداماً، بنسبة 7.3% من استخدام الطلاب، لاشتمالها على: رموز الحيوانات، الطيور، الحشرات، النباتات، الأسماك، والظواهر الطبيعية التي يستخدمها الطلاب كتشبيهات لدلالات معينة أو للضحك والمرح بينهم.

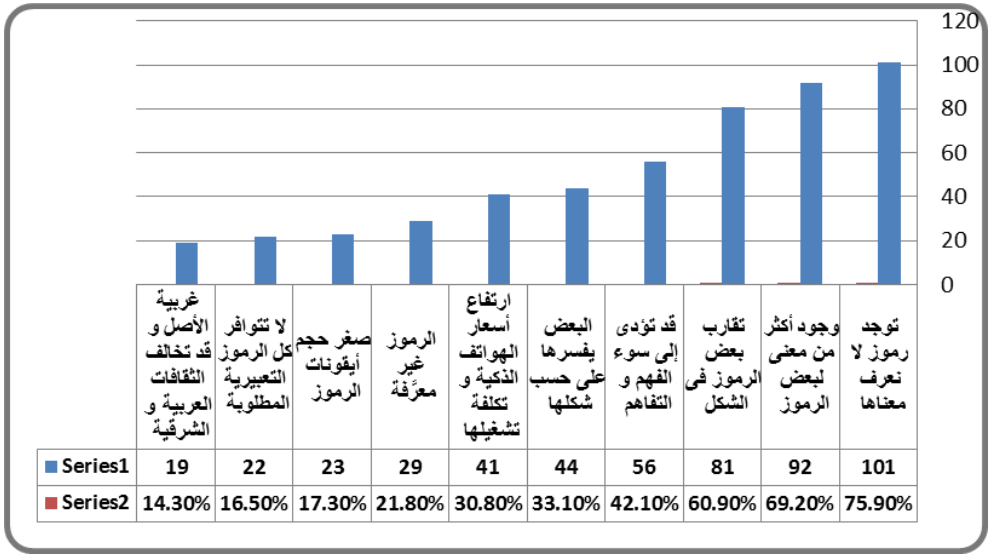
وقد قلَّ استخدام فئات الرموز التعبيرية مع المرتبة الرابعة التي شغلها فئة "الأشياء والأدوات" بمعدل 85 استخداماً، بنسبة 3.7% من استخدام الطلاب، والفئة الخامسة هي "الأطعمة والمشروبات" 42 استخداماً، بنسبة 1.8% من الاستخدام، والسادسة هي "الهوايات والأنشطة" 31 استخداماً، بنسبة 1.4% من استخدام الطلاب، ثم السابعة "الأماكن و وسائل النقل" 29 استخداماً، بنسبة 1.3% من استخدام الطلاب، والأخيرة "الأعلام" 14 استخداماً، بنسبة 0.6% من الاستخدام؛ حيث أنها تضم رموزاً لا يستخدمها طلاب الدراسة ولا يجذبهم استخدامها، أو لأنها لا تتوافق مع بيئة وثقافة طلاب جنوب صعيد مصر.



شكل (10): معدلات استخدام فئات الرموز التعبيرية.

15 - مشكلات استخدام الرموز التعبيرية :

أشار الطلاب الذين يستخدمون الرموز التعبيرية في التواصل الإلكتروني من خلال الهواتف الذكية إلى وجود عشر مشكلاتٍ تتعلق باستخدامها يُمكنُ عرضها وفقاً لمعدلات انتشارها كالتالي:



شكل (11): مشكلات استخدام الرموز التعبيرية من وجهة نظر طلاب الدراسة.

1- أشار 75.9% من الطلاب الذين يستخدمون الرموز التعبيرية إلى أنهم لا يعرفون معاني الكثير منها، مثل: العديد من الرموز اليابانية والصينية، أعلام الدول، بعض رموز الأماكن ووسائل النقل... الخ، كما أن نظم

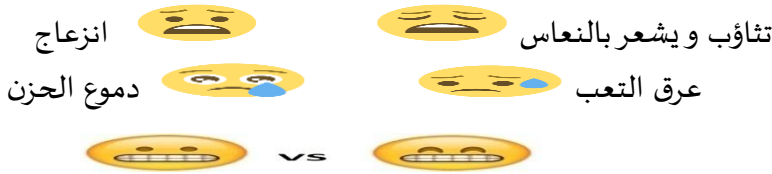
تشغيل الهواتف الذكية لا تُعَرِّفُها عند الوقوف فوقها.

2- يرى 69.2% منهم أن وجود أكثر من معنى لبعض الرموز التعبيرية قد يؤدي إلى: سوء الفهم وإدراك المعنى المقصود من الرمز، الاستخدام الخاطئ مما يفقد الرمز معناه؛ ومن ثمَّ تصبح الرسالة غير مفهومة وبلا جدوى، ونضرب مثلاً برمز "الوجه الضاحك بالنظارة الشمسية السوداء" الذي قد يكون معناه أن اليوم مشمس، أو قد يعني لآخرين إنني أحتاج أن أقف في مكان ظليل. ونتيجة لذلك فإذا لم يفهم المستقبل معنى الرمز فإنه سيطلب التوضيح من المرسل، هذا الاستيضاح سيجعل المحادثة تستغرق وقتاً أطول،

بما يفسد ميزة الرموز التعبيرية في أنها تجعل المحادثات أسرع وأيسر في الفهم والاستخدام⁽³⁴⁾. وتنتج مشكلة سوء فهم الرموز التعبيرية من:

- أ- اختلاف تفسير شكل الرمز من شخص لآخر على حسب ثقافة كل منهم، خاصة إذا اعتمدوا على شكل الرمز وملامح رسمه لتخمين معناه- كما سبقت الإشارة -.
- ب- اختلاف شكل الرمز الواحد بين أنواع أجهزة الهواتف الذكية للمرسل والمستقبل- كما سيرد لاحقاً-.

3- يرى 60.9% منهم أن تقارب وتشابه بعض الرموز في الشكل قد يؤدي إلى: الاستخدام الخطأ لها، أو تغيير المعنى المراد منها بمعنى آخر. كما أن الاختلافات بين بعض الرموز بسيطة جداً لدرجة تجعل التفريق بينها صعب، وتجعل سوء الفهم من جانب المستقبل وارد، ومن أمثلة الرموز التي توضح ذلك:



عينان منغلقتان مع فم يضحك يعنى ابتسامة أما العينان المفتوحتان فتعنيان الانزعاج والغضب.

و فرق بسيط بين: رمز اليد 🙌 بدون شعاع الذي يعنى التمنى والدعاء أو الشكر والحمد، وبين الذي يحوى شعاع في الخلفية 🙏 الذي يعنى التحية أو Hi five "ضربة الكف بالكف"، أو "كفك" كما نقول.

4- مشكلة تقارب أشكال الرموز جعلت البعض (سواء المرسل أو المستقبل) لا يفهم المعنى المقصود منها، و أدت إلى مشكلات سوء الفهم والتفاهم بين الأفراد، وهذا ما أكدته 42.1% من الطلاب الذين يستخدمونها.

5- يرى 33.1% منهم أن البعض يفسر معناها كما يتهياً له أو على حسب شكلها؛ مما يساعد في وجود اختلافات في معانيها بين شخص وآخر، وأيضاً استخدامها بمعانٍ مخالفة لمعانيها الحقيقية.

6- تؤثر مشكلة ارتفاع أسعار الهواتف الذكية وتكلفة تشغيلها وصيانتها في استخدام الرموز التعبيرية، خاصة في ظل ضعف الموارد المالية لبعض الأسر المصرية، وذلك عند 30.8% من الطلاب المستخدمين لها.

7- لا تقدم نظم تشغيل الهواتف الذكية تعريفاً للرموز التعبيرية عند الوقوف عليها، مما يسبب مشكلة عند 21.8% منهم، وتزيد من فرص الاستخدام الخطأ لها، وعدم التفريق بينها.


8- يُمثّل صغر حجم أيقونات الرموز التعبيرية مشكلةً في ظل ضعف النظر عند البعض، كما أن استخدامها لفترات طويلة يضعف النظر ويسبب صداع في الرأس، عند 17.3% من الطلاب الذين يستخدمونها.

9- لا تتوافر كل الرموز التعبيرية المطلوبة لـ 16.5% من الطلاب الذين يستخدمونها، حيث توجد رموز يحتاجونها، ولكنها غير موجودة بين الرموز المتوفرة، مثل رموز البيئة والثقافة العربية والإسلامية.

10- أشار 14.3% ممن يستخدمون الرموز التعبيرية أن غالبيتها أجنبية الأصل، وقد يكون معناها نقيض للثقافة الشرقية والعربية السائدة في المجتمعات العربية.

و يضيف الباحث إلى المشكلات التي حددها طلاب الدراسة ثلاث مشكلات أخريات هن:

11- اختلاف شكل الرمز الواحد بين أنواع الهواتف الذكية وبعضها، فمثلاً رمز "الوجه

الضحك" له شكلان:  و أيضاً رمز "بابا نويل Santa Cluas" كما يظهر في: أبل

 ، سامسونج ، إل جي ، إتش تي سي ، ميكروسوفت

 ، الفيس بوك ، الماسنجر ، التويتر

ويرجع سبب وجود فروق بين أشكال الرمز الواحد من جهاز لآخر إلى اختلاف رسم الرمز في المنصة الإلكترونية الخاصة بكل نوع من أجهزة الهواتف الذكية عن منصة أخرى لنوع آخر، حيث حدث ذلك بداية من أجهزة شركة أبل وشملت أيضاً التويتر والفيس بوك، وقد وصل الحد إلى وجود بعض الرموز التي يتوافر لكل منها عشرة أشكال مختلفة يعتمد كل منها على المنصة الإلكترونية التي تطلقه وتتحكم فيه، فإذا أرسل شخصٌ معه

جهاز "آيفون" رمز "الوجه المبتسم والعيون المبتسمة" إلى شخص معه "سامسونج" فإن كلا الشخصين سيشاهدان شكلاً مختلفاً لنفس الرمز، ما يعنى فهماً خطأً لما تريد إيصاله من معنى، حتى ولو رأى كلا الشخصين نفس الشكل فلا يزال من الممكن أن يفسرا معناه بصورة مختلفة، ما يعنى أن الرموز التعبيرية يمكن أن تؤدي إلى ارتباك وسوء فهم حتى بين الأفراد التي تستخدم نفس المنصة الإلكترونية⁽³⁵⁾.

12- يستخدم البعض الرموز التعبيرية بمعانٍ مخالفةٍ لمعانيها الأصلية، هذه المشكلة نتجت من المشكلات: الأولى، الثانية، الثالثة، الخامسة، والسابعة سالف الذكر⁽³⁶⁾.

13- هناك أفكار ومعلومات ومعاني كثيرة لا يمكن التعبير عنها باستخدام الرموز التعبيرية، كأن أقول في رسالتي: "سأجتهد في المداكرة لأبني مستقبلي، وفي عبادتي لأرضي ربي"، كما أن الرموز التعبيرية لا تنقل معاني الرسالة مثلما يمكن للكلمات أن تفعل⁽³⁷⁾، ونضرب مثلاً بمشاعر الإنسان التي تكون أكثر تعقيداً من أن تُعبر عنها رموز معينة مثلما تفعل الكلمات المصحوبة بتعبيرات الوجه وطريقة الكلام ولغة الجسد ونبرة الصوت... الخ، فكلها أجزاء فعالة في نظم التواصل بين الأفراد، فإذا أردنا التعبير عن الشعور بالقلق من شئ ما مثلاً ومقداره وسببه ونتائجه...، فلن يكفى رمز "الوجه العبوس/القلِق" Frown Face للدلالة على كل ذلك.

يتضح من عرض و تحليل مشكلات استخدام الرموز التعبيرية، تكامل وترابط هذه المشكلات ببعضها، وأن كل منها تؤثر وتتأثر بالمشكلات الأخرى.

نتائج الدراسة:

1- مر تاريخ الرموز التعبيرية بأربع مراحل رئيسة هي:

أ- مرحلة ما قبل نشأة الرموز التعبيرية، التي بدأت من قديم الأزل بالرسم اليدوي على جدران وأسقف الكهوف في العصر الحجري القديم، والكتابة بالرموز التصويرية كالأحرف الهيروغليفية المصرية القديمة، ثم محاولات المفكرين لتشكيل لغة تواصل عالمية بين كافة البشر، ثم ظهرت لغة "البليبلان" في القرن 17م بالشرق الأوسط ثم "الإسبرينتو" و"البليسيبوليك" التي تعتمد على الرموز الدلالية، لكن جميع تلك اللغات بُنِنَ بالفشل.

ب- مرحلة النشأة، التي بدأت باختراع "كارنجي ميلون" الرمز التعبيري الأول عام 1982م، ثم وُضِعَ "شيجيتاكا كوريتا" الموظف بشركة "بوكيت بيل" للاتصالات باليابان تصميمات متعددة لبعض الرموز التعبيرية.

ج- مرحلة التطور: التي شهدت الرموز التعبيرية الملونة "سمايلي" عام 1999، وانتشارها عالمياً، فأدرجت مؤسسة "يونيكود" الأمريكية للترميز الموحد بعض الرموز في إصداراتها عام 2010م، ثم تبنتها شركة "أبل" Apple عام 2011 في جهاز "iPhone iOS" وتبعتها تبعاً لشركات الهواتف الذكية، ثم ابتكرت الشركة لوحة مفاتيح خاصة للرموز التعبيرية Emoji keyboard عام 2012م.

د- مرحلة الازدهار: التي دخلت فيها كلمة "إيموجي" قاموس أكسفورد عام 2013م، وإقامة أول معرض فني لها في نيويورك، ثم إعلان قاموس أكسفورد لأول مرة اختيار رمز "الوجه الضاحك ذو دموع الفرح" كلمة السنة له عام 2015م. وتحديد 17 يوليو يوماً عالمياً للرموز التعبيرية World Emoji Day، التي تضم اليوم أكثر من ألفى رمز تمثل مختلف الأجناس والثقافات والديانات والألوان، وتستخدمها الآن الشركات في الإعلانات ووسائل التسويق، فضلاً عن إنتاج الأعمال الفنية.

2- تستخدم الإناث (69.8%) الرموز التعبيرية أكثر من الذكور (57.3%) في تواصلهم الإلكتروني، ولم يؤثر التخصص العلمي في استخدام الرموز التعبيرية؛ حيث يستخدمها 63.3% من طلاب التخصص العلمي و63.8% من طلاب التخصص الأدبي.

3- لا يستخدم 36.4% من الطلاب الرموز التعبيرية (من بينهم 30.2% من الطالبات، و42.7% من الطلاب الذكور، أو 36.7% من طلاب الطب البيطري، و36.2% من طلاب الخدمة الاجتماعية)؛ بسبب: عدم توفر هواتف ذكي أصلاً، ضعف الحالة الاقتصادية لبعض الأُسَر، تفضيل التواصل اللغوي بالكلمات، تعدد متطلبات استخدام الرموز التعبيرية في الهواتف، يراها الطلاب تافهة وتدعو إلى الكسل، وتضعف القدرات اللغوية للفرد.

4- يستخدم 63.6% من طلاب العينة الرموز التعبيرية في تواصلهم الإلكتروني، حيث يرونها تتميز ب: سهولة الاستخدام والتطبيق، تختصر الكلمات وتجعل الرسالة قصيرة

دون إخلال بالمعنى المقصود، السرعة في توصيل المعنى وإنجاز الرسالة مما يقلل الوقت، توضح وتوصّل وتعبر عن المعلومات والأفكار والمشاعر والمعاني المختلفة، وتساعد في فهمها وإدراكها لا سيما التي لا يسهل توضيحها من خلال الوصف اللفظي فقط، تُمكن من التغلب على مشكلة التعقيدات والتراكيب اللغوية، تُشيع البهجة والمرح أثناء التواصل، وسيلة تفاهم وتواصل مفهومة عالمياً وإن اختلفت اللغات، الأجناس، الثقافات، السن، الدين، النوع (ذكر/أنثى)... الخ، حتى لو كان الشخص لا يُجيد القراءة و الكتابة أصلاً.

5- يستخدم 16.5% من الطلاب الرموز في كل رسائلهم تقريباً، و40.6% يستخدمونها في حوالي 75% من رسائلهم، و27.1% يستخدمونها في حوالي 50% من رسائلهم، و15.8% من الطلاب في حوالي 25% من رسائلهم.

6- يرسل الطلاب الرموز التعبيرية إلى: زملاء الدراسة بنسبة 100%، رسائلهم الغرامية 73.7%، الأصدقاء والأصحاب والمعارف بنسبة 64.7%، الأساتذة بنسبة 9.8%، و11.3% إلى فئات أخرى.

7- يوجد ارتباط بين نوعية الرمز التعبيري المستخدم ونوعية الشخص المرسل له (ذكر، أنثى، حبيب، زميل...)

8- يستخدم الطلاب الرموز التعبيرية لأغراض متعددة، حيث إن 91% من الطلاب يستخدمونها "دائماً" للضحك والمزاح والمرح والتعبير عن العواطف والمشاعر والأحاسيس، ويستخدمها 9% منهم "أحياناً" لهذه الأغراض، كما يستخدمها "دائماً" 89.5%، و10.5% منهم "أحياناً" للتهنئة بالمناسبات، ويستخدمها "دائماً" 86.5%، و"أحياناً" 13.5% منهم لتقديم التعليقات أو المشاركات في الفيس بوك والتويتتر، ويستخدمها "دائماً" 73.7% و24.8% "أحياناً" للتحقق وتأكيد المعلومات، ويستخدمها 66.9% لنقد المعلومات والآراء والأفكار، ويستخدمها "أحياناً" 55.6% لأغراض التعلم ومتابعة المناهج والتكليفات الدراسية، ويستخدمها "أحياناً" 54.1% لمقارنة المعلومات والآراء والأفكار ببعضها، وتستخدم عند 50.4% "أحياناً" لتقديم ومناقشة المعلومات، وأخيراً تُستخدم "أحياناً" لتقديم التوجيهات والإرشادات للآخرين عند 42.8% من الطلاب.

- 9- يستخدم الطلاب الرموز التعبيرية في تطبيقات التواصل الإلكتروني بنسبة: الواتس 91% من الطلاب، الماسنجر 75.9%، الفيس بوك 74.4%، الإنستجرام 25.6%، الفاير 18%، التويت 13.5%.
- 10- يُفَضِّلُ كل الطلاب الرموزَ التعبيرية الملونة، ويفضل 70.7% الرموز الثابتة، و29.3% الرموز المتحركة.
- 11- أقرَّ 89.5% من الطلاب بأن الرموز التعبيرية الموجودة على هواتفهم كافية للاستخدام، في حين أن 10.5% يُحَمِّلُونَهُ من موقع: Facebook Secret Emoticons.
- 12- اقترح 16.5% ممن يستخدمون الرموز التعبيرية إضافة رموز تعبر عن: الثقافات والبيئات والأماكن العربية والإسلامية والفرعونية، والشخص العربي والمسلم.
- 13- الرموز التعبيرية الأكثر استخداماً و نسب استخدامها لدى الطلاب هي: "الوجه المبتسم" و"الوجه ذو دموع الفرح" و"قلوب الحب" بنسبة 100%، "الوجه الحزين" 98.5%، "الوجه الضاحك ذو العينين على شكل قلبين" 93.2%، "الزوجين المحبين" 91.7%، "الوجه الذي يُلقَى قُبْلَةً" 68.4%، "الوجه المذهول" 56.4%، "الوجه العبوس/المكتئب" 54.1%، "الوجه الناعس" 50.4%، "الوجه الدامع بشدة" 47.4%، "الوجه الغضبان" 44.4%، "الوجه الساخر" 42.9%، "الوجه المغتاض" 42.1%، "الوجه المتجهم الأحمر" 39.1%، "الوجه المتفاجئ" 36.1%، "الوجه ذو القناع الطبي" 35.3%، "الوجه المنجز النافث" و"الوجه المضطرب"، الصح ✓ أو الخطأ ✗ 34.6%، "الشخص المنحنى" 33.1%، "الشفاه الحمراء" 32.3%، "التمنى" 31.6%، "تأكيد المعنى باليد" 30.8%، "العفريت الياباني" 30.1%، "الورود" 28.6%، "الدُّوَار" 21.8%، "وجه القمر" 20.3%، "الساعة الزمنية" و"اليد المفتوحة" 16.5%، "ساندوتش البورجر" 16.5%، "موظفة مكتب المساعدة" 12.8%، "النار" 12%، "السكين" 11.3%، "مكبر الصوت" "بابا نويل" 10.5%، "الخاتم" و"علبة الهدايا" و"علم مصر" و"شجرة عيد الميلاد" 9.8%، رموز "دور العبادة" و"التوراة" 9%، "المصباح المنير" و"الأسد" و"مظروف الحب" 8.3%، "الوجوه المسرحية" و"القنبلة" 7.5%، "الحمار" و"الصاروخ" و"قفاز الملاكمة" و"الاعتراض على الحديث" 6.8%، و"الكلب" و"الفلفل الأحمر" و"الكتاب" 6%.

"الطائرة" و "القرود الثلاثة" 5.3%، و "الكمان" و "رفع الأثقال" 4.5%، "القطعة" 3.8%، "الفأر" 3%. و أن 56.7% من الرموز السابقة يستخدمها الطلاب بطريقة خاطئة في غير معناها.

14- أظهرت معدلات استخدام فئات الرموز التعبيرية أن "الوجوه التعبيرية" استُخدمت بنسبة 74.9%، "المشاعر والأحاسيس" 9%، "الحيوانات والطبيعة" 7.3%، "الأشياء والأدوات" 3.7%، "الأطعمة والمشروبات" 1.8%، "الهوايات والأنشطة" 1.4%، "الأماكن ووسائل النقل" 1.3%، و "الأعلام" 0.6% من الاستخدام.

15- شملت مشكلات استخدام الرموز التعبيرية: أن 75.9% من الطلاب لا يعرفون معاني الكثير منها، ويرى 69.2% وجود أكثر من معنى لبعض الرموز التعبيرية ما قد يؤدي إلى: سوء الفهم وإدراك المعنى المقصود، يرى 60.9% منهم أن تقارب وتشابه بعض الرموز في الشكل قد يؤدي إلى: الاستخدام الخطأ لها، أو تغيير المعنى المراد منها بمعنى آخر، و يرى 33.1% أن البعض يفسر معناها كما يتهيأ له أو حسب شكلها، بينما تؤثر مشكلة ارتفاع أسعار الهواتف الذكية وتكلفة تشغيلها وصيانتها في استخدام الرموز التعبيرية على 30.8% من الطلاب المستخدمين لها، كما أن نظم تشغيل الهواتف الذكية لا تُقَدِّم تعريفاً للرموز التعبيرية عند الوقوف عليها، مما يسبب مشكلة عند 21.8% منهم، وتزيد من فرص الاستخدام الخطأ لها، وعدم التفريق بينها، كما يُمَثَّل صغر حجم أيقونات الرموز التعبيرية مشكلةً في ظل ضعف النظر عند البعض، وأن استخدامها لفترات طويلة يضعف النظر ويسبب صداع في الرأس عند 17.3% من الطلاب، ولا تتوافر كل الرموز التعبيرية المطلوبة ل 16.5% من الطلاب الذين يستخدمونها، وأشار 14.3% ممن يستخدمونها أن غالبيتها أجنبية الأصل، وقد يكون معناها نقيض للثقافة الشرقية والعربية السائدة في المجتمعات العربية.

التوصيات :

- أن توفر المكتبات المصادر الإلكترونية للرموز التعبيرية، و تتيح الاستخدام المرجعي لها بالطرائق والخدمات المناسبة للمستخدمين، حيث أنه لا تتوافر مصادر معلومات مطبوعة

- عن الرموز التعبيرية، وما يتوافر منها صدر في شكل إلكتروني، وبالتالي سيكون الاستخدام المرجعي لها إلكتروني بالتبعية.
- إدخال رموز تعبيرية تعبر عن البيئة والثقافة والمجتمعات العربية والإسلامية، والحضارة الفرعونية.
- أن تعمل الجهات المعنية لخفض أسعار الهواتف الذكية وتكاليف تشغيلها وصيانتها، إلى جانب خفض أسعار خدمات الانترنت في الهواتف الذكية، ليتمكن الشباب على الاستفادة من إمكانياتها وتطبيقاتها المختلفة.
- إنشاء قاموس أو مسرد Glossary يجمع ويُنظّم ويُعرّف الرموز التعبيرية وما يتعلق بها من مصطلحات.
- إنشاء وتصميم موقع إلكتروني باللغة العربية للرموز التعبيرية المعتمدة من اليونيكود، كما يعرض: تاريخها، أخبارها، الموضوعات ذات العلاقة بها، الدراسات المتعلقة بها، وصلات لتنزيل الرموز التعبيرية... الخ.

المراجع:

- 1-Bosker,B.(2014).How Emoji get lost in translation. Accessed: 23/6/2017. Available in: www.huffingtonpost.com/2014/06/27/emoji-meaning_n_5530638.html
- 2- معرض "إيموشن" فيس بوك في شنغهاي (2017). الاطلاع في: 2017/6/18. متاح في: <http://www.akhbarak.net/2017/شنغهاي-فيسبوك-فيموشن-إيموشن>
- 3- Burge, Jeremy (2017). 5 billion Emojis sent daily on messenger. Accessed: 29/5/2017. Available in: <http://blog.emojipedia.org/5-billion-emojis-sent-daily-on-messenger/>
- 4- The economist group (2015). What Emoji are?. Accessed: 3/6/2017. Available in: www.economist.com/blogs/economist-explains/2015/07/economist-explains-13?src=scn%2Ffb%2Fattstream%2Fuk%2Ffansreg%2Fexplains%2Fst%2Fwhatemoji-are
- 5- محمد فتحى عبد الهادى و حسن محمد عبد الشافى(1992) . المواد غير المطبوعة في المكتبات الشاملة . القاهرة: الدار المصرية اللبنانية، ص ص31-32.
- 6- جامعة أسوان (2017). دليل جامعة أسوان. أسوان: جامعة أسوان، ص ص3-6.
- 7-Miyake, Kazuko (2008) . How young Japanese express their emotions visually in mobile phone messages: a sociolinguistic analysis . Accessed: 23/6/2017. Available in: www.trandfonline.com/doi/full/10.1080/10371390701268646?src=recsys
- 8- Sugiyama, Satomi (October 2015). Kawaii meiru and maroyaka neko= Mobile Emoji for relationship maintenance and aesthetic expressions among Japanese teens. In: First Monday. 20(10), pp. 1-10. - In: library, information science & technology abstract.
- 9- Bozoglan, H. and Gok, D. (2016) . A comparative analysis of emoticon functions and forms in first and second language . Turkish online journal of educational technology. Available through EKB in: www.scopus.com/record/display.uri?eid=2-s2.0-84985946875&origin=inward&txGid=b47038b80a97ca3fa55487804d2088bc

- 10- Marengo,D. and Giannotta,F. and Settanni,M.(July2017). Assessing personality using Emojji: an exploratory study. in: personality and individual differences. vol.112, pp.74-88. Available through EKB in: www.scopus.com/record/display.uri?eid=2-s2.0-85014120198&origin=inward&txGid=c761ee3a8700cc53d3352a9a96a5473a
- 11- محمد فتحى عبد الهادى و حسن محمد عبد الشافى . مصدر سابق، ص ص 31-32
- 12- Marshal, W. (2017). Saint Hildegard of Bingen. Accessed: 29/5/2017. Available in: www.Franciscanmedia.org/saint-hildegard-of-bingen/
- 13- الاسبرانتو لغة اصطناعية تحتل مكانة الانجليزية (2016). [د.ن]: نون بوست. الاطلاع في: 2017/6/11. متاح في: www.noonpost.org/content/12235
- 14-What Emojji are?. Loc. Cit. .
- 15- الكويت، وزارة التعليم العالى(2017). المانجا فن رسم من الفنون اليابانية. الاطلاع في: 2017/6/11. متاح في موقع المبتعثين: www.mbt3th.us/vb/forum83/thread101297.html
- (*)اليونيكود مؤسسة غير ربحية، ليس لها صفة رسمية، بل اكتسبت إجماعاً عالمياً تلقائياً بسبب شفافيتها، حيث تبنت قراراتها جميع شركات أجهزة الاتصالات، وتضم مديرين من عمالقة التكنولوجيا مثل: جوجل، أبل، وفيسبوك ... وغيرها، و هي معنية بوضع رموز لكل حرف لكي تسمح بقراءته عبر الأجهزة الرقمية أيا كانت المنصة أو البرمجية أو اللغة.
- 16- آبل تستعرض الرموز التعبيرية الجديدة القادمة إلى نظام ios2 (2017). عالم آبل. الاطلاع في: 2017/6/16. متاح في: www.apple-emoji-أبل-تعرض-الرموز-التعبيرية-الجديدة-wd.com/2017/07/
- 17-فراس اللو(2013). استخدام الرموز التعبيريةEmojji في الآيفون والآيباد. الاطلاع في: 2017/6/16. متاح من خلال البوابة العربية للأخبار التقنية في: <http://aitnews.com/2013/02/24/ايموجي-في-الآيفون>
- 18-Oxford dictionary word of the year 2015 is.. . (2015). Oxford: Oxford University press. Accessed: 23/6/2017. Available in: www.blog.oxforddictionaries.com/2015/11/word-of-the-year-2015-emoji/

19- أمين نجيب(2015) . أهي عودة إلى ما قبل اللغة؟ : الإيموجي و التواصل بواسطة الرموز. المقاتلة: مجلة ثقافية متنوعة. الاطلاع في:2017/6/12. متاح في: www.qafilah.com/ar/الرموز

20- Emojipedia. Accessed: 23/6/2017. Available in: <http://emojipedia.org>

21-Kayea, Arina (2017). whatmoji. Accessed: 25/6/2017. Available in: www.producthunt.com/posts/whatmoji

22-Emoji(2017). Accessed: 2/6/2017. Available in: <http://en.wikipedia.org/wiki/Emoji>

23-رموز"إيموجي"التعبيرية قصة نجاح يابانية غزت العالم(21 ديسمبر2016). الوسط. ع5219. المنامة: دار الوسط للنشر والتوزيع. الاطلاع في:2017/6/6. متاح في: www.alwasatnews.com/news/1192572.html

24-إسراء حسنى(2017). تطبيق جديد يحول وجهك إلى إيموشن. الاطلاع في: 2017/6/18. متاح في: www.youm7.com/story/2017/4/2/Memoji-إلى-إيموشن-تطبيق-جديد-يحول-وجهك-إلى-إيموشن

www.youm7.com/story/2017/4/2/Memoji-إلى-إيموشن-تطبيق-جديد-يحول-وجهك-إلى-إيموشن
3172008/

25- آبل تستعرض الرموز التعبيرية Emoji الجديدة القادمة إلى نظام iOS11 . مصدر سابق.

26- Are Emojis making us lazy? (March 2017). Scholastic Choice. 32(6), pp 2-5. Available through EKB in:

<http://mplb1ci.ekb.eg/MuseproxyID=1103/MusesessionID=00031ew/Museprotocol=http/MuseHost=web.a.ebescohost.com/Musepath/ehost/detail/detail?vid=o&sid=e9fe2fd6-d957-4584bbc4bf93b3559f5c%40sessionmgr4010&bdata=jnNpdGU9Zwhvc3QtbG127Q%3d%3d#AN=121093095&db=ulh>

27- أمين نجيب. مصدر سابق.

28- رمزي جاب الله (2016). استخدام الإيموجي(الإيموتيكون) في مواقع الدردشة و أثره على اللغة العربية [ملف pdf]، ص 17. الاطلاع في:2017/7/10. متاح في: www.pdfdrive.com/استخدام-الإيموجي-

الإيموتيكون-في-مواقع-الدردشة-وأثره-على-اللغة-العربية-رمزى-جاب-
الله: www.hamassa.com/wp-content/uploads/2017/02

Are Emojis making us lazy?. Loc. Cit. .

29- Emoji.loc cit. .

30-Robb, Alice(2014). How using emoji makes us less emotional. Accessed: 2/6/2017.

Available in:

<http://newrepublic.com/article/118562/emoticons-effect-way-we-communicate-linguists-study-effects>

31- رموز "إيموجي" التعبيرية قصة نجاح يابانية غزت العالم. المصدر السابق و الصفحة.

32- محمد فتحى عبد الهادى و حسن محمد عبد الشافى. مصدر سابق، ص 31-32 .

(**) - علماء بأن طريقة استخدام هذا الموقع مشروحة في
الرابط: www.youtube.com/watch?v=JjQU97_2-uo

www.youtube.com/watch?v=QVCKXi8z7wQ

(***)-علماء بأن طريقة استخدام هذا الموقع مشروحة في
الرابط: www.youtube.com/watch?v=U16ybduupVK

www.youtube.com/watch?v=5NKLEHDzKN4

33- Emojipedia. Loc. Cit. .

34- Are Emojis making us lazy? . Loc. Cit. .

35- تاج الدين عبد الحق (2016). بالصور أكثر 10 رموز تعبيرية مربكة عبر مواقع التواصل الاجتماعي. الاطلاع في: 18/6/2017. متاح في: www.eremnews.com/sciences-technology/internet/47320

36- Logan, M.. We are all using this Emoji wrong (2015) .Accessed: 15/6/2017.

Available in: www.wired.com/2015/05/using-emoji-wrong/

37- Robb, Alice. Loc. Cit. .