

عنوان المقال: تداعيات تعبئة البيانات الرقمية بلغة اليونيكود Unicode على تداول اللغات الحية والمستخدمين – دراسة نموذجي الايموجيز Emojis والآفاتارز Avatars.

د صابر لامية- أستاذ محاضر أ- جامعة سطيف2

الايميل: l.saber@univ-setif2.dz

ملخص

تقدم هذه الورقة العلمية تفسيراً اتصالياً نقدياً لظاهرة التطور الملحوظ في الإضافات التفاعلية داخل النسق الافتراضي خاصة مع الزيادة الكبيرة في عدد المستخدمين لكل التطبيقات التواصلية والشبكات الاجتماعية ويظهر جلياً لدى عامة الناس والباحثين في المجال التطورات الكبيرة في مجال الرموز التعبيرية التفاعلية emojis والزيادة في نوعيتها والكم على مختلف منابر النشر الافتراضي، أين يعتبرها باحثو التواصلية واللغات تقنية تزيد من قدرة التواصل على منصات التفاعل والشبكات الاجتماعية، كما تدعم بنية التركيب اللغوي للرسائل المتداولة عبر وسائل الاتصال ،و تعتبر الامتداد العاطفي للغة وتساعد في نقل الرسالة بشكل أفضل ومن جهة أخرى تطرح عديد الإشكالات في أن تعميم وسائل التفاعلية على المنصات الافتراضية تدعم من عولمة الاتصال وعولمة الثقافة الفردية دون أخذ الاعتبار لخصوصية الفرد والمجتمع والدين.

ويطرح في ذات المجال (أي الرموز التعبيرية Smileys- And Avatars stickers) ولوج خدمة أخرى في أشكال التفاعلية Avatars وهي إمكانية بناء شخصية رمزية تمكن المستخدم من توظيفها في التفاعل ، وهي مستحدث تقني تفاعلي على شبكة الفيسبوك أحدث ظهورها جملة الإشكاليات المطروحة منها: تقريب الهوية الافتراضية أي جعل المستخدم يبدو تقريباً إلى حد ما من الواقع، كما خلقت الإتاحة المفرطة في رسم الشخصية من خلال الاختيارات البيولوجية المتاحة على التطبيق إلى اختلال الجندر لدى الآفاتار فيسرت للشذوذ النفسي الجندري بالظهور في العالم الافتراضي .كما خلقت حافزاً لتنوع الثقافي من خلال إتاحة اللباس والإكسسوارات للآفاتار الذي تم تصميمه فيمكن للمستخدم المسلم أو الهندوسي أو البوذي ظهور رمزياته الثقافية على شخصيته الافتراضية من خلال الآفاتار الخاص الذي يوظفه في التفاعلية. فتطرح بذلك هذه الورقة العلمية تفصيلاً لحقيقة التداعيات الثقافية و اللغوية وحتى الجندرية للغات اليونيكود مفصلة على اللغات و ناطقيها.

Abstract

This paper provides a critical communicative analysis of the notable evolution in interactive features within the virtual realm, particularly with the significant increase in the number of users across all communication applications and social networks. The substantial developments in the field of interactive emojis, their enhanced quality, and their growing prevalence on

various virtual publishing platforms are evident to both the general public and researchers in the field. Communication and language scholars consider these emojis a technology that enhances communication capabilities on interactive platforms and social networks. They also support the linguistic structure of messages exchanged through communication means and are seen as an emotional extension of language, aiding in better message conveyance. On the other hand, the widespread use of interactive tools on virtual platforms raises several issues, such as promoting the globalization of communication and individual culture without considering the uniqueness of individuals, communities, and religions.

In the same context (i.e., expressive symbols like Smileys, Stickers, and Avatars), another interactive service has emerged: the ability to create a symbolic character that users can employ in interactions. This is a new interactive technological development on Facebook, and its emergence has brought forth a range of issues. These include approximating virtual identity, making the user appear somewhat closer to reality, and the excessive availability of biological choices in character design, which has led to gender dysphoria in avatars, facilitating the emergence of psychological gender nonconformity in the virtual world. Additionally, it has created an incentive for cultural diversity by allowing users to dress and accessorize their avatars in ways that reflect their cultural identities. Thus, a Muslim, Hindu, or Buddhist user can display their cultural symbols through their personalized avatar used in interactions. This paper, therefore, delves into the cultural, linguistic, and even gender-related implications of Unicode languages, detailing their impact on languages and their speakers.

مقدمة

إن المتتبع للشأن الاتصالي الرقمي يلاحظ أن حقل استخدام الإنترنت والويب 2.0 والتطورات المتسارعة فيه على مستوى الوسائل والتطبيقات، خلقت نقلة نوعية في عمليات الاتصال والإعلام عموماً وأنماطه المعروفة، فلعقود طويلة احتكرت وسائل الإعلام الجماهيرية ووكالات الأنباء مصادر المعلومات وممارسة أشكال الدعاية والإشهار وكل أشكال الاتصال الاجتماعي والسياسي.. الخ، كما كان الجمهور متباعد يصعب فهم رد فعله تجاه ما قدم له، إلا أن التكنولوجيات الحديثة في مجال الاتصال ووسائل الإنترنت أحدثت هذا التغيير لتخلق نمطا من الإعلام وبحوثه وهي ظهور المرحلة الرقمية والتي أطلق عليها مرحلة الإعلام الجديد أو إعلام الموجة الرقمية يتمثل في شكل أساسي في منابر افتراضية على شبكات تفاعلية اجتماعية، تطبيقات مستحدثة مدمجة، مع إتاحة أدوات التفاعلية للمستخدمين في أحسن صورة وبأكثر فعالية.¹ وتعد الشبكات الاجتماعية أهم وسائل الاتصال الإلكترونية وأهم وجه للإعلام الشبكي

¹ صابر لامية: وسائل الإعلام الجديد ودورها في تشكيل الوعي السياسي لدى المجتمع المدني الجزائري، أطروحة دكتوراه غير منشورة، كلية الإعلام جامعة الجزائر 3، ص 105.

وأكثرها انتشارا وشعبية لدى مستخدمي الإنترنت عبر الهواتف الذكية، اللوحات الرقمية والحواسيب، وتعد فئة الشباب (أنظر أسفله إلى الدراسات)¹ هي الشريحة الأكثر استخداما لهذا الموقع ولهذا النظام الاتصالي الرمزي الجديد والمغاير لما هو متعارف عليه نظرا لما يتوفر عليه من مزايا وخدمات استمالت هذه الفئة. كونه أصبح فضاء يضح بالكثير من المعلومات والآراء والتفاصيل في مختلف الميادين والمجالات الحياتية التي تهم كل الأفراد. و وسيلة أتاحت الاتصال والتعايش مع الآخرين. عن طريق استخدامه للغة مغايرة لما هو معهود أعادت بفضل التطورات التكنولوجية الجديدة إحياء الرموز التعبيرية المستمدة من الأشكال اللغوية الموجودة منذ القدم بشكل جديد يتوافق مع الابتكارات والاختراعات الحديثة.²

وتعتبر التفاعلية داخل الإعلام الشبكي ومواقع التواصل الاجتماعي تحديا هي الميزة التي أقحمت الجمهور في العملية الاتصالية والإعلامية بعدما كان مهماشا لعقود في الإعلام التقليدي، ويتم التفاعل داخل هذه الأنساق الافتراضية بإدماج أدواته التقنية من طرف الشركات المالكة للمواقع مثل شركة فيسبوك التي قامت بدمج الإيموجي في تطبيقها عام 2013. في ذلك الوقت، قدمت فيسبوك ميزة "المصقات" التي تتيح للمستخدمين استخدام مجموعة متنوعة من الإيموجي للتعبير عن المشاعر في تعليقاتهم ومنشوراتهم.

خاصية التفاعل الرقمي، يعتبر التفاعل من الميزات الأساسية للوسائط المتعددة التي تمكن مستخدميها من التفاعل فيما بينهم، كما يشير التفاعل أيضا إلى الفعل ورد الفعل بين المتعلم وما يتلقاه من الكمبيوتر، وهذا يحدث من خلال قدرة المتعلم على التحكم فيما يعرض عليه عن طريق الضبط واختيار زمن العرض المناسب على شكل تسلسلي³. لهذا يمكن للمستخدم أن ينقل يومياته بالكتابة ولكن يصعب التعبير عن حالاته النفسية بالكتابة ولهذا كان إدماج الإيموجي في مواقع التواصل أمرا ضروريا .

¹ "Social Media Use and Perceived Social Isolation Among Young Adults in the U.S."

- دراسة نشرت في مجلة "American Journal of Preventive Medicine" عام 2017 تبين أن الشباب يشكلون الجزء الأكبر من مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي، وأن هناك علاقة بين استخدام وسائل التواصل الاجتماعي والشعور بالعزلة الاجتماعية.

"Social Media Use and Depression and Anxiety Symptoms: A Cluster Analysis" هذه الدراسة نشرت في مجلة "Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking" عام 2016 وتبين أن الشباب يعتمدون بشكل كبير على وسائل التواصل الاجتماعي، وأن هناك علاقة بين هذا الاعتماد وظهور أعراض الاكتئاب والقلق.

"Social Media Use and Perceived Social Isolation Among Young Adults in the U.S." هذه الدراسة أيضا نشرت في مجلة "American Journal of Preventive Medicine" عام 2017 وتشير إلى أن الشباب يعتبرون الفئة العمرية الرئيسية التي تستخدم مواقع التواصل الاجتماعي بشكل مكثف.

² دابرة عابدة ، بلير سارة: الرموز التعبيرية كبديل للاتصال اللفظي وغير اللفظي عبر مواقع التواصل الاجتماعي – دراسة تطبيقية على عينة من مستخدمي تطبيق فيسبوك – ماسنجر- مجلة الزهير للدراسات والبحوث الاتصالية والإعلامية، مجلد 2، عدد 1، جوان 2022، ص249

³ العربي الحضراوي: الوسائل الرقمية الحديثة ودورها في تعليم اللغة العربية، المؤتمر الوطني العربي السادس للغة العربية، أندونيسيا، 2020، ص300.

أصبحت دمج الإيموجيز في بنية الجمل في محادثات وسائل التواصل الاجتماعي ظاهرة شائعة. التي كانت في الأصل تهدف إلى التعبير عن المشاعر وإضافة سياق إلى الاتصالات النصية، تطورت لتصبح جزءاً أساسياً من بنية الجمل في الحوار الإلكتروني. تعرف الرموز التعبيرية على أنها: "صور تخيلية رقمية شائعة يمكن أن تظهر في النصوص الرقمية مثل: الرسائل- البريد الإلكتروني - منصات التواصل الاجتماعي- تطبيقات الدردشة.. الخ كما أنها قد تكون في شكل شخصيات مصورة أو رسوم توضيحية تحظى بشعبية كبيرة في الاتصالات النصية، وهي أيضا صور يمكن دمجها بشكل طبيعي مع نص عادي لإنشاء شكل جديد للغة"¹

استخدام الرموز غير اللفظية (الرموز التعبيرية أو الافتراضية) في المحادثات الرقمية المعروفة باسم الإيموجي والتي هي عبارة عن أشكال وأيقونات للتعبير عن المشاعر يتم توظيفها في التعليقات والحوارات كبديل للاتصال اللفظي والغير اللفظي المستخدم في الفضاءات المادية الواقعية وكآلية لاختصار العديد من الكلمات والأفكار و الجمل. نظرا لما تقدمه هذه الرموز من مزايا اتصالية مختلفة، إضافة إلى توفرها على أشكال وتصاميم متنوعة في المنصات الإعلامية الرقمية، بحيث يمكن التعبير عن الغضب. والحب. والسعادة. والفرح. والضحك. والصدمة. والاشمئزاز. والمزيد من المشاعر. بوصف هذه الرموز هي الوجه الآخر للاتصال غير اللفظي أي أنها تعادل لغة الجسد من إيماءات وحركات وإيحاءات ، وهذا ما أكد عليه العديد من الباحثين حيث زعموا أن القيمة التعبيرية للصورة تعادل ألف كلمة؛ كونها تسهم في إكمال المعنى الناقص أو الذي لا تستطيع اللغة المكتوبة التعبير عنه والتي قد لا يستطيع البعض ترجمة شعورهم بهاء وفي السياق تشير الإحصائيات إلى أنه يتم إرسال نحو 5 مليارات رمز تعبيري يوميا عبر تطبيق Messenger كما يتم التعليق بما يقارب 60 مليون رمز تعبيري على موقع Facebook².

ولكن التطورات الهائلة في ظاهرة الإيموجي داخل الفضاءات الافتراضية خلقت نوعا من دعم الظواهر الغير مرغوبة في النسق الاجتماعي فعلى سبيل المثال تسمح تقنية Avatar من خلال صناعة شخصية حسب رغبة المستخدم من خلال إتاحة كل أنواع الاختيار للشكل والوجه والملابس إلى دعم الهويات الافتراضية المزيفة دعما أكثر وتخلق أحيانا مغالطة لدى المستخدمين، كما تتيح التعبير أكثر لظاهرة العبور الجنسي من ، وكثرة استخدام الإيموجي أيضا يمكن له أن يمس باللغة النوعية لدى المستخدمين. لهذا نحاول في هذه الدراسة أن نقدم الموضوع نوعا من التفسير والتحليل من خلال طرح المحاور الآتية:

- مفهوم الرموز التعبيرية.
- لمحة تطويرية لتقنية الرموز التعبيرية Emojis
- التفاعلية داخل الفضاءات الرقمية عن طريق الرموز التعبيرية
- تأثيرات الإيموجيز و Avatar على : اللغة - الهوية - الجندر.

¹ دايرة عايدة، بلمير سارة: مرجع سابق، ص 252.

² دايرة عايدة ، بلمير سارة :مرجع سابق، ص 250.

– مستقبل اللغات الحية في ظل تنامي توظيف لغة اليونيكود.

● **مفهوم الرموز التعبيرية Emojis:** هي في الأصل كلمة إنجليزية مشتقة من كلمة يابانية الأصل مكون من مقطعين هما "E" وتعني صورة : و Moji وتم دمجها معاً لتصبح كلمة واحدة هي Emoji أي الصورة الرمزية أو التعبير بالصورة المستخدمة في كتابة الرسائل الإلكترونية اليابانية، ونظراً لاستخدامها الكثيف وتأثيرها على الثقافة، تم ابتكارها في اليابان عام 1995 لتقني كان يعمل لصالح شركة اسمها NTTDOCOMO. 1.

و يستخدمها فئة الشباب بكثرة عبر وسائل الاتصال الحديثة للتعبير عن انفعالات أو حالات معينة أو كرد على سؤال، وقد يكون هذا الرمز كافياً في الإجابة. كما يستطيع المستقبل فهمه واستيعابه والرد عليه مرة أخرى برسالة نصية، أو برمز آخر. وتعرف أيضاً بأنها هي تلك الصورة الرمزية أو الوجوه الضاحكة المستخدمة في كتابة الرسائل الإلكترونية. فالنموذج المبدئي لهذه الرموز كان عبارة عن مجموعة تتكون من (176) صورة صممت بهدف استخدامها في أول نظام أساسي لخدمات الإنترنت الخاصة بالهاتف المحمول ثم تطورت تدريجياً حتى أصبحت بالشكل الذي نستخدمه حالياً.²

كما تعرف لغوية الإيموجي: هي مجموع الرموز التعبيرية التي تعرف بالإيموجيات . باعتبارها تستخدم كلغة تقنية في شبكات التواصل الاجتماعي . والتي تشكل جزءاً من الإيموجيات المتاحة إنتاج هذه الرموز حسب السياقات بتصنيف ورقمية معينة.³

وقبل ظهور هذه النماذج كان الجمهور يعتمد على التمثيل اللغوي الرمزي Symbolic linguistic representation للتعبير مشاعره من خلال استخدام علامات الترقيم الموجودة في لوحة المفاتيح مثل :إضافة القوس (للنقاط : للتعبير عن وجه عابس أو قوس منخفض (مع نقاط : للتعبير عن وجه مبتسم : ☺، ☹ ففي واقع الأمر تعد هذه الرموز اختصاراً للتعبيرات الملحمة للوجه بحيث تأخذ مكان التعبيرات اللفظية التي في العادة تترجمها تنغيمات الصوت أو إيماءات الجسد. والرموز التعبيرية هي صور تخيلية رقمية شائعة يمكن أن تظهر في النصوص والرسائل، البريد الإلكتروني، وعلى وسائل التواصل الاجتماعي، كما أنها شخصيات مصورة أو رسوم توضيحية ، تحظى بشعبية كبيرة في الاتصالات النصية، وهي أيضاً صور يمكن دمجها

1 وسار نوال: الرموز التعبيرية في البيئة الرقمية تحولات تواصلية وتحديات اتصالية،مجلة العلوم الإنسانية لجامعة أم البواقي،مجلد9،عدد2،جوان 2022،ص999.

2 دايرة عايدة ، بلمير سارة:مرجع سابق، ص151

3 عبد الكريم بن عيشة: إشكالية استخدام اللغة عبر شبكات التواصل الاجتماعي: دراسة تحليلية على لغة الإيموجي EMOJI، مجلة الممارسات اللغوية،مجلد 13،عدد1، مارس 2022،ص361.

بشكل طبيعي مع نص عادي لإنشاء شكل جديد.¹

هي لغة عالمية غير رسمية وغير مدسّرة أصبح يتداولها ملايين من مستخدمي الانترنت وخصوصاً مستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي. وذلك ضمن تواصلهم في مختلف المحادثات، والتعليقات والنقاشات و غيرها بل أكبر من هذا حيث خصّص لها يوماً عالمياً تحتفل به حدد بتاريخ الـ17 من شهر جويلية من كل سنة. من هنا أصبحت هذه اللغة لها اعتبار في الفضاءات الاتصالية الجديدة. كونها متاحة. ومعبّرة برموزها لحالات نفسية واجتماعية وثقافية، بل حتى سياقية تتماشى ومعطيات كل منطقة معينة. وهذا ما يجعلنا أحياناً نفرّق أساساً بين الرموز التعبيرية المشتركة (عالمية) وبين تلك التي تتميز بخصوصية معينة تتناسب والسياق المحدد. هذا وبالإضافة إلى أنها تخضع لعملية تحديثية، كونها لغة رمزية تقنية بالدرجة الأولى. ولها قابلية التطور من خلال عملية التعديل». أو إضافة رموز جديدة لها ما يميّزها عن الرموز التعبيرية الأخرى.²

● لمحة تطويرية لتقنية الرموز التعبيرية Emojis

إن تطور المستحدثات التكنولوجية جاءت متلاحقاً وبوتيرة سريعة جداً، فالرموز التعبيرية هي أحد المبتكرات التكنولوجية التي اقتحمت الإعلام الشبكي بكل مواقعه وتطبيقاته ولكن قبل وجودها كان التطور التقني الذي أحدث تغييرات جذرية في ظاهرة الاتصال والإنترنت كان ظهور الويب 2.0.

قبل الحديث عن تطور الإيموجي لابد أن نفتح مجالاً بحثياً للحديث حول الويب 2.0 لأنه الانطلاقة الحقيقية لكل أشكال الخدمات والتطبيقات التي زادت من شمولية تطبيق الإنترنت واستخداماتها في حياتنا اليومية، يعتبر الويب 2.0 ظاهرة هجينة الأبعاد إذ تتداخل فيه الأبعاد التقنية والفلسفية، والاجتماعية وحتى التسويقية مما يجعل المفهوم تشوبه الكثير من الضبابية، ويصعب تحديده على المستوى المفاهيمي سواء النظري أو الإجرائي، فالمدون الفرنسي الشهير المختص في التكنولوجيات الحديثة "Francis Pisani" يؤكد أول من أطلق مصطلح "الويب 2.0" "Tim O'reilly" على صعوبة تعريف "الويب 2.0" و يقر بالضبابية التي تحيط بهذا المفهوم، حين يؤكد على اختلاف وجهات النظر و تباين النقاط حول تحديد هذا المفهوم. فظاهرة "الويب 2.0" تهم الكثير من الحقول البحثية ذات المرجعيات المعرفية المختلفة، ما يغدوا معه من العسير حصر المفهوم في حقل إبيستيمولوجي محدد أو حصر الحدود المعرفية لهذا المفهوم، فـ "Tim O'reilly" يتحدث عن نقطة التحول ليشير لنهاية مرحلة و بداية أخرى بمميزات جديدة

¹ . نوال وسار : مرجع سابق، ص 1000.

² عبد الكريم بن عيشة: مرجع سابق، ص 364

تستند على تطور التقنية و الاقتصاد الرقمي و الممارسات الإبداعية للانترنتيين.¹ إن "الويب 2.0" فلسفة أو أسلوب جديد لتقديم خدمات ما ينعى في بعض الأدبيات العلمية المهمة بتطور شبكة الإنترنت الجيل الثاني من الإنترنت، القائمة على نماذج تفاعلية ويمثل في التصورات التي تميل إلى التمثيل المرئي، بمعنى تلك التي تحيل إلى جانبه الأكثر وضوحاً، اتجاهها في تصميم الويب يميل إلى الوضوح و البساطة، مساهما بذلك في تيسير الوصول إلى الويب أو الشبكة، و لا غرابة إذا أن نجد أن مركزية المستخدم و التوظيف المتكشف للأشكال ثلاثية الأبعاد و الخلفيات ذات الألوان المحايدة والأيقونات ذات الأسلوب البسيط و غلبة اللون الأبيض، كلها تمثل بعض القواعد التي تتبناها هذه المدرسة في التصميم، كما تشير إلى ذلك الكثير من النماذج، فالقيم التي يحملها هذا التجديد و التغيير في المنظور عموماً تتأسس على رؤية رباعية العناصر: البساطة و الحوار و المشاركة و التكامل ومن أهم المكتسبات التكنولوجية التي أتاحها الويب 2.0 مواقع التواصل الاجتماعي أو شبكات التواصل الاجتماعي

يمكن تعريف الشبكات بـ "هي مواقع تصنف ضمن مواقع الجيل الثاني للويب (ويب 2.0)، وتسمى مواقع الشبكات الاجتماعية، تقوم على المستخدمين بالدرجة الأولى وإتاحة التواصل بينهم سواء أكانوا أصدقاء على أرض الواقع، أو تعارفوا في العالم الافتراضي"، و"هي شبكات عالمية تتيح التواصل بين الأفراد عبر العالم من خلال الفضاء المعلوماتي تضم في رحابها ملايين البشر، ويمكن من خلالها مشاركة الاهتمامات وتكوين الصداقات وإقامة الصفقات وغيرها من أوجه التفاعل التي تتم في محيطها"²، كما تعرف وسائل التواصل الاجتماعي أو شبكات الإعلام الاجتماعي بأنها مواقع أو تطبيقات أخرى مخصصة لإتاحة القدرة للمستخدمين للتواصل فيما بينهم من خلال وضع معلومات، وتعليقات، ورسائل، وصور... الخ.³

وبالتالي يغطي مفهوم وسائل التواصل الاجتماعي المستخدم في هذه الدراسة جانب البرمجيات والتطبيقات، ولا يغطي جانب الأدوات المستخدمة كالأجهزة المختلفة من الحواسيب المكتبية والنقالة واللوحية والهواتف الذكية وتقنيات الاتصالات، مع ملاحظة أن التقدم التقني المتسارع في الأدوات وإمكاناتها يعتبر من أهم العوامل الحاكمة لانتشار

¹ M. Diouma Diallo, Diallo Mamadou, "L'appropriation des technologies du web 2.0 dans les redactions locales : l'exemple de Nicematincom"z Medias locaux, Oct 2011, Toulouse, France.<sic 01094775> HAL Id: sic 01094775 http://archivesic.ccsd.cnrs.fr/sic_01094775 Submitted on 13 Dec 2014 consulté le 20/01/2016

² جبريل بن حسن العريشي وآخرون: الشبكات الاجتماعية والقيم - رؤية تحليلية- الدار المنهجية للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2015، ص 24

³ Oxford University Press، "social network" definition، (http://oxford.dictionaries.com/definition/English/Social_Network)، (accessed February 4، 2013)، p25-27.

وسائل التواصل الاجتماعي وظهور الابتكارات المتتالية في مثل هذه الوسائل، وقد أكد كثير من الخبراء التقنيين أن وسائل التواصل الاجتماعي تسيطر في الوقت الراهن على نحو 71 % من السوق الإعلامية والاتصالية عالمياً.¹

ظهرت الرموز التعبيرية أو ما يسمى بالوجوه الضاحكة الإلكترونية . وأصل الكلمة هو نحت من كلمتين يابانيتين هما "8" التي تعني الصورة يتضمن حرفاً أو رمزا أو رسالة تمثل عاطفة أو جسماً معيناً. حيث ، تمّ إنشاؤها في اليابان من طرف مهندس . "Shigetaka Kurita" كان يعمل حينها ضمن فريق شركة للاتصالات. ومن هنا بدأ فريق ياباني بالعمل على تطوير هذه الرموز لصالح الشركة المعنية بنظام الهواتف عبر الإنترنت والهواتف المتحركة . لتجد طريقها إلى الاستخدام". حيث في عام 2010 . تمّ استيراد المئات من الشخصيات كرموز تعبيرية إلى لغة اليونيكود. لتصبح عالمية ذات قبول واسع . يتمشى والاختلافات الثقافية واللغوية للرموز حسب بلدان العالم تقريباً مما جعل استخدامها في الكثير من الأجهزة الاتصالية والتطبيقات الالكترونية « بل اتخذت أشكالاً عدة من خلال "استخدامها لوحات المفاتيح لأجهزة الهواتف و الكمبيوتر التي بادرت إليها شركة iPhone عام 2011.²

ولقد بدأت الرموز التعبيرية الأولى تنشط في مواقع الويب والحواسيب في حدود سنة 1997.³

¹ L. J. Prescott، "Social Network،" Medical Reference Service Quarterly، October 2012، pp. 119-120.

² عبد الكريم بن عيشة :مرجع سابق، ص365.

³ أنظر لتطور الإيموجي على مواقع: <https://emojitimeline.com>



شكل رقم 01: يوضح الرموز التعبيرية لعام 1997.

وتم إضافة رموز معينة سنة بعد سنة فقد قامت جوجل بإطلاق ميزة "الإيموجي الإضافية" في قوائم Gmail، وهي إضافة تتيح الوصول إلى أكثر من 1200 إيموجي. وتم هذا الإدماج بالاتفاق بين شركة الاتصالات اليابانية صاحب المنتج والشركة الأمريكية قوقل، وتطورت أين أدمجت فيها الألوان وزادت من نوعيتها من حيث الأفكار، والشكل الآتي يوضح الرموز لسنة 2009.

ENGLISH: Call me Ishmael.

EMOJI: 📞 🧔 🚤 🐳 🌀

Courtesy: Emoji Dick/Kickstarter

شكل رقم 02: بعض الإيموجي التي أطلقت عام 2009.

بحيث أن هذا التطور جعل من شركة اليونيكود¹ تصل إلى عددها الجديد 7.0 من عام 2018 إلى ما يعادل 2834 رمز تعبيري متاح بلغتها (لغة Unicode). القائمة هنا في ازدياد حسب التغيرات الحاصلة في هذا الشأن. أما عن الرسائل النصية التي تخص هذه اللغة « فبلغت ما نسبته 964.6 من الرسائل التي يتم تبادلها عبر الإنترنت. وهذا الاستخدام لا يزال يعمل على تطوير وتعزيز لبعض الخدمات . أصبحت تعتمد مواقع Adobe Stock أو Shutterstock وطريق رمز تعبيري ، وشركة Facebook في الأونة الأخيرة قامت بتطوير هذه اللغة و استخدام العديد من الرموز التي تملك خصوصية معينة بناءً على معطيات المستخدمين².

والمعروف في سوق الإيموجي أن يقوم الاتحاد الدولي لشركات الحوسبة (المعروف أيضاً باسم المجموعة اليونيكود) بتطوير وصيانة معايير اليونيكود التي تشمل الرموز التعبيرية، إنه يعقد عقود بيع حزم إيموجي ويرخص بحرية في المعايير والرموز التعبيرية المضمنة ضمن تراخيص البرمجيات مفتوحة المصدر المختلفة. يرغب المقدم في اقتراح رمز إيموجي واحد أو أكثر لترميزه وتضمينه في المعايير. وبناءً على ذلك، ونظراً للأمور المذكورة أعلاه، والعهود المتبادلة الواردة اتفاقية اليونيكود التي تبرمها مع مؤسسات الاتصالات أو مواقع التواصل أو شركات تصنيع الهواتف، ولما في ذلك من الاعتبارات النافعة والقيمة. وتعد اليونيكود صفقات الرموز الجديدة مع شركات الحواسيب أو شركات الهواتف النقالة مثل آبل- سامسونغ- مايكروسوفت... الخ وتقدر عام بعد حزمًا من التعابير الجديدة التي تصدر من الشركة³.

وفي كل مرة يتم استحداث شعور أو سلوك في رمز كبداية للكتابة التي تحمل أكثر من رمز (حركات اليد القلب .. الخ). ولعل تطور رموز الإيموجي سواءً في الدلالات

¹ شركة يونيكود، أو "Unicode Consortium" بالإنجليزية، هي مؤسسة غير ربحية تدير معيار يونيكود. يونيكود هو معيار يتيح تمثيل النصوص والرموز في مختلف لغات العالم على الكمبيوتر والإنترنت وغيرها من الأجهزة الرقمية. يهدف معيار يونيكود إلى توحيد التمثيل النصي للغات والرموز المختلفة، مما يسهل تبادل المعلومات بين الأنظمة والتطبيقات المختلفة دون مشاكل التوافق.

تأسست شركة يونيكود في عام 1991 من قبل جو والي ومارك ديفيز، وهي مسؤولة عن تطوير وصيانة معيار يونيكود بالتعاون مع مؤسسات وشركاء دوليين. يتكون اليونيكود من مجموعة من الرموز الرقمية (أي الرموز الثنائية) التي تمثل الحروف والأرقام والرموز الأخرى في جميع لغات العالم. تُستخدم مواصفات يونيكود على نطاق واسع في تطبيقات الويب، ونظم التشغيل، والهواتف الذكية، والألعاب، والتطبيقات الأخرى. بالإضافة إلى ذلك، يوفر يونيكود مجموعة شاملة من الرموز التعبيرية (الإيموجي) التي تمثل مجموعة متنوعة من العواطف والأفكار والأشياء، والتي أصبحت شائعة في الرسائل النصية ووسائل التواصل الاجتماعي.

² عبد الكريم بن عيشة: مرجع سابق، ص 364.

³ يمكن التعرف على تفاصيل أكثر فيما يخص الإصدارات الجديدة من الإيموجي بزيارة الموقع:

<https://blog.emojipedia.org/new-emojis-in-2023>

أو في الألوان جعلها تخضع لمبدأ حاجات المستخدم و اهتماماته . بما يتلائم وثقافته التي تختلف من بلد إلى آخر ، فمنها الدالة على حالة الطقس . إلى الطعام والشراب ، إلى المزاج والمشاعر وغيرها. وهذا ما جعل ليست خاصة بالثقافة اليابانية فقط . باعتبارها أصل بداية هذا النوع من الرموز اللغوية . بل هناك رموز لغوية أخرى خاصة بثقافات ومجتمعات أخرى.¹

ولعلّ ما كشفته نتائج التقرير" الذي قامت به مؤسسة Swift Key في هذا الإطار بأنّ عملية الاستخدام الإيموجي، تتماشى وخصوصية المنطقة . والتي بدورها تحدّد طبيعة لاستخدام ونوعه في عملية إختيار الرموز المناسبة. في حين هناك جهة عالمية مسؤولة عن اعتماد الرموز وتعبيراتها ، وهي مؤسسة "اليونيكود" . التي تستقبل كل سنة مجموعة من المقترحات لبعض الأيقونات والإيموجيات الجديدة . أو أي تحديث يطرأ عليها. حيث في سنة 2014 بلغت ما قيمته 6 مليار عددا من الملصقات والرموز التعبيرية ، وهو مسح قامت به مؤسسة تسويق ، وذلك عن طريق تقاسمها هذا العدد . وبشكل مستمر بين الهواتف الذكية في جميع أنحاء العالم. كما أنّه عادة ما "يتم الاعتماد في التعليقات على رمز تعبيري ، الذي يتمثل في "وجه يبكي بالضحك". أو ما يشار في معناها بدموع الفرح « عن طريق الدردشات الفورية وخاصة المحادثات الودية » ولعلّ ميزة هذه الأخيرة في أنّها تمثل ما يقدر بـ 9075 من المستخدمين. الذين يتعاملون مع هذه الرموز، باعتبارها رموز عاطفية لها جانب جذاب وتعطي شخصية مرحلة للمناقشات، كما تعزز التواصل بين الأشخاص.²

● التفاعلية داخل الفضاءات الرقمية عن طريق الرموز التعبيرية

التفاعلية بمعناها الحقيقي ظهرت مع الوسيلة أو المحتوى أو القائم بالاتصال وبرزت بشكل كبير عبر شبكة الإنترنت أكثر من أي وسيلة أخرى. إذ زاد الاهتمام بمفهوم التفاعلية كأداة للتحليل السوسيولوجي لعملية الاتصال وظهرت العديد من الدراسات التي عيّنت بتحليل عملية الاتصال استنادا إلى خاصية التفاعلية. وذلك نتيجة الحرية الكبيرة والمساهمة واسعة النطاق عبر الانترنت في صنع الحدث ومشاركته. ولأن المستخدمين والفاعلين فيها سواسية فهي ليست ملكية لأحد.

فالإنترنت كوسيلة اتصال تجمع بين مختلف وسائل الاتصال التقليدية، ما جعل التفاعلية تكتمي أبعادا جديدة وخصائص تمثل أهمها في "اللاتزامنية" بمعنى أن عملية الاتصال تتم في وقت مناسب للمرسل والمتلقي. حيث أن رسالة البريد الإلكتروني يتم استقبالها دون الحاجة لوجود المستقبل. كما أن الخدمات المباشرة للإعلام ترتبط ارتباطا وثيقا بالإنترنت باعتبارها وسيلة متعددة الوظائف تمثل جهازا إعلاميا متفاعلا، لا يكفي

1 عبد الكريم بن عيشة: مرجع سابق، ص365.

2 المرجع نفسه.

بدور المتلقي السلبي بل يتيح له فرصة المشاركة وطرح وجهة النظر. وبدأت أولى المشاركات منذ ظهور الشبكات الاجتماعية سنة 1997 بموقع Sixdegrees موقع أتاح فرصة وضع الملفات الشخصية للمستخدمين.¹

فالتفاعلية عملية اتصالية تتم في سياق اجتماعي يسمح بتشارك أطراف الاتصال في بناء وصياغة محتوى الرسالة الاتصالية والقدرة على تبادلها. وحريتهم في إبداء الرأي الخاص فيها ونقد محتواها والإضافة والتعديل عليها بشكل متتالي وتبادلي.²

● خصائص الإيموجيز والوظائف التي تتيحها

في الكتابة التقليدية، تلعب علامات الترقيم مثل النقاط والفواصل وعلامات الاستفهام أدواراً حاسمة في إشارة حدود الجمل، وتنظيم الأفكار، وتوجيه فهم القارئ لبنية الرسالة. ومع ذلك، في محادثات وسائل التواصل الاجتماعي، حيث يسود الاختصار وعدم الرسمية في كثير من الأحيان، يُغفل غالباً قواعد الترقيم التقليدية. بدلاً من ذلك، يتم استخدام الإيموجيز ليس فقط للتعبير عن المشاعر ولكن أيضاً للإشارة إلى نهاية الجملة أو تقديم سياق إضافي، على سبيل المثال، قد تنتهي الجملة بإيموجي وجه مبتسم أو إيموجي إبهام لأعلى، مما يؤدي نفس دور النقطة في إشارة انتهاء الفكرة أو البيان. وبالمثل، يمكن الإيموجيز أن تحل محل علامات الترقيم ضمن الجملة لنقل النبرة أو التأكيد أو التحول بين الأفكار.³

تقوم شركة فيسبوك بالإعلان كل سنة عن آخر التحديثات حيث، قامت في 17 جويلية 2021 بإطلاق الإيموجي الصوتي على تطبيق Messenger، بالتزامن مع الاحتفال باليوم العالمي للإيموجي. حيث سيتمكن مستخدمو تطبيق Messenger من التعبير عن مشاعرهم باستخدام رموز الإيموجي مع الصوت. وهي ميزة جديدة تمكنهم من إرسال مقاطع صوتية قصيرة خال الدردشة على تطبيق Messenger .. هذه المقاطع الصوتية والتي تتمثل في مجموعة من المؤثرات الصوتية كصوت الصراخ والتصفيق والطبول وضحكة الشرير وكذلك المقاطع الصوتية من بعض أغاني والبرامج التلفزيونية المفضلة لدى المستخدمين، وسيتم إدماج كل صوت مع الرمز التعبيري المفضل لدى المستخدم. حيث سيتم إيبسال كل صوت مرافق الإيموجي كرمز تعبيري بدون كلمات. مما يوفر للمستخدمين متعة التعبير عن مشاعرهم من خلال الدمج بين

¹ سكي سوسن، مهري شفيقة: قياس التفاعلية في الاتصال الوسيط عبر البيئة الرقمية الجدية – مفاهيم ونماذج تطبيقية، مجلة الزهير للدراسات والبحوث الاتصالية والإعلامية، مجلد 2، عدد 3، جوان 2022، ص 62

² سكي سوسن، مهري شفيقة: مرجع سابق، ص 62.

³ Burhanuddin Arafah and Muhammad Hasyim : The Language of Emoji in Social Media ,Conference Paper The Second Annual International Conference on Language and Literature, KnE Social Sciences;2019;p495

الصوت والرمز التعبيري¹

كما أظهرت بعض الدراسات إلى أن الرموز التعبيرية يمكن أن تخدم إستراتيجية تسويقية كونها الطريقة التي يتم استخدامها غالباً في الإعلانات. للتعبير عن المشاعر بسهولة وبأكبر سرعة ممكنة. وهذا ما يظهر في الحملات التي تستهدف الأطفال مثلاً في سن لا يزال لديهم صعوبة في التعبير عن عواطفهم. لذا أحياناً ما نستخدم هذه الرموز التعبيرية في العملية التعليمية. من هنا أصبحت لغة "الإيموجي" تعد بدورها تحدياً قائماً من خلال إمكانية تعويضها بأحرف أبجدية. و امتلاكها لتصنيفات خاصة. بل شفرات تميز كل صنف عن آخر وذلك حسب طبيعة كل رمز من رموز الإيموجي. من خلال المعنى الدلالي الذي تؤديه، بحيث أن استخدام لوحة المفاتيح في شكل رموز تعبيرية من قبل شركة أبل يعتبر من بين الأنظمة الجديدة في هذا الشأن الذي بدأ في سنة 2008 كمحولة. وأصبحت متداولة ومستخدمة دولياً منذ سنة 2011.²

كما أن استخداماتها متعددة ولا تقتصر على التسلية فمثلاً، بدأت Emoji تستخدم في الأمور العلمية مثلما فعل الأمريكي بيل ناي Nye Bill عندما قام باستخدام الرموز التعبيرية لشرح بعض المفاهيم العلمية وهو ما يعطي دلالة واضحة بأن هذه الرموز تقوم بأدوار مؤثرة وهامة في مختلف مجالات الحياة. فضلاً عن أن 42% من شركات البيع بالتجزئة تستخدم الرموز التعبيرية في عناوين رسائلها التسويقية سواء أكانت رسائل إلكترونية أو إشعارات على الهاتف أو إشعارات على الويب.³

● الرموز التعبيرية كأدوات لتواصل ذوي الاحتياجات الخاصة



و يمكن تلخيص أهمية اليونيكود لذوي الإعاقات السمعية في النقاط التالية:

1 1 دايرة عايدة، بلمير سارة:مرجع سابق، ص 260.

2 عبد الكريم بن عيشة:مرجع سابق، ص365.

3 متاح على الموقع: https://primostats.com/stats/primostats_allthingsretail_digital marketing.

- توسيع نطاق التواصل: تتيح اليونيكود للصم والبكم التواصل بفعالية أكبر مع الآخرين، سواء كانوا من ذوي الإعاقة نفسها أو من غيرهم.
- الدعم التعليمي: تساهم اليونيكود في تطوير أدوات تعليمية مبتكرة، مثل الكتب الإلكترونية والأنشطة التفاعلية، مما يسهل عملية التعلم للأشخاص الصم.
- الاندماج الاجتماعي: تساعد اليونيكود على دمج الأشخاص ذوي الإعاقات السمعية في المجتمع الرقمي، مما يعزز شعورهم بالانتماء والقبول.
- التعبير عن الذات: تتيح اليونيكود للأشخاص الصم التعبير عن أنفسهم بشكل إبداعي، سواء من خلال الفنون الرقمية أو الكتابة. ومن الحزم التي تتيح للمعاق المستخدم لتطبيقات التواصل الاجتماعي الحزمة المستحدثة سنة 2023 ومنها ماهو موضح في الصورة الآتية:



● Avatar- كأكثر التقنيات استحداثاً من عائلة الرموز التعبيرية.

بدأت فكرة avatar في ألعاب الفيديو يمتد كامتداد للجسم إلى الفضاء الافتراضي للعبة. يُناقش هذا المفهوم ضمن إطار النظريات الظاهرية والإدراكية، وبشكل خاص فيما يتعلق بالوكالة والانغماس في ألعاب الفيديو، يقدم أندرياس جريجرسن تحليلاً شاملاً للعلاقة بين اللاعب و الأفاتار، مؤكداً كيف أنها متجذرة في وظائف العقل المجسد الأساسية. يتم استكشاف هذه العلاقة بمزيد من التفصيل في سياق فيلسوف الوجودية موريس ميرلو بونتي في كتابه "ظواهر الإدراك، الذي يؤكد دور الجسم في الإدراك والعمل¹.

و وفقاً لميرلو بونتي ليس جسمنا مجرد كائن في العالم ، بل هو الوسيلة التي من

¹ Juul , J. and Klevjer , R: Avatar. In Klaus Bruhn Jensen and Craig, Robert T. (Eds.), International Encyclopedia of Communication Theory and Philosophy. London: Wiley-Blackwell. 2016,p 04.

خلالها ندرك ونتفاعل مع الأشياء. ففي حالة اللعب بـ avatar يدمج اللاعب واجهة التحكم الأفاتار كجزء من طبيعته، مشابهة لامتداد اصطناعي لجسدهم الخاص. من خلال الممارسة والتعود، يصبح اللاعبون بارعين في استخدام الأفاتار .

يسمح هذا التمديد للجسم في الفضاء الافتراضي بتجربة اللاعبين لشعور بالغمر والوكالة، كما يصفه ديفيد سودنو في تحليله للعبة الفيديو "بريكوت". يقترح سودنو أن اللاعبين قادرون على عبور الفجوة بين العالمين الفعلي والافتراضي بحركات تخلق شعورا بالاتصال والتفاعل مع بيئة اللعبة.

بشكل عام، يقدم مفهوم اللعب بالأفاتار كامتداد اصطناعي للجسم رؤى حول الطرق التي يدرك بها اللاعبون ويتفاعلون ويشاركون في ألعاب الفيديو، مما يبرز العلاقة المعقدة بين العقل المجسد والتجارب الافتراضية.¹

❖ **Avatar** على تطبيق فيسبوك: أطلق تطبيق Facebook عام 2020 ميزة جديدة أطلق عليها اسم Avatar يسمح للمستخدم بإنشاء صورة كرتونية معبرة عن شخصيته في شكل رسومي ويمكن لمستخدم موقع فيسبوك بعد الانتهاء من عمل صورة بالشكل الخاص به مشاركتها على الصفحة الشخصية الخاصة به واستخدامها في مثل استخدامه الإيموجي في المشاركات والتعليقات.

وتطرح الباحثتان² خصائص الأفاتار في أنه يتمتع بـ :-

- **السرية :** الأفاتار هو الهوية الوحيدة التي تعرف بالمستخدم ويعرف بها العالم الافتراضي وقد تكون امتدادا لذاته أو مخالفة تماما لحياته الواقعية.
- **التخفي:** يمكن أن يحمل أي مظهر فيزيقي يعجب المستخدم يعجب المستخدم ليمثله عالم الميتافيرس. ان هذا "الأفاتار" يسمح بتكوين هوية هشة ومتعددة خلافا لهوية متينة ووحيدة. وفي هذه. ذلك شرحا دقيقا يفسر كيف العوالم يستعرض الأفراد ذواتهم ، و تقمص الأنا الهوياتي أكثر فأكثر. لتمتد في الزمان والمكان. حتى يصدق المستخدم "أنه الافتراضية". انها البديل فقط في لعبة افتراضية بإمكانه الخروج منها فقط بنقرة على زر حاسوبه.

● **تأثيرات الإيموجيز Emojis/Avatar على : اللغة- الهوية -الجندر:**

يشير مصطلح "Imoji Impact" إلى الأثر الذي تخلفه الرموز التعبيرية على التواصل الإلكتروني والتواصل الاجتماعي بشكل عام. وتعتمد تأثيرات الإيموجيز على السياق والثقافة والعلاقة بين المرسل والمستقبل و على الرغم مما تتيحه الرموز التعبيرية من إمكانية تعزيز التعبير داخل البيئة الرقمية- تعزيز التواصل غير اللفظي-

¹. Op cit.

² مزيان نجية، لصوان كافية: توظيف الأفاتار كهوية في الفضاءات الافتراضية، مجلة رقمنة مجلد2، عدد3، ديسمبر 2022، ص35.

تحسين تفاعل المستخدمين- إثراء الرسائل النصية... الخ إلا أن دراسات كثيرة أجنبية كانت أو عربية طرحت موضوع تأثير الرموز التعبيرية على عدة أوجه: منها اللغة، الهوية الثقافية للمستخدم الافتراضي وتأثيرها على جندرية المستخدم ويمكن توضيح ذلك بشكل مفصل على النحو الآتي:

5-1- تأثيراتها على اللغة:

أحدث الاستخدام المتزايد للرموز الافتراضية والتعبيرية باعتبارها وسيط اتصالي قفزة نوعية في مجال اللغة والاتصال وأضفي بعد العاطفة والمشاعر الإنسانية على لغة التواصل الرقمي، إلا أن التماذي في استخدامها والإفراط فيها أصبح يهدد اللغة والتواصل اللغوي لاسيما في مجتمعاتنا العربية.

حيث أصبحت اللغة تواجه خطرا في ظل تنامي استخدام الرموز الافتراضية أكثر من اللغوية والتعبيرية التي أصبحت تبرمج مشاعر الأفراد في قوالب جاهزة، الأمر الذي يولد الكسل ويؤدي إلى تراجع اللغة والتعبير و يحرم الأجيال القادمة من تعلم الطريقة الصحيحة التي يعبرون بها عن مشاعرهم بشكل واضح. و اكتساب خبرات لغوية وشفوية، نتيجة استخدام اللغة العامية (الدارجة). وعدم احترام القواعد.¹

أما الحديث عن طبيعة اللغة نفسها ومدى تأثيرها كلغة رقمية، التي أصبحت خاصية من خصوصيات التداول اللغوي في الفضاءات الاتصالية الرقمية، جعلها لغة ذات اهتمام، حيث خصّصت لها شركات إنتاج بهذا الشأن تداخل العوالم هنا يخلق منافسة أو بالأحرى صراعا لغويا بين عالم لغتنا الممارسة. وعالم تلك الرموز التعبيرية المستخدمة عبر شبكات التواصل الاجتماعي. وبالتالي. فإن هذا الصراع يتطلب في محاولة الغلبة. التي تتجسد في حجم استخداماتنا لهذه الرموز التعبيرية في مقارنتها مع حجم استخدامنا للغة الأصلية كتابة ونطقا.²

5-2- تأثيراتها على الهوية:

يتطلب التواجد الرقمي بناء هوية رقمية افتراضية. و ان كانت المؤسسات ذات الطابع الرسمي تعتمد في تعاملاتها على معطيات الفرد الحقيقية. فإنّ التواجد ضمن المجموعات الافتراضية قد يرتبط في كثير من الأحيان بهويات خيالية مصطنعة. فاعتماد الهوية الحقيقية أو إخفاؤها يتوقف الى حد كبير على مدى قناعة الفرد بحقه في الخصوصية الرقمية أو كما قد يخضع لاعتبارات أخرى، نفسية... الخ.³

الفضاءات الافتراضية بمثابة أرضية لتقديم الهوية واستعراضها وبناءها تبعا للشروط التقنية المتاحة وحسب الجماعات الافتراضية المندمج فيها، وبين حتمية التواجد

¹ دايرة عايده، بلمير سارة: مرجع سابق ص 250

² عبد الكريم بن عيشة، مرجع سابق، ص 378.

³ مزيان نجية، لصوان كافية: مرجع سابق، ص 31.

الهوياتي لضمان الولوج والاستفادة من الخدمات الالكترونية المتاحة أو لضمان التواصل والتفاعل والاندماج مع الآخر في الفضاءات الاجتماعية ، فمفهوم الهوية الافتراضية هي مجموع الآثار المكتوبة أو المحتويات السمعية البصرية في رسائلنا في المنتديات أو بيانات الاتصال أو أعمال الشراء و المعاينة التي نتركها خلفنا بوعي أو بغير وعي خلال إبحارنا على الشبكة و مبادلاتنا التجارية أو علاقاتنا المتبادلة في المواقع المخصصة لذلك¹.

3-5 تأثيراتها على الجندر:

خلقت الاتاحية المفرطة في رسم الشخصية من خلال الاختيارات البيولوجية المتاحة على التطبيق إلى اختلال الجندر لدى الأفاتار فيسرت للشذوذ النفسي الجندري بالظهور في العالم الافتراضي .كما خلقت حافزا لتنوع الثقافي من خلال إتاحة اللباس والإكسسوارات للأفاتار الذي تم تصميمه فيمكن للمستخدم المسلم أو الهندوسي أو البوذي ظهور رمزياته الثقافية على شخصيته الافتراضية من خلال الأفاتار الخاص الذي يوظفه في التفاعلية².

أشار المقال الصحفي على جريدة الخليج بأن فيما يخص الأفاتار الشخصي،فالفيسبوك كتطبيق يتميز بالتحيز والعنصرية، فهو يعمل على تجميل الصورة وفقا للتحيزات القائمة على النوع، فيتم تبويض لون البشرة وإضفاء الطابع الجنسي عليها، وبالأخص فيما يتعلق بالمرأة. وأوضحت أنه حتى لو زودت التطبيق بصورة للمرأة بملابس كاملة فإنه ينتج لها صورة مرتبطة بإغراءات وإيحاءات جنسية. كما أن التطبيق يفتر إلى الاعتدال بنتائج التقنية، ويهدد إطلاق فيض من المحتوى المرعب بمواد الاستغلال الجنسي للأطفال³.

كما أن التلاعب بالجسد الافتراضي للأفاتار من خلال اقتراح شكل الوجه-العينين- الشعر- الجسد- والملابس ذكورية أو أنثوية الخ، هناك إتاحة مفرطة لإظهار الجندر الحقيقي للمستخدم أو الجندر الشاد مثل ظاهرة العبور الجنسي التي ارتفعت نسبة تواجدهم داخل الأنظمة الاجتماعية الغربية تحديداً،فهذا النوع من الأفاتار والرمزيات المعدلة تتيح لهم الظهور بنحو أفضل بالنسبة لهم كهويات افتراضية فاعلة داخل العوالم الرقمية.ومن خلال الصور أدناه يمكن أن نوضح الأمر أكثر:

¹ المرجع نفسه

² صابر لامية ،خلفة إيمان: تداعيات الهوية الثقافية واشكالات الجندر في تصميم avatar الشخصي على تطبيق فيسبوك مداخلة علمية قدمت الملتقى الوطني حول الرموز التعبيرية في البيئة الرقمية -تحولات تواصلية وتحديات اتصالية- جامعة العربي بن مهيدي- أم البواقي. 12 ماي 2022.

³ سلمى حداد: حقائق قد تصدمك،الخصوصية ثمن خفي لصورتك الأفاتار،مجلة الخليج متاح على:

<https://alkhaleejonline.net>



- صورة توضح الإتاحة في تعديل الأفاتار-

خاتمة:

يعكس هذا التطور الطبيعة الديناميكية للتواصل الرقمي، حيث يقوم المستخدمون باستمرار بالتكيف والابتكار لنقل المعنى بفعالية ضمن حدود المنصة. ومع ذلك، يطرح أيضاً أسئلة حول الأثر على مهارات القراءة والكتابة والمعايير اللغوية، حيث يتلاشى الخط الفاصل بين التقاليد الكتابية الرسمية والحوار الرقمي غير الرسمي.

يمكن القول أن ظاهرة استخدام الإيموجيز كجزء من بنية الجمل في محادثات وسائل التواصل الاجتماعي تؤكد على طبيعة التطور للغة في العصر الرقمي. بينما تعزز الإيموجيز التعبير وتسهل التواصل في التفاعلات عبر الإنترنت، فإن دمجها في بنية الجمل يُحدد التحديات المتعلقة بالمعايير التقليدية للترقيم ويسلط الضوء على الحاجة المستمرة إلى التكيف والتفسير في مشهد لغوي متغير بسرعة.¹ إلا أن الاستخدام الغير مرتبط بالوعي والممارسة اللغوية للفرد قد تجعله ضحية للافتراضي في كل تفاصيله

¹ Burhanuddin Arafah and Muhammad Hasyim : The Language of Emoji in Social Media ,Conference Paper The Second Annual International Conference on Language and Literature, KnE Social Sciences;2019;p495.

المستحدثة خاصة مع ولوج تحدي ظاهرة الميتافرس القائمة أساسا على الهوية البديلة .

قائمة المراجع:

1. العربي الحضراوي: الوسائل الرقمية الحديثة ودورها في تعليم اللغة العربية، المؤتمر الوطني العربي السادس للغة العربية، اندونيسيا، 2020.
2. جبريل بن حسن العريشي وآخرون: الشبكات الاجتماعية والقيم - رؤية تحليلية- الدار المنهجية للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2015،
3. دايرة عابدة ، بلمير سارة: الرموز التعبيرية كبديل للاتصال اللفظي وغير اللفظي عبر مواقع التواصل الاجتماعي - دراسة تطبيقية على عينة من مستخدمي تطبيق فيسبوك - ميسنجر- مجلة الزهير للدراسات والبحوث الاتصالية والإعلامية، مجلد 2، عدد 1، جوان 2022
4. سميرة شيخاني: "الإعلام الجديد في عصر المعلومات"، مجلة جامعة دمشق، المجلد 26 - العدد الأول+الثاني، 2010.
5. سكي سوسن ،مهري شفيقة: قياس التفاعلية في الاتصال الوسيط عبر البيئة الرقمية الجديدة - مفاهيم ونماذج تطبيقية،مجلة الزهير للدراسات والبحوث الاتصالية والإعلامية، مجلد2، عدد3، جوان 2022.
6. سلمى حداد: حقائق قد تصدمك،الخصوصية ثمن خفي لصورتك الأفاتار،مجلة الخليج متاح على: <https://alkhaleejonline.net>
7. صابر لامية: وسائط الإعلام الجديد ودورها في تشكيل الوعي السياسي لدى المجتمع المدني الجزائري، أطروحة دكتوراه غير منشورة،كلية الإعلام جامعة الجزائر3.
8. صابر لامية ،خلفة إيمان: تداعيات الهوية الثقافية و إشكالات الجندر في تصميم avatar الشخصي على تطبيق فيسبوك مداخلة علمية قدمت الملتقى الوطني حول الرموز التعبيرية في البيئة الرقمية -تحولات تواصلية وتحديات اتصالية- جامعة العربي بن مهيدي- أم البواقي. 12 ماي 2022.
9. عبد الكريم بن عيشة: إشكالية استخدام اللغة عبر شبكات التواصل الاجتماعي: دراسة تحليلية

-
- على لغة الإيموجي EMOJI، مجلة الممارسات اللغوية، مجلد 13، عدد 1، مارس 2022.
10. مزيان نجية، لصوان كافية: توظيف الأفاتار كهوية في الفضاءات الافتراضية، مجلة رقمنة مجلد 2، عدد 3، ديسمبر 2022
11. وسار نوال: الرموز التعبيرية في البيئة الرقمية تحولات تواصلية وتحديات اتصالية، مجلة العلوم الإنسانية لجامعة أم البواقي، مجلد 9، عدد 2، جوان 2022.
12. Burhanuddin Arafah and Muhammad Hasyim : The Language of Emoji in Social Media ,Conference Paper The Second Annual International Conference on Language and Literature, KnE Social Sciences;2019.
13. Juul , J. and Klevjer , R: Avatar. In Klaus Bruhn Jensen and Craig, Robert T. (Eds.), International Encyclopedia of Communication Theory and Philosophy. London: Wiley-Blackwell. 2016.
14. M. Diouma Diallo, Diallo Mamadou, "L'appropriation des technologies du web 2.0 dans les redactions locales : l'exemple de Nicematincom"z Medias locaux, Oct 2011, Toulouse, France, HAL Id: sic 01094775 <http://archivesic.ccsd.cnrs.fr/>.
15. Oxford University Press, “social network” definition, (http://oxforddictionaries.com/definition/english/social_network), accessed February 4, 20..18
16. <https://blog.emojipedia.org/new-emojis-in-2023/>
17. https://primostats.com/stats/primostats_allthingsretail_digital_marketing.