إشكالية هوية اللغة في ظلّ الفضاءات الاتصالية الجديدة: قراءة في لغة " الايموجي l'émoji"

The problem of language identity in the new communication spaces:
Reading in the language of " l'émoji"

عبد الكريم بن عيشة*

جامعة عبد الرحمان ميرة –بجاية-_،الجزائر

****

تاريخ الإرسال:2018/09/21 **تاريخ القبول:2018/12/25** **تاريخ النشر: 31 جانفي 2019**

ملخص:

تنطلق إشكاليتنا من أحد أهم مظاهر الهوية التي تتجلّى في اللغة باعتبارها تعيش تهديدات عديدة أهمها تلك الممارسات اللغوية في الفضاءات الاتصالية الجديدة وخصوصًا شبكات التواصل الاجتماعي، وذلك من خلال الرموز التعبيرية أو ما يعرف "بالايموجي" التي أصبحت أحد المفاهيم المرتبطة بالشأن اللغوي في هذه الفضاءات، بل والمنافسة للغة الأصلية المتداولة التي لم تنفك بعد من كونها هجين لغوي يختلف باختلاف طريقة الاستخدام، ولعلّ رؤيتنا في هذه المسألة يجعلنا نعي أكثر خطر هذه المزاحمات اللغوية ان صح التعبير، التي أصبحت بدورها لغة قائمة يدافع عنها الكثير، بل تملك مؤسسات انتاج وحماية خاصة. وعلى هذا الأساس يمكننا الإشارة في هذه الورقة إلى طبيعة لغة "الايموجي"، وأهم الاشكاليات المطروحة في هذا الشأن من خلال علاقتها بالهوية الاجتماعية والثقافية، ومستقبلها في ظلّ التطوّر التقني وازدياد حجم استخدامها وتخصص مجالها.

كلمات مفتاحية: الهوية، لغة الايموجي، الفضاءات الاتصالية الجديدة، شبكات التواصل الاجتماعي، التقنية.

* - أستاذ محاضر بجامعة عبد الرحمان ميرة -بجاية- krimo_62@yahoo.com ،كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية، قسم العلوم الإنسانية، دكتوراه في علوم الإعلام والاتصال، تخصص: اللغة، الاتصال والتحليل النقدي لوسائل الإعلام.

Abstract :

Our problematic starting from One of the most important aspects of identity that appear to the language as many threats live the most important of these linguistic practices in the new spaces of communication, especially social media, thanks to expressive symbols or what is known as "emoji" which has become one of the concepts related by the domain linguistics in this spaces, rather the competition of the original language exchanged, which is not yet a hybrid of more in language varies depending on the mode of use.

Perhaps our vision of this issue makes us more aware of the danger of this huddling up of linguistics so to speak, which in turn has become the autonomous language He has defended a lot. But more than that he owns the production and protection of private institutions.

On this basis, we can refer in this document to the nature of the language of "emoji", and the most important issues that arise in this area by its relation to social and cultural identity, and its future in the light of technological development and increasing volume of use and area of specialization of interest.

Keywords:*Identity, the language of emoji, The New Spaces of Communication, Social Media, Technical.*

مقدمة:

قد نبالغ في نظر البعض بالقول جزمًا بأنّنا نعيش تهديدات على مستوى هويتنا وتحديداً اللغوية، أو بالأحرى رموزاً تعبيرية جديدة تنافس لغتنا كتابة ونطقًا، فرضتها عملية استخدامنا لمختلف شبكات التواصل الاجتماعية في الفضاء الاتصالي الجديد، بحيث ظلّت ممارستنا مشبوهة إلى حدّ تعاطينا مع هذه الرموز التي ما فتئت إلاّ أن تصبح شكلا لغويا جديدًا، ومطلبًا يكاد يكون أساسيًا في هذا النوع من الاستخدام. من هنا بدأت بعض الاشكالات تطرح في هذا الاتجاه انطلاقًا من كونها تهديداً بالدرجة الأولى، وانقطاعا اتصاليًا يفصلنا عن الموروث الثقافي اللغوي الذي يعد بدوره امتداداً اجتماعيًا وتاريخيًا، بحيث المقصود من هذه الاشكالات ليس الطرح الكلاسيكي في لا شعورنا بالانتماء أو الانتشار الثقافي بفضل ما أحدثته الثقافة الغربية في ثوب العولمة، وإن كانت هذه الاشكالات عصب الطروحات التي ارتبطت بالهوية الاجتماعية والثقافية عمومًا، بل يمكننا تأسيس إشكالية بطرح جديد تتعلق بهوية اللغة أساسًا في ظلّ الفضاءات الاتصالية الجديدة وخاصة شبكات التواصل الاجتماعية، التي لا يمكن حصر تأثيراتها المتعدّدة بفضل حجم استخداماتها لدى الشباب خصوصًا. ولعلّ ممارسة اللغة في هذا الإطار لم يعد بالشكل الذي نعرفه، بل أصبح الأمر يتحوّل وبصفة سريعة عن مدار هوية الذات الاجتماعية، في حين ظلّ التطوّر الرهيب للتقنية التي بدورها غيّرت من مجرى الاتصال بأدوات لغوية معيّنة تتماشى وسياق الفضاءات الرقمية.

وهذه المعطيات قد تشكّل لنا جانبًا نقديًا الذي يتعلق باحترافية اللغة من رؤية تقنية، التي لا تتأسس (أي الرؤية التقنية) على مبدأ أداتي استعملاتي فقط، بل إعادة انتاج لغوي في سياق زمني آخر يتماشى وروح العصر (كالعصر الحجري مثلاً) الذي كانت فيه الانسانية تعتمد على الأشكال والرموز والرسومات الهيروغليفية من مبدأ التواصل مع الأجيال القادمة في نقل التراث الثقافي والوضعيات الاجتماعية السائدة، أي البعد الوظيفي السياقي للتقنية. ولعلّ هذا ما يجعل اللغة مجالًا للتهديد، التي أصبحت تندثر نتيجة تراكم عوامل تاريخية وعصرية، منها ما يرجع لما خلّفه الاستعمار الغربي لدى الشعوب المستعمرة من خلال تركات لغوية جعلت منها خليطًا؛ تراكم بفضل التاريخ ليصبح خللاً ثقافيًا، ومنها ما يرجع لما خلّفته التقنية ووسائلها المختلفة، ويدخل في هذا الإطار جميع التطوّرات الحاصلة في هذا الشأن، بحيث أصبحنا نعيش ما يمكن تسميته

باللاتحديدية اللغوية قياسًا بأحد المفاهيم الواردة يطلق عليها "باللاتحديدية الثقافية"[1]، بحيث عندما نتعامل مع الحقائق الثقافية (اللغوية)، فإنّ الشخص يمكنه أن يكون دقيقًا فقط على مستوى واحد من التحليل في مرحلة ما يتشكل فيها تغيّرًا على مستوى اللغة (الممارسات اللغوية)، ولعلّ هذا يجعلنا نشير بأنّ اختلاف مستوى التحليل ناتج عن اختلاف مستوى اللغة عبر المراحل التاريخية، وذلك وفقًا للتغيّرات التقنية الحاصلة. وعلى هذا الأساس بدأت إشكاليتنا تنحت وجودها لما أفرزته معطيات الاستخدام اللغوي في شبكات التواصل الاجتماعي داخل الفضاء الافتراضي، بحيث أصبح هذا الاستخدام يتغيّر شيئًا فشيئًا بأشكال وتعابير لغوية قد تعوّض/أو تحل محل اللغة الأصلية (اللغة المتداولة اجتماعيًا)، ولعلّ هذا التداخل أو الانفصال كثيراً ما يطرح إشكالاً على مستوى هوية اللغة نفسها، وذلك من خلال عملية التراكم اللغوي بهذه الطبيعة وبصفة مستمرة وتحديثية بالنسبة لتلك الأشكال والتعابير، بالإضافة إلى عملية إعمال العقل واستعماله في إعادة انتاج اللغة بما يتناسب والسياق الثقافي والاجتماعي، بحيث لا يمكن أن تتحوّل اللغة إلى لغة تقعيدية أو بالأحرى قابلة للطرح باعتبارها تملك نهاية صلاحية معيّنة، بل عملية ممارسة اللغة مهمة جدّا، ولعلّ هناك من يشير إلى أنّ *"الاعتقاد بوجود مجموعات لغوية يتكلّم المجتمع بداخلها اللغة نفسها دائمًا وبالكيفية عينها، ليس اعتقاد ساذج لدى غير المختصين، فالمختصون أنفسهم حدّدوا اللغة قبل كل شيء بوصفها أداة اتصال متكيّفة مع حاجات أولئك الذين يستعملونها"*[2]. ونظراً لأهمية اللغة في هذا الإطار يقول الباحث اللغوي "ليفي ستراوس" في كتابه "الآفاق الحزينة (Tristes Tropiques) *" ... إنّنا حين نقول الانسان... فإنّنا نعي اللّغة، وحين نقول اللّغة... فإنّنا نقصد المجتمع"*[3]، ومن هنا يظهر مبدأ تداول اللغة اجتماعيًا، وهذا ما يجعلها *"تشكّل مظهراً من مظاهر الثقافة باعتبارها تتميّز بخاصية التراكم والاستمرار والنمو والقدرة على الانتقال، بل تعد جزءًا من الثقافة والحضارة كونها تساعد أكثر من غيرها على التعلّم وزيادة الخبرة والمشاركة في خبرات الآخرين سواء الماضية منها أو الحالية، أي أنّها العامل الأساسي في عملية التراكم التي تعد بدورها أهم عنصر في الحضارة الانسانية"*[4].

كما يمكننا في هذا الإطار أن نشير إلى رؤية جديدة للاستخدامات اللغوية داخل شبكات التواصل الاجتماعي التي ترى بأنّ التحوّل اللاطبيعي للغة من خلال مجموع الأشكال

والتعابير والرسومات المنجزة، هو استخدام أزلي يرتبط بحياة الانسان القديم في العصور الأولى من خلال تعامله اللغوي بهذه الأشكال والتعابير والرسومات. *"...فبعد آلاف السنين من تحسين الآلام ... من الأمية لشكسبير وبعدها، ظلّت الإنسانية تسعى لرمي كل ذلك بعيداً. حيث أصبحنا نتجه إلى العصور المصرية القديمة، ووقفنا بجانب العصر الحجري، من خلال ابتسامة مبتسم وبلون أصفر على وجوهنا"* [5].

بناءًا على هذا المعطى ظهر ما يمكن اعتباره كلغة رمزية جديدة أصبحت تفرض وجودها من خلال تداولها وبشكل كبير على مستوى الاستخدامات اللغوية في شبكات التواصل الاجتماعي خصوصًا، حيث يطلق عليها باسم لغة الايموجي (La langue de l'Emoji)، ومن هنا فإنّ فهم تأثيرات هذا النوع من اللغة أو الرموز التعبيرية على هوية اللغة ذاتها، ساهم في ظهور إشكالية بحثية جديدة تحاول تفسير هذه العلاقة في الفضاءات الاتصالية الجديدة عمومًا.

من هنا أردنا تسليط الضوء على هذه الاشكالية بناء على معطيات بحثية تقنية أساسية تتعلق بلغة "الايموجي" ومظاهرها على مستوى شبكات التواصل الاجتماعي، وكذا بعض القراءات النقدية التي ترتبط بهذا الشأن من خلال معالجتها لبعض مؤشرات اللغة ومستوياتها في علاقتها بالتقنية (الاستخدام اللغوي عبر التقنية). وعلى هذا الأساس يمكننا طرح الإشكال العام الآتي: **ما طبيعة لغة "الايموجي"، وما هي تأثيراتها على هوية اللغة في شبكات التواصل الاجتماعي؟.**

1/لغة الايموجي (La langue de l'Emoji):

يشير البعض إلى أنّ لغة الايموجي أصبحت *" لغة عالمية غير رسمية، يتداولها مستخدمو وسائل الاتصال الجديدة من هواتف ولوائح ذكيّة وحواسب وغيرها ضمن محادثات وتعليقات على شبكات التواصل الاجتماعي، وعلى تطبيقات التراسل الفوري. كما أصبح لديها يوم عالمي خاص بها، حدّد بتاريخ السابع عشر من شهر جويلية من كل سنة"* [6].

و"الإيموجي" مصطلح ياباني يعني الصور الرمزية أو الوجوه الضاحكة المستخدمة في كتابة الرسائل الإلكترونية. وأصل الكلمة هو نحت من كلمتين يابانيتين هما "E" التي تعني الصورة، و"Moji" التي تعني حرفًا أو رمزاً أو رسالة تمثّل عاطفة أو حسًّا معيّنة.

حيث تمّ إنشاؤها في اليابان في عام 1995[7] من قبل المؤسس "Shigetaka Kurita"، الذي كان يعمل حينها ضمن فريق شركة (NTT DoCoMo) للاتصالات. ومن هنا بدأ فريق

ياباني بالعمل على تطوير رموز تعبيرية أو "الإيموجي" لصالح الشركة المعنية بنظام الهواتف عبر الإنترنت والهواتف المتحرّكة، لتجد طريقها إلى الاستخدام.

وتكوّنت أول مجموعة من 172 رمز تعبيري بأحجام محدّدة تعد سمة من سمات الشركة، وهي مصممة لتسهيل الاتصال الإلكتروني وإبرازها لمجموعة من الخدمات المنافسة، بحيث تحوّلت رموز "الإيموجي" إلى اللون الأصفر والأحمر وغيرها، بعدما كانت محصورة في البداية في اللون بالأسود والأبيض فقط.

وفي عام 2010، تمّ استيراد المئات من الشخصيات رموز تعبيرية إلى لغة اليونيكود (le langage Unicode)، بحيث ظلّت الظاهرة تنمو شيئًا فشيئًا لتصبح عالمية، وأصبح لها قبولًا واسعًا بما يتماشى والاختلافات الثقافية واللغوية للرموز حسب بلدان العالم تقريبًا، ممّا جعل استخدامها في الكثير من الأجهزة الاتصالية والتطبيقات الالكترونية، بل أتخذت أشكالا عدّة من خلال استخدامها لوحات المفاتيح لأجهزة الهواتف والكومبيوتر التي بادرت إليها كل شركة (IPhone) في عام 2011، وشركة (Report) في عام 2013. ولعلّ هذا التطوّر جعل شركة اليونيكود (Unicode)[8] تصل إلى عددها الجديد 7.0 هذا العام (2018) إلى ما يعادل 2.834[9] رمز تعبيري متاح بلغتها (لغة اليونيكود)، ولعلّ القائمة هنا في ازدياد حسب التغيّرات الحاصلة في هذا الشأن. أمّا عن الرسائل النصيّة التي تخص هذه اللغة فبلغت ما نسبته 4.6% من الرسائل التي يتم تبادلها عبر الانترنت، وهذا الاستخدام لا يزال في تطوّر تعزّزه بعض الخدمات التي يدمجها خاصة موقع (Instagram) الذي يسمح بدوره بإجراء عمليات بحث الصور عن طريق رمز تعبيري، كما بدأ موقع (Facebook) في الآونة الأخيرة بتطوير هذه اللغة واستخدام العديد من الرموز التي تملك خصوصية معيّنة بناءً على معطيات المستخدمين، وذلك من خلال نسخ بدائل للكتابة المشهورة "j'aime" التي تحمل أكثر من رمز (حركات اليدhand gestures ، القلب hearts، ..الخ). ولعلّ تطوّر رموز الايموجي سواء في الدلالات أو في الألوان جعلها تخضع لمبدأ حاجات المستخدم واهتماماته بما يتلائم وثقافته التي تختلف من بلد إلى آخر، فمن رموز الدالة على حالة الطقس إلى الطعام والشراب إلى المزاج والمشاعر وغيرها. وهذا ما جعل لغة "الإيموجي" ليست خاصة بالثقافة اليابانية باعتبارها أصل بداية هذا النوع من الرموز اللغوية فقط، بل هناك رموز لغوية أخرى خاصة بثقافات ومجتمعات أخرى.

ولعلّ ما كشفته نتائج التقرير[10] الذي قامت به مؤسسة (SwiftKey) في هذا الإطار بأنّ عملية الاستخدام للغة "الإيموجي" تتماشى وخصوصية المنطقة، والتي بدورها تحدّد طبيعة الاستخدام ونوعه في عملية اختيار الرموز المناسبة. في حين هناك جهة عالمية مسؤولة عن اعتماد الرموز وتعبيراتها، وهي مؤسسة "اليونيكود"، التي تستقبل كل سنة مجموعة من المقترحات لبعض الأيقونات و"الإيموجي" الجديدة أو أي تطوير عليها، لتستخدم في الطباعة بواسطة لوحة المفاتيح. وحسب النتائج[11] التي أشارت إليها مؤسسة (Swiftkey) حول استخدام لغة الايموجي بمجموع فئاتها (نوع الايموجي حسب الفئة التي ينتمي اليها)، يتبين بأنّ هناك تفاوت كبير في الاستخدام بين الفئات خاصة بين فئة المشاعر والعواطف (كالوجوه الضاحكة hapay faces والحزينة sad faces وأشكال القلب hearts مثلا) التي تحتل إستخداما واسعًا، تليها فئة حركات اليد hand gestures، وذلك مقارنة بالفئات الأخرى نادرة الاستخدام (كالايجازات holiday، وأشكال الساعات clocks، والورود flowers، ...الخ). كما تشير نفس النتائج إلى أنّ فئة الورود وأشكال الساعات، والرموز symbols، والذكور male،النجوم stars،النباتات plants، الفواكه fruit، الأكثر استخدامًا في المنطقة العربية.

وفي سنة 2014، بلغت ما قيمته 6 مليار عدداً من الملصقات والرموز التعبيرية وهو مسح قامت به مؤسسة لماركيتر (marketing)[12]، وذلك عن طريق تقاسمها هذا العدد وبشكل مستمر بين الهواتف الذكية في جميع أنحاء العالم. ونظراً لخصوصية هذه الرموز التعبيرية وتأثيرات المختلفة على المستخدمين عبر وسائل الاتصال الجديدة المختلفة، جعلها تستخدم نموذج رمزي تعبيري معناه يدّل على "مواجهة دموع الفرح" استخدم اسمه من قبل قاموس اكسفورد في سنة 2015، والذي أصبح بدوره ظاهرة اجتماعية متداولة في الفضاءات الرقمية ووسائطها المتعدّدة.

كما أوضح في هذا الإطار عالم الاجتماع "Indri Gunther " بأنّ الرموز التعبيرية تعطي قيمة مضافة عاطفية للغة، حيث يصنّف هنا ثلاثة أبعاد أساسية خاصة بهذه القيمة والتي تظهر في [13]:

1- علم الجمال: والذي يشير في أنّ الرسالة مع الصور تشكّل نوعًا من اللطف.

2- التسلية: باعتبارها توفّر درجة من محتويات الخيال.

3- السيميائية: والتي تشير إلى أنّه يمكن للصورة أن تعني أشياء كثيرة، ويمكن تفسيرها على نطاق أوسع من رسالة لغوية.

حيث أصبحت لغة "الايموجي" تعد بدورها تحدّيًا قائمًا من خلال إمكانية تعويضها بأحرف أبجدية، وامتلاكها لتصنيفات خاصة، بل شفرات تميّز كل صنف عن آخر، وذلك حسب طبيعة كل رمز من الرموز التعبيرية (الايموجي) من خلال المعنى الدلالي الذي تؤدّيه، وهذا ما حاولت استخدامه "شركة أبل (Appel) في سنة 2008، باعتباره نظامًا من الأنظمة الجديدة في هذا الشأن، وذلك من خلال استخدامها للوحة المفاتيح في شكل رموز تعبيرية، التي أصبحت متداولة ومستخدمة منذ سنة 2011، على المستوى المحلي والدولي، حيث تتكوّن هذه الحروف الأبجدية من علامات، كل علامة تمثّل رمزاً تعبيريًا (الايموجي)"[14]. في حين تخضع هذه الرموز التعبيرية لأبجدة وشيفرة وتصنيف معيّن[15] تتمّ وفق معايير لغوية دلالية في كونها أصبحت شائعة الاستخدام، وباعتبارها أيضًا تخضع لعملية التحديث تبعًا لمجموعات الرموز التعبيرية الجديدة.

وعلى هذا الأساس يتضح دور لغة "الايموجي" وأهميتها من خلال وظيفتها الاتصالية وخصوصيتها داخل الفضاءات الاتصالية الجديدة وخصوصًا شبكات التواصل الاجتماعي بالنسبة للمنصات الالكترونية من خلال غرف الدردشة وخانات التعليقات والمشاركات وغيرها، بحيث أصبح انتاج هذه اللغة أو الرموز التعبيرية يتطلب مؤسسات ذات صلة بهذا الشأن أو بتكنولوجيا الاعلام والاتصال عمومًا، بل وأكثر من هذا أصبحت هذه اللغة تتماشى وخصوصية المستخدمين حسب طبيعتهم اللغوية والاجتماعية والثقافية وحتّى الجغرافية، ممّا جعلها تأخذ صفة الاستمرار والتحديث وغيرها من الصفات التي تتلاءم وسياق تلك الفضاءات.

2/ "الايموجي" كلغة أو مكمّل لغوي:

تختلف الرؤى حول الرموز التعبيرية " الايموجي" باعتبارها لغة قائمة بذاتها لها خصائصها وأدواتها، أو مكمّلاً لغويًا بالنسبة للغة الأصلية المتداولة، خاصة وأنّها عبارة عن رموز تعبيرية ذات دلالات ايمائية مختلفة تعبّر بدورها عن معنًا معيّنًا، يعكس حالة نفسية أو اجتماعية أو ثقافية وغيرها، بالإضافة إلى مجموع الصور والرسومات التي لها دلالات مباشرة حول الشيء المقصود. في حين أنّ هذه الاختلافات تنطلق في عمومها من أربعة مبادئ أساسية، يظهر الأول في شروط تكوين اللغة(القواعد، النحو، الصرف،

الاشتقاق،...الخ)، ويظهر المبدأ الثاني في استحال تعويض اللغة عامة بأشكال ورموز ورسومات باعتبارها تنقل لنا جزءاً من اللغة، ويظهر المبدأ الثالث في خصوصية الفضاء الاتصالي اللغوي الجديد، أمّا المبدأ الرابع فيظهر في العامل الربحي التجاري المتعلق بالخصوصية التقنية وأدواتها من خلال استحداث لغوي تقني* يتعامل مع اللغة القائمة، ويضيف لها قيمًا لغوية بفضل مجموعة من الرموز التعبيرية، التي يتم انتاجها أو إعادة انتاجها تبعًا لخصوصية المستخدمين وممارساتهم اللغوية السائدة.

ولعلّ في هذا الإطار تطرح بعض الاشكالات العالقة التي لها صلة بهذه الرؤى، وخاصة ما تعلق باللغة العربية مثلاً وعلاقتها بالتطوّر التكنولوجي الحاصل في مجال اللغويات داخل الفضاء الرقمي، وذلك من خلال مسألة هامة تظهر في مدى صلاحية اللغة للتطوّر التكنولوجي وللحضارة المعاصرة[16]. بحيث هناك الكثير من الاتجاهات البحثية التي تجيب بدورها عن هذه المسألة، والتي عادة ما تنحصر بين الرؤى الثابتة والنافية لهذه الصلاحية، على غرار اتجاه بحثي آخر الذي يسلّم بصلاحية اللغة العربية ولكن بشرط قابلية استخدامها بما يتوافق وخصوصية الفضاء نفسه، مع تفتحها على اللغات الأخرى سواء أن كانت لغات مكيّفة أو أصلية أو رموز تعبيرية في شكل ايموجيات...الخ. إذن فقابلية التعامل مع التقنية التي تكسب بذاتها لغة معيّنة والتفتح أمام تلك اللغات والرموز داخل فضاء الانترنت عمومًا، يجعلنا نعي أكثر حجم التداخل والتفاعل، ولعلّ رقي اللغة تاريخيًا لا يمنعها من التطوّر في ظلّ الحضارات الأخرى، كما أنّ اجتهادات اللغوية للاختراعات الغربية (التقنية) المتعدّدة من خلال عملية التعريب والترجمة وغيرها، لا يمكن فصلها كعامل أساسي لتبرير الصلاحية، وإن كانت ضئيلة بالمقارنة مع التطوّر الهائل للتقنية، هذا وبالإضافة إلى مدى علاقة بيئة الانتاج اللغوي بالبيئة الاجتماعية والسياسية والثقافية والاقتصادية وغيرها. ولعلّ هذا ما يمكن اسقاطه على العالم العربي الذي لا يمكنه استحداث لغات أو رموز ما لم ينتج سلعة، أو يصنع تقنية، أو يملك فضاءً.

فاللغة بهذا الدور *"تعد مصدراً للقيمة ومتّى انحصرت سلطة اللغة على المتكلّم أو تمّ إفراغها من قيمتها داخل المجتمع يحصل عنه ما يمكن تسميته "بالاتصال الاعتباطي". ولعلّ تلك المعطيات هي التي تفسر لنا التداخل اللغوي وما يترتب عليه من "اخلال لغوي" في العلاقة مع قواعد النحو بنية اللغة القيمية"* [17].

وفي حديثنا عن أساسيات اللغة يمكننا الإشارة إلى مستويات اللغة نفسها التي تخضع لمعايير إصطفائية قسّمها "برنار بوتييه" إلى[18]:

1- المعيار الاجتماعي: (مستويات اللغة تكون حسب الفئات والطبقات الاجتماعية).

2- المعيار الصوتي والصرفي والنحوي: (حيث نميّز به بين اللغة الادبية والحيادية الموضوعية، والمحكية الشائعة والميتذلة).

3- المعيار المفرداتي: (والذي من خلاله نعرف مجال اللغة، كاللغة التقنية والمهنية...الخ).

4- المعيار اللغوي العرفي: (ويظهر في اللغة الاقليمية واللهجات المحلية والعامية...الخ).

بحيث *"أنّ تراجع اللغة في أي مستوى من المستويات كفارس ومحرك للقيمة يجعلها مجرد وسيلة كلام فينكمش المتكلم من شح ما يتفوه به، ويصاب المتلقي بخيبة الأمل من ضحالة ما يتعرض له من طرف وسائل الاتصال الجديدة، فاللغة بقيمتها الممثلة لثقافة أو حضارة متميّزة، ومتى تراجعت أو تلاشت القيمة، لم تعد اللغة أداة ثقافة أو حضارة، وإنّما أصوات لتحقيق بعض المنافع والمصالح الخاصة التي لا تخدم الحضارة والثقافة والمجتمع"*[19]. ولعلّ هذا الربط بين اللغة والقيمة هنا هو الذي يحدّد ارتقاء اللغة الذي يساهم بارتقاء المجتمع حضاريًا وثقافيًا، وذلك من خلال التوقف على إدراك قيمتها علميًا وممارستها في فعل الكلام عمليًا، أمّا إدراكها عاطفيًا يقلل من ممارستها فعليًا، وذلك ما يدخل إفساداً لغويًا من نوع آخر إلى اللغة.

من هنا وبالرغم من النجاح الذي حقّقته لغة الرموز التعبيرية "الايموجي" في جميع أنحاء العالم، إلاّ أنّها ليست كافية لتشكّل لغة، حسب "Gretchen McCulloch"[20]، وذلك لاعتبار أنّ هذه الرموز تبدو مثل الكتابة الهيروغليفية التي تتألف من الرموز الرسومات وغيرها، في حين تعد الكتابة الهيروغليفية متقدّمة جداً، بحيث لا يمكن حصرها في كونها رسومات صغيرة، بل أيضًا في كونها تحتوي على عنصر التجريد، الذي يعتبر بدوره عنصراً مهمًا وأساسيًا في اللغة. ويضيف"McCulloch " في هذا الإطار أنّه لا يكفي في جعل "الايموجي" كلمة، ناهيك في كونها لغة عالمية، وذلك "إمّا أنّها تمثّل أشياء ملموسة، وأنّها عالمية، لكنّها ليست لغة ...، أو أنّها يمكن أن تعبّر عن التجريد، ولكنها ليست للجميع، ولا للتحيّز الثقافي الذي يعتبر أساس وسيلة لتدوين العواطف، ويشير "McCulloch" قائلاً أنّها ليست لغة، ولكن مجرد مكمّل للغة (Un complément au langage).

في حين لا يعتقد "Kurita"[21] في أنّ استخدام "الإيموجي" يعد مؤشراً على تناقص قدرة الناس على التواصل بواسطة الكلمات أو نقص المفردات لديهم. كما لا يعتقد أيضًا أنّ "الإيموجي" ستتطوّر كثيراً على المستوى التقني، في حين بعض التطوّرات الحاصلة في هذا الشأن لها علاقة بتلبية احتياجات التعبير المعقّد عن المشاعر بالنسبة للمستخدمين. حيث يشار في هذا الإطار إلى أنّه بموجب استبيانات عديدة، فإنّ الشريحة العمرية بين (18 و 25 سنة) تجد من الأسهل عليها التعبير عن مشاعرها بواسطة "الإيموجي"، الذي يعتبر بشكل من الأشكال مكملاً للكتابة بالحروف.

وفي حديثنا عن تطوّر لغة الايموجي صدرت تعليمات تقنية لاتجاهات الرموز التعبيرية أو ما يعرف بـ(Emojineering)[22]، وذلك في أكتوبر من سنة 2011، وذلك للإشارة بأنّ اللغة الرقمية أصبحت تتطوّر وبشكل مستمر، بحيث مثّلت ما يقارب من نصف التسميات التوضيحية والتعليقات على موقع (Instagram) بتحويل الأحرف إلى رموز تعبيرية. وأضاف الموقع أيضًا دعم لشخصيات رموز تعبيرية "كالهاشتك" (#)، وذلك من أجل إتاحة المستخدمين بوضع علامة لمحتوياتهم المفضّلة.

هذا وبالإضافة إلى عمل شركة "اتحاد اليونيكود"، من خلال ما حقّقته من شهرة عالمية بفضل قدرتها على خلق "إيموجيات جديدة"، والتي تختص بدورها في توحيد طريقة تمثيل أنظمة الكمبيوتر لعلامات ترقيم النصوص، وهذا ما يجعل "الايموجي" لغة رقمية لها صفة التطوّر، بحيث أصبح ما يقارب نصف النصوص المتبادلة في شبكات التواصل الاجتماعية تضم رموزاً تعبيرية. بل خصّصت لذلك قواعد بيانية[23] تحصي يوميًا وبشكل لحظي وآني مستمر استخدام هذه الرموز في شبكات التواصل الاجتماعي.

ويقرّ ""مارك دافيز" (Mark Davis) أحد مؤسسي ورئيس "اتحاد اليونيكود" بأنّه من الممكن أن تتطوّر "الإيموجيات" يومًا ما نحو شيء آخر، قائلاً في هذا الشأن *"ليست "الإيموجيات" لغة، ولكن يمكن أن نتصوّر أنّها قد تتحوّل إلى لغة، كما كان الحال مع اللغة الصينية. بحيث قد تكتسب الصور معنى معينًا في ثقافة معيّنة. ويضيف" تايلر شنوبيلين" المتخصص في اللغويات وتحديداً "الإيموجي" في هذا الإطار قائلاً: "إن لم تكن الرموز لغة من الناحية الفنيّة، إلاّ أنّها تمثّل لغة مكتوبة تعادل لغة الجسد"*[24].

حيث تصف "تينا غانستر" (Tina Ganster) المتخصّصة في علم النفس الاجتماعي "الإيموجي" بـ "طريقة مبدعة للتعامل"، مؤكّدة في ذلك أنّها تشكّل بديلاً عن التعابير غير

اللفظية في الحياة الواقعية، كلغة الوجه والجسد ونبرة الصوت غير المتوافرة في النصوص المكتوبة"[25].

من هنا نجد بأنّ إشكالية اعتبار "الايموجي" كلغة أو مجرد مكمّل لها لا يزال يطرح نفسه في البحوث والدراسات التي تهتم بهذا المجال، خاصة وأنّ ما قد يثير الكثير من الجدل هو الاعتبار الأول (الايموجي كلغة) الذي يتلقى اعتراضًا بحثيًا كاملاً، ولعلّ النقاش في هذا الإطار يجعل الكثير من المدافعين يتشبثون بمبدأ أولوية اللغة التي تشكّل جزءاً من الهوية، وفي علاقتها بالأجزاء والفروع التعبيرية الأخرى التي تساعد على التواصل ضمن الشبكات الاجتماعية، في حين يرى البعض الآخر بإمكانية تحوّل "الايموجي" إلى لغة نظراً لما تحدثه من تأثير من جهة، ومدى استخدامها من جهة أخرى، بالإضافة إلى مَؤسسة هذه اللغة وتطويرها بما يخدم أولويات معيّنة تشترك فيها المصلحة الخاصة والعامة، ولعلّ ما يشير إليه التقرير الذي قامت به (Swiftkey) "أنّ ما يعادل 70% من رموز تعبيرية تمثل المشاعر الإيجابية، و15% من المشاعر السلبية، والباقي قيد النظر وبشكل محايدة"[26]. بحيث تظهر هنا طبيعة "الايموجي" التي لها خصوصيات عاطفية معيّنة، وهذا ما يعكس الجانب النفسي في طبيعة هذه الرموز التعبيرية "الايموجي" الذي يشكّل بدوره عاملاً أساسيًا في عملية الاستخدام والتأثير.

3/تأثيرات "الايموجي" كلغة موازية:

تنطلق قراءتنا النقدية من رؤية وصفية لأثر التقنية على ممارسة اللغة وتداولها داخل الفضاءات الاتصالية الجديدة، وخاصة الشبكات الاجتماعية التي باتت اللغة فيها مهدّدة تهديداً واضحًا عبر تلك الاستخدامات المختلفة، فتارة بقلب اللغة ذاتها (كتابة اللغة العربية بأحرف لاتينية مثلاً)، أو ما يطلق عليه عند البعض بـ"العربتيني"[27]، وتارة بازدواجية اللغة (المزج بين لغتين أو أكثر، أو ما يطلق عليه أيضًا بـ"العربيزي"[28] تحديداً في المزج بين اللغة العربية واللغة الانجليزية، أو بين لغة الأحرف ولغة الأرقام مثلاً)، وتارة أخرى باستخدام الرموز التعبيرية بدل اللغة أصلاً. ولعلّ مجال التوصيف هنا من خلال عملية تهجين اللغة يبدأ بالاهتمام البارز للقيمة الفنيّة لهذه الرموز، الذي تولّد عن مدى تكثيفها واستخدامها للتخلّص من تراكمات الحروف وعناء الكتابة، وذلك استجابة لمتطلبات الاندماج في الفضاءات الرقمية وخاصة الشبكات الاجتماعية. حيث أضحت المشاعر النفسية والاجتماعية وحتّى البيولوجية وغيرها من المواقف والتعبيرات

والعواطف مختزلة بعدد من هذه الرموز، أو منوطة بها لكونها تتيح نقل هذه المشاعر بطريقة سهلة وبسيطة، وبأكثر حيوية، بل إنّ ثمة مجالاً لتكوين منظومة تعبيرية متكاملة تحل محل الكتابة من خلال وضع هذه الرموز بنسق تجاوري وبمعاني مختلفة.

أمّا عن التحوّلات الثقافية الحاصلة في العالم العربي، وخصوصًا مجال استخدام اللغة في شبكات التواصل الاجتماعي يعد من الاستخدمات الأكثر بروزًا التي تطرح نفس الاشكال بالنسبة لعملية التهديد اللغوي (اللغة العربية)، بحيث هناك[29] من يلاحظ أنّ هذه الأخيرة غالباً ما تبقى متأخرة عن التنبه إلى بعض المستجدات الخاصة بتشكيلات اللغة بناء على معطيات العولمة خاصة ما تعلق بالتقنيات الرقمية الجديدة. وهذا ما يتطلب تحديث اللغة بما يتماشى وتلك المعطيات. ولعلّ هذا التطوّر التقني نفسه ساهم في بروز لغة الرموز بوصفها لغة جديدة. وعلى هذا الأساس فإنّ العالم الجديد بات يميل إلى مفاهيم المنجز للاستعمال من خلال وظائف الشركات الخاصة بانتاج هذه الرموز واحصائها، ولعلّ هذا ما يتيح فرصة لقابلية طرح اللغة وعدم الاحتفاظ بها. ومن هنا يبدأ تشكّل النسق الثقافي الجديد برموز جاهزة في عالم منفعي يخضع لشركات انتاجها.

ولعلّ ما يمكننا الاشارة إليه في هذا السياق هو ليونة الاتصال في هذه الفضاءات، وذلك تبعًا للتغيّرات الحاصلة بشأن التقنية، بحيث هناك الكثير من المحاولات المنجزة في هذا المجال بالنسبة للبلدان المتقدّمة، ولعلّ دور التقنية هنا لا يمكن حصره إيجابًا أو سلبًا، وهذا ما يجعلنا نعي أكثر ترشيد استخداماتنا لها، خاصة وأنّها تمارس في بعض الأحيان ما يطلق عليه بـ"الايديولوجيا الناعمة"[30] انطلاقًا من مبدأ التكيّف، ونقصد هنا علاقة المضمون بوعائه، والتي كثيراً ما تظهر في المجتمعات النامية أو بالأحرى المجتمعات العربية التي تستخدم التقنيات بموجب الإيديولوجيا المتبناة.

وعلى هذا الأساس لابّد من الإشارة ومن زاوية أنتروبولوجية بالتحديد في إشكالية مواجهة تكييف الأشكال اللغوية في المجتمعات غير الصناعية مقارنة بالمجتمعات الصناعية؛ وذلك بناءً على دورالتقنية التي تخضع لشروط انتاج ثقافتها وبيئتها الأصلية. بحيث يتضح ذلك في *عملية "تكييف هذه الأشكال ضمن سياق تفاعل متغيّرات مختلفة داخل بنية المجتمع. في حالة المجتمعات غير الصناعية برزت محاولات تكييف لأشكال تقنية جديدة وافدة، -من خارج التفاعل الداخلي للبنية الاجتماعية-، ويظهر هذا المميّز*

الأهم من بين هذين النموذجين من المجتمعات، كما تعتبر البيئة الاجتماعية مؤشراً مهمًا باتجاه قياس دور الأشكال التقنية الجديدة في إحداث التغيير الاجتماعي. وبالتالي فإنّ استخدام التقنيات في ممارساتهم اللغوية ضمن البيئة الاجتماعية السائدة في المجتمعات العربية سيقود استجابات مختلفة من قبل المتلقين، مقارنة باستجاباتهم حيال ممارساتهم اللغوية –غير التقنية"[31].

ومع ظهور وسائل الاتصال الجديدة المختلفة أصبح كما يشير البعض على أنّه لا يمكن تطويعها لخدمة اللغة خصوصًا العربية التي تعتبر ليس وليدة البيئة التي أُنتجت فيها تلك الوسائل، كما لا يمكن أن تؤدي غير الوظيفة المنوطة بها التي وجدت من أجلها في مجتمعها الرأسمالي، فإنّ الانتاج اللغوي (الرموز التعبيرية أساسًا) لا يمكن أن يتحمّل تكاليفه في المجتمع العربي إلاّ إذا تحوّل إلى مجتمع صناعي إعلاني بالدرجة الأولى. ولعلّ هذا الطرح يتعلق في جزء منه بمبدأ العقلانية الذي يتضح جليًا من خلال ما قاله "يورغن هابرماس" (Jürgen Habermas) في حديثه عن العلم والتقنية كأيديولوجية[32] من جهة، أو من خلال مبدأ المصلحة العامة بواسطة النقاش والحوار المعقلن الذي يؤسس في الأخير هذا المبدأ، هذا وبالإضافة إلى ما تحدّث عنه "يحي اليحياوي" في حديثه عن التكنولوجية كأيديولوجية[32] التي أصبحت تؤطر كل المضامين من خلال خضوعها مبدئيًا لطبيعة التقنية.

حيث يقول "عزي عبد الرحمن"[34] في هذ الصدد أن الكفّة في الاعلام المعاصر مالت إلى فعل البصر على حساب فعل السمع، باعتباره الأصل في ميلاد المعنى، وأنّ المجتمع المعاصر يعيش حضارة الصورة التي طغت في فضاء الانترنت والحياة العامة مثل الأزياء والأثاث والديكور والرسومات والمعارض والرموز غيرها، وهذا العامل بحدّ ذاته أضعف العديد من الفضاءات الثقافية والقيمية المرتبطة بما هو رمزي أو مجرد في المجتمع. ولعلّ رموز "الايموجي" ترتبط بالصورة أكثر منها بالسمع ممّا يجعلها تصنّف ضمن هذا الطرح فيما تعلّق بقيمة اللغة أساسًا.

كما أنّ نظام الرموز الإتصالية اللغوية لها دوران أساسيان متضادان بناءً على ماهية هذه الوسائل ووظائفها وآثارها، يتضح الدور الأول *"في ربط تطوّر الوعي البشري بتنمية عقل الإنسان التي ساهمت فيها قدراته الفريدة اللغوية والرمزية، واستخدامه للأدوات، وقدرته*

على تخزين المعلومات بتسلسل تعاقبي، وأنّه لم ينتج عن ذلك خلق الحضارة فقط بل التاريخ أيضًا..." [35].

ومن هنا أصبحت التقنية لها تأثيراتها الخاصة، وذلك من خلال وظيفة أدواتها وخصوصية أدائها، ولعّل هذا ما ينطبق على الاستخدام اللغوي التقني الذي بدأت ملامحه تتغيّر بالتغيّرات الحاصلة بهذا الاستخدام من جهة، وبالتطوّر التقني في مجال اللغة الرقمية من جهة أخرى، وذلك من خلال تطوّر الأسماء إلى رموز ونقل المجتمعات إلى أنساق رمزية تسيطر على أطر تفكيره، وتمنع العقل من التعامل المباشر مع الأشياء بسبب تحوّلها النقسي، وهذا ما أشار إليه "ماكس فيبر" (Marx Fibre) في *"أنّ الإنسان ينتج رموزاً ويتشبث بها... ليشتدّ عود خطاب الهوية في مرحلة لاحقة ويطرح نفسه بوصفه خصوصية، على المجتمع في صيرورته أن يحافظ عليها، وعلى الآخر ألاّ يهدّدها أو يعمل على اختراقها، فتصبح الهوية بذلك بنية مصمتة غير قادرة على التواصل والمثاقفة، على اعتبار أنّ الآخر دوماً راغب في محو ثقافتها، وجادّ في العمل على تغيير حضارتها ومعالم وجودها". بل إنّ تلك الرموز أضحت عبارة عن متخيّلات (imaginaire) لغوية رمزية منتجة اجتماعيًا لنعيش بها، تبنى من خلالها رموزها وصورها عن نفسها وعن الأشياء والعالم، وبواسطتها تُحدّد أنظمة عيشها الجماعي ومعاييرها الخاصة"* [36].

إذن فالعملية معقّدة بكثير ممّا نظن، بحيث قد لا يمكن تحديد هويتنا مستقبلاً بدون الحفاظ على اللغة التي تعد جزءاً أساسيًا منها، وبالتالي قد نعيش ما يمكن تسميته اغتراب لغوي داخل فضاء لغوي رقمي يتشكّل من عدد لا يحصى من الرموز والأشكال التعبيرية البديلة، وعليه تبقى مسألة الكتابة مهدّدة تهديداً يجعلنا لا نمرّر رسائلنا إلاّ وفق حتمية تلك الرموز والأشكال التعبيرية التي لا تعبّر حقًا ما بداخلنا أو عن شيء يمكن وصفه. في حين قد يتسأل سائل حول أنّ اللغة قاصرة أمام الفكر، ولكن قصورها لا يمكن تعويضه بتلك الرموز أو الأشكال، التي قد لا تتعدّى في كونها مكمّلاً لغويًا. كما أنّ هناك من يشير في تعبير خاص عن هذا النوع من التهديد، حيث يقول: *"إنّ كتابة النصوص مهدّدة في كّل مرة بالموت في ثنايا نص الكتب/الأرشيف، ولهذا لا تكفي الكتابة لوحدها في الحفاظ على العهد وإنقاذ الذاكرة الجامعية من الاندثار. لهذا تلجأ الكتب المقّدسة إلى القراءة والتلقن والترتيل كوسائل لتثبيت النص مّرة أخرى في الذاكرة. هكذا يتكلّس الفكر مرّة أخرى في بقايا جمل وآيات ووحدات لغوية. يموت*

سؤال الفكر على مداخن الذّاكرة لينتصر هدير الصوت الحي، الكلام الحامل للموتى في ضمير الأحياء" [37].

ولعلّ ما أشار "نسيم الحوري" في مؤلّفه "الإعلام العربي وانهيار السلطات اللغوية"[38]، في كيف تحوّل الصراع القديم بين الفصحى والعامية إلى الصراع بين اللغة الصحفية ومحكيات العامة من الناس ولهجاتهم، وقد تقلّص استخدام اللغة العربية الفصحى بشكل كبير من البرامج والأخبار والإعلانات حتّى في وسائل الإعلام الرسمية وذلك لمصلحة المحكيات، حيث باتت اللغة العربية وسلطاتها التقليدية التي حمتها طيلة العصور مثل السياسة والدين والمؤسسات التربوية في انهيار مثلها.

بل تعدّى هذا النوع من الصراع داخل اللغة ذاتها، إلى صراع خارجي مع تلك الرموز التعبيرية الجديدة "الايموجي" التي باتت تهدّد هوية اللغة ليس العربية فقط، وإنّما جميع اللغات العالمية الأصلية من خلال سلطة التقنية داخل فضاءات الاتصال الجديدة عمومًا وشبكات التواصل الاجتماعية خصوصًا.

خاتمة:

قد يرقى الفضول أحيانًا إلى الممارسة التي تصبح استخدامًا يؤثّر على جزءاً من هويتنا اللغوية داخل الفضاءات الاتصالية الجديدة وخصوصًا شبكات التواصل الاجتماعية التي أصبحت أكثر المواقع استخدامًا، ولعلّ القابلية في التعامل مع دخيل لغوي ونقصد هنا تلك الرموز التعبيرية التي تدعي بـ"الايموجي" بدون الحاجة إلى ذلك، أو باستخدام بديل ينفي لغتنا الحقّة، قد يشكّل تهديداً لغويًا، بحيث أنّ القصد من الاستخدام لا يخرج عن إطار تدعيم القول أو إثراءه بما يتناسب وتلك الرموز، ولعّل هذا ما يفسّر الاتجاه الذي ينظر إلى هذه الرموز كمكمّل لغوي؛ وليس على حساب اللغة ذاتها. ممّا ينعكس على تعطيل العقل باعتباره المصدر الأساسي في إنتاج اللغة، واختصار الممارسات اللغوية في شكل رموز تعبيرية التي قد لا تفي بالغرض، حينها يضيق مجال التواصل وتبدأ أزمة هوية اللغة ترسم طريقها، خاصة وأنّها تعكس حالات نفسية واجتماعية وثقافية معيّنة، بل تعد اللغة أساس أي حضارة قائمة. أمّا عن كونها لغة رقمية (الرمز= رقم) التي أصبحت أكثر تداولاً في الفضاءات الرقمية باعتبارها تتناسب وسياق هذه الفضاءات، بل خصّصت شركات انتاج بهذا الشأن، ولعلّ تداخل العوالم هنا يخلق

تنافسًا أو بالأحرى صراعًا لغويًا بين عالم لغتنا الممارسة وعالم تلك الرموز التعبيرية المستخدمة عبر شبكات التواصل الاجتماعية، وبالتالي هذا الصراع يتطلب جهداً إضافيًا في محاولة الغلبة التي تتجسّد في حجم استخداماتنا لهذه الرموز التعبيرية في مقارنتها مع حجم استخدامنا للغة كتابةً ونطقًا، كما أنّ العجز عادة في صياغة جملة أو فقرة في نقل حالة معيّنة لصديق مثلاً يحيلنا مباشرة وبسرعة فائقة، بل وبشكل متاح على غرفة الدردشة الخاصة، إلى استخدام تلك الرموز.

من هنا يظّل إنجاز الرموز التعبيرية "الايموجي"، وبشكل مستمر، وبصفة متجدّدة (خلق رموز إضافية)، مطلبًا أساسيًا يتناسب وطبيعة وخصوصية الفضاءات الرقمية من جهة، وكذا طبيعة وخصوصية المستخدمين من جهة أخرى، وهذا ما يجعلها لغة حيّة لا تموت إلاّ بموت عناصر وجودها، بل إنّ مصدر بقاءها تلك الشركات التي تعمل على انتاجها وتطويرها تقنيًا، وكذا حماية خصوصيتها التي قد تتعرض لعدّة انتهاكات تمس تصنيفًا أو شيفرة أو رقمًا يمثّل بدوره رمزاً معيّنًا.

انطلاقا من هذه الاتجاهات الواردة التي تنحصر بين اتجاه متفائل تختصر رؤيته في قابلية تداول استخدام رموز الايموجي واعتبارها كمكمّل لغوي لا يؤدي بالضرورة إلى تهديد اللغة الأم، بل هي ممارسات لغوية تخضع لنظام معيّن وتحكمها طبيعة تلك الفضاء الرقمية، واتجاه متشائم يضاعف من خطورة استخدام هذه الرموز وتداولها بشكل يحل محل اللغة الأم، بل وينافسها في الممارسة الفعلية التي تنقل قيمًا معيّنة تخص حدود المعنى اللغوي وكيفية توظيفها، بحيث أنّ الأثر يختلف بين الممارستين.

ولعلّ تفسير الاتجاه الثاني هنا ينطلق من مبدأين أساسيين: مبدأ يدافع عن هوية اللغة الأم لأي مجتمع من المجتمعات، ويحاول حفظها من التهديد والزوال والاندثار، ومبدأ يؤسس توجهه من فكرة نقدية تتعلق بدور التقنية التي تنقل ايديولوجية ثقافة وبيئتها الأصلية، حتّى ولو استخدمت في سياقات اجتماعية أخرى، وهذا ما ينطبق على استخدام اللغة في فضاءات تقنية خالصة من جهة (أي الاستخدام التقني للغة)، والانتاج التقني للغة من خلال انتاج هذه الرموز وتطويرها.

وعلى هذا الأساس وبناءً على هذه المعطيات يمكننا أن نعي جيّداً أولوية تعاملنا مع وسائل الاتصال الجديدة، وبالأحرى استخداماتنا اللغوية عبر شبكات التواصل الاجتماعية، وبالأخص تلك الرموز التعبيرية "الايموجي"، بحيث لا يمكن نفي دورها

الايجابي كمكمّل للغة، من خلال حاجتنا إليها في بعض الأحيان خاصة أنّها ذات تأثير نفسي خاص يتماشى وطبيعة الاتصال داخل هذه الفضاءات. ولكن بمستوى يجعلنا لا نهدّد لغتنا بالاستخدام المفرط، وذلك بتكييف حالتنا النفسية والاجتماعية برموز لغوية، أو تقعيد اللغة ومحاولة اختصارها، ممّا يقلل من ممارستها الفعلية، بل يتعدى ذلك بعدم تشغيل الفكر من خلال الرصيد اللغوي، مقابل جاهزية الرموز التي لا تحمل أكثر من معنى في الكثير من الأحيان. ومن هنا يتأسس اتجاه ثالث ينطلق من رؤية ترشيدية للاستخدام وفق لحالات الاتمام أو التكملة، بالاضافة إلى تطوير لغتنا وتحديثها بما يتلائم ومعطيات هذه الفضاءات، وذلك لاثراء اللغة ذاتها من دون أي تهديد في مكوناتها.

قائمة الهوامش:

1- إدوارد، تي هول، **اللَغة الصامتة**، ترجمة لميس فؤاد اليحيى، الأهلية للنشر والتوزيع، عمّان، ط1، 2007، ص147.

2- نقلاً عن: عز الدين، صحراوي، **اللغة العربية في الجزائر: التاريخ والهوية**، مجلة كلية الآداب والعلوم الانسانية والاجتماعية، العدد الخامس، جامعة بسكرة، 2009م، ص4.

3-**المرجع نفسه**، ص4-5- 4.

4-نقلاً عن: عبد العزيز، شرف، **المدخل إلى علم الإعلام اللغوي**، مكتبة مصدر لسان العرب، ص18.، أنظر:

http://lisaanularab.blogspot.com/2012/03/blog-post_3627.html, (consulté le 10/05/2017 à 14 :30).

5-https://www.theguardian.com/artanddesign/jonathanjonesblog/2015/may/27/emoji-language-dragging-us-back-to-the-dark-ages-yellow-smiley-face, (publié le 27/05/2015, consulté le 28/02/2017).

6- http://worldemojiday.com/ , (consulté le 25/06/2017 à18 :30)

7- Jeff Blagdon, The Verge, "***How emoji conquered the world*** ", https://www.theverge.com/2013/3/4/3966140/how-emoji-conquered-the-world, (publié le 04/03/2013, consulté le 20/05/2017 à 15:00).

8- اتحاد اليونيكود هو منظمة غير ربحية تم تأسيسها لتطوير وتوسيع وتعزيز استخدام معيار Unicode (توحيد الشيفرات) ومعايير العولمة ذات الصلة التي تحدد تمثيل النص في منتجات البرمجيات الحديثة وغيرها من المعايير، بحيث توفر هذه المؤسسة أرقاما خاصة للحروف المستخدمة،وذلك بغض النظر عن النظام الأساسي أو الجهاز أو التطبيق أو اللغة. وقد تم اعتماده من قبل جميع مزودي البرمجيات

الحديثة ويسمح الآن بنقل البيانات عبر العديد من المنصات والأجهزة والتطبيقات المختلفة بدون أي طر محتمل، كما يشكل دعم المؤسسة الأساس لتمثيل اللغات والرموز في جميع أنظمة التشغيل الرئيسية ومحركات البحث والمتصفحات وأجهزة الكمبيوتر المحمولة والهواتف الذكية - بالإضافة إلى الإنترنت وشبكة الويب العالمية (URL، HTML، XML، CSS، JSON،... إلخ). أنظر:

http://www.unicode.org/standard/WhatIsUnicode.html , (consulté le 25/09/2017 à 20:30).

9- http://blog.unicode.org/2014/06/announcing-unicode-standard-version-70.html, (consulté le 23/07/2018 à 21 :00)

10- **SwiftKey Emoji Report,** April 2015, https://fr.scribd.com/doc/262594751/SwiftKey-Emoji-Report#, (consulté le 18/06/2017 à 16 :20).

11- http://www.konbini.com/fr/tendances-2/etude-chaque-pays-son-emoji, (consulté le 15/08/2017 à 16 :20).

12- https://c-marketing.eu/emoji-le-nouveau-langage-des-emotions/, (consulté le 05/06/2016 à 21 :15).

13-https://www.lesinrocks.com/2014/08/21/medias/les-emoji-en-train-creer-nouveau-langage-11520266/, (consulté le 10/05/2017 à 14 :00).

14- Béjot, Virginie**, Qu'est-ce que l'emoji veut « dire » ? Des imaginaires à la boîte noire : analyse d'un objet trivial sous tensions**, Mémoire de Master professionnel, Spécialité : Médias et communication, 2015, École des hautes études en sciences de l'information et de la communication - Université Paris-Sorbonne, pp19-23.

15- http://www.unicode.org/emoji/charts/full-emoji-list.html, (consulté le 16/07/2017 à 18 :15).

*- إنّ استخدامنا لكلمة "لغوي تقني" في هذا الإطار لا تخرج في كونها لغة تمارس في قالب تقني أو ما يمكن تسميته باللغة الرقمية أي تداول اللغة في الفضاءات الاتصالية الجديدة (الرقمية)، ولعلّ هناك فرق بين استخدامنا لهذه الكلمة وبين ما يصطلح باللغة التقنية التي تخص بمجال أو تخصص علمي معيّن –أي الكلمات التقنية-.

16- أنظر: جابر، قميحة، **أثر وسائل الإعلام المقروءة والمسموعة والمرعية في اللغة العربية**، إصدارات نادي المدينة المنورة الأدبي، المدينة المنورة، ط1، 1997م/1418هـ، ص55.

17-أنظر: عبد الرحمن، عزي، **الإعلام و تفكك البنيات القيمية في المنطقة العربية، قراءة معرفية في الرواسب الثقافية**، الدار المتوسطية للنشر، تونس، 2009م، ص75.

18-نقلاً عن: محمود خليل، محمد منصور هيبه، **إنتاج اللغة الإعلامية في النصوص الإعلامية**، عالم الكتب، القاهرة، 2002م، ص19.

19- نسيم، الخوري، **الإعلام العربي وانهيار السلطات اللغوية**، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت، 2005م، ص9-10.

20- Tual, Morgane , **Les « emoji » constituent-ils un langage à part entière ?**, Le Monde.fr 15.03.2017 à 15h35, http://www.lemonde.fr/pixels/article/2016/03/15/les-emoji-constituent-ils-un-langage-a-part entiere_4883318_4408996.html, (consulté le 15/05/2017 à 16 :30).

21- https://c-marketing.eu/emoji-le-nouveau-langage-des-emotions/, (consulté le 05/06/2016 à 19 :20).

22- **Instagram Engineering,** Emojineering Part 1: Machine Learning for Emoji Trends, 30/04/2015.

https://engineering.instagram.com/emojineering-part-1-machine-learning-for-emoji-trendsmachine-learning-for-emoji-trends-7f5f9cb979ad#.vmwypzfru , (consulté le 12/07/2016 à 15 :20).

23- http://www.emojitracker.com/, (consulté le 15/07/2018 à 18 :30)

24-صحيفة العرب، **الانسان أرتد إلى عهده الأول...إنّه يتحدّث لغة الإيموجي**، العدد 10076، نشر بتاريخ 2015/10/24، ص18، أنظر الموقع الالكتروني: http://alarab.co.uk/?id=64669 ، (تمّ تصفح الموقع في: 2016/05/21 على الساعة: 20:30)

25- **المرجع نفسه**.

26-https://worldissmall.fr/2015/05/04/etude-swiftkey-lutilisation-des-emoji-selon-les-pays , (consulté le 10/08/2017 à 16 :00).

27- سعد، بن طفلة العجمي، **العربتيني: الكتابة العربية بالأحرف اللاتينية**، مباحث لغوي (1)، **لغة الشباب العربي في وسائل التواصل الحديثة**، مركز الملك عبد الله بن عبد العزيز الدولي لخدمات اللغة العربية، الرياض، ط1، 2014م/1435هـ، ص8.

28-**المرجع نفسه**، ص8

29- رامي، أبو شهاب، **هوية اللغة وأفق المستقبل الغامض: (الرموز التعبيرية "الإيموجي" أو رسوم الكهوف من جديد)**، صحيفة القدس العربي، 2016/11/10. أنظر: http://www.alquds.co.uk/?p=627415 .

30- محمد، أبو الرب، **دور الخطاب الدعوي التقني في بروز المجتمعات الشخصانية**، مجلة المستقبل العربي، العدد397، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت، مارس 2012م، ص ص 50-65.

31-**المرجع نفسه**، ص 52.

32- أنظر: يورغن، هابرماس، **العلم والتقنية كأيديولوجيا**، ترجمة حسن صقر، منشورات الجمل، كولونيا، ألمانيا، ط1، 2003م.

33-أنظر: يحي، اليحياوي، **أوراق في التكنولوجيا والإعلام والديمقراطية**، دار الطليعة، بيروت، 2004م.

34- عزي، عبد الرحمن، **الحتمية القيمية و الاعلام المعاصر**، ورقة علمية مقدّمة في المؤتمر الدولي حول الاعلام المعاصر في الرؤية الحضارية، جامعة وهران/الجزائر، بتاريخ:1-2 جوان 2014، ص .04

35- نورة، قنيفة، **الاشكال الهوياتي اللغوياتي الجزائري...أو إشكالية أزمة الانتماء**، أنظر:
http://dspace.univsetif2.dz/xmlui/bitstream/handle/setif2/386/kenifa.pdf?sequence=1&isAllowed=y.

36- **المرجع نفسه**.

37- إسماعيل، مهنانة، **العرب ومسألة الاختلاف: مأزق الهوية والأصل والنسيان**، منشورات ضفاف، بيروت، ط1، 2014م، ص28.

38- نسيم، الخوري، **مرجع سابق**، ص13-14.

قائمة المراجع:

1- تي هول، إدوارد، **اللَغة الصامتة**، ترجمة لميس فؤاد اليحيى، الأهلية للنشر والتوزيع، عمّان، ط1، 2007.

2- صحراوي، عز الدين، **اللغة العربية في الجزائر: التاريخ والهوية**، مجلة كلية الآداب والعلوم الانسانية والاجتماعية، العدد الخامس، جامعة بسكرة، 2009م.

3- شرف، عبد العزيز، **المدخل إلى علم الإعلام اللغوي**، مكتبة مصدر لسان العرب، أنظر:
http://lisaanularab.blogspot.com/2012/03/blog-post_3627.html

4-https://www.theguardian.com/artanddesign/jonathanjonesblog/2015/may/27/emoji-language-dragging-us-back-to-the-dark-ages-yellow-smiley-face.

5- http://worldemojiday.com/.

6- Jeff Blagdon, The Verge, "***How emoji conquered the world*** ", https://www.theverge.com/2013/3/4/3966140/how-emoji-conquered-the-world.

7- http://www.unicode.org/standard/WhatIsUnicode.html .

8- http://blog.unicode.org/2014/06/announcing-unicode-standard-version-70.html.

9- **SwiftKey Emoji Report,** April 2015, https://fr.scribd.com/doc/262594751/SwiftKey-Emoji-Report#.

10- http://www.konbini.com/fr/tendances-2/etude-chaque-pays-son-emoji.

11- https://c-marketing.eu/emoji-le-nouveau-langage-des-emotions/.

12-https://www.lesinrocks.com/2014/08/21/medias/les-emoji-en-train-creer-nouveau-langage-11520266/.

13- Béjot, Virginie**, Qu'est-ce que l'emoji veut « dire » ? Des imaginaires à la boîte noire : analyse d'un objet trivial sous tensions**, Mémoire de Master professionnel, Spécialité : Médias et communication, 2015, École des hautes études en sciences de l'information et de la communication - Université Paris-Sorbonne.

14- http://www.unicode.org/emoji/charts/full-emoji-list.html.

15- قميحة، جابر، **أثر وسائل الإعلام المقروءة والمسموعة والمرعية في اللغة العربية**، إصدارات نادي المدينة المنورة الأدبي، المدينة المنورة، ط1، 1997م/1418هـ.

16- عزي، عبد الرحمن، **الإعلام و تفكك البنيات القيمية في المنطقة العربية، قراءة معرفية في الرواسب الثقافية**، الدار المتوسطية للنشر، تونس، 2009م.

17- خليل محمود، هيبه محمد منصور، **إنتاج اللغة الإعلامية في النصوص الإعلامية**، عالم الكتب، القاهرة، 2002م.

18- الخوري، نسيم، **الإعلام العربي وانهيار السلطات اللغوية**، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت، 2005م.

19- Morgane, Tual, **Les « emoji » constituent-ils un langage à part entière ?**, Le Monde.fr | 15.03.2016 à 15h35, http://www.lemonde.fr/pixels/article/2016/03/15/les-emoji-constituent-ils-un-langage-a-part entiere_4883318_4408996.html.

20- https://c-marketing.eu/emoji-le-nouveau-langage-des-emotions/ .

21- **Instagram Engineering,** Emojineering Part 1: Machine Learning for Emoji Trends, 30/04/2015.

https://engineering.instagram.com/emojineering-part-1-machine-learning-for-emoji-trendsmachine-learning-for-emoji-trends-7f5f9cb979ad#.vmwypzfru ,

22- http://www.emojitracker.com/.

23-صحيفة العرب، **الانسان أرتد إلى عهده الأول...إنّه يتحدّث لغة الإيموجي**، العدد 10076، نشر بتاريخ 2015/10/24.

أنظر الموقع الالكتروني: http://alarab.co.uk/?id=64669

24- https://worldissmall.fr/2015/05/04/etude-swiftkey-lutilisation-des-emoji-selon-les-pays/.

25-بن طفلة العجمي، سعد ، **العربتيني: الكتابة العربية بالأحرف اللاتينية**، مباحث لغوي (1)، **لغة الشباب العربي في وسائل التواصل الحديثة**، مركز الملك عبد الله بن عبد العزيز الدولي لخدمات اللغة العربية، الرياض، ط1، 2014م/1435هـ.

26-أبو شهاب، رامي، **هوية اللغة وأفق المستقبل الغامض: (الرموز التعبيرية "الإيموجي" أو رسوم الكهوف من جديد)**، صحيفة القدس العربي، 2016/11/10. أنظر: http://www.alquds.co.uk/?p=627415 .

27- أبو الرب، محمد، **دور الخطاب الدعوي التقني في بروز المجتمعات الشخصانية**، مجلة المستقبل العربي، العدد397، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت، مارس 2012م.

28- هابرماس، يورغن، **العلم والتقنية كأيديولوجيا**، ترجمة حسن صقر، منشورات الجمل، كولونيا، ألمانيا، ط1، 2003م.

29- اليحياوي، يحي، **أوراق في التكنولوجيا والإعلام والديمقراطية**، دار الطليعة، بيروت، 2004م.

30- عزي، عبد الرحمن، **الحتمية القيمية و الاعلام المعاصر**، ورقة علمية مقدّمة في المؤتمر الدولي حول الاعلام المعاصر في الرؤية الحضارية، جامعة وهران/الجزائر، بتاريخ:1-2 جوان 2014م.

31- قنيفة، نورة، **الاشكال الهوياتي اللغوياتي الجزائري...أو إشكالية أزمة الانتماء**، أنظر: http://dspace.univsetif2.dz/xmlui/bitstream/handle/setif2/386/kenifa.pdf?sequence=1&isAllowed=y.

32- مهنانة، إسماعيل، **العرب ومسألة الاختلاف: مأزق الهوية والأصل والنسيان**، منشورات ضفاف، بيروت، ط1، 2014م.