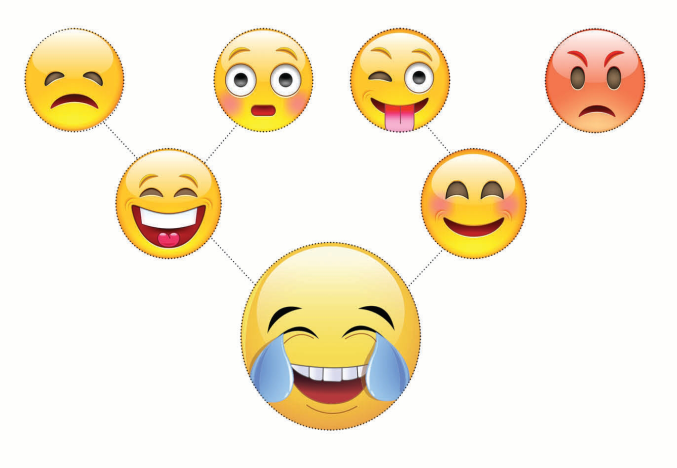


**نشانه‌شناسی[[1]](#footnote-1) ایموجی**

**ظهور زبان بصری در عصر اینترنت**

مارسل دانسی[[2]](#footnote-2)

پیشرفت‌های تصویر-واژه بی‌کلام[[3]](#footnote-3) در نشانه‌شناسی



**مترجم: نپتون ناظری**

|  |
| --- |
| http://opac.nlai.ir/nli.gif |
| ‏سرشناسه | : | دانسی، مارسل، |
| ‏عنوان و نام پديدآور | : | ‏ |
| ‏مشخصات نشر | : | ‏ |
| ‏مشخصات ظاهری | : | ‏ |
| ‏شابک | : | ‏ |
| ‏وضعیت فهرست نویسی | : | فیپا |
| ‏يادداشت: (عنوان اصلی) | : | ‏ |
| ‏يادداشت | : | ‏ |
| ‏عنوان دیگر | : | ‏ |
| ‏عنوان دیگر | : | نشانه‌شناسی ایموجی: پیدایش یک زبان تصویری در عصر اینترنت. |
| ‏موضوع | : | نشانه‌شناسی |
| ‏موضوع | : | Semiotics |
| ‏موضوع | : | رسانه‌های گروهی -- نشانه‌شناسی |
| ‏موضوع | : | Mass media – Semiotics |
| ‏موضوع | : | ارتباط دیداری -- روش‌های رقمی |
| ‏موضوع | : | Visual communication -- Digital techniques |
| ‏موضوع | : | خط -- چندرسانه‌ای تعاملی |
| ‏موضوع | : | Writing -- Interactive multimedia |
| ‏موضوع | : | زبان و اینتر‌نت |
| ‏موضوع | : | Language and the Internet |
| ‏شناسه افزوده | : | ناظری، نپتون، ‏ |
| ‏شناسه افزوده | : | Nazeri, Neptune |
| ‏رده بندی کنگره | : | ‏ |
| ‏رده بندی دیویی | : | ‏ |
| ‏شماره کتابشناسی ملی | : |  |
| ‏وضعيت ركورد | : | فیپا |



**مترجم: نپتون ناظری**

**نویسنده: مارسل دانسی**

**حروف‌نگاری**: فاطمه اسماعیل جماعت

**ویراستار**: فاطمه اسماعیل جماعت

**چاپخانه**: صدف

**لیتوگرافی**: صدف

**صحافی**: صدف

**نوبت چاپ**: اوّل 199

**شمارگان**: 500 عدد

قیمت: 90000 (تومان)

شماره استاندار بین‌المللی کتاب (شابک دوره):

International Standard Book No. (**ISBN**):

1-11-1817-226-879/حق چاپ محفوظ است

**نشانه‌شناسی ایموجی**

**پیشرفت‌های تصویر-واژه بی‌کلام در نشانه‌شناسی**

نشانه‌شناسی با گسترش محدوده خود، صرف‌نظر ازواج و جمله، شامل متن و گفتگو و کاربردهای بلاغی، نمایشی و ایدئولوژیک و زبان‌شناسی را تکمیل نموده است. نشانه‌شناسی باعث ایجاد تمرکز چندگانه بر ارتباطات انسانی شده است. پیشرفت‌های نشانه‌شناسی در آثار اصلی نمایش پژوهشی قدرتمند، خلاقیت فکری و وضوح بیان منتشرشده است. این آثار رویکردهای نشانه‌شناسی در زبان‌شناسی و آثار غیرکلامی، نمادها و گفتگو‌های اجتماعی، تجسم و شناخت ارتباطات و واقعیت‌های مجازی جدید که اینترنت به آن دامن زده است را اعمال کرده است. همچنین نشریاتی در رابطه ‌با نشانه‌شناسی اجتماعی، نشانه‌شناسی تکاملی، تئوری بازی‌ها، مطالعات فرهنگی و ادبی، تعاملات انسانی و ابعاد جدید و چالش‌برانگیز شبکه‌های انسانی را در برمی‌گیرد که از طریق وب‌سایت‌های اجتماعی ارائه می‌شوند.

ویراستار این اثر: پاول بویی ساک[[4]](#footnote-4) استاد برجسته دانشگاه تورنتو (کالج ویکتوریا) کانادا است. او چهره مشهور نشانه­شناسی در دنیا است و از پیشگامان مطالعات نشریه ننشانه شناسی ([www.semioticon.com/semiotix](http://www.semioticon.com/semiotix)) که است خوانندگان جهانی دارد.

عناوین این مجموعه:

نظریه بودائی نشانه‌شناسی، فابیو رامبلی[[5]](#footnote-5)

کلیات قابل‌محاسبه، جاش برسون[[6]](#footnote-6)

نشانه‌شناسی انتقادی، گری جنونسکو[[7]](#footnote-7)

درآمدی بر نشانه‌شناسی بصری پیران[[8]](#footnote-8)، تونی جپی[[9]](#footnote-9)

نشانه‌شناسی و رویکرد عملی[[10]](#footnote-10) بداهه‌پردازی مرحله­ای، دومنیکو پیتروپائولو[[11]](#footnote-11)

نشانه‌شناسی نوشیدنی و نوشیدن[[12]](#footnote-12)، پائول منینگ

نشانه‌شناسی خوشحالی، آلی فراولی[[13]](#footnote-13)

نشانه‌شناسی دین، رابرت یل[[14]](#footnote-14)

زبان آثار تاریخی جنگ، دیوید ماشین[[15]](#footnote-15) و گیل ابوسنوگا[[16]](#footnote-16)

نشانه‌شناسی دلقک­ها و دلقک‌بازی، پائول بویساک[[17]](#footnote-17)

نشانه‌شناسی چه گوارا[[18]](#footnote-18) ماریا - کارولینای کمبره[[19]](#footnote-19)

زبان تصویری داستان‌های مصور، نیل کوهن[[20]](#footnote-20)

**نشانه‌شناسی ایموجی**

مارسل دانسی

مرکز آموزشی بلومزبری

انتشارات بلومزبری با مسئولیت محدود

لندن، آکسفورد، نیویورک، نیو دهلی، سیدنی

مرکز آموزشی بلومزبری

انتشارات بلومزبری با مسئولیت محدود

لندن، نیویورک

میدان بد فورد 50، برادوی 1385

[**www.bloomsbury.com**](http://www.bloomsbury.com)

نشان‌واره و بلومزبری علائم تجاری انتشارات بلومزبری با مسئولیت محدود هستند.

چاپ اول: 2017

مارسل دانسی

حق چاپ این اثر، طرح‌ها و ثبت اختراعات آن، 1988، برای نویسنده این کتاب، مارسل دانسی، محفوظ است.

کلیه حقوق محفوظ است. انتقال الکترونیکی و مکانیکی مطالب این کتاب، ازجمله کپی‌برداری، ضبط، ذخیره‌سازی یا بازیابی اطلاعات، بدون اجازه کتبی ناشران، جایز نیست. درصورتی‌که هرگونه ضرر و زیانی در نتیجه مطالب موجود در این اثر به شخص یا سازمانی وارد شود، نشریه بلومزبری و نویسنده هیچ‌گونه مسئولیتی نخواهند داشت.

داده‌های کاتالوگ انتشارات کتابخانه بریتانیا

کاتالوگ این کتاب در کتابخانه بریتانیا ثبت شده است.

شابک:

ISBN: HB: 978-1-4742-8199-7  
PB: 978-1-4742-8198-0  
ePDF: 978-1-4742-8201-7  
ePub: 978-1-4742-8200-0

داده‌های فهرست بندی شده انتشارات در کتابخانه کنگره

داده‌های این کتاب در کتابخانه کنگره به ثبت رسیده است.

مجموعه: پیشرفت‌های تصویر-واژه بی‌کلام در نشانه‌شناسی

چاپ‌شده در هند، چنای، خدمات انتشارات جهانی دنتا

فهرست مطالب:

1 - ایموجی و نظام‌های نگارشی .....................................................................15

2 - کاربردهای ایموجی .................................................................................41

3 - قابلیت‌های ایموجی ..................................................................................63

4 - دستور زبان ایموجی ...............................................................................135

5 – زبان­شناسی ایموجی ...............................................................................163

6 – تنوع ایموجی .........................................................................................197

7 - گسترش ایموجی ....................................................................................233

8 - زبان‌های جهانی ......................................................................................263

9 - انقلاب ارتباطی ......................................................................................287

منابع .............................................................................................................309

**پیشگفتار**

دنیا بی‌معنا است، پس من چرا باید آن را به تصویر بکشم؟

(پابلو پیکاسو 1973-1881)

در سال 2015، یک اتفاق قابل‌توجهی روی داد. در دیکشنری آکسفورد، ایموجی معروف به صورتی با اشک‌های شادی، به‌عنوان یک کلمه انتخاب شد. این واژه نه‌تنها یک کلمه نبود- بلکه یک تصویر بود- توسط معتبرترین فرهنگ لغت در جهان به‌عنوان یک کلمه انتخاب شد. به طرز عجیبی، این انتخاب هیچ شکایت، اعتراض یا استدلالی توسط متولیان سواد سنتی (دانشگاهیان، معلمان و تصحیح کنندگان زبان ...) را در پی نداشت. این‌رویداد از بسیاری جهات گیج‌کننده بود و نشان می‌داد که یک تغییر الگوی واقعی در ارتباطات انسانی و حتی آگاهی انسان به وقوع پیوسته است.

دیکشنری آکسفورد در وب‌سایت خود توضیح داده است که این ایدئوگرام را به‌عنوان یک کلمه انتخاب نموده است چون اخلاق، روحیه و مشغله‌های امسال را به تصویر می‌کشد و منعکس‌کننده افزایش شدید محبوبیت ایموجی در سراسر جهان در سال 2015 است. آیا این افزایش محبوبیت سیگنالی است که نشان‌دهنده کاهش سواد مبتنی بر متن از زمان ورود فناوری‌های وب 2.0 است؟ گسترش سواد در اختراع فناوری چاپ در اواخر دهه 1400 به تصویر کشیده شده است که مطالب چاپی را به‌طور گسترده قابل‌دسترسی و ارزان می‌نماید و به کسب سواد را در بین تمام طبقات مردم تشویق می‌کند؛ اما همان سوادی که از قرن شانزدهم به این‌سو کسب نموده‌ایم، ممکن است طی چند دهه گذشته ارزش و اعتبار اجتماعی خود را ازدست‌داده باشد. عصر اینترنت شیوه نگارشی جدیدی را می‌طلبد و شیوه‌های سنتی به‌طور فزاینده‌ای به حاشیه می‌روند.

اینترنت اشکال جدید شیوه‌های نگارشی و سواد را به وجود آورده است. بر اساس تحقیقات انجام‌شده توسط دانشگاه آکسفورد و تجارت فناوری موبایل، در انگلیس، چهره‌ای با اشک شادی بیش از 20 درصد کل ایموجی مورداستفاده در سال 2015 کاربرد داشته است و 17 درصد کل ایموجی مورداستفاده در ایالات آمریکا را به خود اختصاص داده است. درواقع، ایموجی به‌طور فزاینده‌ای در سراسر جهان محبوبیت یافته‌اند و برای افراد مختلف امکان برقراری ارتباط و تعامل دقیق‌تر درزمینهٔ‌های مختلف زبانی و فرهنگی را ایجاد می‌کند، ازاین‌رو، ارتباطات بین فرهنگی را، با عبور از موانع نمادین گذشته توسط اسکریپتهای خاص و ایدئولوژی‌های ضمنی اجتماعی - سیاسی، ممکن می‌سازد. در عصر کنونی، هوش جهانی متصل، ممکن است از بین برود.

این کتاب تلاشی است برای شرح اینکه چرا موضوع ایموجی برای همه مهم است. در عصر دهکده جهانی الکترونیکی که در آن مردم با زبان‌ها و فرهنگ‌های مختلف ملی، از طریق تعاملات آنلاین در تماس هستند، کد ایموجی می‌تواند زبانی جهانی باشد که به حل مشکل درک متقابل در ارتباطات بین‌المللی کمک می‌کند. این کد در ابتدا در پیام‌های الکترونیکی و صفحات وب ژاپنی مورداستفاده قرار گرفت که فارغ از زبان یا زمینه‌های فرهنگی استفاده می‌شد که پیامدهای زیادی در نگارش و سوادآموزی و حتی آگاهی انسان در برداشت. حرکاتی مانند بلیسیمبولیک[[21]](#footnote-21) را یادآوری می‌کنیم که به‌عنوان جایگزینی برای تناوب و تغییرپذیری نگارش آوایی ارائه می‌دهد، این کد ایموجی ممکن است نشانه‌ای از چگونگی تحول در نگارش و سوادآموزی باشد. از طرف دیگر، ممکن است شکلک فقط یک مد روز باشد. درهرصورت، مطالعه پدید شکلک کاملاً قابل‌توجه است.

این کتاب، عمدتاً با دیدگاه نشانه‌شناسی و غیر فنی به بررسی ایموجی می‌پردازد تا مخاطب بتواند با آن ارتباط برقرار کند. ما بدون درنظرگرفتن واژه‌های تخصصی و نظریات پیچیده نشانه‌شناسی نظری، ایموجی را به‌عنوان علایم و نمادهایی که به لحاظ نشانه شناختی و رسمی به‌هم‌پیوسته‌اند، بررسی می‌کنیم. بااین‌حال، به‌طورکلی مباحث علمی را کنار نمی‌گذاریم چون با این کار از عمق مطلب کاسته می‌شود. یا این وجود، در صورت نیاز به مبحثی تخصصی، آن‌ها را طوری به تصویر می‌کنیم که کاملاً قابل‌فهم باشند. به‌طورکلی، هیچ چیزی در این کتاب مسلم انگاشته نمی‌شود.

در گردآوری این مقاله، پژوهش‌های بسیاری انجام‌شده که مبتنی بر پایگاه‌های داده‌ای است که در دانشگاه تورنتو جمع‌آوری‌شده است. این داده‌های پیام‌های الکترونیکی دارای شکلک را شامل می‌شود. اطلاعات این پایگاه داده توسط یک گروه تحقیقاتی متشکل از 4 دانشجوی دانشگاه به نام‌های نادیا گوتزینو[[22]](#footnote-22)، سولی دوباش[[23]](#footnote-23)، لیلی چی[[24]](#footnote-24)، ایوان توان[[25]](#footnote-25)، جمع‌آوری‌شده است. دو وظیفه اصلی به آن‌ها محول شده بود: (1) جمع‌آوری مطالب نوشته‌شده‌ای که برای تجزیه‌وتحلیل ایموجی مناسب باشند؛ و (2) مصاحبه با یک گروه آگاه در همان دانشگاه، تمامی اعضای این گروه باید از قبل مشخص‌شده باشند و به‌طور مرتب از ایموجی استفاده کنند و برای شرکت در این پروژه تحقیقاتی مشتاق باشند. این گروه به صورتی انتخاب‌شده بود که تعداد زنان و مردان شرکت‌کننده در آن برابر بودند، تعداد هرکدام 50 نفر بود. افراد شرکت‌کننده در این تحقیق بین 18 سال تا 22 ساله بودند. آن‌ها 323 متن شخصی خود در پیام‌ها، توییتر‌ها و سایر رسانه‌های اجتماعی را در اختیار قراردادند. این داده‌ها با تأیید اصول اخلاقی برای استفاده در این کتاب در اختیار گروه قرار گرفت. برخی از اطلاعات که ممکن بود برای کسی دردسرساز باشد حذف شدند. به‌طورکلی، گروه آگاه، یک آزمایشگاه میدانی را تشکیل می‌دادند که در آن به‌طور مستقیم ایموجی مورد بررسی قرار می‌گرفتند. نگارش حاوی ایموجی محصول عصر اینترنت است، اگرچه سبک‌های نگارشی مشابه ای در دوره‌های پیشین وجود دارد که در متون قرون‌وسطی و رنسانس قابل‌مشاهده است (که در مبحث بعدی ذکرشده است). هدف ما ارزیابی دلایل ظهور شکلک در این دوره و پیامدهای اجتماعی و فلسفی آن در ارتباطات متقابل، ارتباطات انسانی و درک انسانی است.

1 **- ایموجی و نظام‌های نگارشی**

نگارش به معنای اشتراک‌گذاری است. بدان معنی که انسان بخواهد مطالبی را به اشتراک بگذارد.

پائولو کوئیلو (1947)[[26]](#footnote-26)

واژه سال دیکشنری آکسفورد تنها رویداد سال 2015 نبود که اهمیت فزایندهٔ ارتباطی و اجتماعی ایموجی را نشان داد. موسیقی‌دانان، هنرمندان، سیاستمداران و مبلغان و بسیاری از افراد دیگر استفاده از ایموجی را در توییتر‌ها، صفحات فیس‌بوک، وب‌سایت‌ها و سایر مکان‌های دیجیتال آغاز کردند. حتی یک هنرمند برجسته موسیقی به نام رپل مک کارتنی، از گروه بیلتز، ده ایموجی متحرک جدید به نام (لاو ایموجی) برای نرم‌افزار اسکایپ ساخت. این ایموجی شامل شخصیت‌هایی همچون فیلترینگ بنانا[[27]](#footnote-27)، هشت پای هیجان‌زده[[28]](#footnote-28) و سوموکوپید[[29]](#footnote-29) بودند و همان‌طور که از نامشان پیداست، برای روز ولنتاین ساخته شدند. این ایموجی دارای یک موسیقی بود که توسط مک کارتنی ساخته شده بود. ایموجی فیلترینگ بنانا می‌تواند به معنای نوازش کردن نیز باشد.

اسکایپ پیش‌ازاین ایموجی متحرک سفارشی ساخته بودکه از هر چیزی، از تصاویر استودیوهای بزرگ سینما گرفته تا احترام نمادین به سنت‌های هند، استفاده کرده بود. مورد اسکایپ غیرطبیعی نیست. به نظر می‌رسد که در سراسر جامعه مدرن، به‌نوعی در استفاده از ایموجی ضرورتی وجود دارد تا سبک جدید و جالب نگارش را به نمایش بگذارد. این ضرورت به نسل هزاره دنیای دیجیتال محدود نمی‌شود بلکه تقریباهمه را، از پل مک کارتنی گرفته تا هیلاری کلینتون، در برمی‌گیرد. ایموجی مرد آمریکایی که برای کاربران آیفون و اندروید ساخته شده است، هیچ موجی نامیده می‌شود. بعلاوه، 17 ژوئن به‌عنوان روز جهانی ایموجی نامیده می‌شود که روز گسترش ایموجی را جشن می‌گیرد. تا جایی که می‌دانیم، هیچ‌کس درگذشته چنین چیزی را جشن نگرفته است. مثلاً جشن گرفتن روزی به‌عنوان روز جهانی اصوات، پیش‌پاافتاده و مسخره بود.

گسترش ایموجی چند سؤال کلیدی به همراه دارد، اینکه چگونه ما اکنون ارتباط برقرار می‌کنیم و مهم‌تر این‌که چگونه با این سبک جدید داستان‌های مصور ارتباط برقرار می‌کنیم. باید نگاهی به گذشته بیندازیم و نظام‌های نگارشی و نقش آن‌ها در زندگی انسان را بررسی کنیم تا هدف اصلی این بخش تحقق یابد. با این کار چارچوب نظری موردنیاز مبحث پدیده ایموجی را می‌توانیم با نشانه‌شناسی اثبات کنیم. ازاین‌رو، پس از بحث مختصری در مورد ریشه ایموجی، در این فصل به سیستم نوشتاری و جنبه‌های اجتماعی نگارش و شیوه‌های مختلف آن می‌پردازیم. در اینجا فقط به موارد ضروری می‌پردازیم. در آخر، با شرح تحقیق و ابزار نشانه‌شناسی مورداستفاده در این کتاب، این فصل را به پایان می‌رسانیم.

**ریشه ایموجی**

کلمه ایموجی از عبارت ژاپنی絵文字 اقتباس شده است، حرف e در ایموجی به معنای تصویر است و moji مخفف حرف شخصیت است؛ بنابراین ایموجی به معنای تصویر - واژه است که توصیف دقیق ایموجی است. واژه ایموجی در زبان انگلیسی هم به‌صورت مفرد و هم به‌صورت جمع بکار می‌رود. اگرچه s جمع هم می‌گیرد. اولین نماد ایموجی با شکلک‌ها تفاوت داشت و حدوداً سال 1998 توسط یک کارمند مخابرات ژاپنی به نام شیگتاکا کوریتا ساخته شد، او خواننده مجله‌های مانگا بود (سبک ظاهری جذاب مانگا را جایگزین شکلک‌های گرافیکی کرد). در سال 1997 که استفاده از اینترنت فراگیرتر و بیشتر شد، بسیاری از کاربران در وب‌سایت‌ها و ایمیل‌ها از شکلک‌های اسکی[[30]](#footnote-30) استفاده کردند - کد اسکی مخفف عبارت (استاندارد آمریکایی برای تبادل اطلاعات) است، این کد مجموعه استانداردی از کدهای دیجیتالی شکلک است که حروف و نمادها را نشان می‌دهد و در انتقال متن بین رایانه استفاده می‌شود. در همان سال نیکلاس لوفرانی[[31]](#footnote-31) اشکال شکلک پرتره را ایجاد کرد تا جایگزین فرم‌های ساده علائم نگارشی شود. لوفرانی پسر روزنامه‌نگار فرانکلین لوفرانی[[32]](#footnote-32) است. او اولین کسی بود که نماد لبخند را تجاری در سال 1972 تجاری کرد تا بجای لحن بدبینانه متداولی که در رسانه‌های چاپی استفاده می‌شود، لحن مثبتی را ایجاد کند، درست پس‌ازآن، لبخند به‌عنوان نماد مثبت و خوش‌رویی در سراسر جهان شناخته شد.

به لحاظ تاریخی، لازم به ذکر است که نشان لبخند توسط یک گرافیست آمریکایی به نام هاروی راس بال[[33]](#footnote-33) در سال 1964 اختراع شد. او این کار را برای یک شرکت بیمه انجام داد که می‌خواست کارمندانش دکمه‌هایی را فشار دهند و روحیه آن‌ها افزایش یابد. این دکمه در سراسر آمریکا و حتی جهان، مورداستفاده قرار گرفت و بنابراین، این تصویر لبخند جهانی شد. در اوایل دهه 1970، برچسب‌های لیوان، تیشرت و سپر (با عبارت روز خوبی داشته باشید) توسط دو کارآفرین فیلادلفیا، برادران برنارد و موری اسپین[[34]](#footnote-34)، تولید شد. این برچسب‌ها در فضاهای مجازی قابل‌مشاهده است. سپس در سال 1982، گروهی از محققان کارنگی ملون[[35]](#footnote-35) در ساختمان خود از تابلوی اعلانات آنلاین برای اعلام طنزآمیز رویدادها استفاده کردند. آن‌ها به این نتیجه رسیدند که ممکن است کسانی که این مکالمات را می‌بینند این گفتگوها را جدی تلقی کنند و ازاین‌رو، نشان لبخند(: را توسعه دادند تا هرکسی بتواند متوجه شود که پیام لحنی شوخی‌آمیز دارد و محتوی پیام جدی نیست. یک دهه پس‌ازآن، ایموجی به وجود آمدند و شکلک‌ها را به لحاظ تصویری کامل‌تر کردند: و ایموجی: به ایموجی ☺ تبدیل شد.

فرمت این ایموجی کوریتا[[36]](#footnote-36) بود که در سال 2010 توسعه یافت. از سال 2011، وقتی اپل سیستم‌عامل (5IOS) را عرضه کرد، دارای نویسه‌های ایموجی بود، نمادهای تصویری - واژه‌ای کوریتا در تمامی قالب‌های ارتباط دیجیتالی در سراسر جهان به‌طوری گیری گسترش یافت. اکنون ایموجی بر روی تمامی صفحه‌کلیدهای کامپیوتری قرار دارند. تصویر زیر نمونه متداول است:



شکل 1 – صفحه‌کلید دارای شخصیت‌های ایموجی

با عرضه یونیکد 8 در سال 2015 که مجموعه بزرگی از تصویر - واژه‌ها را در دسترس قرارداد (که شکلک لبخند با رنگ متفاوت را شامل می‌شد) استفاده از ایموجی به یک کد نوشتاری جدید تبدیل شد که نشان می‌داد چگونه مردم از طریق اینترنت و دستگاه‌های تلفن همراه ارتباط برقرار می‌کنند و همچنین نشان می‌داد که ایموجی به بسیاری از عرصه‌های تبلیغاتی و مبارزات سیاسی نفوذ کرده‌اند. یونیکد یک استاندارد بین‌المللی رمزگذاری شده با اسکریپت های مختلف است – یونیکد به هر شخصیتی که اعمال می‌کند عددی منحصربه‌فرد اختصاص می‌دهد. در سیستم‌عامل‌ها و برنامه‌های مختلف، این امکان برای کاربران ایجاد شده است که امکان استفاده از یک سیستم فونت واحد را فراهم می‌سازد.

همان‌طور که در مقدمه ذکر شد، ظهور و گسترش سریع شکلک‌ها ممکن است نمایانگر تغییری در الگوی اولیه نحوه درک مردم از نگارش، سواد و ارتباطات باشد. برخلاف عصر چاپ که استفاده انحصاری از نگارش الفبایی را در بیشتر رسانه‌های پیام‌ساز و حوزه‌های سواد، تشویق و تحمیل می‌کرد، عصر کنونی اینترنت سبک‌های مختلف نگارش تشویق می‌کند که از سبک‌های بصری و شنیداری به همراه حروف الفبایی و غیرالفبایی استفاده شود. این سیستم نگارشی ترکیبی، مفاهیم بسیاری، از عصر چاپ گرفته تا نشانه‌های معاصر نیروهای ناخودآگاه در حال تکامل نظام‌ها و شیوه‌های ارتباطات انسانی را در برمی‌گیرد. هدف این کتاب این است که مفاهیم با بررسی اشکال، معانی و عملکردهای شکلک‌ها و پیامدهای مرتبط با آن درک شوند.

ازآنجایی‌که ایموجی حروف تصویری پیش‌ساخته شده و استانداردی هستند، می‌توانند یک کد نگارشی استاندارد جهانی و مصنوعی را به وجود آورند؛ اما موضوع مهمی دررابطه‌با ایموجی وجود دارد که به بررسی آن می‌پردازیم، بهتر است در اینجا نظریه سیستم نگارش را بررسی کنیم و به این مبحث بپردازیم که آیا ایموجی با شیوه‌های نگارشی تکامل‌یافته پیشین ارتباط دارند و این تطابق چگونه به وجود آمده است؟ اصطلاح مصنوعی در اینجا به سیستم نظامی نگارشی اشاره دارد که فرد به‌جای اینکه در طول زمان تحت تأثیر گرایش‌های زبانی و فرهنگی قرار گیرد، آگاهی کامل از آن استفاده می‌کند، علاوه بر این، به نظر می‌رسد که ایموجی در مقایسه با نظام‌های نگارشی سنتی دارای ویژگی‌های منحصربه‌فردی هستند. ایموجی دارای دو تابع تصویری (نمایش مستقیم) و توجیهی (جایگزینی واژه) هستند. همان‌طور که می‌دانیم، نگارش اولیه اساساً تصویری بوده که با گذشت زمان به نشان‌واره گرافی، ایدئوگرافی یا حروف الفبا تبدیل شده است، حدود ۱۰۰۰ سال پیش از میلاد مارشال مک لوهان[[37]](#footnote-37) (۱۹۶۲) تصویر نویسی را به‌صورت حروف الفبایی درآورده است، به اولین تغییر الگوی شناختی در تاریخ بشریت بود نشان‌دهنده مهاجرت انسان‌ها از جوامع قبیله‌ای به اولین تمدن‌ها بود و وابستگی انسان به معاملات و اسناد مکتوب برای پایه‌ریزی اصول و تضمین کردن کارایی آن‌ها در نظام‌های جدید زندگی را نشان می‌داد.

با ظهور و گسترش ایموجی که تقریباً جای شکلک‌ها را گرفته‌اند، امکان پیشرفت تغییر پارادایم وجود دارد که مشخصه آن بازیابی نگارش تصویری - نشان‌واره گرافی آمیخته شده با نوشتار الفبایی است. اگر این گرایش گسترش پیدا کند و به یک صورت یک‌زبان جامع و ترکیب شده با تصویر و آوا تکامل یابد، آنگاه می‌توان به این موضوع پرداخت که آیا ایموجی می‌تواند بنیان‌گذار یک تمدن جدید باشد؛ تمدنی جهانی که مبتنی بر زبان بصری رایج یا به‌طور دقیق‌تر یک سیستم نگارش ترکیبی است. اگر چنین باشد، شیوه‌ای که ما پیام‌ها را می‌خوانیم و می‌نویسیم، نه‌تنها به‌طور اساسی با گذشته متفاوت می‌شود، بلکه ممکن است بیانگر تغییری ناگهانی در آگاهی انسانی باشد که از حالت خطی و لفظی پردازش اطلاعات به حالتی فراگیر و تخیلی تبدیل شده است. از سوی دیگر، استفاده از ایموجی در نگارش ممکن است فقط یک علاقه گذرا باشد که با فناوری جدید و گرایشاتی در فرهنگ‌عامه همراه است در پی اینکه همه آن‌ها از داستان‌های مصور ژاپنی الهام گرفته شده‌اند که به کاربران اجازه می‌دهد پیام‌هایشان را سرگرم‌کننده‌تر و لذت‌بخش‌تر کنند؛ در این صورت عملکرد آن‌ها بیشتر تزیینی در نظر گرفته می‌شود، علاوه بر این، مادامی‌که فناوری تغییر می‌کند، این علاقه هم به‌شدت تغییر می‌کند و ایموجی ممکن است به‌زودی به چیزی که به گذشته تعلق دارد، تبدیل شوند، در این کتاب به این موضوع می‌پردازیم، اما در دو فصل پایانی به‌طور مستقیم آن را بررسی خواهیم کرد.

**نظام‌های نگارشی**

نظریات متفاوتی در رابطه‌ با نظام‌های نگارشی وجود دارند و نیازی نیست که در اینجا به تاریخچه بحث‌ها بپردازیم. بااین‌حال، حقایقی وجود دارد که در میان زبان‌شناسان و باستان شناسان قابل‌قبول است و برای مباحث این کتاب مفیدند. برجسته‌ترین آن‌ها این نظریه است که نگارش تصویری به لحاظ فیلوژنیتیکی بر تمامی انواع دیگر نگارش مقدم است و با دوره ماقبل تاریخی مصادف است. اگر این نظریه درست باشد، آنگاه ممکن است نگارش و هنر خاستگاه مشترکی داشته باشند (بویساک[[38]](#footnote-38)، ۱۹۸۳، ۱۹۹۴ و ۱۹۹۷). ما هر نوع نگارش تصویری، ازجمله ایموجی را هنری تلقی می‌کنیم. به نظر می‌رسد که این نگارش تصویری بخشی از DNA انسان است (داتون[[39]](#footnote-39) ۲۰۱۰). تقریباً زمانی که کودکان اولین کلمات را به زبان می‌آورند اگر به آن‌ها وسایل نقاشی داده شود، بدون اینکه آموزشی دیده باشند شروع به خط‌خطی کردن و سروصدا می‌کنند. برخی معتقدند که این موضوع ممکن است نشانهٔ تکاملی از گذشته دور باشد که به‌طور ناخودآگاه آن‌ها را راهنمایی می‌کند (وایگوتسکی،[[40]](#footnote-40) ۱۹۶۲). سوابق باستان‌شناسی نشان می‌دهد که تعریف ویژگی‌های گونه­های انسانی، ازجمله توانایی تفکر و برنامه‌ریزی آگاهانه و انتقال مهارت‌ها و دانش در میان نسل‌ها است، با ظهور زبان در قالب‌های آوایی و غیر آوایی (مثل حالات چهره) پدیدار شده است.

اکثر شناسان زبان گفتاری را بر زبان نوشتاری مقدم می‌دانند و زبان نوشتاری را صرفاً وسیله‌ای برای ثبت گفتارهای کلامی به شمار می‌آورند. همان‌طور که در گفته مشهور لئونارد بلوم فیلد[[41]](#footnote-41) (۱۹۳۳: ۲۱) آمده است: نوشتن، زبان نیست؛ بلکه صرفاً راهی برای ثبت زبان به‌وسیله علائم قابل دیدن است. اگرچه این مسئله تصادفی نیست که این دیدگاه عمدتاً محصول جوامعی است که از حروف الفبا استفاده می‌کنند. اگر سوابق باستان‌شناختی و دیرینه شناختی صحیح باشند، آنگاه این مطلب نمی‌تواند به‌طور کامل اثبات شود. اسناد محکمی وجود دارند که زبان به‌عنوان یک توانایی ذهنی، قبل از گفتار کلامی توسعه‌یافته و توسط حالات چهره و پیکتوگرام اظهار گردیده است. اگرچه این سند دلیلی غیرمستقیم است، اما می‌تواند متقاعدکننده باشد. حنجره، گفتار کلامی را از نظر فیزیکی ممکن می‌سازد. در نوزاد انسان حنجره در قسمت بالای گردن قرار دارد که در دیگر پستانداران نخستین هم این‌گونه است. نوزادان به شیوه‌هایی که از نظر فیزیولوژیکی مشابه گوریل ها و شامپانزه هاست، نفس می‌کشند، می‌بلعند و صدا تولید می‌کنند؛ اما گاهی اوقات، حدود سه تا شش ماه اول زندگی، حنجره شروع به پایین رفتن از گردن می‌کند. موقعیت پایین جدید به این صورت است که دستگاه‌های تنفسی و گوارشی از بالای حنجره عبور می‌کنند. این وضعیت، موجب بروز خطراتی می‌شود: ممکن است غذا به‌راحتی در ورودی حنجره قرار بگیرد و نیز افراد نمی‌توانند بدون اینکه خفه شوند به‌طور هم‌زمان هم بنوشند و هم‌نفس بکشند، اما در برابر این خطرات، یک محفظه حلقی در بالای تارهای صوتی ایجاد می‌شود تا تعدیل صدا و گفتار کلامی را ممکن سازد.

در حال حاضر، پژوهش‌هایی که درباره قالب‌های جمجمه انسان انجام‌شده، اثبات می‌کند که پایین رفتن حنجره، از حدود صدهزار سال پیش به یک ویژگی دائمی در توسعه کالبدشناختی انسان تبدیل شده است (البتمن[[42]](#footnote-42) ۱۹۸۳، ۱۹۹۰)، این مطلب این نظریه را تقویت می‌کند که ممکن است زبان بدون گفتار کلامی در گونه‌های هوشمند پیش از انسان‌های اولیه وجود داشته است، بنابراین، محتمل‌ترین شیوه‌های ارتباطی، حالت چهره و شاید تصویری باشد. وقتی گفتار کلامی از نظر فیزیولوژیکی ممکن گردید، احتمالاً به همراه حالات چهره به کار گرفته می‌شد، نه اینکه به‌طور کامل جایگزین شیوه‌های ارتباطی پیشین شده باشد. این محتمل‌ترین دلیل برای این مسئله است که چرا ما هنوز در مواقعی که گفتار کلامی غیرممکن است از حالات چهره به‌عنوان شیوه‌ای ارتباطی استفاده کرده و نیز در حین صحبت با سرودست اشاره می‌کنیم. اکنون، صرف‌نظر از هر رابطه‌ای که بین نگارش و گفتار کلامی است، می‌توان گفت که هر دو شیوه برای رمزنگاری، ذخیره‌سازی و انتقال اطلاعات به کار می‌روند و نیز مجزا از یکدیگر نیستند، بلکه هر دو یکدیگر را به روش‌های بسیاری تکمیل می‌کنند.

 بدیهی است که مطالعه نظام‌های نگارشی پیامدهای بسیاری در ریشه و تکامل فرهنگ انسانی دارد. نظام‌های نگارشی به چند بخش تقسیم می‌شوند؛ نگارش تصویری از نشانه‌های تصویری تشکیل‌شده و نمایانگر و منعکس‌کننده مفاهیم موردنظر است. در نگارش اندیشه از تصاویر و نمادها برای نشان دادن اشیاء و اندیشه‌ها استفاده می‌شود و معمولاً از ترکیب تصاویر به روش‌های خاص استفاده می‌کند. هجاها از نویسه‌هایی تشکیل‌شده­اند که مخفف هجاهای گفتاری هستند؛ به‌طوری‌که به نظام‌های الفبایی دسترسی دارند. حروف الفبا از مجموعه استاندارد حروفی که به‌طور تخصصی به‌عنوان نویسه و نماینده واحدهای گفتاری به نام واج (آوا) هستند، تشکیل‌شده است (ازجمله مصوت‌های معین و حروف صامت). اگرچه این دسته‌بندی یک سیستم نگارشی است که برای اهداف فعلی ما کافی است. حروف الفبا اقتصادی‌ترین عنصر نظام‌های نگارش هستند، زیرا مانند ارقام موجود در نظام‌های عددی اعشاری یا دودویی، از یک مجموعه محدود به نمادها (از بیست تا حدود سی و پنج نماد) تشکیل‌شده‌اند که برای نوشتن مداوم تمامی واژه‌های یک‌زبان به کار روند؛ زیرا جداول هجابندی از هشتاد تا صد نماد تشکیل‌شده‌اند و در دیگر نظام‌ها نیز صدها نماد وجود دارد، به همراه حروف الفبا، نمادهای گرافیکی که تحت عنوان علائم نگارشی شناخته می‌شوند، مدت‌ها بعد برای بهبود متن نوشته‌شده معرفی گردیدند؛ حروف الفبا و علائم نگارشی، هر دو به‌عنوان راهنمایی برای مشخص‌کردن محدوده واژه‌ها، جمله و نیز برای نشان دادن ویژگی‌های عروضی ازجمله تکیه صدا و صرف فعل به کار می‌روند. باوجود پیچیدگی انتزاعی و نمادین نظام‌های الفبایی، جای تعجب ندارد که مسلط شدن بر آن‌ها و یادگیری‌شان به زمان و تحصیل قابل‌توجهی نیاز دارد.

حروف الفبا ازاین‌جهت خطی نامیده می‌شوند که متون را به‌صورت خطی، از چپ به راست، راست به چپ، بالابه‌پایین و پایین‌به‌بالا، حروف‌چینی نوشته می‌شوند؛ نظام‌های غیرالفبایی وابستگی کمتری به حروف‌چینی جهت­دار دارند؛ چون نمادهای آن‌ها بیشتر از آنکه صداها را نشان دهند، نشان‌دهنده مفاهیم هستند، این بدان معنا نیست که نظام‌های غیرالفبایی ساختاری ندارند. به گفته نائومی بارون[[43]](#footnote-43) (۲۰۱۰)، یکی از ویژگی‌های اصلی نگارش الفبایی این است که با قواعد نحوی آن زبان، مطابقت داشته باشد و اجازه دهد اندیشه‌های منفرد، به‌صورت قاعده­مند، به اندیشه‌های پیچیده و به‌هم‌وابسته ملحق شوند (ترگر[[44]](#footnote-44)، ۱۹۷۴). از سوی دیگر، نظام‌های تصویری وابستگی کمتری به دستور زبان کلامی دارند (مالری[[45]](#footnote-45) 1983). آن‌ها در ارائه حوادث و رویدادها، مانند روایت‌ها، بسیار متنوع هستند (دیرینگر[[46]](#footnote-46) ۱۹۶۲).

تحقیقات نشان می‌دهند که بین چگونگی نگارش بصری و الفبایی در بیشتر شیوه‌ها و سبک‌های نوشتاری تعادلی وجود دارد (اسکیل[[47]](#footnote-47)، ۱۹۷۹)، به‌عنوان‌مثال، مایاها دارای مجموعه‌ای از نمادهای نوشتاری مبتنی بر آوا بودند که به همراه حروف تصویری به کار می‌رفتند. این حروف برای اسناد مربوط به سلسله‌های حکومتی به کار می‌رفت، چون درک آن برای مردم راحت‌تر بود. به‌عبارت‌دیگر، سیستم مایا یک سیستم مختلط یا ترکیبی بود که بر اساس آن‌یک حرف یا نشانه در صورت نیاز به کاربرد می‌شد تا قابل‌درک باشد. مشهورترین سیستم ترکیبی باستانی، سیستم مصری هیروگلیف بود. حدود ۲۷۰۰ ق. م تا ۲۵۰۰ ق. م، هیروگلیف مصری عمدتاً نمادی بود که به مفاهیم معینی (چشم، زرافه، صندل، نی، نان، فلوت و غیره) اشاره می‌کرد؛ اما همین‌که این سیستم به‌طور منظم‌تری استفاده شد، ایده‌های بی‌شماری برای اشاره به مفاهیم انتزاعی (ضرب و شتم، گریستن، قدم زدن، اسارت) توسعه یافتند. در اینجا ارتباطی بین بخش‌های گفتاری و اشکال واقعی نگارش وجود داشت. اسامی به معمولاً به‌صورت ایدئوگرام کشیده می‌شدند، درحالی‌که افعال به‌وسیله ایدئوگرام­ها نشان داده می‌شدند (گلدوسر، ۱۹۹۵)، بعضی از اسکریپت را به‌طور دقیق (با هر دو حالت) نمایش داده می‌شوند. برای مثال، نگارش ژاپنی با دو هجابندی (هیراگانا و کاتاکانا) نوشته می‌شود که برای تکمیل کردن حروفی که اساساً از زبان چینی اخذشده، ایجادشده‌اند. همه این مطالب نشان می‌دهد که نگارش راهی دلخواه برای نشان دادن گفتار کلامی نیست، بلکه ابزاری اقتباسی و ازلحاظ فرهنگی حساس برای رمزنگاری اطلاعات است.

اولین سیستم الفبایی شناخته‌شده، ابجد بود که در آن برای یک حرف بی‌صدای یک نماد خاص به کار می‌رفت. در چنین نظام‌هایی حروف سامی بسیاری قرار داشتند. هنگامی‌که ابجد فینیقی به یونان رسید، نمادهای صدادار هم به آن اضافه شدند و آن را به خط الفبای کامل‌تری تغییر دادند. به لحاظ تاریخی، باید اشاره کرد که در سایر نقاط جهان، خطی به نام آبوگیداها وجود دارد که دارای نمادهای آوایی است. همچنین اسکریپت‌هایی به نام فیچرال[[48]](#footnote-48) وجود دارند که دارای نمادهایی است که نشان‌دهنده ویژگی‌های آوایی در اصواتی آوایی مانند صدا است. مشهورترین حروف فیچرال، هنگال کره‌ای[[49]](#footnote-49) است که در آن نمادها با حروف الفبا در بلوک‌های ترکیب‌شده‌اند که برای نوشتن واژه‌ها استفاده می‌شوند. پس‌ازاینکه رومی‌ها خط یونانی را تصویب کردند، نگارش الفبایی در شیوه‌های نگارشی غربی عادی شد (کول ماس[[50]](#footnote-50) 1989). ازآنجایی‌که نگارش الفبایی، معاملات را سریع‌تر و کامل‌تر می‌کرد، در بازارهای جهان باستان ظهور کرد. اگرچه این تحول، انقلابی در نگارش نبود، اما آن را متحول کرد. هر حرف الفبا بازمانده نمادین یک دگرگونی ادبی در پیکتوگرام­های ابتدایی است. به‌عنوان‌مثال، حرف الفبای A، برای اولین بار به‌عنوان یکتوگرام سر یک گاو نر در مصر استفاده شد که در ابتدا فقط به‌عنوان یک طرح کلی رسم شد و درنهایت نماینده کلمه گاو نر (Aleph) گردید. حدود ۱۰۰۰ سال قبل از میلاد، کاتبان فنیقی که از راست به چپ می‌نوشتند، طرح کلی گاو نر را از پهلو رسم می‌کردند. ازآنجایی‌که خیلی این شکل بسیار به کار می‌رفت، فقط برای اولین صدا در کلمه گاو نر (برای aleph) استفاده شد. یونانیان که از چپ به راست می‌نوشتند، شکل فنیقی را وارونه کردند. حدود 500 سال قبل از میلاد، حرف A را باحالتی قائم که اکنون در حروف رومی هست، در نظر گرفتند.

وقتی‌که یونانیان شیوه نام‌گذاری هر نماد را با کلماتی مثل آلفا، به تا و گاما آغاز کردند که تقلیدی از کلمات (الف (aleph) برای گاو نر»، حث (heth) برای خانه، گیمل (gimel) برای شتر فنیقی بود. نهایتاً، مفهوم الفبا در آگاهی انسانی متبلور شد. چون نگارش آوایی در یک سطر نوشته می‌شود و جهتی که در آن این حروف نوشته می‌شدند، به یک شیوه اجتماعی برای نگارش تبدیل شد. حروف الفبای اولیه در دو جهت اصلی (افقی (چپ به راست یا راست به چپ) و عمودی (بالا به‌ پایین)) نوشته می‌شد، متون نیز معمولاً از یک‌جهت شروع می‌شدند و در انتهای سطر جهتشان تغییر می‌کرد. سیستم یونانی و بیشتر نظام‌های نگارشی الفبای غربی، از چپ به راست بودند. از سوی دیگر، جهت متون عربی و عبری، راست به چپ بودند. حروف الفبای چینی به‌صورت عمودی (از بالا به‌ پایین) و از سمت راست به سمت چپ صفحه نوشته می‌شوند، اما امروزه، به دلیل نفوذ غربی­ها، کلمات و حروف لاتین، با محدودیت‌های فنی، در قالب اسناد الکترونیک، وارد زبان شده است.

اسکریپت­های الفبایی نمادهای مختلفی را به‌تدریج در خود جای‌داده‌اند. علائم نگارشی برای نشان دادن ویژگی‌های غیرقطعی گفتار (لحن، مکث و غیره) وضع‌شده‌اند. اعداد و دیگر نمادهای غیر الفبایی نیز در نظام‌های الفبایی می‌گسترده مورداستفاده قرار می‌گیرند؛ این موارد عبارت‌اند از: نماد درصد (%)، نماد پول‌های رایج ($، €) و دیگر نمادهای رایج مانند آمپر شن و ماسه (&) و نشانه at (@).

**نگارش به‌عنوان امر اجتماعی**

نیازی به گفتن نیست که سایر مقولات و چارچوب‌های نظری برای طبقه‌بندی شرح نگارش گسترش‌یافته‌اند. علاوه بر این، اصطلاح نگارش به متن‌ها و ویژگی‌های آن محدود نمی‌شود. همچنین به شیوه‌های اجتماعی و ارزش‌های مرتبط با نگارش و ارتباطات اشاره دارد. از آغاز تمدن، نگارش از ارزش بالایی برخوردار بوده است و در طول زمان برای ثبت ایده‌های مهم، مانند متون مقدس، رساله‌های علمی و فلسفی، مورداستفاده قرارگرفته است. نگارش همیشه به‌عنوان واسطه نشانه شناختی بیان پیام‌های معتبر و مهم در نظر گرفته‌شده است. البته، همان‌طور که در دیوار نگاشته­های باستانی که بر روی دیوارهای قدیمی، ستون‌ها و مصنوعات مختلف دیده می‌شود، همیشه در کنار نمونه‌های معتبر و مقدس، استفاده‌های ناهنجار و مبتذل نیز وجود داشته است. دراین‌باره، شایان‌ذکر است که نوشتن شکلک ازنظر بسیاری از کارشناسان اجتماعی در گروه دوم قرار دارد؛ اما همان‌طور که خواهیم دید، این موضوع درست نیست. نگارش با ایموجی به‌ندرت می‌تواند مبتذل و کفرآمیز باشد. درواقع، هدف آن افزودن پیام است که «لحن بصری» نامیده شود. یافته‌های ما نشان می‌دهد که افراد گروه آگاه هیچ‌گاه از ایموجی در نگارش متون رسمی، مقاله مدارس، نامه‌های رسمی یا حتی ایمیل‌های خود استفاده نمی‌کنند و اگر هم از آن استفاده کنند، نامناسب تلقی می‌گردد، حتی برای بیان مطالب مبتذل در متون غیررسمی نیز آن را مناسب نمی‌دانند، اگرچه بعضی افراد اعلام کردند که گاهی از ایموجی درراه‌های مستهجن استفاده کرده‌اند؛ بنابراین، نگارش با ایموجی نه مقدس است و نه کفرآمیز؛ ایموجی یک‌زبان تفسیری است که به‌طور گسترده در ارتباطات غیررسمی برای افزودن تفسیرهای بصری به محتوای مفهومی یک پیام استفاده می‌شود.

در عصر اینترنت، دستگاه‌های تلفن همراه به‌جای صحبت کردن به نوشتن تشویق می‌کرد که به این موضوع خواهیم پرداخت. این بدین معنی است که نگارش بسیاری از توابع ارتباط رودررو (F2F) را برعهده‌گرفته است. دو نوع زمان‌بندی وجود دارد که با نگارش دیجیتالی در ارتباط هستند که عبارت‌اند از: هم‌زمان و ناهم‌زمان. ارتباط دیجیتالی ناهم‌زمان وقتی رخ می‌دهد که دریافت‌کننده اطلاع ندارد که پیامی به او ارسال‌شده است؛ مانند ایمیل‌ها، تابلوهای اعلانات وبلاگ‌ها و اتاق‌های گفتگو، دریافت‌کننده با تأخیر متوجه دریافت پیام می‌شود و به آن پاسخ می‌دهد. در مقابل، ارتباط دیجیتالی هم‌زمان وقتی رخ می‌دهد که دریافت‌کننده – در همان لحظه از آن آگاهی می‌یابد. مکالمات رودررو هم‌زمان هستند و بر تعاملات کلامی تأثیرگذارند. بااین‌وجود، اطلاعات جمع‌آوری‌شده در رابطه ‌با ایموجی نشان می‌دهد که ارتباطات دیجیتال هم‌زمان در حال تغییر است. ارتباط ناهم‌زمان آفلاین، عمدتاً در رسانه‌های مکتوب چاپی (نامه‌ها، کتاب‌ها و.) رخ می‌دهد که با تأخیر خوانده می‌شوند و پاسخ دریافت می‌کنند. علاوه بر این، در ارتباطات دیجیتالی، گیرنده رابطین بسیاری دارد، مثلاً یک ایمیل هم‌زمان برای افراد بسیاری ارسال می‌شود، یا این‌که فقط برای یک فرد خاصی ارسال می‌گردد.

اشکال هم‌زمان ارتباطات دیجیتال باید سریع نوشتن شود، بنابراین در زمان ارتباط بلافاصله پاسخ دریافت می‌شود. این جریان یک شیوه جدید ارتباط و سواد را به وجود آورد که وقت کمتری صرف می‌کنند. برخی از ناظران این مسئله را محصول فناوری اینرسی می‌دانند که موجب تنبلی می‌شوند. به‌عنوان‌مثال، هلپرین[[51]](#footnote-51) (۲۰۰۹) هشدار می‌دهد که این سبک‌های ارتباطی بر نحوه پردازش اطلاعات توسط افراد، تأثیر اعتیادآوری دارد. واکنش دیگران به این مسئله چنین بود که این سبک‌ها بیش از یک روش کارآمد برای ایجاد پیام‌های نوشتاری برای ارتباط غیررسمی نیست. به راین‌ اساس، مردم زبان اختصاری و ایموجی را، برای گسترش اندیشمندی و تفکر ادبی استفاده نمی‌کنند، بلکه برای اطمینان از تحقق سریع و کارآمد ارتباط نوشتاری هم‌زمان به کار می‌برند. البته این سبک جدید نگارش به‌هیچ‌وجه به معنای این نیست که مردم اشتیاقشان را برای خواندن و تأمل کردن در جهان ازدست‌داده‌اند.

در استفاده از اصطلاحات اولسون[[52]](#footnote-52) (۱۹۷۷)، تفاوتی بین معنای گفتاری وجود دارد که فقط در گفتار قابل‌درک است و بامعنای متن که دارای نابجایی و بی‌نظمی است در مفهوم و کنترل زبان و محتوا تفاوت دارد. امروزه، پیام‌های متنی توییتر‌ها و موارد مشابه عمدتاً عملکردی تکلمی دارند، درحالی‌که بیشتر عملکردهای متنی نگارش همچنان به سبک سنتی هستند. ایموجی به عملکرد تکلمی کمک می‌کنند، با ارائه تصویر بصری در نگارش، سرعت خواندن را تقویت می‌کنند. از برخی جهات، آن‌ها باعث می‌شوند که تعاملات دیجیتالی به تعاملات رودررو ترجیح داده شوند. در تأیید این مطلب، ما از افراد گروه آگاه پرسیدیم: چرا در غالباً در تعاملات خود با دوستان خود، پیام‌های متنی را بر مکالمات شفاهی ترجیح می‌دهید؟ سه پاسخ زیر دریافت شد:

1. مانند حرف زدن است، اما بهتر است، چون می‌توانم پیام‌ها را قبل از ارسال، ویرایش کنم.
2. می‌توانم به پیام خودم برگردم تا ببینم که چه چیزی نوشته‌ام، در آن صورت می‌توانم پیام دوست خود را درک کنم.
3. ارسال پیام کتبی را به صحبت کردن ترجیح می‌دهم چون صحبت کردن می‌تواند خطرناک باشد، چون نمی‌توانم کلمات خود را تغییر دهم، با این‌رو می‌توانم این کار را انجام دهم و با ایموجی سعی می‌کنم مطمئن هستم که دوستانم من را درک کرده‌اند.

**سبک‌سازی**

نظام‌های نگارشی معمولاً با گسترش ویژگی‌ها یا سبک‌هایشان (شیوه‌های نگارشی) تکامل می‌یابند. ماهیت نظام‌های اخیر نمادین است؛ این اشکال از باهدف مشابه ای ایجادشده‌اند مثل یک طرح خورشید که نشان‌دهنده خورشید واقعی است. البته این نظام‌های نگارشی برای افزایش گسترش و نفوذشان، عوامل و عناصری کلیدی را نیز توسعه دادند؛ ازجمله شکل‌های بصری که به چیزی اشاره می‌کنند یا آن را نشان می‌دهند و نشانه‌های نمادین که برای نیازهای ویژه آیینی با دیگر نیازهای اجتماعی به کار می‌روند. اولین توصیف دقیق این سه ویژگی اساسی ساخت علائم و نظام‌های نشانه‌ای (همان‌طور که شناخته‌شده است) در نوشته‌های چارلز. اس، پیرس (۱۹۳۱ - ۱۹۵۸) آمده است. لازم به ذکر است که پیش‌ازاین که پیرس واژه «شمایل» را در نشانه‌شناسی به کاربرد، این واژه در هنرهای مذهبی استفاده می‌شد که به تصویر یک شخصیت مقدس اشاره می‌کرد. امروزه این واژه همچنان همان معنا را دارد. شمایل‌های مذهبی شخصیت‌های مقدس را به‌طور نمادین نشان می‌دهند و چهره‌ها نیز سبک‌سازی شده‌اند تا اندوه و پرهیزکاری را نشان دهند. گونه مشابهی از شیوه کلیشه‌سازی، نماد نمایی و سبک‌سازی، حتی در نخستین آثار پیکتوگرام ها نیز به‌کاررفته است. این پیکتوگرام عمدتاً طرح‌هایی با نمادهای کلی آن‌ها بودند، این موضوع در حکاکی‌ها و کنده‌کاری‌هایی به شکل حیوانات که در سقف‌ها و دیوارهای غارها وجود دارد قابل‌مشاهده است؛ این نگاره‌ها در الکاکس (فرانسه) و آلتامیرا (اسپانیا) وجود دارند. آن‌ها متعلق به حدود سی هزار سال پیش است و ممکن است واقعاً از پیشروان نگارش نخستین باشند، پژوهش‌های اشمانت بصرات[[53]](#footnote-53) (۱۹۹۲) نشان داد که اولین پیکتوگرام ها با ساخت طرح‌های سفالی به وجود آمده‌اند؛ مواردی که در آسیای غربی از دوره نوسنگی کشف‌شده‌اند، از آن جمله‌اند. به نظر می‌رسد که این نمونه‌های بیشتر مانند حروف‌چینی بودند و به‌احتمال‌زیاد عملکردی مشابه کلیدهای شکلک‌های امروزی داشته‌اند.

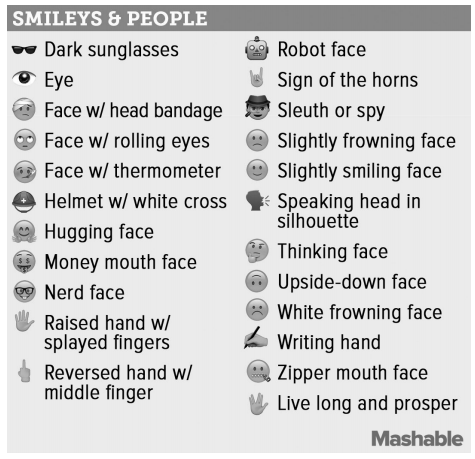
موضوع سبک‌سازی با تحلیل و بررسی ایموجی در ارتباط است که فرم‌های نمادین مشابه طرح‌های پیشین را سبک‌سازی کرده است، اما این نمادها به اقتضای شرایط گسترش‌یافته‌اند. به‌عنوان‌مثال، یک ایموجی ابر، یک‌شکل پیکتوگرام است که طرح کلی یک ابر را نشان می‌دهد. از طرف دیگر، ایموجی طلوع خورشید یک ایدئوگرام است که در پس‌زمینه تصویر شکل طلوع خورشید را نشان می‌دهد.



ایموجی طلوع خورشید ایموجی ابر

روش دیگر سبک‌سازی کد ایموجی مقدار، رنگ و پرسپکتیو آن‌ها است. مقدار به ضخامت و ظرافت خط یا شکل اشاره دارد و در به ‌تصویر کشیدن تضادهای مختلف نقش مهمی دارد. رنگ معیارهای مختلفی را نشان می‌دهد. شکلک ابر سفید مایل به خاکستری، مخفف رنگ واقعی ابرهاست. در برخی شکلک‌ها، احساسات مختلفی را نشان می‌دهد (مانند صورت قرمز که نشان‌دهنده عصبانیت است). پرسپکتیو یک نمایش شبیه‌سازی‌شده است که هدف آن درک ویژگی‌های ادراکی مانند حرکت است. شکلک خورشید حس طلوع خورشید را ایجاد می‌کند.

اگرچه ایموجی به‌عنوان ابزاری برای افزایش درک متون نوشتاری جهانی به وجود آمدند تا متون نوشتاری بهتر درک شوند، بااین‌وجود، شکل‌هایی خاص با مقاصد متعددی به وجود آمدند (مانند شکلک صورت) که در ادامه به آن‌ها می‌پردازیم. به‌طورکلی، سازندگان شکلک لبخند، سعی کردند که تا حد امکان به لحاظ فرهنگی آن را خنثی نشان دهند. استفاده از رنگ زرد برای رنگ‌آمیزی لبخند، به‌منظور پیشگیری از تشخیص ویژگی‌های چهره مرتبط با نژاد یا قومیت است. همچنین شکل گرد صورت کمک می‌کند تا جزئیات خاص ساختار چهره که به‌طور دیگری به شخصیت با هویت اشاره می‌کند، کاهش پیدا کند؛ اما درست بلافاصله بعد از معرفی این ایموجی برای استفاده عموم مردم، ایموجی جدیدی ساخته شدند که حاوی معانی مبتنی بر فرهنگ بودند. اینکه بگوییم یک جامعه قبیله‌ای خارج از قلمروی فرهنگ‌های مدرن شهری که این نشانه‌ها ازآنجا ظهور کرده‌اند زندگی می‌کند بی‌معناست. می‌توان گفت که بعضی از ایموجی در مقیاس جهانی در جایگاه بالاتری قرار دارند، چهره‌های اخمو و خندان در مقیاس بالایی قرار دارند، چهره‌های دیگر مانند ربات، در مقیاس متوسط قرار دارند سایر چهره‌ها مانند پایداری و کامیابی در مقیاس پایین‌تری قرار دارند. آخرین شکلک به مفهومی در فرهنگ‌عامه اشاره دارد - برنامه پیشتازان فضا در شبکه تلویزیونی آمریکایی در دهه ۱۹۶۰ که به‌عنوان نشانه صلح ولکان نشان داده می‌شد. اگرچه این نماد در بسیاری از نقاط جهان تا حدودی یک نماد رایج است، اما تفسیرهای مختلفی دارد که سن کاربران ایموجی و پیش‌زمینه تاریخی - جغرافیایی بر آن تأثیرگذارند.



شکل ۳. چهره ایموجی

چهره خندان و گریان، برای نشان دادن خنده و گریه شدید به کار می‌رود، این دو ایموجی صورت هستند و در واژه‌نامه آکسفورد به‌عنوان واژه سال و (لبخند) به معرفی‌شده و بر روی تمامی صفحه‌کلیدها یافت می‌شود، فارغ از اینکه به چه زبانی باشند.



چهره با اشک شادی چهره لبخند

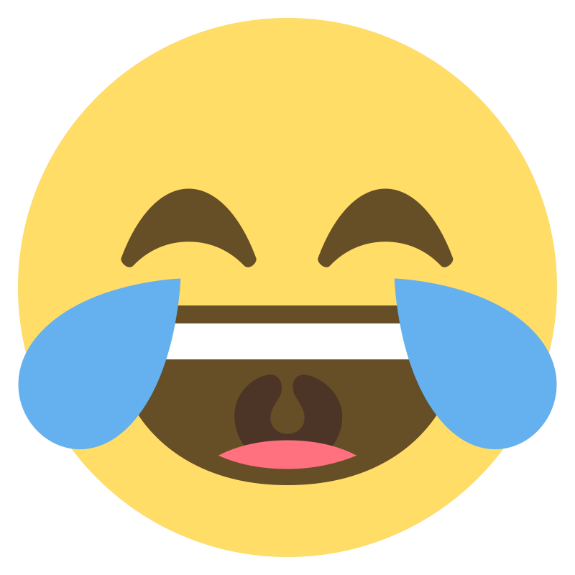
باوجوداینکه در فرهنگ لغت این اشکال به‌عنوان یک واژه در نظر گرفته‌شده‌اند، اما درواقع یک کلمهٔ واژه نیستند. آن‌ها تصاویری سبکی و تقریباً مشابه کتاب‌های مصور هستند که می‌توانند جایگزین واژه‌ها و عبارات شوند و به نظر می‌رسد که عملکرد اصلی آن‌ها ایجاد ظرافت‌های معنایی در لحن پیام هستند؛ بنابراین کاملاً جایگزین قالب‌های نوشتاری سنتی نمی‌شوند؛ بلکه با تقویت صمیمیت لحن یا با اضافه کردن طنز به آن، معنای ارتباط نوشتاری را بهبود بخشیده، گسترش داده و تفسیر می‌کنند. درواقع، وقتی از افراد گروه آگاه پرسیدیم: چرا شما در پیام‌های متنی خود ایموجی اضافه می‌کنید؟ پاسخ‌ها چنین بود: برای اینکه طنزی با پیام‌ها ما همراه شود. به‌بیان‌دیگر، ایموجی با استفاده از اصطلاحات تخصصی، معنایی به متون نوشتاری می‌افزایند؛ بنابراین عملکرد آن‌ها کاملاً جایگزینی است و نه تزیینی (اگرچه آن‌ها پدید آمده‌اند تا جایگزین عملکردهای معین بیانی ازجمله سلام کردن شوند که در فصل بعدی به این مسئله خواهیم پرداخت). ایموجی ابزارهای تقویت‌کننده معنایی هستند که با ابزارهای الفبایی ترکیب‌شده‌اند و نگارش غیررسمی کنونی را به سیستم دورنمایی تبدیل می‌کنند.

به‌منظور ایجاد ساختار مبتنی بر شواهد برای درک پیامدهای ایموجی در زندگی انسان معاصر، به‌جای استفاده از گمانه‌زنی‌های ذهنی، از روش پژوهش کیفی استفاده نمودیم همان‌طور که در مقدمه ذکر شد که بر نمونه پیام‌های نماینده، مصاحبه‌های نیمه ساختاری و همکاری گروهی از دانشجویان که از ایموجی در تعاملات دیجیتالی روزانه خود استفاده می‌کنند، محدودشده است.

در اینجا مجدداً یادآوری می‌کنیم که داده‌ها از دانشگاه تورنتو جمع‌آوری‌شده­اند. این داده‌ها از پیام متنی (۳۲۳ نمونه) که توسط دانشجویان ۱۸ تا ۲۲ سال نوشته‌شده بود، به دست آمد که 50 نفر مرد و ۵۰ نفر زن بودند. یک گروه پژوهشی متشکل از چهار دانشجوی دیگر، متن‌ها را جمع‌آوری کرده و نیز به‌منظور تأیید یا رد کردن داده‌های جمع‌آوری‌شده از دانشجویان، با جستجو در اینترنت اطلاعات دیگری نیز در این‌ رابطه به دست آوردیم. گروه پژوهشی همچنین چندین مصاحبه نیمه ساختاری با افراد گروه آگاه انجام داد. همچنین پرسش‌های متنوعی در این مصاحبه‌ها مطرح‌شده است که آن‌ها را مطرح خواهیم کرد.

بدیهی است که یافته‌های عمومی گزارش‌شده در این کتاب باید به لحاظ کمی تأیید شوند. اگر به‌طورکلی قابل‌قبول باشند، آن را گسترش می‌دهیم و از متغیرهای طبیعی اجتماعی (سن، طبقه، تحصیلات، جنس و...)، بیشتری استفاده خواهیم کرد. در حقیقت این پروژه پژوهشی نقطه آغاز است. شیوه‌ای که در اینجا مورداستفاده قرارگرفته است یک نمونه مطالعه است که هدفش درک کاربرد ایموجی در یک نمونه هدفمند یا متمرکز بر شرکت‌کنندگان مشتاق هست تا دید فاحشی داشته باشیم. البته، نتایج به‌دست‌آمده باید بیشتر بررسی شوند، اما دلیلی وجود ندارد که چنین نتیجه بگیریم که نمونه انتخاب‌شده با نمونه‌های دیگر تفاوت دارد.

در اینجا نشانه‌شناسی ابزاری عمومی برای تفسیر داده‌ها است و یک ابزار تخصصی، (مانند حوزه مطالعاتی و مستندسازی نشانه‌ها، رفتار نشانه‌ای، ایجاد نشانه و عملکردهای نشانه) محسوب نمی‌شود، نشانه‌شناسی ابزاری مناسب برای تحلیل مجموعه نشانه‌ها (ایموجی) است. «نشانه» به این صورت تعریف می‌شود: هر شکل فیزیکی‌ای که نشان‌دهنده چیزی به‌غیراز خودش درزمینهٔ‌هایی خاص است. یکی از بنیان‌گذاران کنونی نشانه‌شناسی، واژه‌شناس سوئیسی فردیناند د سوسور[[54]](#footnote-54)، می‌گوید: نشانه‌شناسی دانشی است که نقش نشانه‌ها به‌عنوان بخشی از زندگی اجتماعی و قوانینی که آن‌ها را کنترل می‌کند، (سوسور، 1916). در این کتاب اصطلاح «نماد» به‌جای نشانه استفاده‌شده است، مگر اینکه یک نشانه خاص برای موردی به‌غیراز یک نماد، ذکرشده باشد. در صورت نیاز به نشریات دیگر نیز مطرح خواهند شد.



صورتی با اشک شادی: این ایموجی که در سال 2015 به‌عنوان یک واژه وارد دیکشنری آکسفورد شد، برای انتقال خنده استفاده می‌شود و جایگزین خنده با صدای بلند است و معمولاً در پاسخ به شوخی و موقعیت خنده‌دار استفاده می‌شود.

2 **– کاربردهای ایموجی**

*بسیاری از مردم به دلیل کمرویی، زمان زیادی را به‌تنهایی می‌گذرانند و فقط در ایمیل و اتاق‌های گفتگو هستند و به همین دلیل تماس رودرروی آن‌ها با را کاهش‌یافته است. فیلیپ زیبارو[[55]](#footnote-55) (۱۹۳۳)*

در سال ۲۰۱۵ انتخاب ایموجی چهره با اشک شادی توسط واژه‌نامه آکسفورد تنها رویداد مهم نبود، رویداد مهم دیگر محاکمه یک مرد کالیفرنیایی بود که به راه‌اندازی بازار سیاه آنلاین متهم شد. این محاکمه که در شهر نیویورک برگزار شد، وکیل متهم اعتراضی کرد دادستان یک نکته را از قلم انداخته است: و شکلک خندان است. وقتی دادستان پست اینترنتی متهم را خواند وکیل اعتراض کرد که به ایموجی لبخند استفاده‌شده اشاره‌ای نشده است. منظور وکیل این بود که استفاده از ایموجی عدم جدیت موکلش را نشان می‌دهد و نشان می‌دهد که لحن او شوخی بوده و درواقع هیچ نیت مجرمانه‌ای وجود نداشته است. قاضی به‌طور رسمی خطاب به هیئت‌منصفه اعلام کرد که چنین نمادهایی باید در قضاوت در نظر گرفته شوند، به عبارتی، یک ایموجی در یک دادگاه، مدرک محسوب می‌شود چون قصد و نیت را مشخص می‌کند.

این مورد به‌صراحت نشان می‌دهد که اکنون ایموجی بخشی از نحوه بیان ما هستند و در محاکم به‌عنوان یک مدرک بکار می‌روند. در همان سال، پلیس پیتسبورگ، یک پیام متنی سه ایموجی را به‌عنوان مدرک در یک دادگاه مربوط به دو قتل ارائه کرد. دادستان چنین استدلال کرد که این ایموجی اثبات کنند شخصی که آن‌ها را ارسال کرده است در هنگام سرقت به او شلیک‌شده است و او مسئول تیراندازی مرگبار است. فرستنده پیام پنج روز در کما بود تا هوشیاری‌اش را دوباره به دست آورد. دادستان گفت ایموجی که قبل از تیراندازی ارسال‌شده است، نشان می‌دهد که او قصد داشت در سرقتی که منجر به کشتار شد، شرکت کند. آن ایموجی یک مرد در حال دویدن، یک انفجار و یک تفنگ را نشان می‌دادند.

این دو محاکمه بیش از هر چیز نشان داد که باید استفاده از ایموجی را جدی بگیریم و آن‌ها چیزی فراتر از تزیین پیام‌های نوشتاری هستند. اکنون، می‌دانیم که ایموجی مملو از عملکردهای احساسی و گفتاری هستند که نیت، خلق و وضعیت روحی از آن جمله‌اند. ایموجی نحوه نگرش یا قصد و نیت و تصمیم ما را نشان می‌دهند. هنگامی‌که گروه پژوهشی این مطلب راه افراد گروه آگاه ارائه داد، بسیاری از آن‌ها در این‌ رابطه اطلاع داشتند؛ واکنش یکی از این افراد چنین بود که: «امروزه، ایموجی چیزهای زیادی می‌گویند، این‌طور نیست؟»

در این فصل چند عملکرد گفتاری اساسی ایموجی را بررسی می‌کنیم و این عملکردها را در فصل بعد شرح می‌دهیم. هدف در اینجا صرفاً نشان دادن این مطلب است که چگونه امروز شکلک‌ها بخشی از معنای گفتاری ما شده‌اند و می‌خواهیم نشان دهیم که چگونه کنترل عملکردهای خاصی را در قواعد گفتاری، ازجمله آن‌هایی که در سلام و احوالپرسی و بیان احساسات به کار می‌روند را به دست گرفته است. در این فصل همچنین درباره ابهامات زبان ایموجی و تلاش‌های صورت گرفته برای برطرف کردن آن‌ها می‌گوییم. ابهامات در این پیام‌ها، پیامدهای بسیاری در جهانی شده آن دارد، با توجه ‌به اینکه گفته می‌شود یکی از اهداف زبان‌های مصنوعی کاهش یا حذف ابهام در تعاملات گفتاری است.

**عملکرد محاوره­ای**

گفتگو به معنای به‌کاربردن زبان برای مقاصد اجتماعی و روانی - عاطفی است و معمولاً از بخش‌های بسیاری تشکیل‌شده است. گفتگو نظام‌های اعتقادی، ایدئولوژی‌ها و جهان‌بینی‌ها، از همه مهم‌تر، تفکر در مورد نحوه استخراج معنا در تعاملات توسط مردم را نفی می‌کند. مطالعه عملکردهای گفتاری و کاربرد ایموجی در پیام‌های متنی نشان می‌دهد که آن‌ها چه چیزی به مبادلات دیجیتالی افزودند.

با بررسی ۳۲۳ متن که توسط افراد گروه آگاه ارائه‌شده بود، مشخص شد که کاربرد ایموجی در موقعیت‌های استراتژیک پیام، امکان ایجاد گفتگو بصری را فراهم می‌سازد. آنچه مشخص است تصویب عملکرد محاوره‌ای گفتگو است (جاکوبسن[[56]](#footnote-56) ۱۹۶۰). به‌عبارت‌دیگر، به نظر می‌رسد که استفاده از ایموجی فراتر از هر چیزی، نسخه‌های بصری گفتگوی کوتاه را پایه‌گذاری می‌کند که معمولاً برای برقراری ارتباط اجتماعی و همچنین باز و خوشایند نگاه‌داشتن خطوط ارتباطی استفاده می‌شود. این وجه از گفتگو رایج، اولین بار توسط انسان‌شناسی به نام ابرانیسلاو مالینوسکی[[57]](#footnote-57) (۱۹۲۳) بررسی شد که اصطلاح «ارتباط محاوره‌ای» را به‌عنوان یک مهارت اجتماعی ابداع کرد. گفتار محاوره­ای وجه اساسی آداب همراهی است و همچنین وسیله‌ای برای قرار دادن آنچه اروینگ کافمن[[58]](#footnote-58) (۱۹۹۵) جامعه‌شناس وجه مثبت اجتماعی در حین تعاملات ارتباطی نام‌گذاری کرده است. پس به‌عنوان‌مثال شکلک لبخند که در ابتدای یک پیام متنی استفاده‌شده است، لحن پیام را مثبتمی کند، به‌طوری‌که از برقراری پیوند میان دو طرف گفتگو اطمینان حاصل کنیم، این کار تبادلات ارتباطی بعدی را آسان‌تر می­سازد و صمیمیت گفتگو را حفظ می‌کند.

تحلیلی جزئی‌تر متون دانشجویان نشان داد که سه نمونه زیر از رایج‌ترین عملکردهای محاوره‌ای ایموجی هستند.

1- **آغازگر سخن**: شکلک لبخند (یک ایموجی مشابه) در آغاز سلام و احوالپرسی استفاده می‌شود و به فرستنده اجازه می‌دهد تا با ارائه دادن چهره‌ای مثبت از خود، پیام را با لحن یا حالتی سرزنده و خوش‌روی، به‌گونه‌ای متفاوت نشان دهد، این ایموجی‌ها برقراری پیوند دوستانه بین افراد را تقویت کرده یا تداوم می‌بخشند؛ حتی اگر پیامی مقداری بار منفی داشته باشد.

۲- **حرف پایان**: یک پیام فوری، مثل یک پیام متنی یا توییت، به‌طور ناگهانی پایان می‌یابد و این خطر وجود دارد که فرستنده با عدم پذیرش یا دفع گیرنده مواجه شود؛ بنابراین، معمولاً شکلک بار دیگر با عملکرد «خداحافظی» در پیام استفاده می‌شود و امکان ایجاد هرگونه حس ضمنی عدم پذیرش در گیرنده را کاهش می‌دهد و پیوند دوستانه‌ای که بین دو طرف گفتگو ایجاد می‌کند.

٣- **اجتناب از سکوت**: در مکالمات رو - در - رو، بسیاری از مردم مناسب می‌دانند؛ بنابراین، برای پر کردن این شکاف سکوت یک راه‌حل معمول گفتاری وجود دارد و آن استفاده از عباراتی است که عبارت‌اند از: هوا واقعاً تغییر کرد، این‌طور نیست؟ زمان خیلی به‌سرعت می‌گذرد و موارد دیگر. در پیام‌های نوشتاری، معادل شکاف‌های سکوت زمانی ایجاد می‌شود که دریافت‌کننده انتظار اطلاعات بیشتری دارد، درحالی‌که فرستنده از این کار اجتناب می‌کند. در چنین شرایطی ایموجی برای پر کردن این شکاف محتوایی، کارایی ندارد.

همان‌طور که از این عملکرد ایموجی پیداست، کاربرد اصلی آن‌ها برای حفظ روابط دوستانه و شاد است و به همین دلیل است که ایموجی در متون نوشتاری غیررسمی بین همسالان، دوستان، همکاران و اعضای خانواده استفاده می‌شوند. ولی در نگارش‌های رسمی مثل مقالات، رسالات، یادداشت‌های علمی و غیره بکار نمی‌روند. اگر ایموجی در نوشته‌های رسمی به کار رود، ممکن است کنایه یا حتی با بدبینی تفسیر شود.

کاربرد ایموجی به با توجه ‌به ارتباط و سن‌ و سال، حساس است. ما از افراد گروه آگاه پرسیدم که اگر از ایموجی در ارتباطات متنی استفاده کنیم چه می‌شود، دو پاسخ دریافت کردم که به‌طور خلاصه گفتند: «(۱) که کمی عجیب‌وغریب به نظر می‌آید. (۲) ممکن است نان دهد که شما سعی دارید در رابطه صمیمیتی ایجاد کنید، اما همچنان عجیب است»، وقتی پرسیدم چرا چنین به نظر می‌رسد، پاسخ این بود: شما مسن هستید. سپس‌ازآن‌هایی که مداوم از ایموجی استفاده می‌کردند، سؤال کردم. پاسخ‌های آن‌ها در جدول زیر آمده است:

|  |  |
| --- | --- |
| **عملکرد ارتباطی** | **تعداد افراد آگاه** |
| ارتباط با دوستان | 100 |
| ارتباط با خانواده | 89 |
| ارتباط با دیگران | 1 |

دیگران در گروه دیگر، استفاده اصلی در سایت‌های دوست‌یابی بود - عملکردی که تنها تعداد اندکی از اعضای بزرگ‌تر گروه به آن اشاره کردند (شش نفر از دوازده نفر). پس به‌عنوان‌مثال، اگر پرسشی همچون «می‌خواهید قرار بگذاریم؟» توسط یکی از دو طرف گفتگو که قصد ملاقات با دیگری را دارد، مطرح شود؛ سه ایموجی زیر ممکن است همراه با چنین پرسشی به کار روند (همان‌طور که سه نفر از گروه آگاه اشاره کردند):

ایموجی رمانتیک

بدیهی است که هرکدام از این شکلک‌ها لحن رمانتیک و عاشقانه متفاوتی دارند. ایموجی سمت چپ با چشمان قلبی، احساسی ساده از یک عشق رمانتیک را نشان می‌دهد که معمولاً با چهره‌ای شیفته در ارتباط است، ایموجی وسط با زبانی که بیرون آمده، حس شهوت یا طمع را نشان می‌دهد، حالتی شهوانی را به این چهره اصلی اضافه می‌کند و ایموجی چشمک‌زن سمت راست حس عاشقانه به همراه بازیگوشی و شیطنت است. در ادامه به بررسی این ایموجی‌ها می‌پردازیم؛ این ایموجی‌ها معنای هوشمندانه‌ای به متن می‌افزایند. فراتر از آن، یک پیام عاشقانه را از لحنی شاد همراه می‌کند، به‌طوری‌که خطر انتقال بدگمانی یا هرزگی را کاهش می‌دهند. حتی نمونه وسط هوسرانی را به روشی سرگرم‌کننده و زیرکانه انتقال می‌دهد؛ بنابراین، این ایموجی‌ها عملکرد محاوره‌ای مهمی در پیام‌های شادی‌بخش دارند و بدین ترتیب هر محتوای بالقوه مجادله‌آمیزی را ملایم‌تر می‌کند.

عملکرد محاوره­ای ایموجی، عملکردی سامانمند است؛ تقریباً تمام پیام‌های متنی که با یک شکلک شروع می‌شدند و با یک شکلک نیز به پایان می‌رسیدند، این‌چنین بررسی می‌شوند. به نظر می‌رسد که ایموجی جایگزین نشانه‌های سلام و احوالپرسی سنتی شده‌اند. درواقع، ما هیچ پیام متنی‌ای را نیافتیم که فقط با یک پروتکل سلام و احوالپرسی نوشتاری آغازشده باشد و اگر هم‌چنین بود، یک ایموجی به دنبال آن آمده است.

**عملکرد احساسی**

ایموجی‌های عاشقانه فوق نشان می‌دهد که کنترل احساسات، اصطلاحاً عملکرد اصلی گفتاری برخی از ایموجی‌ها است. همچنین این ایموجی می‌گوید انتقال حالت ذهنی یک شخص (نظر، قضاوت، نگرش، چشم‌انداز، احساسات و غیره) نیازی اساسی در تبادلات گفتاری است. در استفاده از اصطلاحات دیگر جاکوبسن[[59]](#footnote-59) (۱۹۶۰)، به‌ کاربردن ایموجی علاوه بر عملکرد کاهنده، احساس (آگاهانه یا ناخودآگاه) را در پی دارد. در ساختارهای گفتاری (کلمات، لحن‌ها، عبارات و غیره) برای به‌ تصویر کشیدن وضعیت روانی فرد تعریف می‌شوند. در ارتباطات رودررو مردم برای انتقال احساسات خود از گفتار، لحن و سایر استراتژی‌های گفتاری استفاده می‌کنند. در پیام‌های دیجیتالی غیررسمی، این کلمات و عبارات غالباً با شکلک‌های ایموجی جایگزین می‌شوند، پیام زیر که توسط یکی از افراد گروه آگاه ارائه‌شده، یک با این موضوع در ارتباط است.

پیام متنی 1

استفاده از چهار ایموجی در رابطه‌ با نوشیدنی‌ها، بعد از عبارت (می‌نوشم) ارزش تصویری کاملی ندارد بلکه وضعیت روانی و دیدگاه نویسنده در مورد نوشیدن را نشان می‌دهد. تلفیق علائم الفبایی (علامت‌های تعجب مکرر) همراه با شکلک ایموجی یک عمل گفتاری احساسی است که نشان‌دهنده ترس و سرزنش احتمالی نویسنده در استفاده از آن نوشیدنی‌ها است. ایموجی «قهوه همراه با ایموجی چهره خشمگین و ناامید» یک عبارت مستقل است که نوع نوشیدنی (قهوه) را که یک نوشیدنی مجاز است و ناامیدی فرستنده را به خاطر اینکه نوشیدنی مدنظرش موجود نبوده است را بازگو می‌کند («اوه!» (!Oops) = باید به‌جای آن قهوه بخورم).

بررسی ۳۲۳ متن ارائه‌شده توسط افراد گروه آگاه که بر اساس عملکرد گفتگوی دسته‌بندی‌شده‌اند، نشان می‌دهد که کاربرد اصلی ایموجی انتقال احساسات و حفظ انسجام تاکتیکی است. این آمار با طبقه‌بندی ساده عملکرد یک شکلک خاص در متن کتبی، احساسی و ... جمع‌آوری ده است:

1 – شکلکی با عملکرد محاوره‌ای: 88%

2 – شکلکی با عملکرد احساسی: 94%

3 – شکلکی با عملکردهای دیگر: 64%

احساسات ایموجی در دودسته طبقه‌بندی می‌شود: (1) به‌عنوان جایگزین حالات صورت در ارتباطات رودررو یا علائم نگارشی گرافیکی مربوطه در ارتباطات کتبی؛ (2) به‌منظور تأکید بصری یک دیدگاه. در حالی به نظر می‌رسد که ایموجی احساسی برای پیام نوشتاری اصلی افزودنی با حاشیه‌ای هستند و می‌توان آن‌ها را حذف کرد، پژوهش‌های ما نشان داد که این ایموجی بیش‌ازحد انتظار، دارای نیروی عاطفی است و صمیمیت متن را حفظ می‌کند. ایموجی نوشیدنی فوق انتقادپذیر است، اما این واقعیت که انتقاد به‌صورت بصری آشکار می‌شود، باعث می‌شود که ما از بیان احساسات منفی‌تری که ممکن است از واژه‌ها استنباط شوند، خودداری کنیم. همان‌طور که گفته شد ایموجی به دو طرف گفتگو اجازه می‌دهد تا ویژگی‌های عاطفی گفتار را کنترل کند. از یکی از افراد گروه آگاه که این پیام را نوشته بود، پرسیدیم که چرا به‌جای استفاده از واژه، ایموجی به کاربردهاست؟ او پاسخ زیرکانه‌ای داد: «ایموجی‌ها به من اجازه می‌دهند تا بدون عصبانیت انتقاد کنم و بدین ترتیب باعث دلخوری طرف مقابل نمی‌شوم!» نکته قابل‌توجه این است که پژوهش انجام‌شده توسط نرم‌افزار صفحه‌کلید سوئیفت کی (۲۰۱۵) یافته‌های ما را تأیید می‌کند. درواقع، سوئیفت کی دریافت که ۷۰ درصد کاربرد ایموجی به‌منظور بیان احساس مثبت (۱۵ درصد خنثی و فقط ۱۵ درصد منفی) بوده است.

با توجه ‌به اهمیت عملکرد عاطفی، فهرستی از رایج‌ترین با مکررترین شکلک‌های استفاده‌شده در داده‌های پیام‌های متنی را به‌عنوان چارچوبی برای بحث‌های آتی این کتاب بررسی می‌کنیم. همه این موارد در وب‌سایت‌ها، صفحه‌کلیدها یا اپلیکیشن‌های دستگاه تلفن همراه در دسترس هستند.

|  |  |
| --- | --- |
| **ایموجی‌ها** | **معنا/عملکرد** |
|  | چهره شاد و خندان: غالباً برای انتقال شادی بسیار در کنار هم چندین بار به کار می‌رود. |
|  | لبخند به همراه دهان باز و عرق سرد: این ایموجی خوشبختی با اندکی تفاوت را می‌رساند. غالباً در رویدادهای منفی که به شکل مثبت خاتمه یافته‌اند تصویر کشیده می‌شود. |
|  | صورتی با اشک شادی: این ایموجی که در سال 2015 به‌عنوان یک واژه وارد دیکشنری آکسفورد شد، برای انتقال خنده استفاده می‌شود و جایگزین خنده با صدای بلند است و معمولاً در پاسخ به شوخی و موقعیت خنده‌دار استفاده می‌شود. |
|  | پوزخند: در پیام‌های عاشقانه - جنسی، برای بیان طعنه‌های عاشقانه یا تهدید بکار می‌رود. |
|  | چشمک زدن: زمانی بکار می‌رود که نباید یک پیام را جدی گرفت. باهدف شوخ‌طبعی بکار می‌رود. |
|  | شکلک لبخند یا عینک آفتابی: برای انتقال حس خونسردی یا احساس تعجب بکار می‌رود. |
|  | صورت ملتهب: حس خجالت را انتقال می‌دهد. همچنین برای نشان دادن فروتنی در پاسخ به تعارف بکار می‌رود. |
|  | شکلک‌های شیطانی: اگرچه این ایموجی به‌جای یکدیگر استفاده می‌شوند، چهره خندان اشاره ظریفی به شیطنت دارد، درحالی‌که چهره اخمو مفهوم بدجنسی را می‌رساند. رنگ بنفش، به‌جای رنگ زرد ملایم، به‌کاررفته است تا معنای شیطانی و اهریمنی را نیز به معنایشان بیفزاید |
|  | صورتک خندان با چشمان قلب شکل: این ایموجی معمولاً برای نشان دادن علاقه شدید، عشق با قدردانی استفاده می‌شود. |
|  | صورتک با عرق سرد: این ایموجی دربردارنده استرس است؛ در داده‌ها این ایموجی عموماً در پیام‌هایی یافت شد که نشان می‌داد بعضی تکالیف کلاسی دیرتر از موعد رسیده‌اند یا اینکه یک آزمون درراه است. |
|  | شکلک‌های خشی: این ایموجی برای نشان دادن بی‌تفاوتی با وضعیت تحت تأثیر قرار نگرفتن توسط چیزی به کار می‌روند. |
|  | شکلک بی‌حوصله این ایموجی دربردارنده بدگمانی، ناامیدی یا نارضایتی است. این ایموجی به‌طور پیاپی در واکنش به بهانه‌هایی که طرف مقابل می‌آورد، یافت می‌شد |
|  | شکلک گریان: این ایموجی بیانگر آزرده‌خاطر شدن در واکنش به بعضی پیام‌ها است |
|  | شکلک به‌شدت گریان: این ایموجی در مقایسه با ایموجی بالا بیانگر احساس شدیدتری از آزرده‌خاطر شدن است. این ایموجی اغلب با مقصودی طعنه‌آمیز کار می‌رود. |
|  | صورتک نگران این ایموجی علاوه بر نگرانی، هول و هراس را نیز منتقل می‌کند |
|  | شکلک‌های خشمگین و اخمو: این ایموجی اغلب باهم به کار می‌روند تا عصبانیت را نشان دهند. |
|  | ایموجی سرخ‌رنگ حالت شدیدتری از عصبانیت را بیان می‌کند. شکلک درهم و شکلک مضطرب: این ایموجی به‌جای یکدیگر به کار می‌روند تا شوک با ناامیدی را نشان دهند. |

ایموجی‌ها مانند نشانه‌های عروضی در زبان گفتاری، احساسات را به‌صورت سامانمند در محتوای پیام ارائه می‌کنند که این سؤال مطرح می‌شود که آیا این ایموجی‌ها در رجیستری زبانی پخش می‌شود. بر اساس نتایج به‌دست‌آمده، ایموجی‌ها در نوشته‌های غیررسمی استفاده می‌شوند. طبق نظر اکثر افراد گروه آگاه (۹۲ نفر از آن‌ها)، نوشته‌هایی همچون مقالات علمی آن‌قدر جدی هستند که نمی‌توان ایموجی را در آن به کاربرد. این مطلب ممکن است به‌طور تجربی درست باشد؛ چون مروری بر متون رسمی آنلاین از وبلاگ‌های آموزشی گرفته تا پلتفرم‌های دیجیتالی مخصوص دانش‌پژوهی و یادداشت‌های علمی، هیچ مدرکی از استفاده از ایموجی را نشان نمی‌دهد؛ بنابراین، تقریباً با اطمینان می‌توان گفت که چنین کاربردی حداقل در حال حاضر کاملاً مختص نوشته‌های غیررسمی است. در فصل ۶، دوباره به عملکرد گفتگوی ایموجی خواهیم پرداخت.

جالب است بدانید که کاربرد ایموجی در متون نوشتاری به حروف الفبایی محدود نمی‌شود. ایموجی در متونی که توسط تعدادی دانشجوی دوزبانه با انواع متفاوتی از حروف همچون حروف‌چینی یا کره‌ای نوشته‌شده بودند، مشابه بودند. در این کتاب، نگارش الفبای انگلیسی بررسی می‌شود، همچنین زبان‌های گوناگون نیز از طریق وب‌سایت‌ها و رسانه‌های اجتماعی بررسی شدند. ارائه‌دهندگان ایموجی هم‌اکنون اشکالی می‌سازند که مخصوص زبان‌ها و فرهنگ‌های گوناگون است و پاسخ روشنی به رشد و گسترش زبان ایموجی در سراسر جهان داشته است؛ بنابراین، درحالی‌که هدف اصلی ایموجی‌ها تسهیل ارتباطات جهانی است، صرف‌نظر از زبان‌های رسمی، زبان ایموجی بیشتر در کنار زبان‌های طبیعی می‌آیند. همان‌طور که می‌بینیم برخی اشکال به‌صورت همگانی استفاده می‌شوند، درصورتی‌که بعضی خاص زبان‌اند؛ بنابراین اگر بخواهیم دقیقاً بگوییم، امروزه یک واژه‌نامه استاندارد ایموجی وجود دارد که با متغیرهای تقسیم‌بندی گوناگون برای استفاده‌های خاص فرهنگی همراه شده که در ادامه بدان خواهیم پرداخت.

**استانداردسازی**

در سال ۲۰۱۰ در حالی استفاده از ایموجی گسترش یافت که صدها ایموجی در نسخه ۶٫۰ یونیکد استاندارد و در 10646 ISO / IEC استانداردسازی شدند و هردوی آن‌ها به‌عنوان مشخصه جهانی برای زبان‌های کل دنیا، تعیین شدند. گوگل و اپل ایموجی بیشتری درخواست کردند تا از به‌کارگیری ایموجی در همه یا اکثر زبان‌ها اطمینان حاصل کنند. اهداف و مأموریت یونیکد به‌طور واضح در وب‌سایتش بیان‌شده است:

کنسرسیوم یونیکد یک شرکت غیرانتفاعی است که به توسعه، نگهداری و ارتقای داده‌ها و استانداردهای بین‌المللی نرم‌افزاری اختصاص دارد؛ مخصوصاً، استاندارد یونیکد نمایش متن را در تمامی محصولات و استانداردهای نرم‌افزاری جدید تعیین می‌کند. کنسرسیوم یونیکد فعالانه استانداردهایی را در حیطه بین‌المللی سازی شامل تعریف رفتار و روابط بین شخصیت‌های یونیکد، توسعه می‌دهد. این کنسرسیوم با W3C و ISO مخصوصاً با (ISO/IEC/JTC 1/SC2/WG2) همکاری تنگاتنگی دارد که مسئول حفاظت از 10646 ISO/IEC است. این استاندارد بین‌المللی با استاندارد یونیکد هماهنگ است.

همان‌طور که در ۳۲۳ متن دیدیم، واژه‌نامه اصلی ایموجی درواقع از یکنواخت است؛ به صورتی که شکل‌ها در صفحه‌کلیدها و نرم‌افزارهای مختلف (با اختلافات کوچک در جزئیات) مشابه یکدیگرند و بنابراین همه مجبور خواهند بود تا از روش‌های مشابه استفاده کنند. شخصیت‌های اضافی تقریباً به‌طور روزمره ساخته شدند و این‌ها عمدتاً در دیکشنری‌های و فهرست‌های آنلاین در دسترس هستند که به انتخاب و در بعضی موارد حتی اصلاح ایموجی برای استفاده‌های شخصی با اختصاصی منجر می‌شوند.

درواقع واژه‌نامه استاندارد این امکان را فراهم می‌سازد که زبان ایموجی از ژاپن خارج شود، اما محبوبیت و گسترش آن، استاندارد یونیکد را تحت‌فشار قرار می‌دهد تا طراح‌های حساس فرهنگی نیز اضافه وند و ازاین‌رو، خواسته‌های ملل و زبان‌های مختلف نیز برآورده می‌شوند. این کار پیامدهای روشنی درباره وضعیت زبان ایموجی به‌عنوان یک‌زبان بصری به همراه داشت. هنگامی‌که تفاسیر مبتنی بر فرهنگ حتی به شکل استاندارد واژه‌نامه‌ای در نظر گرفته شود، جهانی بودن زبان ایموجی بیش از این هم کاهش می‌یابد. با یادآوری بحث انجام‌شده در فصل قبلی، می‌توانیم بگوییم شکلک‌های ایموجی در مقیاس جهانی بودن از درجه بالا به ‌پایین قرار دارد. به نظر می‌رسد که در این مقیاس شکلک‌ها جایگاه بالایی دارند، درحالی‌که بسیاری از ایموجی‌های دیگر در درجات پایین‌تری قرار دارند.

واژه‌نامه ایموجی به‌طور مداوم در حال پیشرفت و توسعه است و شامل تغییرات تمامی انواع ایموجی‌ها می‌شود، به‌تازگی، یونیکد ۸۰۰ ایموجی لوازم ورزشی مثل چوب کریکت، مواد غذایی مثل تاکو، نشانه‌های زودیاک، حالات چهره جدید و نمادهای عبادتگاه‌ها را اضافه کرده است که تمامی آن‌ها درمجموع، زبان ایموجی را در مقیاس جهانی قرار می‌دهد. به نظر می‌رسد که تنوع در تفسیر شکلک‌ها، متفاوت است و داده‌های مشابه تا حدی کمتر است. ما از افراد گروه آگاه خواستیم که در مورد شخصیت جدید توست یونیکد ۸۰۰ نظر دهند و آن‌ها به‌طورکلی در مورد امکان تغییر رنگ پوست شکلک‌ها و حالت‌های چهره، صحبت کردند. پاسخ‌های رایج در زیر ذکرشده‌اند:

1 - چندان ایده آل نیست. من نمی‌دانستم که کریکت در برخی از نقاط جهان ورزش مهم است و هیچ‌وقت از این ایموجی استفاده نکرده‌ام، چون نیازی نداشتم. در صورت نیاز از آن استفاده می‌کنم.

2 - رنگ پوسته عالی است. من سیاه‌پوستم و از آن‌قدر دانی می‌کنم، اما بیشتر از شکلک‌های زرد استفاده می‌کنم چون کاربردی‌تر به نظر می‌رسد. من فقط وقتی از ایموجی سیاه استفاده می‌کنم که بخواهم نشان دهم که به نژادم افتخار می‌کنم.

٣- بیهوده است! آیا ایموجی‌ها ساده هستند؟ چرا آن‌ها را سیاسی می‌کنید؟ من این را می‌گویم چون اصالتاً هندی هستم.

بنابراین اگرچه تنوع فرهنگی، بخش اصلی گسترش زبان ایموجی است، اما به نظر می‌رسد که کاربران نسبت به کاربران به عملکرد سیاسی آن توجه ای ندارد. کاربران به دنبال برقراری ارتباط بدون ابهام و عاطفی هستند. یکی از افراد گروه آگاه گفت: اگر فکرمان را مشغول مسائل دیگر نکنیم، ایموجی‌ها خوب هستند. به‌عبارت‌دیگر، نشانه‌های فرهنگی را در پیام‌های به نشان می‌دهند. آن‌ها دامنه اختیاری این کد را تشکیل می‌دهند. موضوع دیگر این است که شخصیت ‌ایموجی‌ها در پلتفرم‌های گوناگون تغییر می‌کنند، به‌طوری‌که برخلاف محدودیت‌های سیستم تشخیصی یونیکد، مردم سعی دارند تا با استفاده از شکل‌های متنوع ایموجی، ایده‌ها و افکار مدنظرشان را به شکلی خلاقانه و هنری به نمایش بگذارند. همان‌طور که می‌بینیم یکی از موارد مورداستفاده در حوزه تبلیغات استفاده از کد ایموجی با اهداف خاص است.

بنابراین می‌توان به‌طور خلاصه گفت که در حال حاضر واژه­نامه ایموجی استانداردی وجود دارد که در انواع گفتگوها و با عملکردهای مختلف اجتماعی (مانند تبلیغات) به کار می‌روند. در حال حاضر، مکان‌های آنلاینی وجود دارند که رپرتورهای شکلک آنلاین ارائه می‌کنند. یکی از اعضای گروه تحقیقاتی که بسیار محبوب است، درواقع نشان داد که چه مقدار اطلاعات فرهنگی و حتی تاریخی در هر کدی تأثیرگذار است. به‌عنوان‌مثال ایموجی بیگانه، دیسک رایانه قدیمی، خرس عروسکی، اردک لاستیک و ...، به لحاظ تاریخی و فرهنگی دارای معنا و مفهوم هستند. با جهانی‌شدن کد ایموجی، تغییر اجتناب‌ناپذیر است.



واژه­نامه آنلاین شکلک

تنوع فرهنگ لغت ایموجی‌ها در درجه اول توسط بازار و فشارهای سیاسی ایجاد شدند، چون مردم و مارک‌ها بیشتر از شکلک استفاده می‌کردند تا به بازارها، مخاطبان و گروه‌های موردعلاقه دسترسی پیدا کنند. کسانی که در دنیایی بزرگ شدند که در آن دستگاه تلفن همراه، اینترنت و رسانه‌های اجتماعی همیشه وجود داشته، کاربران اصلی ایموجی‌ها هستند. اگرچه، همان‌طور که می‌بینیم، آن‌ها به لحاظ سن و ضرورت و بیش از هر چیز مد روز، بکار می‌روند.

**ابهام**

یکی از خطرات اصلی جهانی‌شدن کد ایموجی، علاوه بر تنوع خاص فرهنگی، پتانسیل ثبات ابهام است که یکی از خطرات اصلی جهانی‌شدن ایموجی ابهام است. پیام‌های مبهم، حتی در میان کسانی که از یک‌زبان مشترک هستند، خطرناک است؛ اما خطر درزمینهٔ فرهنگ جهانی افزایش می‌یابد. تبادل پیام‌های کلامی (گفتاری یا شنیداری) بین افرادی بافرهنگ‌های زبانی مختلف با زبانی مانند انگلیسی، به دلیل تمایل افراد به استفاده از آن‌ها، نامناسب است. مثلاً، کلمه انگلیسی affair که دارای مجموعه معانی زیر است:

1 – کاری که انجام‌شده است (مانند مرتب کردن امور خود)؛

2 – یک معامله حرفه‌ای یا عمومی (مانند امور دولتی)؛

3 – یک واقعه اجتماعی (مانند عروسی)؛

4 – یک رابطه عاشقانه یا جنسی (مثلاً در جمله «رابطه آن‌ها عاشقانه و پرحرارت بود»).

اکنون فرض می‌کنیم که در گوینده «الف» و «ب»، در حال گفتگو هستند. فرد «الف» به زبانی غیر هندواروپایی صحبت می‌کند و زبان انگلیسی را در قالب تحصیل کسب کرده است، درحالی‌که فرد بومی زبان انگلیسی است و هیچ زبان دیگری هم نمی‌داند. معنای (1): این گفتگو انجام می‌شود: نه در حال حاضر درگیر کاری هستم و نمی‌توانم به تو کمک کنم. با شنیدن این جمله، معنای مورد 4 را تفسیر کند؛ و تصور کند که در رابطه‌ای عاشقانه است و به این دلیل نمی‌تواند به او کمک کند. دلیل او برای مخاطب عجیب به نظر می‌رسد، چون در زبان انگلیسی برای یک رابطه عاشقانه عذرخواهی نمی‌کنند؛ اما بااین‌وجود احتمال دارد که به خاطر ساختار جمله، به‌عنوان عذر واقعی توسط طرف دیگر پذیرفته شود.

سخنران انگلیسی به نام بار - هیلل[[60]](#footnote-60) زبان‌شناس (۱۹۶۰) نمونه‌ای از ابهام را که تحت عنوان نقش بار۔ هیلل معرفی کرده است که به‌منظور نشان دادن خطر ابهام در گفتار است. این پارادوکس از اطلاعات فرا زبان‌شناختی استفاده می‌کنند تا به پیام‌ها معنا دهد. به‌بیان‌دیگر، مفهوم عاملی تعیین‌کننده در نشانه‌های کلامی و درک و معنا است. مثلاً: 1- خودکار در جعبه است. (ابزار نگارش در محفظه است). 3- جعبه در خودکار است. (محفظه درون خودکار است).

بومیان انگلیسی‌زبان تفاوت این دو پیام را تشخیص می‌دهند، چون به اطلاعات خارجی در مورد ماهیت خودکار دسترسی دارند که شامل معانی مختلف واژه «خودکار» است؛ منظور از معانی مختلف واژه خودکار، یک ویژگی به نام چندمعنایی است که موجب ایجاد ابهام می‌شود و با استفاده از تجربیات عملی، برطرف می‌گردد.

**رمزگذاری فرهنگ**

مطالعات انجام‌شده در مورد تعدد معانی نشان داده که ابهام حتی در گفتگوی میان افراد بومی هم برای همیشه حل نمی‌شود. هدف کد ایموجی جهانی برای پیشگیری از ابهامات است که به‌صورت بالقوه مخرب روابط انسانی است؛ اما اخیراً، موارد ابهام به ثبت رسیده‌اند. برای مثال، ایده استفاده از رنگ زرد، همان‌که رنگ غیرقابل طبقه‌بندی شکلک‌ها است، به‌منظور پیشگیری از اشاره به قومی - فؤادی خاص است و این‌ها تمام مردم از هر قومیت یا نژادی به دلایل صرفاً ارتباطی و بدون عقاید سیاسی - اجتماعی از آن‌ها استفاده کنند. همان‌طور که در بین افراد گروه آگاه ترکیبی از نژادها و ملیت‌های قفقازی، آفریقایی، کانادایی، هندی، پاکستانی، ایرانی، اسلاوی، چینی، کره‌ای و دیگر قومیت‌ها - مشاهده کردیم، این فرضیه برای همه افراد قابل‌فهم است. به‌طوری‌که یکی از افراد پاکستانی بیان کرد: این‌که هنگام استفاده از ایموجی، مجبور نیستم به‌کلیشه‌ها فکر کنم، خوب است.

بااین‌حال، کدگذاری فرهنگی متغیر است و بر اساس تفسیر اشکال مشابه به روش‌های خاص فرهنگی است. این تفسیر همان اشکال فرهنگی خاص هستند. برای مثال و به‌هرحال، رمزگذاری فرهنگ به‌طور یکنواختی پدیدار شده است. آنچه در ادامه آمده، مقر شکل‌هایی یکسان به روش‌های خاص فرهنگی است. به‌عنوان‌مثال، با بررسی ایموجی «مانیکور ناخن» مشخص شد که این ایموجی دارای مجموعه‌ای کامل از مفاهیم جنسی ناخواسته است؛ به‌طوری‌که کاربران بعضی کشورهای غیر انگلیسی‌زبان از آن استفاده نمی‌کنند و این ایموجی را توهین‌آمیز می‌دانند.



ایموجی لاک زدن ناخن

ایموجی بالا گرفتن انگشت شست نیز مشکل‌ساز است.



ایموجی بالا گرفتن انگشت شست

این ژست به‌ظاهر جهانی، در مناطقی از خاورمیانه، آفریقای غربی، روسیه و آمریکای جنوبی به طرز پنهانی توهین‌آمیز است. در مناطق بسیاری، معادل استفاده از انگشت میانی در دنیای غرب است. لیست ایموجی کدگذاری فرهنگی یک لیست گسترده است و هیچ نگرانی برای ما ندارد. نکته مهم این است که ابهام در کدگذاری‌های فرهنگی اجتناب‌ناپذیر است و بخشی از نشانه‌شناسی انسانی است. درک و استفاده از علائم و نشانه‌ها در سراسر جهان متفاوت است. غالباً، اشکال یک سال (مانند انگشت شست) در مکان‌ها مختلف وجود دارد، اما معنای متفاوتی دارد. برای استفاده از اصطلاحات معرفی‌شده توسط سوسور[[61]](#footnote-61) (1916)، (یک‌شکل فیزیکی مانند شکلک شست دست) نشانگرهای مختلفی دارد و طبق جامعه گفتاری، معنای متفاوتی هم دارد.

کتابچه راهنمای یونیکد درواقع یادداشت‌هایی در مورد معنای کمی کدگذاری در فرهنگی یک شکلک است مانند موارد بالا تا کاربران را راهنمایی کند. برخی از کاربران ممکن است به‌جای ایموجی نشستن، از شکلک صندلی، برای رزرو بلیت استفاده کند. وقتی ما از گروه آگاه در مورد ایموجی لاک زدن ناخن سؤال کردیم، سه پاسخ دریافت کردیم که در ادامه آن‌ها را آورده‌ایم:

1 – چه کسی به لاک ناخن اهمیت می‌دهد؟ من هرگز از آن استفاده نمی‌کنم و این شکلک تغییری در من ایجاد نمی‌کند.

2 – من فقط یک‌بار استفاده کردم تا به دوستانم بگویم تعدادی لاک خریده‌ام. معنای دیگری برای من ندارد!

3 – من حدس می‌زنم که می‌توانید تفسیرهای متفاوتی داشته باشید، اما نه وقتی‌که بعد از یک کلمه و مفهومی قرار داده بود.

**3 - قابلیت‌های ایموجی**

کوتاه نویسی، روح شوخ‌طبعی است. شکسپیر (۱۶۱۶-۱۵۶۴).

از سال ۲۰۱۰، ایموجی‌ها به بخش مهمی از ارتباطات دیجیتال تبدیل شدند. بر اساس پژوهشی که توسعه‌دهنده نرم‌افزاری بریتانیایی، سوئیفت کی، در سال ۲۰۱۵ انجام داد و بیش از یک‌میلیون پیت داده را از دستگاه‌های اندروید و iOS از شانزده زبان مختلف جمع‌آوری کردند، ۴۵ درصد از کل پیام‌ها دارای شکلک خوشحال هستند؛ مثل شکلک خندان و بعدازآن هم شکلک‌های غمگین، قلب‌ها، اشارات و حالت‌های دست و ایموجی عاشقانه هستند. این یافته‌ها نشان می‌دهند که کاربرد اصلی ایموجی، افزودن لحن‌های احساسی گسترده به پیام‌های متنی با افزودن ظرافت‌های ضمنی به بخش‌های خاصی از محتوایشان است. حتی وبلاگ آماری «پنج سی هشت» از داده­های تجربی پشتیبانی می‌کند؛ به‌طوری‌که دریافت ایموجی قلبی در نزدیک به ۳۵۰ میلیون توییت در کنار ایموجی «شادی» (حدود ۲۸۰ میلیون) و ایموجی بی‌حوصلگی (نزدیک به ۱۴۰ میلیون) استفاده‌شده‌اند.

با توجه ‌به محبوبیت آشکار و استفاده گسترده از ایموجی‌ها، تمامی حوزه‌های تعامل اجتماعی و نمادگرایی در حال گسترش هستند. تولیدکنندگان بزرگ، از زبان ایموجی به‌عنوان عنصری برای بهبود شکل نام تجاری‌شان استفاده می‌کنند. برای نمونه خانه بین‌المللی پنکیک‌ها، اخیراً نشان‌واره‌اش را به ایموجی تغییر داد. همان‌طور که در پایین دیده می‌شود، این نشان‌واره به شکل یک خندانک است.



آرم خانه بین‌المللی پنکیک‌ها

فرهنگ پاپ، (سبک کمیک پوک مانگا) از کلک به‌عنوان کل جدید لینگو استفاده می‌کنند. برای مثال، خواننده پاپ کانادایی، کارلی ری جپسن ویدئوی آهنگ خود به نام (با من فرار کن[[62]](#footnote-62)) را منتشر کرد که به تماشاگران این امکان را می‌داد که با کلیک بر روی ایموجی به صحنه‌های گوناگونی هدایت شوند. به این صورت که می‌توانستند آنچه در ادامه ویدئو انجام می‌دهد را مشخص کنند. چنین نمونه‌هایی در اجزاء مختلف دورنمای فرهنگی در حال گسترش هستند. ایموجی تا حدی به بخشی از این دورنما تبدیل‌شده‌اند که حتی واکنش‌های سیاسی - اجتماعی افراد مختلف را هم برمی‌انگیزانند مثلاً در سال ۲۰۱۶، یک نام تجاری برای محصولات بهداشتی زنانه استفاده می د، تبلیغات خود را با عنوان «مثل یک دختر» راه‌اندازی کرد که برای ایجاد اعتمادبه‌نفس در دختران نابالغ طراحی‌شده بود. این نام تجاری، به‌طور راهبردی تعدادی ویدئو منتشر کرد که در آن‌ها دختران نوجوان درباره جهت‌گیری‌های جنسیتی در جامعه بحث می‌کردند؛ برای مثال، کد ایموجی زنانی که لباس صورتی پوشیده‌اند یا با موهای آرایش‌کرده هستند این موضوع را نشان می‌دهد. دریکی از این ویدئوها، یک زن جوان می‌گوید: هیچ ایموجی دختری وجود ندارد که در رابطه ‌با شغل و حرفه او باشد و آن‌ها ایموجی‌های کافی ندارند. به‌طورکلی، زنان نوجوان در این ویدئو می‌توانستند اعتراض کنند که شکلک‌های جدیدی نیاز دارند که زنان را در مشاغل و حرفه آن‌ها به تصویر بکشد. میشل اوباما بانوی اول میراکل اوباما، پس از دیدن این فیلم، درخواست کرد که بر روی ایموجی دختری در حال مطالعه، کار شود.

بدیهی است که این کد ایموجی در حال تغییر به چیز متفاوتی است تا یک سیستم تصویر - واژه‌ای ساده از نمادهای قابل‌درک و جامع برای تسهیل ارتباطات همگانی فراهم سازد. آن‌طور که مشخص‌شده است، زبان ایموجی بر همه کاربردها و عملکردها و نیز به واکنش فشارها و گرایش‌های اجتماعی به تنوع زبان ایموجی که در حال تغییر است، تسلط دارد. ایموجی‌های جدید باید توسط کنسرسیوم یونیکد تصویب و پس‌ازآن طراحی شوند. در مرحله بعد این ایموجی جدید به فهرست‌های همواره در حال گسترش اضافه می‌شوند که بعدها به نرم‌افزارها و دیگر ابزارهای رسانه‌های اجتماعی افزوده می‌شوند که به یک سیستم اسنادی استاندارد و متمرکز اشاره دارد که در هر شرایطی در برابر نوآوری و توسعه گشوده است، اما زبان ایموجی فراتر از این سیستم، در حال گسترش است؛ به‌طوری‌که ایموجی جدید به‌طور مداوم در تمامی بخش‌های جامعه در حال ساخته است و به وب‌سایت‌های گوناگونی راه‌یافته‌اند که در آن‌ها کپی می‌شوند و در تمامی ارتباطات دیجیتالی به کار می‌روند.

تنوع در زبان‌ها اجتناب‌ناپذیر است. قبل از بررسی جزئیات در مورد اجتناب‌ناپذیری در فصل‌های بعدی، بهتر است نگاهی داشته باشیم به ویژگی‌های عمومی خود زبان ایموجی و اینکه چگونه در طی چند سال این‌چنین تکامل‌یافته‌اند. دانش چگونگی استفاده از این زبان در حال حاضر نظامی شفاف، قانونمند و درعین‌حال ضمنی و ناخودآگاه است؛ بسیار شبیه نظام‌هایی زبان‌های طبیعی است. این نظامی دارای نشانه‌ها و شکل‌ها و قواعد خاص است، به‌عنوان‌مثال، زبان الفبایی، دربردارنده دانش خاصی است تا به‌طور معنی‌داری به کار رود. برای نمونه، اگر کسی از یک کاربر الفبای رومی بپرسد حرف بعد از G چیست؟ او بلافاصله پاسخ خواهد داد H؛ چون با شکل نشانه‌های الفبا و ترتیب این نشانه‌ها در زبان آشنا است. علاوه بر این، کاربر می‌داند چگونه یک حرف الفبا را در ترکیب با دیگر حروف برای نوشتن واژه‌ها انتخاب کند و اصول اساسی آن را درک کند. (برای مثال هر حرف کم‌وبیش نشان‌دهنده یک آوا است) حروف الفبا نمونه کامل این نشانه‌ها است متمایز بوده و می‌تواند به روش‌های خاصی به‌منظور ساختن واژه‌ها ترکیب شوند.

استفاده از هر کدی، مثل حروف الفبا، به دانش نیاز دارد که زبان‌شناسان آن را «قابلیت زبانی» می‌نامند. روزبه‌روز مشخص شد قابلیت ایموجی دربردارنده دانش چگونگی استفاده از تصاویر در پیام‌های نوشتاری است، به‌طوری‌که هم نوشته و هم تصاویر هم برای نویسنده و هم برای خواننده قابل‌فهم باشند. بدین ترتیب، در این فصل به قابلیت ایموجی‌ها می‌پردازیم که شامل چگونگی تغییر شکل‌ها و کاربردهای زبان ایموجی، به‌منظور گسترش عملکردهای گفتاری است.

**ویژگی‌های کلی**

قابلیت در ایموجی به چه معناست؟ همان‌طور که به‌طور در فصل‌های گذشته گفتیم، قابلیت ایموجی، در رابطه‌ با دانش انتشار تصاویر ایموجی در پیام‌های متنی برای ایجاد لحن عاطفی و مثبت و مشارکت محاوره‌ای دو طرف گفتگو، است. تحقیقات نشان داد که قابلیت ایموجی، عمومیت آن را در کاربرد میان زبانی نشان می‌دهد. همچنین جابه‌جایی یک شکلک در متن می‌تواند به همان اندازه عجیب باشد که در یک جمله واژه‌ای در جای نادرست یا بدون هیچ رابطه معنایی با یکدیگر قرار بگیرند. قواعد استفاده از ایموجی، همانند قواعد یک‌زبان طبیعی است. تردید، دستور زبان ایموجی باید به‌طور رسمی ثبت شود. درواقع، قابلیت ایموجی فراتر از دانش نحوه انتخاب و ترکیب ایموجی است؛ زبان‌شناسان آن را قابلیت ارتباطی می‌نامند و قابلیت ارتباطی ایموجی در این رابطه است که دانش شکل‌ها چگونه عملکردهای ارتباطاتی را به نمایش می‌گذارند. این دانش ضمنی، نحوه استفاده مؤثر از زبان ایموجی را نشان می‌دهد. درواقع، امروزه زبان‌شناسان در قابلیت زبان‌شناختی و ارتباطی را تعاملی می‌دانند. زبان ایموجی نوعی زبان بصری الفبایی است که حروفی را تأمین می‌کند که می‌توانند به دو روش ساختارهای معنادار را ایجاد کنند: (۱) به‌طور الحاقی در یک پیام نوشتاری یا (۲) به‌طور جایگزینی در یک متن، متون الحاقی مانند متونی که توسط افراد گروه آگاه فراهم شدند، از ترکیبی از شکل‌های نوشتاری (الفبایی) و ایموجی قرارگرفته درجاهای خاصی از پیام، تشکیل‌شده‌اند. قابلیتی که برای رمزگشایی چنین متنی نیاز است احتمالاً برای همه کاربران ایموجی صد درصد دست‌یافتنی نباشد. شکلک موجود در انتهای متن، می‌تواند به‌عنوان سلام و احوالپرسی با لحن مثبت باشد. برای بررسی یک متن باید بامعنا و ایموجی آشنا بود. متن زیر یک نمونه معمولی است که در وب‌سایت (http: / / www. freemake. com) آمده است.



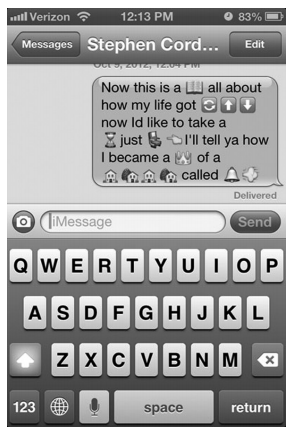
**متن ایموجی جایگزین**

همان‌طور که این متنی نشان می‌دهد، برای درک خواننده، کد ایموجی آن را کنترل می‌کند. کسانی که همیشه از ایموجی استفاده نمی‌کنند، برای درک این پیام باید آموزش ببینند تا معنای پیام را درک کنند، به‌عبارت‌دیگر، بدون برخورداری از دانش زبان ایموجی، ازلحاظ بصری رمزگشایی این متن غیرممکن است. به همین دلیل حداقل کاری که می‌توان انجام داد، حدس زدن محتوای آن است که در قالب حروف الفبای ناآشنا است و مانع رمزگشایی می‌شود. زبان ایموجی و به‌کاربردن آن حتی در شیوه نگارش جایگزینی، دارای ویژگی مختلف حروف الفبا است. با اندکی آموزش می‌توانیم یک شخص را به‌طور بصری دانش ایموجی بهره‌مند سازیم. درحالی‌که اگر بخواهیم همین کار را در مورد قابلیت زبان طبیعی انجام دهیم، به آموزش بیشتری نیاز داریم، بنابراین، اگرچه ممکن است تنوع زبان ایموجی درحال‌توسعه باشد، اما با توجه ‌به طبیعت تصویر - به‌اندازه کافی از ویژگی‌های عمومی برخوردار است.

با آسان‌ترین ایموجی قابل رمزگشایی شروع می‌کنیم؛ در ابتدا، نویسنده گوینده انگلیسی است، نه‌تنها به دلیل عنوان کلامی متن، داستان تولد ایموجی من است، بلکه (الف) حروف‌چینی‌اش به‌صورت از چپ به راست و نوشتاری و الفبایی در زبان انگلیسی، یکسان است، (ب) بسیاری از نمادها، ازجمله نماد گلف، به‌طور واضحی برای هر فرهنگ انگلیسی‌زبانی کنایه است. همچنین ایموجی اول نشان می‌دهد که نگارنده پیام یک زن است که از ضمیر من در انگلیسی استفاده می‌کند. شکلک‌های گوناگونی در متن قابل‌مشاهده‌اند که عملکردهای یکسانی با ایموجی‌های احساسی دارند که لحن عاطفی یا تفسیر بصری به محتوا می‌افزایند در اینجا نیاز به تحلیل نیست. همان‌طور که پیش‌ازاین هم گفته شد، این شکلک‌ها مجموعه‌ای از لحن‌های عاطفی شامل شادی، ناراحتی، خشم، تمسخر و... را نشان می‌دهند. البته برخی ایموجی‌های مانند ایموجی شست به سمت بالا به‌راحتی قابل تفسیرند (نشان‌دهنده رضایت یا موافقت‌اند) و تصاویر آتش و انفجار که نشان‌دهنده واکنشی تندوتیز یا شاید نامتعادل هستند.

برای رمزگشایی باقی ایموجی، باید ازلحاظ ساختار چیدمان، به‌موازات ساختار جمله، استفاده کرد. برای مثال، مجموعه تصاویر انتهای پیام که یک جوجه از تخم بیرون می‌آید با نماد جشن و علامت شست دست به سمت بالا، نماد رقص است و در ادامه تصویر یک خانواده آمده است که یک واحد زبانی را تشکیل می‌دهد. به‌احتمال‌زیاد به واکنش‌های شادی و احساسی به دلیل یک تولد اشاره دارد. باقی ایموجی‌ها نیز به‌صورت نحوی تفسیر می‌شوند. در کل، متن در رابطه ‌با نحوه تولد است و مفاهیمی در این رابطه دارد. موضوع است. درهرصورت، برای اینکه بفهمیم چگونه تمام متن را ترجمه کنیم، باید با انواع متون و زبان‌های این متن آشنا باشیم. به‌عبارت‌دیگر، به دانش بالایی در رابطه ‌با ایموجی‌ها نیاز داریم. این مسئله نشان می‌دهد که انتخاب این شکلک‌ها در ساختار متن و ارتباط آن‌ها با یکدیگر، معنای مختلف را باهم آمیخته است. این ویژگی‌های اساسی بر چگونگی انتخاب، ترکیب و ارتباط شکلک‌ها حاکم است و مطمئن از قابلیت‌های ایموجی‌ها هستند.

بدیهی است که متون افزوده‌شده از متون جایگزین آسان‌تر تفسیر می‌شوند، چون معنای آن‌ها تحت تأثیر نوشتار قرار دارد و ازجمله موارد جانشینی هستند، چون و کاربرد و معنای آن‌ها با جریان پیام نوشتاری کنترل می‌شود. ایموجی‌هایی که پیام‌های افزوده استفاده می‌شوند، با توجه به شناخت آن‌ها بکار می‌روند و استفاده از آن‌ها متن را متغیر نشان می‌دهد و به‌موجب آن متن نوشتار همراه با شکلک‌هایی بکار می‌رود که فقط عملکردی کمکی دارند، اما به‌عنوان جایگزینی برای محتوی طراحی‌شده‌اند. ما این موضوع را بررسی خواهیم کرد. در حال حاضر، فقط تصاویر این پیام‌های نگارشی که برگرفته از وب‌سایت http: / / www. smoshi. com است را بررسی کنیم:



نمونه متن ترکیبی

همان‌طور که می‌بینیم، این متن مشابه متون نوشتاری حروف‌چینی است، اما در این نمونه، ایموجی‌ها صرفاً افزونه‌های ساده نیستند، بلکه بخشی از ساختاری جایگزین هستند. رمزگشایی متن، بیشتر به دانش محدوده نشانه‌ها و نمادها مانند واژگان و فرهنگ یک‌زبان نیاز دارد. استفاده از ایموجی (استوری) با اولین نمونه در این رابطه است؛ این سیستم علاوه ایموجی‌هایی در جهت «بالا» و پایین دارای ایموجی‌هایی با «حرکت دورانی» است که می‌تواند معادل استعاره باشد؛ بنابراین، جمله اول می‌تواند کم‌وبیش به این صورت رمزگشایی شود:

اکنون این داستانی است درباره بالا و پایین‌های زندگی من است. بقیه متن نیز به‌طور مشابه به دانش لفظی نیازمند است؛ مثل استفاده از یک ساعت شنی به‌عنوان استعاره زمان. همان‌طور که می‌بینیم، متون ترکیبی کاملاً جایگزین، قابلیت تفسیر بیشتری دارند؛ اما قابلیت‌های ایموجی بالایی را می‌طلبند.

آن‌طور که در این متن می‌بینیم، ساختار لفظی بخشی از کاربرد ایموجی است؛ بنابراین، می‌توان گفت که پنج معیار قدیمی زبان استعاری به‌راحتی در کاربرد ایموجی‌ها قابل‌شناسایی هستند:

1- ابتکار[[63]](#footnote-63): این معیار درباره جستجوی بحث (موضوع) یک گفتمان یا ارتباط است و فرایندی ابتدایی است که دو طرف را راهنمایی می‌کند تا بحث موردنظر خورد را سازمان‌دهی کنند. همان‌طور که در بالا دیدید، زبان ایموجی با معیار ابتکار مطابقت دارد. چون به فرستنده اجازه می‌دهد که جریان عاطفی بحث را با نیروی لفظی انتقال دهد، در متن داستان تولد، تصاویر و عواطفی که ماجرا را بازگو می‌کنند، در یک‌رشته تصویر - واژه و در قالب روایت و استعاره، سازمان‌یافته‌اند. در این متن ترکیبی، نگارنده به‌روشنی احساس کرده است که تصاویر ازلحاظ بیانی بسیار قدرتمندتر از استعارات کلامی هستند؛ با توجه ‌به اینکه شاید ما آن‌قدر به استفاده از واژه‌ها در سخن گفتن عادت نکرده باشیم که نیروی بیانشان را ازدست‌داده داده باشند.

2 - ترتیب[[64]](#footnote-64): این معیار، درباره سازمان‌دهی شکلک‌ها است که در نگارش یک متن استفاده می‌شوند، به‌منظور اطمینان حاصل کردن از ترغیب حداکثری استفاده می‌شود. عدم داشتن دانش فنی مطمئناً در متون ایموجی تحلیل‌شده‌اند. تاکنون او می‌داند که توزیع تصاویر در داستان تولد، دانش چگونگی تأکید بر احساسات همراه با داستان را نشان می‌دهد. همچنین تصاویر به‌کاررفته در متن ترکیبی با قرار گرفتن در مکان‌های خاص نشان می‌دهند که نگارنده قصد داشته با استفاده از معانی لفظی ایموجی‌ها پر مفاهیم خاصی تأکید کند.

3- الوکوتیو[[65]](#footnote-65) (سبک): این فرآیند تشخیص نحوه استدلال‌ها است. در سبک دوستانه و خنده‌دار ایموجی مستقیماً وارد متن می‌شود، به‌وضوح نوعی الوکوتیو (سخنوری) است. متن ترکیبی، ایموجی‌ها را هم باهم بکار می‌برد تا حس شوخ‌طبعی و اعلام بصری ذهن نگارنده را ارائه کند.

4 - حافظه[[66]](#footnote-66): این معیار به‌طور سنتی به حفظ متن اشاره دارد تا بتوان به‌طور شفاهی و بدون استفاده از هیچ یادداشتی به آن مراجعه کرد، درحالی‌که ممکن است به نظر نرسد که این معیار در نگارش متن با ایموجی عملی باشد، شواهدی وجود دارد مبنی بر اینکه استفاده از ایموجی‌ها حافظه متن را بهبود می‌بخشند و فرایند تعامل را هدایت می‌کند، گروه پژوهشی ما، از ۱۰۰ نفر از گروه آگاه درخواست کرد که اگر می‌توانند برخی از پیام‌هایی که اخیراً نوشته‌اند به یاد بیاورند، بسیاری از این متن‌های به‌دست‌آمده صرفاً درباره موضوعات جزئی روزمره بودند و وقتی‌که پاسخ‌های آن‌ها را با متون اصلی مقایسه کردیم، بیشتر این افراد توانسته بودند متن‌ها را تقریباً به‌صورت کلمه به کلمه به یاد بیاورند. ۵- تحویل[[67]](#footnote-67): فرایند آشنایی با شیوه استدلال ازجمله لحن و اشاره است. در ساده‌ترین حالت، زبان ایموجی یک‌زبان بصری (لحنی) است، چون به‌طور یکنواختی متناوب لحنی عاطفی به متن گفتاری می‌افزاید که در غیر این صورت باید از طریق جمله‌بندی و استخراج عبارت انجام شود که در این حالت از تحویل کلامی مؤثرتر و صریح‌تر هست.

اگرچه این معیارها در تمامی متون سنتی دیده می‌شوند، همچنین درست که دارای قابلیت شکلک‌ها هستند، وقتی به گروه آگاه گفتیم که پیام‌های آن‌ها بررسی می‌شود، همه تعجب کردند، وقتی به گروه آگاه گفتیم که تحلیل متن‌های آن‌ها را گفتیم، فهمیدند که هدف اصلی استفاده از شکلک‌ها، این است که معنا و سبک پیام تأثیرگذارتر باشد. در حقیقت این موضوع، به‌عنوان اصل اساسی شکلک‌ها تصویب شد که در این کتاب آن را شرح خواهیم داد.

**کد ایموجی**

در حال حاضر، با توجه ‌به واکنش‌ها و تغییراتی که پس از سال 2010 رخ‌داده است، کد ایموجی به یک سیستم ارتباط تصویری جهانی و حساس به فرهنگ تبدیل‌شده است. به‌هرحال، همان‌طور که ما در سه فصل اول این کتاب مشاهده کردیم، عناصر بسیاری از این کد وجود دارند که فراتر از رمزگذاری‌های فرهنگی خاص هستند، دلیل غیرمستقیم آن، این واقعیت است که می‌توانیم متون بالا را اگر به حروفی ناآشنا نوشته شوند، بیشتر از قبل می‌توانیم آن‌ها را رمزگشایی کنیم. در مورد ایموجی‌ها این امر اهمیت کمتری دارد.

سه ویژگی عمومی وجود دارد که کد ایموجی و هر کد دیگری را تعریف می‌کند. اولین ویژگی (بازنمایی) است. در متن جایگزین بالا، ساختار متن، یک نمونه «داستان تولد» تصویری، بر اساس تصویرسازی‌های نگارنده را نشان می‌دهد که شبیه داستان‌های مصور کودکان است؛ زیرا نسبت به حالتی که در قالب واژه‌ها باشد، خواندنی‌تر است. لحن پیام داستان تولد، یک نمونه شوخی‌آمیز بوده و شبیه جک است. حتی اگر نتوانیم به‌طور کامل داستان را در قالب واژه ترجمه کنیم، می‌توانیم شوخی و عواطف مرتبط دیگر را دریابیم.

ویژگی دوم، «تفسیرپذیری» است. این بدان معناست که افرادی که با نشانه‌ها و علائم زبان سازنده پیام‌ها آشنا هستند، می‌توانند به‌درستی پیام‌ها را درک کنند، در متن داستان تولد، تفکر استنباطی قابل‌توجهی لازم بود تا معنی متن به دست آید. بااین‌حال، این واقعیت در وهله اول به معنای جمع‌آوری تفسیر کرد، نشان می‌دهد که شکلک قابل تفسیر به یک کد زبانی طبیعی است. ویژگی سوم زمینه‌سازی است. این نشان می‌دهد که تفسیر پیام تحت تأثیر عوامل زمینه‌ای، ازجمله اطلاعات بیرونی یا نقاط مرجع، قرار دارد. هیچ زمینه خارجی در متن داستان تولد وجود ندارد، به‌غیراز توضیح این‌که یک داستان تولد است؛ اما در داخل متن می‌توان فهمید که منابع فرهنگی متن (مثل شکلک جشن) به داستان تولد اشاره دارد که راهنمای تفسیر متن است.

واضح است که کد ایموجی استفاده‌شده در داستان تولد، دارای ویژگی مستقل جهانی است که می‌توان آن را تفسیر کرد. بااین‌وجود، این تفسیر به زبانی ناشناخته است.

برخی از تصاویر به زبان ایموجی مثل ایموجی فرد مست به روش خاصی رمزگذاری شده‌اند. بدین ترتیب به‌طور اجتناب‌ناپذیری تمام ایموجی ها در صفحه‌کلید، برنامه‌ها و وب‌سایت‌های فرهنگی که در داستان قرار دارد، مجموعه‌ای درونی از چارچوب فرهنگی مفهوم مدنظر را به همراه دارند. این موضوع نشان می‌دهد که کد ایموجی، کدی است که به‌عنوان یک کد ضمیمه ساده برای افزایش لحن احساسی پیام درک نمی‌شود، بلکه به‌عنوان یک‌زبان در حال تکامل است که در معرض تغییرات قرار دارد، بنابراین جهانی بودن آن کاهش می‌یابد. به‌عبارت‌دیگر، متن‌هایی که دارای کد ایموجی هستند، در حال گسترش هستند که کد را در امتداد زبان‌های طبیعی قرار می‌دهد و حساسیت آن را به فشارهای سیاسی و بین فرهنگی بیشتر می‌کند.

به‌عبارت‌دیگر، کد ایموجی، مانند یک‌زبان طبیعی، در حال تغییر است که هیچ ارتباطی به تسهیل ارتباط ندارد، بلکه بیشتر با اصلاح آن برای پاسخگویی به خواسته‌های خاص هست؛ بنابراین، با تجربیات خاص کاربران شکل می‌گیرند.

**ایموجی اصلی**

با توجه ‌به فشارهای وارده به کاربر روی کد ایموجی، اکنون می‌توان به‌صورت دقیق‌تر گفت که آن به توسعه سیستم دوگانه نیاز دارد، یکی توسط تمامی کاربران مورداستفاده قرار می‌گیرد و دیگری که اشکال اختیاری را بر اساس موقعیت و مفاهیم ارائه می‌کند. به‌عبارت‌دیگر، این کد ایموجی اکنون دارای محیطی سازگار واصلی است.

واژه‌نامه اصلی همان واژه‌ای است که در اکثر صفحه‌کلیدها یا برنامه‌ها وجود دارد و عمدتاً تا دارای شکلک‌ها و تصاویر پدیده‌های ملموس مانند خورشید، ماه و غیره است. گرچه این موارد در کل جهان قابل تفسیر هستند، همچنان بین کاربران توافقی وجود دارد که در مورد معنای ایموجی‌ها برقرارشده است. مفهوم فرهنگ اصلی درواقع مفهومی است که در حوزه‌های زبان‌های کلامی وجود دارد. این مفهوم زبان‌شناختی در قرن نوزدهم شکل‌گرفته است، اگرچه در میانه قرن بیستم، زبان‌شناسی آمریکایی موریس سوادش[[68]](#footnote-68) (۱۹۵۱، ۱۹۵۹ و ۱۹۷۱) با استفاده از داده‌های باستان‌شناسی و انسان‌شناسی به‌منظور تعیین اینکه چه واژه‌هایی احتمال دارند که همگانی و ازنظر زبان‌شناسی باستانی باشند و چه واژه‌هایی مختص زبان‌های خاص هستند، این مفهوم را به‌صورت علمی شرح داد. واژگان اصلی بدین ترتیب برای زبان‌شناسان و انسان‌شناسان پایگاه داده‌ای فراهم می‌کند برای پی بردن به اینکه از زمان آغاز تاریخ انسان چه مفاهیمی برای او مفید بوده‌اند و مفاهیم مشترکی که تمامی زبان‌ها واژه‌های اولیه‌شان را از آن‌ها شناخته‌اند، کدم‌اند. این‌گونه تصور می‌شود که هر زبانی در هر نقطه‌ای از جهان واژه‌هایی برای دسته‌بندی مفاهیم مشترک زندگی داشته است؛ واژه‌هایی برای مادر و پدر، حیوانات، گیاهان، اجزای بدن، ابزارهای سلاح‌ها و غیره. واژه‌نامه اصلی زبان ایموجی از نشانه‌های تشکیل‌شده است که با واژگان اصلی سازگار بوده و ما را از قواعد اوایی و دستور زبانی زبان‌های مختلف برساند و نیز این نشانه‌ها را همگانی‌تر می‌کند، به‌طور جالب در نهی، مفاهیم اصلی سواد، اولین مفاهیم ضمایر شخصی (من تور ما)، همان (این، آن) و کلمات پرسشی (چه کسی؟ چه چیزی؟) هستند که توسط مفاهیم یک، بزرگ، کوچک، شخص، ماهی، مگ، درخت، گوش، چشم، دهان، دست و همراهی می‌شوند. این مفاهیم در واژه‌نامه اصلی ایموجی‌ها نیز به همین ترتیب بافت می‌شوند؛ اما به نظر می‌رسد ویژگی‌های مربوط به ایموجی‌های خاص تا حدودی میان نرم‌افزارها و پلتفرم‌های متفاوت باشد. بااین‌وجود، این ایموجی‌ها هم فارغ از شکل خاصشان به‌آسانی قابل تفسیر بوده و نیز امکان تفسیر متغیر پا مبتنی بر فرهنگ را کاهش می‌دهند. شکلک‌هایی مثل چهره خندان و چهره غمگین هم اگرچه در لیست سواد وجود ندارند، بخشی از واژه‌نامه اصلی ایموجی هستند؛ شاید به این دلیل که نام‌گذاری احساسات توسط این زبان‌شناس برای تجربیات و واکنش‌های خاص مردم مختلف، بیش‌ازحد تغییرپذیر یا حساس بوده است. به‌هرحال، همان‌طور که مطالعات شکلک چهره نشان می‌دهد (برای مثال اگمن، ۱۹۷۳) به نظر می‌رسد که واژه‌هایی برای احساسات اصلی مثل خشم و تعجب در سرتاسر جهان وجود داشته باشید موضوعی که در ادامه به آن برمی‌گردیم؛ بنابراین، واژه‌نامه اصلی ایموجی‌ها دارای مفاهیم استنباطی نیستند؛ بنابراین واژگان اصلی یک پایگاه داده در اختیار زبان‌شناسان و مردم شناسان قرار می‌دهد تا استنباط کنند که چه مفاهیمی برای بشر مفید بوده و مجموعه مفاهیمی که همه زبان‌ها کلمات اصلی خود را از آن می‌گیرند، کدم‌اند. این نگرش که هر زبان دارای کلماتی است که برای طبقه‌بندی موارد مختلف بکار می‌رود، در همه‌جا مشترک است، مانند کلماتی از این قبلی: مادر و پدر، حیوانات، گیاهان، اعضای بدن، ابزار، سلاح و غیره.

واژه‌نامه اصلی کد ایموجی حاوی نشانه‌هایی است که به‌طورکلی با واژگان اصلی سازگار است و آن‌ها را از ویژگی‌های آوایی و دستوری زبان‌های مختلف آزاد می‌کند و باعث جهانی‌شدن آن‌ها می‌شود. جالب است که در لیست اصلی سوادش، موارد اول ضمایر شخصی هستند مثل (من، ما، شما)، (این، آن)، (چه کسی)، مفاهیمی مانند یک، بزرگ، کوچک، شخص، ماهی، سگ، درخت، گوش، چشم، دهان، دست غیره، این‌ها در واژه‌نامه اصلی شکلک‌ها نیز وجود دارند؛ اما به نظر می‌رسد ویژگی‌های شکلک‌ها خاص مورداستفاده تا حدودی در اپلیکیشن ها و سیستم‌عامل‌های مختلف متفاوت هستند. باوجوداین، به‌راحتی تفسیر می‌شوند، مهم نیست که شکل خاصی داشته باشند. بدین ترتیب، امکان تفسیر متغیر یا فرهنگ محور کاهش می‌یابد. شکلک صورت، مانند شکلک و صورت غمگین، نیز بخشی از فرهنگ لغت اصلی شکلک‌ها است، حتی اگر در لیست سوادش دیده نشود، شاید به این دلیل که زبان‌شناسان نام‌گذاری عواطف یا احساس را با توجه ‌به تجربیات و واکنش‌های خاص افراد، متغیر دانسته‌اند (مطابق نوه نسبی زبانشناسی که سوادش درگیر آن بود). بااین‌حال، همان‌طور که نشان داده شد (اکمن و همکارانش 1973)، به نظر می‌رسد کلماتی برای احساسات اصلی مانند خشم و تعجب در سراسر جهان وجود دارند (بعداً به این موضوع می‌پردازیم)؛ بنابراین، این ایموجی اصلی، به تعبیری، لیست سوادش را گسترش داد.

لیست سوادش همچنین شامل افعال رایجی مانند خوردن، نوشیدن، کشتن و پرواز کردن است. ایموجی‌های ایدئوگرام متناظر برای این مفاهیم کلامی، به‌راحتی در وب‌سایت‌های گوناگون و در بعضی نرم‌افزارها قابل‌دسترسی‌اند، این ایموجی‌ها به دلیل وجود اختلاف در تفسیرپذیری‌شان، احتمالاً در مقایسه با شکلک‌ها در جایگاه پایین‌تری قرار می‌گیرند. در نمونه‌های مشابه دیگر نیز ایموجی‌های ایدئوگرام چنین وضعیتی دارند، زیرا افعال نمی‌توانند به‌سادگی در قالب تصاویر به نمایش درآیند، با این توصیف، این ایموجی‌ها نیز برای بسیاری از کاربران در سرتاسر دنیا، قابل تفسیرند. هنگامی‌که ما این اختلاف را به گروه آگاه نشان دادیم، آن‌ها در تفسیرهای خود تردیدی نشان نداند، حتی چند نفر گفتند به‌ندرت از آن‌ها استفاده می‌کنند.

بر اساس منابع متعددی، ازجمله یونیکد، بیش از ۸۰۰ شخصیت ایموجی وجود دارد که به‌طور مشترک در بیشتر پلتفرم‌ها پشتیبانی شده و عمدتاً موارد وجود دارند. همان‌طور که توسط 9.1 iOS پشتیبانی می‌شود، اکنون حدود ۱۶۰۰ نشانه وجود دارد که به‌طور گسترده در پلتفرم‌های گوناگون به کار می‌روند و شامل تمام ایموجی‌های رایج (مثل شکلک‌ها)، پرچم کشورها و ایدئونگاری‌های گوناگون‌اند. ایموجی‌های غیر رایج آن‌هایی‌اند که برای درکشان به تلاش بیشتری نیاز داریم؛ بنابراین، با توجه‌ به این مطلبو با صرف‌نظر از ایموجی‌هایی که به مفاهیم خاص اشاره دارند (مثل پرچم‌ها)، گروه پژوهشی ما موفق شد حدود ۱۰۰۰ ایموجی را که می‌توان گفت واژه‌نامه اصلی ایموجی‌ها را تشکیل می‌دهند، مشخص کند.

قطعاً راهی عملی‌تر برای تشخیص اینکه چه چیزی همگانی است وجود دارد و این است که تحلیلی آماری از کاربرد ایموجی‌های انجام دهیم که فراتر از حوزه و هدف پروژه پژوهشی ما هست. به‌هرحال، گروه تحقیقاتی ما حدود 1000 مورد ایموجی پیدا کر که می‌توان گفت فرهنگ لغت اصلی را کل می‌دهد.

مطمئناً روشی وجود دارد که مشخص کند که کدام‌یک جهانی هستند، برسی آماری بسیار کاربردی است. بااین‌حال، شواهد غیرمستقیمی وجود دارد که نشان می‌دهد واژگان اصلی 1000 ماده‌ای در استفاده واقعی سازگاری ندارند. مجموعه شخصیت‌های زیر برگرفته از مک ورلد[[69]](#footnote-69) (دنیای مک) است که از وب‌سایت (<http://www.macworld.com>) به‌دست‌آمده است، مواردی است که در سال 2016 بیشتر توسط کاربران ایزو استفاده‌شده است. مشخص شد بیشتر آن‌ها بخشی از واژه‌نامه اصلی هستند. بااین‌حال، همان‌طور که مشاهده شد، نشانه‌هایی در مجموعه وجود داشت که به‌سختی می‌توان آن‌ها را جهانی دانست. آن‌ها برای کاربران اروپایی و به‌احتمال‌زیاد انگلیسی‌زبانان، به‌طور غیرمستقیم هدف اصلی کاربر را اعلام می‌کردند چون نشانه‌های مختلف به فرهنگی که به آن زبان صحبت می‌کردند، اشاره داشت.



شخصیت‌های ایموجی که پارها استفاده‌شده‌اند

تنها چند مورد از این ایموجی‌ها در واژه‌نامه ۱۰۰۰ تایی قرار ندارند؛ برای مثال، ته بلیت با ساندویچ در تصویر قبل، بررسی وب‌سایت‌های دیگری که ادعا داشتند دربردارنده ایموجی‌های اصلی هستند، نیز مفید می‌باشند. همچنین دریافتیم اکثر ایموجی‌هایی که به واژه‌نامه اصلی تعلق داشتند، توسط گروه پژوهشی ما بررسی شدند.

**واژه‌نامه فرعی**

مجدداً می‌گوییم که استفاده از ایموجی‌ها در سرتاسر جهان از گسترش‌یافته است. شرکت اینستاگرام تخمین زده است که حدود ۴۰ درصد از پست‌ها دارای حداقل یک ایموجی هستند، درجاهایی مثل فنلاند این رقم به ۶۵ درصد می‌رسد. فنلاندی‌ها مجموعه اختصاصی ایموجی ملی (سونا - حمام بخار فنلاندی) را ساختند. این تمایلات نیاز به تنوع ایموجی را بیشتر نشان می‌دهد که به ظهور واژه‌نامه فرعی (متمم) منجر می‌شود که برای ارتباطات خاص واژه‌نامه اصلی را با واژه‌های اختصاصی تکمیل می‌کند. این توسعه، تفسیرپذیری ایموجی‌ها را به چالش می‌کشد. حتی متون جایگزینی که دارای ایموجی‌های فرعی هستند را می‌توان بهتر تفسیر کرد درحالی‌که تفسیر متون کلامی که به زبانی ناآشنا نوشته‌شده‌اند سخت‌تر است. در حال حاضر، بخشی از قابلیت ایموجی‌ها، توانایی درک مناسب استفاده از واژه‌های اصلی و فرعی است. همان‌طور که یکی از افراد گروه آگاه در جریان مطالعات این کتاب به‌درستی گفت: همه ما می‌دانیم که چگونه از ایموجی‌های رایجی مثل خندانک استفاده کنیم، اما در صورت نیاز از ایموجی‌های دیگر هم استفاده خواهیم کرد، حتی اگر به‌راحتی در دسترس نباشند).

[[70]](#footnote-70) لوفرانی بود که یک واژه‌نامه آنلاین ایموجی‌ها را ساخت (فصل ۱) و آن را در دسته‌بندی‌های مجزا مانند حالات، پرچم‌ها، حیوانات، غذا، ملت‌ها، ورزش، آب‌وهوا و دیگر موارد قرارداد. درهرصورت، هیچ تمایزی میان موارد اصلی و فرعی وجود نداشت؛ احتمالاً به این دلیل که این ایموجی‌ها در سال ۱۹۹۷ ثبت شدند. سپس لوفرانی «واژه‌نامه شکلک‌ها» را ساخت که در سال ۲۰۰۰ برای دانلود موجود بود. جالب است که این واژه‌نامه شامل ۱۰۰۰ نشانه لبخند بود. این اقدام، اولین تلاش برای ترسیم واژه‌نامه ایموجی‌ها بود، اگرچه هیچ برنامه آشکاری برای انجام چنین کاری در وب‌سایت‌ها وجود نداشت. علاوه بر این، امروزه تعدادی از نشانه‌های واژه‌نامه لوفرانی به‌سختی در دسترس همگان قرار می‌گیرند.

از ابتدا، برخی از ایموجی‌ها معنای خاصی داشتند مانند (تاجر در حال تعظیم) و یک (گل‌سفید) به معنای (تکلیف درخشان). این کنسرسیوم یونیکد بود که متوجه شد اگر زبان ایموجی به نحوی تغییر داده شود که تصویر - واژه‌ها را برجسته کند از ظرفیت بالقوه‌ای برخوردار شود، کاربرد جهانی خواهند داشت. از سال ۲۰۱۰ به بعد، یونیکد سیستم استانداردی برای فهرست بندی شخصیت‌ها ایجاد کرد که نه‌تنها برای استفاده از ایموجی‌ها در خارج از ژاپن، بلکه برای کاربران سراسر جهان نیز کافی و مناسب بود و می‌توانستند تصمیم بگیرند که کدام ایموجی به‌عنوان ایموجی‌های اصلی و همگانی و کدامشان به‌عنوان ایموجی فرعی پدیدار شوند. در چنین نظامی، ایموجی‌ها به‌صورت روزانه اضافه می‌شوند. تا تقاضاهای خاص را پاسخ دهند؛ ازجمله شکلک‌های جدید و البته بدون اینکه مجموعه اصلی ایموجی‌ها را به چالش بکشند.

نیازی به گفتن نیست که این کار خطر ابهام را به ذهن متبادر می‌کند (فصل ۲). در حال حاضر یک دوگانگی در قابلیت ایموجی‌ها وجود دارد، ایموجی (لاک زدن ناخن) که قبلاً در موردش گفتیم، نمونه‌ای در این زمینه است به نظر می‌رسد که این ایموجی کاربردی جهانی داشته باشد، اما با توجه ‌به نمادگرایی لفظی و مدل زنانه (که همگانی نیستند)، تاکنون واکنش‌های گوناگونی را در پی داشته است. به‌هرحال، مجموعه دانک‌های اصلی به‌ندرت توسط مردم در سراسر جهان به چالش کشیده شده‌اند. مجموعه لبخندها به‌ندرت در سراسر جهان به چالش کشیده شده یا مورد سؤال قرارگرفته‌اند.

واژه‌نامه‌های اصلی و فرعی، به‌طور غیرمنتظره‌ای، مشکلاتی در تفسیر ایموجی‌ها به وجود آوردند. چون این تصاویر می‌تواند مفاهیم غیرمستقیم و ضمنی متفاوتی، باتوجه ‌به زبان و فرهنگ کاربر ایجاد کنند. از یکی از افراد گروه آگاه، با اصالت خاورمیانه‌ای که چند سال پیش از کشورش را ترک کرده بود، پرسیدیم که در کشور او شکلک لبخند چه معنایی برای او و خانواده‌اش دارد، پاسخ داد: وقتی مداوم در رنج و سختی هستی، به‌سختی می‌توان از این شکلک استفاده کرد.

درواقع، او نسبت به دیگران تمایل کمتری به استفاده از ایموجی‌ها داشت و تنها در صورتی از ایموجی‌ها استفاده می‌کرد که واقعاً به‌گونه‌ای موجب تکمیل پیام می‌شدند؛ بنابراین، حتی استفاده از ایموجی‌های اصلی می‌تواند بین کاربران متفاوت باشد. همچنین، چون ایموجی‌ها می‌توانند به‌عنوان اسم، فعل و دیگر اجزای گفتار به کار روند، وقتی با یکدیگر ترکیب‌شده یا به‌نوعی توزیع شوند، مانند ساختار زبان بومی، کاربر انتخاب و توزیع خود را جهت‌دهی می‌کنند. ممکن است یک ایموجی تکمیلی، در کلامی با موقعیتی متفاوت استفاده شود، فقط به‌عنوان حالتی همراه با واژه‌ها در زبان‌های مختلف ایجادشده است. به‌طور جالب‌توجهی، ازآنجایی‌که زبان ایموجی در حال حاضر دومین زبان غیررسمی است که یک کامپیوتر یا موبایل دارند، پایگاه داده‌ای از اشکال ایموجی‌های اصلی و فرعی وجود دارد که با ایموجی موجود در صفحه‌کلیدهای آی او اس استفاده می‌شود. ایموجی، نرم‌افزاری خود اصلاحگر است که واژه‌ها را به ایموجی‌های مناسب تبدیل می‌کند، درحالی‌که کاربر در حال نوشتن پیام است، نرم‌افزار ایموجی‌ این قابلیت را دارد که منظور احتمالی را تشخیص دهد و آن را به‌طور خودکار به تصویر - واژه تبدیل کند. در حال حاضر، کاربر همچنین می‌تواند ایموجی‌های شخصی تبدیل‌شده را به پایگاه داده شخصی‌اش اضافه کند.

**فشرده‌سازی**

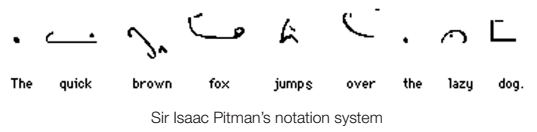
زبان ایموجی‌ این امکان را به شما می‌دهد تا ظرافت‌های معنایی را به نحوی فشرده‌تر و کلی‌تر منتقل کند؛ در مقابل در نگارش الفبایی به جزئیات بیشتری نیاز است. به‌عبارت‌دیگر، زبان ایموجی کیفیت فشرده‌سازی را نشان می‌دهد که این نکته می‌تواند در این گفته معروف خلاصه شود: یک تصویر به‌اندازه هزار واژه ارزش دارد. زبان ایموجی یک سیستم مقرون‌به‌صرفه برای ارتباطات سریع بوده و نیز برای بهبود معنا مناسب و کافی است؛ درحالی‌که در نگارش الفبایی و نیز در سخن گفتن به مطالب زبانی بیشتری نیاز داریم. همواره تلاش‌هایی در جهت سریع و مقرون‌به‌صرفه کردن ارتباطات در طول تاریخ وجود داشته است، برای مثال، در قرن هفدهم، لویی چهاردهم می‌خواست فرم‌های الفبایی را جایگزین حروف رومی استانداردسازی کند که توسط آکادمی علوم ایجادشده بود که مقابل مجموعه الفبایی باشد که به‌طور تصادفی باگذشت زمان گسترش یافت. به‌هرحال، این حرکتی بود که موجب شد پادشاه بر نظام‌های نوشتاری کنترل داشته باشد و بدین ترتیب، مهر اقتدارش را بر سوادآموزی حک کند. استانداردسازی ایموجی‌ها در واژه‌نامه اصلی چندین اشتراک با این ماجرا دارد. درباره استانداردسازی ایموجی‌ها، اقتدار از سوی پادشاه نیست، بلکه از سوی فناوری و تبلیغات است، از سوی دیگر، زبان ایموجی، تسهیل و تضمین می‌کند که فرستندگان و گیرندگان لزوماً به زبان یکسانی صحبت کنند، البته برای انجام چنین کاری باید سخت‌افزار و صفحه‌کلید یکسانی داشته باشند و این‌جایی است که نیروهای تکنوکراتیک وارد بازی می‌شوند. آن‌هایی که قصد دارند زبان را به دلایل خاص فرهنگی یا تجاری گسترش دهند، باید از یونیکد یا سایر منابع فناورانی درخواست کنند؛ سپس این مراجع تصمیم می‌گیرند که یا درخواستشان صحیح است یا خیر؛ بسیار شبیه پادشاهان که درگذشته چنین اقدام می‌کردند. بعدازاین مرحله، اگر مشخص شد که درخواست انجام‌شده مفید یا حتی ضروری است آنگاه یونیکد ایموجی درخواست را می‌سازد؛ به‌طوری‌که در سرتاسر نظام‌های تحویل پیام به‌عنوان بخشی از واژه‌نامه فرعی همیشه در حال گسترشش جای بگیرد.

پروژه پادشاه لویی به خاطر پیچیدگی‌های مجموعه الفبایی جایگزینش شکست خورد، توانایی استانداردسازی یونیکد نیز محدودیت‌های خاص خودش را دارد. ایموجی‌ها درواقع نوعی فونت‌اند و بنابراین نمی‌تواند به‌صورت یک‌شکل در تمام دستگاه‌ها به نمایش درآیند و مهم‌تر اینکه کاربران ایموجی‌ها به‌طور مداوم آن‌ها را با دست‌کاری‌های مبتکرانه تغییر می‌دهند که موجب می‌شود خارج از سیستم یونیکد قرار بگیرند. در فصل‌های بعد به این موضوع می‌پردازیم.

حتی پیش از ظهور ایموجی‌ها از تصویری در ارتباطات معمولی روزمره استفاده می‌شد که نشانه‌های کامپیوتری، نشانه‌های بصری در مکان‌های عمومی، نشان‌واره‌های تجاری و غیره را شامل می‌شد؛ بنابراین معنای (چشم مدرن) پیش‌ازاین برای پردازش اطلاعات کدگذاری شد به‌صورت تصویری بود. پدیده ایموجی یکی از نتایج این گرایش ذاتی در حوزه ارتباطات است. در جهانی که اختصار و سرعت ارزش تعاملی محسوب می‌شود و هر چه پیام کوتاه‌تر باشد، بهتر است، زبان ایموجی درست در زمان مناسبی پدیدار شد تا برای تحویل پیام‌ها به‌صورت متراکم، سریع و مؤثر، مناسب و کافی باشد.

البته وجود واکنش‌های انتقادی نسبت به این نوع نگارش قابل پیش‌بینی است، هرزمانی که تغییری اساسی در نگارش و به‌طور وسیع‌تر در سوادآموزی رخ‌داده، سعی شده است تا به‌عنوان پدیده‌ای مشکل‌ساز و نشانه‌ای از افول در «معیارها» نشان داده شود که طرز فکری قدیمی است که در تقابل با نقش نگارش در شیوه‌های تولید علم قرار دارد. درواقع، نگارش پدید آمد تا جایگزین گفتار در این حوزه شود که همین قابلیت ایموجی ۹۱ مسئله خود موجب نگرانی شد. افلاطون، در رساله (فائدروس) خود، به‌طور طعنه‌آمیزی نگارش را یک تهدید دانسته و از آن به دلیل تأثیر منفی بر روی حافظه و کاهش توانایی ذهن برای تشخیص تناقضات منطقی در شرح‌های لفظی، سخت انتقاد کرده است. افلاطون نگران بود که گفتار مکتوب بیش‌ازحد مهم شود و که می‌تواند به‌راحتی مردم را فریب دهد، زیرا به‌صورت مکالمه‌ای رخ نمی‌داد و برای حاضرجوابی مداوم که مانع مغالطه و دست‌کاری حقیقت می‌شد، مناسب نبود. البته، برخلاف نگرانی افلاطون، نگارش گسترش یافت و تبدیل به پایه بنیادی شد که دانش پس‌ازآن بر این پایه ساخته شد. تلاش برای نگارش سریع‌تر، مختصرتر و روشن‌تر به‌جای مقالات و رسالات فلسفی، تبدیل به گرایشی عمده در عصر جدید شد، به‌طوری‌که حتی فناوری‌های ارتباط‌جمعی همیشه در خدمت تحقق چنین هدفی بوده است. فشرده‌سازی اصطلاحی است که دانشمندان علوم شناختی از آن استفاده می‌کنند (الکساندر[[71]](#footnote-71)، ۲۰۱۲ و ترنر[[72]](#footnote-72)، ۲۰۱۲) تا به فرایند متراکم کردن اطلاعات بسیار به شکل فشرده، اشاره نمایند. هیچ شکی نیست که زبان ایموجی به‌وسیله طبیعت اصلی تپیکتوگرافی به فشرده‌سازی دست‌یافته است.

قبل از ایموجی‌ها تلاش‌های متعددی صورت گرفته است تا نمادهای بصری فشرده در ارتباطات و نمایش، ایجاد شوند که مشهورترین آن نمادهای چارلز بلیساند[[73]](#footnote-73) بود که در فصل پایانی بدان خواهیم پرداخت و نیز سیستم مختصر نویسی سر ایساک پیتمن[[74]](#footnote-74)، ساخته شده در سال ۱۸۳۷:



هدف سیستم پیتمن تندنویسی بود، به این صورت که قصد داشت املا با گفتار شفاهی را به‌سرعت ثبت کند. تمام نظام‌های تندنویسی به کار افراد حرفه‌ای می‌آمدند و عمدتاً قبل از پیدایش دستگاه‌های ضبط مثل ضبط‌های نواری استفاده می‌شدند. آن‌ها به آموزش تخصصی نیاز داشتند. از طرف دیگر، نگارش ایموجی، این کار را نمی‌کند، حتی اگر بتوانیم به‌طور مؤثر از این کد استفاده کنیم، باید با این کد آشنا بود؛ بنابراین، شکلک‌ها بیش از کلمات تصویری هستند که توسط متخصصان بکار می‌روند. برعکس، چندان توسط متخصصان استفاده نمی‌شوند، بلکه هرکسی باهدف سرعت در برقراری ارتباط (مانند تابلوی نگارگری) و مایل به ایجاد تفاوت‌های ظریف احساسی در پیام‌های خود، از آن استفاده می‌کنند.

**3 - معناشناسی ایموجی**

اگر بخواهیم خود واقعی‌مان را حفظ کنیم، باید به اشیاء فکر کنیم نه واژگان، یا حداقل باید دائماً واژگان را به حقایقی که بیانگرشان هستند، ترجمه کنیم.

اولیور وندل هولمز جونیور[[75]](#footnote-75) (۱۸۹۴-۱۸۰۹)

در سال ۲۰۱۵، نواک[[76]](#footnote-76)، اسمایلویچ[[77]](#footnote-77)، اسلوبان[[78]](#footnote-78) و موزتیچ[[79]](#footnote-79) پژوهشی انجام دادند، به‌طور غیرمستقیم توجیه آماری موضوع این کتاب را اثبات می‌کند؛ برای مثال، کد ایموجی برای افزایش لحن مثبت یک پیام غیررسمی استفاده می‌شود. پژوهشگران هفتاد هزار توییت حاوی ایموجی در ۱۳۱ زبان مختلف را بررسی کردند و دریافتند که ایجاد لحن مثبت ، عملکرد اصلی کد ایموجی است. آن‌ها به این نتیجه رسیدند که: اکثر ایموجی‌ها مثبت به‌ویژه محبوب‌ترین ایموجی‌ها مثبت هستند. در این پژوهش، ۷۵۱ ایموجی در فیلمی با سه درجه اصلی رده‌بندی شدند: مثبت، منفی و خنثی. این مقیاس طراحی شد تا میزان بی‌طرفی هر ایموجی را مشخص کند. درمجموع، پژوهشگران دریافتند که منظور اصلی از ایموجی‌ها، افزودن ظرافت‌های مثبت معنایی به محتوای متون فارغ از مقصود است.

افزودن انواع ظرافت‌های معنایی، هدف اصلی معنایی استفاده از ایموجی‌ها است. اصطلاح معناشناختی در اینجا به معنای نشانه‌ها یا جنبه‌های ساختاری متصل به آن است (موریس[[80]](#footnote-80)، ۱۹۳۸، ۱۹۴۶). همه زبان‌ها دارای ساختار معناشناختی نیستند برای مثال، نظام‌های الفبایی ساختار معناشناختی ندارند، مگر اینکه به دلایل نمادین از شخصیت خاصی استفاده‌شده باشد؛ مانند استفاده از حرف A به معنای عالی یا X برای نشان دادن امضای ناشناس. حروف الفبا موادی (نشانه‌هایی) برای ساخت واژگان و دیگر ساختارهای معنادار فراهم می‌کنند. از سوی دیگر، مانند دیگر نظام‌های پیکتوگراف، زبان ایموجی دارای ساختار معناشناختی ذاتی است. ایموجی به‌طور مستقیم به مفاهیم احساسات و غیره به‌صورت اضافی، جایگزینی یا به شیوه‌ای ترکیبی اشاره می‌کند (که در فصل قبل به آن اشاره کردیم). نظام‌های حروف الفبا دارای بیان دوگانه هستند این بدان معنا است که آن‌ها مجموعه محدود شخصیت را ارائه می‌کنند تا درنهایت اشکال پیچیده‌ای ایجاد کنند (مارتینت[[81]](#footnote-81)، ۱۹۵۵) زبان‌های بسیاری از چنین ساختاری برخوردارند که شامل نظام‌هایی رقمی مثل اعشاری و دودویی هستند. در مقابل، ایموجی‌ها دارای ساختار نمایی هستند تا به تعبیر سوزان لنجر[[82]](#footnote-82) (۱۹۴۸) دارای ساختار نمایشی‌اند. به‌عبارت‌دیگر، به‌طور ذاتی دارای معنایند.

همان‌طور که قبلاً ذکر شد، تفاوت اصلی بین ایموجی‌ها و نظام‌های نوشتاری تپیکتوگرافی جامع، این است که آن‌ها به روش الحاقی استفاده می‌شوند؛ اگرچه جهشی در استفاده‌های جایگزینی‌شان هم به وجود آمده که در فصل‌های آتی خواهیم دید. علاوه بر این، ایموجی‌ها با پیکتوگراف های تاریخی تفاوت دارند، آن‌ها مثل ایموجی‌هایی که در صفحه‌کلید وجود دارند، ازپیش‌ساخته‌شده و بنابراین از یک مجموعه آماده‌شده انتخاب می‌شوند؛ بنابراین، ایموجی‌ها از یک ارزش ساختاری ترکیبی برخوردار هستند، به این صورت که تا حدی مانند حروف الفبا انتخاب‌شده‌اند تا ساختارهای بزرگ‌تری مثل واژه‌ها را بسازند و از سوی دیگر، اشکال تصویری‌اند که ساختار نمایشی دارند. به‌طور دقیق، ایموجی‌ها مجموعه گسترده‌ای از ظرافت‌های معناشناختی برای متون نوشتاری فراهم می‌کنند؛ تا آنجا که می‌توان گفت، هیچ‌گاه درزمینهٔ نوشتاری رسمی با برای بیان مطالب مهم به کار نمی‌روند. یک خبرنگار چینی می‌گوید من هیچ‌وقت از ایموجی در مقاله‌هایم استفاده نکردم. اگر این کار را انجام دهم احتمالاً با در کارم موفق نمی‌شدم. فرد دیگری گفت: ایموجی به من کمک می‌کند پیام خود را مثبت نشان دهم، حتی اگر حرف ناراحت‌کننده‌ای برای گفتن داشته باشم تا از درگیری جلوگیری کنم.

جین پتیتوت[[83]](#footnote-83) (۲۰۱۰: ۱۰۱۶) می‌گوید، مفهوم ساختار معناشناختی که در اینجا آمده است، اساساً به سیستم اتصالاتی مربوط می‌شود که به‌طور ارگانیکی یک کل سامان‌یافته را به هم پیوند می‌دهد. همان‌طور که مشهور است، سوسور[[84]](#footnote-84) (۱۹۱۶) به ترکیب ساختاری و معانی نشانه‌ها اشاره‌کرده است، به‌طوری‌که مبتنی بر روابطی است که با یکدیگر دارند (بویساک[[85]](#footnote-85)، ۲۰۱۰). اساس تحلیل ساختاری معناشناختی ایموجی‌ها به آزمودن آن‌ها مرتبط است، به‌طوری‌که به‌عنوان بخشی از شیوه‌هایی که پیام‌ها در آن ساخته، تنظیم و ارائه می‌شوند، به دیگر قسمت‌های پیام مرتبط و دارای پیوستگی باشد.

این فصل بر معناشناسی زبان ایموجی متمرکز دارد. شاید استفاده روزافزون از ایموجی‌ها و دیگر نشانه‌های بصری در ارتباطات اینترنتی این واقعیت را تغییر می‌دهد که فرهنگ‌هایی که از الفبا استفاده می‌کنند، چگونه درنهایت شیوه‌های نوشتاری‌شان تغییریافته است. دلیل اصلی این است که قالب‌های بصری - نمایشی نگارش، جاذبه‌ای حسی دارند. ایموجی‌ها مردم را راهنمایی می‌کنند تا به شکلی باستانی از آن‌ها استفاده کنند که در مبادی نگارش در فصل آغازین کتاب بررسی شد. ظهور ارتباط بصری - نشانه‌ای در رسانه‌های دیجیتالی ممکن است، از سوی دیگر زودگذر باشد که در فصل بعدی به آن خواهیم پرداخت، بدین ترتیب نیاز به ارتباطات نوشتاری کاهش می‌یابد؛ اما در حال حاضر، مسئله ما چیز دیگری است، از افراد گروه آگاه پرسیدیم: شما چه نوع ارتباطی با دوستانتان را ترجیح می‌دهید؟ نوشتاری (آن‌طور که در پیام‌های متنی است؟ رودررو؟ یا صفحه‌نمایش یا دستگاه‌ها- یا رسانه‌هایی مانند مثل اسکایپ)؟ تقریباًهمه افراد به‌طور قابل‌توجهی پاسخ دادند: رسانه نوشتاری، رسانه برگزیده آن‌ها است؛ به این دلیل که دیگر رسانه‌ها خدمات بالقوه بیشتری دارند. همان‌طور که یکی از این افراد با اشاره به پیام‌های متنی‌ای که به والدینش ارسال کرده بود، اشاره کرد: در پیام متنی او می‌تواند مطمئن شود که دعوا نمی‌کنیم، چون ما اغلب وقتی با همدیگر صحبت می‌کنیم در آخر دعوایمان می‌شود.

**اثر واژه­نامه**

اصطلاح ایموجی در ابتدا عمدتاً برای اشاره به شکلک‌های اصلی به کار می‌رفت که در فصل‌های گذشته آن را توضیح دادیم. باتوجه ‌به پیدایش واژه‌نامه فرعی، امروزه این اصطلاح شامل تصاویر مختلف هست که شامل اشیاء، مردم و وقایع می‌شود. همان‌طور که دیدیم، ایموجی‌ها از دو ساختار نمایشی تپیکتوگراف و ایدئوگرام تشکیل‌شده‌اند؛ اما چون هر شکل دارای روش‌های متغیر و ذهنی است و به‌نوعی، بر روی سطوح رسم می‌شوند و فردیت نگارنده را آشکار می‌ساختند، در عمل مشابه پیکتوگراف های اولیه نیستند؛ بنابراین نیازی نیست که در هنگام استفاده، جداگانه رسم شوند (سیپوک؛ بویساک و هرزفلد، ۱۹۸۶). همان‌طور که گفتیم، در حال حاضر ایموجی‌های موجود در بسیاری از صفحه‌کلیدها و نرم‌افزارها، همانند حروف الفبا از یک مجموعه استانداردشده در دسترس هستند و توسط نرم‌افزارهای تکمیلی گوناگون با سایت‌های آنلاین که به‌راحتی در دسترس هستند، امکان تقویت دارند؛ بنابراین ظرافت‌های معنایی اکنون بخشی از نشانه‌های از پیش‌ساخته ‌شده هستند. برای مثال، ایموجی‌های زیر تقریباً همان معنایی را می‌رسانند که در ابتدا به خاطر آن ساخته شدند.



ایموجی با چشمان قلبی ایموجی چشمک‌زن ایموجی لبخند

این سه ایموجی بیانگر یک مفهوم عاطفی هستند: شادی؛ اما جزئیات هر چهره ظرافت را به معنا اضافه می‌کند. لبخند و چشمان هلالی شکلک سمت چپ حاوی معنی موردنظر به واضح‌ترین شکل ممکن است. ایموجی وسط احساس یکسانی را منتقل می‌کند، اما این کار را با افزودن یک چشمک انجام می‌دهد که نشان‌دهنده وجود رابطه دوستانه و عاطفی با طرف مقابل است؛ به این صورت که مفهومی پنهان یا شاید شوخی‌آمیز عاطفی مشترکی بین دو طرف گفتگو وجود دارد. در ایموجی سمت راست، دهان باز است و چشمان به شکل قلب شکل قصد دارند برشدت احساس بیفزایند و اشاره بر این دارد که منظور رابطه عاشقانه‌ای بین دو طرف گفتگو در جریان است. همچنین، نبود ابرو برای این است که تمرکز به‌سوی چشم‌ها باشد؛ بنابراین، درحالی‌که معنای اصلی هر سه ایموجی به‌راحتی قابل‌مشاهده است، جزئیات متفاوت نمایش چهره، ظرافت‌هایی را به معنایی اضافه می‌کند که معانی نهایی ایموجی‌ها را شکل می‌دهد و از کدگذاری فرهنگی برخوردارند. برای مثال، ایموجی چشمک‌زن به‌ندرت می‌تواند در فرهنگ‌هایی که بیان عشق به‌صورت عمومی مجاز نیست، قابل‌قبول تلقی شود، ترتیب در هر سه ایموجی، ظرافت‌های معنایی شکل دهان، چشم‌ها و ابروها دارند و به این صورت ظرافت‌ها را به کاربرد قالب‌ها می‌افزاید.

علاوه بر این، این معنا به شیوه‌ای ارگانیک در یک متن توزیع می‌شوند و بخشی از معنای ساختاری آن را تشکیل می‌دهند، ایموجی به‌عنوان یک تمام‌کننده پیام، در بیشتر سمت چپ و معمولاً به‌جای نقطه پایان استفاده می‌شوند. ایموجی دیگر در انتهای پیام‌ها استفاده می‌شوند، همچنان این عملکرد محاوره‌ای با عملکرد احساسی خاص (عاشقانه) درهم‌آمیخته می‌شود و به سطح بالاتری از صمیمیت دو طرف اشاره دارد و نیز علامتی برای ادامه دادن گفتگو به مدت طولانی‌تری است این حالت در پنج نمونه از متن‌ها وجود داشت. ایموجی با چشمان قلبی عملکردی لفظی دارد، به‌طوری‌که احساس را از طریق معانی نمادین ترکیب‌شده با نماد قلب انتقال می‌دهد. می‌توان گفت که ظرافت‌های ایجادشده در ایموجی‌های مختلف یک تأثیر فرهنگ‌نامه‌ای ایجاد نموده که می‌تواند آن را این‌گونه تعریف کرد؛ مجموعه بالقوه‌ای از مفاهیم فرهنگی و نمادین مرتبط که در چند زمینه خاص استفاده‌شده و توسط یک ایموجی به ذهنی منتقل می‌شود، برای نمونه، این واقعیت که ایموجی سمت چپ می‌تواند به‌جای عبارت، از صحبت کردن با شما لذت بردم هم به کار رود، قابل‌مشاهده است. ایموجی وسط می‌تواند به‌جای عبارت (فقط یک شوخی بود یا عبارت کنایی این رازی بین ما بود) هم استفاده شود و ایموجی آخر که به شیوه‌ای نمادین، شادی را با عشق و محبت پیوند می‌زند. روی‌هم‌رفته، هر سه ایموجی هم به‌آسانی قابل‌فهم بوده و هم از طریق ظرافت‌های معنایی موجب بهبود لحن مثبت پیام می‌شوند.

پژوهشی که ما با آن این فصل را آغاز کردیم (نوواک؛ اسمایلویچ؛ اسلوبان و موزتیچ، ۲۰۱۵)، جزئیات تجربی مرتبطی را فراهم می‌کند که مدل معنایی ایموجی را اثبات می‌کند؛ همان‌طور که گفتیم این پژوهشگران ۷۵۱ ایموجی را بر اساس ارزش عاطفی‌شان به سیزده زبان، در سه سطح مثبت، منفی با خنثی بررسی کردند ایموجی‌هایی که به‌طور گسترده به‌عنوان ایموجی‌های خنثی تشخیص داده‌شده‌اند مثل ایموجی یین، در وسط این مقیاس عاطفی قرارگرفته که به درجه بالای خنثی بودن آن اشاره دارد. این پژوهشگران سیستم رتبه‌بندی خود را، رتبه‌بندی ش ی ایموجی‌ها نام نهادند و مدعی شدند که این سیستم رتبه‌بندی، نمره عاطفی ایموجی اصلی را تعیین می‌کند. این گروه پژوهشی، از افراد بومی از سیزده زبان مختلف برای رتبه‌بندی ایموجی‌ها کمک گرفت. بر اساس این سیستم رتبه‌بندی، پژوهشگران می‌توانستند تعیین کنند که کدام ایموجی، مثل ایموجی گربه گریان، احساسات منفی و کدام ایموجی احساسات مثبت و خنثی را نشان می‌دهند. باکمال تعجب آن‌ها دریافتند که برخی شکلک‌ها دارای وضعیت خنثی هستند، درواقع دارای ارزش منفی هستند. این ایموجی‌ها شامل ایموجی با دهان خط مستقیم، علامت افسر پلیس و حتی جعبه بنتو بود، گرچه محققان با مسئله کدگذاری فرهنگی سروکار نداشته‌اند، اما این مقادیر ناشی از اصطلاح‌نامه فرهنگ محور است.

محققان دریافتند که بعضی ایموجی‌ها بااحساس مثبت طراحی‌شده‌اند. همچنین آن‌ها دریافتند که شکلک‌هایی که در انتهای توییتر‌ها مشاهده می‌شوند و قطعیت احساسات آن‌ها بافاصله از این مکان افزایش می‌یابد. اتفاقاً، مثبت‌ترین شکلک انتخاب‌شده توسط آگاهان یک خط عمودی متشکل از خط تیره‌های کوچک بود که نمره احساسات 0.96 (و حداکثر 1.0) را گرفت. گروه تحقیقاتی ما مجموعه مشابهی از شکلک‌ها را برای افزودن به اطلاعات خود ارائه داده‌اند تا بر اساس آن از منفی و خنثی و مثبت، به آن‌ها امتیاز دهند. ما الگوی مشابهی را در مطالعه فوق یافتیم، اما کشف کردیم که موارد منفی شناسایی‌شده در این مطالعه توسط مخبران ما به ترتیب تفسیرنشده‌اند. این امر به‌شدت نشان‌دهنده اثر اصلاح‌نامه اصطلاحات فرهنگی است. برای مثال، همه افراد آگاه از ارزش منفی آن ابراز تعجب کردند. یک فرد آگاه چنین بیان کرد شاید آن‌طرف‌های گفتگو در کشورهایی زندگی می‌کنند که برای چیزی نماد بد باشد، به نظر ما که خوب است.

**ساختار**

استفاده از ایموجی‌ها برای ایجاد لحنی خاص و بنابراین ایجاد ساختار ذهنی در دو طرف گفتگو، بخشی از چیزی است که اروینگ گافمن[[86]](#footnote-86) (۱۹۷۴) آن را (ایجاد ساختار) نامید؛ یعنی ارائه مفاهیم چشم‌اندازهای خاص به‌طوری‌که بتوان آن‌ها را از طریق قالب‌های استفاده‌شده ساختاربندی کرد. در ارتباطات بدون ساختار ذهنی، فرستنده باید از توزیع واژگان و عبارات و چگونگی انتخاب آن‌ها به‌صورت راهبردی، استخراج کند، این کار به مقداری کوشش شناختی و دانش فنی مبتنی بر زبان نیاز دارد که شامل دانش معنایی - عمل‌گرایانه وابسته به شیوه‌های گفتمانی در کنار ساختارهای معنایی و ادبی زبان است، این موضوع برای حضور در ارتباطات گوینده‌هایی با زبان‌های مختلف دشوار است؛ زیرا در سازمان معنایی و نحوی پیام‌های گفتاری ایجادشده‌اند. از طرف دیگر، در متون حاوی ایموجی، ساختار چشم‌انداز یک فرد از طریق انتخاب نشانه‌های بصری به همراه ظرافت‌های معنایی اصلی‌شان آسان‌تر است، چراکه این نشانه‌های بصری در میان زبان‌های مختلف از آن نشانه‌هایی که به‌وسیله واژه رمزگذاری شده‌اند، قابل‌درک هستند، همچنین ایجاد ساختار بسیار قابل‌درک‌تر تلقی می‌شود، زیرا شامل جای‌گیری تصاویر در نقاط راهبردی پیام است؛ بنابراین برای نمونه وقتی طعنه که شاید مشکل‌ترین جنبه چارچوب سازی در زبان‌های نوشتاری است را در نظر گرفته می‌گیریم، در ارتباطات آسان‌تر هست، نه‌تنها به خاطر ساختار واقعی یک شکلک، بلکه به خاطر اینکه در کجای پیام قرارگرفته است. لبخند کنایه‌آمیز روی شکلک گربه در زیر، عمدتاً موجب می‌شود که پیام همراه با حس طعنه‌آمیزانش تفسیر شود. آن‌طور که ما از افراد گروه آگاه دریافتیم، به‌طور فراوانی این ایموجی به همراه عباراتی مثل (منظورم روگرفتی، مگِ نه؟) یا (فقط به شوخی بود) به کار می‌رود.



شکلک طعنه‌آمیز گربه

این ایموجی دربردارنده ساختار ذهنی است که چنین تصور می‌شود که به‌صورت همگانی درک می‌شود؛ ویژگی‌ای که ساختار سازی هم ارزی نامیده می‌شود، اما لزوماً به این صورت نیست؛ زیرا طعنه معمولاً از تقابل‌های کلامی در شیوه‌های گفتاری سنتی استفاده می‌کند که از طریق شباهت با این شیوه‌ها درزمینهٔ فرهنگی درک می‌شود. ایموجی بالا در اصل یک ساختار تأکیدی است که ویژگی‌های طعنه را به‌طور بصری برجسته می‌کند؛ نه‌تنها در ترکیب چهره، بلکه در انتخاب استعاره گربه که در بسیاری از زمینه‌های فرهنگ عام و داستان‌های مشهور که در آن‌ها حیوانات معمولاً به‌عنوان یک موجود باهوش و کنایه هستند، استفاده می‌شود؛ بنابراین ایموجی‌ها بخشی از شبکه معنایی در یک فرهنگ خاص هستند که در کنار هم می‌توانند ظرافت‌های معنایی طعنه‌آمیزی ایجاد کنند. ایجاد ساختار طعنه به‌کلی در فرهنگ‌هایی که گربه این مفاهیم فرهنگی را نشان نمی‌دهد، متفاوت است. بااین‌وجود، وقتی ما از افراد گروه آگاه پرسیدیم که آیا تصویر بالا برای افرادی از فرهنگ غیر انگلیسی، مانند دوستانشان که در سایر مناطق هستند، استفاده می‌شود؟ همه گفتند که احتمالاً این کار را انجام می‌دهند اما شاید آن را همراه با ایموجی دیگری که وابستگی کمتری به فرهنگ دارد، به کار ببرند. اکثر آن‌ها اعتقاد داشتند که افراد آشنا با اینترنت در سراسر جهان به‌راحتی مقصود طعنه را درک می‌کنند، یکی از آن‌ها گفت، به‌طور مداوم در دنیای شبکه در حال تعامل‌اند.

در تحلیلی مشابه از عناصر گرافیکی در محیط‌های اینترنت چندحالتی، یوهانا دراکر[[87]](#footnote-87) (۲۰۱۴) مشاهدات مربوطه زیر را انجام داد:

تحلیل ساختار اروینگ گافمن به‌ویژه به پردازش یک محیط وب مربوط است ما دائماً با این نیاز روبرو می‌شویم تا بدانیم چه حوزه و اطلاعاتی ارائه می وند و چه وظایف و امکاناتی ارائه می‌دهد ... در یک محیط شبکه‌ای مانند نظرآزمایی‌های واقعی دکمه‌ها و آیکون‌ها، یک مجموعه از ویژگی‌های سازمان‌دهی را تشکیل می‌دهند. روند مداوم مشارکت وابسته به کد این ساختار یک فعالیت با کاربرد را از دیگری مجزا می‌کنند، به بخش‌های مختلف تقسیم می‌کنند، تمییز می‌دهند و پایه‌های اولیه انتظارات یک کاربر را فراهم می‌کنند، به دنبال آن تعامل می‌آید و سپس در فرآیندی مداوم از مشارکت وابسته، به رابط کاربری بازمی‌گردد.

درست است که ایجاد ساختار مبتنی بر ایموجی، مشارکت و وابستگی دو طرف گفتگو، باعث افزایش تعامل و وابستگی کد متقابل می‌شود، درواقع، این بررسی تا حدی در تقابل بامطالعه کلاسیک گفتگوهای کلامی در میانه دهه ۱۹۷۰ توسط پاول گریس[[88]](#footnote-88) (۱۹۷۵) انجام شد که وابستگی را آن‌طور که توسط گزاره‌های معروف محاوره‌ای شرح داده می‌شود، نشان داد می‌دهد تمامی تعاملات انسان را کنترل می‌کند. به گفته گریس ارتباطات مستلزم توانایی نسبت دادن حالت روحی به دیگران و درنتیجه پیش‌بینی فرم‌های کلامی در ذهن افراد است که این حالات را توصیف می‌کنند. به همین دلیل است که می‌گوید، مردم یکدیگر را درک می‌کنند. اگرچه او استدلال می‌کند که در که شکل‌دهی ساختار فرآیند نقش دارد، در پایان او ادعا می‌کند که اهداف ارتباطات، تبادل اطلاعات است؛ اما معناشناسی ایموجی‌ها نشان می‌دهد که اطلاعات به‌ندرت به در موقعیت‌های گفتاری دخیل هستند. تفاوت‌های ظریف احساسی - لفظی تعبیه‌شده در پیام‌های ایموجی را نمی‌توان با مجموعه اصول انتقال اطلاعات پیوند داد. از ۱۰۰ نفر از دانشجویان گروه آگاه سؤال شد تا رابطه استفاده از ایموجی‌ها با ایجاد پیام را بیان کنند، ۹۲ نفر پاسخ دادند که آن‌ها هیچ‌وقت ایموجی‌ها را در یک پیام خشمگینانه یا وقتی درباره موضوعی جدی بحث می‌کنند، به کار نمی‌برند که نشان می‌دهد ایموجی‌ها یک عملکرد عاطفی به‌شدت موقعیتی دارند تا یک عملکرد کاملاً اطلاعاتی، همچنین در موقعیت‌های مرتبط، تمایل دارند از ایموجی‌ها استفاده کنند تا در یک پیام بیشتر درک شوند.

**مفهوم ضمنی**

اثر واژه‌نامه شامل معنایی است که برای همه شکلک‌ها، نه‌فقط صورت، در درجه بالاتر یا کمتر اعمال می‌شود. شکلک زیر را در نظر بگیرید که چهار مورد از 323 متن بررسی‌شده، بکار رفته‌اند.



ساعت/زمان ون/مینی­بوس توت‌فرنگی شبدر چهار برگ

شبدر چهار برگ به مفهوم ضمنی خاصی اشاره دارد (موفق باشید) و برای آرزوی موفقیت برای امتحان پیش روی طرف مقابل گفتگو به‌کاررفته است، توت‌فرنگی استفاده‌شده بود تا نشان دهد که فرد دوست دارد در زمان استرس توت‌فرنگی بخورد. ون با مینی‌بوس با یک لحن طعنه‌آمیز واضح، بعد از عبارت (والدین من این‌طوری به سفر می‌روند) به‌کاررفته بود، نشانه ساعت نیز بعد از عبارت (زمان در حال گذر است) به‌کاررفته است تا نشان دهد که یک رویداد مهم و اجتناب‌ناپذیر به‌سرعت در حال وقوع است. به‌عبارت‌دیگر، انتخاب این نشانه‌ها چیزی بسیار بیشتر از انتقال اطلاعات با آراسته کردن متن نوشتاری ازلحاظ بصری، است؛ اگرچه این نشانه‌ها ظرافت‌های مفهومی ضمنی به معنا می‌افزاید، بیشتر از نمادگرایی فرهنگی خاص گرفته‌شده‌اند. مفاهیم ضمنی را نمی‌توان در کاربردی نشانه‌ها توسط انسان کنترل یا بررسی کرد. این مفاهیم همواره وجود دارند و به عقیده برخی نشانه شناسان، حتی مبنایی شکل‌گیری و به‌کارگیری اندیشه‌ها و مفاهیم هستند.

در نشانه‌شناسی، دو نوع شکل اصلی معنا در همه علائم عملی شناخته‌شده‌اند - تفکیکی و ضمنی. معنای تفکیکی ابتدا در یک علامت ساخته می‌شود تا برخی مراجع مانند یک مینی‌بوس را وسیله نقلیه تشخیص دهد. ازلحاظ فنی، معنای پارادایمی دارد و به‌موجب آن انتخابی است که می‌توان از مجموعه موارد مشابه آن را انجام داد. وقتی به‌عنوان یک کلمهٔ شکلک جداگانه در نظر گرفته شود، کلمه مینی‌بوس ارزش دلاری دارد. بااین‌حال هنگامی‌که در یک مفهوم استفاده می‌شود، مانند پیام متنی، علامت اتوبوس، مفهوم حمل‌ونقل می‌دهد که از کاربردهای اجتماعی و شناختی قبلی آن ناشی می‌شود. همچنین به‌طور تخصصی‌تر، مفاهیم ضمنی بخشی از ساختار نحوی هستند، وقتی یک واژه یا ایموجی با ساختارهای دیگر استفاده می‌شود، از ارزش ضمنی برخوردار می‌شود، آن‌طور که بعضی نظریات ادبیات کلاسیک معناشناختی می‌گویند، این‌یک گزینه نیست؛ زیرا برخی از نظریه‌های سنتی کلمه گرایی در مورد معناشناسی همچنان ادامه‌دارند. این موضوعی است که ما را به استخراج علائم می‌کشاند، درحالی‌که با دیگر اشکال نشانه‌ها ترکیب‌شده و به‌کاررفته‌اند.

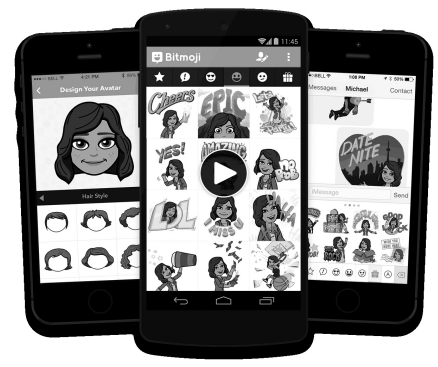
سیستم معنایی ایموجی‌ها ذاتاً مفهوم است و به گفته برخی، حتی تا حدی شاعرانه است. ایموجی چشم قلبی که بدان پرداختیم، نشان می‌دهد که چگونه این نوع از مفاهیم ضمنی عمل می‌کنند. وقتی این ایموجی درون یک متن یافت می‌شود، بلافاصله شخص را مجبور می‌کند که آن را به‌عنوان یک نماد شاعرانه پردازش کند. نماد قلب، با عملکرد شاعرانه در ارتباطات است، به این معنا که سبک ارزشی عاطفی و شاعرانه دارد. پیرس[[89]](#footnote-89) (۵۸-۱۹۳۶)، جنبه صرفی علامت‌گذاری را ارجاع فوری خواند و بسیاری از مفاهیم ضمنی را که به ذهن خطور می‌کنند را (پویا) نام‌گذاری کرد؛ بنابراین، ایموجی چشم قلبی، نه‌تنها یک شیء آنی (شادی برآمده از عشق)، بلکه اشیاء پویا مثل عواطف همراه بااحساس قلبی عشق را نیز به شکل شاعرانه‌ای که در ایموجی ارائه‌شده بود، رمزگذاری کرد.

البته شکلک‌ها را می‌توان برای خدمت عملکردهای اصلی اولیه بکار برد، به‌خصوص درزمینهٔ‌هایی که ابهام و معانی ضمنی به‌طور بالقوه‌ای گمراه‌کننده‌اند، برای مثال ایموجی انگشت اشاره‌کننده که جایگزین یک انگشت اشاره واقعی شده است، عمدتاً به معنای اصلی جهت نمایی است؛



ایموجی انگشت اشاره

باوجوداین، حتی چنین نشانه‌ای نمی‌تواند به‌طور کامل به مفهوم اصلی اشاره کند، زیراکسانی که آن را می‌بینند ممکن است مفاهیم ضمنی خودشان را به آن اضافه کنند؛ مثل این عبارات مبتنی بر زمینه: (درباره زمان است)، (خیلی دیر شده و غیره)، مفهوم ضمنی در قالب ایموجی‌ها نیز ایجاد می‌شود و جایگزین ضمایر شخصی من، تو، او و... و اسامی مشخصی است که به‌طور سنتی استفاده می‌شوند تا افراد را بر اساس نژاد، خانواده و دیگر انواع اطلاعات زمینه‌ای و هویتی شناسایی کند (اینگرام[[90]](#footnote-90)، ۱۹۷۸). درواقع، هیچ ایموجی مربوط به ضمیر وجود ندارد؛ بنابراین ضمیر «من»، همان‌طور که در تحلیل داستان تولد (در فصل قبل دیدیم، عموماً به‌وسیله تصویر یک شخص نشان داده می‌شود. ضمیر) تو ) معمولاً با یک پیکان اشاره‌کننده منتقل می‌شود که معادل است با چگونگی استفاده ما از انگشتانمان در اشاره به مخاطبانمان در ارتباط رودررو است؛ و آن‌ها با یک گروه (متشکل از افراد مختلف) نشان داده می‌شود؛ بنابراین، حتی اگر این‌ها از همین نوع عملکرد تفکیکی ضمایر فعلی برخوردار باشند، این واقعیت که شامل استفاده خلاقانه از تصاویر هست، به معنای درگیر بودن مفهوم است. اگرچه ممکن است در مورد نظام‌های معنایی صادق باشد، همان‌طور که برخی نظریه‌پردازان می‌گویند، در مورد معناشناسی ایموجی همیشه صادق است. لازم به ذکر است که نوع جدیدی از شکلک‌ها، به نام بیتموجی برای نشان دادن هویت به وجود آمده‌اند. این تصویر می‌تواند از مجموعه صفحه‌کلید یا سایتی آنلاین انتخاب شود، ازاین‌رو، بر درک هویت در جستجوی تصویری که بهترین وجه ما را نشان می‌دهد، تأثیر می‌گذارد.



بیتموچی

وقتی از افراد گروه آگاه پرسیدیم که آیا از بیتموجی استفاده کرده­اند بسیاری از آن‌ها جواب منفی دادند؛ چون غیرعادی هستند. درواقع، بیتموجی یک اپلیکیشن است که به کاربر اجازه می‌دهد خودش را به یک ایموجی تبدیل کند و بعضی افراد آن را لازم نمی‌دانند. یکی از افراد گروه آگاه گفت: دوستان می‌دانند که من چه کسی هستم و چه قیافه‌ای دارم؛ بنابراین، مجموعه بیتموجی می‌تواند فقط یک علاقه گذرا باشد، اما ظهور اشکال کلامی خاص در سیستم ایموجی به‌سختی قابل‌درک است. یک فرد از گروه آگاه می‌گوید: بیتموجی فقط شمارا به یک شخصیت کارتونی تبدیل می‌کند. البته ممکن است درزمینهٔ‌های طنز مناسب باشد.

به‌طور خلاصه، ایموجی‌ها به‌خودی‌خود به نشانه‌های ارتباطی تبدیل نمی‌شوند، بلکه ما از طریق نمادگرایی و برای اهداف ارتباط آن‌ها را معنا می‌کنیم. همان‌طور که سودا کی. ای[[91]](#footnote-91) (۲۰۰۵: ۱۵۰) می‌گوید، این مسئله یک فرایند سه‌بخشی است هر شیء بصری را به مصنوعات ارتباطی تبدیل می‌کند- نمادی که ارتباط برقرار می‌کند و می‌تواند به‌عنوان شعارهای مختلف موردمطالعه قرار گیرد، وجود این سه ویژگی است. تصویر باید نمادین باشد شامل مداخله انسان باشد و به‌منظور برقراری ارتباط با مخاطب ارائه گردد.

**ایموجی چهره**

همان‌طور که در موارد مختلف در مباحث قبلی ذکر شد، ایموجی‌ها در ابتدا به‌عنوان جایگزینی برای شکلک‌های گرافیکی گسترش یافتند تا برای بیان احساسات بابیانی خاص (که در مکالمات رودررو است) بکار روند. درواقع، ایموجی‌ها ایجاد شدند تا از طریق تصاویر بصری نمادین، حالات چهره را در متن نوشتاری نشان دهند. به این دلیل، اگر مهم نباشد حداقل مفید است که ایموجی‌هایی که جایگزین حالات چهره هستند را بیشتر بررسی کنیم.

پاول اکمن روان‌شناس (۲۰۰۳, ۱۹۸۵ واکمن و فریسن، ۱۹۷۵) اولین کسانی بودند که دستور زبان حالت چهره را مطالعه کردند و اطلسی عواطف با بیش از ده هزار حالت چهره ایجاد را کردند که در حال حاضر به‌طور گسترده توسط محققان، نشانه شناسان و حتی پلیس به کار گرفته می‌شود. هدف او شناسایی همبستگی‌های خاص بیولوژیکی احساسات و نحوه بروز آن‌ها در پیکربندی آن بود. در ابتدا صورت با استفاده از مدل‌های داروینی بیان حالت چهره و نشان داده می‌شد و تحقیقات مربوطه در مورد چگونگی اشکال صورت، مانند لبخند، دارای واکنش‌های خاصی هستند. درواقع، آنچه در روش‌شناسی او بسیار مهم بود، حرکات عضلانی بود که حالت‌های چهره را به وجود می‌آورد. در ترکیبات مختلف، این‌ها معنی عبارت خاص را تعیین می‌کنند. ازاین‌رو، می‌توان یک مجموعه استاندارد از واحدها (که اکمن آن‌ها را اصطلاحات کوچک می‌نامد) فهرست بندی و برای سازگاری و تنوع در بین فرهنگ‌ها موردمطالعه قرارداد. یکی از یافته‌های او این بوده است که احساسات اساسی (انزجار، ترس، عصبانیت، تحقیر، غم، تعجب و خوشحالی)، همان الگوهای بیان را در سراسر جهان فعال می‌کنند که در یک تنوع قابل پیش‌بینی هست. شاید دلیل اینکه ما به‌طورکلی به معنای شکلک صورت اصلی واکنش نشان می‌دهیم این باشد که آن‌ها بیان اصلی را به‌صورت رئوس مطالب تلفیقی ترکیب می‌کنند.

یافته‌های اکمن خالی از بحث نیستند، به‌طوری‌که بعضی پژوهشگران می‌گویند که احساسات بیشتر از اینکه ذاتی باشند، آموختنی هستند، درهرصورت، به نظر می‌رسد که یافته‌های اکمن اعتباری فراتر از این انتقادات دارند، زیرا او سطحی یکپارچگی میان فرهنگی در بازنمایی چهره از احساسات اصلی را نیز به‌وسیله یک دوره مطالعات به همراه افراد گوناگونی از فرهنگ‌های غربی و شرقی کشف کرد. این تصادفی نیست که اولین ایموجی‌هایی که به‌طور گسترده در سراسر جهان استفاده شدند، آن‌هایی بودند که نشان‌دهنده این احساسات اصلی بودند. فارغ از اینکه سازندگان این ایموجی‌ها مطالعات اکمن را خوانده بودند یا نه به‌طور مستقل به نتیجه مشابهی دست یافتند.



ترس انزجار عصبانیت



تعجب ناراحتی شادی

ایموجی‌های احساسات اصلی

مطالعه چهره‌های واقعی سازگاری چشمگیری بین شکلک‌ها و چهره‌ها در سطح بیان دارد. اکمن در آخر، الگوی عواطف اولیه بین فرهنگی خود را گسترش داد که سرگرمی، حقارت، خجالت، هیجان، احساس گناه، غرور، آسودگی، رضایت، لذت و شرم را در برمی‌گیرد و همه این احساسات و قالب‌های ایموجی‌ها را بازتولید کرده است. بدون مراجعه به روش‌های اکمن برای کسب اطلاعات از حالات چهره و یافته‌های خاصش در تقابل با تنوع فرهنگی، کافی است بگویم که پژوهش او به وجود یک مجموعه اصلی از حالات چهره همگانی اشاره می‌کند؛ بنابراین درصورتی‌که به این نتیجه برسیم که معناشناسی چهره بخشی ذاتی از واژه‌نامه اصلی ایموجی‌ها است، نباید تعجب کنیم. نیازی به گفتن نیست که احتمالاً میزان قابل‌توجهی از مفاهیم ضمنی مبتنی بر فرهنگ وجود دارد که معنای ایموجی‌ها را نشان می‌دهد در سطح معنای اصلی، تردید اندکی وجود دارد که ایموجی به چه احساسی اشاره می‌کنند، درحالی‌که در سطح ضمنی از معنا این ایموجی‌ها با الگوهای فرهنگی تفسیر می‌شوند.

اکمن پروژه پژوهشی‌اش را در سال ۱۹۶۳ با پایه‌گذاری آزمایشگاه تعامل انسانی در بخش روان‌پزشکی دانشگاه کالیفرنیا در سن فرانسیسکو آغاز کرد و والاس وی، فریسن[[92]](#footnote-92) در ۱۹۶۵ و مارین آسالیوان[[93]](#footnote-93) نیز در ۱۹۷۴ به او پیوستند. در طی سال‌ها، واکمن و گروهش، حالات چهره معینی را به‌صورت همگانی و بقیه را به‌عنوان حالات خاص فرهنگی شناسایی کردند (اکمن، ۱۹۷۶، ۱۹۸۰، ۱۹۸۲، ۱۹۸۵، ۲۰۰۳ واکمن و فریسن، ۱۹۷۵). به‌عبارت‌دیگر، حالت چهره، یک سیستم ترکیبی بود که با بسیاری از حروف الفبا یکسان است. ازجمله نکات خاص مربوط به بحث حاضر، کار اکمن در تفکیک حالات چهره به جزئیاتی همچون موقعیت ابرو، شکل چشم، شکل دهان، اندازه سوراخ بینی و غیره اشاره داشت، در ترکیب‌های گوناگون، این جزئیات معنای حالتی خاص و نیز مفاهیم اجمالی شکلک‌ها را تعیین می‌کنند.

در مطالعه عمومی نشانه‌های مربوط به بدن گینسیکس نام دارد - در ابتدا توسط انسان‌شناس آمریکایی رای ال، بردویستل[[94]](#footnote-94) (۱۹۵۲) توسعه یافت که فیلم‌های حرکت آهسته مردمی را که از طریق گفتگو با یکدیگر تعامل داشتند، باتوجه ‌به اینکه کنش‌ها و واکنش‌های خاص مربوط به بدن در آن‌ها نمایان بود، بررسی نمود. او برای مشخص‌سازی الگوها از نظریات زبان‌شناسان استفاده کرد، درحالی‌که باور داشت که این کنش‌ها واحدهای دربردارنده معنا را شکل داده‌اند که عملکردشان با واحدهای آواشناختی، دستور زبانی و فرهنگ‌نامه‌ای زبان یکسان بود، به همین دلیل، سیستم نشانه‌های غیرکلامی موردمطالعه از طریق زبان بدن خوانده شد (و همچنان خوانده می‌شود). علائم کدر این مسیر از زبان بدن نامیده شد و هنوز هم به همین عنوان نامیده می‌شود. نشانه‌های حرکات بدن می‌تواند ذاتاً غیر اداری باشد و یا ارادی و– آموختنی، یا ترکیبی از هر دو باشد. پلک زدن، صاف کردن گلو، سرخ شدن چهره همانند حالات اصلی چهره از نشانه‌های ذاتی (غیرارادی) هستند. خندیدن، گریه کردن و شانه بالا انداختن نیز نمونه‌هایی از نشانه‌های ترکیبی هستند. این حالات ممکن است به‌عنوان کنش‌های غریزی به وجود آمده باشند، اما قواعد فرهنگی است که ساختار، زمان‌بندی و کاربردشان را شکل داده است، چشمک زدن، بلند کردن انگشت شست با سلام کردن با دست، نشانه‌های آموختنی (ارادی) هستند. طبیعی است که معانی این کنش‌ها در فرهنگ‌های گوناگون، متفاوت است. شاید به این دلیل که بسیاری از ایموجی‌های مربوط به بدن در شرایط مربوط به معانی فرهنگی درک می‌شوند. ایموجی زیر حالت دستی است که هم نشان‌دهنده سلام و خداحافظ است و نیز تقلیدی است از یک حالت بدن رایج برای سلام کردن که شامل یکدست در حال تکان دادن است:



ایموجی تکان دادن دست

ایموجی‌های دیگر برای کنش‌های بدنی همانند جنبش‌های فرهنگی عمل می‌کنند که عبارت‌اند از: شکلک دست زدن برای نشان دادن تشویق و تحسین و نشانه دستان باز برای (پذیرش):

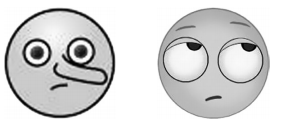


ایموجی‌های دستان باز دستان تشویق‌کننده

این نشانه‌ها مطمئناً به‌طور صریح به کنش‌های خاص انجام‌شده با دست که دربردارنده معانی ساده ظاهری‌اند، اشاره دارد؛ درحالی‌که تفاسیر نهایی‌شان همراه با رمزگذاری فرهنگی است. برای مثال، دست زدن به‌خصوص بعد از بعضی اجراها، به‌عنوان نشانه‌ای از موافقت با تحسین در فرهنگ‌های غربی و دیگر فرهنگ‌ها هست درصورتی‌که این کار در بعضی فرهنگ‌ها مثل فرهنگ‌های قبیله‌ای یا بعد از اجراهای آیینی و مذهبی در هیچ جایی به کار نمی‌رود. به‌طور مشابه، دستان باز مجموعه گسترده‌ای از معانی ضمنی (از معنی موافقت گرفته تا معنی نیایش) دارد که در اینجا به آن می‌پردازیم

مطمئناً، می‌توان به این نشانه‌ها اشاره کرد که اشاره‌ای به اقدامات خاص دستی دارند که شامل معنای به‌ظاهر درست هست، اما تفسیر نهایی آن‌ها شامل کدگذاری فرهنگی است. به‌عنوان‌مثال، به‌عنوان نشانه‌ای که به معنای تأیید و ستایش تعبیر می‌شوند، به‌ویژه پس از برخی عملکردها در فرهنگ‌های غربی و سایر فرهنگ‌ها؛ به‌عنوان‌مثال، این امر برای برخی فرهنگ‌ها (مانند قبیله گرایان)، بعد از نمایش‌های آیینی در هرجایی قابل‌مشاهده بود. به‌طور مشابه، دستان باز معنای وسیعی دارد مانند معنای معنوی، توافق، معنای دعا که این موضوع ما را نگران می‌کند.

آخرین مورد در پژوهش‌های اکمن این بود که بیانات معین، نتیجه دروغ‌گویی‌اند. میر[[95]](#footnote-95) (۲۰۱۰) و هوسین[[96]](#footnote-96)، بینکوفسکی[[97]](#footnote-97) و جولیج[[98]](#footnote-98) (۲۰۱۱) تأیید کرده‌اند که وقتی کسی را فریب می‌دهیم مردمک چشم گشاد می‌شود و این‌یک باور عامیانه هم است. البته سطح این باور به‌طور قابل‌توجهی در فرهنگ‌های گوناگون و بر اساس طبیعت دروغ، متفاوت است. روی‌هم‌رفته، این مطلب بدین معناست که دروغ‌ها که در ساختار میکرو، قابل‌پیگیری، اندازه‌گیری و ثبت هستند. باید مراقب بود. به‌هرحال، آن‌طور که یوهانا دراکر (2014) به‌طور متقاعد کنده‌ای می‌گوید، باید در نمایش بصری دروغ مراقب بود، زیرا ترسیم چهره نمونه خاصی از تولید دانش تفسیری و اجماع را از طریق بازنمایی‌های گرافیکی روشن می‌شود؛ بنابراین، به‌جای اینکه نمایش‌های ساده‌ای داشته باشند، می‌توان آن‌ها را به‌راحتی یک کاریکاتور تعبیر کرد. این موضع در مورد ایموجی‌هایی است که برای انتقال دروغ ساخته‌شده‌اند. رایج‌ترین آن‌ها بینی کشیده است که از یک مرجع خاص فرهنگی برگرفته‌شده است - داستان کودکانه پینوکیو که این نمونه قطعاً هیچ مبنایی در ریز حالات چهره نداشته و فقط می‌تواند توسط مفاهیم ضمنی فرهنگی تفسیر شود. ایموجی دیگری که مشاهده می‌کنید، نسبت به طرح کلی‌اش پیوند قوی‌تری با ریز حالات دارد؛ این ایموجی دارای چشمان روبه بالا است که نگاهی از گوشه چشم دارد و به‌نوعی احساس حقارت را منتقل می‌کند:



ایموجی چشمان روبه بالا ایموجی پینوکیو

به‌طور خلاصه، معناشناسی شکلک‌ها، نظامی معنایی است که شاید بالاترین حد قابلیت هماهنگی را در مقیاس جهانی داشته باشد. به دلیل سازگاری‌اش با یافته‌های واقعی در ریز حالت‌ها که با احساسات اصلی ترکیب‌شده‌اند که اصلی‌ترین معیار است برای اینکه چرا این ریز حالات برای واژه‌نامه اصلی ضروری‌اند. بااین‌حال، همان‌طور که چندین مرتبه بحث شد، مفاهیم ضمنی نمی‌توانند از کاربرد شکلک‌ها حذف شوند. مطمئناً معیار اصلی این است که این‌ها ذاتاً لغت اصلی هستند. حتی در این صورت، مفهوم را نمی‌توان از کاربرد آن‌ها حذف کرد.

**ترکیب کردن**

به روشی اساسی، تمامی ایموجی‌ها تصاویر استعاره هستند. استعاره، آن‌طور که امروزه در علوم شناختی درک شده است، یک شیوه بیانی ساده نیست، بلکه فرایندی مفهومی است که به‌وسیله آن دامنه‌های مجزای معنا ترکیب می‌شوند تا اشکال جدیدی از معنا را ایجاد کنند که این مهم، طیف ارجاعی متنوعی را در یک تصویر باهم ترکیب می‌کند، بنابراین، از جهت شناختی یا علم اعصاب، ایموجی‌ها می‌توانند به‌عنوان چند ترکیب توصیف شوند. به همین دلیل، مفید است که در اینجا اشاره کوتاهی به نظریه ترکیب داشته باشیم.

کار بنیان‌گذاری این نظریه به جورج لكاف[[99]](#footnote-99)، رافل نونیز[[100]](#footnote-100)، گیلس فوکانیر[[101]](#footnote-101) و مارک ترنر[[102]](#footnote-102) نسبت داده می‌شود (لكاف ونونیز، ۲۰۰۰ و فركانیر وترنر، ۲۰۰۲). الكاف مبدع نظریه استعاره به‌اصطلاح مفهومی است که وی در ابتدا مفهوم استعاره را با فیلسوف مارک جانسون در کتاب کلاسیک خود در سال 1980 گسترش داد. این کتاب مدلی از چگونگی تولید و درک ذهن از زبان ذهن را شرح می‌دهد، این کار اساساً از طریق یک فرآیند تداعی انجام می‌شود که خود را در شکل‌های گفتاری نشان می‌دهد که نشانه‌ای است از اینکه چگونه ذهن تجربیات تجسمی را به مفاهیمی انتزاعی منتقل می‌کند که ساختاری مجازی و آشکار دارند. تجارب مجسم شده را به مفاهیمی انتزاعی تبدیل می‌کند که دارای ساختاری مجازی است؛ بنابراین، یک گفتار استعاری ساده، مانند (آن زبان‌شناس مار است) واقعاً نشانه ترکیبی است که بین نظر شناختی مردم و حیوانات ارتباط برقرار می‌کند - یعنی مردم حیوان هستند. دامنه هدف و حیوانات دامنه منبع. گفته قبلی (آن زبان‌شناس مار است) یک استعاره زبانی رایج است؛ از سوی دیگر، مورد دوم (مردم حیوان هستند)، یک استعاره مفهومی است.

این مطلب می‌تواند به‌وسیله مجموعه نامحدودی از استعارات زبان‌شناختی بیان شود: (دوست من، یک گوریل است)، (او یک عقاب است)، (برادرت یک سنجاب است) و غیره. به‌طور جالبی، هرکدام از این عبارات، تصویر ضمنی متفاوتی از شخصیت فراهم می‌کنند که بدین معناست که خود استعارات زبان‌شناختی، برگرفته از ترکیب مفهومی عمومی‌تری هستند. انتخاب مار، از دامنه منبع حیوانات، یک مفهوم شخصیتی اساسی به وجود می‌آورد. به‌هرحال، اگر ما قصد داریم تصویر استعاری خود را تصحیح کنیم، می‌توانیم مفاهیم استعاری اخذشده‌ای ایجاد کنیم که به ما اجازه دهند به جزئیات خاصی از شخصیت توجه کنیم:

١- او یک مار کبرا است.

۲- او یک مار افعی است.

٣- دوست تو یک مار بوآ است.

با این کار، به روشی که واکنش‌های حسی ما به هر دو مار یکسان است، می‌توانیم شخصیت خود را توصیف کنیم. این نشان می‌دهد آنچه به‌عنوان دامنه در نظریه استعاره مفهومی نامیده می‌شود، خودش محصول فرآیند دلالت حسی است؛ دامنه هدف (شخصیت) بر نوع خاصی از دامنه منبع (حیوانات) دلالت می‌کند که به‌نوبه خود بر زیر دامنه‌های معینی (گونه‌های حیوانات) دلالت می‌کند که به‌نوبه خودشان به زیر دامنه‌های دیگری (گونه‌های مار) اشاره دارند دامنه‌ها، نواحی مستقل فعالیت‌های ذهنی انسان نیستند، بلکه از طریق دلالت حسی به هم وصل شده و ترکیباتی اصلاح‌شده‌اند، نیازی به گفتن نیست که هرکسی می‌تواند به‌راحتی تجسم کند که ترکیب، چگونه در استفاده از ایموجی‌ها به کار می‌رود. درواقع، درصورتی‌که استعاره مار شود، بهتر است که صرفاً آن را با ایموجی عمومی مار همراه کنیم.



ایموجی مار

بااین‌حال، اگر ظرافت‌های مفهومی لازم بود، پس به‌عنوان افراد گروه آگاه اشاره کردند، آن‌ها انواع مارها را در نرم‌افزارهای ایموجی و وب‌سایت‌ها گونه‌های مار را جستجو می‌کنند و اگر هیچ‌کدامشان مناسب نبود، از استعاره کلامی مرتبط استفاده خواهند کرد تا ایموجی مار را همراهی کند (افعی، کبرا و...).

کافی است در اینجا بگوییم که تعداد یافته‌های پژوهشی قابل‌تأیید و توجه ای که نظر به استعاره مفهومی از سال ۱۹۸۰ به دست آورده است، یک پلتفرم تجربی قابل‌توجه ای فراهم آورده است تا با استفاده از آن به ترکیب و توسعه برسد. لكاف ونوئیر در سال ۲۰۰۰، استدلال کردند که این ترکیب‌ها مختص زبان نیستند. بلکه از انواع شناخت هستند، اگرچه دور از ذهن به نظر می‌رسد، اما واقعاً چنین است، خصوصاً اگر تصور کنیم که زبان و نظام‌هایی مانند ریاضیات ازنظر شناختی باهم در ارتباط هستند.

طراح اصلی ایموجی‌ها، شیتاکا کوریتا[[103]](#footnote-103) بود، از پیش‌بینی‌های هواشناسی که از نمادها برای نشان دادن آب‌وهوا استفاده می‌کردند و مانگ‌هایی که از نمادهای موجود (برای مثال یک لامپ نوری که بیانگر الهام‌بخشی بود) استفاده می‌کرد، برای بیان احساسات الهام گرفت. به‌راحتی می‌توان فرآیند ترکیب را در کار مشاهده کرد، منشأ کد ایموجی اشکال بصری هستند که با تصویر ادغام شدند و معانی ضمنی گوناگونی را رمزگذاری می‌کنند (با اشاره به اثر فرهنگ‌نامه‌ای)، درواقع، ترکیب می‌تواند برای توصیف این مسئله به کار رود که چگونه ویژگی‌های یک چهره با تصویر به هم ارتباط برقرار می‌کنند و منجر به ایجاد معنا می‌شوند. به دو ایموجی زیر توجه کنید:



ایموجی قناعت ایموجی غم و اندوه

ایموجی سمت چپ، از ترکیبی ویژه تشکیل‌شده است، ابروهای خمیده بعلاوه دهان باز به رنگ صورتی سالمون + اشک؛ و ایموجی دوم از ترکیب دیگری: لبخند بعلاوه چشمان با نگاه مستقیم (خیره) بعلاوه لبخند + موی زنانه. این ویژگی‌ها وقتی درهم ادغام می‌شوند، معنای هر ایموجی را ایجاد می‌کنند. البته این ایموجی‌ها توسط شرکت‌هایی که آن‌ها را در دسترس قرارداده اند، تعریف‌شده‌اند و همان‌طور که گفته شد این کار بخش بسیار مهمی از معناشناسی ایموجی است. فرایند ترکیب، مبنی بر مدل‌هایی تجربی است که این‌چنین تصور می‌شود که همگانی هستند. بعد از ثبت شدن در آیفون اپل، اندروید و نرم‌افزارهای مشابه، معانی غیرمنتظره‌ای به ایموجی افزوده شدند، زیرا فرایندهای ترکیب از دیدگاه فرهنگ‌های گوناگون، متفاوت هستند. علاوه بر این، همان‌طور که گفته شد، ظاهر ایموجی‌ها ثابت نمی‌ماند، بلکه مشابه تفاوت میان مجموعه‌های الفبایی معمولی بین پلتفرم‌ها و دستگاه‌ها، متفاوت هستند. به‌عنوان‌مثال، مجموعه‌ ایموجی‌های رنگی اپل به شرکت اپل اختصاص دارد و فقط در دستگاه‌های این شرکت می‌تواند استفاده شود. شرکت‌های کامپیوتری مختلف فونت‌های خاص خودشان را برای نمایش ایموجی‌ها توسعه داده‌اند که بعضی از آن‌ها منبع - باز هستند تا امکان استفاده مجددشان وجود داشته باشد؛ بنابراین برای مثال ایموجی مار در طراح‌های نرم‌افزارها و رسانه‌های مختلف به‌صورت زیر متفاوت است.



توییتر اندروید جدید اندروید قدیمی ایزو اپل

ایموجی‌های اختصاصی برای مار

**معناشناسی ایموجی**

بنابراین ترکیب در سطوح مختلفی به وقوع می‌پیوندد، در سطح خرد، ترکیب در قرارگیری نشانه‌هایی که یک تصویر را شکل می‌دهند، ذاتی است؛ در سطح کلان، ترکیب به‌گونه‌ای که بخش‌ها باهم یکی می‌شوند تا سازه‌های استعاری ترکیب‌شده با تصویر را تولید کنند، ذاتی است، عملکرد این دو سطح از ترکیب به‌روشنی در ایموجی‌های زیر قابل‌مشاهده است:

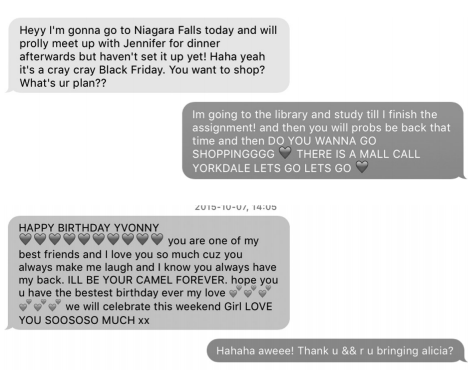


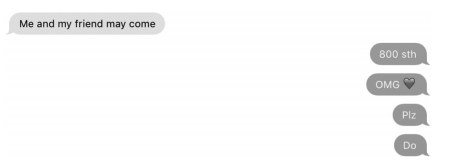
بمب اوکی خونسردی نوشیدنی

نمونه ایموجی‌های دربردارنده معنای استعاری

در سطح خرد، این ایموجی‌ها اساس لوگوگراف اند که به‌طور مستقیم واژگان را به تصاویر تبدیل می‌کنند، اما در سطح کلان، دربردارنده معنای استعاری هستند. تصویر از نوشیدنی سرحال آور در سمت چپ، یک لیوان معمولی نوشیدنی را نشان می‌دهد (در فرهنگ غربی) با کف سرریزی که بر لذت‌بخش بودن آن دلالت می‌کند. بعضی از عناصر فرایند ترکیب، مثل رنگ نوشیدنی، به‌طور بالقوه‌ای همگانی‌اند؛ اما عناصر دیگر در دامنه‌های فرعی معنا قابل‌دستیابی‌اند و به آگاهی از فرهنگ نوشیدن احتیاج خواهند داشت، یک فرآیند خاص فرهنگی و کلان مشابه در ترکیب سه ایموجی دیگر رخ می‌دهد: خنکی ترکیب حروف کشیده به رنگ آبی آسمانی به شکل مربعی (اوکی)، نماد موافقت یا پذیرش به شکل انگشت به تپل بودن دست به نشانه دلپذیری؛ بمب انفجار فاجعه‌بار بمب به رنگ سیاه بمب، بدون اینکه به جزئیات پردازیم، می‌توان به این نکته اشاره کرد که این ایموجی‌ها در ترکیب خاص بخش‌های مختلف بیانگر معانی گوناگون هستند.

ایموجی قلب را در نظر بگیرید که مثل کارت‌های عاشقانه‌ای ولنتاین هستند، نمادی برای بیان و ابراز عشق است. در پیام وی، ایموجی قالب چند سخن پیام پراکنده‌شده است تا محتوای عاطفی و محبت آمیزش را به‌طور مؤثری تقویت کند:





پیام متنی 2

ایموجی قلب یک استعاره غیرکلامی است که ناشی از یک ترکیب فرهنگی، یعنی ارتباط قلب با متن عاشقانه است، لاکوف همیشه از ارتباط بین زبان مجازی و سایر اشکال گویا و فرهنگی آگاه بوده و به شرح زیر می‌نویسد: استعاره‌ها را می‌توان به روش‌هایی نه‌چندان واضح، همچنین علائم جسمی، نهاده‌ای اجتماعی، اقدامات اجتماعی، قوانین و حتی سیاست‌های خارجی و اشکال گفتمان و تاریخ واقعی ساخت را شامل می‌شود (لاکوف، ۲۰۱۲).

هر نشانه می‌تواند به‌طور خاص نمایانگر استعاره مفهومی در قالب بصری باشد در اینجا چند نمونه آمده است.

1 - شکلک آغوش گیرنده: این ایموجی، استعاره‌ای برای (آغوش گرفتن مجازی) است و نیز نشان‌دهنده استعاره مفهومی عشق یک نیروی اجباری است.



۲- شکلک متفکر: این ایموجی یک استعاره قابل‌تأمل است و به‌گونه‌ای ساخته‌شده است که شبیه بیان کوچک صورت است که در برخی فرهنگ‌ها برای انتقال ملاحظات متفکرانه­ای در نظر گرفته‌شده است و به این معنا است که فرد به مخاطبش پاسخ خواهد داد.



3 - صورتی با چشم‌های در حال چرخش: صورت‌های چرخان استعاره‌ای برای تعارف، کسالت یا خستگی هستند. این معادل کلامی (ده) و تعجب‌های مشابه است. چشم‌ها آینه روح‌اند.



4 - ایموجی صورتی با زیپ دهان: مشخص است که یک معادل بصری است و استعاره از صحبت نکردن است.



5 - شکلک خرخوان / بی‌عرضه: این شکلک استعاره‌ای عامیانه است که اصطلاح بی‌عرضه یا خرخوانی را نشان می‌دهد؛ یعنی یک فرد ابله با نفرت‌انگیز که فاقد مهارت‌های اجتماعی است یا به‌طور خسته‌کننده‌ای درس‌خوان است، دندان‌های پیش‌آمده و عینک، مفاهیمی هستند که این معنا را به‌طور بصری مشخص می‌کنند.



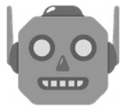
6 – اندکی اخم بر روی چهره: صورت همراه با اخم استعاره‌ای است که می‌توان از طریق آن اندوه و ناامیدی جزئی را نشان داد.



۷- شکلک وارونه: استعاره وارونه بودن بیانگر معنای عبارتی مثل (زندگی من وارونه است) با تمامی معانی ترکیب‌شده‌اش مانند زندگی آشفته، بی‌نظم، به‌هم‌ریخته، در هرج‌ومرج و غیره است.



8 - در صورتی ربات: این استعاره نشان‌دهنده این است که پیام‌های یک شخص مانند پیام‌های یک ربات، تکراری و قابل پیش‌بینی است، استعاره مفهومی مرتبط، (ذهن یک ماشین است) است.



9 - کارآگاه یا جاسوس: استعاره جاسوس منتقل‌کننده حس تا حدی موذی بودن است. کلاه و ذره‌بین، تصویر اولیه ظاهر یک کارآگاه کلاسیک را شکل می‌دهند.



10 - سر در حال صحبت به‌صورت نیمرخ: این ایموجی به کار می‌رود تا شخصی را تشویق به صحبت کردن کند یا در یک تجمع یا اعتراض مشارکت دهد.



۱۱- نشانه شاخ: نشانه شاخ معانی متنوعی دارد که به فرهنگ بستگی دارد؛ از فرهنگ شهرنشینی گرفته تا نشانه بی‌غیرتی در بعضی فرهنگ‌های مدیترانه‌ای.



۱۲. دست بلند شده با جدایی بین انگشت وسط و انگشت حلقه: همچنین به نام از زندگی طولانی و موفقی داشته باشید در سلام ولکان از مجموعه پی فضا که ابتدا در اپیزود ازمان آموکا نشان داده شد. این نشانه توسط لتونا لیموی که نقش اسپاک را بازی می‌کرد، محبوب شد و از واژه عبری کوه الهام گرفته‌شده بود که در هنگام دعای خیر باحالتی که نشان‌دهنده حرف ال بود، دستانشان را نگه می‌داشتند.



13 - عینک آفتابی تیره: این استعاره مشخصی است که مفاهیم جالب را بیان می‌کند. این مفهوم، دارای یک تاریخ مجازی طولانی است که در اینجا نگران‌کننده نیست.



۱۴، شکلک شیر: شیر با چهره‌ای ترسو، مفهوم ضمنی خشم متعارفی که با تصویر شیر همراه است را وارونه می‌کند که معادل عملکرد دوستانه ایموجی است.



یک چارچوب طبقه‌بندی‌شده اولیه از استعارات بصری که توسط سانتالا - براگا (۱۹۸۸) فراهم‌شده است، بر اساس فعالیت‌های گروه H گروهی از محققان و دانشمندانی که علاقه‌مند به ساختار لفظی نشانه‌ها بودند. در سال ۱۹۷۰ ایجاد شد، استعاره‌های بصری قدرتمندند چون هم می‌توانند به‌طور مستقل به‌عنوان ایموجی‌های منفردی که به شیوه‌های خاصی توزیع‌شده‌اند، استفاده شوند تا معنا را بهبود ببخشند و هم می‌توانند منحصراً به کار روند تا انواع جدیدی از معانی بصری را ایجاد کنند.

**قدرت تصاویر**

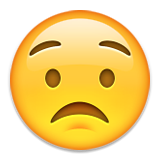
عبارات محاوره‌ای مانند (قدرت تصاویر) و (ارزش یک تصویر) به‌اندازه هزار واژه است، درواقع در فراهم‌شده یک چارچوب تفسیری برای پیدایش ایموجی‌ها و نیز اینکه چرا امروزه تا این حد به‌طور مستقیم به‌عنوان حالت‌های نگارش غیررسمی قدرتمندند بسیار مفیدند. تادگیتلین[[104]](#footnote-104) در کتابی که در سال ۲۰۰۱ نگاشته است، به نام رسانه نامحدود: چگونه جریان شدید تصاویر و صداها بر زندگی ما را غلبه می‌کند و می‌گوید چگونه رسانه مدرن، جریانی مداومی از تصاویر بصری ایجاد کرد که مخاطبان را به‌شدت تحت تأثیر قرارداد که چگونه در تفکر گروهی انباشته‌شده و بر جهان‌بینی‌ها و سبک زندگی تأثیر می‌گذارد. همچنین او بیان می‌کند: (تصاویر واقعیت‌ها را مجسم می‌کنند یا نمایش می‌دهند اما خودشان واقعیت نیستند) (گیتلین، ۲۰۰۱). اگرچه ما از تفاوت آگاهیم، اما مجازی را به واقعی ترجیح می‌دهیم؛ نکته‌ای که توسط جین بادریلارد (۱۹۸۳) هم به آن اشاره شد که به ابهام بین واقعیت و خیال با عنوان اثر شبیه‌ساز اشاره کرد؛ اما درواقع برای خاستگاه خود نگارش، اینکه قدرت تصاویر فراتر از واژگان است (جدای از اینکه محصول صرف فناوری‌های ما است) لقب بسیار مناسبی است، در سراسر زمان و فضا، هیچ فرهنگی بدون رسوم نگارش بصری وجود نداشته است. این نکات، این واقعیت را تأیید می‌کند تفکر بصری هم آن‌قدر برای فهم بشری حیاتی است که شناخت کلامی این‌گونه همان‌طور که گیتلین مدعی است ما در فرهنگی بصری زندگی می‌کنیم؛ فرهنگی که در آن تصویر تسلط بسیار بیشتری از گفتار دارد. البته این نکته، یک ساده‌انگاری بیش از است. زندگی فرهنگی بشر همیشه با درجه‌های بزرگ‌تر و بالاتری از تجسم همراه بوده است. مسئله این است که تعادل بین بصری و غیر بصری ممکن است زیر فشار ارتباطات مبتنی بر تصویر، فروبریزد.

تا زمانی که نگارش الفبایی نیز مستلزم به‌کاربردن عناصر بصری - گرافیکی مثل علائم نگارشی است، این خطر همواره وجود دارد که غالباً در تفسیر متن نوشتاری نمادها، فهم منظور نویسنده به‌طور کامل محقق نگردد و در محدوده لحنی خاص یا تفسیری معین در ذهن مخاطب متبادر شود و همین مسئله موجب شده سیستم ایموجی به نظامی قدرتمند تبدیل شود که بر نارسایی‌های نگارش آوایی در این زمینه غلبه کرده است. درهرصورت، ایموجی صرفاً اختراعی از جهان دیجیتالی مدرن نبوده و در شیوه‌های نگارش دوره‌های قرون‌وسطی و رنسانس هم وجود داشته است؛ به این صورت که نسخه‌های خطی به نام (متون مذهب) (تذهیب شده با طلا و نقره) با تصاویر گوناگونی مصور شده بودند؛ نه‌فقط برای نشان دادن مفاهیم معین، بلکه همانند ایموجی‌ها، برای اینکه معنای این متون را بهبود بخشند.



آخرین داوری، ۱۴۴۰

لادی اگرچه این کار ممکن است تا حدی یک کوشش خیال‌پردازانه باشد، می‌توان گفت که سبک ایموجی، حس معینی از سبک‌های نوشتاری کاتبان قرون اگرچه ممکن است تا حدودی خیالی باشد، اما گفتن اینکه سبک ایموجی حس خاصی سبک‌های نوشتاری قرون‌وسطایی را بازیابی کرد، قابل‌قبول است. البته، تفاوت‌های بسیاری بین این دو سبک وجود دارد که نیازی نیست در اینجا به آن‌ها بپردازیم؛ اما به نظر می‌رسد که هدف تا حدی یکسان است، به‌طوری‌که هر دو از تصویر بصری استفاده می‌کنند تا قدرت عاطفی و شاعرانه متن‌هایشان را افزایش دهند. این مطلب توسط سوسور نیز تشخیص داده شد (۱۹۹۶: ۱۰)، وقتی نوشت که: انسان‌ها هم ممکن است حالات چهره منتخب داشته باشند و از نمادهای بصری به‌جای نمادهای شنیداری استفاده کنند. همچنین ممکن است شکل اصلی برانگیختن خنده، تمسخر و هجو باشد. نقاشی‌های دیواری موجود در دیوارهای عمومی در سراسر جهان باستان، دارای پیام‌هایی سیاسی و انتقادی می‌باشند. این پیام‌ها یا ناپسند هستند یا با پشتیبانی بصری همراه هستند. بسیاری از زبان‌شناسان تاریخی از نقاشی‌های دیواری به‌عنوان منبعی برای بازسازی زبان‌ها و فرهنگ‌های دوره‌هایی که آن زبان‌ها را منعکس می‌کردند، استفاده کرده‌اند. این نوع از زبان ترکیبی نوشتاری و بصری بیشتر از اینکه استثناء باشد، قاعده هستند. به‌خوبی می‌توان گفت که افزایش شکلک در اصل بازیابی این ترکیب در سبک نوشتاری است - موضوعی که در فصل آخر به بررسی آن می‌پردازیم.



شکلک بی‌حوصله این ایموجی دربردارنده بدگمانی، ناامیدی یا نارضایتی است. این ایموجی به‌طور پیاپی در واکنش به بهانه‌هایی که طرف مقابل می‌آورد، یافت می‌شد

**4 - دستور زبان ایموجی**

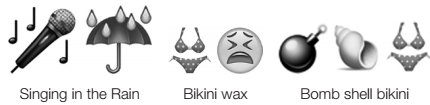
مانند هر چیز متافیزیکی دیگری، هماهنگی بین اندیشه و واقعیت را نیز می‌توان در دستور زبان یافت. لودویگ ویتن اشتاین (۱۹۵۱-۱۸۸۹)

متن داستان تولد (در فصل ۳)، برای رمزگشایی به توانش ایموجی نیاز دارد، نه فقط به خاطر اثر واژه‌نامه‌های ایموجی، بلکه به این دلیل که بخش بزرگی از رمزگشایی شامل استنتاج معانی ترکیبی ایموجی بوده که به شیوه‌های مشخصی به یکدیگر متصل شده‌اند. به‌عبارت‌دیگر، علاوه بر قابلیت معنایی، دانش ساختار دستوری ایموجی - اصول و قواعدی که ترتیب و چیدمان ایموجی‌ها در ترکیب‌ها را مشخص می‌کنند، از بخش‌های اصلی قابلیت ایموجی است.

مانند دستور زبان هر زبان طبیعی دیگری، ساختار ایموجی در متن و نیز ساختار عبارات و جملاتی که حاوی ایموجی‌اند، یک ساختار سیستم مند را نشان می‌دهد؛ در غیر این صورت، خواندن متون حاوی ایموجی، غیرممکن می‌شد. همان‌طور که در فصل قبل دیدیم، در برخی ایموجی‌ها، مثل ایموجی‌های ارتباطی، مشاهده نحوه کار سیستم، بسیار آسان است. یکی از مثال‌های این قضیه، قراردادن یک شکلک خندان در انتهای متون به‌عنوان جایگزینی برای نقطه و خداحافظی پایانی است. این نکته قبلاً از نظر دلایل معنایی و ارتباطی بررسی شده است. به‌عبارت‌دیگر، دستور زبان ایموجی چیزی نیست جز دستور زبان مکان‌یابی، بر اساس گرته‌برداری، یا قراردادن آن در نقاطی که اگر متن کاملاً با حروف نوشته می‌شد، ساختارهای کلامی در آنجا معنا می‌گرفتند، نیست. هرچند، در برخی متون سیستم کار متفاوت است؛ به‌این‌ترتیب جنبه‌های ترتیب و ترکیب متن، تابع جنبه‌های مفهومی خواهند بود تا قوانین خشک دستور زبان. در چنین مواردی، روشن است که یک دستور زبان تصویری - مفهومی وجود دارد. در حقیقت، بخش زیادی از داستان تولد، نشان‌دهنده استفاده از این نوع ساختار دستور زبانی است که اجازه می‌دهد ترکیبات ایموجی‌ها، از طریق یک قالب مفهومی - تصویری به نقل یک داستان بپردازند. ابهام و مفهوم‌سازی، اغلب در برخی متون حاوی ایموجی هم‌پوشانی دارند، نکته این است که دستور زبان ایموجی تنها یک نمونه کپی از قواعد زبان‌شناسی همراه با نمادهای تصویری نیست؛ بلکه صرف و نحوه با سیستم خود را برای سازمان‌دهی ایموجی‌ها به‌منظور ایجاد ترتیبات و ترکیبات منسجم و معنادار دارد.

هدف این فصل، بررسی ویژگی‌های دستور زبان ایموجی‌هاست. همان‌طور که گفتیم، آَنایی با شیوه کار ایموجی، به‌اندازه دانش معناشناسی و منظورشناسی آن‌ها در فصل بعد به‌طور مفصل بررسی خواهند شد، در قابلیت ایموجی اهمیت دارد. درواقع، همانند زبان‌های طبیعی دیگر، درهم آمیختن ابعاد معنایی، نحوی و عملی زبان ایموجی، به کاربر اجازه می‌دهد تا در جریان ذهنی متن شرکت داشته و در نتیجه معنای آن را تولید یا درک کند.

گرته‌برداری یا وام‌گیری زبانی برای درک شیوه گرته‌برداری، مثال‌هایی از بازی مخصوص تلفن همراه با نام (ایموجی را حدس بزن) را در نظر بگیرید که قابلیت ایموجی افراد را به شیوه‌ای سرگرم‌کننده، از طریق ارائه مجموعه‌ای از ایموجی‌ها که برگردان تصویری متن آهنگ‌های محبوب نقل‌قول‌ها، ضرب‌المثل‌ها و غیره‌اند، آزمایش می‌کند. به‌عبارت‌دیگر، ترجمه ایموجی‌ها، گرته‌برداری‌هایی‌اند شامل برهم‌نهی ایموجی‌ها در قالب نحوی اشکال واژگانی، مثال‌های زیر توسط یکی از اعضای گروه آگاه ارائه‌شده که آن‌ها را در یک سایت بازی پیدا کرده است. این مثال‌ها، نسخه ایموجی نمونه‌های زیر اند: (الف) عنوان یک آهنگ آمریکایی معروف (آواز خواندن در باران) و (ب) یک عمل بهداشتی (اصلاح موهای زائد بدن).



نمونه‌هایی از گرته‌برداری ایموجی‌ها

در شکل (1)، ایموجی میکروفون نشانه آواز خواندن و ایموجی چتر همراه با قطرات باران، نشان‌دهنده عبارت (باران) است؛ و در شکل (۲)، ایموجی لباس زیر در محل قرارگیری واژه لباس زیر قرارگرفته است و ایموجی صورتی که درد دارد نیز مفهومی سازی واژه اصلاح بوده و واکنش افراد نسبت به اصلاح کردن را نشان می‌دهد تا خود کلمهٔ درد را، ترتیبات ایموجی‌ها دقیقاً ترتیبات واژگانی را دنبال می‌کنند و بازتاب قالب نحوی آنهایند. البته، مفهومی سازی در هر دو مثال صورت گرفته است؛ چون این بازتاب به معنی یک ایموجی برای یک واژه نیست، بلکه به معنی یک مفهوم تصویری برای یک واژه است؛ بنابراین، گرته‌برداری صرفاً واژگانی نیست، بلکه ابعاد مفهومی و لفظی را نیز شامل می‌شود.

به‌این‌ترتیب، گرته‌برداری در معنای دقیق‌تر آن، یک فرایند آوانگاری است که در آن عبارات کلامی به ایموجی (تصویر - واژه‌ها) تبدیل می‌شوند که در یک سیستم مفهومی تپیکتوگرافی قرار دارند، خواننده‌ای که سیستم ایموجی را می‌شناسد، می‌تواند به‌راحتی کلمات اصلی را بازسازی کند؛ اما برای فردی که شناختی از این سیستم ندارد این مسئله دشوار خواهد بود. همان‌طور که در فصل‌های قبلی بحث شد، گرته‌برداری در قراردادن ایموجی در پیام‌های غیررسمی معمولی نیز نقش دارد. در این باره گرته‌برداری (به دلیل اثر فرهنگ‌نامه‌ای آن) جایگزین مناسب‌تر و از نظر معنایی خالص‌تری است تا گرته‌برداری ترجمه کرانه که در آن سازوکارهای تصویری نقش دارند (موضوعی که بعداً بدان خواهیم پرداخت). این نوع از گرته‌برداری در انتهای پیام‌ها و به‌طورکلی در انتهای مفاهیم موجود در پیام رخ می‌دهد. همان‌طور که مشاهده کردیم، این گرته‌برداری‌ها علائم نشانه‌گذاری احساس محوری را تشکیل می‌دهند که لحن و اثر کلی یک پیام را مثبت می‌کنند.

در بررسی و نگاه دقیق به نحوه قرارگرفتن ایموجی‌ها در متون با نحوه ترجمه و برگردان متون کلامی توسط آن‌ها، وجود یک سیستم به‌وضوح قابل‌مشاهده است. کلیه عبارات و جملاتی که با ایموجی‌ها ساخته می‌شوند، بیشتر از حالت ترجمه شده، به این سیستم مستقل وابسته‌اند. این مسئله به این معنی است که ترکیب و ترتیبات ایموجی‌ها در یک‌رشته، نیازمند هر دو رویکرد گرته‌برداری و مفهومی سازی است؛ یعنی ازلحاظ معناشناسی، یک ترتیب منطقی رخ می‌دهند، هرچند، همان‌طور که در بخش بعدی خواهیم دید، این قضیه به این معنی نیست که جریان نحوی جملات کلامی حذف شده است؛ بلکه به این معنی است که با قواعد نحوی تصویری - مفهومی زبان ایموجی درهم‌آمیخته است.

**مفهوم‌سازی**

گسترش متونی که تنها از ایموجی تشکیل‌شده‌اند، احتمالاً نتیجه افزایش روبه‌رشد استفاده از ایموجی در بازاریابی، برندسازی. کمپین‌های سیاسی، فرهنگ‌عامه و غیره است که طبق نظر برخی از افراد، همه آن‌ها زیرمجموعه یک راهبرد شفاف برای ارتباط با نسل‌های جوان‌تر و نیز آگاه ماندن از جدیدترین راه‌های ارتباطی‌اند. با متداول‌تر شدن این نوع از متون، ظهور دستور زبان ایموجی به‌عنوان دستور زبان دوم نیز متعاقباً افزایش خواهد یافت؛ مانند یادگیری یک‌زبان دوم از طریق مشارکت با افرادی که به آن زبان صحبت می‌کنند، یادگیری دستور زبان ایموجی نیز نیازمند استفاده از آن ضمن ارتباط با دیگر افرادی است که با این زبان صحبت می‌کنند. با گسترش متون ایموجی در سرتاسر جامعه، دانش این دستور زبان نیز ساختار مفهومی خود را گسترش و توسعه می‌دهد. یک مثال خوب، پویش موبایلی «پیتا» یا بنیاد مردمی رعایت اصول اخلاقی در برابر جانوران در سال ۲۰۱۴ است که خواستار اقدامات اجتماعی علیه بدرفتاری با حیوانات بود. این پویش با عنوان «فراتر از کلمات» شناخته می‌شد؛ عنوانی که به‌طورکلی به استفاده از ایموجی‌ها اطلاق می‌گردد. این پویش، متونی را شامل می‌شد که کاملاً از ایموجی تشکیل‌شده بودند. پاسخ به پیتا با یک ایموجی قلب، به مخاطب این امکان را می‌داد تا برای دریافت هشدارهای پویش از طریق موبایل ثبت‌نام کرده و جزئی از پویش توییتر شود. تصویر زیر، یکی از متون اصلی استفاده‌شده در این پویش است.



کمپین ایموجی پیتا

این پیام از یک زن جوان (ایموجی که در قسمت انتهایی چپ تصویر قرار دارد) می‌خواهد که به این مسئله فکر کند یا بیندیشد با ایموجی نشان داده که چیزهایی که آرزو دارد بخرد (لباس، کفش، کیف، رژ لب، چکمه)، به‌این‌ترتیب در کنار هم قرارگرفته‌اند. تا او به یک (شاهزاده) تبدیل شود. یک ایموجی در قسمت انتهایی راست تصویر قرار دارد؛ همه این اقلام، محصولاتی هستند که از حیوانات ساخته شده‌اند و در نتیجه صرفاً برای یک زندگی موقت، زندگی حیوانات را از بین می‌برند، اگرچه این مسئله مستقیماً بیان نشده است، اما هر کس با دستور زبان ایموجی و نیز حوزه اشاره شده به آن (جنبش حمایت از حقوق حیوانات) آشنا باشد، این پیام ضمنی را درک می‌کند.

همان‌طور که مشاهده می‌شود، خواندن این پیام نیازمند چیزی بیشتر از صرفاً دانش قابلیت‌های معنایی ایموجی است. خواندن این پیام، همچنین نیازمند دانستن چگونگی ترکیب و نمایش قالب‌ها و در نتیجه، نحوه ارتباط آن‌ها با یکدیگر است. این جنبه، مسائل آشکار و متعددی را راجع‌به رابطه بین طرح متن و پیام، مطرح می‌کند. متون مفهومی از این نوع به دانش قابل‌توجه مرجع و یک ذهنیت نیاز دارد. درواقع هرکسی که متن را ببیند ارتباطی بین محصولات و قتل حیوانات را برقرار نخواهد کرد و همچنین متن این واقعیت را در نظر نمی‌گیرد که همه در سراسر جهان چنین محصولاتی را خریداری می‌کنند به‌عبارت‌دیگر، زمینه‌سازی این متن در درجه اول در فرهنگ غربی شهری و مادی‌گرایی بی‌پروا ادعا می‌شود. به‌طور خاص، به نظر می‌رسد که هدف آن جمعیت خاص - زنان سفیدپوست، جوان انگلیسی - آمریکایی - اروپایی است. همان‌طور که برخی منتقدان این کمپین خاطرنشان کرده‌اند، این تصویر کاملاً کلیشه‌ای از زن است و بسیار محدود به فرهنگ تجاری است.

فارغ از این مشکلات فرهنگ محور موجود در حوزه رمزگشایی که هرکدام می‌توانند تأثیر پیام بیتا را کاهش دهند، در راستای اهداف حال حاضر ذکر این نت حائز اهمیت است که کل پیام‌ها را می‌توان تنها با استفاده از ایموجی‌ها ایجاد و از بخش الفبایی متن صرف‌نظر کرد؛ چون دستور زبان ایموجی خودکفا بوده و بر پایه رابطه بین مفاهیم با یکدیگر و ارجاعات خارجی قرار دارد تا بر پایه قوانین درونی فرایند تشکیل جمله که جریان اندیشه‌های یک جمله را هدایت می‌کنند، به‌عبارت‌دیگر دستور زبان ایموجی تحت قوانین نحوی زبان انگلیسی یا دیگر زبان‌های اروپایی نیست. بلکه، ساختار نمادین - مفهومی «خود را دارد؛ بسیار شبیه خطوط تصویری یا پیکتوگراف ها که ارتباط نمادین مستقیم بین اشکال و مراجع آن‌ها را ممکن می‌سازند آخرین واحد اندیشه در متن، ایموجی شاهزاده خانم» است که نقطه پایانی با مقصد پیام است؛ یعنی با تصویر یک زن جوان آغاز می‌شود و از طریق چیدمان محصولات پیام خود را مستقیماً به سمت تصویر استعاری زنان به‌عنوان شاهزاده خانم ها، نشانه می‌گیرد. چیدمان محصولات عمدا به‌صورت تصادفی انجام‌شده است. این امر نشان‌دهنده این پیام ضمنی است که از مهم نیست که کدامیک از این محصولات برای شما مهم است، همه آن‌ها از حیوانات مرده درست شده‌اند. در اینجا می‌توان مشاهده کرد که این دستور زبان مفهومی - نمادین یک ترتیب سه‌بخشی را که شباهت زیادی به ترکیب فاعل - فعل - مفعول (SOV) در بسیاری از جملات زبان انگلیسی و زبانشان اروپایی دارد، دنبال می‌کند.

1- یک زن جوان در فکر یا آرزوی خرید = فاعل جمله؛

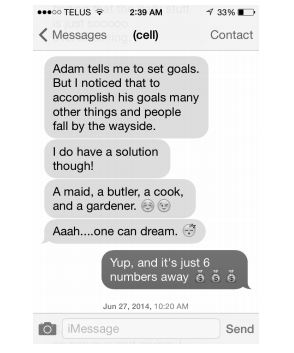
2 - محصولات تقویت زیبایی = فعل ضمنی خرید محصولات؛

٣- تبدیل‌شدن به یک «شاهزاده خانم» (مفعول جمله).

بنابراین، اگرچه جمله ساخته شده از ایموجی، مفهومی است، اما هنوز یک ترکیب تحری کلامی ساده آن را هدایت می‌کند؛ یعنی، طرح‌بندی جمله از چپ به راست، و ترکیبات نحوی دستور زبان انگلیسی است. قراردادن (۱) در سمت چپ، مانند التفاعل معمولی در یک جمله خبری، شناخت ناخودآگاه شیوه تعیین رابطه بازیگر - عامل را در نظر می‌گیرد؛ درواقع، جا به جا کردن ایموجی اول و آخر باهم، می‌تواند موجب ناهماهنگی یا عدم تقارن معنا گردد. طبق نظر برخی از زبان‌شناسان شناختی، این نوع از ساختار مفهومی، ناخواسته كل زبان را توصیف می‌کند. لنگكر (۱۹۸۷) به‌طور مختصر این دیدگاه را مطرح می‌کند: «عبارات زبانی و ساختارهای دستوری شامل تصاویری قراردادی اند که جنبه مهمی از ارزش معنایی آن‌ها را می‌سازد. در انتخاب یک عبارت یا ساختار خاص، گوینده وضعیت موردنظر را به شیوه مشخصی تفسیر می‌کند؛ یعنی برای ساخت محتوای مفهومی و مقاصد احساسی آن، تصویر مشخصی را از بین طیف وسیعی از گزینه ها) انتخاب می‌نماید».

النگكر حتی عقیده دارد که بخش‌های مختلف سخن، خود از طریق محتوای تصویری واژه‌ها شکل می‌گیرند که بیشتر آن‌ها به خاطر اینکه آن‌ها را طبق قوانین آواشناسی می‌نویسیم تا قوانین مفهومی، گنگ و مبهم‌اند. به‌عنوان‌مثال اسم‌ها، الگوی تصویری یک منطقه را در فضای ذهن رمزگذاری می‌کنند. یک اسم قابل‌شمارش مثل برگ، در ذهن ما به چیزی اشاره دارد که یک منطقه محدود را احاطه می‌کند و یک اسم عام مثل آب، یک منطقه نامحدود است. حال، این تفاوت در ساختار شماتیک تصویر، موجب تمایز در دستور زبان می‌شود؛ بنابراین، چون مراجع محدود امکان شمارش دارند، شکل جمع متناظر برگ، برگ‌ها است؛ درحالی‌که آب شکل جمع زرد (مگر اینکه به‌صورت استعاری به کار رود؛ مانند آب‌های بابل). به‌علاوه، قبل از برگ می‌توان از حرف نكره (یک برگ) استفاده کرد، اما این مسئله در مورد آب صدق نمی‌کند. دستور زبان ایموجی‌این امکان را فراهم می‌کند تا این واحدهای مفهومی تجسمی، آشکارا بیان شوند. درواقع، تنها با تکرار یک تصویر، جمع بستن به‌صورت مفهومی و ضمنی بیان می‌گردد، حتی اگر از نظر دستور زبان جمع بستن یک الگوی خاص، مجاز نباشد، هیچ شیوه قابل‌قبولی از نظر دستور زبان برای جمع بستن واژه شادی وجود ندارد، مگر اینکه قوانین را دور بزنیم؛ اما در نگارش با ایموجی، این قضیة همیشه اتفاق می‌افتد، همان‌طور که با تکرار شکلک خندان در انتهای عبارت یک خدمتکار، یک پیشخدمت، یک آشپز و یک باغبان که یکی از افراد گروه آگاه عنوان کرده است، می‌توان مشاهده کرد. با اینکه این سه ایموجی می‌توانند به معنی «خیلی خوشحال» هم باشند، اما الگویی تکراری می‌سازند که عملکردی مشابه الگوهای جمع یک‌زبان کلامی دارد.

متن پیام 3



متن پیام 3

سه ایموجی کیسه پول، می‌توانند به‌عنوان یک ساخت مفهومی جمع تفسیر شوند؛ یعنی، آن‌ها «کیسه پول» را جمع بسته‌اند (کیسه‌های پول) و درعین‌حال، به قول زبان‌شناسان یک عملکرد پیش مرجع ارجاع به چیزی در متن دارند که نشان می‌دهد داشتن یک خدمتکار، یک پیشخدمت، یک آشپز و یک باغبان، هزینه دارد؛ بنابراین از راه‌های احساسی به موقعیت اشاره می‌کنند، به‌سختی می‌توان این معانی را در راه‌های احساسی به موقعیت اشاره می‌کنند. لازم به یادآوری است که ۳۲۳ متن برای این پروژه بررسی همان شیوه تأكید بیان کرد. لازم به یادآوری است که ۳۲۳ می‌شدند و بسیاری از متون آنلاینی که توسط پژوهشگران جوان دید که دستور زبان ایموجی برای ارائه عملکردهای دستور زبانی متداول مثل جمع درحال‌توسعه اشکال و علائم نحوی خود است؛ بنابراین، اگرچه گرته‌برداری از آن ترجمه با الگوهای زبان‌شناسی مشخصی ارتباط دارد، دستور زبان مفهومی جریان نحوی جملات (مثل SVO) را به شکل مجموعه‌ای مفهومی بازسازی می‌کند این مسئله موجب می‌شود تا کاربران ایموجی متون خود را طبق ماهیت مفاهیم سازمان‌دهی کنند، البته در راستای سیستم نحوی زبانی که استفاده می‌کنند.

**نحو**

برای خلاصه کردن بحث فوق می‌توان گفت درج ایموجی به‌صورت الحاقی در متن، سیستم مند است و به‌منظور بیان جنبه‌های احساسی، فانتزی با شاعرانه معنی، در نقاطی ازجمله یا پاراگراف رخ می‌دهد. در متون جایگزینی، مفاهیم رمزگذاری شده توسط ایموجی معنای کلی متن را هدایت می‌کنند. در این حالت نیز، شکلی از گرته‌برداری نحوی رخ می‌دهد که به‌موجب آن، ایموجی از جریان نحوی متناظر با متون کلامی پیروی می‌کند. در هر دو نوع متن، ایموجی‌ها در نقاطی قرار می‌گیرند که معمولاً نوع خاصی از واژه‌ها، علائم نشانه‌گذاری، یا ادات سخن در آن‌ها قرار دارند، به‌این‌ترتیب، منعکس‌کننده یک «گرایش نحوی» درونی‌اند که به‌موجب آن، معانی و دستور زبان، تخصیص متنی آن‌ها را تعیین می‌کنند. اصطلاحی که چارلز موریس (۱۹۴۶) برای اشاره به این گرایش در توزیع قالب‌ها در یک متن استفاده کرده است، نحو نامیده می‌شود. بدین ترتیب، این اصطلاح در اینجا تصویب شده است چون نشان‌دهنده این به معنی برخی ساختارها را تنها می‌توان در ارتباط با دیگر ساختارهای موجود در متن، تعیین کرد. برای آنچه نحو شامل می‌شود، پیام زیر را که توسط یکی از افراد گروه آگاه ارائه‌شده است را در نظر بگیرید:

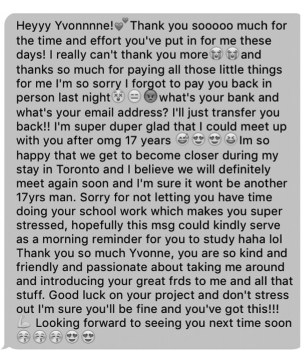


پیام متنی 4

این پیام شامل یک فایل تصویری متحرک (GIF) است که به یک کارمند اداره اشاره دارد که دوران سختی را می‌گذراند. شکلک خندانی که زبانش بیرون است (که هشت بار برای تأکید تکرار شده است) در انتهای جمله از می‌خواهم یه کاری کنم که سرت داد بزنه تا از کوره در بری، می‌آید؛ همچنین جایگزین نقطه انتهای جمله می‌شود و نیز شوخی را به‌عنوان ابزاری برای خندیدن طرف مقابل به موقعیت فعلی، به جمله اضافه می‌کند. اگر ایموجی در ابتدای جمله قرار می‌گرفت، این اثر محقق نمی‌شد؛ چون ایموجی پیش از اندیشه‌ای که از طریق واژه‌ها بیان می‌شود، قرار می‌گرفت. به‌عبارت‌دیگر، نوعی تعامل پویا بین نحو جملات انگلیسی و نحو مفهومی ایموجی‌ها وجود دارد؛ به این معنی که برای تولید جریان ذهنی پیام، نحو مفهومی ایموجی‌ها مطابق با نحو جملات انگلیسی است.

این نوع از ساختار نحوی در قالب‌های مختلف متون الفبایی گذشته، غیرقابل‌تصور بوده است. اگر تصاویر و نمودارها باهم ترکیب‌شده باشند، مثل آنچه در یک مقاله علمی رخ می‌دهد، هدف تصویرسازی با شرح جزئیات است. درواقع، در متون رسمی مثل مقالات علمی، کمک‌های بصری مثل جداول، نمودارها، مدل‌ها و غیره جزء لاینفکی از شیوه نگارش‌اند؛ اما به‌سختی می‌توان آن‌ها را گرته‌برداری یا مفهوم‌سازی در نظر گرفت. هرچند، این‌ها نیز در «نقاط فکری» مشخصی قرار دارند، جایی که نه‌تنها می‌توانند برخی نظریه‌ها یا یافته‌های تجربی را خلاصه کرده یا نمایش دهند، بلکه اغلب می‌توانند به روشن شدن آن‌ها کمک کنند. به‌این‌ترتیب، اگرچه ممکن است این دو نوع شیوه نگارش متفاوت به نظر برسند، نقاط مشترکی بین آن‌ها وجود دارد. همان‌طور که در این کتاب به آن اشاره‌شده است، هردوی آن‌ها نمونه یک شیوه نگارش ترکیبی‌اند.

همان‌طور که پیام زیر (که توسط یکی دیگر از افراد گروه آگاه ارائه‌شده است) نشان می‌دهد، این نوع از تعامل پویا بین محتوای نمادین ایموجی و ساختار نحوی زبان استفاده‌شده، گونه بسیار کارآمدی از شیوه نگارش را فراهم می‌کند. سبک خواندن مناسب برای رمزگشایی این متن، یک الگوی ترکیبی از درک مطلب است؛ الگویی که مشخصه نگارش مصور بوده و از ترکیبی از تصاویر و کلمات تشکیل می‌شود:



پیام متنی ۵

رمزگشایی متن، در حقیقت شبیه به حل یک معمای مصور است؛ چون در آن تلاش می‌شود تا فرایند درهم آمیختن تصاویر بصری با متن نوشته‌شده برای تولید معنی را درک کنیم. در ایموجی قلب که پس از سلام در ابتدای پیام درج‌شده‌اند، به خواننده اجازه می‌دهند تا پیش‌زمینه‌ای از لحن و معنی ضمنی و احساسی پیام دریافت کند؛ این ایموجی درواقع به بیان مهربانی، قدردانی، یا محبت اشاره می‌کند و نیز یک نشانه تعجب بصری است که هم‌روی اسلام ایوان تأکید می‌کند و هم مستقیماً ابراز احساسات مختصری را به احوالپرسی ابتدای پیام اضافه می‌کند. در اکثر پیام‌های متنی که گروه پژوهشی بررسی کرده‌اند، وجود یک ایموجی پس از احوالپرسی کلامی، متداول بوده و مشاهده می‌شود. به نظر می‌رسد معمولاً قرار گرفتن ایموجی پس از احوالپرسی کلامی، نشان‌دهنده تقویت لحن احوالپرسی و روشی برای ابراز صمیمیت و پیوند دوستانه باشد.

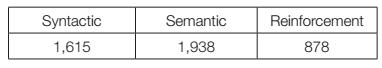
دو ایموجی گریان به خواننده این امکان را می‌دهد که فرد مقابل عین جنبه عاطفی اظهار قدردانی نسبت به سخاوتش را ببیند. در این حالت، این هم‌نشینی یک گرته‌برداری معنایی است؛ چون درست بعد از «نمی‌توانم به‌اندازه کافی ازت تشکر کنم» می‌آید؛ بنابراین از طریق ایموجی همتای آن، روی اظهار قدردانی تأکید می‌کند. سه تا از ایموجی‌های باقیمانده، در انتهای یک جمله یا عبارت درج می‌شوند و به‌این‌ترتیب محتوای اصلی پیام را خاتمه می‌دهند. هر سه این ایموجی‌ها، مجزا هستند:

1- شکلک با چشم‌های لوچ + شکلک با چشم‌های بسته و صاف + شکلک عصبانی؛

2 - صورتی که در حال عرق ریختن است + شکلک با دو چشم قلبی+ صورت کنایه‌دار در حال پوزخند زدن است؛

3 - صورت سه شکلک در حال بوسیدن به دو شکلک با دو چشم قلبی.

مورد (۱) زمانی صورت می‌گیرد که گوینده می‌خواهد روی حماقت خود در پرداخت نکردن هزینه به دوستش تأکید کند. پیشرفت احساسی در آن، از چشم‌های لوچ به چشم‌های صاف و درنهایت شکلک عصبانی، نشان‌دهنده افزایش میزان عصبانیت یا نارضایتی فرد از خود به دلیل انجام ندادن اقدام مناسب است. شکلک با چشم‌های لوچ، این به‌اصطلاح آبشار احساسات را بابیان ضمنی اینکه نمی‌داند چگونه توانسته است پرداخت هزینه را فراموش کند، آغاز می‌کند؛ ایموجی شکلک با چشم‌های صاف، پذیرش این مسئله است که او از ترک محل ملاقات بدون پرداخت کردن هزینه، متأسف است؛ ایموجی شکلک عصبانی، آبشار را تکمیل کرده او نشان می‌دهد که گوینده از اینکه فراموش کرده هزینه را به دوستش پرداخت کند یا اینکه دوستش پرداخت هزینه را به او یادآوری نکرده است، ناراحت است. مورد (۲) پس از اندیشیدن به اینکه ۱۷ سال دوستی در معرض خطر است، روی درک اهمیت دوستی تأکید می‌کند. شکلکی که در حال عرق ریختن است، نشان‌دهنده یک ارتباط احساسی قوی است که فرستنده پیام نسبت به این رابطه دوستی احساس می‌کند؛ شکلک با دو چشم قلبی، نشان‌دهنده احساس شادمانی شدیدی است که گوینده همچنان نسبت به دوستی احساس می‌کند؛ و شکلک کنایه‌آمیز، نشان‌دهنده احساس حیرت از مدت‌زمانی که سپری‌شده است. مورد (۳) به‌عنوان پخش پایانی پیام، یک سینتگم خلاصه است مبنی بر دوستی شدیدی که فرستنده نسبت به مخاطب احساس می‌کند و در نهایت، ایموجی بازوی قوی که قبل از پایان درج‌شده است، یک تصویر نهایی همراه با ایموجی‌های شماره (۳) است که هر دو به استحکام دوستی اشاره دارند. ترکیب نحوی مفهومی که در بالا مشاهده می‌شود، در انواع متون نوشته‌شده با ایموجی مشترک است. در ۳۲۲ پیام دیگری که برای این کتاب جمع‌آوری‌شده است نیز توزیع مشابهی از ایموجی‌ها مشاهده می‌شود؛ یعنی، درج ایموجی‌ها به این (نحوی)، در نقاطی درج‌شده‌اند که علائم نشانه‌گذاری یا احوالپرسی‌ها رخ‌داده یا اتفاق می‌افتند؛ (۲) «معنایی»، برای نمایش احساسی برخی انسانی، درست در همان نقطه ازجمله که این معنی رخ می‌دهد؛ و (۳) تقویت‌کننده، یعنی برای تقویت برخی معانی که به‌صورت کلامی بیان‌شده‌اند. به‌این‌ترتیب، دستور زبان ایموجی توسط معنای سخن اداره می‌شود تا صرفاً معنای متن خلاصه‌ای از این ویژگی‌های دستور زبان ایموجی در پیام‌های متنی، در نمودار زیر ارائه‌شده است. اعداد، به رخدادهای واقعی اشاره دارند، نه پیام‌های مشخص. درنتیجه اگر در یک پیام پنج ایموجی نحوی قرار داشت، در پیام دوم شش ایموجی نحوی و به همین ترتیب ادامه یافته است، همچنین روشی که برای محاسبه تعداد کل ایموجی‌ها استفاده شد، یک عمل جمع ساده بود (۶۰۵ + ...): همین روش برای ایموجی‌های معنایی و تقویت‌کننده نیز به کار می‌رفت. علاوه بر این، شناسایی اینکه یک ایموجی عملکرد نحوی دارد یا معنایی، کاملاً عملی است، همان‌طور که درباره آن بحث شد، این دو به‌طور فراوانی هم‌پوشانی دارند؛ بنابراین، صرفاً برای روشن شدن موضوع، یک ایموجی نحوی، ایموجی‌ای است که در ابتدا یا انتهای ساختارهای کلامی، اغلب به‌جای علائم نقطه‌گذاری، قرار بگیرد؟ یک ایموجی معنایی ایموجی‌ای است که در پیام پراکنده بوده و برای شرح و تفسیر معنی در کنار هر واژه یا عبارت قرار می‌گیرد؛ و یک ایموجی تقویت‌کننده، ایموجی‌ای است که برخی معانی کلامی را نمایش داده یا تقویت می‌کند.



ترکیبات نحوی مفهومی - نمادین دستور زبان ایموجی تا حدودی با نظریه‌های کلی نگارش و تفکر بصری، مطابقت دارد (آرنهایم، ۱۹۶۹؛ دندیس، ۱۹۸۶ و سست - مارتین، ۱۹۹۱). هرچند، همان‌طور که در فصل پایانی خواهیم دید، چون ایموجی از مجموعه‌ای از گزینه‌های دیجیتالی انتخاب می‌شوند، برخلاف دیگر نظام‌های نحوی بصری‌اند. اکنون این سؤال مطرح می‌شود: آیا دستور زبان مشابهی در منویی که کاملاً با ایموجی نوشته‌شده‌اند، به کار گرفته می‌شود؟ همان‌طور که در بالا مشاهده کردیم، یک آگهی مانند آگهی پیتا، در حقیقت یک ساختار دستور زبانی مفهومی دارد که به‌موجب آن، طرح‌بندی متن نه‌تنها از قوانین دستوری جمله‌سازی، بلکه از قوانین مفهوم‌سازی نیز پیروی می‌کند. یکی از جالب‌ترین نمونه‌های متونی که کاملاً با ایموجی نوشته‌شده، از کتابی که نوشته هنرمند پینگ ژو است. قطعه از کتابی با عنوان کتابی از زمین، از نقطه تا نقطه (۲۰۱۴) به تو است. قطعه منتخب زیر از کتاب ژو، پیامی را نشان می‌دهد که کاملاً از ایموجی ساخته‌شده است:



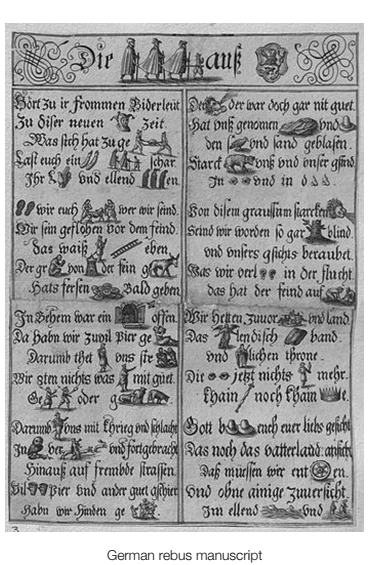
پیامی که کاملاً از ایموجی درست‌شده است

واضح است که این متن به سطح بالایی از شایستگی شکلک نیاز دارد که جنبه‌های معنایی، نحوی، تقویت‌کننده و مفهومی گرامری با یکدیگر ارتباط برقرار می‌کند تا معنای نمادهای بصری را تولید کند. ترجمه آن در اینجا، مثلاً، انگلیسی است چون می‌تواند تفسیر فردی از انواع بیش از ترجمه واقعی است. آنچه پدیده ایموجی بیش از هر چیز دیگری نشان می‌دهد این است که بینایی و نوشتار آوایی هر چه بیشتر با یکدیگر ادغام می‌شوند، یک‌زبان ترکیبی تولید می‌کنند و بنابراین، ارتباطات انسانی نوشتاری بیش‌ازپیش در یک مسیر واحد ترکیبی در حال تکامل است. به‌عبارت‌دیگر، کم‌کم احساس می‌کنیم که اشکال سنتی زبان و نوشتار مانند گذشته دیگر قادر به انتقال افکار ما نیستند.

**نگارش مصور**

روشن است که رمزگشایی متن بینگ ژو که در بالا ارائه شد، دقیقاً همانند حل کردن یک جورچین مصور است. همان‌طور که ذکر شد، هدف ما در این بخش پرداختن به این موضوع نیست اما بااین‌وجود، چندین ویژگی سزاوار مطرح‌شدن‌اند. اول، بخش شروع و پایان توسط تعدادی فلش (»«»«») مشخص‌شده‌اند، مشابه فاصله بین بخش‌ها در متون کامپیوتری و علائم نشانه‌گذاری نیز همانند اعداد، به‌طور منظم در سرتاسر متن استفاده‌شده‌اند. این نمونه‌ها نیز مشابه طرح‌بندی‌های کامپیوتری‌اند، مثل متون HTML که عملکردهای مشخصی در این نقاط دارند. درواقع، این نوع پیام نشان‌دهنده سطح بالایی از آمیزش و ترکیب حروف الفبا، نمادها و قالب‌های مختلف بصری است. طبق نظر کوهن (۲۰۱3)، این پیام، شکلی از نگارش بر اساس ترکیب طرح‌ها است تا اینکه عبارت مناسبی باتوجه‌به سبک نگارش کتاب‌های مصور باشد. بالاتر از همه این‌که شامل چیزی است که در بالا آن را شکلی از رمزگشایی مصور خواندیم.

نگارش مصورة پیش نمای نگارش با ایموجی است. این نوع متن، گونه‌ای متن ترکیبی است که از زمان‌های بسیار قدیم وجود داشته است. مشخص نیست که از کجا نشئت‌گرفته یا چه زمانی و به چه دلیلی آغازشده است. سکه‌هایی که دارای نقوش مصور بودند و افراد یا شهرهای معروف را نمایش می‌دادند، در یونان و روم باستان متداول بودند. در طول قرون‌وسطی، متون مصور غالباً برای رمزگذاری شعارهای اشرافی استفاده می‌شدند. در دوران رنسانس در ایتالیا، پاپ پل سوم برای آموزش نگارش از متون مصور استفاده می‌کرد. اوایل قرن هفدهم، کشیشان منطقه پیکاردی در فرانسه، از نگارش مصور در جزوه‌هایی که برای کارناوال عید پاک چاپ کرده بودند استفاده کردند تا حتی افراد بی‌سواد هم بتوانند بخش‌هایی از پیام را درک کنند. متون مصور به‌اندازه‌ای در سرتاسر اروپا متداول شدند که بن جانسون، شاعر و نمایشنامه‌نویس انگلیسی، در نمایش خود با عنوان کیمیاگر، آن‌ها را صراحتاً تمسخر می‌کرد. کارت‌های مصور، اولین بار در سال ۱۷۸۹ ظهور پیدا کردند (کاستلو، 1988). خلاصه این تاخت‌وتاز تاریخ از یک راهبرد به‌منظور تقویت نگارش الفبای تو تاز تاریخی سریع، این است که متون مصور به‌عنوان بخشی به‌منظور تقویت نگارش الفبایی و نیز آموزش خواندن و نوشتن، استفاده است که بتوان معانی تمام متون ساخته‌شده از ایموجی را، به‌راحتی و به‌طور گسترده در سراسر جهان رمزگشایی کرد. حتی در بین مخاطبانی که دارای زمینه زبان‌شناسی - فرهنگی مشترکی اند، این مسئله وابسته به فرد بوده و برای رمزگشایی نیازمند بخش زیادی از متن است، به نظر می‌رسد شکل مصور نگارش، در برابر رمزگشایی آسان مقاوم است. نسخه خطی آلمانی که در زیر نمایش داده‌شده است، حدوداً مربوط به سال ۱۶۲۰ است.

 ا ا

نسخه خطی مصور آلمانی

بررسی دقیق متن نشان می‌دهد که استفاده از تصاویر در آن، درست شبیه استفاده از آن‌ها در متون ترکیبی ایموجی دار است. درگذشته، نگارش مصور غالباً برای اهداف کمدی و طنزآمیز استفاده می‌شد، اما مقامات رسمی آن‌ها را توطئه آمیز و خرابکارانه تصور می‌کردند و در نتیجه، بسیاری از متون مصور را ممنوع کردند. همان‌طور که در نمونه پینگ ژو در بالا قابل‌مشاهده است، متونی که کاملاً با استفاده از ایموجی‌ها نوشته‌شده‌اند، مانند حل کردن معماهای مصور بسیار مشکل نیازمند تلاش بیشتری برای رمزگشایی‌اند. می‌توان گفت که این متون، دارای سطح بالایی از اختلال بصری‌اند؛ واژه «اختلال» هم در معنای ارتباط هر عامل مداخله‌گری در انتقال پیام که می‌تواند معنی آن را مختل کند و هم در معنای روان‌شناختی هر چیزی که شدیداً گیج‌کننده است، استفاده‌شده است. ممکن است به دلیل اختلال بصری باشد که متون ساخته‌شده از ایموجی هنوز نادرند. هیچ‌کدام از ۳۲۳ متنی که برای این پژوهش استفاده شدند، به‌طور کامل با ایموجی نوشته‌نشده بودند. یکی از افراد آگاه در این باره می‌گوید: این متون بااینکه جالب‌اند، برای نوشتن و خواندن بسیار مشکل‌اند.

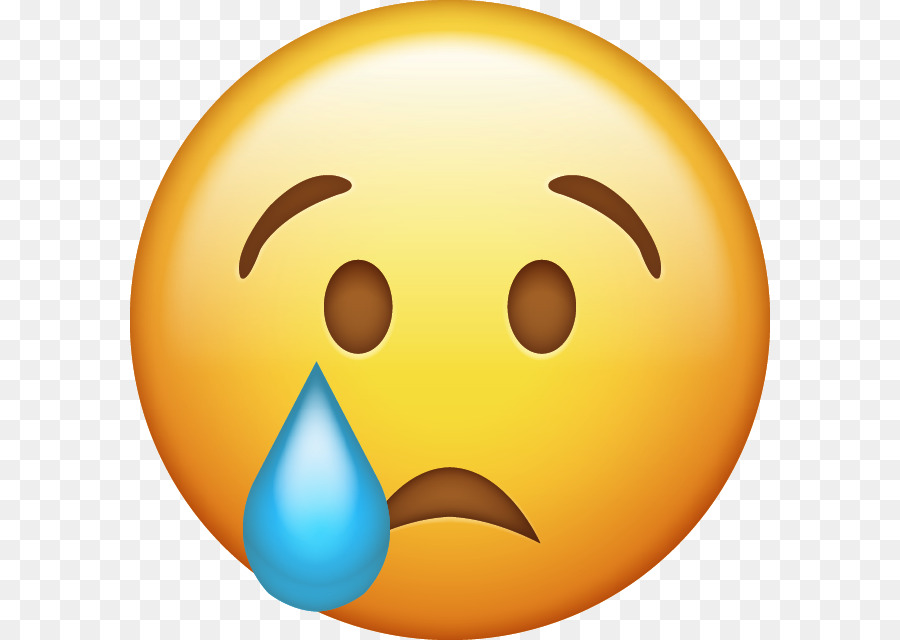
از سوی دیگر، این امکان وجود دارد که استفاده انحصاری و یکپارچه از ایموجی‌ها گسترش پیدا کند. در حال حاضر پروژه‌های متعددی به‌صورت آنلاین ایجاد می‌شوند که تمرکز آن‌ها روی ایموجی‌ها است. اگر قابل‌اجرا باشد، حقیقت یک تغییر الگوی بنیادین در ارتباطات بشر رخ می‌دهد، چون مستلزم یادگیری یک سواد جدید بر اساس دستور زبان ایموجی خواهد بود. هرچند با توجه ‌به سطح بالای اختلال بصری که همیشه وجود دارد و حتی پس از آشنایی با مسئله نیز حذف نمی‌شود، بعید است که این امر قابل‌دستیابی یا حتی مطلوب باشد. هر متن یک معمای مصور خواهد بود و نیازمند زمان و تلاش زیادی برای رمزگشایی است. ارتباطات نوشتاری گروه جوانان آگاه، عمدتاً شامل ریز مکالمات می‌شدند و ایموجی‌ها اساساً نشانه‌هایی بودند که به معنای سخن در یک پیام اضافه می‌شدند.

البته، همان‌طور که در فصل پایانی خواهیم دید، ارتباط بصری مزایای بسیاری دارد و بنابراین ممکن است همچنان موجب افزایش و گسترش استفاده از ایموجی‌ها شود. یکی از این مزایا، جلوگیری از اختلالات خواندن است. خوانش پریشی، در فرهنگ‌های تصویری به نشانه‌ای مانند چین، ناشناخته است؛ این اختلال عمدتاً در فرهنگ‌هایی وجود دارد که از الفبا استفاده می‌کنند (شلین، ۱۹۹۸). صرف‌نظر از دلیل شناختی آن، روشن است که ایموجی می‌تواند به‌عنوان اشکال معنادار با تمایلات خوانش پریشی مرتبط با خطی بودن الفبا، استفاده گردد. حتی ممکن است ایموجی‌ها، نحوه پردازش اطلاعات متنی در مغز را تغییر دهند. آن‌طور که رودسر (۱۹۶۸: ۱۰) عنوان می‌کنند، مدت‌ها قبل از پیدایش ایموجی، مستلزم وجود یک رابطه نشانه شناختی بین قالب و معنی بود که از کلمات فراتر رفته و رابطه‌ای بین تصاویر و واژه‌ها ایجاد می‌کند شاید آمیختن متون الفبایی با ایموجی به‌صورت یک‌زبان ترکیبی، فرایند تکاملی باشد که موجب گسترش آن فراتر از ظهور آن در پیام‌های غیررسمی گردد؛ اما همان‌طور که در متون بالا دیدیم، این امر تضادی با ترکیبات نحوی زبان کلامی ندارد؛ یعنی، نحو دستور زبانی بخش نوشتاری بدون تغییر باقی می‌ماند و همان‌طور که پیش‌ازاین مطرح شد به‌سادگی توسط علائم بصری که به‌طور سیستم مند (در متن) پراکنده‌شده‌اند، تقویت می‌شود. روی‌هم‌رفته، نظام‌های نوشتاری ترکیبی در حال ظهور اهمیت نوشتار در فرهنگ بشر را آشکار می‌کنند، اساس چنین نظام‌های نوشتاری، اصول نگارش مصور است. درواقع، خود الفباها نیز از طریق تأثیرات ناخودآگاه همین اصول، به وجود آمده‌اند. برای مثال پیکتوگراف «پیکان» می‌تواند نماد «زندگی» نیز باشد؛ چون در زبان سومری، همان واژه برای این مفهوم استفاده‌شده است. همچنین، صوت حرف آغازین هر دو واژه، جداشده و به‌صورت یک واحد (یک واج) درآمده است که می‌تواند به‌صورت پیاپی در واژه‌هایی که از آن تشکیل‌شده‌اند، استفاده گردد. اگر علامت پیکان می‌تواند هم نماد «پیکان» و هم نماد زندگی باشد - چون هر دوبه‌یک شیوه تلفظ می‌شوند - پس چرا صرف‌نظر از معنی، از نشانه پیکان برای خود، هر جا که رخ می‌دهد، استفاده نکنیم؟ زبان سومری عمدتاً از کلمات تک‌بخشی تشکیل‌شده بود؛ بنابراین، یادگیری و درک یک سیستم متشکل از صد نشانه آوایی برای سومریان کار سختی نبود. سیستم نگارش ترکیبی ایموجی، ممکن است بازیابی خودآگاه اصول نگارش مصور باشد. همان‌طور که در این فصل مشاهده کردیم، رمزگشایی یک متن حاوی ایموجی یا ساخته‌شده از ایموجی، مستلزم تعامل بین مفاهیم نمادین و رابطه آن‌ها با زبان کلامی است.

بررسی اجمالی موضوع بحث در اینجا، نشان دادن این مسئله است که ایموجی‌ها فاقد ساختار نحوی نیستند. چه از طریق گرته‌برداری یا از طریق مجموعه‌ای از انطباق‌های نحوی با دستور زبان، سیستم ایموجی ممکن است روی خود زبان اثر گذاشته و مردم را وادار کند که به‌جای فکر کردن به‌صورت خطی با مطابق با ترکیبات نحوی، به‌صورت مفهومی و تصویری بیندیشند. علاوه بر این، همان گونه که متونی که تنها از ایموجی ساخته‌شده‌اند نشان می‌دهند، اکنون بیش‌ازپیش آشکارشده است که شیوه‌های استفاده از ایموجی، تابع تنوع‌اند. همان‌طور که تری اشنو بلن (۲۰۱۲) به‌درستی بیان می‌کند تنوع مشابهی با پیدایش شکلک‌ها آغاز شد.

مردم از نظر استفاده از چشم‌ها، شکل دهان، جهت چهره و تصمیم نمایش بینی در صورت، متفاوت‌اند و ما این ویژگی‌ها را در گروه‌های مختلفی به‌جز لبخند مشاهده می‌کنیم؛ برای مثال در انواع اخم‌ها و چشمک‌ها، ... این تنوع با انواع مختلف کاربران که با واژگان مختلف تویت می‌کنند، ارتباط دارد. شکلک‌ها، تنها بیانگر حالات احساسی درونی نیستند. آن‌ها از نظر ماهیت تعاملی‌ترند و نویسندگان و مخاطبان را از گزاره‌ها آگاه می‌سازند. معنی یک شکلک خاص، فراتر از موضع احساسی آن است برای مثال، گونه‌های مختلف شکلک‌ها، وابستگی کمتر یا بیشتری نسبت به زبان استاندارد دارند. پژوهشگرانی که به سبک، موضع، تأثیر، ارتباطات کامپیوتری تغییرپذیری، متن و تجزیه‌وتحلیل احساسات علاقه‌مندند، می‌توانند فرصت مناسب را در این زمینه پیدا کنند.

تحلیل مشابهی درباره استفاده از ایموجی‌ها به کار می‌رود. اظهاراتی که در ادامه مطرح می‌شوند، مربوط به افراد پروژه پژوهشی‌اند که به‌خوبی این قضیه را بیان می‌کنند 1- من مانند دیگران از ایموجی‌ها استفاده می‌کنم، اما من متفاوت هم هستم، چون دوست دارم آن‌ها را در نقاط و ترکیباتی قرار دهم که برای من اهمیت زیادی دارند؛ امیدوارم دوستانم با این مسئله مشکلی نداشته باشند. ۲- من اغلب اوقات می‌توانم ایموجی‌ها را تشخیص دهم؛ اما گاهی اوقات، مجبور می‌شوم از دوستم بپرسم که منظورش چیست؛ فکر می‌کنم ایموجی‌ها خیلی به کلمات شبیه‌اند؛ ما هرطور که بخواهیم از آن‌ها استفاده می‌کنیم - بسیاری از ایموجی‌هایی که من استفاده می‌کنم، مشابه ایموجی‌هایی است که دوستانم استفاده می‌کنند؛ اما گاهی شیوه جدیدی برای استفاده از آن‌ها ایجاد می‌کنم. بااین‌حال دوستانم همچنان منظور مرا می‌فهمند، چون فکر می‌کنم که سیر تفکر مرا درک می‌کنند، استفاده خلاقانه از ایموجی‌ها، ساده‌تر از هر چیز دیگری است.



شکلک گریان: این ایموجی بیانگر آزرده‌خاطر شدن در واکنش به بعضی پیام‌ها است**.**

**5 - زبان‌شناسی ایموجی**

تمام آنچه ما از تکامل می‌دانیم، در حال تبدیل‌شدن از مبهم به قطعی است.

چارلز سندرز پیرز (۱۹۱۴-۱۸۳۹)[[105]](#footnote-105)

هدف اصلی سازندگان ایموجی ایجاد ارتباط کتبی بین افراد است، صرف‌نظر از زبانی که دارند، اما همان‌طور که دیدیم، همیشه چنین نبوده است. استفاده از یک شکلک زرد، برای ازبین‌بردن هرگونه کلیشه یا بازنمایی است که با استفاده از یک چهره سفید یا سیاه ایجاد می‌شود؛ اما این خود باعث ایجاد فشار برای شکل‌دادن به شکلک است که برای انعکاس ویژگی‌های نژادی و قومی است. ازآنجایی‌که کد ایموجی با فشارهای متنوع، شکل می‌گیرد، منجر به شکل جدیدی از صلاحیت ارتباطی می‌شود - اصطلاحی که توسط زبان‌شناس دل هایمز[[106]](#footnote-106) (1971) معرفی شد. هایمز قصد داشت که با معرفی این اصطلاح، این موضوع را بیان کند که دانستن نحوه استفاده از زبان به‌اندازه دانستن قواعد دستوری زبانی، سامانمند است، همان‌طور که قبلاً ذکر شد، شناخت زبان ایموجی (هر زبان دیگری)، مستلزم تعامل بین توانش زبانی و ارتباطی است، مورد دوم، به‌طور مشخص، توانش منظور شناختی نامیده می‌شود.

پس از بررسی ۳۲۳ متنی ارائه‌شده توسط افراد گروه آگاه و برچسب‌گذاری هر یک بر اساس عملکرد زبان‌شناسی، مشخص شد که اکثر آن‌ها به دودسته اصلی تعلق دارند:

- افزودن لحن. ازآنجایی‌که ارتباط نوشتاری می‌تواند مبهم باشد یا قادر به ارائه حالت یا لحن نباشد، همان‌طور که دیدیم، کد ایموجی ابزاری بصری برای انتقال معنای عروضی، فراهم می‌کند. اصطلاح عروضی در اینجا به معنی لحن احساسی است. برای مثال، گفتن متأسفم، امروز نمی‌توانم بروم، در مقایسه با (متأسفم ، امروز نمی‌توانم بروم)، تأثیرپذیری کمتری دارد و ازلحاظ احساسی نیز ابهام بیشتری دارد. در نمونه اول، در متاسف بودن، نوعی بی‌تفاوتی احساس می‌شود؛ اما این در نمونه‌ای که حاوی ایموجی است، چنین نیست.

2 - تزریق احساس مشت، تمام متونی که بررسی شدند، دارای یک ایموجی در نقاط پایانی بودند که تجسم حالت یا احساسی که نویسنده بیان کرده بود را ممکن می‌کرد. استفاده مکرر و مداوم از ایموجی نشان داد که یکی از عملکردهای اصلی زبان‌شناسی، تزریق لحن دوستانه و دلنشین به پیام است (همان‌طور که قبلاً گفتیم). البته، وقتی غم و ناراحتی وجود دارد، ایموجی انتخاب‌شده نیز همین حالت را به همان میزان اثربخشی، منتقل می‌دهد. هرچند، غم نیز ریشه در مثبت‌گرایی نهفته دارد؛ غم، احساسی است که مخاطبان تمایل دارند که به اشتراک بگذارند، نه اینکه آن را انکار کنند برای اینکه لحن سخن را به‌صورت پیش‌فرض، منفی می‌کند.

عملکرد افزایش لحن، مهم‌ترین عملکرد ایموجی است. همان‌طور که لورن كالیستر[[107]](#footnote-107) (۲۰۱۵) استدلال می‌کند، ایموجی‌ها به‌عنوان بخشی از گفتمانی عمل می‌کنند که کاهش یا حتی حذف سوءبرداشت‌ها با تهدیدات را ممکن می‌سازد. وقتی‌که ممکن است موضوعی ناجور یا توهین‌آمیز باشد، ایموجی وارد عمل می‌شود و لحن را اضافه می‌کند که می‌تواند تفسیر بالقوه تعارضی را کاهش می‌دهد. به هم دلیل است که شکلک‌های لبخند بر دیگر ایموجی‌ها غالب هستند. در ۳۲۳ پیام متنی که بررسی شد ۲۰۰۰ شکلک لبخند یافت شد. در صورت عدم وجود لحن فیزیکی، ممکن است افراد محتوی متن را منفی بدانند، شکلک لبخند، بخشی از پیام را به‌صورت مثبت انتقال می‌دهد لحن جمله را آرام‌تر می‌کند.

این فصل، عملکردهای عملی ایموجی بررسی می‌شود که قبلاً به‌صورت شماتیک در فصول قبلی بررسی‌شده‌اند. در اینجا به‌صورت دقیق‌تر آن‌ها را بررسی می‌کنیم. همان‌طور که دیدیم، یک سیستم استفاده از شکلک وجود دارد که خودبه‌خود و کاربردی به وجود می‌آید. نشانه شناختی ایموجی‌ها که در فصل‌های پیشین به‌طور دقیق بررسی شد را ارزیابی می‌کند.

**صلاحیت زبانی**

دانستن نحوه به‌کارگیری ایموجی، از نظر استراتژیک نوعی صلاحیت عملی است که به معنای دانش (نحوه تغییر کد) است. این برنامه شامل دانش نحوه استفاده از شکلک‌های متحرک و گیفت ها است. تعدادی از متن‌های مورد بررسی دارای یک کلیپ ویدئویی کوچک در قالب تصویر بودند که مستقیماً احساسات یا ظرافت لحنی را نشان می‌داد. در مکالمات خاص، برخی گفتگوها دارای فایل‌های تصویری متحرک بودند که باعث روشن‌تر شدن پیام و گاهی جالب‌تر شدن آن می‌شد. به‌طورکلی، یا تقویت‌کننده احساس‌اند که معمولاً احساس باهم بودن را در مخاطبان ایجاد، حفظ یا تقویت می‌کنند. یک نفر گفت: من همیشه می‌توانم با استفاده از یک شکلک خندان، پیام‌های خود را به یک پیام خوشایند و شاد تبدیل کنم؛ حتی زمانی که خبر خوبی نباشد و این باعث می‌شود که با مخاطب احساس یکی بودن داشته باشم.

آنچه مشخص است این است که اینترنت بر سواد سنتی تأثیر مستقیمی دارد، ازجمله استفاده روزافزون از الفاظ و لحن‌های غیررسمی، ناسازگاری در الگوی نوشتاری و افزایش علایم اختصاری در نگارش. بااین‌حال، نائومی بارون (2008) می‌گوید که سواد آنلاین تأثیر چندانی بر موارد آفلاین ندارد، زیرا این دو در حال حاضر دارای یک دوگانگی هستند و می‌توانند دوگانگی جدیدی به وجود آورند که در رسانه‌های دیجیتال جدید، برای زبان‌شناسان و متخصصین نشانه‌شناسی موضوع قابل‌توجهی است. برخی دیگر می‌گویند که زبان آنلاین یک‌زبان ترکیبی است که در نهایت به یک‌زبان جهانی تبدیل می‌شود که درواقع نشانه شکل جدیدی از سواد است. درواقع، استفاده از ایموجی مبتنی برنوشتن است، ممکن است، حساسیت در نوشتن را افزایش دهد، بنابراین نوعی آگاهی از سواد متن ایجاد می‌کند. همان‌طور که گفتیم، ترکیب نوشتار آوایی و تصویری جالب‌تر است. نوشتن سنتی ایستایی است، اما نگارش ترکیبی هم در نحوه نگارش کلمات و هم در پشتیبانی بصری و (گاهی) بصری - شفاهی پویا تأثیرگذار است.

صلاحیت ترکیبی به معنای فرعیات و روش‌های متنی است، ازجمله، صلاحیت عملی موبایل که مستلزم آگاهی از انواع متن‌ها است که می‌توان در دستگاه‌های تلفن همراه در مقابل سایر رسانه‌ها مانند توییتر، اینستاگرام یا فیس‌بوک نوشت. جایی که مخاطبان وجود دارند تا در یک گفتگوی منفرد شرکت کنند؛ بنابراین، این صلاحیت ترکیبی وابسته به رسانه است. در حقیقت، اکنون متون خاص رسانه‌ای مانند شعر پیام متنی و رمان‌های تلفن همراه وجود دارند که متشکل از فصل‌هایی هستند که خواننده در چند کوتاه آن‌ها را بارگذاری می‌کند. رسانه ایمیل یکی از مواردی است که به شیوه‌های سوادآموزی چاپی نزدیک است. آن رسانه‌ای است که توسط مشاغل، مدارس و سایر نهادها مورداستفاده قرار می‌گیرد و بنابراین، در مقایسه با انواع ارتباطات دیجیتال دیگر، حساسیت بیشتری دارد. در این محیط عملی جدید، روش‌های ارتباطی همیشه در حال ‌رشد هستند که با استفاده اساسی سواد ترکیبی‌ کلامی و غیرکلامی بر حالت‌های مختلف می‌کند. همان‌طور که هالیدی (۱۹۸۵) پیش‌بینی کرد: هنگامی‌که نیازهای جدیدی نسبت به زبان ایجاد می‌شود، زبان در پاسخ به آن‌ها تغییر می‌کند. ما کاری می‌کنیم که زبان برای ما کارایی داشته باشد، تابه‌حال هرگز این‌چنین نبوده است؛ بدین منظور باید به زبان متفاوتی تبدیل شود، این شکل جدید از نگارش (متنی و بصری)، شامل نگارش بومی (دانش نحوه تعامل کنونی زبان‌های عمومی و تخصصی مختلف) و نگارش اطلاعات (دانش نحوه استخراج اطلاعات از اینترنت و اختصاص آن به شیوه‌های ارتباطی) نیز می‌شود. به‌طورکلی در سواد ترکیبی می‌توان به‌عنوان ابزاری کارآمد جهت استخراج و استفاده از اطلاعات مرتبط در قالب‌های مختلف، از طیف وسیعی از منابع و از طریق ابزارهای دیجیتال، استفاده کرد؛ بنابراین، این سواد، ازجمله سواد فنی و اطلاعاتی را فراتر از مهارت‌های سنتی خواندن و نوشتن می‌داند.

استارک[[108]](#footnote-108) و کرافورد[[109]](#footnote-109) (۲۰۱۵) یک زاویه سیاسی را در این نگارش جدید می‌بینند که در انتقال اثر و پشتیبانی از سیستم سیاسی - اجتماعی فعلی است. به‌عبارت‌دیگر، نوشتن ترکیبی راهی برای حفظ چیزی است که مارکسیست ایتالیایی آنتونیو گرامشی راهی است برای حفظ آنچه مارکسیست ایتالیایی، انتونیو گرامی[[110]](#footnote-110) (1931) آن را هژمونی فرهنگی با کنترل توده‌ها با شیوه‌های غیرمستقیم خواند و یکی از موارد نوشتن است. پژوهشگران معتقدند که شکلک‌ها مجرای عملکرد عاطفی در شبکه‌های اجتماعی سرمایه‌گذاری اطلاعاتی هستند. ایموجی‌ها، از نظر اجتماعی، فرهنگی و اقتصادی غنی هستند. ایموجی‌ها نشان‌دهنده داده‌های احساسی هستند و در اقتصاد دیجیتالی جدید دیده‌شده‌اند و نماد معنای عاطفی اند. این دو محقق نشان‌دادند که ایموجی‌ها، نشان‌دهنده تنش بین تأثیر بین احساس انسانی و نیروی مولدی هستند که سرمایه‌داری پیوسته در جستجوی مهار و کنترل طریق مدیریت زیست سیاسی روزمره است، بنابراین، ایموجی نمونه از رقابت بین قدرت خلاقیت کار عاطفی و محدودیت‌های آن در قلمرو دیجیتالی در کل بازار منطق است.

این استدلال ممکن است تا حدودی اعتبار داشته و حضور ایموجی در تبلیغات و شعارهای سیاسی نیز می‌تواند پشتیبانی غیررسمی برای این فرضیه باشد؛ اما در پیام‌های متنی بررسی‌شده در این کتاب، حتی یک اشاره کوچک خواسته یا ناخواسته، به این بعد ایدئولوژیکی بالقوه نشده بود. درواقع، هنگامی‌که سؤالی درزمینهٔ عاطفه و سرمایه‌داری از افراد گروه آگاه پرسیده شد - آیا فکر می‌کنید که می‌توان از ایموجی برای تغییر مردم در یک جامعه سرمایه‌دار، استفاده کرد؟ - تقریباًهمه پاسخ منفی دادند. آن‌ها به‌صورت آگاهانه یا ناخودآگاه، به بعد بالقوه ایدئولوژیکی شکلک اشاره کردند. درواقع، هنگامی‌که از گروه آگاه پرسیدند، آیا فکر می‌کنید که ایموجی را می‌توان برای بخش سرمایه‌داری جامعه بکار برد؟ - تقریباًهمه پاسخ منفی دادند. آن‌ها به پتانسیل چنین استفاده‌ای اشاره کردند، اما پس‌ازآن، گفتند که هیچ خطری در نوشتن متقاعدکننده وجود دارد.

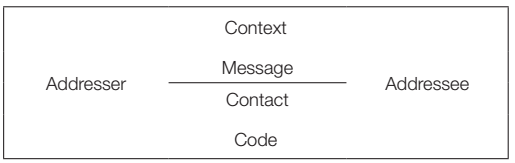
ایموجی‌ها اشکال سبک - قلبی و تقریباً کمدی هستند، اما به گفته استارک و کرافورد، یک هدف اقتصادی-اجتماعی در آن‌ها نهفته است که در طیف وسیعی از دستگاه‌های تلفن همراه، ظاهر می‌شوند. با لبخند شروع می‌شوند، آن‌ها زبان بصری یک کل فرهنگی، عادات تایپوگرافی، استراتژی‌های شرکتی، ادعاهای حق چاپ، اتاق‌های گفتگوی آنلاین و اختلافات مربوط به استانداردهای داده‌ای فنی را حفظ می‌کنند. گرچه این جنبه شکلک‌ها قابل بحث است، اما ادعای آن‌ها مبنی بر اینکه شکلک‌ها به یک گفتمان بومی گسترده تبدیل‌شده‌اند و در جهت هموار کردن ناهمواری‌های زندگی دیجیتال هستند، ادعای کاملاً خوبی است. همان‌طور که دیدید، ایموجی‌ها کارهای قابل‌توجهی را برای تأکید بر لحن، شوخ‌طبعی و ارائه راه سریع و کارآمد انجام می‌دهند تا رنگ و شخصیت‌هایی را در فضاهای شبکه‌ای ایجاد کنند تا آن را از حالت خسته‌کننده خارج کنند. بااین‌وجود، ایموجی‌ها نیز بیش از این کار می‌کنند. فراتر از افزایش لحن، می‌توانند به‌عنوان یک استراتژی مقابله‌ای احساسی و یک‌شکل بدیع از بیان خلاقانه عمل کنند، حتی اگر در هر دو مورد، آن‌ها توسط قراردادهای عملی-متنی محدود شوند. ایموجی‌ها، بیش از این بکار می‌آیند. فراتر از آن، ایموجی‌ها برای انتقال دیجیتالی احساس راه‌های جدیدی ایجاد می‌کنند.

به گفته سارا احمد (۲۰۱۰)، تأثیر، آن چیزی است که به افراد، مکان‌ها و اشیاء می‌چسبد. مهم‌تر از هر چیز دیگری، ایموجی تنش بین تأثیرات، به‌عنوان آزادسازی ظرفیت‌های انسانی و نیروی موادی که بازار، پیوسته در جستجوی مهار و کنترل کردن آن از طریق عرضه شرایط احساسی به‌صورت کالا است. همان‌طور که الکساندر گالری[[111]](#footnote-111) (۲۰۰۶) می‌گوید، دقیقاً همان نقاطی از فرهنگ که عاری از سیاست به نظر می‌رسند، در پایان به‌عنوان سیاسی ترین بخش شناخته می‌شوند. روشن است که ایموجی می‌تواند معنای گسترده‌تری نسبت به آنچه در ظاهر به نظر می‌رسد، داشته باشد. هرچند، مفهوم ایموجی که برای استفاده در یک سیستم اقتصادی به کار رود، فقط در حد نظریه است. مسئله مهم‌تر این است که زبان ایموجی چگونه در چارچوب یک هوش جهانی جدید و در حال ظهور که گونه‌های جدید دانش خود را ایجاد کرده است، پدیدار می‌شود، سیاست، دنباله روز های موجود در ارتباطات و فناوری را دنبال می‌کند که در اینجا فناوری از درجه اهمیت بیشتری برخوردار است.

**سلام و احوالپرسی**

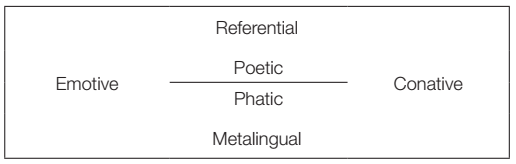
همان‌طور که در طول این کتاب بحث شده است، اساسی‌ترین عملکرد منظور شناختی ایموجی، اضافه کردن لحن احساسی و تأکید روی جنبه‌های محاوره‌ای ارتباط است. این جنبه‌ها، سلام و احوالپرسی، برای شروع و پایان ارتباط است، بررسی عملکردهای منظور شناختی اصلی، مانند عملکرد احساسی، محاوره‌ای، شاعرانه و ارجاعی (توضیحی)، پیش از بحث کلی درباره ظهور آن‌ها، می‌تواند مفید باشد.

همان‌طور که مشهور است، رومن جاکوبسون[[112]](#footnote-112) (۱۹۶۰) نیز مطالعه و بررسی عملکردها را به‌اندازه درک ماهیت کلی تعامل بشر، با اهمیت می‌داند. او عملکردها را مرتبط با مؤلفه‌های اصلی ساختار ارتباط کلامی دانسته و شش مؤلفه زیر را به‌عنوان اساسی ترین آن‌ها معرفی می‌کند.



بخش‌های ساختاری پیشنهادی جاکوبسون

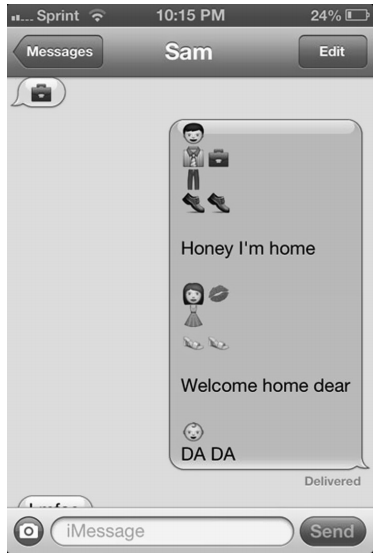
گوینده، کسی است که ارتباط را آغاز می‌کند و پیام، چیزی است که او می‌خواهد منتقل کند، مخاطب، گیرنده موردنظر پیام است و متن، چیزی است که به طرفین ارتباط اجازه می‌دهد تا مقصود پیام را رمزگشایی کرده و در نتیجه معنی مناسب را از آن استخراج کنند. نوع ارتباط بین گوینده و مخاطب، حاصل مجموعه روابط شخصی از اجتماعی بین طرفین ارتباط است که معنی و کاربرد تعامل را شکل می‌دهد (رسمی دوستانه و غیره، ...)، زبان، منابع زبانی و غیرزبانی و نیز نشانه‌های لازم برای ساخت یا رمزگشایی پیام را فراهم می‌کند. جاکوبسون این شش مؤلفه ساختاری را با شش عملکرد سخن، تطبیق داده است:



عملکردهای پیشنهادی جاکوبسون

عملکرد احساسی باهدف مخاطب در ایجاد پیام ارتباط دارد. عملکرد مفاهیمی تأثیری است که برای مخاطب پیام ایجاد می‌کند. تابع ارجاع مربوط زمینه‌ای است که در آن سخن ارائه می‌شود که نشان می‌دهد پیام برای انتقال اطلاعات خاص در مورد چیزی ایجادشده است. عملکرد شاعرانه با ایجاد جلوه‌ای زیباشناختی، دقیقاً شبیه شعر است و توجه خود را به شکل پیام جلب می‌کند. عملکرد سخنور برای ایجاد، حفظ و آرام کردن روابط اجتماعی طراحی‌شده است. در آخر، عملکرد فرازبانی بر پیام‌هایی طراحی‌شده است که به کد ایموجی اشاره دارد. همان‌طور که دیدیم، اصطلاح محاوره از پژوهش مالینوسکی[[113]](#footnote-113) (۱۹۲۳) برگرفته‌شده است که آن را به‌عنوان مبادله کلمات و عباراتی تعریف می‌کند که اهمیت معنی واژه‌نامه‌ای آن‌ها، کمتر از عملکرد اجتماعی آن است. هنگام احوالپرسی با یک فرد آشنا با استفاده از عبارت (حال شما چطور است؟)، به‌ندرت انتظار یک شرح‌حال پزشکی را که یک دکتر ممکن است بخواهد، داریم. به‌عبارت‌دیگر، این عبارت عملکرد محاوره‌ای مشخصی دارد و به‌سادگی به مردم اجازه می‌دهد تا با یکدیگر ارتباط داشته باشند (همراه بامعنای ضمنی و پنهان آرزوی سلامتی). مالینوسکی همچنین عقیده دارد که مطالعه و بررسی ارتباطات محاوره‌ای به انسان‌شناسان اجازه می‌دهد تا درک کنند چگونه گونه‌های مختلف آن، ارزش‌های فرهنگی و ارزیابی‌های مختلف از اجزای تشکیل‌دهنده رفتار مبتنی بر هنجار را نشان می‌دهند.

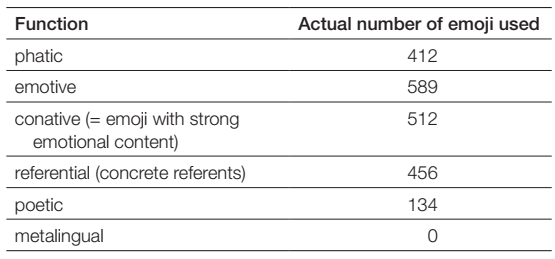
سلام و احوالپرسی، شکل ساده‌ای از ارتباط محاوره‌ای است، در پیام‌های متنی که توسط گروه پژوهشی جمع‌آوری‌شده است، می‌توان مشاهده کرد که این بخش معمولاً با عملکرد احساسی، تداخل - دارد. درواقع، در پیام‌های متنی سلام سنتی (سلام ...) اتفاق نمی‌افتد. در عوض استفاده از ایموجی (هی) غیررسمی، یک استراتژی رایج است. متن زیر را بررسی کنید، متعلق به یک وب‌سایت عمومی است.



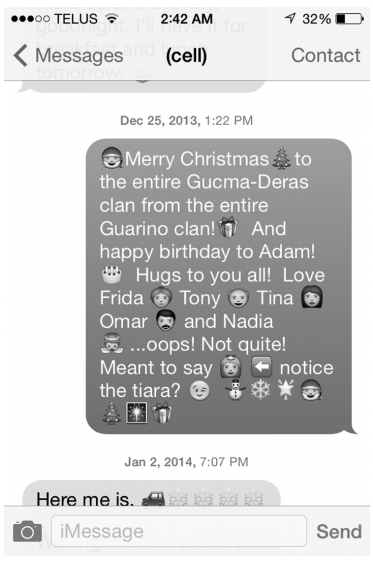
ایموجی سلام

متن با چند ایموجی شروع می‌شود که گوینده را معرفی می‌کند؛ یعنی تمام مؤلفه‌های بصری که بخشی از هویت فرستنده را تشکیل می‌دهند، شکلک مرد، کت‌وشلوار و کراوات، شلوار، کفش‌های اداری، کیف‌دستی. جالب است که مخاطب مؤنث هم به همان سبک و با ایموجی‌هایی که شمایل او را نشان می‌دهند، پاسخ می‌دهد. شکلک زن، پیراهن، کفش‌های زنانه و بوسه خوشامدگویی؛ و آن را نه بانام خود، بلکه با یک شکلک کودک که مشخص است نشانه بچه آن‌هاست می‌آورد، این‌گونه پیام‌ها عملکرد محاوره‌ای ساده‌ای دارند مانند (عزیزم من خانه هستم) و (خوش‌آمدی) بعد، کوششی می‌تواند در این واقعیت دیده شود. بعدی همدلی را می‌توان در این واقعیت مشاهده کرد که پاسخ زن دارای یک تصویر خانوادگی (کودک) است که به‌وضوح اهمیت زیادی برای او و شوهرش دارد.

نمونه‌های بسیاری از کاربرد محاوره‌ای ایموجی، در متونی که برای این پروژه هستند. یکی از دسته‌بندی‌هایی که گروه آگاه بر اساس عملکرد وی در این ۳۲۳ پیام انجام دادند. توجه داشته باشید که در بسیاری از موارد که در تحلیل فوق نیز رخ‌داده است، عملکردها هم‌پوشانی دارندهٔ محاوره‌ای و احساسی معمولاً در انواع مختلف احوالپرسی در هم می‌آمیزند.

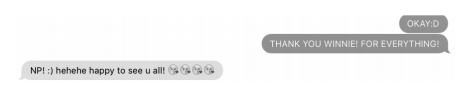


این واقعیت که ما نتوانستیم حتی یک نمونه از یک ایموجی فرازبانی پیدا کنیم، خیلی عجیب نیست؛ چون ایموجی‌ها تقویت‌کننده معنی‌اند و برای بیان مطلب درباره خودشان، طراحی نشده‌اند. متن زیر نشان می‌دهد که این عملکردهای مختلف چگونه در ساخت پیام با یکدیگر هم‌پوشانی دارند؟



متن پیام 6

سانتا کلاس و درخت کریسمس برای سلام و احوالپرسی و تبریک کریسمس آمده است که دقیقاً مانند یک کارت سنتی تبریک کریسمس است. ایموجی بسته هدیه از طرف خانواده گوارینو به‌کل خانواده گوکما دراس است! و تولدت مبارک آدام! شکلک کیک تولد ارجاعی و احساسی است، چون پیام جشن تولد را به تصویر می‌کشد و هم علامت تعجب دارد. شکلک صورت پرتره هویت فرستندگان پیام است. جالب است بدانید که کسی که پیام را ارسال کرده است، نادیا است - که خودش را به‌عنوان یک شاهزاده خانم نشان داده است، احتمالاً با اشاره به این واقعیت است که ممکن است که او کوچک‌ترین عضو خانواده باشد، شاهزاده خانواده محسوب می‌شود. ایموجی‌های پایانی، مقصود و موضوع پیام را به‌صورت یک سیستم مصور خلاصه می‌کند. شکلک خندان + آدم‌برفی + دانه برف + ستاره + سانتا کلاز درخت به ستاره درخشان (استعاره از جشن) + هدیه که خداحافظی پایان پیام را تشکیل می‌دهند آخرین مجموعه از ایموجی‌ها هستند که به نادیا اجازه می‌دهند تا از پایان دادن ناگهانی پیام دوری کند و نیاز به تداوم ارتباط بین او و مخاطبش را اعلام می‌کند. ایموجی شکلک در حال بوسیدن که استفاده از آن معمولاً در بین مخاطبان زن به‌عنوان بخشی از خداحافظی پایانی پیام متداول است نیز به‌طورمعمول به این شیوه بنه کار می‌رود؛ یعنی، برای اشاره به نیاز به تداوم مکالمه با حداقل برای اطمینان از اینکه پیام به‌صورت ناگهانی پایان نمی‌یابد. متن زیر، یک نمونه از این قضیه است



متن پیام 7

نحو نهایی که متشکل از همان شکلک ایموجی است و چهار بار تکرار شده است که نیروی کلام را تقویت می‌کند. در بررسی 324 متن نمونه پژوهش، مشخص شد که متون سنتی چاپی از بین رفته‌اند. بعلاوه، به نظر می‌رسد که انتخاب ایموجی نهایی، نوعی امضاء است. داده‌های پیام متنی، درواقع، نشان می‌دهد که یک فرستنده تمایل دارد پیام خود را با همان شکلک انتهای متن به پایان برساند.

**علائم نشانه‌گذاری**

همان‌طور که مشاهده کردیم، ایموجی‌ها بسیاری از عملکردهای علائم نشانه‌گذاری را از طریق گرته‌برداری برعهده‌گرفته‌اند، اما آن‌ها یک عنصر مفهومی اضافه کردند که به‌طورمعمول در متن سنتی وجود ندارند - آن‌ها نکات قابل‌توجهی را در جریان متن مشخص می‌کنند. توجه به این نکته ضروری است که نوشتن بدون فاصله یا علائم دیگر بین کلمات یا جملات، در متون باستانی (مانند موارد موجود در لاتین و یونان) با واردکردن علائم نگارشی اصلاح می‌شوند تا دوگانگی‌ها برطرف شده و تلاش برای پردازش متن کاهش می‌یابد (وینگو 1972، سینگر 1997). بین قرن نهم و چهاردهم میلادی، احتمالاً به دلیل گسترش سواد اولیه و نیاز به آسان‌تر خوانده شدن متون با تطبیق واژه‌ها با ترکیب آوایی متناظر با آن‌ها، آغاز نوشتن متون اروپایی با واژه‌های جداگانه بود، پس از انقلاب گوتنبرگِ در اواخر دهه ۱۴۰۰ که امکان تولید انبوه و ارزان متون نوشتاری را فراهم کرد، دیگر علائم نشانه‌گذاری نیز مطرح‌شده و مرسوم گردیدند، بااینکه زبان‌های مدرن چینی نیز از علائم نشانه‌گذاری استفاده می‌کنند که بیش از صدسال پیش این علائم را از غرب اتخاذ کردند، متون پیوسته همچنان در بسیاری از زبان‌های جنوبی شرق آسیا استفاده می‌شوند.

علائم نگارشی ایموجی اجازه می‌دهد تا آن را شکستگی خلق‌وخوی در جریان متن، نامید و خاتمه دهنده حالت هنگام استفاده در انتهای پیام‌ها نامید همان‌طور که بارها دیده‌ایم، چهره شاد معمولاً به‌عنوان ویرگول یا دوره در پیام‌های ترکیبی عمل می‌کند و باعث ایجاد خلق‌وخو و وقفه‌هایی می‌شود. پیامی زیر از نمونه متن ارائه‌شده توسط گروه آگاه گرفته‌شده است. در گفتگوی زیر، از لبخند بجای علائم نگارشی، به‌عنوان پایان دهنده، استفاده‌شده است. اگرچه با این کار، به‌طور قابل‌توجهی به روحیه عاشقانه به‌کل متن افزوده‌شده است.



متن پیام 8

در متن زیر، استفاده از شکلک‌ها، پس از (اوکی) به‌جای علامت‌گذاری، اجازه می‌دهد تا طیف وسیعی از حالات از طریق تغییر حالت‌های صورت منتقل شود.

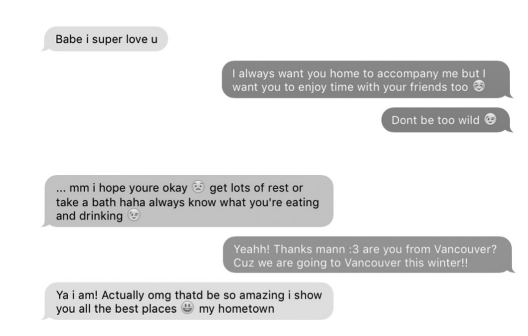
متن پیام 9

اولین ایموجی نشان‌دهنده نگرانی است، درحالی‌که ایموجی دوم بهتر است به خاطر نبود اطلاعات کافی روی این حالت، تکرار شده است و غم و ناراحتی را به احساسات گویند می‌افزاید که نشان‌دهنده احساسی نگرانی است؛ چون شامل حالی که ایموجی دوم به خاطر اطلاعات ارائه‌شده (به عبارت و اطلاعات کافی)، نشان‌دهنده عصبانیت است و در پایان برای تأکید و تکرار شده است. ایموجی گریان، احساسی به احساسات گوینده اضافه می‌کنند،

استفاده از ایموجی‌ها به‌عنوان نشانه‌گذاری، همان‌طور که در مثال‌ها دیدید، لحن را با نگارش ترکیبی به عملکردی سامانمند تبدیل می‌کند.

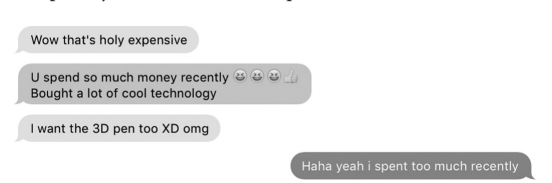
**سایر عملکردهای علمی**

عملکردهای عملی گوناگونی وجود دارند که در اینجا باید توضیح داده شوند؛ بااینکه به‌طورکلی ایموجی‌ها به گویندگان اجازه می‌دهند تا بر نگرش، احساس و دیدگاه خود تأکید داشته باشند. در متن زیر، شکلک‌های ایموجی، اساساً بخش‌هایی از یک گفتمان بصری‌اند که حالات احساسی مختلف موجود در مکالمه سریع و رفت و برگشتی موردنظر را تقویت می‌کنند.



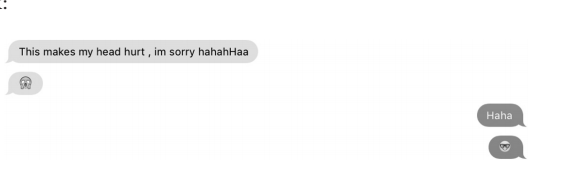
متن پیام 10

ایموجی بالا نشان می‌دهد که گوینده به دوستان دیگرش نیاز دارد، به‌طور یکه او علاوه ‌بر آن برای او خوشحال است. او با یک ایموجی چشمک‌زن این هشدار را مطرح می‌کند؛ هشداری مبنی بر اینکه خوش‌گذرانی نکند، چشمک، یک‌راه ارتباطی است که در آن فرستنده درباره پیامدهای اجتماعی سفر دوستش و تعاملات او با دیگران است. یک ایموجی در پاسخ گیرنده استفاده‌شده است، یک ارتباط نحوی با اجزاء قبلی و درنتیجه یک ارجاعی را به نمایش می‌گذارند؛ یعنی عملکرد اشاره به چیزی که قبلاً با نشانه در آخر خنده کنایه‌آمیز ایموجی آخر، با توجه ‌به آشنایی با شهر ونکوور اشاره‌کرده بود، نشانه زیرکی و دانایی اوست. یکی از عملکردهای منظور شناختی جالبی که در این داده‌ها دیده می‌شود، کنایه و در برخی نمونه‌ها بدبینی است. برای مثال، شکلک بسیار خوشحال، اغلب به‌عنوان بخش کنایی یک گفتمان به‌کاررفته است، مانند خنده‌ای که ناراحتی یا آزردگی از چیزی را نشان می‌دهد. در پیام زیر، این ایموجی سه بار تکرار شده است و سینتگم آن با یک ایموجی شست روبه بالا که به‌وضوح کنایه‌آمیز است و احساس بدبینی را تقویت می‌کند ایموجی شست، همچنین به‌عنوان یک علامت سؤال عمل می‌کند:



متن پیام 11

چهره وحشت‌زده جنبه طنز گفتگو را تقویت می‌کند، به‌ویژه این‌که فرستنده در مورد موضوعی ناراحت است و از آن استفاده کرده است. در متن زیر، احساسات بیان‌شده کنایه است، درواقع یک علامت تعجب کنایه‌آمیز است:



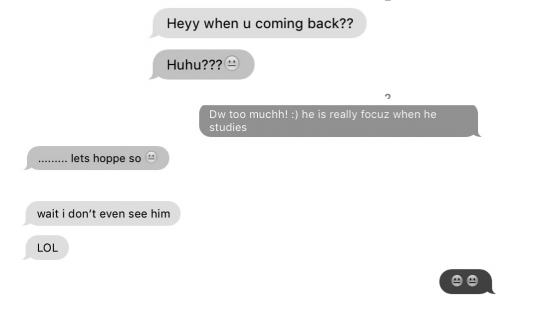
متن پیام 12

شکلک زبان‌دراز نیز یک جزء کنایی است که حس طنز یا صرفاً شوخی را به محتوای جمله یا کل پیام اضافه می‌کند. توجه داشته باشید که این ایموجی نیز به‌عنوان یک نقطه تعجب کنایی عمل می‌کند.

متن پیام 13

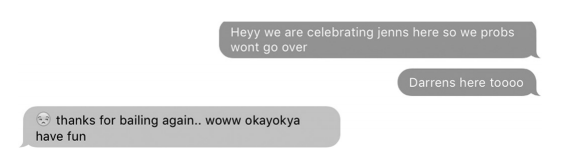
بر اساس تحقیقات ریز[[114]](#footnote-114)، روسو[[115]](#footnote-115) و ویل[[116]](#footnote-116) (۲۰۱۳)، آن‌ها دریافتند که کنایه، جنبه فراگیر در اشکال مختلف ارتباطات دیجیتال است، حتی اگر برقراری ارتباط در اثر عدم ارتباط رودررو نباشد و صدا و صوتی دشوار باشد، داده‌های متنی معنای کنایه‌آمیز را از طریق بخش فراگیر یعنی ایموجی‌ها، انتقال می‌دهد (شما یک فرد دوست‌داشتنی هستید، پس از متن یک‌شکل استفاده می‌کنید که زبانش را بیرون آورده است) در اینجا، این ایموجی غیرمنتظره است. او گفت که می‌آید و پس‌ازآن یک شکلک خنده‌دار می‌گذارید و چند بار تکرار می‌کنید و به این صورت لحن کنایه را نشان می‌دهید.

یکی دیگر از عملکردها این است که نیاز به توضیحی جزئی دارد. عبارت oops، برای مثال برای انتقال احساس تمایل، آرزو یا انتظار بکار می‌رود:



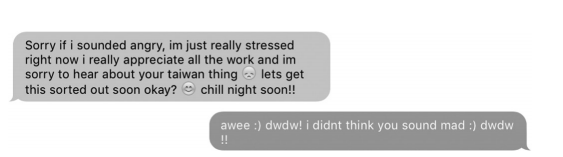
متن پیام 14

عدم پذیرش یا اختلاف‌نظر، معمولاً نگرانی یا اختلاف‌نظری که با شکلک که (نگاه چپ‌چپ)، بیان می‌شود که بار احساسی آن برخلاف یک چهره خشمگین، ضعیف و ملایم است، به‌طور غیرمستقیم می‌گوید که مسئله باید حل‌وفصل شود:



متن پیام 15

چهره ناراحت این عملکرد را شدت می‌بخشد و با افزودن یک غم متفاوت به پیام، احساس منفی را نیز کاهش می‌دهد:



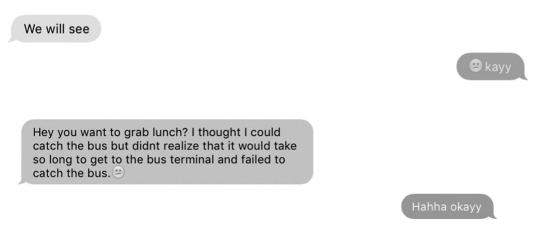
متن پیان 16

عبارت «اوه، نه»، نیز نگرانی، آشفتگی با حیرت را نشان می‌دهد. این ایموجی زمانی استفاده می‌شود که به دلیل برخی سردرگمی‌ها یا مسائل نگران‌کننده، وضعیت ناخوشایند است.



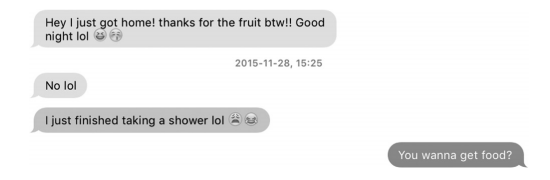
متن پیام 17

عبارت (اوه، بسیار خوب)، نشان‌دهنده ترکیبی از حالات و احساساتی مثل توافق، ترحم، افسوس و تا حدی مخالفت است:



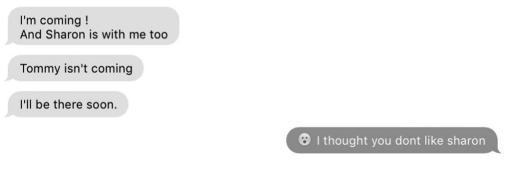
متن پیام 18

شکلک در حال فریاد زدن برای شفاف‌سازی یا درخواست حل یک مسئله بکار می‌رود:



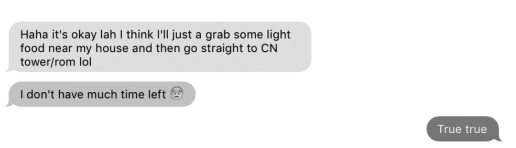
متن پیام 19

شکلک نگران، معمولاً برای ابراز نگرانی زمانی که چیزی غیرمنتظره اتفاق می‌افتد و فرستنده درباره آن سؤال دارد، استفاده می‌شود:



متن پیام 20

شکلک متأسفم برای انتقال عذرخواهی استفاده می‌شود، اما آن را با احساسات دیگر ترکیب می‌کند تا افسوس و پشیمانی را انتقال دهد:

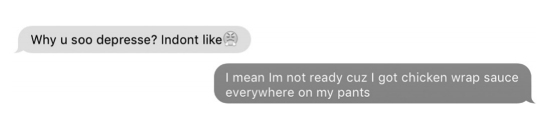


متن پیام 21

هرچند، تقاضای مستقیم بخشش را با شکلک گریان ابراز می‌کند.



و در آخر، شکلک «عصبانی»، همان‌طور که مشخص است، برای انتقال عصبانیت به کار می‌رود، اما نه نسبت به مخاطب، چون ایموجی‌ها به‌ندرت در پیام‌های جدی استفاده می‌شوند. این ایموجی معادل دوست‌نداشتن است.



متن پیام 23

مثال‌های فوق نشان می‌دهد که انتخاب کلمات و تصاویر در نوشتن ترکیبی یک سیستم گفتاری یکپارچه بکار می‌رود. زبان‌شناس تایلر شنوبلن (2014) نیز از الگوهای مشابهی را در استفاده از شکلک‌ها در توییتر‌ها را بررسی کرد. او به این نتیجه رسید، قراردادن شکلک در انتهای جمله‌ها تنوع بسیاری دارد، اما این‌که نحوه کلام چگونه با نحوه مفهومی شکلک‌ها یکی می‌شوند را اعلام کرد (که قبلاً دراین‌باره صحبت کردیم). عبارت زیر (که کاملاً با شکلک نوشته‌شده است) می‌تواند اساساً به‌عنوان تأسف شخصی به دلیل عدم ملاقات با شریکش برای یک نوشیدنی، رمزگشایی‌شده است:



عبارت ایموجی

مرتب‌سازی مجدد این شکلک‌ها داستان را تغییر می‌دهد که به نظر می‌رسد که کمتر قابل‌درک است.

مرتب‌سازی مجدد ایموجی‌ها

ترتیب شکلک‌ها مجموعه حالت و رویدادهایی را نشان می‌دهد. برای مثال، سه تصویر زیر، نشان می‌دهند که غم و اندوه بر یک قلب شکسته مقدم است که البته درست است:



توالی مفهومی شکلک‌ها

کار ساک، جفرسون و شگلوف (1995) نشان می‌دهد که ساختار مفهومی در گفتار رودررو نیز وجود دارد. موارد مختلفی وجود دارد که اجازه نمی‌دهد مکالمه به‌صورت پی‌درپی با ساختار ضمنی شکل بگیرند - یعنی به‌عنوان مجموعه‌ای از قوانین مکالمه که بلندگوهای شهودی هنگام صحبت کردن از آن‌ها استفاده می‌کنند. ازاین‌رو گفته می‌شود که گفتگوها جفت‌های هم‌جواری را تشکیل می‌دهد؛ بنابراین، وقتی کسی چیزی می‌پرسد، طرف گفتگو می‌داند، فرد مخاطب می‌داند که یک پاسخ، دنباله مناسبی در این توالی ایموجی‌ها همچنین به‌عنوان بخشی از یک سیستم مجاور استفاده می‌شود کلامی پیام را تکمیل و تقویت و گاهی جایگزین می‌کنند؛ همچنین ایموجی‌ها به‌عنوان بخشی از نظام‌های مجاورتی استفاده می‌شوند و گاهی اوقات، همان‌طور که دیدیم، در قسمت کلامی پیام جایگزین می‌شود.

**برخی از سؤالات و یافته‌ها مرتبط**

این پرسش که آیا ایموجی‌ها بیشتر توسط خانم‌ها استفاده می‌شود و یا آقایان بیشتر از آن‌ها استفاده می‌کنند، باعث ایجاد پژوهش‌های مختلفی شده است. هرچند، مدرکی مبنی بر اینکه کارکرده منظور شناختی ایموجی جنسیتی باشند، وجود ندارد. درواقع، ایموجی‌های به‌طور مساوی و به دلایل گفتمانی کاملاً مشابهی، توسط زنان و مردان گروه پژوهشی استفاده شدند. ازآنجایی‌که گروه پژوهشی از تعداد برابری مرد و زن تشکیل‌شده بود (پنجاه نفر از هرکدام)، دلیلی وجود ندارد که فکر کنیم نسبت به پروژه‌های پژوهشی مشابه یافته‌های متفاوت­تری خواهیم داشت. درواقع، این شک جدید از ارتباط، بسیاری از مکالماتی که معمولاً به‌عنوان گفتگوی چهره به چه توصیف می‌شوند را جنسیت زدایی کرده است. اگرچه، نگارش همیشه این قابلیت را داشته است و درواقع، تشخیص جنسیت نویسنده تنها از طریق نگارش، قابل‌تشخیص بوده است؛ مگر اینکه خود نویسنده (به‌عنوان زن) این را خواسته باشد.

مسئله ادب نیز در تحلیل متون مطرح شد. درزمینهٔ مکالمات چهره به چهره و ستون نوشتاری سنتی، نشانه‌های ادب به‌طور مستقیم‌اند و به دلایل اجتماعی مختلف استفاده‌شده‌اند. استفاده از لفظ خودمانی «تو» در مواجهه با یک غریبه در فرانسه، به‌جای استفاده از لفظ مؤدبانه «شما»، می‌تواند به‌عنوان بی‌ادبی یا صرفاً بی‌نزاکتی تلقی شود مگر اینکه گوینده مستقیماً یا به‌صورت غیرمستقیم از طریق لهجه، نشان دهد که یک خارجی است. گفتن سلام به‌جای ببخشید به یک پلیس در ایتالیا، برای جلب‌توجه او، حداقل در وهله اول منجر به پاسخی منفی خواهد شد (اگر پاسخی داشته باشد). چنین قالب‌هایی بیشتر به‌عنوان نقض آداب اجتماعی تلقی می‌شوند تا کمبود دانش داده‌های ضمنی زبانی. نشانه‌های ادب در داده‌های متنی‌ ایموجی را داشته باشند، نویسنده که خود را با عنوان یک زن معرفی کرده است، غیرممکن است که بتوان از روی متن جنسیت او را تشخیص داد.

این نوع نگارش، ادب معمولاً شامل استفاده از شکلک‌های دوستانه است. حال است که پنه لوپه بواون و استفن لوینسون (۱۹۸۷) دریافتند که تصویری عمومی از خود است که می‌خواهیم مدعی آن باشیم (گافمن هیو)؛ بنابراین، این واژه در متون حاوی ایموجی، معنای حقیقی‌تری دارد؛ چون خود را از طریق انتخاب تصویری از یک چهره به نمایش می‌گذارد. اگرچه زبان ایموجی تا حد زیادی محدود به ارتباط با دوستان و دیگر افرادی است که شیوه غیررسمی ارتباط با آن‌ها ممکن است، اما علاوه ‌بر آن در اینترنت در سراسر جهان نیز در حال گسترش است. به‌عنوان‌مثال، انجمن‌های توییتر، معمولاً از ایموجی‌های مشخصی به‌عنوان نشان خود استفاده می‌کنند، درواقع، توییتر محیط آزمایشگاهی بی‌نقصی است برای مطالعه چگونگی ادغام سبک‌های جدید نگارش با زمینه‌هایی که ازنظر استفاده محدودند. در توییتر، مانند ارتباط چهره به چهره، هنوز میل به کسب تأیید اجتماعی دیگران و حفظ یک هویت اجتماعی مثبت در برابر مخاطبان، وجود دارد. احتمال اینکه توئیت با زانی (کاربران توییتر) که به‌طور منظم گفتگو می‌کنند، از سبک زبانی مشابهی استفاده کنند، زیاد است؛ صرفاً به خاطر اینکه همدیگر را می‌شناسند یا شبیه به یکدیگرند. دانسکو نیکولسکک - میزیل، گامون و الوفیا (۲۰۱۱) از یک سیستم برای اندازه‌گیری میزان استفاده از واژه‌ها در دسته‌بندی‌های معنادار روان‌شناختی (حروف تعریف، افعال کمکی، احساسات مشابه و غیره) استفاده کردند. آن‌ها دریافتند که اگر یک توییت شامل واژه‌هایی از این دسته‌بندی‌ها باشد، نشان‌دهنده یک سبک خاص است. درواقع اکثر توییتر‌ها می‌توانند این ویژگی را داشته باشند. همچنین فهمیدند که پست‌های متعلق به یک مکالمه، از نظر سبکی به یکدیگر نزدیک‌ترند تا توییتر‌هایی که متعلق به یک مورد باشند. پروژه‌هایی مثل این پژوهش نشان می‌دهند که از طریق سبک‌های پل ارتباطی بین وضعیت اجتماعی کاربر توییتر و زیان ساده دنبال شوندگان، پست‌ها، روزهای - بودن - در – توییتر درک می‌شوند. پژوهشگران دریافتند که ارتباط ضعیفی با طبقه‌بندی سنتی - اجتماعی مکالمات آفلاین وجود دارد. تعداد پست‌ها در روز و صاحب وب‌سایت ویژگی‌های سبکی، ارتباط ضعیفی دارند؛ اما این ممکن است بدین معنی باشد که وضعیت اجتماعی شناخته‌شده نیست. گروه پژوهشی ما دریافت که توییتر، یک رسانه راهبردی استفاده از ایموجی‌ها در سراسر چشم‌انداز اجتماعی است. تویئت های زیر، در این زمینه‌اند. اولی توسط سیاستمدار استرالیایی، جولی بیشاپ و توئیت دوم توسط ستاره موسیقی پاپ، مایلی ری سایرس، نوشته‌شده است و هر دو به‌طور یکسان در دسترس هستند.



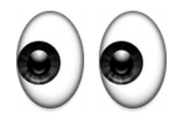
سیاستمدار جولی بیشاپ



توییت مایلی ری سایرس

در این توییت، بیشاپ ظاهراً از ایموجی‌ها استفاده می‌کند تا به مخاطبان نشان دهد که او در جریان اوضاع عامه مردم است و از ایموجی به‌عنوان جزء گفته تقویت‌کننده استفاده می‌کند. همه این ایموجی‌ها بار معنایی مثبت و علائم پذیرش، تأیید وبرتری موضع و فعالیت‌های سیاسی اوست. توییت مایلی سایرس نشان می‌دهد که او موفق خواهد شد؛ یعنی، او به‌زودی روی صحنه خواهد بود. ایموجی بمب، او توییت را با یک قلب پایان داده است تا برای خوانندگانش محبت کرده و نشان دهد که تا چه اندازه به خاطر کار خود هیجان دارد.

در مصاحبه ما با افراد گروه آگاه، مشخص شد که استفاده از ایموجی در توییتر‌ها و دیگر پیام‌های رسانه‌های اجتماعی مانند پیامک‌های متنی رسانه‌های اجتماعی مانند پیامک‌های متنی، وسیله‌ای برای نشان دادن آشنایی و ارتباط است. آن‌ها تأکید کردند که ایموجی کوتاه و کارآمد و نیز یک‌راه ارتباطی جالب و سرگرم‌کننده برای انتقال معانی بزرگ‌تر به شیوه‌های ساده‌تر است. برای مثال، یکی از افراد گروه آگاه گفت زمانی که او در رویدادهای اجتماعی همسالان شرکت داشته است، مادرش پیامی می‌فرستد که با مجموعه‌ای از ایموجی چشم‌های جاسوس آغازشده است، صرفاً به‌منظور اینکه نشان دهد که می‌خواهد از مکان حضور او آگاه شود.



ایموجی چشم جاسوسی

لازم به گفتن نیست که زمینه گفتگو باید مشخص باشد تا بتوان ایموجی را تفسیر کرد. درواقع، اگر ایموجی بالا بین یک زن و شوهر استفاده‌شده بود معنی کاملاً متفاوتی داشته باشد و نشان دهد که مثلاً فرستنده به خیانت یا با همسر خود شک دارد. کسپر کراتول، بابت انتخاب یک ایموجی در سال ۲۰۱۵ به‌عنوان واژه سال، بیان کرد که - دچار تغییر شده است و شکی وجود ندارد که متون سنتی دیگر نمی‌توانند کارکردهای منظور شناختی مدرن را تحقق بخشند:

می‌توانید ببینید که متون الفبایی سنتی تلاش دارند که خواسته‌های دیداری بی‌وقفه ارتباطات قرن بیست و یکم را تحقق بخشند. تعجبی ندارد که یک ایموجی تصویر مانند به میدان آمده است تا این خلأها را پر کند؛ ایموجی‌هایی که انعطاف‌پذیر و بی‌واسطه هستند و لحن زیبایی به متن تزریق می‌کنند. درنتیجه، ایموجی‌ها روزبه‌روز به غالب ارتباطی غنی‌تری تبدیل می‌شوند؛ گونه‌ای که از مرزهای زبانی فراتر می‌رود. برای مثال هنگامی اندی موری، مراسم عروسی خود را کاملاً به‌صورت ایموجی توییت کرد، ترکیب ظریفی از احساسات خود را درباره روز عروسی با هواداران خود در سراسر دنیا به اشتراک گذاشت. این شیوه در بیان احساسات بسیار مؤثر بود.



چشمک زدن: زمانی بکار می‌رود که نباید یک پیام را جدی گرفت. باهدف شوخ‌طبعی بکار می‌رود.

**6 - تنوع ایموجی**

این، فرهنگ‌های مختلف هستند که در پایان روز دنیا را دور می‌زنند.

سامانتا فاکس[[117]](#footnote-117) (۱۹۶۶)

افزایش استفاده از ایموجی، از طریق یونیکد امکان‌پذیر شده است، یونیکد همان استاندارد رمزگذاری بین‌المللی برای استفاده در زبان‌ها و حروف مختلف است (همان‌طور که بیشتر بحث شد). هدف، عبور از موانع نهفته رمزگذاری نویسه‌های سنتی بود - و عمدتاً با زبان‌های مختلف ناسازگار است و همچنان نیز است، اما همان‌طور که مشاهده کردیم، از سال ۲۰۱۰، یونیکد و دیگر نظام‌های ایموجی، فشارهای مختلفی را از سرتاسر دنیا، مبنی بر تغییر و گسترش واژه‌نامه اصلی، تجربه می‌کنند. این مسئله منجر به تبلور تنوع موجود در زبان ایموجی شده است و آن را هر چه بیشتر در امتداد زبان‌های طبیعی، شکل می‌دهد.

امروزه، کاربران برای نوشتن پیام‌هایی که حاوی ایموجی‌اند یا حتی پیام‌هایی که کاملاً با استفاده از ایموجی‌ها ساخته‌شده‌اند، به طیف وسیعی از نشانه‌ها بر روی که کلید، اپلیکیشن‌ها و وب‌سایت‌ها دسترسی دارند. این مسئله به‌خودی‌خود تنوع، ابهام و کدگذاری فرهنگی را افزایش می‌دهد. برای مثال، چگونه یک فرد می‌تواند بدون اجتناب از تفاوت‌های ظریف و تفاسیر ایدئولوژیکی، در مورد آن‌ها بحث کند؟ علاوه بر این، برخی شکلک‌های به‌ظاهر ساده - دارای واحدهایی در فرهنگ لغت اصلی خود هستند - که در انواع مختلف قابل تفسیر هستند. وقتی ایموجی بادمجان را به گروه آگاه نشان دادیم، بسیاری از آن‌ها خندیدند و به شوخی گفتند که به‌راحتی می‌توان گفت که مخفف دستگاه تناسلی مردان است و این موضوع در بسیاری از سایت‌های آنلاین نیز تأیید شد:



ایموجی بادمجان

چنین مشکلاتی در استفاده و تفسیر، به این دلیل است که یونیکد اکنون به افراد دیگر در سراسر جهان این اجازه را می‌دهد تا به شکلک‌های جدید رأی دهند و به‌نوعی به سیستم ویکی تبدیل می‌شود که ظاهراً استفاده از شکلک و نوآوری را مانند ویکی‌های مختلف اینترنت را دموکراتیک می‌کند. ادغام‌هایی بین یونیکد و سایر نظام‌ها صورت گرفته است. یونیکد، به‌عنوان‌مثال، با اپل کارکرده است تا صدها شکلک خود به شیوه‌های مختلفی قابل تفسیر حقیقی آن اجرا و به‌صورت دوره‌ای افزوده است تا ایموجی‌های حساس به فرهنگ را در واکنش به انتقادات بین‌المللی معرفی کند و درواقع، بسیاری از شکلک‌های جدید برای نشان دادن انواع مختلف، با گزینه رنگ پوست، پرچم‌های کشورها و خانواده‌هایی با والدین هم‌جنس، طراحی‌شده‌اند. گسترش کد ایموجی از این طریق، موارد مرجعی مانند ایموجی پدیا آنلاین را ضروری می‌کند که موارد اضافی را ردیابی می‌کند و یک فهرست کلی از واژه‌نامه‌های شکلک‌های در حال گسترش را فراهم می‌کند. ایموجی پدیا یک کمپین رسانه‌های اجتماعی به نام روز جهانی شکلک ایجاد کرده است که هرسال در 17 جولای برگزار می‌شود.

واضح است که تنوع، در هرگونه بحثی درزمینهٔ چگونگی تکامل زبان ایموجی موضوع مهمی است؛ چون به نظر می‌رسد که زبان ایموجی، برخلاف هدف اصلی آن در تولید یک‌زبان بدون تنوع، در حال تبدیل‌شدن به یک‌زبان متغیر با تمام تفاوت‌های زبان‌های سنتی است. این مبحث که در این فصل موردبررسی قرارگرفته است تنوع بین فرهنگی و مبتنی بر ملت را به همراه تنوع ناشی از بینایی و عوامل درونی بکار می‌برد (مواردی که بر اساس افراد مختلف در فرهنگ‌های متفاوت وجود دارد). در پایان، این فصل سبک کارتونی کد ایموجی را ترویج می‌دهد و آنچه را ازلحاظ اجتماعی و ارتباطی بیان می‌کند، بررسی می‌شود.

**تنوع بین فرهنگی**

همان‌طور که سونیا کی فاش[[118]](#footnote-118) (۲۰۰۵)، به‌صراحت اعلام کرد، حتی در حوزه‌های نمادهای بصری، تنوع اجتناب‌ناپذیر است چون شامل مداخله انسانی است و به‌منظور برقراری ارتباط با آن مخاطب به مخاطب ارائه می‌شود. همان‌طور که دیدیم، در مورد ایموجی‌ها، برخی از عملکردهای اصلی همچنان دارای عملکردی اصلی هستند، درحالی‌که برخی دیگر، به مخاطب حساس هستند و عملکردی محیطی را تشکیل می‌دهند. مثلاً شکلک‌های گلف یا هات‌داگ، برچسب‌های فرهنگی همراه خود را حمل می‌کنند که مانع از شکل‌گیری یک مسیر استاندارد می‌شوند. آن‌ها همواره در حال ارزیابی مفهوم - ازلحاظ شخصی یا فرهنگی هستند - که می‌تواند در سرتاسر دنیا، از مثبت تا منفی متغیر باشد.

به همین دلیل است که احتمالاً ارتباط فقط از طریق ایموجی امکان‌پذیر نیست، چون همان‌طور که در متونی که صرفاً با ایموجی نوشته‌شده بودند مشاهده کردیم، تفسیر آن‌ها صرف‌نظر از اینکه دشوار است - به‌شدت متغیر خواهد بود. پیش‌ازاین که جملات ایموجی بتوانند تفسیر صحیحی ارائه کنند، مخاطب نیاز دارد بداند که فرستنده درباره چه چیزی صحبت می‌کند، در چه زمانی و غیره، چه اتفاقی افتاده است. لازم به ذکر است که اپلیکیشن سوئیفت کی، بیش از یک میلیارد داده حاوی ایموجی را تحلیل و بر اساس زبان و کشور طبقه‌بندی کرده است. همان‌طور که قبلاً ذکر شد، سوئیفت کی، روشی برای ورود اطلاعات در دستگاه‌های اندروید (سیستم‌عاملی که برای دستگاه‌های لمسی مثل تلفن‌های هوشمند یا تبلت‌ها طراحی‌شده است) و آی او اس (سیستم‌عامل ساخته‌شده توسط شرکت اپل) است. سوئیفت کی از نظام‌های نرم‌افزاری هوش مصنوعی استفاده می‌کند که آن را قادر می‌سازند تا واژه‌ای که کاربر قصد دارد تایپ کند را پیش‌بینی نماید. این صفحه‌کلید از پیام‌های خروجی بر اساس داده‌های ورودی فعلی و آنچه آموخته است، می‌آموزد. نتایج پژوهش سوئیفت کی که به‌صورت آنلاین منتشرشده است، در رابطه با مسائل متنوع کاملاً آشکار است، چون آن‌ها ترجیحات فرهنگی و تفاوت‌های ظریف کدگذاری شده رد استفاده از شکلک‌ها را به‌صورت تجربی و مشخص نشان می‌دهند. آن‌ها دریافتند که برخی از ایموجی‌ها در برخی فرهنگ‌ها محبوب هستند اما در برخی دیگر کاملاً رد می‌شوند.



ایموجی مدفوع

ممکن است این ایموجی نشان‌دهنده نوعی حس کنایه‌آمیز باشد که این‌طور ترجمه شود: (دنیا هر چه که باشد، لجن است) که منعکس‌کننده یک کلیشه کانادایی است. ما از نمونه پژوهشی که متشکل از دانش‌آموزان کانادایی بودند، درباره استفاده از این ایموجی پرسیدیم و تقریباًهمه ادعا کردند که از ایموجی مدفوع استفاده می‌کنند، چون به قول یکی از آن، خیلی چیزها بوی گند می‌دهند. در کشورهای دیگر، بیان عمومی عملکردهای بدن ممنوع است، این ایموجی به‌ندرت این معنای کنایی را خواهد داشت؛ بنابراین، ممکن است در بعضی کشورها به شیوه‌های مختلف و متنوعی تفسیر شود، ازجمله: (الف) نمونه بی‌نزاکتی غربی؛ (ب) عبارتی توهین‌آمیز؛ (ج) نماد انحراف اخلاقی و غیره.

ایموجی مدفوع متناسب با سنت‌های هجوآمیز مبتنی بر بدحجابی است، از نمایشنامه‌های طنز باستان گرفته تا نسخه‌های خطی نورانی قرون‌وسطی. بسیاری از موارد اخیر به‌عنوان حاشیه شناخته‌شده هستند، تفسیرهای عجیب‌وغریب در مورد زندگی روزمره ارائه می‌کنند، گربه‌سانانی که مانند انسان، میمون و تصاویر پراکنده (مانند ایموجی مدفوع) عمل می‌کنند، در سراسر این عمل وجود دارند. تصویر زیر نمونه‌ای از این مورد است. این کتاب از نسخه خطی قرن سیزدهم در وب‌سایت <http://www.collectorsweekly.com> گرفته‌شده است.



دست‌نویس قرن سیزدهم

نسخه خطی مذهب مربوط به قرن سیزدهم این تصویر، به نفخ شکم و یا شاید عملکرد مدفوعی بدن اشاره دارد که چیزی مشابه معنای کنایه‌آمیز ایموجی مدفوع است. لبخندی که روی ایموجی مدفوع وجود دارد، در حقیقت با سبک کتاب‌های داستان مصور ژاپنی که در آن مدفوع معمولاً به‌عنوان بخشی از طنز مبتذل استفاده می‌شود، ارتباط دارد. در اینجا نکته این است که یک ایموجی امروزی، همچنان حامل معانی تاریخی نمادهای هم‌شکل گذشته است. این قضیه را می‌توان «اثر انتقال معنی» نامید که به‌موجب آن، معنی یک شیء نمادین با تغییر شکل آن در طول زمان، ثابت باقی می‌ماند.

**کاربرد بر اساس کشور**

مهم‌ترین یافته پروژه سوئیفت کی این بود که مردم سراسر دنیا به روشی خاص از ایموجی‌ها استفاده می‌کنند. همان‌طور که گروه پژوهشی ما دریافت و نیز مطابق با سایر مطالعات انجام‌شده (نواک و همکارانش 2015)، مطالعه سوئیفت کی نشان داد که بیشتر ایموجی‌ها (بیش از 70 درصد) برای افزایش تناوب مثبت و دوستانه استفاده می‌شوند. در اینجا یافته‌های دیگر این مطالعه وجود دارند:

1 – علاوه بر مدفوع، کانادایی‌ها و جوامع انگلیسی - آمریکایی به‌طورکلی به میزان بالایی از پول، ورزش، شکلک مبتنی بر خشونت و خشونت‌آمیز را نشان می‌دهد.

2 – آمریکایی‌ها، به‌ویژه، از ایموجی‌های اسلحه، پیتزا و چوب طبل استفاده می‌کنند.

3 – استرالیایی‌ها بیشتر از هر ملت دیگری از شکلک‌های مربوط به مواد مخدر، غذای ناخواسته و تعطیلات استفاده می‌کنند.

4 – فرانسوی‌ها از ایموجی قلب چهار برابر دیگران استفاده می‌کنند.

5 – عرب زبان‌ها از ایموجی گل رز ده برابر بیشتر از سایر زبان‌ها استفاده می‌کنند.

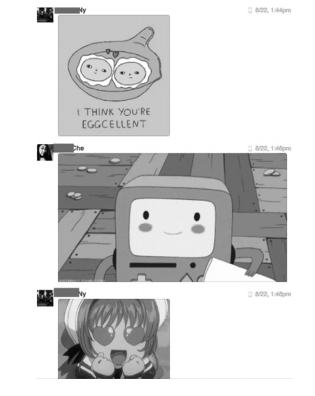
6 – آمریکایی‌های اسپانیایی‌زبان بیش از هر گروه دیگری از چهره‌های غمگین استفاده می‌کنند.

چنین نتایجی نمایانگر ارزش‌ها و الگوهای فرهنگی بنیادگرایانه بوده و نشان می‌دهند که ایموجی‌ها ممکن است اشکال مدرن و امروزی داشته باشند، اما معانی آن‌ها از گذشته می‌آید (اثر انتقال معنی)، به‌این‌ترتیب، زبان ایموجی با دیدگاه‌ها و معانی فرهنگی به کار می‌رود. این مسئله به افراد مختلف اجازه می‌دهد تا علی‌رغم تفاوت کنونی در نشانه‌های ظاهری ایموجی‌ها، جهان را همان‌گونه که درگذشته تجربه کرده‌اند، ارزیابی کنند. درحالی‌که بسیاری از افراد از زبان‌ها و فرهنگ‌ها می‌گذرند هنوز هم افراد بسیاری هستند که این کار را نمی‌کنند. همان‌طور که ویلسون و پیترسون (۲۰۰۲) نوشته‌اند، اینترنت انواع جدیدی از جوامع را پدید آورده است که گروه‌های پراکنده مردم را که علائق مشترک دارند، گرد هم می‌آورد و درعین‌حال، زمینه فرهنگی و زبان‌شناسی آن‌ها را حفظ می‌کند. این جوامع جدید ممکن است برای برخی برنامه‌های سیاسی آینده تجهیز شوند، اعضای پراکنده گروه‌های خانوادگی با فومیرا گرد هم آورند یا ممکن است پیرامون مصرف کالا یا منافع شرکت‌ها تشکیل شوند، اما بااین‌حال، باوجود تلاش‌های زیادی که برای خنثی نگه‌داشتن این گفتمان ازنظر فرهنگی صورت گرفت، همچنان حاملان معانی نمادین گذشته وجود دارند؛ اما نتایج همیشه با اهداف مطابقت ندارند بسیاری از کاربردهای متفاوتی که سوئیفت کی کشف کرد، امکان وجود تناقض در احساس غرور ملی در یک محیط جهانی باشند موریس و پریس (۲۰۱۳) دریافتند که گویندگان دوزبانه جوان ولزی الکلی در فیس‌بوک زبان‌های خود را ترکیب کرده‌اند و از کلمات و نمادهای راهبردی برای تأیید حس فردگرایی نژادی خود، استفاده می‌کنند که البته به زمان‌های خیلی دور در همین منطقه برمی‌گردد. به‌عبارت‌دیگر، دوزبانگی و زبان‌های آنلاین مخلوط یا (ترکیبی)، راهبردهای جدیدی برای ابراز ملیت و شکل جدیدی از قبیله گرایی‌اند (دانت و هرینگ، ۲۰۰۷). این مسئله به معنی میزان بالای تغییر زبانی در میان زبان‌ها و نشانه‌های مختلف است. شاید همان‌طور که قبلاً مطرح شد، زبان ایموجی بخشی از نیاز جهانی به رفت‌وبرگشت بین نگارش متنی کاملاً مبتنی بر زبان و بصری (پذیرای گروه وسیع‌تری از تفاسیر) است. لازم به ذکر است که رادیوی عمومی ملی (NPR) در ایالات‌متحده، وبلاگی را تأسیس کرد بانام «تغییر زبانی» تا مرزهای نژاد، فرهنگ و قومیت را بررسی کند. این سایت نشان می‌دهد که جوانان روزانه در فضای دیجیتال، خانه و مدرسه با چالش‌ها و فرصت‌هایی درزمینهٔ تغییر زبانی مواجه می‌شوند. به‌این‌ترتیب، قوانین بازی ارتباطی جدید در محیط‌های دیجیتال، از محیطی به محیط دیگر متفاوت است. تغییر زبانی از طریق سایت‌های ترکیه، صحنه‌های مکمل بازی‌های ویدئویی، یوتیوب، برنامه‌های تلویزیونی واقع‌نما در پارک‌های رایانه‌ای به آن اندازه که در رسانه‌ها رخ می‌دهد، در زبان اتفاق نمی‌افتد امروزه افراد می‌توانند ایموجی‌ها را مطابق با علائق و سلایق فرهنگی خودسازی کنند و برای مقاصد خاص خود از آن‌ها استفاده کنند. یکی از آن‌هایی که امکان چنین طراحی‌های شخصی را فراهم می‌کند، این وب‌سایت،, http: / / www. myemojicreator شاید ظهور انواع کاربردهای متنوع و ایموجی، نشانه نیاز به حفظ و حمایت از هویت خاص فرهنگی در جهانی باشد که در آن فردگرایی به‌سرعت به چیزی درگذشته تبدیل می‌شود. همان‌طور که دیدیم، استفاده از ایموجی قطعاً راهی برای ایجاد تأملی بر اساس زمینه مشترک نمادگرایی بصری است. همان‌طور که پیش‌بینی‌شده، اینترنت، ترکیبی از فردگرایی و قبیله گرایی، ایجاد کرده است. در دو فصل پایانی، درباره این موضوع بحث خواهیم کرد.

**رمزگذاری فرهنگی**

روشن است که مسئله رمزگذاری فرهنگی، یکی از مسائل کلیدی در عملکردها و کاربردهای آتی ایموجی است، معلوم شد که هدف زبان ایموجی من ارائه یک‌زبان میان فرهنگی بصری، دشوارتر از آن است که در ابتدا در نظر گن بود. فرضیه اولیه بر اساس این گمان بود که نمادها بیشتر از زبان‌های الفبایی و ابهام‌اند؛ اما مشخص شد که این فرضیه، تنها در ظاهر درست بود فرهنگی‌ای که به آن‌ها اختصاص داده می‌شدند و نیز زمینه‌هایی که در آن‌ها آشنا می‌شدند، خطر دائمی ابهام را به دنبال داشتند (آزوما و ابتر، ۲۰۰۸)، همان‌طور که چارلز پیرس (۱۹۳۶) در آثار خود اظهار داشته است، هر نشانه با سیستم نشانه‌ای توسط آنچه تفسیرگر نامیده می‌شود، شکل می‌گیرد که با توجه به اهداف فعلی می‌تواند به‌عنوان معانی‌ای که یک نشانه به شیوه‌ای مشخص برمی‌انگیزاند، تعریف گردد بنابراین، معنی توسط انواع نیروهای متنی موجود و نیروهای تاریخی شکل می‌گیرد وجود تفسیرگر در ذات یک نشانه مستلزم این حقیقت است که استفاده از یک نشانه موجب تولید معانی بیشتری گردد. در فرهنگ غرب، گربه بیش از هر چیزی، یک همدم خانگی تلقی می‌شود؛ درصورتی‌که در فرهنگ‌های دیگر، عمدتاً به‌عنوان یک حیوان مقدس شبیه به گاو که در برخی جوامع مقدس است و در برخی دیگر همچنان به‌عنوان یک منبع غذایی محسوب می‌شود (گوشت گربه)؛ بنابراین، بااینکه ایموجی گربه در فرهنگ‌های مختلف به صرف‌نظر از شکلی که دارد. تقریباً به یک پستاندار مشخص اشاره دارد، تفسیرگر آن به‌طور قابل‌توجهی متفاوت بوده و منبعی از معانی تکمیلی و به‌وضوح مهم را شکل می‌دهد.

همان‌طور که درباره ایموجی مدفوع مشاهده کردیم، مسئله معنی کنایی و طنزآمیز به‌طور ویژه مربوط به فرایند پردازش نشانه‌های فرهنگی است. به عبارت ساده‌تر، آنچه در یک فرهنگ کنایه‌آمیز یا خنده‌دار است، ممکن است در فرهنگ دیگری خنده‌دار نبوده و حتی توهین‌آمیز باشد. سه ایموجی زیر که در داده‌های متنی پیدا ایموجی‌های سرگرم‌کننده‌ای برای دانش آموزان کانادایی‌اند؛ ایموجی بالایی نمایش بصری است از تخم‌مرغ‌های خوشمزه‌ای که در ماهیتابه در حال پختن آن (به زیرنویس (تخم‌مرغ) توجه کنید). ایموجی مبانی کامپیوتری را نشان می‌دهد؛ و به کاربر نگاه می‌کند و با ایموجی کامپیوتری طنزی ظریف را می‌سازد. ایموجی آخر یک ایموجی به سبک مانگا است که عشق و علاقه بسیار را با عینک صورتی، مشت شادی گره‌خورده و با خوشحالی فریاد زدن را نشان می‌دهد.



ایموجی شوخ‌طبعی

در میان یافته‌های پروژه سوئیفت کی و سایر نظرسنجی‌های آماری آنلاین، کشورهای انگلیسی‌زبان از بزرگ‌ترین کاربران ایموجی هستند، این موضوع می‌تواند نشان دهد که چرا بسیاری از ایموجی‌ها شوخی‌های تصویری هستند، با توجه‌ به شوخ‌طبعی در آن کشورها به نظر می‌رسد بخشی منظم از تعاملات غیررسمی از طریق رسانه‌های اجتماعی است. گروه تحقیق متن‌های مختلف رسانه‌های آنلاین را به دو زبان دیگر (ایتالیایی – فارسی) جمع‌آوری و بررسی کرده است و دریافت اولی شکلک‌ها به‌صورت پراکنده در همان نوع پیام‌های غیررسمی استفاده می‌شود و دومی حتی باوجود سازگاری‌های واژه‌نامه ایموجی به موارد خاص، از شکلک استفاده می‌کند. در میان یافته‌های پروژه سوئیف کی در کشورهای انگلیسی‌زبان، بیشتر از هر کشور دیگری، فرض بر این است که ایموجی‌ها زبان عامیانه جوانان است؛ این موضوع در کمپین‌های تبلیغاتی عمومی باهدف جمعیت شناختی نوجوانان نیز قابل‌مشاهده است؛ مانند پیتا (در فصل‌های قبلی) که مخفف مشارکت برای کودکان بدون مواد مخدر، است یک کمپینی ایجاد کرده است تا بتواند مستقیماً با نوجوانان گفتگو کند و در مورداستفاده از مواد مخدر و دیگر مطالب موردعلاقه نوجوانان بحث کند. ایجادکننده این کمپین می‌گوید استفاده از ایموجی بحث در مورد موضوعات دشوار را برای نسل هزاره آسان‌تر می‌کند.



کمپین مشارکت برای بچه‌ها بدون مواد مخدر

پیام این متن می‌تواند به این صورت بیان شود: ۱ من از نوشیدن یا انجام کارهایی متناسب با آن خسته شده‌ام (مانند مورچه)؛ بنابراین باید قوی باشم و غذاهای سالم بخورم و مواد مصرف نکنم. چون تصاویر به‌صورت مفهومی مرتب‌شده‌اند (همان‌طور که در فصل 5 بحث شده است)، به بیننده این امکان را می‌دهد تا بدون واسطه دستور زبانی، معانی را بفهمند. این متن درواقع قابل تفسیر است، همان‌طور که از طریق گروه آگاه متوجه شدیم، افراد می‌توانند پیام را به‌آسانی خوانده و بلافاصله آن را درک کنند. آن‌ها همچنین این شیوه را بسیار مؤثر می‌دانند. یکی از افراد می‌گوید من می‌دانم که برادر کوچک‌ترم این پیام را یک پیام منع‌کننده می‌داند و فکر می‌کند که یک نصیحت است. درحالی‌که لحن این پیام عاری از پند و نصیحت اخلاقی است.

چنین روندی، این سؤال را به دنبال دارد: پس از هزاران سال تلاش برای انتقال دانش، اندیشه و رفاه اجتماعی، همراه با میراث ادبی که در راستای این تلاش‌ها شکل‌گرفته است، آیا این موارد را درازای لحن دوستانه کنار می‌گذاریم؟ آیا فرهنگ جدی، یک ارزش ازدست‌رفته است؟ یا آیا استفاده از ایموجی، از پیامدهای تکامل‌یافته نگارش ترکیبی است؟ این پرسش در بخش نتیجه این کتاب، پاسخ داده خواهد شد.

**تجسم**

امروزه، گفته می‌شود که ما در یک فرهنگ تجسمی زندگی می‌کنیم که تحت مسئله تصاویر بصری است که از انواع رسانه‌ها (سینما، تلویزیون، کتاب‌های بصری وب‌سایت‌ها و غیره) سرچشمه می‌گیرند[[119]](#footnote-119) (رامیلی، ۲۰۰۵). به همین دلیل، همان‌طور که در فصل قبل ذکر شد، واژه تجسم (بصری بودن) به یک واژه مجزا در مطالعه متون حاوی ایموجی تبدیل‌شده است. واژه تجسم به‌وسیله خاندان اسکاتلندی، توماس کارلایل[[120]](#footnote-120)، در کتابش با عنوان (درباره قهرمانان) (۱۸۳۱) از قهرمانی تصویری فرهنگ شاهنشاهی انتقاد می‌کند. برای اینکه امپریالیسم در جلب حمایت مؤثر باشد، باید تصاویر بصری منتشر کند. کارلایل[[121]](#footnote-121) می‌گوید بصیرت، به طرز متناقضی، پادزهر امپریالیسم است و آن به دلیل تأثیرات متقاعدکننده ناخودآگاه آن است؛ بنابراین، تجسم (بصری بودن) یک حالت بینایی قدرتمند برای ترویج امپریالیسم و هم وسیله‌ای قدرتمند برای مقاومت در برابر آن، از طریق تصاحب معکوس، است. عملکرد کد ایموجی، مسلماً با این مفهوم مضاعف کلمه سازگار است، هم توسط نیروهای امپریالیسم فنّاورانه اداره می‌شود و هم این‌که درعین‌حال، ویرانگر است به این معنا که ممکن است به‌طور بالقوه شیوه‌های نگارش سلطه‌طلبانِ عصر چاپ را در هم شکند.

اولین مطالعه انتقادی درباره قدرت بینایی، مطالعاتی است که جان برگر[[122]](#footnote-122) در رابطه‌ با راه‌های دیدن (1972) انجام داده است. برگر، نحوه استفاده ایدئولوژی غرب از تصاویر بصری برای ترویج برنامه‌های سرمایه‌داری خود انتقاد می‌کند کتاب که بر نحوه نمایش زنان در تبلیغات و نقاشی‌ها تمرکز دارد؛ به این صورت که چهارفصل از هفت فصل آن، دارای کلمات و تصاویر است و سه فصل آن تنها شامل تصویر است. از آن زمان، مطالعه بصری شروع به رشد کرد و با مطالعات روان‌شناختی تصاویر و استفاده از تضاد هم‌پوشانی دارد؛ موضوعی که درواقع از تأثیر کتاب کلیدی رودلف آرنا بصری (۱۹۶۹)، نشئت می‌گیرد. آرنهایم در این کتاب، فلسفی روان‌شناسی بین فکر کردن و درک کردن تمایز قائل می‌شوند، فوراً آن را به چالش می‌کشد چون مخالف این فرضیه بود که زبان کلامی پیش از ادراک وجود دارد و اینکه واژه‌ها محرک اندیشه‌اند. ازنظر آرنهایم، درک و بیان بصری به ما اجازه می‌دهد که درک درستی از تجربیاتمان از دنیا داشته باشیم. در راستای تعریف آرنهایم از بصری بودن به‌عنوان ابزاری قدرتمند برای دانستن و ارتباط برقرار کردن، می‌توان گفت که دانش ایموجی روشنگر راه‌های جدیدی در مسیر خواندن متن است که نگارش و بصری بودن را به هم می‌آمیزد و درنتیجه بصری بودن عمدتاً ناخودآگاهی را در اندیشه و پیام به دنبال می‌آورد. این مسئله می‌تواند دلیل مؤثر بودن پویش ایموجی بر جوانان را که به نظام‌های نوشتاری ترکیبی عادت کرده‌اند در مقایسه با افراد مسن‌تر که عادات خواندن الفبایی دارند، توضیح دهد، به‌این‌ترتیب، الگوهای خواندن، از دلایل دیگر تنوع تفسیرگر در متون ای موجی‌اند.

اکمن (۱۹۸۵) نیز رابطه بین بصری بودن و زبان‌های کلامی را بررسی کرد. او هماهنگی بالایی را در انتخاب برچسب‌های کلامی منطبق با حالات چهره - ازجمله شادی، ناراحتی، عصبانیت، تنفر، ترس و تعجب به در میان فرهنگ‌های باسواد مشاهده کرد، اکمن نشان داد که همین الگو نزد مردم در جامعه باپوآ گینه‌نو که الفبای نوشتاری نداشتند و اعضای آن با تعریق رسانه از اشکال بصری آشنا نبودند، نیز مشاهده‌شده است. هرچند، برخی حالات و احساسات خاصی با دستورالعمل‌های فرهنگی خاصی همراه بودند که تعیین می‌کردند چه کسی می‌تواند چه احساسی از چه کسی و در چه زمانی، نشان دهد. همان‌طور که در طول کتاب بحث شد، همواره جدا کردن همگانی از اختصاصی و عام از خاص، دشوار است؛ شاید به دلیل اینکه مغز یک عصر ترکیبی است که مانند برونداد همایش، اجرا را به‌کل متصل می‌کند. همانند آنچه در مورد نمادها و دیگر ساختارهای نشانه‌ای مشاهده می‌گردد.

به‌این‌ترتیب، آرنهایم عقیده دارد که زبان ایموجی، بازتاب گرایش درونی ذهن بشر برای تفکر و ابراز خود از طریق مفاهیم بصری است. در جامعه مدرن امروزی زبان‌های بصری در تبلیغات تا در داستان‌های مصور، به‌وفور مشاهده می‌شوند، لازم به ذکر است که آرنهایم معتقد بود که جوانان به‌طور طبیعی مایل به استفاده از بصری بودن در جهت حل مسائل در حال ظهور زندگی هستند؛ چون تجسم این مسائل از طریق شیوه‌های هنری - زیبایی‌شناختی بیان، بسیار ساده‌تر است تا از طریق واژه‌ها. نکته جالب‌توجه اینکه نمونه‌های مختلفی از متون ادبی معاصر وجود دارند که اگر ازنظر محتوا شباهت نداشته باشند، ازلحاظ قالب و شکل، مشابه متون حاوی ایموجی‌اند که در این کتاب مطرح‌شده‌اند. به‌عنوان‌مثال، آینده‌گرایان ایتالیایی متن و تصاویر را به هم‌آمیخته‌اند تا هم‌زمان هم دنیای مدرن را انعکاس داده و هم آن را نقد کنند. تفاوت بین کسب آینده برای نگارش و قالب ایموجی، در جنبه اجتماعی آن‌هاست. آینده‌گرایی یک نام ایدئولوژیک داشت، درحالی‌که متن حاوی ایموجی - برای ارتقاء جنبه‌هایی با یک هدف منظور شناسانه دارد. هدف آینده‌گرایان، ایجاد یک‌زبان بدون نحو برای استفاده از آن است. آینده‌گرایان نیز درصدد نوشتن جایگاه هنر عامه اسلامی بصری است. درحالی‌که هر دو آینده‌گرایی و ایموجی تلاش معاصر را به عصر جدیدی از خوانش و درک بیان خلاقانه، نزدیک کنند.

دانش ایموجی، قطعاً شامل اشکال جدیدی از نگارش و نمادگرایی است. به‌این‌ترتیب ایموجی در حال تبدیل‌شدن به یک‌زبان نمادین است تا یک‌زبان صرفاً ناتصویری. به همین دلیل است که یک ایموجی خاص می‌تواند سوءبرداشت‌های بین کاربران را آشکار کند و استفاده از آن باعث می‌شود که بیشتر به‌عنوان یک ارزش نمادین در نظر گرفته شود؛ بنابراین، ازیک‌طرف، زبان ایموجی موجب افزایش ارتباط پذیری مفاهیم مشترک در زبان‌های کلامی می‌شود؛ اما از طرف دیگر در هنگام تفسیر، اثر انتقال خود را نشان می‌دهد. به‌علاوه، ازآنجاکه اساس دستور زبان ایموجی ساختار مفهومی است، استخراج معنی از یک متن نوشته‌شده با ایموجی، شامل سطح بالایی از تفسیر ذهنی می‌شود.

**تنوع جفت‌های مجاور**

تنوع، نه‌تنها در سطح رمزگذاری فرهنگی بلکه در سطح روابط ساختاری دانا پدیده‌ای که خود را به‌ویژه در تنوع ساخت جفت‌های مجاور نشان می‌دهد. ما پس از مصاحبه با افراد گروه آگاه دریافتیم که به‌جز الگوهای قرارگیری در انتها (پایان‌بندی) و ابتدا (سلام و احوالپرسی)، محل قرار گرفتن ایموجی در متن بوده و نشان‌دهنده قصد فرستنده برای تأکید روی چیزی است؛ به عبارت دیگر قرارگیری ایموجی توسط معنی واژه یا واژگانی که به‌کاررفته‌اند، تعیین می‌شود این صورت که معمولاً ایموجی برای ارتقاء معنی با افزودن برخی نکات ظریف، بلافاصله پس از واژه‌ها قرار می‌گیرد. هرچند، انتخاب ایموجی نیز تابع سهولت انتخاب آن است؛ بنابراین، همان‌طور که در فصل قبل ذکر شد، اگر واژه «سگ» مطرح شود، به همراه ایموجی متناظر باآنکه برای تکمیل معنی استفاده می‌شود، یک جفت مجاور می‌سازند. دلیل اصلی این قضیه این است که ایموجی سگ به‌راحتی روی صفحه‌کلید یا نرم‌افزارهای دستگاه، قابل‌دسترسی است. هرچند، بسیاری از افراد گروه آگاه بیان کردند که اگر پیدا کردن ایموجی برای استفاده در جفت مجاور دشوار باشد از به‌کاربرده آن صرف‌نظر می‌کنند؛ مگر اینکه پیام برای آن‌ها بسیار مهم باشد و مجبور شوند در پایگاه‌های اینترنتی به دنبال تصویری برای آن بگردند.

ایموجی‌هایی که به‌راحتی در دسترس‌اند و توسط یونیکد انتخاب می‌شوند، برای نمایش تصویری از زندگی روزمره کاربران طراحی‌شده‌اند و علی‌رغم تفاوت‌های نمادین ظریفی که دارند، به تصاویر استانداردی تبدیل‌شده‌اند که همه به‌راحتی می‌توانند آن‌ها را درک کنند. به همین دلیل است که همان‌طور که تا اینجا مشاهده کرده‌ایم، متداول‌ترین آن‌ها برای سلام و احوالپرسی، نشانه‌گذاری و عملکردهای محاوره‌ای یا احساسی کلی به کار می‌روند. درواقع آن‌ها تبدیل به واژگان اصلی برای استفاده استاندارد ایموجی شده‌اند؛ چون در سرتاسر دنیا، یک شکلک خندان در مقایسه با تنوع ایموجی در عنوان شکلی سلام و احوالپرسی، قابل‌فهم‌تر است تا یک الگوی زبانی خاص برخی جفت‌های مجاور نیز در مقیاس عمومی از موقعیت بالاتری برخوردارند مانند واژه سگ‌ها و ایموجی همراه اول که ذکرشده البته در چنین وقت‌هایی، نشانه‌های فرهنگی ممکن است به‌طور غیرمنتظره‌ای بروز کنند، ایموجی سگ در کنار واژه متناظر با آن، یک روایت فرهنگی مستقل و ضمنی درباره نقش سگ‌ها در محیط اجتماعی است که کاربران در آن قرار ارشاد به این صورت که سگ‌ها حیوانات خانگی دوست‌داشتنی، همراه و غیره‌اند، این مسئله می‌تواند در فرهنگ‌های دیگر متفاوت باشد. به‌این‌ترتیب ممکن است جفت مجاور، به‌صورت کتابی، طنزها بی‌معنی تفسیر گردد.

جفت‌های مجاور همچنین بسته به جریان مکالمه، ازنظر ساختاری متنوع‌اند برای مثال، دریکی از متن‌های فصل‌های قبلی که یک تبریک کریسمس بود، تمام تصاویر استفاده‌شده (سانتا کلاز درخت، ستاره و غیره) مربوط به کریسمس بودند این هماهنگی موضوعی، در اکثر پیام‌هایی که بررسی شدند. مشاهده می‌شود؛ اما مسیر دانی که متن، پیاده را وادار به قرارداد تصاویر در ساختار سعی می‌کرد اهمیتی بود که فرستنده قصد داشت گیرنده آن را درک کند. من این ویژگی‌ای را درجایی دیگر، از تمرکز موقعیتی (دانی[[123]](#footnote-123)، ۱۹۹۴) نامیده‌ام که عبارت استفاده از اجزای گفتمان، برای وادار کردن مخاطب به تمرکز بر موقعیت، دارد و در آن احساس برجسته می‌شود. با مراجعه به داده‌های جمع‌آوری‌شده برای این کتاب، بدیهی است که جفت مجاور این امکان را فراهم می‌کنند تا بر برخی موقعیت‌ها بر اساس اوضاع شخصی، تأکید شود. در متن مربوط به کریسمس، مشخص بود که فرستنده با ورود کریسمس خوشحال است، چون شاهزاده خانم در خانواده است و او ظاهراً می‌خواست با نشان دادن کریسمس، گفتگوی خود را به واکنش ذهنی برساند تا وضعیت بصری را دنبال کند.

تمرکز موقعیتی بیانگر آن است که ارتباط فعالیتی، بامعنی‌های بیانگر خودرو یا است (تیتون[[124]](#footnote-124) 1997). صحبت کنندگان درگیر تحقق برنامه‌ها و اهداف شخصی از طریق احساسات ایموجی هستند. پاسخ‌های عاطفی گفتگوکنندگان به پیام‌ها، انتخاب تصاویر در جفت‌های هم‌جوار را هدایت می‌کند. این‌ها برای این است که مخاطب را در موقعیتی قرار دهد که ظاهراً آدرس دهنده می‌خواهد جلب‌توجه کند – این نمونه‌ای معمولی از عملکرد ارتباطی است. یک مثال ساده از تمرکز موقعیتی بالا تصویر شد به همراه کلمه سگ است. در متن پیام فرستنده می‌خواهد به این نتیجه برسد که همراه سگش نقش مهمی در زندگی او داشته است، همان‌طور که متن کلامی به این معنی است (او همراه من است، آیا تو نمی‌خواهی؟)- و بنابراین دلالت بر یک نوع عاشقانه دارد و این همان چیزی است که گودین (1992) ارزیابی کرده است، یعنی استراتژی‌هایی که منابع شرکت‌کنندگان را برای نمایش ارزیابی رویدادها و افراد از طریق روش‌های مرتبط با پروژه‌های بزرگ‌تر که درگیر آن هستند، فراهم می‌کند. با این‌روش، نویسنده می‌تواند توضیحی در مورد وضعیت عاطفی خو یا برداشت خود از یک موقعیت ارائه کند.

عملکرد خود - پویایی نوشتن شکلک برای طبقه‌بندی موقعیتی از جفت‌های هم‌جوار ممکن می‌شود؛ بنابراین، علاوه بر جفت‌های هم‌جوار بسیار حساس، مانند (من تو را دوست دارم) و به دنبال آن شکلک قلب، از دسته‌های زیر می‌توان برای اشاره به ماهیت پویای نفس این جفت استفاده کرد:

1- توضیحی: ایموجی موجود در یک جفت که به فرستنده اجازه می‌دهد تا پاسخ ذهنی خود را به‌صورت بصری به چیزی اضافه کند؛ مانند عبارت (این افتضاح است) که شکلک مدفوع پس‌ازآن آمده است.

۲- طعنه بیا کنایه: ایموجی موجود در یک جفت که به‌منظور انتقاد از چیزی ارائه‌شده است مانند از فکر می‌کنم با تمام این اوصاف با او رابطه دارد به همراه یک ایموجی تشویق به‌عنوان شکلک (آفرین).

3- تحقق آرزو: ایموجی موجود در یک جفت که یک خواسته یا آرزو را از طرف فرستنده بیان می‌کند؛ مانند (بالاخره امشب داریم میریم بیرون به همراه شکلک بالا و پایین پریدن)

4 – احساس متقارن: ایموجی موجود در یک جفت که احساس فرستنده را از طریق تنوع ایموجی احساسی ارائه می‌کند؛ مانند (من واقعاً دوستش دارم).

5 - دعا کردن: ایموجی موجود در یک جفت که نشان‌دهنده دعا کردن است. برای مثال، در عبارت (دعا می‌کنم که این حقیقت داشته باشد)، به همراه ایموجی دعا به‌کاررفته است.

استنتاج این حالات خودرویی صرفاً از طریق واژه‌ها نیز امکان‌پذیر است، اما دشوار خواهد بود. به‌علاوه، قدرت بصری تصاویر، خود تضمین می‌کند که به‌راحتی قائل ارتباط باشند. این واقعیت که تفاوت‌های فراوانی در ساخت جفت‌های مجاور موجود در داده‌های متنی وجود دارند، نشان می‌دهد که به‌طورکلی تنوع درونی، عامل ثابت استفاده از ایموجی‌هاست.

**ادبیات به سبک کارتن**

نمی‌توان گفت که نگارش یک متن با ایموجی، مشابه نگارش یک کارتون با اعمال دشوار است. به‌عنوان‌مثال، جفت‌های مجاور مشابه تصاویر کارتونی همراه زیرنویس یا بالون‌های متنی هستند. به‌علاوه، زبان ایموجی نیز مانند کارتون‌ها معمولاًبرای اضافه کردن شوخی کنایه، صمیمیت یا دیگر جنبه‌های احساسی به متن و در و عملکردهای سخن، استفاده می‌شود؛ بنابراین، زبان ایموجی به‌ویژهمتنی که با انواع قالب‌های فرهنگ‌عامه دارد. ازجمله داستان‌های مصور می‌تواند به‌آسانی تحت عنوان نگارش از مصور را طبقه‌بندی کرد. به‌علاوهمی‌توان سه عملکرد اصلی اجتماعی کارتون‌ها را در استفاده از شکلک‌ها تشخیص داد:

ا- **کارتون‌های مطبوعاتی** که توسط هنرمندان روزنامه یا مجله‌ها ساخته می‌شوند تا به‌عنوان تفسیر، معمولاً از نوع طنز، در مورد وقایع جاری اجرا شوند. این همان عملکرد حاشیه‌ای شکلک‌های مذکور است.

2 – کارتون‌ها (طنز)، معمولاً برای طنز طراحی می‌شوند مردم به‌طورمعمول در مجلات و هنگام تبریک از آن‌ها استفاده می‌کنند، استفاده از جفت‌های مجاور در داده‌های متنی، گونه‌هایی از شوخی را تشکیل می‌دهند که به معنای خندیدن است.

3 – کارتون‌های گویا که با تبلیغات یا مطالب آموزشی سازگار هستند برای روشن کردن نکات خاص یا بیرون آوردن جنبه‌های خاص یک محصول جدید یا موضوع آموزی استفاده می‌شوند نیازی به گفتن نیست که استفاده از شکلک برای نشان دادن چیزی در یک تمام داده‌های متنی بررسی شده‌ این کتاب معمول است.

یک نگارش کارتونی موجود در ذات زبان ایموجی بدون شک با ظهور دنیا کارتون‌ها به‌عنوان یک قالب ترکیبی مدرن از نگارش دریایی ارتباط دارد و همان‌طور کارتون‌ها در فرهنگ‌های مختلف به شیوه‌های متعددی تفسیر می‌شوند (کوه، ۲۰۱۳) یک کارتونی موجود در نگارش ایموجی‌ها نیز منبع عمده تنوع فرهنگی است. درواقع مشت کارتون‌ها از قرن شانزدهم و با اعلامیه‌های آلمانی کارتون‌های تنگی که روی صفحات بزرگ کاغذ چاپ می‌شدند که برای ترغیب نظر مردم به سمت برخی مسائل سیاسی و اجتماعی طراحی می‌شدند، آغاز شد. ویلیام شوگارت، نقاش و حکاکی انگلیسی، کی بود که هر داستان‌سرایی تصویری (کارتون) - چیزی شبیه به داستان‌های منصور مدرن - را آغاز کرد. در قرن نوزدهم، روزنامه‌ها شروع به استفاده از کارتون‌های مطبوعاتی در نشریات خود کردند. در ایالات‌متحده، کارتوئیتهایی مثل توماس نت از کارتون‌ها برای لایی کردن به دلایل مختلف استفاده کرد تا از بهترین آثار شناخته‌شده است، می‌توان به کارتون‌های مربوط به جنگ داخلی آمریکا و کارتون‌های علیه برده‌داری اشاره کرد. کارتون‌های طنزآمیز در سال ۱۹۲۵، توسط مجله نیویورک، معرفی شدند. شیوه استفاده از کارتون‌های پوستری از دهه ۱۹۶۰ آغاز شد و در ابتدا معمولاً به‌عنوان ابزاری برای ابراز اعتراضات سیاسی به کار می‌رفتند. پاد فرهنگ رادیکال موجود در این دوره، ژانری را با عنوان داستان‌های مصور زیرزمینی به وجود آورد که موضوعاتی را که پیش از آن ممنوع بودند. (مواد مخدر، آزادی جنسی و سیاست‌های رادیکال)، به شکل کارتون مطرح کرد ولی امروزه، کارتون‌های پر خط که بانام ای - تونر شناخته می‌شوند - در انواع مختلف وب‌سایت‌ها و یا عملکردهای مشترک و مشروع، استفاده می‌شوند، کد ایموجی نیز به همین ترتیب، دستگاه‌های بصری را بری تزریق هجو و شکلی از ویرایش در پیام‌های روزمره ساده ارائه می‌کند.

با ظهور توییتر و اینستاگرام، نگارش ایموجی، چه به دلایلی کارتونی با شیوه گسترش پیداکرده است. با توجه به اینکه هردوی آن‌ها نرم‌افزارهای خوبی از تقلید انتخاب ایموجی‌اند، موجب افزایش حجم استفاده از ایموجی‌ها می‌شوند (همان طور که در بالا مطرح شده)، اینستاگرام، یک سرویس شبکه‌های اجتماعی شامل اشتراک عکس در ایام نور است که کاربران را قادر می‌سازد تا تصاویر بصری را در شبکه‌های اجتماعی دیگری مثل فیس‌بوک، توییتر، تامبلر و فلیکر، به اشتراک بگذارند. به نظر بسیار ساده متونی که در این زمانه ایجاد می‌شود تقریبا همت و لزوماً، شامل ایموجی‌اند. برای اثبات این مسئله از پنج نفر از افراد گروه آگاه پرسیدیم، آیا می‌توانند به هم برات تنها یک هفته به هنگام ارتباط با دوستانشان از طریق این بشر، به‌طور اختیاری از ایموجی استفاده نکنند؟ همه آن‌ها به‌اتفاق اظهار کردند که پیام‌های آن‌ها بدون ایموجی از عجیب و غیرعادی و به نظر خواهد رسید، این مسئله نشان می‌دهد که بارش ایموجی دیگر یک گزینه نیست، بلکه به یک سبک نگارشی سیستم مثال در برخی زمینه‌ها پلتفرم‌ها و رسانه‌های مشخصی تبدیل‌شده است. ایموجی‌ها، در حال حاضر کارتونی‌اند که بیشتر روی شوخی و طنز تأکیددار شده تا بخشی از یک شیوه نگارش جنت و بازتاب جاذبه داشته است؛ این مسئله باعث تخریب ژاک دریدا (۱۹۷۶، ۱۹۷۸) شد، شیو از تعاریف دقیقی برای این کار و استفاده می‌شود، شیوه ما در پاسخ به نگارش، شیوه‌هایی اجتماعی است. طبق نظر برخی از منتقدان ازجمله جک دریدا (۱۹۷۶، ۱۹۷۸)، شیوه‌های نگارشی چایی با ایجاد طبقه‌بندی‌های زائدها برای این کار و واردکردن آن‌ها به واژگان و دستور زبانی که برای تولید می‌شود، ما را در پاسخ به پرسش‌های وجودی دچار آشوب نگارش و تمام تغییراتی که پشت هرکدام ابزاری است که ایده‌ها را بدون تحریف رمزگذاری می‌کند و آن‌ها را بسیار پیچیده می‌نماید، دورات راه‌حل فیلسوف با ایدئولوژی گفتمانی دوره‌ای که متن تغییراتی که پشت سر گذاشته است ثابت می‌کنند؛ بنابراین، نگارش ابزاری برای جستجوی حقیقت دست‌نیافتنی نیست، بلی برای رمزگذاری آن به شیوه‌ای مشخص است. معنای یک متن می‌توان قطعی تعیین کرد، چون بسته به فردی که آن را می‌خواند، زمانی که خواننده آن را می‌خواند و شیوه‌ای که خوانده می‌شود و غیره، تغییر می‌کند، درک یک متن، با ارجاع به آن به‌طور جداگانه و نیز نحوه گرد هم آمدن آن‌ها به‌صورت یک کل، به دست توجه به اینکه بخش‌ها را نمی‌توان بدون کل درک کرد، تفسیر متن به‌صورت دوران است، به‌این‌ترتیب، معنی متن باید در بافت فرهنگی - تاریخی آن قرار گیر، شیوه سنتی پژوهشگران را در تفسیر آثار ادبی، به‌عنوان بازتاب دید نویسنده، رد کرد. یک متن روایی معنی ثابت و یکپارچه‌ای ندارد، چون نیات نویسد را نمی‌توان به‌آسانی مشخص کرد، تفاسیر منطقی نامحدودی درباره یک متن رادارند که فراتر از مقصود نویسنده‌اند، به‌این‌ترتیب متن، خود را در طول زمان می‌سنجید و تفسیر می‌کنید. شیوه‌های نگارش، ازنظر ماهیت، خود ارجاعی‌اند. مشخص می‌گردد آنچه به نظر می‌رسید که بیان حقیقت در متن باشد، تنها یک نظر خاص بوده است؛ بنابراین نگارش ابزاری است که به‌وسیله آن می‌توان ایدئولوژی‌های فرهنگی و نظرات از موردعلاقه را برای بازتولید، بایگانی کرد. هرچند، آنچه دریدا ممکن است ازدست‌داده باشد، این واقعیت است که هر شکلی از بیان، منعکس‌کننده بافت تاریخی است. این مسئله به این معنی نیست که نمی‌تواند با هرمنوتیک متفاوتی تفسیر شود. با افزودن تصاویر به متن، هرمنوتیک توسط شعرگونهٔ که احساسی، خود پویشی و نسبت به منطق عقلایی معنای فلسفی مقاوم است، به‌عنوان نمایش منظمی از واقعیات - رد می‌شود. به‌این‌ترتیب ایموجی‌ها نیز مانند کارتون، یک معنای پنهان ضد سلطه‌گری در خوددارند

حروف الفبا، موجب یک انقلاب هرمنوتیک در جهان باستان شدند که این انقلاب منجر به استفاده از نوشتار به‌جای کلاه شفاهی، به‌عنوان ابزاری برای ثبت اطلاعات و درک منطقی جهان شد. طبق مشاهدات مک لوهان (۱۹۶۴) این امر این بود که الفبا میزان ارتباط و عملکرد بشر را کنترل کرده و به آن شکل می‌دهد.

تنوع ایموجی در ابتدا باعث تقویت برخی قابلیت‌های جسمی، ذهنی یا بیولوژیکی کاربر می‌شود؛ اما هم‌زمان با تقویت یک حوزه، حوزه دیگری تقلیل یافته و در نهایت مهجور می‌گردد تا زمانی که از حداکثر ظرفیت فناوری استفاده گردی ویژگی‌های آن معکوس شوند و فناوری قبلی در محیطی دیگر بازیابی شود. همان‌طور که در این کتاب مشاهده کردیم، سیستم نگارش ترکیبی ایموجی، دامنه و دسترسی ارتباطات غیررسمی نوشتاری را افزایش داده و به‌این‌ترتیب، بخش‌هایی از شیوه الفبایی را مشوش کرده است، اما امروزه، چاپ و سایر رسانه‌های نمایشی در اینترنت بازیابی شده‌اند و این مسئله، امکان وارونه‌سازی انواع متون، از چایی تا متون کاملاً نمادین را فراهم می‌کند.

جنبه‌های اجتماعی تکامل‌یافته نگارش ترکیبی کارتونی، نیاز دارند که بیشتر از مسائل تجربی و عصب‌شناسی بررسی شوند؛ چون همان‌طور که ترکیب و نظریه‌های دیگر عصب‌شناسی اشاره می‌کند، بصری بودن و کلامی بودن شامل تعامل نواحی عصبی مختلف‌اند (فصل ۴). این مسئله می‌تواند به معنی تغییر در ساختی باشد که هم گذشته پیکتوگراف را بازیابی می‌کند و هم حال ترکیب تقویت می‌نماید. نگارش کارتونی، ضد سلطه‌گری است؛ به این معنی که مخالف میوه‌های سنتی نگارش است. افراد باسواد یعنی، افرادی که می‌تواند بخواند و - کسانی هستند که همیشه در طول تاریخ، قدرت و نفوذ را در دست داشته‌اند پس از دهه ۱۴۰۰، اکثر مردم در سراسر دنیا بی‌سواد بودند.

بسیاری از آن‌ها مهارت خواندن و نوشتن را ندارند، چون مدارس کمی وجود داشت و شهریه‌ها غالباً گران بودند. اگرچه برخی از افراد هر سطح از جامعه قادر به نوشتن بودند، اما اکثر افراد باسواد به طبقات بالای اجتماع تعلق داشتند و مردم بی‌سواد فاقد دانش خواندن و نوشتن بودند، این تا امروزه هم بی‌سوادی محسوب می‌شد تا زمان اختراع ماشین چاپ این نظریه مرسوم بود. اغلب، طبقه اجتماعی یک کشور بر اساس سطح سواد افراد معمول بود در آن زمان تعیین می‌شد؛ اما ماشین چاپ همه‌چیز را به سطح خواندن و نوشتن، مربوط می‌کرد و همه وابسته به افراد باسواد بودند. آن‌ها قدرتی نداشتند و بی‌سوادی به معنای ضعف و مشکلات اجتماعی - اقتصادی بود و در زمان اختراع ماشین چاپ در دهه ۱۳۰۰، به میزان نابرابری و به‌طور گسترده‌ای از ناحیه‌ای به ناحیه دیگر متنوع بود؛ اما ماشین چاپ همه‌چیز را تغییر داد. مک لوهان، دنیای جدیدی را که با ظهور ماشین چاپ شکل‌گرفته بود، به دنبال مخترع آلمانی ماشین چاپ، برای ما که کاملاً شناخته‌شده است، کهکشان گوتنبرگ نامید. پس از قرن پانزدهم چاپ از طریق کتب، روزنامه‌ها، رسالات و پوسترها به ابزار اصلی برای نشر اطلاعات، دانش و ایده‌ها تبدیل شد. مهم‌تر از آن، با توجه به اینکه کتاب‌ها می‌توانست سیاسی محسوب شود، ماشین چاپ آغازگر جهانی‌شدن فرهنگ شد. همچنین مشوق کسب سوادآموزی در سراسر دنیا شد و راه را برای بسیاری از جنبش‌های پارادایمی، به‌ویژه روشنفکری، هموار کرد.

با گسترش تجارت و صنعت در طول قرن هجدهم و نوزدهم، عده زیادی از روستاها به شهرها مهاجرت کردند، جایی که در آنجا نیاز داشتند نحوه خواندن دستورالعمل‌ها را بیاموزند و کارهایی را انجام دهند که نیاز به سواددارند. دولت‌ها شروع به ارج نهادن به شهروندان تحصیل‌کرده نمود و نظام‌های مدارس عمومی گسترش پیدا کردند. اوایل دهه ۱۸۰۰ آموزش رسمی، عمومی به‌طور خاصی الزامی شده بود، درنتیجه، مردم بیشتری فرصت و انگیزه یادگیری خواندن و نوشتن را داشتند و این مسئله باعث افزایش سریع‌تر نرخ سوادآموزی شد.

تا به امروز، سواد به‌عنوان ابزار اصلی کسب اعتبار اجتماعی و رفاه اقتصادی در نظر گرفته می‌شود. به همین دلیل است که بسیاری از سازمان‌ها در جهت پیشرفت سوادآموزی فعالیت می‌کنند؛ اما همان‌طور که در این فصل و فصل‌های پیشین بحث شد، شیوه‌های سوادآموزی در حال تغییرند. اگرچه نگارش چاپی هنوز هم معیار نگارش رسمی، از مدرسه و دانشگاه گرفته تا روزنامه‌نگاری و فلسفه به شمار می‌رود نگارش ترکیبی ممکن است به‌زودی در تمام سطوح نگارش رسوخ کرده و نسخه‌های خطی مذهبی و مصور گذشته را فراخوانی و بازیابی کند. اکنون، با ظهور نگارش ترکیبی، به مفهوم سواد انتقادی نیز توجه بسیاری می‌شود. سواد انتقادی، فرایند استخراج معنی و معنا دادن به مطالب چاپ‌شده است. این فرایند، عمدتاً از طریق آموزش رسمی ایجاد می‌شود و به‌وسیله ترتیباتی اجتماعی که در آن سواد نقش غالب را دارد، تقویت می‌شود. سواد انتقادی بر اساس سلایق شخصیتی افراد شکل می‌گیرد و می‌تواند بعدها در زندگی توسعه بیشتری پیدا کند. البته سواد انتقادی عملکردهای اجتماعی وسیع‌تری نیز دارد که در طول تکامل یک جامعه، شیوه‌های نگارش را شکل می‌دهند، به‌عبارت‌دیگر، آن‌ها از سطح بالایی از سواد انتقادی برخورداری دارند که دیده‌شده و موردتوجه قرار می‌گیرند، با تنوع ایموجی ها بار دیگر، یک ایدئولوژی قدرت، پشت آن‌ها وجود دارد. افرادی که از سواد انتقادی برخوردارند، معمولاً کارگزاران قدرت بوده و توانایی این رشد را داشته و می‌توانند موردتوجه قرار بگیرند. این پارادایم به‌طور قابل‌توجهی تغییر کرده است. به‌عنوان شال، سینتیا سلف (۱۹۹۹) معتقد است که مفهوم سواد انتقادی امروزه اهمیت اندکی دارد، مگر در حوزه دانش‌های فناوری و کامپیوتر؛ چون ترادف قدرت گذشته از بین رفته‌اند و یا به شکل آنلاین درآمده‌اند و در این فضا اصلاح‌شده و یا تغییریافته‌اند. درواقع، در عصر اینترنت شکل جدیدی از ضد سلطه‌گری در حال ظهور است و بارزترین نشانه آن، نگارش ترکیبی است

امروزه، به دنبال چیزی گشتن، به معنی مراجعه به ویکی با گوگل است تا مراجعه به یک واژه‌نامه یا دایرة‌المعارف چاپی، بنابراین، حتی شیوه‌ای که اطلاعات را جستجو می‌کنیم نیز به‌شدت تغییر کرده است، چه برسد به شیوه نگارش اطلاعات اکثر متون، به‌این‌ترتیب، پایگاه‌های اینترنتی به منبع اصلی سواد انتقادی و انتشار دانش تبدیل‌شده است. واژه ویکی، به هر وب‌سایتی که اطلاعات مشخصی را ارائه می‌کند اشاره دارد: ویکی‌پدیا (دایرة‌المعارفی)، «دیکشنری» و غیره، تفاوت بین منابع چاپی تازه‌ها و قدیمی (واژه‌نامه‌ها و دایرة‌المعارف‌ها)، این است که اجازه می‌دهند که محتوای آن‌ها را گاهی حتی بدون نیاز به اثبات آن، ویرایشش کنند. موقعیتی که به‌وضوح برای آنچه سواد نامیده می‌شود، پیامدهایی پدیده ایموجی نیست؛ چون هر دو از نتایج گرایش‌های تغییردهنده حاصل‌شده؛ موقعیتی که کارایی دارد پدیده ویکی، بی‌ارتباط به پدیده ایموجی نیست. اجتماعی تکامل‌یافته در ارتباط به روش نوعی آگاهی جهانی خودبه‌خود به وجود آمدن و انتشار دانش است. ویکی‌پدیا، در ۱۵ ژانویه توسط سالجور و پن کوویتز راه‌اندازی شد که در ابتدا قصد داشتند آن را بانام نوپیدیا، مطابق با دایرة‌المعارف اینترنتی اینترپیدیا راه‌اندازی کنند و بسازند که آن توسط 40 فرد متخصص نوشته شد که با همکاری داوطلبان و بازدیدکنندگان سایت تکمیل شد و جای گفتن دارد که درباره صحت و اعتبار کلی مطالب لری سنجر وین در مورد دایرة‌المعارف انگلیسی‌زبان بانام او که در سال ۱۹۹۳ راه‌اندازی شده بود ولی خیلی زود تصمیم گرفتند آن را ویرایش کنند. لازم به گفتن نیست. کالاهای بازرگانی، مورد معامله قابل‌بحث است، چون در معرض آسیب ازنظر کاربران قرار دارند. دایر قال تا حدودی این موقعیت را - به‌ویژه با درج هشدارها - جبران کرد و یک منبع مرجع بازرگانی است که در آن اطلاعاتی مانند کالاهای اصلاح‌شده و یا با تغییر ارزش‌های محیطی، کنار گذاشته می‌شوند. ویکی‌پدیا، با در دسترس قرار دادن دانش و سواد انتقادی برای همه ارزش‌های پیرامونی، انتخاب را به کاربر می‌دهد. ایده اصلی و سواد انتقادی برای همه افراد است.

رد: با تلاشی برای ایجاد و توزیع یک بنیان‌گذاران ویکی‌پدیا آن را این‌طور توصیف می‌کنند: تلاشی برای ایجاد و دایرة‌المعارف چندزبانه رایگان با بالاترین کیفیت، برای تمام افراد روی زمین با هر زبانی که دارند. ویکی‌پدیا، با ارائه پذیرش دسترسی سریع و دیگر ابزارهای دقیق متقابل در هر مقاله، جستجوی اطلاعات خاص را تسهیل می‌کند. در حال حاضر مقالات به دیگر بسترهای دیجیتالی نیز پیوند داده‌شده‌اند؛ بنابراین، ویکی‌پدیا موردی بی ثابت و انعطاف‌ناپذیر نیست که بدون تأیید افراد متخصص و معتبر، قابل‌تغییر نباشد (به دلیل شرایطی که درباره دایرة‌المعارف‌های سنتی حاکم است). ویکی‌پدیا این امکان را برای همه فراهم می‌کند که در ایجاد اطلاعات در فرایندی مداوم ایجاد اشتراک، بازسازی و مشارکت مشترکین را داشته باشد و به‌این‌ترتیب، تضمین می‌کند که منابع اطلاعاتی، همواره در حال تکامل و به‌روزرسانی‌اند. ازجمله انتقاداتی که به ویکی‌پدیا وارد می‌شود، این است که اطلاعات آن دقیق نبوده و ویرایش آن ضعیف است. این مسئله ممکن است صحت داشته باشد، اما ویکی‌پدیا شروع به تبدیل هرچه بیشتر آن به یک ابزار ارجاع آنلاین سنتی باکیفیت قابل‌کنترل شده است. به‌علاوه، به نظر می‌رسد که ضعف‌های آن خیلی زود آشکارشده و برطرف می‌شوند. ویکی‌پدیا یک سیستم مرجع خودسازمان‌ده است. ویکی‌پدیا، سواد انتقادی را جایگزین شکلی از دانشی نموده که در اختیار افراد معتبر و بانفوذ است، آن را مردم‌گرا کرده است.

همین استدلال را می‌توان درباره دانش ایموجی هم به کاربرد. دسترسی به نشان‌های ایموجی، شکل قبلی نگارش را به شکل مردم‌گرایانه‌تری تبدیل کرده است بااینکه ایموجی‌ها را مؤسسات مختلف تعیین می‌کنند. انتخاب متن به شیوه‌های تکرار باعث تغییر پارادایم پیشین می‌شود. ممکن است این پرسش ما نمونه دیگری از تغییرات قدرت است تا تضعیف قدرت بیش از هر جای دیگری، در قدرت جدید و خلاقانه است که باعث تغییر پارادایم پیشین می‌شود. ممکن مطرح شود که این حرف‌ها نمونه دیگری از تغییرات قدرت است تا تغییر جهت نگارش به اشکال دیجیتالی بیش از هر جای دیگری و دسترسی آن برای همه در گوگل، منجر به بحث شدیدی در این زمینه شده است که آن را در مدت نسبتاً کوتاهی کسب کرده، مشهود است. هدف این شرکت، سازمان‌دهی اطلاعات از سراسر دنیا و شهرتی که گوگل به‌تنهایی و در این بازه زمانی به دست آورده است، این‌طور اظهارشده است که هدف این شرکت، سازمان‌دهی کردن با توجه به قابل‌دسترس قرار دادن آن برای همه افراد از طریق شبکه گسترده جهانی است، ظهور به بحث شدیدی در این زمینه شده است که چه چیزی سواد انتقادی یا کاربردی را تشکیل می‌دهد. ایده بدیع قرار دادن همه کتاب‌ها و کتابخانه‌ها در دسترس مردم از طریق گوگل بسیار ایدئال است، اما هنوز قابل‌اجرا بودن آن مشخص نیست در حال حاضر، الگوی قدرت جدیدی وجود دارد. دانش، اکنون در دستان فعالان و مصلحان حوزه دیجیتال است؛ افرادی که انتخاب می‌کنند چه چیزی را در دسترس قرار دهند، حتی بااینکه گوگل ادعا کرده است که هر چیز ممکنی را در دسترس کاربر قرار خواهد داد، خطر بزرگی در اختصاص دادن این قدرت عظیم به یک شرکت خاص، یعنی گوگل وجود دارد. یکی دیگر از مسائل مهم درباره دنیای گوگل، تأثیراتی است که می‌تواند روی شناخت، هویت، جامعه‌پذیری و ارتباطات - از بین عوامل مختلف دیگر - بگذارد، آیا گوگل با در دسترس قرار دادن آسان میزان وسیعی از اطلاعات، ما را نسبت به گذشته باهوش‌تر یا بی‌تفاوت‌تر کرده است؟ یا به‌طور ضمنی ما را به استفاده آنی از گوگل کرده، ایموجی‌ها اکنون در سرتاسر شبکه‌اند و مردم می‌توانند به شیوه‌های منحصربه‌فرد آن‌ها را بدون هیچ‌گونه تفکر انتقادی مورداستفاده قرار دهند. کافی است بدانید که قوانین خواندن ما که برای درک جهان به کار می‌گیریم، در شکل‌گیری افکار و نحوه درک ما تأثیری ندارند. به‌این‌ترتیب، گوگل نحوه دیدگاه ما را درباره سواد انتقادی و محدود کردن ذهنمان را تغییر می‌دهد. مورد خاصی نیست که ایموجی‌ها اولین رکورد جهانی در دسترس‌اند و مردم می‌توانند آن را انتخاب کرده، تغییر داده و استفاده کنند. بزرگ‌ترین انتقادی که نسبت به ایموجی، مطرح می‌شود این است که همانند کاریکاتور سازی که سالم بودن را تشویق می‌کند، تأكید ناخوشایندی را روی آن‌ها منعکس نکنند؛ و کاره (۲۰۰۸)، آمار و محبوبیت را برای آن‌ها همانند دنیای گوگل تشویق می‌کند، و نه زودگذر بودن آن‌ها را. (آلتا، ۲۰۰۸ و کار، 2008) کوریشم ها می‌توانند به‌راحتی ارتباط پایگاه‌های اینترنتی را به‌طور فنی، با اطلاعاتی که از طریق اندازه‌گیری معیار ارزش درونیا، آن‌ها را ارزش‌دهی کند. گوگل بر اساس تعداد دفعاتی که یک واژه جستجو شده است بطور ضمنی میتواند از طریق الگوریتمهایی آنها را هم دقیقا بررسی کند.

**نشانه‌شناسی ایموجی: پیدایش**

برای وب‌سایت‌ها، رتبه‌بندی می‌شوند. اگر یک وب ساز آن‌ها را بر اساس تعداد کاربران وب‌سایت‌ها، رتبه‌بندی ‌کند و محبوبیت آن به صفحه‌ای پیوند داده شود که به آن پیوند اهمیت دهند؛ بنابراین، اهمیت و ارزش وب‌سایت، وابسته به محبوبیت آن است. همانا (۲۰۰۸) اظهار می‌کند، گوگل ما را به پردازش تصادفی اطلاعات اکتشافی آن‌ها واداشته است؛ بنابراین، به‌جای تشویق به خواندن در معنای چاپ، ما را به سمت جستجوی انتخابی و سطحی اطلاعات با اسناد محبوبیت هر کدام، هدایت می‌کند. همان‌طور که وایزیاناتان (2019) بیان می‌کند ما مشتریان گوگل نیستیم؛ ما محصولات آن هستیم، برایمان (خیالات، علائم ترجیح ما) آن چیزی هست که گوگل به تبلیغ‌کنندگان می‌فروشد.

روند بیشتر مهم است. همان‌طور که کار تصادفی اطلاعات بدون درک سیستم در معنای سنتی آن در عصر اطلاعات با استفاده از معیار دستان (۲۰۱۱) بیان می‌کند، اما به نظر می‌رسد که به‌طورقطع، نگارش ایموجی در جریان جدید شیوه‌های نگارش در عصر اینترنت، جای گرفته است. برای اینکه یک قالب جدید نگارش مشارکتی و عملکردی در این عصر داشته باشیم، نیاز دارد ازنظر کاربرد و محدوده امکانات ارتباطی، ارزیابی شوند. درواقع، زبان ایموجی به یک‌زبان میانجی تبدیل‌شده است. زبان میانجی در طول تاریخ بشر، اغلب به دلایل بازرگانی، علمی با دیگر دلایل رسمی، ظهور کرده است. هرچند درباره زبان ایموجی، دلایل این ظهور به نگارش غیررسمی و مانند کاریکاتور به تقویت نقش طنزآمیز بصری بودن در تولید پیام‌ها، محدود می‌شود و احتمالاً همین بصری بودن، منبع مشترک درک و کاربردهای مختلف زبان ایموجی، در سراسر اینترنت است.

برخی راجعه خطرات این شکل جدید از زبان میانجی هشدار می‌دهند؛ چون می‌تواند تمام زبان‌ها ازجمله زبان انگلیسی را به خطر بیندازد؛ اما سوزان کوک (۲۰۰۴) معتقد است که شواهد در حال افزایش، نشان می‌دهند که چشم‌انداز الکترونیکی جدید برخلاف چشم‌انداز حقیقی، با قوانین معمول مورد انتظار، بازی نمی‌کند. در فصل پایانی، به این موضوع خواهیم پرداخت.

**7 - گسترش ایموجی**

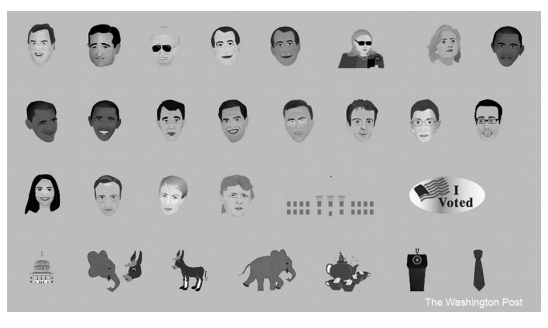
جناب اینترنت: شما در شایعه‌پراکنی مهارت زیادی دارید. حقیقت ارزشمندتر است و دستیابی به آن بسیار دشوارتر است.

مارک فراست (متولد ۱۹۵۳)

در سال ۲۰۱۵، شرکت سونی پیکچرز اعلام کرد که می‌خواهد یک فیلم پویانمایی‌ای ایموجی بسازد. همراه با انتخاب ایموجی توسط واژه‌نامه آکسفورد برای دنیای امروز، نشانه‌های بسیاری وجود داشت که استفاده از ایموجی را در کل جامعه و همه سطوح گسترش می‌داد. همان‌طور که در فصل قبل دیدیم، ایموجی‌ها اکنون بخشی از مبارزات سیاسی، بخشی از استراتژی‌های ایجاد آرم برای برندها و غیره هستند. آن‌ها چنان گسترده شده‌اند که همان‌طور که دیدیم، اکنون حتی به‌عنوان مدرک در دادگاه‌ها مورداستفاده قرار می‌گیرند که نشان می‌دهد اکنون آن‌ها ذات تعاملات انسانی هستند. خطراتی که از طریق ایموجی در سیستم‌عامل‌هایی مانند فیس‌بوک و اینستاگرام منتشر می‌شود، احساسات مثبتی را که ایموجی برای ایجاد یک حالت شوم ارتباطی طراحی می‌کند، به‌شدت تغییر می‌دهد. نظام‌های حقوقی اکنون استفاده تهدیدآمیز از شکلک‌ها را برای آزار و اذیت و حتی تعرض در نظر می‌گیرند.

گسترش ایموجی در سراسر فضای مجازی پدیده‌ای است که پیامدهای عمیقی در مورد چگونگی تکامل زبان ایموجی، نه‌تنها در مورد اصطلاحات معنایی، دستوری و عملی، بلکه در مورد اصطلاحات فلسفی مقررات، در پی دارد. چرا ایموجی‌ها در سراسر فضای دیجیتالی در پخش‌شده‌اند؟ این مسئله برای دوره‌های آینده نگارش اطلاعات چه معنایی دارد؟ در دو فصل بعدی، به‌طور مفصل‌تری به این پرسش پرداخته می‌شود. هدف در اینجا مشاهده الگوهای انتشار ایموجی احتمالی آن‌ها در طول این فرایند انتشار است، به‌عنوان‌مثال، سیاستمداران ایموجی و گفتمان سیاسی را بیشتر به‌گونه‌ای از گفتمان تبدیل کرده‌اند. در حال حاضر، توییتر‌های بسیاری از سیاستمداران حاوی شکلک است شاید برای اینکه به پیام‌هایشان لحنی مثبت بیفزایند و به نظر می‌رسد معنی ضمنی این نوع کاربرد چنین باشد: چطور می‌توانید شخص دوست‌داشتنی و خوش‌قلب را دوست نداشته باشید؟ از طرف دیگر ممکن است بخواهند واکنش منفی (طعنه‌آمیز) نسبت به سیاستمداران داشته باشند. برخی وب‌سایت‌ها، مانند آنچه واشنگتن‌پست در سال ۲۰۱۵ انجام داد، ایموجی‌هایی از سیاستمداران آمریکایی که در رقابت ریاست جمهوری آن سال شرکت دارند، در اختیار کاربران قرار می‌دهند. این ایموجی‌ها، در لینک زیر قابل‌مشاهده است:

<http://tech.co/washingtonpost-political-emojis-2015-04>.



ایموجی‌های سیاسی

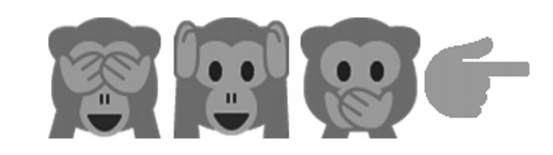
این تصاویر توسط رأی‌دهندگان، در پیام‌های دیجیتال برای واکنش به تبلیغ‌کنندگان مورداستفاده قرار می‌گرفت. درواقع، به نظر می‌رسد کد ایموجی دیگر به زمینه‌های ارتباطی دوستانه محدود نیست. به روشی در حال انتشار بود که قابل‌تصور نبود، در سال تصاویر برای واکنش نسبت به مبارزان انتخاباتی در پیام‌های دیجیتالی خود، استفاده می‌کردند. درواقع، به نظر می‌رسد این کد در سراسر جهان استفاده می‌شد. در این فصل چند روند عمده در استفاده از شکلک به‌عنوان شاخص‌هایی که ممکن است حرکت ایموجی در آن قرار داشته باشند (در هر مکانی) بررسی می‌شوند. به‌طور خاص، روند نوشتن فقط با ایموجی ظهور ترجمه ایموجی متون نوشتاری و استفاده از شکلک در تبلیغات را در پی داشت. این فصل با بحث در مورد چگونگی تلاش برای تکامل نظام‌های نوشتاری، ازجمله سیستم ایموجی، به پایان می‌رسد.

**نگارش فقط با استفاده از ایموجی**

به‌طورکلی، نگارش ترکیبی ایموجی، بسط دادن نگارش سنتی با افزودن اندکی احساسات و تضعیف ابهامات بالقوه درباره معنی یا مقصود متن است. همان‌طور که بحث شد، نمونه‌های مشابه متعددی پیش‌ازاین نوع نگارش وجود داشتند: از اشکال مشهور گرفته تا نسخه‌های خطی مذهبی، البته همان‌طور که مشاهده کردیم، پدیده ایموجی کارکردها و جنبه‌های دیگری نیز دارد؛ اما به‌طورکلی، ایموجی به معنای تقویت‌کننده است. به‌خودی‌خود، این پیامدهای کمی در نگارش در آینده دارد، بااین‌حال، نگارش متن به‌طور کامل به‌صورت شکلک امری کاملاً متفاوت است، زیرا این تلاش برای نفوذ ریشه‌ای در شیوه‌های نوشتن و تبدیل کامل آن‌ها است.

در نگارش ترکیبی، ایموجی، معنا را مبهم تفهیم نمی‌کند، بلکه اغلب آن را به‌طور روشنی نمایش و یا تقویت می‌کند؛ اما در متونی که فقط با استفاده از ایموجی نوشته می‌شوند، میزان درک بسیار کاهش می‌یابد. همان‌طور که در متن داستان تولد دیدیم، این نحوه نگارش باید ساختار مفهومی و معنایی نشانه‌های استفاده‌شده درک شود. این نشانه‌ها برای تولید متون، کلاژ استفاده می‌شوند.

برخی از متون به‌ویژه آن‌هایی که ترجمه عبارات و اصطلاحات ساده کلامی هستند، طریق رویکرد ساده پردازش متون مصور، به‌راحتی رمزگشایی می‌شوند. نمونه زیر در پایگاه‌های اینترنتی بسیاری شناخته‌شده است. این عبارت، ترجمه ضرب‌المثل هیچ بدی را نبینید، هیچ بدی را نشنوید و هیچ بدی را به زبان نیاوردید، به همراهی انگشت اشاره است که در برخی تفسیرها به نشان دادن مسیر، ترجمه می‌شود (نشان می‌دهد ضرب‌المثل باید رعایت شود).



ترجمه ضرب‌المثل با استفاده از ایموجی

هرچند نکته قابل‌توجه در اینجا این است که ایموجی یک میمون است. متنی که می‌تواند واکنش‌های بحث‌برانگیزی را به دنبال داشته باشد، نمونه یک ‌ضرب‌المثل کهن با مفاهیم مذهبی است. تا جایی که می‌دانیم، این ایموجی مشکل‌ساز نبوده است، شاید دلیلش آن باشد که با ماهیت کارتونی نگارش ایموجی تطابق دارد و به همین دلیل برای کاربران ایموجی (که به خواندن و نوشتن به سبک کارتونی عادت دارند) جذابیت داشته باشد. در حقیقت، گروه پژوهشی برای درک واکنش‌های منتقدانه ایموجی‌ها به بررسی اینترنتی پرداختند، اما نتوانستند واکنشی را دراین‌باره بیابد.

هرچند خواندن این نمونه راحت است، اما متن زیر در سایت‌های بسیاری وجود دارد که میزان رمزگشایی را سخت‌تر می‌نماید. آنچه به فرآیند تفسیر کمک می‌کند، این نکته است که مقصود پیام در ابتدای گفتگو با واژه‌ها بیان می‌شود: (پسر، بیابانک بزنیم) که این عبارت، راهنمایی رمزگشایی بخش‌های ایموجی است که به ترتیب، به شکل یک لیست، شبیه به خطوط یک دیالوگ با متن قرارگرفته‌اند. این بخش، پاسخ گیرنده به پیشنهاد دزدی از بانک در قالب ایموجی است؛ بنابراین، این امکان را برای فرستنده فراهم می‌کند تا به‌وضوح پیامدهای این پیشنهاد را تصور کند. خط اول، دنباله وقایعی که پیش‌بینی می‌شود رخ دهد را با ترتیب زمانی نشان می‌دهد؛ تفنگ (اسلحه برای دستبرد زدن به بانک) + کیسه پول (دزدی)+ماشین (وسیله فرار). این ساختار، رخداد محوری است و بازتاب‌دهنده اتفاقات واقعی به‌صورت متوالی است. خط زیر، یک ایموجی در حال پوزخند زدن است که چشمانی خندان دارد. این واکنش نشان‌دهنده تردید داشتن و مطمئن نبودن است. خط سوم نشان می‌دهد که پیامدهای بعدی چه می‌توانند باشند؛ یعنی ماشین‌های پلیس درصحنه حضور پیدا خواهند کرد. خط بعدازآن، ایموجی صورتک درهم بوده که یک واکنش منطقی به حضور پلیس است، خط چهارم، سلسله رویدادهای احتمالی را که پس از رسیدن پلیس اتفاق می‌افتد، به تصویر می‌کشد: تفنگ‌ها (تیراندازی بین پلیس‌ها و سارقین) + ماشین آتش‌نشانی + آمبولانس (که حضور این وسایل در شرایط اضطراری و احتمال صدمه دیدن و زخمی شدن را نشان می‌دهد)، ایموجی آخر، دو صورت در حال سرگیجه را نشان می‌دهد که بیانگر نگرانی و دلواپسی است.



متن پیام 24

سؤال آخر فرستنده (آیا جوابت منفی است؟» نتیجه‌گیری وی است، این پیام قابل‌فهم است؛ چون عبارات کلامی زمینه را ایجاد می‌کند که چارچوب تفسیری لازم را برای رمزگشایی ایموجی فراهم می‌کند. بدون آن‌ها، تفسیرهای مختلف را می‌توان به این پیام نسبت داد. نمونه این متن، در زیر آمده است که از یک وب‌سایت عمومی برداشته‌شده است:

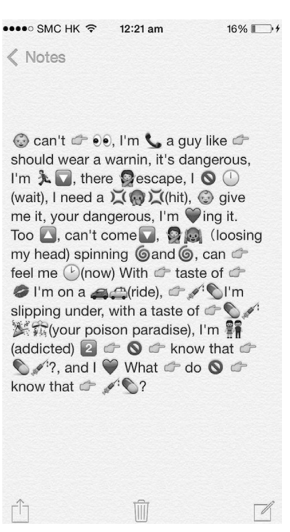


متن پیام 25

هدف فرستنده مشخص است؛ ترجمه برنامه تلویزیونی دکتر هو به زبان ایموجی، اما مجموعه‌ ایموجی‌ها به‌تنهایی، فراتر از درک افرادی است که با این برنامه آشنایی ندارند. معنی یک ایموجی مشخص را می‌توان از مقصود اعلام‌شده، استنباط کرد؛ برای مثال، پرچم بریتانیا (چون برنامه انگلیسی است) و ایموجی آدم فضایی (چون برنامه علمی - تخیلی است)؛ اما فهمیدن آنچه ساعت‌ها و دیگر ایموجی‌ها نشان می‌دهند، بدون آشنایی با برنامه تقریباً غیرممکن است، بخشی که تنها با استفاده از ایموجی نوشته‌شده، تفسیرگر غیر آغازگر را با طیفی از ترکیبات و ارجاعات غیرمستقیم روبرو می‌کند. همان‌طور که در زیر بحث خواهد شد، چنین متنی در مقابل درک همگانی مقاوم است، چون به درجه بالایی از استدلال نیاز دارد تا فرآیند خواننده را دشوار سازد. در کل، نگارش تنها با ایموجی، به‌ندرت به‌عنوان شیوه‌ای در مقیاس همگانی در نظر گرفته می‌شود؛ در عوض، به نظر می‌رسد بسیار تخصصی است و به دانش‌های خاصی نیاز دارد، مانند زبان تخصصی یا یک‌زبان خاص. حتی ضرب‌المثل بالا با استفاده از ایموجی، نیازمند این است که خواننده در مرحله اول با خود ضرب‌المثل آشنا باشد، بدون داشتن دانش پیشین، درک معنای متن غیرممکن است.

**ترجمه ایموجی**

یکی از گرایش‌ها جالب و نوظهور در نگارش تنها با استفاده از ایموجی، ترجمه متون الفبایی به متون نوشته‌شده تنها با ایموجی است (همان‌طور که در فصل قبل، گفتیم). این مسئله، در حوزه اشعار آهنگ‌های پاپ، محبوب است. یک مثال در این زمینه، ترجمه آهنگ معرف سمی از بریتنی اسپیرز است:

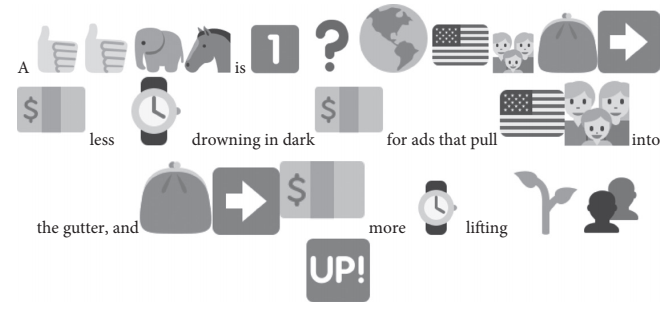


متن پیام 26

متن اصلی آهنگ، شناخته‌شده است (عزیزم، نمی‌بینی صدایت می‌کنم؟ مردی مثل تو باید با یک هشدار خود را حلقه آویز کند، خطرناک است، دارم به دامت می‌افتم، راه فراری نیست ...). در اینجا نیازی به تکرار نیست. هرچند بدون آگاهی داشتن از آن، درک آن مشکل است و خواندن‌های بسیاری خواهد داشت. برای مثال، باید بدانید انگشتی که اشاره می‌کند نشانه ضمیر (شما) است؛ همچنین استفاده از تصویر بچه نمایانگر (معشوق)، است که برای دانستن آن باید از دانش اصطلاحات عامیانه عاشقانه برخوردار بود. ما این متن را به افراد بسیاری خارج از گروه خود، نشان دادیم که هنگام انتشار این آهنگ، کودکان بودند و بنابراین لزوماً با آن آشنا نبودند از آن‌ها خواستیم آن را به شعر برگردانند. به‌طورکلی، کاربرانی برای آن‌ها درک آن ساده بود که با اصطلاحات عامیانه عاشقانه و نیز شیوه برگرداندن ایموجی به واژه‌ها آشنا بودند. البته تعدادی از ایموجی‌ها را اشتباه ترجمه کردند؛ بنابراین، متن همیشه به‌درستی بازسازی نمی‌شود؛ حتی باوجود اشارات واژه‌های نوشته‌شده، به‌طور تقریبی تفسیر و برداشت می‌شوند.

رمزگشایی متن بالا نسبتاً ساده است و همان‌گونه که افراد گروه آگاه نشان دادن، حتی بدون دانستن متن اصلی آهنگ هم می‌توان آن را بازسازی کرد، اما این مطلب همیشه صحت ندارد و این پرسش پیش می‌آید که به‌این‌ترتیب، چرا چنین ترجمه‌هایی در حال افزایش‌اند. همان‌طور که پیش‌تر ذکر شد، یک احتمال این است که متن حاوی ایموجی با سبک کارتونی خود، کاملاً متناسب با قالب‌ها و روندهای محبوب و متداول فرهنگی باشد؛ بنابراین، تعجبی ندارد که هنرمندان باب، مثل عزیز انصاری و کمدین ها، از کاربران شناخته‌شده ترجمه ایموجی شده‌اند. انصاری، آهنگ کاکا سیاه را در پاریس، از جی - زی و کانیه وست را ترجمه کرده است. این کار به‌تنهایی به یک‌روند عامه‌پسند تبدیل‌شده و مدرک اثبات آن، تعداد کلیک‌های فراوانی است که روی وب‌سایت انصاری زده‌شده است. در پاسخ به این روند در حال گسترش، در حال حاضر وب‌سایت‌هایی ماندن Emojisaurus.com به وجود آمده‌اند که ترجمه ایموجی عبارات محبوب را ارائه می‌کنند.

این روند ترجمه به تمام حوزه‌های جامع، نفوذ کرده است، نه‌فقط حوزه فرهنگ عامه، یکی از نمونه‌های این مسئله، سخنرانی باراک اوباما درباره وضعیت کشور در سال ۲۰۱۶ است که توسط روزنامه گاردین انگلیس در یک حساب توییتر، یعنی @emojibama ترجمه شد که متن سخنرانی را با ایموجی و چند واژه مختصر نشان می‌دهد. گزیده‌ای از این ترجمه در زیر ارائه‌شده است:



سخنرانی براک اوباما ارائه‌شده با ایموجی

اگرچه رمزگشایی آن تا حدودی مشکل است، اما در مقایسه با متن یک شعر یا آهنگ، راحت‌تر درک می‌شود و نیاز به دانشی خاص دارد. این ترجمه، با افزودن واژه‌ها و نیز علائم نشانه‌گذاری، به خواندن کمک می‌کند و آن را هدایت می‌نماید و همچنین به‌عنوان‌مثال وقفه‌ای درحرکت چشم ایجاد می‌کند؛ عملکرد آن مانند ویرگول در فرایند خوانش سنتی است. اگرچه نظرسنجی‌های سایت‌های سخنرانی نشان می‌دهد که این شیوه چندان رواج نیافته است تا با تأثیر سبک کارتونی نگارشی را تولید، ارائه و هماهنگ نماید.

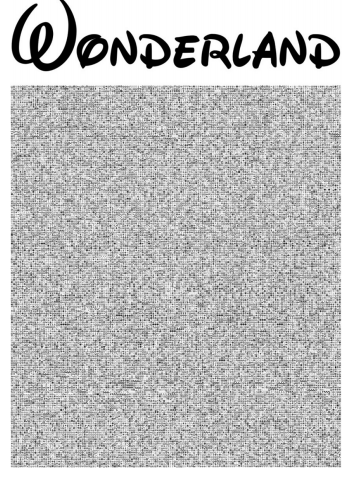
میزان دشواری خواندن متن در ترجمه ایموجی متون ادبی، بسیار افزایش‌یافته است. یکی از اولین کتاب‌هایی که به این شیوه ترجمه‌شده است (موبی دیک) است که در سال 2009 توسط فرد برنسون یا عنوان دیکشنری ایموجی منتشر شد. اولین خط ایموجی را می‌توان به شیوه‌های مختلفی تفسیر کرد. علاوه بر این، نسخه ایموجی خود را به‌عنوان نسخه کارتونی و به‌روز شده می‌کند. همان‌طور که در فصل قبل دیدیم، این نسخه می‌تواند معنای ضمنی ضد سلطه‌گری داشته باشد. استفاده از ایموجی تلفن برای صدازدن، جالب است چون قدیمی است و مفهوم صدازدن را می‌رساند، اما به شیوه‌ای این، هماهنگی ندارد. استفاده از ایموجی‌های قایق بادبانی و یک نهنگ بامزه نیز کارتونی است و به اولین خط تصویری رمان، یک حس کاریکاتوری می‌دهد و آن را در تضاد با لحن جلی خط اول رمان، به شیوه‌ای طنزآمیز و ساده ترجمه می‌کند.



اولین خط دیکشنری ایموجی

شکل ۷۴, من رو اشمیل صدا بزن (اولین خط از کتاب «دیکشنری ایموجی») حتی به نظر می‌رساند که عنوان دیکشنری ایموجی یک شوخی باشد. این نسخه ممکن است برای خوانندگان سی موبی دیک، یک نسخه طنزآمیز نباشد؛ بلکه کاهش تفکر انتقادی موردنیاز برای درک آن و درنتیجه، بی‌اهمیت کردن آن به شیوه‌ای کارتونی است از طرف دیگر، ممکن است از طریق ابزارهای طنز، توجه نسل جدید خوانندگان احتمالی را که به سبک نگارش ایموجی عادت دارند، به این رمان جلب کند.

برن سون[[125]](#footnote-125) همچنین پروژه ترجمه ایموجی را برای ساخت موتور جستجویی که بتواند انواع کتاب‌ها را ترجمه کند، آغاز کرد. ممکن است روش‌هایی برای ترجمه متون کلامی به ایموجی بدون از بین‌ رفتن جدیت محتوا وجود داشته باشند، اما با توجه به ماهیت زبان ایموجی، این شیوه هرگز به‌طور کامل قابل‌درک نخواهد بود. پروژه ترجمه ایموجی دیگری که ارزش مطرح‌شدن در اینجا را دارد، ترجمه کتاب آلیس در سرزمین عجایب، نوشته لوئیس کارول است که توسط نویسنده و طراح، جو هیل (۲۰۱۵) انجام‌شده است. هیل، این ترجمه را با یک سبک ایموجی آغاز می‌کند: اشاره با دست به پایین + خرگوش+ایموجی دایره بزرگ و سنگین تا سفر آلیس به درون گودال خرگوش را نشان دهد. آلیس در طول داستان با ایموجی «شاهزاده خانم، گربه با چشم‌های ایموجی، گریه خندانی با دهان گشاده و یک ایموجی کلاه مردانه استوانه‌ای نشان داده می‌شود تا هرکدام از شخصیت‌های ایموجی تا حد ممکن به توصیف شخصیت‌های کارولی، نزدیک باشند، بیش از 25000 ایموجی مجزای دیگر در این کارابی است و کل متن شبیه به تصویر زیر به نظر می‌رسد.



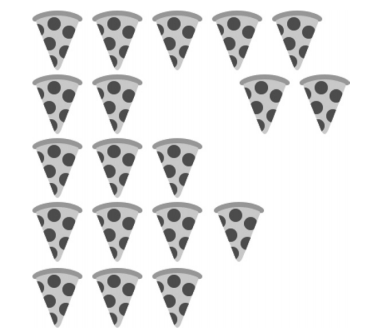
داستان آلیس در سرزمین عجایب به زبان ایموجی

آنچه توجه را به خود جلب می‌کند، تراکم متن است که باعث می‌شود خواندن آن، بدون داشتن نسخه کلامی برای راهنمایی، تقریباً غیرممکن باشد برای رمزگشایی این متن باید بسیار تلاش کرد، تبحر بسیار بالایی برای رمزگشایی این متن لازم است و شامل میزان بالایی از چیزی است که در این کتاب، اختلال دیداری نامیده می‌شود. هیل در وب‌سایتش، به این مسئله پاسخ هوشمندانه‌ای داده و اشاره‌کرده است که اثر کارول یک رساله روایی درزمینهٔ تخیل انسان است و به‌این‌ترتیب این ترجمه یک کمک دیداری برای برانگیختن تخیل و اندیشیدن درباره دنیای جادویی سرزمین عجایب است. قطعاً، هدفی تحسین‌برانگیز است؛ اما آنچه جالب­توجه است، این است که چگونه می‌توان چنین متنی را تنها با تخیل برای ورود به پیچیدگی‌های مفهومی آن، خواند. هرچند، این ترجمه برخلاف دیکشنری با خواننده هماهنگ‌تر است؛ چون این رمان برای کودکان نوشته‌شده است. هیل کتاب پیتر پن نوشته جی.ام.بری با عنوان (ناکجاآباد) را ترجمه کرده است. او ادعا می‌کند که نظریه کهن‌الگوها توسط سونک تا حدودی الهام‌بخش است. نظریه‌ای که معتقد است تصاویر ابتدایی بخشی از ناخودآگاه جمعی بشر است که در اشکال نمادین مختلف به دنبال معنا می‌گردد. اگرچه، تشخیص اشکال مربوط الگوهای قدیمی در متن بالا، دشوار است. هنگامی‌که این متن را به افراد گروه آگاه نشان دادیم دو نوع واکنش نشان دادن. اول اینکه همه از پیچیدگی دیداری آن شگفت‌زده شدند و گفتند که باید برای آن‌وقت و انرژی زیادی بگذارند. بسیاری از آن‌ها گفتند چیزی که باعث شد که از این رمان لذت ببرند، تصاویر همراه با متن بود که جایگزین کلمات شده بودند.

درمجموع، باید ببینیم که آیا این نوع ترجمه گسترش می‌یابد. با توجه به این‌که برای رمزگشایی آن باید بسیار تلاش کرد. به نظر من این نوع ترجمه رایج نخواهد شد. چون ایموجی‌ها بسیار محدود هستند.

**ایموجی‌ها در تبلیغات**

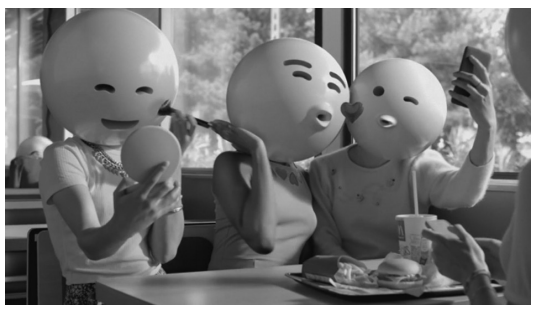
گسترش ایموجی در هیچ زمینه‌ای به‌اندازه تبلیغات، قدرتمند نبوده است. نمونه زیر، آگهی تبلیغاتی پیتزای دومینو است که شرکت دومینو در حساب توییتر خود - در زمان نوشتن این کتاب، برای تبلیغ از سرویس سفارش پیتزا استفاده کرده است:



تبلیغات پیتزای دومینو

رمزگشایی این تبلیغ آسان است؛ چون تمرکز بصری اصلی بر تکه‌های پیتزا و نحوه چیدن تکه‌های مختلف برای خوردن است. معادل کلامی آن می‌تواند این باشد: بفرمایید پیتزا، یک یا چندتکه از پیتزای ما بخورید، یا چیزی شبیه آن. در حقیقت، می‌توان آن را به روش‌های مختلفی تفسیر کرد و این موضوع نشان می‌دهد که زبان بصری چگونه معنا را ایجاد می‌کند، در یک شعار کلامی، یک تفسیر نیاز است، درحالی‌که یک شعار بصری معناهای مختلفی را انتقال می‌دهد.

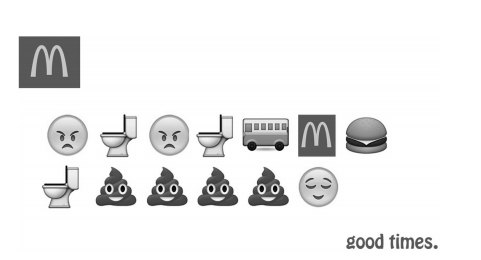
این تبلیغات در تمامی برندهای جهانی قابل‌مشاهده است. شرکت مک‌دونالد از ایموجی‌ها شخصیت‌های ساخته است؛ در زیر یکی از تبلیغات آن‌ها آمده است:



تبلیغات شرکت مک‌دونالد با استفاده از ایموجی

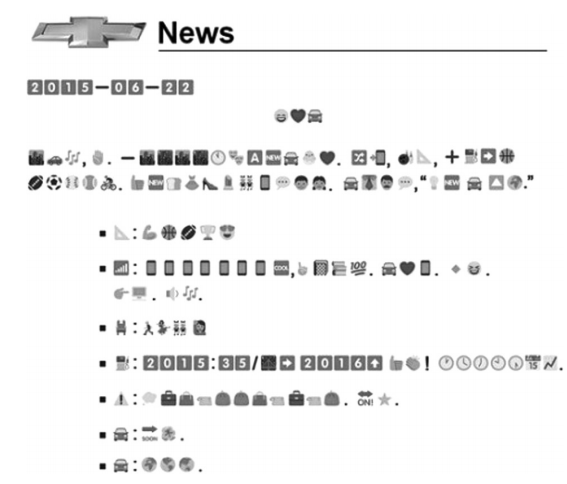
استعاره­ای که در اینجا به‌کاررفته است، بسیار واضح است؛ مردم به شکل ایموجی هستند. پوی مک‌دونالد، (هرکسی یک ایموجی است)، نام دارد. آیا این کاربران جذب هزاره سوم انجام‌شده است که در دنیای دستگاه‌های موبایل‌های اجتماعی پرورش‌یافته‌اند؟ آیا برای پیوند دادن آرزوی این نسل برای ارتباط دوستانه و پایدار آن تلاشی انجام‌شده است؟

دوباره گروهی از افراد پژوهشی که در اواسط دهه 1990 متولدشده‌اند و نسل هزاره سوم محسوب می‌شدند، خواستیم این پویش تبلیغاتی مک‌دونالد را ارزیابی کنند، تقریباًهمه بر این باور بودند که این‌یک طنز است. بسیاری گفتند که از طریق کنایه و انتقاد سعی در جذب مردم داشته اند. درحالی‌که برخی دیگر آن را ناراحت‌کننده خواندند، البته دیگر فرآیندهای تبلیغاتی نیز به همین صورت ناراحت‌کننده هستند. درواقع، دو نفر گفتند که تبلیغ منفی است که توسط وب‌سایت‌های کمدی هاف­پست ساخته‌شده است. تبلیغ منفی تبلیغی است که پویش تبلیغاتی واقعی را نقد می‌کند:



خوش گذشت

هرچند در برخی نمونه‌ها، درک تبلیغ ایموجی یک شرکت دشوار است. تبلیغ زیر متعلق به شرکت شورلت برای تبلیغ شورلت کروز خود در سال ۲۰۱۶ است درک مفهوم آن سخت است:



تبلیغ شرکت شورلت با استفاده از ایموجی

ما از افراد گروه آگاه خواستیم تا این تبلیغ را به واژه تبدیل کنند. برخی از آن‌ها قبلاً این تبلیغ را دیده بودند، اما تقریباً برای همه آن‌ها سخت بود. برخی گفته که ممکن است هدف اصلی‌ای ایجاد احساس راندن ماشین (به گردش بردن کودکان، گذاشتن چمدان‌ها در ماشین برای مسافرت و غیره)، باشد. درواقع، متن بصری نمی‌تواند چیزی را توصیف کند.

نمونه دیگر درزمینهٔ استفاده مفید در تبلیغ شرکت با دلایل است که در ادامه آن را می‌بینید. این تبلیغ، برای جشن گرفتن تعطیلات چهار جولای است که پرچم آمریکا را با ایموجی‌های آتش‌بازی نشان می‌دهد و به‌جای ستاره‌ها و لیوان‌های نوشیدنی و پرچم به‌جای نوارهای پرچم، آمده است.



تبلیغ شرکت بودایت با استفاده از ایموجی

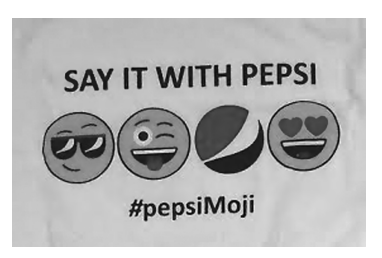
این تبلیغ فن چاپ سیلک سریالی اندی وارهول را نشان می‌دهد که در آن چیزی مانند پرچم دوباره تکرار می‌شود تا خط تولیدی آن را ایجاد کند. درواقع، بسیاری از تبلیغات به سبک عام هستند. دنیای بازاریابی نیز زبان ایموجی را گسترش داده است محدودیت‌های سیستم از پیش تعیین‌شده یونیکد را از میان برداشته است. این صفحه‌کلیدهای سفارشی ایموجی و پویش‌های استیکری وجود دارند که به برندها اجازه می‌دهند تا به شکل انفرادی با مصرف‌کنندگان خود ارتباط برقرار کنند. وارهول پیش‌ازاین که وارد حوزه هنر شود، طراح تبلیغات کن بودای بود او معنای فرهنگی محصولات را درک کرده و آن‌ها را به‌صورت نقاشی نشان می‌داد. جنبش هنر عامه، الهام گرفته از تولید و مصرف انبوه بود؛ اما برخلاف بیهودگی ظاهری و نیز صرف‌نظر از میزان بحث‌برانگیزی یا زمختی آن بسیاری از مردم، هنر عامه را دوست داشتند. تبلیغات ایموجی، دنباله این ذهنیت هستند که هنرمندان، بطری‌های نوشیدنی، قوطی‌های کنسرو سوپ، قسمت‌هایی از داستان‌های مصور، علائم راهنمایی در جاده و دیگر اشیاء مشابه را در نقاشی‌ها، کلاژها و مجسمه‌ها کپی کنند؛ و دیگران نیز به‌سادگی آن‌ها را در آثار خود بکار برند. هافمن (2002) می‌گوید:

هنر عامه، مانند تبلیغات، بیشتر از ترجمه یا تفسیر به مفهوم توجه دارد. هنر عامه از اشیای استفاده می‌کند که در دنیایی وجود دارند که هر فردی از هر طبقه‌ای آن را مسلم می‌داند؛ یعنی اشیاء عادی و تولید انبوهی که در اطراف ما وجود دارد و چیزهایی که شما استفاده می‌کنید و دوست دارید. هنرمندان هنر عامه به خاطر اینکه چیز دیگری برای نقاشی کردن وجود ندارد از آن‌ها استفاده نمی‌کنند، بلکه برای رساندن یک نکته یا مفهوم، آن‌ها را به کار می‌گیرند.

در سال ۱۹۱۳، مارسل دوشامپ[[126]](#footnote-126)، هنرمند فرانسوی - آمریکایی، یک چرخ دوچرخه را به‌صورت وارونه اما مشابه چرخ‌های واقعی تولید کرد و اعلام کرد که این چرخ (هر شیء روزمره دیگری) یک مجسمه یا اثر هنری قلمداد می‌شود، اگر هنرمندان را این‌گونه بخواند. دوشامپ به دنبال آن، آثاری مثل یک قفسه بطری، پاروی برف و یک لگن توالت سرپایی (که مشهورترین آن‌ها بود) ارائه کرد. نگرش دوشامپ و دیگر اعضای جنبش داده درباره هنر این‌چنین بود. در اوایل دهه ۱۹۶۰ به‌واسطه گروه بین‌المللی هنرمندان که خود را فلوکسوس می‌نامیدند ظهور پیدا کرد. آن‌ها هم مانند دادائیست‌ها، به دنبال راهی بودند تا موانع بین زندگی و هنر را از بین برده و اجازه دهند که شانس و تصادف، آثارشان را هدایت کنند، جنبش دادا، منجر به جنبش هنر عامه‌ای شد که به‌نوبه خود، اشیاء مصرفی را به قلمروی هنر وارد کرد. تبلیغات ایموجی مسلماً در این بخش از جریان هنری - فرهنگی عامه قرار می‌گیرند که رسانه‌های هنری مختلف را ترکیب کرده و به‌صورت آمیزه‌ای از معانی ارائه می‌کند.

تبلیغ مک‌دونالد، به‌وضوح یک اثر پوچ‌گرایانه به سبک دادا بود و درعین‌حال، همان‌گونه که شاهدان می‌گویند، نمایانگر دوران پوچی است که در آن زندگی می‌کنیم. تبلیغ پپسی در توییتر، نمونه دیگری از سبک کارتونی هنر عامه است. پیام آن شامل یک ترکیب ایموجی حاوی این شعار است.

باحال + تشنه = پپسی + شادی



آگهی تبلیغاتی شرکت پپسی با استفاده از ایموجی

**تلاش**

موضوع بحث در این فصل، در نظر گرفتن اصل اساسی در ارتباطات بشر است. نظام‌های نگارشی در حال تکامل مسیری هستند که تلاش برای درک متون را کاهش دهند اگر خواندن متونی که فقط از ایموجی در آن‌ها استفاده‌شده است، دشوار باشد یک اصل معکوس را نشان می‌دهد، به این معنا که این نحوه نگارش پایدار نخواهد بود. نگاهی به نسخه‌های قیدی یک‌ زبان‌شناس نشان می‌دهد که اصل صرفه‌جویی در تلاش است. تمام‌کاری که یک فرد باید انجام دهد، خواندن صفحه است تا بتواند درک کند که متون انگلیسی تا چه اندازه نیازمند تلاش هستند.

آندره مارتینت[[127]](#footnote-127) (۱۹۵۵)، زبان‌شناس فرانسوی، معتقد بود که زبان‌ها به‌طورکلی در طول زمان تکامل‌یافته‌اند تا ارتباط را مقرون‌به‌صرفه ترکرده و در میزان تلاش صرفه‌جویی کنند. مارتینت با احیای دوباره مفهومی که توسط ویلیام دوایت سال ۱۸۷۷ مطرح شد، این‌گونه استدلال می‌کند که قالب‌ها و ساختارها زبان رو به کاهش‌اند. این اصل توسط پژوهشگر فرانسوی، گویلام فررود ۱۸۹۴ بیشتر توضیح داده شد؛ در مقاله‌ای که حقایقی را درباره پدیده‌های کاهش دهند در فرایند تکامل زبان که پیش‌تر شناسایی نشده بودند، مطرح می‌کرد. بنوآمبدا[[128]](#footnote-128) (۱۹۵۴، ۱۹۸۳) که هندسه فرکتالی را مطرح کرد، مجذوب مفاهیم ضمنی این اصل شد و در آن نسخه­ای از قانون تجانس در زیست‌شناسی را شناسایی کرد.

در حال حاضر، می‌توان مشاهده کرد که زبان ایموجی باعث افزایش صرفه‌جویی در نگارش می‌شود، چون هر ایموجی می‌تواند به‌عنوان معانی و مفاهیم مختلفی که باید به‌صورت عبارت یا حتی جمله بیان شوند، قرار بگیرد (اثر فرهنگ‌نامه‌ای). ایموجی‌ها خواندن متون را بسیار کم زحمت می‌کنند، چون به معنای واقعی کلمه و به شیوه‌ای جامع و کلی، معانی را نشان می‌دهند؛ اما به نظر می‌رسد که متونی که تنها با استفاده از ایموجی نوشته‌شده‌اند، مثل ترجمه‌های بالا، خلاف این اصل عمل می‌کنند و نیاز به تلاش بیشتری برای خواندن دارند. شاید به همین دلیل است که این نوع نگارش احتمالاً گسترش نخواهد یافت. ما از افراد گروه آگاه پرسیدیم که آیا رمان‌های نوشته‌شده با ایموجی مانند دیکشنری ایموجی، محبوب و فراگیر خواهند شد؟ پاسخ همه آن‌ها منفی بود. بسیاری از آن‌ها عقیده داشتند که ایموجی‌ها نمی‌توانند جایگزین معانی جدی واژه‌ها در این متون پیچیده شوند؛ اگرچه، برخی از آن‌ها که بومیان چیا بودند، معتقد بودند که زبان‌های دیداری می‌توانند تمام آنچه حروف الفبا بیان می‌کند و حتی بیشتر از آن را نیز ارائه می‌کنند. تعدادی نیز عنوان کردند که جداول و نمودار بسیار شبیه ایموجی‌ها هستند؛ به‌عنوان‌مثال، به ریاضی‌دانان و دانشمندان اجازه می‌دهد تا اطلاعات گسترده‌ای را خلاصه کرده و به‌صورت اشكال دیداری ارائه کنند. البته این پاسخ پیچیده از طرف دانشجویان بود، اما اکنون منعکس‌کننده شیوه درک همه افراد از نگارش اطلاعات در وب‌سایت‌هایی است دارای مؤلفه‌های گرافیکی هستند.

افراد گروه آگاه اظهار کردند که خواندن متونی مثل دیکشنری ایموجی و آلیس در سرزمین عجایب نامأنوس است، چون به تلاش زیادی نیاز دارند، آن‌ها همچنین اشاره کردند که بعید است آن‌ها به این شیوه بنویسند، نه‌تنها به خاطر اینکه تلاش قابل‌توجهی برای نوشتن می‌طلبد، بلکه به دلیل اینکه هیچ‌کس زمانی را صرف خواندن پیام آن‌ها نخواهد کرد. یکی از دانشجویان عنوان کرد که: استفاده از ایموجی‌ها بسیار کارآمد است. چون به تلاش اندکی برای این کار نیاز دارند. به‌عبارت‌دیگر، ایموجی‌ها برای استفاده در پیام‌های کوتاه مناسب‌اند؛ چون در این حالت، زبان ایموجی نیازمند تلاش زیادی نیست و به شیوه‌ای مؤثر و به‌صرفه، معنی و لحن پیام را منتقل می‌کند. به‌این‌ترتیب، طبق اصل حداقل تلاش به نظر می‌رسد که نگارش ترکیبی ایموجی می‌تواند در ایده تداوم داشته و حتی گسترش بیشتری پیدا کند. هدف زبان ایموجی در حفظ حساس مثبت، چیزی است که آن را به یک‌زبان مفید تبدیل می‌کند. افراد گروه آگاه، اظهارات زیر را در رابطه با این پرسش، ارائه کردند:

1 - بله من از ایموجی، برای ارتباط دوستانه با دوستان استفاده می‌کنم.

2- من دوست دارم پیام‌هایم بامزه با سرگرم‌کننده باشند.

3 - من وقتی از دوستانم عصبانی می‌شوم به پیام‌هایم ایموجی اضافه می‌کنم تا دوستانم لبخند بزنند.

4- بعدازاین که دعوا می‌کنیم، یک پیام ایموجی ارسال می‌کنم تا نشان دهم هنوز دوستشان دارم.

5 - من به‌صورت خودکار در ابتدا و انتهای پیام از ایموجی لبخند استفاده می‌کنم چون می‌خواهم مطمئن شوم که دوستم صرف‌نظر از چیزی که می‌گویم، منو دوست داشته باشد.

6 – نمی‌دانم فقط دوست دارم از آن‌ها استفاده کنم. حالا به‌جای استفاده از (lol) یا (see u) از ایموجی استفاده می‌کنم و معنی بیشتری برای دوستانم دارد.

7 – من شکلک ایموجی را دوست دارم، آن‌ها از (lol) یا (love u) که قبلاً استفاده می‌کردیم بهتر هستند. آن‌ها دیگر از مد افتاده‌اند.

8 – بله آن‌ها خیلی سرگرم‌کننده هستند؛ بهتر از (lol) هستند و دوستانه‌تر می‌باشند.

سه اظهارنظر آخر به نکته جالبی اشاره می‌کنند؛ اینکه به نظر می‌رسد عبارات اختصاری که در نگارش دیجیتال ظهور پیداکرده بودند، یک‌روند گذرا بوده‌اند و واژه نتلینگو یا مخفف‌های اینترنتی که توسط دیوید کریستال (2006) معرفی شد، این نوع نگارش را با اشکال فشرده مانند how are you = how r u، یا got to go = g2g و غیره، توصیف می‌کند. این اشکال کارآمدی را افزایش داده و تلاش فیزیکی را کاهش می‌دهند؛ چون هنگام حرکت دست‌ها روی صفحه‌کلید، زمان ذخیره می‌شود. کریستال (2006) این قضیه را (اصل نوشت جملات به‌صورت اختصاری) می‌نامد. بسیاری از تتلینگوها به بزرگی و کوچکی حروف حساس نیستند و ممکن است شامل ترکیبی از حروف کوچک و بزرگ با کلا بدون حروف بزرگ باشند. نگارش کوتاه شده، از اوایل قرن چهارم قبل از میلاد توسط یونانیان استفاده می‌شد و به‌تدریج به‌صورت یک‌زبان مختصرنویسی حقیقی تکامل پیدا کرد که با عنوان تندنویسی شناخته می‌شد، تیروی، برده رومی، نیز ۶۰ سال قبل از میلاد مسیح، نگارش اختصاری را ظاهراً برای ثبت سخنرانی‌های سیسرون، ایجاد کرد پژوهشگران و دانشمندان همیشه از اشکال اختصاری مختلف برای تسهیل ارتباطات تخصصی در میان خود استفاده کرده و آن‌ها را مختصر و مفید ساخته‌اند (etc. et, al. op, cit, N.B). در این حالت، اشکال اختصاری، نشان‌دهنده درجه بالایی از سواد تخصصی‌اند. همچنین، مانام دوستان و اعضای خانواده (الكس به‌جای الكساندر)، عبارات متداول (TGIF به‌جای Thank God it’s Friday به معنی خدا رو شکر جمعه است) و هر چیز دیگری که به کسی یا چیزی آشنا اشاره دارد.

اما آنچه گرایش‌های اختصاری در نتلینگورا از گذشته جدا می‌کند، سرعت و میزان انتشار و نقش آن‌ها در رفتار ارتباطی در اینترنت و نیز دنیای درون‌خط است چشم‌اندازی در دنیای اینترنت وجود دارد مبنی بر اینکه پاسخ به ایمیل‌ها و پیام‌ها و لایک‌ها باید سریع باشند، چه رسانه مدنظر هم‌زمان و هماهنگ باشد، چه ناهماهنگ باشند. به لحاظ منطق، کوتاه‌سازی با اختصار، با فراهم کردن امکان پاسخ سریع‌تر به فرستنده، به مردم کمک می‌کند. به این چشم‌انداز دست پیدا کنند. زبان ایموجی در این محیط ارتباطی ظهور پیداکرده است و اغلب جایگزین اشکال اختصاری تتلینگو می‌شود، با توجه به اینکه ایموجی‌ها روی صفحه‌کلیدها وجود دارند، بیشتر از اشکال اختصاری، منعکس‌کننده (اصل نوشتن جملات به‌صورت اختصاری) را منعکس می‌کنند؛ چون در متون اختصاری، همچنان کلیدهای بسیاری برای درج یک عبارت نیاز است، اما در متونی که تنها با ایموجی نوشته می‌شوند، تنها یک کلید برای انتخاب پک ایموجی لازم است.

**8- زبان‌های جهانی**

اگر جزئیات معنا داشته باشند، باید موارد کلی وجود داشته باشند.

افلاطون (حدود ۴۴۹ تا ۳۴۷ قبل از میلاد مسیح)

گسترش زبان مفرح و لذت‌بخش ایموجی در فضای اجتماعی باعث می‌شود آن را جدی بگیریم. سازندگان این زبان در ابتدا انگیزه خاصی داشتند. هدف آن‌ها تسهیل از تعادل بین ساکنین دهکده جهانی، فارغ از زبان و فرهنگ آن‌ها بود. پیش‌فرض این کار جهانی بودن یا همگانی بودن دیداری بودن درست بوده و همچنان درست است. چون تاریخ نگارش به‌خوبی نشان می‌دهد که نگارش تصویری در مقایسه با نگارش الفبایی، قدمت بیشتری داشته و در زمان‌ها و فرهنگ‌های مختلف قابل‌فهم‌تر بوده است، اما این هدف، باوجوداینکه قابل‌تحسین است، به‌ندرت محقق شده و در ایموجی به‌عنوان زبانی برای ایجاد و حفظ لحن دوستانه در متون غیررسمی جایگاه ارتباطی خاصی در فضای دیجیتال پیداکرده است. انتشار زبان کا دیگر، مثل حوزه‌های سیاسی و تبلیغاتی، به‌جای تکاملی بودن منابع کنندگان، سیاستمداران، نوازندگان موسیقی پاپ و اشخاص دیگری مانند آن‌ها، زبان ایموجی را به‌عنوان فرصتی برای ارتباط با مخاطب خاص و نمایش خود به‌عنوان شخصیتی دوست‌داشتنی، قابل‌اعتماد و به‌روز می‌بینند. اگر زبان ایموجی، زمانی یک‌زبان همگانی شود، با استفاده از رمزگذاری فرهنگی، تنوع چندانی نخواهد داشت.

علی‌رغم تنوعی که وارد زبان ایموجی شده است و در فصل‌های پیشین درباره آن بحث شد. این زبان، قطعاً نشانه‌هایی از یک‌زبان همگانی را دارد؛ البته ایاسا ساخت یک‌زبان همگانی امکان‌پذیر باشد. چنین زبانی، مهم‌تر از همه، احتمالاً واژگانی تصویری، مانند ایموجی خواهد داشت. علاوه بر این، این زبان باید فرایند خواندن را تسهیل کند، نه اینکه از آن جلوگیری نمایند، این قضیه نشان می‌دهد که احتمال بیشتری وجود دارد که نگارش ترکیبی در مقیاس عمومی در سطح بالاتری قرار بگیرد و باقی بماند؛ درحالی‌که احتمال گسترش متون نوشته‌شده با ایموجی همان‌طور که مشاهده کردیم، بعید است؛ چون نیازمند تلاش زیادی از طرف خوانند است و درنتیجه در مقیاس جهانی در سطح پایین‌تری قرار می‌گیرد.

به‌طورکلی، روشن است که ظهور جنبش ایموجی، پیامدهای معینی برای همگانی سازی ارتباطات دارد. برخلاف دیگر جنبش‌های همگانی، مثل زبان اسپرانتو پدیده ایموجی از میل به افزایش دسترسی ارتباطی بین کاربران زبان‌های مختلف بدون جایگزین شدن زبان‌های دیگر سرچشمه می‌گیرد. به همین دلیل، دسترسی وسیع‌تری نسبت به زبان‌های ساختگی داشته است؛ چون همان‌طور که در طول این کتاب مشاهده کردیم، زبان ایموجی اصولاً بقایی تنوع زیانی را به خطر نمی‌اندازد و نیازمند یادگیری یک سیستم همگانی جدید مانند یک‌زبان خارجی نیست. هیچ آموزش خاصی برای استفاده از ایموجی لازم نیست؛ اما آیا این تجربه از نگارش تصویری دوام خواهد آورد؟ با تکامل سریع نظام‌های ارتباطی در عصر دیجیتال، ممکن است همان‌طور که پیش‌تر اشاره شد، زبان ایموجی هم تنها علاقه و گرایش زودگذری باشد برای ارتباط با یک کتاب مصور یا یک طرز فکر کارتونی که از مشخصه‌های سبک فرهنگ‌عامه در تمام حوزه‌های تعامل بشر است. از طرف دیگر به نظر می‌رسد که زبان ایموجی، نشان‌دهنده یک ترکیب در حال گسترش در شیوه بیان است که از زندگی در دنیای دیجیتال نشئت می‌گیرد. این زبان، به‌عنوان یک‌زبان غیررسمی می‌تواند گسترش بیشتری داشته باشد و در آینده خود را به زبانی رسمی تبدیل کند. این مسئله در فصل بعدی بررسی می‌شود. هدف این فصل بررسی ماهیت تجربه زبان‌های همگانی، پیشینه و چگونگی تطابق زبان ایموجی با آن‌ها است.

**زبان‌های ساختگی**

ازآنجاکه زبان، منعکس‌کننده شرایط اجتماعی، ازجمله بی‌عدالتی‌ها است و چون علاقه به یک‌زبان متفاوت، ازنظر مردم اغلب به‌عنوان القای حس تفاوت بین ماه و آن‌ها و درنتیجه منبع سوءبرداشت‌ها و تناقضات قلمداد می‌شود، بسیاری از افراد رویای ایجاد زبانی ساختگی و همگانی رادارند که مردم بتوانند، به‌وسیله آن بدون هیچ ابهامی با یکدیگر صحبت کرده و منظور یکدیگر را درک کنند و نابرابری‌هایی را که زبان‌های مختلف از طریق مجراهای تاریخی و سنت‌های فرهنگی کسب کردند مستقل نکنند. منطقی که در پشت ایجاد چنین زبانی قرار دارد، تحسین‌برانگیز است اگر همه مردم به یک‌زبان صحبت می‌کردند، عموم تفاهم بین فرهنگ‌ها کاهش پیدا می‌کرد، روابط اقتصادی و فرهنگی محکم‌تر شده و دچار تناقض کمتری می‌شدند و حسن نیت بین کشورها و مردم افزایش می‌یافت.

رنه دکارت[[129]](#footnote-129)، کسی بود که در دهه ۱۶۰۰، ایده یک‌زبان همگانی و جهانی یا مشترک تشریح کرد: البته جستجو برای یک‌زبان بی‌نقص، به داستان برج بابل برمی‌گردد که آن خداوند بشریت را به خاطر گستاخی‌اش در ساخت ساختمانی برای رسیدن به بهشت، مجازات می‌کند. مجازات او دادن زبان‌های مختلف به انسان‌ها است تا نتوانند منظور یکدیگر را بفهمند و تلاش آن‌ها برای ساخت برج با شکست مواجه شد. نکته جالب این است که زمان که دکارت این موضوع را مطرح کرد، بیش از مطرح کردن این موضوع زبان ابداع‌شده بود. جان ویلکینز، از روحانیون قرن هفدهم بود، مقاله‌ای نوشت و در آن اعلام کرد که یک‌زبان همگانی حقیقی باید وجود داشته باشد که واژه‌های آن دارای ابهام نباشد - و این اولین تلاش برای ساخت زبان چینی بود که تا حدودی گسترش یافت. نام این زبان، از ترکیب دو کلمه (جهان) و (گفتگو) اتخاذشده است.

امروزه اسپرانتو به‌عنوان یک‌زبان ساختگی بکار می‌رود. می‌گویند این زبان توسط یک پزشک لهستانی به نام لودویک لیز زامنهوف[[130]](#footnote-130) ابداع‌شده است. نام زبان از نام دکتر اسپرانتو گرفته‌شده است که با عنوان مبانی اسپرانتو زبان بین‌المللی در سال 1887 منتشر شد. به گفته زامنهوف واژه اسپرانتو به معنی فرد امیدوار است. اسپرانتو ساختار ساده و یکپارچه‌ای دارد. مثلاً صفات /a-/، قیدها /e-/، اسم‌ها /o-/، اشکال جمع /j-/ به انتهای اسم‌ها اضافه می‌شود که به‌عنوان یک شیء به کار می‌روند. واژگان اصلی آن تک‌واژه ریشه‌ای است که در زبان هندواروپایی مشترک هستند. این جمله به زبان اسپرانتو نوشته‌شده است:

*La astronauto, per speciala instrumento, fotografas la lunon* =

یعنی: فضانورد با یک ابزار خاص از ماه عکس می‌گیرد.

همان‌طور که می‌بینید، این حقیقت که ساختار و واژه‌های این زبان بر اساس زبان هندواروپایی است، عمومیت داشتن آن را محدود می‌کند، به‌ویژه برای افرادی که به زبانی غیر از زبان‌های هندواروپایی صحبت می‌کنند؛ اما این قضیه مصداق تبعیض آشکار نسبت به این زبان‌ها است و از همگانی شدن زبان اسپرانتو می‌کاهد.

اسپرانتو همچنین با این هدف طراحی شد که از هر نوع چندپارگی جلوگیری کند و آن‌گونه که زامنهوف توصیف می‌کند، نسبت به مداخلات بیرونی مبنی بر تغییر دستور زبان و واژگان، ایمن باشد، هرچند، پژوهش‌ها پیرامون زبان اسپرانتو نشان داده‌اند که اتفاقاً این زبان دچار تغییراتی شده است که ناشی از مداخلات بیرونی حاصل از استفاده ساده از آن است. به‌عنوان‌مثال، بنجامین برگن (۲۰۰۱) دریافت که حتی در نسل اول اسپرانتو زبانان هم ساختار دستور زبان، ظاهراً دچار ساده‌سازی و تنوع شده بود، جزئیات این قضیه در اینجا، برای ما حائز اهمیت نیست. نکته این است که اسپرانتو از طریق استفاده، تغییر کرده است. برخی ارزیابی‌ها، تعداد اسپرانتو زبانان را از یک‌صد هزارتا بیش از یک‌میلیون نفر تخمین می‌زنند. تعیین دقیق این تعداد مشکل است؛ چون هیچ کشور یا ملتی وجود ندارد که منحصراً از این زبان استفاده کند. زامنهوف واقعاً نمی‌خواست که اسپرانتو جایگزین زبان‌های مادری (بومی) شوی، قصد او ابداع این زبان، ارائه آن به‌عنوان یک‌زبان دوم همگانی بود که بتواند بین‌المللی جدیدی برای ارتباط افراد با سوابق زبان‌شناسی مختلف، فراهم کند، هنوز افرادی هستند که به زبان اسپرانتو صحبت می‌کنند یا به عبارت بهتر، این زبان هنوز دنبال کنندگانی دارد. انجمن جهانی اسپرانتو که در سال ۱۹۰۸ تأسیس شد تقریباً در ۱۲۰ کشور شعبه دارد. کشور کوبا، یک بخش رادیویی به زبان اسپرانتو دارد نشریاتی وجود دارد که به زبان اسپرانتو منتشر می‌شوند، ازجمله «موناتوا که یک مجله خبری است که ابتدا در بلژیک چاپ می‌شد. برخی از رمان نویسان، مانند جولیو باقی و فرنچمن ریموند کوارتز نیز برخی از آثار خود را به زبان اسپرانتو نوشته‌اند. هرچند، شواهدی مبنی بر اینکه اسپرانتو به‌عنوان نوعی زبان بین‌المللی در ارتباطات دیجیتال، ظاهرشده باشد، وجود ندارد

در اروپای قرون‌وسطایی، زبان لاتین تا سطح یک‌زبان مشترک برای مقاصد علمی خاص، رشد کرد؛ به‌این‌ترتیب، متخصصین الهیات، پژوهشگران و دانشمندان در سرتاسر اروپا، قرن‌ها از این زبان برای ارتباط با یکدیگر استفاده می‌کردند. کمی بعد زبان فرانسوی جای آن را گرفت و ازاین‌جهت واژه lingua franca (زبان بین‌المللی) ایجاد شد. امروزه، با توجه به گسترش آن در انواع حوزه‌های ارتباطی میان فرهنگی انگلیسی‌زبان بین‌المللی با "lingua franca است که به عبارت دقیق‌تر باید "lingua anglica نامیده شود.

زبان‌هایی ساختگی نیز وجود دارند که بیشتر برای مقاصد هنری شده‌اند تا ارتباط جهانی، این‌ها زبان‌ها زبان‌های کونتیا و سینداری در مجموعه کتاب تالکین و زبان کلیگان در مجموعه تلویزیونی و از وجه درباره این زبان‌ها این است که نشان می‌دهند زبان‌های ساختگی را می‌توان به‌راحتی و ازنظر دستور زبان و واژگان مشابه زبان‌های طبیعی ساخت. به‌این‌ترتیب زبان‌ها در طول تاریخ به وجود بیایند، چه برای مقاصد مشخصی ساخته شوند، همه آن‌ها ساختارهای مشابهی را منعکس می‌کنند. گاهی یک‌زبان ساخت می‌شود تا خلأهای یک‌زبان طبیعی را نشان دهد. همان‌طور که به‌خوبی شاد شده است، لوئیس کارول نیز در شعر پی معنی، ژیان ساختگی خود را ساخته‌ای تا نشان دهد که زبان انگلیسی همه آنچه را درباره واقعیت وجود دارد، بیان نمی‌کند واژه‌هایی مانند نمونه‌های زیر را برای پر کردن خلاف‌هایی که فکر می‌کرد نیاز به دارند، ابداع کرد. توجه داشته باشید که ساختار آوایی و دستوری آن‌ها کامش واژه‌های انگلیسی است

Brillig = زمان گرم کردن شام، یعنی نزدیک عصر

Slithy = آرام و فعال

Tove = گورکنی با موهای نرم و سفید، با پای بلند عقبی و شاخ کوتاه مثل گوزن

Wabe = کناره یک تپه

زبان‌های کامپیوتری ساختگی متعددی نیز، مثل اینترلینگواء وجود دارند که برای ساخت الگوریتم‌های کامپیوتر استفاده می‌شوند. البته به دلیل اینکه کاربرد خاصی دارند، در اینجا به آن‌ها نخواهیم پرداخت. این‌گونه زبان‌ها نیز در نوع جالب‌اند، چون سعی دارند هسته ساختاری زبان‌های بشر را مدل‌سازی کنند. با این پیش‌فرض که این هسته، طرح کلی زبان بشر است. بااین‌حال، این استدلال، ما را از اهداف فعلی دور می‌کند (مقاله دائی ۲۰۱۶ را ببینید).

برخلاف اسپرانتو و زبان‌های مشابه آن، زبان ایموجی از تصویر واژه‌ها ساخته‌شده است که نمایانگر طیف وسیعی از مفاهیم بوده و همان‌طور که مشاهده کردیم، می‌تواند با دسته‌بندی‌های واژگانی موجود در یک‌زبان ابراز شوند، اما آیا واقعاً این تصویر واژه‌ها ابزاری برای توسعه یک‌زبان دیداری با نمادین همگانی‌اند؟ پیش از پاسخ به این پرسش، خوب است که یک بازبینی اجمالی روی الگوی مشخصه همگانی که لایبنیتس مطرح کرد، به‌عنوان چارچوبی برای طرح پاسخ، داشته باشیم اصطلاح characteristical universalis (الگوی مشخصه همگانی) ترجمه‌شده است. لایبنیتس معتقد بود که می‌توان نظامی از الگوهای دیداری جهانی ایجاد کرده که مفاهیم متداول فلسفی، ریاضی و علمی را بدون ابهام بیان کند. به‌این‌ترتیب هدف او این بود که ارتباطات فنی، راحت‌تر و عاری از سوءبرداشت شوند. شگرد اولیه در ساخت چنین نظامی، اندیشه‌نگاری بر مبنای حروف و نشانه‌های چینی بود؛ حداقل آن‌طور که اروپائیان زمان لایبنیتس می‌پنداشتند. گسترش جهانی روابط اقتصادی، علمی و سیاسی در آن دوران، پروژه او را کاربردی‌تر و پیش‌گام عصر مدرن اینترنت ساخت؛ اگرچه لایبنیتس، تلاش‌های افراد دیگری مانند ویل کین را در جهت ساخت زبان‌های همگانی برای مقاصد کاربردی و روزمره، نقد می‌کرد. او معتقد بود که نام او می‌تواند مفاهیم علمی و ریاض را زبانی و با دقتی بیشتر، منتقل کند.

یکی از نمونه‌های جالب درباره بحث حاضر، این است که لایبنیتس می‌خواست نشانه‌هایی که ارائه می‌کند، بیشتر از طبیعی باشند تا قراردادی. او اندیشه خود درباره ماهیت یک نشانه طبیعی را با نمودارهایی مانند آنچه در دیباچه رساله هنر ترکیب آمده‌اند، نشان داد؛ هرکدام از این نمودارها برای نمایش این پندار ارسطو بود که همه‌چیز در دنیا از ترکیب عناصر اساسی (زمین، آب، هوا و آتش) شکل‌گرفته‌اند. همان‌طور که مشاهده می‌کنید، این اشکال ترکیبی، شامل واژه‌ها و نمایش تصویری‌شان هستند:



تصویرنگاری لابینیتس

همان‌طور که کوهن (۱۹۵۴) محتاطانه اظهار می‌کند، زبان ابداعی لایبنی برمن معیار اصلی شکل‌گرفته است که می‌توان به‌راحتی از آن‌ها یک‌زبان برای همگانی شدن نیاز دارد، استفاده کرد. این سه معیار عبارت‌اند از:

1 – یک‌زبان برای همگانی شدن باید به‌عنوان یک‌زبان کمکی بین‌المللی عمل کند و این امکان را فراهم سازد تا مردم با هر سابقه زبانی بتوانند با یکدیگر ارتباط برقرار کنند.

2 - باید نشانه‌ها یا نمادهایی ایجاد کنند که بتوانند به‌راحتی با داشتن آینده تطابق داشته باشد.

3 – باید ابزاری برای نمایش مفاهیم اساسی باشد.

بررسی زبان ایموجی بر اساس هرکدام از این معیارها، نشان می‌دهد که این زبان ظرفیت تبدیل‌شدن به یک‌زبان همگانی را دارد، زبان ایموجی قطعاً یک‌زبان کمکی است، چون می‌تواند به‌راحتی در متون نوشته‌شده در هر نظامی گنجانده شود برخلاف الگوی مشخصه لایبنیتس، نوع خاصی از زبان کمکی است؛ در وهله اول ارتباطات کوتاه و غیررسمی به کار می‌رود. ازلحاظ معیار دوم، زبان ایموجی می‌توان برای تطبیق با نیازهای آینده به شیوه‌های گوناگون ساخت، تغییر داد و یا گسترش داد؛ اگرچه دراین‌باره، تغییرات می‌توانند زبان را قطعه‌قطعه کرده و درنتیجه همگانی بودن آن را تضعیف کنند. همچنین لازم به گفتن نیست که زبان ایموجی مطابق با معیار سوم است؛ واقعیتی که در اینجا نیاز به توضیح ندارد.

**بلیسیمبولیک**

شاید تنها پروژه حقیقی بر اساس الگوی مشخصه همگانی که تأثیر قابل‌توجهی در ارتباطات بین‌المللی داشته است، پروژه چارلز بلیس (مقالات ۱۹۴۹، ۱۹۵۵، ۱۹۷۸، ۱۹۸۵ را ببینید) و جنبش معنایی - تصویری او بود. گزارش‌ها حاکی از این اندک زمانی که پلیس در چین زندگی می‌کرد، به علائم فروشگاه‌های چینی علاقه‌مند شد و به‌اشتباه تصور می‌کرد به‌صورت اندیشه‌نگاری نوشته‌شده‌اند. او خواندن این نشانه‌ها را با آموزش کمکی یاد گرفت و درنهایت دریافت که او این علائم را نه به زبان چینی بلکه از طریق فیلتر مفهومی زبان آلمانی خودش می‌خوانده است. بعدازاین تجربه بود که تصمیم گرفت نظامی از نگارش تصویری با توجه به سیستم لایبنیتس ایجاد کند و ارتباط نوشتاری را از طریق ساخت نشانه‌هایی که به‌راحتی و توسط هر فردی قابل‌فهم باشند، همگانی سازد.

نظامی که او بانام پلیسیمبولیک ایجاد کرد، موردتوجه روان شناسان و مربیان قرار گرفت؛ چون نتایج درستی به دنبال داشت. در سال ۱۹۶۵، یک مرکز آموزش در کانادا توانست با موفقیت از سیستم بلیس برای آموزش خواندن و نوشتن به کودکانی که دچار فلج مغزی بودند، استفاده کند، خود بلیس این قضیه را به‌عنوان استفاده اشتباه از سیستم زبانی‌اش پنداشت. او به‌شدت از این مرکز انتقاد کرد، اما درنهایت نشانه‌های ابداعی او به شیوه‌ای ثمربخش با روش‌های آموزشی درمانی - بالینی مختلف که برای کودکانی اگر مشکلات یادگیری دارند طراحی‌شده بودن، درهم آمیختند، علی‌رغم اعتراضات پلیس، این کاربرد، سیستم نگارشی او را به‌عنوان یک نظام آموزشی مؤثر مطرح کرد.

سیستم پلیسیمیولیک، در حال حاضر شامل بیش از ۲۰۰۰ نشانه است که با یکدیگر ترکیب‌شده و بی‌نهایت نشانه و ساختار جدید بسازند. مقایسه بین این نشانه‌ها و ایموجی‌ها، شباهت‌های متعددی را نشان می‌دهد، اما تفاوت‌های اساسی را نیز نمایان می‌کند. اصلی‌ترین تفاوت آن‌ها این است که سیستم بلیس باید هدف مشخص در ذهن، یعنی در دسترس قرار دادن یک نوشته در سرتاسر دنیا، طراحی‌شده بود؛ زیرا او می‌خواست نامش جایگزین سیستم نگارش فعلی گردد. در عوض، ایموجی که برای اینکه جایگزین این نظام‌ها شود، بلکه برای بهبود و در دسترس قراردادان آن‌ها طراحی شد تا ارتباطات دیجیتال میان افرادی با زبان‌های مختلف قابل‌فهم‌تر گردد، علاوه بر این، با توجه به تغییراتی که در کاربرد ایموجی رخ‌داده است. زبان ایموجی بیشتر و بیشتر در حال تبدیل‌شدن به یک «زبان اپی ژنتیک» است؛ یعنی، زبانی که توسط کاربران و کاربردها شکل می‌گیرد. درحالی‌که بیسیمبولیک، نسبت به فشارهای خارجی تغییرات، غیرقابل‌نفوذ است.

سیستم پلیس در دوران گسترش گردشگری و ارتباطات بین‌المللی طراحی گردید. این مسئله باعث شده بسیاری تصور کنند که یک‌زبان نشانه محور برای تسهیل تعاملات نی نیاز است. برای عده‌ای، پلیسیمیولیک راه‌حل بی‌نقصی بود، به‌طور نظری بری عاری از مداخلات اپی ژنتیکی بود. او زمانی که در شانگهای، مدهوشی که می‌توانست تا حد زیادی از آن‌ها سر دربیاورد، شده بود، راه توسعه نظامش را یافت. او یک آموزگار استخدام کرد تا هم یافته‌های خود را به تأیید برساند و دارچینی بیاموزد. نکته قابل‌توجهی که کشف کرد این بود که هر فرد چینی، صرف‌نظر از زبان مادری با گویشی که دارد، می‌تواند یک متن نوشته‌شده را بخواند. او همچنین دریافت که خوانش او از این متون به آلمانی یا انگلیسی است. به رشت که یک‌زبان همگانی بر اساس نشانه‌های تصویری، می‌تواند برای ارتباطات بین‌المللی در نظر گرفته شود که امکان بازنویسی هر زبانی را فراهم کرده و درنتیجه یک‌زبان نشست‌هایی جهانی برای نگارش در هر حوزه‌ای تیشلر جستجوی یک سیستم نگارش تصویری، بر اساس باورهایش مبنی می از نگارش آوایی برتری خواهد یافت، کاربر روی سیستم خود را در دهه 1940 آغاز کرد.

مشخص شد که بلیسیمبولیک، مشابه الگوی مشخصه لایبنیتس است و به‌جای واژگان، شامل مجموعه‌ای از اشکال یا نشانه‌های تصویری کوچکی است که از نمایش اشیاء قابل‌مشاهده و ایده‌های کلی، مانند قضایای هندسه و دیگر اشکال نموداری ریاضی رادارند. هرچند، در تمام این نظام‌ها، فرض بر این بود که یک ساختار همگانی برای معناشناسی وجود دارد؛ اما ازنظر شیوه بیان متفاوت است هماهنگ‌سازی این دو از طریق یک‌زبان نشانه‌ای، به یک‌زبان همگانی حقیقی منجر خواهد شد که اصطلاح پیشنهادی پلیس، از معناشناسی تصویری هم به همین واقعیت اشاره دارد، عنوان طولانی اولین کتاب او درباره سیستم ابداعی نیز این مسئله را بیان می‌کند معناشناسی تصویری بین‌المللی: یک نگارش نشانه‌ای غیر الفبایی که در تمام زبان‌ها قابل‌خواندن است. یک ابزار کاربردی برای ارتباطات عمومی بین‌المللی، به‌ویژه در علم، صنعت، تجارت، بازرگانی و غیره و نیز برای آموزش معناشناختی، بر اساس اصول نگارش اندیشه‌نگاری و نشانه‌پردازی در شیمی.

بلیس در کتابش عنوان می‌کند که نشانه‌های او باید توسط همه، صرف‌نظر از اینکه به چه زبانی صحبت می‌کنند، قابل‌خواندن باشند. تعجبی نداشت که سیستم او بلافاصله توسط ریاضی‌دانان و منطق‌گرایی مثل برترند راسل که خود به دنبال ایجاد یک سیستم نشانه‌ای منطقی برای نمایش مفاهیم معنایی به شیوه‌ای همگانی بودند تحسین شد. او ابتدا این دیدگاه را تأیید کرد، اما با انفجار صنعت گردشگری در اواخر دهه ۱۹۵۰ و اوایل دهه ۱۹۶۰ و تغییراتی که در دنیا به وجود آمد، دیدگاهش را تا حدودی تغییر داد. همان‌طور که در نسخه‌های بعدی کتاب بلیس نمایان است، او دریافت که نشانه‌های تصویری می‌توانند پل معنایی وسیع‌تری - نه کامل‌تری - رامیار کاربران زبان‌های مختلف ایجاد کنند. هرچند، به‌غیراز منطق دانان، بسیاری در مقابل سیستم بلیس مقاومت کردند. موفقیت‌آمیزی بودن سیستم پلیس در آموزش خواندن و نوشتن به شیوه آواشناختی به کودکان دارای فلج مغزی، علی‌رغم اعتراضات اولیه بلیس، از منابع توجیه، درستی و کارآمدی این سیستم بود. او امیدوار بود که درنهایت سیستم گسترش‌یافته و در مدارس سراسر دنیا برای تدریس به تمام کودکان استفاده شود؛ اما مانند روش مونته سوری تنها گروه خاصی از معلمان را به خود جذب کرد که در خارج از قالب‌های سنتی کلاس قدم بردارند و روش به‌ظاهر مؤثرتری را برای تدریس به کار بگیرند. به همین دلیل، هیچ‌گاه در حوزه آموزش انتشار پیدا نکرد و به محدود به موقعیت‌های خاص شد، روی‌هم‌رفته، این‌طور برآورد شده است که امروز بیجویک در پیش از سی کشور استفاده می‌شود.

در حال حاضر، دو هزار نشانه معنایی - تصویری وجود دارد که از اشکال ساده‌ای ساخته‌شده‌اند که نوشتن آن‌ها آسان بوده و می‌توانند بارها وبارها برای ایجاد نشانه‌های جدید با یکدیگر ترکیب شوند. همچنین می‌توانند برای نوشتن جملات به هر زبانی استفاده شوند. در زیر برخی از نشانه‌های پایه و ساده ارائه‌شده‌اند:



نمونه‌های بلیسیمبولیک

جالب است بدانید که برخی از این نشانه‌ها، مشابه ایموجی هستند، مانند استفاده از قلب برای نشان دادن دوست داشتن و شادی و شکل ساده یک‌خانه به‌عنوان نمادی برای انواع مسکن. بلیس نشانه‌های ابداعی خود را در سه دسته کلی طبقه‌بندی کرد که عبارت‌اند از اشیاء مادی، انرژی کنش‌ها و فعالیت‌ها و ارزش‌ها انسانی در زبان‌های طبیعی، این مفاهیم ازنظر دستوری با عناوین، اسم‌ها، افعال و صفات شناخته می‌شوند. در سیستم بلیسیمبولیک، کارکردهای دستوری یا دم نشان داده می‌شوند؛ یک مربع، یک مخروط و یک مخروط برعکس که در بالای یک نشانه معنایی قرار می‌گیرند تا آن را به‌عنوان یک شیء، کنش با مشخص کنند. پلیس ادعا می‌کند که این نشانه‌ها بازتاب ادراک بشر هستند؛ به‌عنوان نشانه مربع نشان می‌دهد که ساختار یک موضوع، دستگاه‌اند است، نه تصادفی لازم گفتن نیست که چنین نشانه‌ای در زبان ایموجی که به‌عنوان یک‌زبان معنایی، ساخت دستوری را از طریق جایگزینی ارائه می‌کند، وجود ندارد.

بلیس، نشانه‌های ابداعی خود را به دو منظور طراحی کرد؛ یکی به‌منظور تصویری بودن برای مفاهیمی که می‌توانند به‌راحتی از طریق شباهت‌های دیداری نمایش داده شوند و نیز به‌منظور اندیشه‌نگاری برای مفاهیم انتزاعی‌تر. همچنین، ابعاد و جهت‌های این نشانه‌ها، معنی آن‌ها را تغییر می‌دهند، بسیاری از آن‌ها کارکردی شبیه به تکواژهای زبانی، مثل وندها، دارند که معنی را تغییر می‌دهد. به‌این‌ترتیب، با کنار هم قراردادن این نشانه‌ها، می‌توان به‌راحتی جمله ساخت. دنباله زیر متناظر با جمله انگلیسی می‌خواهم به سینما بروم است:



جمله بلیسیمبولیک

ضمیر «من» با نشانه‌ای به نمایندگی شخص (یک خط عمودی روی یک صفحه) و عدد «۱» (برای «اول‌شخص»)، ساخته می‌شود؛ بنابراین، شماره (۲) نمایانگر از شما است و به همین ترتیب دیگر نشانه‌ها و نمادها نیز معنا می‌شوند، نماد قلب نشانه تمایل با خواستن است؛ درحالی‌که نماد مارپیچ («آتش») بر این معنی تأکید می‌کند، مخروط برعکس قرارگرفته روی نماد، نشانه فعل بودن آن است. شکل سوم نشانه «رفتن» است و از یک نماد بلیسیمبولیکی به‌عنوان «پا» و نیز یک مخروط برعکس در بالای آن به نشانه فعل بودن، تشکیل‌شده است. آخرین نماد که نشانه سینما است، از شکل خانه به همراه نماد فیلم («دوربین») و نیز یک پیکان به نشانه حرکت، تشکیل‌شده است.

مقایسه این سینتگم باهمتای ایموجی آن در فصل پیش، نشان می‌دهد که پس از یادگیری نمادها، درک آن قابل‌فهم‌تر است؛ درحالی‌که همان‌طور که مشاهده کردیم در متونی که با ایموجی نوشته‌شده‌اند، درک متن ریشه در ترکیب متن دارد.

لازم به ذکر است که در سال ۲۰۰۹، پیشنهادی مبنی بر قراردادان پلیسیمبولیک در مجموعه حروف و نشانه‌های همگانی و جهانی برای استفاده در IEC IISO 1046 و استاندارد یونیکد، مطرح شد. هرچند، به دلایل مختلفی که در اینجا حائز اهمیت نیستند، این پیشنهاد هیچ‌وقت به بهره‌وری نرسید. کافی است بدانید که بلیسیمبولیک تا به امروز نتوانسته است به بسترهای دیجیتالی راه پیدا کند تا امکان گسترش آن در سرتاسر دنیا، مانند زبان ایموجی، فراهم شود. یکی از دلایلی که علاوه بر دلایل فنی از این مسئله جلوگیری می‌کند، این است که بلیسیمبولیک یک‌زبان جایگزین بوده و می‌تواند باعث حذف همه زبان‌ها شود. این هدف، مشکلات اجتماعی - سیاسی آشکاری را به وجود می‌آورد؛ چون جوامع مختلف، زبان خود را نشان‌دهنده هویتشان می‌دانند. درواقع، تصور جنبشی برای حذف تمام این نگرش‌های ملی، مشکل خواهد بود. از طرف دیگر، زبان ایموجی چنین تهدیدی ایجاد نمی‌کند، زبان ایموجی یک‌زبان مکمل و افزودنی است که در سراسر دنیا باعث افزایش ارتباطات بین‌المللی می‌شوند. به‌عبارت‌دیگر، به نظر می‌رسد که زبان ایموجی، به اهدافی که زبان ایموجی به اهدافی که بلیسیبولیک هنوز به آن‌ها نرسیده، دست پیداکرده است و توانسته است مردم سراسر دنیا را وادارد که حداقل ارتباط خوبی از طریق معانی تصویری این زبان، با یکدیگر داشته باشند.

**زبان ایموجی**

زبان ایموجی، یک‌زبان ساختگی است؛ اما برخلاف پیشنهادهای لابینیتس یل بلیس، هدفش جایگزینی شیوه سنتی نگارش نیست، بلکه هدفش به‌طورکلی، افزایش میزان درک بین زبان‌های مختلف و افزودن احساس مثبت به پیام‌ها است.

در اینجا، ارائه فهرستی از مشخصات زبان ایموجی که آمیزه‌ای از فصل‌های پیشین است، مفید خواهد بود.

1- ایموجی‌ها، تصویر واژه‌های استانداردی‌اند که معمولاً برای افزودن تفاوت معنایی، تأکید روی لحن پیام، اجتناب از سوءبرداشت‌های احتمالی و نماد کارکردهای احساسی و محاوره‌ای مختلف، در انواع پیام‌های غیررسمی استفاده می‌شوند؛ هدف ایموجی‌ها این نیست که جایگزین زبان‌های موجود شوند.

۲- ایموجی‌ها توسط یونیکد و دیگر نظام‌ها، روی صفحه‌کلیدها و در نرم‌افزارها وب‌سایت‌ها به اشکال دیگری، ارائه می‌شوند. به‌این‌ترتیب آن‌ها مانند حروفی صفحه‌کلیدند، چون می‌توانند با یک کلیک انتخاب شوند؛ اما واجی نیستند، بلکه مثل تصویرنگاری‌ها مفهومی‌اند. به‌عبارت‌دیگر، آن‌ها به دلایل معنایی به مفهومی انتخاب می‌شوند، نه بر مبنای حروف.

۳- ایموجی‌ها به‌ندرت در پیام‌هایی که لحن جدی یا متفکرانه دارند، به کار می‌روند؛ هرچند، همان‌طور که مشاهده کردیم، روزبه‌روز بیشتر در پیام‌های مختلف، ازجمله پیام‌های تهدیدآمیز، استفاده می‌شوند.

۴- ایموجی‌هایی که در انتها یا حتی در طول جملات قرار می‌گیرند، ممکن است. کارکرد علائم نشانه‌گذاری را داشته و جایگزین نقطه یا ویرگول و امثال آن‌ها باشند؟ اگرچه، به میزان قابل‌توجهی به معنای جملات اضافه می‌کنند و فراتر از الگوهایی سطحی عمل می‌کنند که علائم نشانه‌گذاری معمولاً شامل می‌شوند.

۵- متداول‌ترین شیوه استفاده از ایموجی‌ها، در نگارش ترکیبی (متن و تصویر) است؛ اگرچه، نگارش تنها با استفاده از ایموجی نیز در حال محبوب شدن است هرچند، درک ترجمه‌های ایموجی به حدی مشکل است که اصل اساسی حداقل تلاش در نظریات ارتباطات را نقض می‌کند و به‌این‌ترتیب بعید به نظر می‌رسد که به‌طور گسترده‌ای انتشار پیدا کند.

۶- ایموجی‌ها نوعی «مفهوم طنز» به پیام‌ها اضافه می‌کنند که اثر پیام را با اندکی شوخی از طریق یک کارتون، کاهش داده و لحن دوستانه پیام را افزایش می‌دهد.

۷- ایموجی‌ها دارای ساختاری مفهومی‌اند و برای تقویت معنا، در نقطه مشخصی از پیام قرار می‌گیرند. همچنین، برای تقویت معانی بزرگ‌تر به‌صورت سینگم پیا یکدیگر ترکیب می‌شوند و در کنار برخی واژه‌ها، جفت‌های مجاور می‌سازند.

۸- ایموجی‌ها اثر فرهنگ‌نامه‌ای ایجاد می‌کنند و دربردارنده انواعی از معانی ضمنی‌اند که در الگوهای معانی اصلی یا همگانی و نیز در الگوهای فرهنگ محور وجود دارند.

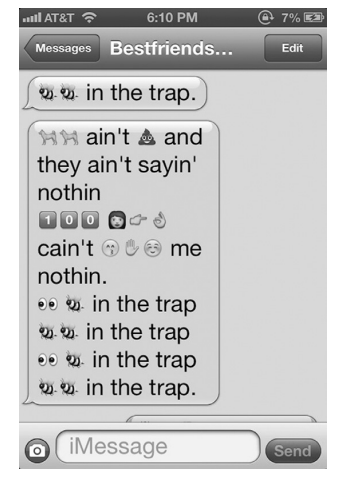
9 – ایموجی‌ها نمونه‌هایی از ترکیبات استعاری در سطوح مختلف‌اند؛ از بخش بنیادی در سطح خرد در پیکر پندی یا ترکیب آن‌ها تا بخش توزیع و ساختار در سطح کلان.

۱۰- اگرچه ایموجی‌ها برای ارائه یک واژه‌نامه همگانی از طریق استانداردسازی ترکیبات طراحی‌شده‌اند، اما هنوز باعث ابهام می‌شوند و دشواری‌های مختلفی را هنگام استفاده و تفسیر به دنبال دارند که با توجه به تنوع و نامعین بودن فرایندهای بیانی، تفسیری و ارتباطی شود، احتمالاً هرگز رفع نخواهند شد.

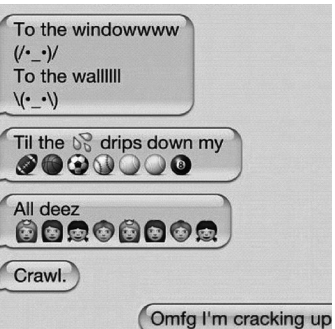
بسیاری از این جنبه‌ها می‌توانند صلاحیت ایموجی را به‌عنوان یک‌شبه زبان همگانی تعبیه کشتار؛ چون ایموجی شامل مؤلفه‌ای جانبی است که نشانه‌های فرهنگی و دیگر اشکال تنوع را نیز مدیریت می‌کند؛ بنابراین می‌توان گفت که حروف و نشانه‌های آن در مقیاس عمومی و همگانی بودن، از درجه پایین تا بالا قرار می‌گیرند؛ به این صورت که ایموجی صورتک ساده در بالاترین مرتبه و دیگر ایموجی‌ها، مثل ایموجی چوب گلف، در پایین‌ترین مرتبه این مقیاس قرار می‌گیرند. همان‌طور که در شب مطرح‌شده، حدود ۱۰۰۰ نماد ایموجی وجود دارد که پس از نقطه میانی و به کی این مقیاس قرار می‌گیرند؛ اما تعداد زیادی از نمادها نیز هستند که در نیمه پایین مقیاس جای دارند. همان‌طور که ذکر شد، گروه دوم درنتیجه فشار فرهنگ‌های مختلف و پاسخگویی به نیاز آن‌ها، به زبان ایموجی اضافه‌شده‌اند.

پدیده ایموجی به‌طور غیرمستقیم نشان داده است که ابهام و کژتابی در زبان با هر نوع شیوه نمایشی یا ارتباطی دیگر، اجتناب‌ناپذیر است. یونیکد، معانی حاصل ازای کمکی می‌نامد؛ اما این مطلب درست نیست، چون آن‌ها درواقع معنای ضمنی حاصل از بارگیری نمادهای ایموجی هستند. نشانه‌های فوری به‌طور کاربردی استفاده می‌شوند، ساختار معنای ضمنی را کسب می‌کنند و همین مسئله منجر به کژتابی می‌شود، به‌این‌ترتیب نباید کژتابی و ابهامی در آن وجود داشته باشد. همان‌طور که مشاهده کردیم، حتی در واژگان اصلی نیز، کژتابی غیرقابل‌اجتناب نیست. چه برسد به اینکه به‌طورکلی زدوده گردد. به‌این‌ترتیب، پدیده ایموجی مدرک محکمی است مبنی بر اینکه تنوع، یکی از اصول زندگی است و نیز طرح‌های ارائه‌شده زبان‌های همگانی، درواقع خیالاتی‌اند از سوی افراد بسیار آرمان‌گرا، جن تا اصل تنوع را نمی‌توان از نظام‌های بشر، ازجمله زبان، حذف کرد.

شاید بهتر باشد بگوییم که ایموجی‌ها، محصول گسترش فزاینده فرهنگ جهان آن‌که در آن، زمینه مشترک نمادگرایی، توسعه و گسترش از طریق فرهنگ است. است ایموجی، مطابق با بسیاری از شیوه‌های محبوب دهکده جهانی است. درواقع همان‌طور که در فصل پیش ذکر شد، یکی از محبوب‌ترین و سرگرم‌کننده‌ترین کاربردهای ایموجی، نسخه ایموجی متن آهنگ‌های محبوب است. تصاویر زیر در نمونه جدید دراین‌باره‌اند:



نسخه ایموجی آهنگ زنبورها تو تله از نیکیمیناژ



نسخه ایموجی آهنگ برو پایین از لیلی جان

این‌گونه استفاده از ایموجی نشان می‌دهد که این زبان برای جامعه‌ای که به خواندن کارتون‌ها و دیگر متون ترکیبی عادت دارد، زبانی کامل است؛ اما به‌طورکلی، استفاده از ایموجی می‌تواند به این معنی باشد که مردم در دهکده جهانی به دنبال ابزاری بیانگر و معنادار برای زندگی در آرامش و شادی‌اند؛ به‌این‌ترتیب می‌تواند به‌عنوان فردی مخالف با ترور و وحشت که از طریق درگیری‌ها و جنگ‌ها در حال گسترش در سراسر دنیا است، شناخته شوند.

درواقع، تناقضات زیادی در دنیای امروز وجود دارند که در دوران پیشین وجود نداشته‌اند. ایموجی‌ها نمی‌توانند در نظریات فلسفی یا علمی، جایگزین واژه‌ها شوند می‌توانند کاری کنند که گفتمان عادی روزمره، رنگی دوستانه به خود بگیرد، به این به جنبش ایموجی، یک‌روند زودگذر یا همان‌طور که در فصل بعد بدان خواهیم پرداخت، ابزاری برای فرار از ترس‌ها و زشتی‌های دنیا باشد. نظرات سه نفر از افراد گروه مطلع، این ارزیابی را تأیید می‌کنند:

1 – من عاشق ایموجی‌ها هستم؛ این‌ها آن‌ها شادی را به زندگی من آوردند. بدون آن‌ها دنیا خسته‌کننده است.

2 – من در مقالاتی که نیاز به تفکرات پیچیده دارند، هرگز از ایموجی استفاده نمی‌کنم؛ ایموجی‌ها فقط عناصر زیبایی هستند که در دنیای پر از نفرت، به من شانس زنده ماندن می‌دهد

3 - دنیا به‌هم‌ریخته و آشفته است. همه‌جا جنگ، تغییرات آب‌وهوا، از بین رفت منابع. بااین‌حال باید مثبت فکر کنم؛ حداقل وقتی به دوستان پیام مردم. شکر به خاطر ایموجی‌ها؛ این‌ها مثل شخصیت‌های داستان‌های مصور میمون. من می‌توانم بخندم یا گاهی گریه کنم، اما هیچ‌وقت از استفاده از آن‌ها ناامید نشدم.

**9 - انقلاب ارتباطی**

انقلاب دیجیتالی، بسیار مهم‌تر از ابداع نگارش یا حتی اختراع چاپ است.

داگلاس انگل بارت[[131]](#footnote-131) (۲۰۱۳-۱۹۲۵)

این ایموجی‌ها بخشی از یک انقلاب واقعی در شیوه ارتباط ما با یکدیگرند، یا فقط یک علاقه و تمایل گذرا؟ آیا فقط صورتک‌ها و نشانه‌های بانمکی‌اند که به ارتباطات و تاری روح می‌بخشند و ارزش اندکی دارند، حتی وقتی در حوزه‌های مختلفی مثل تبلیغات استفاده می‌شوند؟ این‌ها پرسش‌هایی‌اند که در این فصل پایانی بررسی خواهند شد و نیز زمان یافتن پاسخی ملموس برای معنای استفاده از ایموجی است. درواقع و مدنظر شما در مصاحبه‌های افراد گروه آگاه و اطلاعات گردآوری‌شده برای این کتاب یافت می‌شود. در اینجا، پاسخ از این منابع استخراج‌شده و صریح بیان می‌شود.

اما پیش از تلاش برای پاسخ به این پر برداشته و به محیط و زمینه‌ای که ایموجی در آن ظاهر می‌شود (دنیای دیجیتال) نگاه گسترده‌تری بیندازیم. در این میان، لازم به ذکر است که پژوهش‌هایی در حال انجام است که نشان می‌دهند استفاده از ایموجی می‌تواند تأثیرات قابل‌توجه ای در فرایند عصبی گذاشته و شکل مغز را تغییر دهد. اگرنین باشد، پاسخ به پرش ابتدایی اهمیت بیشتری پیدا می‌کند. برخی از پژوهش‌ها بیش‌ازحد به نکات بدیهی می‌پردازند. مثل این واقعیت با بدیهی که وقتی ایموجی خاصی را می‌بینیم، حال ما را تغییر می‌دهد. درعین‌حال، حالات چهره خود را تغییر می‌دهیم تا با احساسات ایموجی‌ها یکسان شود. درنهایت بدون اینکه بدانیم، حالات ایموجی‌ها را تقلیده می گوییم (ات ۲۰۱۳). هرچند، گروهی از پژوهشگران در دانشگاه دنکی توکیو دریافت کد ایموجی گرافیکی‌تر باشد، مغز واکنش بیشتری به آن نشان می‌دهد (یو آسا؛ سایتو و موکاوا، ۲۰۱۱) و این مسئله نشان می‌دهد که ایموجی ممکن است در شکاک شناخت و آگاهی نقش داشته باشد.

**دهکده جهانی**

ظهور زبان ایموجی به‌عنوان یک‌زبان همگانی اپی ژنتیکی حاصل فناوری‌هایی است که تعاملات میان فرهنگی را تسهیل کرده و یک آگاهی جمعی با مشترک به وجود آورده‌اند که با عناوینی مثل هوش جمعی، دهکده جهانی با ذهن جهانی شناخته می‌شود و در مقابل آگاهی‌ای است که عصر جذب به ارمغان آورد و می‌تواند ذهن فردگرا نامیده شود ذهن فردگرا، ذهنی است برای حریم خصوصی، استقلال تفکر در جمع، هوش فردی، اختلاف‌نظر یا افراد صاحب قدرت و غیره آزمودن هوش ابزاری است که به‌خوبی طرز فکر ذهن فردگرا را نشان می‌دهد و دستاوردهای فردی را در کنار معیار استانداردی از موفقیت قرار می‌دهد، ذهن فردگرا محصول چیزی ست که برخی آن را اثر الفبا (انگ، ۱۹۸۲ و لوگان، ۱۹۸۶) می‌نامند و دست می‌کند که صرفه‌جویی بیشتر در نگارش و خوانش الفبایی، نیازمند سطوح بالاتری از انتزاع است که به‌نوبه خود، روی آگاهی کاربران باسواد تأثیر می‌گذارد و متعاقباً این افراد خود را از دیگران متمایز می‌بینند. باید اضافه کنم که در فرهنگ‌های تصویری هم این تأثیر مشهود است. درواقع، بسیاری از ویژگی‌های شناختی یکسانی که در کاربران الفبا دیده می‌شوند، در کاربران تصویرنگاری‌ها نیز قابل‌مشاهده‌اند. شاید به این دلیل باشد که خود نگارش (الفبایی، تصویری و غیره)، جدا شدن از گروه و شناخت فرد مستقل از آن را تشویق می‌کند.

حقیقت هر چه باشد، روشن است که ظاهراً نوشتن، افراد باسواد را تشویق می‌کند تا خود را متمایز از دیگران ببینند و احساس منحصربه‌فردی را در اشخاص ایجاد می‌کند. پیش از انتشار نگارش، دانش امتیازی بود که عده اندکی از آن بهره‌مند بودند مواد نیز در دستان صاحبان قدرت بوده گسترش سوادآموزی، به‌طور فراوانی قدرت آن‌ها را کاهش داد، چون متون کتبی می‌توانستند انفرادی خوانده شوند و محتوای آن‌ها به‌صورت ذهنی انجام شود.

دهکده جهانی در حال تضعیف مداوم ویژگی‌ها و ارزش‌هایی است که از مشخصه‌های ذهن فردگرا بوده و در حال جایگزین کردن آن‌ها با ذهن جمعی است. عصر چاپ، خوانش‌های فردی محتوا را تشویق می‌کرد، نه معانی مشترک. در آن دوره، سوادآموزی به یک حق و ضرورت تبدیل شد، نه به‌عنوان امتیازی که در دوران باستان و قرون‌وسطی مرسوم بود. سوادآموزی نیازمند قوانین زبان است و هرگونه نقض این قوانین، ازنظر اجتماعی نادرست خواهد بود؛ اما در عصر اینترنت، این وضعیت تغییر کرده است. نوع زبانی که در رسانه‌های اجتماعی به کار می‌رود، نشان می‌دهد که قوانین پیشین سوادآموزی و نگارش، به‌تدریج ارزش کمتری پیدا می‌کند. همان‌طور که دیدیم، یکی از شواهد این مسئله این است که بی‌نقص بودن ازنظر املایی و دستوری دیگر از نیازهای مؤکد یک ارتباط مناسب در نظر گرفته نمی‌شود.

البته این مسئله به این معنی نیست که سواد محو گردیده یا به‌شدت بی‌ارزش شده است؛ بلکه، کارکرد آن در دوران پس از چاپ، تغییر کرده و دیگر آن امتیاز گذشته را ندارد. این مسئله از اواسط دهه ۱۴۰۰ تا اواخر قرن بیستم ادامه داشت، پیش از قرن پانزدهم، سواد به‌عنوان یک ارزش یا یک حق در نظر گرفته نمی‌شد. بسیاری از مردم در اروپا بی‌سواد بودند و فرصت یا تمایلی به یادگیری خواندن و نوشتن نداشتند. مدارس اندکی وجود داشته و کتاب‌ها (نسخه‌های خطی که توسط کاتبان رونویسی می‌شد) کمیاب و گران بودند. داشتن مواد برای کار در روستاهای بین‌شهری لازم نبود. اکثر افراد باسواد متعلق به گروه نجیب زادگان و طبقات بالای اجتماعی یا روحانیون بودند؛ اما ماشین چاپ، همه این‌ها اسامه از طریق کتاب‌های ارزان‌قیمت و دیگر مقولات استرس و نیت دانش و نظریات، تبدیل شدند. تحصیل بیش‌ازپیش به یک حق تبدیل شد تا یک امتیاز؛ چون کارها و نظام‌های اجتماعی که و ایجاد شدند، نیاز میله سواد بودند...

ماشین چاپ آغازگر جهانی‌شدن دانش بود و درنتیجه، سوادآموزی را در سه جهان تشویق کرد، با تبدیل‌شدن صنعت به بخش غالب زندگی اقتصادی قرن هجدهم و نوزدهم، تعداد کثیری از مردم به شهرها مهاجرت کردند. آن‌ها برای پیدا کردن کار مجبور بودند خواندن دستورالعمل‌ها و انجام دیگر کارهایی که نیاز به سواد داشتند را بیاموزند. دولت‌ها اهمیت و ارزش بیشتری برای تحصیلات قائل شدند و نظام‌های عمومی، در همه‌جا پدیدار شدن، اواخر دهه ۱۸۰۰ تحصیلات ابتدایی رسمی، به ضرورتی حیاتی تبدیل شد.

از این محیط اجتماعی، ذهن فردگرا ظهور کرد که هر شخص را به‌عنوان فردی مستقل در نظر می‌گیرد، به‌طوری‌که این شخص حق غیرقابل‌انکاری نسبت به عقایدش دارد؛ فارغ ازآنچه بقیه می‌اندیشند و نیز فارغ از ساختارهای مرجع (شامل: احکام و عقیده جمعی)، فردگرایی بر این باور است که یک جامعه مدنی، تنها بر اساس شناخت حقوق فردی، شکل می‌گیرد و اینکه اجتماعی به این شکل، حقوقی جز مجموعه حقوق فردی اعضایش ندارد. در چنین جوامعی، ذهن مشترک (حسی) متعلق به مرحله قبلی تکامل بشر و جوامع بی‌سواد، در نظر گرفته می‌شود. تفکرات جمعی، محصول اجماع اندیشه‌های فرشی قلمداد می‌شوند که برای منفعت عمومی یکپارچه‌شده‌اند، تمام کارکردهای بدن و ذهن، خصوصی در نظر گرفته می‌شوند و قابل اشتراک و انتقال نیستند. در این پارادایم، ما عقاید دیگر افراد را به ارث می‌بریم، اما از آن‌ها آنچه را می‌خواهیم یا نیاز دارید، می‌سازیم. ما از یکدیگر یاد می‌گیریم، نه از شخصیت‌ها با رهبران مشخص. در چنین نظامی، خلاقیت فرشی اهمیت بالایی دارد او اشکال قبیله‌ای با اشتراکی، بدوی یا غیرمنطقی قلمداد می‌شوند.

اما درنهایت، فردگرایی الگویی است که توسط قدرت‌های فنی - اجتماعی شکل‌گرفته است. این الگو الگوی باارزشی است اما یک نقطه و جدی دارد ک بیماری‌های روانی، بخشی از این نقطه‌ضعف‌اند. به همین دلیل است که روان‌شناسی بالینی، نه مذهب، برای هماهنگ کردن زن با محیط اطراف، ظهور کرده است. جنبش‌هایی مثل تحلیل روائی، اگزیستانسیالیسم، پوچ‌انگاری، سورئالیسم پست‌مدرنیسم، هرگز نمی‌توانستند در یک جامعه قبیله‌ای که در آن بر هماهنگی گروه تأکید می‌شود، ظهور کنند؛ این جنبش‌ها محصول ذهن فردگرایی هستند که هدف آن جدایی از گروه است (مارکس، ۱۸۴۴ و دورکیم، ۱۹۱۲). جای تعجبی ندارد که در عصر اینترنت که در آن‌یک ذهن جمعی مجازی در حال شکل گرفتن است، این جنبش‌ها و شیوه‌های روان‌شناختی، حاکمیت کمتری دارند. در فضای دانشگاهی فردگرایی موجب مباحثات و مطالعاتی درزمینهٔ هویت، تفاوت و دیگر ساختارهای ذهن فردگرا، شده است. امروزه این مباحث تا حدودی در حال از بین رفته‌اند، چون نسل جدید دانشجویان، علاقه بیشتری به استفاده از رسانه‌های دیجیتال برای ارتباط با دیگران تا کناره‌گیری از آن‌ها دارند.

وقتی استفاده از اینترنت گسترش پیدا کرد، تصور می‌شد که رهایی از پیروی کردن و همرنگی با جماعت را به دنبال خواهد داشت و راهی برای ابراز آزادانه عقاید فراهم خواهد کرد؛ اما این دیدگاه، نادرست است. برخلاف جهان پیش از اینترنت (جی ۱۹۹۶)، می‌توان گفت که فرهنگ اینترنت با تکیه‌بر دستیابی به یک آگاهی جمعی از طریق ابزار ساختگی، بناشده است. بازندگی در دنیای رسانه‌های اجتماعی، ممکن است احساس کنیم که این تنها گزینه موجود ماست، پیروزی رسانه‌های اجتماعی به دلیل ایجاد شرایطی است که اجازه می‌دهد نیازهای انسان‌ها به‌صورت فردی بیان شوند و درعین‌حال آن‌ها را در یک زمینه مشترک به یکدیگر پیوند می‌دهد که چنین وضعیتی یک تناقض است. به‌علاوه، با شکل‌گیری ذهن جمعی در دهکده جهانی، گونه‌ای هوش مسرت و جهانی در حال ظهور است که برخی آن را ذهن جهانی می‌نامند.

درواقع این واژه پیش از عصر اینترنت، در سال ۱۹۸۳، توسط پیتر راسل در کتابش شتاب ذهن جهانی» که تأثیرات فناوری‌های جدید را بر آگاهی بشر پیش‌بینی کرد، عنوان شد. این مفهوم از آن زمان، موجب ظهور مجموعه‌ای از نظریات جدید پرت شده است که تنها در دنیای الکترونیکی می‌توانند شکل بگیرند. یکی از این نظریات نظریه فرا انسان‌گرایی است که به‌طور گسترده به دورانی اشاره دارد که بشر دیگر بر دنیا حاکم نیست، بلکه با ماشین‌ها و حیواناتش ادغام‌شده است تا یک نظم کند که در آن، بشر نه در مرکز جهان، بلکه برابر با دیگر هوش‌ها و حیوانی قرار می‌گیرد. یکی از رهبران این جنبش، دانا هاراوی است که ایده‌هایش درباره تأثیر فناوری بر درک ما از بدن، به‌طور گسترده‌ای در مطالعات رسانه‌ای، فرهنگی و ارتباطی نقل‌شده است. او همچنین خاطر پژوهشش پیرامون «نظریه سایبرگ» شناخته‌شده است؛ دیدگاهی ماشین‌ها بیشتر و بیشتر با بشر ادغام‌شده و جایگزین بسیاری از کارکردهای - ذهنی انسان‌ها می‌شوند؛ اما پژوهشگرانی چون هاراوی، تناقض موجود در فناوری را نادیده می‌گیرند. ما همیشه تمایل داریم گذشته را در زمان حال بازیابی کنیم؛ به‌این‌ترتیب، پیشرفت بشر به‌صورت دوره‌ای یا چرخه‌ای است، نه خطی.

ادعای اصلی نظریه‌پردازان ذهن جمعی این است که یک سیستم اطلاعاتی، آموزشی و ارتباطی، از طریق اینترنت در حال ظهور است که به‌گونه‌ای عمل می‌کند که گویی دستگاهی عصبی است که کل سیاره را به یکدیگر متصل می‌کند، هوش، جمعی یا توزیع‌شده است، نه اینکه در یک فرد، نهاد، یا سیستم خاص متمرکزشده باشد، این مسئله به این معنی است که هیچ فردی نمی‌تواند آن را کنترل کند؛ سیستم، خود را از شبکه‌ها گرفته تا فرایندهای تعاملی بین مؤلفه‌ها، سازمان‌دهی می‌کند که الظهور نامیده می‌شود افزایش و گسترش زبان ایموجی را فقط می‌توان محصول ظهور دانست که تنها در دنیایی با ذهن جهانی که در آن اشتراکات از فردیت مهم‌ترند، می‌تواند تعبیه شود.

این مسئله به‌هیچ‌وجه توانایی‌های خلاقانه افراد را کاهش نمی‌دهد؛ درواقع آن‌گونه که افراد گروه آگاه نشان داده‌اند، به نظر می‌رسد که حتی موجب پرورش توانایی‌های آنان نیز می‌شود. همان‌طور که یکی از افراد گروه آگاه عنوان می‌کند. همه‌چیز بستگی به تعریف شما از خلاقیت دارد.» و این، نشان‌دهنده تناقض عصر اینترنت است. اینترنت، شبکه عظیمی است که در آن افراد می‌توانند هم با یکدیگر ارتباط داشته باشند و هم خود را به نمایش بگذارند. پیر تیلار دو شاردن، فیلسوف فرانسوی، در سال ۱۹۴۵، همه این مسائل را پیش‌بینی کرده بود. اصطلاحی که او برای آنچه امروز اینترنت می‌نامیم، به‌کاربرده بود، نشو آن‌را سفر نامید؛ محیطی ذهنی که جهانی‌شدن بشریت را نشان می‌دهد و مستلزم گونه‌ای تکامل برگشت‌ناپذیر و مقاومت‌ناپذیر است که او آن را «ماکرو بیولوژیکی» می‌نامد. آن‌طور که دو شاردن عنوان می‌کند، از این محیط یک ذهن جهانی ظهور می‌کند که دیگر قادر به مجزا کردن نظرات و اهمیت قائل شدن برای مؤلف نیست. نظریه دو شاردن اغلب کیهان‌شناسی یا ارگانیسم نامیده می‌شود. این نظریه، به منبع الهام‌بخش روسی نظریه ذهن جهانی تبدیل شد که افراد و جوامع را زیرگروه نظام‌های مهمی در نظر می‌گیرد.

که این نظام‌ها برای بقای گونه‌ها به یکدیگر متصل هستند. در این چارچوب، می‌توان به ضرب‌المثل دودست بهتر از یکدست است، برای ‌صورت هر دودست‌ها یکدست‌اند»، اشاره کرد.

یکی از نمونه‌های تعامل بین ذهن جمعی و فردگرایی سابق، ویکی‌پدیا است که منابع وب و هوش جمعی کاربران بی‌شمارش را به هم وصل می‌کند. نکته کلیدی در اینجا این است که نویسندگی یا هویت نویسنده اهمیتی ندارد و افراد می‌تواند از این مسئله که نظراتشان همراه با نظرات دیگران درهم‌آمیخته و به‌صورت یک دایرة‌المعارف درآمده است، احساس اهمیت کنند. درنهایت، باید گفت که مفهوم ذهن جهانی، تنها یک ایده است و به‌خودی‌خود، یک تغییر الگوی تکاملی را توصیف نمی‌کند؛ بلکه چگونگی درک فعلی ما از خودمان را در دهکده جهانی توصیف می‌کند، ذهن جهانی، ذهن فردگرا را حذف نمی‌کند؛ بلکه جایگاه جدیدی به آن اختصاص می‌دهد.

دراین‌باره، لازم به ذکر است که هم دو شاردن و هم مک لوهان، هر دو احتمال می‌دادند که روح بشر، به دلیل اشتیاق به مفاهیمی چون مالكیت، بدون استفاده بماند و بدین ترتیب هر دو هشداری دادند مبنی بر اینکه فناوری و نظریات هوش جمعی، جنبه های اشتیاق بشرند، نه فرایندهای ناگزیری که در آن‌ها، اراده بشر نقشی نداشته باشد و سرنوشت بشر یک مسیر از پیش تعیین‌شده را دنبال کند. دو شاردن و پذیرش این نوع جبرگرایی، هشدار دادند و هر دو بر این باور بودند که انتخاب شخصی و اختیاری، همچنان به افراد اجازه می‌دهد تا در دنیا تغییر ایجاد کنند. ایجاد هوش جمعی دقیقاً گونه‌ای از آفرینش است. هوش جمعی، نحوه کامل، یادگیری و درک فعلی ما را توصیف می‌کند؛ اما انتخاب با توانایی تصور تغییر چیزها را حذف نمی‌کند.

**فراگیر شدن ایموجی**

همان‌طور که پیش از این گفتیم، پدیده ایموجی در دنیا با عنوان مغزجهانی ظاهر شد که زبان کاملا جدیدی را ارائه می کند. اما ایموجی، زبان کاملی نیست. همانطور که در این کتاب مشاهده کردیم، یک اثر زودگذر است که به دلیل سهولت استفاده و خصوصیات معنایی در سطح جهانی گسترش‌یافته است؛ اما، به معنای واقعی کلمه، یک زبان محبوب است: به عنوان مثال، زبانی است که ریشه آن در نمادهای فرهنگ‌عامه (مانندکارتون‌ها و داستان‌های مصور) قرار دارد. اشکال محبوب زبان همواره در طول تاریخ معاصر شکل‌گرفته‌اند، مانند عبارات خاص و سبک‌های گفتاری که از طریق آهنگ‌های پرطرفدار، فیلم‌ها و صداهای یکنواخت و مواردی از این قبیل، مهور شده اند. زبان عامه، به افراد اجازه می‌دهند و تا از آن‌ها پیروی کنند. این زبان، شکلی از گفتمان است که در گروه گفتمان‌های خودمانی و غیررسمی، تبلیغات، گزارش ورزشی و از پیش‌نمایش فیلم‌ها گرفته تا کارتون‌ها را در برمی‌گیرد. اکثر مردم، زبان عامه را زبان عامیانه می‌نامند؛ اما چنین مقایسه‌ای نادرست است زبان پاپ، برای مردم این امکحان را فراهم می کند که با هم گفتگو کنند، آن نوعی گفتمان است که در سراسر فضای اجتماعی مدرن، از تبلیغات، پخش برنامه های ورزشی و پیش پرده های فیلم ها گرفته تا عناوین خبری، دیده می شود. اکثرا آن را زبان پاپ عامیانه می نامند. اما این عنوان صحیح نیست. این زبان یک کد غیر رسمی است که از گرایشات فرهنگی عامه ناشی می شود و با قراردادهای زبانی درون گروهی ارتباطی ندارد.

اصطلاح زبان پاپ (عامه)، توسط روزنامه نگار (لسلی ساوان[[132]](#footnote-132)) در کتاب اسلم دانک و بی‌مغزها معرفی شد: زبان در زندگی، رسانه، کسب‌وکار، سیاست (۲۰۰۵)، زبانی است که انواع زبان های مورد استفاده در رسانه ها را شرح می دهد و توسط نیروهای بازار آن را تقویت می‌کند. ساوان می گوید: در کل جامعه مردم از یک سبک گفتاری استفاده می کنند که علامت تششویق یا آهنگ لبخند در آن وجود دارد. عباراتی مانند (امسال هم گذت)؛ (آنجا نرو)؛ (زندگی را تجربه کن)؛ (متنفرم وقتی این اتفاق می‌افتد)؛ (بهتر از این نمی شه)؛ و (من این طور فکر نمی کنم (با لحن تمسخر))، از طنز های تلویزیونی و فیلم های محبوب، و به‌طور گسترده‌ای در دیگر رسانه‌ها منتشر شداند و به یک عادات گفتاری روزمره تبدیل شده اند. ساوان معتقد است که زبان عامه به صورت ناخودآگاهانه جذاب است؛ چون از رسانه‌های محبوب سرچشمه می‌گیرد و هماهنگ با زمان است (مد روز است). مانند دیالوگ‌های سریال‌ها، سبک، خودآگاه، کنایه‌آمیز و پر از تحقیر، عبارات جذاب و عطف های اغراق آمیز است. آیا کد ایموجی با این مشخصات تناسب دارد؟ از یک طرف، به نظر می‌رسد که یک انقلاب ارتباطی است؛ کد ایموجی، صدای جدید جهانی فرهنگ‌عامه را شیوه‌ای مؤثر بیان می‌کند و همانطور که پیش از این گفتیم ضد سلطه‌گری است و صحبت‌های جدی را به تمسخر می گیرد. کد ایموجی این امکان را فراهم می‌کند که بخش طنزپرداز ذهن بشر، بدون اینکه ناپسند تلقی شود، خود را ابراز کنند. از این لحاظ، درواقع نوعی زبان درمانی است تا لفاظی بی‌معنی، ما این پرسش را از افراد گروه آگاه پرسیدیم: آیا کد ایموجی باعث می‌شود هنگام گفتگو راحت تر باید و استرس تعاملات چهره‌به‌چهره را کاهش می‌دهد؟ پاسخ همه به این پرسش، مثبت بود. یک نفر برای توصیف احساسی که هنگام انتخاب و درج ایموجی تجربه می کند را نوعی واژه درمانی نامید. این زبان، تسهیل‌کننده احساسات است، چون اجازه می‌دهد تصاویر سرگرم‌کننده، به ارتباط رنگ دیگری داده و ساختار معنایی آن را تقویت کنند. زبان ایموجی هم هم ارتباط است و هم سرگرم کننده می باشد؛ به همین دلیل، دارای بازتاب اجتماعی و احساسی است. با اینکار، بینشی در رابطه با جامعه مدرن، ارزش‌ها، ترس­ها و گرایشات محبوب ارائه می‌کند.

شاید کد ایموجی بخشی از یک انگیزه تکاملی باشد که درک زبان‌ جهانی را راحت­تر می­کند. تاریخچه زبان انگلیسی نشان‌دهنده جریان مداوم در جهت ساده‌سازی و درک پذیری است. همان‌طور که پیش‌تر بحث شد، کافی است نگاهی به آثار چاوسر و شکسپیر بیندازیم تا دریابیم که زبان انگلیسی در طول سال ها تا چه اندازه تغییر کرده است. بسیاری از ویژگی‌های واقعی زبان عامه همان مواردی هستند که پیش از این ارائه شدند. در سال ۱۹۲۸، نوح وبستر[[133]](#footnote-133) کلماتی مانند رنگ، بندر، موافقت و بو را پیشنهاد کرد. پیشنهاد او پذیرفته شد و تفاوت املایی حاصل از مشخصه‌هایی است که انگلیسی آمریکایی را از انگلیسی بریتانیایی متمایز می‌کند و نیز آمریکا را از گذشته خود، جدا می‌سازد. تغییراتی از این نوع، همیشه نمادی برای شکستن سنت هستند. زبان انگلیسی آمریکایی نیز زمانی توسط انگلیسی بریتانیایی، ویرانگر قلمداد شد؛ چون زبانی نبود که پادشاه به آن زبان صحبت می‌کرد. به‌این‌ترتیب از برخی جهات، سبک‌های جدید نگارشی، مانند ایموجی، در آمریکا محبوب‌اند چون بخشی از گرایش بزرگ‌تر آن کشور هستند و برای فاصله‌گرفتن از گذشته‌ می باشند. همان‌طور که ویونان کوک (۲۰۰۴) می گوید:

مباحث ما درباره هجی سازی، اغلب حاکی از آن بوده که ایده­آل نگارشی کاملی وجود دارد که مردم باید آن را دنبال کنند. املا و علائم نگارشی صحیح، به منزله دستوراتی‌ هستندکه بر روی لوح­های سنگی حک شده اند؛ شکستن آن‌ها، زیر پا گذاشتن دستورات ضمنی رفتار مدنی است. هجی سازی و علائم نگارشی به‌جای حوزه اختلاف عقلانی، می توانند به یک مسئله‌ احساسی تبدیل شوند.

در سال ۲۰۱۱، جان اچ. لی[[134]](#footnote-134)، در پایان‌نامه مقطع فوق لیسانس خود، با عنوان پیامک‌ها با زبان چه می‌کنند؟ از دانشگاه کل گری، می گوید: در معرض قرار گرفتن و استفاده از زبان عامه، منجر به کاهش پذیرش واژگان از سوی مردم می‌شود و در نتیجه میزان واژگان را نیز به‌طور قابل‌توجهی کاهش می‌دهد. لی دریافت که دانش آموزانی که با رسانه‌های چاپی و سنتی (کتاب‌ها و مقالات) سروکار بیشتری داشتند، به گسترش واژگان خود تمایل بیشتری دارند. لی می‌گوید: فرض ما درباره پیامک دادن این است که زبان بدون محدودیت را تشویق می‌کند، اما مطالعات نشان داده‌اند که این افسانه‌ای بیش نیست، ولی همچنین بر این باور است که خواندن مطالب چاپی سنتی مردم را در معرض خلاقیت و تنوع زبانی قرار می‌دهد که در زبان عامه و نیز در زبان ایموجی، یافت نمی‌شود.

البته، لی به اشکال مختلف خلاقیت اشاره دارد؛ به‌طوری‌که خلاقیت آثار داستایوسکی را نمی‌توان با خلاقیت یک کاربر توییتر مقایسه کرد. آنچه باید موردتوجه قرار بگیرد این است که کدام‌ گونه‌ نگارشی ظهور پیدا خواهد کرد و آیا این‌گونه های نوظهور نگارشی در مقابل متون ادبی سنتی قرار می گیردند؟ همان‌طور که در فصل‌های قبل دیدیم، در حال حاضر، کل پیام‌ها با ایموجی نوشته می‌شوند؛ اما تاکنون، محبوبیت و توجه رمان‌های سنتی را نداشته اند. افراد گروه آگاه، نکات روشنگری را درباره کاربردها و اهمیت شیوه‌های نگارش امروزی بیان کردند. به‌طورکلی، می‌توان از پاسخ‌های آن‌ها این‌طور نتیجه‌گیری کرد که باید دو نوع سواد وجود داشته باشد؛ یکی برای ارتباطات دیجیتال غیررسمی و دیگری برای اهداف علمی و آموزشی مقولات چاپی و سنتی. برخی از پاسخ‌ها در زیر ارائه‌شده‌اند:

1 - من هرگز از ایموجی در متون جدی استفاده نمی‌کنم؛ ایموجی، تنها راهی برای ایجاد صمیمیت با دیگران است.

2 - من می‌دانم چه زمانی از آن‌ها استفاده کنم و چه زمانی استفاده نکنم.

3 - من آنها را به نگارش اختصاری ترجیح می دهم؛ آن‌ها معنای بیشتری دارند. من در نوشتن مقاله بدون آن‌ها مشکل دارم، اما می‌دانم که باید تلاشم را بکنم.

۴- ایموجی تنها یک‌زبان سرگرم‌کننده است؛ هیچ‌چیز سرگرم‌کننده ای در مقالات و علم وجود ندارد، درست است؟

5 - من هیرگز در خارج از ارتباط با خانواده و دوستانم، از ایموجی استفاده نمی‌کنم.

ایموجی، یک‌زبان مفرح و سرگرم‌کننده است. برخلاف دیگر زبان‌های ساختگی، زبان ایموجی از نظر اپی­ژنتیکی در حال تکامل است؛ بنابراین، در گرایشات تکاملی خود، بیشتر به زبان‌های طبیعی نزدیک می‌شود. کد ایموجی، شکل روان و ارگانیک زبان است و معانی نمادهای ایموجی، در فرهنگ‌های مختلف، به شیوه‌های متفاوتی تفسیر یا به کاربرده می‌شوند. مردم، کاربردها و معانی کاملاً جدیدی را به آن‌ها اختصاص می‌دهند. اساساً، در غیاب نشانه‌هایی مثل لحن و سباق حمله، ایموجی‌ها موجب افزایش یا تصریح معنی اور زمینهٔ می‌شوند، به‌طورکلی، همان‌طور که مشاهده کردیم، زبان ایموجی «لحن جمله» را در رسانه‌ای بیان می‌کند که خود از لحن برخوردار نیست، ایموجی، به‌عنوان علائم نگارش احساسی، تقویت‌کننده و اضافه کننده بافت، ایهام و تفاوت‌های ظریف، به کار گرفته می‌شود و بدین ترتیب به مخاطبان اجازه می‌دهد تا در حین اینکه افکار خود را به زبان می‌آوردند، از تیزی و شدت آن‌ها نیز بکاهند.

یکی از افراد گروه آگاه، می گوید: من می‌توانم ایموجی را در کلمه خلاصه کنم: "سرگرم کننده". او ارزیابی خود را با نشان دادن ایموجی که هنگام مستی برای دوستانش می‌فرستد، تأیید کرد:



ایموجی مستی

اگر پیام یک هشدار باشد، او از ایموجی زیر به همراه عبارت (آخ، بعداً پشیمان می‌شی) استفاده می‌کند:



ایموجی بعداً پشیمان می‌شد

یکی دیگر از افراد گروه آگاه، بینش بسیار جالبی به ما داد و خاطر نشان کرد که بیشترین استفاده از ایموجی‌ها، قواعد قراردادی ساده کلام یا توضیحاتی دیداری، از نظر معنایی و گفتاری هستند که در طول یک مکالمه اتفاق می‌افتد. او لیست زیر را به‌عنوان متداول‌ترین ایموجی‌ها - حداقل از نظر خوش - ارائه کرد و اتفاقاً ما دریافتیم که این لیست با ارزیابی‌های آنلاین و تنظیمات صفحه‌کلیدهای جدید، مطابقت دارد:

|  |  |
| --- | --- |
|  | ساکت باش!  این ایموجی متناظر با این استعاره است: زیپ دهنتو ببند |
|  | جذاب  این ایموجی ترکیبی از بمب+صدف است که مفهوم ایموجی جذاب را می‌رساند. |
|  | با من تماس بگیر!  این ایموجی با تقلید از حرکت معروف دست به نشانه استفاده از تلفن، طراحی‌شده است. |
|  | ملکه درام  همان‌طور که دیدیم، این ایموجی برای شاهزاده خانم هم استفاده می‌شود. |
|  | موفق باشی.  همان‌طور که گفته شد، این ایموجی که ترکیبی از شست دست روبه‌بالا و شبدر چهار برگ است. واضح بوده و نیازی به توضیح ندارد. |
|  | راک استاد/ جشن گرفتن یا شادی یا موسیقی  این ایموجی نماد همین حرکت (جشن یا شادی یا موسیقی) با دست است. |
|  | لعنت به تو!  این ایموجی هم نسخه ایموجی حالت دست انگشت وسط است. |
|  | به‌زودی می‌بینمت  همان‌طور که پیش‌ازاین گفته شد این ایموجی در حال تکان دادن دست، برای احوالپرسی استفاده می‌شود. |
|  | خیلی جذاب  واضح است که ترکیب ایموجی سیگار و ایموجی آتش، به معنای مناسب است. |

همان‌طور که در بالا مطرح شد، نوع خاصی از صلاحیت عملی در این امر دخیل است که کاملا انعطاف‌پذیر می باشد و با دیگر صلاحیت هایی که شیوه‌های نگارشی سنتی تداخل ندارد. در یک جمله، حداقل تا آنجا که می‌توان گفت - نگارش با ایموجی به‌هیچ‌وجه با دیگر شیوه‌های نگارش رسمی تداخل ندارد همان‌طور که یکی دیگر از افراد گروه آگاه عنوان کرده است، زبان ایموجی زبانی سرگرم‌کننده بوده و استفاده از آن راحت است.

**آینده ایموجی**

هر کتابی به یک نتیجه‌گیری نیاز دارد، اما در این کتاب، رسیدن به یک نتیجه‌گیری مشخص دشوار است. پژوهش انجام‌شده حاضر درزمینهٔ ایموجی، ترکیبی از نظرات و یافته‌های پژوهشی است که زبان ایموجی را توصیف می‌کند. اگر نتیجه‌ای برای این جستجو و تحلیلی توصیفی در باره‌ای شکل جدید نگارش وجود داشته باشد، فهم آن دشوار خواهد بود. بهترین شیوه بیان آن، طرح این پرسش است: آیا نگارش با ایموجی یک‌ گرایش زودگذر است یا شکل جدیدی از نگارش جهانی است؟

ایموجی‌ها، در زمینه استفاده روزافزون از تجسم در شیوه های بازنمایی و ارتباطی، در محیطی با مغزجهانی، بوجود می آیند؛ اما برخلاف نظامی همچون بلیسیمبولیک، این سیستم بسته، قانونی برای اصتفاده و ساخت ندارد؛ بلکه یک‌شکل نوشتاری جایگزین است که با ارائه نیروهای احساسی، محاوره‌ای و استدلالی لحن و ظرافت هایی را به متن اضافه می کند و بدین ترتیب، معنای سخن را به متن می‌افزاید. موضوعاتی که در طول دوره پژوهش مطرح‌شدند، را در اینجا به‌طور خلاصه تکرار می کنیم:

1 - کاربرد اصلی ایموجی در پیام‌های غیررسمی و معمولاً با آشنایان، دوستان و دیگر افرادی است که در ارتباط با آن‌ها، شیوه نگارش غیررسمی به کار گرفته می‌شود. کاربرد ایموجی در محیط‌هایی مانند توییتر، اینستاگرام، پایگاه‌های اینترنتی دوستیابی و نیز در حوزه‌هایی مانند تبلیغات و سیاست، گسترش می‌یابد.

۲- از آنجا که ایموجی‌ها توسط سیستم‌های استانداردی مانند یونیکد تهیه می‌شوند، اساساً یک الفبای بصری را تشکیل می‌دهند که به کاربران این امکان را می‌دهد که تصاویر را از لحاظ ساختاری، مفهومی و منظورشناختی، وارد متن کنند؛ درواقع ایموجی‌ها عملاً جایگزین احوالپرسی و علائم نگارشی در پیامک‌های متنی شده‌اند.

۳- متداول‌ترین و مؤثرترین کاربرد ارتباطی ایموجی، استفاده از آن در نگارش ترکیبی است، این مسئله این امکان را فراهم می‌کند که تصاویر با استفاده از جریان مفهومی پیام هدایت شوند که در آن ایموجی‌ها به‌عنوان مکث احساسی، با تأکید برمعنی برخی واژه‌ها یا عبارات، به بخش هایی از جمله اضافه می شوند.

۴- تلاش برای نوشتن ایموجی (مانند ترجمه کل کتاب یا پیام های تبلیغاتی) شایع نشده است، چون بدون تردید، برای رمزگشایی به تلاش زیادی نیاز دارد.

۵- به‌این‌ترتیب، کد ایموجی در وهله اول به صورت مکمل است دقیقا مانند شییوه های نگارشی نادرست و نوشتار گذشته استفاده می شود، که در آن تصاویر به منظور درک بهتر مطالب یا ایجاد حاشیه نویسی و بهبود متن استفاده می شوند.

6- آن‌طور که گروه پژوهشی دریافته است، ایموجی‌ها تقویت کننده احساسات هستند و اجازه می دهند که لحن دوستانه حفظ شود؛ بنابراین، ریسک تعارضات و کشمکش‌هایی که در مکالمات چهره‌به‌چهره وجود دارد، را کاهش می دهد.

7 - کد ایموجی، به‌طور قابل‌ملاحظه‌ای شیوه‌های نگارش را تقویت می کند و شیوه‌های تصویری و واضح گذشته را به روش های جدید بازیابی می‌کند. اما این مسئله، الفبای آوایی را منسوخ نمی‌کند، بلکه به کاربران اجازه می‌دهد تا نگارش ترکیبی مرتبط با دیگر شیوه‌های نگارش، ازجمله متون جدی مثل متون فلسفی، را در نظر بگیرند.

8- ایموجی با مفهوم صرفه جویی در یک ضربه کلید تناسب دارد، شاید این واقعیت نشان می دهد که ما به حدود اختصار کلمات اصطلاحات نوشتاری رسیده ایم.

9 - کد ایموجی را می‌توان به دو بخش تقسیم کرد: واژگان اصلی و واژگان فرعی. اولی در مقیاس جهانی بالاتر است. دومی منعکس کننده تنوعی است که در کد ایموجی را از طریق کاربردهای میان‌فرهنگی، شکل می دهد.

1۰- انتقادات علیه ایموجی نگارشی، از درک ویژگی های نگارشی سواد عصر چاپ و دیدگاه ضمنی آن، ناشی می شود که پیچیدگی اندیشه با پیچیدگی نگارشی در ارتباط است. این مسئله ممکن است در کاربردهای خاص زبان مثلاً در فلسفه، صادق باشد، اما این مسئله، یک قانون شناختی نیست. به‌عنوان‌مثال، ریاضی، این فشرده‌سازی (فرمول‌ها و معادلات) است که پیچیدگی را توصیف می‌کند، نه توضیحات پیچیده و مفصل.

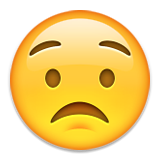
11 - به‌طورکلی، کد ایموجی ذهنیت سازی در نوشتار آوایی را احیا کرده است، اگرچه شیوه‌ جدید، به جان ما اجازه می‌دهد تا حالت بصری موجود در سیستم های نوشتاری اولیه را بازپس بگیریم.

۱۲- به طور کلی، کد ایموج زبان عامه را تشکیل می‌دهد که طنز، دوستی، خنده و سرگرمی را به شیوه‌ای سیستماتیک منتقل می کند. همچنین، تصادفی نیست که کد ایموجی در اصل از کمیک های مانگا الهام گرفته است.

نگارش با ایموجی، پیش‌گام جنبش‌هایی ازجمله دادا، آینده‌گرایی و شاید حتی نویسندگانی مثل ای۔ ای، کامینگز است که با حروف کوچک می‌نوشتند و از تحریف نحو، علائم نگارشی غیرمعمول، عناصر عامیانه، حذف فضاها و استفاده از اشکال بصری (مانند تحریف اشعارش برای اینکه شکل حیوانات یا یک ایده توصیف شود)، استفاده می شود. ایموجی آخرین تجلی گرایش عصر مدرن را بازنمایی می کند تا برای اصلاحات نگارشی را به شیوه ای دقیق منعکس کند. ایموجی یک شیوه نگارشی کارتونی است که ما را سرگرم کرده و از مشکلات دنیای واقعی دور نگه می دارد. در حقیقت، کامینگ اینگونه روزنامه تابلوئید را توصیف می کند (به نقل از مجله وینی تر، دسامبر ۱۹۲۶): روزنامه های تابلوئید برای آمریکایی ها همان چیزی است که کتاب مقدس برای یک زائر معمولی است: بعلاوه وسیله ای برای جلوگیری از دردسر، از طریق شیوه بی ضرر و غیرمستقیم در رها کردن تجملات و بیهودگی های این دنیای شریر است.

بنابراین، آیا ظهور و گسترش ایموجی‌ یک‌روند گذرا است یا پیدایش یک زبان جهانی واقعی است؟ این سوال در مقدمه کتاب و در شروع این فصل مطرح شد. اما در واقع هیچ پاسخ روشنی وجود ندارد. در دهکده جهانی، گرایشات به‌سرعت می‌آیند و می‌روند و زبان ایموجی هم می‌تواند یکی از آن‌ها باشد. به گفته یکی از افراد گروه آگاه، با رشد فناوری‌های فعال شده با صدا، جایگزین ارتباطات از طریق صفحه‌کلید می شود، عصر ایموجی‌ ممکن است گونه‌ جدید ایموجی دهان، زبان و ذهنیت سازی را ایجاد کند. بدین ترتیب، نتیجه می‌گیریم که نتیجه‌ای وجود ندارد. به عقیده من، پدیده ایموجی یک اتفاق زودگذر است. همان‌طور که افراد گروه آگاه گفتند - با ظهور فناوری‌ها و نیازهای جدید در دهکده جهانیبوجود می آید. سیستم های ارتباطی بشر، بسیار سازش سازگار هستند و در تغییرات جهان و آگاهی انسان قادر به پاسخگویی هستند؛ درواقع در اغلب موارد به صورت پویا با آنها در هم می‌آمیزند. این فصل را با نقل قولی از نویسنده معاصر، داگلاس آدامز[[135]](#footnote-135)، به پایان می رسانیم که رابطه بین فناوری‌ و اشکال بازنمایی را به‌طور هوشمندانه‌ای شرح می دهد:

ابتدا فکر کردیم که رایانه شخصی یک ماشین‌حساب است. سپس متوجه شدیم که چگونه با استفاده از اسکی اعداد را می توان به حروف تبدیل کرد و فکر کردیم که کامپیوتر یک ماشین تحریر است. سپس گرافیک را کشف کردیم و تصور کردیم که تلویزیون است، اما با استفاده از شبکه گسترده جهانی، متوجه شدیم که یک بروشور است.



صورتک نگران این ایموجی علاوه بر نگرانی، هول و هراس را نیز منتقل می‌کند .

منابع

Alexander, James (2012). “On the Cognitive and Semiotic Structure of  
Mathematics. In M. Bockarova, M. Danesi, and R. Núñez (eds.), *Semiotic  
and Cognitive Science Essays on the Nature of Mathematics*, 1–34. Munich:  
Lincom Europa.  
Arnheim, Rudolph (1969). *Visual Thinking*. Berkeley: University of California  
Press.  
Auletta, Ken (2008). *Googled: The End of the World as We Know It.* New York:  
Penguin.  
Austin, John L. (1961). *How to Do Things with Words*. Cambridge, MA: Harvard  
University Press.  
Azuma, Junichi and Ebner, Martin (2008).“Stylistic Analysis of Graphic  
Emoticons: Can They be Candidates for a Universal Visual Language of the  
Future?» In J. Luca and E. R. Weippl (eds.), *World Conference on Educational  
Media and Technology.* Vienna, Austria: Association for the Advancement of  
Computing in Education (AACE). http://editlib.org/p/28510.  
Bar–Hillel, Yehoshua. 1960. “The Present Status of Automatic Translation of  
Languages. *Advances in Computers* 1: 91–163.  
Baron, Naomi (2008). *Always On*. Oxford: Oxford University Press.  
Barthes, Roland (1964).“Rhetoric of the Image. In Carolyn Handa (ed.),  
*Visual Rhetoric in a Visual World: A Critical Sourcebook*. 152–63. New York:  
Bedford/St. Martin’s.  
Barthes, Roland (1977). *Image-Music-Text*. London: Fontana.  
Barthes, Roland (1981). *Camera Lucida*. New York: Hill and Wang.  
Barthes, Roland and Lavers, Annette (1968). *Elements of Semiology*. New York:  
Hill and Wang.  
Baudrillard, Jean (983). *Simulations.* New York: Semiotexte.  
Bergen, Benjamin (2001). “Nativization Processes in L1 Esperanto. *Journal of  
Child Language* 28: 575–95.  
Birdwhistell, Ray L. (1952). *Introduction to Kinesics*. Ann Arbor, MI: University  
of Ann Arbor.  
Bliss, Charles K. (1949). *International Semantography: A Non-Alphabetical  
Symbol Writing Readable in All Languages. A Practical Tool for General  
International Communication, Especially in Science, Industry, Commerce,  
Traffic, etc. and for Semantical Education, Based on the Principles of  
Ideographic Writing and Chemical Symbolism.* Sydney: Institute of  
Semantography.  
**186 REFERENCES**Bliss, Charles K. (1955). *Semantography and the Ultimate Meanings of Mankind:  
Report and Reflections on a Meeting of the Author with Julian Huxley. A  
selection of the Semantography Series; with “What scientists think of C.K. Bliss’  
semantography.”* Sydney: Institute of Semantography.  
Bliss, Charles K. (1978). *Semantography-Blissymbolics: A Simple System of 100  
Logical Pictorial Symbols, Which can be Operated and Read Like 1+2=3 in All  
Languages*. Sydney: Semantography-Blissymbolics Pubs.  
Bliss, Charles K. (1985). *The Blissymbols Picture Book (Three Volumes),  
Development and Advisory Publications of N.S.W. for SemantographyBlissymbols.* Coogee: Institute of Semantography.  
Bloomfield, Leonard (1933). *Language*. New York: Holt.  
Blot, Richard K. (ed.) (2003). *Language and Social Identity*. Westport: Praeger.  
Bogdan, Catalina (2002). *The Semiotics of Visual Languages*. New York:  
Columbia University Press.  
Bouissac, Paul (1993). “Beyond Style: Steps towards a Semiotic Hypothesis.” In  
M. Lorblanchet and P. G. Bahn (eds.), *Rock Art Studies: The Post-Stylistic Era*,  
203–06. Oxford: Oxbow Monograph 35.  
Bouissac, Paul (1994). “Art or Script? A Falsifiable Semiotic Hypothesis.”  
*Semiotica* 100 (2–4): 349–67; “Introduction: A Challenge for Semiotics.”  
*Semiotica* 100 (2–4): 99–107.  
Bouissac, Paul (1997). “New Epistemological Perspectives for the Archaeology  
of Writing.” In I. R. Blench and N. Spriggs (eds.), *Archaeology and Language*,  
53–62. London: Routledge.  
Bouissac, Paul (1999). “The Semiotics of Facial Transformations and the  
Construction of Performing Identities.” *Journal of Comparative Cultures*3: 1–17.  
Bouissac, Paul (2010). *Saussure: A Guide for the Perplexed.* London: Bloomsbury.  
Bower, Gordon H. (1980). *Theories of Learning*, 5th ed. Boston: Pearson.Brown,  
Penelope and Levinson, Stephen (1987).  
Carlyle, Thomas (1841). *On Heroes*. London: James Fraser.  
Carr, Caleb, Schrock, David, and Dauterman, Patricia (2012). “Speech Acts  
within Facebook Status Messages.” *Journal of Language and Social Psychology*31: 176–96.  
Carr, Nicholas (2008). *The Shallows: What the Internet is Doing to our Brains.*New York: Norton.  
Cattuto, Ciro, Loreto, Vittorio, and Pietronero, Luciano (2007). “Semiotic  
Dynamics and Collaborative Tagging.” *Proceedings of the national Academy  
of Sciences of America* 104: 1461–64.  
Céard, Jean (1986). *Rébus de la Renaissance: des images qui parlent*. Paris:  
Maisonneuve et Larose.  
Chardin, Pierre Teilhard de (1945) [2008]. *The Phenomenon of Man.* New York:  
Harper.  
Cherry, Colin (1957). *On Human Communication.* Cambridge, MA: MIT Press.  
Cohen, C. Jonathan. (1954). “On the Project of a Universal Character.” *Mind  
(New Series)* 63: 249.  
**REFERENCES 187**Cohn, Neil (2013). *The Visual Language of Comics: Introduction to the Structure  
and Cognition of Sequential Images.* London: Bloomsbury.  
Collister, Lauren (2015). “Textspeak is Modernizing the English Language.” *New  
Republic*. https://newrepublic.com/article/121463/textspeak-streamlininglanguage-not-ruining-it.  
Cook, Vivian (2004). *Why Can’t Anybody Spell?* New York: Touchstone.  
Coulmas, Florian (1989). *The Writing Systems of the World.* Oxford: Blackwell.  
Crystal, David (2006). *Language and the Internet*, 2nd ed. Cambridge:  
Cambridge University Press.  
Crystal, David (2008). *txtng: the gr8 db8.* Oxford: Oxford University Press.  
Crystal, David (2011). *Internet Linguistics*. New York: Routledge.  
Cunliffe, Daniel, Morris, Delyth, and Prys, Cynog (2013). “Young Bilinguals’  
Language Behaviour in Social Networking Sites: The Use of Welsh on  
Facebook.” *Journal of Computer-Mediated Communication* 18 (3): 339–61.  
Danescu-Niculescu-Mizil, Cristian, Gamon, Michael, and Dumais, Susan  
(2011). Mark My Words! Linguistic Style Accommodation in Social Media.  
*International World Wide Web Conference Committee*, ACM 978-1-4503-  
0632-4/11/03.  
Danesi, Marcel (1994). *Cool: The Signs and Meanings of Adolescence*. Toronto:  
University of Toronto Press.  
Danesi, Marcel (2011). “George Lakoff on the Cognitive and Neural Foundation  
of Mathematics.” *Fields Notes* 11 (3): 14–20.  
Danesi, Marcel (2013). “On the Metaphorical Connectivity of Cultural Sign  
Systems.” *Signs and Society* 1: 33–50.  
Danesi, Marcel (2016). *Language and Mathematics: An Interdisciplinary  
Perspective*. Berlin: Mouton de Gruyter.  
Danesi, Marcel and Perron, Paul (1999). *Analyzing Cultures.* Bloomington:  
Indiana University Press.  
Danesi, Marcel and Rocci, Andrea (2009). *Global Linguistics*. Berlin: Mouton de  
Gruyter.  
Danet, Brenda and Herring, Susan C. (eds.) (2007). *The Multilingual Internet:  
Language, Culture, and Communication Online*. Oxford: Oxford University  
Press.  
Darley, Andrew (2000). *Visual Digital Culture: Surface Play and Spectacle in  
Media Genres*. London: Routledge.  
Darwin, Charles (1872). *The Expression of the Emotions in Man and Animals.*Chicago: University of Chicago Press.  
Deregowski, Jan B. (1982). “Pictorial Perception and Culture.” *Scientific  
American* 227: 82–88.  
Derrida, Jacques (1976). *Of Grammatology*. Translated by G. C. Spivak.  
Baltimore: Johns Hopkins Press.  
Dillon, George L. (1999). *Art and the Semiotics of Images: Three Questions About  
Visual Meaning*. University of Birmingham, July 1999.  
Diringer, David (1962). *The Alphabet, A Key to the History of Mankind,* 2nd ed.  
New York: Philosophical Library.  
**188 REFERENCES**Dondis, Donis A. (1986). *A Primer of Visual Literacy.* Cambridge, MA: MIT  
Press.  
Drucker, Johanna (2014). *Graphesis: Visual Forms of Knowledge Production*.  
Cambridge, MA: Harvard University Press.  
Dunning, William V. (1991). *Changing Images of Pictorial Space: A History of  
Visual Illusion in Painting.* Syracuse: Syracuse University Press.  
Dutton, Dennis (2010). *The Art Instinct: Beauty, Pleasure, and Human Evolution.*London: Bloomsbury.  
Eco, Umberto (1976). *A Theory of Semiotics*. Bloomington: Indiana University  
Press.  
Eco, Umberto (1992). *Interpretation and Overinterpretation*. Cambridge:  
Cambridge University Press.  
Ekman, Paul (1973). *Darwin and Facial Expression: A Century of Research in  
Review.* New York: Academic.  
Ekman, Paul (1976). “Movements with Precise Meanings.” *Journal of  
Communication* 26: 14–26.  
Ekman, Paul (1980). “The Classes of Nonverbal Behavior.” In W. Raffler-Engel  
(ed.), *Aspects of Nonverbal Communication*, 89–102. Lisse: Swets and  
Zeitlinger.  
Ekman, Paul (1982). “Methods for Measuring Facial Action.” In K. R. Scherer  
and P. Ekman (eds.), *Handbook of Methods in Nonverbal Behavior*, 45–90.  
Cambridge: Cambridge University Press.  
Ekman, Paul (1985). *Telling Lies.* New York: Norton.  
Ekman, Paul (2003). *Emotions Revealed*. New York: Holt.  
Ekman, Paul and Friesen, Wallace (1975). *Unmasking the Face*. Englewood  
Cliffs: Prentice-Hall.  
Fauconnier, Gilles and Turner, Mark (2002). *The Way We Think: Conceptual  
Blending and the Mind’s Hidden Complexities*. New York: Basic.  
Ferrero, Guillaume (1894). “L’inertie mentale et la loi du moindre effort.” *Revue  
Philosophique de la France et de l’Étranger* 37: 169–82.  
Foss, Sonja K. (2005). “Theory of Visual Rhetoric.” In Ken Smith, Sandra  
Moriarity, Gretchen Barbatsis, and Keith Kenney (eds.), *Handbook of  
Visual Communication: Theory, Methods, and Media*, 141–52. London:  
Routledge.  
Foucault, Michel (1972). *The Archeology of Knowledge*. Translated by A. M.  
Sheridan Smith. New York: Pantheon.  
Gilbert, Eric and Karahalios, Karrie (2009). “Predicting Tie Strength  
with Social Media.” In *Proceedings of the SIGCHI Conference on Human  
Factors in Computing Systems*, 211–20. New York: ACM.  
Gitlin, Todd (2001). *Media Unlimited: How the Torrent of Images and Sounds  
Overwhelms Out Lives*. New York: Picador.  
Goffman, Erving (1955). “On Face-Work: An Analysis of Ritual Elements in  
Social Interaction.” *Psychiatry: Journal for the Study of International Processes*18: 213–31.  
Goffman, Erving (1974). *Frame Analysis*. Cambridge, MA: Harvard University  
Press.  
**REFERENCES 189**Goldwasser (1995). *From Icon to Metaphor: Studies in the Semiotics of the  
Hieroglyphs.* Freiburg: Universtätsverlag.  
Goodwin, Charles and Goodwin, Marjorie (1992). “Assessments and the  
Construction of Context.” In A. Duranti and C. Goodwin (eds.), *Rethinking  
Context: Language as an Interactive Phenomenon*. 1–13. Cambridge:  
Cambridge University Press.  
Gramsci, Antonio (1931). *Lettere dal carcere*. Torino: Einaudi.  
Grice, H. Paul (1975). “Logic and Conversation.” In P. Cole and J. Morgan (eds.),  
*Syntax and Semantics*, Vol. 3, 41–58. New York: Academic.  
Group *m* (1970). *A General Rhetoric*. Paris: Larousse.  
Group *m* (1992). *Traité du signe visuel: Pour une rhétorique de l’image*. Paris:  
Seuil.  
Halliday, M. A. K. (1985). *Introduction to Functional Grammar.* London:  
Arnold.  
Handa, Carolyn (2004). *Visual Rhetoric in a Digital World: A Critical  
Sourcebook*. New York: Bedford/St. Martin’s.Hariman and Lucaitis 2011.  
Haraway, Donna (1989). *Primate Visions: Gender, Race and Nature in the World  
of Modern Science.* London: Routledge.  
Haraway, Donna (1991). *Simians, Cyborgs, and Women: The Reinvention of  
Nature*. London: Free Association Books.  
Helprin, Mark (2009). *Digital Barbarism: A Writer’s Manifesto*. New York:  
Harper Collins.  
Heussen, Yana, Binkofski, Ferdinand, and Jolij, Jacob (2011). “The Semantics of  
the Lying Face.” *International Journal of Psychophysiology* 77: 206–07.  
Hill, Charles A. and Helmers, Marguerite (eds.) (2004). *Defining Visual  
Rhetorics*. Mahwah: Lawrence Erlbaum.  
Hoffman, Barry (2002). *The Fine Art of Advertising*. New York: Stewart, Tabori  
& Chang.  
Huang, Albert H., Yen, David C. and Zhang, Xiaoni (2008). “Exploring Potential  
Effects of Emoticons.” *Information & Management* 45: 466–73.  
Hymes, Dell (1971). *On Communicative Competence*. Philadelphia: University of  
Pennsylvania Press.  
Ingram, David. (1978). “Typology and Universals of Personal Pronouns.” In J. H.  
Greenberg (ed.), *Universals of Human Language*, 213–47. Stanford: Stanford  
University Press.  
Jakobson, Roman (1960). “Linguistics and Poetics.” In T. A. Sebeok (ed.), *Style  
and Language*, 34–45. Cambridge, MA: MIT Press.  
Jappy, Tony (2013). *Introduction to Peircean Visual Semiotics*. London:  
Bloomsbury.  
Johnson, Mark (1987). *The Body in the Mind: The Bodily Basis of Meaning,  
Imagination and Reason*. Chicago: University of Chicago Press.  
Kosslyn, Stephen M. (1983). *Ghosts in the Mind’s Machine: Creating and Using  
Images in the Brain*. New York: W. W. Norton.  
Kosslyn, Stephen M. (1994). *Image and Brain.* Cambridge, MA: MIT Press.  
Laitman, J. T. (1983). “The Evolution of the Hominid Upper Respiratory  
System and Implications for the Origins of Speech.” In E. de Grolier (ed.),  
**190 REFERENCES***Glossogenetics: The Origin and Evolution of Language*, 63–90. Utrecht:  
Harwood.  
Laitman, J. T. (1990). “Tracing the Origins of Human Speech.” In P. Whitten and  
D. E. K. Hunter (eds.), *Anthropology: Contemporary Perspectives*, 124–30.  
Glenview, IL: Scott, Foresman and Company.  
Lakoff, George (1987). *Women, Fire and Dangerous Things: What Categories  
Reveal about the Mind*. Chicago: University of Chicago Press.  
Lakoff, George (2012). “The Contemporary Theory of Metaphor.” In M. Danesi  
and S. Maida–Nicol (eds.), *Foundational Texts in Linguistic Anthropology*,  
128–71. Toronto: Canadian Scholars’ Press.  
Lakoff, George and Johnson, Mark (1980). *Metaphors We Live By*. Chicago:  
University of Chicago Press.  
Langacker, Ronald (1987). *Foundations of Cognitive Grammar*. Stanford:  
Stanford University Press.  
Langer, Suzanne K. (1948). *Philosophy in a New Key*. New York: Mentor Books.  
Leibniz, Gottried Willhelm (1966). *Zur allgemeinen Charakteristik. Hauptschriften  
zur Grundlegung der Philosophie. Philosophische Werke Band 1. Übersetzt  
von Artur Buchenau. Durchgesehen und mit Einleitungen und Erläuterungen  
herausgegeben von Ernst Cassirer.* Hamburg: Felix Meiner Verlag GmbH.  
Lillis, Theresa (2013). *The Sociolinguistics of Writing*. Edinburgh: Edinburgh  
University Press.  
Logan, Robert K. (1986). *The Alphabet Effect*. New York: William Morrow.  
Ma, Xiaoyue and Cahier, Jean-Pierre (2014). “Graphically Structured Icons for  
Knowledge Tagging.” *Journal of Information Science* 40: 779–95.  
Malinowski, Bronislaw (1923). “The Problem of Meaning in Primitive  
Languages.” In C. K. Ogden and I. A. Richards (eds.), *The Meaning of  
Meaning*, 296–336. New York: Harcourt, Brace and World.  
Mallery, Garrick (1972). *Sign Language among North American Indians Compared  
with That Among Other Peoples and Deaf-mutes.* The Hague: Mouton.  
Mandelbrot, Benoit (1954). “Structure formelle des textes et communication.”  
*Word* 10: 1–27.  
Mandelbrot, Benoit (1977). *The Fractal Geometry of Nature*. New York: Freeman  
and Co.  
Martinet, André (1955). *Économie des changements phonétiques*. Paris:  
Maisonneuve and Larose.  
McLuhan, Marshall (1962). *The Gutenberg Galaxy: The Making of Typographic  
Man.* Toronto: University of Toronto Press.  
McLuhan, Marshall (1964). *Understanding Media: The Extensions of Man*.  
London: Routledge.  
Mead, Margaret (1964). *Continuities in Cultural Evolution*. New Haven: Yale  
University Press.  
Meyer, Pamela (2010). *Liespotting: Proven Techniques to Detect Deception*. New  
York: St. Martin’s.  
Moriarity, Sandra E. (2005). “Visual Semiotics Theory.” In Ken Smith, Sandra  
Moriarity, Gretchen Barbatsis, and Keith Kenney (eds.), *Handbook of Visual  
Communication: Theory, Methods, and Media*, 227–41. London: Routledge.  
**REFERENCES 191**Morris, Charles W. (1938). *Foundations of the Theory of Signs*. Chicago:  
University of Chicago Press.  
Morris, Charles W. (1946). *Writings on the General Theory of Signs*. The Hague:  
Mouton.  
Morris, Desmond, Collett, Peter, Marsh, Peter, and O’Shaughnessy, Mari (1979).  
*Gestures: Their Origins and Distributions.* London: Cape.  
Nazir, Bairrah (2012). “Gender Patterns on Facebook: A Sociolinguistic  
Perspective.” *International Journal of Linguistics* 4: 252–65.  
Novak, Petra Kralj, Smailović, Jasmina, Sluban, Borut, and Mozetič, Igor (2015).  
“Sentiment of Emojis.” *PLoS ONE* 10 (12): e0144296. doi:10.1371/journal.  
pone.0144296.  
O’Neill, Brittney (2013). “Mirror, Mirror on the Screen, What Does All this  
ASCII Mean?: A Pilot Study of Spontaneous Facial Mirroring of Emotions.”  
*The Arbitus Review* 4: http://journals.uvic.ca/index.php/arbutus/article/  
view/12681.  
Olson, David (1977). *Media and Symbols: The Forms of Expression,  
Communication and Education.* Chicago: University of Chicago Press.  
Olson, Lester C. and Finnegan, Cara A. (eds.) (2008). *Visual Rhetoric: A Reader  
in Communication and American Culture*. London: Sage.  
Ong, Walter (1982). *Orality and Literacy*. New York: Methuen.  
Paolillo, John C. (2001). “Language Variation on Internet Relay Chat: A Social  
Network Approach.” *Journal of Sociolinguistics* 5: 180–213.  
Peck, Stephen R. (1987). *Atlas of Facial Expression.* Oxford: Oxford University  
Press. Peirce, Charles S. (1931–58). *Collected Papers of Charles Sanders Peirce*, Vols.  
1–8. Edited by C. Hartshorne and P. Weiss. Cambridge, MA: Harvard  
University Press.  
Pérez-Sabater, Carmen (2012). “The Linguistics of Social Networking: A Study of Writing Conventions on Facebook.” *Linguistik Online 56*. linguistikonline.de/56.  
Petitot, Jean (2010). “Structuralism and Post-structuralism.” In T. A. Sebeok and M. Danesi (eds.), *Encyclopedic Dictionary of Semiotics*, 3rd ed., Vol. 3, 1016–53. Berlin: Mouton de Gruyter.  
Piaget, Jean (1936). *La naissance de l’intelligence chez l’enfant.* Neuchâtel: Delachaux et Niestlé.  
Radcliffe-Brown, Alfred R. (1922). *The Andaman Islanders*. Cambridge:  
Cambridge University Press.  
Ramage, Daniel, Dumais, Susan, and Liebling, Dan (2010). “Characterizing

Microblogs with Topic Models.” In *International AAAI Conference on  
Weblogs and Social Media*, 130–37. Association for the Advancement of  
Artificial Intelligence.  
Rampley, Matthew (2005). *Exploring Visual Culture*. Edinburgh: Edinburgh University Press.

Russell, Peter (1983). *The Global Brain.* New York: Tarcher.  
Sacks, Harvey, Jefferson, Gail, and Schegloff, Emmanuel A. (1995). *Lectures on Conversation*. Oxford: Blackwell.Saenger, Paul (1997). *Space Between Words: The Origins of Silent Reading.* Stanford, CA: Stanford University Press.  
Saint-Martin, Fernande (1991). *Semiotics of Visual Language*. Bloomington: Indiana University Press.  
Santaella-Braga, M. Lucia (1988). “For a Classification of Visual Signs.”  
*Semiotica* 70: 59–78.  
Sapir, Edward (1921). *Language*. New York: Harcourt, Brace, and World.  
Saussure, Ferdinand de (1916). *Cours de linguistique générale*. Paris: Payot.  
Savan, Leslie (2005). *Slam Dunks and No-Brainers: Language in Your Life, the Media, Business, Politics, and, Like, Whatever.* New York: Alfred A. Knopf.  
Schmandt-Besserat, Denise (1978). “The Earliest Precursor of Writing.”  
*Scientific American* 238: 50–59. *Pennsylvania Working Papers in Linguistics.*Schnoebelen, Tyler (2012). Do You Smile with Your Nose? Stylistic Variation in Twitter Emoticons. 18: http://repository.upenn.edu/pwpl/.  
Schnoebelen, Tyler (2014). The Grammar of Emoji. idibon.com/the-grammarof-emoji/.  
Schwartz, H. A., et al. (2013). “Personality, Gender, and Age in the Language of Social Media: The Open-Vocabulary Approach.” *PLoS ONE* 8: 1–15.  
Searle, John R. (1969). *Speech Acts: An Essay in the Philosophy of Language.* Cambridge: Cambridge University Press.  
Sebeok, Thomas A. and Danesi, Marcel (2000). *The Forms of Meaning: Modeling Systems Theory and Semiotics*. Berlin: Mouton de Gruyter.  
Sebeok, Thomas A. and Umiker-Sebeok, Jean (eds.) (1994). *Advances in Visual Semiotics*. Berlin: Mouton de Gruyter.  
Sebeok, Thomas A., Bouissac, Paul, and Herzfeld, Micahel (1986). *Iconicity: Essays on the Nature of Culture*. Amsterdam: John Benjamins.  
Selfe, Cynthia (1999). *Technology and Literacy in the Twenty-First Century.* Carbondale: Southern Illinois University Press. Sonesson, Göran (1989). *Pictorial Concepts: Inquiries into the Semiotic Heritage and its Relevance for the Analysis of the Visual World*. Lund: Lund University  
Press. Sonesson, Göran (1994). “Pictorial Semiotics, Gestalt Psychology, and the Ecology of Perception.” *Semiotica* 100: 267–331.  
Stark, Luke and Crawford, Kate (2015). “The Conservatism of Emoji:  
Work, Affect, and Communication.” *Social Media + Society.* doi:  
10.1177/2056305115604853.  
Swadesh, Morris (1951). “Diffusional Cumulation and Archaic Residue as Historical Explanations.” *Southwestern Journal of Anthropology* 7: 1–21. Swadesh, Morris (1959). “Linguistics as an Instrument of Prehistory.”  
*Southwestern Journal of Anthropology* 15: 20–35. Swadesh, Morris (1971). *The Origins and Diversification of Language.* Chicago:  
Aldine-Atherton. Tilley, Christopher (1999). *Metaphor and Material Culture*. Oxford: Blackwell. Titone, Renzo (1977). “A Humanistic Approach to Language Behavior and Language Learning.” *Canadian Modern Language Review* 33: 309–17.Tomaselli, Keyan. (2009). *Appropriating Images: The Semiotics of Visual  
Representation*. Højbjerg: Intervention Press.  
Tomkins, Silvan and Izard, Carroll E. (1965). *Affect, Cognition, and Personality: Empirical Studies*. New York: Springer.  
Trager, G. L. (1972). “Writing and Writing Systems.” In T. A. Sebeok (ed.), *Current Trends in Linguistic*s, *Vol. 12: Linguistics and Adjacent Arts and Sciences*, 373–96. The Hague: Mouton.  
Turner, Mark (2012). “Mental Packing and Unpacking in Mathematics.” In Mariana Bockarova, Marcel Danesi, and Rafael Núñez (eds.), *Semiotic and Cognitive Science Essays on the Nature of Mathematics*, 123–34. Munich: Lincom Europa.  
Uspenskij, Boris (2001). *La pala d’altare di Jan van Eyck a Gand: La  
composizione dell’opera (la prospettiva divina e la prospettiva umana)*. Milano: Lupetti.  
Vaidhyanathan, Siva (2011). *The Googlization of Everything (and Why We Should Worry)*. Berkeley: University of California Press.  
Vygotsky, Lev (1962). *Thought and Language*. Cambridge, MA: MIT Press.  
Walker, C. B. F. (1987). *Cuneiform*. Berkeley: University of California Press.  
Warschauer, Mark (2000). “Language, Identity and the Internet.” In B. Kolko, L. Nakamura and G. Rodman (eds.), *Race in Cyberspace*, 151–70.

1. Semiotics [↑](#footnote-ref-1)
2. Marcel Dansei [↑](#footnote-ref-2)
3. Bloomsbury [↑](#footnote-ref-3)
4. Paul Bouissac [↑](#footnote-ref-4)
5. Fabio Rambelli [↑](#footnote-ref-5)
6. Josh Berson [↑](#footnote-ref-6)
7. Gary Genosko [↑](#footnote-ref-7)
8. Peircean [↑](#footnote-ref-8)
9. Tony Jappy [↑](#footnote-ref-9)
10. Pragmatics [↑](#footnote-ref-10)
11. Domenico Pietropaolo [↑](#footnote-ref-11)
12. Drink and Drinking [↑](#footnote-ref-12)
13. Ashley Frawley [↑](#footnote-ref-13)
14. Robert Yelle [↑](#footnote-ref-14)
15. David Machin [↑](#footnote-ref-15)
16. Gill Abousnnouga [↑](#footnote-ref-16)
17. Paul Bouissac [↑](#footnote-ref-17)
18. Che Guevara [↑](#footnote-ref-18)
19. Maria-Carolina Cambre [↑](#footnote-ref-19)
20. Neil Cohn [↑](#footnote-ref-20)
21. Blissymbolic [↑](#footnote-ref-21)
22. Nadia Guarino [↑](#footnote-ref-22)
23. Soli Doubash [↑](#footnote-ref-23)
24. Lily Che [↑](#footnote-ref-24)
25. Yvone Tuan [↑](#footnote-ref-25)
26. PAOLO COELHO [↑](#footnote-ref-26)
27. Flirting Banana [↑](#footnote-ref-27)
28. Excited Octopus [↑](#footnote-ref-28)
29. Sumo Cupid [↑](#footnote-ref-29)
30. ASCII [↑](#footnote-ref-30)
31. Nicolas Loufrani [↑](#footnote-ref-31)
32. Franklin Loufrani [↑](#footnote-ref-32)
33. Harvey RossBall [↑](#footnote-ref-33)
34. Murray Spain [↑](#footnote-ref-34)
35. Carnegie Mellon [↑](#footnote-ref-35)
36. Kurita [↑](#footnote-ref-36)
37. Marshall McLuhan [↑](#footnote-ref-37)
38. Bouissac [↑](#footnote-ref-38)
39. Dutton [↑](#footnote-ref-39)
40. Vygotsky [↑](#footnote-ref-40)
41. Leonard Bloomfield [↑](#footnote-ref-41)
42. Laitman [↑](#footnote-ref-42)
43. Naomi Baron [↑](#footnote-ref-43)
44. Trager [↑](#footnote-ref-44)
45. Mallery [↑](#footnote-ref-45)
46. Diringer [↑](#footnote-ref-46)
47. Schele [↑](#footnote-ref-47)
48. Featural [↑](#footnote-ref-48)
49. Korean hangul [↑](#footnote-ref-49)
50. Coulmas [↑](#footnote-ref-50)
51. Helprin [↑](#footnote-ref-51)
52. Olson [↑](#footnote-ref-52)
53. Schmandt-Besserat [↑](#footnote-ref-53)
54. Ferdinand de Saussure [↑](#footnote-ref-54)
55. PHILIP ZIMBARDO [↑](#footnote-ref-55)
56. Jakobson [↑](#footnote-ref-56)
57. Bronislaw Malinowski [↑](#footnote-ref-57)
58. Erving Goffman [↑](#footnote-ref-58)
59. Jakobson [↑](#footnote-ref-59)
60. Bar-Hillel [↑](#footnote-ref-60)
61. Saussure [↑](#footnote-ref-61)
62. Run Away with Me [↑](#footnote-ref-62)
63. Inventio [↑](#footnote-ref-63)
64. Dispositio [↑](#footnote-ref-64)
65. Elocutio [↑](#footnote-ref-65)
66. Memoria [↑](#footnote-ref-66)
67. Actio [↑](#footnote-ref-67)
68. Morris Swadesh [↑](#footnote-ref-68)
69. Macworld [↑](#footnote-ref-69)
70. Loufrani [↑](#footnote-ref-70)
71. Alexander [↑](#footnote-ref-71)
72. Turner [↑](#footnote-ref-72)
73. Charles Bliss [↑](#footnote-ref-73)
74. Sir Isaac Pitman [↑](#footnote-ref-74)
75. **OLIVER WENDELL HOLMES JR.** [↑](#footnote-ref-75)
76. Novak [↑](#footnote-ref-76)
77. Smailović [↑](#footnote-ref-77)
78. Sluban [↑](#footnote-ref-78)
79. Mozetič [↑](#footnote-ref-79)
80. Morris [↑](#footnote-ref-80)
81. Martinet [↑](#footnote-ref-81)
82. Suzanne Langer [↑](#footnote-ref-82)
83. Jean Petitot [↑](#footnote-ref-83)
84. Saussure [↑](#footnote-ref-84)
85. Bouissac [↑](#footnote-ref-85)
86. Erving Goffman [↑](#footnote-ref-86)
87. Johanna Drucker [↑](#footnote-ref-87)
88. Paul Grice [↑](#footnote-ref-88)
89. Peirce [↑](#footnote-ref-89)
90. Ingram [↑](#footnote-ref-90)
91. Sonja K. Foss [↑](#footnote-ref-91)
92. Wallace V. Friesen [↑](#footnote-ref-92)
93. Maureen O’Sullivan [↑](#footnote-ref-93)
94. Ray L. Birdwhistell [↑](#footnote-ref-94)
95. Meyer [↑](#footnote-ref-95)
96. Heussen [↑](#footnote-ref-96)
97. Binkofski [↑](#footnote-ref-97)
98. Jolij [↑](#footnote-ref-98)
99. George Lakoff [↑](#footnote-ref-99)
100. Rafel Núñez [↑](#footnote-ref-100)
101. Gilles Fauconnier, [↑](#footnote-ref-101)
102. Mark Turner [↑](#footnote-ref-102)
103. Shigetaka Kurita [↑](#footnote-ref-103)
104. Todd Gitlin [↑](#footnote-ref-104)
105. CHARLES SANDERS PEIRCE [↑](#footnote-ref-105)
106. Dell Hymes [↑](#footnote-ref-106)
107. Lauren Collister [↑](#footnote-ref-107)
108. Stark [↑](#footnote-ref-108)
109. Crawford [↑](#footnote-ref-109)
110. Marxist Antonio Gramsci [↑](#footnote-ref-110)
111. Alexander Galloway [↑](#footnote-ref-111)
112. Roman Jakobson [↑](#footnote-ref-112)
113. Malinowski [↑](#footnote-ref-113)
114. Reyes [↑](#footnote-ref-114)
115. Rosso [↑](#footnote-ref-115)
116. Veale [↑](#footnote-ref-116)
117. SAMANTHA FOX [↑](#footnote-ref-117)
118. Sonja K. Foss [↑](#footnote-ref-118)
119. Rampley [↑](#footnote-ref-119)
120. Thomas Carlyle [↑](#footnote-ref-120)
121. Carlyle [↑](#footnote-ref-121)
122. John Berger [↑](#footnote-ref-122)
123. Danesi [↑](#footnote-ref-123)
124. Titone [↑](#footnote-ref-124)
125. Berenson [↑](#footnote-ref-125)
126. Marcel Duchamp [↑](#footnote-ref-126)
127. André Martinet [↑](#footnote-ref-127)
128. [↑](#footnote-ref-128)
129. René Descartes [↑](#footnote-ref-129)
130. Ludwik Lejzer Zamenhof [↑](#footnote-ref-130)
131. **DOUGLAS ENGELBART** [↑](#footnote-ref-131)
132. Leslie Savan [↑](#footnote-ref-132)
133. Noah Webster [↑](#footnote-ref-133)
134. Joan H. Lee [↑](#footnote-ref-134)
135. Douglas Adams [↑](#footnote-ref-135)