



مجلة الجامعة الإسلامية للعلوم التربوية والاجتماعية

مجلة علمية دورية محكمة

تصدر أربع مرّات في العام خلال الأشهر
(مارس ، يونيو ، سبتمبر ، ديسمبر)

العدد	المجلد	الشهر	السنة
26	51	ذو الحجة / يونيو	1447 هـ / 2026 م

معلومات الإيداع في مكتبة الملك فهد الوطنية

النسخة الورقية

رقم الإيداع: 1441/7131

تاريخ الإيداع: 1441/06/18

رقم ردمد : 1658-8509

النسخة الإلكترونية

رقم الإيداع: 1441/7129

تاريخ الإيداع: 1441/06/18

رقم ردمد : 1658-8495

معلومات وسائل التواصل

الموقع الإلكتروني للمجلة

<https://journals.iu.edu.sa/ESS>



ترسل البحوث على موقع المجلة

البريد الإلكتروني للمجلة

iujournal4@iu.edu.sa

حساب المجلة على منصة X

[@iujournal4](https://twitter.com/iujournal4)



مجلة الجامعة الإسلامية للعلوم التربوية والاجتماعية

البحوث المنشورة في المجلة
تعبر عن آراء الباحثين ولا تعبر
بالضرورة عن رأي المجلة

جميع حقوق الطبع محفوظة
للجامعة الإسلامية



قواعد وضوابط النشر في المجلة

أن يتسم البحث بالأصالة والجدة والابتكار والإضافة المعرفية في التخصص.

أن يلتزم الباحث بالأمانة العلمية.

لم يسبق للباحث نشر بحثه، بالإضافة إلى كونه ليس مستلّاً من أطروحة الدكتوراه أو الماجستير سواء بنظام الرسالة أو المشروع البحثي أو المقررات.

أن تراعى فيه منهجية البحث العلمي وقواعده.

أن يلتزم الباحث بتدقيق بحثه لغوياً.

أن لا تتجاوز نسبة الاقتباس في البحوث التربوية (25%)، وفي غيرها من التخصصات الاجتماعية لا تتجاوز (40%).

أن لا يتجاوز مجموع كلمات البحث (12000) كلمة بما في ذلك الملخصين العربي والإنجليزي وقائمة المراجع.

لا يحق للباحث إعادة نشر بحثه المقبول للنشر في المجلة إلا بعد إذن كتابي من رئيس هيئة تحرير المجلة.

أسلوب التوثيق المعتمد في المجلة هو نظام جمعية علم النفس الأمريكية (APA) الإصدار السابع، وفي الدراسات التاريخية نظام شيكاغو.

أن يشتمل البحث على : صفحة عنوان البحث، ومستخلص باللغتين العربية والإنجليزية، ومقدمة، وطلب البحث، وخاتمة تتضمن النتائج والتوصيات، وثبت المصادر والمراجع، والملاحق اللازمة مثل: أدوات البحث، والموافقات للتطبيق على العينات وغيرها؛ إن وجدت.

أن يلتزم الباحث بترجمة المصادر العربية إلى اللغة الإنجليزية.

يرسل الباحث بحثه عبر موقع المجلة ، بصيغة (WORD) وبصيغة (PDF) مع موافقته بأن البحث لم يسبق نشره ، وأنه غير مقدم للنشر، ولن يقدم للنشر في جهة أخرى حتى تنتهي إجراءات تحكيمه في المجلة.

المجلة لا تفرض رسوما للنشر.



الهيئة الاستشارية:

معالي أ.د : محمد بن عبدالله آل ناجي

مدير جامعة حفر الباطن سابقاً

معالي أ.د : سعيد بن عمر آل عمر

مدير جامعة الحدود الشمالية

معالي د : حسام بن عبدالوهاب زمان

رئيس هيئة تقويم التعليم والتدريب

أ. د : سليمان بن محمد البلوشي

عميد كلية التربية بجامعة السلطان قابوس

أ. د : خالد بن حامد الحازمي

أستاذ التربية الإسلامية بالجامعة الإسلامية سابقاً

أ. د : سعيد بن فالح المغامسي

أستاذ الإدارة التربوية بالجامعة الإسلامية

أ. د : عبدالله بن ناصر الوليعي

أستاذ الجغرافيا بجامعة الملك سعود





مجلة الجامعة الإسلامية
للعلوم التربوية والاجتماعية

هيئة التحرير:

رئيس التحرير:

أ.د. عبدالله بن عبدالمحسن الحربي

أستاذ المناهج وطرق التدريس بالجامعة الإسلامية بالمدينة المنورة

مدير التحرير:

أ.د. محمد بن جزاء بجاد الحربي

أستاذ أصول التربية بالجامعة الإسلامية بالمدينة المنورة

أعضاء التحرير:

معالي أ.د. راتب بن سلامة السعود

وزير التعليم العالي الأردني سابقا
وأستاذ السياسات والقيادة التربوية بالجامعة الأردنية

أ.د. محمد بن يوسف عفيفي

أستاذ أصول التربية بالجامعة الإسلامية بالمدينة المنورة

أ.د. عبدالرحمن بن يوسف شاهين

أستاذ المناهج وطرق التدريس بالجامعة الإسلامية بالمدينة المنورة

أ.د. خالد بن إبراهيم الدغيم

أستاذ المناهج وطرق التدريس بجامعة القصيم

أ.د. أحمد بن محمد شبيب حسن

أستاذ علم النفس التربوي بجامعة الأزهر بالقاهرة

أ.د. ياسر بن عايد السمييري

أستاذ التربية الخاصة بالجامعة الإسلامية بالمدينة المنورة

أ.د. محمد بن إبراهيم الدغيري

وكيل جامعة شقراء للدراسات العليا والبحث العلمي
وأستاذ الجغرافيا الاقتصادية بجامعة القصيم

أ.د. نور هيدايانتو سيتيو بوترو

أستاذ علم النفس التربوي بجامعة نيجيري يوجياكارتا بإندونيسيا

د. عادل بن عيد الجهني

أستاذ أصول التربية المشارك بالجامعة الإسلامية بالمدينة المنورة

د. إبراهيم بن علي الربيعي

أستاذ التاريخ الإسلامي المشارك بالجامعة الإسلامية بالمدينة المنورة

د. رجاء بن عتيق المعيلي الحربي

أستاذ التاريخ الحديث والمعاصر المشارك بالجامعة الإسلامية بالمدينة المنورة

د. منصور بن سعد فرغل

أستاذ الإدارة التربوية المشارك بالجامعة الإسلامية بالمدينة المنورة

د. رشدي بن مامو طاهر

أستاذ التربية الإسلامية المساعد بجامعة الأمير سونكلا بتايلاند

د. حاجي بن شيخ تونكارا

دكتورة في أصول التربية الإسلامية
والمحقق القنصلي بقنصلية جامبيا في جدة

الإخراج والتنفيذ الفني:

م. محمد بن حسن الشريف

التنسيق العلمي:

أ. محمد بن سعد الشال

سكرتارية التحرير:

أ. أحمد شفاق بن حامد

أ. سعيد يعقوب حسيني

أ. دابري عبد الكريم



فهرس المحتويات : *

م	عنوان البحث	الصفحة
1	قلق التصور المعرفي وعلاقته بالتعافي النفسي لدى عينة من طلبة الجامعة المتعثرين دراسياً د. رمضان بن محمد إسماعيل	12
2	واقع استخدام معلمات العلوم في المرحلة الابتدائية استراتيجية التخيّل الموجه من وجهة نظرهن بمدينة مكة المكرمة د. هديل بنت أحمد وقاد	56
3	تمور مقترح لتطوير أداء الموظفين الإداريين بجامعة الملك خالد في ضوء متطلبات التحول الرقمي د. العنود بنت محمد ال مهري	94
4	واقع ومعوّقات توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في تعليم التلاميذ ذوي الإعاقة الفكرية بمنطقة الباحة د. علي بن سعد آل جبار	138
5	فاعلية الواقع المعزز في تنمية المفاهيم الفقهية ودافعية التعلم لدى طالبات الصف الثاني المتوسط د. أماني بنت سعد الحارثي	186
6	الكفايات اللازمة لرؤساء الأقسام التربوية بالجامعات السعودية د. محمد بن فهد الخلاوي	230
7	فاعلية استراتيجية تعليمية مقترحة مستندة إلى تصنيف بلوم المهاري في تنمية المهارات الحياتية لدى طلاب الصف السادس الابتدائي د. علي بن سعيد القحطاني	278
8	نموذج سببي مقترح للعلاقة بين سمات الشخصية والرموز التعبيرية (الإيموجي) وجودة العلاقات الافتراضية لدى مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي د. حنان بنت عبد العزيز الفراج	326
9	الممارسات الاجتماعية المؤثرة في الاستدامة الغذائية (دراسة ميدانية في مدينة الهفوف) د. بدور بنت صويلح العنزي	382
10	استغلال العدو للمكون البشري والواقع الجغرافي في غزوات الرسول -صلى الله عليه وسلم- (المنافقون في غزوة تبوك أنموذجاً) د. حسن بن عوض الشهري	430

* ترتيب الأبحاث حسب تاريخ ورودها للمجلة مع مراعاة تنوع التخصصات



مجلة الجامعة الإسلامية
للعلوم التربوية والاجتماعية

معرفة
e-Marefa



المنظومة
ALMANDUMAH

Arcif
Analytics

نموذج سببي مقترح للعلاقة بين سمات الشخصية والرموز التعبيرية
(الإيموجي) وجودة العلاقات الافتراضية لدى مستخدمي مواقع
التواصل الاجتماعي

**A Proposed Causal Model of the Relationship
Between Personality Traits, Emoji Use, and the
Quality of Virtual Relationships Among Social
Media Users**

إعداد

د. حنان بنت عبد العزيز الفراج

أستاذ علم النفس المساعد

قسم علم النفس – كلية العلوم الاجتماعية

جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية

Dr. Hanan Abdulaziz AlFarraj

Assistant Professor of Psychology

Department of Psychology – College of Social Sciences

Imam Mohammad Ibn Saud Islamic University

Email: Halfarraj@imamu.edu.sa

DOI:10.36046/2162-000-026-018

المستخلص

هدفت الدراسة إلى تعرف طبيعة النموذج السببي المقترح للعلاقة بين سمات الشخصية والرموز التعبيرية (الإيموجي) وجودة العلاقات الافتراضية لدى مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي، وتم استخدام المنهج الكمي التحليلي (النمذجة السببية) من خلال تطبيق أسلوب تحليل المسار؛ لكشف العلاقة السببية بين سمات الشخصية والرموز التعبيرية (الإيموجي)، وجودة العلاقات الافتراضية لدى مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي، وطبقت مقاييس الدراسة المتمثلة في: السمات الخمس الكبرى للشخصية: (Big Five Inventory)، والرموز التعبيرية "Emoji"، وجودة العلاقات على عينة عشوائية غير منتظمة من مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي بمدينة الرياض بلغ عددهم (526) مستخدماً. وبينت النتائج عدم وجود علاقة ارتباطية بين بُعد الانبساط مقابل الانطواء والرموز التعبيرية (الإيموجي)، ووجود علاقة ارتباطية موجبة دالة إحصائياً بين باقي الأبعاد والدرجة الكلية مع الرموز التعبيرية (الإيموجي)، كما بينت النتائج وجود علاقة ارتباطية عكسية بين بُعد العصائية مقابل الاستقرار العاطفي وجودة العلاقات الافتراضية، ووجود علاقة ارتباطية موجبة دالة إحصائياً بين باقي الأبعاد والدرجة الكلية مع جودة العلاقات الافتراضية، كما بينت النتائج أن بعض مؤشرات مطابقة النموذج السببي الافتراضي لعلاقة العوامل الخمس الكبرى للشخصية والرموز التعبيرية (الإيموجي) وجودة العلاقات الافتراضية لمستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي حققت معاييرها. وقد فسر النموذج ما نسبته (18%) من التباين المفسر الكلي لجودة العلاقات الافتراضية من خلال العوامل الانبساطية مقابل الانطواء، والود مقابل العداوة، والانفتاح على الخبرة بعلاقة مباشرة، بينما كانت العلاقة مع العصائية مقابل الاستقرار العاطفي غير مباشرة. كما تم ذكر التوصيات والمقترحات المناسبة بناءً على نتائج الدراسة.

الكلمات المفتاحية: سمات الشخصية، الرموز التعبيرية (الإيموجي)، جودة العلاقات الافتراضية، مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي.

Abstract

The study aimed to identify the nature of the proposed causal model explaining the relationship between personality traits, emojis, and the quality of virtual relationships among social media users. The quantitative analytical approach (causal modeling) was employed through path analysis to reveal the causal relationships between personality traits, emojis, and the quality of virtual relationships among social media users

The study applied measurement scales that included: the Big Five Inventory (BFI), Emoji usage, and Relationship Quality. The sample consisted of 526 randomly selected social media users in Riyadh.

The results indicated no significant correlation between the Extraversion–Introversion dimension and emoji use. However, statistically significant positive correlations were found between the remaining personality dimensions and the overall emoji usage score. The findings also revealed a negative correlation between Neuroticism–Emotional Stability and the quality of virtual relationships, while the remaining dimensions showed statistically significant positive correlations with the overall quality of virtual relationships.

Moreover, the results demonstrated that some of the fit indices for the hypothetical causal model of the relationship between the Big Five personality traits, emoji usage, and the quality of virtual relationships met acceptable standards. The model explained 18% of the total variance in the quality of virtual relationships through the factors of Extraversion–Introversion, Agreeableness–Antagonism, and Openness to Experience, which were directly related, while the relationship with Neuroticism–Emotional Stability was indirect. Appropriate recommendations and suggestions were presented based on the study's findings.

Keywords: Personality Traits, Emoji Usage, Quality of Virtual Relationships, Social Media Users

المقدمة

في السنوات الأخيرة، قضى العديد من الأفراد وقتاً طويلاً على وسائل التواصل الاجتماعي، مما أثار قلقاً متزايداً حول التأثيرات المحتملة لاستخدامها على شخصية الفرد؛ حيث تؤثر مواقع التواصل الاجتماعي على مختلف جوانب الحياة اليومية خاصة العلاقات الاجتماعية أو الحقيقية التي تراجعت مقابل وتيرة العلاقات الافتراضية التي أعادت العديد من المفاهيم منها: التواصل، والهوية، والشخصية، وما يرتبط بها من قيم مثل: الخصوصية، والسرية، والشفافية، والمصادقية، والتشابه، والاهتمام، والثقة. (Harn, 2017)

وقد أدى هذا التحول إلى ظهور شكل جديد من المجتمعات يُعرف بـ "المجتمع الافتراضي"، وهو مجتمع لا واقعي ينشأ عبر الشبكات الرقمية، يضم أفراداً تجمعهم اهتمامات أو خصائص أو توجهات مشتركة، ويتفاعلون عبر قنوات إلكترونية تشبه في بعض جوانبها التفاعلات الواقعية (رمضان، 2024).

ومع التوسع في هذه الشبكات لم تعد العلاقات الاجتماعية محصورة في التواصل المباشر وجهاً لوجه، بل تطورت إلى علاقات افتراضية تُبنى وتُحافظ عليها عبر النصوص والرموز والوسائط الرقمية. وقد أشارت دراسات متعددة مثل: (pang, 2018؛ Abdillah et al., 2020؛ Troilo & Britten, 2020) إلى أن هذه العلاقات الافتراضية قد تتمتع بجودة عالية، تُقاس بمستوى الثقة، والتفاعل، والانفتاح، والانسجام بين الأفراد، رغم غياب التواصل التقليدي، كما أوضحت دراسة أحمد (2022) أن العلاقات الافتراضية أصبحت تُعيد تشكيل وعي الأفراد، وتؤثر في هوياتهم وتصوراتهم لأنفسهم وللآخرين في البيئة الرقمية.

وفي ضوء هذا التحول الذي أوجدته شبكات التواصل الاجتماعي، ظهرت الرموز التعبيرية (الإيموجي) كأحد أبرز الابتكارات اللغوية في العصر الرقمي، إذ تمثل صوراً رمزية صغيرة تُستخدم للتعبير عن المشاعر والانفعالات والمواقف ضمن النصوص الرقمية (Stark & Crawford, 2015). وقد أصبحت الإيموجي لغة عالمية غير لفظية تُستخدم في الرسائل، والبريد الإلكتروني، ومنصات التواصل الاجتماعي المختلفة، لما تؤديه من دور بارز في نقل النبرة العاطفية وتعزيز الفهم الدلالي للرسائل النصية (Rong et al., 2022؛ Wu, 2023b).

وتؤكد الأدبيات أن الرموز التعبيرية تؤدي وظائف عاطفية، كالتعبير عن المشاعر وتعزيزها أو تخفيفها وبناء العلاقات الاجتماعية، ووظائف دلالية، مثل استبدال النصوص أو توضيحها أو التأثير في تفسيرها، مما يجعلها أداة مهمة في عملية التواصل عبر الوسائط الرقمية (Yang & Qian, 2023؛ Wu, 2023b) كما أوضحت دراسات أخرى (Carroll, 2023؛ Gesselman, Vivian & Garcia, 2019) أن الرسائل النصية المرفقة بالرموز التعبيرية تزيد من وضوح المعنى وتدعم جودة التفاعل الاجتماعي بين المستخدمين.

وقد ذهب عدد من الباحثين (الرحيلي، 2022؛ Elder, 2018؛ Rodrigues et al., 2017) إلى أن استخدام الإيموجي يساهم في تعزيز جودة العلاقات الافتراضية، من خلال تسهيل الإفصاح عن الذات، وكسر الجمود في المحادثات، ونقل المشاعر المعقدة بطريقة سريعة ومباشرة، بما يخلق شعوراً بالقرب الاجتماعي ويقوّي الروابط العاطفية بين الأفراد. وبعض الدراسات (Beattie, 2020؛ Edwards, & Edwards, 2020) أظهرت أن الرسائل الرقمية المرفقة بالرموز التعبيرية تزيد من جاذبية المرسل ومصادقته، سواء أكان إنساناً أو نظاماً آلياً، وهو ما يبرز قوة الإيموجي في بناء التواصل الإنساني حتى في غياب الطرف الآخر مادياً. ومن جانب آخر، فإن سمات الشخصية تمثل أحد أهم الحدود التي تفسّر كيفية تفاعل الأفراد مع الآخرين عبر المنصات الرقمية. فقد أكدت نظرية العوامل الخمسة الكبرى للشخصية (Mammadov, 2022) أن السمات الأساسية (العصابية، الانبساطية، القبول، الانفتاح على الخبرة، والضمير) تؤثر في أنماط التواصل الاجتماعي واستخدام التكنولوجيا. وأظهرت دراسات (Wu, 2023a؛ Hanifah, Wirza, Hanifah & Hanifah, 2020) أن الأفراد المنفتحين والانبساطيين يميلون إلى استخدام الرموز التعبيرية بكثرة للتعبير عن مشاعرهم وبناء علاقات اجتماعية أكثر دفئاً، بينما يميل أصحاب السمات التحليلية أو الانطوائية إلى استخدام محدود وأكثر تحفظاً للإيموجي، ومن هذا المنطلق، تُعد الرموز التعبيرية انعكاساً للتفاعل بين السمات الشخصية والدافع في الاتصال عبر تطبيقات شبكات التواصل الاجتماعي؛ فهي لا تعبر فقط عن الحالة الانفعالية، بل تكشف عن أنماط الشخصية وتفضيلاتها في أساليب التعبير الاجتماعي (التميمي، 2020؛ عبد الكافي، 2021).

لذا تأتي الدراسة الحالية لكي تقدم نموذجاً سببياً مقترحاً للعلاقة بين سمات الشخصية والرموز التعبيرية (الإيموجي) وجودة العلاقات الافتراضية لدى مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي؛

لتسد فجوة بحثية مهمة في الأدبيات العربية عامة والسعودية خاصة، من خلال استكشاف الدور السببي والوسيط للرموز التعبيرية في تفسير تأثير سمات الشخصية على جودة العلاقات الافتراضية، وذلك في ضوء التفاعل المتزايد عبر المنصات الاجتماعية التي أعادت تعريف مفاهيم التواصل والهوية والعلاقات الإنسانية في العصر الرقمي وتزايد العلاقات الافتراضية.

مشكلة الدراسة:

شهدت المجتمعات الرقمية في السنوات الأخيرة تحولات جذرية في أنماط التواصل الإنساني، حيث أصبح التفاعل عبر مواقع التواصل الاجتماعي بديلاً شائعاً عن التفاعل المباشر، مما أوجد أنماطاً جديدة من العلاقات تُعرف بالعلاقات الافتراضية، وهي علاقات تقوم على التواصل الإلكتروني عبر تطبيقات شبكات التواصل الاجتماعي، وتشارك مع العلاقات الواقعية في كثير من مظاهرها الاجتماعية والعاطفية (الضبع، 2016؛ الخراشي، 2024).

وفي ظل هذا التوسع، ظهرت الرموز التعبيرية (الإيموجي) بوصفها لغة بصرية جديدة تخطت الحواجز اللغوية والثقافية، وأصبحت أداة مهمة للتعبير عن المشاعر والمواقف في التفاعل الرقمي، لما تمتاز به من سرعة الإيصال وسهولة الاستخدام وقدرتها على إثراء المعنى وتوضيحه (Stark & Crawford, 2015؛ Carrol, 2023).

فقد تعددت تطبيقات التواصل الإلكتروني الفوري التي تستخدمها مثل الفيس بوك، والواتساب، والماسنجر إلخ، ويستخدم وفقاً لأحدث التقارير - أكثر من 92% من متصفح الإنترنت الرموز التعبيرية، ويرسل نحو ملياري مستخدم للهواتف الذكية حوالي 6 مليارات رمز يومياً، وقد أصبحت شعوب العالم تحتفي باليوم العالمي للرموز التعبيرية (عبد الكافي، 2021).

وقد تجاوز استخدام الرموز التعبيرية نطاق التعبير عن الانفعالات البسيطة كالفرح أو الحزن إلى التعبير عن حالات ذهنية ومزاجية معقدة، بل وأصبحت وسيلة لبناء الانطباعات وتعزيز الروابط الاجتماعية عبر الإنترنت (Gesselman, Vivian & Garcia, 2019؛ Elder, 2018) وتشير الأدبيات إلى أن وجودها في الرسائل الرقمية يساهم في تحسين جودة العلاقات الافتراضية من خلال نقل المشاعر وتعزيز القرب العاطفي، وزيادة المصداقية في التواصل بين الأطراف (Beattie, Edwards & Edwards, 2020؛ Rodrigues et al., 2017).

غير أن استخدام الرموز التعبيرية لا يتم بطريقة موحدة بين جميع المستخدمين، إذ يتأثر بدرجة كبيرة بسمات الشخصية التي تمثل مجموعة من الخصائص الثابتة نسبياً التي تحدد نمط الفرد في التفكير والشعور والسلوك (الحيدري، 2016). وقد بينت نظرية العوامل الخمسة الكبرى للشخصية أن هناك خمسة أبعاد أساسية تؤثر في سلوك الأفراد هي: العصبانية، والانبساطية، والقبول، والانفتاح على الخبرة، والضمير (Mammadov, 2022). وتشير بعض الدراسات إلى أن الأفراد الانبساطيين والمفتوحين على الخبرة يميلون إلى استخدام الرموز التعبيرية بكثرة في تواصلهم عبر الإنترنت، في حين يظهر الأفراد ذوو السمات التحليلية أو الانطوائية تحفظاً في استخدامها (Wu, 2023a)؛ (Wirza, Hanifah & Hanifah, 2020)

وبناءً على ذلك، فإن نمط الشخصية لا يؤثر فقط على كيفية استخدام الرموز التعبيرية، وإنما قد يمتد تأثيره إلى جودة العلاقات الافتراضية التي تتشكل في بيئات التواصل الرقمي. ومن هنا، يمكن النظر إلى الرموز التعبيرية بوصفها وسيطاً محتملاً يربط بين سمات الشخصية وجودة العلاقات الافتراضية، إذ تتيح للأفراد التعبير عن ذواتهم والتواصل بطرق تختلف تبعاً لسماتهم الشخصية، مما ينعكس على مدى عمق وجودة الروابط الاجتماعية عبر الإنترنت.

إلا أن الملاحظ أن المكتبة العربية والسعودية تحديداً - على حد علم الباحثة - تفتقر إلى الدراسات التي تناولت العلاقة بين سمات الشخصية وجودة العلاقات الافتراضية في ضوء استخدام الرموز التعبيرية كمتغير وسيط، على الرغم من الانتشار الواسع لهذه الظاهرة الرقمية في الحياة اليومية، وما تحمله من أبعاد نفسية واجتماعية واتصالية معاصرة.

ومن هنا تنبع مشكلة الدراسة الحالية من الحاجة إلى بناء نموذج تفسيري يوضح العلاقات المباشرة وغير المباشرة بين سمات الشخصية وجودة العلاقات الافتراضية، ودور الرموز التعبيرية (الإيموجي) كوسيط يفسر طبيعة هذه العلاقات، وذلك باستخدام تحليل المسار (Path Analysis) لتحديد النموذج السببي الأمثل بين المتغيرات الثلاثة من خلال الإجابة عن التساؤل الرئيس التالي: ما طبيعة النموذج السببي المقترح للعلاقة بين سمات الشخصية والرموز التعبيرية (الإيموجي) وجودة العلاقات الافتراضية لدى مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي؟ وذلك عبر الإجابات عن الأسئلة الفرعية التالية:

1. هل توجد علاقة ارتباطية بين سمات الشخصية والرموز التعبيرية (الإيموجي) لدى مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي بمدينة الرياض؟
2. هل توجد علاقة ارتباطية بين سمات الشخصية وجودة العلاقات الافتراضية لدى مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي بمدينة الرياض؟
3. هل تتغير طبيعة العلاقة بين سمات الشخصية وجودة العلاقات الافتراضية عند عزل الرموز التعبيرية لدى مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي بمدينة الرياض؟
4. ما نموذج المسار المقترح للعلاقات الارتباطية بين سمات الشخصية والرموز التعبيرية (الإيموجي) وجودة العلاقات الافتراضية لدى مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي؟

أهداف الدراسة:

- تهدف الدراسة الحالية إلى التعرف على طبيعة النموذج السببي المقترح للعلاقة بين سمات الشخصية والرموز التعبيرية (الإيموجي) وجودة العلاقات الافتراضية لدى مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي. وذلك عبر تحقيق الأهداف الفرعية التالية:
1. الكشف عن طبيعة العلاقة بين سمات الشخصية والرموز التعبيرية (الإيموجي) لدى مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي بمدينة الرياض؟
 2. الكشف عن طبيعة العلاقة بين سمات الشخصية وجودة العلاقات الافتراضية لدى مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي بمدينة الرياض.
 3. مناقشة مدى تغير طبيعة العلاقة بين سمات الشخصية وجودة العلاقات الافتراضية عند عزل الرموز التعبيرية لدى مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي بمدينة الرياض.
 4. التوصل لصياغة نموذج مسار مقترح للعلاقات الارتباطية بين سمات الشخصية والرموز التعبيرية (الإيموجي) وجودة العلاقات الافتراضية لدى مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي.

أهمية البحث:

الأهمية النظرية

- يعد البحث إضافة جديدة للتراث العلمي بمتغيراته الثلاث (سمات الشخصية- الرموز التعبيرية (الإيموجي) -جودة العلاقات الافتراضية) لما يوجد من ندرة في تناول هذه المتغيرات مجتمعة والعلاقة بينهم- في حدود علم الباحثة-
- يواكب هذا البحث كثرة استخدام الرموز التعبيرية في البيئة الرقمية مما يتطلب أهمية التعرف على استخداماتها ودلالاتها ودراسة علاقتها بالعوامل الخمسة للشخصية، وتأثير ذلك أيضا على جودة العلاقات الافتراضية
- يعد لتأطير النظري لمتغيرات البحث الحالي حديثا نسبيا في البيئة العربية؛ مما يسهم في إجراء بحوث متعددة في هذا المجال وربطها بمتغيرات ومجتمعات بحثية متعددة.

الأهمية التطبيقية

- توفير نموذج بنائي للعلاقة بين سمات الشخصية والرموز التعبيرية (الإيموجي) وجودة العلاقات الافتراضية لدى مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي بحيث يسهم هذا النموذج في تحديد الدور الذي تؤديه الرموز التعبيرية في تفسير ردود مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي بمدينة الرياض وارتباطه بسماتهم الشخصية تبعا للرمز التعبيري وأثر ذلك في جودة العلاقات الافتراضية.
- يمكن أن تسهم نتائج هذا البحث في تصميم برامج دعم نفسي تستند إلى سمات الشخصية؛ مما يساعد الأفراد في تحسين علاقاتهم الافتراضية وتخفيف مشاعر العزلة أو الاكتئاب وتحسين التفاعل الاجتماعي من خلال فهم العلاقة بين سمات الشخصية واستخدام الرموز التعبيرية، كما يمكن أن يساعد في تصميم أدوات تواصل أكثر فعالية؛ مما يعزز جودة العلاقات الافتراضية ويقلل من سوء الفهم.

مصطلحات الدراسة:

أ- السمات الخمس الكبرى للشخصية: (Big Five Inventory):

تعرف العوامل الخمسة الكبرى للشخصية بأنها: عبارة عن نموذج نفسي يستخدم لوصف الشخصية البشرية من خلال خمس سمات رئيسية، هي (John & Srivastava, 1999).

1- الانبساطية مقابل الانطواء (Openness vs. Introversion): يشير إلى مدى انفتاح الفرد على الأفكار الجديدة والتجارب والمغامرات.

2- يقظة الضمير مقابل الافتقار إلى المبدأ أو غير المنضبط (Conscientiousness vs. Lack of Conscientiousness): يتميز الأفراد ذوو الضمير الحي بالتنظيم والانضباط، ويظهرون المسؤولية والقدرة على الالتزام، بينما يفتقر الأفراد غير المنظمين إلى الاهتمام بالقواعد، ويظهرون العشوائية وعدم الانضباط.

3- الانفتاحية مقابل الانغلاق على التجربة: (Extraversion vs. Closedness to Experienc) يظهر الأفراد المنفتحون استعداداً لتجربة أشياء جديدة وتفكيراً ابتكارياً، في حين أن الأفراد المغلقين على التجربة يتحفظون، ويميلون إلى الراحة في المألوف، ويقاومون التغيير.

4- الود أو المقبولية مقابل العداوة: (Agreeableness vs. Antagonism) تعكس هذه السمة مدى تعاون الفرد وميله للتعاطف مع الآخرين.

5- العصابية مقابل الاستقرار العاطفي أو الانفعالي (Neuroticism vs. Emotional Stability): تشير إلى مدى استقرار الفرد العاطفي. والأفراد ذوو الدرجات العالية في العصابية قد يشعرون بالقلق، ويكونون عرضة للتوتر.

وتعرف سمات الشخصية في الدراسة الحالية بالدرجة التي حصل عليها المفحوص على مقياس السمات الخمس الكبرى للشخصية (BIG FIVE INVENTORY BFI) والمعد من قبل جون و سريفاستافا (John & Srivastava, 1999).

ب- الرموز التعبيرية "Emoji": عبارة عن صور توضيحية رقمية شائعة يمكن أن تظهر في الرسائل النصية ورسائل البريد الإلكتروني وعلى منصات التواصل الاجتماعي، حيث تعمل

كاستراتيجية تأقلم وشكل جديد من التعبير الإبداعي، وتخلق الرموز التعبيرية سبلا جديدة للشعور الرقمي (عبد الكافي، 2021).

وتعرف إجراءات الدرجة التي يحصل عليها المفحوص في مقياس استخدام الرموز التعبيرية (الإيموجي) الذي أعدته الباحثة، والتي تعكس مدى تكرار واستخدام الفرد للرموز التعبيرية في تواصله الرقمي عبر تطبيقات ومواقع التواصل الاجتماعي والرسائل الإلكترونية، بما يعبر عن مستوى توظيفه لهذه الرموز كوسيلة للتعبير عن الانفعالات والمشاعر والأفكار أثناء التفاعل الرقمي الافتراضي.

ج- جودة العلاقات الافتراضية:

تعرف العلاقات الافتراضية بأنها كافة أشكال العلاقات التي تتم بين مستخدمي شبكة الإنترنت والمعززة بالوسائط التكنولوجية الحديثة (باجنيد، وآل هتيلة، 2023). كما تعرف بأنها "مزيج من الاستجابة المتبادلة والمعاملة بالمثل والانسجام بين الأفراد لدى مستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي، ويستخدم لوصف طبيعة الصداقة، وخصائص التفاعلات بين الأفراد، وتتميز بمجموعة من السمات الإيجابية مثل السلوك الاجتماعي والألفة والولاء، ومستوى منخفض من الصفات السلبية مثل الصراع والتشاجر" (عبد الكافي، 2021، ص. 1816).

وتُعرف جودة العلاقات الافتراضية إجرائيًا بأنها الدرجة الكلية التي يحصل عليها المبحوث في مقياس جودة العلاقات الافتراضية، والمعد من قبل تشوندي وآخرين (Chonody et al., 2018)، والتي تعكس مدى ما يتسم به تفاعله مع الآخرين عبر شبكات التواصل الاجتماعي من مشاعر الألفة، والثقة، والدعم المتبادل، والرضا عن العلاقة، مع انخفاض مظاهر الصراع أو التوتر في تلك التفاعلات الرقمية.

أما التعريف الإجرائي المتكامل للمتغيرات الثلاثة، فتُقاس بالعلاقة بين السمات الخمس الكبرى للشخصية، واستخدام الرموز التعبيرية، وجودة العلاقات الافتراضية من خلال الدرجات التي يحصل عليها المفحوص على مقياس الدراسة الثلاثة؛ حيث تعكس سمات الشخصية (وفق مقياس جون وسريفا ستافا، 1999) الأنماط النفسية والانفعالية للفرد التي تُسهم في تحديد أسلوبه في استخدام الرموز التعبيرية (وفق مقياس إعداد الباحثة) كوسيلة للتعبير عن مشاعره وأفكاره أثناء

التواصل الرقمي، مما ينعكس على مستوى جودة علاقاته الافتراضية (وفق مقياس تشوندي وآخرين، 2018)، من حيث الثقة، والألفة، والدعم المتبادل، والرضا في التفاعل عبر شبكات التواصل الاجتماعي.

حدود الدراسة:

المكانية: اقتصر البحث على عينة عشوائية غير منتظمة من مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي بلغ عددهم (526) مستخدماً.

الزمانية: تم إجراء الدراسة في العام الدراسي 1447 / 2025

الحدود الموضوعية: اقتصر البحث على دراسة العلاقة بين سمات الشخصية، واستخدام الرموز التعبيرية وجودة العلاقات الافتراضية.

الإطار النظري

إن الرموز التعبيرية هي صور تخطيطية رقمية شائعة يمكن أن تظهر في النصوص، والرسائل، والبريد الإلكتروني، وعلى منصات التواصل الاجتماعي (Stark and Crawford, 2015). فهي تعبر عن شخصيات مصورة أو رسوم توضيحية تغطي بشعبية كبيرة في الاتصالات النصية، ويمكن دمجها بشكل طبيعي مع نص عادي لإنشاء شكل جديد للغة، وتستخدم في المحادثات الرقمية بهدف شرح المشاعر أو الأحاسيس التي يصعب علينا التعبير عنها، أو تعزيز معاني الكلمات التي نكتبها، أو محاولة منهم لإخفاء مشاعر معينة، أو من باب التسلية والمرح مما قد يتناسب مع أنماط الشخصية المختلفة.

ويتكون مصطلح الإيموجي من شقين: "ايE" وتعني صورة و "موجي Moji" تعني رمز كتابة، وقد يُشار إليه في أدبيات اللغة العربية بعدة مصطلحات أخرى مثل: الصور التعبيرية، والرموز التعبيرية، والرسوم التعبيرية، والوجوه التعبيرية، ورموز الانفعالات (الإيموشن emoticon emotional icon) و الإسمائيات smiley faces (حامد، 2021).

ولقد تزايد استخدام الرموز التعبيرية؛ حيث تعد أداة أساسية للتواصل الذي أصبح ضرورياً في حياتنا اليومية؛ مما يتطلب فهم كيف يتكيف الأفراد مع سياق التواصل الجديد (Bosch & Revilla, 2018).

إن الأشخاص الذين يتمتعون بشخصية تحليلية تتميز بالتفكير المنطقي قد يستخدمون الإيموجي بشكل أقل، بينما يفضل الانطوائيون والتحليليون استخدام أسلوب أكثر تحفظاً؛ لذا نجد أن الرموز التعبيرية تستخدم كمساعد للتعبير العاطفي والفهم الدلالي، تعمل على تمهيد المعالجة المعرفية للمحفزات النصية التي تليها (Yang, & Qian, 2023).

ومعنى ذلك أن الرموز التعبيرية تلعب وظائف عاطفية (التعبير عن المشاعر، وتعزيز المشاعر، وإضعاف المشاعر، وتأسيس النبرة العاطفية، وبناء العلاقات الاجتماعية)، ووظائف دلالية (استبدال الرسائل النصية والتأثير على معالجة المشاعر) في التواصل بين المرسل والمستقبل. (Wu, 2023b)؛ مما يتطلب فهم دوافع المطورين لاستخدامها وتأثيرها (Rong, ETal, 2022).

ولقد نتج عن استخدام شبكات التواصل الاجتماعي ما يعرف بالمجتمع الافتراضي و يعرف على أنه "تلك المجتمعات اللاواقعية التي تنشأ من الشبكة، عن طريق مواقع التواصل من خلال المستخدمين بفعل الدافع الاجتماعي لأجل تكوين علاقات اجتماعية افتراضية أو رقمية بينهم، وهؤلاء المستخدمون يشتركون في خصائص اجتماعية وتنظيمية وثقافية، بل وحتى توجهات فكرية معينة، تمكنهم من إنشاء هذه المجتمعات الافتراضية الرقمية" (رمضان، 2024، ص. 876).

إنَّ الفضاء الذي يحتضن شبكة الإنترنت بمختلف خدماتها وتنوع أنماط الاتصال بها قد أدى إلى تمثل آخر للواقع الذي يعيشه الفرد يومياً، فأنتج هذا الفضاء العالم الافتراضي الذي قد يعد عالماً موازياً للعالم الواقعي، بغض النظر عن الفروق التي تميز كلا منهما عن الآخر؛ إذ إن العالم الافتراضي أيضاً يسكنه أفراد وجماعات وتنشأ فيه تجمعات وعلاقات اجتماعية بشتى أنواعها تقريباً تتباين بتباين أنماط الشخصية وأنواعها المختلفة. وهي تتشابه مع المجتمعات الواقعية في وجود الأفراد والتفاعل بينهم وتقاسم الروابط والمشاعر والزمان (الضبع، 2016).

ولقد أشارت أحمد (2022) إلى أن العلاقات الافتراضية تعيد تشكيل الوعي وفق مضامين وممارسات جديدة، وبقدر ما كانت هذه العلاقات الافتراضية انقلاباً في عالم التواصل الاجتماعي بقدر ما هي ثورة معرفية إيجابية مثلها مثل ثورات العلم وتطوراتها التي تغير وجه الحياة الإنسانية على وجه الأرض، وقد أسهمت الحياة الافتراضية الرقمية بشكل عام في توفير وسائل معلوماتية واتصالية عززت هويات قائمة وأحييت هويات من الماضي وقدمت إلى النور الجديد منها، متضمنة

الثابت والمتغير والمقومات الأساسية للكيانات الإنسانية التي يتفاعل في ضوئها الفرد مع الآخر زمانا ومكانا وتاريخا وواقعا وحاضرا ومستقبلا.

ومن الملاحظ بأن الرموز التعبيرية تؤثر على فهم الرسائل النصية، حيث كانت الرسائل الإيجابية مع الرموز التعبيرية أسهل في الفهم وأعلى في الدرجات المتعلقة بالاهتمام بالعلاقة وتحسينها، وبالمقابل كانت الرسائل السلبية التي تحتوي على الرموز التعبيرية أقل وضوحًا وأقل فعالية، وهذا يشير إلى أن استخدام الرموز التعبيرية يمكن أن يكون له تأثيرات مختلفة حسب نوع الرسالة وسياقها (Carroll, 2023).

إن الرموز التعبيرية (الإيموجي) تزيد من جودة العلاقات الافتراضية لدى مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي من خلال إتقان طرق أسرع وأقصر للتواصل والإفصاح عن الذات والتأثير (Gesselman, Vivian. & Garcia, 2019) وأن الرموز التعبيرية والعناصر غير اللفظية CMC لها إمكانات إيجابية لرعاية الفرد والتواصل بين الأشخاص، ويمكن استخدامها للتركيز وتوجيه الانتباه والتعبير عن المشاعر الصعبة والاعتراف بها وزيادة الميول الإيجابية (Elder, 2018).، وأنها تعبر عن المشاعر والأحاسيس أثناء المحادثات الرقمية وتكسر الملل، وتولد السعادة وتساعد على التعبير عن الآراء والأفكار في وقت قصير (الرحيلي، 2022).

سمات الشخصية والرموز التعبيرية (الإيموجي) لدى مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي: لقد ظهرت العديد من النظريات التي فسرت الشخصية، ومن هذه النظريات نظرية سمات الشخصية التي تنظر للسمة بأنها متصل كمي قابل للتدرج وهي الصفة المميزة للفرد (الحيدري، 2016).

وللعوامل الخمسة الكبرى للشخصية دور مهم في الدراسات النفسية، لما لها من أهمية كبيرة في حياة الفرد، وقد نشأت نظرة العوامل الخمسة الكبرى للشخصية من التحليلات المتعددة لوصف الشخصية، وتوضح وجود خمسة عوامل شخصية أساسية هي العصائية، والانبساطية، والقبول، والانفتاح على الخبرة، والضمير (Mammadov, 2022).

ولقد وجد Wu (2023a) على سبيل المثال أن الأفراد الانبساطيين والمفتوحين يستخدمون وسائل التواصل الاجتماعي بشكل متكرر.

وتعتبر الرموز التعبيرية في وقتنا الحاضر أداة لنقل الأفكار والمشاعر باعتبارها نوعاً من أنواع اللغة غير اللفظية والتعبير عن السمات والأنماط المرتبطة بالشخصية (Wirza, Hanifah, & , 2020, p.223)، إضافة إلى أنها قد تكون لغة المستقبل، فقد أصبحت شعوب العالم تحتفي باليوم العالمي للرموز التعبيرية "Emoji" الذي يصادف السابع عشر من شهر يوليو من كل عام؛ مما قد يشير إلى أن هذه الرموز أصبحت لغة عالمية "غير رسمية" يتداولها مستخدمو مواقع التواصل الاجتماعي، إضافة إلى أن لها انتشاراً واسعاً وملحوظاً؛ لأن استخدامها تطور لدرجة تعليم السلوكيات الحياتية للأفراد، إضافة إلى أنها تقوم بالتعبير عن المشاعر الإنسانية في رموز وأشكال بسيطة تناسب مع كل موقف يتعرض له الفرد، ويجد مستخدمو موقع التواصل الاجتماعي ما يناسب كل مشاعرهم ومواقفهم مع الآخرين بدلاً من الكتابة التي قد لا يستطيع البعض ترجمة شعورهم بها، بحيث يمكن التعبير عن الغضب، والحب، والسعادة، والفرح، والمرح، والضحك، والصدمة، والاشمئزاز، والمزيد من المشاعر الأخرى. (عبد الكافي، 2021م).

لقد أحدثت الرموز أو الصور التعبيرية قفزة نوعية في مجال اللغة والاتصال، مما أسهم في إثراء اللغة بشكل عام من خلال ما تقدمه من مزايا أهمها تكملة المعنى الناقص في الكلام المكتوب بوصفها نوعاً من أنواع الاتصال غير اللفظي وعادلت بذلك لغة الجسد كالإيماءات والإشارات والإيماءات (غراي وبرادي، 2020م، ص 348)

إن مستخدمي هذه الرموز يمكنهم اختزال الكثير من العواطف ومشاعر الحب والغضب برمز تعبيري واحد يتيح نقل هذه المشاعر ببساطة وسرعة إلى المستخدم الآخر؛ مما يجعل هذه الرموز قادرة على أن تعكس مشاعر المستخدمين مهما كان نوع المحادثة التي تدور بينهم سواء كانت محادثة رسمية أو غير رسمية، وبما يؤكد أيضاً الدور الاتصالي المهم التي تقوم به هذه الرموز باعتبارها أحد أشكال الاتصال غير اللفظي.

ومن الملاحظ أنه في عام 2015م قام القاموس الشهير أكسفورد "Oxford Dictionary" باختيار الرمز الذي يطلق عليه وجه دموع الفرح كأشهر كلمة للعام، ولم يجد هذا الاختيار في وقتها أي اعتراض على الرغم بأن الاختيار وقع على رمز وليس على كلمة؛ حيث أصبح من الصعب إيجاد أي مراسلة في وسائل التواصل الاجتماعي دون وجود رمز تعبيري، وأن أكثر الرموز التعبيرية استخداماً هي الرموز التي تمثل لغة الجسد والإيماءات التي توحى بالمشاعر المختلفة، وأنها

تؤدي وظائف تواصلية مهمة، وقد تنقل الرموز التعبيرية من الدلالات ما تعجز اللغة عن نقله (التميمي، 2020)، كما أنها تكشف على الأحاسيس والمشاعر الرومانسية وهي تعبر عن محسنات المزاج (السلمي، 2022).

سمات الشخصية وجودة العلاقات الافتراضية لدى مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي: لقد نتج عن زيادة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي الكثير من التغيرات، فقد أصبحت بديلاً للكثير من المهارات والتفاعلات الاجتماعية التي تتطلب التفاعل وجهاً لوجه؛ حيث يعرف التفاعل الاجتماعي الافتراضي بأنه: كافة أشكال العلاقات التي تتم بين مستخدمي شبكة الإنترنت عبر الوسائط وضرورة الاتصالات الحديثة وتجمع بين ذوي الاهتمامات المشتركة ويتواصلون فيما بينهم، ويشعرون كأنهم مجتمع حقيقي يعبر عن الأنماط من العلاقات والأدوار والمعايير والنظم واللغات (الخراشي، 2024)

ويتم الإشارة إلى جودة العلاقة بصورة عامة بأنها علاقة اجتماعية اختيارية مستمرة بين شخصين، أو أكثر من نفس الجنس، يكون بينهما تقارب في العمر، والسلوك، والأفكار، والأخلاق، والاهتمامات، وتبادل الكثير من المظاهر الموجبة المميزة للعلاقة أو الصداقة الجيدة، فهي عبارة عن مزيج من الاستجابة المتبادلة والمعاملة بالمثل والانسجام بين الأفراد (Boman, Krohn, Gibson, & Stogner, 2012).

وتعرف العلاقة الافتراضية Virtual relationship على أنها المعرفة والصداقة القائمة على التواصل الإلكتروني بشكل أساسي من خلال وسائل الاتصال الحديثة وشبكات التواصل الاجتماعي وتسمى أيضاً الصداقة الإلكترونية "Electronic friendship". وتسهم الصداقة الافتراضية في نمو الإحساس بالهوية والكينونة، خاصة الصداقة ذات العلاقات غير المباشرة، أو ما يعرف بالأصدقاء المختبئين، وعندما يصل هذا الشاب إلى إحساسه بالهوية لمستوى معين من القوى والتماسك، فإنه يشعر بنوع من الدفء والألفة مع هؤلاء الأصدقاء (أبو بكر، 2016).

استخدام الرموز التعبيرية (الإيموجي) في زيادة جودة العلاقات الافتراضية لدى مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي:

من الممكن أن يسهل الاتصال باستخدام مواقع التواصل الاجتماعي التعبير عن المودة وتعزيز جودة العلاقة؛ حيث تعد الرسائل النصية في الوقت الحاضر وسيلة مهمة للتعبير عن المودة والشعور بالقرب من الشريك عبر العلاقات الافتراضية. وقد أظهرت النتائج كيف يمكن أن يستفيد أو يتضرر التواصل لتكوين العلاقات الافتراضية من خلال تضمين الرموز التعبيرية. (Rodrigues, et al, 2017)

كما بين حسان (Hasan, 2020) أن عملية التواصل لم تقتصر على التحدث أو كتابة الكلمات فقط، وإنما هي عبارة عن مسألة معقدة للغاية تتطلب عوامل عاطفية كاللغة والقواعد والخبرة والعناصر غير اللفظية، كما يمكن للغة الإشارة وتعبيرات الوجه أن تكشف عما يحاول الشخص التعبير عنه أكثر مما يقوله في الواقع في محادثة التفاعلات وجها لوجه، وعلى الرغم من ذلك، وفي خصم العملية التواصلية المعتمدة على النص يمكن أن يؤدي عدم وجود لغة غير لفظية إلى التشويش، وكذا سوء الفهم بين الأشخاص، كما تعتمد الدراسة على نظرية تسمى (Media Richness Theory) أي "نظرية ثراء الوسائط" والتي اقترحها كل من Daft و Lengel، والتي أثبتت بأن الرموز التعبيرية والرموز الانفعالية لها دور مهم للغاية في تكنولوجيا التواصل بين الأشخاص.

كما تستخدم في تعزيز التعبير التعاطفي فعندما تستخدم الرموز التعبيرية فإنها تؤدي لتعزيز مشاعر الرسالة أو التعبير عن التعاطف، وكذلك لنقل التعبيرات الفكاهية أو الساخرة. إن غموض الرموز التعبيرية يجعلها مناسبة بشكل خاص للتواصل العاطفي؛ لأن إحدى فوائد التواصل اللغوي البصري هي مرونتها التفسيرية. (Harn, 2017) بمعنى أنها تضيف بعداً عاطفياً يجعل التواصل عبر الإنترنت والاتصال المرئي أو غير اللفظي أكثر وضوحاً.

كما أنها أداة لكسر الجمود وتعزيز الترابط الاجتماعي حيث يمكن للرموز التعبيرية أن تشير إلى نوايا واضحة في التفاعلات عبر الإنترنت لأول مرة، وأنها تلعب دوراً مهماً في الاتصالات الشخصية عبر الإنترنت، وقد تؤثر بشكل محتمل على بدء علاقات جديدة. (Rodrigues, & Prada, 2022)

كما بينت نتائج الدراسات التي فحصت العلاقة بين استخدام الرموز التعبيرية وانطباعات المراقبين عن الجاذبية الشخصية وكفاءة الاتصال عبر مواقع التواصل الاجتماعي، ومصادقية

المصدر؛ وما إذا كانت الانطباعات المتكونة عن مصادر الرسائل البشرية مقابل مصادر الرسائل الروبوتية مختلفة. وأظهرت النتائج أن المشاركين صنفوا مصادر رسائل روبوتات الدردشة التي تستخدم الرموز التعبيرية على نحو مماثل لمصادر الرسائل البشرية، وأن كلاً من البشر والروبوتات أكثر جاذبية اجتماعياً وكفاءة في الاتصال عبر مواقع التواصل الاجتماعي ومصادقية بشكل ملحوظ مقارنة بمرسلي الرسائل اللفظية فقط. (Beattie, Edwards, & Edwards, 2020)

الدراسات السابقة:

يوجد بعض الدراسات السابقة التي ترتبط بصورة غير مباشرة بموضوع الدراسة، ومن هذه الدراسات التي تناولت سمات الشخصية والرموز التعبيرية (الإيموجي) وجودة العلاقات الافتراضية مرتبة من الأقدم إلى الأحدث فقد هدفت دراسة (Ellison, Vitak, Gray, & Lampe, 2014) إلى تعرف طبيعة العلاقات الاجتماعية التي يقيمها الشباب الجامعي على شبكات التواصل الاجتماعي، واستخدمت الدراسة منهج المسح بالعينة عن طريق مسح لعينة عشوائية بسيطة قوامها (614) مفردة من طلاب إحدى الجامعات بالولايات المتحدة الأمريكية باستخدام الاستبانة الإلكترونية، وتوصلت الدراسة إلى أن المبحوثات يتميزن بارتفاع احترام الذات بالمقارنة بالذكور، كما كشفت الدراسة أن موقع الفيس بوك يوفر مصادر مهمة للتعارف بين الأصدقاء الذين تتوفر لديهم خصائص مشتركة مثل السن والتخصص.

وهدف دراسة (Fang, 2018) إلى التحقق وفهم ما إذا كان استخدام WeChat يرتبط بجودة صداقة الأفراد والرفاهية النفسية، واعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي، والاستبيان لجمع المعلومات، وكانت عينة WeChat البحث قوامها (508) من طلاب الجامعات لقياس سلوكيات استخدام والإفصاح عن الذات، وجودة الصداقة والرفاهية، وأظهرت النتائج أن كثافة استخدام WeChat بشكل كبير يرتبط بجودة صداقات طلاب الجامعات، ولكن لا يرتبط بجودة الصداقات المتصورة، علاوة على ذلك، تكشف النتائج أيضاً عن جودة صداقة الطلاب أنه مؤشر مهم على الرفاهية، ومع ذلك، لا توجد علاقة بين الإفصاح عن الذات عبر الإنترنت وجودة الصداقة أو الرفاهية بشكل عام.

وهدفَت دراسة (et al, Abdillah, 2020) إلى تحديد معنى جودة الصداقة القائمة على مراحل النمو والجنس للطلاب، واعتمدت الدراسة على منهج المسح بالعينة، وتم تطبيق الدراسة على عينة عشوائية قوامها (200) مفردة من طلاب جامعة يوجياكارتا، واعتمد الباحث على الاستبيان كأداة لجمع البيانات، وأشارت نتائج الدراسة إلى أن الفرد يميل إلى أن يكون أكثر انفتاحاً مع الآخرين عندما يشعر بأنه قريب منهم حقاً، وتكمن فائدة انفتاح الفرد على الآخرين في أنه يمكن أن يقلل من التوتر لديه، وأن يتمتع برفاهية نفسية، وعندما تنخفض ثقة الفرد في الأصدقاء يميل إلى اختيار حل مشكلته بمفرده، ويصبح أكثر ثقة في قراراته عندما يتم دعمها من قبل الأشخاص المقربين إليه.

وهدفَت دراسة (Troil & Britten, 2020) إلى فهم إلى أي مدى يمكن للطلاب الجامعي الحفاظ على العلاقات باستخدام وسائل التواصل الاجتماعي، واستخدمت الدراسة المنهج الوصفي، وتم تطبيق الدراسة على عينة من (232) طالباً جامعياً يستخدم شبكة الإنترنت، وتتراوح أعمارهم بين 18-26 عاماً، ترتبط بأربعة أنواع مختلفة من العلاقات (داخل / خارج الحرم الجامعي/ المعارف/ الصداقات المقربة) في استطلاع عبر الإنترنت، وأشارت النتائج إلى أن خمسة مهام لتوثيق العلاقات في أنواع الصداقات المختلفة (الإيجابية، والانفتاح، والتأكيدات، والاجتماعية، والمهام المشتركة) تم استخدامها بشكل كبير للحفاظ على العلاقات داخل وخارج الحرم الجامعي ومع المعارف والمقربين.

كما هدفت دراسة عبد الكافي (2021) إلى تعرف مدى استخدام طلبة الجامعات للرموز التعبيرية (الإيموجي) بموقع التواصل الاجتماعي فيسبوك وانعكاسه على إدراك جودة الصداقة الافتراضية من خلال استخدام منهج المسح بالعينة، حيث طبق الباحث دراسته على عينة عشوائية قوامها (400) مفردة من طلاب الفرق الأربعة بقسم الإعلام التربوي بكلية التربية النوعية-جامعة المنيا بواقع كل فرقة (100) مفردة من خلال استخدام صحيفة الاستبانة الورقية، ومقياس جودة الصداقة الافتراضية من إعداد الباحث، وقد بينت نتائج الدراسة وجود علاقة ارتباطية طردية ذات دلالة إحصائية بين استخدام الطلاب للرموز التعبيرية (الإيموجي) بموقع التواصل الاجتماعي فيسبوك وإدراك جودة الصداقة الافتراضية، ووجود علاقة ارتباطية طردية ذات

دلالة إحصائية بين استخدام الطلاب للرموز التعبيرية (الإيموجي) بموقع التواصل الاجتماعي فيسبوك وتفاعلهم مع منشوراتهم، وبشكل افتراضي بديل يساعد في بناء اتصال عاطفي بين الأصدقاء الافتراضيين لإتمام عملية التواصل بشكل كامل، فيمكن لأي شخص أن يترجم مشاعره عبر هذه الرموز التعبيرية، وأصبحت تؤثر بشكل واضح على مستوى العلاقة بين الأصدقاء، لدرجة أنها تختصر الكثير من التعبيرات لدى الأشخاص.

وهدفنا دراسة أوليسنيسكي (Olesnycky, 2024). إلى دراسة الآليات النفسية المتطورة (مقياس التقدير الاجتماعي ومقياس تقدير الذات، وإدمان وسائل التواصل الاجتماعي، وأنماط الاستخدام بين طلاب الجامعات)، وتم استخدام المنهج الوصفي التحليلي، وطبقت هذه الدراسة على عينة تكونت من (390) شاباً في سن الكلية، تم اختيارهم من عينة عبر الإنترنت باستخدام Prolific، بإكمال التدابير المتعلقة بتصوراتهم عن الحالة والإدمان على وسائل التواصل الاجتماعي، واحترام الذات، وسلوكيات استخدام وسائل التواصل الاجتماعي، ومستويات إدمان وسائل التواصل الاجتماعي، وبينت النتائج أن تصورات الحالة والإدمان على وسائل التواصل الاجتماعي تنبأت بشكل إيجابي بتقدير الذات، واحترام الذات تنبأ سلباً بإدمان وسائل التواصل الاجتماعي، ووجد أن احترام الذات يتوسط في العلاقة بين الحالة المتصورة والإدمان على وسائل التواصل الاجتماعي وإدمان وسائل التواصل الاجتماعي.

التعقيب على الدراسات السابقة:

من خلال النظر في الدراسات السابقة على الرغم من قلتها نظراً لحداثة الموضوع يتضح ما يلي:

1- أوجه الشبه بين الدراسة الحالية والدراسات السابقة

- أغلب الدراسات السابقة مثل دراسات: دراسة (Abdillah, 2020) (et al, 2020)، ودراسة (Troil & Britten, 2020)، ودراسة عبد الكافي (2021) تناولت موضوع جودة الصداقات والعلاقات الاجتماعية عبر الإنترنت، وهو ما يتفق بصورة مباشرة مع متغير "جودة العلاقات الافتراضية" في الدراسة الحالية.

- جميع الدراسات تناولت شبكات تواصل مختلفة (Facebook، WeChat، وغيرها، حيث تركز الدراسة الحالية على مواقع التواصل الاجتماعي كمجال للظاهرة المدروسة.

- بعض الدراسات مثل دراسة (Abdillah, 2020) (al, 2020) و (Olesnycky, 2024)) تناولت مفاهيم مثل الرفاهية النفسية، واحترام الذات، والإدمان، وهي جميعها مرتبطة بالجانب النفسي الذي تتناوله الدراسة الحالية بصورة غير مباشرة من خلال متغير سمات الشخصية.

2- أوجه الاختلاف:

معظم الدراسات السابقة ركزت على جودة العلاقات أو استخدام الشبكات، بينما الدراسة الحالية تضيف متغيراً جديداً وهو "الرموز التعبيرية (الإيموجي) كوسيط أو متغير مؤثر في العلاقة بين سمات الشخصية وجودة العلاقات، وهذا يمثل جانباً حديثاً - على حد علم الباحثة- لم تتناوله الدراسات السابقة سوى دراسة عبد الكافي (2021)

- الدراسات السابقة كانت في مجملها وصفية أو ارتباطية، أما الدراسة الحالية فهي تبني نموذجاً سببياً مقترحاً للعلاقة بين المتغيرات الثلاثة (سمات الشخصية - الرموز التعبيرية - جودة العلاقات الافتراضية)، مما يمنحها طابعاً تحليلياً تفسيرياً يتجاوز مجرد وصف العلاقات إلى تحديد الاتجاه السببي بينهم.

- تركز الدراسة الحالية على التكامل بين البعد النفسي (سمات الشخصية) والبعد الاتصالي (الإيموجي والتواصل عبر الشبكات)، بينما ركزت بعض الدراسات السابقة على أحد الجانبين دون الآخر.

- أغلب الدراسات السابقة اعتمدت على الاستبانة لجمع البيانات، وهو ما يختلف مع موضوع الدراسة الحالية وأدواتها.

- الدراسات السابقة غالباً تناولت متغيراً واحداً رئيساً (مثل جودة الصداقة أو الرفاهية النفسية)، في حين أن الدراسة الحالية تجمع بين ثلاثة متغيرات؛ مما يجعلها أكثر شمولاً.

3-أوجه التميز في الدراسة الحالية

- التوصل لنموذج مسار مقترح للعلاقات الارتباطية بين سمات الشخصية واستخدام الإيموجي وجودة العلاقات الافتراضية، وهو ما لم تتطرق إليه الدراسات السابقة بشكل تكاملي.

- الربط بين الشخصية والتعبير الرمزي الرقمي، مما يفتح مجالاً جديداً في دراسة التواصل غير اللفظي في البيئات الافتراضية.

- التركيز على الإيموجي كوسيط نفسي-اجتماعي يساهم في تفسير جودة العلاقات الافتراضية، وهو طرح معاصر يواكب التطور في استخدام الرموز التعبيرية كأداة للتعبير العاطفي والاجتماعي.

منهج الدراسة وإجراءاتها

منهج الدراسة: من أجل تحقيق أهداف الدراسة تم استخدام المنهج الكمي التحليلي (النمذجة السببية) من خلال توظيف أسلوب تحليل المسار، لكشف العلاقة السببية بين سمات الشخصية والرموز التعبيرية (الإيموجي) وجودة العلاقات الافتراضية لدى مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي وبصيغة أخرى معرفة مسار تأثير كل من المتغيرات المستقلة (سمات الشخصية)، والوسيط (الرموز التعبيرية) بالمتغير التابع (جودة العلاقات الافتراضية) وتحليلها كميًا وصولاً للنتائج.

مجتمع الدراسة: تكون مجتمع الدراسة من بعض مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي دون تحديد شريحة طبقية معينة من خلال توزيع الاستبانة إلكترونياً، حيث إن المجتمع الدراسة واسع وغير محدد عددياً.

عينة الدراسة: تكونت عينة الدراسة من مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي، وقد بلغ عددهم (526) مستخدماً تم اختيارهم بطريقة العينة المتبصرة من خلال توزيع استبانة إلكترونية على بعض التطبيقات المشهورة لشبكات التواصل الاجتماعي، مثل تطبيق الواتس آب ولألاكس؛ وبما أن الدراسة تهتم بمستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي عموماً وليس بمنطقة جغرافية محددة، فإن العينة المتبصرة عبر الإنترنت تعد مناسبة؛ لأنها تتيح تنوعاً في المشاركين من مختلف المناطق والخلفيات دون حصرهم في مكان معين، وهذه الطريقة مناسبة في الدراسات التي تتطلب مشاركة تطوعية من مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي؛ حيث يشارك من لديه استعداد للإجابة، مما يعكس فئة مهتمة وواعية بموضوع الدراسة، وهذه النسبة هي التي استجابت للإجابة عن المقاييس المستخدمة في الدراسة ولم يتم تحديد منطقة جغرافية معينة.

أدوات الدراسة: استخدم في هذه الدراسة ثلاث أدوات تمثلت في: مقياس السمات الخمس الكبرى للشخصية، ومقياس استخدام الرموز التعبيرية (الإيموجي) (من إعداد الباحثة)، ومقياس جودة العلاقات. وفيما يلي شرح تناول الخصائص السيكمومترية لتلك المقاييس على النحو التالي:

1-مقياس السمات الخمس الكبرى للشخصية: لتحقيق أهداف الدراسة تُرجم مقياس السمات الخمس الكبرى للشخصية (BIG FIVE INVENTORY (BFI) والمعد من قبل جون و سريفاستافا (John & Srivastava,1999). وقد تم عرض المقياس على عدد من الأساتذة المتخصصين في علم النفس، بالإضافة إلى متخصص في اللغة العربية لأخذ آرائهم حول مدى مناسبة الفقرات، وكان هناك إجماع بأن جميع الفقرات تعتبر مناسبة. ويتكون المقياس من قائمة مكونة من (44) عبارة تقيس الفرد وفقاً للعوامل الخمسة الكبرى (الأبعاد) للشخصية، وهي:

جدول (1) توزيع عبارات مقياس السمات الخمس الكبرى للشخصية على الأبعاد المكونة له

أرقام العبارات	البعد
36, 31R, 26, 21R, 16, 11, 6*R, 1	الانبساط مقابل الانطواء
42, 37R, 32, 27R, 22, 17, 12R, 7, 2R	الود مقابل العداوة
43R, 38, 33, 28, 23R, 18R, 13, 8R, 3	الضمير مقابل الافتقار إلى المبدأ
39, 34R, 29, 24R, 19, 14, 9R, 4	العصابية مقابل الاستقرار العاطفي
44, 41R, 40, 35R, 30, 25, 20, 15, 10, 5	الانفتاح على الخبرة

تشير R* إلى أنها عبارات عكسية

ولغايات تصحيح المقياس، تقدر إجابات المفحوص في ضوء مقياس خماسي التدرج متزايدة في الشدة (من واحد إلى خمسة)، حيث إن واحد غير موافق بشدة وخمسة موافق بشدة، وأظهر المقياس موثوقية عالية للاتساق الداخلي؛ مما يشير إلى أن السمات يتم قياسها باستمرار بغض النظر عن الاختلافات الجغرافية أو الثقافية. ولقياس صدق المقياس تم إخضاع المقياس لدراسات تحقق واسعة النطاق، مما يؤكد أن السمات التي يشملها تعكس بالفعل أبعاد الشخصية الكبرى، على سبيل المثال، تبين أن بنيات السمات الخمس الكبرى ترتبط بنتائج سلوكية مختلفة، مما يدعم صحتها التنبؤية، وارتكز تطوير النموذج على تحليلات اللغة مما يعزز صلاحية بنائه من خلال التأكد من أن السمات تعتمد على كيفية وصف الأفراد لأنفسهم وللآخرين. وقد تم التحقق من الصدق والثبات للمقياس على النحو التالي:

مؤشرات صدق البناء:

تم تطبيق مقياس السمات الخمس الكبرى للشخصية على عينة استطلاعية مكونة من (40) مستخدماً مواقع التواصل الاجتماعي من خارج عينة الدراسة للتحقق من مؤشرات صدق عبارات المقياس المكون من (44) عبارة، وتم حساب معامل ارتباط درجات كل عبارة من عبارات المقياس بالدرجات الكلية للبعد الذي تنتمي إليه العبارة، وجاءت النتائج كما هو مبين في جدول (2).

جدول (2): يوضح قيم معاملات الارتباط بين درجات كل عبارة من عبارات المقياس والدرجات الكلية للبعد الذي تنتمي إليه العبارة.

الأبعاد	رقم العبارة	معامل الارتباط بالبعد	الأبعاد	رقم العبارة	معامل الارتباط بالبعد
الانبساط مقابل الانطواء	1	0.675	العصائية مقابل الاستقرار العاطفي	27	0.499
	2	0.533		28	0.679
	3	0.740		29	0.627
	4	0.729		30	0.755
	5	0.444		31	0.704
	6	0.528		32	0.762
	7	0.525		33	0.733
	8	0.812		34	0.753
الود مقابل العداوة	9	0.715	الانفتاح على الخبرة	35	0.717
	10	0.564		36	0.674
	11	0.525		37	0.784
	12	0.544		38	0.722
	13	0.566		39	0.728
	14	0.491		40	0.754
	15	0.621		41	0.478
	16	0.609		42	0.720
	17	0.602		43	0.505
	18	0.543		44	0.637
الضمير مقابل الافتقار إلى المبدأ:	19	0.714			
	20	0.629			
	21	0.761			

			0.786	22	
			0.581	23	
			0.544	24	
			0.549	25	
			0.659	26	

يتبين من الجدول (2) أن جميع معاملات الارتباط للعبارات أكبر من (0.20)، حيث اعتمد معامل الارتباط (0.20) وذلك حسب معيار عودة (2010)، وهي مقبولة لأغراض الدراسة الحالية، وتراوح قيم معاملات ارتباط العبارات بالأبعاد ما بين (0.444 - 0.812).

مؤشرات ثبات مقياس السمات الخمس الكبرى للشخصية في الدراسة الحالية.

للتحقق من ثبات الاتساق الداخلي لعبارات المقياس؛ من خلال طريقة معامل ألفا كرونباخ وطريقة إعادة التطبيق بفارق زمني بين التطبيقين مدته (15) يوم، وجاءت النتائج كما هو مبين في جدول (3):

جدول (3): قيم معاملات ثبات الاتساق الداخلي وإعادة التطبيق لمقياس السمات الخمس

الكبرى للشخصية

معامل الثبات		عدد العبارات	الأبعاد
إعادة التطبيق	ألفا كرونباخ		
0.798	0.771	8	الانبساط مقابل الانطواء
0.824	0.744	9	الود مقابل العداوة
0.866	0.820	9	الضمير مقابل الافتقار إلى المبدأ
0.892	0.844	8	العصائية مقابل الاستقرار العاطفي
0.908	0.856	10	الانفتاح على الخبرة
0.917	0.884	44	مقياس السمات الخمس الكبرى للشخصية

يتبين من جدول (3) أن معاملات ثبات الاتساق الداخلي (ألفا كرونباخ) تراوحت ما بين (0.744 – 0.856) للأبعاد وللمقياس ككل (0.884)، وتراوحت معاملات الثبات بطريقة إعادة التطبيق ما بين (0.798 – 0.908) وللمقياس ككل (0.917).

2- مقياس استخدام الرموز التعبيرية (الإيموجي) (من إعداد الباحثة)

قامت الباحثة بالاستفادة من بعض الدراسات لإعداد مقياس للرموز التعبيرية مثل دراسات: الرحيلي (2022)، وعبد الكافي (2021) والتميمي (2020)، وقد صُمم في ضوء مقياس خماسي التدرج متزايدة في الشدة (من واحد إلى خمسة)، حيث إن واحد غير موافق بشدة وخمسة موافق بشدة، بهدف تحديد الاستجابات التي تعبر عن نمط الشخصية وعن دوافع استخدام تلك الرموز ومدى قدرتها من وجهة نظرك في جودة العلاقات الافتراضية لدى مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي. والمقياس أحادي البعد، وقد تم عرضه على عدد من الأساتذة المتخصصين في علم النفس لأخذ آرائهم حول مدى مناسبة الفقرات، وكان هناك إجماع بأن جميع الفقرات تعتبر مناسبة مع تعديلات بسيطة على الصياغة.

مؤشرات صدق البناء:

تم تطبيق مقياس استخدام الرموز التعبيرية (الإيموجي) على عينة استطلاعية مكونة من (40) مستخدماً مواقع التواصل الاجتماعي من خارج عينة الدراسة للتحقق من مؤشرات صدق عبارات المقياس المكون من (16) عبارة، وتم حساب معامل ارتباط درجات كل عبارة من عبارات المقياس بالدرجات الكلية للمقياس، وجاءت النتائج كما هو مبين في جدول (4).

جدول (4): يوضح قيم معاملات الارتباط بين درجات كل عبارة من عبارات المقياس والدرجات الكلية للمقياس.

معامل الارتباط بالدرجة الكلية للمقياس	رقم العبارة
0.578	1
0.733	2
0.809	3
0.726	4

رقم العبارة	معامل الارتباط بالدرجة الكلية للمقياس
5	0.692
6	0.499
7	0.649
8	0.446
9	0.828
10	0.495
11	0.427
12	0.713
13	0.827
14	0.624
15	0.734
16	0.382

يتبين من الجدول (4) أن جميع معاملات الارتباط للعبارة أكبر من (0.20)، حيث اعتمد معامل الارتباط (0.20) وذلك حسب معيار عودة (2010)، وهي مقبولة لأغراض الدراسة الحالية، وتراوح قيم معاملات ارتباط العبارة بالمقياس ما بين (0.446 - 0.828).

مؤشرات ثبات مقياس استخدام الرموز التعبيرية (الإيموجي) في الدراسة الحالية.

للتحقق من ثبات الاتساق الداخلي لعبارة المقياس من خلال طريقة معامل ألفا كرونباخ، وطريقة إعادة التطبيق بفارق زمني بين التطبيقين مدته (15) يوما، وجاءت النتائج كما هو مبين في جدول (5):

جدول (5): قيم معاملات ثبات الاتساق الداخلي وإعادة التطبيق لمقياس استخدام الرموز التعبيرية (الإيموجي).

معامل الثبات	عدد العبارات	مقياس استخدام الرموز التعبيرية (الإيموجي)
إعادة التطبيق	ألفا كرونباخ	
0.905	0.898	16

يتبين من جدول (5) أن معامل ثبات الاتساق الداخلي (ألفا كرونباخ) لمقياس استخدام الرموز التعبيرية (الإيموجي) بلغ (0.898)، وبلغت قيمة معامل الثبات بطريقة إعادة التطبيق (0.905) للمقياس ككل.

3- مقياس جودة العلاقات: لتحقيق أهداف الدراسة تُرجم مقياس جودة العلاقات Relationship Quality (RQ) Scale والمعد من قبل تشوندي وآخرون (Chonody et al., 2018)، والمكوّن من (9 عبارات). والمقياس أحادي البعد، وقد تم عرضه على عدد من الأساتذة المتخصصين في علم النفس؛ لأخذ آرائهم حول مدى مناسبة الفقرات، وكان هناك إجماع بأن جميع الفقرات تعتبر مناسبة مع تعديلات بسيطة على الصياغة. ولغايات تصحيح المقياس تقدر إجابات المفحوص في ضوء مقياس خماسي التدرج (من واحد إلى خمسة)، حيث إن واحد غير موافق بشدة وخمسة موافق بشدة، وأظهر المقياس موثوقية عالية للاتساق الداخلي مع ألفا كرونباخ Cronbach's a بقيمة 0.891 عند تحليله على العينة الإجمالية. ولاختبار صدق المقياس فقد طلب من العينة الإجمالية الاستجابة على مقاييس التقارير الذاتية عن السعادة فيما يتعلق بعلاقاتهم الحالية، وكان مقياس RQ مرتبطاً بشكل إيجابي للغاية بهذه التقارير ($r = 0.787$, $p < 0.001$) وفي ذلك إشارة إلى صدق البناء التقاربي.

مؤشرات صدق البناء.

تم تطبيق مقياس جودة العلاقات الافتراضية على عينة استطلاعية مكونة من (40) مستخدماً مواقع التواصل الاجتماعي من خارج عينة الدراسة للتحقق من مؤشرات صدق عبارات

المقياس المكون من (9) عبارات، وتم حساب معامل ارتباط درجات كل عبارة من عبارات المقياس بالدرجات الكلية للمقياس، وجاءت النتائج كما هو مبين في جدول (6).

جدول (6): يوضح قيم معاملات الارتباط بين درجات كل عبارة من عبارات المقياس والدرجات الكلية للمقياس.

رقم العبارة	معامل الارتباط بالدرجة الكلية للمقياس
1	0.647
2	0.703
3	0.389
4	0.772
5	0.626
6	0.670
7	0.648
8	0.422
9	0.478

يتبين من الجدول (6) أن جميع معاملات الارتباط للعبارات أكبر من (0.20)، حيث اعتمد معامل الارتباط (0.20) وذلك حسب معيار عودة (2010)، وهي مقبولة لأغراض الدراسة الحالية، وتراوح قيم معاملات ارتباط العبارات بالمقياس ما بين (0.389 - 0.772).

مؤشرات ثبات مقياس جودة العلاقات الافتراضية في الدراسة الحالية.

للتحقق من ثبات الاتساق الداخلي لعبارات المقياس؛ من خلال طريقة معامل ألفا كرونباخ وطريقة إعادة التطبيق بفارق زمني بين التطبيقين مدته (15) يوم، وجاءت النتائج كما هو مبين في جدول (7):

جدول (7): قيم معاملات ثبات الاتساق الداخلي وإعادة التطبيق لمقياس جودة العلاقات الافتراضية.

معامل الثبات	عدد العبارات	مقياس جودة العلاقات
إعادة التطبيق	ألفا كرونباخ	
0.778	0.760	9

يتبين من جدول (7) أن معامل ثبات الاتساق الداخلي (ألفا كرونباخ) لمقياس جودة العلاقات الافتراضية بلغ (0.760)، وبلغت قيمة معامل الثبات بطريقة إعادة التطبيق (0.778) للمقياس ككل.

عرض نتائج الدراسة

تمهيداً للإجابة عن بعض أسئلة الدراسة؛ أعدت الباحثة مقياساً مكوناً من ثلاثة مستويات اعتماداً على المتوسط الحسابي لدرجات استجابات أفراد عينة الدراسة، وجاء على النحو التالي:

- من 1 لأقل من 2.34 (مستوى منخفض)
- من 2.34 لأقل من 3.67 (مستوى متوسط)
- من 3.67 إلى 5 (مستوى مرتفع)

نتائج السؤال الأول: هل توجد علاقة ارتباطية بين سمات الشخصية والرموز التعبيرية (الإيموجي) لدى مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي بمدينة الرياض؟

للإجابة عن هذا السؤال، استخدمت الباحثة معامل الارتباط الخطي لبيرسون، وجاءت النتائج على النحو التالي:

جدول (8): معاملات الارتباط بين سمات الشخصية والرموز التعبيرية (الإيموجي).
(ن = 526)

الأبعاد	الرموز التعبيرية (الإيموجي)		
	معامل الارتباط	مستوى الدلالة	نوع العلاقة
الانبساط مقابل الانطواء	0.031	0.475	-
الود مقابل العداوة	0.275	0.001	موجبة
الضمير مقابل الافتقار إلى المبدأ	0.129	0.003	موجبة
العصابية مقابل الاستقرار العاطفي	0.112	0.010	موجبة
الانفتاح على الخبرة	0.336	0.001	موجبة
الدرجة الكلية	0.357	0.001	موجبة

يتبين من الجدول (8) عدم وجود علاقة ارتباطية بين بُعد الانبساط مقابل الانطواء والرموز التعبيرية (الإيموجي)، في حين تبين وجود علاقة ارتباطية موجبة دالة إحصائياً بين باقي الأبعاد والدرجة الكلية مع الرموز التعبيرية (الإيموجي)، حيث تراوحت معاملات الارتباط لباقي الأبعاد ما بين (0.112 - 0.336) وللدرجة الكلية (0.357)، وجميعها دالة عند مستوى دلالة أقل أو يساوي (0.01)، وتعني هذه النتائج أن ارتفاع درجات الأفراد في أبعاد مثل الود، والضمير، والعصابية، والانفتاح على التجربة يرتبط بزيادة ميلهم لاستخدام الرموز التعبيرية، إلا أن هذا الارتباط لا يسمح بالتنبؤ السببي أو الاستدلال على التأثير المباشر؛ لأن تحليل الارتباط يقتصر على بيان قوة واتجاه العلاقة دون تحديد السبب والنتيجة.

نتائج السؤال الثاني: هل توجد علاقة ارتباطية بين سمات الشخصية وجودة العلاقات الافتراضية لدى مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي بمدينة الرياض؟
للإجابة عن هذا السؤال، استخدمت الباحثة معامل الارتباط الخطي لبيرسون، وجاءت النتائج على النحو التالي:

جدول (9): معاملات الارتباط بين سمات الشخصية وجودة العلاقات الافتراضية. (ن =

526)

جودة العلاقات الافتراضية			الأبعاد
نوع العلاقة	مستوى الدلالة	معامل الارتباط	
موجبة	0.001	0.317	الانبساط مقابل الانطواء
موجبة	0.001	0.399	الود مقابل العداوة
موجبة	0.001	0.304	الضمير مقابل الافتقار إلى المبدأ
عكسية	0.001	-0.191	العصابية مقابل الاستقرار العاطفي
موجبة	0.001	0.301	الانفتاح على الخبرة
موجبة	0.001	0.432	الدرجة الكلية

يتبين من الجدول (8) وجود علاقة ارتباطية عكسية بين بُعد العصابية مقابل الاستقرار العاطفي وجودة العلاقات الافتراضية، حيث بلغ معامل الارتباط (-0.191) ومستوى دلالة (0.001)، كما تبين وجود علاقة ارتباطية موجبة دالة إحصائياً بين باقي الأبعاد والدرجة الكلية مع جودة العلاقات الافتراضية، حيث تراوحت معاملات الارتباط لباقي الأبعاد ما بين (0.301 - 0.399) وللدرجة الكلية (0.432)، وجميعها دالة عند مستوى دلالة (0.001).

نتائج السؤال الثالث: هل تتغير طبيعة العلاقة بين سمات الشخصية وجودة العلاقات الافتراضية عند عزل الرموز التعبيرية لدى مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي بمدينة الرياض؟ للإجابة عن هذا السؤال، استخدمت الباحثة معامل الارتباط الخطي لبيرسون، وجاءت النتائج على النحو التالي:

جدول (10): معاملات الارتباط بين سمات الشخصية وجودة العلاقات الافتراضية عند عزل الرموز التعبيرية. (ن = 526)

جودة العلاقات الافتراضية			الأبعاد
نوع العلاقة	مستوى الدلالة	معامل الارتباط	
موجبة	0.001	0.320	الانبساط مقابل الانطواء
موجبة	0.001	0.353	الود مقابل العداوة
موجبة	0.001	0.283	الضمير مقابل الافتقار إلى المبدأ
عكسية	0.001	0.230-	العصابية مقابل الاستقرار العاطفي
موجبة	0.001	0.235	الانفتاح على الخبرة
موجبة	0.001	0.376	الدرجة الكلية

يتبين من الجدول (10) وجود علاقة ارتباطية عكسية بين بُعد العصابية مقابل الاستقرار العاطفي وجودة العلاقات الافتراضية، حيث بلغ معامل الارتباط (-0.230) ومستوى دلالة (0.001)، كما تبين وجود علاقة ارتباطية موجبة دالة إحصائياً بين باقي الأبعاد والدرجة الكلية مع جودة العلاقات الافتراضية، حيث تراوحت معاملات الارتباط لباقي الأبعاد ما بين (0.235 - 0.353) وللدرجة الكلية (0.376)، وجميعها دالة عند مستوى دلالة (0.001)، مما يدل على أنه كلما تحسنت السمات الشخصية أدى ذلك إلى ارتفاع في جودة العلاقات الافتراضية، ويدل ذلك على وجود تأثير للرموز التعبيرية في العلاقة بين سمات الشخصية وجودة العلاقات الافتراضية، حيث انخفضت معاملات الارتباط نسبياً.

نتائج السؤال الرابع: ما نموذج المسار المقترح للعلاقات الارتباطية بين سمات الشخصية والرموز التعبيرية (الإيموجي) وجودة العلاقات الافتراضية لدى مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي؟

للإجابة عن هذا السؤال قامت الباحثة بوضع نموذج مسار المقترح للعلاقات الارتباطية يتضمن (21 علاقة) على النحو التالي:

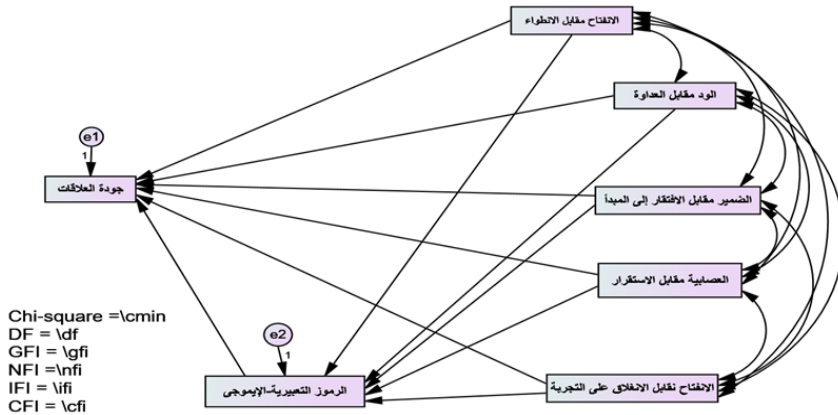
- علاقة تبادلية (10 علاقات) بين العوامل التالية: الانبساط مقابل الانطواء، الود مقابل العداوة، الضمير مقابل الافتقار إلى المبدأ، والعصابية مقابل الاستقرار العاطفي، والانفتاح على الخبرة.

- علاقة مباشرة (5 علاقات) بين جودة العلاقات الافتراضية والعوامل (الانبساط مقابل الانطواء، الود مقابل العداوة، الضمير مقابل الافتقار إلى المبدأ، العصابية مقابل الاستقرار العاطفي، الانفتاح على الخبرة).

- علاقة مباشرة (5 علاقات) بين الرموز التعبيرية (الإيموجي) والعوامل (الانبساط مقابل الانطواء، الود مقابل العداوة، الضمير مقابل الافتقار إلى المبدأ، العصابية مقابل الاستقرار العاطفي، الانفتاح على الخبرة).

- علاقة مباشرة بين جودة العلاقات الافتراضية والرموز التعبيرية (الإيموجي).

وقد تم تمثيلها كما في الشكل (1):



شكل (1): نموذج المسار المقترح لعلاقة العوامل الخمس الكبرى للشخصية والرموز التعبيرية (الإيموجي) وجودة العلاقات الافتراضية.

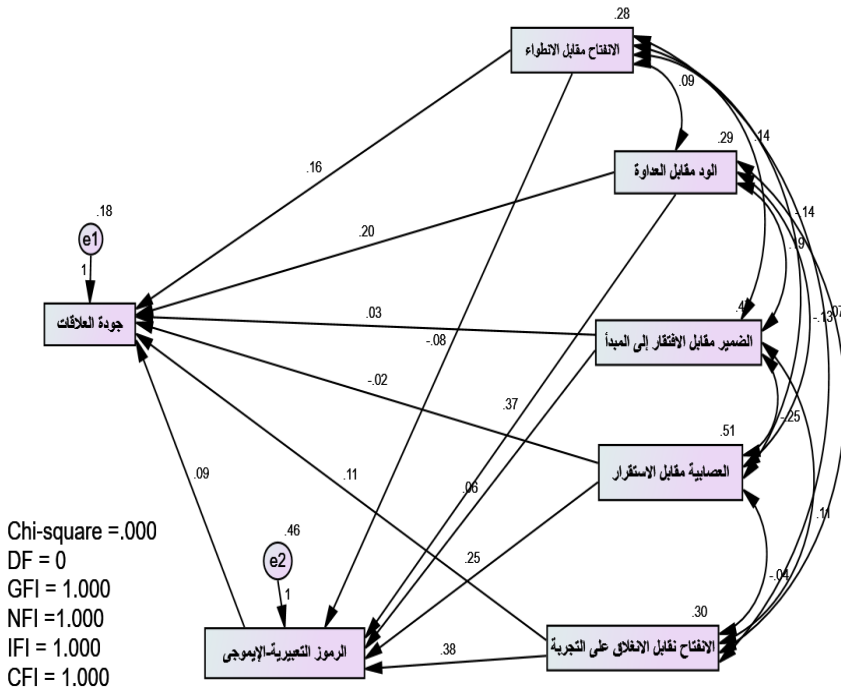
وقد جاءت مؤشرات مطابقة نموذج المسار المقترح لعلاقة العوامل الخمس الكبرى للشخصية والرموز التعبيرية (الإيموجي) وجودة العلاقات الافتراضية لمستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي، وذلك كما هو مبين في جدول (10).

جدول (11): قيم مؤشرات مطابقة نموذج المسار المقترح لعلاقة العوامل الخمس الكبرى للشخصية والرموز التعبيرية (الإيموجي) وجودة العلاقات الافتراضية لمستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي.

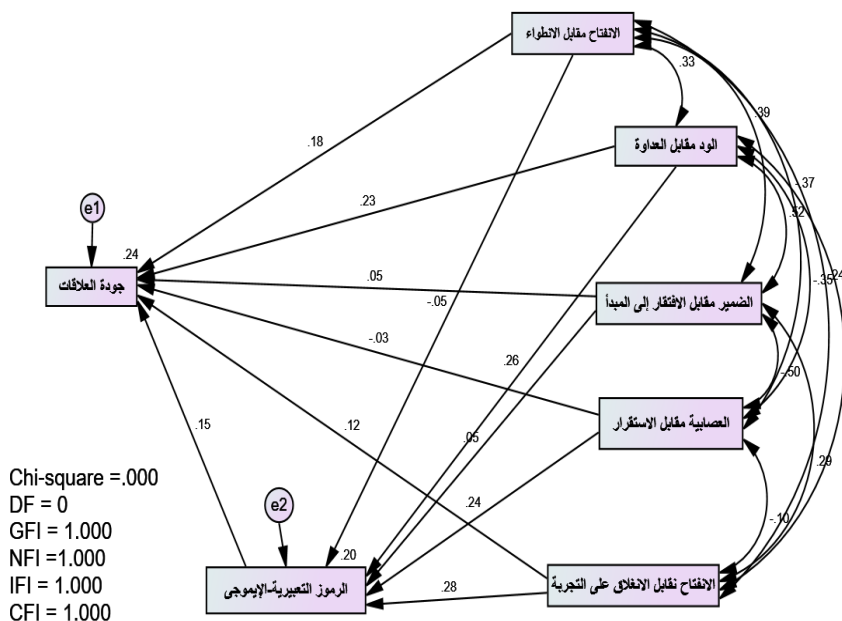
مؤشرات مطابقة النموذج السببي لدى عينة الدراسة	القيمة	مقياس المؤشر	حالة المطابقة
χ^2	0.000		
عدد العزوم المميزة للعينة	28		
عدد المعالم المميزة الواجب توافرها	28		
درجة الحرية	$0 = 28 - 28$		
الدلالة الإحصائية	0.000		غير مطابق
χ^2/df	0.000	أقل من 7	
RMSEA	0.264	أقل من 0.08	غير مطابق
GFI	1.000	أقل من 0.90	مطابق
NFI	1.000	أقل من 0.90	مطابق
IFI	1.000	أقل من 0.90	مطابق
CFI	1.000	أقل من 0.90	مطابق

يتبين من جدول (11) أن بعض مؤشرات مطابقة النموذج السببي الافتراضي لعلاقة العوامل الخمس الكبرى للشخصية والرموز التعبيرية (الإيموجي) وجودة العلاقات الافتراضية لمستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي حققت معاييرها، ومنها مؤشر جودة المطابقة (Goodness of Fit Index: GFI) الذي بلغت قيمته (1.000)، وهي قيمة أكبر من حدها الأدنى المعياري (0.90)، ومؤشر المطابقة المعياري (Normal Fit Index: NFI) بلغت قيمته (1.000) وهي قيمة أكبر من

حدها الأدنى المعياري (0.90)، ومؤشر المطابقة التدريجي (Incremental Fit Index: IFI) بلغت قيمته (1.000)، وهي قيمة أكبر من حدها الأدنى المعياري (0.90)، ومؤشر المطابقة المقارن (Comparative Fit Index: CFI) بلغت قيمته (1.000)، وهي قيمة أكبر من حدها الأدنى المعياري (0.90)، وجاءت باقي المؤشرات المبينة في جدول (10) غير مطابقة، وقد تم حساب قيم معاملات الارتباط الالامعيارية والمعيارية الخاصة بالنموذج السببي الافتراضي، كما في الشكلين (2) و(3).



شكل (2): قيم مؤشرات المطابقة وقيم معاملات الارتباط الالامعيارية الخاصة بنموذج المسار المقترح.



جدول (12): مؤشرات تحسين النموذج.

الدالة الإحصائية	النسبة الحرجة	الخطأ المعياري	معاملات الارتباط		تقدير للأوزان الانحدارية		
			اللامعيارية	المعيارية			
***	5.571	0.066	0.369	0.264	الود مقابل العداوة	---	الرموز التعبيرية
***	6.543	0.059	0.383	0.276	الانفتاح على الخبرة	---	الرموز التعبيرية
***	5.054	0.05	0.251	0.237	العصابية مقابل الاستقرار العاطفي	---	الرموز التعبيرية
0.22	1.227-	0.063	0.077-	0.054-	الانبساط مقابل الانطواء	---	الرموز التعبيرية
0.315	1.005	0.057	0.057	0.052	الضمير مقابل الافتقار إلى المبدأ	---	الرموز التعبيرية

الدالة الإحصائية	النسبة الحرجة	الخطأ المعياري	معاملات الارتباط		تقدير للأوزان الانحدارية		
			اللامعيارية	المعيارية			
***	4.174	0.039	0.164	0.18	الانبساط مقابل الانطواء	---	جودة العلاقات الافتراضية
***	4.815	0.042	0.204	0.228	الود مقابل العداوة	---	جودة العلاقات الافتراضية
0.004	2.903	0.038	0.11	0.124	الانفتاح على الخبرة	---	جودة العلاقات الافتراضية
***	3.447	0.027	0.093	0.146	الرموز التعبيرية	---	جودة العلاقات الافتراضية
0.566	0.574-	0.032	0.018-	0.027-	العصائية مقابل الاستقرار العاطفي	---	جودة العلاقات الافتراضية
0.339	0.956	0.035	0.034	0.048	الضمير مقابل الافتقار إلى المبدأ	---	جودة العلاقات الافتراضية

يتبين من جدول (4) ضرورة إلغاء بعض العلاقات الارتباطية (تقدير الأوزان الانحدارية) غير الدالة إحصائياً؛ لكون قيمة النسبة الحرجة لمعامل الانحدار اللامعيارية إلى خطئها المعياري قد كانت غير دالة إحصائياً عند مستوى دلالة (0.05)، وقد تم الاحتفاظ بـ (7) علاقات دالة إحصائياً، وهي على النحو التالي:

• علاقة الود مقابل العداوة مع الرموز التعبيرية بدلالة إحصائية أقل من 0.001.

• علاقة الانفتاح على الخبرة مع الرموز التعبيرية بدلالة إحصائية أقل من 0.001.

• علاقة العصائية مقابل الاستقرار العاطفي مع الرموز التعبيرية بدلالة إحصائية أقل من 0.001.

• علاقة الانبساط مقابل الانطواء مع جودة العلاقات الافتراضية بدلالة إحصائية أقل من 0.001.

• علاقة الود مقابل العداوة مع جودة العلاقات الافتراضية بدلالة إحصائية أقل من 0.001.

• علاقة الانفتاح على الخبرة مع جودة العلاقات الافتراضية بدلالة إحصائية 0.004.

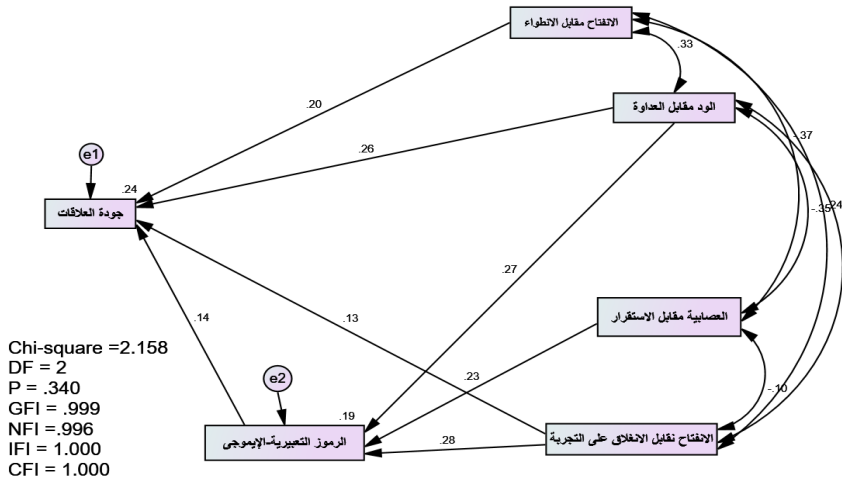
• علاقة الرموز التعبيرية مع جودة العلاقات الافتراضية بدلالة إحصائية أقل من 0.001.

وقد تم إسقاط العلاقات الارتباطية غير الدالة إحصائياً من نموذج المسار المقترح لعلاقة العوامل الخمس الكبرى للشخصية والرموز التعبيرية (الإيموجي) وجودة العلاقات الافتراضية لمستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي، حيث لم تكن المعاملات الانحدارية المعيارية الخاصة بها ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة (0.05) ضمن مراحل متتابعة من التحليل؛ ولكون عملية الإسقاط سالف الذكر قد تمت على مراحل؛ ولتعذر عرض الجداول الخاصة بجميع المراحل، فقد تم الاكتفاء بعرض قيم معاملات الانحدار اللامعيارية والمعيارية لعلاقات نموذج المسار المقترح للعوامل الخمسة الكبرى للشخصية والرموز التعبيرية (الإيموجي) وجودة العلاقات الافتراضية لمستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي، وذلك كما هو مبين في جدول (13).

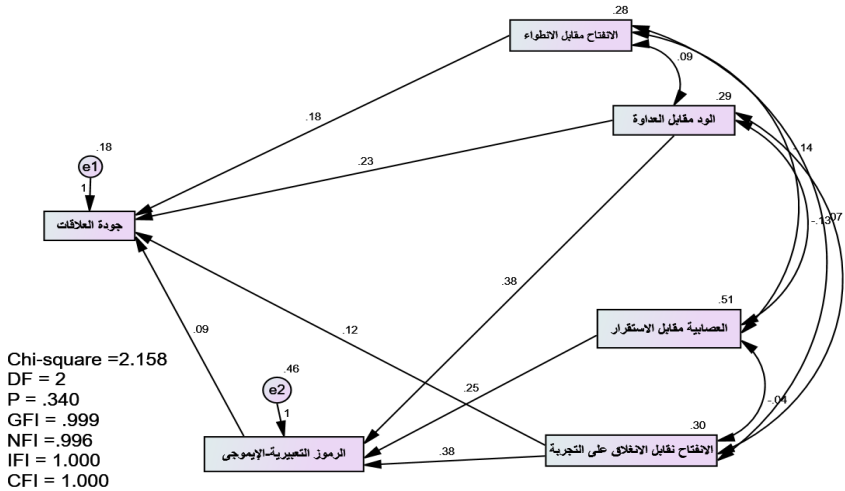
جدول (13): قيم معاملات الانحدار اللامعيارية والمعيارية لعلاقات النموذج السببي المقترح للعوامل الخمسة الكبرى للشخصية والرموز التعبيرية (الإيموجي) وجودة العلاقات الافتراضية لمستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي.

الدالة الإحصائية	النسبة المئوية	الخطأ المعياري	معاملات الارتباط		تقدير للأوزان الانحدارية		
			المعيارية	اللامعيارية			
***	6.222	0.061	0.381	0.272	الود مقابل العداوة	---	الرموز التعبيرية
***	6.68	0.057	0.382	0.275	الانفتاح على الخبرة	---	الرموز التعبيرية
***	5.575	0.044	0.248	0.233	العصاوية مقابل الاستقرار العاطفي	---	الرموز التعبيرية
***	4.838	0.037	0.18	0.197	الانبساط مقابل الانطواء	---	جودة العلاقات
***	6.035	0.038	0.23	0.256	الود مقابل العداوة	---	جودة العلاقات
0.002	3.072	0.037	0.115	0.129	الانفتاح على الخبرة	---	جودة العلاقات
***	3.365	0.026	0.089	0.139	الرموز التعبيرية	---	جودة العلاقات

يتبين من جدول (13) أن كافة قيم النسب المئوية لمعاملات الانحدار اللامعيارية إلى أخطائها المعيارية والعوامل الكبرى للشخصية جاءت دالة إحصائياً عند مستوى دلالة (0.05)، وذلك كما هو مبين في الشكلين (4) و(5):



شكل (4): نموذج المسار المقترح لعلاقة العوامل الخمسة الكبرى للشخصية والرموز التعبيرية (الإيموجي) وجودة العلاقات الافتراضية لمستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي (التقديرات المعيارية).



شكل (5): نموذج المسار المقترح لعلاقة العوامل الخمسة الكبرى للشخصية والرموز التعبيرية (الإيموجي) وجودة العلاقات الافتراضية لمستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي (التقديرات اللامعيارية).

ويلاحظ من الشكل (5) التالي:

- فسرت العوامل (الانبساط مقابل الانطواء، الود مقابل العداوة، الانفتاح على الخبرة بعلاقة مباشرة، والعصائية مقابل الاستقرار العاطفي) بعلاقة غير مباشرة مع الرموز التعبيرية ما مقداره (18%) من التباين المفسر الكلي لجودة العلاقات الافتراضية.
 - فسرت العوامل (الود مقابل العداوة، العصائية مقابل الاستقرار العاطفي، الانفتاح على الخبرة) بعلاقة مباشرة، ما مقداره (48%) من التباين المفسر الكلي للرموز التعبيرية.
 - وجود علاقة موجبة بين كل من (الانبساط مقابل الانطواء، الود مقابل العداوة، الانفتاح على الخبرة) وجودة العلاقات الافتراضية.
 - وجود علاقة موجبة بين كل من (الود مقابل العداوة، العصائية مقابل الاستقرار العاطفي، الانفتاح على الخبرة) والرموز التعبيرية.
 - وجود علاقة موجبة بين الرموز التعبيرية وجودة العلاقات الافتراضية.
- التباينات المشتركة بين المتغيرات الخارجية (Exogenous) في النموذج.

جدول (14): قيم تقدير التباينات المشتركة بين المتغيرات الخارجية الخاصة بالنموذج السببي الافتراضي

الدالة الإحصائية	النسبة المئوية	الخطأ المعياري	معاملات الارتباط		تقدير التباينات المشتركة		
			المعيارية	اللامعيارية			
***	7.159	0.013	0.094		الود مقابل العداوة	--->	الانبساط مقابل الانطواء
***	7.875-	0.018	0.138-		العصائية مقابل الاستقرار العاطفي	--->	الانبساط مقابل الانطواء

الدلالة الإحصائية	النسبة الحرجة	الخطأ المعياري	معاملات الارتباط		تقدير التباينات المشتركة		
			المعيارية	اللامعيارية			
***	5.273	0.013	0.068		الانفتاح على الخبرة	--->	الانبساط مقابل الانطواء
***	7.519-	0.018	0.133-		العصابية مقابل الاستقرار العاطفي	--->	الود مقابل العداوة
***	6.702	0.013	0.09		الانفتاح على الخبرة	--->	الود مقابل العداوة
0.028	2.203-	0.017	0.037-		العصابية مقابل الاستقرار العاطفي	--->	الانفتاح على الخبرة

يتبين من جدول (14) أن جميع العلاقات التبادلية (تقدير التباينات المشتركة) دالة إحصائياً عند مستوى دلالة (0.05)، وقد تم الاحتفاظ بها (6) علاقات تبادلية، وهي على النحو التالي:

- العلاقة التبادلية بين الود مقابل العداوة مع الانبساط مقابل الانطواء بدلالة إحصائية أقل من 0.001.
- العلاقة التبادلية بين العصابية مقابل الاستقرار العاطفي مع الانبساط مقابل الانطواء بدلالة إحصائية أقل من 0.001.
- العلاقة التبادلية بين الانفتاح على الخبرة مع الانبساط مقابل الانطواء بدلالة إحصائية أقل من 0.001.
- العلاقة التبادلية بين العصابية مقابل الاستقرار العاطفي مع الود مقابل العداوة بدلالة إحصائية أقل من 0.001.
- العلاقة التبادلية بين الانفتاح على الخبرة مع الود مقابل العداوة بدلالة إحصائية أقل من 0.001.

- العلاقة التبادلية بين العصائية مقابل الاستقرار العاطفي مع الانفتاح على الخبرة بدلالة إحصائية 0.028.

جدول (15): قيم معاملات الانحدار المعيارية للآثار المباشرة وغير المباشرة والكلية للمتنبئات وتباينها المفسر بالمتنبأ بها.

المتنبئات					المتنبأ بها	التأثيرات
الرموز التعبيرية	الانبساط مقابل الانطواء	الود مقابل العداوة	الانفتاح على الخبرة	العصائية مقابل الاستقرار العاطفي		
0.000	0.000	0.381	0.382	0.248	الرموز التعبيرية	التأثيرات الكلية
0.089	0.18	0.264	0.149	0.022	جودة العلاقات	
0.000	0.000	0.272	0.275	0.233	الرموز التعبيرية	التأثيرات الكلية المعيارية
0.139	0.197	0.294	0.167	0.032	جودة العلاقات	
0.000	0.000	0.381	0.382	0.248	الرموز التعبيرية	التأثيرات المباشرة
0.089	0.18	0.23	0.115	0.000	جودة العلاقات	
0.000	0.000	0.272	0.275	0.233	الرموز التعبيرية	التأثيرات المباشرة المعيارية
0.139	0.197	0.256	0.129	0.000	جودة العلاقات	
0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	الرموز التعبيرية	التأثيرات غير المباشرة
0.000	0.000	0.034	0.034	0.022	جودة العلاقات	
0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	الرموز التعبيرية	التأثيرات غير المباشرة المعيارية
0.000	0.000	0.038	0.038	0.032	جودة العلاقات	

وبالاحظ من جدول (15) التالي:

- أكبر حجم للتأثير الكلى على جودة العلاقات الافتراضية لمستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي كان لعامل الود مقابل العداوة، يليه الانبساط مقابل الانطواء، الانفتاح على الخبرة، ثم العصائية مقابل الاستقرار العاطفي.
- أكبر حجم للتأثير المباشر على جودة العلاقات الافتراضية لمستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي كان لعامل الود مقابل العداوة، يليه الانبساط مقابل الانطواء، الانفتاح على الخبرة.
- أكبر حجم للتأثير غير المباشر على جودة العلاقات الافتراضية لمستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي كان لعامل الود مقابل العداوة والانفتاح على الخبرة، يليهما العصائية مقابل الاستقرار العاطفي.
- أكبر حجم للتأثير الكلى على الرموز التعبيرية (الإيموجي) كان لعامل الانفتاح على الخبرة، يليه الود مقابل العداوة، ثم العصائية مقابل الاستقرار العاطفي.
- أكبر حجم للتأثير المباشر على الرموز التعبيرية (الإيموجي) كان لعامل الانفتاح على الخبرة، يليه الود مقابل العداوة، ثم العصائية مقابل الاستقرار العاطفي.
- لا توجد تأثيرات غير مباشر للعوامل الكبرى للشخصية على الرموز التعبيرية (الإيموجي).

مناقشة نتائج الدراسة:

بينت النتائج عدم وجود علاقة ارتباطية بين بُعد الانبساط مقابل الانطواء والرموز التعبيرية (الإيموجي)، وقد يدل ذلك على أن الأنماط الشخصية المرتبطة بالانبساطية أو الانطواء لا تؤثر بشكل كبير على استخدام الإيموجي، كما يمكن أن يكون هذا نتيجة لتباين في كيفية استخدام الأفراد لهذه الرموز بغض النظر عن سماتهم الشخصية، في حين تبين وجود علاقة ارتباطية موجبة دالة إحصائياً بين باقي الأبعاد والدرجة الكلية مع الرموز التعبيرية (الإيموجي)، حيث تراوحت

معاملات الارتباط لباقي الأبعاد ما بين (0.112 - 0.336) وللدرجة الكلية (0.357)، وجميعها دالة عند مستوى دلالة أقل أو يساوي (0.01)، وتعني هذه النتائج أن ارتفاع درجات الأفراد في أبعاد مثل الود، الضمير، والعصابية، والانفتاح على التجربة يرتبط بزيادة ميلهم لاستخدام الرموز التعبيرية، إلا أن هذا الارتباط لا يسمح بالتنبؤ السببي أو الاستدلال على التأثير المباشر؛ لأن تحليل الارتباط يقتصر على بيان قوة واتجاه العلاقة دون تحديد السبب والنتيجة، كما تشير تلك النتائج إلى أن الأفراد ذوي السمات الشخصية الإيجابية يميلون أكثر لاستخدام الإيموجي في تواصلهم، وهذا يدل على أن الأشخاص الذين يتمتعون بشخصية تحليلية وتتميز بالتفكير المنطقي قد يستخدمون الإيموجي بشكل أقل، بينما يفضل الانطوائيون والتحليليون استخدام أسلوب أكثر تحفظاً؛ لذا نجد أن الرموز التعبيرية تستخدم كمساعد للتعبير العاطفي والفهم الدلالي، وتعمل على تمهيد المعالجة المعرفية للمحفزات النصية التي تليها (Yang, & Qian, 2023)، وأن "الرموز التعبيرية تعبر عن المشاعر والأحاسيس أثناء المحادثات الرقمية وتكسر الملل" (الرحيلي، 2022). ومعنى ذلك أن "السمات الشخصية تلعب دوراً مهماً في استخدام الرموز التعبيرية؛ مما يعكس أهمية السمات الشخصية في تعزيز جودة العلاقات الافتراضية. وتختلف تلك النتائج مع دراسة (Wu, 2023a) التي بينت أن الأفراد الانبساطيين والانفتاحيين يستخدمون وسائل التواصل الاجتماعي بشكل متكرر.

كما بينت النتائج وجود علاقة ارتباطية عكسية بين بُعد العصابية مقابل الاستقرار العاطفي وجودة العلاقات الافتراضية، حيث بلغ معامل الارتباط (-0.191) ومستوى دلالة (0.001)، وهذا يعني أنه كلما زادت درجة العصابية لدى الأفراد، قلت جودة علاقاتهم الافتراضية. العصابية تعكس القلق والتوتر، مما يجعل الأفراد الذين يتمتعون بمستويات عالية من العصابية يجدون صعوبة في تكوين وتعزيز علاقات افتراضية إيجابية ومستقرة، ومعنى ذلك أن "الأفراد ذوي الدرجات العالية في العصابية قد يشعرون بالقلق، ويكونون عرضة للتوتر" (Mammadov, 2022). " وهذا يشير إلى أن القلق والتوتر قد يؤثران سلباً على القدرة على بناء علاقات اجتماعية فعّالة، سواء أكانت

حقيقية أم افتراضية، وأن تحسن السمات الشخصية الأخرى، مثل الانبساطية والقبول، يسهم في تعزيز جودة العلاقات الافتراضية" (Wu, 2023a). وبالتالي فإن الأفراد الذين لديهم مستويات عالية من العصائية قد يواجهون تحديات أكبر في استخدام الرموز التعبيرية بشكل فعال، مما يسهم في تقليل جودة تفاعلاتهم الافتراضية. وبناءً على ذلك، يمكن القول إن العلاقة السلبية بين العصائية وجودة العلاقات الافتراضية تعكس تأثير القلق والتوتر على قدرة الأفراد في تكوين علاقات افتراضية صحية وفعّالة.

كما تبين وجود علاقة ارتباطية موجبة دالة إحصائياً بين باقي الأبعاد والدرجة الكلية مع جودة العلاقات الافتراضية، حيث تراوحت معاملات الارتباط لباقي الأبعاد ما بين (0.112 - 0.336) وللدرجة الكلية (0.423)، وجميعها دالة عند مستوى دلالة (0.001)، مما يدل على أنه كلما تحسنت السمات الشخصية أدى ذلك إلى ارتفاع في جودة العلاقات الافتراضية. ويتفق ذلك مع ما ورد في الإطار النظري والدراسات من أن "السمات الشخصية تلعب دوراً مهماً في استخدام الرموز التعبيرية" (Wu, 2023a)، مما يشير إلى أن التحسن في السمات مثل الانبساطية والقبول قد يسهم في تحسين التفاعلات الاجتماعية، وأن الرموز التعبيرية تعزز من جودة العلاقات الافتراضية لدى مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي (Gesselman & Garcia, 2019). وبذلك، فإن العلاقة الإيجابية بين السمات الشخصية وجودة العلاقات الافتراضية تعكس كيف أن الأفراد الذين يمتلكون سمات شخصية إيجابية يميلون إلى استخدام الرموز التعبيرية بشكل فعال، مما يسهل التعبير عن المشاعر ويعزز الروابط الاجتماعية، علاوة على ذلك، تؤثر الرموز التعبيرية على فهم الرسائل النصية، حيث كانت الرسائل الإيجابية مع الرموز التعبيرية أسهل في الفهم" (Carroll, 2023). وهذا يدل على أن استخدام الرموز التعبيرية ليس فقط يعزز جودة العلاقات، بل أيضاً يسهم في وضوح التواصل، مما يجعل التعزيز الإيجابي للسمات الشخصية أمراً ذا أهمية كبيرة في تحسين العلاقات الافتراضية. وبناءً على ذلك، يمكن استنتاج أن تحسين السمات الشخصية

يعزز من جودة العلاقات الافتراضية من خلال استخدام الرموز التعبيرية بشكل فعال، مما يساهم في تحسين التفاعلات الاجتماعية وتعزيز الروابط بين الأفراد.

كما بينت النتائج أن بعض مؤشرات مطابقة النموذج السببي الافتراضي لعلاقة العوامل الخمس الكبرى للشخصية والرموز التعبيرية (الإيموجي) وجودة العلاقات الافتراضية لمستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي حققت معاييرها. وقد فسر النموذج ما نسبته (18%) من التباين المفسر الكلي لجودة العلاقات الافتراضية من خلال العوامل (الانبساطية مقابل الانطواء، والود مقابل العداوة، والانفتاح على الخبرة) بعلاقة مباشرة، بينما كانت العلاقة مع العصبية مقابل الاستقرار العاطفي غير مباشرة. وهذا يدل كما ورد سابقاً على أن السمات الشخصية تؤثر على جودة العلاقات الافتراضية وتساعد في تحديد كيفية تفاعل الأفراد" (الرحيلي، 2022). وبالتالي يشير ذلك إلى أن الأفراد الذين يمتلكون سمات ودودة ومنفتحة يميلون إلى إقامة علاقات أفضل، مما يعزز جودة التفاعلات الافتراضية. كما فسرت العوامل (الود مقابل العداوة، والعصبية مقابل الاستقرار العاطفي، والانفتاح على الخبرة) بعلاقة مباشرة ما مقداره (48%) من التباين المفسر الكلي للرموز التعبيرية. وهذا يشير إلى أهمية هذه العوامل في تعزيز استخدام الرموز التعبيرية، مما يؤكد أن "الرموز التعبيرية تلعب دوراً محورياً في تحسين التواصل" (الرحيلي، 2022)، كما بينت النتائج الخاصة بالنموذج وجود علاقة موجبة بين (الانبساطية مقابل الانطواء، والود مقابل العداوة، والانفتاح على الخبرة) وجودة العلاقات الافتراضية يعكس كيف أن السمات الشخصية الإيجابية تساهم في تحسين جودة التفاعلات. كما أن وجود علاقة موجبة بين هذه العوامل والرموز التعبيرية يشير إلى أن الأفراد الذين يتمتعون بسمات إيجابية يميلون إلى استخدام الرموز التعبيرية بشكل فعال، مما يعزز من جودة التواصل. وأن جميع العلاقات التبادلية التي تم الاحتفاظ بها دالة إحصائياً عند مستوى دلالة (0.05)، مما يوضح قوة العلاقات بين هذه المتغيرات. فمثلاً، العلاقة التبادلية بين الود مقابل العداوة والانبساطية مقابل الانطواء كانت دالة إحصائياً أقل من 0.001، مما يشير إلى أن الأفراد الودودين أكثر انفتاحاً على الآخرين، وهو ما يتفق مع ما ورد في الوثيقة

عن أهمية الود في بناء علاقات إيجابية. بشكل عام، تبين هذه النتائج الدور الحيوي للسمات الشخصية والرموز التعبيرية في تعزيز جودة العلاقات الافتراضية، مما يؤكد أهمية فهم هذه العوامل في سياق التفاعل الاجتماعي الرقمي.

التوصيات:

من خلال نتائج الدراسة يمكن ذكر التوصيات التالية:

1. ضرورة إدراج موضوع السمات الشخصية والتفاعل الرقمي الناتج عن الرموز التعبيرية في مقررات علم النفس بالجامعات لتعميق فهم الطلبة للعلاقة بين الخصائص النفسية وأنماط التواصل الافتراضي.
2. تشجيع الباحثين في علم النفس على إجراء مزيد من الدراسات التي تبحث في دور السمات الشخصية في استخدام الرموز التعبيرية وجودة العلاقات الافتراضية، باستخدام مناهج تنبؤية أو سببية أكثر دقة.
3. تطوير برامج إرشادية نفسية رقمية تهدف إلى تعزيز السمات الإيجابية مثل الود والانفتاح والضمير لدى مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي لتحسين جودة علاقاتهم الافتراضية.
4. تصميم حملات توعوية عبر المنصات الرقمية تبرز أثر السمات الشخصية الإيجابية في تحسين التفاعل وجودة العلاقات الافتراضية، وتحد من تأثير العصاوية والقلق في التواصل.
5. تطوير أدوات قياس نفسية إلكترونية متخصصة في تقييم العلاقة بين السمات الشخصية واستخدام الرموز التعبيرية في البيئات الرقمية.
6. تقديم دعم نفسي واستشارات رقمية للأفراد الذين يعانون من مستويات مرتفعة من العصاوية والقلق لمساعدتهم في تحسين تفاعلهم الافتراضي وتعزيز علاقاتهم الاجتماعية عبر الإنترنت.

7. تحفيز الأفراد على تنمية سمة الانفتاح على الخبرة من خلال تجارب رقمية إيجابية وتفاعلات اجتماعية جديدة تُعزز من جودة علاقاتهم الافتراضية.
8. الاستفادة من نتائج النموذج السببي للدراسة في تطوير برامج تدريبية تساعد الأفراد على استخدام الرموز التعبيرية بطرق تعبر عن مشاعرهم بفعالية، وتساهم في بناء تواصل إنساني أكثر عمقاً في البيئات الافتراضية.

المقترحات:

1. دور الذكاء العاطفي كمتغير وسيط في العلاقة بين السمات الشخصية وجودة العلاقات الافتراضية لدى مستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي.
2. الذكاء العاطفي والاستخدام الواعي للرموز التعبيرية كعوامل وسيطة في تفسير العلاقة بين السمات الشخصية وجودة العلاقات الافتراضية.
3. نمط التفاعل الاجتماعي الرقمي كمتغير وسيط بين السمات الشخصية ومستوى الارتباط العاطفي في العلاقات الافتراضية.
4. دراسة النماذج التنبؤية لاستخدام الرموز التعبيرية بناءً على السمات الشخصية ومستوى الذكاء العاطفي.
5. تحليل تفاعلي للعلاقة بين السمات الشخصية، الذكاء العاطفي، ونمط استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في التنبؤ بجودة العلاقات الافتراضية.

المراجع

المراجع العربية:

- أحمد، منال عبد الخالق. (2022). العلاقات الافتراضية (الرقمية). المجلة التربوية، كلية التربية، سوهاج، يوليو، 99(99)، 1-24.
- باجنيد، بسمة، وآل هتيلة، إلهام. (2023). أنماط التفاعل وطبيعة العلاقات الاجتماعية الافتراضية والعلاقة بينهما: تطبيق سناب شات أنموذجا. مجلة الآداب، 35(2)، 111-138.
- أبو بكر، نشوى. (2016). إدراك جودة الصداقة والمشاركة الوجدانية لمرتفعي ومنخفضي الاستخدام السيئ لوسائل التواصل الإلكتروني لدى عينة من الطالبات، مجلة رسالة التربية وعلم النفس، (54)، 1-25.
- التميمي، جنات عبد العزيز. (2020). الإيموجي *Emojis* في الخطاب الشبكي: دراسة في البنية والدلالة، مجلة جامعة الملك خالد للعلوم الإنسانية، 7(1)، 13-46.
- الحيدري، محمد. (2016). علاقة استخدام الإنترنت ببعض السمات الشخصية في ضوء بعض المتغيرات لدى عينة من طلاب جامعة الملك سعود، مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، (37)، 144-199.
- الخراشي، عبد الرحمن. (2024). التفاعل الافتراضي عبر شبكات التواصل الاجتماعي: دراسة ميدانية على عينة من الشباب الجامعي، مجلة الدراسات الاجتماعية السعودية، (13)، 75-105.
- الرحيلي، منصور رويح. (2022). استخدام لغة الرموز التعبيرية وأثرها على اللغة العربية: طلاب جامعة الملك عبد العزيز أنموذجا، مجلة فكر ومعرفة، (2)، 101-143.
- رمضان، نورا. (2024). محددات بناء الثقة في العلاقات الاجتماعية الافتراضية دراسة لعينة من مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي، مجلة كلية الآداب، الوادي الجديد، 10(20)، 863-916.
- السلمي، عبد اللطيف مرزوق. (2022). الوظائف الدلالية لأنظمة التواصل البصري في عصر الإنترنت: رموز الإيموجي التعبيرية نموذجا. المجلة العلمية لكلية الآداب، 25(83)، 157-188.
- الضبيع، ماهر. (2016). العلاقات الافتراضية بين الشباب في المجتمع السعودي دراسة في الخصائص والمحددات، مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، (37)، 17-70.
- طه، منى؛ وإسماعيل، عمار. (2023). الصلابة النفسية كمتغير وسيط في العلاقة بين العوامل الخمسة الكبرى للشخصية وجودة الحياة النفسية (دراسة تطبيقية)، المجلة العلمية للبحوث التجارية، 49(2)، 335-404.

عبد الكافي، أحمد عبد الفتاح. (2021). استخدام طلبة الجامعات للرموز التعبيرية "الإيموجي" بموقع التواصل الاجتماعي فيسبوك وانعكاسه على إدراك جودة الصداقة الافتراضية، مجلة البحوث الإعلامية، 4(58). 1864 - 1809.

عودة، أحمد. (2010). القياس والتقييم في العملية التدريسية. الأردن، إريد: دار الأمل.
غراي، عبد السلام؛ وبرادي، نعيمة. (2020). الرمز التصويري من الحقبة الهيروغليفية إلى عصر الإيموجي - اختلاف اللغة ام انحدار التواصل -، مجلة الممارسات اللغوية 11(1)، 331 - 351.

ترجمة المراجع العربية:

- Ahmad, Manāl 'Abd al-Khāliq. (2022). al-'Alāqāt al-iftirāḍīyah (al-raqmīyah). al-Majallah al-Tarbawīyah li-Kullīyat al-Tarbiyah bi-Sūhāj, Yūliyyū, 99 (99), 1-24.
- Bājunaḡy, Basmah, wa-Āl htylh, Ilhām. (2023). Anmāt al-tafā'ul wa-ṭabī'at al-'Alāqāt al-ijtimā'īyah al-iftirāḍīyah wa-al-'alāqah baynahumā : ṭaṭbīq snāb shāt anmūdhajan. Majallat al-Ādāb, 35 (2). 111-138.
- Abū Bakr, Nashwā. (2016). idrāk Jawdah al-Ṣadāqah wa-al-mushārakah al-wijdānīyah lmrṭf'y wmnkhfḍy al-Istikhdām al-sayyi' li-wasā'il al-tawāṣul al-iliktrūnī ladā 'ayyinaḡ min al-ṭālibāt, Majallat Risālat al-Tarbiyah wa-'ilm al-nafs, (54). 1-25.
- al-Tamīmī, Jannāt 'Abd al-'Azīz. (2020). al'ymwjy Emojis fī al-khiṭāb alshbk'y : dirāsah fī al-binyah wa-al-dalālah, Majallat Jāmi'at al-Malik Khālīd lil-'Ulūm al-Insānīyah, 7 (1). 13-46.
- al-Haydarī, Muḡammad. (2016). 'alāqat istikhdām al-intirnit bi-ba'ḍ al-simāt al-shakhṣīyah fī ḍaw' ba'ḍ al-mutaghayyirāt ladā 'ayyinaḡ min ṭullāb Jāmi'at al-Malik Sa'ūd, Majallat al-'Ulūm al-Insānīyah wa-al-Ijtimā'īyah, (37). 144-199.
- al-Kharāshī, 'Abd al-Raḡmān. (2024). al-tafā'ul al-iftirāḍī 'abra Shabakāt al-tawāṣul al-ijtimā'ī : dirāsah maydānīyah 'alā 'ayyinaḡ min al-Shabāb al-Jāmi'ī, Majallat al-Dirāsāt al-ijtimā'īyah al-Sa'ūdiyyah, (13). 75-105.
- al-Ruḡaylī, Manṣūr rwyjh. (2022). istikhdām Lughat al-rumūz al-ta'bīrīyah wa-atharuhā 'alā al-lughah al-'Arabīyah : ṭullāb Jāmi'at al-Malik 'Abd al-'Azīz anmūdhajan, Majallat fikr wa-ma'rifat, (2). 101-143.
- Ramaḍān, Nūrā. (2024). Muḡaddidāt binā' al-thiqah fī al-'Alāqāt al-ijtimā'īyah al-iftirāḍīyah dirāsah li-'ayyinaḡ min Mustakhdīmī mawāqī' al-tawāṣul al-ijtimā'ī, Majallat Kullīyat al-Ādāb bālwādy al-jadīd, 10 (20). 863-916.
- al-Sulamī, 'Abd al-Laṭīf Marzūq. (2022). al-waḡā'if al-dalāliyah l'nzmh al-tawāṣul al-Baṣrī fī 'aṣr al-intirnit : rumūz al'ymwjy al-ta'bīrīyah namūdhajan. al-Majallah al-'Ilmīyah li-Kullīyat al-Ādāb, 25 (83). 157-188.

- al-Ḍab', Māhir. (2016). al-'Alāqāt al-iftirāḍīyah bayna al-Shabāb fī al-mujtama' al-Sa'ūdī dirāsah fī al-Khaṣā'ish wa-al-muḥaddadāt, Majallat al-'Ulūm al-Insānīyah wa-al-Ijtīmā'īyah, (37). 17-70.
- Tāhā, Munā ; wa-Ismā'īl, 'Ammār. (2023). alšlābh al-nafsīyah kmtghyr wasīt fī al-'alāqah bayna al-'awāmil al-khamsah al-Kubrā lil-shakhṣīyah wjwdh al-ḥayāh al-nafsīyah (dirāsah taṭbīqīyah), al-Majallah al-'Ilmīyah lil-Buḥūth al-Tijārīyah, 49 (2). 335-404.
- 'Abd al-Kāfī, Aḥmad 'Abd al-Fattāh. (2021). istikhdām ṭalabat al-jāmi'āt lil-rumūz al-ta'bīrīyah "alāymwjy" bmwq' al-tawāṣul al-ijtimā'ī fysbwk wa-in'ikāsuhu 'alā idrāk Jawdah al-Ṣadāqah al-iftirāḍīyah, Majallat al-Buḥūth al-'Ilmīyah, 4 (58). 1809-1864.
- 'Awdah, Aḥmad. (2010). al-qiyās wa-al-taqwīm fī al-'amalīyah al-tadrīsīyah. al-Urdun, Irbid : Dār al-Amal.
- Ghurābī, 'Abd al-Salām ; wbrārdy, Na'imah. (2020). al-ramz al-taṣwīrī min al-ḥiqbah al-Hīrūghlīfīyah ilā 'aṣr al'ymwjy – Ikhtilāf al-lughah Umm Inḥidār altwāṣl-, Majallat al-mumārasāt al-lughawīyah, 11 (1), 331-351

المراجع الأجنبية:

- Abdillah, M. H., Anindita, W. D., Permatasari, S., Nabillah, B. R., & Mujidin, M. (2020). Description of friendship quality in Yogyakarta students. Jurnal Psikologi: Media Ilmiah Psikologi, 18(02).
- Beattie, A., Edwards, A. P., & Edwards, C. (2020). A bot and a smile: Interpersonal impressions of chatbots and humans using emoji in computer-mediated communication. In Communicating Artificial Intelligence (AI) (pp. 41-59). Routledge.
- Boman IV, J. H., Krohn, M. D., Gibson, C. L., & Stogner, J. M. (2012). Investigating friendship quality: An exploration of self-control and social control theories' friendship hypotheses. Journal of youth and adolescence, 41(11), 1526-1540.
- Bosch, O. J., & Revilla, M. (2018). The use of emojis by Millennials.
- Carroll, L. (2023). The Effect of Message Valence and Emoji Types on Processing Fluency when Reading Text Messages. National University of Ireland, Maynooth (Ireland).
- Chonody, J. M., Gabb, J., Killian, M., & Dunk-West, P. (2018). Measuring relationship quality in an international study: Exploratory and confirmatory factor validity. Research on Social Work Practice, 28(8), 920-930
- Elder, A. M. (2018). What words can't say: Emoji and other non-verbal elements of technologically-mediated communication. Journal of Information, Communication and Ethics in Society, 16(1), 2-15.

- Ellison, N. B., Vitak, J., Gray, R., & Lampe, C. (2014). Cultivating social resources on social network sites: Facebook relationship maintenance behaviors and their role in social capital processes. *Journal of computer-mediated communication*, 19(4), 855-870. <https://doi.org/10.1111/jcc4.12078>
- Gesselman, A. N., Ta, Vivian. P., & Garcia, J. R. (2019). Worth a thousand interpersonal words: Emoji as affective signals for relationship-oriented digital communication. *PloS one*, 14(8), e0221297.
- Harn, R. W. J. (2017). The visual language of emojis: A study on college students' social support communication in online social networks (Doctoral dissertation, University of Kansas).
- Hasan, A. F.(2020). The Role of Emojis and Emoticons in Enhancing Interpersonal Communication through Messenger and WhatsApp Applications. *Badji Mokhtar University Annaba - Faculty of Arts, Humanities and Social Sciences - Translation and Language Teaching Laboratory - Translation Department*,7(1),149-160.
- John, O. P., & Srivastava, S. (1999). The Big-Five trait taxonomy: History, measurement, and theoretical perspectives.
- Mammadov, S. (2022). Big Five personality traits and academic performance: A meta-analysis. *Journal of personality*, 90(2), 222-255.
- Olesnycky, E. S. (2024). An investigation of evolved psychological mechanisms the hierometer and sociometer: self-esteem, social media addiction, and use patterns among college students (Doctoral dissertation, Hofstra University).
- Pang, H. (2018). WeChat use is significantly correlated with college students' quality of friendships but not with perceived well-being. *Heliyon*, 4(11).
- Rodrigues, D. L., Cavalheiro, B. P., & Prada, M. (2022). Emoji as Icebreakers? Emoji can signal distinct intentions in first time online interactions. *Telematics and Informatics*, 69, 101783.
- Rodrigues, D., Lopes, D., Prada, M., Thompson, D., & Garrido, M. V. (2017). A frown emoji can be worth a thousand words: Perceptions of emoji use in text messages exchanged between romantic partners. *Telematics and Informatics*, 34(8), 1532-1543.
- Rong, S., Wang, W., Mannan, U. A., De Almeida, E. S., Zhou, S., & Ahmed, I. (2022). An empirical study of emoji use in software development communication. *Information and Software Technology*, 148, 106912.
- Stark, L., & Crawford, K. (2015). The conservatism of emoji: Work, affect, and communication. *Social Media+ Society*, 1(2), 2056305115604853.
- Troilo, J., & Britten, B. (2020). FACEBOOK USE IN MAINTAINING CLOSE FRIENDSHIPS AND ACQUAINTANCES. *Journal of Behavioral & Social Sciences*, 7(2).

- Wirza, Y., Hanifah, H., & Hanifah, H. (2020, April). The difference in emoji usage between genders. In Twelfth Conference on Applied Linguistics (CONAPLIN 2019) (pp. 232-236). Atlantis Press.
- Wu, Lin. (2023a). Relationship between Social Media Use and Personality." Department of Psychology, University of Minnesota, Minneapolis, 55114, United States. DOI: 10.54254/2753-7048/9/20230238.
- Wu, R. (2023b). It's fun to play: emoji usage in interactive marketing communication. In The Palgrave handbook of interactive marketing (pp. 893-913). Cham: Springer International Publishing.
- Yang, K., & Qian, S. (2023). Your Smiling Face is Impolite to Me: A Study of the Smiling Face Emoji in Chinese Computer-Mediated Communication. Social Science Computer Review, 08944393231219481.





مجلة الجامعة الإسلامية
للعلوم التربوية والاجتماعية

معرفة
e-Marefa



المنظومة
ALMANDUMAH

Arcif
Analytics



KINGDOM OF SAUDI ARABIA
MINISTRY OF EDUCATION
ISLAMIC UNIVERSITY OF MADINAH



Islamic University Journal For
Educational and Social Sciences

Islamic University Journal For Educational and Social Sciences

Refereed periodical scientific journal



Published four times a year in:
(March, June, September and December)

Issue

26

Volume

51

Month

June / Dhu al-Hijjah

Year

1447 AH / 2026 AD