

استخدام الشباب للمحتوى الاعلامى عبر شبكات التواصل الاجتماعى وعلاقتها بدعم قيم المواطنة والانتماء لديهم

أحمد محمد عبد الله سالم العفاري*

ملخص الدراسة:

ينطلق الهدف الرئيسي لهذه الدراسة من التعرف على دوافع استخدام الشباب الجامعي الإماراتي لشبكات التواصل الاجتماعي والدور التي تقوم به شبكات التواصل الاجتماعي في غرس قيم الانتماء والمواطنة، اعتمدت الدراسة على منهج المسح باستخدام اداة الاستقصاء تم تطبيقها على عينة من الشباب الاماراتي قوامها ٤٠٠ مفردة، وقد توصلت الدراسة الي:

- توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين معدلات استخدام الشباب الإماراتي (عينة الدِّراسة) لشبكات التواصل الاجتماعي، واتجاهاتهم نحو غرس قيم الانتماء والمواطنة.
- توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين معدلات استخدام الشباب الإماراتي (عينة الدِّراسة) لشبكات التواصل الاجتماعي في متابعة القضايا الاجتماعية والسياسية، والتأثيرات الناتجة عن هذا الاستخدام نحو غرس قيم الانتماء والمواطنة.
- أكدت النتائج ان شبكات التواصل الاجتماعي تعمل على تدعيم قيمة " الولاء للوطن" في مقدمة القيم التي تدعمها شبكات التواصل الاجتماعي بوزن نسبي ٨١، يليها عبارة " تنمي لدى حب الوطن والمحافظة عليه" بوزن نسبي ٨٠، ثم عبارة " تغرس بداخلي قيمة الانتماء للوطن" بوزن نسبي ٧٩، يليها عبارة " تعزز لدى قيمة الاعتزاز بالانتساب للوطن" بوزن نسبي ٧٨.٣، ثم " تنمي لدى قيمة الفخر بالاصول العربية" بوزن نسبي ٧٥، وأخيراً " تدعم لدي قيمة التعايش الوطني" بوزن نسبي ٧٤.٧.

الكلمات المفتاحية: المواطنة - الانتماء الوطني- شبكات التواصل الاجتماعي

* مقيد بدرجة الدكتوراه قسم الاذاعة والتلفزيون كلية الاعلام جامعة القاهرة

Youth use of media content through social networks and its relationship to supporting their values of citizenship and belonging

The main objective of this study stems from identifying the motives of Emirati university youth using social networks and the role that social networks play in instilling the values of belonging and citizenship. study to:

- There is a statistically significant correlation between the rates of Emirati youth (the study sample) using social networks, and their attitudes towards inculcating the values of belonging and citizenship.
- There is a statistically significant correlation between the rates of use of Emirati youth (the study sample) for social networks in following up on social and political issues, and the effects resulting from this use towards instilling the values of belonging and citizenship.
- The results confirmed that social networks work to support the value of "loyalty to the homeland" at the forefront of the values supported by social networks with a relative weight of 81, followed by the phrase "developing in the love of the homeland and preserving it" with a relative weight of 80, then the phrase "inculcate in me the value of belonging to the homeland" With a relative weight of 79, followed by the phrase "enhances the value of pride in belonging to the homeland" with a relative weight of 78.3, then "develops the value of pride in Arab origins" with a relative weight of 75, and finally "supports the value of national coexistence" with a relative weight of 74.7.

key words:

Citizenship, national affiliation, social networks

مقدمة:

نظراً لما تواجهه دولة الإمارات من انفتاح ثقافي وفضائي والعولمة، أثارت شبكات التواصل الاجتماعية العديد من المفاهيم والقيم الخلافية حول دور الشبكات الاجتماعية والجهة المنوطة بذلك في تعزيز قيم المواطنة، وتم وضع أطر ومعايير حاكمة لها. حيث تتسم مواقع الشبكات الاجتماعية بعددٍ من السمات كالاندماج والمشاركة والانفتاح وغياب الحدود، والنمو الكبير الذي شهدته مواقع الشبكات الاجتماعية يفرض عدداً من التحديات عليها وما يتعلق بتنظيمها لرفع مستوى الوعي بمفهوم المواطنة، فعلى الرغم من الإيجابيات الكثيرة لمواقع التواصل الاجتماعي فإن هنالك عدداً من السلبيات والمخاوف المرتبطة بهذه المواقع، والحاجة إلى أن نستفيد منها ونسخرها لترسيخ مبادئ وقيم إيجابية لدينا ومن أغلاها تلك التي تقوم على أساسها الوطنية والمواطنة ودور المواطن تجاه وطنه.

أصبح مفهوم المواطنة على الصعيد المعاصر يتضمن جانبين؛ أحدهما جانب تقليدي، والآخر افتراضي، وفي الأول تمثل المواطنة علاقة قانونية بين الإنسان ودولته، فهي الوضع الذي يكون فيه المرء متمتعاً بحقوقه وواجباته كمواطن في المجال المجتمعي والثقافي والديني والفني والرياضي والسياسي والاقتصادي، فهي مفهوم يتضمن التزاماً أخلاقياً تجاه الوطن الذي يعيش فيه الفرد، بدءاً بالحب له وانتهاءً بالولاء والإخلاص والشعور بالانتماء إليه، وتقديم ذلك على أي ولاء طائفي أو قبلي أو حزبي. ويرتبط الجانب الثاني بالمواطنة الافتراضية، التي تتجلى في ممارسة حقوق المواطنة في المجتمع الافتراضي، وهي تتراوح بين المواطنة المقننة والمواطنة الحرة. وقد أسهمت شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيلها من خلال نقل قيم الانتماء والمواطنة من الواقع إلى العالم الافتراضي ومناقشتها بغض النظر عن حواجز الدين واللغة والأصل، حيث فتحت الشبكات الاجتماعية المجال أمام ممارسة قيم الانتماء والمواطنة عبر الفضاء الإلكتروني، التي أطلق عليها المواطنة الافتراضية، فعند الحديث عن المواطنة لا يغيب البعد السياسي إذ ارتبطت بحقوق وواجبات اجتماعية سياسية النشأة.

ووفقاً لتقرير صادر عن موقع «Global Media Insight» المتخصص، وقد بلغ عدد الحسابات النشطة على تطبيقات ومواقع التواصل الاجتماعي «يوتيوب، فيسبوك، إنستغرام، تويتر، ولينكد إن» في دولة الإمارات نحو ٣٢.٧٣ مليون حساب، وذلك ووصف التقرير تطبيق «يوتيوب» بأنه الأكثر استخداماً بين مستخدمي منصات وتطبيقات التواصل الاجتماعي في عام ٢٠٢٠ بمعدل ٨٨% وبنحو ٨.٦٥ مليون مستخدم، بينما حل «الفيسبوك» في المرتبة الثانية من حيث الاستخدام بنسبة ٧٩% مع وجود ٧.٧٧ مليون حساب نشط، وجاء «الإنستغرام» في المرتبة الثالثة بنسبة ٦٨% مع وجود ٦.٦٨ مليون حساب نشط^١.

وانطلاقاً مما سبق ستقوم هذا الدراسة بمناقشة "الكشف عن العلاقة بين دوافع استخدام الشباب الجامعي الإماراتي لشبكات التواصل الاجتماعي ودور هذا الاستخدام في غرس قيم الانتماء والمواطنة لديهم".

المشكلة البحثية:

باعتبار وجود مسألة المواطنة منذ عدة عقود في صلب الاهتمامات الفكرية للعديد من الباحثين والأكاديميين الغربيين والعرب على حد سواء، وبما أن شبكات التواصل الاجتماعي هي لغة الحوار الجديدة بين الأفراد؛ فهي بمثابة نظام يعمل على تشغيل الأفكار والمعلومات في الوسط المحلي والدولي لكونها لا توجد من فراغ اجتماعي ولكنها تعمل مؤثرة في الرأي العام وعلى غرس قيم المواطنة لديه ، فقد اكتسب الموضوع رواجاً وشيوعاً خلال الفترة الراهنة، وهذا يرجع لقدرته في معالجة الكثير من القيم المتعلقة بغرس قيم الانتماء والمواطنة وحله لأخطر المشاكل، وبذلك أصبح هناك ضرورة ملحة لإعادة تفعيل وغرس قيم الانتماء والمواطنة؛ إذ تعد قيم المواطنة أحد العناصر المهمة في تقوية الروابط الاجتماعية، وتشكل المواطنة الصالحة مطلباً أساسياً من متطلبات تنمية المجتمعات، لتعينها على الانطلاق نحو بناء مجتمع مدني قوي ومتماسك، تنمو فيه الحريات وتتطور، ويتوقف ذلك على درجة الاهتمام بأفراده وتعزيز التعاون بين مختلف مؤسساته، والاستفادة من تكنولوجيا الاتصال الحديثة، وتوسيع مشاركتهم وتشجيعهم على تحمل المسؤولية إزاء مستقبل وطنهم بما يحقق التطور داخل منظومة المجتمع.

وبناء على ما سبق، يمكن بلورة مشكلة الدِّراسة في التساؤل الرئيسي على النحو التالي: التعرف على دوافع استخدام الشباب الجامعي الإماراتي لشبكات التواصل الاجتماعي، وأيضاً الكشف عن دورها في غرس قيم الانتماء والمواطنة لديهم.

أهمية الدِّراسة:

أولاً: الأهمية النظرية

١. تتبع أهمية الدراسة من أهمية موضوعها، حيث تعد المواطنة من أهم غرس قيم الانتماء والمواطنة التي تواجه كافة الدول في الوقت الحاضر.
٢. أهمية دراسة شبكات التواصل الاجتماعي كوسيلة اتصال تكنولوجية حديثة بين فئات الشباب الجامعي الإماراتي وذلك لما تتميز به هذه الشبكات من سمات ومميزات تجعل فئة الشباب تقبل عليها وأكثر استخدامها لها
٣. أسهم ظهور مواقع الشبكات الاجتماعية في بروز مجال اجتماعي عام جديد يمارس خلاله الأفراد حريتهم في المناقشات حول قيم الانتماء والمواطنة ذات الاهتمام المحلي أو العالمي.
٤. تمثل مواقع الشبكات الاجتماعية مجالاً عاماً يتيح حيزاً أعلى من التفاعلية، مما يجعلها وسيلة ملائمة لدراسة التعبيرات الاجتماعية والثقافية والاقتصادية والفنية والرياضية والدينية والسياسية خارج سياق الوسائل الإعلامية التقليدية المتعارف عليها، وتتوافر مؤشرات بحثية متنوعة عن تأثير ذلك على ثراء وتعدد الأفكار المطروحة تجاه مختلف أحداث وقيم الانتماء والمواطنة للشؤون العامة.

ثانياً: الأهمية المجتمعية:

١. تنطلق الأهمية المجتمعية للموضوع من بروز أهمية المواطنة من أجل الحفاظ على الهوية الوطنية في ظل ما يهدد المجتمعات من أخطار وتهديدات وتحديات اجتماعية وثقافية واقتصادية وفنية ورياضية ودينية وسياسية محلياً وإقليمياً وعالمياً.
٢. تكمن أهمية هذه الدراسة في تناولها لظاهرة مستحدثة وهي ظاهرة شبكات التواصل الاجتماعي ودورها في غرس قيم الانتماء والمواطنة، فهذه الشبكات على الرغم من آثارها الإيجابية إلا أن لها العديد من السلبيات التي تهدد أمن واستقرار المجتمع.

أهداف الدراسة:

- ينطلق الهدف الرئيسي لهذه الدراسة من التعرف على دوافع استخدام الشباب الجامعي الإماراتي لشبكات التواصل الاجتماعي والدور التي تقوم به شبكات التواصل الاجتماعي في غرس قيم الانتماء والمواطنة:-**
- ١- التعرف على دوافع تعرض الشباب الجامعي الإماراتي عينة الدراسة لشبكات التواصل الاجتماعي.
 - ٢- رصد وتحليل المنشورات المقدمة عن غرس قيم والانتماء المواطنة عبر صفحات مواقع التواصل الاجتماعي الإماراتي من حيث (الشكل، والمضمون).
 - ٣- دراسة دور شبكات التواصل الاجتماعي في غرس قيم الانتماء والمواطنة لدى الشباب الجامعي الإماراتي
 - ٤- التعرف على مدى إمكانية الاعتماد على شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل وغرس قيم الانتماء والمواطنة لدى الشباب الجامعي الإماراتي
 - ٥- قياس مدى اهتمام الشباب الجامعي الإماراتي بالتفاعل مع غرس قيم الانتماء والمواطنة عبر شبكات التواصل الاجتماعي، وأشكال هذا التفاعل، وتأثير هذا التفاعل على اتجاهاتهم نحو قيم الانتماء والمواطنة.

الدراسات السابقة:

قام الباحث بدراسة عدد من الدراسات التي تناولت متغيرات الدراسة، وقام بعرض الدراسات التي تناولت استخدامات مواقع التواصل الاجتماعي وعلاقة ذلك بترسيخ قيم المواطنة طبقاً لمحورين رئيسيين هما:

المحور الأول: الدراسات التي اهتمت بالبحث في استخدامات مواقع التواصل الاجتماعي في دولة الإمارات المتحدة:

تناولت بعض الدراسات اعتماد الحكومة الإماراتية على مواقع التواصل الاجتماعي، فقد توصلت دراسة (Mohammed Ateeq Ali Sultan Aldhaheri) (2022)^٢ إلى أن الحكومة الإماراتية تقوم باستغلال مواقع التواصل الاجتماعي من أجل

التواصل الفعال والمستمر مع المواطنين في أي وقت ومكان مما يسهم في تحقيق الراحة للمواطنين فيما يتعلق بالحصول على الخدمات الحكومية مما انعكس على معدل زيادة رضا الجمهور على الحكومة الإماراتية، وأن الجهود التي تقوم بها الحكومة الإماراتية خاصة في أبو ظبي زاد من معدل ارتباط الجمهور بالمؤسسات الحكومية وذلك بسبب التعاون الفعال بين الحكومة والمواطنين، وتوافق ذلك مع نتائج دراسة **Thouraya Snnoussi (2022)**^٣ أن الجمهور الإماراتي يفضل التعامل على مواقع التواصل الاجتماعي من أجل التعرف على الطرق الصحيحة وأساليب الوقاية من وباء كورونا، كما بينت الدراسة أنه نتيجة تلك الجهود التي تقوم بها وزارة الصحة الإماراتية كانت هناك علاقة قوية مع الجمهور المحلي نتيجة الإدارة الفعالة للأزمة الصحية والعمل على حماية المواطن الإماراتي، كما أكدت دراسة **Diamantino Ribeiro (2022)**^٤ أن وزارة السعادة والحكومة الإماراتية بشكل عام تعتمد على مواقع التواصل الاجتماعي في إطار سياسة التحول الرقمي للحكومة الإماراتية من أجل الوصول السريع للجماهير المحلية وتعميق العلاقة معها، كما بينت أن جميع المؤسسات الإماراتية تعتمد على فلسفة توطيد العلاقة مع الجماهير المحلية والعمل على توفير الخدمات بطريقة مميزة معتمدة على مواقع التواصل الاجتماعي، كما أكدت دراسة **Nadir Al Naqbi (2022)**^٥ اعتماد الحكومة الإماراتية على مواقع التواصل الاجتماعي كوسيلة فعالة للتواصل مع الجمهور المحلي وزيادة التعريف بالجهود التي تقوم بها من أجل رعاية الشؤون المحلية والاجتماعية، كما بينت أن هناك علاقة طردية إيجابية بين التعرض لمواقع التواصل الاجتماعي وبين التعرف على الجهود التي تقوم بها الحكومة الإماراتية من أجل الحفاظ على الأمن والاستقرار الداخلي داخل امارة الشارقة وباقي الإمارات، كذلك اهتمت العديد من الدراسات بتناول العلاقة بين تفاعل الجمهور الإماراتي على مواقع التواصل الاجتماعي والتأثيرات الناتجة عن هذا الاستخدام، ومن هذه الدراسات دراسة **نورة أحمد يوسف، (٢٠٢١)**^٦ والتي توصلت إلى ارتفاع كثافة استخدام الشباب الإماراتي لمواقع التواصل الاجتماعي بنسبة ٧٣.٥%، حيث يتعرضون لها بدوافع نفعية أكثر من تعرضهم بدوافع طقوسية، وأن مواقع الواتساب والإنستجرام والسناپ شات تعد من أهم مواقع التواصل الاجتماعي التي يعتمد عليها الشباب الإماراتي في البحث عن المجال التطوعي، كما توصلت دراسة **شيريهان محمد نشأت، (٢٠٢٠)**^٧ الي أن السوشيال ميديا أصبحت أداة مهمة جداً على صعيد الترويج وتمرير السياسات والأفكار في مختلف المجالات بالنسبة لأي مسئول، في ظل فقدان الصحافة الورقية وهجها إلى حد كبير، كما أكدت التوافق حول مساهمة السوشيال ميديا في التعريف بقيادة ومسئولي الإمارات وسياساتهم بشكل إيجابي، وازدادت دراسة **محمد حسن عبد الظاهر، (٢٠١٩)**^٨ حيث أكدت أن عملاء المؤسسات الحكومية يحصلون على عديد من الخدمات من خلال مواقع التواصل الاجتماعي مع سهولة الاستخدام والتنقل بين الخدمات المدرجة، وقد سعت دراسة **حسام على سلامة (٢٠١٨)**^٩ ان الاستخدام اليومي هو الغالب على عينة الدراسة بنسبة ٨٨.٤%، وارتفع نسبة المتابعين للتحديثات التي تتم لوسائل التواصل الاجتماعي إلى ٩٤% من إجمالي عين الدراسة منهم ٥٦.٢% بشكل دائم، وكان الفيس بوك " من أكثر التطبيقات التي تم إلغاء صفحات عليه وذلك بنسبة ٣٩% من إجمالي المواقع التي تم (إنستجرام) بنسبة ١٤.٧% ،

وفي نفس السياق أكدت دراسة Homaro Gil de Zuniga (٢٠١٧)^{١٠} أن وسائل التواصل الاجتماعي وفرت للمواطنين فرصًا للتعرف على الأخبار والمعلومات السياسية، ومشاركتها مع الآخرين، حيث يتم استخدام الشبكات الاجتماعية للقضاء على الفجوة المعلوماتية والتعرف على الأخبار المهمة.

المحور الثاني: الدراسات التي اهتمت بدور مواقع التواصل في تدعيم المواطنة والانتماء لدى الشباب:

أضحت شبكات التواصل الاجتماعي مع انتشارها وتطورها تشكل حركة ديناميكية، أثرت ما يُطلق عليه حالياً الإعلام الجديد، الذي غير طبيعة العلاقات الاجتماعية، ورفع من وتيرة مشاركة الفرد في الحياة السياسية وبامتياز، خاصة بعد موجة التحول الديمقراطي العربي والتغيير السياسي، والتي ساهمت في ميلاد هوية وطنية للفرد تُسائر وتُعزز مبادئ الديمقراطية والتحرر، وقد ربطت دراسات عدة بين مواقع التواصل الاجتماعي وتدعيم قيم الولاء والانتماء لدى الجمهور، خاصة ما يتعلق بالانشطة الحكومية على الشبكة العنكبوتية، حيث توصلت دراسة **Nawaf Al-Tamimi (2023)**^{١١} أن مواقع التواصل الاجتماعي كانت خلال فترة الصحار تقوم بعرض الجهود التي تقوم بها الحكومة القطرية والتي كانت تستهدف تخفيف آثار ذلك الحصار على المواطن القطري مما أدى الي زيادة درجة الانتماء وولاء الجمهور المحلي في قطر الي الحكومة المحلية خلال تلك الأزمة، كذلك أوضحت الدراسة أن مواقع التواصل الاجتماعي كانت تقوم بالرد علي جميع الشائعات والافتراءات التي قامت بها دول الحصار ضد الحكومة القطرية، ولدراسة العلاقة بين التعرض لمواقع التواصل الاجتماعي وتحسن مستوي الحياة لدي المواطن في المملكة العربية السعودية وعلاقته بتدعيم الانتماء لديهم، جاءت دراسة **AMAL GHALIB ABDULLAH (2023)**^{١٢} التي بينت وجود علاقة طردية إيجابية بين تعرض الجمهور السعودي محل الدراسة وبين زيادة الانتماء لديهم، كما بينت الدراسة ان مواقع التواصل الاجتماعي في المملكة العربية السعودية تسعى الي تحسين جودة الحياة لدي المواطن السعودي سواء فيما يتعلق بالصحة الجسدية أو العقلية، كذلك اشارت الي أن مواقع التواصل الاجتماعي تقوم بشكل متواصل بعرض الجهود الحثيثة والمضنية التي تقوم بها المملكة العربية السعودية من أجل تحسين مستوي المعيشة داخل المملكة والعمل علي رفع متوسط دخل الفرد بما يحقق الازدهار الاقتصادي داخل المملكة ، كما توصلت دراسة **Laura Marciano (٢٠٢٣)**^{١٣} الي وجود علاقة طردية إيجابية بين تعرض الشباب في الولايات المتحدة وبين زيادة درجة الانتماء للوطن وذلك بفضل الجهود التي تقوم بها الولايات المتحدة من أجل تحقيق جودة الحياة **Well-being** والعمل علي إيجاد حلول للمشاكل التي تواجه الشباب، كما بينت الدراسة أن مواقع التواصل الاجتماعي تم توظيفها من قبل الجهات الحكومية في الولايات المتحدة الأمريكية وذلك لزيادة مستوي السعادة لديهم وبالتالي زيادة مستوي الانتماء والحس الوطني لدي فئة الشباب ، كذلك توصلت دراسة **Ali Ghafari (2023)**^{١٤} الي وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الاعلام التقليدي ومواقع التواصل الاجتماعي فيما يتعلق بزيادة درجة الانتماء الوطني لدي المراهقين في ايران لصالح مواقع التواصل

الاجتماعي والتي كانت أكثر تأثيراً عليهم وذلك بسبب زيادة معدل التعرض لها أكثر من الاعلام التقليدي، كما بينت نتائج الدراسة أن مواقع التواصل الاجتماعي تقوم بزيادة درجة الانتماء لدي المراهقين من خلال التركيز علي التاريخ الحضاري لإيران وذلك الفترات التاريخية المضيئة التي مرت بها الدولة والعمل علي زيادة الشعور بالفخر بسبب ذلك التاريخ.

كما توصلت دراسة محمد الشريف (٢٠٢٢)^{١٥} الى أن مواقع التواصل الاجتماعي تتميز بالانتشار والاستخدام الواسع من قِبَل الغالبية العظمى من الشباب المصري الجامعي، وأن مواقع التواصل الاجتماعي لم تعد مجرد عالم افتراضي للتواصل وتقديم الخدمات وتبادل الأفكار فقط؛ بل أصبحت تتعامل مع مختلف القضايا بتفاعل مكثف وعميق يسمح للشباب المصري بطرح آرائهم وأفكارهم ومقترحاتهم حول مختلف المشكلات والقضايا، كما أنها أضحت روافد رئيسة لبناء وترقية وتدعيم مظاهر الانتماء الوطني وقيمه وأسسها وأبعاد المواطنة، وفي نفس الإطار أوضحت دراسة السيد لطفى (٢٠٢٢)^{١٦} اثبتت وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين استخدام الشباب لشبكات التواصل الاجتماعي (الفيس بوك واليوتيوب) والتأثيرات الاجتماعية المختلفة، ووجود علاقة إيجابية ذات دلالة إحصائية بين استخدام الشباب لمواقع التواصل الاجتماعي (فيس بوك واليوتيوب)، كما أنه توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين متغير تعرض المبحوثين من الشباب (مستخدمي الفيس بوك واليوتيوب) والتأثير بالجماعات المرجعية وكثافة استخدام الشبكات الاجتماعية، كما توصلت دراسة (كريمة كمال، ٢٠٢٢)^{١٧} الى تزايد زمن الاستخدام اليومي لشبكات التواصل الاجتماعي فجاءت المدة من خمس ساعات فأكثر في الترتيب الأول بنسبة ٥٤.٣%، وجاء موقع Facebook في الصدارة بنسبة ٩٨.١٦% من إجمالي عينة الشباب في تقييم استخدام شبكات التواصل الاجتماعي من وجهة نظر الشباب عينة الدراسة ، وهو ما اتفقت عليه معظم الدراسات السابقة سواء في معدلات استخدام الشباب للفيس بوك أو مدي اقتناعهم بالمعلومات الموجهة من خلاله ، يليه مباشرة تطبيقات مشاركة الفيديو Youtube, snap tube, TikTok بنسبة ٨٧.٤%، مما يتضح معه أهمية المحتوى المرئي بوسائله الاتقاعية للشباب، ولكن اثبتت الدراسة انه لم تنجح صفحات شبكات التواصل الاجتماعي بإقناع الشباب من المبحوثين بالمشاركة السياسية في صنع القرار السياسي.

التعليق على الدراسات السابقة:

ومن العرض السابق للدراسات السابقة نجد أن:

❖ **أولاً: من حيث الأهداف:** هدفت الدراسات السابقة في المحور الأول إلى استخدامات مواقع التواصل الاجتماعي في دولة الإمارات العربية المتحدة سواء كانت من قبل الشباب واو من قبل الحكومات، كما ركزت على رصد حجم تفاعل المواطنين مع شبكات التواصل الاجتماعي وعلى دوافعهم لتلك التفاعل إلى جانب استفادتهم منها، كما رصدت نتائج المنافع والفوائد المتحققة من الاستخدامات المختلفة لشبكات التواصل الاجتماعي، وتلاحظ زيادة عدد الدراسات العربية والأجنبية التي تناولت استخدام دولة الإمارات لمواقع التواصل منذ فترات بعيدة، بينما ركزت دراسات المحور الثاني على طرق استخدام مواقع التواصل الاجتماعي لتعزيز المواطنة والانتماء والولاء للوطن، وتلاحظ

أن الدراسات التي تناولت دور وسائل التواصل الاجتماعي في تعزيز ونشر المواطنة والهوية الوطنية والثقافية ركزت على شق واحد وهو الشق الميداني من خلال التطبيق على الجمهور، وسوف تتوافق الدراسة الحالية مع الدراسات في المحورين الأول والثاني في دراسة اعتماد الشباب على شبكات التواصل الاجتماعي ودوافع استخدامهم لها ودورها في تحقيق الانتماء والمواطنة لديهم، ولكن سوف تختلف في المنهج والأساليب المتبعة.

❖ **ثانياً: من حيث المناهج العلمية:** كان لمنهج المسح كالعادة النصيب الأكبر من الدراسات التي أجريت في المحورين سواء العربية أو الأجنبية مع حيث كونه أكثر المناهج المستخدمة تناسباً مع الموضوعات الخاصة بدور مواقع التواصل الاجتماعي في نشر ثقافة الانتماء والمواطنة بين المواطنين، وقد اعتمدت بعض الدراسات على المنهج المقارن ومنهج دراسة الحالة، بينما قل الاعتماد على المنهج شبه التجريبي على الرغم من أهميته بالنسبة للدراسات الإعلامية، وسوف تتفق الدراسة الحالية مع الدراسات التي اعتمدت على منهج المسح بشق الوصفي والتحليلي.

❖ **ثالثاً: من حيث الأدوات المستخدمة:** اعتمدت معظم الدراسات على منهج المسح بشقه الميداني من خلال الاعتماد على أداة الاستقصاء او أداة المقابلات المتعمقة، بينما اعتمدت دراسات تحليلية على منهج المسح بشقة التحليلي بالاعتماد على أداة تحليل المضمون لتحليل بعض المواد الاعلامية من اخبار ومنشورات وبرامج، فيما جمعت دراسات اعلامية اخرى بين الشقين الميداني والتحليلي، من خلال الجمع بين اداتي الاستقصاء وتحليل المضمون، بينما اعتمدت دراسات اخرى على منهج دراسة الحالة باستخدام استمارة الاستقصاء واداة المقابلات المتعمقة، وسوف تتفق الدراسة الحالية مع الدراسات التي تعتمد على منهج المسح الاعلامي بالاعتماد على اداتي تحليل المضمون والاستقصاء وهو ما سوف يميز الدراسة الحالية من كونها دراسة تجمع بين أكثر من ادارة إلى جانب تميزها في توقيت تطبيق الدراسة نفسة وندرة الدراسات التي تناولت دور شبكات التواصل الاجتماعي في تدعيم الانتماء والمواطنة لدى الشباب.

الاستفادة من الدراسات السابقة:

❖ أفادت هذه الدراسات في بلورة مشكلة الدراسة، وتحديد الخلفية النظرية لموضوع الدراسة، وتحديد المنهج المستخدم وأدوات جمع البيانات، والتعرف على طبيعة الدراسات التي تناولت استخدام مواقع التواصل الاجتماعي، والتأثيرات السياسية لذلك.

❖ المساعدة في صياغة فروض وتساؤلات الدراسة بشكل أكثر دقة وتحديداً.

❖ الاستفادة من نتائج الدراسات السابقة والعمل على تفسيرها وربطها بالدراسة الحالية بما يثريها ويعزز من أهميتها.

الإطار النظري للدراسة

نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام

تعد هذه النظرية إحدى النظريات التي تهتم برصد ودراسة التأثيرات المختلفة لوسائل الإعلام على كل من الفرد والمجتمع،^{١٨} وقد أسس هذه النظرية الباحثان الأمريكيان "ملفين ديفير" وساندرا بول دوكتش، وقد بدأ الحديث لأول مرة حول هذه النظرية في مقال نشر لهما عام ١٩٧٦ بعنوان "نموذج الاعتماد وتأثيرات وسائل الإعلام"، وتستهدف نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام الكشف عن الأسباب التي تجعل لوسائل الإعلام أحياناً تأثيرات على الجمهور العام".

التعريف بالنظرية

إن مفهوم الاعتماد على وسائل الإعلام يوضح أهمية العوامل الاجتماعية والنفسية التي تجعل تأثير وسائل الإعلام يختلف من فرد إلى آخر،^{١٩} وبالتالي تنطلق النظرية من مقولة رئيسية مفادها أنه كلما زاد اعتماد الفرد على وسائل الإعلام في تحقيق حاجاته وإشباعاته زاد ذلك في أهمية الدور الذي تؤديه تلك الوسائل في حياة هذا الفرد، وتنطبق هذه المقولة أيضاً على مستوى المجتمع ككل، حيث إنه كلما زاد اعتماد أفراد المجتمع على وسائل الإعلام، زاد ذلك من حجم التأثير الكلي لهذه الوسائل على هذا المجتمع، ومن ثم تزداد أهمية الوظائف التي يمكن أن تؤديها لهذا المجتمع.^{٢٠}

وتشير نظرية الاعتماد أن هناك أهداف رئيسية وراء اعتماد الجمهور على وسائل الإعلام وهي زيادة الفهم **understand** بالأمور والقضايا المحيطة، وتكوين اتجاه الجمهور **orientation** نحو القضايا المعاصرة مما يساهم بشكل كبير في مساعدة الجمهور على تكوين واتخاذ القرارات، وثالثاً الترفيه **Play**.^{٢١}

وقد أكدت معظم الدراسات أن نظرية الاعتماد تعد من أهم الأطر النظرية التي تساهم في دراسة وتحليل التغييرات المتمثلة في الأمور المجتمعية المحيطة مثل الأوضاع السياسية والاجتماعية وحتى التكنولوجية وعلاقتها بتغيير القيم الاجتماعية لدى الجمهور فيما يتعلق باعتماد الجمهور على وسائل الإعلام.^{٢٢}

فروض النموذج

- ١- يختلف النظام الاجتماعي وفقاً لدرجة استقراره، حيث يمكن أن يكون مستقراً وراسخاً وأحياناً أخرى يكون ضعيفاً وعرضه للتغيرات المستمرة.
- ٢- يمكن للنظام الإعلامي أن يكون قادراً أو غير قادر، موجهاً أو غير موجه لإشباع حاجات النظام الاجتماعي والجمهور، وكلما كانت لدى النظام الإعلامي القدرة على إشباع احتياجات الجمهور

٣- يختلف الجمهور في حيث اعتماده على وسائل الإعلام فمثلاً بعض الجماعات أكثر احتمالاً أن تعتمد على مصادر أخرى غير وسائل الإعلام، كما يمكن أيضاً أن يحدث هذا لبعض الأقليات الموجودة في المجتمع^{٢٣}

أوجه الاستفادة من النظرية في الدراسة الحالية

تؤكد النظرية على تزايد احتمالات الاعتماد على وسائل الإعلام في فترات التغيير الاجتماعي في المجتمع، وعندما تصبح تلك التحديات فعالة وقائمة كترتيبات اجتماعية لدرجة أو أخرى تزداد كثافة اعتماد الأفراد على مصادر المعلومات خلال تلك الفترات نتيجة لنقص المعرفة لدي أفراد المجتمع عما يدور وقدرة وسائل الاتصال على اكتساب وتفسير المعلومات التي تسهل إعادة الأوضاع الجديدة، والشباب الإماراتي كفئة كغيرها من الشباب يتطلع إلي معرفة ما يدور حوله من احدث سواء علي المستوي العام أو علي مستوي المعرفة بأوضاع بلاده وماتمر به .

تساؤلات الدراسة:

١. كيف يمكن تحديد شبكات التواصل الاجتماعي الأكثر استخداماً من قبل الشباب الجامعي الإماراتي؟
٢. ما هي دوافع تعرض الشباب الجامعي الإماراتي لشبكات التواصل الاجتماعي؟
٣. هل يتم توضيح قيم المواطنة الواجب توافرها لدى الشباب الجامعي الإماراتي عبر شبكات التواصل الاجتماعي؟
٤. ما هي انعكاسات شبكات التواصل الاجتماعي على غرس قيم الانتماء والمواطنة لدى الشباب الجامعي الإماراتي؟
٥. بماذا يتم تحديد أشكال التفاعل الذي يقوم به الشباب الجامعي الإماراتي (عينة الدّراسة) على فرس قيم الانتماء والمواطنة عبر شبكات التواصل الاجتماعي؟ وما تأثير هذا التفاعل على اتجاهاتهم نحو قيم المواطنة؟

فروض الدراسة:

في ضوء مشكلة الدراسة وأهدافها، وبناءً على مراجعة الدراسات السابقة، وضع الباحث هذه الفروض:

- **الفرض الأول:** توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين معدلات استخدام الشباب الإماراتي (عينة الدّراسة) لشبكات التواصل الاجتماعي، واتجاهاتهم نحو غرس قيم الانتماء والمواطنة.
- **الفرض الثاني:** توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين معدلات استخدام الشباب الإماراتي (عينة الدّراسة) لشبكات التواصل الاجتماعي في متابعة القضايا الاجتماعية والسياسية، والتأثيرات الناتجة عن هذا الاستخدام نحو غرس قيم الانتماء والمواطنة.

- الفرض الثالث: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الشباب الإماراتي (عينة الدِّراسة) بحسب خصائصهم الديموغرافية (النوع، المستوى التعليمي، المستوى الاقتصادي الاجتماعي) في اتجاهاتهم نحو غرس قيم الانتماء والمواطنة.

الإجراءات المنهجية للدراسة

- نوع الدراسة:

تتنمي الدراسة الحالية إلى الدراسات الوصفية (الكمية) التي تستهدف تقرير خصائص ظاهرة معينة أو موقف ما تغلب عليه صفة التحديد، وعلى ذلك يقوم البحث الوصفي بوصف ما هو كائن عن طريق جمع البيانات والمعلومات حول الظاهرة، وجدولتها، ثم تفسير تلك البيانات واستخلاص التعميمات والنتائج^{٢٤}

- منهج الدراسة:

تعتمد هذه الدراسة في تحقيق أهدافها على منهج المسح الإعلامي، وهو يعد من أنسب المناهج العلمية ملائمة للدراسات الإعلامية، حيث يستهدف هذا المنهج تسجيل وتفسير الظاهرة في وضعها الراهن بعد جمع البيانات اللازمة والكافية عنها وعن عناصرها من خلال مجموعة الإجراءات المنظمة التي تحدد نوع البيانات ومصدرها وطرق الحصول عليها^{٢٥} وتعتمد هذه الدراسة على منهج المسح بشقيه الميداني .

- مجتمع وعينة الدراسة:

يتمثل **مجتمع الدِّراسة الميدانية** في مجموعة من الشباب الإماراتي من طلاب الجامعات الإماراتية التي تتراوح أعمارهم بين ٢٠: ٣٠ عامًا والذين يمثلون طلبة الجامعات في المراحل التعليمية الجامعية المختلفة من الفرقة الأولى إلى الفرقة الرابعة في الجامعات الإماراتية، وكذلك طلاب الدراسات العليا (ماجستير ودكتوراه)، وتمثلت **عينة الدِّراسة الميدانية** في عينة عمدية قوامها (٤٠٠ مُفردة) من الشباب الإماراتي من طلاب الجامعات الإماراتية الذين يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي ويتابعون عليها قيم الانتماء والمواطنة .

جدول رقم (١) خصائص عينة الدراسة

النسبة المنوية	المجموع	النسبة المنوية	العدد	المتغير	
%١٠٠	٤٠٠	61.8	247	ذكر	
		38.3	153	انثى	
%١٠٠	٤٠٠	23.3	93	اقل من ٢٥ سنة	
		62.0	248	من ٢٥ الى اقل من ٣٦ سنة	
		14.8	59	36 سنة فأكثر	
%١٠٠	٤٠٠	8.5	34	تعليم متوسط	
		75.3	301	جامعي	
		16.3	65	فوق الجامعي	
%١٠٠	٤٠٠	11.8	47	طالب أو باحث	
		69.5	278	موظف	
		18.8	75	اعمال حرة	

أدوات جمع البيانات:

استمارة استقصاء: لجمع بيانات الدّراسة الميدانية من عينة من الشباب الجامعي الإماراتي لجمع البيانات اللازمة وذلك بالتطبيق على عينة من الشباب الإماراتي الجامعي لجمع البيانات اللازمة. ويتم ذلك عبر إجراء المقابلة المباشرة معهم In-person Survey وإعطائهم استمارة الاستبيان للإجابة عن الأسئلة الخاصة بموضوعية، مع توزيع بعض النسخ الإلكترونية من خلال تحويلها إلى نموذج إلكتروني باستخدام برنامج جوجل درايف Google Drive وتوزيعها إلكترونياً لبعض الفئات التي يصعب إجراء مقابلة معهم. وسوف يتم إعداد استمارة الاستبيان بحيث تغطي كافة الأهداف التي حددتها الدّراسة، وذلك من خلال مجموعة متنوعة من الأسئلة المفتوحة والمغلقة والمقاييس المختلفة.

المعاملات الإحصائية المستخدمة في الدراسة

بعد الانتهاء من جمع البيانات اللازمة للدّراسة، سيتم إدخالها - بعد ترميزها- إلى الحاسب الآلي، ثم سيجري معالجتها وتحليلها واستخراج النتائج وذلك باستخدام المعاملات والاختبارات والمعالجات الإحصائية التالية:

- (١) التكرارات البسيطة والنسب المئوية.
- (٢) المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية.
- (٣) حساب الوزن النسبي للبيانات المقاسة على مقياس ليكرت الثلاثي والرباعي، وذلك عن طريق حساب المتوسط الحسابي لها، ثم ضرب النتائج $X \cdot 100$ ، ثم قسمة النتائج على الحد الأقصى لدرجات المقياس.

٤) معامل ارتباط بيرسون (Pearson Correlation Coefficient) لدراسة شدة واتجاه العلاقة الارتباطية بين متغيرين من مستوى المسافة أو النسبة (Interval Or Ratio)، وقد اعتبرت العلاقة ضعيفة إذا كانت قيمة المعامل أقل من ٠,٣٠، ومتوسطة ما بين ٠,٤٠-٠,٧٠، وقوية إذا زادت عن ٠,٧٠.

٥) اختبار (ت) للمجموعات المستقلة (Independent-Samples T-Test) لدراسة الدلالة الإحصائية للفروق بين متوسطين حسابيين لمجموعتين مستقلتين من الحالات المدروسة في أحد المتغيرات من نوع المسافة أو النسبة (Interval Or Ratio).

٦) تحليل التباين ذي البعد الواحد (One way Analysis of Variance) المعروف اختصارًا باسم ANOVA لدراسة الدلالة الإحصائية للفروق بين المتوسطات الحسابية لأكثر من مجموعتين من الحالات المدروسة في أحد المتغيرات من نوع المسافة أو النسبة (Interval Or Ratio).

٧) الاختبارات البعدية (Post Hoc Tests) بطريقة أقل فرق معنوي (LSD: Least Significance Difference) لمعرفة مصدر التباين وإجراء المقارنات الثنائية بين المجموعات التي يثبت ANOVA وجود فروق دالة إحصائية بينها.

مقاييس الدراسة:

المقاييس الوصفية

١. التكرارات البسيطة والنسب المئوية.
٢. المتوسط الحسابي.
٣. الانحراف المعياري، وهو الذي يحدد مدى تباعد أو تقارب القراءات عن وسطها الحسابي.
٤. الوزن النسبي الذي يحسب من المعادلة:
(المتوسط الحسابي $\times 100$) \div الدرجة العظمى للعبارة.

الاختبارات الإحصائية

١. اختبار (ت) للمجموعات المستقلة (Independent-Samples T-Test).
٢. كاي (Chisquare) اختبار استقلالية العبارة، ويُستخدم لدراسة معنوية الفروق بين مجموعات المتغيرات الاسمية.
٣. تحليل التباين ذو البعد الواحد (One way Analysis of Variance) المعروف اختصارًا باسم ANOVA.

معاملات الارتباط (Correlation)

١. معامل ارتباط بيرسون (Pearson Correlation Coefficient).

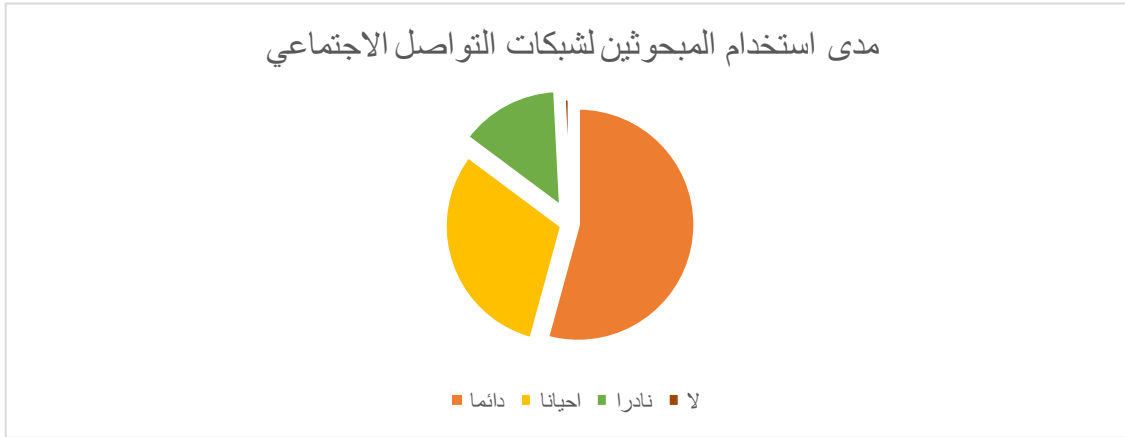
نتائج الدراسة:

أولاً: نتائج استجابات المبحوثين على تساؤلات استمارة الاستقصاء:

١- معدل استخدام عينة الدراسة لشبكات التواصل الإجتماعي:

شكل رقم (١)

مدى استخدام المبحوثين لشبكات التواصل الاجتماعي



يشير الشكل السابق الي معدل استخدام المبحوثين لشبكات التواصل الاجتماعي، وقد أكدت نسبة ٥٤.٣% منهم انهم دائماً ما يتابعون شبكات التواصل الاجتماعي، بينما اشارت نسبة ٣١% من العينة انهم احياناً ما يقوموا بمتابعة شبكات التواصل الاجتماعي، في حين أكدت نسبة ١٤% انهم نادراً ما يقوموا بمتابعتها وهذا يعني ان نسبة ٩٩.٢% يقوموا بمتابعة شبكات التواصل الاجتماعي وهو ما يؤكد الاهتمام الكبير الذي يوليه افراد العينة بمتابعة تلك الشبكات كما يشير الي اهمية هذه الشبكات في حياة الجمهور وهو ما يجعلهم يقوموا بمتابعتها بنسبة كبيرة، وهو ما اشارت اليه غالبية افراد العينة.

٢- شبكات التواصل الإجتماعي الأكثر استخداماً من قبل المبحوثين :

جدول رقم (٢)

أكثر شبكات التواصل الإجتماعي استخداماً من قبل المبحوثين

الاتجاه العام	الوزن النسبي	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي mean	درجة الاستخدام								شبكات التواصل الاجتماعي
				لا استخدمه		استخدمه نادراً		استخدمه احياناً		استخدمه دائماً		
				%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
استخدمه احياناً	60.81	.93414	2.4325	10.0	40	58.0	232	10.8	43	21.3	85	فيسبوك
استخدمه دائماً	81.19	.88215	3.2475	2.0	8	23.5	94	22.3	89	52.3	209	تويتر
استخدمه احياناً	76.13	.96192	3.0450	5.0	20	29.0	116	22.5	90	43.5	174	انستجرام
استخدمه احياناً	77.38	.96088	3.0950	4.8	19	27.5	110	21.3	85	46.5	186	يوتيوب
استخدمه دائماً	78.69	.98395	3.1475	4.5	18	28.5	114	14.8	59	52.3	209	الاسناب شات

جاء تويتر في مقدمة شبكات التواصل الاجتماعي الأكثر استخداماً من قبل عينة الدراسة من الجمهور الإماراتي حيث بلغت نسبة الوزن النسبي ٨١.١٩ باتجاه عام دائماً بنسبة موافقة بلغت ٥٢.٣% ويستخدمه الجمهور احياناً بنسبة ٢٢.٣% والاستخدام النادر بنسبة ٢٣.٥% بينما لا تستخدمه نسبة ٢% فقط من العينة وتشير تلك النتائج الي اهمية موقع تويتر بالنسبة للجمهور الإماراتي فهو من أكثر المواقع استخداماً في دولة الإمارات، وأهمية تويتر تأتي في انه أصبح أداء مهمة ليس فقط للتواصل بل لمعرفة الأخبار والتعبير عن الآراء في بعض القضايا عن طريق الهاشتاج وهذا يتفق مع كونه من اهم وسائل التواصل الاجتماعي في الوطن العربي لسرعة نشر المعلومات وسهولة استخدامه،^{٢٦} وهو ما يتوافق مع نتائج **نايف بن عبد العزيز (٢٠١٤)**^{٢٧} التي اشارت ان أكثر من ٦١% منهم يستخدمون (تويتر) ، مقابل ٥٧% لمن يستخدمون (فيس بوك)، يليها في الترتيب موقع الاسناب شات بوزن نسبي ٧٨.٦٩ باتجاه عام دائماً حيث جاءت نسبة الاستخدام الدائم للموقع بنسبة ٥٢.٣% من الجمهور، ويستخدمه نسبة ٢٨.٥% بدرجة ضعيفة، كما يستخدمه نسبة ١٤.٨% بدرجة متوسطة، بينما لا يستخدمه مطلقاً نسبة ٤.٥% من عينة الدراسة،

يليها في الترتيب موقع انستجرام بوزن نسبي ٧٦.١٣ باتجاه عام احياناً، حيث جاءت نسبة الاستخدام الدائم للموقع ٤٣.٥% من الجمهور، ويستخدمه نسبة ٢٩% بدرجة ضعيفة، كما يستخدمه نسبة ٢٢.٥% بدرجة متوسطة، بينما لا يستخدمه مطلقاً نسبة ٥% من عينة الدراسة،

وفي الترتيب الاخير جاء موقع فيس بوك بوزن نسبي ٦٠.٨١ باتجاه عام احياناً، حيث جاءت نسبة الاستخدام الدائم للموقع بنسبة ٢١.٣% من الجمهور، ويستخدمه نسبة ٥٨% بدرجة ضعيفة، كما يستخدمه نسبة ١٠.٨% بدرجة متوسطة، بينما لا يستخدمه مطلقاً نسبة ١٠% من عينة الدراسة.

جدول رقم (٣)

معدل الاستخدام الإسبوعي لمواقع التواصل الإجتماعي

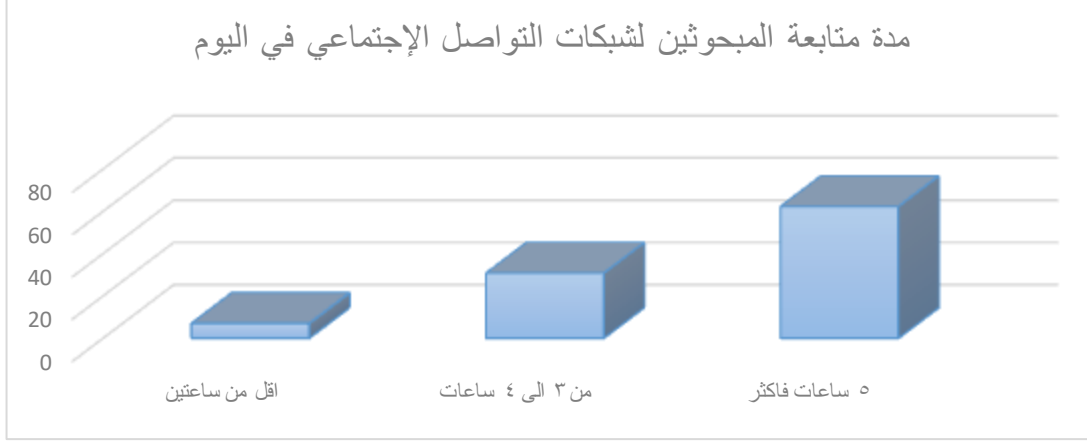
الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي mean	الإجمالي	النوع		معدل الاستخدام الإسبوعي لمواقع التواصل الإجتماعي
			إناث	ذكور	
.65151	2.4600	35	12	23	ك
		8.8%	7.8%	9.3%	%
		146	42	104	ك
		36.5%	27.5%	42.1%	%
		219	99	120	ك
		54.8%	64.7%	48.6%	%
		400	153	247	ك
		100.0%	100.0%	100.0%	%

قيمة كا^٢ = 10.277a درجات الحرية = ٢ معامل فاي Phi = 160 مستوى المعنوية = 0.006. الدلالة = دالة

جاءت متابعة الجمهور عينة الدراسة اربعة ايام فأكثر بنسبة ٥٤.٨% اي ان أكثر من نصف العينة يتابعون شبكات التواصل الإجتماعي عدد ايام اكثر خلال الاسبوع، وهو ما يتوافق مع نتائج دراسة ايمان عاشور حسين (٢٠١٨) التي اثبتت ان أكثر من نصف المبحوثين يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي "يوميًا" بنسبة (58%) ، كما أن نسبة ٣٦.٥% منهم يتابعونها من ٣ الى ٤ ايام مما يشير الي اهمية تلك الشبكات بالنسبة للجمهور، حيث يعتمد عليها نسبة كبيرة خلال حياتهم اليومية، وهو ما يتوافق مع المجالات المتعددة التي أصبحت تلك الشبكات تستخدم فيها، بحيث دخلت مجال التعليم ومتابعة الأعمال والتواصل مع الأصدقاء او مجموعات العمل.

شكل رقم (٢)

مدة متابعة المبحوثين لشبكات التواصل الإجتماعي في اليوم



يتضح من الشكل السابق ان المدة من ٥ ساعات فأكثر جاءت في مقدمة المدد التي يتابع فيها المبحوثين شبكات التواصل الإجتماعي، حيث جاءت بنسبة ٦٢.٣% من اجمالي عينة الدراسة، يليها من ساعتين الي ٤ ساعات في اليوم بنسبة ٣٠.٨% من اجمالي العينة، وأخيراً جاءت نسبة من يتابعون شبكات التواصل الاجتماعي أقل من ساعتين ٧% فقط وهي تمثل المدة الأقل بين المدد المتاحة، وتشير زيادة عدد الساعات التي يقضيها المبحوثين في متابعة شبكات التواصل الإجتماعي الي اهميتها لديهم وضرورتها في حياتهم اليومية بحيث يتزايد معدل استخدامهم لها.

جدول رقم (٤)

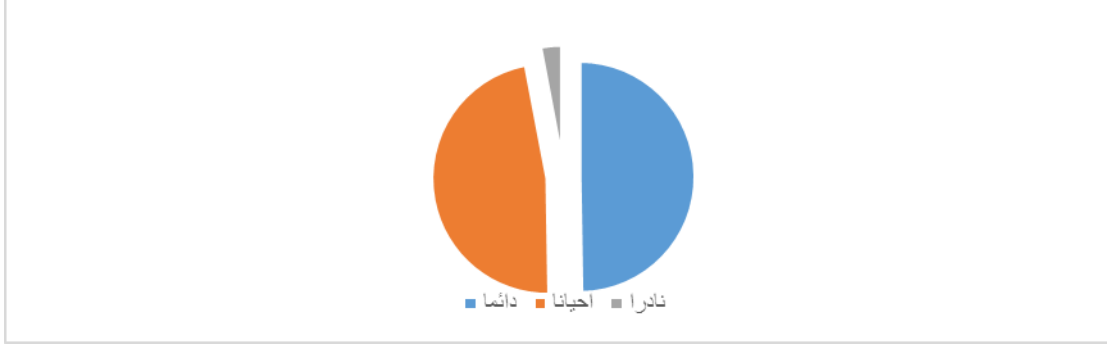
دوافع استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية

الدالة عند درجة حرية = ١	مستوى المعنوية Sig	معامل فاي phi	Chi-Square كا	الإجمالي	النوع		دوافع استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية
					إناث	ذكور	
دالة	.38٠	.017	٣.112a	260 65.0%	101 66.0%	159 64.4%	ك %
دالة	.676	- .021	.174a	104 26.0%	38 24.8%	66 26.7%	ك %
دالة	.9٠١	.031	٤.377a	246 61.5%	97 63.4%	149 60.3%	ك %
دالة	.880	.008	.023a	202 50.5%	78 51.0%	124 50.2%	ك %
دالة	.021	.81١	٣.169a	170 42.5%	67 43.8%	103 41.7%	ك %
دالة	.738	.017	.112a	260 65.0%	101 66.0%	159 64.4%	ك %
دالة	.676	- .021	٢.174a	104 26.0%	38 24.8%	66 26.7%	ك %
دالة	.539	.031	.377a	246 61.5%	97 63.4%	149 60.3%	ك %
دالة	.880	.008	.023a	202 50.5%	78 51.0%	124 50.2%	ك %
دالة	.681	.021	.169a	170 42.5%	67 43.8%	103 41.7%	ك %

يتضح من بيانات الجدول السابق أن دافعي " متابعة الأخبار والأحداث المختلفة"، و" للحصول على معلومات عن موضوعات معينة" جاءت في الترتيب الأول من دوافع وأسباب متابعة المبحوثين لشبكات التواصل الاجتماعي بنسبة ٦٥%، وهو ما يتوافق مع نتائج دراسة (٢٠٢٠) ^{٢٩} أظهرت النتائج بأن (التعرف على الأخبار والأحداث الجارية) يعد أهم الأسباب المتحققة لعينة الدراسة من استخدام مواقع التواصل الاجتماعي. يليها في الترتيب الثاني " عمل صداقات جديدة " و " للتعبير عن رأيك نحو الأحداث اليومية" بنسبة ٦١.٥%، وتشير الدراسات أن مواقع التواصل الاجتماعي نشأت كنتيجة طبيعية نشأ لاحتياج الأشخاص والأفراد إلى وجود علاقات إنسانية فيما بينهم، وفتح مجالاً للحوار التفاعلي بشكل متطور وواسع، وإعادة العلاقات بين الأفراد وبعضهم سواء كانوا زملاء مدرسة، أو جامعة، أو لهم علاقة ما ببعض، ^{٣٠} ثم جاء كلا من " التواصل مع الآخرين من الأهل والأصدقاء" و " الاطلاع على الإعلانات" بنسبة ٥٠.٥%، ثم " متابعته بغرض العمل" و " مشاركة يومياتك وصورك مع أصدقائك" بنسبة ٤٢.٥%، يليها " للتسلية وقضاء وقت الفراغ"، و" لتحقيق مكاسب مادية" بنسبة ٢٦%.

شكل رقم (٣)

مدى استخدام المواقع الاجتماعية في متابعة الموضوعات السياسية



تشير بيانات الجدول السابق الي مدى استخدام المواقع الاجتماعية في متابعة الموضوعات السياسية حيث جاءت بنسبة ٤٩.٨% من اجمالي العينة تقوم بمتابعتها دائماً يليها احياناً في ٤٧.٣% واخيراً نادراً بنسبة ٣%، وهو ما يتوافق مع نتائج دراسة شيماء ابو مندور (٢٠٢٢) التي اكدت ان نسبة الاعتماد على المواقع الإلكترونية الصحفية في متابعة قضايا المواطنة بلغت ٥٧.٥%، وتؤكد الدراسات الاعلامية ان الموضوعات السياسية من اكثر الموضوعات التي يهتم الشباب بمتابعتها على شبكات التواصل الإجتماعي بشكل كبير.

شكل رقم (٤)

مدى استخدام المواقع الاجتماعية في متابعة الموضوعات الاجتماعية



يتضح من بيانات الشكل السابق ان عينة الدراسة تقوم بمتابعة القضايا والموضوعات الاجتماعية على شبكات التواصل الاجتماعي بصفة غير مستمرة (احياناً) بنسبة ٥١.٣%، يليها المتابعة المستمرة (نعم) بنسبة ٤٢.٨% وأخيراً نادراً ما يتابعونها بنسبة ٦%، ويعد

المضمون الاجتماعي من أكثر المضامين التي نشرتها الوزارات الاماراتية خلال فترة التحليل

جدول رقم (٥)

اساليب متابعة المضامين على مواقع التواصل الاجتماعي

الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي mean	الإجمالي	النوع		اساليب متابعة المضامين على مواقع التواصل الاجتماعي	
			إناث	ذكور	ك	%
.85582	3.1200	18	5	13	ك	اقوم بمتابعة سريعة والتركيز على العنوان فقط
		4.5%	3.3%	5.3%	%	
		71	28	43	ك	أتابع جزء من الخبر والذي يحتوى على أهم المعلومات
		17.8%	18.3%	17.4%	%	
		156	60	96	ك	أتابع الخبر بكامله
		39.0%	39.2%	38.9%	%	
		155	60	95	ك	أقرأ الخبر والتعليقات الواردة عليه
38.8%	39.2%	38.5%	%			
قيمة كا = 895a. درجات الحرية = ٣ معامل فاي Phi = 047. المعنوية = 827. الدلالة = غير دالة						

تقوم عينة الدراسة بمتابعة المضامين المنشورة على شبكات التواصل الاجتماعي والتفاعل معهم من خلال (متابعة الخبر بأكمله) بنسبة ٣٩% من عينة الدراسة، يليها (أقرأ الخبر والتعليقات الواردة عليه) بنسبة ٣٨.٨%، يليها (أتابع جزء من الخبر والذي يحتوى على أهم المعلومات) بنسبة ١٧.٨% وأخيراً (اقوم بمتابعة سريعة والتركيز على العنوان فقط) بنسبة ٤.٥%.

وهو ما يثبت اهتمام الجمهور بمتابعة الاخبار التي تنشرها مواقع التواصل الاجتماعي،

جدول رقم (٦)

الاتجاه العام	الوزن النسبي	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي mean	درجة الموافقة/ ن=٤٠٠						طبيعة المحتوى المعروض عبر مواقع التواصل الاجتماعي	
				معارض		محايد		موافق			
				%	ك	%	ك	%	ك		
موافق	٩	87.49	.57463	2.6250	4.8	19	28.0	112	67.3	269	المحتوى الإخباري المقدم من خلال موقعي الفيس بوك والانستجرام يتميز بالمصداقية
موافق	٦	91.41	.51171	2.7425	3.5	14	18.8	75	77.8	311	المحتوى المقدم في موقعي الفيس بوك والانستجرام متوازن في عرض وجهات النظر
موافق	١	97.49	.26372	2.9250	-	-	7.5	30	92.5	370	موقعي الفيس بوك والانستجرام تلعب دوراً مهماً في التعرف بالقضايا السياسية والاجتماعية
موافق	٤	94.41	.39980	2.8325	1.0	4	14.8	59	84.3	337	يعتبر موقعي الفيس بوك والانستجرام ساحة لعرض الحوار الفعال البناء
موافق	١١	86.24	.61911	2.5875	7.0	28	27.3	109	65.8	263	اثق في المحتوى المقدم من خلال موقعي الفيس بوك والانستجرام خاصة تلك التي تقدم من خلال قادة الرأي
موافق	١٢	84.82	.62766	2.5450	7.3	29	31.0	124	61.8	247	يوفر موقعي الفيس بوك والانستجرام فرصة للتعبير عن رأيي في القضايا السياسية والاجتماعية المطروحة
موافق	١٣	83.08	.58805	2.4925	4.8	19	41.3	165	54.0	216	لا يمكنني الاستغناء عن موقعي الفيس بوك والانستجرام في حياتي اليومية
موافق	٨	88.91	.52214	2.6675	2.5	10	28.3	113	69.3	277	أعتمد على موقعي الفيس بوك والانستجرام في تكوين وجهات نظر مختلفة عن القضايا السياسية والاجتماعية
موافق	٢	94.99	.39736	2.8500	1.5	6	12.0	48	86.5	346	اصبح من الممكن الاستغناء عن وسائل الاعلام التقليدية ومتابعة الاخبار على موقعي الفيس بوك والانستجرام
موافق	١٤	82.41	.56128	2.4725	3.3	13	46.3	185	50.5	202	لا اثق في المعلومات التي احصل عليها من خلال موقعي الفيس بوك والانستجرام
موافق	١٠	86.99	.52782	2.6100	2.0	8	35.0	140	63.0	252	يتيح موقعي الفيس بوك والانستجرام صفحات لكافة وسائل الاعلام التقليدي وكذلك صفحات قادة الرأي وهي بذلك تتميز بالشمولية
موافق	٣	94.74	.36473	2.8425	-	-	15.8	63	84.3	337	يساهم موقعي الفيس بوك والانستجرام في نشر الشائعات والأخبار الكاذبة
موافق	٧	89.82	.46098	2.6950	-	-	30.5	122	69.5	278	يعتبر موقعي الفيس بوك والانستجرام فرصة لتبادل الآراء والأفكار بحرية
موافق	٥	93.41	.46263	2.8025	2.8	11	14.3	57	83.0	332	يوفر موقعي الفيس بوك والانستجرام عدة أدوات تفاعل أكثر من الوسائل التقليدية

تشير بيانات الجدول السابق الي طبيعة المحتوى المعروض عبر مواقع التواصل الاجتماعي من وجهة نظر عينة الدراسة من الجمهور الإماراتي، حيث جاء في مقدمة المقياس عبارة " موقعي الفيس بوك والانستجرام تلعب دوراً مهماً في التعرف بالقضايا السياسية والاجتماعية" بوزن نسبي 97.49، يليها عبارة " اصبح من الممكن الاستغناء عن وسائل الاعلام التقليدية ومتابعة الاخبار على موقعي الفيس بوك والانستجرام" بوزن

نسبي 94.99، وفي الترتيب الثالث جاءت عبارة " يساهم موقعي الفيس بوك والانستجرام في نشر الشائعات والأخبار الكاذبة" بوزن نسبي 94.74، وفي الترتيب الرابع جاءت عبارة " يعتبر موقعي الفيس بوك والانستجرام ساحة لعرض الحوار الفعال البناء" بوزن نسبي 94.41، يليها عبارة " يوفر موقعي الفيس بوك والانستجرام عدة ادوات تفاعل أكثر من الوسائل التقليدية" في الترتيب الخامس بوزن نسبي 93.41، يليها عبارة " المحتوى المقدم في موقعي الفيس بوك والانستجرام متوازن في عرض وجهات النظر" بوزن نسبي 91.41، وفي الترتيب السابع جاءت عبارة " يعتبر موقعي الفيس بوك والانستجرام فرصة لتبادل الآراء والافكار بحرية" بوزن نسبي 89.82، يليها عبارة " أعتد على موقعي الفيس بوك والانستجرام في تكوين وجهات نظر مختلفة عن القضايا السياسية والإجتماعية" بوزن نسبي 88.91.

جدول رقم (٧)

آراء المبحوثين نحو مميزات شبكات التواصل الإجتماعي في تناول الموضوعات السياسية والإجتماعية

الاتجاه العام	الوزن النسبي	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي mean	درجة الموافقة/ ن=٤٠٠						
				معارض		محايد		موافق		
				%	ك	%	ك	%	ك	
موافق	94.24	.46182	2.8275	3.5	14	10.3	41	86.3	345	تتميز الاخبار والقضايا على مواقع التواصل الإجتماعي بالفورية
موافق	89.41	.49730	2.6825	1.5	6	28.8	115	69.8	279	تقوم مواقع التواصل الإجتماعي بالتغطية الشاملة للأحداث والقضايا
موافق	90.99	.46652	2.7300	1.0	4	25.0	100	74.0	296	يلجأ السياسيون والقادة الرأي الى منصات التواصل الإجتماعي لنشر آرائهم وعرض القضايا بما يتوافق مع رأيهم
موافق	85.74	.55724	2.5725	3.3	13	36.3	145	60.5	242	تتيح مواقع التواصل الإجتماعية التفاعلية وتبادل الآراء بالنسبة للقضايا المختلفة
موافق	94.82	.38904	2.8450	1.0	4	13.5	54	85.5	342	تتيح الحرية على مواقع التواصل الإجتماعي فهم القضايا المختلفة نتيجة تعددية الآراء
موافق	90.82	.48987	2.7250	2.0	8	23.5	94	74.5	298	أثق في المحتوى المقدم عبر مواقع التواصل الإجتماعي فيما يتعلق بالاحداث الجارية
موافق	89.74	.46204	2.6925	-	-	30.8	123	69.3	277	أعي حقوقي السياسية وامارسها من خلال مواقع التواصل الإجتماعي

تشير بيانات الجدول السابق الي مميزات شبكات التواصل الإجتماعي في تناول الموضوعات السياسية والاجتماعية، وقد أكد المبحوثين أن " الحرية على مواقع التواصل الإجتماعي تتيح فهم القضايا المختلفة نتيجة تعددية الآراء" بوزن نسبي 94.82، يليها عبارة " تتميز الاخبار والقضايا على مواقع التواصل الإجتماعي بالفورية" بوزن نسبي 94.24،

وفي الترتيب الثالث جاءت عبارة " يلجأ السياسيون والقادة الرأي الى منصات التواصل الإجتماعي لنشر آرائهم وعرض القضايا بما يتوافق مع رأيهم" بوزن نسبي 90.99، يليها عبارة " اثق في المحتوى المقدم عبر مواقع التواصل الاجتماعي فيما يتعلق بالاحداث الجارية" بوزن نسبي 90.82 ، ثم عبارة " أعني حقوقي السياسية ومارسها من خلال مواقع التواصل الاجتماعي" بوزن نسبي 89.74، ثم تقوم مواقع التواصل الاجتماعي بالتغطية الشاملة للأحداث والقضايا" بوزن نسبي 89.41، وأخيراً " تتيح مواقع التواصل الإجتماعية التفاعلية وتبادل الآراء بالنسبة للقضايا المختلفة" بوزن نسبي 85.74.

جدول رقم (٨)

الى اى مدى تثق في المضمون الإخبارى على مواقع التواصل الإجتماعي فيما يتعلق بالموضوعات السياسية والاجتماعية

الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي mean	الإجمالي	النوع		مدى ثقة الشباب بالموضوعات السياسية على شبكات التواصل الاجتماعي	
			إناث	ذكور	ك	%
.58723	2.3950	179	73	106	ك	اثق الى حد كبير
		44.8%	47.7%	42.9%	%	
		200	76	124	ك	اثق الى حد ما
		50.0%	49.7%	50.2%	%	
		21	4	17	ك	لا اثق بها نهائياً
		5.3%	2.6%	6.9%	%	
400	153	247	ك	الإجمالي		
100.0%	100.0%	100.0%	%			
قيمة كا ^٢ = 3.770a درجات الحرية = ٢ معامل فاي Phi = 0.197 مستوى المعنوية = 0.012. الدلالة = دالة						

تشير اجابات المبحوثين الي ثقة في المضمون الإخباري على مواقع التواصل الإجتماعي فيما يتعلق بالموضوعات والقضايا السياسية، حيث تثق عينة الدراسة في تلك المضامين بدرجة متوسطة بنسبة ٥٠%، كما تثق بها بدرجة كبيرة بنسبة ٤٤.٨% مما يعني ان نسبة ٩٤.٨% من عينة الدراسة تثق بدرجات متفاوتة بالمضامين الاخبارية التي تتناولها مواقع التواصل الاجتماعي عن القضايا السياسية، بينما اشارت نسبة ٥.٣% بانهم لا يثقون بها مطلقاً، وتشير اجابات المبحوثين الي مدى أهمية المضامين المعروضة بمواقع التواصل الاجتماعي والتي تؤثر على الجمهور وتتمتع بدرجة ثقة عالية لديهم، مما يؤكد أهمية استخدامها لتعزيز المواطنة الصالحة لدى الجمهور.

جدول رقم (٩)
اراء المبحوثين فيما يتعلق بدور الدولة في دعم المواطنة والانتماء لدى الشباب

الاتجاه العام	الوزن النسبي	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي mean	درجة الموافقة/ ن = ٤٠٠						اراء المبحوثين فيما يتعلق بدور الدولة في دعم المواطنة والانتماء لدى الشباب
				معارض		محايد		موافق		
				%	ك	%	ك	%	ك	
موافق	86.16	.62350	2.5850	7.3	29	27.0	108	65.8	263	حرية الرأي مكفولة للجميع ومن حق أي فرد الأدلاء برأيه في كافة القضايا
موافق	91.41	.50679	2.7425	3.3	13	77.5	310	77.5	310	تعلم الدولة على تحقيق المساواة بين المواطنين دون محاباة لأحد
موافق	89.57	.50047	2.6875	1.8	7	27.8	111	70.5	282	تعلم الدولة باتخاذ كافة التدابير للقضاء على الفساد والمقصرين
موافق	90.91	.48356	2.7275	1.8	7	23.8	95	74.5	298	يستخدم الشعب حقوقهم في الدولة
موافق	92.74	.43088	2.7825	.8	3	20.3	81	79.0	316	يعتبر تحقيق العدالة الإجتماعية والحصول على أجور عادلة حق من حقوق المواطنين التي تعلم الدولة على تلبيةها
موافق	87.32	.55801	2.6200	3.8	15	30.5	122	65.8	263	تحتزم الدولة حقوق الانسان وتكفلها للجميع وتعمل على تحسين معيشة الأفراد
موافق	94.16	.41811	2.8250	1.5	6	14.5	58	84.0	336	العدالة الإجتماعية تعنى تساوى الشعب في الحقوق والواجبات وهو ما تقوم به الدولة
موافق	90.99	.50769	2.7300	3.0	12	21.0	84	76.0	304	تسعى الدولة لاتخاذ كافة الإجراءات التي من شأنها تحسين معيشة الأفراد داخل الدولة في مجالات (الصحة والتعليم والإسكان)
موافق	92.32	.42136	2.7700	-	-	23.0	92	77.0	308	لا تمارس الدولة أي شكل من اشكال التمييز بين المواطنين
موافق	93.41	.47861	2.8025	3.5	14	12.8	51	83.8	335	حرية الرأي مكفولة للجميع
موافق	85.07	.63896	2.5525	8.0	32	28.8	115	63.3	253	تتبني الدولة فكر مختلف لتشجيع الشباب وتمكينهم في الحياة الإجتماعية
موافق	92.32	.47715	2.7700	2.5	10	18.0	72	79.5	318	أشعر بالانتماء عندما يتم عرض مضمات خاصة بالدولة واود الاشتراك بها
موافق	89.66	.55196	2.6900	4.5	18	22.0	88	73.5	294	اشارك اصدقائي في عرض وجهات نظري حول القضايا واتقبل وجهة نظرهم بشكل حيادي
موافق	88.07	.57491	2.6425	5.0	20	25.8	103	69.3	277	اصبح المجتمع الافتراضي بديلا عن المجتمع الحقيقي واصبح بالإمكان التغيير في مجريات الأمور من خلاله
موافق	88.91	.56368	2.6675	4.8	19	23.8	95	71.5	286	أصبحت اشعر بالانتماء الى وطني أكثر خاصة بعد متابعة سير العملية التنموية على مواقع التواصل الإجتماعي
موافق	80.49	.64716	2.4150	8.8	35	41.0	164	50.3	201	افتخر بأنني مواطن اماراتي واشعر بالامتنان الى دولتي

أكدت اراء المبحوثين فيما يتعلق بدور الدولة في دعم المواطنة والانتماء لدى الشباب أن الدولة تقوم بدور فعال في دعم المواطنة الصالحة والانتماء الواعي لدى الشباب، حيث جاءت عبارة " العدالة الإجتماعية تعنى تساوى الشعب في الحقوق والواجبات وهو ما تقوم به

الدولة بشكل فاعل" بوزن نسبي 94.16 ، يليها عبارة "حرية الرأي مكفولة للجميع" بوزن نسبي 93.41، و"يعتبر تحقيق العدالة الإجتماعية والحصول على أجور عادلة حق من حقوق المواطنين التي تعمل الدولة على تلبيتها" بوزن نسبي 92.74، ثم جاءت كل من العبارات " لا تمارس الدولة أى شكل من اشكال التمييز بين المواطنين ، " أشعر بالإنتماء عندما يتم عرض مضامين خاصة بالدولة واود الاشتراك بها " ، بوزن نسبي 92.32 في الترتيب الرابع، وفي الترتيب الخامس جاءت عبارة " تعمل الدولة على تحقيق المساواة بين المواطنين دون محاباة لأحد بوزن نسبي 91.41، يليها عبارة " تسعى الدولة لاتخاذ كافة الإجراءات التي من شأنها تحسين معيشة الافراد داخل الدولة في مجالات (الصحة والتعليم والإسكان) بوزن نسبي 90.99 ، يليها عبارة" يستخدم الشعب حقوقهم في الدولة" بوزن نسبي 90.91، ثم عبارة " اشارك اصدقائي في عرض وجهات نظري حول القضايا واتقبل وجهة نظرهم بشكل حيادي" بوزن نسبي 89.66، كما " تعمل الدولة بإتخاذ كافة التدابير للقضاء على الفساد والمقصرين" بوزن نسبي 89.57، يليها عبارة " أصبحت اشعر بالانتماء الى وطني أكثر خاصة بعد متابعة سير العملية التنموية على مواقع التواصل الإجتماعي" بوزن نسبي 88.91، ثم جاءت عبارة " اصبح المجتمع الافتراضي بديلا عن المجتمع الحقيقي واصبح بالإمكان التغيير في مجريات الأمور من خلاله" بوزن نسبي 88.07، و"تحترم الدولة حقوق الانسان وتكفلها للجميع وتعمل على تحسين معيشة الافراد" بوزن نسبي 87.32، يليها عبارة " حرية الرأي مكفولة للجميع ومن حق أى فرد الأدلاء برأيه في كافة القضايا بوزن نسبي 86.16، و" تتبنى الدولة فكر مختلف لتشجيع الشباب وتمكينهم في الحياة الإجتماعية" بوزن نسبي 85.07، وأخيراً جاءت عبارة " افتخر بأني مواطن أماراتي واشعر بالامتنان الى دولتي" بوزن نسبي 80.49.

جدول رقم (١٠)

دور مواقع التواصل الاجتماعي في تعريفك بالقضايا السياسية والتأثير على شعورك بالانتماء

الاتجاه العام	الوزن النسبي	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي mean	درجة الموافقة/ ن = ٤٠٠						دور مواقع التواصل الاجتماعي في تعريفك بالقضايا السياسية والتأثير على شعورك بالانتماء
				معارض		محايد		موافق		
				%	ك	%	ك	%	ك	
موافق	88.74	.58262	2.6625	5.8	23	22.3	89	72.0	288	اشعر بالانتماء الى المجتمع الاماراتي نتيجة متابعتي لخطط التنمية في الفترة الأخيرة
موافق	83.82	2.5150	2.5150	9.0	36	30.5	122	60.5	242	اتاحت المجموعات على مواقع التواصل الاجتماعي التعبير عن رأيك في القضايا
محايد	77.24	.69129	2.3175	13.0	52	42.3	169	44.8	179	قمت بالمطالبة ببعض الحقوق عبر تلك المجموعات وتمت الاستجابة لها
موافق	87.49	.58329	2.6250	5.3	21	27.0	108	67.8	271	يمارس الشعب الاماراتي حقوقه من خلال مواقع التواصل الاجتماعي
موافق	87.82	.56796	2.6350	4.5	18	27.5	110	68.0	272	اشترك في الصفحات الرسمية بالرأي حول القضايا التي تعرضها
موافق	89.82	.49253	2.6950	1.5	6	27.5	110	71.0	284	اقوم بمشاركة بعض المنشورات على صفحتي الخاصة والمتعلقة بالقضايا الاجتماعية والتنمية في الدولة
موافق	87.99	.52544	2.6400	2.3	9	31.5	126	66.3	265	شارك في الاحتفال بالمناسبات الوطنية حيث تعد واجب وطني عبر الشبكات الاجتماعية وغيرها
موافق	90.32	.50153	2.7100	2.3	9	24.5	98	73.3	293	انا راضي تماما عن سياسات الدولة التي تتخذها فيما يخص القضايا الاجتماعية والتنمية
موافق	87.74	.53212	2.6325	2.5	10	31.8	127	65.8	263	اشترك في الحوار حول القضايا التنموية والاجتماعية في مجموعات متجانسة اجتماعيا وثقافيا
موافق	87.49	.55691	2.6250	3.8	15	30.0	120	66.3	265	تتمتع دولة الامارات بعدة مميزات تجعلني افخر بانى مواطن اماراتي
موافق	89.82	.51734	2.6950	2.8	11	25.0	100	72.3	289	لا انوى السفر خارجا لاي بلد لاني احصل على كافة حقوقي في الدولة
موافق	88.66	.53863	2.6600	3.3	13	27.5	110	69.3	277	اشترك اصدقائي من الدول الاخرى انجازات دولتي واهتم بمتابعة احوال الدول المجاورة
موافق	88.74	.51406	2.6625	2.0	8	29.8	119	68.3	273	لدى عدة طموحات اسعى لتحقيقها من خلال وجودي كمواطن اماراتي
موافق	90.16	.50855	2.7050	2.5	10	24.5	98	73.0	292	توفر الدولة عدد من المشروعات التنموية حيث تسعى الى تحسين سمعتها لدى المجتمع الدولي ككل وقد نجحت في ذلك
موافق	88.99	.49671	2.6700	1.3	5	30.5	122	68.3	273	ارى ان المواطنين من خارج الدولة يتمتعون بعدة حقوق مثلهم مثل المواطنين الاماراتيين

تشير اجابات مقياس التعرف على اراء المبحوثين عينة الدراسة حول دور مواقع التواصل الإجتماعي في تعريفك بالقضايا السياسية والتأثير على شعورك بالانتماء، في بروز عبارة " انا راضي تماماً عن سياسات الدولة التي تتخذها فيما يخص القضايا الاجتماعية والتنمية" بوزن نسبي 90.32 في مقدمة المقياس، يليها في الترتيب الثاني " توفر الدولة عدد من المشروعات التنموية حيث تسعى الى تحسين سمعتها لدى المجتمع الدولي ككل وقد نجت في ذلك" بوزن نسبي 90.16 ، وفي الترتيب الثالث جاءت العبارة " اقوم بمشاركة بعض المنشورات على صفحتي الخاصة والمتعلقة بالقضايا الاجتماعية والتنمية في الدولة"، لا انوى السفر خارجياً لأى بلد لأني احصل على كافة حقوقى في الدولة" بوزن نسبي 89.82، وفي الترتيب الرابع جاءت عبارة " ارى ان المواطنين من خارج الدولة يتمتعون بعدة حقوق مثلهم مثل المواطنين الإماراتيين" بوزن نسبي 88.99، ثم في الترتيب الخامس جاءت عبارات " اشعر بالانتماء الى المجتمع الإماراتي نتيجة متابعتي لخطط التنمية في الفترة الأخيرة"، لدى عدة طموحات اسعى لتحقيقها من خلال وجودي كمواطن إماراتي" بوزن نسبي 88.74، بينما جاءت عبارة " اشارك اصدقائي من الدول الاخرى انجازات دولتي واهتم بمتابعة احوال الدول المجاورة" بوزن نسبي 88.66 في الترتيب السادس، ثم " اشارك في الاحتفال بالمناسبات الوطنية حيث تعد واجب وطني عبر الشبكات الاجتماعية وغيرها" بوزن نسبي 87.99 ، ثم عبارة " اشارك في الصفحات الرسمية بالرأي حول القضايا التي تعرضها بوزن نسبي 87.82.

جدول رقم (١١)

دور شبكات التواصل الاجتماعي في تدعيم وغرس قيم الانتماء لدى المبحوثين من وجهة نظرهم

الوزن النسبي	الانحراف المعياري	المتوسط	غير موافق على الاطلاق		أوافق إلى حد ما		أوافق جداً		دور الصفحات الرسمية للوزارات في تدعيم الانتماء لديك
			%	ك	%	ك	%	ك	
٨٠.٠	.566	2.40	4.0	16	52.0	208	44.0	176	تغرس لدي حب الوطن واحترام معتقداته الدينية والثقافية
٧٩.٣	.562	2.38	4.0	16	54.0	216	42.0	168	تحفزني على القيام بالأنشطة التطوعية لخدمة الوطن
٧٨.٧	.593	2.36	6.0	24	52.0	208	42.0	168	تدعوني للحفاظ على العادات والتقاليد المجتمعية
٧٨.٣	.653	2.35	10.0	40	45.5	182	44.5	178	تهتم تلك الشبكات ببناء جيل شبابي مستعد للتضحية من أجل الوطن
٧٣.٧	.611	2.21	10.5	42	58.5	234	31.0	124	تعظم من زيادة اهتمامي وتفضيلي للمنتجات الوطنية
٧٢.٣	.590	2.17	10.5	42	62.5	250	27.0	108	تعزز لدي الحرص على المشاركة في المناسبات الوطنية والاحتفال بها
٧١.٧	.647	2.15	14.5	58	56.0	224	29.5	118	تنمي لدي اهمية المحافظة على الممتلكات العامة
٧١.٧	.647	2.15	14.5	58	56.0	224	29.5	118	تدعم من مشاركتي في جميع الأنشطة المجتمعية

تشير بيانات الجدول السابق الي دور شبكات التواصل الاجتماعي في تدعيم وغرس قيم الانتماء لدى البحوثيين من وجهة نظرهم، وقد جاءت عبارة " تغرس لدي حب الوطن واحترام معتقداته الدينية والثقافية" بوزن نسبي ٨٠ في الترتيب الاول، يليها عبارة " تحفزني على القيام بالأنشطة التطوعية لخدمة الوطن " بوزن نسبي ٧٩.٣ في الترتيب الثاني، ثم " تدعوني للحفاظ على العادات والتقاليد المجتمعية" بوزن نسبي ٧٨.٧ في الترتيب الثالث، يليها عبارة " تهتم تلك الشبكات ببناء جيل شبابي مستعد للتضحية من أجل الوطن" بوزن نسبي ٧٨.٣، ثم " تعظم من زيادة اهتمامي وتفضيلي للمنتجات الوطنية" بوزن نسبي ٧٣.٧، ثم " تعزز لدي الحرص على المشاركة في المناسبات الوطنية والاحتفال بها" بوزن نسبي ٧٢.٣، واخيراً جاءت عبارتي " تنمي لدي اهمية المحافظة على الممتلكات العامة"، و" تدعم من مشاركتي في جميع الأنشطة المجتمعية" بوزن نسبي ٧١.٧.

جدول رقم (١٢)

الاسس المرتبطة بالانتماء والتي تدعمها الصفحات الرسمية من خلال منشوراتها على شبكات التواصل الاجتماعي

الوزن النسبي	الانحراف المعياري	المتوسط	غير موافق على الاطلاق		أوافق إلى حد ما		أوافق جداً		الاسس المرتبطة بالانتماء والتي تدعمها الصفحات الرسمية من خلال منشوراتها على شبكات التواصل الاجتماعي
			%	ك	%	ك	%	ك	
٨٤.٧	.538	2.54	2.0	8	42.0	168	56.0	224	تغرس بداخلي اهمية الاعتزاز والفخر بقيادة الوطن ورموزة السياسية والدينية والتاريخية
٨٣.٧	.617	2.51	6.5	26	36.0	144	57.5	230	تجعلني ارتبط أكثر بتاريخ وطني واقتخر به
٨٢.٣	.574	2.47	4.0	16	45.3	181	50.8	203	تغرس بداخلي تجنب الانانية وحب الذات
٨١.٠	.606	2.43	6.0	24	44.5	178	49.5	198	تسهم في الحفاظ على التماسك الاسري والعائلي
٨٠.٧	.570	2.42	4.0	16	50.0	200	46.0	184	تشجعني على نبذ الفتن الطائفية
٨٠.٣	.603	2.41	6.0	24	46.5	186	47.5	190	تساعدني على نبذ العنف
٧٩.٧	.600	2.39	6.0	24	48.5	194	45.5	182	تكرس لدي حب الحفاظ على الأمن والامان داخل الوطن
٧٩.٠	.628	2.37	8.0	32	47.0	188	45.0	180	تزودني بالمعلومات الصحيحة التي تجعلني لا اصدق الشائعات التي تتعلق بامن الوطن
٧٨.٧	.657	2.36	10.0	40	44.0	176	46.0	184	تعمق لدي مفهوم المواطنة الصالحة
٧٨.٧	.656	2.36	10.0	40	44.3	177	45.8	183	تزودني بالمعرفة حول تراث بلدي وثرواته الطبيعية
٧٨.٣	.632	2.35	8.5	34	47.8	191	43.8	175	تمنحني الفرصة لابداء رأيي حول القضايا الهامة

تشير بيانات الجدول السابق الي الاسس المرتبطة بالانتماء والتي تدعمها الصفحات الرسمية من خلال منشوراتها على شبكات التواصل الاجتماعي، حيث جاء في مقدمة العبارات " تغرس بداخلي اهمية الاعتزاز والفخر بقيادة الوطن ورموزة السياسية والدينية والتاريخية"

بوزن نسبي ٨٤.٧، يليها عبارة " تجعلني ارتبط أكثر بتاريخ وطني وافتخر به" بوزن نسبي ٨٣.٧ في الترتيب الثاني، ثم عبارة " تغرس بداخلي تجنب الانانية وحب الذات" بوزن نسبي ٨٢.٣، يليها عبارة " تسهم في الحفاظ على التماسك الاسري والعائلي" بوزن نسبي ٨١، يليها عبارة " تشجعني على نبذ الفتن الطائفية" بوزن نسبي ٨٠.٧، يليها عبارة " تساعدني على نبذ العنف" بوزن نسبي ٨٠.٣، ثم عبارة " تكرر لدي حب الحفاظ على الأمن والامان داخل الوطن" بوزن نسبي ٧٩.٧، ثم عبارة " تزودني بالمعلومات الصحيحة التي تجعلني لا اصدق الشائعات التي تتعلق بأمن الوطن" بوزن نسبي ٧٩، يليها عباراتي " تعمق لدي مفهوم المواطنة الصالحة" ، " تزودني بالمعرفة حول تراث بلدي وثوراته الطبيعية " بوزن نسبي ٧٨.٧، وأخيراً " تمنحني الفرصة لابداء رأبي حول القضايا الهامة" بوزن نسبي ٧٨.٣.

جدول رقم (١٣)

القيم المرتبطة بالانتماء والتي تدعمها الصفحات الرسمية

الوزن النسبي	الانحراف المعياري	المتوسط	غير موافق على الاطلاق		أوافق الى حد ما		أوافق جداً		القيم المرتبطة بالانتماء والتي تدعمها الصفحات الرسمية
			%	ك	%	ك	%	ك	
٨١.٠	.605	2.43	6.0	24	45.0	180	49.0	196	تدعم لدى قيمة الولاء للوطن
٨٠.٠	.600	2.40	6.0	24	48.5	194	45.5	182	تنمي لدى حب الوطن والمحافظة عليه
٧٩.٠	.603	2.37	6.5	26	50.0	200	43.5	174	تغرس بداخلي قيمة الانتماء للوطن
٧٨.٣	.590	2.35	6.0	24	53.0	212	41.0	164	تعزز لدى قيمة الاعتزاز بالانتماء للوطن
٧٥.٠	.631	2.25	10.5	42	54.0	216	35.5	142	تنمي لدى قيمة الفخر بالاصول العربية
٧٤.٧	.597	2.24	8.5	34	58.5	234	33.0	132	تدعم لدي قيمة التعايش الوطني

يتضح من الجدول السابق ان شبكات التواصل الاجتماعي تعمل على تدعيم قيمة " الولاء للوطن" في مقدمة القيم التي تدعمها شبكات التواصل الاجتماعي بوزن نسبي ٨١، يليها عبارة " تنمي لدى حب الوطن والمحافظة عليه" بوزن نسبي ٨٠، ثم عبارة " تغرس بداخلي قيمة الانتماء للوطن" بوزن نسبي ٧٩، يليها عبارة " تعزز لدى قيمة الاعتزاز بالانتماء للوطن" بوزن نسبي ٧٨.٣، ثم " تنمي لدى قيمة الفخر بالاصول العربية" بوزن نسبي ٧٥، وأخيراً " تدعم لدي قيمة التعايش الوطني" بوزن نسبي ٧٤.٧.

ثانياً: فروض الدراسة:-

الفرض الأول: توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين معدلات استخدام الشباب الإماراتي (عينة الدِّراسة) لشبكات التواصل الاجتماعي، واتجاهاتهم نحو غرس قيم الانتماء والمواطنة.

جدول رقم (١٤)

نتائج معامل ارتباط سبيرمان **Spearman's rho** لبيان العلاقة بين معدلات استخدام المبحوثين شبكات التواصل الاجتماعي، واتجاهاتهم نحو غرس قيم الانتماء والمواطنة.

اتجاهات المبحوثين نحو غرس قيم الانتماء والمواطنة		كثافة التعرض
معامل الارتباط Spearman's rho	.245	
مستوى المعنوية Sig	.010	
الدلالة	دالة	
العدد	٤٠٠	

تشير نتائج معامل ارتباط سبيرمان **Spearman's rho** لبيان العلاقة بين معدلات استخدام المبحوثين شبكات التواصل الاجتماعي، واتجاهاتهم نحو غرس قيم الانتماء والمواطنة إلى وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين معدلات استخدام الشباب الإماراتي (عينة الدِّراسة) لشبكات التواصل الاجتماعي، واتجاهاتهم نحو غرس قيم الانتماء والمواطنة، حيث بلغ معامل ارتباط **Spearman's rho** (.245)، عند مستوى معنوية (.010)، وهي علاقة ارتباطية دالة مما يشير إلى أنه كلما زادت معدلات استخدام شبكات التواصل الاجتماعي زاد معها غرس قيم الانتماء والمواطنة.

الفرض الثاني: توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين معدلات استخدام الشباب الإماراتي (عينة الدِّراسة) لشبكات التواصل الاجتماعي في متابعة القضايا الاجتماعية والسياسية، والتأثيرات الناتجة عن هذا الاستخدام نحو غرس قيم الانتماء والمواطنة.

جدول رقم (١٥)

نتائج معامل ارتباط سبيرمان **Spearman's rho** لبيان العلاقة بين معدلات استخدام شبكات التواصل في متابعة القضايا الاجتماعية والتأثيرات نحو غرس قيم الانتماء والمواطنة.

التأثيرات الناتجة نحو غرس قيم الانتماء والمواطنة		استخدام شبكات التواصل في متابعة القضايا الاجتماعية
معامل الارتباط Spearman's rho	.265	
مستوى المعنوية Sig	.003	
الدلالة	دالة	
العدد	٤٠٠	

تشير نتائج معامل ارتباط سبيرمان **Spearman's rho** لبيان العلاقة بين معدلات استخدام شبكات التواصل في متابعة القضايا الاجتماعية والتأثيرات نحو غرس قيم الانتماء والمواطنة إلى وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين معدلات استخدام شبكات

التواصل في متابعة القضايا الاجتماعية والتأثيرات نحو غرس قيم الانتماء والمواطنة ، حيث بلغ معامل ارتباط Spearman's rho (٠.265)، عند مستوى معنوية (0.003)، وهي علاقة ارتباطية دالة مما يشير إلى أنه كلما زادت معدلات استخدام شبكات التواصل الاجتماعي زاد معها تأثير غرس قيم الانتماء والمواطنة .

جدول رقم (١٦)

نتائج معامل ارتباط سبيرمان Spearman's rho لبيان العلاقة بين معدلات استخدام شبكات التواصل في متابعة القضايا السياسية والتأثيرات نحو غرس قيم الانتماء والمواطنة.

التأثيرات الناتجة نحو غرس قيم الانتماء والمواطنة		استخدام شبكات التواصل في متابعة القضايا السياسية
204.	معامل الارتباط Spearman's rho	
015.	مستوى المعنوية Sig	
دالة	الدلالة	
٤٠٠	العدد	

الفرض الثالث: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الشباب الإماراتي (عينة الدراسة) بحسب خصائصهم الديموغرافية (النوع، المستوى التعليمي، المستوى الاقتصادي الاجتماعي) في اتجاهاتهم نحو غرس قيم الانتماء والمواطنة.

جدول رقم (١٧)

نتائج اختبار t-test لدلالة الفروق بين الباحثين في اتجاهاتهم نحو غرس قيم الانتماء والمواطنة تبعاً لمتغير النوع

الدلالة	مستوى المعنوية Sig	درجات الحرية df	اختبار t-test قيمة T	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي Mean	العدد N	النوع	اتجاهات الباحثين نحو غرس قيم الانتماء والمواطنة
غير دالة	.458	398	.743	.60860	2.6032	247	ذكر	
				.64776	2.5556	153	أنثى	

تشير نتائج اختبار تحليل التباين ANOVA لدلالة الفروق بين الباحثين في اتجاهاتهم نحو غرس قيم الانتماء والمواطنة تبعاً لمتغير السن الى عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الباحثين في اتجاهاتهم نحو دور مواقع التواصل في غرس قيم الانتماء والمواطنة طبقاً لمتغير السن ، حيث بلغت قيمة اختبار تحليل التباين 846. عند مستوى معنوية 430. وهي قيمة غير دالة مما يعني عدم صحة الفرض الخاص بوجود فروق بين الباحثين في اتجاهاتهم نحو غرس قيم الانتماء والمواطنة تبعاً لمتغير السن.

جدول رقم (١٨)

نتائج اختبار تحليل التباين ANOVA لدلالة الفروق بين المبحوثين في اتجاهاتهم نحو غرس قيم الانتماء والمواطنة تبعاً لمتغير السن

الدلالة	مستوى المعنوية Sig	اختبار ANOVA قيمة F	متوسط المربعات	درجات الحرية df	مجموع المربعات	مصدر التباين	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي Mean	العدد N	السن	اتجاهات المبحوثين نحو غرس قيم الانتماء والمواطنة	
غير دالة	.430	.846	.329	2	.658	بين المجموعات	.68511	2.5269	93	أقل من ٢٥ سنة		
						داخل المجموعات	.61046	2.5887	248	٢٥ من إلى أقل من ٣٦ سنة		
												36 سنة فأكثر
												Total
				397	154.452	داخل المجموعات	.57566	2.6610	59			
				399	155.110	المجموع	.62350	2.5850	400	Total		

تشير نتائج اختبار تحليل التباين ANOVA لدلالة الفروق بين المبحوثين في اتجاهاتهم نحو غرس قيم الانتماء والمواطنة تبعاً لمتغير السن الى عدم وجود فروق ذات دلالة احصائية بين المبحوثين في اتجاهاتهم نحو دور مواقع التواصل في غرس قيم الانتماء والمواطنة طبقاً لمتغير السن ، حيث بلغت قيمة اختبار تحليل التباين .846. عند مستوى معنوية .430. وهي قيمة غير دالة مما يعني عدم صحة الفرض الخاص بوجود فروق بين المبحوثين في اتجاهاتهم نحو غرس قيم الانتماء والمواطنة تبعاً لمتغير السن.

جدول رقم (١٩)

نتائج اختبار تحليل التباين ANOVA لدلالة الفروق بين المبحوثين في اتجاهاتهم نحو غرس قيم الانتماء والمواطنة تبعاً لمتغير المستوى التعليمي

الدلالة	مستوى المعنوية Sig	اختبار ANOVA قيمة F	متوسط المربعات	درجات الحرية df	مجموع المربعات	مصدر التباين	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي Mean	العدد N	المستوى التعليمي	اتجاهات المبحوثين نحو غرس قيم الانتماء والمواطنة	
غير دالة	.976	.025	.010	2	.019	بين المجموعات	.60891	2.5882	34	تعليم متوسط		
						داخل المجموعات	.63487	2.5880	301	جامعي		
												فوق الجامعي
												Total
				397	155.091	داخل المجموعات	.58548	2.5692	65			
				399	155.110	المجموع	.62350	2.5850	400	Total		

تشير نتائج اختبار تحليل التباين ANOVA لدلالة الفروق بين المبحوثين في اتجاهاتهم نحو غرس قيم الانتماء والمواطنة تبعاً لمتغير المستوى التعليمي الى عدم وجود فروق ذات دلالة احصائية بين المبحوثين في اتجاهاتهم نحو دور مواقع التواصل في غرس قيم الانتماء والمواطنة طبقاً لمتغير المستوى التعليمي ، حيث بلغت قيمة اختبار تحليل التباين .025. عند

مستوى معنوية 976. وهي قيمة غير دالة مما يعني عدم صحة الفرض الخاص بوجود فروق بين المبحوثين في اتجاهاتهم نحو غرس قيم الانتماء والمواطنة تبعاً لمتغير المستوى التعليمي.

وهو ما يتعارض ما توصلت اليه دراسة فؤاد الدوسرى (٢٠١٧)^{٣١} حيث كشفت نتائجها عن وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات تقدير أفراد العينة التي تعزى لمتغيرات (المؤهل العلمي، سنوات الخبرة التدريسية)، وقد أوصت الدراسة بإدراج مادة لتدريس المواطنة الرقمية في التعليم العالي وتحديدًا في كلية التربية وإعداد المعلمين ، ورفع جانب الوعي في حقوق الملكية الفكرية لدى المعلمين ، وتنظيم دورة تدريبية عن الحماية وأمن المعلومات.

جدول رقم (٢٠)

نتائج اختبار تحليل التباين ANOVA لدلالة الفروق بين المبحوثين في اتجاهاتهم نحو غرس قيم الانتماء والمواطنة تبعاً لمتغير المهنة

المهنة	العدد N	المتوسط الحسابي Mean	الانحراف المعياري	مصدر التباين	مجموع المربعات	درجات الحرية df	متوسط المربعات	اختبار ANOVA قيمة F	مستوى المعنوية Sig	الدلالة
طالب أو باحث	47	2.5532	.61885	بين المجموعات	.055	2	.027	.070	.933	غير دالة
موظف	278	2.5899	.62802	داخل المجموعات	155.055	397	.391			
أعمال حرة	75	2.5867	.61717	المجموع	155.110	399				
Total	400	2.5850	.62350							

تشير نتائج اختبار تحليل التباين ANOVA لدلالة الفروق بين المبحوثين في اتجاهاتهم نحو غرس قيم الانتماء والمواطنة تبعاً لمتغير المهنة الى عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين المبحوثين في اتجاهاتهم نحو دور مواقع التواصل في غرس قيم الانتماء والمواطنة طبقاً لمتغير المهنة ، حيث بلغت قيمة اختبار تحليل التباين 070. عند مستوى معنوية 933. وهي قيمة غير دالة مما يعني عدم صحة الفرض الخاص بوجود فروق بين المبحوثين في اتجاهاتهم نحو غرس قيم الانتماء والمواطنة تبعاً لمتغير المهنة.

مناقشة النتائج:

1. جاء معدل استخدام المبحوثين لشبكات التواصل الإجتماعي، بنسبة ٥٤.٣% بشكل دائماً بينما اشارت نسبة ٣١% من العينة انهم احياناً مايقوموا بمتابعة شبكات التواصل الإجتماعي، في حين أكدت نسبة ١٤% انهم نادراً ما يقوموا بمتابعتها.
2. جاء تويتر في مقدمة شبكات التواصل الإجتماعي الأكثر استخداماً من قبل عينة الدراسة من الجمهور الإماراتي حيث بلغت نسبة الوزن النسبي ٨١.١٩، باتجاه عام دائماً يليها في الترتيب موقع انستجرام بوزن نسبي ٧٦.١٣ باتجاه عام احياناً، وفي

- الترتيب الأخير جاء موقع فيس بوك بوزن نسبي ٦٠.٨١ باتجاه عام احياناً، حيث جاءت نسبة الاستخدام الدائم للموقع بنسبة ٢١.٣% من الجمهور، ويستخدمه نسبة ٥٨% بدرجة ضعيفة، كما يستخدمه نسبة ١٠.٨% بدرجة متوسطة، بينما لا يستخدمه مطلقاً نسبة ١٠% من عينة الدراسة.
٣. جاءت متابعة الجمهور عينة الدراسة اربعة ايام فأكثر بنسبة ٥٤.٨% اي ان أكثر من نصف العينة يتابعون شبكات التواصل الإجتماعي عدد ايام أكثر خلال الاسبوع، كما أن نسبة ٣٦.٥% منهم يتابعونها من ٣ الى ٤ ايام مما يشير الي اهمية تلك الشبكات بالنسبة للجمهور، حيث يعتمد عليها نسبة كبيرة خلال حياتهم اليومية.
٤. جاءت المدة من ٥ ساعات فأكثر جاءت في مقدمة المدد التي يتابع فيها المبحوثين شبكات التواصل الإجتماعي، حيث جاءت بنسبة ٦٢.٣% من اجمالي عينة الدراسة، يليها من ساعتين الي ٤ ساعات في اليوم بنسبة ٣٠.٨% من اجمالي العينة.
٥. برز دافعي " متابعة الأخبار والأحداث المختلفة"، و" للحصول على معلومات عن موضوعات معينة" كأول دوافع واسباب متابعة المبحوثين لشبكات التواصل الإجتماعي بنسبة ٦٥%، يليها في الترتيب الثاني " عمل صداقات جديدة" و" للتعبير عن رأيك نحو الأحداث اليومية" بنسبة ٦١.٥%، ثم جاء كلا من " التواصل مع الآخرين من الأهل والأصدقاء" و" الاطلاع على الإعلانات" بنسبة ٥٠.٥%، ثم " متابعته بغرض العمل" و" لمشاركة يومياتك وصورك مع اصدقائك" بنسبة ٤٢.٥%، يليها " للتسلية وقضاء وقت الفراغ"، و" لتحقيق مكاسب مادية" بنسبة ٢٦%.
٦. تعتمد نسبة ٤٩.٨% على المواقع الاجتماعية في متابعة الموضوعات السياسية دائماً يليها احياناً في ٤٧.٣% واخيراً نادراً بنسبة ٣%، بينما تقوم عينة الدراسة بمتابعة القضايا والموضوعات الاجتماعية على شبكات التواصل الاجتماعي بصفة غير مستمرة (احياناً) بنسبة ٥١.٣%، يليها المتابعة المستمرة (نعم) بنسبة ٤٢.٨% وأخيراً نادراً ما يتابعونها بنسبة ٦%.
٧. تقوم عينة الدراسة بمتابعة المضامين المنشورة على شبكات التواصل الاجتماعي والتفاعل معهم من خلال (متابعة الخبر بأكمله) بنسبة ٣٩% من عينة الدراسة، يليها (اقرأ الخبر والتعليقات الواردة عليه) بنسبة ٣٨.٨%، يليها (أتابع جزء من الخبر والذي يحتوي على أهم المعلومات) بنسبة ١٧.٨% وأخيراً (اقوم بمتابعة سريعة والتركيز على العنوان فقط) بنسبة ٤.٥%.
٨. اسفرت النتائج الخاصة بطبيعة المحتوى المعروض عبر مواقع التواصل الاجتماعي من وجهة نظر عينة الدراسة من الجمهور الإماراتي، حيث جاء في مقدمة المقياس عبارة " موقعي الفيس بوك والانستجرام تلعب دوراً مهماً في التعريف بالقضايا السياسية والاجتماعية" بوزن نسبي 97.49، يليها عبارة " اصبح من الممكن الاستغناء عن وسائل الاعلام التقليدية ومتابعة الاخبار على موقعي الفيس بوك

والانستجرام" بوزن نسبي 94.99، وفي الترتيب الثالث جاءت عبارة " يساهم موقعي الفيس بوك والانستجرام في نشر الشائعات والأخبار الكاذبة" بوزن نسبي 94.74.

٩. جاءت مميزات شبكات التواصل الاجتماعي في تناول الموضوعات السياسية والاجتماعية، في " الحرية على مواقع التواصل الاجتماعي تتيح فهم القضايا المختلفة نتيجة تعددية الآراء" بوزن نسبي 94.82، يليها عبارة " تتميز الاخبار والقضايا على مواقع التواصل الاجتماعي بالفورورية" بوزن نسبي 94.24، وفي الترتيب الثالث جاءت عبارة " يلجأ السياسيون والقادة الرأي الى منصات التواصل الاجتماعي لنشر آرائهم وعرض القضايا بما يتوافق مع رأيهم" بوزن نسبي 90.99.

١٠. تثق عينة الدراسة في المعلومات المنشورة عبر شبكات التواصل الاجتماعي بدرجة متوسطة بنسبة ٥٠%، كما تثق بها بدرجة كبيرة بنسبة ٤٤.٨% مما يعني ان نسبة ٩٤.٨% من عينة الدراسة تثق بدرجات متفاوتة بالمضامين الاخبارية التي تتناولها مواقع التواصل الاجتماعي عن القضايا السياسية، بينما اشارت نسبة ٥.٣% بانهم لا يثقون بها مطلقاً.

١١. أكدت اراء المبحوثين فيما يتعلق بدور الدولة في دعم المواطنة والانتماء لدى الشباب أن الدولة تقوم بدور فعال في دعم المواطنة الصالحة والانتماء الواعي لدى الشباب، حيث جاءت عبارة " العدالة الاجتماعية تعنى تساوى الشعب في الحقوق والواجبات وهو ما تقوم به الدولة بشكل فاعل" بوزن نسبي 94.16 ، يليها عبارة "حرية الرأي مكفولة للجميع" بوزن نسبي 93.41، و"يعتبر تحقيق العدالة الاجتماعية والحصول على أجور عادلة حق من حقوق المواطنين التي تعمل الدولة على تلبيتها" بوزن نسبي 92.74، ثم جاءت كل من العبارات " لا تمارس الدولة أى شكل من اشكال التمييز بين المواطنين ، " أشعر بالانتماء عندما يتم عرض مضامين خاصة بالدولة واود الاشتراك بها " ، بوزن نسبي 92.32 في الترتيب الرابع.

١٢. جاءت عبارة " انا راضي تماماً عن سياسات الدولة التي تتخذها فيما يخص القضايا الاجتماعية والتنمية" بوزن نسبي 90.32 في مقدمة اراء المبحوثين عينة الدراسة حول دور مواقع التواصل الاجتماعي في تعريفهم بالقضايا السياسية والتأثير على شعورهم بالانتماء، يليها في الترتيب الثاني " توفر الدولة عدد من المشروعات التنموية حيث تسعى الى تحسين سمعتها لدى المجتمع الدولي ككل وقد نجت في ذلك" بوزن نسبي 90.16 ، وفي الترتيب الثالث جاءت العبارات " اقوم بمشاركة بعض المنشورات على صفحتي الخاصة والمتعلقة بالقضايا الاجتماعية والتنمية في الدولة"، لا انوى السفر خارجياً لأى بلد لأني احصل على كافة حقوقي في الدولة" بوزن نسبي 89.82.

١٣. تمثل دور شبكات التواصل الاجتماعي في تدعيم وغرس قيم الانتماء لدى المبحوثين من وجهة نظرهم، في عبارات " تغرس لدي حب الوطن واحترام معتقداته الدينية والثقافية" بوزن نسبي ٨٠ في الترتيب الاول، يليها عبارة " تحفزني على القيام

بالأنشطة التطوعية لخدمة الوطن " بوزن نسبي ٧٩.٣ في الترتيب الثاني، ثم " تدعوني للحفاظ على العادات والتقاليد المجتمعية" بوزن نسبي ٧٨.٧ في الترتيب الثالث.

١٤. جاءت عبارة " تغرس بداخلي اهمية الاعتزاز والفخر بقيادة الوطن ورموزة السياسية والدينية والتاريخية" بوزن نسبي ٨٤.٧، في مقدمة الاسس المرتبطة بالانتماء والتي تدعمها الصفحات الرسمية من خلال منشوراتها على شبكات التواصل الاجتماعي يليها عبارة " تجعلني ارتبط أكثر بتاريخ وطني وافتخر به" بوزن نسبي ٨٣.٧ في الترتيب الثاني، ثم عبارة " تغرس بداخلي تجنب الانانية وحب الذات" بوزن نسبي ٨٢.٣، يليها عبارة " تسهم في الحفاظ على التماسك الاسري والعائلي" بوزن نسبي ٨١.

١٥. أكدت النتائج ان شبكات التواصل الاجتماعي تعمل على تدعيم قيمة " الولاء للوطن" في مقدمة القيم التي تدعمها شبكات التواصل الاجتماعي بوزن نسبي ٨١، يليها عبارة " تنمي لدى حب الوطن والمحافظة عليه" بوزن نسبي ٨٠، ثم عبارة " تغرس بداخلي قيمة الانتماء للوطن" بوزن نسبي ٧٩، يليها عبارة " تعزز لدى قيمة الاعتزاز بالانتماء للوطن" بوزن نسبي ٧٨.٣، ثم " تنمي لدى قيمة الفخر بالاصول العربية" بوزن نسبي ٧٥، وأخيراً " تدعم لدي قيمة التعايش الوطني" بوزن نسبي ٧٤.٧.

التوصيات المقترحات:

- ١- زيادة الاعتماد على مواقع التواصل الاجتماعي في بث قيم الانتماء والمواطنة والاهتمام باستفسارات و آراء الشباب فيما يخص القضايا السياسية والاجتماعية.
- ٢- الرقابة الدائمة لمواقع التواصل الاجتماعي، ووضع ضوابط محددة لاستخدامها من الناحية الفنية والتقنية، وتفعيل قوانين ردع صارمة لمنع ترويج الشائعات وتداولها.
- ٣- عقد ندوات وورش عمل وبرامج تثقيفية في المؤسسات التربوية والجامعات والمكتبات العامة لتوعية الشباب باهمية قيم المواطنة ودورها في تنمية المجتمع.
- ٤- تصميم برامج تدريبية وإرشادية للشباب ترتبط بحاجاتهم النفسية والأمن الفكري لديهم ووقايتهم من برائن الانحراف

المراجع:

- ^١) صحيفة الرؤية ، بلغ عدد الحسابات النشطة على تطبيقات ومواقع التواصل الاجتماعي «يوتيوب، فيسبوك، إنستغرام، تويتر، ولينكد إن» في دولة الإمارات نحو ٣٢.٧٣ مليون حساب، بتاريخ الأحد، ٢٨ يونيو / حزيران ٢٠٢٠، متاح بموقع نبض على الإنترنت على : <https://nabd.com/s/74383056-f806f3>
- ^٢) Mohammed Ateeq Ali Sultan Aldhaheeri. (2022). E-Government Implementation and Citizen Satisfaction in UAE. International Journal of Business and Technology Management. Vol.4، No. 3، 217-229.
- ^٣) Thouraya Snoussi. (2022). COVID-19 and Fake News: Knowledge Assessment and Discrepancy of Social Media Users in the UAE. Algerian Communication Journal Volume 24 / N° 01 / P 71-79
- ^٤) Diamantino Ribeiro. (2022). he Reshuffle of the United Arab Emirates Government in 2020 and the New Context of Happiness as a Government Policy – Content Analysis with WebQDA. WCQR 2022، LNNS 466، pp. 278–291
- ^٥) Nadir Al Naqbi. (2022). The Influence of social media on Perceived Levels of National Security and Crisis: A Case Study of Youth in the United Arab Emirates. Sustainability 2022، 14(2).
- ^٦) نورة أحمد يوسف محمد، (٢٠٢١)، استخدام الشباب الإماراتي لمواقع التواصل الاجتماعي في المجال التطوعي - دراسة ميدانية، المجلة العربية لبحوث الإعلام والاتصال، (جامعة الأهرام الكندية، العدد ٣٢)، ص ص ٢٧٨ - ٣١٠.
- ^٧) شيريهان محمد نشأت المنيري، (٢٠٢٠)، دور شبكات التواصل الاجتماعي في تسويق سياسات قادة دولة الإمارات العربية المتحدة، رسالة ماجستير غير منشورة، (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، قسم العلاقات العامة والإعلان).
- ^٨) محمد حسن عبد الظاهر، (٢٠١٩)، استخدام المؤسسات الحكومية الإماراتية لوسائل التواصل الاجتماعي والاتصالات الحديثة وعلاقتها بالصورة الذهنية لتلك المؤسسات، رسالة دكتوراه غير منشورة، (جامعة عين شمس: كلية الآداب، قسم علوم الاتصال والإعلام).
- ^٩) حسام على سلامة (٢٠١٨). "استخدام شباب الجامعة في الإمارات لمواقع التواصل الاجتماعي والتأثيرات التي تحدثها"، المجلة العلمية لبحوث الإذاعة والتلفزيون، (جامعة القاهرة، كلية الإعلام)، المجلد ٢٠١٨، العدد ١٥، ص ص ٧٢-١.
- ^{١٠}) Homaro Gil de Zuniga, Brian Weeks, Alberto Ardèvol-Abreu (2017) Effects of the News-Finds-Me Perception in Communication: Social Media Use Implications for News Seeking and Learning about Politics, Journal of Computer-Mediated Communication, Vol. 22, Issue 3, pp. 105 – 123.
- ^{١١}) Nawaf Al-Tamimi. (2023). Qatar Blockade, Well-Being and Social Identity. Contributions to International Relations. 5(1).
- ^{١٢}) AMAL GHALIB ABDULLAH. (2023). The Association Between Social Media Use and Quality of Life Among the Population in Saudi Arabia. M. A thesis. AL Faisal University.
- ^{١٣}) Laura Marciano . (2023). Social media use and adolescents' well-being: A note on flourishing. *Front. Psychol.* 14:1092109
- ^{١٤}) Ali Ghafai. (2023). ssuming National Identity Awareness in Mass and social media with a Comparative Approach (Case study of Ardabil adolescents). Journal iranian political sociology. Vol. 5, No.11.

- ^{١٥} (محمد الشريف (٢٠٢٢). " دور مواقع التواصل الاجتماعي في تدعيم الانتماء الوطني لدى الشباب المصري- دراسة مسحية على عينة من شباب الجامعات"، مجلة البحوث الاعلامية، جامعة الازهر، كلية الاعلام، المجلد ٦٣، العدد ٣، أكتوبر ٢٠٢٢، الصفحة 1333-1376.
- ^{١٦} (السيد لطفي حسن (٢٠٢٢). " دور مواقع التواصل الاجتماعي في تطوير أنماط التفاعل الاجتماعي وتدعيم الانتماءات لدى الشباب المصري"، مجلة البحوث والدراسات الإعلامية، المعهد الدولي العالي للإعلام بالشروق، العدد ١٩، ص ١-٧١.
- ^{١٧} (كريمة كمال عبد اللطيف (٢٠٢٢). " شبكات التواصل الاجتماعي ودورها في تعزيز قيم المواطنة والانتماء لدى الشباب الجامعي"، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، العدد ٨١، الجزء الثالث، ص ٣٣٧-٣٧٤.
- ^{١٨} (علاء عبد الحميد(٢٠٠١)، يوسف الشامي، دور الاتصال المباشر والتلفزيون في نشر المعلومات الصحية العلمية بين الشباب المصري دراسة مقارنة، القاهرة، رسالة ماجستير غير منشورة، (جامعة القاهرة- كلية الإعلام- قسم الإذاعة والتلفزيون)، ص ٩١.
- ^{١٩} Jennings Bryant(2002), Dolf Zilman, "media effects. Advances in the ony and research" New jenseny, **Lawrence Erlbaum associates**,2 editionp537.
- ^{٢٠} (علاء عبد الحميد يوسف، مرجع السابق، ص ٩١-٩٢.
- ^{٢١}) Nelms, C., Allen, M.W., Craig, C.A., Riggs, S., (2017). Who is the adolescent environmentalist? Environmental attitudes, identity, media usage and communication orientation. **Environ. Commun.** 11 (4), p.537.
- ^{٢٢}) Mostafa, M.M., (2017). **Concern for global warming in six Islamic nations: a multilevel Bayesian analysis.** Sustainable Dev. 25 (1), p.63.
- ^{٢٣} (أمل جابر صالح (٢٠٠٠)، دور الصحف والتلفزيون في أمداد الجمهور المصري بالمعلومات عن الأحداث الخارجية، رسالة ماجستير غير منشورة، (جامعة القاهرة- كلية الإعلام قسم الإذاعة والتلفزيون)، ص ٢٦.
- ^{٢٤} (محمود حسن إسماعيل، (١٩٩٦)، مناهج البحث في اعلام الطفل، (ط١. القاهرة: دار النشر للجامعات)، ص ٨٤.
- ^{٢٥} (محمد عبد الحميد، (١٩٩٥)، بحوث الصحافة، (ط١، القاهرة: عالم الكتب)، ص ٩٢.
- ^{٢٦}) Reem Y.Alharami , (2016), "The role of Twitter Hashtags in Gulf States",MA,QatarUniversity, College of Arts and Sciences ,2016.p67.
- ^{٢٧} (نايف بن عبد العزيز بن محمد آل سعود (٢٠١٤). " دوافع استخدامات الشباب السعودي لشبكات التواصل الاجتماعي والإشباع المتحققة منها : دراسة ميدانية على طلاب جامعة الملك سعود في الفصل الثاني من العام ١٤٣٣ هـ"، مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، السعودية، جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية - عمادة البحث العلمي، العدد ٣٤، ص ٢٥٦.
- ^{٢٨} (ايمان عاشور حسين (٢٠١٨). " تفاعلية الشباب الجامعي على مواقع التواصل الاجتماعي وعلاقتها بالمواطنة الرقمية"، مجلة البحوث في مجالات التربية النوعية، جامعة المنيا - كلية التربية النوعية، العدد ١٧، ص ٧٥-١٢٥.
- ^{٢٩} (وليد سلمان الشراح (٢٠٢٠). " استخدام الشباب الكويتي لمواقع التواصل الاجتماعي والإشباع المتحققة منها: دراسة ميدانية"، حوليات اداب عين شمس، جامعة عين شمس - كلية الآداب، المجلد ٤٨، ص ٣١٤-٣٣٣.
- ^{٣٠} (امانى جمال مجاهد (٢٠١٠). " استخدام الشبكات الاجتماعية في تقديم خدمات مكتبية متطورة"، مجلة دراسات المعلومات، جامعة المنوفية، العدد(٨)، ص ٢.
- ^{٣١} (فؤاد فهيد الدوسرى (٢٠١٧). " مستوى توافر معايير المواطنة الرقمية لدى معلمى الحاسب الآلى"، مجلة دراسات فى المناهج وطرق التدريس، العدد (٢١٩)، الجمعية المصرية للمناهج وطرق التدريس، القاهرة، ص ١٠٧-١٤٠.