

اعتماد الشباب الإماراتي على مواقع التواصل الاجتماعي ودوره في تعزيز قيم المواطنة *Youth in the United Arab Emirates rely on social media and its role in promoting values of citizenship*

د. نورة أحمد يوسف محمد عبد الله الهوتي*

قسم الاتصال جامعة كلباء، الشارقة،

(الإمارات العربية المتحدة).

Nora.alhooti@ukb.ac.ae nalhooti@shariah.ac.ae

تاريخ القبول: 2024/04/16

تاريخ الارسال: 2023/12/18

ملخص: سعت الدراسة إلى التعرف على اعتماد الشباب الإماراتي على مواقع التواصل الاجتماعي ودوره في تعزيز قيم المواطنة، وهي دراسة وصفية، اعتمدت على منهج المسح، بالتطبيق على عينة عشوائية بلغت (400) مفردة من الشباب الإماراتي، مستندة إلى نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام، كما اعتمدت على الاستبانة أداة لجمع البيانات. وتوصلت الدراسة إلى نتائج أبرزها: أن أبرز تأثيرات مواقع التواصل الاجتماعي تمثلت في تعزيز قيم المواطنة، وإدراك أن الحفاظ على قيم المواطنة ضرورة لبناء الأوطان، والشعور من خلالها بأهمية المشاركة في الأنشطة والمناسبات العامة، وأنها تجعل المستخدم أكثر وعياً بمعايير بناء الأوطان وتنظيم العلاقات بين الأفراد (والدول)، وحول قيم المواطنة الرقمية التي يلتزم بها مستخدمو مواقع التواصل الاجتماعي، فقد جاء في مقدمتها (التزم بالولاء لدولة الإمارات، وأكون نموذجاً للقيم والعادات والتقاليد الإماراتية والإنسانية في العالم الرقمي - أحرص على حماية المعلومات الشخصية وعدم نشرها وأحافظ على خصوصية الآخرين)، ثم (أكون مسؤولاً عن تعاملتي مع العالم الرقمي، وأحترم القوانين والقواعد المنظمة لذلك)، و(أحترم الآخرين وخصوصيتهم وملكيتهم الفكرية، ولا أنتمر عليهم أو أتسبب في الضرر لعملهم أو هويتهم الرقمية).

الكلمات المفتاحية: الاعتماد على وسائل الإعلام؛ الشباب الإماراتي؛ مواقع التواصل الاجتماعي؛ قيم المواطنة.

Abstract: The study sought to identify the dependence of Emirati youth on social media and its role in promoting the values of citizenship, it is a descriptive study, which relied on the survey methodology, by applying it to a random sample of (400) individual Emirati youth, based on Media dependence theory, and relied on the questionnaire as a tool for data collection. The study found the most prominent results: from the dependence, and the most prominent effects of social media in promoting the values of citizenship, in the realization that preserving the values of citizenship is a necessity for building nations, and feeling through them the importance of participating in public activities and events, and that it makes the user more aware of the standards of building nations and regulating relations between individuals and countries), and about the values of digital citizenship. Which social media users adhere to, foremost of which is (I am committed to loyalty to the UAE, and being a model for Emirati and human values, customs and traditions in the digital world - I am keen to protect personal information and not publish it and preserve the privacy of others), then (I am responsible for my dealings with the digital world, and I respect the laws and rules governing this), and (I respect others, their privacy and intellectual property, and I do not bully them or cause harm to their work or digital identity).

Keywords: Reliance on the media; Emirati youth; social media; citizenship values.

مقدمة

يتميز العصر الحالي بتعدد وسائل الاتصال وتنوعها، وسهولة بث المعلومات ومشاركتها، والتأثير الكبير لوسائل الإعلام، خاصة الحديثة منها، التي غزت كل بيت، بل وأصبحت في متناول اليد في ظل التطور التكنولوجي الهائل، وسهولة الحصول على الأجهزة الذكية، مما تخطى حاجزي الزمان والمكان، فأصبحت المعلومة تتميز بسرعة البث والانتشار والوصول إلى عدد كبير من المستخدمين بشكل آني، وفي ظل ما أشارت إليه نتائج عديد من الدراسات العلمية من تنوع آثار استخدام مواقع التواصل الاجتماعي، سواء كانت إيجابية أو سلبية، ونظرًا لما يتميز به المجتمع الإماراتي من المشاركة والتفاعل في بيئة الإعلام الحديثة، والاستخدام المتزايد لشبكة الإنترنت، فإن الدراسة الحالية تسعى إلى البحث في اعتماد الشباب الإماراتي على مواقع التواصل الاجتماعي ودوره في تعزيز قيم المواطنة.

وفي قراءة تحليلية لأدبيات البحث العلمي في مجال الدراسة الحالية، ومنها على سبيل المثال: دراسة الحاج، يثرب، وبوزريان، زيد (2023)، التي أشارت إلى أن وسائل التواصل الاجتماعي أصبحت في الآونة الأخيرة جزءًا أساسيًا من الحياة اليومية خاصة بين الشباب حول العالم، ودراسة الخلفاني، عبد الجليل (2023)، التي هدفت إلى التعرف على أثر وسائل التواصل الاجتماعي في تشكيل المفاهيم الدينية لدى الشباب الجامعي في دولة الإمارات العربية المتحدة، وقد لاحظت الباحثة اهتمام تلك الدراسات بدراسة تأثير استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على الأفراد والمجتمعات، ومن هذا المنطلق تأتي الدراسة الحالية للتعرف على اعتماد الشباب الإماراتي على مواقع التواصل الاجتماعي ودوره في تعزيز قيم المواطنة، عبر تطبيق خطوات علمية منهجية.

1. مشكلة الدراسة

تنطلق الدراسة من ملاحظة الباحثة انتشار مواقع التواصل الاجتماعي وأدائها أدوارًا عديدة في المجتمع، في ظل الوفرة المعلوماتية والتنوع في الثقافات عبرها، ومع اختلاف الاتجاهات نحو دور مواقع التواصل الاجتماعي في التأثير في قيم المواطنة، وفي ضوء النظر إلى قيم المواطنة على أنها إحدى ضمانات الحفاظ على استقرار المجتمعات وتقدمها، وما تتمتع به كل بيئة من قيم وعادات، فإن الدراسة الحالية تسعى للتعرف على علاقة اعتماد الشباب الإماراتي على مواقع التواصل الاجتماعي ودوره في تعزيز قيم المواطنة.

2. أهمية الدراسة

تتمثل في محاولة الإضافة للمكتبة العلمية، وإثراء الدراسات المتعلقة بعلاقة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي بتعزيز قيم المواطنة، ويتوقع للدراسة أن تقدم نتائج ومعارف جديدة، مما يساهم في التعرف على أبعاد إحدى الظواهر الاجتماعية وفق إطار علمي محدد، وإلقاء الضوء على القضية للخروج بمؤشرات عملية يُستفاد منها لمعالجة الظواهر السلبية، وتعزيز الإيجابيات، ودعم جهود الدولة في عملية الضبط الاجتماعي.

3. الدراسات السابقة

أجرت الباحثة مسبقًا للدراسات السابقة ذات الصلة بموضوع الدراسة الحالية، التي تناولت اعتماد الشباب الإماراتي على مواقع التواصل الاجتماعي ودوره في تعزيز قيم المواطنة، ومن ثمّ تعرضها على النحو الآتي:

توصلت دراسة الحاج، يثرب، بوزيان، زيد (2023) إلى وجود صلة وثيقة بين استخدام الشباب الإماراتي لوسائل التواصل الاجتماعي والشعور بعدم الرضا حيال نمط حياتهم، كما توصلت دراسة خلفاني، عبد الجليل (2023) إلى وجود أثر لوسائل التواصل الاجتماعي في تشكيل المفاهيم الدينية لدى الشباب الجامعي في دولة الإمارات العربية المتحدة، وذلك بوجود علاقة ارتباطية بين مجالات وسائل التواصل الاجتماعي (مجال العقيدة الإسلامية، المجال الاجتماعي، المجال الاقتصادي، المجال السياسي، مجال قضايا التسامح) وتشكيل المفاهيم الدينية، وأشارت دراسة الدرعي، ناصر (2022) إلى أن وسائل التواصل الاجتماعي جعلت الشباب أكثر وعياً بالقضايا السياسية لوطنه ومحيطه الإقليمي، والعالم، وساعدت على رفع الوعي الثقافي لدى الشباب، وأظهرت دراسة العموش، أحمد، السويدي، سعاد (2022) وجود اتجاهات محايدة لدى الشباب الجامعي في دولة الامارات نحو استخدام الشائعات في وسائل التواصل الاجتماعي وتأثيرها في الأمن المجتمعي.

توصلت دراسة الشريف، محمد (2022) إلى أن 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 وأسسه وأبعاد المواطنة؛ لكنها أشارت إلى وجود مخاطر لمواقع التواصل الاجتماعي ومعوقات يمكن أن تحول دون الفاعلية الكاملة لهذه المنصات في تدعيم مظاهر الانتماء الوطني وقيمه وأسسه لدى الشباب المصري في ظل التهديدات والمخاطر التي أفرزتها، أهمها: الترويج للدعايات المغرضة، وتحفيز اتجاهات التفكك والعنف، والصراعات الاجتماعية والطائفية، ودعم خطابات التطرف بما يؤثر سلباً في البناء الفكري ومنظومة القيم الوطنية لدى الشباب.

في السياق ذاته، توصلت دراسة عساف، دينا (2021) إلى وجود علاقة ارتباطية عكسية ذات دلالة إحصائية بين كثافة استخدام المراهقين لمواقع التواصل الاجتماعي ومستوى القيم لديهم، وكذلك بين مستوى القيم لدى المراهقين ومستوى غايات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي لديهم، وعدم وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين مستوى القيم لدى المراهقين ومستوى ممارستهم للأنشطة التفاعلية عبر مواقع التواصل الاجتماعي، فيما كشفت دراسة السلمي، عبد الوهاب (2021) عن معارضة الشباب السعودي لفكرة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في تكوين شعور المواطنة الكونية لديهم، وبينت الدراسة الإمبريقية أن استخدام الشباب الجامعي لمواقع التواصل الاجتماعي جعلهم يرفضون فكرة مظاهر التعصب القبلي والجهوي، مؤمنين أكثر بوحدة الوطن ولحمته، وأظهرت الدراسة عدم إسهام استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في تحريض الشباب على الفوضى وزعزعة الاستقرار.

فيما أشارت دراسة حليلة، لمين، حمزة، سعودي (2021) إلى أن أغلبية المبحوثين يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي لفترة طويلة، وأن موقع فيسبوك أكثر الشبكات الاجتماعية استخداماً، كذلك فإن أكثر من 50% من المبحوثين يتقنون غالباً في المحتوى والمعلومات التي تنشر على شبكات التواصل الاجتماعي، وأن شبكات التواصل الاجتماعي تسهم في نشر قيم الانتماء الوطني، وفي السياق ذاته كشفت دراسة نور الدين، هميسي، ياسين، حامدي (2020) أن مواقع التواصل الاجتماعي تسهم في تعزيز عديد من القيم الاجتماعية لدى الشباب الجامعي، مثل: مساعدة المحتاج، والتعاون، واحترام الآخرين، وصلة الرحم، وتكوين الصداقات، والمسئولية الاجتماعية.

وتوصلت دراسة بكوش، إبراهيم، عطا الله، عبد الرحمان (2020) إلى أن فيسبوك إحدى الوسائل الجديدة للتواصل داخل المجتمع، إذ يسهم في ربط الفرد بمحيطه الاجتماعي عن طريق نظام اجتماعي إلكتروني، كذلك، فإن فيس بوك قد أثبت وجوده وأصبح تأثيره على قيم المواطنة كبيراً وواسعاً، كما تبينت أهمية هذه الشبكات وفعاليتها في تدعيم قيم المواطنة المتمثلة في المشاركة المجتمعية، والديمقراطية، والانتماء الوطني، وفي السياق ذاته أشارت دراسة البقمي، نجلا (2020) إلى إسهام مواقع التواصل الاجتماعي بدرجة كبيرة في تعزيز قيم تحمل المسؤولية والتعاون والولاء والتطوع، وأن مواقع التواصل أصبحت اليوم واقعاً نعيشه، ولا يمكن تجاهله أو تخطيه؛ لكنها تؤثر بالسلب في المجتمع عند الاستخدام المفرط.

أوجه الاستفادة من الدراسات السابقة:

- التعرف على أهداف تلك الدراسات، والنتائج التي توصلت إليها، من أجل البدء مما انتهى إليه الآخرون.
- تحديد أنواع تلك الدراسات والمناهج التي استخدمتها، والأدوات التي وظفتها، والأطر النظرية التي استندت إليه، وذلك للوصول إلى المنهج الملائم للدراسة الحالية، وقد اعتمدت غالبية الدراسات على منهج المسح، كما اعتمد معظمها على الاستبانة الإلكترونية أداة لجمع بيانات الدراسة، وتنوعت الأطر النظرية ما بين نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام، والاستخدامات والإشباع، والحمية القومية.
- دعمت نتائج الدراسات السابقة أهمية إجراء الدراسة الحالية للكشف عن العلاقة بين اعتماد الشباب الإماراتي على مواقع التواصل الاجتماعي وتعزيز قيم المواطنة.
- أعطت الدراسات السابقة للباحثة رؤية واضحة في كيفية البناء المنهجي للدراسة، من حيث صياغة المشكلة البحثية الخاصة بالدراسة وبلورتها، وتحديد أهدافها، وبناء تساؤلاتها.
- الاستفادة من الدراسات السابقة في تصميم أداة الدراسة، وإعدادها بشكل علمي بما يتناسب أهداف الدراسة وتساؤلاتها.
- الاستفادة من نتائج الدراسات السابقة في إجراء مقارنات بينها وبين النتائج التي تتوصل إليها الدراسة الحالية.

4. أهداف الدراسة:

- تسعى الدراسة إلى تحقيق هدف رئيس، يتمثل في: التعرف على دور اعتماد الشباب الإماراتي على مواقع التواصل الاجتماعي في تعزيز قيم المواطنة، وينبثق عنه أهداف فرعية على النحو الآتي:
- التعرف على طبيعة اعتماد المبحوثين على مواقع التواصل الاجتماعي في التعرف على قيم المواطنة
 - الكشف عن اتجاهات الشباب الإماراتي نحو دور مواقع التواصل الاجتماعي في تعزيز قيم المواطنة.
 - تحديد تأثيرات مواقع التواصل الاجتماعي في تعزيز قيم المواطنة لدى الشباب الإماراتي.
 - التعرف على قيم المواطنة الرقمية التي يلتزم بها مستخدمو مواقع التواصل الاجتماعي

5. الإطار النظري للدراسة (نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام):

تُرَكِّز نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام على أن العلاقات بين (وسائل الإعلام، والجمهور، والنظام الاجتماعي) تتسم بخصائص اجتماعية من الاعتماد المتبادل الذي تفرضه سمات المجتمع الحديث؛ إذ إن الأفراد يعتمدون على وسائل الإعلام كنظام فرعي لإدراك وفهم نظام فرعي آخر هو المحيط الاجتماعي حولهم، وبذلك تمثل وسائل

الإعلام مصادر رئيسة يعتمد عليها أفراد الجمهور في استقاء المعلومات عن الأحداث الجارية، وتزداد درجة الاعتماد بتعرض المجتمع لحالات من عدم الاستقرار تدفع أفراد الجمهور لاستقاء مزيد من المعلومات من وسائل الإعلام لفهم الواقع الاجتماعي حولهم (الدليمي، 2016، ص 231، 232).

يمكن تلخيص الفكرة الأساسية لنظرية الاعتماد في أن القدرة وسائل الاتصال على تحقيق قدر أكبر من التأثير المعرفي والعاطفي والسلوكي تزداد عندما تؤدي هذه الوسائل وظائف نقل المعلومات بشكل متميز ومكثف، وتزيد قوة هذا الاحتمال في حالة وجود عدم استقرار بنائي في المجتمع بسبب الصراع والتغيير، إضافة إلى ذلك، فإن فكرة تغيير سلوك الجمهور ومعارفه ووجدانه يمكن أن يصبح تأثيراً مرتداً لتغيير المجتمع ووسائل الاتصال، وذلك معنى العلاقة الثلاثية بين وسائل الاتصال والجمهور والمجتمع. (إسماعيل، 2003، ص 279).

وتعد وسائل الإعلام نظاماً معلوماتياً يسعى إليه الأفراد والمنظمات لبلوغ أهدافهم (مكاوي، والسيد، 2017، ص 314)، لذلك تستند الداسة الحالية إلى هذه النظرية لبحث دور اعتماد الشباب الإماراتي على مواقع التواصل الاجتماعي في تعزيز قيم المواطنة، ومن ثمّ تحديد تأثيرات هذه المواقع على هذه الفئة من المجتمع.

6. تساؤلات الدراسة:

تسعى الدراسة للإجابة عن تساؤل رئيس، يتمثل في: ما دور اعتماد الشباب الإماراتي على مواقع التواصل الاجتماعي في تعزيز قيم المواطنة، وينبثق عنه أهداف فرعية على النحو الآتي:

- ما معدل اعتماد الباحثين على مواقع التواصل الاجتماعي في التعرف على قيم المواطنة؟
- ما اتجاهات الشباب الإماراتي نحو دور مواقع التواصل الاجتماعي في تعزيز قيم المواطنة؟
- ما تأثيرات مواقع التواصل الاجتماعي في تعزيز قيم المواطنة لدى الشباب الإماراتي؟
- ما قيم المواطنة الرقمية التي يلتزم بها مستخدمو مواقع التواصل الاجتماعي؟

7. نوع الدراسة ومنهجها:

تعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية الاستكشافية Descriptive Studies؛ إذ تهدف إلى إلقاء الضوء على ظاهرة حديثة وهي استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وتعزيز قيم المواطنة، وتعتمد الدراسة على منهج المسح Survey Method، وطُبق هذا المنهج باستخدام المسح بالعينة، وفي إطاره تتبع الدراسة الحالية منهج المسح بشقيه: الوصفي؛ الذي يستهدف تصوير الوقائع والحقائق الجارية وتوثيقها، وجمع البيانات والمعلومات عن الظاهرة موضع البحث ورسم صورة واقعية لها. والتحليلي؛ بهدف اختبار العلاقة بين متغيرات الدراسة واستخلاص نتائجها.

8. مجتمع الدراسة وعينتها:

يتمثل مجتمع الدراسة في جميع الشباب مواطني دولة الإمارات العربية المتحدة المستخدم لمواقع التواصل الاجتماعي، ويرجع تحديد فئة الشباب لعدة اعتبارات منها: أنها تمثل أعلى الشرائح العمرية توأصلاً مع المستحدثات التكنولوجية والاتصالية، وتوظيفها بشكل جيد في إدارة حياتهم اليومية، ولصعوبة إجراء الدراسة على جميع أفراد المجتمع، طُبقت الدراسة على عينة عشوائية قوامها 400 مفردة من الشباب الإماراتي (18-35 عاماً).

9. أدوات جمع البيانات:

تعتمد الدراسة على صحيفة الاستقصاء الإلكترونية (Online questionnaire) أداة لجمع البيانات المطلوبة من المبحوثين عن طريق مواقع التواصل الاجتماعي، للوصول إلى ما يحقق أهداف الدراسة وما يتناسب مع طبيعتها بضرورة أن يكون المبحوثون من مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي، وتتضمن مجموعة من الأسئلة التي تقيس متغيرات الدراسة.

10-1. الخطوات المنهجية لإعداد استمارة الاستقصاء:

صممت الباحثة الاستمارة في ضوء تساؤلات الدراسة، وتشتمل على عدد من الأسئلة التي تقيس متغيرات الدراسة، وذلك في ضوء الخطوات الآتية:

10-2. تحديد البيانات المطلوبة لإعداد الاستمارة:

جمعت الباحثة معلومات حول موضوع الدراسة بما يتفق مع أهدافها ومشكلتها، وبما يؤدي إلى الإجابة عن تساؤلاتها.

10-3. إعداد الصحيفة في صورتها الأولية:

وذلك بإعداد الاستمارة متضمنة عددًا من الأسئلة المغلقة والأسئلة المفتوحة التي تتيح للمبحوث وضع إجابته الخاصة، وذلك بما يتفق مع أهداف الدراسة.

10-4. الاختبار القبلي:

قبل البدء في التطبيق النهائي للاستمارة على المبحوثين، أجرت الباحثة اختبارًا قبليًا للاستمارة على عينة من الجمهور قوامها (40) مفردة بواقع 10% من إجمالي عدد العينة البالغة 400 مفردة، وسيلة للتحقق من الوقت الذي يستغرقه المبحوث في الإجابة عن أسئلة الاستمارة، وكذلك معرفة مدى فهمه للأسئلة التي تحويها.

10-5. اختبار الصدق والثبات:

1. اختبار الصدق: وهو أن تقيس الأداة ما وضعت لقياسه، وأجرت الباحثة اختبار الصدق للتأكد من صدق محتوى الاستمارة، بعد تحديد أهداف الدراسة وترجمة ذلك في تساؤلات الاستبانة بعد الاطلاع على الدراسات السابقة، ثم وضعت الأسئلة التي تعنى بتحقيق أهداف الدراسة وتساؤلاتها، وعرضتها على محكمين وخبراء في مجال الإعلام للتأكد من دقة الاستمارة وصدقها، وإمكانية تحقيقها أهداف الدراسة، وأجرت التعديلات في ضوء آراء السادة المحكمين لتصبح في شكلها النهائي (*).

2. اختبار الثبات: يقصد بالثبات تحديد نسبة التغيير المنتظم في المقياس، ويقاس من خلال حساب الارتباط بين درجات القياس التي يحصل عليها عبر التطبيقات المختلفة للمقياس؛ فإذا كان الارتباط قويًا كان المقياس أكثر ثباتًا (زغيب، 2009، ص78)، وقد اعتمدت الباحثة على قياس الثبات من خلال استخدام معامل (ألفا - كرونباخ)، ويوضح جدول (1) ارتفاع قيمة معامل الثبات، مما يشير إلى صلاحية الأداة لقياس ما أعدت لقياسه، والاطمئنان لما تتوصل إليه من نتائج.

جدول (1) نتائج ثبات الاستبانة باستخدام معامل (ألفا - كرونباخ)

المتغيرات	معامل (ألفا - كرونباخ)
ثبات الاستبانة ككل	0.914

10. مفاهيم الدراسة:

المواطنة كلمة مستحدثة في اللغة العربية اختارها المعرّبون للتعبير عن كلمة (politeia) اليونانية، و(citoynnete) الفرنسية، و(citizenship) الإنجليزية (جرار، 2010، ص51)، وقد اشتقت المواطنة من كلمة (وطن)، وهو المكان الذي يقام به، وأوطن البلد أي اتخذه وطناً، والمواطن مكان إقامة الإنسان، وُلد به أو لم يُولد (أحمد، 2010، ص24).

وعرّفت دائرة المعارف البريطانية المواطنة بأنها علاقة بين فرد ودولة كما يحددها قانون تلك الدولة، بما تتضمنه تلك العلاقة من واجبات وحقوق متبادلة في تلك الدولة، وتشمل هذه المواطنة مرتبة الحرية وما ي صاحبها من مسؤوليات (نبيه، 2008، ص142).

وتحت عنوان "المواطنة الإيجابية ومميزات الشخصية الإماراتية على وسائل التواصل الاجتماعي"، وضعت الدولة مجموعة من القيم والسلوكيات للمواطنة الرقمية الإيجابية لدولة الإمارات، كما يلي (البوابة الرسمية لحكومة الإمارات العربية المتحدة):

- أن ألتزم بالولاء لدولة الإمارات، وأن أكون نموذجاً للقيم والعادات والتقاليد الإماراتية والإنسانية في العالم الرقمي.
- أن أمثل وطني أفضل تمثيل، وأن أدافع عن مكتسبات وسمعة الدولة في العالم الرقمي.
- أن أحترم الآخرين وخصوصيتهم وملكيّتهم الفكرية، ولا أتمتر عليهم أو أتسبب في الضرر لعملهم أو هويتهم الرقمية.
- أن أستخدم العالم الرقمي لتطوير مهاراتي ومواكبة التطورات واستشراف المستقبل تحقيقاً لرؤية الإمارات.
- أن أعزز قيم التضامن والتعاطف الاجتماعي والمعاملة بإيجابية، وأستخدم منصات التواصل الاجتماعي بحكمة.
- أن أحرص على حماية المعلومات الشخصية، وعدم نشرها وأحافظ على خصوصية الآخرين.
- أن أتأكد من مصداقية المحتوى الذي أقوم بنشره، أو الذي ألقاه من الآخرين، وأن أرجع إلى المصادر الموثوقة.
- أن أكون مسؤولاً عن تعاملي مع العالم الرقمي، وأن أحترم القوانين والقواعد المنظمة لذلك.
- أن أكون فعالاً في الحد من المحتوى الذي يتعارض مع القيم الأخلاقية والإنسانية.
- أن أحافظ على صحتي الجسدية والنفسية من خلال الموازنة وضبط الوقت بين العالم الافتراضي والواقعي.

11. المعالجة الإحصائية للبيانات:

بعد الانتهاء من جمع بيانات الدراسة الميدانية، تم ترميز البيانات وإدخالها إلى الحاسب الآلي، ثم معالجتها وتحليلها واستخراج النتائج الإحصائية وذلك باستخدام برنامج "الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية" "SPSS" (Statistical Package for Social Science)، من خلال استخدام التكرارات البسيطة Frequency والنسب المئوية Percent، والمتوسط الحسابي Mean، والانحراف المعياري Std. Deviation.

12. النتائج العامة للدراسة:

جدول (2) مواقع التواصل الاجتماعي التي يستخدمها المبحوثون

الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الإجمالي		درجة المتابعة						المواقع
		%	ك	لا		أحيانا		دائما		
				%	ك	%	ك	%	ك	
.3956	2.838	100.0	400	1.0	4	14.3	57	84.8	339	واتس أب
.4471	2.825	100.0	400	2.8	11	12.0	48	85.3	341	إنستغرام
.6558	2.605	100.0	400	9.5	38	20.5	82	70.0	280	سناب شات
.5694	2.233	100.0	400	7.3	29	62.3	249	30.5	122	يوتيوب
.8325	2.128	100.0	400	29.0	116	29.3	117	41.8	167	تيك توك
.7444	1.835	100.0	400	37.3	149	42.0	168	20.8	83	تويتر
.6251	1.427	100.0	400	64.5	258	28.3	113	7.3	29	لينكد إن
.4096	1.188	100.0	400	82.0	328	17.3	69	0.8	3	فيس بوك

تشير نتائج الجدول السابق إلى تصدر موقع (واتس أب) مواقع التواصل الاجتماعي التي يستخدمها المبحوثون بمتوسط حسابي 2.838، يليه (إنستغرام) في المرتبة الثانية بمتوسط حسابي 2.825، وفي المرتبة الثالثة (سناب شات) بمتوسط حسابي 2.605، وفي المرتبة الرابعة (يوتيوب) بمتوسط حسابي 2.233، يليه (تيك توك) في المرتبة الخامسة بمتوسط حسابي 2.128، ثم (تويتر) في المرتبة السادسة بمتوسط حسابي 1.835، فيما جاء موقع (لينكد إن) في المرتبة السابعة بمتوسط حسابي 1.427، بينما جاء موقع (فيس بوك) في المرتبة الأخيرة بمتوسط حسابي 1.188.

وبالنظر إلى المتوسطات الحسابية فإنها تقع بين 2.838 و1.188، أي بين الاستخدام المرتفع والمتوسط، وهو ما يتفق مع كشف عنه تقرير صادر عن موقع «غلوبال ميديا إنسايت» Global Media Insight (موقع الإمارات اليوم) عن وصول عدد الحسابات النشطة على تطبيقات ومنصات التواصل الاجتماعي في دولة الإمارات حتى يناير 2022 إلى نحو 38.63 مليون حساب، وأشار التقرير إلى ارتفاع مستخدمي الإنترنت في الإمارات، بتسجيل 95 ألف مستخدم جديد بين عامي 2021 و2022م، فيما بلغ معدل انتشار الإنترنت في الدولة 99% من إجمالي السكان حتى بداية عام 2022.

لكنها في الوقت ذاته تختلف في ترتيب المواقع، فقد كشف التقرير تصدّر موقع «يوتيوب» قائمة ترتيب منصات التواصل الاجتماعي حسب الاستخدام في الدولة بمعدل 91.1% ونحو 9.06 ملايين مستخدم، يليه «فيس بوك» في المرتبة الثانية، فيما تقدمت منصة «تيك توك» بشكل واضح لتحل المرتبة الثالثة، يليها «لينكد إن» في الترتيب الرابع، فيما حلت منصة «إنستغرام» في المرتبة الخامسة، وجاء ترتيب منصتي: «سناب شات»، و«تويتر» في المرتبتين السادسة والسابعة على التوالي.

جدول (3) اعتماد المبحوثين على مواقع التواصل الاجتماعي في التعرف على قيم المواطنة

الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	%	ك	المعدل
.7087	2.155	18.5	74	نادرًا
		47.5	190	أحيانًا
		34.0	136	دائمًا
		100.0	400	الإجمالي

تشير نتائج الجدول السابق إلى معدل اعتماد المبحوثين على مواقع التواصل الاجتماعي في التعرف على قيم المواطنة، وقد جاء في المقدمة المعدل المتوسط (أحياناً) بنسبة 47.5%، يليه (دائماً) بنسبة 34%، وأخيراً (نادراً) بنسبة 18.5%.

جدول (4) اتجاهات المبحوثين حول دور مواقع التواصل الاجتماعي في تعزيز قيم المواطنة

الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الإجمالي		درجة الموافقة						العبارات
		%	ك	معارض		محايد		موافق		
				%	ك	%	ك	%	ك	
.5324	2.717	100.0	400	4.0	16	20.3	81	75.8	303	تنمي مشاعر الوفاء تجاه الثوابت الوطنية والمكتسبات العامة
.5249	2.712	100.0	400	3.5	14	21.8	87	74.8	299	تعزز حرص المستخدم على الإبداع والعمل حباً لوطنه
.5419	2.692	100.0	400	4.0	16	22.8	91	73.3	293	تعمل على زيادة الوعي الجمعي تجاه المحافظة على المكتسبات الوطنية
.5687	2.680	100.0	400	5.3	21	21.5	86	73.3	293	تعزز بعض الحاجات النفسية مثل تقدير الوطن والانتماء
.5394	2.672	100.0	400	3.5	14	25.8	103	70.8	283	أصبحت أداة مهمة للتعريف بالثقافات وقبول الآخر
.5524	2.660	100.0	400	4.0	16	26.0	104	70.0	280	تعزز القدرة على العطاء ومساعدة الآخرين
.5729	2.633	100.0	400	4.8	19	27.3	109	68.0	272	تعرض وجهات نظر مختلفة حول ما تطرحه من موضوعات
.5825	2.608	100.0	400	5.0	20	29.3	117	65.8	263	تعمل على تحصيل الفكر الأمني لدى المستخدم بما ينمي المسؤولية الاجتماعية
.5812	2.555	100.0	400	4.5	18	35.5	142	60.0	240	تعمل على نشر ثقافة العمل التطوعي
.6448	2.517	100.0	400	8.3	33	31.8	127	60.0	240	تساهم مواقع التواصل في التوعية بالحقوق والواجبات
.6411	2.498	100.0	400	8.0	32	34.3	137	57.8	231	تقدم تحليلات وافية ومتعمقة عن الموضوعات التي تتناولها
.6392	2.450	100.0	400	8.0	32	39.0	156	53.0	212	تساهم في رفض مظاهر التعصب القبلي والجهوي
.6268	2.333	100.0	400	8.5	34	49.8	199	41.8	167	تتوافر فيها مصداقية عالية أكثر من وسائل الإعلام الأخرى
.7204	2.282	100.0	400	15.8	63	40.3	161	44.0	176	أصبحت أداة تشغل الشباب عن أداء أعمالهم وتضييع أوقاتهم
.7236	2.072	100.0	400	22.8	91	47.3	189	30.0	120	تساعد مواقع التواصل في تنفيذ أعمال مخالفة للقانون تضر بالمصالح العامة
.7579	2.045	100.0	400	26.5	106	42.5	170	31.0	124	تساعد في اختراق الخصوصية والاعتداء على حريات الآخرين
.8108	1.935	100.0	400	36.3	145	34.0	136	29.8	119	تركز على الجوانب السلبية وتتجاهل الإيجابيات
.7980	1.783	100.0	400	45.0	180	31.8	127	23.3	93	تعرض على الفوضى والخراب وزعزعة الأمن

تشير نتائج الجدول السابق إلى اتجاهات المبحوثين حول دور مواقع التواصل الاجتماعي في تعزيز قيم المواطنة، وقد جاء في مقدمتها أنها (تنمي مشاعر الولاء تجاه الثوابت الوطنية والمكتسبات العامة) بمتوسط حسابي 2.717، وفي المرتبة الثانية (تعزز حرص المستخدم على الإبداع والعمل حباً لوطنه) بمتوسط حسابي 2.712، وفي المرتبة الثالثة تعمل على زيادة الوعي الجمعي تجاه المحافظة على المكتسبات الوطنية) بمتوسط حسابي 2.692. فيما جاءت اتجاهات (تساعد في اختراق الخصوصية والاعتداء على حريات الآخرين- تركز على الجوانب السلبية وتتجاهل الإيجابيات- تحرض على الفوضى والخراب وزعزعة الأمن) في مراتب متأخرة بمتوسطات (2.045-1.935) على الترتيب.

وتتفق نتائج الدراسة مع ما توصلت إليه دراسة (الشريف، 2022)، التي أشارت إلى أن 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 وأساسه وأبعاد المواطنة.

جدول (5) اتجاهات المبحوثين حول دور مواقع التواصل الاجتماعي في تعزيز قيم المواطنة

مقياس اتجاهات المبحوثين	ك	%	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
الاتجاه السلبي	16	4.0	.6200	.56249
الاتجاه المحايد	120	30.0		
الاتجاه الإيجابي	264	66.0		
الإجمالي	400	100.0		

يتضح من نتائج مقياس اتجاهات المبحوثين حول دور مواقع التواصل الاجتماعي في تعزيز قيم المواطنة، تصدر الاتجاه الإيجابي بنسبة 66%، يليه الاتجاه المحايد بنسبة 30%، وأخيراً الاتجاه السلبي بنسبة 4%. وتتفق نتائج الدراسة الحالي مع ما أشارت إليه دراسة (حليمة، حمزة، 2021)، التي كشفت أن أكثر من 50% من المبحوثين يتقنون غالباً في المحتوى والمعلومات التي تنشر على شبكات التواصل الاجتماعي، وأن شبكات التواصل الاجتماعي تسهم في نشر قيم الانتماء الوطني، ودراسة (نور الدين، ياسين، 2020)، التي أشارت إلى أن مواقع التواصل الاجتماعي تسهم في تعزيز عديد من القيم الاجتماعية لدى الشباب الجامعي، مثل: مساعدة المحتاج، والتعاون، واحترام الآخرين، وصلة الرحم، وتكوين الصداقات، والمسئولية الاجتماعية.

جدول (6) تأثيرات مواقع التواصل الاجتماعي في تعزيز قيم المواطنة

التأثيرات	درجة الموافقة								
	الإجمالي		معارض		محايد		موافق		
	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
أدركت أن الحفاظ على قيم المواطنة ضرورة لبناء الأوطان	100.0	400	3.8	15	23.0	92	73.3	293	5364
أشعر من خلالها بأهمية المشاركة في الأنشطة والمناسبات العامة	100.0	400	3.3	13	24.5	98	72.3	289	5288

.5537	2.685	100.0	400	4.5	18	22.5	90	73.0	292	تجعلني أكثر وعيًا بمعايير بناء الأوطان وتنظيم العلاقات بين الأفراد والدول
.5547	2.667	100.0	400	4.3	17	24.8	99	71.0	284	تمدني بالمعلومات حول الأنشطة الوطنية التي يمكنني المشاركة فيها
.5776	2.665	100.0	400	5.5	22	22.5	90	72.0	288	تزيد من قدرتي على المشاركة ومساعدة الآخرين
.5433	2.660	100.0	400	3.5	14	27.0	108	69.5	278	تزيد من معرفتي حول قضايا المواطنة
.5747	2.660	100.0	400	5.3	21	23.5	94	71.3	285	تنمي ثقافتي للحفاظ على مكتسبات الوطن ومقدراته
.5943	2.588	100.0	400	5.5	22	30.3	121	64.3	257	أستطيع من خلالها التعبير عن رأيي في الموضوعات المختلفة
.6321	2.580	100.0	400	7.8	31	26.5	106	65.8	263	جعلتني أحرص على المشاركة في المبادرات والأعمال التطوعية

تشير نتائج الجدول السابق إلى تأثيرات مواقع التواصل الاجتماعي في تعزيز قيم المواطنة، وقد جاء في مقدمتها التأثيرات الوجدانية المتمثلة في عبارات (أدركت أن الحفاظ على قيم المواطنة ضرورة لبناء الأوطان- أشعر من خلالها بأهمية المشاركة في الأنشطة والمناسبات العامة- تجعلني أكثر وعيًا بمعايير بناء الأوطان وتنظيم العلاقات بين الأفراد والدول)، فيما جاء تأثيرا (أستطيع من خلالها التعبير عن رأيي في الموضوعات المختلفة- جعلتني أحرص على المشاركة في المبادرات والأعمال التطوعية) وهما من العبارات التي تدل على التأثيرات السلوكية. وتختلف نتائج الدراسة الحالية مع دراسة (السلمي، 2021)، التي كشفت عن معارضة الشباب السعودي لفكرة إسهام استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في تكوين شعور المواطنة الكونية لديهم.

جدول (7) مقياس تأثيرات مواقع التواصل الاجتماعي في تعزيز قيم المواطنة

مقياس التأثيرات	ك	%	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
المستوى المنخفض	12	3.0	2.7275	.50881
المستوى المتوسط	85	21.25		
المستوى المرتفع	303	75.75		
الإجمالي	400	100.0		

يتضح من نتائج مقياس تأثيرات مواقع التواصل الاجتماعي في تعزيز قيم المواطنة، تصدر المستوى المرتفع بنسبة 75.75%، يليه المستوى المتوسط بنسبة 21.25%، وأخيراً المستوى المنخفض بنسبة 3%.

جدول (8) قيم المواطنة الرقمية التي يلتزم بها مستخدمو مواقع التواصل الاجتماعي

الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الإجمالي		درجة الموافقة						قيم المواطنة الرقمية
		ك	%	معارض		محايد		موافق		
				ك	%	ك	%	ك	%	
.3703	2.865	400	100.0	4	1.0	46	11.5	350	87.5	التزم بالولاء لدولة الإمارات، وأكون نموذجًا للقيم والعادات

										والتقاليد الإماراتية والإنسانية في العالم الرقمي
.3964	2.865	100.0	400	2.0	8	9.5	38	88.5	354	أحرص على حماية المعلومات الشخصية وعدم نشرها وأحافظ على خصوصية الآخرين
.3727	2.863	100.0	400	1.0	4	11.8	47	87.3	349	أكون مسؤولاً عن تعاملي مع العالم الرقمي، وأحترم القوانين والقواعد المنظمة لذلك
.3799	2.855	100.0	400	1.0	4	12.5	50	86.5	346	أحترم الآخرين وخصوصيتهم وملكيتهم الفكرية، ولا أتتمر عليهم أو أتسبب في الضرر لعملهم أو هويتهم الرقمية
.4140	2.845	100.0	400	2.0	8	11.5	46	86.5	346	أتأكد من مصداقية المحتوى الذي أنشره، أو الذي ألقاه من الآخرين، وأرجع إلى المصادر الموثوقة
.3934	2.840	100.0	400	1.0	4	14.0	56	85.0	340	أمثل وطني أفضل تمثيل وأدافع عن مكتسبات وسمعة الدولة في العالم الرقمي
.4334	2.812	100.0	400	1.8	7	15.3	61	83.0	332	أكون فعالاً في الحد من المحتوى الذي يتعارض مع القيم الأخلاقية والإنسانية
.4465	2.810	100.0	400	2.3	9	14.5	58	83.3	333	أعزز قيم التضامن والتعاطف الاجتماعي والمعاملة بإيجابية، وأستخدم منصات التواصل الاجتماعي بحكمة
.4817	2.798	100.0	400	3.5	14	13.3	53	83.3	333	أستخدم العالم الرقمي لتطوير مهاراتي ومواكبة التطورات واستشراف المستقبل تحقيقاً لرؤية الإمارات
.4575	2.785	100.0	400	2.0	8	17.5	70	80.5	322	أحافظ على صحتي الجسدية والنفسية من خلال الموازنة وضبط الوقت بين العالم الافتراضي والواقعي

تشير نتائج الجدول السابق إلى قيم المواطنة الرقمية التي يلتزم بها مستخدمو مواقع التواصل الاجتماعي، وقد جاء في مقدمتها (اللتزم بالولاء لدولة الإمارات، وأكون نموذجاً للقيم والعادات والتقاليد الإماراتية والإنسانية في العالم الرقمي - أحرص على حماية المعلومات الشخصية وعدم نشرها وأحافظ على خصوصية الآخرين) بمتوسط حسابي 2.865 لكل منهما، وفي المرتبة الثانية (أكون مسؤولاً عن تعاملي مع العالم الرقمي، وأحترم القوانين والقواعد المنظمة لذلك) بمتوسط حسابي 2.863، وفي المرتبة الثالثة (أحترم الآخرين وخصوصيتهم وملكيتهم الفكرية، ولا أتتمر عليهم أو أتسبب في الضرر لعملهم أو هويتهم الرقمية) بمتوسط حسابي 2.855، فيما جاءت عبارات (أعزز قيم التضامن والتعاطف الاجتماعي والمعاملة بإيجابية، وأستخدم منصات التواصل الاجتماعي بحكمة - أستخدم العالم الرقمي لتطوير مهاراتي ومواكبة التطورات واستشراف المستقبل تحقيقاً لرؤية الإمارات - أحافظ على صحتي الجسدية والنفسية من خلال الموازنة وضبط الوقت بين العالم الافتراضي والواقعي) في مراتب متأخرة بمتوسطات (2.810 - 2.798 - 2.785) على الترتيب.

جدول (9) مقياس قيم المواطنة الرقمية التي يلتزم بها مستخدمو مواقع التواصل الاجتماعي

مقياس قيم المواطنة	ك	%	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
المستوي المنخفض	4	1.0	2.8925	.34093
المستوي المتوسط	35	8.75		
المستوي المرتفع	361	90.25		
الإجمالي	400	100.0		

يتضح من نتائج مقياس قيم المواطنة الرقمية التي يلتزم بها مستخدمو مواقع التواصل الاجتماعي، تصدر المستوى المرتفع بنسبة 90.25%، يليه المستوى المتوسط بنسبة 8.75%، وأخيراً المستوى المنخفض بنسبة 1%. وتختلف الدراسة الحالية مع ما توصلت إليه دراسة (عساف، 2021)، التي أشارت إلى وجود علاقة ارتباطية عكسية ذات دلالة إحصائية بين كثافة استخدام المراهقين لمواقع التواصل الاجتماعي ومستوى القيم لديهم، وكذلك بين مستوى القيم لدى المراهقين ومستوى غايات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي لديهم. ويمكن تفسير تلك النتائج في إطار ارتفاع وعي الشباب الإماراتي بالمبادئ والقيم التي تطلقها الحكومة، فيحرص على الالتزام بها، وهو ما يعزز العلاقة بين المواطن والدولة في تبني تلك القيم والمبادئ.

13. مناقشة نتائج الدراسة:

توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أبرزها ما يلي:

- فيما يتعلق بمعدل اعتماد المبحوثين على مواقع التواصل الاجتماعي في التعرف على قيم المواطنة، فقد جاء في المقدمة المعدل المتوسط (أحياناً) بنسبة 47.5%، يليه (دائماً) بنسبة 34%، وأخيراً (نادراً) بنسبة 18.5%.
- أما ما يتعلق باتجاهات المبحوثين حول دور مواقع التواصل الاجتماعي في تعزيز قيم المواطنة، فقد جاء في مقدمتها أنها (تنمي مشاعر الوفاء تجاه الثوابت الوطنية والمكتسبات العامة) بمتوسط حسابي 2.717، وفي المرتبة الثانية (تعزز حرص المستخدم على الإبداع والعمل حباً لوطنه) بمتوسط حسابي 2.712، وفي المرتبة الثالثة تعمل على زيادة الوعي الجمعي تجاه المحافظة على المكتسبات الوطنية) بمتوسط حسابي 2.692. فيما جاءت اتجاهات (تساعد في اختراق الخصوصية والاعتداء على حريات الآخرين- تركز على الجوانب السلبية وتتجاهل الإيجابيات- تحرض على الفوضى والخراب وزعزعة الأمن) في مراتب متأخرة بمتوسطات (2.045 - 1.935 - 1.783) على الترتيب.
- كذلك فيما يتعلق بتأثيرات مواقع التواصل الاجتماعي في تعزيز قيم المواطنة، فقد جاء في مقدمتها التأثيرات الوجدانية المتمثلة في عبارات (أدركت أن الحفاظ على قيم المواطنة ضرورة لبناء الأوطان- أشعر من خلالها بأهمية المشاركة في الأنشطة والمناسبات العامة- تجعلني أكثر وعياً بمعايير بناء الأوطان وتنظيم العلاقات بين الأفراد والدول)، فيما جاء تأثيراً (أستطيع من خلالها التعبير عن رأيي في الموضوعات المختلفة- جعلتني أحرص على المشاركة في المبادرات والأعمال التطوعية) وهما من العبارات التي تدل على التأثيرات السلوكية.

- وحول قيم المواطنة الرقمية التي يلتزم بها مستخدمو مواقع التواصل الاجتماعي، فقد جاء في مقدمتها (الالتزم بالولاء لدولة الإمارات، وأكون نموذجًا للقيم والعادات والتقاليد الإماراتية والإنسانية في العالم الرقمي- أحرص على حماية المعلومات الشخصية وعدم نشرها وأحافظ على خصوصية الآخرين) بمتوسط حسابي 2.865 لكل منهما، وفي المرتبة الثانية (أكون مسؤولاً عن تعاملي مع العالم الرقمي، وأحترم القوانين والقواعد المنظمة لذلك) بمتوسط حسابي 2.863، وفي المرتبة الثالثة (أحترم الآخرين وخصوصيتهم وملكيتهم الفكرية، ولا أتمر عليهم أو أتسبب في الضرر لعملهم أو هويتهم الرقمية) بمتوسط حسابي 2.855، فيما جاءت عبارات (أعزز قيم التضامن والتعاطف الاجتماعي والمعاملة بإيجابية، وأستخدم منصات التواصل الاجتماعي بحكمة- أستخدم العالم الرقمي لتطوير مهاراتي ومواكبة التطورات واستشراف المستقبل تحقيقاً لرؤية الإمارات- أحافظ على صحتي الجسدية والنفسية من خلال الموازنة وضبط الوقت بين العالم الافتراضي والواقعي) في مراتب متأخرة بمتوسطات (2.810-2.798-2.785) على الترتيب.

المراجع:

- أحمد، سناء علي، (2010)، تربية المواطنة في ضوء التحديات المعاصرة- المواطنة في الفلسفات المختلفة، القاهرة، دار العام والإيمان للنشر والتوزيع.
- إسماعيل، محمود حسن، (2003)، مبادئ علم الاتصال ونظريات التأثير، القاهرة، دار العالمية للنشر والتوزيع.
- البقمي، نجلا، (2020)، مواقع التواصل الاجتماعي وعلاقتها بمنظومة القيم الاجتماعية لدى الشباب: دراسة ميدانية، مجلة بحوث كلية الآداب، مج31، ع121، ص ص 2281-2305.
- بكوش، إبراهيم، عطا الله، عبد الرحمان، (2020)، دور مواقع التواصل الاجتماعي في تعزيز قيم المواطنة الفايبيوك نموذجاً، رسالة ماجستير غير منشورة، قسم العلوم الاجتماعية، كلية العلوم الانسانية والاجتماعية، جامعة الوادي.
- جرار، أماني غازي، (2010)، المواطنة العالمية، عمان، دار وائل للنشر والتوزيع.
- الحاج، يثرب، وبوزيان، زيد (2023)، تأثير وسائل التواصل الاجتماعي على الذات لدى الشباب في الإمارات العربية المتحدة، الرئيسية / المحفوظات / مجلد 20 عدد 4 (2023): مجلة جامعة الشارقة للعلوم الانسانية والاجتماعية، مج20، ع4، doi: 10.36394/jhss/20/4/3.
- حليلة، لمين، حمزة، سعودي، (2021)، استخدام شبكات التواصل الاجتماعي ودورها في ترسيخ قيم المواطنة لدى الطلبة الجزائريين، مذكرة لنيل درجة الماستر، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة محمد بوضياف بالمسيلة.
- الخلفاني، عبد الجليل (203)، أثر وسائل التواصل الاجتماعي في تشكيل المفاهيم الدينية لدى الشباب الجامعي في دولة الإمارات العربية المتحدة، مجلة البحث في التربية وعلم النفس، مج38، ع4، ج1، أكتوبر، ص ص 595-616.
- الدرعي، ناصر (2022)، وسائل التواصل الاجتماعي ودورها في تنمية وعي الشباب بدولة الامارات العربية المتحدة "دراسة ميدانية"، مجلة كلية الآداب، جامعة المنصورة، مج70، ع70. DOI: 10.21608/artman.2021.88706.1261
- الدليمي، عبد الرزاق. (2016). نظريات الاتصال في القرن الحادي والعشرين. دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع.

- زغيب، شيماء ذو الفقار، (2009)، مناهج البحث والاستخدامات الإحصائية في الدراسات الإعلامية، القاهرة، الدار المصرية اللبنانية.
- السلمي، عبد الوهاب، (2021)، أثر استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في تعزيز قيم المواطنة الرقمية لدى الشباب السعودي، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، مج 2021، ع 76، يوليو 2021، ص ص 507-545.
- الشريف، محمد، (2022)، دور مواقع التواصل الاجتماعي في تدعيم الانتماء الوطني لدى الشباب المصري- دراسة مسحية على عينة من شباب الجامعات، مجلة البحوث الإعلامية، جامعة الأزهر، كلية الإعلام، مج 63، ع3، أكتوبر 2022، ص ص 1303-1360.
- عساف، دينا، (2021)، الاستخدام القيمي لوسائل التواصل الاجتماعي بالتطبيق على عينة من المراهقين- في إطار نظرية الحتمية القيمية، مجلة البحوث الإعلامية، مج 56، ع1، 2021، ص ص 363-412.
- العموش، أحمد، والسويدي، سعاد (2022)، استخدام الشائعات في وسائل التواصل الاجتماعي وتأثيرها على الأمن المجتمعي من وجهة نظر الشباب الجامعي في مجتمع الإمارات. مجلة الآداب، مج1، ع141، ص ص 487-510.
- مكايي، حسن، والسيد، ليلي. (2017). الاتصال ونظرياته المعاصرة. الدار المصرية اللبنانية.
- نبيه، نسرين عبد الحميد، (2008)، مبدأ المواطنة بين الجدل والتطبيق، الإسكندرية، مركز الإسكندرية للكتاب.
- نور الدين، هميسي، ياسين، حامدي، (2020)، أثر مواقع التواصل الاجتماعي على القيم الاجتماعية لدى الشباب الجزائري، دراسة في ضوء الحتمية القيمية في الإعلام، مجلة الدراسات الإعلامية، المركز الديمقراطي العربي، برلين، ألمانيا، عدد 11، 2020.
- البوابة الرسمية لحكومة دولة الإمارات العربية المتحدة، متاح من خلال الرابط-<https://u.ae/ar-digital-citizenship> تم الاطلاع بتاريخ 2022/11/26م.
- موقع الإمارات اليوم، 38.6 مليون حساب على منصات «التواصل الاجتماعي» في الإمارات، من خلال الرابط <https://www.emaratalyom.com/business/local/2022-03-22-1.1613313> تم الاطلاع بتاريخ 2022/11/26م.

* عُرضت الاستبانة على السادة الأساتذة الآتية أسماؤهم:

- أ.د/ أحمد فاروق، أستاذ الإعلام المشارك- ورئيس قسم العلاقات العامة كلية الاتصال جامعة الشارقة.
- أ.د/ خالد جاويش، أستاذ الإعلام المشارك - كلية الاتصال وعلوم الإعلام جامعة زايد.
- أ.د/ محمد فؤاد، أستاذ الإعلام المساعد (المشارك)- كلية الإعلام جامعة الأزهر.
- أ.د/ نجوى فهمي، أستاذ الإعلام المشارك - كلية الاتصال وعلوم الإعلام جامعة زايد.