

خطة بحثية لدرجة البكالوريوس في الإعلام الرقمي

دور صناع المحتوى الإماراتيين في تعزيز الهوية الوطنية عبر المنصات الرقمية

دراسة ميدانية على عينة الشباب في دولة الإمارات

إعداد: لولة عبيد الجابري

الرقم الأكاديمي: 232000348

إشراف:

د. توفيق عمري

Midocean University



College of Media and Marketing

Bachelor of Digital Media

A Research Proposal Submitted in Partial Fulfilment of the
Requirements for the Bachelor of Digital Media

**The Role of Emirate Content Creators in Enhancing
National Identity through Digital Media Platforms**

Prepared by: Lulua Obaid Aljaberi

ID: 232000348

Supervised by:

Dr. Tewfik Amri

2026

الملخص

جاءت هذه الدراسة تحت عنوان دور صناع المحتوى الإماراتيين في تعزيز الهوية الوطنية. دراسة ميدانية على عينة من الشباب الإماراتيين، حيث قام المبحوثين في إبراز مدى دور صناع المحتوى الإماراتيين في تعزيز الهوية الوطنية بالاعتماد على المنهج الوصفي، حيث أجريت الدراسة على مجتمع دراسة تم حصر فيه 41 مفردة من الشباب الإماراتيين، وبالاعتماد على أداة الاستبيان الإلكتروني لجمع البيانات وتوصلت هذه الدراسة إلى مجموعة من النتائج منها:

لصناع المحتوى الإماراتيين دور كبير في تعزيز الهوية الوطنية.

أغلب المبحوثين يتابعون صناع المحتوى عبر المنصات الرقمية.

المحتوى المرتبطة بالعادات والتقاليد له تأثير أوضح.

الاتجاه العام للجمهور كان إيجابي تجاه صناع المحتوى.

المنصات الرقمية تساعد في نشر الهوية والقيم الوطنية.

يوجد مساهمات ودعم واضح من الدولة لصناع المحتوى.

الفهرس

3.....	الملخص
7.....	المقدمة
8.....	الإطار العام للدراسة
8.....	الإشكالية
9.....	تساؤلات الدراسة
9.....	فرضيات الدراسة
10.....	أسباب اختيار الموضوع
10.....	الدوافع الذاتية
10.....	الدوافع الموضوعية
10.....	الدوافع المهنية
10.....	أهمية الدراسة
10.....	الأهمية العلمية
11.....	الأهمية العلمية
11.....	الأهمية المجتمعية
11.....	أهداف الدراسة
11.....	تحديد القيم والمفاهيم
11.....	السَّع
12.....	صناع المحتوى
12.....	الهوية الوطنية
13.....	المنصات الرقمية
13.....	القيم الاجتماعية
13.....	الدراسات السابقة
13.....	الدراسة الأولى
14.....	الدراسة الثانية

14	الدراسة الثالثة
15	الدراسة الرابعة
16	المقاربة النظرية للدراسة
16	أولاً: نظرية الاستخدامات والإشاعات
17	ثانياً: نظرية التأطير الإعلامي
17	ثالثاً: نظرية التأثير الإعلامي
18	منهج ونوع الدراسة
18	منهج الدراسة
18	نوع الدراسة
18	عينة الدراسة
19	أدوات جمع البيانات
19	مجالات الدراسة
20	الدراسة الميدانية وتحليل البيانات
20	المحور الأول: البيانات الديموغرافية لعينة الدراسة
20	أولاً: الجنس
20	ثانياً: العمر
20	ثالثاً: المستوى التعليمي
21	رابعاً: الحالة الوظيفية
21	المحور الثاني: استخدامات وسائل التواصل الاجتماعي يومياً
21	أولاً: عدد ساعات استخدام وسائل التواصل الاجتماعي يومياً
21	ثانياً: متابعة صناع المحتوى الإماراتيين
22	ثالثاً: المنصات المستخدمة في متابعة صناع المحتوى الإماراتيين
22	المحور الثالث: دور صناع المحتوى الإماراتيين في تعزيز السنع والقيم
23	المحور الرابع: دور صناع المحتوى في تعزيز الهوية الوطنية
24	المحور الخامس: دعم الدولة لصناع المحتوى
25	المحور الخامس: التقييم العام
26	المحور السادس: دور صناع المحتوى الإماراتيين في تعزيز السنع والهوية الوطنية (آليات ونماذج)
26	أولاً: آليات تعزيز الهوية الوطنية عبر صناع المحتوى الإماراتيين

26	ثانياً: نماذج صناع المحتوى الإماراتيين المؤثرين في الهوية الوطنية
27	خلاصة المحور
27	النتائج العامة للدراسة
Error! Bookmark not defined.	قائمة المراجع
Error! Bookmark not defined.	النظريات
Error! Bookmark not defined.....	Katz, Blumler & Gurevitch
Error! Bookmark not defined.....	Entman (التأطير)
Error! Bookmark not defined.....	McCombs & Shaw (Agenda Setting)
Error! Bookmark not defined.	الدراسات السابقة (الإمارات)
Error! Bookmark not defined.	منهجية البحث
29.....	المراجع

المقدمة

يشهد العالم تطوراً كبيراً الذي أدى لتطور وسائل الاعلام في العصر الحديث، وقد أدى لانتشار المنصات الرقمية بين جميع فئات المجتمع، مما قد ساهم في التأثير على طريقة التواصل والسلوكيات لأفراد، ولها دور كبير في تشكيل الآراء والاتجاهات، إضافة إلى ذلك استخدامها في عرض القضايا والاجتماعية والثقافية، وفي هذا السياق ظهور صناع المحتوى مع تطور المنصات، حيث يؤثر صناع المحتوى على الجمهور سواء بشكل إيجابي أم سلبي، إذ قدرتهم على جذب المتابعين والتأثير فيهم، وعلى وجه الخصوص دور صناع المحتوى الإماراتيين، حيث تعزيز الهوية الوطنية من خلال إبراز العادات والقيم، لذلك أهمية دراسة هذا الموضوع، ومن هذا المنطلق هدفت الدراسة دراسة الدور والتأثير.

الإطار العام للدراسة

الإشكالية

مع تطور وسائل الإعلام وانتشار المنصات الرقمية في دولة الإمارات العربية المتحدة بشكل واسع، أصبحت الوسائل والمنصات جزءاً لا يتجزأ من حياتنا اليومية، كما أن برز صناع المحتوى والمؤثرين الإماراتيون في تشكيل الآراء في القيم والسنع، وأصبح لهم دور واضح في تشكيل الآراء والاتجاهات الثقافية والاجتماعية، كما أن ظهور عدد من صناع المحتوى الذين يقدمون محتوى يرتبط بالقيم الوطنية والعادات والتقاليد وثقافتهم المحلية، رغم هذا الانتشار؛ لا يوجد وضوح كافٍ حول مدى تأثيرهم في تعزيز الهوية الوطنية لدى الجمهور، وفي المقابل وجود محتوى عالمي متنوع من الممكن أن يؤدي تراجع اهتمام بعض الأفراد بالمحتوى المحلي المرتبط بالهوية الوطنية والسنع الإماراتي، إضافة إلى ذلك اختلاف نوعية المحتوى قد يؤثر على درجة تقبل الجمهور واستفادته منه، ومن هنا تبرز الحاجة على معرفة أكثر المنصات الرقمية تأثيراً في نشر المحتوى الوطني والوصول إلى الجمهور المستهدف، لذلك تسعى الدراسة إلى دراسة العلاقة بين مستوى تعزيز الهوية الوطنية لدى الأفراد و متابعة صناع المحتوى الإماراتيين، وبناءً على ذلك أهمية الوصول إلى نتائج تساعد الجهات المعنية وصناع المحتوى على تطوير محتوى رقمي يدعم الهوية الوطنية بشكل أكبر، خاصة في ظل تزايد متابعة الجمهور لهم عبر مختلف المنصات الاجتماعية.

وفي المقابل، تحرص دولة الإمارات العربية المتحدة على ترسيخ الهوية الوطنية والسنع لأهميتها وتعد من الركائز الأساسية، وكما أن لها دور في الحفاظ على القيم والعادات والتقاليد الأصيلة، كما تعمل الدولة على تعزيز القيم الوطنية والسنع من خلال عدة مبادرات وجهود مؤسسية، من بينها المناهج التعليمية التي تركز على مفاهيم السنع والتربية الأخلاقية، إضافة إلى الممارسات والأنشطة المدرسية التي تشجع الطلاب على تعزيز الهوية الوطنية، ومع تنوع المحتوى الرقمي واختلاف أهدافه، يثار تساؤل حول صناع المحتوى الإماراتيون ومدى إسهامهم في تعزيز الهوية الوطنية والسنع، وهل يعكس محتوهم القيم الوطنية، والسنع بصورة، واضحة، ومؤثرة.

ومن أبرز هذه المبادرات:

- فرجان دبي (البيان، 2026)

- مجالس أبوظبي (Abu Dhabi Media Office, 2025)
- مؤذن الفريج (دائرة الشؤون الإسلامية والعمل الخيري، 2025)
- عيال الفريج (دائرة الشؤون الإسلامية والعمل الخيري، 2026)
- حملة فخورين بالإمارات (البيان، 2026)

ومن هنا تتبع المشكلة، في محاولة التعرف على دور الذي يؤديه صناع المحتوى الإماراتيون في تعزيز الهوية الوطنية والسنع عبر المنصات الرقمية، ومدى تأثيرهم على الجمهور الإماراتي من خلال دراسة ميدانية.

تساؤلات الدراسة

- 1- ما دور صناع المحتوى الإماراتيين في تعزيز الهوية الوطنية والسنع في دولة الإمارات العربية المتحدة؟
- 1-1 ما طبيعة المحتوى الذي يقدمه صناع الذي يقدمه الإماراتيون عبر المنصات الرقمية؟
- 2-1 إلى أي مدى يتضمن هذا المحتوى عناصر الهوية الوطنية؟
- 3-1 ما مستوى تفاعل الجمهور على المحتوى المرتبط بالهوية الوطنية والسنع؟
- 4-1 هل يختلف تأثير صناع المحتوى في تعزيز الهوية الوطنية باختلاف الفئة العمرية؟

فرضيات الدراسة

- 1- هناك علاقة بين متابعة صناع المحتوى الإماراتيين عبر المنصات الرقمية وتعزيز الهوية الوطنية لدى الجمهور.
- 2- نوع المحتوى الذي يقدمه صناع المحتوى الإماراتيون يؤثر على مستوى إدراك الجمهور للهوية الوطنية لدى الجمهور.
- 3- درجة تأثير صناع المحتوى تختلف في تعزيز الهوية الوطنية باختلاف الخصائص الديموغرافية مثل العمر.

أسباب اختيار الموضوع

الدوافع الذاتية

- 1- رغبة الباحثة في تسليط الضوء على الهوية الوطنية للدولة.
- 2- رغبة الباحثة في إبراز الثقافة والهوية الإماراتية كونها طالبة في جامعة تضم طلاباً من مختلف الجنسيات.
- 3- الاهتمام الشخصي بمتابعة صناع المحتوى الإماراتيين وتأثيرهم على المجتمع.

الدوافع الموضوعية

- 1- تأثير صناع المحتوى الإماراتيين في المنصات الرقمية.
- 2- أهمية موضوع الهوية الوطنية في ظل الانفتاح الثقافي والعولمة الرقمية.
- 3- قلة الدراسات الميدانية حول دور صناع المحتوى الإماراتيين في تعزيز السنع الهوية الوطنية.

الدوافع المهنية

- 1- ارتباط الموضوع بمجال الإعلام الرقمي وصناعة المحتوى.
- 2- الحاجة إلى فهم تأثير المحتوى الرقمي على سلوكيات المجتمع.
- 3- الاستفادة من نتائج الدراسة في تطوير المحتوى الرقمي الهادف الذي يعزز القيم والهوية الوطنية.

أهمية الدراسة

الأهمية العلمية

- 1- تسهم لتعزيز الجانب العلمي والمعرفي المتعلق بدور صناع المحتوى الإماراتيين في تعزيز الهوية الوطنية والسنع الإماراتي.
- 2- تعد مرجعاً يمكن الاستفادة منه في الدراسات المرتبطة بالهوية الوطنية والإعلام الرقمي.
- 3- تعوض النقص في الدراسات الميدانية التي تناولت هذا الموضوع.

الأهمية العلمية

- 1- تساعد الجهات المعنية على فهم دور صناع المحتوى في ترسيخ القيم الوطنية.
- 2- تقدم دعم للمبادرات والبرامج الوطنية للمحتوى الرقمي.
- 3- تقدم نتائج يمكن الاستفادة منها في تطوير محتوى رقمي يخدم الجمهور الإماراتي.
- 4- توضح مدى تأثير صناع المحتوى على الجمهور الشباب.

الأهمية المجتمعية

- 1- ترسخ الوعي بأهمية السنع والهوية الوطنية في ظل التطور الرقمي والانفتاح الثقافي.
- 2- تدفع للإنتاج محتوى يحافظ على القيم الإماراتية.
- 3- تعزز دور الإعلام الرقمي في خدمة المجتمع وتعزيز الانتماء الوطني.

أهداف الدراسة

تهدف الدراسة للتعرف على مدى متابعة الجمهور للمحتوى الرقمي الإماراتي، وتكشف عن أساليب صناع المحتوى في تعزيز القيم والهوية الوطنية الذي يقدمه للجمهور، كما انها تقيس مدى تأثيرهم بالمحتوى الإماراتي الرقمي وانعكاسه على انتمائهم الوطني، كذلك تهدف الدراسة للتعرف على احتياج الجمهور وتوقعاته من صناع المحتوى الإماراتيين في تقديم محتوى يرسخ القيم الوطنية، وتعرفنا على آراء الجمهور حول دور الدولة في دعم صناع المحتوى الإماراتيين، وتحدد العلاقة بين تعزيز الهوية الوطنية ومتابعة صناع المحتوى الإماراتيين.

تحديد القيم والمفاهيم

السَّع

السنع في اللغة العربي:

يدل على الحُسن والاستقامة وحسن الشيء وجودته، ويستخدم للدلالة على الشيء المرتب (منظور، لسان العرب).

السنع اصطلاحاً:

يدل السنع في السياق الإماراتي مجموعة من القيم والسلوكيات الاجتماعية المستندة من العادات والتقاليد الإماراتية، التي تشمل الاحترام والأدب والضيافة وحسن التعامل مع الآخرين، ويستخدم

للدلالة على الإتيكيت الاجتماعي والأخلاق السلوكية في المجتمع الإماراتي (الإمارات اليوم، 2024).

الصنع إجرائيًا:

يدل الصنع في هذه الدراسة مدى التزام صناع المحتوى الإماراتيين بعرض محتوى يعكس القيم الإماراتية مثل الاحترام، حسن التصرف، والأدب، ويقايس من خلال استجابات أفراج العينة في الاستبيان حول مدى تأثير المحتوى على القيم والسلوكيات.

صناع المحتوى

الصنع في اللغة العربي:

الإجاد والإعداد (المنظور)

صناع المحتوى اصطلاحاً

هم أفراد ينتجون محتوى رقمي عبر المنصات الإلكترونية بهدف التأثير أو التوعية أو الترفيه (Kaplan, 2010).

صناع المحتوى إجرائياً

هم الأفراد الإماراتيون الذين ينشرون محتوى عبر وسائل التواصل الاجتماعي ويؤثرون على المتابعين من خلال رسائل مرتبطة بالقيم والهوية الوطنية.

الهوية الوطنية

الهوية في اللغة العربية:

الهوية من "هو"، أي ما يميز الشيء عن غيره (منظور، لسان العرب (مادة: هو ١ هوية)).

الهوية الوطنية اصطلاحاً:

هي مجموعة القيم والعادات واللغة والانتماء التي تميز أفراد المجتمع وتربطهم بوطنهم (Smith, 1991).

الهوية الوطنية إجرائياً:

مدى شعور الفرد بالانتماء والفخر بدولة الإمارات، وتعزيز القيم الوطنية من خلال المحتوى الرقمي.

المنصات الرقمية

المنصة في اللغة العربية:

المكان أو الوسيلة التي يتم من خلالها عرض أو تقديم شيء (مجمع اللغة العربية).

المنصات الرقمية اصطلاحاً:

مواقع وتطبيقات إلكترونية تتيح إنشاء ونشر وتبادل المحتوى مثل إنستغرام، تيك توك، سناب شات، ويوتيوب (Organisation for Economic Co-operation and Development (OECD), 2019).

المنصات الرقمية إجرائياً:

هي الوسائل التي يستخدمها صناع المحتوى الإماراتيون لنشر المحتوى الموجه للجمهور وتعزيز الهوية الوطنية.

القيم الاجتماعية

القيم في اللغة العربية:

جمع قيمة، والتي تعني ما له من أهمية وتقدير (منظور، لسان العرب (مادة القيم)).

القيم الاجتماعية اصطلاحاً:

مجموعة مبادئ وسلوكيات التي يلتزم بها أفراد المجتمع وتحدد أنماط تعاملهم (Schwartz, 1992).

القيم الاجتماعية إجرائياً:

هي مجموعة من السلوكيات الإيجابية مثل السنع، الاحترام، التعاون، الولاء الوطني التي يتم تعزيزها عبر المحتوى الرقمي.

الدراسات السابقة

الدراسة الأولى

أجرت دراسة بعنوان "دور وسائل التواصل الاجتماعي في تعزيز الهوية الوطنية لدى الشباب في دولة الإمارات العربية المتحدة" لمحمد الحوسني سنة 2021، هدفت الى التعرف على تأثير

وسائل التواصل الاجتماعي لدى الشباب في الإمارات، اعتمدت على المنهج الوصفي المسحي، تم اختيار عينة من 120 طالب جامعي في الإمارات العربية المتحدة، وكذلك تم استخدام الاستبانة كوسيلة لجمع البيانات.

منصات التواصل الاجتماعي تسهم في تعزيز الانتماء الوطني ونشر القيم الثقافية للإماراتية بين الشباب، هذا ما توصلت له الدراسة.

أفادتني هذه الدراسة على معرفة تأثير المحتوى الرقمي المحلي على الهوية الوطنية لدى فئة الشباب في الإمارات، وكما أكدت أن عند تحليل كيفية تعزيز القيم الوطنية عبر منصات التواصل الاجتماعي يجب أن نركز على صناع المحتوى الإماراتيين (الحوسني، 2021).

الدراسة الثانية

أجرت دراسة بعنوان "تأثير الإعلام الرقمي على القيم الثقافية لدى الشباب في دولة الإمارات العربية المتحدة" لسارة الكتبي سنة 2020، هدفت لمعرفة دور الإعلام الرقمي في نشر القيم الاجتماعية والثقافية في المجتمع الإماراتي. اعتمدت على المنهج الوصفي التحليلي، تم اختيار عينة من 150 من الفئة الشابة من مستخدمين وسائل التواصل الاجتماعي في الإمارات، لجمع البيانات تم استخدام الاستبيانات كوسيلة لجمع البيانات.

الإعلام الرقمي يلعب دوراً مهماً في تعزيز الهوية الوطنية لدى الشباب ونشر الثقافة المحلية لدى الشباب، هذا ما توصلت له الدراسة (الكتبي، 2020).

أفادتني الدراسة في تحديد المتغيرات التي ساركنز عليها عند التحليل في دور صناع المحتوى في بحثي، وساعدتني في توفير أساس قوي لفهم كيفية تصميم المحتوى الرقمي الذي يعزز القيم الثقافية الإماراتية.

الدراسة الثالثة

أجرت دراسة بعنوان " Social Media and National Identity among Youth in the United Arab Emirates " لـ Al Naqbi,N., Al Momani,N., & Davies, A. سنة 2022، هدفت لتعرف على تأثير وسائل التواصل الاجتماعي في تشكيل الهوية الوطنية لدى الشباب في دولة الإمارات العربية المتحدة. اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي، وتم

اختيار عينة من 200 شاب من مستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي في الإمارات، لجمع البيانات تم استخدام الاستبانة الإلكترونية كوسيلة لجمع البيانات.

وتوصلت النتائج أن وسائل التواصل الاجتماعي لها دور كبير في تعزيز الوعي بالهوية الثقافية والقيم الوطنية لدى الشباب.

ساعدتني هذه الدراسة لتحديد أثر صناع المحتوى على المتابعين، وأفادتني على بناء استبانة البحث الخاص بي بطريقة مماثلة على فهم أساليب الكمية لقياس تأثير وسائل التواصل على الوعي الوطني (Al Naqbi, 2022) .

الدراسة الرابعة

أجرت دراسة بعنوان " Narratives of the Maps: Emirati Undergraduate Students' Stories of National Identity " لـ Rabba AL Sumaiti سنة 2014، هدفت لتعرف على كيفية فهم الطلبة الإماراتيين لمفهوم الهوية الوطنية، شملت الدراسة على مقابلات مع عدد من الطلبة الإماراتيين في الجامعات، وعدمت على النهج النوعي، وتم استخدام المقابلات الشخصية كوسيلة لجمع البيانات.

الهوية الوطنية تتشكل من خلال القيم الاجتماعية والثقافة التقليدية والمحلية لدى الشباب الإماراتيين، بالإضافة إلى تأثير وسائل الإعلام الحديثة، هذا ما توصلت له الدراسة.

أفادتني هذه الدراسة في أهمية المقابلات حول دور صناع المحتوى الإماراتيين للحصول على رؤى عميقة منهم وهي أداة قيمة عند دمج التحليل الكمي والنوعي البحثي، وكما أنها ساعدتني في تحديد المنهج النوعي (Sumaiti, 2014) .

الدراسة الخامسة

أجرت دراسة بعنوان " Imagined Communities: Reflections on the Origin and Spread of Nationalism " لـ Anderson, Benedict سنة 1983، هدفت لتفسير كيف تتكون الهوية الوطنية لدى الشعوب، وكيف يشعر الأفراد بالانتماء رغم أنهم لا يعرفون بعضهم شخصياً، مفهوم "المجتمعات المتخيلة" التي تبني من خلال الإعلام واللغة والتعليم.

توصلت نتائج هذه الدراسة إلى أن الهوية الوطنية ليست شيئاً طبيعياً أو ثابتاً، بل يتم بناؤها اجتماعياً عبر وسائل عديدة مثل الإعلام، التعليم، واللغة المشتركة، مما جعل الناس يشعرون بالانتماء لأمة واحدة متخيلة.

أفادتني هذه الدراسة أنها تشرح كيف يتم بناء الهوية الوطنية من خلال الإعلام ووسائل التواصل، وهذا يرتبط مباشرة بدور صناع المحتوى والمنصات الرقمية من تعزيز الهوية الوطنية والقيم الاجتماعية لدى الشباب (Anderson, 1983).

الدراسة السادسة

أجرت دراسة بعنوان "National Identity" لـ Smith, Abthony D. سنة 1991، هدفت لتحليل مفهوم الهوية الوطنية وكيف تتشكل عبر الزمن، من خلال العوامل الثقافية والتاريخية الرمزية، وفسر كيفية بناء الشعور بالانتماء للأمة عند الأفراد.

توصلت نتائج الدراسة إلى أن الهوية الوطنية تتكون من عناصر أساسية مثل التاريخ المشترك، الثقافة، الرموز الوطنية، واللغة، وأنها ليست ثابتة، بل تتطور عبر الزمن حسب التغيرات.

أفادتني الدراسة في توضيح أساسيات تكون الهوية الوطنية والعوامل المؤثرة عليها، وهذا ساعد في ربط كيف يمكن لصناع المحتوى ووسائل التواصل الاجتماعي تعزيز هذه العناصر وترسيخها لدى الشباب في الإمارات.

المقاربة النظرية للدراسة

تستند هذه الدراسة إلى مجموعة من النظريات، التي تساعد في تفسير دور صناع المحتوى الإماراتيين في ترسيخ السنع الإماراتي والقيم وتعزيز الهوية الوطنية لديهم عبر المحتوى الرقمي، وهذا من خلال فهم دوافع المتابعة، وطريقة عرض المحتوى ومدى تأثيره على الجمهور.

أولاً: نظرية الاستخدامات والإشاعات

تعد من أبرز النظريات الحديثة في مجال الإعلام والاتصال، وفي القرن العشرين ظهرت بشكل علمي على يد كاتز وبلومر وجوريشفيتش، تقوم النظرية على أن الجمهور ليس متلقياً للرسائل الإعلامية، بل هو جمهور نشط يختار الوسائل التي تشبع حاجاته، مثل الحاجة إلى المعرفة، والتفاعل الاجتماعي، والانتماء، والترفيه.

وتستخدم هذه النظرية لتفسير أسباب استخدام الجمهور لوسائل الإعلام ومتابعة صناع المحتوى والمؤثرين، وتساعد في فهم دوافع الجمهور نحو المحتوى الذي يتابعه، وترى النظرية أن الأفراد يلجؤون إلى الوسيلة الإعلامية التي تحقق لهم إشباعاً معيناً.

ومن خلال هذه الدراسة، يمكن تطبيق هذه النظرية لفهم أسباب متابعة الجمهور الإماراتي لصناع المحتوى الإماراتيين، حيث قد يسعى الجمهور لاكتساب معلومات عن العادات والتقاليد الإماراتية، أو التعرف على مفهوم السنع، وتعزيز الشهور بالفخر والانتماء الوطني، أو الحصول على محتوى ترفيهي يحمل طابعاً محلياً (Katz E. B., 1973).

ثانياً: نظرية التأطير الإعلامي

تعد هذه النظرية من النظريات الهمة في مجال الإعلام والاتصال، وتركز على أن وسائل الإعلام لا تنتقل الواقع كما هو، بل تقوم بعرضه من خلال زوايا محددة وإبراز عناصر معينة، مما يؤثر في فهم الجمهور للقضايا المختلفة، وقد طورها روبرت إنتنن.

كما أن اختيار الكلمات، والصور، والأسلوب المستخدم في عرض الرسالة الإعلامية يسهم في تشكيل اتجاهات الجمهور وإدراكه للموضوعات المطروحة، وتستخدم هذه النظرية في تحليل مضمونا لرسائل الإعلامية وفهم الطريقة التي تقدم بها القضايا الثقافية والاجتماعية للجمهور.

يمكن توظيف النظرية لفهم طريقة تقديم صناع المحتوى الإماراتيين لمفاهيم الهوية الوطنية والسنع، وكيف تؤثر طريقة عرضهم في ترسيخ هذه القيم (Entman, 1993).

ثالثاً: نظرية التأثير الإعلامي

تدرس هذه النظرية تأثير وسائل الإعلام على سلوك واتجاهات الجمهور، ومن أبرز تطبيقاتها نظرية وضع الاجندة التي تشير إلى أن وسائل الإعلام لا تحدد أفكار الجمهور فقط، بل تحدد ما يجب أن يفكر فيه وهذا من خلال التركيز على قضايا معينة، وقد طور هذه النظرية ماكومبس وشاو.

تستخدم هذه النظرية في تفسير تأثير التعرض المتكرر للمحتوى الإعلامي على تشكيل أولويات الجمهور اتجاهاته.

في هذه الدراسة يمكن تفسير تأثير صناع المحتوى الإماراتيين في تعزيز وعي الجمهور بالسنع الإماراتي والهوية الوطنية من خلال طرح هذه القيم (McCombs, 1972)

منهج ونوع الدراسة

منهج الدراسة

الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي، حيث يعد من أكثر المناهج استخداماً في الدراسات الاجتماعية والإعلامية، ويعتبر الأقرب للتوظيف في هذه الدراسة، نظراً لملاءمته لطبيعة موضوعها.

ويقوم هذا المنهج على وصف الظاهرة محل الدراسة (دور صناع المحتوى الإماراتيين في تعزيز السنع والهوية الوطنية) وصفاً دقيقاً كما هو في الواقع، ثم تحليل البيانات والمعطيات المتعلقة بها، من خلال تفسير أسبابها والعوامل المؤثرة فيها، بهدف الوصول إلى نتائج علمية دقيقة تسهم في فهم الظاهرة بشكل أعمق.

نوع الدراسة

تعد الدراسة من الدراسات الميدانية، حيث تعتمد على جمع البيانات من مجتمع الدراسة بشكل مباشر، إضافة إلى كونها دراسة كمية تعتمد على تحليل البيانات الإحصائية التي تم الحصول عليها من أداة الاستبيان.

عينة الدراسة

اعتمدت الدراسة على العينة القصدية، وهي من أنواع العينات غير الاحتمالية، والتي يختار فيها الباحث أفراد عينة الدراسة بناءً على معرفته الشخصية وبشكل مقصود بما يخدم أهداف البحث، ويعني ذلك أن اختيار العينة لا يتم بطريقة عشوائية، أو بالقرعة، وإنما يتم اختيارها وفق خصائص محددة تتوافر لديهم وتتناسب مع طبيعة الدراسة.

وتعد العينة القصدية من العينات المناسبة لهذه الدراسة، نظراً لكونها تستهدف فئة معينة من المجتمع تمتلك خصائص مرتبطة بموضوع الدراسة، مثل متابعة صناع المحتوى الإماراتيين والتفاعل مع محتوهم على منصات الإعلام الرقمي، وذلك يساعد علو الحصول على بيانات دقيقة وذات صلة مباشرة بمشكلة الدراسة.

وتعرف العينة القصدية بأنها أحد أساليب العينات غير الاحتمالية التي يعتمد فيها الباحث على اختيار أفراد العينة بشكل مقصود بناءً على خصائص محددة تخدم أهداف الدراسة (المشهداني، ص 233).

ويبلغ حجم العينة (50) مشاركاً، وهم الذين تم توزيع استمارة الاستبيان عليهم لجمع البيانات اللازمة للدراسة.

أدوات جمع البيانات

استعان الباحث في جمع بيانات الدراسة باستمارة الاستبيان الإلكتروني، حيث تم توزيعها على أفراد العينة عبر الوسائل الإلكترونية المناسبة، وبلغ عدد الاستمارات الموزعة (50) استمارة، وتم (41) استمارة صالحة للتحليل، وتعد الاستبانة من أهم أدوات جمع البيانات في البحوث العلمية، لما توفره من سهولة في جمع المعلومات من عدد كبير من المبحوثين خلال وقت قصير.

مجالات الدراسة

المجال المكاني: أجرت الدراسة الميدانية على عدد من المبحوثين في إمارة أبوظبي.

المجال الزمني: أجرت الدراسة في فترة ما بين 2026/4/9 إلى غاية 2026/4/20 وقد توزعت هذه المدة بين الجانب النظري المتمثل في إعداد الإطار النظري وجمع المراجع والدراسات السابقة، ثم الجانب الميداني الذي شمل تصميم الاستبانة الإلكترونية وتوزيعها على أفراد العينة، وجمع البيانات، ومن ثم التحليل واستخلاص النتائج.

المجال البشري: أجرت هذه الدراسة على 41 من الشباب الإماراتيين في إمارة أبوظبي، تم اختيارهم بطريقة العينة القصدية، وهذا ما يتناسب مع أهداف الدراسة وموضوعها، حيث تم توزيع الاستبانة الإلكترونية مجمع الأجوبة للاستفادة منها في تحليل النتائج والوصول إلى الاستنتاجات المناسبة.

الدراسة الميدانية وتحليل البيانات

يتناول هذا الفصل عرض نتائج الدراسة الميدانية وتحليل البيانات التي تم جمعها من خلال الاستبيان الذي تم توزيعه للعينة، والذي يهدف لتعرف على دور صناع المحتوى الإماراتيين في تعزيز السنع والهوية الوطنية عبر المنصات الرقمية.

المحور الأول: البيانات الديموغرافية لعينة الدراسة

تكونت عينة الدراسة من (41) مشاركاً، وتم تحليل البيانات الديموغرافية بهدف التعرف على خصائص المشاركين من حيث الجنس، العمر، المستوى التعليمي، والحالة الوظيفية، بما يسهم في وصف العينة وتفسير الدراسة بشكل دقيق.

أولاً: الجنس

أظهرت النتائج أن غالبية المشاركين في الدراسة من الإناث، حيث بلغت نسبتهم (82.9%) بعدد (34)، في حين بلغت نسبة الذكور (17.1%) بعدد (7)، ويشير ذلك إلى أن العينة تغلب عليها فئة الإناث بشكل واضح، مما قد يعكس مستوى التفاعل الأعلى من قبل الإناث مع موضوع الدراسة.

ثانياً: العمر

أوضحت النتائج أن الفئة العمرية (18-24 سنة) جاءت في المرتبة الأولى بعدد (18) مشارك وبنسبة (43.9%)، تليها فئة (أكثر من 35 سنة) بعدد (13) مشارك وبنسبة (31.7%)، ثم فئة (30-25) سنة بعدد (6) مشاركين وبنسبة (14.6%)، وأخيراً فئة (35-31 سنة) بعدد (4) مشاركين وبنسبة (9.8%).

تشير هذه النتائج إلى أن العينة تميل بشكل أكبر نحو الفئة العمرية الشابة، مع وجود تنوع نسبي في باقي الفئات العمرية.

ثالثاً: المستوى التعليمي

بينت النتائج أن فئة البكالوريوس هي أكثر تمثيلاً بنسبة (46.3%) وبعدها (19) مشترك، تليها فئة الثانوي أو أقل بعدد (12) وبنسبة (29.3%)، ثم فئة الدبلوم بعدد (8) وبنسبة (19.5%)، بينما جاءت فئة الدراسات العليا بعدد (2) وبنسبة (4.9%).

يعكس ذلك أن غالبية أفراد العينة من ذوي المستوى التعليمي الجامعي.

رابعاً: الحالة الوظيفية

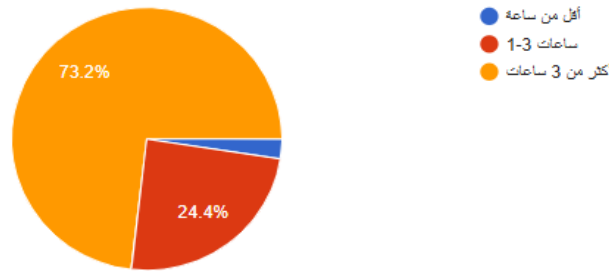
أظهرت النتائج أن فئة الطلاب جاءت في المرتبة الأولى بعدد (15) ونسبة (36.6%)، تلتها فئة الموظفين بعدد (14) ونسبة (34.1%)، بنسبة (34.1%)، ثم فئة الغير موظفين بعدد (10) ونسبة (24.4%)، وأخيراً فئة رواد الأعمال بعدد (2) ونسبة (4.9%). يشير ذلك إلى تنوع الحالة الوظيفيين لأفراد العينة مع غلبة الطلاب والموظفين.

المحور الثاني: استخدامات وسائل التواصل الاجتماعي يومياً

أولاً: عدد ساعات استخدام وسائل التواصل الاجتماعي يومياً

أظهرت النتائج أن غالبية أفراد العينة يقضون أكثر من 3 ساعات يومياً على وسائل التواصل الاجتماعي، بنسبة بلغت (73.2%)، وهذا يشير إلى ارتفاع مستوى الاعتماد اليومي على المنصات الرقمية، وفي المقابل جاءت فئة (1-3 ساعات) بنسبة (24.4%)، بينما كانت نسبة من يقضون أقل من ساعة واحدة (2.4%)، وهي النسبة الأقل.

وهذا يفسر اندماج كبير بين فئة الشباب ووسائل التواصل الاجتماعي، مما يجعلها بيئة رئيسية لتلقي التفاعل مع المحتوى، وهذا ما يدعم أهمية المنصات في موضوع الدراسة المرتبطة بصناع المحتوى الإماراتيين.



ثانياً: متابعة صناع المحتوى الإماراتيين

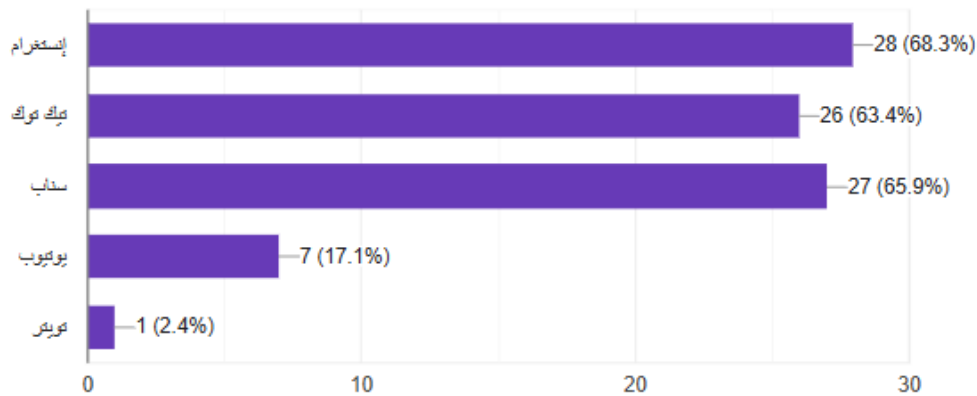
(يسمح باختيار أكثر من إجابة)

بينت النتائج أن (70.7%) من أفراد العينة يتابعون صناع المحتوى الإماراتيين، في حين (29.3%) يجيبون بـ "أحياناً"، بينما لم تسجل أي استجابات لفئة "لا".

ويشير ذلك إلى أن مستوى متابعة صناع المحتوى الإماراتيين مرتفع نسبياً بين أفراد العينة، مع وجود نسبة أقل تتفاعل معها بغير منتظم، مما يدل على اهتمام واضح بالمحتوى المحلي عبر المنصات الرقمية.

ثالثاً: المنصات المستخدمة في متابعة صناع المحتوى الإماراتيين

أظهرت النتائج أن أكثر المنصات استخداماً لمتابعة صناع المحتوى الإماراتيين هي إنستغرام بنسبة (68.3%)، تليها سناب شات بنسبة (65.9%)، ثم تيك توك بنسبة (63.4%)، ثم تيك توك بنسبة (63.4%)، كما جاءت منصة يوتيوب بنسبة (17.1%)، بينما سجلت منصة تويتر أقل نسبة استخدام بلغت (2.4%) بعدد (1) استجابة.



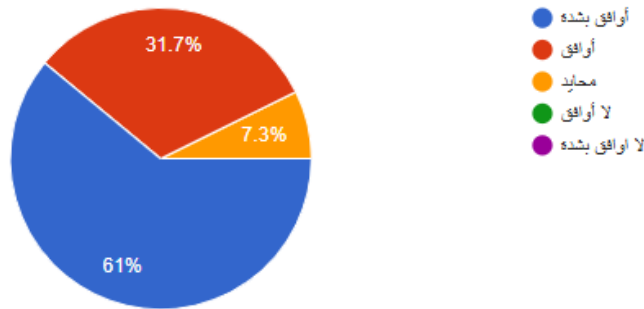
المحور الثالث: دور صناع المحتوى الإماراتيين في تعزيز السنع والقيم

بيت النتائج في هذا المحور وجود اتجاهات إيجابية واضحة لدى أفراد عينة الدراسة تجاه دور صناع المحتوى الإماراتيين في تعزيز السنع والهوية الوطنية عبر المنصات الرقمية، إذ اشارت استجابات المبحوثين إلى وجود قناعة بأن المحتوى الرقمي الي يقدمه صناع المحتوى الإماراتيين يسهم في نشر الوعي وترسيخ السنع والقيم الاجتماعية المستندة من الثقافة الإماراتية الأصيلة

وتبين هذه النتائج أهمية المنصات الرقمية بوصفها وسيلة حديثة وفعالة في التأثير على اتجاهات الجمهور، وخاصة فئة الشباب الذين يشكلون النسبة الأكبر من مستخدمي المنصات الرقمية، كما تبين أن صناع المحتوى أصبحوا يمتلكون دوراً اجتماعياً وثقافياً يتجاوز حدود الترفيه، ليصل إلى المساهمة في ترسيخ وتعزيز مفاهيم السنع والمحافظة على العادات والتقاليد الأصيلة.

وكذلك يمكن تفسير هذه النتائج بأن الجمهور يتفاعل بصورة أكبر مع الرسائل القيمة عندما تقدم بشكل عصري وجذاب يتناسب مع طبيعة الإعلام الرقمي، مما يزيد فرص انتشارها وتأثيرها على الجمهور والمجتمع.

وبناء على ذلك، تؤكد النتائج لهذا المحور أن صناع المحتوى الإماراتيين يمثلون أداة تؤثر في دعم السنع والقيم، ويسعمون في ترسيخ وتعزيز الهوية الوطنية إذا ما تم توظيف المحتوى الرقمي بطريقة هادفة ومسؤولة.



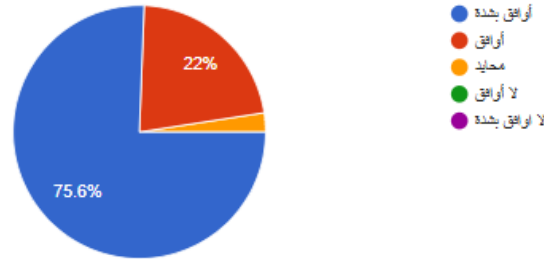
المحور الرابع: دور صناع المحتوى في تعزيز الهوية الوطنية

بينت النتائج في هذا المحور وجود اتجاهات إيجابية لدى أفراد عينة الدراسة تجاه الدور الذي يقوم به صناع المحتوى الإماراتيون في تعزيز الهوية الوطنية عبر المنصات الرقمية، فقد أشارت استجابات المبحوثين إلى أن المحتوى الذي يقدمه هؤلاء الأفراد يسهم في ترسيخ قيم الانتماء والولاء الوطني، وترسيخ الاعتزاز بالثقافة والتراث الإماراتي.

وتبين هذه النتائج أهمية وسائل التواصل الاجتماعي بوصفها منصات تؤثر على تشكيل الوعي الوطني، خاصة لدى فئة الشباب الذين يعدون الأكثر استخداماً لهذه الوسائل والأكثر تفاعلاً مع مضامينها، كما تبين أن صناع المحتوى أصبحوا يقدمون دوراً كبيراً في إبراز المقومات الوطنية، والعادات والتقاليد، والرموز الوطنية، والمناسبات الوطنية.

كما أنها توضح النتائج أن توظيف الأساليب الحديثة في عرض الموضوعات المرتبطة بالهوية الوطنية تساعد في زيادة اهتمام الجمهور بها، ويجعل الرسائل الوطنية أكثر قرباً وتأثيراً لدى الجمهور.

ويمكن القول إن هذه النتائج تؤكد أن صناع المحتوى الإماراتيين يشكلون أحد الأدوات الإعلامية الحديثة الداعمة للهوية الوطنية، وهذا من خلال قدرتهم علو الوصول إلى فئات مختلفة وواسعة من المجتمع، وتعزيز القيم الوطنية بأساليب تتناسب مع البيئة الرقمية المعاصرة.



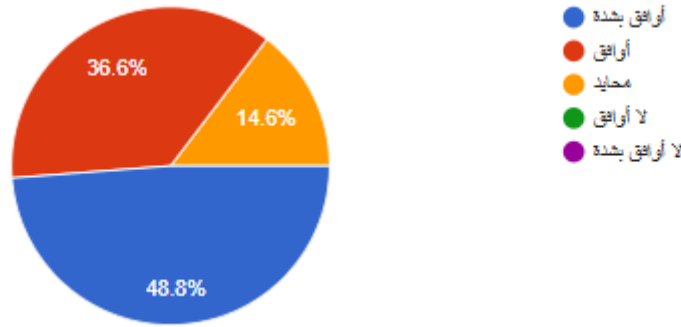
المحور الخامس: دعم الدولة لصناع المحتوى

بينت نتائج هذا المحور أن هناك اتجاهات إيجابية لدى أفراد العينة تجاه مستوى دعم الدولة لصناع المحتوى الإماراتيين، حيث أشارت استجابات المبحوثين إلى وجود اهتمام رسمي متزايد بهذه الفئة، نظراً لما تقدمه من دور مؤثر في نقل الرسائل المجتمعية والوطنية عبر المنصات الرقمية.

وتشير النتائج إلى إدراك أفراد العينة لأهمية المبادرات والبرامج التي تهدف إلى تمكين صناع المحتوى، من خلال توفير فرص التدريب، والتأهيل، وتنمية المهارات الإعلامية والرقمية، بما يسهم في تطوير محتوى هادف يعكس صورة إيجابية عن المجتمع الإماراتي.

وتعكس نتائج على دعم الدولة لصناع المحتوى يسهم في تشجيع الشباب على الابتكار والإبداع في المجال الرقمي، ويحفزهم لتشجيع الشباب على الابتكار والإبداع في المجال الرقمي، ويدفعهم لتقديم محتوى مسؤول يخدم القضايا الوطنية والاجتماعية، يتناسب مع تطورات الإعلام الحديث.

وبناء على ذلك، تؤكد النتائج أن دعم الدولة لصناع المحتوى يمثل عاملاً أساسياً في تنمية الإعلام الرقمي الوطني، ويرسخ دور المؤثرين في خدمة المجتمع وتعزيز الهوية الوطنية والقيم الأصيلة.



المحور الخامس: التقييم العام

يهدف هذا المحور إلى القياس العام لأفراد العينة حول دور صناع المحتوى الإماراتيين في تعزيز السنع والهوية الوطنية.

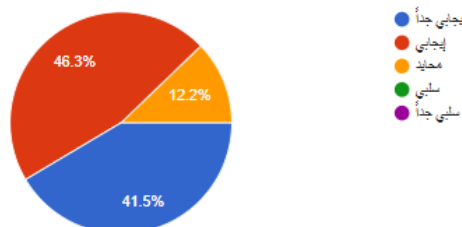
وبينت النتائج أن نسبة التقييم الإيجابي هو الأكبر، حيث جاءت النتائج علو النحو الآتي:

- إيجابي جداً: 41.5%
- إيجابي: 46.3%
- محايد: 12.2%

وتشير هذه النتائج إلى أن غالبية أفراد العينة (87.8%) لديهم اتجاهات نحو الدور الذي يقوم به صناع المحتوى الإماراتيين في تعزيز الهوية الوطنية، وهو ما يعكس إدراكاً عاماً بفعالية المحتوى المحلي في دعم وتعزيز الهوية الوطنية في المجتمع.

في المقابل، تمثل فئة المحايد نسبة محدودة (12.2%)، مما قد يبين وجود درجة من عدم القين أو غياب التقييم الواضح لديهم تجاه مدى تأثير صناع المحتوى قي هذا الجانب.

بشكل عام، تعكس نتائج هذا المحور اتجاهاً إيجابياً مرتفع لدى افراد العينة نحو دور صناع المحتوى الإماراتيين في تعزيز الهوية الوطنية، الأمر الذي يتوافق مع أهداف الدراسة ويؤكد على أهمية الدور الإعلامي الرقمي في تشكيل وتعزيز الهوية الوطنية في المجتمع الإماراتي.



المحور السادس: دور صناع المحتوى الإماراتيين في تعزيز السنع والهوية الوطنية (آليات ونماذج)

أظهرت نتائج إجابات العينة حول الأسئلة المفتوحة التي تدور حول دور صناع المحتوى الإماراتيين في تعزيز سنع والهوية الوطنية وجود عدة أبعاد رئيسية يمكن من خلالها فهم الدور، حيث تمثلت هذه الأبعاد في آليات تعزيز السنع والهوية الوطنية من جانب، ونماذج صناع المحتوى المؤثرين من جانب آخر.

أولاً: آليات تعزيز الهوية الوطنية عبر صناع المحتوى الإماراتيين
ذكرت إجابات المبحوثين إلى مجموعة من الآليات التي يمكن من خلالها تعزيز السنع والهوية الوطنية، حيث برز في مقدمتها إبراز التراث الإماراتي والعادات والتقاليد الأصيلة في مختلف المناسبات مثل الأعياد، رمضان، والأعراس، بالإضافة إلى توثيق الحياة اليومية ذات الطابع التراثي.

كما أنهم أكدوا على أهمية استخدام اللهجة الإماراتية بشكل طبيعي، إلى جانب الالتزام بالزي الإماراتي التقليدي مثل "الكندورة" و"المخور" و"العباة"، بما يعكس الهوية الثقافية للمجتمع، كذلك تم تأكيد ضرورة تعزيز القيم الاجتماعية مثل الكرم، الاحترام، والالتزام بالعادات والتقاليد، مع الابتعاد عن التقليد للمحتوى الأجنبي.

بالإضافة إلى ذلك، بينت نتائج المحور بأهمية توظيف المنصات الرقمية في نشر المحتوى الوطني من خلال الفلوقات والمقاطع التفاعلية، والمشاركة في الحملات والمناسبات الوطنية مثل "فخورين بالإمارات"، بما يسهم في تعزيز الانتماء الوطني.

ثانياً: نماذج صناع المحتوى الإماراتيين المؤثرين في الهوية الوطنية
أظهرت نتائج تحليل الإجابات وجود مجموعة من صناع المحتوى الذين ينظر إليهم كنماذج بارزة في تعزيز السنع والهوية الوطنية، حيث تصدر اسم الدكتور بوعلي الكتبي قائمة الأسماء الأكثر تكراراً، وبالتالي كل من عبد الله المازمي، دولة الظاهري، خالد الخالدي، وشهاب الهاشمي، إضافة إلى عدد من الشخصيات الأخرى التي ورد ذكرها في إجابات المبحوثين.

ويعكس هذا وجود إدراك لدى المبحوثين لأهمية هذه النماذج في نشر القيم الإماراتية والسنع وإبراز التراث الوطني عبر المنصات الرقمية، مما يرسخ من حضور الهوية الوطنية في العالم الإعلامي الحديث.

خلاصة المحور

يتضح من إجابات المبحوثين أن دور صناع المحتوى الإماراتيين في تعزيز السنع والهوية الوطنية يتجسد في محورين أساسيين، يتمثل الأول في الآليات التي تعتمد على إبراز التراث والقيم واللغة المحلية، بينما يتمثل الثاني في نماذج صناع المحتوى المؤثرين الذين يسهمون في نقل القيم عبر المحتوى الرقمي، مما يؤكد أهمية الإعلام في ترسيخ الهوية الوطنية لدى الجميع.

النتائج العامة للدراسة

بينت النتائج أن عدد كبير من المبحوثين يتابعون صناع المحتوى الإماراتيين عبر منصات التواصل الاجتماعي وخاصة عبر منصة إنستغرام وتيك توك، وهذا يؤكد انتشارهم الواسع وتأثيرهم على المجتمع، وكذلك أظهرت اتجاهات المبحوثين جاءت إيجابية نحو دور صناع المحتوى في تعزيز الهوية الوطنية، ويرى المبحوثين أن هذا المحتوى يسهم في ترسيخ القيم وتعزيز الانتماء الوطني.

أكدت النتائج إلى أن صناع المحتوى يكسبون دعماً ملحوظاً من الدولة، مما يعزز على الاستمرار، وأظهرت أن صناع المحتوى يقدمون محاور متنوعة تجمع بين الترفيه والتوعية التي تساهم في إبراز الهوية الوطنية بطريقة تتناسب مع مختلف الفئات في المجتمع.

وفي المقابل، بينت عدد قليل من فئة محايد، التي ترى أن تأثير صناع المحتوى يختلف باختلاف نوع ومدى مصداقيته، وبشكل عام، تؤكد النتائج على دور صناع المحتوى الفعال في تعزيز الهوية الوطنية عبر المنصات الرقمية، ومع الحاجة إلى تطوير الدور بشكل مستمر لضمان تحقيق تأثير أكبر.

الختامة

يعد موضوع دور صناع المحتوى في تعزيز الهوية الوطنية من أهم المواضيع الجديرة بالبحث والاهتمام، الذي يعكس دور صناع المحتوى ومدى تأثيرهم في تشكيل وعي وترسيخ القيم الاجتماعية والثقافية في المجتمع الإماراتي. وقد بينت نتائج الدراسة أن صناع المحتوى يسهمون بشكل واضح في نقل الموروث الثقافي والقيم الوطنية بأسلوب حديث يتناسب مع فئة الشباب، مما يرسخ ويعزز من ارتباطهم بالهوية الوطنية في ظل الانفتاح الرقمي.

وبعد إجراء الدراسة ظهرت النتائج أن المنصات الرقمية لعب دوراً محورياً في توسيع نطاق التأثير والوصول إلى شرائح واسعة من المجتمع، وساعد في ترسيخ مفاهيم مثل السنع والعادات الإماراتية الأصيلة، وفي المقابل، فإن هذا التأثير يحتاج إلى توجيه واعٍ ومسؤول لضمان تقديم محتوى يعكس الهوية الوطنية بشكل دقيق وإيجابي.

وبناء على ذلك، يمكن القول إن صناع المحتوى أصبحوا شركاء أساسيين في ترسيخ وتعزيز القيم الوطنية، مع ضرورة استمرار دعمهم وتوجيههم بما يحقق التوازن بين الحداثة والحفاظ على القيم والعادات الإماراتية الأصيلة.

المراجع

- Abu Dhabi Media Office. (2025, 11 20). Abu Dhabi's Al Majalis initiative empowers communities and enhances their participation in shaping the future. Abu Dhabi, UAE.
- Al Naqbi, N. A. (2022). Social Media and National Identity among Youth in the United Arab Emirates. United Arab Emirates.
- Anderson, B. (1983). Imagined Communities: Reflections on the Origin and Spread of nationalism.
- Entman, R. (1993). Framing: Toward Clarification of Fractured paradigm.
- Kaplan, A. &. (2010). Users of the world, unite The challenges and opportunities of social media.
- Katz, E. B. (1973). Use and Gratifications Research.
- Katz, E. B. (1973). Uses and Gratifications Research.
- McCombs, M. E. (1972). The Agenda-Setting Function of Mass Media.
- Organisation for Economic Co-operation and Development (OECD). (2019). France.
- Schwartz, S. (1992). Universals in the content and structure of values.
- Smith, A. (1991). National identity.
- Sumaiti, R. A. (2014). Narratives of the Maps: Emirati Undergraduate Students' Stories of National Identity. United Arab Emirates.
- ابن المنظور. (بلا تاريخ). لسان العرب. بيروت، لبنان.
- ابن منظور. (بلا تاريخ). لسان العرب.
- ابن منظور. (بلا تاريخ). لسان العرب (مادة القيم). بيروت، لبنان.
- ابن منظور. (بلا تاريخ). لسان العرب (مادة: هوى \ هوية). بيروت، لبنان.
- الإمارات اليوم. (12 11, 2024). السنع الإماراتي.. «إتيكيت الأولين» يثري وجدان الأجيال. أبوظبي، الإمارات.
- البيان. (4 11, 2026). (فخورين بالإمارات).. رمز للتماسك والتلاحم الوطني. دبي، الإمارات.
- البيان. (4 28, 2026). 20 مشروعاً متنوعاً للتجار الصغير في (فرجان دبي). دبي، الإمارات.
- دائرة الشؤون الإسلامية والعمل الخيري. (2025). مؤذن الفريخ 2. دبي، الإمارات.
- دائرة الشؤون الإسلامية والعمل الخيري. (2026). إطلاق مبادرة عيال الفريخ. دبي، الإمارات.
- سارة الكتبي. (2020). تأثير الإعلام الرقمي على القين الثقافية لدى الشباب في دولة الإمارات العربية المتحدة. الإمارات العربية المتحدة.
- مجمع اللغة العربية. (بلا تاريخ). المعجم الوسيط (مادة: منصة). القاهرة، مصر.
- محمد الحوسني. (2021). دور وسائل التواصل الاجتماعي في تعزيز الهوية الوطنية لدى الشباب في دولة الإمارات العربية المتحدة. الإمارات.

