مجلة جامعة الشارقة للعلوم الإنسانية والاجتماعية

اسم المقال: دور الإعلام الإلكتروني في الترويج للتراث: دراسة وصفية من وجهة نظر مجتمع دولة الإمارات العربية المتحدة
اسم الكاتب: محمد خلف الزعابي، ثريا السنوسي، زكي أصلان
رابط ثابت: https://political-encyclopedia.org/index.php/library/9318
تاريخ الاسترداد: 2026/11/01 17:04 +03

الموسوعة السياسيّة هي مبادرة أكاديمية غير هادفة للربح، تساعد الباحثين والطلاب على الوصول واستخدام وبناء مجموعات أوسع من المحتوى العلمي العربي في مجال علم السياسة واستخدامها في الأرشيف الرقمي الموثوق به لإغناء المحتوى العربي على الإنترنت.
لمزيد من المعلومات حول الموسوعة السياسيّة - Encyclopedia Political، يرجى التواصل على info@political-encyclopedia.org

استخدامكم لأرشيف مكتبة الموسوعة السياسيّة - Encyclopedia Political يعني موافقتك على شروط وأحكام الاستخدام المتاحة على الموقع https://political-encyclopedia.org/terms-of-use

تم الحصول على هذا المقال من موقع مجلة جامعة الشارقة للعلوم الإنسانية والاجتماعية ورفده في مكتبة الموسوعة السياسيّة مستوفياً شروط حقوق الملكية الفكريّة ومتطلبات رخصة المشاع الإبداعي التي ينضوي المقال تحتها.

جامعة الشارقة
UNIVERSITY OF SHARJAH

مجلة جامعة الشارقة

مجلة علمية محكمة

للعلوم الإنسانية والاجتماعية



المجلد 20، العدد 4
جمادى الثاني 1445هـ / ديسمبر 2023م

الترقيم الدولي المعياري للدوريات 1996-2339

ديسمبر 2023م **مجلة جامعة الشارقة للعلوم الإنسانية والاجتماعية** المجلد 20 العدد 4
https//:doi.org/10.36394/jhss/20/4/2

دور الإعلام الإلكتروني في الترويج للتراث: دراسة وصفية من وجهة نظر مجتمع دولة الإمارات العربية المتحدة

محمد خلف الزعابي[1]

ثريا السنوسي[2]

زكي أصلان[3]

تاريخ الاستلام: 29-03-2022 **تاريخ القبول: 29-11-2022**

ملخص البحث:

يهدف هذا البحث إلى دراسة دور الإعلام الإلكتروني في التّرويج للتراث الإماراتي، وقد انطلق البحث من الإشكاليّة التّالية: ما هو تأثير الإعلام الإلكتروني في التّرويج للتّراث في دولة الإمارات العربية المتحدة؟ وللإجابة عن هذه الإشكاليّة اختار الباحث اتباع المنهج الوصفي التّحليلي؛ اعتمادًا على المعلومات العلمية المنشورة في المراجع والكتب والدوريات، إلى جانب تحليل مضمون المواد الإعلاميّة التي ترمي للتّرويج للتّراث عبر وسائل الإعلام الإلكتروني، ومن أهم النّتائج التي توصّلت إليها الدّراسة: تمتلك دولة الإمارات العربية المتحدة مقومات للتراث، بتعاقب الحضارات ومعالمها التراثية، والتي حددت هويتها الوطنية وعاداتها وتقاليدها العربية الأصيلة. والتراث في دولة الإمارات يجمع بين الأصالة والعراقة والتنوع، ويعود تاريخه إلى عنصرين أثَّرا فيه، هما: عنصر البَر وعنصر البحر، ويجب الترويج له، وإنّ الترويج للتراث في دولة الإمارات العربية المتحدة يفيد في زيادة الموارد الاقتصادية، ويسهم في نشر الوعي حول أهمية حماية التراث ورسم معالم مستقبل الأمة، كما توصلت الدّراسة إلى نجاح دولة الإمارات في تعزيز مكانتها على الخارطة العالمية للإعلام الرقمي من خلال استراتيجيتها الجديدة والمبتكرة، ومن الوسائل الإعلامية الإلكترونية التي تروج للتراث: نادي تراث الإمارات، ونجح نادي تراث الإمارات في تفعيل الوسائل المتاحة من قِبَلِ الدولة للتّرويج للتّراث الإماراتي.

الكلمات الدالة: الإعلام الإلكتروني، التراث الإماراتي، واقع الإعلام الإماراتي، نادي تراث الإمارات

---

(1) كلية الاتصال – جامعة الشارقة (الشارقة – الإمارات العربية المتحدة)
zaabi99@hotmail.com

(2) كلية الاتصال – جامعة الشارقة (الشارقة – الإمارات العربي

(3) كلية الهندسة – جامعة الشارقة (الشارقة – الإمارات العربية المتحدة)

المقدّمة:

لقد شهد المجتمع الحديث نقلة نوعيّة في التكنولوجيا انبثق عنها بروز ظاهرة إعلاميّة جديدة عرفت باسم الإعلام الإلكتروني الذي تنوّعت مجالات استخدامه، وذلك بالنّظر إلى سعة البيئة الإعلاميّة التي يحتويها، فقد أصبحنا في وقت استحوذ فيه الإعلام الإلكتروني على استخدام المجالات الحياتيّة كافة، وأصبح استخدامه مُقترنًا بشكل طردي مع مفهوم النّجاح في الميدان الذي استخدم فيه، وهذا ما حدث في الترويج الإلكتروني للتراث في دولة الإمارات العربية المتحدة؛ إذ أصبح الترويج للتراث في المجتمع الإماراتي، من أكثر الطرق فعالية عن طريق استخدام تكنولوجيا الإعلام والاتصال والترويج للتراث الإماراتي

فالتّراث على مختلف أنواعه وأشكاله يعدّ مصدر فخر للأمم واعتزازها بما يحمله من قيم ومعان تدل على الأصالة والعراقة، وهو متصل بشخصية الأمة ويعطيها طابعها المميز، ويمثل جسر عبور بين ماضي الأمة وحاضرها، ويسهم في صوغ مستقبلها، ويعد ركناً أساسياً في الاقتصاد؛ إذ تقوم عليه السياحة، إضافة كونه مادة خصبة للأبحاث العلمية وموروداً لا ينضب من المعلومات التّاريخية، وهذا ما دفع الأمم إلى حماية تراثها بشتى الطرق

من هنا أتى اهتمام الدولة في الإمارات العربية المتحدة والإعلام الإلكتروني بالتراث الإماراتي والتّرويج له عبر المواقع الإلكترونية وذلك من أجل إحياء الموروث الثقافي وإحداث تغيير إيجابي في أبناء الشعب الإماراتي والعالم ككل

مشكلة البحث:

إنّ الإعلام الإلكتروني سلاح ذو حدّين ويمكن استخدامه بطريقة إيجابيّة، ويمكن اعتباره رافداً مهمّاً من روافد التّأثير الإيجابي على الأفراد في المجتمع الإماراتي، وأهميّته في تنشيط وإحياء الموروث التّراثي الثّقافي لدولة الإمارات لأنّه بمثابة المنشّط للتّراث من خلال وسائله الحديثة والمتطوّرة؛ إذ يؤدي الإعلام الإلكتروني دوراً بارزاً في إظهار الصّورة الحقيقيّة للتّراث الإماراتي وتنشيطه، وهذا له دور وأثر إيجابي على الأفراد وأفكارهم ومعتقداتهم، أمّا إذا تمّ استخدامه بشكل سلبي فإنّه سيؤثّر حتمًا على أفكار الأفراد؛ وسيغيّر في سلوكياتهم وأيديولوجياتهم، ولا سيّما في عصر العولمة التي تسعى فيه كل أمة إلى فرض هويّتها وثقافتها.

من هذا المنطلق يمكن طرح الإشكالية الآتية:

- كيف يمكن لوسائل الإعلام الإلكترونية أن تنهض من أجل التّرويج للتّراث في دولة الإمارات العربيّة المتحدة؟
- من هنا تأتي أهميّة البحث الذي نسعى إلى توضيح تأثير دور الإعلام الإلكتروني في التّرويج للتّراث في دولة الإمارات.

وتتفرع عن هذه الإشكالية الأسئلة التالية:

1. ما عادات الاطلاع على وسائل الإعلام الإلكترونية من طرف الشعب الإماراتي؟
2. ما مواقف أفراد الشعب الإماراتي إزاء فعالية دور وسائل الإعلام الإلكترونية في الترويج للتراث الإماراتي؟

أهداف البحث:

إنّ الهدف المحوري لهذا البحث هو معرفة دور الإعلام الإلكتروني في التّرويج للتّراث الإماراتي والدّور الذي يؤديه عن طريق وسائله الإلكترونية المتعدّدة، ويتطلّب تحقيق هذا الهدف وجود أكثر من هدف فرعي له، مثل:

- محاولة التّعريف بأهميّة الإعلام الإلكتروني ودوره في التّرويج للتّراث.
- معرفة مدى تأثير الإعلام الإلكتروني في الترويج للتّراث الإماراتي.
- زيادة فاعليّة الإعلام الإلكتروني للتّرويج بالتّراث الإماراتي.

منهجية البحث:

للإجابة عن التساؤلات البحثية تم تصميم استبانة إلكترونية (google forms) تتضمن محورين أساسيين، هما: عادات الاطلاع على وسائل الاتصال الإلكترونية ثم مواقف وآراء عينة البحث حول دوره في الترويج للتراث الإماراتي. وتم توزيع رابط الاستبانة عبر حسابات الباحث على مواقع التواصل الاجتماعي والرسائل الإلكترونية في الفترة الممتدة ما بين نوفمبر 2021 إلى فبراير 2022. وتلقى الباحث (112) ردا.

الدّراسات السّابقة:

1. دراسة الشّريف (2020):

وهي دراسة بعنوان الإعلام الإلكتروني، وقد هدفت هذه الدّراسة لتلخيص مبادئ الإعلام الإلكتروني ومستقبله وتطبيقاته من خلال تعريف الإعلام الإلكتروني، فذكرت ما هو الإعلام والإشكالات التي تواجه الإعلام الإلكتروني، وما متطلباته ووسائله لتوضيح الخبر الإلكتروني بجميع طرقه ومقوّماته واصطلاحاته، وأيضاً تطرّق الباحث إلى بعض التّطبيقات على مفاهيم الإعلام الرّقمي كالمدونات على مواقع التّواصل الاجتماعي. وتوسع الباحث في توضيح المفاهيم الحديثة التي جمعت بين التكنولوجيا وعلاقتها بوسائل الاتصال، وقد شهد الإعلام الإلكتروني تطوراً، وتقدماً ملحوظاً في مجال التكنولوجيا

2. دراسة عوّاد (2015):

وهي دراسة بعنوان الاتّصال والإعلام التّسويقي، وقد هدفت هذه الدّراسة إلى تصنيف التّسويق والإعلام كفرعين مختلفين من علم الاتّصال، وما يميّز التّسويق أنّه من فروع إدارة الأعمال، والتّسويق هو المسؤول عن تفاعل المنشأة الاقتصاديّة والجماهير، وهدفت إلى توضيح أنّ التسويق هو المسؤول عن تفاعل المنشأة مع البيئة المحيطة، أمّا الإعلام فهو المسؤول عن التأثير في المتلقي ودفعه إلى التّصرف في جهة معيّنة؛ ولذلك فإنّ الإعلاميين يرغبون في الاتّجاه التّسويقي؛ وذلك لإحداث التّكامل لخطابهم باستخدام المؤثرات التّسويقيّة التي لا تغرقهم عن بائعي الخدمات والسّلع، وقد توصلت الدراسة إلى نتائج منها أهمية تفاعل البيئة المحيطة مع المنشأة لكي يكون الإعلام التسويقي ناجحا، كما أبرزت الدراسة الدور الفعال في توجية رغبات المستمعين والتأثير فيهم

3. دراسة صلاح (2015):

وهي دراسة بعنوان الإعلام الإلكتروني أسس وآفاق المستقبل، وقد هدفت هذه الدّراسة إلى توضيح أثر التّطوّر العلمي الكبير الذي حصل في السّنوات القليلة الماضية والتّطور للصحافة والإعلام في شكل تقديمها ومضمونها وأساليب توزيعها؛ إذ بدأت الوسائل الإعلاميّة تعيد حساباتها أمام ثورة الحاسوب والمعلوماتيّة غير المسبوقة في تاريخ التّطوّر الإنساني، وأصبح أمامنا شكل صحفي جديد نقرأ فيه الأخبار والمعلومات والصّور من خلال شاشة الحاسوب وعن طريق شبكة الإنترنت، وقد حاول إلقاء الضوء على الصحافة والإعلام الإلكتروني والفروقات الأساسية بينهما وبين الصحافة والإعلام التقليدي وتأثيرات الصحافة والإعلام الإلكتروني على الصحافة والإعلام التقليدي؛ إذ أوضحت الدّراسة تزايد حضور الصّحيفة الإلكترونية وفرضها نمطاً جديداً بدءاً من تحريرها وانتهاءً بالقارئ؛ ولذلك فإنّ

هذه الدّراسة أتت لتسلّط الضّوء على الصّحافة والإعلام الإلكتروني والفوارق الأساسيّة بينها وبين الإعلام التّقليدي أيضاً وتأثير الصّحافة والإعلام الإلكتروني على الصّحافة والإعلام التّقليدي. وتناولت الدراسة عدة مباحث مهمة تتعلق بالإعلام الإلكتروني منها الثورة الرقمية وأهم مظاهرها ونتائجها، كما تناولت عدة مباحث عن الإنترنت وما يتعلق به من حيث النشأة وخدماته، وتناول الكتاب أيضا الإعلام الإلكتروني مفهومه، وتطوره عبر التاريخ، وخصائصه وأشكاله التي تميزه، وأهم الإشكاليات التي تواجه الإعلام الإلكتروني، والبيئة المناسبة له، ثم تناول الكتاب الصحافة الإلكترونية والإذاعة الإلكترونية، والتليفزيون الإلكتروني، كما تناول الإعلان الإلكتروني وشبكات التواصل الاجتماعي وغير ذلك من المباحث

4. دراسة قنديلجي (2015):

وهي بعنوان الإعلام الإلكتروني، وتهدف الدراسة إلى التعريف بالإعلام الإلكتروني بكل وسائله، وخاصة في ظل هذا التطور المذهل الذي يعيشه العالم الآن، وفي ظل المعطيات المستقبلية وتطلع الأمم نحو المستقبل. وقد استمر الكتاب على إلقاء الضوء على هذا الاندماج بين الثورة الهائلة لهذه التكنولوجيا المعاصرة ووسائل الاتصال الحديث، فقد أعطى المؤلف اهتماما لموضوع الاندماج، والتفاعل الذي حدث، ويحدث بين ظاهرتي التطور في المعلومات وثورة الاتصال والإعلام والقائمة أساساً على استخدام الحواسيب الإلكترونية، في تخزين ما يمكن تخزينه مما أنتجه الفكر البشري على مر العصور، في أقل حيز متاح، ومن ثم استرجاعه بأسرع وقت ممكن وعند الطلب، وقد نحج الباحث في تناول كل ما يتعلق بهذا الجانب، ومن المسائل التي تطرق لها الملكية الفكرية وحقوقها في ظل هذا التقدم، كما تناول الإعلام الإلكتروني من خلال المدونات وشبكات التواصل الاجتماعي، وختمت الدراسة ببيان محددات ومشاكل التعامل مع الإعلام الإلكتروني

5. تكنولوجيا الإعلام والاتّصال الإلكتروني:

تعرّف تكنولوجيا الاتصال الإلكتروني بأنها "وسيلة أو أداة تساعد على إنتاج أو توزيع أو تخزين أو استقبال أو عرض البيانات". (عيشة، 2014، صفحة 143)

وقد عرّفها المعجم الإعلامي بأنّها: "جملة من المعارف أو الخبرات المتراكمة والمتاحة والأدوات والوسائل المادية والإدارية والتنظيمية التي تستخدم في جميع المعلومات والقيام بمعالجتها وإنتاجها واسترجاعها وحتى نشرها وتبادلها بما يمكن أن يوصلها إلى الأفراد والمجتمعات" (عيشة، 2014، صفحة 48)

ويتصف الإعلام الإلكتروني بمجموعة من السّمات المهمة، وهي ما يلي: (سليمان، 2009، صفحة 220،221)

- التفاعلية: ويطلق اسم التفاعلية على درجة المشاركة في عملية الاتصال ومدى تأثيرها على أدوار الغير.
- اللاجماهيرية: وتعني أنّ الرّسالة الإعلامية من الممكن أن تكون موجهة إلى شخص أو مجموعة معينة من الأشخاص، وليس إلى مجموعة جماهير ضخمة.
- اللاتزامنية: وتعني الإمكانية في إرسال الرسالة واستقبالها في وقت يناسب الفرد المستخدم، تطلب من جميع المشاركين أن يقوموا باستخدام النظام في الوقت ذاته.
- قابلية الحركة: وذلك من مثل التلفزيون المتنقل، وهاتف السيارة، والهاتف المحمول والحاسوب الشخصي.
- قابلية التحويل: وتعني إمكانية الشخص على نقل المعلومات عبر الوسائط المختلفة كتحويل الصور إلى وورد أو الصوتي إلى ملفات مقروءة.
- قابلية التوصيل: وتعني إمكانية توصيل الأجهزة الاتصالية، وذلك بتنوع كبير من الأجهزة الأخرى.
- الشيوع والانتشار: ويعني الشيوع والانتشار المنهجي، وذلك لنظام الوسائل الإعلامية والاتصال.
- الكونية: وتعني البيئة الأساسية للوسائل الاتصالية، وهي التي تقوم بتتبع المسارات المعقدة التي يتدفق إليها رأس المال بشكل إلكتروني، وذلك عبر الحدود الدولية.

إضافة إلى تميّز الإعلام الإلكتروني بخصائص، منها: التوفر، والشّموليّة، والمرونة، والانفتاحية، والتعددية الثقافيّة، والتواصليّة، والتطوّر السّريع، والبناء الثقافي، والمستقبليّة، والتّحديث.

كما تعددّت أشكال النّشر الإلكتروني؛ إذ تنوعت ما بين صحافة إلكترونية، وكتاب إلكتروني، وتلفاز تفاعلي، ومواقع تواصل اجتماعي، ولكل منها خصائص محددة

أولاً- الصّحافة الإلكترونية: وهي عبارة عن منشور إلكتروني دوري، وتتم مطالعتها عن طريق جهاز الحاسوب وغالباً تكون متاحة عبر شبكة الإنترنت، وتتميز بالسرعة في نقل الأخبار ومتابعة التطورات، والقدرة على اختراق الحدود والقارات وذلك دون رقابة،

وانخفاض التكاليف. بالإضافة إلى أنها يمكن أن تكون ذاتية التمويل من خلال الإعلانات وقدرتها على توفير إحصائيات دقيقيه عن زوار الموقع وأعداد القراء بما يمكن من إمكانية التواصل معهم بعد ذلك (سلطان، 2012، صفحة 201)

ثانياً- الكتاب الإلكتروني: يشير الكتاب الإلكتروني إلى النص الرقمي والمتوافر على شبكة الإنترنت والذي يتم تحميله، ويتميز الكتاب الإلكتروني بسهولة القراءة، والامكانية في التخزين، والسّهولة في نقل الكتاب من الإنترنت والتخزين، إضافة إلى انخفاض سعر الكتاب الإلكتروني. ومن أهم فوائده المساعدة في نشر البحث العلمي لسهولة الحصول عليه للباحثين وإمكانية دمج عدة وسائل من خلال كإدراج الصور والفيديوهات (السليمي، صفحة 99)

ثالثاً- التلفاز التّفاعلي: يعد أحد أهم أشكال الإعلام الإلكتروني، يسمح بتصفح الإنترنت وذلك على الشاشة المتلفزة مع الامكانية في التسوق أو القيام بعمليات التصويت، ومن خصائص التلفاز التفاعلي أنه يقوم بتقديم الكثير من القنوات المتلفزة، إضافة إلى أنه يحتوي على قوائم تفصّل جميع البرامج والنوعيات والمواعيد، كما أنّه يقوم بتوفير الإمكانيات في التسجيل لمادة محددة وعروض مادة أخرى. (شعبان، صفحة 99)

رابعاً- مواقع التّواصل الاجتماعي: وتعد من الاتجاهات الحديثة في الاتصال التي حققت المرونة واختصرت الوقت والإمكانية في الوصول إلى عدد كبير من الجماهير من مختلف أنحاء العالم. (كواي، 2015، صفحة 386)

ومن سمات مواقع التواصل الاجتماعي: العالميّة، والاهتمام، والتوفير والاقتصاديّة، وسهولة الاستخدام، والتّنوع وتعدد مجالات الاستعمال، إضافة إلى مشاركة الملفات. (فرفوري، العدد 22، 2016، صفحة 112)

ومواقع التواصل الاجتماعي متنوعة، ومنها المدونات.

الترويج الإلكتروني:

أصبح الترويج الإلكتروني في أيامنا هذه ضرورة من ضرورات الحياة؛ إذ يفضل الملايين حول العالم الاتصال بشبكة الإنترنت بشكل يومي، ومن هذا المنطلق قد تحول الإنترنت والتطبيقات المختلفة له إلى قنوات ترويجيّة ضخمة، بل وأصبحت أفضل الأدوات التي تستخدم في الترويج

إضافة إلى أن الترويج الإلكتروني يعدّ عمليّةً لجمع المعلومات، وهي تحمل طبيعة إخبارية أو إقناعيّة داخل مساحة من الوقت أو مساحة في وسائل الاتصال الإلكترونية

بالجماهير المستهدفة، وهو مجموعة من الأدوات والعناصر التي تقوم باستخدام الترويج للأعمال الإلكترونية عن طريق المواقع الإلكترونية ومحركات البحث، والفهارس، والريد الإلكتروني، والإعلانات الإلكترونية، إضافة إلى عدة أخبار. (العلاق، 2020، صفحة 419)

ومن أدوات الترويج الإلكتروني: مواقع الويب، والمواقع الاجتماعية، ومحركات البحث، ومجموعات الأخبار، والبريد الإلكتروني، والهواتف المحمولة، والفهارس

الجانب النظري:

التّراث في دولة الإمارات العربيّة المتّحدة:

يجمع التراث في دولة الإمارات العربيّة المتحدة بين أصالة الماضي وعصريّة الحاضر في وقت واحد، ويعود هذا إلى تراثها الذي يضم العديد من المجالات المتنوعة، فدولة الإمارات العربيّة المتحدة لها تراث عريق يتميز بأصالته. (التراث العربي والإسلامي، 2018)

ويتمثل التراث في دولة الإمارات في مجموعة من الأساليب، والأنماط، والسّمات الثقافيّة، والأماكن الأثريّة، وعلى الرّغم من أنّ دولة الإمارات هي من الدّول العصريّة والمتطورة إلا أنّ تراثها ما زال موجوداً يرتاده الزّوار من شتى بقاع العالم، وعلى الرّغم من أنّ التراث كلمة تضم مختلف العادات والتّقاليد وكذلك السّلوكيّات والملامح الحضاريّة القديمة التي يتأثر بها الأفراد إلى يومنا هذا، فإن بحثنا عن ملامح مصطلح التراث بين حضارة وثقافات الشّعب الإماراتي فإننا نجد الكثير والعديد من الملامح التراثيّة والحضاريّة التي توضح معنى هذا المصطلح عند الشعب الإماراتي. (يوسف، 2017)

أهميّة التّراث في دولة الإمارات العربيّة المتحدة:

يؤدي التّراث في دولة الإمارات العربيّة المتحدة دوراً مهمّا من خلال: (تراث الإمارات.. مسيرة عريقة ونهضة حضارية، 2018)

1. حماية الثقافات والحضارات المتراكمة: من أهم الأمور التي توضح أهميّة التراث أنّه يعد حائط الدفاع الأوّل ضد تشويه تاريخ الأمم والشّعوب.
2. رسم معالم مستقبل الأمة: فالتراث ملائم لدراسة الماضي وفهم الحاضر، وأيضاً استشراف المستقبل، كما له أهميّة في تطوير المجتمع والعيش المشترك وبناء الحضارة وتنمية المستقبل.
3. زيادة الموارد الاقتصاديّة: ولا يخفى على أحد التراث يعد مورداً اقتصادياً كبيراً وهائلاً؛ لأنها عامل مهم وواسع من عوامل تشجيع السياحة.

مقومات التراث الإماراتي:

يحتوي التراث الإماراتي على مجموعة من القيم التراثية التي تكنّها المصادر التّراثية فيه، ومنها: المسميات الشّعبية ونماذج من التراث اللامادي في دولة الإمارات، مثل: الصّيد والفروسيّة وسباقات الهجن، والعادات والتقاليد المشتركة، المستمدة من الأخلاق الإسلاميّة والعادات العربيّة الأصيلة، كما عرفت دولة الإمارات العربية المتحدة مجموعة من الحرف والصّناعات التراثية في الإمارات قديماً، مثل: صناعة السدو، وصناعة بيوت الشعر، والملابس الشعبية في دولة الإمارات، كما تشتهر دولة الإمارات العربية المتحدة بالكثير من المعالم الأثرية، منها: مواقع مليحة، والدور وحفيت، وقصر الحصن، ومتحف دبي الوطني، ومتحف معبر الحضارات، بالإضافة إلى المتاحف العديدة في الشارقة والأكثر حداثة في أبو ظبي، والتي تضم مقتنيات تاريخية وتراثية متنوعة. (حسون، 2017)

ترويج التّراث الإماراتي عبر الإعلام الإلكتروني:

مع التقدّم الإلكتروني الذي مسّ جميع القطاعات في دولة الإمارات العربيّة المتحدة أصبحت جودة خدمات الترويج لا تتم إلا من خلال استخدام التكنولوجيا، وهذا ما دفع بأغلبيّة القائمين على القطاع التراثي إلى اعتماد آليّة الإعلام الإلكتروني لتحصين وتقوية وترويج التّراث الإماراتي؛ إذ أصبح الإنترنت يؤدي دوراً مهمًّا في التأثير على سلوك الأفراد وأفكارهم وأيديولوجياتهم، ففي عالمنا اليوم قد غيّرت شبكة الإنترنت بما تمتلكه من خصائص على جميع عمليّات التّعامل مع الأفراد، وهذا ما مكّن المؤسسات المعنيّة بالتّراث إلى إيصال المعلومات والرسائل بشكل أوسع وغير محدود، وبتكاليف لا تكاد تذكر. (الإمارات تقود جهود الحفاظ على التراث الإنساني وحوار الثقافات، 2020)

واقع الإعلام الإلكتروني في دولة الإمارات العربيّة المتّحدة:

أصبح الإعلام الإلكتروني أو ما يدعى إعلام الإنترنت أو ما يوصف بالإعلام الجديد السمة الرئيسة للحياة العصرية، وقد تعظم دور هذا النوع من الإعلام في ظل التطورات المذهلة التي أفرزتها الثورة الصناعية الرابعة، وفي ظل ما تمتلكه دولة الإمارات العربية المتحدة من بنى تكنولوجية متقدمة جداً فقد كان هذا الرواج الكبير لوسائل الإعلام الإلكترونية في هذه الدولة؛ إذ أصبحت الوسائل الإعلامية الإلكترونية إحدى أبرز أهم منابع الأخبار والمعلومات بالنسبة للمواطنين والمقيمين في دولة الإمارات، فأولت دولة الإمارات العربية المتحدة المجال الإعلامي اهتماماً كبيراً؛ إذ اتخذ المرتبة التاسعة والستين عالمياً في عام 2008 من ناحية حرية الصحافة والمرتبة الثالثة عربياً. (الإعلام نافذة الإمارات للعبور للمستقبل، 2020)

نادي تراث الإمارات كأولى المبادرات المجتمعية لحفظ التراث:

تأسس نادي تراث الإمارات في سنة 1993م، باعتباره هيئة مستقلة تابعة لحكومة أبو ظبي، وكان بمثابة درع حام للتراث الإماراتي المادّي واللامادي والبيئي لدولة الإمارات العربيّة المتحدة، وأصبح " نادي تراث الإمارات " هيئة متخصصة تعنى بالثقافة التراثيّة ويساهم أيضاً في بناء شّخصيّة الوطنيّة بشكل علمي وواع على الصعيدين المحلي والدّولي، نجح "نادي تراث الإمارات" من أن يخاطب كل أفراد المجتمع بشرائحه المختلفة، كما أنّه وسع من نطاق، وأخذ من الفروع والأشكال المتعددة وذلك من أجل تغطية جميع الجوانب الثقافيّة التي تخص التراث. (نادي تراث الإمارات، 2021)

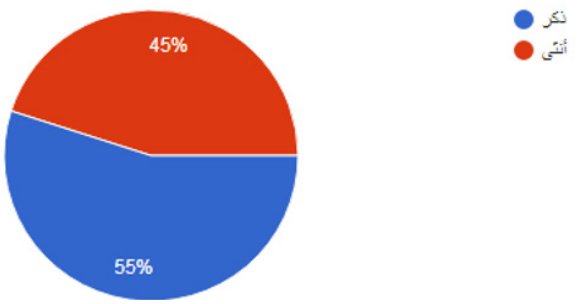
الجانب التطبيقي:

مدى فاعليّة الإعلام الإلكتروني في الترويج للتراث في دولة الإمارات

للتوصل إلى مدى فاعلية الإعلام الإلكتروني في الترويج للتراث في دولة الإمارات العربية المتحدة، تم تصميم استبانة إلكترونية (google forms) وتلقى الباحث (112) ردا؛ إذ عبّرت هذه الردود عن وجهات نظر متباينة كما هو مبين بالنتائج أسفله

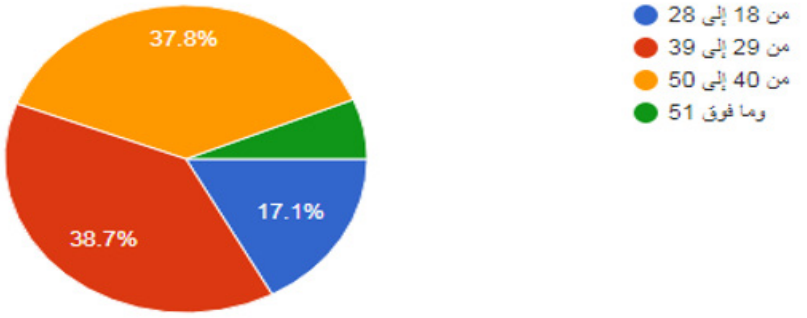
ومما يجب مراعاته في نتائج هذه الاستبانة أن العينة المستخدمة في هذه الاستبانة قد تم الاعتماد عليها من خلال الاستبانة الإلكترونية، وهي لا تشكل نسبة التطابق على جميع أفراد الإماراتيين؛ ومن ثم فإن هناك شريحة غير داخلة في أفراد عينة البحث، وهم من لا يستخدمون الإنترنت أو ممن يستخدمون ولكن لا يشاركون في الاستبانات لأسباب أخرى، ولكن لضرورة البحث وصعوبة القيام باستبانة تشمل جميع المواطنين، تم الاكتفاء بالاستبانة الإلكترونية، مع الإشارة إلى ذلك

التعريف بعينة البحث



بلغت نسبة المشاركين الذكور بالاستبانة (55%)، بينما كانت نسبة الإناث (45%).

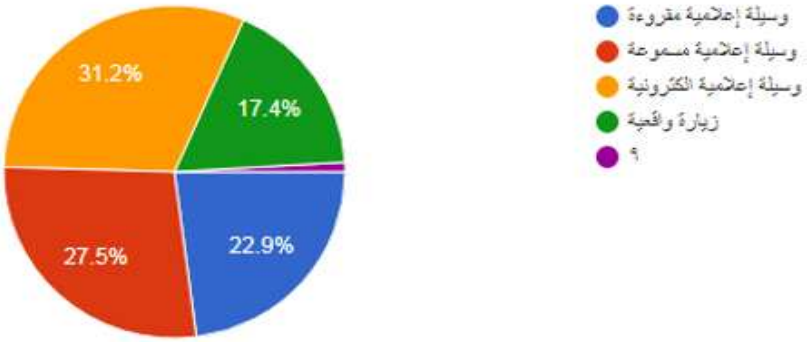
وكانت أعلى نسبة للمشاركين والتي بلغت (38%) من الذين تتراوح أعمارهم بين الـ (29 -39) من العمر، وجاءت في المرتبة الثانية المشاركين الذين تراوحت أعمارهم بين الـ (40 -50) حيث بلغت نسبة هؤلاء (37%)، بينما بلغت نسبة المشاركين الذين تتراوح أعمارهم بين الـ (18 - 28) (17%) وهي أقل نسبة، ونستدل من خلال النتائج على أنّ الموضوع المطروح بالاستبانة كان مقصد اهتمام شريحة واسعة من أبناء الإمارات



عادات الاطلاع وأهدافه

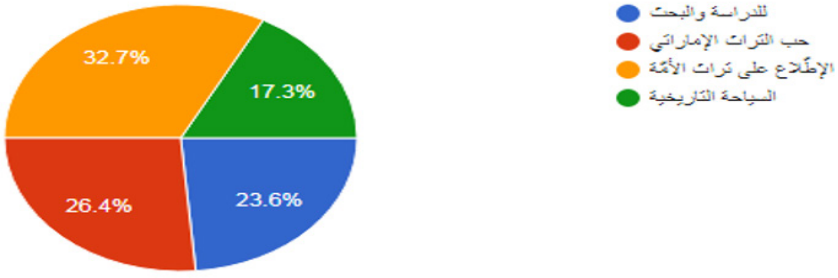
- **وسائل الاطّلاع على التّراث**

تبيّن من خلال الرسم البياني أنَّ هناك نسبة (31.2%) من المشاركين تطّلع على التراث الإماراتي عن طريق وسائل إعلامية إلكترونية، كما أنَّ هناك نسبة (27.5%) تطّلع على التراث عن طريق وسائل إعلامية مسموعة، وبالمقابل فإن هناك نسبة (22.9%) تطّلع على التراث الإماراتي عن طريق وسائل مقروءة، ونسبة (17.4%) من المشاركين كان لها إطّلاع على التراث الإماراتي عن طريق الزيارات الواقعية لمواقع التراث المختلفة، مما يدل على وجود تقارب بين هذه النسب، وتعدد وسائل الاطّلاع على التراث الإماراتي



- **أهداف الاطّلاع على التّراث**

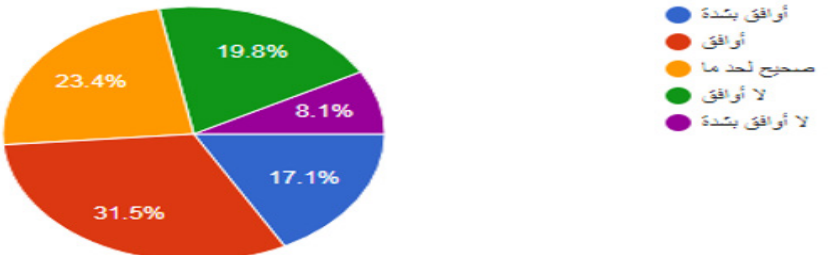
تبيّن للباحث أنَّ هناك نسبة (32.7%) من المشاركين كان هدفها من وراء الاطّلاع على التراث الإماراتي هو للاطّلاع على تراث الأمّة، مع وجود نسبة (26.4%) من المشاركين تطّلع على التراث الإماراتي من أجل المطالعة وحبّا بهذا التاريخ، وهي نسب جيدة، تدل على توسّع ثقافة أبناء الإمارات، وأيضاً تواجدت نسبة (17.3%) من نسبة المشاركين كانت تهدف من وراء إطّلاعها على التراث من أجل التعرّف على أبرز معالم السياحة التاريخية في الإمارات، والجدير بالذكر وجود نسبة (23.6%) من المشاركين تهدف من وراء اطلاعها على التراث الإماراتي من أجل الدراسة والبحث، وهي نسبة جيّدة، وتدل على اهتمام الأنظمة التعليمية بالبحث حول التراث الإماراتي، والتكلم عنه



مواقف العينة إزاء فعالية دور وسائل الإعلام الإلكترونية في الترويج للتراث الإماراتي

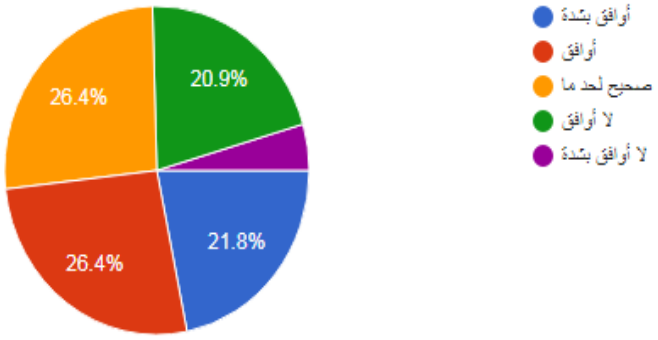
- **وجوب الاطلاع على التراث الإماراتي عن طريق وسائل إلكترونية**

وافق نسبة (31.5%) من المشاركين على وجوب الاطّلاع على التراث الإماراتي عن طريق وسائل إلكترونية، بينما بلغت نسبة المعارضين لهذه الفكرة (19.8%) وهي نسبة مقبولة، ولاحظنا وجود نسبة (8.1%) من المشاركين ترفض بالقطع وجوب الاطّلاع على التراث الإماراتي عن طريق الوسائل الإلكترونية؛ ومن ثم تُبيّن هذه النسبة إلى عدم تحديد وسيلة محددة للإطّلاع على التراث في الوقت الحالي



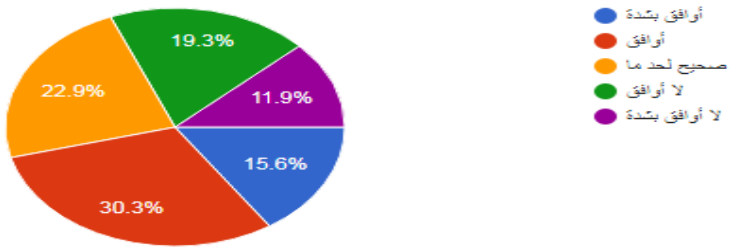
- **مدى الاستفادة من الوسائل الإلكترونية في التعريف بالتراث الإماراتي**

تبيّن للباحث أنَّ هناك نسبة (26.4%) تؤيّد فكرة الاستفادة من التراث الإماراتي عن طريق الوسائل الإلكترونية المختلفة، ووجود نسبة (26.4%) من المشاركين تقول أنّ هذه الفكرة صحيحة لحد ما، مما يدل على أهميّة الوسائل الإلكترونية في التعرّف أو الاستفادة من التراث الإماراتي، مع الانتباه لوجود نسبة (20.9%) لا توافق على الاستفادة من التراث عن طريق الاطّلاع عليه عبر الوسائل الإلكترونية المتاحة



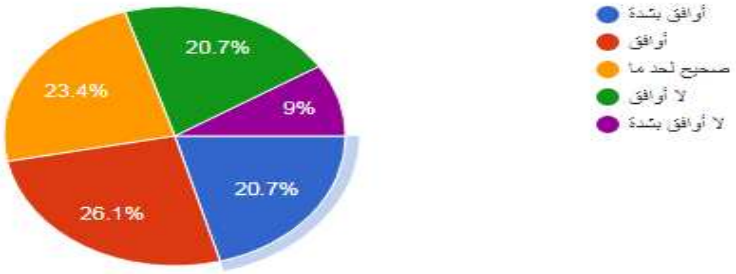
- **مدى تنوع المحتوى الخاص بالتعريف بالتراث الإماراتي في الوسائل الإلكترونية**

دلَّ الرسم البياني على وجود نسبة (19.3%) من المشاركين تقول بأنّ الوسائل الإلكترونية لا تقدّم تنوع في المحتوى للتعرف على التراث الإماراتي، بالإضافة لوجود نسبة (11.9%) تجزم بذلك، وهما نسبتان مقبولتان وتدلّان على تقصير في الوسائل الإلكترونية التي تستهدف التراث الإماراتي، وبالمقابل رأينا وجود نسبة (30.3%) تقول بأن الوسائل الإلكترونية تقدّم تنوع في المحتوى المعروض والمعبّر عن التراث الإماراتي، ويُمكن تفسير تداخل النسب بأن الوسائل الإلكترونية قد طوّرت من نفسها في العشر سنوات الماضية، وأصبحت تراعي التنوع المطلوب في المحتوى الجيد



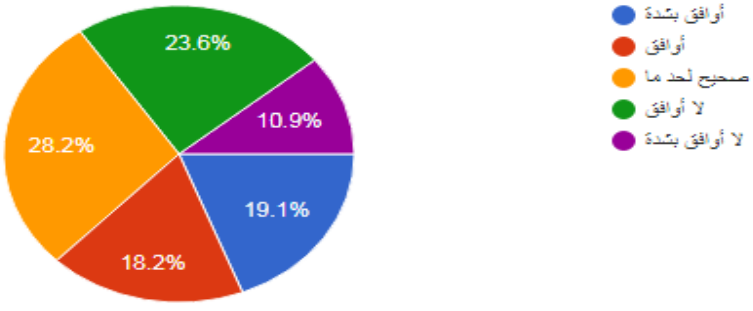
- **مدى تركيز الوسائل الإلكترونية على التراث الإماراتي**

من خلال الرسم البياني المعبّر عن ردود السؤال الثامن، اتضّح وجود نسبة (26.1%) تقول: إنّ الوسائل الإعلامية الإلكترونية تركز على معالم التراث الإماراتي، بينما هناك نسبة (20.7%) من المشاركين تقول عكس ذلك، ونسبة (9%) من المشاركين تجزم بعدم تركيز الوسائل الإلكترونية على التراث الإماراتي، وقد تُفسّر هذه النسب بسبب قلّة إطّلاع بعض المشاركين على المواقع الخاصة بالتعرّف عن التراث الإماراتي



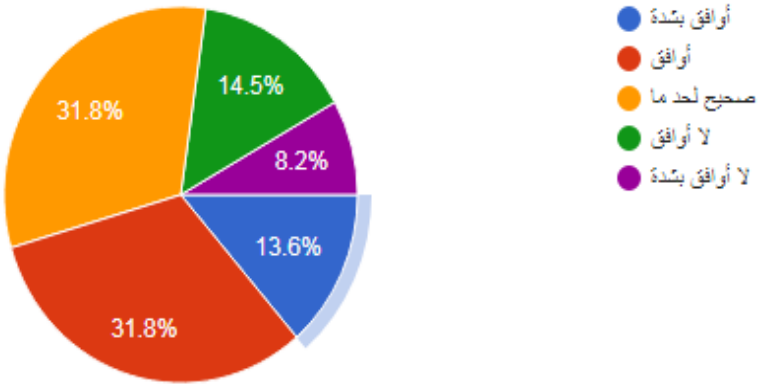
- **مدى تلبية المواقع الإلكترونية حاجات الأفراد فيما يخص المعلومات الخاصة بالتراث الإماراتي**

لاحظنا وجود نسبة (28.2%) من المشاركين تقول بأنّ المواقع الإلكترونية تلبي حاجات الأفراد عند تقديمها لمعلومات تخص التراث الإماراتي، ولكن اتضّح بالمقابل وجود نسبة (23.6%) من المشاركين تقول بأنّ تلبية المواقع الإلكترونية لحاجات الأفراد غير متحققة وخاصة بتلك المعلومات الكثيرة الخاصة بالتراث في دولة الإمارات، ووجود نسبة (10.9%) تجزم بهذا الواقع؛ لذا يتضّح لنا أنّ المواقع الإلكترونية لا تقدّم مواد غنيّة عن التراث الإماراتي، أو قد تكون مطروحة للبيع فقط من خلال الموقع وليس للعرض



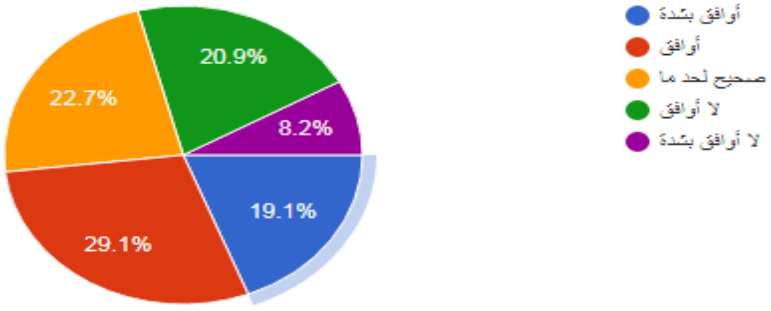
- **ماإذ كان من أهداف الإعلام الإلكتروني الترويج للتراث الإماراتي**

لاحظنا من خلال الرسم البياني وجود نسبة (31.8%) من المشاركين بالاستبانة توضّح بأنه من أهداف الإعلام الإلكتروني هو الترويج للتراث الإماراتي، ووجود نسبة (31.8%) تجزم بذلك، وهي نسب عالية، توضّح أنّ الإعلام الإلكتروني هدف في كل تفاصيله للترويج للتراث الإماراتي



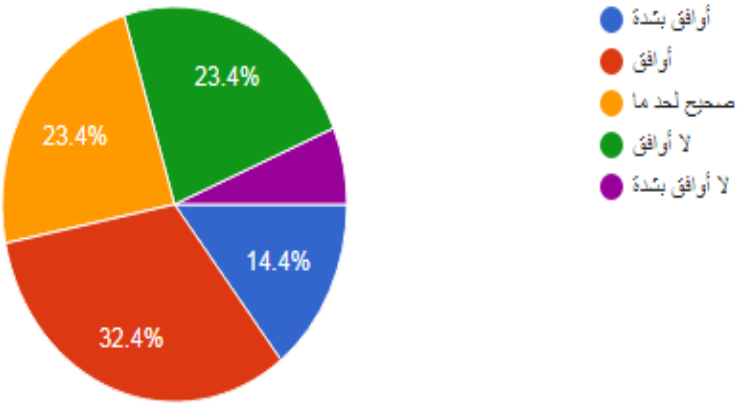
- **ما إذا كانت وسائل الإعلام الإلكترونية قد أصبحت عالمية في بث التراث الإماراتي**

تبيّن من خلال الرسم البياني وجود نسبة (29.1%) تقول بأنّ وسائل الإعلام أصبحت عالمية في بث التراث الإماراتي، كما وجدنا نسبة (19.1%) تجزم بذلك، ونسبة (22.7%) تقول بأنّ ذلك صحيح إلى حد ما، وهي نسب عالية في حال جُمعت أصبحت تبلغ (60%) من مجموع المشاركين بشكل تقريبي، وهذا يدل على ذلك المجهود الذي تقوم به الوسائل الإلكترونية الإعلامية في عرضها للتراث الإماراتي



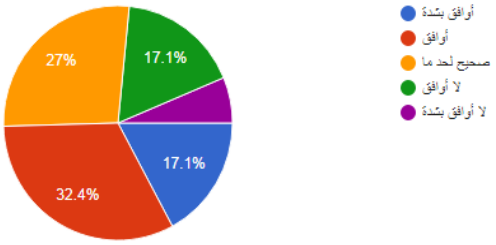
- **مدى أهمية الترويج الإلكتروني للتراث الإماراتي:**

دلّ الرسم البياني على وجود نسبة (32.4%) من المشاركين تُشير إلى أهمية الترويج الإلكتروني للتراث الإماراتي من أجل المحافظة عليه من الاندثار، وبالمقابل فإنّ هناك نسبة (23.4%) من المشاركين تقول بأنّ الترويج للتراث لا يتم فقط عبر الوسائل الإلكترونية، وهو يدل على سعة في التفكير لدى أكثر المشاركين، وخاصّة بعد تعدد الوسائل المتاحة للترويج عن التراث في هذا العصر



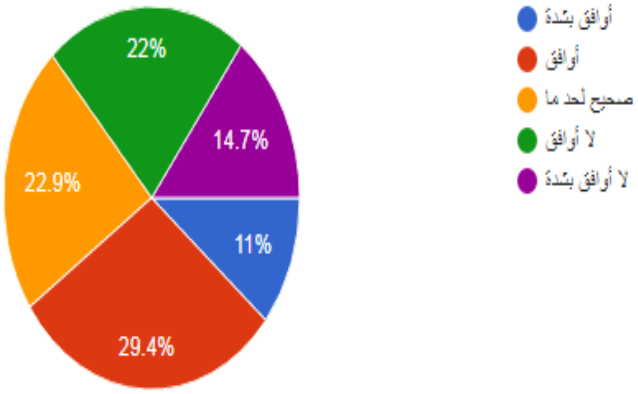
- **دور الترويج الإلكتروني في التعرف على معالم التراث الإماراتي.**

دلّ الرسم البياني على وجود نسبة تبلغ (32.4%) من المشاركين تُشير إلى ذلك التغيير الحاصل بسبب الترويج الإلكتروني للتراث الإماراتي، وهو ما يدل على النتائج السابقة من حيث أهمية هذه الوسائل الإلكترونية في التأثير على أفكار الإفراد والجماعات، بينما رأينا نسبة (17.1%) تقول بأن التغيير الحاصل في أفكار الأفراد حول التراث ليس سببه فقط الترويج الإلكتروني



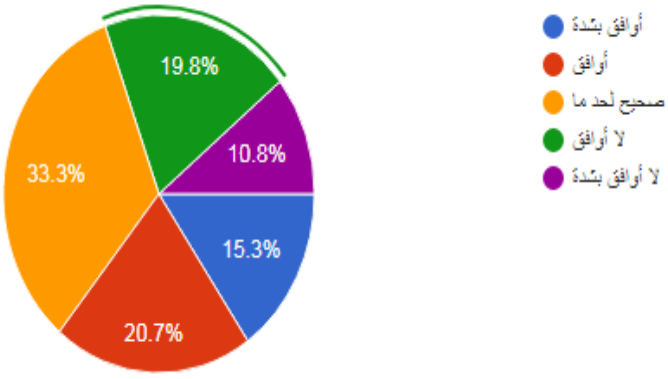
- **حجم الجهود المبذولة عبر المواقع الإلكترونية للترويج للتراث الإماراتي**

لاحظنا وجود نسبة (22%) من المشاركين تُشير إلى عدم توفير المواقع الإلكترونية لصور تراثية خاصة بدولة الإمارات، وبالمقابل رأينا نسبة (29%) ونسبة (22%) تُشير إلى جهود المواقع الإلكترونية في توفير الصور اللازمة والتي تحكي عن التراث الإماراتي



- **مدى سهولة الاطّلاع على التراث الإماراتي عبر الوسائل الإلكترونية**

تعقيباً على ما سبق وجدنا نسبة (33.3%) ونسبة (20.7%) تُشير إلى سهولة الاطّلاع على التراث الإماراتي عبر الوسائل الإلكترونية المختلفة، وبالمقابل وجود نسبة (19.8%) من المشاركين تُشير إلى عكس ذلك، وهذا يُفسره اختلاف رؤى وأهداف كل من المواقع الإلكترونية الحالية



تلخيص أهم النتائج:

النّتائج بالنّسبة إلى عادات الاطّلاع على التّراث الإماراتي وأهدافه يمكن تلخيصها ما يلي:

- تعددت وسائل الاطّلاع على التّراث الإماراتي، سواء أكانت وسائل إعلاميّة إلكترونية أم مسموعة، بينما تقلّ نسب الاطّلاع على التّراث الإماراتي عن طريق الوسائل المقروءة أو الزّيارات الواقعيّة لمواقع التّراث المختلفة.
- لا يوجد وسيلة إلكترونية محددة للاطّلاع على التّراث الإماراتي في الوقت الرّاهن.
- دولة الإمارات من الدول التي عرفت تعاقب الحضارات، ومعالمها التراثية حددت هويتها الوطنية وعاداتها وتقاليدها العربية الأصيلة.
- هناك تغير عند بعض الإماراتيين في نظرته للتراث الإماراتي ولكن هذا التغير ليس بالقدر المطلوب مما يتطلب بذل المزيد من الإعلام الإلكتروني.
- الترويج للتراث في دولة الإمارات العربية المتحدة يفيد في زيادة الموارد الاقتصادية، ويسهم في حماية الحضارة ورسم معالم مستقبل الأمة.

أمّا النّتائج بالنّسبة لدور وسائل الإعلام الإلكترونية في التّرويج للتّراث الإماراتي:

- يوجد تقصير في وسائل الإعلام الإلكترونية التي تستهدف التّراث الإماراتي، إلا أنّها قد طوّرت نفسها في السّنوات الماضية؛ إذ أصبحت تراعي التّنوع المطلوب في المحتوى الجيّد.
- نجحت دولة الإمارات في تعزيز مكانتها على الخارطة العالمية للإعلام الرقمي من خلال استراتيجيتها الجديدة والمبتكرة.
- يوجد قلّة في اطّلاع بعض المشاركين على المواقع الخاصّة بالتّعرف على التّراث الإماراتي.
- يعتمد الإعلام الجديد على الوسائل التكنولوجية الحديثة والرقمية التي تجعله متميزاً عن الإعلام التقليدي وهذا بالإضافة إلى قدرته على الدمج بين الوسائل الإعلامية والتقليدية في وسيلة واحدة.
- تقوم الوسائل الإعلاميّة الإلكترونية في دولة الإمارات العربيّة المتحدة ببذل جهد في عرضها للتّراث الإماراتي.

- التّرويج للتّراث الإماراتي لا يتمّ فقط عبر الوسائل الإلكترونية، وإنما يتم بوسائل أخرى مساعدة، وهذا مؤشر على سعة الثقافة والتّفكير من المهتمين بالتّراث وخاصّة بعد تعدد الوسائل المتاحة للتّرويج عن التّراث في هذا العصر.
- للوسائل الإعلاميّة الإلكترونية في دولة الإمارات دور في التأثير على أفكار الأفراد والجماعات فيما تقوم بعرضه من محتوى تراثي، وهو من الروابط الفعالة في تنمية الأنتماء إلى الوطن والإعتزاز به .
- تبذل الوسائل الإعلاميّة الإلكترونية الجهود الجبّارة في توفير الصّور اللازمة والتي تحكي عن التّراث الإماراتي.
- تعددت أدوات الترويج الإلكتروني، ومنها: مواقع الويب والمواقع الاجتماعية ومحركاتالبحثوالمجموعاتالإخباريةوالبريدالإلكترونيوالهواتفالمحمولة.
- تختلف الرّؤى والأهداف التي تعمل لأجلها الوسائل الإعلاميّة الإلكترونية في التّرويج للتّراث الإماراتي.

النقاش:

تتفق نتائج العينة مع ما توصل إليه عواد (2015)، من حيث إنه إذا ما تمّ التّرويج المعالم التّراثيّة إعلاميًّا بشكل متطوّر فإنّها ستحدث تأثيراً إيجابيّاً على الأفراد في المجتمع، وفي نفس الإطار أكد صلاح (2015) أن الإعلام الإلكتروني ينمّي الإحساس بالانتماء للأمّة الإماراتية الذي ينبع من خلال الاقتداء بتراثها؛ لذا فإنّ الإعلام الإلكتروني من خلال ترويجه للتّراث في دولة الإمارات من الأكيد أنّه سيحدث أثراً إيجابيّاً بالغاً على المجتمع وبإمكانه زيادة الوعي والمعرفة في مجال التّراث لدولة الإمارات العربيّة المتّحدة

واعتبر الشريف (2019) أيضا أن المواقع الإلكترونية تجسد الدّافع القوي الذي يقود الأفراد إلى الاطّلاع على تراث أمّتهم والتّمثل بها من خلال رسم صورة ذهنيّة واضحة المعالم عن تراث دولة الإمارات، فكلّما كان الإعلام الإلكتروني نشيطاً كان إقبال الأفراد على الاطّلاع على تراث أمّتهم بإقبال أكبر.

الخاتمة:

تعد تكنولوجيا الإعلام والاتصال مهمد جداً في الترويج الإلكتروني؛ فقد أوجدت هذه التكنولوجيا معنًى جديدًا للمنافسة وتكنولوجيا الإعلام والاتصال لها دور في التعريف بالمؤسسة الإعلامية وخدماتها عبر ما يتيحه الإنترنت من وسائط متعددة، وإن مجتمع

المعرفة قد أوجد نمطاً إعلامياً حديثاً مختلف عن الأنظمة الإعلامية السابقة؛ إذ يتوافق مع متطلبات المجتمع، يعتمد الإعلام الجديد على الوسائل التكنولوجية الحديثة والرقمية التي تجعله متميزاً عن الإعلام التقليدي وهذا بالإضافة إلى قدرته على الدمج بين الوسائل الإعلامية والتقليدية في وسيلة واحدة، وقد أثرت الوسائل التكنولوجية المتطورة للإعلام الجديد على الوسائل الإعلامية التقليدية

يعد الترويج الإلكتروني من الوسائل التي ظهرت في العصر الحديث، يقدم الترويج الإلكتروني مزايا بالنسبة للوسيلة الإعلامية من توفير في رأس المال وتحسين الصورة الذهبية والسرعة في تعديل العروض والاستجابة السريعة وتوفر في الجهد والربح في الوقت

فقد كانت هذه الدّراسة تهدف إلى توضيح تأثير دور الإعلام الإلكتروني في التّرويج للتّراث في دولة الإمارات للإسهام في تحقيق ارتباط أفراد دولة الإمارات بأمّتهم، وذلك من خلال زيادة فاعليّة الإعلام الإلكتروني للتّرويج بالتّراث الإماراتي

فكانت هذه الدّراسة تتفّق مع عواد (2015) في استخدام الإعلام في التّرويج بشكل عام، وأيضاً ما ذهب إليه صلاح (2015) بأهميّة الاهتمام بالوسائل الإعلاميّة الإلكترونية في العصر الحديث من خلال تطوير شكل تقديم المواد الإعلاميّة وأيضاً مضمونها، إلا أنّ هذه الدّراسة قد اهتمّت بالتّرويج للتّراث الإماراتي عبر الوسائل الإعلاميّة الإلكترونية؛ إذ لاقت الوسائل الإعلامية الإلكترونية رواجاً كبيراً في دولة الإمارات وتنوعت بشكل كبير، وأحدثت الوسائل الإعلامية الجديدة ثورة كبيرة في مجال التواصل، كما أوضحت هذه الدّراسة ما قامت به الوسائل الإعلاميّة الإلكترونية في دولة الإمارات من ترويج للتراث الإماراتي، وما هي النّواحي التي يجب تحسينها في الوسائل الإعلاميّة الإلكترونية في المحتويات التي تقدّمها عن التّراث الإماراتي.

قائمة المصادر والمراجع:

الإعلام نافذة الإمارات للعبور للمستقبل. موقع مجلة البيان (2020). https://www.albayan.ae/across-the-uae/uaenext50/2020-11-15-1.4013675.

الإمارات تقود جهود الحفاظ على التراث الإنساني وحوار الثقافات. البيان (2020). https://www.albayan.ae/across-the-uae/uaenext50/2020-11-15-1.4013675.

تراث الإمارات.. مسيرة عريقة ونهضة حضارية. صحيفة الاتحاد (2018). https://www.alittihad.ae/wejhatarticle/100376/%D8%AA%D8%B1%D8%A7%D8%AB-%D8%A7%D9%84%D8%A5%D9%85%D8%A7%D8%B1%D8%A7%D8%AA-%D9%85%D8%B3%D9%8A%D8%B1%D8%A9-%D8%B9%D8%B1%D9%8A%D9%82%D8%A9-%D9%88%D9%86%D9%87%D8%B6%D8%A9-

%D8%AD%D8%B6%D8%A7%D8%B1%.

التراث العـربي والإسلامي. موقع البوابة الرسـمية لحكومـة الإمـارات (2018). https://u.ae/ar-ae/about-the-uae/culture/arab-and-islamic-heritage.

حسنون، مروة (2017). تقرير عن تراث الإمارات. موقع موضوع https://mawdoo3.com/.

سلطان، محمد صاحب (2012). وسائل الاعلام والاتصال، دراسة في النشأة والتطور. دار المسرة.

السليمي، عبد الرزاق محمد (د.ت.). قضايا إعلاميّة معاصرة. دار المسرة.

الشريف، عبد العزيز خالد (2020). الإعلام الإلكتروني. دار يافا العلمية للنشر والتوزيع.

شـعبان، أفغـان محمـد (د.ت.). تقنيـة التلفزيون التفاعلي ومشـاركة الجمهـور في البرامج. جامعة بغـداد مركز بحوث السـوق وحماية المستهلك.

الشـيماء، يوسـف (2017). معلومـات عـن تراث الإمـارات العربيـة المتحدة القديـم. موقع المرسـال .https://www.almrsal.com/post/562382.

صلاح، مروى عصام (2015). الإعلام الإلكتروني أسس وآفاق المستقبل. دار الإعصار العلمي للنشر والتوزيع.

العلاق، بشير (2020). أساسيات وتطبيقات الترويج الإلكتروني والتقليدي، مدخل متكامل. دار اليازوري العلميّ.

عواد، فاطمة حسين (2015). الإتصال والإعلام التسويقي. دار اسامة.

أبو عيشة، فيصل (2014). الإعلام الإلكتروني. دار أسامة للنشر والتوزيع.

فرفـوري، يـاسين (2016). موقـع التواصـل الاجتماعـي « الفيـس بـوك» وأثـره على أفـراد المجتمـع مـن الإدمـان إلى العزلـة الاجتماعيـة. مجلـة جيـل العلـوم الإنسـانية والاجتماعيـة، *3*(22). https://doi.org/10.12816/0030259

قنديجلي، عامر إبراهيم (2015). الإعلام الإلكتروني. دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة.

ماكلينـدون، بـروس و بيرتـش، مـاك و كـواي، راي (2015). خدمـة العـملاء الإلكترونيـة (ترجمـة محمـد شـحاته وهبي محمـد، درويـش نايـف عبـد الهـادي). معهـد الإدارة العامة.

مكاوي، حسن عماد و سليمان، محمود (2009). المعلومات والاتصال.

نادي تراث الإمارات. موقع نادي تراث الإمارات (2021). https://torath.gov.ae/.

الترجمة الصوتية لمصادر ومراجع اللغة العربية: Romanized Arabic References:

al'i'lāmu nāfidhatu al'imārāti lil-'ubūri lil-mustaqbali mawqi'u mjla al-byān (2020). https://www.albayan.ae/across-the-uae/uaenext50/2020-11-15-1.4013675.

al-'imārāt taqūdu juhūda al-ḥfāẓ 'alā al-trāth al'insāniyyi wḥwār al-thaqāfāti al-byān (2020). https://www.albayan.ae/across- the-uae/uaenext50/2020-11-15-1.4013675.

trāth al-'imārāt masīratun 'arīqatun wanahḍatun ḥaḍāriyyatun ṣaḥīfatu al-attiḥādi (2018). https://www.alittihad.ae/wejhatarticle/100376/%D8%AA%D8%B1%D8%A7%D8%AB-%D8%A7%D9%84%D8%A5%D9%85%D8%A7%D8%B1%D8%A7%D8%AA-%D9%85%D8%B3%D9%8A%D8%B1%D8%A9-%D8%B9%D8%B1%D9%8A%D9%82%D8%A9-

%D9%88%D9%86%D9%87%D8%B6%D8%A9-%D8%AD%D8%B6%D8%A7%D8%B1%.

al-trāth al-‘rby wa-l-’islāmiyyi mawqi‘u albawābati al-rsmya liḥukūmati al’imārāti (2018). https://u.ae/ar-ae/about-the-uae/culture/arab-and-islamic-heritage.

ḥasanūn mrwa (2017). taqrīrun ‘an turāthi il’imāarit mawqi‘u mawḍū‘i https://mawdoo3.com/.

sulṭānun muḥammadu ṣāḥibin (2012). wasā’ilu ali‘alim wa-l-iāttiṣāli dirāsatun fī al-nash’ati wa-l-taṭawwuri dāru almasarrati

al-sulaymiyyu ‘abdu al-razzāqi muḥammadin (dti). qaḍāyā ’i‘lāmiyyatun mu‘āṣiratun dāru almasarrati

al-sharīfu ‘abdu al‘azīzi khālidin (2020). al-’i‘lāmu al’iliktirūniyyi dār yāfā al-‘ilmiyyatu lil-nashri wa-l-tawzī‘i

sha‘bānu ’afghān muḥammad (dti). tiqniyyatu altilfazyiwn al-tafā‘uliyyi wamushārakatu aljumhūri fī albarāmiji jāmi‘atu baghdāda markazu buḥūthi al-sūqi waḥimāyati almustahliki

al-shaymā’u yūsf (2017). ma‘lūmātun ‘an turāthi al’imārāti al‘arabiyyati almuttaḥidati alqadīmi mawqi‘u almirsāli https://www.almrsal.com/post/562382.

ṣlāḥ marwā ‘ṣām (2015). al’i‘lāmu al’iliktirūniyyi ususun wa’āfāqu almustaqbali dāru al’i‘ṣāri al‘ilmiyyi lil-nashri wa-l-tawzī‘i

al‘alāaqu bashīrin (2020). ’asāsīā’ut watatabyiqā’ut al-tarwīji al’iliktirūniyyi wa-l-taqlīdiyyi madkhalun mutakāmilun dāru alyāzūriyyi al‘alamiyyi

‘awwādun fāṭimatu ḥusaynin (2015). al-’itṣālu wa-l-’i‘lāmu al-taswīqiyyi dāru asāma

’abū ‘ayshata fyṣl (2014). al-’i‘lāmu al’iliktirūniyyi dāru usāmata lil-nashri wa-l-tawzī‘i

frfwry yāsīnu (2016). mawqi‘u al-tawāṣuli al-ajtimā‘iyyi “ al-fys bwk wa’atharuhu ‘alā ’afrādi almujtama‘i mina al’idmāni ’ilā al‘uzlati aliājtimā‘iyyati mijallatu jīli al‘ulūmi al’insāniyyati wa-l-iājtimā‘iyyati 3(22). https://doi.org/10.12816/0030259

qndyjlī ‘āmir ’ibrāhīm (2015). al’i‘lāmu al’iliktirūniyyi dāru almusayyarati lil-nashri wa-l-tawzī‘i wa-l-ṭibā‘ati

māklyndwn brws w byrtsh māk w kwāy rāy (2015). khidmatu al‘umalā’i al-’iliktirūniyyatu (tarjamatu muḥammad shaḥāth wahbī muḥammadin darwīsh nāyifi ‘abdi alhādī ma‘hadu al’idārati al‘āmmati

makāwī ḥasin ‘imādin w sulaymānu maḥmūd (2009). al-ma‘lūmātu wa-l-iāttiṣālu

nādī turāthi al-’imārāt mwq‘ nādī turāthi al’imārāti (2021). https://torath.gov.ae/.

The role of Electronic Media in Promoting Heritage: A descriptive-analytical study for the UAE as a case study

Mohammed Khalaf Al-Zaabi(1)

Thuraya Al-Sanousni(2)

Zaki Aslan(3)

Abstract:

This research is concerned with the role of electronic media in promoting Emirati heritage, and it proceeded from the following question: what is the impact of electronic media on heritage promotion in the United Arab Emirates? To answer this question, the author adopted the descriptive and analytical approach, based on scientific information published in references, books and periodicals, in addition to analyzing the content of media materials aimed at promoting heritage through electronic media. Among the most important findings of the study is that: the United Arab Emirates has elements of heritage, accrued through successive civilizations and their heritage landmarks, which have ultimately defined its national identity and its authentic Arab customs and traditions. This heritage combines originality, diversity, and history that was shaped by two elements, namely the land and the sea, a heritage that should be promoted. In fact, promoting heritage will increase economic resources and help protect civilization and shape the future of the nation. The study also found that the UAE succeeded in strengthening its international position in the field of digital media through its new and innovative strategy. One of the electronic media outlets that promote heritage is the Emirates Heritage Club. The Emirates Heritage Club has succeeded in using the means made available by the state to promote Emirati heritage.

Keywords: Electronic Media, Promoting Emirati Heritage, The reality of the Emirati media, Emirates Heritage Club.

(1) College of Communication - University of Sharjah (Sharjah – U.A.E.)

zaabi99@hotmail.com

(2) College of Communication - University of Sharjah (Sharjah – U.A.E.)

(3) College of Engineering - University of Sharjah (Sharjah – U.A.E.)