مجلة دفاتر اقتصادية
P-ISSN: 2170-1040 | المجلد:16 – العدد: 01 (2025)، ص: 899 - 914 | E-ISSN: 2602-5426

توظيف مواقع التواصل الاجتماعي في تعزيز التنمية في المجتمعات المحلية
دراسة ميدانية على عينة من الشباب بولاية أم البواقي

Utilizing Social Media in Enhancing Development in Local Communities: A Field Study on a Sample of Youth in the Wilaya of Oum El Bouaghi

خلاف رضا [1]♦، هابة طارق [2]

[1] جامعة الوادي (الجزائر)، ridha-khellaf@univ-eloued.dz

[2] مخبر التنمية الاجتماعية وخدمة المجتمع، جامعة الوادي (الجزائر)، tarek-haba@univ-eloued.dz

تاريخ الاستلام: 2025/03/19 تاريخ القبول: 2025/04/19 تاريخ النشر: 2025/05/25

ملخص:

إن عملية إرساء لبنة ذات أبعاد حقيقية للتنمية في المجتمعات المحلية، في ظل التطور التكنولوجي، والثورة الهائلة في مجال علوم الإعلام والاتصال، يجعلنا نتوقف أمام حتمية الانتقال إلى هذه البيئة الحديثة وتوظيفها من أجل تحقيق البرامج التنموية للمجتمعات المحلية بعيدا عن الأنماط التقليدية.

حيث تهدف هذه الدراسة إلى الكشف عن إسهامات وانعكاسات توظيف مواقع التواصل الاجتماعي في عملية تنمية المجتمعات المحلية من وجهة نظر المبحوثين، وقد تم استخدام المنهج الوصفي المسحي كمنهج للدراسة و استمارة الاستبيان كأداة لإجراء هذه الدراسة ، من خلال توزيعها بطريقة غير احتمالية قصديه على عينة قوامها 150مفردة لنتوصل في الأخير إلى عدة نتائج لعل أهمها وجود وعي متزايد بين الناس حول أهمية البيئة وقضاياها، ولكن يظل التفاعل الأكبر مع هذه القضايا التي ترتبط بشكل مباشر بحياتهم اليومية والتي يمكنهم المشاركة فيها بسهولة. ، ولكن الحملات التي تتناول هذه القضايا معقدة تحتاج إلى استراتيجيات مختلفة لجذب الانتباه والمشاركة.

الكلمات المفتاحية: التنمية، التنمية المحلية، مواقع التواصل الاجتماعي.

تصنيف JEL: Z39،O33

Abstract:

The process of establishing a solid foundation for development in local communities, in light of technological advancements and the tremendous revolution in the fields of media and communication sciences, compels us to embrace this modern environment and utilize it to achieve development programs for local communities, moving away from traditional approaches.

This study aims to explore the contributions and impacts of using social networking sites in the process of developing local communities from the respondents' perspectives. The descriptive survey method was employed for the study, with a questionnaire used as the primary tool for data collection. The questionnaire was distributed non-probabilistically and intentionally to a sample of 150 individuals. The study yielded several findings, the most significant of which is the growing awareness among people regarding environmental issues. However, the greatest engagement remains with issues directly related to their daily lives, where they can easily participate. Campaigns addressing more complex issues, however, require different strategies to attract attention and encourage participation.

Keywords: Development, Local Development, Social Networking Site.

JEL Classification: O33، Z39.

♦ المؤلف المرسل

1- مقدمة:

إن ما نشهده اليوم من تطورات وتسارع في الأحداث ،وما يرتبط بها من تنامي غير مسبوق للمجتمعات ،الأمر الذي يستدعي الوقوف على أي جزئية تساهم في تنميتها والرقي بها، ولا مناص من أن العملية الاتصالية والتواصلية أحد أهم الركائز ،بل إن لم نقل الركيزة الأساسية التي تساهم وتساعد بدرجة كبيرة في تغيير وتوجيه سلوكيات الآخرين ومع التطورات التكنولوجية والاتصالية الهائلة ومع بروز وميلاد مختلف الشبكات الاجتماعية التي صارت تستقطب ملايين الأشخاص أصبح ضروريا ولزاما توظيفها واستخدامها في جميع الأمور التي يمكن من خلالها الوصول إلى الأفضل في حياة الأفراد والجماهير وبصفة متصلة المجتمعات التي ينتمون إليها، وقد سعت المجتمعات على مختلف انتماءاتها إلى السعي وراء هذا المقصد لما له من دور هام من حيث الوصول إلى أكبر شريحة من الأفراد من جهة ، ومن جهة أخرى تنوع الأساليب التي تساعد على التأثير على الأفراد وتغيير توجهاتهم و سلوكياتهم، لتبنى هذه المظاهر الجديدة التي تساهم في الرقي وتنمية المجتمعات، وتعتبر المجتمعات المحلية أحد الركائز الهامة والعمود الفقري لأي دولة من خلال الاستثمار في مواردها الطبيعية والبشرية و في جميع المجالات التي تضمن حياة أفضل للأفراد من خلال التسيير الأمثل لها ، بعيدا عن الأنماط التقليدية التي أصبحت تمثل عائقا للوصول إلى ركائز التنمية الحقيقية ،ومن هذا المنطلق كانت إشكالية هذه الورقة البحثية على النحو التالي:ما هو دور مواقع التواصل الاجتماعي في تعزيز التنمية المحلية بأم البواقي ؟

1.2أسئلة فرعية:

- ✓ ما هي دوافع استخدام شباب أم البواقي لمواقع التواصل الاجتماعي؟
- ✓ ما هي القضايا التي يناقشها شباب أم البواقي على مواقع التواصل الاجتماعي المتعلقة بالتنمية المحلية؟
- ✓ ما هي انعكاسات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في تعزيز التنمية المحلية في أم البواقي؟

1.3أهمية الدراسة:

إن أهمية هذه الدراسة تكمن في جوهر الموضوع في حد ذاته والمتغيرات المرتبطة به، نتيجة التحول من ممارسات البيئة التقليدية إلى البيئة الرقمية، فالمجتمعات أصبحت تقاس مكانتها ووجودها بمؤشر التنمية التي تحوزها، فشبكات التواصل الاجتماعي تعد من أهم المتطلبات التي تساهم وتسهل حياة الأفراد والمجتمعات، وتأثيرها المتزايد في تغيير اتجاهات الأفراد، بالإضافة إلى ذلك فأهمية هذه الدراسة تكمن في النتائج التي سنتوصل إليها، من حيث توظيفها بالأسلوب الصحيح أو من حيث تصحيح توظيفها واستخدامها.

1.4أهداف الدراسة:

إن المتعارف لدى الباحثين على حد سواء أن أي دراسة علمية ترتكز على أهداف يسعى الباحث للوصول إليها، ودراستنا هذه يمكن إيجاز أهدافها في النقاط التالية:

- ✓ السعي لمعرفة دوافع استخدام شباب أم البواقي لمواقع التواصل الاجتماعي.
- ✓ لمعرفة القضايا التي يناقشها شباب أم البواقي على مواقع التواصل الاجتماعي المتعلقة بالتنمية المحلية.
- ✓ معرفة انعكاسات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي لتعزيز التنمية المحلية في أم البواقي.

2- تحديد المفاهيم:

2.1 مواقع التواصل الاجتماعي:

هي منظومة من الشبكات الإلكترونية تتيح للمشترك فيها بإنشاء موقع خاص به، يتم ربطه عن طريق نظام اجتماعي إلكتروني مع أشخاص آخرين تكون لهم نفس الاهتمامات والهوايات[1].

كما عرفت أنها مواقع إلكترونية اجتماعية على الانترنت، وإنها الركيزة الأساسية للإعلام الجديد أو البديل، التي تتيح للأفراد أو الجماعات التواصل فيما بينهم عبر هذا الفضاء الافتراضي، عندما يتم التواصل في الواقع الحقيقي.[2]

التعريف الإجرائي:

تعتبر مواقع التواصل الاجتماعي منصات رقمية يستطيع من خلالها المستخدمين إنشاء حسابات، يتم من خلالها تبادل وإرسال المعلومات والبيانات في شكل المحادثات والفيديوهات والصور ضمن واقعي افتراضي لا تحكمه حدود.

2.2التنمية:

هي العملية التي بمقتضاها يتم توجيه الجهود لتحسين الظروف الاجتماعية والاقتصادية في المجتمعات المحلية بمساعدتها على الاندماج في حياة الأمة والإسهام في تقدمها بأقصى ما يمكن [3].

وعرفت أيضا بأنها تحسين نوعية حياة الفرد أو مجموعة من الأفراد وهي سلسلة من التغيرات الكمية والنوعية بين جماعة معينة من السكان من شأنها أن تؤدي بمرور الزمن إلى ارتفاع مستوى المعيشة وتغير أسلوب الحياة وأنها مجموعة المحاولات التي تهدف إلى تغيير الهيكل الاقتصادي للمجتمع بما يترتب عليه تحسين الوضعي لرأس المال وبنفس الوقت استخدامه بأقصى درجة من الكفاية [4].

التعريف الإجرائي:

التنمية هي تلك الجهود والعمليات الديناميكية التي يحاول من خلالها البحث عن حياة أفضل للفرد أو الجماعة من خلال تحسين ظروفه في جميع المجالات.

2. 3التنمية المحلية:

هي عملية يمكن بواسطتها تحقيق التعاون الفعال بين المجهود الشعبي والحكومي للارتقاء بمستوى التجمعات والوحدات المحلية اقتصاديا واجتماعيا وثقافيا من منظور تحسين نوعية الحياة لسكان تلك التجمعات المحلية في أي مستوى من مستويات الإدارة المحلية في منظومة شاملة ومتكاملة[5].

التعريف الإجرائي:

هي عملية البحث عن حياة أفضل للأفراد والمجتمعات ضمن نطاق جغرافي محدد لمنطقة ما وذلك عن طريق الاستثمار في موارده المحلية.

3- الطريقة والأدوات:

تندرج دراستنا هذه ضمن الدراسات الوصفية حيث تقوم بدراسة الظواهر كما هي في الواقع والتعبير عنها بشكل كمي، حيث يعمل على توضيح حجم الظاهرة ودرجات ارتباطها مع الظواهر الأخرى، أو بشكل كيفي من خلال وصف الظاهرة وتوضيح خصائصها [6].

3.1منهج الدراسة:

إن طبيعة الدراسة والأهداف المسطرة لها دفعنا لاختيار المنهج المسحي، فهو أحد الأساليب العلمية المتخصصة بجمع المعلومات عن حالة الأفراد وسلوكهم وإدراكهم ومشاعرهم واتجاهاتهم [7]. ويعتبر من المناهج الذي يعتمد عليها كثيرا في الدراسات الوصفية، فهو مجموعة الظواهر موضوع البحث تشمل عددا من المفردات المكونة لمجتمع البحث ولمدة زمنية كافية بهدف تكوين القاعدة الأساسية من البيانات والمعلومات في مجال تخصص معين ومعالجتها[8] ، واعتمادنا على منهج المسح راجع إلى الحجم الكبير لمجتمع الدراسة من جهة ومن جهة أخرى أن التطورات الكبيرة التي تشهدها تكنولوجيات الإعلام والاتصال تفرض علينا إجراء بحوث من هذا النوع .

3.2الاستبيان:

هو وسيلة لجمع المعلومات المتعلقة بموضوع البحث، عن طريق إعداد استمارة يتم تعبئتها من قبل عينة ممثلة من الأفراد، ويسمى الشخص الذي يقوم بإملاء الاستمارة بالمستجيب[9].

وعرف أيضا بأنه مجموعة من الأسئلة والاستفسارات المتنوعة والمرتبطة بعضها بالبعض الآخر بشكل يحقق الهدف أو الأهداف، التي يسعى إليها الباحث بضوء موضوعه والمشكلة التي اختارها لبحثه، وترسل الاستفسارات المكتوبة إلى مجموعة من الأفراد أو المؤسسات الذين اختارهم الباحث كعينة لبحثه، ومن المفروض الإجابة عن مثل تلك الاستفسارات وتعبئة الاستبيان بالبيانات والمعلومات المطلوبة فيها وإعادتها إلى الباحث [10].

وفي دراستنا قمنا بإعداد هذا الاستبيان وفق أربع محاور موزعة على النحو الآتي:

المحور الأول خاص بالبيانات والمعلومات الشخصية، أما المحور الثاني فخصص لدوافع استخدام شباب أم لبواقي لمواقع التواصل الاجتماعي والمحور الثالث فخصص لدراسة القضايا التي يناقشها شباب أم البواقي على مواقع التواصل الاجتماعي المتعلقة بالتنمية المحلية والمحور الأخير انعكاسات استخدام مواقع لتواصل الاجتماعي لتعزيز التنمية المحلية في أم البواقي.

4- المقاربة النظرية (النظرية البنائية الوظيفية):

.بما أن موضوع دراستنا يبحث عن الدور الذي تلعبه مواقع التواصل الاجتماعي في تعزيز التنمية المحلية والقصد هنا يرجع إلى المجتمعات المحلية، من حيث آلية التوظيف ،ورغم أن هناك مداخل متنوعة من حيث المقاربات النظرية ،إلا أن غايتنا هي البحث عن أدوار مواقع التواصل الاجتماعي في دعم التنمية المحلية وبين تفاعل الشباب مع هذه الوسائل لتحقيق أهداف تنموية، إذ تُعتبر مواقع التواصل الاجتماعي عنصرا بنيويا جديدا في المجتمع الحديث، وهو ما دفعنا لاختيار النظرية البنائية الوظيفية ،تقوم هذه النظرية من منطلق أنه في أي مجتمع هناك عوامل أو قوى اجتماعية تتفاعل بطرق محددة ومتميزة لخلق نظام إعلامي قوي يستخدم لأداء وظائف متعددة ومتنوعة تسهم في إعادة تشكيل هذا المجتمع ،وفي هذا الصدد يقول هيبرت أن النظم الإعلامية تقوم بدورها في تغيير المجتمع الذي قام بوضعها وتأثير وسائل الإعلام إن كان قابلا للنقاش إلا أنه من المتفق عليه أن وسائل الإعلام تسهم بدورها في تغيير المجتمع [11].

5- مجتمع البحث وعينة الدراسة:

هو مجموعة المفردات التي يستهدفها أي باحث في دراسته وهذا من أجل الوصول إلى الأهداف المسطرة ،فهو يمثل الجمهور المراد دراسته وتعميم النتائج على كل مفرداته من طرف الباحث [12].ومجتمع البحث في دراستنا هذه هم سكان مدينة أم البواقي، ولطبيعة دراستنا واتساع مجتمع البحث الذي يصعب تحديد جميع أفراده استعملنا أسلوب العينة والتي تعرف

بأنها مجموعة جزئية من المجتمع لها نفس خصائص المجتمع، تمثل المجتمع الأصلي وتحقق أغراض البحث وتغني الباحث عن مشقة دراسة المجتمع الأصلي [13] ،وتم تحديدها بـ150 مفردة من سكان أم البواقي ،وتم اختيارنا للعينة العمدية (القصدية).

6- الدراسة الميدانية:

من أجل الوصل إلى نتائج تعكس قيمة هذه الدراسة الموسومة بـ استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في تعزيز التنمية المحلية –دراسة ميدانية على عينة من شباب أم البواقي –استعملنا الاستمارة كأداة رئيسية لجمع البيانات وقد تم توزيع 150 استبيانًا على عينة من الأفراد بغرض جمع بيانات حول القضايا التنموية ودور وسائل التواصل الاجتماعي في تعزيز هذا الاتجاه. و تم توزيع واسترجاع الاستبيانات بالكامل.

تضمنت عينة الدراسة 133 من الذكور وهو ما يعادل 88.67 %و17 من الإناث ما يعادل 12.33 %، مما يشير إلى هيمنة الذكور على العينة. حيث تتراوح أعمار غالبية أفراد العينة بين 18 و25 سنة وهو ما يعادل نسبة 96 %، وهي فئة عمرية تمثل شريحة الشباب النشطة والمرتبطة بشكل كبير بوسائل التواصل الاجتماعي. هذه الفئة العمرية تُعتبر هامة في سياق الدراسة لأنها غالبًا ما تكون قادرة على التفاعل والتأثير في مجتمعاتها.

أما من حيث التوزيع الجغرافي، فإن معظم أفراد العينة يقطنون في المناطق الحضرية وهو ما يعادل ما نسبته 95.33 % من المبحوثين، مع وجود 7 أفراد فقط من المناطق الريفية، ويعكس هذا التوزيع الجغرافي الاتجاه السائد نحو المدن والمناطق الحضرية، حيث تكون وسائل التواصل الاجتماعي أكثر انتشارا وأهمية في الحياة اليومية مقارنةً بالمناطق الريفية.

أما من حيث متغير المستوى التعليمي نلاحظ أن أغلب أفراد العينة ذو مستوى تعليمي ثانوي بنسبة 38 % وبنسبة متقاربة المستوى التعليمي الجامعي36.67 % ثم تليها نسبة المستوى التعليمي المتوسط بنسبة 20.67 % وأخيرا نسبة المستوى التعليمي الابتدائي بنسبة 11.33 %، حيث يمكن تفسير النتائج أن غالبية المبحوثين لهم مستوى تعليمي لا بأس به.

المحور الثاني: دوافع استخدام شباب أم البواقي لمواقع التواصل الاجتماعي:

الجدول رقم 05: يمثل امتلاك أفراد العينة لحساب مواقع التواصل الاجتماعي:

الاحتمالات	التكرار	النسبة المئوية
نعم	144	%96
لا	06	%4
المجموع	150	%100

المصدر: إعداد الباحث.

من خلال القراءة الكمية لنتائج الجدول رقم 05 نلاحظ أن معظم أفراد العينة يمتلكون حسابات على مواقع التواصل الاجتماعي وهو ما تعكسه إجابتهم بنعم ،ما يمثل نسبة قدرت بـــ 96 % ما يمكن تفسيره بالتوجه نحو الواقع الافتراضي للأفراد في ظل التحول الرقمي وما يقدمه من خدمات متنوعة، كما أنها بديل افتراضي للجماعات الاجتماعية الحقيقية التي تراجعت بسبب تغير أساليب الحياة وسرعة إيقاعها وتباعد المسافات العاطفية والنفسية بين البشر وبحكم تطور تكنولوجيا الاتصال الجديدة[14] ،في حين أن نسبة قليلة من أفراد العينة لا يمتلكون حسابات على مواقع التواصل الاجتماعي ما يمثل نسبة 4 % من المبحوثين، ويمكن تفسير هذا الابتعاد عن هذه الشبكات بسبب القيود الاجتماعية والثقافية المفروضة داخل العائلة أو المجتمع ولأسباب الأمان والخوف من الإدمان على هذه المواقع وقد يتعدى الأمر إلى أسباب صحية أو مادية .

الجدول رقم 06 يمثل مواقع التواصل الاجتماعي المناسبة لمناقشة مختلف القضايا:

الاحتمالات	التكرار	النسبة المئوية
فيسبوك	91	%60.7
تيك توك	31	%20.7
منصة إكس	2	%1.3
أنستغرام	17	%11.3
لا يملكون	6	4%
دون إجابة	3	%2
المجموع	150	%100

المصدر: إعداد الباحث.

من خلال القراءة الكمية لنتائج الجدول رقم06 يتضح لنا أن شريحة كبيرة من أفراد العينة ترى أن موقع فيسبوك هو الأنسب لمناقشة القضايا والانشغالات ويمكن تفسير هذا التوجه باعتبار موقع الفيس بوك من أقدم المواقع ظهورا وانتشارا إذ يحتوي على قاعدة منتسبين تتعدى 1 مليار بفضل المزايا التي يقدمها من جهة وسهولة الاستخدام بالإضافة إلى مجانية فتح الموقع المناسب لطرح الانشغالات والقضايا ،بالإضافة إلى أن القوة الأساسية في الفيس بوك هي التطبيقات التي أتاحت الشبكة فيها للمبرمجين من مختلف أنحاء العالم ببرمجة تطبيقاتهم المختلفة وإضافتها للموقع الأساسي [15]،وهذا ما يعكسه خيار المبحوثين الذين اختاروا هذا الموقع بنسبة 60.7 % ، ثم اختار مانسبته20.7 % منصة التيك توك من أفراد العينة كأفضل موقع بالنسبة له ورغم حداثة هذا الموقع إلا خذ بالانتشار ويمكن تفسير هذا التوجه للمبحوثين بسبب المزايا التي يقدمها هذا الموقع بداية من مجانية الاستخدام وميزة الفيديوهات القصيرة وتحريرها وخاصية الفلتر والبث المباشر بالإضافة إلى خاصية الربح التي أدرجتها المنصة سواء عن طريق نسبة المشاهدة أو عن طريق الهدايا التي يقدمها المتابعين لصناع المحتوى أثناء العروض المباشرة أو الجولات، ثم تليها منصة انستغرام بنسبة 11.3 % ويمكن تفسير هذا التوجه لأفراد العينة نتيجة تأثرهم بهذه المنصة لعدة عوامل من أهمها أن أهم المشاهير يستخدمون هذا التطبيق في ظل المزايا التي يقدمها كمشاركة الصور والفيديوهات وميزة القصيرة (القصص) التي تتيح للمتابعين متابعة مشاهيرهم وما يقومون به يوميا، كما تعتبر المنصة وجهة للبحث عن مستجدات الأناقة والجمال و التجارة الإلكترونية وفي المجمل فإن هذا التوجه يعكسه تركيز التطبيق على المحتوى والإبداع وسهولة الاستخدام والدردشة ،وقد اختيار ما نسبته 1.3 % من أفراد العينة منصة إكس(تويتر سابقا) ،ويمكن تفسير هذه النسبة الضئيلة بسبب تركيز المنصة على المحتوى النصي الذي يكون في شكل تغريدات بدل المحتوى المرئي مثل باقي المنصات وعزوف المؤثرين خاصة في شمال إفريقيا بالإضافة إلى القيود التي يفرضها .

جدول رقم 07: يمثل العوامل التي دفعت المبحوثين لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي:

الاحتمالات	التكرار	النسبة المئوية
التسلية والترفيه	38	24.36 %
للتواصل مع الأصدقاء والعائلة	27	17.31%
للبحث عن المعلومات والمعارف	35	% 22.44
للتعبير عن آرائك	13	% 8.33
للحصول على الأخبار	31	%19.87
دون إجابة	6	%3.85
المجموع	150	% 100

المصدر: إعداد الباحث.

من خلا القراءة الكمية للجدول رقم07 بخصوص العوامل التي دفعت أفراد العينة لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي فنجد أن ما نسبته 24.36% من المبحوثين يتصفحون مواقع التواصل الاجتماعي بحثا عن التسلية والترفيه الأمر الذي يمكن تفسيره بالفراغ الذي يعانيه الشباب سواء من حيث الضغوط اليومية أو الحالة الاجتماعية بالإضافة إلى المحتوى الذي يمتاز بالتنوع الكبير سواء الترفيه أو الموسيقى أو مختلف القضايا أو الدردشة والتفاعل وخلق صداقات جديدة، والتنفيس عن الذات والهروب من مشكلات وضغوط الحياة[16] ، **في** حين أن الخيار الثاني اختار المبحوثين ما نسبته 22.44% من أفراد العينة خيار البحث عن المعلومات والمعارف وهو ما يمكن تفسيره بالدور المتزايد لهذه المواقع في جذب الأفراد واستمالتهم لسهولة استخدامها من جهة ومن جهة أخرى ما تقدمه من تخصيص للمحتوى يساعد في الحصول على المعلومات والمعرف التي تكون في نفس اهتمامات الأفراد ،يليها الخيار الثالث وبنسبة متقاربة مع الخيار الثاني 19.87 % وهو الحصول على الأخبار والأحداث اليومية وهو ما يعكس أن هناك توجه للأفراد بالبحث عن الجديد في ظل تسارع الأحداث والفورية في نقل الأخبار وهو ما يحقق إشباعاتهم ،بالإضافة أن هذا الخيار فيه ارتباط بالخيار الذي قبله ،أما الخيار الرابع التواصل مع الأصدقاء والعائلة وهو ما يمثل ما نسبته 17.31 % ،الأمر الذي يدل على أن الإنسان كائن اجتماعي ولا يمكنه العيش دون تواصل وتفاعل مع الآخرين وهو أمر بديهي في حياة الأفراد ،يليها الخيار الخامس التعبير عن الآراء بنسبة 8.33 % وهو ما يمكن تفسيره أن هناك خوف سواء من العواقب الاجتماعية كالتعرض للانتقاد أو خوفا من التأثير على علاقاتهم الشخصية مع الأصدقاء أو أفراد العائلة بسبب اختلاف التوجهات والآراء أو خوفا من الرقابة والمتابعات القانونية أو الإحساس أن إبداء الرأي في القضايا الكبرى يبقى مجرد رأي ولا يمكن تطبيقه بالإضافة إلى عدم الثقة في المنصات الرقمية أو غياب المعرفة والمعلومات الكافية في المضامين المطروحة للنقاش

جدول رقم 08: يمثل سبب الاستعانة بمواقع التواصل الاجتماعي للحصول على الأخبار والأحداث اليومية:

الاقتراحات	التكرار	النسبة المئوية
زيادة المعرفة	53	%35.33
الفضول	16	%10.67
سد الفراغ	51	%34.00
المشاركة	23	%15.33
دون إجابة	7	% 4.67
المجموع	150	% 100

المصدر: إعداد الباحث.

من خلال القراءة الكمية للجدول رقم08 بخصوص سبب الاستعانة بمواقع التواصل الاجتماعي للحصول على الأخبار والأحداث اليومية فقد حل الخيار الأول زيادة المعرفة بنسبة 35.33 % ويمكن تفسير هذا التوجه كون مواقع التواصل الاجتماعي أصبحت مصادر رئيسية للوصول إلى المعرفة والمعلومات، فالمستخدمون يبحثون عن محتوى تعليمي وثقافي يساعدهم على اكتساب معارف جديدة، سواء من خلال مقاطع الفيديو التعليمية، المقالات، المدونات، أو حتى النقاشات مع الآخرين. هذا التنوع يسمح للمستخدمين بتعزيز معرفتهم في مجالات متعددة بسهولة.

أما الخيار الثاني سد الفراغ وهو ما تقابله نسبة 34 % فيمكن تفسيره أن العديد من المبحوثين قد يستخدمون وسائل التواصل الاجتماعي لملء أوقات فراغهم عبر استهلاك محتويات ترفيهية، مثل الفيديوهات المضحكة، الألعاب، ويعتبر هذا الاستخدام وسيلة للهروب من الروتين اليومي وتخفيف الضغط بالإضافة إلى الملل والرغبة في التفاعل، وقد حل الخيار الثالث

المشاركة بنسبة 15.33 % وهو ما يعكس حاجة بعض المبحوثين بالحاجة إلى المشاركة الفعالة في المجتمعات الافتراضية، سواء من خلال التعليق على المنشورات أو نشر محتوى خاص بهم، فمواقع التواصل الاجتماعي تمنح المستخدمين فرصة للتفاعل مع الآخرين، التعبير عن آرائهم، والمشاركة في النقاشات المجتمعية بالإضافة إلى الشعور بالانتماء.

وقد حل الفضول كخيار رابع بنسبة 10.66 %وهو ما يمكن تفسيره كأحد الأسباب الرئيسية التي تدفع الأفراد إلى استخدام مواقع التواصل فالبعض قد يستخدم هذه المنصات لاستكشاف مواضيع جديدة، متابعة المشاهير أو الشخصيات العامة، أو اكتشاف محتويات غير مألوفة والبحث عن الجديد والمثير

جدول رقم 09: يمثل الاشباعات التي تحققها مواقع التواصل الاجتماعي:

الاقتراحات	التكرار	النسبة المئوية
معرفية	82	%54.67
نفسية	49	% 32.67
عاطفية	12	%8.00
دون إجابة	7	% 4.67
المجموع	150	% 100

المصدر: إعداد الباحث.

من خلال القراءة الكمية للجدول رقم09 بخصوص الإشباعات التي تحققها مواقع التواصل الاجتماعي فنجد أن ما نسبته 54.67% من المبحوثين يرون أنها تحقق إشباعات معرفية وهو ما يعكس حاجة الأفراد إلى الحصول على المعلومات والسعي لمتابعة التطورات في المجالات المختلفة واكتساب معارف ومهارات جديدة ،في حين اختار المبحوثين ما نسبته 32.67% من أفراد العينة خيار الإشباعات النفسية وهو ما يمكن تفسيره بشعور الأفراد بالحاجة الماسة لإثبات انتمائهم ضمن هذا الفضاء من جهة ومن جهة أخرى حاجتهم للتفاعل وتلبية الاحتياجات النفسية ضمن نطاق اهتماماتهم، تليها خيار الاشباعات العاطفية بنسبة 8.00 % وهو ما يعكس أن الأفراد يتجنبون الواقع الافتراضي ولا يعتمدون عليه في تحقيق هذه الاشباعات لأسباب شخصية أو الخوف أو البحث عنها ضمن العلاقات المباشرة .

جدول رقم 10: يمثل الاعتماد على مواقع التواصل الاجتماعي من أجل الحصول على المعلومات:

الاقتراحات	التكرار	النسبة المئوية
دائما	103	%68.7
أحيانا	21	%14
نادرا	13	%8.7
دون إجابة	13	%8.7
المجموع	150	%100

المصدر: إعداد الباحث.

من خلا القراءة الكمية للجدول رقم10 بخصوص اعتماد أفراد العينة على مواقع التواصل الاجتماعي من أجل الحصول على المعلومات فنجد أن ما نسبته 68.7 % من المبحوثين أجابوا بـــــــ دائما وهو ما يعزز قيمة هذه المواقع وهذا راجع إلى عدة أسباب تتمحور مجملها في السرعة وتنوع مصادر المعلومات والمستجدات بالإضافة إلى قلة التكاليف ويمكن أيضا أن يتجه الأفراد إلى أخبار متخصصة كالرياضة مثلا أو الاقتصاد ضف إلى ذلك المزايا التي تقدمها هذه المواقع مثل التفاعل والتعليق وحتى النقاش والحوار ،في حين اختارا لمبحوثين ما نسبته 14% من أفراد العينة خيار أحيانا وما نسبته

8.7 % نادرا ويمكن تفسير هذين الخيارين لعدة أسباب قد تكون مادية ، أو الخوف من الأخبار والمعلومات المضللة التي أصبحت تأخذ حيزا كبيرا من النشر ،أي أن هناك عدم ثقة فيما يذهب آخرون لاستياق المعلومات من مصادر مؤكـــدة في شكل وسائل الإعلام التقليدية كالتلفاز والإذاعة والصحف أم ما يعرف الاعتماد على وسائل الإعلام التقليدية.

المحور الثالث: القضايا التي يناقشها شباب أم البواقي على مواقع التواصل الاجتماعي المتعلقة بالتنمية المحلية.

جدول رقم 11: يمثل أهمية القضايا التنموية التي تطرح على مواقع التواصل الاجتماعي:

الاقتراحات	التكرار	النسبة المئوية
ذات أهمية	33	% 22
لا أهمية لها	88	%58.7
دون إجابة	29	%19.3
المجموع	150	%100

المصدر: إعداد الباحث.

من خلال القراءة الكمية للجدول رقم 11 حول أهمية القضايا التي يناقشها شباب أم البواقي على مواقع التواصـــل الاجتماعي المتعلقة بالتنمية المحلية أجاب أفراد العينة بأن هذه المواضيع لا أهمية لها وهو ما يعادل ما نسبته 58.7% مـــن إجابة المبحوثين وهو ما يمكن تفسيره أن المبحوثين لهم تفضيلات أخرى على هذه الفضاءات كمحتويات الترفيه ويمكـــن ربطها بقلة الوعي والفهم الكافي لهذه القضايا وبنسب متقاربة أجاب المبحوثين أن لهذه القضايا أهمية بنسبة 22 % وامتنع آخرون بنسبة 19.3% ،وهو ما يشير إلى أن هناك فوارق كبيرة بين المبحوثين في فهم أصل هذه القضايا وأن هناك خلل لطرح هذه المحتويات أو أن هناك غياب لاستراتيجية واضحة من حيث طريقة نشر المضامين أو الأسلوب وحتى المدة الزمنية المرتبطة بحجم المضمون و التقديم .

جدول رقم12: يمثل أهم القضايا التنموية بالنسبة للمبحوثين:

الاقتراحات	التكرار	النسبة المئوية
اقتصادية	71	%47.33
ثقافية	17	%11.33
اجتماعية	56	%37.33
دون إجابة	6	%4
المجموع	150	%100

المصدر: إعداد الباحث.

من خلال القراءة الكمية للجدول رقم 12 حول أهم القضايا التنموية التي يولي لها أفراد العينة اهتماما أجاب أفـــراد العينة بالقضايا الاقتصادية والاجتماعية على التوالي وبنسب متقاربة 47.33 % و37.33 % وهو ما يمكـــن تفســـيره بالاهتمام الكبير للشباب بالشق الاقتصادي والاجتماعي لما لها من أهمية في تشكيل مستقبلهم وهي من العامل التي تـــؤثر في حياتهم اليومية ،في ظل البطالة وغلاء المعيشة بالإضافة إلى التعليم والصحة والعدالة الاجتماعية ،أما بخصوص القضايا الثقافية فهي تعتبر محورية للشباب وهو ما تعكسه إجابة افراد العينة بنسبة 11.33 %.

جدول رقم13: يمثل أبرز المواضيع البيئية التي تعرضها مواقع التواصل الاجتماعي:

الاقتراحات	التكرار	النسبة المئوية
التشجير	83	%55.3
التنـــــــــوع	20	%13.3

التلوث الصناعي	11	%7.3
حملات النظافة	23	%15.3
دون إجابة	13	%8.7
المجموع	150	%100

المصدر: إعداد الباحث.

من خلال القراءة الكمية للجدول رقم 13 حول أبرز المواضيع البيئية التي تعرضها مواقع التواصل الاجتماعي فيما يساعد، اختار أفراد العينة اقتراح التشجير بنسبة فاقت نصف المبحوثين تعادل 55.3% وهذا يعكس الوعي المتزايد حول أهمية التشجير ،حيث يساهم في حماية التنوع البيولوجي و تشجيع آلية التنمية النظيفة للمساعدة في حل المعوقات الرئيسية البيئية في الجزائر من خلال تطوير الطاقة المتجددة والنظيفة، التشجير و إعادة التشجير[17] ، مكافحة تغير المناخ وتحسين جودة الهواء، التشجير يُعد من القضايا البيئية التي يسهل فهمها، ويقدم نتائج ملموسة وسريعة نسبيًا، مثل تحسين البيئة المحيطة، توفير الظل، وزيادة المساحات الخضراء، فحملات التشجير غالبا ما تكون مبادرات مجتمعية قابلة للتنفيذ بسهولة على المستوى المحلي، مما يجعلها جذابة للتفاعل عبر مواقع التواصل الاجتماعي. التفاعل مع هذه الحملات من خلال المتابعة والمشاركة يعكس اهتمام الأفراد بالمساهمة في تحسين بيئتهم المحلية.

يليها خيار حملات النظافة وهو ما يعادل نسبة 15.3 %ما يمكن تفسيره وعي الأفراد بأن النظافة البيئية جزءا مهمًا من تحسين جودة الحياة اليومية. كما أن هذه الحملات عادة ما تستهدف مشكلات ملموسة ومرئية مثل تراكم القمامة، مما يجعلها قريبة من واقع الأفراد اليومي.

وقد حل خيار التنوع البيولوجي بنسبة 13.3 %الأمر الذي نفسره بأن مواضيع مثل التنوع البيولوجي قد تكون أقل وضوحا أو ملموسة بالنسبة لعامة الناس، لأنها تتعلق بالأنظمة البيئية المعقدة، مما قد يفسر نسبته الأقل مقارنةً بالتشجير والنظافة، ثم حل خيار التلوث الصناعي رابعا بنسبة تعادل 7.3 %لأنه يعتبر موضوعا معقدا وصعب المعالجة مقارنةً بالتشجير أو حملات النظافة. التلوث الصناعي يتعلق بالسياسات العامة، القوانين، والممارسات الصناعية، ما يجعل الأفراد يشعرون بالعجز عن إحداث تغيير مباشر في هذا المجال بالإضافة إلى قلة التفاعل مع هذا الموضوع قد تعود أيضا إلى قلة الحملات المجتمعية أو المبادرات الموجهة خصيصا للتعامل مع التلوث الصناعي، حيث غالبا ما يكون مرتبطا بجهود المؤسسات الحكومية والمنظمات البيئية الكبرى فيما امتنع عن الإجابة مانسبته8.7% وهو ما يمثل نسبة من الأفراد الذين لا يمتلكون حسابات على مواقع التواصل الاجتماعي من جهة ومن جهة أخرى قد يكون الامتناع عن الإجابة ناتجا عن عدم اهتمام أو عدم وعي كافٍ ببعض القضايا البيئية أو ليس لديهم فهم عميق حول الموضوعات المطروحة.

جدول رقم14: يمثل تعزيز مفهوم التنمية المحلية لدى الشباب من خلال طرحها على مواقع التواصل الاجتماعي:

الاقتراحات	التكرار	النسبة المئوية
نعم	101	%67.33
لا	23	%15.33
دون إجابة	26	%17.33
المجموع	150	%100

المصدر: إعداد الباحث.

خلال القراءة الكمية لنتائج الجدول رقم 14 نلاحظ أن معظم أفراد العينة حول إن كان طرح القضايا التنموية على شبكات التواصل الاجتماعي يعزز من مفهوم التنمية المحلية لدى الشباب كانت إجابة الأغلبية بـــــنعم، ما يمثل نسبة قدرت بـــــ 67.33 % وهو ما يشير إلى أن عددا كبيرا من الشباب يعتبرون وسائل التواصل الاجتماعي أداة فعالة لتعزيز مفهوم التنمية المحلية، ذلك لأن هذه المنصات توفر للشباب وسيلة سريعة ومباشرة للوصول إلى المعلومات المتعلقة بالتنمية المحلية، مثل مشاريع البنية التحتية، المبادرات المجتمعية، والسياسات الحكومية،فيما أجاب 15.33 %وهو ما يمكـــن تفســـيره أن مواضيع التنمية غير اهتمامات أفراد العينة من جهة فكما هو معروف أن هذه المواقع تعمل وفق خوارزميات تسمح بإظهار المحتويات التي يتفاعل معها الأفراد من جهة ومن جهة أخرى هناك غياب للمبادرات الرسمية التي تكون وفق منشورات ممولة وهو ما يسمح بظهورها للأفراد بالإضافة إلى قلة المشاركة والتفاعل ،وقد امتنع ما نسبته 17.33 % عن الإجابة ،هـــذه النسبة قد تشير إلى وجود شريحة من الشباب غير مهتمة أو غير واعية بشكل كافٍ بمفهوم التنمية المحلية أو كيفية تأثير مواقع التواصل الاجتماعي في هذا المجال. قد يكونون غير منخرطين في النقاشات المتعلقة بالتنمية، أو يرون أنها ليست ذات أهمية في حياتهم اليومية.

جدول رقم 15: يمثل الأطراف الفاعلة حسب رأيك في نشاطات و برامج التنمية المحلية:

الاحتمـــــــــالات	التكرار	النسبة المئوية
المواطن	42	%28.00
الجمعيات	13	%8.67
المؤسسات الحكومية	26	%17.33
النوادي والمنظمات	63	% 42
دون إجابة	6	% 4
المجموع	150	% 100

المصدر: إعداد الباحث.

من خلال القراءة الكمية لنتائج الجدول رقم 15 نلاحظ أن إجابة معظم أفراد العينة حول الأطراف الفاعلة في التنمية كانت النوادي والمنظمات البيئية كخيار أول، ما يمثل نسبة قدرت بـــــ 42.00 % وهو ما يعكس أهمية هذه النـــوادي والمنظمات كمؤسسات اجتماعية تلعب دورا هاما باعتبارها مراكز متنوعة الخدمات وتشمل شريحة كبيرة من الشباب مـــن خلال ما تقدمه من برامج توعوية وترفيهية وحتى تعليمية ،أما الخيار الثاني للمبحوثين فهو المواطن بنسبة 28 % وهو مـــا يعزز الوعي الذي وصل إليه الأفراد واعتبار المواطن كعنصر أساسي في التنمية المحلية بأهمية مشاركتهم المباشرة في تحســـين مجتمعاتهم. باعتبارهم كمحركين أساسيين للتغيير عبر المشاركة في الأنشطة المجتمعية أو تبني مبادرات شخصية لتحسين البيئة المحلية. أما الخيار الثالث فكان للمؤسسات الحكومية بنسبة17.33 % ما يمكن تفسيره على أنها تلعب دورًا رسميًا في إدارة وتنظيم جهود التنمية المحلية. إلا أن النسبة تشير إلى أن بعض الأفراد قد يشعرون بأن دور الحكومة أقل تأثيرًا من النـــوادي والمواطنين، ربما بسبب البيروقراطية أو قلة المشاركة المباشرة في حياتهم اليومية. ثم حل خيار الجمعيات بنسبة8.67% فهي عادة ما تمثل المبادرات المجتمعية أو غير الحكومية، قد تكون هذه النسبة المنخفضة دلالة على أن الجمعيات بحاجة إلى مزيد من التعريف بدورها أو دعم أكثر فعالية من الجهات المحلية، فقد أثبتت الدراسات أن هناك دورا كبيرا لمواقع التواصل الاجتماعي في تحفيز الشباب الجزائري للمشاركة في مختلف نشاطات وبرامج العمل الجمعوي الهادف لإدماجهم في مختلـــف مجـــالات

الحياة[18] ، وأخيرا نسبة 4 %دون إجابة هذه النسبة الصغيرة تعكس مجموعة الأفراد الذين لا يمتلكون مواقع تواصل أو الأفراد الذين قد لا يكون لديهم وعي كاف أو اهتمام بمفهوم التنمية المحلية أو قد يشعرون بعدم تأثيرهم المباشر في هذه العمليات.

المحور الرابع: انعكاسات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي لتعزيز التنمية المحلية في أم البواقي

جدول رقم16 يمثل إجابة المبحوثين حول مساهمة مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الوعي بأهمية البرامج التنمية المحلية:

الاحتمالات	التكرار	النسبة المئوية
نعم	40	% 26.7
لا	101	%67.3
دون إجابة	9	%6
المجموع	150	%100

المصدر: إعداد الباحث.

من خلال القراءة الكمية لنتائج الجدول رقم 16حول مساهمة مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الوعي بأهمية البرامج التنموية لاحظنا أن معظم أفراد العينة كانت إجابتهم بلا بنسبة 67.33%وهو ما يمكن تفسيره بأن المبحوثين لا يضعون البرامج التنموية ضمن أولوياتهم من جهة بالإضافة إلى التشبع الذي تعرفه هذه المواقع من مختلف المواضيع الترفيهية والأخبار المتنوعة الأمر الذي أدى إلى حجب هذه المنشورات، فيما أجاب 26.70% بنعم أي أن هناك تأثير قد حدث وهناك تغيير في اتجاهات وأفكار المبحوثين ما نتج عنه وعي بأهمية هذه البرامج ولو بنسب ضئيلة.

جدول رقم17: إجابة المبحوثين إن كانت مواقع التواصل الاجتماعي قد أدت إلى تغيير سلوكك واهتماماتك اتجاه قضايا التنمية المحلية

الاحتمالات	التكرار	النسبة المئوية
دائما	20	%13.3
أحيانا	28	%18.7
نادرا	93	%62
دون إجابة	9	%6
المجموع	150	%100

المصدر: إعداد الباحث.

خلال القراءة الكمية للجدول رقم 17 حول إجابة المبحوثين إن كانت مواقع التواصل الاجتماعي قد أدت إلى تغيير سلوكهم واهتماماتهم اتجاه قضايا التنمية المحلية فقد أجاب أغلب المبحوثين بـــــــــــــ نادرا بنسبة 62 % ويمكن تفسير هذا الأمر أن هناك خلل في طرح هذه القضايا من جهة أو أن توجه المبحوثين لمضامين أخرى لأن معظم الدراسات المتعلقة بمواقع التواصل الاجتماعي خلصت في نتائجها إلى أن جل الأفراد الذين يمتلكون حسابات على هذه المواقع وأثناء تصفحهم المتكرر وتعرضهم لمختلف المضامين يحدث لهم تغيير في سلوكهم واتجاهاتهم ، فالإعلام التقليدي والحديث تأثير قوي في تشكيل توجهات الأفراد وآرائهم وصياغة وجهات نظرهم حول القضايا والأحداث المختلفة، مما منحه القدرة على المساهمة في تغيير الاتجاهات السائدة وتبني توجهات جديدة لدى الجمهور بشكل عام، ولدى الشباب بشكل خاص[19].

فيما أجاب ما نسبته 18.7% بأحيانا و تليها دائما بنسبة 13.3 % ويمكن تفسير هذا أن المضامين المتعلقة بالتنمية التي تعرضوا لها هي مضامين ذات محتوى إبداعي أو جذاب وفق أسلوب بسيط الطرح أو أن أفراد العينة لهم الوعي الكافي بهكذا مواضيع وتفاعلهم ومشاركتهم يجعل هذه المواضيع تظهر باستمرار في صفحاتهم وحساباتهم.

جدول رقم18 حول أخذ القضايا المتعلقة بالتنمية المحلية قدرا كافيا من الاهتمام على مواقع التواصل الاجتماعي:

الاحتمالات	التكرار	النسبة المئوية
نعم	18	%12
لا	125	%83.3
دون إجابة	7	%4.7
المجموع	150	%100

المصدر: إعداد الباحث.

من خلال القراءة الكمية للجدول رقم 18 حول إجابة المبحوثين إن كانت القضايا المتعلقة بالتنمية أخذت قدرا كافيا من الاهتمام على مواقع التواصل الاجتماعي أجاب معظم الأفراد بلا وهو ما يعادل نسبة 83 %ويمكن تفسير هذا الجانب إلى غياب أو قلة الوعي وغياب الثقافة لدى الجماهير المتصفحة لهذه المواقع حيث أنها تولي اهتماما للمواضيع الترفيهية وغيرها وهذا الجانب يعكس القلة المعرفية لدى الأفراد فيما يخص الجوانب التنموية عكس المواضيع الأخرى التي تحصل على نسب مشاهدات عالية يصاحبها تفاعل كبير ،ويمكن إرجاع هذا الأمر إلى قلة المحتوى الخاص بالتنمية أو هناك تقصير في ابتكار محتويات جذابة للتأثير على أكبر شريحة ممكنة سواء من حيث المضمون أو اللغة والبساطة والأسلوب أي أن هناك غياب للإبداع في طرح الأفكار ،كما أن هناك جانب لا يمكن إغفاله وهو غياب ثقافة ترتيب الأولويات لدى الجماهير ، فيما اختار ما نسبته 12% من أفراد العينة خيار نعم وهذا يعكس درجة الوعي الذي يمتاز به المبحوثين لأن التفاعل على هذه القضايا يمكنهم دائما من مشاهدة المزيد من هذه المحتويات المتعلقة بالتنمية وما يرافقها من جوانب مساعدة لها.

جدول رقم 19 يمثل إجابة المبحوثين حول قضايا التنمية المحلية المطروحة تحتاج إلى أشخاص ذوي خبرة لتسويق الأفكار:

الاحتمالات	التكرار	النسبة المئوية
نعم	131	%87.33
لا	12	%8
دون إجابة	7	%4.7
المجموع	150	%100

المصدر: إعداد الباحث.

من خلال القراءة الكمية للجدول رقم 19 حول إجابة المبحوثين إن كانت القضايا التنموية المطروحة على مواقع التواصل الاجتماعي تحتاج إلى أشخاص ذوي خبرة لتسويق الأفكار حيث أجاب معظم الأفراد بنعم وهو ما يعادل ما نسبته 87.33 % ويمكن تفسير هذا الأمر بالمعرفة العلمية والفكرية للأشخاص ووعيهم بالجوانب التنموية ، حيث أن الخبرة التي يكتسبها الشخص في ميدانه تجعله ملما جامعا لجوانب المواضيع التي يطرحها من حيث صياغة الأفكار وحتى ابتكارها ،وتوجيهها بشكل يمكنه من التأثير على الجماهير المستهدفة الأمر الذي ينتج عنه بناء للثقة والمصداقية ويكون قادرا على التكيف مع مختلف التغيرات التي قد تحدث ومنه فإن الخبرة لها دور هام وأساسي في تسويق الأفكار وهو ما ذهب إليه عبد الناصر جاسم بقوله :أن تسويق الأفكار هي استثمار احتياجات الناس وإقناعهم بتبني فكرة ذات تأثير عملي، تدفعهم للعمل

على نشرها أو تنفيذها، أو يمكن القول إنه الاستخدام الأمثل للفكر التسويقي في عرض وبيع الأفكار والقناعات بأسلوب علمي ومنهجي، بعيداً عن العشوائية أو الارتجال في البرامج التي تستخدم لتسويق الأفكار وتحقيق الأهداف[20].

في حين اختار ما نسبته 8%من أفراد العينة اقتراح لا وهو ما يمكن تفسيره أن هذه الفئة القليلة لا تولي اهتماما لمثل هذه القضايا أو ليست من اهتماماتهم الأولية.

7.النتائج ومناقشتها:

1. معظم أفراد العينة يمتلكون حسابات على شبكات التواصل الاجتماعي.
2. موقع فيسبوك هو الموقع الأفضل لأفراد العينة.
3. العوامل التي دفعت أفراد العينة لاستخدام شبكات التواصل الاجتماعي هي التسلية والترفيه.
4. زيادة المعرفة هي سبب الاستعانة بمواقع التواصل الاجتماعي للحصول على الأخبار والأحداث.
5. الإشباعات التي تحققها مواقع التواصل الاجتماعي هي إشباعات معرفية.
6. أظهرت نتائج الدراسة أن أفراد العينة يعتمدون على مواقع التواصل الاجتماعي من أجل الحصول على المعلومات.
7. القضايا التنموية التي تطرح على مواقع التواصل الاجتماعي لا أهمية لها.
8. أظهرت نتائج الدراسة أن أهم القضايا التنموية التي يولي لها الأفراد اهتماما هي القضايا الاقتصادية.
9. أظهرت نتائج الدراسة أن أبرز المواضيع البيئية على مواقع التواصل هي التشجير.
10. تشير نتائج الدراسة أن هناك تقصير في طرح القضايا التنموية على مواقع التواصل الاجتماعي.
11. أظهرت نتائج الدراسة أن مواقع التواصل الاجتماعي لا تساهم في زيادة الوعي بالقضايا التنموية.
12. مواقع التواصل الاجتماعي تلعب دورا مهما في تعزيز التنمية المحلية، لكن هناك حاجة لتعزيز الثقة وزيادة التفاعل الواقعي والتوعية.
13. هناك وعي متزايد بين الناس حول أهمية البيئة، ولكن يظل التفاعل الأكبر مع القضايا التي ترتبط بشكل مباشر بحياتهم اليومية والتي يمكنهم المشاركة فيها بسهولة.، ولكن الحملات التي تتناول قضايا معقدة تحتاج إلى استراتيجيات مختلفة لجذب الانتباه والمشاركة.
14. المضامين الخاصة بالتنمية على مواقع التواصل لم تؤدي إلى تغيير سلوكهم.
15. أظهرت نتائج الدراسة أن القضايا التنموية لم تأخذ القدر الكافي من الاهتمام على مواقع التواصل الاجتماعي.
16. أظهرت نتائج الدراسة أن ما نسبته 87.33 % يرى أن تسويق المضامين والمحتويات الخاصة بالتنمية تحتاج إلى أشخاص ذوي خبرة.

8.الخلاصة:

مما سبق ذكره يمكننا القول أن مواقع التواصل الاجتماعي لها لمسة واضحة وإسهامات بارزة من حيث الدور الحيوي والمتزايد في تعزيز التنمية المحلية، لما تمتاز بها من خصائص تتيح نشر المعلومات والحقائق وتسهيل تبادلها وتمكين الشباب من المشاركة في مختلف المبادرات المحلية ،فهذه المواقع لها تأثير واضح في تغيير سلوكيات واتجاهات الأفراد من حيث تعزيز الوعي بالمبادرات التنموية وخلق فضاء مجسد على الواقع الفعلي لكن لا يجب إغفال أن هناك فجوة ونقص يظهر جليا في الطريقة الصحيحة لتوظيف واستخدام هذه المواقع، وهذا راجع بالأساس إلى نقص المهارات وعدم إعطاء أهمية لهذا الطرح من طرف القائمين،

التوصيات:

- ✓ العمل على إدراج القضايا التنموية ضمن البرامج التعليمية وفق استراتيجية مضبوطة تتماشى حسب الأطوار التعليمية المختلفة.
- ✓ إدراج التربية الإعلامية كمادة أساسية في المناهج الدراسية.
- ✓ القيام بالحملات التوعوية ضمن إطار يجسد أهمية التنمية على الفرد والمجتمع.
- ✓ توجيه الاهتمام نحو القضايا التنموية ويكون ذلك عبر وسائل الإعلام الجديد ووسائل الإعلام التقليدية من خلال إعطاء مساحة للبرامج تتناول مواضيع التنمية.
- ✓ إعداد ورشات وتكوينات خاصة بقضايا التنمية لزيادة اهتمام الأفراد بقضايا التنموية.
- ✓ استخدام استراتيجيات متعددة تعتمد على التوعية، الابتكار في تقديم المحتوى
- ✓ تعزيز المشاركة المجتمعية.
- ✓ تقديم وقائع وحقائق تخص قصص نجاح في مجال التنمية حتى تكون إلهاما للآخرين.

9.الإحالات والمراجع:

1. حسين علي إبراهيم الفلاحي، **الإعلام التقليدي والجديد وتقنيات الثورة الرقمية مظاهر الاستخدام وآليات التوظيف**، دار الكتاب الجامعي الإمارات العربية المتحدة،2020 ص 80.
2. السعيد مبروك إبراهيم، **التعايش الثقافي وتحديات العصر رؤية لمواقع التواصل الاجتماعي في تعزيز تفاعل الثقافات في العصر الرقمي**، مكتبة الوفاء القانونية، الإسكندرية،2015، ص133.
3. مصطفى يوسف، **علم الاجتماع الإعلامي**، دار حامد للنشر والتوزيع عمان، الأردن،2016، ص 181.
4. عيسى محمود الحسن، **الإعلام والتنمية**، دار زهران للنشر والتوزيع، عمان، الأردن.2011، ص10.
5. عبد الرزاق محمد الديلمي. **الإعلام والتنمية.** دار المسيرة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن.2012، ص 38.
6. منال هلال مزاهرة، **بحوث الإعلام الأسس والمبادئ**، دار كنوز المعرفة العلمية للنشر والتوزيع، عمان، الأردن ،2011، ص105.
7. عبد الملك الدناني، سامية أحمد هاشم. **مناهج بحوث الاتصال الحديثة.** مكتبة الفلاح للنشر والتوزيع. عمان، الأردن ،2016
8. سعد سليمان المشهداني، **مناهج البحث الإعلامي قواعد أساسية في البحث الإعلامي**، دار الكتاب الجامعي، الإمارات العربية المتحدة،2020 ص 42.
9. محمد الفاتح حمدي، سميرة سطوطاح، **مناهج البحث في علوم الإعلام والاتصال وطريقة إعداد البحوث**. دار الحامد للنشر والتوزيع عمان، لأردن،2020، ص92.
10. محمود محمد الجراح. **أصول البحث العلمي.** دار الراية للنشر والتوزيع عمان، الأردن. 2008.ص 149.
11. بسام عبد الرحمان المشاقبة، **الإعلام والسلطة.** دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2013، ص 173.

12. جودت عزت عطوي، أساليب **البحث العلمي مفاهيمه –أدواته-طرقه الإحصائية، دار** الثقافة للنشر والتوزيع عمان، الأدن،2011، ص 85
13. حسني محمد نصر، **من المطبعة إلى الفيسبوك مدخل في الاتصال الجماهيري**، دار الكتاب الجامعي، الإمارات العربية المتحدة،2016، ص265.
14. ماهر عودة الشمايلية وآخرون.. **الإعلام الرقمي الجديد.** دار الإعصار العلمي للنشر والتوزيع عمان، الأردن،2015، ص204.
15. أسماء محمد مصطفى. **استخدام شبكات التواصل الاجتماعي وانعكاسها علي تشكيل قيم الشباب الجامعي.** المجلة العلمية لبحوث الصحافة، المجلد 8 العدد 8 ,2016، ص ص 275,321.
16. بلعربي بلقاسم، **الموازنة بين المحافظة على البيئة ومتطلبات التنمية في الجزائر**، مجلة دائرة البحوث والدراسات القانونية والسياسية، المجلد 1 العدد 2023،7، ص ص 192,202.
17. وسام فاضل راضي. (2023). **العينات في بحوث الإعلام.** بغداد: مكتبة سنتر العلوم.
18. كوندة سلمى، بن سباع صليحة، **دور مواقع التواصل الاجتماعي في تعزيز المشاركة المجتمعية لدى الشباب الجزائري: قراءة تحليلية لصفحة "شارك الجزائر" عبر الفيسبوك**، المجلة الجزائرية للعلوم الإنسانية والاجتماعية ،2024العدد 7 رقم 2، ص ص-65 83.
19. سحر خليفة سالم، **استخدامات مواقع التواصل الاجتماعي وانعكاساتها على الاتجاهات الاجتماعية لطلبة الجامعات العراقية.** المجلة العربية لبحوث الإعلام والاتصال ،2017 مجلد 2017 العدد 19، ص ص69،54 .
20. عبد الناصر الجاسم، **تسويق الأفكار وتشويه القيم في ظل التواصل الافتراضي** ،2016/01/02 شوهد بتاريخ 2024/12/11 على الساعة 22.30،https://www.noonpost.com/9658/ .