

## الحدث الاقتصادي عبر مواقع التواصل الاجتماعي

دراسة تحليلية لعينة من صفحات الفايسبوك

د/ ليندة ضيف، جامعة العربي بن مهيدي ، أم البواقي - الجزائر -

### مقدمة:

أصبح النظام الإعلامي أحد أهم النظم التي تركز عليها مختلف النشاطات في جميع المجالات فهو يساهم في التعريف بها، و نشرها على نطاق واسع، لتصل إلى فئات متنوعة في مناطق جغرافية متباعدة، فالإعلام تمكن على مر الزمن من خلال وسائله من تصدر أولويات الاهتمام سواء من حيث الاستخدام أو من حيث ما يتم عرضه و نشره من مضامين .

إنّ وسائل الإعلام اليوم تستقطب اهتمام أغلب الأفراد في المجتمع إن لم نقل كلهم، من خلال ما تتميز به من خصائص تجذب الانتباه، حيث أصبح لا يمكن تصور حياة الأفراد دون التعرض لهذه الوسائل و ازداد هذا الاهتمام مع تطور وسائل الإعلام بفضل التطور التقني و امتلاكها لخصائص أكثر جذبا للأفراد من قبل .

و ما يجب الإشارة إليه هو العلاقة المتبادلة بين النظام الإعلام و النظم الأخرى و التي من بينها النظام الاقتصادي، حيث تبرز هذه العلاقة في الخدمات التي يقدمها كل منهما للآخر و التي تجسدت في التناول الإعلامي للمواضيع الاقتصادية من جهة الإعلام و صناعة وسائل الإعلام و الاتصال في بعدها الاقتصادي، و من هنا تتجلى أهمية الإعلام الاقتصادي خاصة في ظل التطور التقني الذي يشهده مجال علوم الإعلام و الاتصال، و هذا ما يدفع إلى ضرورة دراسة العلاقة بين الإعلام و المجال الاقتصادي من خلال التطبيق على مواقع التواصل الاجتماعي التي تمثل أحد تطبيقات الإعلام الجديد التي أفرزتها تكنولوجيا الإعلام و الاتصال .

### مشكلة الدراسة :

يعيش العالم اليوم ثورة حقيقية بفعل التكنولوجيا الحديثة للإعلام و الاتصال التي أحدثت نقلة نوعية في مجال نقل و إنتاج الرسائل الإعلامية المختلفة، و لعل أبرز مظاهر هذه التكنولوجيا الاستخدامات المختلفة التي أتاحتها شبكة الانترنت للأفراد على مختلف مستوياتهم، و من بين أهم هذه الاستخدامات مواقع التواصل الاجتماعي التي أصبحت تحظى باهتمام شرائح واسعة من الأفراد داخل المجتمع من خلال إنشاء علاقات و صداقات، نشر الصور، الدردشة و الحوار و غيرها، حيث أصبح الأفراد يستغلون

هذه الشبكات في نشر موضوعات مختلفة و في جميع مجالات الحياة الاجتماعية سواء كانت سياسية أو اجتماعية أو ثقافية أو اقتصادية أو دينية بل و حتى تخصيص صفحة لمجال بذاته . و يعتبر المجال الاقتصادي من بين أهم المجالات التي تحظى بالاهتمام عبر مواقع التواصل الاجتماعي خاصة موقع فايسبوك من خلال تداول موضوعات اقتصادية متنوعة تشمل مختلف الأحداث الاقتصادية، سواء ارتبط الأمر بارتفاع الأسعار و انهيارها، أو بمستوى المعيشة، أو بقطاع الزراعة و الصناعة، حيث أنّ استغلال التطبيقات المختلفة التي تتيحها مواقع التواصل الاجتماعي في هذا المجال، لا سيما و أنها تتميز بالسرعة في نقل المعلومة و السهولة في الاستخدام، يحدث نقلة نوعية في مجال الإعلام الاقتصادي و في نشر الحدث الاقتصادي بشكل خاص خاصة عبر هذه المواقع، و من هذا المنطلق جاءت فكرة هذه الدراسة التي تبحث في الحدث الاقتصادي عبر مواقع التواصل الاجتماعي من خلال إجراء دراسة تحليلية لعينة من الصفحات على موقع الفايسبوك ، و هي تسعى للإجابة على التساؤلات التالية :

- ما هي أهم أنواع الأحداث الاقتصادية التي يتم التركيز عليها عبر صفحات الفايسبوك ؟
- ما هو واقع تفاعل الجمهور مع الحدث الاقتصادي عبر الفايسبوك ؟
- ما هي أساليب معالجة الأحداث الاقتصادية عبر الفايسبوك كأحد أهم مواقع التواصل الاجتماعي؟
- ما هي أهمية توظيف مواقع التواصل الاجتماعي في الإعلام الاقتصادي ؟

#### أهداف الدراسة:

- تسعى هذه الدراسة إلى تحقيق جملة من الأهداف تتمثل فيما يلي :
- الكشف عن مختلف الأشكال التي ترد عليها الأحداث الاقتصادية عبر صفحات الفايسبوك، سواء كانت هذه الأشكال نصوص، أو صور، أو مقاطع فيديو .
  - التعرف على طبيعة الأحداث الاقتصادية التي تنتشر عبر الفايسبوك، و الجوانب التي يتم التركيز عليها في نشر القضايا الاقتصادية الصناعية، و الزراعية، و الخدماتية و غيرها .
  - محاولة التعرف على أهم خصائص و سمات الحدث الاقتصادي عبر شبكات التواصل الاجتماعي من خلال الفايسبوك، و نوع الجمهور الذي يتفاعل معه سواء من خلال النشر، أو التعليق أو المشاركة .

- معرفة أهمية توظيف شبكات التواصل الاجتماعي في المجال الاقتصادي، و التغيرات التي أحدثتها في هذا المجال .

- التعرف على أساليب معالجة الحدث الاقتصادي عبر الفايسبوك، سواء كانت معالجة تعتمد على مجرد نقل الحدث، أو معالجة تعتمد على التحليل و التفسير و النقاش .

-الكشف عن واقع تفاعل الجمهور مع الحدث الاقتصادي سواء من خلال مشاركة المواضيع، أو إبداء الإعجاب أو التعليق عليها.

### أهمية الدراسة:

تأتي أهمية هذه الدراسة من أهمية الموضوع في حد ذاته، حيث تبحث في واقع الحدث الاقتصادي عبر شبكات التواصل الاجتماعي، من خلال التطبيق على الفايسبوك كأحد أهم هذه الشبكات التي تلقى استخداما واسعا، إذ يمكن من خلالها التوصل إلى معلومات و معطيات علمية بشأن نشر المواضيع الاقتصادية، و التفاعل معها، و مختلف الإضافات التي ساهما بها هذه المواقع في مجال الإعلام الاقتصادي عموما، كل هذا يقودنا إلى ضرورة توظيف التطورات التقنية لا سيما تكنولوجيا الإعلام و الاتصال في مختلف المجالات، و استغلال خصائصها في تطوير هذه المجالات، إضافة إلى الاستفادة منها في جذب الجمهور، و توسيع مشاركته، و تفاعله، ليكون فاعلا مع كل ما يمس مجتمعه في مختلف المجالات، من خلال استخدام شبكات التواصل الاجتماعي .

### نوع الدراسة و منهجها:

تنتمي هذه الدراسة إلى طائفة الدراسات الوصفية، حيث تسعى إلى التعرف على واقع الحدث الاقتصادي عبر شبكات التواصل الاجتماعي من خلال التطبيق على الفايسبوك، من خلال وصف الأشكال التي يرد عليها الحدث الاقتصادي، و طبيعة المواضيع التي يتم التركيز عليها، و الجمهور الذي يتفاعل معها، عن طريق تحليل عينة من الصفحات الاقتصادية، حيث تسعى الدراسات الوصفية إلى تصوير، وتحليل و تقويم خصائص معينة أو موقف معين يغلب عليه صفة التحديد أو دراسة الحقائق الراهنة المتعلقة بطبيعة الظاهرة أو الموقف أو مجموعة من الناس أو مجموعة من الأحداث، بهدف الحصول على معلومات كافية، ودقيقة دون الدخول في أسبابها، أو التحكم فيها<sup>(1)</sup>.

ويعتبر المسح من المناهج العلمية الملائمة للدراسات الوصفية التي تعنى بجمع الحقائق واستخلاص دلالاتها طبقا لأهداف الدراسة، واستخدمت الباحثة المسح من أجل الإجابة على تساؤلات الدراسة، بهدف معرفة خصائص و صفات الحدث الاقتصادي عبر الفايسبوك كأحد أهم شبكات التواصل الاجتماعي،

حيث اعتمدت مسح المضمون من خلال تحليل عينة من صفحات الفايسبوك، إذ يستخدم مسح تحليل المضمون لوصف المحتوى الظاهر للاتصال وصفا موضوعيا، ومنتظما، وكما بغرض تحديد أسس الموضوعات والبرامج التي تقدمها وسائل الاتصال<sup>(2)</sup>، ولكي تتجنب الباحثة المسح الشامل الذي يتطلب وقتاً أطول وجهدا مضاعفا، اختارت منهج المسح بالعينة كمنهج يتناسب وأهداف الدراسة من أجل جمع وتحليل البيانات المتعلقة بالحدث الاقتصادي عبر الفايسبوك .

### أدوات جمع البيانات :

يرتبط نجاح أي بحث علمي بمدى فاعلية الأدوات التي استخدمت في جمع البيانات، كما أنّ تطبيق هذه الأدوات بطريقة علمية وموضوعية يؤدي إلى التوصل إلى نتائج علمية تحيط بجميع جوانب الظاهرة المدروسة، و من هذا المنطلق اعتمدت الباحثة أداتين أساسيتين تتناسب و منهج المسح بالعينة و تساعد في تحقيق أهداف الدراسة كما يلي :

الملاحظة: تعد الملاحظة أداة هامة من أدوات البحث العلمي كونها تساعد الباحث في التعرف عن قرب على الظاهرة التي يدرسها، وإعطاء تحليلات وتفسيرات لما يلاحظه من خلال ربطه بكل جوانب البحث النظرية والتطبيقية، وهي عملية تعريف وتسجيل لسلوك الأفراد والأشياء والأحداث، ومن خصائصها أنها تتطلب وجود الباحث في موقع الحدث ليسجل ما يلاحظه<sup>(3)</sup>، و قد اعتمدت الباحثة في هذه الدراسة على الملاحظة المباشرة من خلال تتبع ما يتم نشره على شبكة الفايسبوك من مواضيع اقتصادية، عن طريق ملاحظة الأشكال التي ترد عليها الصفحات الاقتصادية، و غير ذلك من الخصائص التي تتميز بها هذه الصفحات، حيث تم تسجيل ملاحظات مختلفة خلال فترات متباينة من أجل الاستعانة بها في الإجابة على تساؤلات الدراسة و تحليل و تفسير النتائج المتوصل إليها .

تحليل المضمون : اعتمدت الباحثة على تحليل المضمون كأحد أهم الأدوات البحثية التي يستعان بها في الكشف عن خصائص و طبيعة المحتوى الإعلامي و توجهاته، و نظرا لكون الدراسة تسعى إلى معرفة خصائص و سمات الحدث الاقتصادي الذي ينشر عبر الفايسبوك، و نوع المواضيع التي يركز عليها و الأشكال المتنوعة التي ينشر عليها فإنّ تحليل المضمون يعد الأداة البحثية الملائمة لهذه الدراسة .

وحدات التحليل : يعد تحديد وحدات التحليل من أهم خطوات إجراء تحليل المضمون، و كلما كان التحديد واضحا، و دقيقا، و مناسبا لطبيعة موضوع الدراسة كلما أدى ذلك إلى سهولة الترميز، وثبات نتائج الدراسة

و اعتمدت الباحثة على وحدة التكرار كوحدة مناسبة لطبيعة موضوع البحث من أجل معرفة درجة تكرار المواضيع الاقتصادية عبر شبكة الفايسبوك.

**فئات التحليل :** اعتمدت الباحثة في تحليل الصفحات الاقتصادية عبر الفايسبوك على نوعين من الفئات تمثل النوع الأول في فئة شكل الصفحات الاقتصادية، أما النوع الثاني فتمثل في فئات محتوى هذه الصفحات، و تتضمن كل فئة مجموعة من الفئات الفرعية التي تسعى في مجملها إلى الإجابة على تساؤلات الدراسة، و على هذا الأساس اعتمدت الباحثة فئات مناسبة لطبيعة موضوع الدراسة كما يلي :

#### فئات الشكل :

1. فئة شكل الحدث الاقتصادي الذي ينشر عبر الفايسبوك : حيث تهدف هذه الفئة إلى معرفة الشكل الذي ترد عليه المواضيع الاقتصادية ، حيث يمكن أن تكون هذه المواضيع على شكل نص أو نص مرفق بصورة، أو مقطع فيديو و غير ذلك من الأشكال الأخرى .

#### فئات الموضوع :

1. فئة أنواع المواضيع التي يركز عليها الحدث الاقتصادي عبر الفايسبوك: و تهدف هذه الفئة إلى معرفة أهم أنواع المواضيع الاقتصادية التي يتم نشرها سواء كانت زراعية، أو صناعية، أو متعلقة بالنفط، أو بأسعار العملات و غيرها .

2. فئة أسلوب معالجة الحدث الاقتصادي، حيث يمكن أن تكون معالجة تعتمد على مجرد نقل الحدث، أو معالجة تعتمد على التحليل و التفسير . .

3. فئة الجمهور المستهدف من خلال الحدث الاقتصادي عبر الفايسبوك حيث يمكن أن يكون هذا الحدث موجه لجمهور خاص و المتمثل في المختصين في المجال الاقتصادي ، أو موجه إلى جمهور عام.

#### مجتمع البحث و عينة الدراسة :

يعد مجتمع البحث جميع المفردات التي يدرسها الباحث سواء كانت جمهوراً أو مواداً إعلامية، وهذا ما يفرض ضرورة التعرف على ما يحتويه مجتمع البحث من مفردات إلى جانب التعرف على تكوينه الداخلي تعرفاً دقيقاً، لأن ذلك يعد أساس نجاح اختيار العينة فيما بعد<sup>(4)</sup> ، و عليه يتمثل مجتمع البحث في هذه الدراسة في الصفحات الاقتصادية الموجودة عبر موقع التواصل الاجتماعي فايسبوك، حيث تتضمن هذه الصفحات موضوعات اقتصادية متنوعة، و نظراً للكثافة الضخمة من الصفحات الاقتصادية الموجودة عبر الفايسبوك ، اختارت الباحثة عينة قصديه من هذه الصفحات اختياراً عشوائياً قدرت بـ 04 صفحات .

## مفاهيم أساسية في الدراسة:

### الإعلام الاقتصادي :

يرى مصطفى حسن أنّ الإعلام الاقتصادي يندرج ضمن الحاجات الضرورية للإنسان سواء كان فردا أو مسؤولا، أو مؤسسة باعتباره طرفا مت دخلا في عملية الإنتاج و التوزيع و الاستهلاك و الاستثمار<sup>(5)</sup>. و يمكن القول أنّ الإعلام الاقتصادي يتميز بتداخل مجالاته و تشابكها، و تعقدها، و هذا ما جعله مواضيعه غير محددة بشكل دقيق و تتداخل هي الأخرى مع مجالات أخرى في المجتمع كالمجال السياسي و الاجتماعي و غيره، و عليه فالمقصود بالإعلام الاقتصادي في هذه الدراسة هو كل الوقائع في المجال الاقتصادي، و التي تضم جوانب متعددة زراعة، صناعة، تجارة، خدمات، يتألف كل منها من جوانب متعددة، و تدخل جميع هذه الجوانب و المحاور في علاقات تأثر و تأثير متبادل سواء فيما بينها أو مع المجالات الأخرى في الحياة الاجتماعية<sup>(6)</sup>.

### الحدث الاقتصادي:

يعرف الحدث الاقتصادي بأنه حدث هادئ و رصين، بعيد عن المزاجية و الانفعالية و الحركية، كما تتميز التطورات الاقتصادية في الغالب بالبطء، و هو بعيد عن التقلبات السريعة و المفاجئة، و من خصائص الحدث الاقتصادي أنه هو الذي يسعى غالبا للوصول إلى المتلقي العام، و المتوسط و ذلك بعكس الحدث الرياضي و السياسي و الفني<sup>(7)</sup>.

و المقصود بالحدث الاقتصادي في هذه الدراسة كل الوقائع الاقتصادية على اختلاف أنواعها زراعية، صناعية، خدماتية، و كل ما يرتبط بها، حيث تكون ذات بعد مكاني و زمني، و غالبا ما تمس مصالح الأفراد بشكل مباشر أو غير مباشر .

### شبكات التواصل الاجتماعي:

هي منظومة من الشبكات الالكترونية عبر الانترنت تتيح للمشارك فيها موقع خاص به، يربطه بنظام اجتماعي الكتروني مع أعضاء آخرين لديهم نفس الاهتمامات و الهوايات أو مع أصدقاء الجامعة أو الثانوية أو غير ذلك<sup>(8)</sup>.

و عرفت أيضا بأنها مجموعة من المواقع على شبكة الانترنت، ظهرت مع الجيل الثاني web 2، تتيح التواصل بين الأفراد في بنية مجتمع افتراضي يجمع بين أفرادها اهتمام مشترك أو شبه انتماء<sup>(9)</sup>.

## الفايسبوك :

يعد من أشهر مواقع التواصل الاجتماعي، حيث يمكن العضو في هذا الموقع أن يقوم بإعداد نبذة شخصية عن حياته تكون بمثابة بطاقة هوية و تعارف لمن يريد أن يتعرف عليه و يتواصل معه و يستطيع كل عضو أن يقف على آخر أخبار أصدقائه، عن طريق ما يعرضه حائط العضو من رسائل و أخبار(10) .

## نتائج الدراسة:

### أهم المواضيع الاقتصادية التي يتم التركيز عليها عبر شبكات التواصل الاجتماعي:

- يتم تداول الحدث الاقتصادي عبر الفايسبوك كأحد أهم شبكات التواصل الاجتماعي التي تلقى استخداما واسعا وفقا شكلين أساسيين يتمثل الأول في إنشاء صفحات خاصة فقط بالمواضيع الاقتصادية على اختلاف أنواعها، و ما يرتبط بها، أما الشكل الثاني فيتمثل في نشر بعض المواضيع الاقتصادية عبر الصفحات الخاصة بالمستخدمين .

- يتم من خلال صفحات الفايسبوك الترويج لبعض السلع و الخدمات بهدف استقطاب الجمهور إليها و بالتالي الاستفادة من الخصائص و المميزات التي يتمتع بها الفايسبوك كأحد تطبيقات الإعلام الجديد و التي تتمثل في السرعة في نقل المعلومة، و توفير الجهد، و الوصول إلى جمهور متواجد في أماكن متفرقة و إعطاءه الفرصة للتفاعل المباشر مع ما يتم عرضه .

- أغلب الصفحات الاقتصادية عبر الفايسبوك غير مفعلة بشكل أساسي، و لا تتابع المستجدات التي تطرأ على الساحة الاقتصادية من حين إلى آخر، مثل صفحة عين على البورصة، صفحة اقتصاد بلدنا صفحة اقتصادك اليومي،

- توجد بعض الصفحات الاقتصادية الفعالة مثل معلومات النفط، و هي صفحة علمية تختص بمعلومات الصناعة النفطية و تطوراتها .

- يعد واقع النقط في مختلف البلدان العربية أحد أهم المواضيع التي يتم تداولها عبر مواقع التواصل الاجتماعي خاصة في العراق و السعودية .

- تتنوع طريقة تداول الحدث الاقتصادي عبر الفايسبوك حيث يتم من خلال نشر الأحداث الاقتصادية المختلفة، كما يتم نشر و تداول بعض المعلومات الاقتصادية التي تساهم في إثراء الرصيد المعرفي في المجال الاقتصادي من خلال نشر مفاهيم بعض المصطلحات كالتضخم ، التحرير التجاري، المذهب

الفكرية الاقتصادية و غيرها، معلومات أساسية حول الغاز الصخري و غيرها، إضافة إلى مصطلحات مثل، التعريف الجمركية، منطقة اليورو، مؤشر البورصة .

- تتضمن بعض الصفحات الاقتصادية على الفاييسوك تحليلات و مقالات تكون أغلبها على شكل روابط تتضمن مواضيع اقتصادية يشمل أغلبها مناقشات و تحليلات لأحداث اقتصادية، و من أمثلة ذلك ما تناولته صفحة معلومات اقتصادية بتاريخ 23 جانفي 2015 التي نشرت رابط لمقال بعنوان 7 أسباب و سيناريوهات للانخفاض العالمي في أسعار النفط .

- توصلت الدراسة التحليلية إلى أنّ أغلب الأحداث الاقتصادية التي تنشر عبر الفاييسوك تكون على شكل نص مرفق بصورة و ذلك بنسبة **67.53%**، في حين قدرت نسبة الأحداث التي تنشر على شكل نص فقط بـ **28.57%**، بينما نادرا ما يتم نشر الأحداث الاقتصادية على شكل مقاطع فيديو، و يرجع ذلك إلى كون أغلب الأحداث الاقتصادية تنشر على شكل أخبار الأمر الذي يفسر اعتماد شكل النص و الصورة في نشر الحدث، حيث تكون توضيحية لمضمون الموضوع الاقتصادي .

- تعد المواضيع العامة من أكثر المواضيع الاقتصادية بروزا على الصفحات الاقتصادية عبر الفاييسوك حيث قدرت نسبتها بـ **37.66%**، و تأتي في المرتبة الثانية المواضيع الخاصة بأسعار العملات و التي قدرت نسبتها بـ **22.07%**، أما المواضيع التجارية فقد جاءت في المرتبة الثالثة بنسبة **14.28%** في حين احتلت مواضيع الخدمات المرتبة الرابعة بنسبة **9.09%**، و احتلت المواضيع المتعلقة بالصناعة المرتبة الخامسة بنسبة **7.79%**، و جاءت المواضيع الزراعية في المرتبة الأخيرة بنسبة **2.59%** .

- و يمكن القول أنّ تصدر المواضيع الاقتصادية العامة صفحات الفاييسوك يرجع إلى عدة اعتبارات هي أنّ هذه الصفحات الاقتصادية تعالج مواضيع عامة تهم كل شرائح المجتمع، حيث يتم نشر أحداث اقتصادية لا تختص بمجال اقتصادي محدد، و من أمثلة المواضيع الاقتصادية العامة المتداولة في الصفحات الاقتصادية التي تمثل عينة الدراسة نشر موضوع عن نمو الغاز القطري، إضافة إلى نشر حدث آخر عن إطلاق شركة سامسونج لهاتفها الذكي غالاكسي 7 و موضوع آخر عن الناتج المحلي لولاية تكساس الأمريكية الذي يفوق الناتج المحلي لدول شمال إفريقيا .

- تهدف الأحداث الاقتصادية العامة إلى نشر الثقافة الاقتصادية من خلال توظيف الفاييسوك كأحد شبكات التواصل الاجتماعي التي تتميز بسهولة الاستخدام، و الانتشار اللامحدود الذي يؤهل عدد كبير من المستخدمين إلى الاطلاع على ما يقع من أحداث .



- من خلال نتائج الدراسة التحليلية يتضح أنّ الصفحات الاقتصادية التي تشكل عينة الدراسة لا تولي اهتماما كبيرا للمواضيع الزراعية و الصناعية و يفسر ذلك بعدم تتبع القائمين على هذه الصفحات المستجدات في المجالين الزراعي و الصناعي، حيث كثيرا ما يتم التركيز على أحداث اقتصادية محددة و إهمال أخرى تعد أساسية في المجال الاقتصادي، مما يؤدي إلى عدم التوازن في تداول الحدث الاقتصادي في مختلف مجالاته .

- ترد أغلب الأحداث الاقتصادية عبر الفايسبوك على شكل أخبار أو تقارير إخبارية و ذلك بنسبة **75.32%**، و يرجع ذلك إلى كون ما يتم تداوله من أحداث اقتصادية يكون هدفه إخبار المستخدمين و إعلامهم بالوقائع المختلفة في المجال الاقتصادي من أجل مواكبتهم للمستجدات و جعلهم على اطلاع دائم حول ما يجري حولهم من أحداث لا سيما تلك التي ترتبط بمصالحهم بشكل مباشر .

أما بقية الأحداث الاقتصادية و التي قدرت نسبتها بـ **24.67%** فقد وردت من خلال اعتماد أسلوب التحليل و النقاش، و ذلك بهدف إعطاء أبعاد لمختلف الأحداث الاقتصادية التي يتم تداولها، إضافة إلى جعل المستخدمين يفهمون سياق بعض الأحداث و خلفياتها من خلال شحها و تفسيرها و التعليق عليها.

#### ثانيا واقع تفاعل الجمهور مع الحدث الاقتصادي:

- يعد تفاعل الجمهور مع الحدث الاقتصادي محدودا، حيث أنّ أغلب الأفراد الذين يملكون صفحات فايسبوك لا يولون اهتماما كبيرا للمواضيع الاقتصادية، من خلال نشرها، مقارنة بالمواضيع الأخرى الاجتماعية، و الثقافية، و مواضيع التسلية و الترفيه .

- يرجع عدم اهتمامي مستخدمي الفايسبوك بالمواضيع الاقتصادية إلى طبيعة المواضيع الاقتصادية التي تتميز بالتعقيد، و صعوبة استيعابها، حيث يصعب على الجمهور التعمق في فهم المواضيع الاقتصادية لغموضها، و خصوصية مصطلحاتها.

- لا يتفاعل أغلب مشتركوي الصفحات الاقتصادية مع ما يتم نشره و تداوله من أحداث و قضايا اقتصادية، عبر بعض الصفحات، الأمر الذي أدى إلى إغلاق بعض الصفحات الاقتصادية كصفحة معلومات النفط التي أغلقت مؤقتا بتاريخ 2015/03/21 بسبب عدم تفاعل الأعضاء مع ما يتم نشره و تداوله .

- أغلب من ينشأ الصفحات الاقتصادية عبر شبكات التواصل الاجتماعي هم أفراد مختصين في المجال الاقتصادي، أو لهم اهتمامات خاصة به، مما يجعل إمكانية إنشاء الفرد العادي لصفحة اقتصادية أمراً مستبعداً .

- تخاطب أغلب الصفحات الاقتصادية عبر الفايسبوك و التي تمثل عينة الدراسة الجمهور العام، و ذلك بنسبة **88.31%**، في حين تقدر نسبة الأحداث الاقتصادية الموجهة إلى الجمهور المتخصص في المجال الاقتصادي **11.68%**، و يرجع ذلك إلى كون أغلب الأحداث التي تم نشرها هي أحداث اقتصادية عامة، تنشر بأسلوب سهل و بسيط يمكن أن يفهمه المستخدمين، فهي لا تتضمن مصطلحات اقتصادية معقدة أو أفكار لا يمكن أن يستوعبها إلا المتخصصون، و عليه فإنّ الحدث الاقتصادي عبر الفايسبوك غالباً ما يخاطب الفرد العادي، باستثناء بعض المواضيع الاقتصادية التي تكون موجهة إلى الجمهور المتخصص من خلال طرح بعض القضايا و الأحداث للنقاش و إبداء وجهات النظر حولها و هذا لا يتحقق إلا من خلال المتخصصين في المجال الاقتصادي سواء كانوا باحثين أو أكاديميين أو غيرهم .

### ثالثاً: أهمية توظيف مواقع التواصل الاجتماعي في الإعلام الاقتصادي

إنّ التغيرات التي أحدثتها مواقع التواصل الاجتماعي في مجال الإعلام بشكل عام، و انتقال هذه التغيرات إلى جميع المجالات الأخرى في المجتمع لتفاعل النظام الإعلامي مع الأنظمة الأخرى سواء كانت سياسية أو اجتماعية أو ثقافية أو اقتصادية، تدل على أهمية مساهمة مواقع التواصل الاجتماعي في تطوير واقع الإعلام الاقتصادي و إثراءه سواء من حيث المواضيع المعالجة أو من حيث علاقته بالجمهور، و مساهمة مواقع التواصل الاجتماعي كأحد أهم تطبيقات الإعلام الجديد في إثراء و تطوير مجال الإعلام الاقتصادي تتحدد كما يلي :

- ساعدت خصائص مواقع التواصل الاجتماعي على جعل المعلومة الاقتصادية أكثر تداولاً من قبل، حيث أصبحت متاحة أمام أكبر عدد ممكن من الأفراد، و بالتالي ساعدت هذه المواقع على نشر الثقافة الاقتصادية التي كانت من قبل حكراً على فئة محددة .

- سهلت مواقع التواصل الاجتماعي المعاملات الاقتصادية المختلفة بين المؤسسات و الشركات و الأفراد، من خلال تبادل المعلومات التي تساهم في القيام بالنشاطات المتعلقة بالإنتاج و الاستثمار و الاستهلاك و غيرها .

- تساعد مواقع التواصل الاجتماعي على مواكبة الأحداث الاقتصادية المختلفة و العمل على انتشارها، وجعل الفرد المستخدم لها يتفاعل معها بسهولة و بسرعة، من خلال النقاش و إبداء الرأي و مشاركة الآخرين ما يتم نشره من أحداث .

- جعلت مواقع التواصل الاجتماعي الإنتاج الاقتصادي أكثر رواجاً من خلال الترويج للسلع و الخدمات عبر الإشهار الذي ينشر من خلالها، و بالتالي الوصول إلى أكبر عدد ممكن من الزبائن . و يمكن القول أن أهمية توظيف مواقع التواصل الاجتماعي في مجال الإعلام الاقتصادي تتوقف على طبيعة استخدامها، و نوع المضامين الاقتصادية التي يتم نشرها من خلالها، إضافة إلى مدى شموليتها أو إلمامها بجميع جوانب النشاط الاقتصادي.

### خلاصة عامة:

من خلال ما سبق يمكن القول أنّ المواضيع الاقتصادية مازالت لم تحظى بالاهتمام الكافي عبر مواقع التواصل الاجتماعي، سواء ارتبط هذا الاهتمام بنشر المواضيع المرتبطة بالزراعة، أو الصناعة، أو الخدمات، أو ارتبط بعلاقة الجمهور بهذه المواضيع من خلال نشرها و التفاعل معها عن طريق المشاركة في النقاش و الحوار و تبادل الآراء بشأن الأحداث الاقتصادية على المستوى المحلي و الوطني، و الإقليمي و حتى الدولي .

إنّ الخصائص التي تتميز بها مواقع التواصل الاجتماعي تفرض على القائمين على المؤسسات الاقتصادية توظيفها من أجل إعطاء الفرصة للحدث الاقتصادي للبروز أكثر، من خلال الخدمات التي تنتجها هذه المواقع، و هذا ما يضمن الانتشار الواسع للمعلومة الاقتصادية و ضمان تفاعل أكثر معها، حتى يصبح الجمهور عنصراً أساسياً في الحياة الاقتصادية، من خلال إعطائه فرصة الحوار و النقاش و إبداء الرأي .

إضافة إلى العمل على توظيف مواقع التواصل الاقتصادية من أجل نشر الثقافة الاقتصادية التي تقيد الفرد في حياته، و تجعله يدرك بعض الخلفيات المرتبطة بالأحداث الاقتصادية، من خلال نشر بعض المعلومات و الحقائق، و العمل على تبسيطها بعض المفاهيم و المصطلحات لا سيما و أنّ المجال الاقتصادي يتميز بتعدد مصطلحاته و تشعبها التي يفهمها إلا المختصون، و هذا الأمر يتحقق عن طريق إنشاء مواقع يديرها مختصون و أكاديميون و خبراء فاعلون في المجال الاقتصادي .

## هوامش البحث :

1. سمير محمد حسن : بحوث الإعلام ، الأسس و المبادئ، عالم الكتب ، القاهرة ، مصر ، 1995 ، ص 131 .
2. محمد منير حجاب : أساسيات البحوث الإعلامية و الاجتماعية، ط1، دار الفجر لنشر و التوزيع القاهرة ، مصر ، 2002 ، ص 89.
3. وفقى السيد الإمام: البحث العلمي ، إعداد مشروع البحث و كتابة التقرير النهائي ، ط1 ، المكتبة العصرية للنشر و التوزيع ، مصر ، 2011 ، ص 158.
4. أحمد بن مرسل: مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال ، ديوان المطبوعات الجامعية ، الجزائر، 2003، ص 172.
5. بلقاسم مام: الإعلام الاقتصادي في التلفزيون الجزائري، من خلال دراسة جمهور حصة المؤشر الاقتصادية، مذكرة لنيل شهادة الإعلام و الاتصال، جامعة الجزائر، 2004، ص 34.
6. أديب خضور: الإعلام المتخصص، الاقتصادي الرياضي، الثقافي، السكاني، العلمي، خصائص الكتابة للإذاعة و التلفزيون، ط2، المكتبة الإعلامية، دمشق، 2005، ص 93.
7. المرجع نفسه، ص 94.
8. علي خليل شقرة: الإعلام الجديد، شبكات التواصل الاجتماعي، ط1، دار أسامة للنشر و التوزيع، الأردن ، 2014 ، ص 59 .
9. عبد الجبار أحمد عبد الله، فراس كوركيس عبد العزيز: دور شبكات التواصل الاجتماعي في الربيع العربي، مجلة العلوم السياسية، العدد 44، ص 209.
10. علي خليل شقرة، مرجع سبق ذكره، ص 65.

## الملاحق:

### 1. قائمة الصفحات التي تم تحليلها :

اسم الصفحة	طبيعة الصفحة	البلد الذي تنتمي إليه الصفحة
معلومات اقتصادية	نشر معلومات اقتصادية	غير محدد
اقتصاد	أخبار الاقتصاد العربي و العالمي	غير محدد
اقتصاد	موقع متخصص في مال و أعمال السوريين	سوريا
عالم الاقتصاد و المال	عالم الاقتصاد و المال	المغرب

### 2. جداول الدراسة:

#### جدول رقم 01 يبين شكل الحدث الاقتصادي عبر صفحات الفايستوك

شكل الحدث الاقتصادي	التكرار	النسبة %
<u>نص</u>	22	28.57
<u>نص مرفق بصورة</u>	52	67.53
<u>مقطع فيديو</u>	3	3.89
<u>المجموع</u>	77	100

#### جدول رقم 02 يبين أسلوب تقديم الحدث الاقتصادي عبر صفحات الفايستوك:

أسلوب تقديم الحدث الاقتصادي	التكرار	النسبة %
تقارير إخبارية	58	75.32
تحليل و نقاش	19	24.67
المجموع	77	100

**جدول رقم 03 يبين مواضيع الأحداث الاقتصادية عبر الفيسبوك:**

النسبة %	التكرار	مواضيع الأحداث الاقتصادية
2.59	2	زراعة
7.79	6	صناعة
9.09	7	خدمات
14.28	11	تجارة
6.49	5	نفط
22.07	17	أسعار العملات
37.66	29	مواضيع عامة
100	77	المجموع

**جدول رقم 04 يبين طبيعة المخاطب :**

النسبة %	التكرار	طبيعة الجمهور المخاطب
88.31	68	عام
11.68	09	متخصص
100	77	المجموع