

" الاعلام الإلكتروني وسياسات الترويج والتسويق "

"Electronic media and promotion and marketing policies"

إعداد

د. محمد عبدالستار جرادات
دكتوراه اقتصاد ومصارف إسلامية
خبير اقتصادي ومستشار مالي

د. منذر جرادات
دكتوراه إعلام وفكر سياسي
خبير إعلام سياسي
هيئة الإعلام - الأردن



مجلة تكنولوجيا العلوم الانسانية والادارية

المجلد (الثاني) - العدد (الرابع) - مسلسل العدد (ب ٠٢ - ع ٠٤ - م ٠٢) - مايو ٢٠٢٥

Volume (Second) - Issue (Fourth) - (S02-I04-V02) - May 2025

المجلة معرفة على بنك المعرفة المصري وقاعدة بيانات دار المنظومة العربية ومعامل التأثير العربي

https://tssa.journals.ekb.eg/issue_54755_54756.html

مستخلص الدراسة:

كان الغرض من هذا البحث التعرف على دور الاعلام الإلكتروني في سياسات الترويج والتسويق وتحديد درجات المصادقية المرتبطة بالتلاعب الإعلامي بالسياسات الاقتصادية و تقييم تأثير التلاعب الإعلامي على الرأي العام ، كذلك استكشاف الأساليب المستخدمة في التلاعب الإعلامي ، ومحاولة تقديم توصيات واقعية جيدة للتقليل من آثار التلاعب الإعلامي. وقد تضمنت اجراءات البحث مراجعة شاملة للدراسات السابقة ذات الصلة بالتلاعب الإعلامي، حيث أظهرت العديد من الدراسات تأثير التحيز الإعلامي على الاتجاهات الاقتصادية ؛ مما قد يؤدي الى عدم الثقة في المؤسسات الاقتصادية والذي قد ينتج عنه آثار سلبية كبيرة على الاستقرار الاقتصادي. وتضمنت توصيات البحث : ضرورة التقليل من تأثيرات التلاعب الإعلامي من خلال زيادة الوعي الإعلامي، تحسين الشفافية، تطوير التشريعات ، بالإضافة الى تعزيز دور المجتمع المدني وتصدى الحكومات والمؤسسات المعنية لهذه الظاهرة ؛ بما ينعكس ايجابياً على مصلحة التنمية المستدامة والعدالة الاجتماعية.

كلمات مفتاحية : " الاعلام الإلكتروني السياسات ، الترويج والتسويق .

مقدمة

تساعد وسائل الإعلام على نشر المعلومات والأخبار بشكل فوري، مما يساهم في تشكيل آراء الناس حول قضايا معينة. من خلال تغطية الأحداث الاقتصادية، توفر هذه الوسائل منصات للنقاش والتحليل، مما يساعد الجمهور على تكوين آراء مستنيرة. ومع ذلك، فإنه من الضروري أن ندرك أن تلك الآراء قد لا تعكس دائماً الحقائق الموضوعية، بل قد تكون متأثرة بالدوافع السياسية أو الاقتصادية للجهات التي تدير وسائل الإعلام. يمكن أن يؤثر الرأي العام الذي تشكله وسائل الإعلام على صناع القرار الاقتصادي. عندما يشعر المواطنون بأنهم غير راضين عن أداء الحكومة في الأبعاد الاقتصادية، قد يتسبب ذلك في تغيير سياسات الحكومة أو حتى سقوطها. ومن هذا المنطلق، تصبح وسائل الإعلام عنصر ضغط على الحكومة لتبني سياسات واستراتيجيات معينة تلبي تطلعات الجمهور. مع تطور التكنولوجيا وانتشار وسائل الإعلام الرقمية، أصبحت الوسائل أكثر عرضة للتلاعب. تسعى جهات معينة، سواء كانت حكومات أو شركات أو حتى أفراد، إلى استخدام وسائل الإعلام لتعزيز مصالحها الخاصة. يشمل ذلك نشر الأخبار المزيفة، التوجيه المضلل، والرقابة على المحتوى، وهو ما يؤدي إلى زعزعة الثقة في المعلومات المتاحة للجمهور. هذا التلاعب ليس فقط خطراً على دقة المعلومات، بل يمكن أيضاً أن يؤثر بشكل كبير على القرارات الاقتصادية. عندما تستخدم الجهات الفاعلة وسائل الإعلام كأداة لتقديم معلومات خاطئة أو مشوهة، يمكن أن تتأثر آراء الجمهور بصورة سلبية، مما يؤدي إلى اتخاذ قرارات اقتصادية غير واقعية.

أهمية البحث

تكمن أهمية هذا البحث في تسليط الضوء على العلاقة بين التلاعب الإعلامي والتضليل الإقتصادي، كما يسعى إلى فهم كيفية تأثير التلاعب الإعلامي على واقع السياسات الاقتصادية في الدول. من الضروري تحليل كيفية استغلال الجهات السياسية لوسائل الإعلام في توجيه النقاش العام لصالح سياساتها، مما قد يؤثر على النمو الاقتصادي والاستقرار المالي للمجتمعات.

أهداف البحث

١. دراسة تأثير التلاعب الإعلامي على الرأي العام والقرارات الاقتصادية.
٢. تقييم دور التضليل الإعلامي في تقلبات الأسواق وفقدان الثقة المؤسسية.
٣. اقتراح طرق للتقليل من تأثير التلاعب الإعلامي على القرارات الاقتصادية.

أسئلة البحث

١. كيف يتم التلاعب بالإعلام في سياق السياسات الاقتصادية؟
٢. ما هي الآثار المترتبة على القرارات الاقتصادية بسبب التلاعب الإعلامي؟
٣. كيف يمكن للجهات المعنية تحسين شفافية وسائل الإعلام لتقليل تأثير التلاعب؟

منهجية البحث

استخدم الباحث المنهج الوصفي في بحثه، وهو منهج يتميز بتركيزه على وصف الظواهر والأحداث والوقائع بشكل دقيق وموضوعي. يهدف هذا المنهج إلى تقديم تحليل شامل للموضوع المدروس من خلال جمع المعلومات والبيانات المتعلقة به، مما يسمح بتفسير العلاقة بين المتغيرات وفهم الظواهر بشكل أفضل. يعتمد الباحث في هذا الإطار على أدوات مثل التحليل المضموني، والملاحظة، وربط الوقائع، لجمع البيانات اللازمة. بخلاف المناهج الأخرى، يحرص المنهج الوصفي على عدم التدخل أو التلاعب بالعوامل المدروسة، مما يساعد على الحفاظ على موضوعية البحث. لذلك، يعتبر هذا المنهج مناسباً بشكل خاص لدراسة القضايا الاجتماعية والسلوكية، حيث يسعى الباحث إلى تقديم صورة واضحة ودقيقة عن الواقع المعني.

مصطلحات البحث

تعتبر وسائل الإعلام من الأدوات الحيوية في تشكيل الرأي العام وإيصال المعلومات إلى الجمهور. ومع تطور العصر الرقمي، أصبحت هذه الوسائل أكثر تأثيراً من أي وقت مضى. ومع ذلك، يتواجد تحديات كبيرة تتمثل في التلاعب الإعلامي والسياسات الاقتصادية، وهو ما يتطلب فهماً عميقاً لهذه المصطلحات وارتباطاتها

بالأحداث الجارية. في هذا السياق، سنتناول كل من "التلاعب الإعلامي"، "وسائل الإعلام"، و"التضليل الاقتصادية" لتعزيز الفهم حول كيفية تأثير هذه المفاهيم على المجتمع والسياسة والاقتصاد.

التلاعب الإعلامي

التلاعب الإعلامي هو عملية استخدام وسائل الإعلام لنشر معلومات مضللة أو منحازة بهدف التأثير على رأي الجمهور أو توجيه سلوك الناس بطريقة معينة. يشتمل هذا التلاعب على العديد من الأساليب، بما في ذلك التلاعب بالوقائع، والتأثير على كيفية عرض الأخبار، والتلاعب بالألفاظ والصور. يمكن أن يتم التلاعب الإعلامي من قبل الحكومة أو المؤسسات أو حتى الأفراد لتحقيق أهداف معينة.

التضليل الاقتصادي والسياسة المتبعة

تشير السياسات الاقتصادية إلى مجموعة من الإجراءات والقرارات التي تتبناها الحكومات أو المؤسسات لتحقيق أهداف معينة تتعلق بالاقتصاد. تتضمن هذه السياسات تنظيم المنافع الاقتصادية، تطوير البنية التحتية، تحفيز النمو الاقتصادي، إدارة التضخم، وغيرها من الأبعاد الاقتصادية. يمكن تصنيف السياسات الاقتصادية إلى نوعين رئيسيين: السياسات المالية والسياسات النقدية. السياسات المالية تركز على الإدارة العامة للإنفاق الحكومي والضرائب، بينما تتعلق السياسات النقدية بالتحكم في كمية النقود المتداولة والفائدة لزيادة استقرار الاقتصاد. تهدف كلا السياسات إلى تعزيز النمو الاقتصادي وخلق الوظائف والحد من الفقر.

الدراسات السابقة

تؤكد دراسة (الجهني، ٢٠١٩) على الأهمية الكبيرة لدور الإعلام في الأسواق المالية وتأثيره على قرارات المستثمرين. إن النتائج التي توصلت إليها الدراسة قد تساهم في توسيع فهمنا لمظاهر العلاقة المعقدة بين الإعلام والأسواق المالية، وتسليط الضوء على ضرورة التعامل بحذر مع المعلومات المتاحة، نظرًا لتأثيرها الكبير على اتخاذ القرار الاستثماري. وبالنظر إلى التطورات السريعة في عالم الإعلام الرقمي، تحتاج الأكاديمية والمستثمرون على حد سواء إلى متابعة الاتجاهات والتغيرات، لتعزيز القدرات على اتخاذ قرارات استثمارية مدروسة وفاعلة في وجه تقلبات السوق الناتجة عن تدفق المعلومات الإعلامية. تعتبر وسائل الإعلام أحد الأدوات الفعالة في تشكيل الرأي العام وتأثيره على صنع القرارات، خاصة في المجالات الاقتصادية الحيوية. في هذا السياق، يبحث بحث (فاروق، ٢٠٢١) في ظاهرة التلاعب الإعلامي وتأثيرها على السياسات الاقتصادية في الدول النامية. تسلط هذه الدراسة الضوء على كيف يمكن أن تؤثر المعلومات الخاطئة أو المبالغ فيها على اتخاذ القرارات الحكومية، مما يؤدي إلى آثار سلبية قد تضر بالمصلحة العامة. كما تتسارع وتيرة التطورات في مجال الإعلام، إذ أصبح من السهل التعرف على المعلومات أو نشرها بصورة واسعة بفضل

التكنولوجيا الحديثة. ومع ذلك، هذا التطور يحمل في طياته مخاطر كبيرة تتعلق بصدق المعلومات وجودتها. تبرز ظاهرة التلاعب الإعلامي، حيث يتم استغلال وسائل الإعلام لنشر معلومات مغلوطة أو مُبتذلة لأغراض سياسية أو اقتصادية، مما قد يكون له تأثيرات عميقة على السياسات الاقتصادية. ويمكن القول إن عواقب انتشار الأخبار الكاذبة عبر التكنولوجيا وخيمة. فمن الناحية الاجتماعية، يُسهم في تآكل الثقة في وسائل الإعلام والمؤسسات التقليدية، مما يؤدي إلى تقاوم الاستقطاب والانقسام المجتمعي. سياسياً، يُمكن أن يؤثر نشر المعلومات المُضللة على الرأي العام، ويتلاعب بالانتخابات، ويقوّض العمليات الديمقراطية (زانيتو وآخرون، ٢٠١٩). اقتصادياً، يُمكن أن تؤثر الأخبار الزائفة سلباً على الشركات، وتُعطل أسواق الأسهم، وتتلاعب بسلوك المستهلك. في جوهرها، تلعب التكنولوجيا دوراً محورياً في انتشار الأخبار الزائفة، مُشكلةً بذلك وجهات نظر اجتماعية وسياسية واقتصادية. تتطلب مكافحة هذه المشكلة نهجاً شاملاً، يشمل الابتكارات التكنولوجية، مثل الخوارزميات المُحسنة وأدوات تدقيق الحقائق، وتثقيف وسائل الإعلام، والتنظيم المسؤول، للحفاظ على سلامة المعلومات في العصر الرقمي. فقط من خلال الجهود الفعالة للحد من انتشار الأخبار الزائفة، يُمكننا السعي إلى مجتمع أكثر وعياً ومرونة.

نتائج البحث

لقد أصبحت وسائل الإعلام إحدى الأدوات الأكثر تأثيراً في تشكيل الرأي العام، ولا سيما في مجالات السياسة والاقتصاد. فإن التلاعب بالإعلام لا ينفصل عن السياسات الاقتصادية المعتمدة، بل يمكن اعتباره جزءاً لا يتجزأ من الديناميات الاقتصادية الكبرى. تطرح التساؤلات التالية أهمية التفاعل بين الإعلام والسياسات الاقتصادية، وكيف يمكن أن يؤثر هذا التلاعب على القرارات الاقتصادية، وكذلك الوسائل المتاحة لتحسين مستوى الشفافية. وفي ضوء السياسات الاقتصادية، يمثل التلاعب الإعلامي تحدياً كبيراً يؤثر بشكل مباشر على قرارات الحكومات والمواطنين على حد سواء. لا يقتصر الأمر على المعلومات التي تتعرض لها الأطراف المعنية فحسب، بل يمتد أيضاً إلى الثقة في النظام الاقتصادي نفسه. لذا، فإن تعزيز الشفافية في وسائل الإعلام وتحسين إدراك الجمهور لممارسات الإعلام سيسهم بشكل كبير في تقليل التأثيرات السلبية الناتجة عن التلاعب الإعلامي. بالتالي، يبقى الهدف الأسمى هو إيصال حقيقة أوضح وأكثر دقة حول السياسات الاقتصادية المعتمدة، مما يسهم في تحقيق تنمية مستدامة وشاملة للمجتمعات. يشكل الإعلام أحد أهم الأدوات التي تؤثر في توجيه الرأي العام والقرارات الاقتصادية على مستويات متعددة. في عصر المعلومات، حيث تساهم التقنيات الرقمية في زيادة حجم البيانات المتداولة، يصبح من الضروري فحص كيفية استخدام الإعلام للتأثير على صنع القرار الاقتصادي. يتناول هذا البحث دراسة التلاعب الإعلامي وتأثيره في القرارات الاقتصادية، من خلال استعراض المراجع والبحوث التي تناولت هذا الموضوع الهام.

توصيات البحث

١. تعزيز الشفافية في وسائل الإعلام من خلال تشجيع وسائل الإعلام المستقلة على تحقيق التوازن في نقل المعلومات الاقتصادية.
٢. زيادة وعي المستثمرين وصناع القرار حول أهمية المعلومات الدقيقة والتقديرات التي تتوافق مع الحقائق الاقتصادية.
٣. إنشاء منصات لتحليل المعلومات الاقتصادية من مصادر موثوقة لإعطاء صورة أفضل للجمهور حول السياسات الاقتصادية المتبعة.

المراجع

- برينر، سامي. (٢٠١٨). تأثير الإعلام في السياسات الاقتصادية: دراسة حالة. دورية الدراسات الإعلامية، ٣٢(٤)، ١١٢-١٣٠.
- الجابري، محمد. (٢٠١٩). توجيه الرأي العام: تأثير الإعلام على الاستثمار العام. المجلة الاقتصادية الدولية، ٢٥(١)، ٤٥-٥٦.
- الجهني، محمد. (٢٠١٩). أثر الإعلام على قرارات الاستثمار في الأسواق المالية: دراسة ميدانية. المجلة الاقتصادية، ١٥(٢)، ٤٥-٦٧.
- فاروق، عبد الله. (٢٠٢١). التلاعب الإعلامي وتأثيره على السياسات الاقتصادية في الدول النامية. مجلة الدراسات السياسية، ١٢(٣)، ٢٩-٥٠.
- تيزيانا وآخرون، ٢٠٢٤، من الضجة إلى الانهيار: كيف تُشكّل الأخبار الكاذبة دورة الأعمال، كلية تولوز للأعمال، N. 1516.
- إيريك موانجي، (٢٠٢٣)، التكنولوجيا والأخبار الزائفة: تشكيل وجهات النظر الاجتماعية والسياسية والإقتصادية، جامعة كاباراك.
- ريسيندي، وآخرون (٢٠١٩). كشف التضليل الإعلامي على وسائل التواصل الاجتماعي باستخدام الخصائص اللغوية والشبكية.
- زانيتو، وآخرون (٢٠١٩). شبكة المعلومات الكاذبة: الشائعات، والأخبار الكاذبة، والخدع، ورسائل الإغراء، وغيرها من الخدع. مجلة جودة البيانات والمعلومات (JDIQ)، ١١(4)، ٣٥-١.

معاذ، سلمان. (٢٠٢٢). التدقيق في المصادر وموثوقية المعلومات في الإعلام الاقتصادي. المجلة العربية للإعلام، ١٠(١)، ٣٥-١٥.

غورينسكي، وآخرون (٢٠٢٠). الأخبار الكاذبة: دراسة استقصائية للبحث، وطرق الكشف، وفرص التقنيات الدلالية. الويب الدلالي، ١١(٦)، ٩٩٩-١٠٢٦.

غليغوريفيتش، وآخرون (٢٠١٩). كشف الأخبار الكاذبة في وسائل التواصل الاجتماعي باستخدام التعلم العميق الهندسي. وقائع المؤتمر الدولي الثامن والعشرين لجمعية مكائن الحوسبة (ACM) حول إدارة المعلومات والمعرفة (ص ١٢٧٩-١٢٨٨).

لوهمان، وآخرون (٢٠٢٠). عدم وجود أخبار هو (ليس دائماً) خبر سار: حول تأثير وسائل الإعلام على تصور الجمهور للاقتصاد. المجلة الأوروبية للاقتصاد السياسي، ٦١، ١٠١٨٤٢.

جيس وآخرون (٢٠٢٠). التعرض لمواقع إلكترونية غير موثوقة في الانتخابات الأمريكية لعام ٢٠١٦. مجلة سلوك الإنسان الطبيعي، ٤(٥)، ٤٧٢-٤٨٠.

مارشال وآخرون (٢٠١٩). فضح الأخبار الكاذبة على وسائل التواصل الاجتماعي: إطار عمل لتصنيف البيانات التي تتطلب الدقة. في وقائع المؤتمر الدولي لجمعية الحوسبة الآلية (ACM) لعام ٢٠١٩ حول نظرية استرجاع المعلومات (ص ٤١-٤٤).