



كلية الحقوق  
الدراسات العليا  
قسم الاقتصاد والمالية العامة

بحث مستخلص من رسالة الدكتوراه بعنوان

## تأثير التطور الإعلامي على التنمية

إعداد الباحثة

أماني عبد المحسن عبد الحميد حسن

إشراف

أ.د/ السيد أحمد عبد الخالق

أستاذ الاقتصاد والمالية العامة

كلية الحقوق - جامعة المنصورة

ورئيس جامعة المنصورة الأسبق

وزير التعليم العالي والبحث العلمي الأسبق

١٤٤٢هـ - ٢٠٢١م

## مقدمة

إن تكنولوجيا المعلومات والاتصالات مرتبطة بتطور المجتمعات، وذلك لسرعة تطورها، وانتشارها، وفي البلاد النامية والمتقدمة على السواء، بل تعد الأكثر أهمية بالنسبة للبلدان النامية لجعلها مجتمعات أكثر تطوراً وأكثر حافزاً للنمو الاقتصادي.

ومع ظهور الإنترنت وتطوره أدى ذلك إلى التطوير التقني السريع لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات نتج عنه تطور سريع في الاقتصاد العالمي، وحدث نقلة نوعية في المعاملات والأنشطة الحكومية لتتحول من الشكل التقليدي إلى الشكل الإلكتروني.

وانتشر العديد من التطبيقات الإلكترونية الاقتصادية المهمة وغيرها كالتجارة الإلكترونية، والحكومة الإلكترونية وغيرها من مواقع التواصل الاجتماعي.

وقد اتسع مجال المعلومات والاتصالات ليشمل كافة ميادين النشاط الإنساني، وتحول إنتاج المعلومات إلى صناعة أصبح لها سوق كبير يطلق عليه عصر المعلومات.

وأثر ذلك على الاستثمار وذلك لسهولة التبادل التجاري والاقتصادي ودعم الاستثمار وتحقيق أفضل النتائج للمستثمرين.

والإعلام يؤثر بشكل كبير على الاستثمار نظراً لما يقوم به من دور إيجابي وفعالاً تجاه عرض خطط الدولة وتشريعاتها والترويج بهدف الاستثمار بها.

وفي هذا البحث نتناول التطور الإعلامي في العصر الحديث من خلال تأثيره على التنمية الاقتصادية والاجتماعية من خلال آثار تكنولوجيا المعلومات والاتصال على المجتمع، وكذلك تأثير الإعلام على الاستثمار. أولاً: أهمية البحث

اصبح العالم بعد تقدم التكنولوجيا ووسائل الأعلام والاتصال قريه واحده يتأثر سلبياً وإيجابياً إذا حدث متغيراً بسيطاً للغاية وذلك بسبب وسائل الأعلام العامه كالتلفزيون والأذاعه والصحف والإنترنت ، او وسائل شخصيه كالهواتف المحموله وصفحات التواصل الاجتماعي عبر الإنترنت.

وترجع أهميه الأعلام خاصة في عملية التنميه الإقتصادييه والاجتماعيه ؛ فالأعلام آداه استراتيجيه لدفع

الأقتصاد وعامل من عوامل التنمية الحقيقيه فى مختلف بلدان العالم ؛ حيث يحتل مكانه كبيره فى اقتصاا كل بلد نظرا لتداخله فى العايء من المجالات فالمعلومات الأقتصاديه أساس كل تحرك اوانجاز تنموى .

ولاستطيع اى بلد فى العالم الإستغناء عن المعلومات التى يبنى عليها الأقتصاد الوطنى غير أن وسائل الأعلام فى الءول المتقدمه تعتبر معظم الءول الناميه هى مجرد مستهلكه للمعلومات كما أنها تتحكم فى تدفقها، وذلك نظرا فى تحكمها فى تكنولوجيا المعلومات ، وتوابع الصناعه لشبكة الأعلام الءوليه وأستخدام الأعلام ؛كأءاه أقتصاديه فعاله ومهمه فى تغير أقتصاد الشعوب.

### ثانياً : أهداف البءء

١- توضيح العلاقة بين الأعلام وتكنولوجيا المعلومات والاتصالات.

٢- تأثير تكنولوجيا المعلومات والاتصالات على التنمية الاقتصاااى والاجتماعية.

٣- سلبيات وإيجابيات تكنولوجيا المعلومات والاتصالات على المجتمع.

٤- التطور الإعلامى وتأثيره على الاقتصاا من خلال الءعاية والبيع.

٥- تأثير التطور الإعلامى غير المباشر على العلاقات التجارية.

### ثالثاً: منهج البءء

يعتمء هذا البءء على المنهج الوصفى التحليلى للتقارب بين النظرية والواقع وبالأخص المنهج الوصفى الكيفى لتحليء إيجابيات وسلبيات التأثير الإعلامى على التنمية الاقتصاااى والاجتماعية وتحليل ذلك للوصول إلى الءور الإيجابى للأعلام فى التنمية الاقتصاااى والاجتماعية.

### رابعاً: خطه البءء

وبناء على العرض السابق يتم تناول موضوع البءء فى خطه رئيسية

**الفصل الأول: تأثير تكنولوجيا المعلومات والاتصالات على المجتمع**

**المبءء الأول: ماهية تكنولوجيا المعلومات والاتصالات وأهميتها**

المطلب الأول: ماهية تكنولوجيا المعلومات

المطلب الثاني: تكنولوجيا الاتصالات

المطلب الثالث: أهمية تكنولوجيا المعلومات والاتصال

المبحث الثاني: أثار تكنولوجيا المعلومات والاتصالات على المجتمع

الفصل الثاني: تأثير الإعلام على الاستثمار

المبحث الأول: ماهية الاستثمار ودور الإعلام في جذب الاستثمار الأجنبي

المبحث الثاني: التحديات التي تواجه الإعلام في جذب الاستثمار الأجنبي المباشر

## الفصل الأول

### تأثير تكنولوجيا المعلومات والاتصالات على المجتمع

نتناول في هذا الفصل تأثير تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، وما يتبعهما من تأثير على المجتمع من خلال تأثير وسائل الإعلام على سلوك المجتمع سواء تأثير إيجابي أو سلبي، ولكي يتم فهم التكنولوجيا وتأثيرها على الإعلام يجب فهم تأثيرها على الأفراد أولاً حيث إن الانفتاح الذي وفرته التكنولوجيا رافقه انفتاح فكري وحرية مما أثر على الوعي بشكل عام، كما اختلف مستوى التواصل وتعددت قنواته مما أدى إلى اختلاف مستوى التأثير بين الفرد ومؤسسات الدولة.

إن الوسائل التكنولوجية وتطورها فرض على المؤسسات المعنية في الدولة- ولاسيما الإعلام- التأكد من تحقيق هذه التكنولوجيا ورسائلها المتعددة للصالح العام، ولذلك هناك الطريق الرسمي الأمني البحث؛ لأن واجب الدولة أن توقف كل المساعي التي تهدد أمنها، وهناك الطريق غير الرسمي من مؤسسات اجتماعية شاملة لمواجهة من يريدون استخدام التطور التكنولوجي في تحقيق الضرر بالمجتمعات.

وسنتناول في هذا الفصل تأثير تكنولوجيا المعلومات على المجتمع والإعلام، والربط بينهما من خلال المبحثين الآتيين:

**المبحث الأول: ماهية تكنولوجيا المعلومات والاتصال وأهميتها.**

**المبحث الثاني: آثار تكنولوجيا المعلومات والاتصال على المجتمع.**

## المبحث الأول

### ماهية تكنولوجيا المعلومات والاتصالات وأهميتها

تمهيد وتقسيم:

تعتبر تكنولوجيا المعلومات والاتصالات المحرك الرئيسي للتغيير في المجتمعات في الوقت الحاضر وتعتبر حجر الزاوية للبيئة الاقتصادية وذلك لاستخدامها وسرعة انتشارها في كافة المجالات، فقد حدثت الثورة الصناعية الثانية قبل نحو مائة عام باستخدام الطاقة الكهربائية حيث حلت الكهرباء محل البخار، وأضيفت السيارات والطائرات والتليفون إلى السكك الحديدية والتلغراف، لتتسع وسائل الاتصال، ولقد أدت هذه التكنولوجيا الحديثة إلى رفع كفاءه وسائل الاتصال، ورفع مستوي الإنتاجية في قطاعات الزراعة، والصناعة والخدمات.

وبدأت الثورة الصناعية الثالثة بتطور تكنولوجيا المعلومات في النصف الثاني من القرن العشرين، ويشبه تأثير المعلومات في الثورة الصناعية الثالثة إلى حد كبير تأثير طباعة الكتب، وتطور التعليم في الثورة الصناعية الأولى، حيث إن تكنولوجيا المعلومات غيرت وجه الحياة، وزادت من سرعة التغيير الاقتصادي والاجتماعي، وستحدث ثورة جديدة في مجال التعليم والبحث العلمي وستتيح تلك الثورة وسائل تعليمية رخيصة ترفع من كفاءة الموارد البشرية وتحري الدقة، والمصداقية، والحيادية فيما تنشره وسائل الإعلام من معلومات.

وبناء على ما سبق نتناول هذا المبحث في ثلاثة مطالب على النحو الآتي بيانه:

**المطلب الأول:** ماهية تكنولوجيا المعلومات.

**المطلب الثاني:** ماهية تكنولوجيا الاتصالات.

**المطلب الثالث:** أهمية تكنولوجيا المعلومات والاتصالات.

## المطلب الأول

### ماهية تكنولوجيا المعلومات

تتكون تكنولوجيا المعلومات من نظم الحاسبات والبرمجيات ونظم الاتصالات، لذا أصبح العالم بعد تقدم التكنولوجيا ووسائل الاتصال قرية واحدة تتأثر سلبيًا وإيجابيًا إذا حدث متغير بسيط للغاية وذلك بسبب وسائل الإعلام سواء كانت وسائل تقليدية: كالتلفزيون، والإذاعة والصحف أو غيرها، أو وسائل حديثة كالإنترنت أو وسائل شخصية كالهواتف المحمولة وصفحات التواصل الاجتماعي (فيسبوك- تويتر- يوتيوب- انستجرام) وبالمقارنة بالفترات الزمنية اللازمة لانتشار التكنولوجيا فيعتبر الإنترنت وسيلة الاتصال الأسرع نموًا في تاريخ البشرية ففي حين احتاج الراديو ٣٨ عام للحصول على ٥٠ مليون مستخدم لاستقبال برامج، احتاج التلفزيون إلى ١٣ عام للوصول إلى العدد نفسه، فيما احتاج التلفزيون الكابلات إلى ١٠ أعوام، أما شبكه الإنترنت فلم تحتاج سوى ٥ أعوام للوصول إلى ذلك العدد وأقل من ١٠ أعوام للوصول إلى ٥٠٠ مليون مستهلك مما أدى إلى علاقة تشابك بين العالم والنشاط الإنساني أصبح متشابكا ومتداخلا<sup>(١)</sup>، وهذا يرجع لعوامل مختلفة أهمها أنها مجانية، أو رخيصة التكلفة وغزيرة بالمعلومات والأخبار والتسويق والثقافة. .. الخ، وكذلك لأنها جديدة ومتنوعة ولديها مصداقية وغير مقيدة وذات طابع عالمي وسريع وتقوم على التواصل المباشر والقوي.

وأصبحت المعلومات تمثل سلعة تسويقية، وأصبحت موردًا أساسيًا في التنمية الاقتصادية، والاجتماعية، والإدارية، والسياسية، والعلمية، والثقافية، ونتيجة لذلك حدث نمو كبير في البلدان المعتمدة على المعلومات وأصبحت المعلومات هي المواد الأولية لهذه البلدان الصناعية<sup>(٢)</sup>.

وتعتبر تكنولوجيا الاتصالات والمعلومات Information and communication technology المحرك الرئيسي للتغيير في المجتمعات في العصر الحاضر كذلك نقل العالم وخاصة الدول الغربية من اقتصاد المعلومات إلى اقتصاد المعرفة، حيث إن تطوير تكنولوجيا الاتصالات والمعلومات وتعزيز

---

(١) أ/ وسام فؤاد: مقال ما بعد التدوين (دراسة إشرافيه حول تأثير التطورات في البنية التحتية للإنترنت)، الشبكة العربية لمعلومات حقوق الإنسان، ط ١، القاهرة، ٢٠٠٨، ص ١٢٩-١٣٠.

(٢) د/ ربحي مصطفى عليان: اقتصاد المعلومات، دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان ٢٠١٠، ص ٣٩٩.

استخدامها يعتبر حجر الزاوية للتنمية الاقتصادية في هذه الدول، ولم يعد التخلف في هذه الدول الآن يقاس بالتخلف التكنولوجي الناتج عن وجود فجوات اقتصادية، بل ترادف ذلك مع فجوات رقمية أو تخلف رقمي digital، وأن أهم ما يميز منظومة تكنولوجيا الاتصالات والمعلومات هو سرعة التغيير الكبيرة في المعدات والبرامج المستخدمة وسرعة الانتشار في كافة القطاعات الاقتصادية وغير الاقتصادية.

### أولاً: تعريف تكنولوجيا المعلومات:

يرجع أصل لفظ تكنولوجيا إلى اللغة اليونانية وهو مكون فيها من كلمتين هما: (Techno) وتعني الفن أو الصناعة، و (Logos) وتعني الدراسة أو العلم، ويمزج الكلمتين في بعضهما فإن المصطلح يعني في أصله الإغريقي علوم أو دراسات الصنائع أو فنونها (تنظيم المهارة الفنية)، وهو معنى لا يختلف كثيراً عن معناه في اللغة الإنجليزية (Technology)<sup>(٣)</sup>، واشتقت كلمة المعلومات (information) من الفعل أخبر أو أعلم (inform) والذي يستخدم في الإشارة إلى ما يمارسه المرء من أفعال يهدف بها إلى توصيل أو نقل أو تكوين نماذج تسهم في ترشيح الفهم لدي الآخرين، وتختصر حديثاً إلى (IT).

أما بالنسبة لتكنولوجيا المعلومات، فقد تعددت التعاريف التي تناولتها، نظراً لأهميتها الكبيرة بالنسبة للمؤسسات على اختلاف أنواعها وحجمها في العصر الحالي الذي يعتبر عصر ثورة المعلومات، فهي تشير إلى الوسائل المستعملة لإنتاج ومعالجة وتخزين واسترجاع وإرسال المعلومة، سواء كانت في شكل مسموع أو مقروء أو مرئي<sup>(٤)</sup>، وفي تعريف آخر لتكنولوجيا المعلومات تعرف بأنها: "عبارة عن وسائل وأدوات آلية أو إلكترونية ضرورية لأداء الأفراد أعمالهم الضرورية المؤدية إلى تحقيق أهداف المشروع باستخدام الحاسوب لاتخاذ القرارات المناسبة في الوقت والمكان المناسب"<sup>(٥)</sup>.

---

(3) The shorter oxford English dictionary press 1976, p.214.

(٤) د/ مراد رايس، أثر تكنولوجيا المعلومات على الموارد البشرية في المؤسسة، رسالة ماجستير، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر، ٢٠٠٤-٢٠٠٥، ص ١٦.

(٥) د/ ماهر عودة الشمالية، د. محمود عزت اللحام، د/ مصطفى يوسف كافي، تكنولوجيا الإعلام والاتصال، الإعصار للنشر والتوزيع، ٢٠١٥، ص ٣١.



كما يعرف البعض تكنولوجيا المعلومات بأنها: "عبارة عن كل أنواع التكنولوجيا المستخدمة في تشغيل ونقل، وتخزين المعلومات بشكل إلكتروني، وتشمل تكنولوجيا المعلومات الحاسبات الآلية، ووسائل الاتصال، وشبكات الاتصالات، وأجهزة الفاكس وغيرها من المعدات"<sup>(٦)</sup>.

وذكر البعض أيضا أن تكنولوجيا المعلومات هي عبارة عن نطاق واسع من القدرات، والمكونات، والعناصر المتنوعة المستخدمة في تخزين ومعالجة البيانات، واسترجاع وتوزيع المعلومات، بالإضافة إلى دورها في تأمين المعرفة<sup>(٧)</sup>.

ويقصد بها "مجموعة من الأفراد، والبيانات، والإجراءات، والمكونات المادية، والبرمجيات التي تعمل سوياً من أجل الوصول إلى أهداف المؤسسة"<sup>(٨)</sup>.

ويؤدي الاستخدام الأمثل لتكنولوجيا المعلومات إلى إنتاج معلومات ذات قيمة مضافة، وفي الوقت المناسب، وبطريقة تحقق ميزة تنافسية للمنظمة، ولا ريب أن ما يشهده العالم اليوم من تقدم في العلوم المختلفة لاسيما من تقدم في تكنولوجيا المعلومات والاتصالات جعل العالم المترامي الأطراف قرية كونية صغيرة تتناقل فيها المعلومات إلكترونياً وبسرعة فائقة عبر شبكة الإنترنت.

وتعرف تكنولوجيا المعلومات بأنها تغيير الحالة المعرفية للمتلقى، وأنها مركز وسطي بين البيانات وهي المواد الخام أي تكامل المعلومات المنظمة واستخدامها في شيء مفيد<sup>(٩)</sup>.

وتعرف أيضا بأنها البيانات التي تمت معالجتها بطريقة هادفة لتكون أساساً لاتخاذ القرار<sup>(١٠)</sup>.

وحسب تعريف (مجموعة تقنية المعلومات الأمريكية) ITAA فإنها تعرف: "دراسة، تصميم، تطوير، تفعيل، دعم أو تسيير أنظمة المعلومات التي تعتمد على الحواسيب، بشكل خاص تطبيقات

---

(6) Ramez A Bedair, The role of information technology in supporting decision- making in the Jordanian firms, Phd, degree of doctor, faculty of information systems and technology, Jordan, p. 16-21.

(٧) د/ سعد غالب ياسين، أساسيات نظم المعلومات الإدارية وتكنولوجيا المعلومات، دار المناهج للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، ٢٠٠٦، ص ٢٠.

(٨) د/ عبدالله حسن مسلم، إدارة المعرفة وتكنولوجيا المعلومات، دار المعترف للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، ٢٠١٥، ص ١٢٦.

(٩) د/ نريمان إسماعيل: اقتصاديات المعلومات، المكتبة الأكاديمية، القاهرة، ط ١، ١٩٩٥، ص ٦٦.

(١٠) د/ جعفر حسن جاسم: مقدمه في الاقتصاد الرقمي، دار البداية، عمان، الأردن، ط ١، ٢٠١٠، ص ٥١.

ومكونات الحاسوب"، وتهتم تقنية المعلومات باستخدام الحواسيب والتطبيقات البرمجية لتحويل، وتخزين، وحماية، ومعالجة، وإرسال، والاسترجاع الآمن للمعلومات، وتقنية المعلومات اختصاص واسع يهتم بالتقنية ونواحيها المتعلقة بمعالجة وإدارة المعلومات، خاصة في المنظمات الكبيرة بشكل خاص.

تقنية المعلومات تتعامل مع الحواسيب الإلكترونية وبرمجيات الحاسوب لتحويل وتخزين وحماية ومعالجة المعلومات، وأيضا نقل واستعادة المعلومات؛ لهذا السبب، يدعى المختصين بالحواسيب والحواسيب بإخصائي تقنية المعلومات.

ويطلق على القسم الذي يهتم بتقنيات الشبكات والبرمجيات في شركة معينة قسم تقنية المعلومات، ومن الأسماء التي تطلق على هذا القسم أيضا أسماء مثل: قسم نظم المعلومات (Information systems) تختصر (IS) أو نظم المعلومات الإدارية تختصر (MIS)، مزود الخدمة المنظمة (managed service provider) وتعتبر تكنولوجيا المعلومات مجموعة فرعية من معايير تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، أو تكنولوجيا المعلومات والاتصالات مثل إي إف جي أي سي تي (IFGICT) وأي تي أي إل (ITIL) وأي تي إم أس ITMS. في عام ٢٠١٢ اقترح زوبو التسلسل الهرمي لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات حيث يحتوي كل مستوى هرمي على درجة معينة من القواسم المشتركة من حيث ترتبط بالتكنولوجيات التي تسهل نقل المعلومات وأنواع مختلفة من الاتصالات بواسطة الإلكترونيات.

ويستخدم المصطلح عادة كمرادف لأجهزة الكمبيوتر والشبكات الحاسوبية، ولكنه يشمل أيضا تكنولوجيات أخرى لتوزيع المعلومات مثل التلفزيون والهاتف، وترتبط العديد من الصناعات بتكنولوجيا المعلومات، بما في ذلك أجهزة الكمبيوتر والبرمجيات والإلكترونيات وأشباه الموصلات والإنترنت ومعدات الاتصالات والتجارة الإلكترونية.

وقد قام الأفراد بتخزين المعلومات واسترجاعها والتلاعب بها ونقلها منذ أن طور السومريون في بلاد ما بين النهرين الكتابة في حوالي ٣٠٠٠ قبل الميلاد، لكن مصطلح تكنولوجيا المعلومات بمعناها الحديث ظهر لأول مرة في مقال نشر عام ١٩٥٨ في مجلة هارفارد للأعمال، وعلق المؤلفان هارولد ج. ليفيت وتوماس ل ويسلر قائلا: "إن التكنولوجيا الجديدة لا تملك حتى الآن اسما موحدا واحدا،

وسنسميها تكنولوجيا المعلومات"، ويتألف تعريفها من ثلاث فئات: تقنيات المعالجة، وتطبيق الأساليب الإحصائية والرياضية في عملية صنع القرار، ومحاكاة التفكير العالي الترتيب من خلال برامج الحاسوب.

وبناء على تقنيات التخزين والتجهيز المستخدمة، يمكن التمييز بين أربع مراحل متميزة لتطوير تكنولوجيا المعلومات: ما قبل الميكانيكي (٣٠٠٠ قبل الميلاد- ١٤٥٠ ميلادية)، والميكانيكية (١٤٥٠- ١٨٤٠)، والكهروميكانيكية (١٨٤٠-١٩٤٠)، والإلكترونية (١٩٤٠-الحاضر).

## المطلب الثاني

### تكنولوجيا الاتصالات

تلعب تكنولوجيا الاتصالات دوراً هاماً في بناء مجتمع المعلومات، القائم على نشر المعرفة وإنتاجها وتوظيفها بكفاءة في جميع مجالات الحياة الاقتصادية، والسياسية، والاجتماعية، وتعد من أهم الثورات التي حدثت في المجالات التكنولوجية وأكثرها انتشاراً بين الأفراد؛ فالتطور في الاتصالات لم يتوقف منذ عهد الإنسان الأول بالبحث عن الوسائل التي تقرب المسافات وتختصر الوقت بين الأفراد وتزيد من قدرتهم على التواصل في أي وقت، وقد ساعد التطور في تكنولوجيا الاتصالات على تحريك عجلة الاقتصاد في البلدان النامية والمتقدمة على السواء.

ولذا يمكن القول: إن ثورة تكنولوجيا الاتصالات هي ذلك الشكل من أشكال التواصل الإنساني عن طريق عولمة المعلومات وتوظيف تكنولوجيا المعلومات في إلغاء حدود الزمن والمكان، وقد عرف مجتمعها بمسميات عديدة كالمجتمع ما بعد الصناعي ومجتمع ما بعد الحداثة، المجتمع الرقمي، المجتمع الشبكي، المجتمع اللاسلكي، المجتمع الكوني، المجتمع المعلوماتي ويعتمد المجتمع المنظم على الاتصال من كل الأنواع ومع تطور الوسائل الإلكترونية واستخدامها في المعالجة الرقمية للبيانات، أصبحت ظاهرة الاتصال شديدة الأهمية في إدارة شؤون المجتمعات الحديثة المتقدمة<sup>(١)</sup>.

---

(١) د/ حسن عماد مكاوي، د/ محمود علم الدين، تكنولوجيا المعلومات والاتصال، الدار العربية لنشر والتوزيع، ص ٦٥.

يرى (Kian Samhong)، أن ثورة الإنترنت غيرت من الفكر الإنساني، وفرضت على المهتمين بالحوار محاولة توظيف تكنولوجيا الاتصال بواسطة الإنترنت في المناظرة عن بُعد، كمنهج حوارى فريد يساعد على تغيير الفكر والعقلية والابداع في المهارات الذاتية<sup>(١٢)</sup>.

### - مفهوم تكنولوجيا الاتصالات:

تعرف تكنولوجيا الاتصالات بأنها عبارة عن وسائط وأوعية تيسر إرسال البيانات والإشارات والصور والكلمات بين عقول نظم المعلومات، وبالشكل الذى تركز على هدفها الأساسي الذى هو توفير الاتصالات، وتكنولوجيا الاتصالات هذه تمثلها إرسال الإشارات، الأفلام، الطباعات، النشر، اللغة، الهاتف الأرضي، الهاتف النقال، وكافة أجهزة الاتصال الأخرى السلكية منها واللاسلكية، الأقمار الصناعية، التليفزيون الميكروويف، الأوعية الممغنطة، الفيديو، والأقمار الصناعية وغيرها<sup>(١٣)</sup>.

وعرفت أيضا بأنها كافة الجهود التي يقوم بها الأفراد وطرق التفكير التي يعتمد عليها من أجل القيام بنقل المعلومات، والمعرفة، ومختلف المهارات وذلك عن طريق الاعتماد على الأجهزة، والوسائل، والأدوات التكنولوجية الحديثة، ومن أبرز المبتكرات التي ظهرت لنا الأقمار الصناعية، والألياف الضوئية والوسائط المتعددة وشبكات المعلومات خاصة شبكة الإنترنت<sup>(١٤)</sup>.

وأيضاً عرفها البعض بأنها: مجموعة من الأدوات التي تساعدنا في استقبال المعلومة ومعالجتها وتخزينها واسترجاعها وطباعتها ونقلها بشكل إلكتروني سواء أكانت بشكل نص أو صورة أو فيديو وذلك باستخدام الحاسوب<sup>(١٥)</sup>.

وبالعوض عرفها بأنها المصطلح المستخدم لوصف تجهيزات الاتصالات السلكية واللاسلكية التي

---

(12) kian S (2001) Web Based learning Environments: Observation from a Web Based Course in a Malaysian Context Australian Journal of educational Technology. P. 223-243.

(١٣) د. فليح حسن خلف، اقتصاد المعرفة، مرجع سابق، ص ٤٠.

(14) <https://www.almsal.com/post/419084>

(١٥) د/ سناء عبد الكريم الخناق: دور تكنولوجيا المعلومات والاتصال في عمليات إدارة المعرفة، الملتقى الدولي: المعرفة الركيزة الجديدة والتحدي التنافسي للمؤسسات الاقتصادية، بسكرة، الجزائر، ١٢ و١٣ نوفمبر ٢٠٠٥، ص ٢٣٧، ٢٣٨.

يمكن الحصول على المعلومات من خلالها والنفاد إليها عبرها ومن أمثلتها: الفاكسميل، الدورات التدريبية عن بعد<sup>(١٦)</sup>، والبعض الآخر عرفها بأنها "تكنولوجيا الوسائل الحديثة الأساسية والسائدة والتي تساعد على نشر وتوزيع المعلومات والسلع والخدمات بسرعة مثل الهواتف الخلوية والشبكات الحديثة للاتصالات والربط عبر الأقمار الصناعية"<sup>(١٧)</sup>.

ويقصد بها أيضا أنها: مجموعة من الوسائل، أو التقنيات، أو النظم المتعددة والتي توظف من أجل معالجة المحتوى، أو المضمون المراد توصيله عبر عملية الاتصال التنظيمي، أو الجماهيري، أو الشخصي يتم جمع البيانات بتكنولوجيا الاتصالات سواء المصورة، أو المسموعة، أو المسموعة المرئية، أو المكتوبة، أو المرسومة، أو المطبوعة، أو البيانات الرقمية، ثم تُخزّن لاسترجاعها في الوقت الملائم، ثم تُنشر وتُنقل من مكان لآخر، وقد تكون تلك التقنيات والوسائل إما يدوية، أو آلية، أو كهربائية، أو إلكترونية بحسب التطور التاريخي لوسائل الاتصالات والمجالات التي يتضمنها هذا التطور<sup>(١٨)</sup>.

### المطلب الثالث

#### أهمية تكنولوجيا المعلومات والاتصال

إن تكنولوجيا المعلومات ظهرت لتلبية الحاجة الماسة إليها نتيجة ثورة المعلومات الهائلة، والتي تتضمن الكم الهائل من المعلومات، وتزايد أنواعها ونوعيتها، وتغير طبيعتها، وزيادة مصادر المعلومات، وزيادة الجهات المستخدمة لها، وبالتالي استحالة قدرة الأفراد والمؤسسات المختلفة على معرفة جميع المعلومات والاطلاع عليها، واستيعابها وتذكرها، وهو الأمر الذي أدى إلى عجز الوسائل التقليدية عن تلبية الاحتياجات من المعلومات<sup>(١٩)</sup>.

---

(١٦) د/ محمود علم الدين، تكنولوجيا المعلومات والاتصالات ومستقبل طباعة الصحافة، دار السحاب للنشر والتوزيع، القاهرة، ٢٠٠٥م، ص ١٣٩.

(١٧) الرميحي محمد/ حديث الشهر (انتبهوا أيها السادة لم يعد في المعمورة مكان يغمره الظلام)، مجلة العربي، العدد ٤٦٠/ مارس ١٩٩٧م، ص ٢٣.

(١٨) أنظر الرابط الآتي: <http://mawdoo3.com>

(١٩) د/ فليح حسن خلف، اقتصاد المعرفة، جدار للكتاب العالمي، الأردن، ٢٠٠٧، ص ٣٨.

وتشكل تكنولوجيا الاتصال بكل مجالاتها جانباً مهماً تستحق الدراسة والتحليل باعتبارها الجانب الحيوي الديناميكي من عملية الاتصال ككل سواء كانت عن طريق تكنولوجيا الاتصال المطبوع (كما في الصحافة المطبوعة غير الدورية) أو عن طريق تكنولوجيا الاتصال المسموع (كما في الراديو والتسجيلات) أو تكنولوجيا الاتصال المرئي (كما في التلفزيون والفيديو)<sup>(٢٠)</sup>.<sup>(٢)</sup>، لذلك يسعى الأشخاص في مختلف شركات الأعمال التجارية والمؤسسات للعمل في وقت زمني قصير وكفاءة إنتاجية أكبر، الأمر الذي يجعل من تكنولوجيا المعلومات والاتصال وسيلة مهمة وضرورية للوصول إلى تطوير أعمالهم يوماً بعد يوم إذ أصبحت الحاجة ملحة لأداء الكثير من المهام في وقت قصير لتلبية الاحتياجات التي تتطلبها الأسواق العالمية والمحلية من خدمات وبضائع، وفيما يلي سيتم استعراض ذلك.

### أهمية تكنولوجيا المعلومات<sup>(٢١)</sup>:

- ١- توفير مجموعة من الأدوات والعمليات والمنهجيات التي تسهل عملية سير الأعمال وتحقيق أهداف المؤسسة مثل الترميز، والبرمجة ونقل البيانات والتخزين والاسترجاع، وتحليل النظم وتصميمها والتحكم بها، فضلاً عن المعدات المرتبطة المستخدمة لجمع ومعالجة وتقديم المعلومات.
- ٢- تكسب الفرد المهارات، وبالتالي توسيع أفقه، وتعزيز قدراته الإبداعية.
- ٣- توفير المعلومات اللازمة في كافة المجالات "الاقتصاد، والسياسة، والتعليم وغيرها، كما توفر الكثير من الوقت والجهد الذي كان بمثابة العبء الواقع على كاهل الكثير من الأفراد والمؤسسات، فالجهد البشري المبذول في النظم التقليدية هو أكبر من الجهد المبذول في نظم الحاسوب، سواء على مستوى إجراءات التعامل مع المعلومات أو الاستفادة منها أو استرجاعها.
- ٤- تمنح الفرد الشعور بالراحة عند جمع المعلومات؛ حيث إنها تقنية مرتبة ومنظمة وغير عشوائية.
- ٥- يمكن خفض تكلفة تكنولوجيا المعلومات، واسترجاعها، والحد من التكلفة العالية لإجراء التغييرات والتعديلات في قاعدة البيانات.
- ٦- تنمي لدى الفرد أسلوب حل المشاكل التي لا يمكن حلها بالطرق التقليدية بسبب الكم الهائل من

---

(٢٠) د/ حسن عماد مكاي، أ.د/ محمود علم الدين، تكنولوجيا المعلومات والاتصال، مرجع سابق، ص ٧٧.

(21) Importance of information technology in today world, Retrieved , 9-12-2019, Edited

المعلومات.

٧- تنظيم عمل المؤسسات داخل الدولة الواحدة، أو مع مؤسسات أخرى خارج الدولة بشكل سريع وآمن.

٨- تحقق الإدراك الحسي للفرد؛ لأن أجهزة الحاسوب المستخدمة في تكنولوجيا المعلومات توفر للفرد المعطيات والمظاهر المختلفة التي يفهمها عن طريق حواسه.

٩- تقديم المعلومات اللازمة عن منتج معين، وهذا مهم للشركات حديثة المنشأ، والتي ترغب بالترويج لمنتجاتها.

١٠- تنمي قدرات التعلم الذاتي عند الفرد.

١١- تطوير العلوم والأبحاث والدراسات في مختلف المجالات من خلال جمع المعلومات عن آخر الدراسات التي تتم في مناطق مختلفة من العالم.

١٢- تتميز بالدقة العالية؛ حيث إن احتمال الوقوع في الخطأ في النظم التقليدية اليدوية أكبر بكثير من نظم الحاسوب التي تمتاز بدرجة عالية من الدقة.

١٣- إن تداول المعلومات يمكن الأفراد من تحديد طريقهم في التنمية لكي تكون مستدامة وتسمح بالتغيير واستخدام الأفكار والممارسات والمعرفة في البحث عن طرق لتنفيذ أهداف التنمية.

١٤- أن تقديم المعلومات لمستخدمي الخدمات العامة فإن الإعلام يمكن المواطنين من طلب الجودة العالية وإمكانية المحاسبة من حكوماتهم.

١٥- الإعلام الجماعي المستقل يلعب دوراً مهماً في توصيل المعلومات التي يحتاجها الأفراد من أجل المشاركة في المناقشات، والقرارات التي تشكل حياتهم وأيضاً استجابة الحكومات عن طريق تقديم صوت لمن هم بلا صوت<sup>(٢٢)</sup>.

### مجالات العمل في تكنولوجيا المعلومات والاتصالات:

تتنوع وتكثر مجالات العمل التي يمكن تطبيق التكنولوجيا فيها، حيث يمكن تحقيق الأهداف والغايات بطريقة أسرع وكفاءة أكبر في جميع الشركات التجارية الربحية والشركات والمنظمات غير

---

(22) Media development investment found, Media development's Role in social Economic and political progress, MDIFM New York. p. 2.

الربحية وذلك مثل:

- ١- **شركات الأعمال:** تساهم تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في تنمية وتطوير الأعمال بزمن أقل وكفاءة أكبر.
  - ٢- **النظام التعليمي:** يتم استخدام نظام تكنولوجيا المعلومات في القطاع التعليمي لتوفير نظام تعليمي ذكي متاح في كل مكان وزمان.
  - ٣- **الفضاء:** يتم استعمال تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تتبع الطائرات، والمركبات الفضائية وجمع المعلومات وتخزينها وإرسالها.
  - ٤- **الاتصال:** أدت تكنولوجيا المعلومات التواصل بين الأشخاص سهلا في أي مكان في العالم وبأي وقت.
  - ٥- **القطاع الحكومي:** تتجلى أهمية تكنولوجيا المعلومات في القطاع الحكومي في تحويل الأعمال الورقية في جميع المؤسسات إلى قواعد وبيانات.
- وكذلك تقوم الوسائل الاتصالية بأداء وظائف أساسية، وهي الأخبار وتقديم المعلومات، التحليل والتفسير، التعليم، الإقناع والعلاقات العامة، المبيعات والإعلان.



## المبحث الثاني

### أثار تكنولوجيا المعلومات والاتصالات على المجتمع

تمهيد وتقسيم:

في المبحث السابق تعرفنا على ماهية تكنولوجيا المعلومات والاتصالات وأهميتها وعلاقة ذلك بالإعلام باعتبارها أداة تواصل وتفاعل تتميز بالدقة وتوفير الوقت لتوصيل المعلومات وتقديم الخدمات الإلكترونية لكافة أفراد المجتمع من خلال تطبيقاتها العديدة مثل: التعليم الإلكتروني، التجارة الإلكترونية، التسويق، واستخدامها في كافة نواحي الحياة المجتمعية.

وفي هذا المبحث سنتعرف على نظريات تطبيق التكنولوجيا على وسائل الإعلام للتعرف على كيفية تأثيرها على الأفراد والمجتمعات وذلك فيما يلي:

#### أولاً: نظريات تطبيق التكنولوجيا على وسائل الإعلام.

تعددت النظريات في علوم الاتصال والعلوم التطبيقية في السنوات الأخيرة لدراسة انعكاسات وتأثير تكنولوجيا الإعلام والاتصال الحديثة على أنماط حياة الأفراد وتفكيرهم وتصرفاتهم.

وقد أصبحت هذه المجتمعات رقمية بامتياز تعتمد على تقنيات الاتصال كوسائل مهمه للتواصل الاجتماعي.

وقد كان ازدياد ثقة الأفراد وترابطهم مع تكنولوجيا الاتصال واعتبرها وسائل لا يمكن الانعزال عنها أو العيش بدونها، وهو ما دفع عدد من الباحثين لتحليل تلك الرابطة بين هذه التكنولوجيا والأفراد وذلك بهدف معرفة دوافع استخدام تكنولوجيا الاتصال، وكشف أسرار ارتباط الناس بهذه الوسائل إلى حد أن تتولد لديهم أعراض استخدام غير سوي كالإدمان المعلوماتي والشعور بالقلق والكآبة في حالة عدم الاستعمال.

وكان بروز هذه المظاهر السلبية لدى مستخدمي تكنولوجيا الاتصال الدافع وراء إثارة مناقشات واسعة حول طبيعة هذه الوسائل وتأثيراتها.

## النظرية الأولى: نظرية الحتمية التكنولوجية:

تعد النظرية التكنولوجية لوسائل الإعلام من النظريات الحديثة التي تتحدث عن دور وسائل الإعلام وطبيعة تأثيرها على مختلف المجتمعات ويعتبر مارشال ماكلوهان مؤسس هذه النظرية وهو من أشهر الباحثين في النصف الثاني من القرن العشرين.

– فرضيات نظرية مارشال ماكلوهان (٢٣):

أ – وسائل الاتصال هي امتداد لحواس الإنسان

اعتقد ماكلوهان في ما يسميه الحتمية التكنولوجية أي المخترعات التكنولوجية هي التي تؤثر على تكوين المجتمعات، وحسب ماكلوهان فإن التحول الأساسي في الاتصال التكنولوجي يجعل التحولات الكبرى تبدأ لدى الشعوب في التنظيم الاجتماعي وإنما في الحواس الإنسانية، لهذا فالناس يتكيفون مع الظروف البيئية في كل عصر من خلال استخدام حواس معينة ذات صلة وثيقة بنوع الوسيلة الاتصالية المستخدمة، كما أن طريقة عرض وسائل الاتصال للمواضيع المتنوعة وطبيعة الجمهور الذي توجهه يؤثران على مضمون تلك الوسائل، بالتالي يرى ماكلوهان أن طبيعة وسائل الاتصال التي تسود في فترة من الفترات هي التي تكون المجتمعات أكثر مما يكونها مضمون الرسائل الاتصالية، (أي لفهم بنية وتركيبية المجتمع وكيفية علاجه لمشاكله فإن نوع الوسيلة السائدة كفيلاً للإجابة)، أي أنه وبدون فهم للأسلوب الذي تعمل بمقتضاه وسائل الإعلام لن نستطيع فهم التغيرات الاجتماعية والثقافية التي تطرأ على المجتمعات، فأى وسيلة كما رأى ماكلوهان هي امتداد للإنسان تؤثر على طريقة تفكيره وسلوكه، فكاميرا التلفزيون تمد أعيننا والميكروفون يمد آذاننا والآلات الحاسبة توفر بعض أوجه النشاط العقلي للإنسان.

باختصار ماكلوهان يعتقد أن كل حقبة بشرية تستمد شخصيتها من الوسيلة الإعلامية المتاحة، وأن عصر الإلكترونيات حل محل عصر الطباعة، وأن الوسائل الإلكترونية جعلت الاتصال سريعاً لدرجة أن الشعوب على اختلاف مواقعها في العالم تنصهر في بوتقة واحدة، وتشارك بشكل عميق في حياة الآخرين، والتنمية هي أن الوسائل الإلكترونية تقضي على الحياة الفردية والقومية وتنمي مجتمع عالمي جديد.

(٢٣) أنظر الرابط الآتي: [www.univ-eloued.dz/rers/images/pdf/D012014112.pdf](http://www.univ-eloued.dz/rers/images/pdf/D012014112.pdf)

وقد قام ماكلوهان بتقسيم تطور الاتصال الإنساني إلى أربع مراحل هي:

أ - المرحلة الشفهية: وهي مرحلة ما قبل التعلم التي اعتمدت على الاتصال الشفهي واستغرقت معظم تاريخ البشرية.

ب- مرحلة الكتابة: وقد ظهرت في اليونان القديمة واستمرت ألف سنة.

ج- مرحلة الطباعة: بدأت من ١٥٠٠ م إلى سنة ١٩٠٠ م تقريبا.

د- مرحلة الوسائل الإلكترونية:

بدأت منذ القرن العشرين إلى وقتنا الحاضر، حيث في عام ١٩٠١ أصبح بالإمكان إرسال الرسائل حول العالم دون استخدام الأسلاك وذلك عن طريق تشفير الرسائل بموجات كهرومغناطيسية تنتقل في الفراغ من خلال اختراع تلغراف لاسلكي والذي مهد الطريق للاختراع المذياع.

وعموما فماكلوهان من خلال تقسيماته هذه اعتبر أن وسائل الاتصال الإلكترونية غيرت توزيع الإدراك الحسي أو كما يسميه "سبب استخدام الحواس" فامتداد أي حاسة يعدل من طريقة تفكيرنا وإدراكنا للعالم من حولنا وتصرفاتنا بوصفنا أفراد فيه، زيادة على ذلك فالفكرة الأساسية التي روجت لنظريته هذه هي اعتقاده السياسي بأن وسائل الإعلام الإلكترونية حولت العالم إلى قرية عالمية تتصل جميع أجزاءها، وأن هذه الوسائل الإلكترونية ستعيد الإنسانية إلى الحياة القبلية أو مرحلة الشفهي أن سادت الحضارة الحسية والاتصال القائم على الحواس بدل المطبوع.

ب- الوسيلة هي الرسالة:

أي أن طبيعة كل وسيلة وليس مضمونها هو الأساس في تشكيل المجتمعات، ويرى ماكلوهان فإن الرسالة أساسية في التلفزيون هي التلفزيون نفسها، كما أن الرسالة الأساسية في الكتاب المطبوع، فالمضمون غير مهم بل المهم هو الوسيلة التي تنقل المضمون على اعتبار أن لكل وسيلة جمهور معين يفوق حبه لهذه الوسيلة اهتمامه بمضمونها، وهو يتكيف مع ما تعرضه الوسيلة بخصائصها ومميزاتها المختلفة، حيث إنه كما يحب الناس القراءة من أجل الاستمتاع بتجربة المطبوع فإنهم يحبون التلفزيون بسبب الشاشة التي تعرض الصور والصوت والحركة والألوان.

كما أن ماكلوهان قد اعتقد أن بناء الوسيلة ذاتها مسؤول عن نواحي القصور فيها ومسؤول عن

قدرتها في إيصال المضمون بالشكل الملائم، فهناك وسيلة أفضل من وسيلة أخرى في إثارة التجربة، أو مضمون معين كما الحال مثلا في نقل وقائع مباراة كرة القدم التي تكون أفضل في التلفزيون منها في الراديو، أو الجريدة حتى ولو كانت رديئة: أي أنه لكل سياسة تكنولوجيا خصائص معينة تجعلها الأفضل في إثارة قضايا، وموضوعات محددة.

### ج - وسائل الاتصال الساخنة ووسائل الاتصال الباردة<sup>(٢٤)</sup>:

لقد ابتكر مالكوها من خلال نظريته مصطلحين يعتبران مفتاح رئيس لأفكاره هما (الساخن والبارد) ليصف بهما بناء وسيلة الاتصال أو التجربة التي يتم نقلها، وكلمة بارد عند مالكوها تستخدم في وقتنا الحاضر لتعني ما اعتدنا على أنه ساخن في الماضي، ويقصد بالوسائل الباردة تلك التي تتطلب من المستقبل جهدا إيجابيا في المشاركة، والمعاشية، والاندماج فيها، أي أن مالكوها هنا صب اهتمامه بالقدرة على التخيل الذي يعتبر جوهر فكرته عن الساخن والبارد، فالوسيلة الساخنة هي الوسيلة التي لا تحافظ على استخدام التوازن في الحواس أو الوسيلة التي تقدم المعنى مصطنعا وجاهزا مما يقلل احتياج الفرد إلى التخيل أما الوسيلة الباردة فهي التي تحافظ على التوازن في حواس الإنسان وتثير خياله باستمرار.

ومالكوها بمفهومه حول الساخن والبارد رأى أن الوسائل المطبوعة والراديو ووسائل ساخنة لأنها تعتمد على استخدام حاسة واحدة ولا تحتاج سوى لقدر بسيط من الخيال، في حين يرى السينما والتلفزيون من الوسائل الباردة التي تحتاج لممارسة واسعة وجهد كبير من التخيل من قبل الجمهور، (أي أن الوسائل الساخنة والتجربة الساخنة درجة وضوحها مرتفعة أو هي أقرب الأشياء الطبيعية فهي على درجة كبيرة من الفردية، كما أنها تحوي قدرا كبيرا من المعلومات المطلوبة، في حين أن الوسائل الباردة درجة وضوحها منخفضة والمعلومات التي تنقلها قليلة وتحتاج لأسهام كبيرة من قبل الجمهور للفهم واستكمال التجربة أو المضمون).

وفي هذا الشأن يرى مالكوها أن الوسائل الباردة تحتاج لقدر كبير من مساهمة الجمهور مثل التلفزيون الذي يرفض الشخصيات الساخنة أكثر من الصحافة التي تعتبر وسيلة ساخنة، فلو كان

---

(٢٤) أنظر الرابط الآتي: [www.univ-eloued.dz/rers/images/pdf/D012014112.pdf](http://www.univ-eloued.dz/rers/images/pdf/D012014112.pdf)

التلفزيون يقول ماكلوهان موجود على نطاق واسع خلال حكم هتلر وموسوليني لساعد ذلك على اختفاء تلك الشخصيات بسرعة.

بصفة عامة ماكلوهان في أفكار نظريته والحمية التكنولوجية التي طرحها رأى أن مد جهازنا العصبي سوف يمكن الإنسان من إدماج البشرية كلها داخله، وان الوسائل الإلكترونية سوف تجعلنا نعود للترابط مرة أخرى حيث يعود الفرد إلى التجارب الجماعية والثقافة الشفهية، وسوف يشجع المساهمة والنشاط بدل الانسحاب، والعزلة، والعمل، والإنتاج بدلا من الاقتصار على التفكير.

### – الانتقادات الموجهة لنظرية مارشال ماكلوهان(٢٥):

أ – قام ريتشارد بلاك بتنفيذ رؤية ماكلوهان حول القرية العالمية، واعتقد أن هذه القرية لم تعد تناسب العصر وخاصة مع بداية التسعينات أين استمر العالم في التطور التكنولوجي الذي أشار له ماكلوهان في الستينات مما أدى إلى تحطيم القرية الكونية ليصبح العالم اليوم اقرب أن يكون بناية ضخمة تضم عشرات الشقق السكنية، غير أن كل ساكن يعيش في عزلة عن بقية جيرانه وفردا في الحياة دون تأثير في جيرانه أو تأثر بهم.

ب- إن التطورات المسارعة لتكنولوجيا الاتصال جعلها وسائل تخاطب الأفراد وتلبي حاجاتهم، و رغباتهم الذاتية (نظرية الاستخدامات والشباعات)، مما أدى إلى غياب تطور الثقافة العالمية والاندماج الثقافي بين الشعوب الذي زعمه ماكلوهان في القرية الكونية التي تحدث عنها، ليحل محلها المقاطعات المنعزلة التي يستخدم فيها كل فرد وسيلته الخاصة وبالتالي تزداد فيها الفروق والتميز بين أفرادها عوض الاندماج في أمة واحدة، أو كما يعرف حاليا بظاهرة العولمة.

### النظرية الثانية: نظرية الاعتمادية المتبادلة(٢٦):

تعتمد نظرية الاعتمادية المتبادلة على اعتماد متبادلا بين الإعلام الجماهيري والنظام الاجتماعي الذي ينشأ فيه، فقد لاحظت البروفيسيرة "بول ريكي" أحد مؤسسي ومطوري هذه النظرية أن شمولية ودقه نظرية الاعتمادية تجعلها إحدى النظريات الإعلامية القلائل التي يمكن أن تساعد في فهم التأثيرات،

(٢٥) متاح علي الرابط: [www.univ-eloued.dz/rers/images/pdf/D012014112.pdf](http://www.univ-eloued.dz/rers/images/pdf/D012014112.pdf)

(٢٦) د/ حسنين شفيق: نظريات الإعلام (وتطبيقاتها في دراسات الإعلام الجديد ومواقع التواصل الاجتماعي، دار فكر وفن، ٢٠١٤، ص٧٥، ٧٦.

والاستخدامات الإعلامية، حيث افترضت النظرية أن الأفراد يستخدمون الإعلام لتحقيق الدعم العاطفي والاجتماعي في ظل التباعد الاجتماعي وتآكل الاتصال بين أفراد المجتمع الحديث.

وقد عرف كل من بول روكي، وجارثر، وشرح دور الإعلام في المجتمع عبر تعريف وتحديد العلاقات الاعتمادية المتبادلة بينهم، وقد عرفت بول روكي بشكل أكثر وضوحاً حيث قالت "العلاقة التي تعقد على قدرة الأفراد في تحقيق أهدافهم على مصادر معلومات الإعلام المنحدرة من إبداع وجمع، ومعالجه، ونشر المعلومات"، فالمقصود بالمعلومة هنا هو إنتاج وتوزيع جميع أنواع الرسائل، والتركيز على المعلومات ينبع من قوتها (خاصة في عصرنا الحاضر) المؤسس على أن من يملك المعلومة، يملك مصدر القوة الأساسي، كما أشارت إلى ذلك بول روكي، التي قالت إن المعلومة أضحت سلعه اقتصادية أساسية.

وتتمحور النظرية حول فهم العلاقات المتبادلة بين الجماهير والإعلام والمجتمع، فكلما تعقدت البنية الاجتماعية، كلما قلت التفاعلات بين الأفراد في النظام الاجتماعي مما يفتح مجالاً واسعاً للإعلام في أن يتدخل لمليء الفراغ من خلال ممارسته لدور الهواه بين الأفراد ومجتمعهم الذي يعيشون فيه وبهذا يصبح الناس أكثر اعتماداً على الإعلام لاستفتاء المعلومات عن المواقف الاجتماعية المتنوعة.

إلا أن هناك شرطان اجتماعيان يؤثران على درجة الاعتمادية بين الجمهور والإعلام، كما تعرض لذلك بول روكي وديفلور، وهما:-

**أولاً:** كلما ازداد التعقيد في المجتمع كلما مال الإعلام إلى تحقيق العديد من الوظائف النادرة نظرياً: وكلما زادت الوظائف المركزية التي يحققها الإعلام، كلما زد اعتماد المجتمع عليه.

**ثانياً:** ارتفاع حدة الصراع أو التغيير تؤثر على درجة الاعتمادية كنتيجة طبيعية للظرف الذي يخلقه الصراع من عدم رضي وحيره تجعل من الصعب على الأفراد التعامل معه، مما يؤدي إلى كثافة اعتماد الأفراد على مصادر المعلومات الإعلامية كما هو الحال في حالة الحروب (حرب الخليج الأولى لعام ١٩٩٠ والحال كذلك ينطبق على التصعيد الذي يقع هذه الأيام) أو الكوارث الطبيعية كالفيضانات والزلازل والبراكين.

**النظرية الثالثة:** نظرية التأثير الإعلامي (المفسرة لسلوك الجمهور): تقدم النظرية تصوراً عن

التغيرات الاجتماعية المحتملة وتأثيرات وسائل الإعلام ويرتبط هذا النوع من النظريات بالجمهور المستخدم للمواد الإعلامية، ويقوم هذا النوع من النظريات على أساس أن الجمهور يستخدم وسائل الإعلام بسبب دوافع نفسية، أو اجتماعية، وتؤثر فيه بشكل سريع ومباشر، وظهرت على يد "هارولد لازويل" في الحرب العالمية الأولى، ونشأت النظرية باعتبار الدعاية في وسائل الإعلام أداة للتأثير في مواقف الجمهور وسلوكهم وأفكارهم حيث كان اعتقاد علماء الاتصال في بدايات القرن العشرين أن الجمهور بمستواه العام سلبي، يتقبل جميع المواد والرسائل الإعلامية التي يتم بثها، وأنه يمكن التلاعب ويتقبل كل ما يرسل إليه، فأصحاب هذه النظرية يرون أن لوسائل الإعلام تأثيراً مباشراً على الجمهور وبصورة مباشرة، وهذا أساسه أن الرسالة الإعلامية تشكل عنصراً قوياً في التأثير عليهم، ولهذا أطلق أصحاب التوجه على النظرية نظرية الرصاص السحرية<sup>(٢٧)</sup>.

#### – الفرضيات التي قامت عليها نظرية التأثير الإعلامي<sup>(٢٨)</sup>.

- ١- تقوم وسائل الإعلام بتقديم رسائلها إلى الأغنياء من الجمهور في المجتمع، والذين يستخدمون تلك الرسائل بشكل متقارب.
- ٢- تحتوي الرسائل التي تقدمها وسائل الإعلام على منبهات أو مؤثرات تؤثر تأثيراً فعالاً في مشاعر وعواطف الأفراد.
- ٣- تقوم الرسائل الإعلامية بجعل الأفراد يستجيبون بشكل متماثل إلى حد ما. تعد تأثيرات وسائل الإعلام على الجمهور قوية ومتماثلة ومباشرة.
- ٤- يتلقى الفرد المعلومات من وسائل الإعلام بشكل فردي وبلا وسيط.
- ٥- لا يعتمد رد الفعل على تأثير المتلقين ببعضهم، إنما بشكل فردي.

هذه الفرضيات تدل على أن الرسائل في هذه النظرية تخاطب الفرد بصورة خاصة، حيث لا تعتمد على قادة الرأي ليؤثروا في الجمهور، قام الباحث "كارل هوفلاند" برئاسة مجموعة من علماء النفس في جامعة بيل الأمريكية بأول بحث حول هذه النظرية، وبدعم من الجيش الأمريكي، من أجل عمل برنامج يقوم على إقناع الجنود بالقتال وإقناعهم بعدالة ما يقاتلون من أجله خلال الحرب العالمية الثانية، فقاموا

---

(٢٧) د/ حسن مكاوي، ليلي السيد، الاتصال ونظرياته المعاصرة، الدار اللبنانية المصرية، ص ٢٢١، ٢٢٤.

(٢٨) د/ حسن مكاوي، ليلي السيد، المرجع السابق، ص ٢٢١، ٢٢٤.

بتوجيه رسائل باتجاه واحد كمبدأ عمل حقنة الإبرة إلى الجنود لإقناعهم، حتى وإن كان القتال غير شرعي أو عادل عند الشعوب الأخرى، لكن وسائل الإعلام الأمريكية استخدمت هذه النظرية للتأثير بشكل مباشر على الجنود، لغسل أدمغتهم، وألا يبحثوا أو يتحققوا إن كان الأمر صائباً أم خاطئاً.

## ثانياً: تأثيرات الإنترنت على العلاقات الاجتماعية:

يعتبر الإنترنت سلاح ذو حدين أي نعمة ونقمة في آن واحد.

ويمكن تقسيم تأثيرات الإنترنت على الأفراد كالتالي:

### ١- التأثير الإيجابي للإنترنت على الأفراد<sup>(٢٩)</sup>:

توجد العديد من الفوائد التي تعود على مستخدمي الإنترنت بالنفع بشكل عام، وفئة الشباب بشكل خاص؛ إذ مكن الإنترنت نسبة كبيرة من الشباب من إيجاد فرص العمل من خلال الإعلان عنها في مواقع التواصل الاجتماعي المختلفة لاسيما موقع LinkedIn الذي صمم في الأساس ليكون كشبكة تواصل مهنية، وغيرها من المواقع التي تعنى بإيجاد الوظائف، كما أن العديد من الشباب توفرت لهم فرص العمل عن بعد بواسطة شبكة الإنترنت، التي توصل المعلومات وإنجاز المهمات دون الحاجة إلى السفر، أو التنقل لأماكن أخرى خاصة البعيدة منها. تجدر الإشارة إلى اتخاذ بعض الشباب الإنترنت وسيلة للترويج عن أعمالهم الفنية والإبداعية لا سيما أولئك المهتمين في مجال تصميم الجرافيك، إذ يمكنهم عرض أعمالهم على مواقع خاصة بهم أو في مواقع تعنى بالتصميمات، ليتواصل معهم من يلاقي استحساناً لمعرضاتهم. يمكن الإنترنت من شراء مختلف أنواع الكتب الإلكترونية، نظراً لعدم انتشار كل الكتب فور صدورها بالنسخ الورقية في المكتبات العالمية، واقتصار انتشارها في الكثير من الأوقات على المكتبات المحلية، كما يمكنهم شراء مختلف الحاجات الأخرى عبر مواقع التسويق، والدفع يكون إلكترونياً، الأمر الذي اختصر الكثير من الوقت والجهد المبذول عند الرغبة في الحصول على سلعة، أو خدمة معينة.

### ٢- التأثيرات الإيجابية للإنترنت على المجتمع:

فإنه من الناحية التعليمية يؤدي لفوائد عظيمة، وذلك لاحتوائه على كم هائل من المعلومات القيمة

---

(٢٩) أنظر الرابط الآتي: <http://mawdoo3.com>



والثمينة، كما ويسهم في مشاركة المعلومات بين الناس وتبادل الآراء، بالإضافة إلى حصول المتعلم على آخر التحديثات في المناهج التعليمية، ويساعد المعاقين في سهولة التعلم والتوصل إلى أهدافهم. أما من ناحية العمل فإنه يساهم في تقليل قيمة العقارات، فقد تعرض شبكة الإنترنت الكثير من الخدمات والمشتريات، مما يساهم ذلك في رفع الرفاهية والروح المعنوية للمجتمع، ويقلل من تكلفة وسائل النقل والمواصلات من أجل التنقل اليومي للعمل، كما يحمي من حدوث التلوث البيئي نتيجة الوقود والغازات الناتجة عن هذه الوسائل، ويساعد الناس على سرعة التواصل فيما بينهم في المواقع المختلفة من العالم، مما يوفر التكاليف اللازمة من أجل السفر، كما يجب أخذ الحيطة والحذر من قبل الأهل وخصوصاً عند استخدام المراهقين لشبكات الإنترنت المختلفة، ومراقبتهم باستمرار لتجنب وقوعهم في الخطأ في هذه المرحلة الحساسة، ويجب أيضاً توجيههم وإعطائهم النصائح المختلفة من قبل المدرسة والمؤسسات التعليمية المختلفة، من أجل الارتقاء واستخدام عقولهم النشطة في أعمال وأشياء مفيدة يرتقي بها المجتمع ويتطور.

### ٣- أضرار الإنترنت على الشخص المستخدم<sup>(٣٠)</sup>:

أ - يؤدي استخدام الإنترنت بشكل مفرط إلى إعادة تشكيل مكونات النفس البشرية ويجعل نظرتها للأمور أكثر سطحية؛ لأنه يأخذ الشخص إلى عالم افتراضي ليس له ارتباط بالواقع الذي يعيش فيه ومن ثم يفصله تماما عن تحديات واقعه ويجعل منه إنسان حالم وغير قادر على تقدير المواقف وكل ذلك ربما يؤدي إلى كثير من التجارب الفاشلة في الحياة الواقعية.

ب- يقضى على مهارات التعلم فيما يخص التعامل الاجتماعي لدى الشخص، حيث يصبح الشخص معتمدا على التواصل من وراء شاشة الحاسوب مع أشخاص لا يعرفهم بعيدا عن التعامل الواقعي مع المجتمع الذي يعيش فيه فعليا والذي قد يختلف كثيرا عن مجتمع الإنترنت.

ج - يحول الشخص إلى إنسان انطوائي لا يفضل التعامل مع من هم حوله.

د - يعرض الشخص إلى صدمات نفسية عندما ينشأ علاقة إنسانية مع شخص آخر عبر الإنترنت ثم يكتشف كذبه أو خداعه مما يفقده الثقة بنفسه وبالناس ويتعامل بنتائج تلك التجربة الأليمة مع

---

(٣٠) انظر الرابط الآتي: <http://www.addiction-wiki.com>

مجتمعه الفعلي فيصبح كثير الشك والريبة بشكل مرضى.

هـ- التأثير على ثقافة الشخص إذا أدمن مواقع إباحية تغير بشكل كبير من عاداته وتقاليده المجتمعية وتجعله دائما في صراع نفسي مع الإحساس بالذنب.

#### ٤- أضرار الإنترنت على الأسرة والمجتمع:

(١) قد تتسرب عبر شبكة الإنترنت ثقافات عديدة وافدة قد تمثل خطرا على عادات وتقاليده المجتمعية خاصة إن لم يكن لدى المستخدمين الوعي والعمق الثقافي الكافيين للحفاظ على تلك الأشياء الداخلة علينا.

(٢) أن قضاء ساعات طوال أمام الإنترنت تصيب إنتاجية المجتمع في مقتل.

(٣) التفكك الأسرى أحد أضرار الإنترنت، ولما لا وقد أصبح كل فرد في الأسرة أمام وسيلة اتصاله بالإنترنت لوقت طويل يصل إلى حد عدم جلوسهم واجتماعهم مع بعضهم البعض كما يجتمعون على الإنترنت.

(٤) تهديد الأمن المجتمعي حيث أصبح الإنترنت أحد أهم الوسائل للتأثير السلبي على الشباب تصل إلى حد تجنيدهم ضد مصالح بلدانهم.

(٥) الفجوة الرقمية بين البلدان من حيث تكنولوجيا المعلومات والاتصالات.

(٦) تنمية إمكانات تكنولوجيا المعلومات والاتصالات ومدى قدرة البلدان على الاستفادة منها لتعزيز النمو والتنمية.

فشبكات التواصل الاجتماعي والمواقع الإخبارية الإلكترونية تصل إلى المواطن العادي بسرعة تفوق الإعلام التقليدي، وبالتالي لابد من توافر بنية رقمية عالية الحرفية من خلال تكنولوجيا الاتصالات والمعلومات.

## الفصل الثاني

### تأثير الإعلام على الاستثمار

تمهيد وتقسيم:

رأينا في الفصل السابق أثر تطور تكنولوجيا المعلومات والاتصالات الذي انعكس بشكل إيجابي على الإعلام ودوره في تحقيق التنمية وقد اتسع مجال المعلومات والاتصالات ليشمل كافة ميادين النشاط الإنساني، وتحول إنتاج المعلومات إلى صناعه أصبح لها سوق كبير ويطلق عليها عصر المعلومات وقد أثر ذلك على الاستثمار؛ وذلك لأنه أدى إلى تسهيل التبادل التجاري والاقتصادي وكذلك أدى إلى تحول جذري في طرق تخزين المعلومات ونموها وأصبح العالم قرية صغيرة لتطور الاتصالات وتسهيل التواصل عبر وسائل الإعلام مما أثر على الاستثمار.

وبناء على ما سبق نبحت في هذا الفصل عن مدي تأثير الإعلام على توجيه الاستثمارات وما لها من دور كبير في ذلك ونبين تجربة عملية توضح ذلك من خلال شركات الفنادق وكذلك نبحت في تأثير الإعلام على الاستثمار الأجنبي المباشر من خلال مبحثين نعرضهما على النحو الآتي بيانه:

**المبحث الأول: ماهية الاستثمار ودور الإعلام في جذب الاستثمار الأجنبي.**

**المبحث الثاني: الصعوبات التي تواجه الإعلام في جذب الاستثمار الأجنبي.**

## المبحث الأول

### ماهية الاستثمار ودور الإعلام في جذب الاستثمار الأجنبي

أصبح الإعلام يلعب دوراً مهماً من خلال الترويج لخلق بيئة مناسبة للاستثمار لجذب المستثمرين كإقامة المعارض التجارية والمؤتمرات وتنظيم المحاضرات والنشر في الصحف المحلية واشتراك القطاع الخاص مما له أثر إيجابي في إنعاش الاقتصاد.

ولابد هنا من توافر شفافية وحرية الوصول للمعلومة وتدريب كوادر متخصصة في الإعلام الاقتصادي؛ لتوفير المعلومة الصحيحة وإيجاد المزيد من التشريعات التي تدعم العملية الإعلامية في خدمة التنمية الاقتصادية، لذلك تلعب وسائل الإعلام المختلفة دوراً كبيراً في الترويج للاستثمار في أي دولة من الدول لكن هذا الترويج يستلزم بيان واقع وإمكانيات الدولة وقدراتها وثرواتها الطبيعية والبشرية وذلك من خلال:

- ١- رصد ملامح التغيرات الاقتصادية واستعراض مقومات الاقتصاد.
  - ٢- تسويق القوانين الاقتصادية والاستثمارية وتسهيل الضوء على نقاط المرونة فيها والترويج لها من خلال التسهيلات.
  - ٣- استعراض ومواكبة الحصيلة التي تنتجها الاستثمارات التي جري توظيفها ورعايتها.
- لذلك في هذا المبحث سنتناول: ماهية الاستثمار ودور الإعلام في جذب الاستثمار الأجنبي.

#### أولاً: تعريف الاستثمار.

يعرف الاستثمار بصفة عامة أنه تلك العمليات التي يقوم بها أحد أطراف النشاط الاقتصادي والتي تتمثل في خلق رأس مال أو زياده حجم الموجود منه بهدف الحصول على مزيد من الإشباع في المستقبل<sup>(٣١)</sup>.

ويعرف أيضاً: بأنه الفائض من الدخل بعد الإنفاق على الاستهلاك وهو في ذات الوقت الفائض

---

(٣١) د/ إبراهيم متولي إبراهيم: دور حوافز الاستثمار في توجيه النمو الاقتصادي من منظور الاقتصاد الإسلامي والأنظمة الاقتصادية المعاصرة، بدون سنة نشر، ص ١٣، ١٤.

الذي يوجه لنوع آخر من الإنفاق وهو ما يطلق عليه الإنفاق الاستثماري وعلي ذلك فإن الاستثمار ذو علاقة مزدوجة على نحو ما يلي:

**علاقة تمويلية:** عندما توجه المدخرات في المجتمع كرأس مال نقدي إلى الإنفاق على شراء السلع الاستثمارية (الإنتاجية) كرأس مال عيني أو حقيقي.

**علاقة إنتاجية:** فالاستثمار هو الأداة التي لا غني عنها كعنصر من عناصر الإنتاج الأربعة في إنتاج السلع الاستهلاكية، أي أن الاستثمار وثيق الصلة بالاستهلاك والعلاقة بينهم علاقة إنتاجية، ولذلك يعرف بأنه استخدام المدخرات في تكوين الاستثمارات ( أو الطاقات الإنتاجية الجديدة اللازمة لعملية إنتاج السلع والخدمات والمحافظة على الطاقات الإنتاجية القائمة أو تجديدها)<sup>(٢)</sup>.

### ثانياً: دور الإعلام في جذب الاستثمار الأجنبي المباشر:

أن الإعلام يمثل دوراً بالغ الأهمية، حيث يؤثر إما بشكل إيجابي أو سلبي على الاستثمارات الأجنبية المباشرة التي توجه إلى الدول بما يتمتع به من تأثير مباشر وقوي على التنمية الاقتصادية للدول النامية<sup>(٣)</sup>، لذا تلجأ الدول إلى ما يسمى بالإعلام التنموي الذي يتمتع بنشاط شامل ومخطط ومتعدد الأبعاد يتم توجيهه إلى الرأي العام<sup>(٤)</sup> لإقناعه بالمشاركة الفعالة في عملية التنمية والإصلاح الاقتصادي، وذلك من خلال اللجوء إلى توضيح الخطة العامة للدولة والنهج الذي تسير عليه الدولة من أجل الإصلاح وتحفيز الاقتصاد الوطني على مواجهة العقبات والتحديات التي قد تعصف به، إذ يتم الاستعانة بالإعلام من أجل بناء صورة جيدة عن الدولة وتوليد الاستثمارات، وكذا تقديم الخدمات اللازمة للمستثمرين.

لذا يكون من المهم والضروري البحث عن حلول جذرية لما يواجهه الإعلام من صعوبات تتعلق بالترويج للاستثمار وجذب الاستثمارات الأجنبية إلى الدولة مع الاستفادة من تجارب الدول في هذا المجال.

### - عوامل جذب المستثمرين:

١- الاستقرار الأمني والسياسي: يلعب الإعلام دوراً هاماً في تأثير النشاط الاقتصادي الذي يتأثر بالوضع السياسي الداخلي لأي بلد، فإن عدم استقرار نظام الحكم يتبعه عدم استقرار السياسية الاقتصادية، الشيء الذي يجعل المستثمر الأجنبي غير مطمئن على مستقبل استثماراته في البلد غير

المستقر سياسياً.

والعكس كلما كان نظام الحكم السياسي مستقراً كلما أطمئن المستثمر على مستقبل استثماراته؛ ولهذا فكلما تميز النظام السياسي بالوضوح والشفافية في تسيير الشؤون الاقتصادية وكذلك بالحرية والديمقراطية وتوثيق الإعلام لذلك وإبرازه من خلال وسائله المتعددة تساعد على تحسين مناخ الاستثمار، ويكون جذاباً للمستثمرين المحليين والأجانب.

أما في الحالة المعاكسة فإنه يساهم في رداءه بنية الاستثمار ويكون منفراً وطارداً للمستثمرين وفي دراسة عن العوامل التي تمثل محددات هامة للاستثمار الأجنبي المباشر في مصر، توصلت إلى أن الاستقرار السياسي يعتبر من أهم المحددات المشجعة للاستثمار<sup>(٣٢)</sup>.

ويري البعض أن الإعلام سواء كان إعلام إلكتروني أو إعلاماً تقليدياً قد يسهم بطريقة مباشرة في صنع الأزمة المالية العالمية، ففي استطلاع للرأي أجرته " اوبينيون ريسيرش"، رأي أكثر من ٧٠% من الذين شملتهم الدراسة "أن الإعلام بصوره المختلفة قد أسهم في نشر وبث حالة من الهلع في عقول المستثمرين أدت إلى تفاقم الأزمة الاقتصادية العالمية".

مما يوضحه لنا هذا الاستطلاع أن المبالغة في تغطية الأزمة الاقتصادية العالمية قد تكون أحد أسباب انتشار واتساع الأثر المدمر للأحداث الاقتصادية العالمية وقد ساعد على ذلك بلا شك قدرة الإعلام الإلكتروني على الانتشار والوصول إلى أي مكان تقريباً<sup>(٣٣)</sup>.

٢- **تشريعات الاستثمار:** تختلف مسميات القوانين التي تحكم عمليات الاستثمار من بلد إلى آخر، كما تتعدد داخل البلد الواحد؛ لأن العملية الاستثمارية تشمل عدة نواحي منها القانونية مثل الملكية، المالية مثل دفع وتحصيل العملات الأجنبية، الضريبية مثل قانون الضرائب والجمارك،، وغيرها من القوانين المؤثرة على قرارات الاستثمار.

ويُعد التشريع أداة لترجمه السياسة الاستثمارية للدولة أو للتعبير عنها في كافة نواحيها الاقتصادية والمالية والإدارية وغيرها.

(٣٢) عمر صقر، العولمة وقضايا اقتصادية معاصرة، الدار الجامعية بالإسكندرية، ٢٠٠١، ص ٥٥.

(٣٣) نجوي دياب، الإعلام الإلكتروني وأثره على الأزمة المالية الراهنة، الأكاديمية الوطنية للبحث والتطوير، ص ١٦.

ويؤدي هنا الإعلام دوره في تسويق هذه القوانين وعرضها وعرض مميزات وعيوبها وإبراز التسهيلات القائمة في هذه التشريعات مما يدعم المستثمرين بكافة النواحي التشريعية الأربعة وطمأنتهم وفي نفس الوقت غرض العيوب لهذه التشريعات حتي يمكن للمشرع تعديلاتها فعدم التأكد من استمرار السياسات، وتوقع العدول عن القوانين المطبقة يمثلان عاملاً جوهرياً في إعاقة التوسع الاستثماري<sup>(٣٤)</sup>. وهنا يأتي دور الإعلام الاقتصادي والاجتماعي بكافة وسائله، وكلما تميزت قوانين وتشريعات الاستثمار بالوضوح والمرونة وعدم التضارب فيما بينها كلما كانت جاذبة للاستثمار.

وكلما كان قانون الاستثمار والتشريعات المكتملة تحتوي على الضمانات الكافية للاستثمار، من عدم مصادره وعدم تأمين أموال المشروعات، وحرية تحويل الأرباح للخارج وخروج ودخول رأس المال المستثمر وغيرها، كلما كان ذلك جاذباً للاستثمار ويعمل الإعلان على الترويج لهذه المميزات في التشريعات الخاصة بالاستثمار، وما تتضمنه أيضاً من الحوافز والمزايا المناسبة من إعفاءات ضريبية وجمركية وما إلى ذلك من محفزات تشريعية وقانونية.

فالإعلام له دور أساسي في طرح هذه المحفزات والمميزات مما لها أثر قوي ومؤثر بعد أن أصبحت وسائل الإعلام الحديثة تفرض سيطرتها على الاقتصادي العالمي والمحلي.

**٣- موقف الرأي العام:** قد يكون هذا الرأي له موقف مناهض للاستثمار الأجنبي، أو مرحب به، مهما اختلف مصدره سواء بالنظر إلى مصدره، أو إلى قطاع النشاط الذي ينتمي إليه، فالاستثمارات العربية تعتبر مقبولة لدى الرأي العام العربي، بينما الاستثمارات الأجنبية قد يرفضها الرأي العام مطلقاً ويعمل على منعها لأسباب سياسية أو تاريخية أو دينية مثل الاستثمارات الإسرائيلية في الدول الإسلامية.

وقد يكون الرفض لأسباب أخرى كحالة الشركة العالمية الإماراتية لتسيير الموانئ عندما فازت بمشروع تسيير موانئ الولايات المتحدة الأمريكية، وذات الوضع بالنسبة لأحد رجال الأعمال المصريين الذي اشتري محلات عملاقة في بريطانيا حيث كان الرأي العام المحلي الأمريكي والبريطاني في

---

(٣٤) محمد سعيد بسيوني الجرواني، محددات الاستثمار في مصر في الفترة ٧٥٩٧-١٩٩٧، رسالة دكتوراه، كلية التجارة، جامعه قناه السويس، ٢٠٠٢، ص ١١٥.

القضيتين على الترتيب معارضاً للسيطرة العربية على مشروع استثماري لأسباب غير موضوعية<sup>(٣٥)</sup>.

هنا يلعب الإعلام دوراً في تهيئه الرأي العام لاستقبال المستثمرين، والتشجيع لهم لتوفير فرص العمل وخفض البطالة من خلال عرض الإعلام الاقتصادي، والاجتماعي لمميزات الاستثمار الأجنبي أو المحلي والتشجيع عليه.

٤- **البيئة الصحية والأوبئة:** مما لا شك فيه أن البيئة الصحية والأوبئة لها دور كبير في جذب الاستثمارات من عدمه، ولكن مع تفشي وباء عالمي تحاول كل دولة الحفاظ على نفسها من هذا الوباء كفيروس كورونا المستجد "كوفيد ١٩" فقد ظل بظلاله السلبية على الاستثمار الأجنبي المباشر في العالم، جراء حالة الفرع الذي يعيشها الاقتصاد العالمي، بالتزامن مع الإجراءات الاحترازية لمواجهة تفشي الوباء العالمي.

فقد توقع تقرير صادر عن الأمم المتحدة هبوطاً حاداً للاستثمار الأجنبي المباشر في العالم خلال العام الحالي بنسبه ٤٠% بسبب جائحة الفيروس، مضيفاً أن "الدول النامية ستكون الأشد معناه من تداعيات تراجع الاستثمار" وبحسب التقديرات تبعاً لمؤتمر الأمم المتحدة للتجارة والتنمية "أونكتاد" فإن الاستثمار الأجنبي المباشر سيقف خلال العام الحالي عن تريليون دولار؛ وذلك لأول مرة منذ ٢٠٠٥ مقابل ١,٥٤ تريليون العام الماضي كما يتوقع التقرير تراجع الاستثمار الأجنبي المباشر بما يتراوح من ١٠% إلى ٢٠% خلال العام المقبل، ليعود إلى النمو ٢٠٢٢<sup>(٣٦)</sup>.

ومن المتوقع أن تشهد الاقتصاديات النامية أكبر تراجع في الاستثمار الأجنبي المباشر لأنها تعتمد على الأموال الأجنبية في التصنيع واستخراج المواد الخام وكانت أكبر ٥٠٠٠ شركة متعددة الجنسية في العالم والتي تمثل أغلب الاستثمار الأجنبي المباشر قد خفضت أرباحها المتوقعة للعام الحالي بنسبة ٤٠% تقريباً وسجلت "أونكتاد" خلال الربع الأول من العام الحالي تراجعاً في صفقات الاستحواذ والاندماج العابرة للحدود في العالم بنسبه ٥٠% سنوياً وذكرت "أونكتاد" التي تعمل كمركز أبحاث تابع للأمم المتحدة في مجال التجارة والتنمية أن أزمة كورونا ستسرع التوجه نحو القومية الاقتصادية

---

(٣٥) عبد الكريم بعداش، الاستثمار الأجنبي المباشر وأثره على الاقتصاد الجزائري خلال الفترة ١٩٩٦-٢٠٠٥، رسالة دكتوراه، جامعه الجزائر، ٢٠٠٨، ص ٧٥.

(٣٦) انظر الرابط الآتي:

<https://al-ain.com/article/violent-decline-in-foreign-direct-investment>



والتوسع في الاعتماد على الإنسان الآلي في منشآت الإنتاج في الوقت الذي تحاول فيه الشركات، والحكومات تحصين نفسها ضد أي صدمات مستقبلية<sup>(٣٧)</sup>.

وبسبب وباء كورونا وغياب حلول طبية يمكن أن يحدث انتكاسات اقتصادية قوية لبعض الدول ضعيفة البنية الصحية والإعلام هنا يلعب دوراً متعظماً في بث الوعي والثقافة الصحية بل والسلام الأول في هذه المحنة الوبائية حيث تتراجع الإصابات بالوعي وتقلل حجم الخطر بالإضافة إلى الوسائل والقرارات الاحترازية التي تأخذها الدولة حيث يعمل الإعلام على شرحها للمواطنين ومن هنا جاء ابتكار وتعظيم دور العمل والتعليم عن بعد وأصبح الإعلام يلعب جميع الأدوار الخدمية والصحية عبر وسائله المختلفة وكل ما يلزم الحياة لصعوبة تواصل الأشخاص وجهاً لوجه فأصبحت وسائل الإعلام هي البديل الأمثل في كل شيء.

### ثالثاً: العائد على الاستثمار من وسائل الإعلام.

قام بعض العلماء بأجراء تجربة عملية تبين تأثير وسائل الإعلام على الاستثمار من خلال "فندق SM ROI في رودس اليونان"<sup>(٣٨)</sup> (العائد على الاستثمار)، وذلك لاستفادة الشركات من جميع الفرص التي توفرها وسائل التواصل الاجتماعي، حيث كانت الشركات في بداية الأمر لا تأخذ فكرة التطور التكنولوجي على محمل الجد إذ أنها كانت تساورها بعض الشكوك حول المكاسب التي ستعود عليها اذا اتجهت إلى هذا الجانب كأحد أنواع الدعاية لها ولكن مع التطور الهائل في التكنولوجيا الذي ظهر من خلال مواقع التواصل الاجتماعي (facebook & instagram) وظهور أقبال شديد على تلك المواقع من قبل الإنسان من جميع أنحاء العالم أجبرت تلك الشركات على السير في هذا الاتجاه وترتيب أفكارها لجذب أكثر عدداً ممكن من الانتباه لها من خلال تلك المواقع حيث أكدت الإحصاءات الأولية للصور والتقارير على تلك المواقع أنها ذات انتشار واسع حيث وصلت إلى أكثر من ٧٠ مليون تعليق وإعجاب على facebook و youtube و instagram

ومن هنا أدركت الشركات الإمكانيات الهائلة التي يمكن أن توفرها وسائل التواصل الاجتماعي والدور المهم الذي تلعبه في هذا المجال والذي يمثل جزءاً من معرفة الشركة. ومن خلال تلك الدراسة

(٣٧) انظر الرابط الآتي: <https://al-ain.com/article/violent-decline-in-foreign-direct-investment>

(٣٨) انظر الرابط الآتي: [https://link.springer.com/chapter/10.1007/978-3-319-14343-9\\_18](https://link.springer.com/chapter/10.1007/978-3-319-14343-9_18)

عن هذا الفندق تأثر التسويق من خلال منصات التواصل الاجتماعي وتطورات الإنترنت تتعين على المسوقين إلى تقييم فاعلية مختلف القنوات وكذلك العائد من الاستثمار باستخدام وسائل الإعلام الاجتماعية.

وتريد الشركات الاستفادة من جميع الفرص التي توفرها وسائل التواصل الاجتماعي من خلال فندق Sm Roi وذلك لقياس العائد على الاستثمار.

وعلى أساس تقييم العوائد المالية وغير المالية.

أولاً: طريقه تواصل الناس، من خلال توفير القنوات التي تسهم في التفاعلات والمعاملات بين ( SM ROI) والإنترنت والمستهلكين والشركات<sup>(39)</sup>.

ثانياً: تضيف منصات التواصل الاجتماعي بأنواعها أكثر من ملياري مستخدم شهريا للفندق<sup>(40)</sup>.

وتتميز بأنها مزيج للتسويق، فالذين يشاركون بنشاط في مشاركة المحتوى في المجتمعات والمدونات والشبكات الاجتماعية والاتصالات<sup>(41)</sup>.

والعائد على الاستثمار ذات أهمية متزايدة، فالمسوقون غير قادرين على حساب أداء أنشطة التسويق الخاصة بهم بدقة عبر الإنترنت، ويحتاج المديرون إلى مبررات لتساعد الميزانيات أو الترويج أو اتخاذ القرارات الصحيحة لهذا المستوي ولذلك يجب قياس وتقييم الاستثمارات عبر SM (ROI)، عزز تطور الويب التواصل بين المستهلكين والشركات من خلال مجموعة متنوعة من القنوات عبر الإنترنت، وتعمل هذه التفاعلات على تعزيز التسويق وجذب عملاء جدد من خلال القيمة العالية وإرضاء العملاء الحاليين.

---

(39) Statistic Brain. (2014). Facebook and Twitter statistics [online]. Available from: <http://www.statisticbrain.com/twitter-statistics/>. Accessed March 22, 2014

(40) Gay, R., Charlesworth, A., & Esen, R. (2007). Online marketing: A customer-led approach (pp. 1–32). New York, NY: Oxford University Press. Google Scholar

(41) Kaske, F., Kugler, M., & Smolnik, S. (2012). Return on investment in social media- Does the hype pay off? Towards an assessment of the profitability of social media in organizations. IEEE Computer Society 2012. Grand Wailea, Maui, pp. 3898–3907. Google Scholar

ويدخل التسويق حقبة جديدة تنتقل فيها قوة التأثير من المسوقين إلى المستهلكين وهذا يتطلب أدوات وطرق تسويقية جديدة لقياس العائد على الاستثمار والحاجة لتحقيق ربح ملموس من هذا الاستثمار<sup>(٤٢)</sup>.

العائد من الاستثمار هو العلاقة بين الربح والاستثمار الذي يولد هذا الربح، ويستخدم على نطاق واسع لفحص أداء الاستثمار، ومع ذلك هناك اختلافات بين حساب العائد على الاستثمار من الناحية المالية، ومن حيث التسويق خاصة التسويق عبر الإنترنت، حيث توجد مستويات متزايدة من التعقيد في تسويق معدلات العائد على الاستثمار وهناك مجموعة متنوعة من المقاييس المختلفة تحل محل المقاييس التقليدية، حيث اختلفت الآراء حول قياس التسويق عبر الإنترنت.

#### - المقاييس:

هناك قياسات مالية وغير مالية لعائد الاستثمار وفي الماضي كان قياس أداء الإعلانات عبر الإنترنت يستخدم مقاييس بسيطة مثل: عدد الزائرين القدامى، زائري الصفحة، مشاهدات الصفحة أو تكلفه النقرات<sup>(٤٣)</sup>.

جلبت تطبيقات الويب تقدماً إضافياً في المقاييس الإلكترونية بأنها معايير الأداء التي تقيس نجاح مواقع ويمكن تقسيم المقاييس إلى تسويق مالي في الإنترنت (داخليّة- خارجية)، والتجارة الإلكترونية، فهذه المقاييس فيها ترابط من حيث قياس حركة المرور، وخدمة العملاء والعائد المالي وإدارة السمعة وما إلى ذلك.

ويمكن أن توفر هذه المقاييس قياسات العائد على الاستثمار: الزوار، الروابط الواردة ونشاط الشبكة الاجتماعية والمحادثات والمساهمات في الإشارات المرجعية الاجتماعية<sup>(٤٤)</sup>. مثال على ذلك فقد زاد الاستثمار في فندق "SM RoI" من خلال حملته التسويق عبر الإنترنت من خلال هذه المعادلة: العائد في التأثير في الوصول يساوي الإيرادات.

---

(42) Ambler, T., & Roberts, J. H. (2008). Assessing marketing performance: Don't settle for a silver metric. *Journal of Marketing Management*, 24(7-8), 733-750.

(43) Fisher, T. (2009). ROI in social media: A look at the arguments. *Journal of Database Marketing and Customer Strategy Management*, 16, 189-195.

(44) Perdue, D. J. (2010). Social media marketing: Gaining a competitive advantage by reaching the masses. *Social Media Marketing*, 1, 3-36.-

وهناك مقاييس مالية وغير مالية وكذلك التأثير في الوصول يساوي المحادثات المؤثرة، وقد كشفت الشركة عن زيادة في الإيرادات بمبلغ ٢١,٩٠٠ دولار بسبب مبادرة "تويتز". وبيانها كالتالي:

- ٣٦٥ تغريدة
- ٢٧٦ إعادة تغريدة
- ١,٧٧٧ متابعا
- ٣٦٦٠ نقرة ونسبة النقر إلى الظهور بنسبة ٠,٢٢%.
- ١,٠٥٩,٢٩ دولارا متوسط الإيرادات لكل غرفة.

كانت النفقات التي تم قياسها في تلك الفترة الزمنية 5667 دولارا للأفراد التي قدمت هذه البيانات عبر الإنترنت، ٧٥٠٠ دولارا كل التحليلات الاجتماعية، استخدمت الشركة الاستعانة بمصادر خارجية على الاستثمار الشائع كذلك أظهرت الأبحاث أن ٩٠% من المستهلكين يتقون بوسائل الإعلام الاجتماعي عن المستهلكين الآخرين بدلا من الإعلانات وأيضا خدمة العلماء هو مفتاح الاستراتيجية وكذلك العلامة التجارية وإشراك العملاء من خلال التوصيات الإيجابية حولها.

#### - تكلفة النشاط:

يتم حساب التكلفة طبقا للاستراتيجية التي تتبعها الشركة سواء كانت الشركة تقوم بالاستعانة بمصادر خارجية أو داخلية ولذلك لا يوجد أسعار قياسية بين الخدمات (SM RoI) وذلك (تحديد معدلات إنشاء وتصميم وصيانة قنوات في المملكة المتحدة وبقية العالم) وبذلك لا يمكن تحديد التكاليف بدقة ولكن يمكن تقسيمها إلى أربع فئات أساسية:

- أ - التكاليف الموظفية.
- ب- التكاليف الخارجية.
- ج - الإعلان.
- د - التكاليف الأخرى (مثل دفع أدوات تتبع السمعة وأدوات تساعد على المشاركة والاستجابة في

الوقت الفعلي)<sup>(٤٥)</sup>.

#### رابعاً: المنهجية:

دراسات الحالة الشاملة هي طريقة مثمرة للغاية لكشف التفاعل بين هذه الظاهرة وسياقها في مجال التسويق عبر الإنترنت وذلك باستخدام ثلاث قنوات:

١- اختيار فندق محلي Hotels.

٢- اختيار شبكي (سفر اجتماعي).

٣- تقييم من جانب إدارة الفندق لجهودهم فيما يتعلق بالعائد على العديد من الاستثمارات التي قاموا بها في قطاع الترويج، وقد اكتسب البحث رؤي المستهلك من خلال كلا من البيانات النوعية والكمية من خلال مسارين، المسار الأول: ينعكس على البحوث التحليلية على شبكة الإنترنت باستخدام المقاييس المالية الصعبة، المسار الثاني: يتكون من المشاركة، والسمعة النوعية للمستخدم ومن خلال هذه المنهجية يتم مراقبة المقاييس السهلة التي تهدف إلى إظهار الأشكال غير المالية لعائد الاستثمار والاستفادة من حدود البيانات غير المحددة من خلال تحليل هذه البيانات والإحصاءات من منصة الحجز والتحليلات ومنصة الرؤي لشبكتي السفر الاجتماعي.

#### جدول رقم (١)

منصة	نوع المنصة	نوع البيانات (المقاييس)
تحليلات جوجل	تحليلات الويب	عدد الزيارات ومصادر المرور ومصادر حركة المرور المرجعية وتدفق الزائرين ومعدلات التحويل.
WebHotelier	الحجز والتحليلات	عدد زيارات الإحالة، عدد الحجوزات، معدلات التحويل، الإيرادات من مصادر الإحالة، إيرادات فترة الفحص الممتدة، عدد مرات المشاهدة عبر شبكات السفر الاجتماعي.

(45) Perdue, D. J. (2010). Social media marketing: Gaining a competitive advantage by reaching the masses. Social Media Marketing, 1, 3-36.

تحليل النشر، والوصول إلى المنشورات، وإعجابات الصفحة، ومعدلات المشاركة (الإعجابات، المشاركات، التعليقات)، رسائل البريد الوارد.	شبكة اجتماعية	موقع التواصل الاجتماعي الفيسبوك
---	---------------	---------------------------------

#### خامساً: النتائج والتحليل:

لفهم جمهور لفندق Princess Andriana Hotel تمت ملاحظة حساب التحليلات من خلال جدول

رقم (٢) على النحو الآتي:

#### جدول رقم (٢)

م	مصدر	عدد الزوار	النسبة المئوية %
١	موقع التواصل الاجتماعي الفيسبوك	٢٨٧٣	٩٣,٣٠
٢	فكونتاكتي	٩١	٣,٠٠
٣	Odnoklassniki	٤٤	١,٤٠
٤	تويتر	٢١	٠,٧٠
٥	TripAdvisor	١٧	٠,٦٠
٦	جوجل	١٣	٠,٤٠
٧	Draugiem.Iv	٨	٠,٣٠
٨	Jappy	٥	٠,٢٠
٩	تطبيقات الفيسبوك	٤	٠,١٠
١٠	Goo.gr	٢	٠,١٠
	مجموع	٣٠٨٠	

#### سادساً: التكاليف:

وهي ميزانية التسويق الاجتماعي واستثمار أنواع النفقات التي تشكل ملخص التكلفة، وتتنحصر هذه

التكلفة في (الموظفين والتكنولوجيا) من خلال:

أولاً: الموظف وتقدير الوقت الذي يقضيه على هذه القنوات لحركة المرور وحساب المصاريف لكل

فندق.

ثانياً: الإعلانات مدفوعة الأجر لعمل نشاط ترويجي وإقامه مجانية بالفندق سبع ليال مخصص كجائزة ويوضح ذلك من خلال الجدول الآتي رقم (٣):

### جدول رقم (٣)

#### الإعلانات مدفوعة الأجر لعمل نشاط ترويجي

التكاليف السنوية	٢٠١٢-٢٠١٣
٣٣٦٠	الموظف ( تكلفة العمالة النسبية)
٧٤,١٨	الإعلان على فيسبوك
٢٠٠	فيسبوك الحجز الفوري
٣,٦٣٤,١٨	مجموع

#### الاستنتاج من هذه الدراسة:

- أنها تقيم العائد على الاستثمار للأنشطة في شكلين مالي وآخر غير مالي.
- أولاً: العائد على الاستثمار المالي ٦٥٦,١١% أي إيرادات مباشرة تقترب من القيمة الإضافية التي تم إنشاؤها خلال تلك الفترة جزئياً إلى السمعة الإيجابية في شبكتي السفر الاجتماعي.
- كذلك تم التحقق بوضوح من أن رسائل التواصل الاجتماعي يمكنها أن تدر إيرادات هائلة على شركة ما.
- كما يمكن استخدام جميع منصات التواصل الاجتماعي إما كنقاط بيع أو كأدوات ترويجية بالإضافة إلى الحجز عبر "فيسبوك".
- توفر الوظائف المبتكرة للحجز الفوري على المباشر من خلال الرسائل.
- إمكانيات شراء إضافية للمستخدم عن طريق تجنب عمليات النقل غير الضرورية إلى مواقع

الويب الأخرى.

ثانياً: فيما يتعلق بعائد الاستثمار غير المالي أظهرت النتائج مستويات مرضية للغاية من المشاركة وسمعة العلامة التجارية وقد أسهمت المنصة الأكثر شعبية والمتعددة "فيسبوك" في سمعة الفنادق، وذلك لأنه يمثل الإجمالية الشعبية.

- أثبت العائد والاستثمار وجود علاقة إيجابية مماثلة للعائد المالي وغير المالي، كذلك يمكن من خلال إدارة الأساس المنطقي والأدوات الصحيحة تحويل استثمار كبير إلى عوائد من خلال الحملات على الإنترنت.

- زيادة حملات التسويق الناجحة ويجب على المسوقين ألا يترددوا في الاستثمار في قنوات وخدمات التواصل الاجتماعي المتعددة، وأيضاً خدمة العملاء في الوقت الفعلي أمر أساسي لوجود حركة ديناميكية في المجتمعات وذلك من خلال قوة الإنترنت.



## المبحث الثاني

### التحديات التي تواجه الإعلام في جذب الاستثمار الأجنبي المباشر

يعد الاستثمار الأجنبي المباشر وسيلة لتحريك رؤوس الأموال الدولية التي تسعى إلى إنشاء، أو تطوير، أو الحفاظ على شركات آخري تابعة أجنبية، وينتج عنه نقل وتوطين التكنولوجيا المتقدمة في مجال الإنتاج وأساليب التنظيم، والإدارة وهو ما يسمح بانضمام الدولة المضيفة لشبكات التسويق الإقليمية والدولية، وهو ما يؤمن الحصول على موارد ضريبية من أرباح الشركات الأجنبية العاملة في السوق المحلية<sup>(٤٦)</sup>.

ولا تقتصر الفائدة التي تحصدها الدول من وراء الاستثمار الأجنبي المباشر على الدول المضيفة، بل تمتد الفائدة لتحصدها الدولة مصدرة الاستثمار أيضاً، إذ تمنح الدول فرص وخيارات أوسع لتوظيف الأموال والحصول على أرباح أعلى قد لا تحققها في بلدها الأصلي، بما تفتحه من آفاق جديدة للتوسع وزيادة القدرات التنافسية في السوق العالمية من خلال الاستفادة من المزايا النسبية التي تتمتع بها البلد المضيفة لتحقيق مزايا اقتصادية وتنافسية، لذا كان على الدول النامية الاستفادة من هذا الاستثمار خاصة بعد ارتفاع حجم الديون الخارجية إلى مستويات عالية، إلا أن هناك الكثير من الصعوبات والمعوقات التي تعيق الاستثمار الأجنبي المباشر فتقوم وسائل الإعلام بدور رئيسي للتغلب على هذه الصعوبات وذلك للعلاقة الوثيقة بين الإعلام، والاستثمار، والاستقرار السياسي، والاقتصادي<sup>(٤٧)</sup>.

**ولعل أهم هذه الصعوبات كالتالي:**

#### ١- ضعف الترويج الإعلامي للفرص الاستثمارية.

يعد الترويج احد العناصر المهمة في تحفيز أصحاب رؤوس الأموال الأجنبية من أجل استثمارها بالدولة، لذا فإن أي قصور في أداء المؤسسات الوطنية المسؤولة عن الترويج بشأن الاستقرار الأمني

---

(٤٦) د/عبدالفتاح محمد عبدالفتاح، أنظمه الاستثمار في مصر في ضوء التجارب الدولية والمتغيرات الاقتصادية العالمية، بدون سنة نشر، ص ٩.

(٤٧) انظر: الدكتور/ جميلة الجوزي، دور الحوكمة في جذب الاستثمار الأجنبي المباشر إلى الدول العربية، منشور على الموقع التالي:

<https://kantakji.com/media/3210/01026.doc>

والسياسي وما تقدمه الدولة من محفزات و ضمانات وتسهيلات تقدمها الدول لكل من يرغب في الاستثمار بها يؤدي إلى نتيجة حتمية وهي تنفير رؤوس الأموال لتبحث لها عن مكان آمن لتكون محطاً لها، ويبعد عنه المخاطر، أو البيئات غير الآمنة سياسياً، واقتصادياً، لذا كانت مصر خلال الفترة اللاحقة على ثورة يناير دولة غير جاذبة للاستثمارات الأجنبية، ولعل ذلك يرجع في المقام الأول إلى ترويج وكالات الأنباء المحلية والوطنية من أنباء عن عدم الاستقرار الأمني والاقتصادي، وهو ما انحصر تدريجياً مع مرور السنوات وظهر بدءاً من عام ٢٠١٤.

فالترويج للاستثمار يقوم على أساس وجود محفزات استثمارية قد لا تتوفر لدى دول أخرى، على ألا يقتصر الأمر على وجود مثل هذه المحفزات بل يجب أن يصل إلى علم المستثمر هذه المعلومات بما يستشعر معه بالأمان والطمأنينة التي تتحقق حينما تسلك الدول سبيل الشفافية والوضوح عند الترويج فيما يتعلق بالمعلومات التي يحتاجها المستثمر<sup>(٤٨)</sup>.

فلا يتم الترويج بوجود المحفزات ولكن يتفاجأ المستثمر حينما يحمل رأس ماله إلى الدولة المضيفة بوجود التعقيدات والعراقيل الإجرائية التي تحول دون استثمار أمواله بسهولة ويسر<sup>(٤٩)</sup>. وهو ما يؤثر وبشكل مباشر على الاستثمارات المستقبلية للدولة، سواء بالسلب أو بالإيجاب؛ لذا يجب أن تحرص الدولة على الوضوح والشفافية الكاملين فيما يتم الترويج له من توافر محفزات استثمارية بها، فلا تتولي الدولة حملات ترويجية لمحفزات استثمارية غير موجودة في الأساس مما يضعف الدولة ومصادقيتها لمدي طويل يصعب محوه إذ يصاب المستثمر بخيبة أمل مما يقلل عزيمة المستثمرين المحتملين وهو ما يؤثر سلباً على معدلات النمو الاقتصادي للبلاد<sup>(٥٠)</sup>.

ولعل ذلك هو ما دفع المشرع المصري إلى النص صراحة على وضع مبادئ حاکمة للاستثمار

---

(48) Morisset (J), The Effectiveness of Promotion Agenciesat Attracting Foreign Direct Investment, op.cit.p.19 <https://openknowledge.worldbank.org/bitstream/handle/10986/15073/271>

(٤٩) انظر في ذلك: تصريحات د/ سحر نصر، وزيرة الاستثمار والتعاون الدولي بشأن بروتوكول تعاون بين وزارة الاستثمار والتعاون الدولي ونقابة المحامين لتفعيل تقديم الخدمات إلكترونياً بمراكز خدمات المستثمرين، ٢٨ مارس ٢٠١٨، منشور علي موقع وإدارة الاستثمار والتعاون الدولي:

<http://www.miic.gov.eg/Arabic/MediaCenter/News/P7%D>

(٥٠) انظر الرابط:

<https://openknowledge.worldbank.org/bitstream/handle/10986/15073/271>

تلتزم بها الدولة في الفقرة (٣) من المادة (٢) من قانون الاستثمار رقم ٧٢ لسنة ٢٠١٧<sup>(٥١)</sup> لا تخل أحكام هذا القانون والقانون المرافق له بالمزايا والإعفاءات الضريبية وغيرها من الضمانات والحوافز المقررة للشركات والمنشآت القائمة وقت العمل به، وتظل هذه الشركات والمنشآت محتفظة بتلك المزايا والإعفاءات والضمانات والحوافز إلى أن تنتهي المدد الخاصة بها وذلك طبقاً للتشريعات والاتفاقيات المستمدة منها".

إذا تضمن هذا القانون<sup>(٥٢)</sup> مجموعة واسعة من الحوافز التي تتسم بأنها حوافز نوعية، وموضوعية وغير نمطية، وغير موحدة وتقسّم إلى ثلاثة أنواع:

١- حوافز عامة.

٢- حوافز خاصة.

٣- حوافز إضافية.

ولما يقتصر الترويج على توضيح محفزات الاستثمار فحسب، بل يجب أن يتم الترويج بشأن الإجراءات المتخذة منها في سبيل الحد من التكاليف من خلال القضاء على الفساد.

ورفع كفاءة الموارد البشرية التي تعد أداة تساعد الدولة على تقديم صورة جيدة عن الإجراءات المتخذة للاستثمار في كافة المجال من صناعية وسياحية وغيرها من المجالات التي يمكن أن تكون أرضاً خصبة لمثل هذه الاستثمارات دون التركيز على مجال بعينه دون الآخر، وهو ما قد يؤدي إلى خلل في الاقتصاد الوطني على المدى البعيد.

فالترويج للاستثمارات بمعرفة الحكومة يساعدها وبشكل رئيسي على نجاح برامجها الاقتصادية والسياسات العامة التي يتم الإفصاح عنها، وهو ما يساعدها على التقبل الشعبي لها، ومن ثم التفاعل معها من أجل تحقيقها؛ يستشعر المواطن أنه جزء هام وأساسي في ترس عجلة التنمية الاقتصادية، وهو ما أفنقده المواطن المصري لسنوات طوال، إذ إن فقد الثقة في الحكومات والسياسات الاقتصادية

---

(٥١) انظر المادة ٢ من قانون الاستثمار المصري رقم ٧٢ لسنة ٢٠١٧.

(٥٢) د/ السيد أحمد عبدالخالق، الاقتصاد السياسي لقانون الاستثمار رقم ٧٢ لسنة ٢٠١٧ دراسة تحليلية (خلاصة المحاضرات التي القيت علي طلاب دبلوم العلوم المالية والاقتصادية ) كلية الحقوق، جامعة المنصورة، ص١٧-١٨ - ١٩.

والاستثمارية التي تفصح عنها، هو ما نتج عنه إعراض أصحاب رؤوس الأموال الوطنية عن الاستثمار بها مفضلاً الهروب برأس ماله إلى الخارج، وهو ما أدى إلى نقل صورة سلبية عن الاستثمار في مصر إلى المستثمر الأجنبي<sup>(٥٣)</sup>.

ويساعد الترويج من خلال الإعلام على خلق الفرص الاستثمارية من خلال دعم المشاريع والصناعات المفيدة وفقاً للقواعد المهنية المتعارف عليها من خلال إظهار أهمية الصناعات الوطنية مقارنةً بالصناعات المستوردة فتزيد من استهلاكها، وبالتالي تزيد من حجم الاستثمارات الوطنية والأجنبية في القطاع الصناعي<sup>(٥٤)</sup> خاصة مع انتشار التكنولوجيا بين العامة والمتقنين على حد سواء، فلم تعد الشعوب تسير بمنطق القطيع بل أصبحت الشعوب أكثر نضجا بما لا يدع مجالاً للتلاعب بهم وبما يملكونه من رأي سديد ووجهة نظر مدعومة بالأسانيد والمنطق الذي يصعب التغاضي عنها أو تحيئتها جانبا، وهو ما يساعد على خلق منافسة أساسها المعلومات الصحيحة، بما يحقق في النهاية المصالح المشتركة من هذا الاستثمار إذا كانت الدولة مسئولة بشكل رئيسي على الترويج للاستثمار على أراضيها الوطنية، إلا أنه يمكن أن يكون الترويج بمعرفة دولة أخرى هو نتاج تفاوض يتم بين دولتين في إطار إبرام اتفاقيات التعاون الاقتصادي بينهم، بحيث تتولى الدولة الأجنبية الترويج للاستثمار في أحد المناطق الاستثمارية الحرة التابعة للدولة المضيفة، وذلك للاستفادة مما تمتلكه الدولة الأجنبية من قوة ناعمة في المجال الاقتصادي أو بما تمتلكه من تكنولوجيا وخبرة كبيرة في مجال الترويج للاستثمار، والمثال الأبرز على ذلك اتفاق الحكومة المصرية والروسية على قيام الوكالات والجهات التابعة لوزارة الصناعة واتحاد الصناعات الروسي بالترويج للاستثمار بالمنطقة الصناعية الروسية ببرج العرب<sup>(٥٥)</sup>.

## ٢- عدم الاستغلال الأمثل للإعلام كوسيلة لنقل وتداول المعلومات:

المشكلة الأساسية التي تواجه مصر والعديد من الدول النامية أنها لا تتعامل مع الإعلام على أنها

---

(٥٣) د/ عبدالله الشامي، سياسات الاستثمار في الدول العربية، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، ٢٠٠٨، ص ٢٧٨ وما بعدها.

(٥٤) أ/ علي عنبر، دور الإعلام في الترويج للاستثمار الاقتصادي، منشور علي الموقع التالي:  
[http://syria-news.com/readnews.php?sy\\_seq=30490](http://syria-news.com/readnews.php?sy_seq=30490)

(٥٥) د/ عبد الله الشامي، سياسات الاستثمار في الدول العربية، المرجع السابق، ص ٢٧٨ وما بعدها .

أداة فعالة وجاذبة للاستثمار أكثر من كونها أداة للكشف والترويج عن السلبيات التي تعاني منها الدول، ويعد انحراف في استخدام وسائل الإعلام، تأسيساً على أن الهدف من ذلك هو مواجهة السلبيات، دون أن يدركوا أن الكشف عن مثل هذه السلبيات تدمر الاقتصاد الوطني، وهو ما يقع تحت طائلة القانون؛ وذلك لمخالفتهم للميثاق الإعلامي المصري في (خامساً من أولاً) للمبادئ العامة حينما نص على: "التزام الإعلام لمسئوليته في دفع التنمية المستدامة"، خاصة مع نص المادة (١٧) من قانون بتنظيم الصحافة والإعلام والمجلس الأعلى لتنظيم الإعلام رقم ١٨٠ لسنة ٢٠١٨ على: "يلتزم الصحفي أو الإعلامي في أدائه المهني بالمبادئ والقيم التي يتضمنها الدستور، كما يلتزم بأحكام القانون وميثاق الشرف المهني والسياسة التحريرية للصحافة أو الوسيلة الإعلامية المتعاقد معها، وبآداب المهنة وتقاليدها، بما لا ينتهك حقاً من حقوق المواطنين أو يمس حرياتهم"، ولا يخرج عن ذلك إساءة استخدام الإعلام للمعلومات المتداولة بشأن ضعف محفزات الاستثمار، وكل ما من شأنه أن يؤثر سلباً على الخطط المستقبلية للخريطة الاستثمارية المعتمدة من الحكومة والتي تضعها هدفاً من أجل إنعاش الاقتصاد الوطني وطرح الحلول التي يمكن للشعب الإسهام في تحقيقها على أرض الواقع، وهو ما يمكن أفراد الشعب المصري من المطالبة بمحاكمة كل من يسهم في تداول المعلومات المشوهة من أجل التأثير على الصورة العامة للاقتصاد المصري بما يدفع المستثمر الأجنبي من الإعراض عن جعل الأراضي المصرية محطاً لاستثماراته، وما يسهم به في مساعدة الحكومة المصرية على مواجهة العديد من المشكلات كالبطالة والفقر، وذلك وفقاً لما جاء به مدونة السلوك المهني للأداء الإعلامي في بنده الواحد والعشرين حينما نص على: "الامتناع عن الإساءة إلى الشعوب بما يضر مصالح الشعب المصري".

ومن هنا يمكن الاعتماد على الإعلام لتحديد وإبراز عناصر القوة والضعف، ووضع استراتيجيات تنموية شاملة تخاطب الرأي العام، بهدف إقناعه بالمشاركة الإيجابية في عملية التنمية، والإصلاح الاقتصادي<sup>(٥٦)</sup>، وهو ما يعني أن تتم مناقشة السلبيات التي تواجه الاستثمار المصري للبحث عن حلول لمثل هذه السلبيات دون أن يكون هناك إسراف، أو إفراط في عرض المشكلة بما يؤثر سلباً على صورة الاقتصاد الوطني في أذهان المستثمرين الأجانب، والمواطنين، إذ تعتمد الدول المتقدمة في جذب

---

(٥٦) أ/ زيد عقاب الخطيب، الإعلام الاقتصادي وأهميته تطبيقه، جريدة الكويتية، تاريخ اليوم الأحد ٢٢/٧/٢٠١٨،

منشور علي الموقع التالي:

<http://www.alkuwaityah.com/Article.aspx?id=383621>

الاستثمارات الأجنبية على ما تمتلكه من صورة إعلامية راسخة في عقول المستثمرين بما تمتلكه من استقرار سياسي، واقتصادي وما تتمتع به من محفزات استثمارية على أن هذه الصورة لم تنشأ فجأة أو من العدم بل نشأة واكتملت بناء على ما قدمه الإعلام الوطني من معلومات اقتصادية، واستثمارية وذلك من خلال تنظيم الندوات والبعثات للمستثمرين والمشاركة في المعارض التجارية وتسهيل زيارات المستثمرين المحتملين<sup>(٥٧)</sup>. وهوما ساعدها بشكل أو بآخر على نشر ثقافة التنمية ودور الشعب في الإسهام في حل المشكلات الاقتصادية، وهو ما يجب اعتماده من جانب الإعلام المصري الرسمي، دون ترك الأمر للحكومات المصرية لمواجهة المخاطر الاقتصادية التي تواجه الاقتصاد المصري وحدها، مما يعزز فرص الانتعاش الاقتصادي السريع وذلك من خلال الترويج لاستراتيجية مهنية واضحة تقوم على أسس البحث العلمي لتحليل اقتصادي، والمثال الأبرز على ذلك ترويج الإعلام المصري للاستثمار بمشروع قناة السويس ومحورها.

وقد انتبهت الحكومة المصرية إلى الاستفادة من الإعلام واعتباره أداة فاعلة في إنتاج الوعي وتحريكه، ونشر الثقافة الاقتصادية في المجتمع كالتعريف بالقوانين والتشريعات، والإجراءات التنظيمية وآثارها، وبيان أهداف الخطط الاستراتيجية الموضوعية، لذلك فهو يسهم في توعية الجمهور بأهمية الادخار وآليات توجيهه نحو الاستثمار، وإرشاده إلى مصادر الموارد المتجددة، فيحفزه للحد من الاستهلاك غير الضروري حفاظاً عليها ويروج لماهية البدائل الممكنة، والاستخدام الأمثل لها من خلال ترجمة الأحداث وعرضها بموضوعية وحياد تام، ولتحقيق ذلك يجب على الدول النامية ومن بينها مصر تبادل المعلومات في المجالات التنموية المختلفة، سواء داخل حدود الدولة أو خارجها، وهو ما يعرف بالحوار بين الجنوب والجنوب<sup>(٥٨)</sup>، لذا ظهر جلياً اهتمام المشرع المصري بتداول المعلومات لما لها من دور في تحريك الرأي العام بحظر فرض أي قيد على تداولها طالما لا تمس الأمن القومي والدفاع الوطني باعتبارها - المعلومات - حق لكافة المواطنين، وهو ما يظهر بوضوح من نص المادة (١٠) من القانون رقم ١٨٠ لسنة ٢٠١٨ بشأن تنظيم الصحافة والإعلام الذي ينص على أن: "يحظر

---

(57) CIOBANU (M), Decisive Role Of Proactive FDI Promotion Policies (FDI PROMOTION AGENCIES), p. 4.

(٥٨) د/ خالد سعد زغلول، التنمية الاقتصادية في إطار الحوار بين الجنوب والجنوب، دراسة خاصة بقارة أفريقيا، مجلة حقوق المنوفية، السنة الثانية، العدد الثالث، يناير ١٩٩٢، ص ١٠٣.

فرض أي قيود تعوق توفير المعلومات أو إتاحتها أو تحول دون تكافؤ الفرص بين مختلف الصحف المطبوعة والإلكترونية ووسائل الإعلام المرئية والمسموعة أو حقها في الحصول على المعلومات، وذلك كله دون الإخلال بمقتضيات الأمن القومي، والدفاع عن الوطن".

ولتحقيق ذلك يمكن للدولة المصرية- ممثلة في الهيئة الوطنية لتنظيم الإعلام- أن تنشئ الشركات الفردية أو المساهمة لتحقيق الغرض منها، ولها الحق في شراء الشركات القائمة أو الاندماج أو الدخول في مشروعات مشتركة، وذلك وفقا للفقرتين (٦، ٧) من القانون رقم ١٧٨ لسنة ٢٠١٨ بإصدار قانون الهيئة الوطنية للإعلام، وهو ما يتيح لها فرصة توجيه الإعلام والاستفادة المثلي منه وجعله أداة لتنمية بسهولة ويسر بما لها من حق إدارة المؤسسات والوسائل الإعلامية العامة وذلك وفقا لنص المادة (٢) من القانون رقم ١٨ لسنة ٢٠١٨.

### ٣ - ضعف التمويل والدعم المقدمين للإعلام الاقتصادي الوطني:

لعل من أصعب المشكلات التي تواجه الاستثمار الوطني المصري عدم تقديم الدعم المالي الكافي للإعلام للإسهام في إبراز الفرص الاستثمارية المتاحة بمصر، وخاصة مع امتلاك العديد من الجهات للقنوات الخاصة لتكون منبرا لهم لبث الشائعات بشأن عدم توافر الأمن والاستقرار السياسي مما يقدمه من صورة سيئة عن الاقتصاد الوطني من خلال صياغة الأحداث، وإعادة ترتيب الوقائع وانتقاء الحوادث مع اصطناع الأخبار بالشكل والمضمون الذي يعمل على تأكيد وجهة نظرهم ونفي وجهات النظر الأخرى أو إثارة الشكوك حول مصداقيتها<sup>(٥٩)</sup>.

ولعل ضعف الدعم الوطني للإعلام يظهر جليا خلال ثورة يناير والسنوات اللاحقة عليها، وهو ما منح القنوات المعادية الفرصة لأن تنمو وتزدهر وصنع لها مكانا يضاهاى القنوات الوطنية خاصة مع اكتفاء الدول وخاصة مصر على القنوات الرسمية التي تفتقد إلى التشويق والمتعة التي يبحث عنها المشاهد مما دفع الجمهور إلى الانصراف إلى القنوات الخاصة بغض النظر عن ما تقدمه من مادة إعلامية معادية أو مغلوطة عن الدولة وعن اقتصادها، فمع ضعف المخصصات المالية لوزارة الإعلام جعلت من القنوات الرسمية قنوات تسير في وادي والشعوب والاقتصاد الوطني في وادٍ آخر، دون أن

---

(٥٩) رائد/ قدري علي عبدالمجيد، دور وسائل الإعلام في إدارة الأزمات، مجلة كلية الدراسات العليا، أكاديمية مبارك للأمن، العدد الثامن، يناير ٢٠٠٣م، ذو القعدة ١٤٢٣هـ، ص ١١٧ .

تكثر كثيرا بما يتم إطلاقه من شائعات تعصف بالاقتصاد الوطني المصري، خاصة مع ضعف إمكانياتها التكنولوجية التي تساعدها على مواكبة التقدم في مجال الإعلام.

فالوسائل الإعلامية لم تعد تعتمد بشكل أساسي على الوسائل التقليدية، بل تعتمد على وسائل تكنولوجية متقدمة- في مجال الإعلام- تحتاج إلى أموال طائلة لم تكن مصر على استعداد لتخصيصها للرد على ما تتناوله من شائعات تصيب الاقتصاد الوطني المصري في مقتل، إذ لم يقتصر الأمر على استخدام الوسائط المتعددة، والصحف والفضائيات ووسائل التواصل الاجتماعي وغيرها، بل أضحى إعلاما جوالاً بأخباره مرافقاً كل مهتم أينما كان عبر جواله أو بريده الإلكتروني، أو عبر صفحاته الاجتماعية الشخصية، لذا أصبح من اليسير على الإعلام الاقتصادي الوصول إلى الأشخاص المستهدفين، حيث يقوم الإعلام الاقتصادي بنقل وتحليل وتفسير التغيرات الاقتصادية التي تحدث في المجتمع وتشمل الأفراد والأماكن والقضايا المتصلة بالاقتصاد، كما يشمل أيضا تغطية أداء الشركات ونشاطاتها تحت هذه المظلة الإعلامية الاقتصادية، إذ يبذل الكتاب الاقتصاديون جهودا كبيرة في البحث في ثنايا الأرقام والمناهج الاقتصادية لكثير من شركات ومؤسسات القطاعين العام والخاص<sup>(٦٠)</sup>.

#### ٤- ضعف دور الهيئات المعنية بالاستثمار وإدارة الأزمات في أداء دورها:

قد تمتلك الدول القدرات والإمكانيات التي تساعدها على جذب الاستثمار، لكن لا تملك مؤسسات إدارية قوية قادرة على التعاون فيما بينها بدقة واحترافية، فكل منها لديه نظرة قصيرة الأمد وأيضا عدم التعاون والمتابعة والتواصل فيما بينهما، ولعل هذا ما يفسر تقدم دولة على أخرى رغم اتحادهما في القدرات المالية لكن ما يحدث الطفرة الاقتصادية لدي إحداها هو قدرة مؤسساتها وتعاونها في إدارة الأزمات، فما مرت به مصر خلال الفترة اللاحقة على قيام ثورة يناير برهنا وبقوة على عدم امتلاك مصر لسياسة واضحة المعالم لإدارة الأزمات مما أدى إلى تفاقم الوضع الاقتصادي خاصة مع تعرض الشركات الوطنية والأجنبية على حد سواء لحرب شنعاء لا تستطيع هذه الشركات مواجهتها؛ لأنها لا تستهدفها بشكل مباشر، وإنما استعانة بطريقة غير مباشرة؛ لتحقيق هدفها من خلال الحديث عن وجود أزمة اقتصادية طاحنة تتعرض لها البلاد خلال فترة زمنية معينة مما يضع الشعب تحت ضغط

---

(٦٠) أ/ مصطفى عبدالرحمن، أهمية الإعلام الاقتصادي، جريدة لوسيل، أغسطس ٢٠١٧، منشور على الموقع التالي :  
<https://lusailnews.qa/opinion/17%D9%828%A7%D8%AF>



انتظار حدوث الأزمة، وما يمكن أن يلحق بقدرته المالية على مواجهتها مما يخلق جوا من الاحتقان وعدم الارتياح اتجاه سياسة الدولة، وهو ما قد يدفع الشعب في النهاية إلى عدم الرضا والاتجاه بالوطن نحو الهاوية، ولعل هذه النتيجة هي التي يسعى إلى تحقيقها ممولي هذه الحملات، ومن هنا تظهر أهمية الإعلام في إدارة الأزمات القومية؛ وذلك لتنامي اعتماد الجمهور عليها لمعرفة تفاصيل تلك الأزمات، باعتبارها المصدر الرئيسي للمعلومات، وهو ما يساعد على تكوين اتجاهات الشعوب نحو الأزمة وكيفية إدارتها، فهي تمثل المصدر الرئيسي للمعلومات وفي تشكيل اتجاهاته نحو الأزمة وكيفية إدارتها<sup>(٦١)</sup>.

كما تتعاضد المشكلات التي تواجه المستثمر حينما يكون ملزماً بالتنقل بين الجهات المعنية لإتمام الإجراءات التي رسمها القانون وألزم بها المستثمر لاستكمال رحلة إنشاء المشروع الاستثماري مما قد ينتج عنه ضياع جزء كبير من رؤوس الأموال محل الاستثمار في سبيل إتمامها وما يتعرض له من بيروقراطية وفساد مالي وإداري، قد ينتهي به المطاف إلى فرار وهروب رؤوس الأموال وهو ما فطنت إليه مصر - ممثلة في هيئة الاستثمار - لذا عملت على تدارك هذه التعقيدات من خلال جمع كافة الجهات المعنية في مكان واحد لتيسير على المستثمرين.

---

(٦١) رائد/ قذري علي عبدالمجيد، دور وسائل الإعلام في إدارة الأزمات، المرجع السابق، ص ١٠١.

## الخاتمة

إن "تأثير التطور الإعلامي على التنمية" من المواضيع المهمة في عصرنا الحالي، ومن هذا المنطلق، تم تقسيم موضوع الدراسة إلى فصلين مستقلين، حيث أفردنا **الفصل الأول** للحديث عن تأثير تكنولوجيا المعلومات والاتصال على المجتمع، وذلك من خلال التعريف بتكنولوجيا المعلومات والاتصال وأهميتها، كما تطرقنا إلى آثار تكنولوجيا المعلومات والاتصال على المجتمع، من خلال إلقاء الضوء على أهم نظريات تطبيق التكنولوجيا على وسائل الإعلام، ومن ثم التعرف على كيفية تأثيرها على الأفراد والمجتمعات.

ثم انتقلنا بعد ذلك للحديث عن تأثيرات الإنترنت على الأفراد والعلاقات الاجتماعية، من خلال توضيح التأثير الإيجابي للإنترنت، سواء على الأفراد، أو على المجتمع، وكذلك أضرار الإنترنت على الشخص المستخدم، أو على الأسرة أو على المجتمع بأسره.

وأما **الفصل الثاني**، تم تخصيصه للحديث عن تأثير الإعلام على الاستثمار، وذلك في بحثين، الأول عرضنا فيه ماهية الاستثمار ودور الإعلام في جذب الاستثمار الأجنبي من خلال رصد ملامح التغيرات الاقتصادية واستعراض مقومات الاقتصاد، تسويق القوانين الاقتصادية والاستثمارية وتسلط الضوء على نقاط المرونة فيها والترويج لها من خلال التسهيلات، واستعراض ومواكبة الحصيلة التي تنتجها الاستثمارات التي جري توظيفها ورعايتها. وفي المبحث الثاني تكلمنا فيه عن الصعوبات التي تواجه الإعلام في جذب الاستثمار الأجنبي، ولعل من أهم هذه الصعوبات هو ضعف الترويج الإعلامي للفرص الاستثمارية، عدم الاستغلال الأمثل للإعلام كوسيلة لنقل وتداول المعلومات، ضعف التمويل والدعم المقدمين للإعلام الاقتصادي الوطني، وأخيراً ضعف دور الهيئات المعنية بالاستثمار وإدارة الأزمات في أداء دورها.

## نتائج البحث

- ١- وجود علاقة متبادلة بين الإعلام ووسائله وتكنولوجيا الاتصالات والمعلومات.
- ٢- أصبح الإعلام يمثل اساس وقاعدة الإنطلاق الاقتصادي خاصة بعد تطوره.
- ٣- إبراز دور وسائل الإعلام الحديثة في الاقتصادات المختلفة.

٤- استغلال التكنولوجيا في التنمية الاقتصادية والاجتماعية.

٥- التفاعل بين وسائل الإعلام الحديثة والجمهور وصانع القرار.

٦- وسائل الإعلام تقدم الإيجابيات والسلبيات وتقع تحت رقابة الجمهور.

وبعد انهينا موضوع الدراسة تم التوصل إلى بعض التوصيات نسردها على النحو الآتي:

١- لابد من وجود رقابة كافية على المعلومات من جانب السلطة والمجتمع.

٢- تطوير البلدان النامية لتكنولوجيا الاتصالات والمعلومات بها حتى لا يحدث فجوة بينها وبين سائر الدول المتقدمة.

٣- وضع تشريعات وقوانين دولية لحماية المعلومات وانتقالها بين الدول والأفراد.

٤- تطوير وسائل الإعلام التقليدية حتى تسير بجانب وسائل التواصل الاجتماعي وتطوير المعلومات والاتصالات بها.

٥- استغلال تكنولوجيا المعلومات والاتصالات لوسائل الإعلام الحديثة في الترويج عن الاستثمار في البلدان النامية.

٦- دعم الاقتصادات الوطنية لوسائل الإعلام بها.

٧- أهمية اعتماد وتوفير الكفاءات البشرية المتخصصة في مجال تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في البلدان النامية.

٨- ضرورة ارتباط الإعلام بوسائل المختلفة بأهداف التنمية الشاملة ومنها الاستثمار وتطوير تكنولوجيا المعلومات والاتصالات.

٩- بناء نموذج اتصالي يقوم على المشاركة وتحقيق ديمقراطية الاتصال والتواصل بين أفراد المجتمع.

١٠- العمل على تنمية إمكانات تكنولوجيا المعلومات والاتصالات ومدى قدرة الدول على الاستفادة منها لتعزيز النمو والتنمية الاقتصادية.

## قائمة المراجع

### أولاً: المراجع العربية:

- ١- أ/ وسام فؤاد: مقال ما بعد التدوين (دراسة إشرافيه حول تأثير التطورات في البنية التحتية للإنترنت)، الشبكة العربية لمعلومات حقوق الإنسان، ط ١، القاهرة، ٢٠٠٨.
- ٢- د/ إبراهيم متولي إبراهيم: دور حوافز الاستثمار في توجيه النمو الاقتصادي من منظور الاقتصاد الإسلامي والأنظمة الاقتصادية المعاصرة، بدون سنة نشر.
- ٣- د/ السيد أحمد عبدالخالق، الاقتصاد السياسي لقانون الاستثمار رقم ٧٢ لسنة ٢٠١٧ دراسة تحليلية (خلاصة المحاضرات التي القيت علي طلاب دبلوم العلوم المالية والاقتصادية) كلية الحقوق، جامعة المنصورة.
- ٤- د/ جعفر حسن جاسم: مقدمه في الاقتصاد الرقمي، دار البداية، عمان، الأردن، ط١، ٢٠١٠.
- ٥- د/ حسن عماد مكاي، د/ محمود علم الدين، تكنولوجيا المعلومات والاتصال، الدار العربية لنشر والتوزيع، بدون سنة نشر.
- ٦- د/ حسن مكاي، ليلي السيد، الاتصال ونظرياته المعاصرة، الدار اللبنانية المصرية، بدون سنة نشر.
- ٧- د/ حسنين شفيق: نظريات الإعلام (وتطبيقاتها في دراسات الإعلام الجديد ومواقع التواصل الاجتماعي، دار فكر وفن، ٢٠١٤.
- ٨- د/ خالد سعد زغلول، التنمية الاقتصادية في إطار الحوار بين الجنوب والجنوب، دراسة خاصة بقرارة أفريقيا، مجلة حقوق المنوفية، السنة الثانية، العدد الثالث، يناير ١٩٩٢.
- ٩- د/ ربحي مصطفى عليان: اقتصاد المعلومات، دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان ٢٠١٠.
- ١٠- د/ سعد غالب ياسين، أساسيات نظم المعلومات الإدارية وتكنولوجيا المعلومات، دار المناهج للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، ٢٠٠٦.
- ١١- د/ سناء عبد الكريم الخناق: دور تكنولوجيا المعلومات والاتصال في عمليات إدارة المعرفة، الملتقى الدولي: المعرفة الركيزة الجديدة والتحدي التنافسي للمؤسسات الاقتصادية، بسكرة، الجزائر، ١٢ و١٣ نوفمبر ٢٠٠٥.

- ١٢- د/ عبدالفتاح محمد عبدالفتاح، أنظمه الاستثمار في مصر في ضوء التجارب الدولية والمتغيرات الاقتصادية العالمية، بدون سنة نشر.
- ١٣- د/ عبدالله الشاملي، سياسات الاستثمار في الدول العربية، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، ٢٠٠٨.
- ١٤- د/ عبدالله حسن مسلم، إدارة المعرفة وتكنولوجيا المعلومات، دار المعتر للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، ٢٠١٥.
- ١٥- د/ فليح حسن خلف، اقتصاد المعرفة، جدار للكتاب العالمي، الأردن، ٢٠٠٧.
- ١٦- د/ ماهر عودة الشمالية، د. محمود عزت اللحام، د/ مصطفى يوسف كافي، تكنولوجيا الإعلام والاتصال، الإصدار للنشر والتوزيع، ٢٠١٥.
- ١٧- د/ محمود علم الدين، تكنولوجيا المعلومات والاتصالات ومستقبل طباعة الصحافة، دار السحاب للنشر والتوزيع، القاهرة، ٢٠٠٥م.
- ١٨- د/ نريمان إسماعيل: اقتصاديات المعلومات، المكتبة الأكاديمية، القاهرة، ط ١، ١٩٩٥.
- ١٩- عمر صقر، العولمة وقضايا اقتصادية معاصرة، الدار الجامعية بالإسكندرية، ٢٠٠١.
- ٢٠- نجوي دياب، الإعلام الإلكتروني وأثره علي الأزمة المالية الراهنة، الأكاديمية الوطنية للبحث والتطوير.

### الرسائل العلمية:

- ١- مراد رايس، أثر تكنولوجيا المعلومات على الموارد البشرية في المؤسسة، رسالة ماجستير، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر، ٢٠٠٤-٢٠٠٥.
- ٢- عبدالكريم بعداش، الاستثمار الأجنبي المباشر وأثره علي الاقتصاد الجزائري خلال الفترة ١٩٩٦-٢٠٠٥، رسالة دكتوراه، جامعه الجزائر، ٢٠٠٨.
- ٣- محمد سعيد بسيوني الجرواني، محددات الاستثمار في مصر في الفترة ٧٥٩٧-١٩٩٧، رسالة دكتوراه، كلية التجارة، جامعه قناه السويس، ٢٠٠٢.

### ثانيا: الدوريات والمجلات:

- ١- رائد/ قدرى علي عبدالمجيد، دور وسائل الإعلام في إدارة الأزمات، مجلة كلية الدراسات العليا، أكاديمية مبارك للأمن، العدد الثامن، يناير ٢٠٠٣م، ذو القعدة ١٤٢٣هـ.

٢- ألرميحي محمد/ حديث الشهر (انتبهوا أيها السادة لم يعد في المعمورة مكان يغمره الظلام)، مجلة العربي، العدد ٤٦٠/ مارس ١٩٩٧م.

### ثانياً: المواقع الإلكترونية:

- ١- د/ جميلة الجوزي، دور الحوكمة في جذب الاستثمار الأجنبي المباشر إلى الدول العربية، منشور علي الموقع التالي: <https://kantakji.com/media/3210/01026.doc>
- ٢- أ/ علي عنبر، دور الإعلام في الترويج للاستثمار الاقتصادي، منشور علي الموقع التالي: [http://syria-news.com/readnews.php?sy\\_seq=30490](http://syria-news.com/readnews.php?sy_seq=30490)
- ٣- أ/ زيد عقاب الخطيب، الإعلام الاقتصادي وأهمية تطبيقه، جريدة الكويتية، تاريخ اليوم الأحد ٢٢/٧/٢٠١٨، منشور علي الموقع التالي: <http://www.alkuwaityah.com/Article.aspx?id=383621>
- ٤- رائد/ قدرني علي عبدالمجيد، دور وسائل الإعلام في إدارة الأزمات، المرجع السابق، ص ١٠١. أ/ مصطفى عبدالرحمن، أهمية الإعلام الاقتصادي، جريدة لوسيل، أغسطس ٢٠١٧، منشور علي الموقع التالي: <https://lusailnews.qa/opinion/17%D9%828%A7%D8%AF>
- 6- <https://www.almsal.com/post/419084>
- 7- <http://mawdoo3.com>
- 8- [www.univ-eloued.dz/rers/images/pdf/D012014112.pdf](http://www.univ-eloued.dz/rers/images/pdf/D012014112.pdf)
- 9- [www.univ-eloued.dz/rers/images/pdf/D012014112.pdf](http://www.univ-eloued.dz/rers/images/pdf/D012014112.pdf)
- 10- [www.univ-eloued.dz/rers/images/pdf/D012014112.pdf](http://www.univ-eloued.dz/rers/images/pdf/D012014112.pdf)
- 11- <http://mawdoo3.comhttp://www.addiction-wiki.com>
- 12- <https://al-ain.com/article/violent-decline-in-foreign-direct-investment>
- 13- <https://al-ain.com/article/violent-decline-in-foreign-direct-investment>
- 14- [https://link.springer.com/chapter/10.1007/978-3-319-14343-9\\_18](https://link.springer.com/chapter/10.1007/978-3-319-14343-9_18).
- 15- <https://openknowledge.worldbank.org/bitstream/handle/10986/15073/271>
- 16- <https://openknowledge.worldbank.org/bitstream/handle/10986/15073/271>

## ثالثاً: المراجع الأجنبية:

- 1- Ambler, T., & Roberts, J. H. (2008). Assessing marketing performance: Don't settle for a silver metric. *Journal of Marketing Management*, 24(7-8).
- 2- CIOBANU (M), Decisive Role Of Proactive FDI Promotion Policies (FDI PROMOTION AGENCIES).
- 3- Fisher, T. (2009). ROI in social media: A look at the arguments. *Journal of Database Marketing and Customer Strategy Management*, 16.
- 4- Gay, R., Charlesworth, A., & Esen, R. (2007). *Online marketing: A customer-led approach* (pp. 1-32). New York, NY: Oxford University Press. Google Scholar
- 5- Importance of information technology in today world, Retrieved , 9-12-2019, Edited
- 6- Kaske, F., Kugler, M., & Smolnik, S. (2012). Return on investment in social media- Does the hype pay off? Towards an assessment of the profitability of social media in organizations. *IEEE Computer Society 2012*. Grand Wailea, Maui, Google Scholar
- 7- kian S (2001) Web Based learning Environments: Observation from a Web Based Course in a Malaysian Context *Australian Journal of educational Technology*.
- 8- Media development investment found, Media development's Role in social Economic and political progress, MDIFM New York..
- 9- Morisset (J), the Effectiveness of Promotion Agenciesat Attracting Foreign Direct Investment.
- 10-Perdue, D. J. (2010). Social media marketing: Gaining a competitive advantage by reaching the masses. *Social Media Marketing*, 1.
- 11-Ramez A Bedair, The role of information technology in supporting decision-making in the Jordanian firms, Phd, degree of doctor, faculty of information systems and technology, Jordan.
- 12-Statistic Brain. (2014). Facebook and Twitter statistics [online]. Available from: <http://www.statisticbrain.com/twitter-statistics/>. Accessed March 22, 2014
- 13-The shorter oxford English dictionary press 1976.

## قائمة المحتويات

١	مقدمة.....
٤	الفصل الأول: تأثير تكنولوجيا المعلومات والاتصالات على المجتمع.....
٥	المبحث الأول: ماهية تكنولوجيا المعلومات والاتصالات وأهميتها.....
٦	المطلب الأول: ماهية تكنولوجيا المعلومات.....
١٠	المطلب الثاني: تكنولوجيا الاتصالات.....
١٢	المطلب الثالث: أهمية تكنولوجيا المعلومات والاتصال.....
١٦	المبحث الثاني: أثار تكنولوجيا المعلومات والاتصالات على المجتمع.....
٢٦	الفصل الثاني: تأثير الإعلام على الاستثمار.....
٢٧	المبحث الأول: ماهية الاستثمار ودور الإعلام في جذب الاستثمار الأجنبي.....
٤٠	المبحث الثاني: التحديات التي تواجه الإعلام في جذب الاستثمار الأجنبي المباشر.....
٤٩	الخاتمة.....
٥١	قائمة المراجع.....
٥٥	قائمة المحتويات.....