

## وسائل الإعلام المحلية وعلاقتها بأداء القرار لدى المستثمرين

م. عامر عبد الوهاب عيدان\*      م.م. قيس مزهر عباس\*\*      داود سليمان علوي\*\*\*

### المسخلص

تعد وسائل الاعلام اداة فعالة وكفوءة في نقل الافكار والمعلومات عن النشاطات التي تهتم موضوع الاستثمار وايقاله الى جميع المستثمرين .  
ان محافظة ديالى من المحافظات التي تعاني مشكلة ضعف في الاستثمارات وذلك لاسباب عديدة منها اقتصادية وبعضها سياسية وامنية واخرى اجتماعية وغيرها كما قد يؤدي الاعلام المحلي دور في تفاهم هذه المشكلة مما يجعل المحافظة في وضع سيئ في بعض جوانب الحياة  
ولقد تناول البحث هذه المشكلة لأهميتها ودراسة جوانبها المختلفة والعوامل المؤثرة فيها للوصول الى هدفه في ايجاد العلاقة بين وسائل الاعلام المحلية وقرارات المستثمرين وانطلق الباحثون من فرضية مفادها عدم وجود العلاقة بين وسائل الاعلام المحلية وبين القرارات المتخذة من قبل المستثمرين في محافظة ديالى ولقد توصلوا الى استنتاجات عدة وفي ضونها تم ادراج توصيات عديدة اهمها الاهتمام بالاعلام بمختلف وسائله وخاصة الاذاعة والتلفزيون المحلي والصحف وكذلك ضرورة قيام المستثمرين بمتابعة هذه الوسائل فضلاً عن الانترنت .

### Abstract

*Media are considered as the most efficient means of transmitting the ideas and in formations about the investment and how its transmit to all of investors .*

*Diala government faced the problem of weakness in investing due to many causes such as political , economical role to excess this problem.*

*This paper studies this weakness and its importance ,it also studies the factors which affect it to find certain relation Between the local media and the decisions of the investors in Diala government.*

*The researchers reach to the following recommendations :*

*It must be given an important role to all means of local media (Radio,T.V ,Journals ... ect) to take its chance .*

*It must be given a Special importance to all means of local media a ( Radio,T.V ,Journals... ect) to activate its role in transmit investment and encourage the Investors to follow these means in addition to the internet .*

### المقدمة

تعد وسائل الاعلام من احدى القنوات المهمة في تغطية النشاطات الاستثمارية في الميدان الاقتصادي ، اذ تعد اداة فعالة وكفوءة في نقل الافكار والمعلومات عن النشاطات التي تهتم موضوع الاستثمار وايقاله الى عموم المستثمرين ويساهم في بلورة الاهداف التي يسعون اليها مما يدفعهم الى اتخاذ القرارات الصائبة والهادفة و الى التوسع الاستثماري في الحياة الاقتصادية ، ونتيجة لذلك فان الادارة في محافظة ديالى اهتمت بهذه الوسائل من اجل جعلها اكثر فعالية في تحقيق الاستقطاب الاستثماري لعموم المستثمرين في المحافظة خاصة وعموم المستثمرين من خارجها لأجل تحقيق النمو الاقتصادي بالشكل الذي يخدم العملية التنموية التي تنشدها .

\* معهد تقني بعقوبة .

\*\* معهد تقني بعقوبة .

\*\*\* معهد تقني بعقوبة .

مقبول للنشر بتاريخ 2014/9/14

## المبحث الأول منهجية البحث

### مشكلة البحث وأهميته

يمكن توضيح مشكلة البحث من خلال طرح التساؤلات الآتية :

- 1- هل هنالك وسائل اعلام محلية في المحافظة ؟
  - 2- مدى اهتمام الوسائل الاعلامية بالمشاريع الاستثمارية في المحافظة .
  - 3- هل هنالك علاقة بين وسائل الاعلام المحلية و قرارات المستثمرين .
- تأتي أهمية البحث من أهمية وسائل الاعلام كأحدى واهم وسائل الاتصال واكثرها تأثيرا في معظم مجالات الحياة بما فيها المجال الاقتصادي المالي والاداري . ويتطلب لاستقطاب المستثمرين المحليين معرفة اي من وسائل الاعلام اكثر تأثيراً في قراراتهم بغية جذبهم وتهيأة الظروف البيئية المناسبة لممارسة نشاطاتهم الاستثمارية بقناعة تامة في محافظة ديالى.

### اهداف البحث :

يمكن تحديد اهداف البحث بما يأتي :

- 1- معرفة وسائل الاعلام الموجودة حالياً في محافظة ديالى ومدى تأثيرها على قرارات المستثمر بغية تقديم الدعم المعنوي وتوسيع قاعدة وحجم التمويل لتلك الوسيلة الاعلامية .
- 2- تحديد الوسيلة الاعلامية الاكثر تأثيراً على قرارات المستثمرين المحليين في محافظة ديالى .
- 3- تحديد العلاقة بين وسائل الاعلام المحلية وبين القرارات المتخذة من قبل المستثمرين .

### عينة البحث :

اختار الباحثون (200) شخص من المستثمرين في محافظة ديالى وبكافة فئاتهم(التجار،المقاولين،الصناعيين) عشوائياً من المسجلين في هيئة استثمار محافظة ديالى.

### اداة البحث :

اعتمد الباحثون في جمعهم للبيانات على استبانته أراء عينة البحث ، حيث أشتملت الاستمارة على مجموعتين من الاسئلة عدا الخصائص الشخصية لعينة البحث ، وقد احتوت المجموعة الاولى (9) تسعة اسئلة ترتبط بوسائل الاعلام ، اما المجموعة الثانية فقد تضمنت (9) تسعة اسئلة ايضاً تناولت موضوع الاستثمارات في محافظة ديالى.

### صدق وثبات الاداة :

لغرض اختبار صدق الاستبانة تم عرضها على مجموعة من الخبراء والمختصين حيث تم تعديل بعض الفقرات بما يتلاءم أهداف البحث كما وتم استخدام اختبار الفا كرومباخ مدى الاتساق الداخلي للاستمارة حيث بلغت قيمة الفا 91.94%.

### فرضية البحث :

لقد انطلق الباحثون من فرضية مفادها (لا توجد علاقة معنوية بين وسائل الاعلام المحلية وبين قرارات المستثمرين في محافظة ديالى) .

## المبحث الثاني الجانب النظري

ان الاعلام بمفهومه الحديث قد اتخذ ابعاداً متعددة وتوسع في مجالات مختلفة في شتى ميادين الحياة اذا لم تعد برامجه مقتصره على ايصال الحدث او توزيع الاخبار في المجتمع التي قد تحدث هنا وهناك ليمتد الى الحياة الاقتصادية فقد ساهم في دعم رجال الاعمال وتبيان فرص العمل والاستثمار في المجالات التي يسعون اليها من اجل تحقيق الارباح بل تعدى ذلك ليسهم في خلق افاق جديدة ليصبح الاعلام اداة فعالة في بلوره الرأي العام للخروج بصيغ مستقبلية للمعلومات والاخبار ولم يقف عند هذا الحد بل اصبح يتفاعل سلوكياً وفكرياً مع الاتجاهات العقلانية في الميادين الاقتصادية والتنموية (محمد، 2003: 3) ومن الجدير بالذكر بأن هناك ارتباط بين الاعلام والثقافة وهذا الارتباط تزايد بعد التطور العلمي والتقني والمعلوماتي ، واصبح الاعلام الوعاء المناسب لنقل المعلومات في جميع مجالات الحياة (ياسين ، 2006 : 47)

من هذا نجد ان كثيراً من الافكار والاجتهادات التي انصبت على الجهود الهادفة في تنوير الرأي العام لتحقيق اليقظة والنمو الحضاري كما انه يهتم في اقناع الجماهير من خلال بث المعلومات والحقائق والارقام والاحصائيات الى شريحة مهمة من هذه الجماهير الا وهي شريحة المستثمرين واصحاب الشركات والمنتجين(العويب،حسين،2001: 3)، وقد يتساءل البعض عن الدور الذي يؤديه كل من الاعلام والاعلان ففي الوقت الذي يتناول الاعلان برامجته عبر وسائل الاتصال غير الشخصية مقابل تسديد مبالغ محدده (366 : 1990 , Perveault , Mc Carthy ) إذ ان النشاط

الإعلامي ينشر جوهره الذي ينصب على إبراز النشاط التجاري الذي يهدف إلى تحقيق أعلى مستويات الربح ، نلاحظ ان الإعلام يعرض من خلاله وفي وسائل الاتصال تلك البرامج وقد تكون دون دفع اجر مقابل ذلك .

## الإعلام:

لقد عرف جودة الإعلام (جودة، 2000: 313) على انه محاولة لتعريف الجمهور برأي او فكرة معينة ، حيث يقوم باستخدام اسلوب مستتر يتم شرح المطلوب فيه باتباع النهج الاخباري او الصحفي في وسائل الاعلام . ويستخدم الاعلام وسائل عديدة منها الوسائل البصرية والسمعية المكتوبة في نقل الاخبار على اختلاف انواعها وقد تتضمن المقالة نصاً وصوراً ثابتة كالصحافة المكتوبة وصوراً متحركة كالتلفاز اونصوص صوتية كالاداعة وغيرها ( الترك، 2009 : 138) .

## وسائل الاعلام

هنالك وسائل اعلام عديدة ولقد ذكرها البكري ( البكري، 2002 : 215) كما يلي :

### 1- التلفزة :

يمكن ان تعد هذه الوسيلة من اكثر الوسائل انتشاراً وتأثيراً على الجمهور عندما تكون هنالك الافكار متنامية لدى المستثمرين حيث تقدم المعلومة بشكلها الواضح من حيث الصوت والصورة مما تشد هؤلاء المستثمرون الذين لديهم الامكانيات المتاحة في التوسع في الانتاج او الاستثمار فضلاً عن كونها متتابعة للاحداث بشكل فوري ولديها من الامكانيات ماتغطي به مساحات واسعة من الاسواق .

### 2- الصحف

تعد الصحف بالدرجة الثانية من تلك الوسائل اذ تتمثل مكان القوة فيها كونها تمتاز بالكلف المنخفضة وذات مصداقية وسرعة في اظهار المعلومات وبشكل يومي ودوري تقريباً اذ تغطي السوق لكونها رخيصة الثمن و سرعة التداول غير انها يؤخذ عليها انها قد تعاني من انخفاض في جودة الاعلان وقصر المدة الاعلامية .

### 3- المجلات

تمتاز هذه الوسيلة بتغطيتها الواسعة ونشرها لاعلانات ومعلومات ذات جودة اذ يمكن ان تتداول تلك المعلومات لفترة طويلة حيث الحصول على المعلومات بدرجة عالية ولازمته ممتدة مادامت باقية تلك الوسيلة في محيط التداول غير انها يؤخذ عليها بكونها تمتاز بمرونة محددة وضعيفة في الية التغيير بسبب برمجتها للطروحات المحددة وانحصارها على معلومات تمتاز بالثبات وعدم القدرة على التغيير في فترات قصيرة .

### 4- الراديو

يتميز المذياع بكونه ذو تغطية لمناطق جغرافية كبيرة مع انخفاض كلفته وذو مرونة عالية ولايشترط وجود المستفيدين منه في مرقع محدد اومعين بل هو موجود حيثما يكون الانسان وفي اي موقع ممكن و يؤشر عليه بكونه يعتمد على وسيلته المحددة وهي الصوت مما يعني قلة في التركيز ومحدود الانتباه .

### 5- العرض الخارجي ( البوستر)

يعد وسيلة من وسائل ايصال المعلومة الى المستثمرين الا انه ينحصر في مجال محدود المساحة وان تأثيره قليل ويتعرض الى التلف بسبب الظروف المناخية التي تؤثر في عرضه في الساحات واماكن تواجد المعنيين بسبب ضعف الابداع في التصميم ويمتاز بمرونة عالية ومنافسة قليلة .

### 6- الانترنت

وهي شبكة عالمية مكونة من عدد من الشبكات المتصلة مع بعضها البعض وهذا يتضمن الملايين من شبكات الشركات والحكومات والمنظمات وحتى الشبكات الخاصة (نصير، 2004 : 155) ، تعد هذه الوسيلة من الوسائل الحديثة في العصر الحديث ولما لها من دور كبير في التأثير على رغبات المستهلكين والمنتجين والمستثمرين ومن مميزاته كونه عالي التقنية ويمتاز بالانتقائية المتعددة والشاملة غير انه محدود الانتشار وعالي الكلفة .

### 7- الهاتف الجوال

يعد الهاتف الجوال من الوسائل المهمة في ايصال المعلومات وخاصة الحديثة منها ، ويمتاز الهاتف النقال بأنه سهل الحمل ومتوفر في يد المستخدم في معظم الوقت ومتاح لجميع شرائح المجتمع وكلفته مقبولة نوعاً ما، وبسبب هذه المزايا فإنه أصبح وسيلة مهمة ويمكن استخدامها بكفاءة لتوصيل المعلومات في اي وقت وفي اي مكان (السعود ، 2008 : 77) .

ويعد الاعلام احد الوسائل المهمة في عملية التأثير في الوسط الجماهيري ونقصد بالتأثير هنا هو عملية التغيير في بيئة المشاهد (كورنيل ، 1999 : 69) وان هذا التأثير لا يكون دفعة واحدة بل هو التتابع وفق الحالات التي يراها المشاهد ويتأثر بها بالتدرج وبالتالي يشكل تراكماً ذو تأثير مستمر وطويل (السامرائي، 2002 : 29) وقد يحدث ذلك التأثير بشكل غير موجه اي بطريقة عرضية من قبل وسائل الاعلام دون تخطيط مسبق .

## التأثير الاعلامي في قرارات المستثمرين

هناك عدة مستويات في التأثير على عملية اتخاذ القرارات الاستثمارية إذ يمكن النظر إليها من خلال ما يأتي :

### أ- التأثير في المجال المعرفي

المعرفة هي مجموعة المهارات المكتسبة والمعلومات المتراكمة لدى الفرد التي تكون القرارات والسلوكيات والتصرفات (محمد، 2003 : 4) إذ ان القرارات تعد من الامور العارضة التي تزول بزوال العامل المؤثر غير ان المعرفة لها جذور عميقة تمتد الى اعماق النفس البشرية والفكرية وتكون ذا طابع راسخ في الفكر البشري لذا فان تغييرها يستوجب عامل الوقت الاطول .

### ب- تغيير المواقف والاتجاهات

هناك عدة مصادر للمعلومات والبيانات التي يبني عليها الأفراد معرفتهم سواء كانوا مستثمرين او منتجين والتي تتعلق بطبيعة ونوع السلع والخدمات الموجودة في السوق وما هو حجم الطلب الكلي عليها او ما قد تواجهه هذه البضاعة من مشاكل اقتصادية يعاني منها الاقتصاد في تلك الدولة من حيث الطلب، العرض ، البطالة ، التضخم ، حجم المنافسة بين السلعة الوطنية والسلعة الاجنبية ومدى توافر العناصر الانتاجية في سوق العمل . كل هذه السمات المتواجدة في السوق المحلي تتناولها وسائل الاعلام وتغطيها وبالتالي فانها تلعب دوراً متقدماً في تغيير الاتجاهات والرغبات لدى المستثمر و ان ذلك يتوقف على مدى وقتها وشموليتها في تناول هذه السمات لهذا السوق او ذاك .

### ج- التأثير العاطفي

ان النفس البشرية تمتلك مجموعة واسعة من المشاعر والاحاسيس وبالتالي فان هذه المسميات تتحكم في اتخاذ قراراته ازاء ما تؤثر الاوضاع والقرارات والسلوكيات الخارجية فيها . حيث يخضع السلوك البشري الى حسابات تحسب فيها الفائدة من دونها لما قد يقبله العقل او لما قد يرفقه غير ان هذا العقل قد يفقد السيطرة في بعض الاحيان على التصرفات للانسان ( جواد، وآخرون، 1989: 113) وان وسائل الاعلام كغيرها من الوسائل الاخرى لها القدرة في التلاعب بعواطف الانسان عن طريق المساس بتلك الاحاسيس والمشاعر من خلال احداث عملية التركيز في فتح افاق المنافع التي سوف تتحقق من جراء انتاج سلعة او الحصول على خدمة ذات نفع مادي مثل شراء السندات والاسهم وتحقق ارباح معينة دون الاشارة الى وجود مخاطر او خسائر ترافق عملية الاستثمار لانتاج تلك السلعة او تعرض اسعار الاسهم الى الهبوط .

### د- التأثير على النمط السلوكي

هناك عدد كبير من القنوات التي بإمكانها احداث تغيير في النمط السلوكي للفرد منها : العلاقات والاسرة والبيئة التي يعمل بها الفرد والمؤسسة الثقافية والتعليمية والوازع الديني والاخلاقي والاعراف والتقاليد غير ان التأثير المباشر الذي يتأتى من وسائل الاعلام يعد في مقدمة هذه القنوات بسبب الانتشار الواسع لها وتأثيرها المباشر في المجتمعات المتحضرة لما تطرحه هذه الاخيرة من طروحات ذات معايير تجذب الافراد والمتمثلة بوسائل الصحافة . الاذاعة التلفاز على وفق معايير تقنية جذابة ومستوى متقدم جدا من الناحية التكنولوجية وبالتالي لهذه الوسائل قد تؤثر باتجاه ايجابي او سلبي قد تنفع المجتمع اذا استخدمت بالاسلوب الصحيح او تضر اذا وظفت بشكل غير صحيح وهذا يتوقف على العقل البشري وقدرته على التمييز بين هذا وذاك .

### مفهوم القرارات الاستثمارية

قبل الدخول الى مفهوم القرارات الاستثمارية لابد من توضيح مفهوم القرار حيث وردت تعريف عديدة للقرار ، فقد عرف على انه البديل الامثل الذي يتم اختياره من بين عدد من البدائل الممكنة والذي يؤدي الى تعظيم النتائج المرغوب فيها ( ابو بكر، 1997 : 23) وعرفت ايضاً بأنها عملية متعددة الخطوات تتوج احياناً باختيار حل معين كخطوة اخيرة (الشماخ، 1999 : 107) . كما ومن الجدير بالذكر ان عملية اتخاذ القرار يكون الغرض منها هو مواجهة موقف او لحل مشكلة قائمة او تغيير الاتجاه الحالي او لتصحيح وضع ما او لمواصله السير وفقاً للوضع القائم (رمضان، 1998 : 197).

ان مفهوم الاستثمار هو التعامل بالاموال او استخدامها من اجل الحصول على الارباح من خلال التخلي عنها في الوقت الحالي وتحمل المخاطر لغرض كسب الفوائد في المستقبل (الكروي، 2005 : 45) او هو التضحية بالاموال التي يمتلكها الفرد في لحظة معينة قد تطول او تقصر وربطها بأصل او اكثر من الأصول التي يحتفظ بها لتلك الفترة الزمنية بقصد الحصول على تدفقات مالية مستقبلية تعوضه عن ذلك (الزيدانيين، 1999 : 267). ان عمليات اتخاذ القرار الاستثماري تواجهها بعض المشاكل والمعوقات أهمها درجة توفر المعلومات اللازمة لاتخاذ القرار ومن ذلك اصبح مقياس تقدم الدول وتطورها مدى التقدم في مجال المعلومات والانترنت وأن توافرها والاستفادة منها يعتبر نشاطاً استثمارياً أساسياً (بيزان، 2006 : 165).

### المراحل الأساسية في عملية اتخاذ القرار

- لكي تكون القرارات المتخذة سليمة فإنه يفضل اتباع المراحل الآتية ( جيم سميث ، 1999 : 29 )
- 1- تحديد الأهداف : فمن الضروري جدا " تحديد الغرض من عملية اتخاذ القرار والتفكير في النتائج أو الأهداف التي سوف يحققها .
  - 2- جمع المعلومات : حيث يعتمد القرار على جمع المعلومات الكافية للخيارات الواجب اجراؤها .
  - 3- تحديد الحلول البديلة : ينبغي النظر الى كل الحلول او الخيارات الممكنة وتحديدتها بشكل واضح .
  - 4- تقييم الخيارات : تشتمل هذه الخطوة تحديد مدى التوازن بين خيارات القرار مع اهداف القرار المحددة مسبقاً .

ومن الضروري جداً " قبل انتقاء الخيار الأفضل القيام بتحليل عميق لكل الخيارات المتاحة وهذه العملية تكشف الفوائد لكل خيار بصورة واضحة للتمكن من الوصول الى المرحلة الاخيرة من عملية اتخاذ القرار ( كارول أوكونر، 1997 ، 85 ) .

### العوامل المؤثرة في فاعلية القرارات المتخذة

هنالك مجموعة من العوامل التي تؤثر في عملية اتخاذ القرار وتؤثر على المدراء أثناء اختيارهم البديل الأفضل من بين البدائل المطروحة أمامه .  
وتتمثل هذه العوامل ( محمد رسلان ، جميلة جاد الله ، 2000 ، 80 ) في الالتزام بالقوانين والأنظمة وكذلك العوامل الانسانية من حيث الاتجاه الفكري والعاطفة والحزم وبعض أمور البيئة الاجتماعية من عادات وتقاليده وقيم وكذلك ضغوطات داخلية وخارجية .  
كما وتؤثر شخصية المدير ومركزه الاجتماعي والمالي وحالته النفسية على القرار المتخذ وكذلك يؤثر المساعدون والمستشارون والمؤسسين على عملية وفاعلية اتخاذ القرار .

## المبحث الثالث الجانب العملي

لغرض الوصول الى اهداف البحث تم اختيار عينة من المستثمرين في محافظة ديالى وبكافة فئاتهم (تجار،صناعيين، مقاولين ،...الخ) حيث تم استبانة آراء عينة البحث والبالغ عددهم(٢٠٠) فرد من المستثمرين وتضمنت الاستبانة أسئلة عن خصائص العينة وتسعة اسئلة عن وسائل الاعلام وكذلك تسعة أسئلة عن قرارات المستثمرين وبعد الانتهاء من جمع الاستبانة وتفرغ البيانات كانت اجابات عينة البحث ونسبها المنوية كما موضحة بالجدول (1) .

### جدول (1)

#### اجابات عينة البحث والنسب المنوية لها

ت	الفقرات	اتفق	النسبة %	احياناً	النسبة %	لااتفق	النسبة %
1	لديك رغبة كبيرة لمتابعة وسائل الاعلام المحلية في التلفزيون .	105	52,5	30	15	65	32,5
2	انك من المهتمين جداً بوسائل الاعلام المحلية في الاداعة .	130	65	22	11	48	24
3	هنالك اهتمام كبير لديك للحصول على الصحف والمجلات المحلية .	153	76,5	15	7,5	32	16
4	متابعتك للقنوات التلفزيونية الاقتصادية المحلية كبير .	70	35	40	20	90	45
5	اهتمامك بالقنوات الاداعية الاقتصادية المحلية واسع	100	50	50	25	50	25
6	ينصب تركيزك على الصحف والمجلات الاقتصادية المحلية بشكل كبير	162	81	18	9	20	10
7	الاعلانات المكتوبة في اللافتات وعلى الجدران مهمة جداً	144	72	13	6,5	43	21,5
8	متابعتك للانترنت كوسيلة اعلامية كبير	117	58,5	33	16,5	50	25
9	يعتبر الموبايل احد الوسائل الاساسية والمهمة في الحصول على المعلومات	176	88	10	5	14	7
10	وسائل الاعلام الاداعية المحلية تؤثر كبيراً على قرارك الاستثماري	155	77,5	21	10,5	24	12
11	تؤثر الصحف والمجلات المحلية على قرارك الاستثماري بشكل كبير	124	62	17	8,5	59	29,5
12	ان القنوات التلفزيونية الاقتصادية المحلية تؤثر كبيراً على قرارك الاستثماري	99	49,5	38	19	63	31,5
13	هنالك تأثير كبير للقنوات الاداعية الاقتصادية المحلية تؤثر على قرارك الاستثماري	78	39	64	32	58	29
14	ان اللافتات المكتوبة على اختلاف انواعها تؤثر على قرارك الاستثماري .	161	80,5	8	4	31	15,5
15	ان قرارك الاستثماري يتأثر بوسائل الاعلام المحلية في الانترنت	88	44	47	23,5	65	32,5
16	يوجد تأثير واضح للصحف والمجلات الاقتصادية المحلية على قراراتك الاستثمارية .	126	63	30	15	44	22
17	يوجد تأثير واضح للصحف والمجلات المحلية على قراراتك الاستثمارية	149	74,5	19	9,5	32	21
18	ان وسائل الاعلام التلفزيونية المحلية تؤثر على قرارك الاستثماري	72	36	37	18,5	91	45,5

## جدول (2)

الوسط الحسابي والانحراف المعياري لأجابات عينة البحث

ت	الفقرات	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري
1	لديك رغبة كبيرة لمتابعة وسائل الاعلام المحلية في التلفزيون	73,33	2,3
2	انك من المهتمين جداً بوسائل الاعلام المحلية في الاذاعة	80,33	0,04
3	هناك اهتمام كبير لديك للحصول على الصحف والمجلات المحلية	86,83	2,1
4	متابعتك للقنوات التلفزيونية الاقتصادية المحلية كبير	63,33	5,7
5	اهتمامك بالقنوات الاذاعية الاقتصادية واسع	75	1,8
6	ينصب تركيزك على الصحف والمجلات الاقتصادية المحلية بشكل كبير	90,33	3,2
7	الاعلانات المكتوبة في اللافتات وعلى الجدران مهمة جداً	83,5	1,0
8	متابعتك للانترنت كوسيلة اعلامية كبير	77,83	0,8
9	يعتبر الموبايل احد الوسائل المهمة في الحصول على المعلومات	93,66	4,4
10	وسائل الاعلام الاذاعية المحلية تؤثر كبيراً في قراراتك الاستثمارية	88,5	3,6
11	تؤثر الصحف والمجلات المحلية على قراراتك الاستثمارية بشكل واضح	77,5	0,003
12	ان القنوات التلفزيونية الاقتصادية المحلية تؤثر على قراراتك الاستثمارية	72,66	1,6
13	هناك تأثير كبير للقنوات الاذاعية الاقتصادية المحلية على قرارك الاستثماري	70	2,4
14	ان اللافتات المكتوبة على اختلاف انواعها تؤثر على قرارك الاستثماري	88,33	3,6
15	قرارك الاستثماري يتأثر بوسائل الاعلام المحلية في الانترنت	70,5	2,3
16	يوجد تأثير واضح للصحف والمجلات الاقتصادية المحلية في اتخاذ القرار	80,33	0,9
17	ان وسائل الاعلام التلفزيونية المحلية تؤثر على قرارك الاستثماري	86,16	2,8
18	المعلومات الواردة اليك عبر الموبايل تؤثر على قرارك الاستثماري	63,5	4,6
		1421,62	43,14

## جدول (3)

قيم معامل الارتباط وقيمة t المحسوبة والجدولية

الملاحظات	الجدولية t	المحتسبة t	R
قيمة t الجدولية اكبر من قيمة t المحتسبة	2,101	0,29	0,13

## المبحث الرابع

## الاستنتاجات والنوصيات

## أولاً - الاستنتاجات

- 1- ان اغلب المستثمرين هم من الرجال حيث بلغ عددهم (192) فرداً مسجلين في هيئة استثمار ديالى وبنسبة 96% اما عدد النساء فبلغ عددهم (8) وبنسبة 4% .
- 2- ان اعمار المستثمرين تتراوح بين 30 سنة - 40 سنة بنسبة 70% وتمثل اعلى نسبة .
- 3- اعلى نسبة عدد المستثمرين تراوحت في شهادات اعدادية وبنسبة 62% .
- 4- يعتبر الموبايل اكثر وسيلة اعلامية للحصول على المعلومات كونها حصلت على وسط حسابي 93.66 وانحراف معياري 4.4 . وانها اقل وسيلة تؤثر في اتخاذ القرار .
- 5- ان الاهتمام بالصحف والمجلات الاقتصادية المحلية يأتي بالدرجة الثانية من حيث الحصول على المعلومات وبلغت قيمة الوسط الحسابي و الانحراف المعياري 90.33 ، 3.2 على التوالي بينما يعد من الامور المهمة والمؤثرة جداً في عملية اتخاذ القرار حيث بلغت قيمة الوسط الحسابي و الانحراف المعياري 80.33 ، 0.9 على التوالي .
- 6- لدى المستثمرين اهتمام كبير بالصحف والمجلات المحلية ولكن تأثيرها متوسط على القرارات الاستثمارية حيث حصلت على متوسط حسابي 83.86 ، 77.5 وانحراف معياري 2.1 ، 0.003 على التوالي .
- 7- ان الاعلانات المكتوبة في اللافتات وعلى الجدران تثير انتباه المستثمرين وانها تؤثر بشكل كبير على القرارات المتخذة من قبل المستثمرين حيث بلغت قيمة الوسط الحسابي 83.5 ، 88.33 وانحراف معياري 1 ، 3.6 على التوالي .
- 8- هنالك وسائل اعلامية عديدة يتابعها المستثمر ولكن تأثيرها متوسط او قليل على القرارات التي يتخذها بشأن الاستثمارات في المحافظة منها الاذاعة المحلية الاعتيادية او الاقتصادية وكذلك القنوات التلفزيونية المحلية او الاقتصادية بالإضافة الى الانترنت .
- 9- هنالك علاقة ارتباطية موجبة مقدارها (0,13) بين وسائل الاعلام المختلفة وقرارات المستثمرين في محافظة ديالى وهي علاقة ضعيفة .



10- بلغت قيمة t المحتسبة 0,29 والجدولية 2,101 وهي أقل من المحتسبة وهذا يعني رفض الفرضية التي اعتمدها الباحث والتي مفادها عدم وجود علاقة معنوية بين وسائل الاعلام المحلية وقرارات الاستثمار والمستثمرين واعتماد الفرضية البديلة والتي مفادها وجود علاقة معنوية بين وسائل الاعلام المحلية وقرارات المستثمرين في محافظة ديالى .

#### ثانياً – التوصيات

- 1- ضرورة الاهتمام بجميع وسائل الاعلام المحلية من قبل الدولة في الاعلان عن المشاريع المطلوب تنفيذها ومن ضمنها هيئة استثمار محافظة ديالى .
- 2- زيادة الاهتمام بوسائل الاعلام الاتية وذلك لتأثيرها الكبير على قرارات المستخدمين
  - أ. الإذاعة المحلية
  - ب. اللافتات المكتوبة على اختلاف انواعها
  - ج. القنوات التلفزيونية المحلية
  - د. الصحف والمجلات الاقتصادية المحلية
- 3- الاهتمام بمواقع الانترنت لجميع هيئات الاستثمار في العراق ومنها محافظة ديالى وتطويرها لنشر جميع المشاريع المطلوب تنفيذها كونها وسيلة فعالة ومستخدمة من قبل اكثرية الأفراد وبمختلف الاعمال وسريعة الوصول الى جميع المستثمرين .
- 4- ايجاد علاقة قوية بين هيئة الاستثمار والمستثمرين في المحافظة عن طريق عقد الندوات والاجتماعات الدورية فضلاً عن اجراء بعض الدورات للمستثمرين في داخل هيئة الاستثمار لغرض تطوير امكاناتهم .
- 5- قيام هيئة الاستثمار في محافظة ديالى بدراسات وبحوث علمية يشارك فيها اكاديميون واقتصاديون بالاضافة الى المستثمرين لغرض التعرف على المشاكل التي يعاني منها المستثمر وكذلك المشاكل التي تواجهها هيئة الاستثمار في محافظة ديالى .

#### استمارة استبيان

عزيزي المستثمر .  
الاستمارة التي بين يديك هي لاغراض البحث العلمي ، راجين ان تكون الاجابة بكل دقة خدمة للعلم والمعرفة شاكرين تعاونكم معنا .

ملاحظة ( الرجاء وضع علامة √ )

الجنس :

العمر : (20-25) (26-30) (31-35) (36-40) (41-45) (46-50)

الشهادة : ( اعدادية ) ( دبلوم ) ( بكالوريوس ) ( عليا )

ت	الفقرات	اتفق	احياناً	لا اتفق
1	لديك رغبة كبيرة لمتابعة وسائل الاعلام المحلية في التلفزيون .			
2	انك من المهتمين جداً بوسائل الاعلام المحلية في الإذاعة .			
3	هناك اهتمام كبير لديك للحصول على الصحف والمجلات المحلية .			
4	متابعتك للقنوات التلفزيونية الاقتصادية المحلية كبير.			
5	اهتمامك بالقنوات الإذاعية الاقتصادية المحلية واسع			
6	ينصب تركيزك على الصحف والمجلات الاقتصادية المحلية بشكل كبير			
7	الاعلانات المكتوبة في اللافتات وعلى الجدران مهمة جداً			
8	متابعتك للانترنت كوسيلة اعلامية كبير			
9	يعتبر الموبايل احد الوسائل الاساسية والمهمة في الحصول على المعلومات			
10	وسائل الاعلام الإذاعية المحلية تؤثر كبيراً على قرارك الاستثماري			
11	تؤثر الصحف والمجلات المحلية على قرارك الاستثماري بشكل كبير			
12	ان القنوات التلفزيونية الاقتصادية المحلية تؤثر كبيراً على قرارك الاستثماري			
13	هناك تأثير كبير للقنوات الإذاعية الاقتصادية المحلية تؤثر على قرارك الاستثماري			
14	ان اللافتات المكتوبة على اختلاف انواعها تؤثر على قرارك الاستثماري .			
15	ان قرارك الاستثماري يتأثر بوسائل الاعلام المحلية في الانترنت			
16	يوجد تأثير واضح للصحف والمجلات الاقتصادية المحلية على قراراتك الاستثمارية .			
17	يوجد تأثير واضح للصحف والمجلات المحلية على قراراتك الاستثمارية			
18	ان وسائل الاعلام التلفزيونية المحلية تؤثر على قرارك الاستثماري			

## المصادر

- 1- البكري ، ثامر ياسر ، ادارة التسويق ، العراق ، 2002 .
- 2- الترك ، هناع صالح ، ملتقى الشباب في ظل عصر التكنولوجيا والعولمة ، 2009 .
- 3- الجبوسي ، محمد رسلان ، جاد الله ، جميلة ، الإدارة علماً وتطبيقاً ، دار المسيرة ، عمان ، 2000 .
- 4- الزيادين ، جميل سالم ، اساسيات في الجهاز المالي ، عمان ، 1999 .
- 5- السعود ، خالد محمد ، تكنولوجيا وسائل التعليم وفعاليتها ، عمان الاردن ، 2008 .
- 6- الشماع ، خليل ، مبادئ الادارة ، جامعة بغداد ، 1999 .
- 7- جودة ، محفوظ احمد و رمضان زياد سليم ، الاتجاهات المعاصرة في ادارة البنوك ، الاردن ، 2000 .
- 8- جون كورنيل ، التلفزيون والمجتمع ، ترجمة اديب خضور ، دمشق ، 1999 .
- 9- جيم سميث ، فن اتخاذ القرارات الصائبة ، مترجم ، الدار العربية للعلوم ، 1999 .
- 10- رمضان ، زياد ، مبادئ الاستثمار الحقيقي والمالي ، عمان ، 1998 .
- 11- كارول أوكونر ، القيادة الادارية الناجحة ، الدار العربية للعلوم ، مترجم ، 1997 .
- 12- نصير ، محمد طاهر ، التسويق الالكتروني ، 2004 .
- 13- ياسين ، صباح ، الاعلام ، النسق القيمي وهيمنة القوة ، بيروت ، 2006 .

## الاطاريح والرسائل

- 1- السامرائي ، اسيل عبد اللطيف ، العنف وبرامج الاطفال التلفزيونية ، اطروحة دكتوراة، جامعة بغداد ، 2002 .
- 2- الكروي ، بلال نوري ، ادارة محفظة الاستثمار المصرفية ، رسالة ماجستير ، جامعة كربلاء ، 2005 .

## المجلات العلمية

- 1- جواد ، شوقي ناجي و الذهبي ، جاسم محمد ، عودة ، علي عبد الغني ، واقع صناعة اتخاذ القرارات الادارية في مؤسسات التعليم العالي ، مجلة الإدارة والاقتصاد ، العدد 10 ، بغداد ، 1989 .

## الانترنت

- 1- العويب ، صالح عمار و حسين ، سامي كاظم ، دور القنوات الفضائية في تنمية اتجاهات الشباب نحو التربية البدنية الرياضية ، ليبيا ، مجلة دراسات ، العدد 11 ، 2001 ، <http://www.dirassat.com>
- 2- محمد ، احمد حسن ، التأثير الاعلامي في الظواهر الاجتماعية بين الاسباب والايجاب ، شبكة المشكاة الاعلامية ، 2003 ، <http://www.mishkat.com>