



اسم المقال: تغيير الصورة الذهنية لمدينة الموصل والاستثمار!

اسم الكاتب: أ.د. سرمد كوكب الجميل

رابط ثابت: <https://political-encyclopedia.org/library/3529>

تاريخ الاسترداد: 2025/05/14 02:58 +03

الموسوعة السياسية هي مبادرة أكاديمية غير هادفة للربح، تساعد الباحثين والطلاب على الوصول واستخدام وبناء مجموعات أوسع من المحتوى العلمي العربي في مجال علم السياسة واستخدامها في الأرشيف الرقمي الموثوق به لإغناء المحتوى العربي على الإنترنت.

لمزيد من المعلومات حول الموسوعة السياسية – Encyclopedia Political، يرجى التواصل على info@political-encyclopedia.org

استخدامكم لأرشيف مكتبة الموسوعة السياسية – Encyclopedia Political يعني موافقتك على شروط وأحكام الاستخدام المتاحة على الموقع <https://political-encyclopedia.org/terms-of-use>

تم الحصول على هذا المقال من موقع مجلة تنمية الراذدين كلية الإدارة والاقتصاد / جامعة الموصل ورفده في مكتبة الموسوعة السياسية مستوفياً شروط حقوق الملكية الفكرية ومتطلبات رخصة المشاع الإبداعي التي يتضمن المقال تحتها.



تنمية الرافدين

العدد ١١٤ المجلد ٣٥ لسنة ٢٠١٣

**تغيير الصورة الذهنية لمدينة الموصل
والاستثمار!**

**Changing The Mental Image of Mosul City
and Investment**

الاستاذ الدكتور سرمد كوكب الجميل

أستاذ - قسم العلوم المالية والمصرفية

كلية الادارة والاقتصاد - جامعة الموصل

Sarmad K. Aljamil (PhD)

Professor

Department of Banking & Financial Sciences

University of Mosul

Sarmad_aljamil53@yahoo.coM

تأريخ قبول النشر ٢٠١٢/١٠/١٦

تأريخ استلام البحث ٢٠١٢/٦/٥

المستخلص

زاد الاهتمام في العقد الأول من القرن الحادي والعشرين بالمدينة ودورها الكبير الأساسي والمحفز للإبداع في التنمو الاقتصادي على كل المستويات الوطنية والإقليمية والعالمية، ولقد كان هناك استعداد لتطوير الإستراتيجيات لتجديد الدور الحضري ودعمه، ولقد وظفت الجهد لخلق الفضاء الملائم لتحسين البنية المدنية من خلال التركيز على جذب الاستثمار للأفراد والشركات ولا يمكن أن يتم هذا إلا من خلال السمعة التي تتمتع بها المدينة وصورتها عند الآخر. يهدف البحث إلى محاولة تغيير صورة مدينة الموصل، وذلك بوضع الأدوات والخطوات الالزامية للتغيير الصورة الذهنية التي كانت قد رسمت عند الآخر، مما يستلزم وضع الإستراتيجية الالزامية لإعادة صورة الموصل كما كانت لامعة عبر عهود التاريخ.

الكلمات المفتاحية: استثمار، صورة، مدينة الموصل.

Abstract

In recent years there has been a growing awareness of the cities' role as an impetus for innovation and regional economic growth in the world, and also there has been growing willingness to develop strategies for urban renewal and support. Efforts are being made to create attractive urban spaces and to improve the urban environment in order to attract investments, individuals and companies. As part of this attractive urban spaces there has been a focusing on the role of reputation and image of the city. The main aim of this research is to try to set a tools to change the bad image of MOSUL city has been built through the recent years . The research set some steps should follow in order to change that image and to show arise the brilliant side Mosul city as it is through all historical eras.

Keywords: *MOSUL city, Image, Investment.*

المقدمة

اكتسبت مدينة الموصل عبر تاريخها الطويل صورة رائعة لدى الشرق والغرب، ولم تتحسر تلك الصورة الذهنية على فئة المؤرخين أو اللغويين أو الجغرافيين، وإنما امتدت لتشمل مساحات واسعة في كافة مجالات المعرفة ويکفي، ما قاله ياقوت في وصفها أو ما ورد عن ابن خلدون في المقدمة، أو ما ورد من ذكر لها عند عشرات الرحالة الأجانب طيلة قرون العصر الحديث والمعاصر، وهذا يؤشر جوانب كثيرة عن ميزات تتميز بها المدينة عبر تاريخها الموجل في القدم، ويکفي أن تدرس المدينة بوصفها حاضرة من الحواضر العربية جنباً إلى جنب مع حلب ودمشق والفاخرة وبيروت وبغداد وغيرها كثيـر.

إن الظاهرة التي قد سادت اليوم تتمثل في أن مدينة الموصل تعد من أخطر المدن في العالم على وفق مؤشرات المخاطر السياسية والاقتصادية والاجتماعية، وقد يكون هذا قول غير مقبول لدى سكانها الذين تألفوا مع أحدهاـنـهاـ، ولكن مـسـحـ بـسيـطـ اـعـتمـدـ عـلـيـهـ الـبـحـثـ عـبـرـ الـانـتـرـنـتـ وـعـدـ مـنـ وـسـائـلـ الـإـعـلـامـ؛ يـظـهـرـ أـنـ الـآـخـرـ يـعـدـهـ مـنـ الـمـدـنـ الـأـخـطـرـ فـيـ الـعـالـمـ،ـ وـالـسـؤـالـ كـيـفـ يـمـكـنـ أـنـ يـنـعـكـسـ هـذـاـ عـلـىـ الـمـدـنـ إـدـارـتـهـ وـمـجـتمـعـهـ وـمـاـ هـيـ تـدـاعـيـاتـ ذـلـكـ عـلـىـ الـاسـتـثـمـارـ الـمـرـتـبـ بـالـآـخـرـ.

هدف البحث

يهدف البحث للتعریف بمفهوم الصورة الذهنية لمدينة الموصل لدى الآخر ، وكيف شوھـتـ تـلـكـ الصـورـةـ الـلـامـعـةـ لـمـدـنـةـ الـمـوـصـلـ خـلـالـ خـمـسـ سـنـوـاتـ عـجـافـ اـمـتـدـتـ بـيـنـ سـنـةـ ٢٠٠٥ـ وـ ٢٠٠٩ـ فـمـاـ هـيـ تـدـاعـيـاتـ ذـلـكـ عـلـىـ الـاسـتـثـمـارـ فـيـ الـمـدـنـ؟ـ وـكـيـفـيةـ مـعـالـجـةـ تـلـكـ الصـورـةـ الـقـائـمـةـ الـتـيـ وـظـفـتـ الـكـثـيرـ مـنـ الطـاقـاتـ لـتـحـقـيقـهـاـ وـلـأـهـافـ كـثـيرـ وـمـتـعـدـدـ،ـ وـإـمـكـانـيـةـ بـنـاءـ إـسـترـاتـيـجـيـةـ تـسـهـمـ بـتـغـيـيرـ الصـورـةـ الـذـهـنـيـةـ لـلـآـخـرـ عـنـ مـدـنـةـ الـمـوـصـلـ لـيـتـحـقـقـ الـاسـتـثـمـارـ.

فرضية البحث

وقد تم تحقيق الهدف البحثي اعتماداً على فرضية مفادها "يمكن تغيير الصورة الذهنية التي يحملها الآخر عن مدينة الموصل إذا تم تبني إستراتيجية لتغيير الصورة الذهنية". وقد خضع التحليل والبحث مستديـنـ عـلـىـ أـنـ مـدـنـةـ الـمـوـصـلـ لـأـخـطـرـ مـدـنـةـ فـيـ الـعـالـمـ بـحـكـمـ الـوـاقـعـ الـذـيـ يـعـيـشـ النـاسـ مـقـارـنـةـ مـعـ مـدـنـةـ الـأـفـرـيـقـيـةـ وـأـمـرـيـكـيـةـ وـآـسـيـوـيـةـ.

منهجية البحث

اعتمد البحث في منهجه على المسح الإلكتروني لعدد من المواقع العربية والأجنبية وملاحظة ما تقدمه الفضائيـاتـ الـعـرـبـيـةـ وـالـأـجـنـبـيـةـ فـيـ تـحـرـيـ مـوـقـعـ مـدـنـةـ الـمـوـصـلـ فـيـ رـأـيـ الـآـخـرـ الـعـرـبـيـ وـالـأـجـنـبـيـ،ـ وـتـمـ مـسـحـ عـدـدـ مـنـ آـرـاءـ الـجـالـيـاتـ الـمـوـصـلـيـةـ فـيـ عـدـدـ مـنـ دـوـلـ الـعـالـمـ فـكـانـ مـسـاحـاـ عـشـوـائـيـاـ،ـ خـلـالـ المـدـةـ ٢٠٠٦ـ ـ ٢٠٠٩ـ .ـ

أولاً : الصورة الذهنية للمدينة

١. مفهوم الصورة الذهنية للمدينة

يقصد بالصورة الذهنية للمدينة لدى الآخر ما يكونه الآخر من إحساس و موقف وإدراك عن مدينة معينة سواءً كان سليـاـ أم إيجابـيـاـ،ـ وهذا يـشـكـلـ سـمـعـةـ المـدـنـةـ وـصـورـتـهاـ الـذـهـنـيـةـ الـتـيـ يـبـنـيـ عـلـيـهـاـ مـتـخـذـ الـقـرـارـ قـرـارـاتـهـ،ـ وـيـسـتـنـدـ عـلـيـهـاـ فـيـ صـيـاغـةـ إـسـترـاتـيـجـيـاتـهـ وـسـيـاسـاتـهـ .ـ

ولقد شهدت العقود الأخيرة تاماًً كبيراً في دور المدينة بوصفها الوحدة الرئيسة المكونة للدول والأقاليم والعالم بأسره، وكان يقف وراء هذا الدور نشطاً معيناً أو نمواً اقتصادياً في قطاع معين أو إستراتيجية ناجحة في تطور مدينة أو إعادة مكانة مدينة معينة، ولقد ازدادت الجهود في العقد الأول من القرن الحادي والعشرين لخلق عملية التحضر

العمراني المدني، وضمن فضاءات معينة لتطوير البيئة الحضرية المدنية من أجل منافع كثيرة منها جذب الاستثمارات، والعاملين والشركات، وإعادة دور وأهمية المدينة في خلق البيئة بوصفها تمثل الأساس في عملية التحضر والمدنية، وهنا تبرز سمعة المدينة وصورتها ومكانتها الذهنيتين (Nordic Innovation Centre, 2006)

لقد أصبحت المدينة مقوماً أساسياً في تحضر الدولة، ومن ثم تحضر الإقليم (مجموعة دول المنطقة)، وإستراتيجياته لا بل إن بداية تطور الدولة والإقليم تبدأ بالمدينة التي تقود عملية التطور العمراني والحضري، ولا سيما في توفير البنية التحتية لها، لذا فإن البدء بمشروع بناء الصورة الذهنية والسمعة والمكانة يتطلب بناء الهوية والمحافظة عليها أو ما يسمى بالعلامة أو السمة (Brand) (Jensen, 2005) و (Nordic Innovation Centre, 2006)

٢. أسباب بناء صورة المدينة

إن البحث في بناء صورة ذهنية لمدينة، أو إعادة تشكيل صورتها يتطلب التعرف على الأسباب التي تقف وراء هذه الحاجة الملحة للصورة الذهنية اللامعة للمدينة، وما الذي ستتحقق له؟ والأهم من كل ذلك، فإن بناء إستراتيجية تشكيل صورة ذهنية إيجابية للمدينة أو إستراتيجية إعادة رسم صورة ذهنية إيجابية عند الآخر عن صورة سلبية لحقت بالمدينة لا بد من الوقوف على الأسباب والأرضية التي تقف عليها المدينة وحاجتها، ومن هذه الأسباب الكثيرة : التغيرات الكبيرة في العالم كالتأثير الذي حصل بجملة التحولات نحو العولمة خلال العقود الأخيرين أو تبوأ مركز مهم على مستوى إقليم معين أو العالم، والأهم من كل ذلك التنمية والتطور الذي تتشده المدينة، وحالات التنافس الشديد بين المدن كل هذا يقود إلى ضرورة توفير سمعة وصورة ومكانة للمدينة عند الآخر ذلك إن كل أدوات التطور والتنمية تكون متيسرة للمدينة من خلال صورتها وسمعتها، وأدوات العصر الحالي هي: جذب الاستثمارات ورأس المال والشركات والعاملين والمهارات والخبرات والكافئات وتنمية السياحة والزوار وتعظيم المبيعات، وخلق المزيد من الموارد للمدينة، وكذلك يسهم بناء صورة المدينة بزيادة صادراتها وتطوير منتجاتها وزيادة وتحسين موقعها التنافسي على كل المستويات المحلية والإقليمية (Nordic Innovation Centre, 2006)

إن صورة المدينة اللامعة ومكانتها في المجتمع العالمي والإقليمي بهدف جذب وتشجيع الاستثمارات والشركات والعاملين يمكن أن يتحقق باتجاهين: الأول: الداخلي والاتجاه الثاني: الخارج، الذي يركز على تدفقات الاستثمار من وإلى المدينة، وهذا يساعد على خلق النمو والتنمية الاقتصادية ويشترط بيئة مناسبة، ومحافظة على الموارد الطبيعية، والبيئية والتفاعل مع المجتمعات الأخرى من حيث التكنولوجية والمعرفة والسياحة، وتعتمد في هذا إستراتيجيات العلامة العمرانية أو السمة العمرانية (Brand Building) وتتعدد خيارات تلك الإستراتيجيات، فهي تحتاج إلى اعتماد الخصائص المحلية والطبيعية وكذلك طبيعة موجوداتها (Jensen, 2005).

إن وضع إستراتيجية لذلك يتلزم أن يتحدد الهدف منها وبوضوح ومن السمة أو حزمة السمات لعمران المجتمع، أو تحسين الموجودات المادية الطبيعية والبشرية المحلية، والأهم من كل هذا التغيرات المادية التي تعد الأهم لبناء الصورة الذهنية لدى الآخر لتعكس، وتظهر التغيرات في المدينة، وهنا لا بد من أن ترتبط ضمن عملية أكبر تمويل من خلال التنمية الحضرية والعمانية المدنية.

إن التحولات التي يمكن أن تمر بها المدينة، ولا سيما المادية والعمانية لا بد من أن تعكس خصائصها (كبنية المحافظة أو البلدية أو معلم معين) ذلك أن الفرادة

(Uniqueness) والإبداع هي المفتاح الأول، وأن السمة النهائية التي لا بد أن تميز المدينة عن غيرها بعيدة كل البعد عن الاستساخ والتقليد، والخطوة الرئيسة نحو ذلك تتمثل بتحديد مكامن القوة للمدينة والخصائص المميزة لها، ومن المهم أن يكون الفرد مناً في تفكيره لفهم طبيعة مكامن الضعف التي يمكن أن تحول إلى مكامن قوة.

مكامن القوة ومكامن الضعف في المدينة!

كيف يمكن تحويل نقص الطاقة الكهربائية من نقطة ضعف إلى نقطة قوة في التحليل الإستراتيجي في دول لا تتوافر لديها مصادر الطاقة؟
لقد عالجت بعض المدن ذلك من خلال التكيف باتجاه التحول نحو الطاقة النظيفة واستخدام مصادر الطاقة النظيفة للمساعدة في حل مشكلة انبعاثات غاز ثاني أوكسيد الكاربون والتخفيف من ظاهرة الاحتباس الحراري .

إن من المهم أن لا يغض الطرف عما يراه الآخرون، وأن تكون جاهزة لقبول الآخرين وإدراكيهم وحالاتهم التي تختلف كل الاختلاف عن حاجات أهل المدينة، ومن المهم رؤية المدينة بعيون الآخرين، فكيف يمكن رؤية ما يراه الآخرون؟ هنا ينبغي استخدام تقنيات البحث العلمي والمسح الاستطلاعي عن الآخر، ودرجة أهمية رؤى الآخر للمدينة. وإن من أساسيات بناء السمة وضع خريطة الاتصال، وتتخذ هذه أشكالاً متعددة فقد تكون أحداًًاً وربما مؤتمرات أو قد تكون أفلاماًً وموقع إلكترونية وحوارات أو معارض صناعية وتاجرية، فضلاًً عن التلفزيون والفضائيات والصحف والثقافة والأدب واعتماد العالم التاريجية ورسل تعريف محليون وغير ذلك. (Nordic Innovation Centre, 2006) و (Jensen, 2005)

٣. عملية بناء صورة ذهنية للمدينة تحتاج زمناً طويلاً

تقع عملية بناء صورة ذهنية للمدينة في إطار العمليات طويلة الأجل، وستلزم الكثير من المال والجهد والدعم والنوايا الصادقة والتخطيط الفعال القائم على إستراتيجية كفوءة، ومن ثم تقييم مستمر مبني على مجموعة من المعايير الناجحة الموضوعية البعيدة عن الذاتية، وإن تحقيق صورة إيجابية للمدينة لا يمكن أن يتم دفعه واحدة، وإنما هو أمر يمكن أن يتحقق ببطء، وغالباً لم يكن هذا الطريق يسيراً بل هو طريق وعر لا بد من استخدام كل التقنيات والخبرات، وأن تكون العملية متفاعلة بين الأعلى والأدنى - الأدنى والأعلى. إن من الجوانب المهمة في عملية بناء صورة المدينة الذهنية عند الآخر ما يأتي :

- (Nordic Innovation Centre, 2006) و (Jensen, 2005)
- إدارة فاعلة وكفوءة تضع هذا الأمر في أسبقياتها، وأن تبعي المجتمع بهذا الاتجاه.
 - تهيئة المجتمع واعتماد صيغة تطابق الجهد لتحقيق إستراتيجية تغيير الصورة.
 - تفعيل قدرات المنظمات في المدينة.
 - تحديد السمات والخصائص المرتبطة بالمدينة.
 - وضع خريطة طريق للعمل بها.

٤. تنافسية المدن، وموقع المدينة في الخريطة التنافسية

إن إدراك الموضوع، وأبعاده، وأهميته للتنمية والاستثمار، والمجتمع ومستقبل المدينة المراد تغيير صورتها، وعلى مختلف المستويات المحلية والوطنية والإقليمية والعالمية يعد أمراً إستراتيجياً، وتكون بيته التنافسية العالمية والسابق واسع ومفتوح للمدن، وهذا ما يلاحظ ضمن ترتيب المنظمة الدولية اليونسكو في مجال عاصمة الثقافة وعاصمة التراث والفنون وغيرها. يعد الفرد والمنظمة في المجتمع من المحركات الرئيسية للدفع باتجاه صياغة وتنفيذ إستراتيجية تغير الصورة سواء بالعمل أو ربما بالتشجيع والتغاؤل وزرع الثقة بين الأبناء والإيمان بالمدينة وأنها مستقبلهم (Begg , 1999) (Porter, 1990).

وعلى الرغم من أن العمر الزمني لتبلور هذه الصيغة المعرفية، ولاسيما بداية عقد التسعينات من القرن الماضي وحالة التحرر، وما رافقها من صراعات في مناطق مختلفة من العالم فبدت بعض المدن معتمدة وبائسة في أوربا الشرقية وأفريقيا وأمريكا اللاتينية وأسيا، مما دفع إدارات عدد من المدن بالاتجاه نحو الأكاديميين، والبحث عن المنافع الاقتصادية والاجتماعية لأهمية ذلك على المستوى المحلي والوطني، والإقليمي العالمي، وإن خلق المنافسة في هذا الاتجاه وجذب الاستثمارات وتفعيل الموجودات التي تمتلكها المدينة، وتسويق منتجاتها، وخلق الحركة باتجاه المدينة والتي لا تقل عن أهمية الاستثمارات.

ركزت النظرية التقليدية للتطور الاقتصادي والمجتمعي والعمري على (Begg , 1999) العمران (البني التحتية والعمان والصناعة وغيرها من القطاعات) دعم الشركات والجهود الفاعلة في الاستثمار

فيما تركز النظرية الحديثة باتجاه التنافسية والميزات النسبية التنافسية، فلم يعد العمران كافياً، وإنما كيف يمكن أن يكون سمة وعلامة للمدينة، ولم يعد المصنع كافياً، وإنما المنتج الذي تتميز به المدينة، ولم يعد العمل كافياً بل لا بد أن يقترن بالإبداع، كل هذا يقود لبناء ما يميز المدينة ويشد الآخر لها.

ثانياً- الاستثمار ١. مفهوم الاستثمار

يقصد بالاستثمار توظيف الموارد ومنها النقد بهدف تحقيق عوائد مستقبلية، فهو علاقة بين الموجود والزمن المستقبلي لتحقيق منفعة معينة، وتحمّل مخاطر كثيرة ومتعددة تتعكس بالخسائر، فالفرد أو الشركة أو الحكومة كلها تمارس الاستثمار سواءً بشراء موجودات مادية أو مالية، وهو أمر دأب عليه الإنسان منذ تجمعه وتقديره بالمستقبل وما يحمله له الغد من مجهول، فالاستثمار ظاهرة كبيرة يمارسها الأفراد في المجتمع وتمارسها العائلات والمنظمات والدول بكل تنظيماتها، وهو نوع من التحسب للمستقبل وأمل بحياة أفضل (Bodie, et al., 2003, P 14-18).

ولا بد من توضيح المفهوم العلمي الدقيق للاستثمار من خلال الظاهرة التي تعيشها المجتمعات في القرن الحادي والعشرين وليس بمنظور تاريخي، فقد انتشرت وتطورت أدوات كثيرة ومتعددة بفعل التكنولوجيا الإلكترونية المعلوماتية والاتصالية وتطورت القنوات الفضائية والشبكات وغيرها وكلها كانت في خدمة الاستثمار كنشاط وممارسة؛ فقد كانت أسواق رأس المال تعمل ويرتادها من يهمه أمرها من وسطاء و intervenors أو إعلاميين، ولكن اليوم يجد المرء نشرات أسواق رأس المال على شاشات الفضائيات،

وهناك نشرات مستقلة للمال والأعمال وكلها تعبّر عن نشاطات لشركات هنا وهناك؛ هذه الشركة اندمجت وأخرى أفلست وثالثة ربحت ورابعة خسرت وهكذا دواليك، وغالباً ما تشير هذه الظاهرة العديدة من التساؤلات عن أمر هنا وخبر هناك، ويحس المرء أن هناك تساميًّا كبيرًا في اهتمام الناس والمجتمعات بهذه الجوانب المالية والاقتصادية ومعظمها استثمارية بطبيعتها: أجل فأسواق رأس المال تعرض في نشراتها حركة أسعار الأسهم للشركات ومؤشرات أسواقها، والشركات تعرض لقرارات اتخاذها وهي بمعظمها استثمارية، والحكومة المعينة قد وقعت على عقد لتنفيذ مشروع ما هنا أو هناك، والحكومة الأخرى قد سددت ديوناً عليها وhelm جرًا !

وكل هذا العرض لمظاهر استثمارية هي بطبيعتها مالية تغص بها حياتنا اليومية؛ لذلك سيكون الفرد والمنطقة والمجتمع والحكومة والمنظمات الدولية على محك بالظاهرة الاستثمارية، وأمام هذه الظاهرة التي قد تأخذ معظم نشاطهم، فيكون سلوكهم استثمارياً بطبيعته، وحتى على المستوى الشخصي والعائلي، فالإنسان يتمر بمحافظته على النوع وتربيه أطفاله وبحثه عن العمل الذي يعود له بمزدود جيد، وهنا لا بد من طرح السؤال الآتي: هل هناك من ظاهرة أعم وأشمل من ظاهرة الاستثمار؟ وإن كل الممارسات الاستثمارية التي يمارسها الإنسان أيًّا كان موقعه في العائلة أو المنظمة أو المجتمع أو غير ذلك؛ فإنه من دون أن يشعر سيكون رهيناً للمستقبل، وإن تعاملاته هذه كلها أمر يخص المستقبل، وتراه بالرغم من هذا فإنه إن واجه التعامل بصيغة المستقبل مباشرةً أعراض ونأى، وهنا يبرز السؤال: كيف يمكن أن نتعامل مع الزمن الماضي والحاضر والمستقبل؟ وهذا من المفيد التذكير بأن الماضي أمر ذهب وانتهى وما خلفه بيانات ومعلومات ومعطيات كانت بمثابة نتيجة لأحداث ماضية يمكن أن تستخدم تلك المعطيات من بيانات ومعلومات في تقييم أداء تلك الحالة أو ربما قد تخدم الفرد في تعامله مع المستقبل، وأما الزمن الحاضر فأمره يتضمن قرارات لا بد أن يتخذها الفرد مضمونها مستقبلي ومعطياتها تاريخية وحالية، ولكن كل هذا رهن التعامل مع المستقبل فقرارات اليوم كانت بالأمس مستقبلاً وهكذا فالمستقبل يمثل حاضر الغد، ومن ثم فإن تقافة الإنسان وفكرة لا بد من أن تشي تعامله المستقبلي، وإن الجهل بالمستقبل تحتم دراسته بل التأكيد على دراسته وأنه المشكلة الحقيقة بكل أبعادها (Bodie, et al., 2003, 14 - 22).

والبحث في عدم تحقيق الهدف أمر في غاية الأهمية، وهو ضمن المنهجية العلمية في إدارة الاستثمار يطلق عليه بثنائية العائد - الخطر؛ ذلك أن التخطيط لعائد معين في استثمار ما سيواجهه مزيد من الأخطار التي تحول دون تحقيقه لذلك العائد، ومن ثم فإن ما نبحثه ضمن منهجية هذا العمل العلمي يتمثل بالمعوقات التي حالت دون أن يتحقق المستثمر فرداً كان أم شركةً هدفه، بعبارة أكاديمية هي الأخطار التي تواجه المستثمر وتحول دون تحقيقه للهدف أو ربما تواجهه في المستقبل وتحول دون لووجه ذلك النشاط الذي يسمى بالاستثمار.

٢. تصنیفات الاستثمار

يمكن تصنیف الاستثمار تصنیفات كثيرة ومتعددة منها: استثمار مباشر وآخر غير مباشر استثمار وطني وآخر أجنبی، استثمار خاص وعام وحكومي، واستثمار صناعي وزراعي وتجاري وخدماتي، إلا أن ما يهم هو الآتي (الجميل، ٢٠٠٩):

استثمار مباشر وآخر غير مباشر

ويقصد بالاستثمار المباشر الاستثمار بالموجودات المادية : عقارات ومصانع ومزارع ومواد تجارية، ويتم كل في سوقه سوق العقارات وأسواق المنتجات ؛ أما

الاستثمار غير المباشر فهو الاستثمار في الموجودات المالية الأسهم والسنادات ومختلف الأوراق المالية في سوق الأوراق المالية .

الاستثمار الوطني والأخر الأجنبي

التصنيف الآخر هو الاستثمار المحلي والوطني الذي يتم في داخل الدولة وآخر أجنبي يتم من خلال تدفقات الاستثمار الداخلية والخارجية من داخل وخارج الدولة، ويطلق عليه الاستثمار الأجنبي وقد يكون مباشراً وغير مباشر (محظياً) .

الاستثمار الحكومي والاستثمار الخاص

الاستثمار الحكومي الذي تقوم به الحكومة وللحكومة دور كبير في الاستثمار فهي تمارس دور المستثمر في البنية التحتية الكهرباء والشبكات الماء والمجاري للصرف الصحي وخطوط السكك الحديد والمطارات والطرق والبنية التحتية الاتصالاتية ، وكذلك الاستثمار في التعليم والصحة والخدمات العامة كالاستثمار في الغابات والمتاحف والبراري وال محميات الطبيعية والبحيرات وكذلك تقوم الحكومة بالاستثمار في مشاريع الخدمة العامة .

الاستثمار الخاص وهو الاستثمار الذي يمارسه القطاع الخاص في الصناعة والزراعة التجارة والعقارات والخدمات وغير ذلك من أنواع الاستثمارات من قبل الأفراد والشركات .

ثالثاً. الموصل حالة دراسية

إن دراسة حالة الموصل تتطلب الوقوف على أمرين الأول : صورة المدينة لغاية ٢٠٠٣ وصورة المدينة ما بعد ٢٠٠٣ وعلاقة ذلك بالاستثمار في المدينة، وهنا لا بد من المرور عبر صورة الموصل للفترة ما قبل ٢٠٠٣ والتذكير بالصورة اللامعة :

١. الموصل صورة تاريخية

تؤشر المصادر التاريخية بأن مدينة الموصل مررت بعصور متباينة وهي من أقدم مدن العالم، ولها في الذاكرة التاريخية صورة رائعة عبر مختلف العصور، وكان التباين هذا مرده الحقب الزمنية التي كانت تسود فيها أو ترizzo تحت الاحتلال. وأخر تلك النماذج التاريخية يقدم أنموذج الموصل في القرن التاسع عشر وبداية القرن العشرين، وما حققه من إعجاب للأوروبيين فيما بلغته في بناء منظومتها الاقتصادية بمثابة أنموذج لإيان العهد العثماني على وفق معطيات من أهمها (Sarah D Shields, 1999) و (Sarah D Shields, 1991) :

لقد أثارت كشوفات آثار عدد كبير من البعثات والفرق الفرنسية والبريطانية والألمانية وغيرها، وعلى الرغم من ذلك لم ينتبه الأوروبيون لسكان تلك المنطقة ولا تاريخها وتقول المؤرخة سارة شيلدز: لو عرف الأوروبيون واطلعوا على تاريخ العصور الوسطى لعرفوا من الأجداد العظام أنَّ الموصل ليست قرية صغيرة تقع على نهر دجلة، بل إنها كانت عاصمة لعدة إمبراطوريات عالمية وإقليمية

إن ما كتبه ياقوت الحموي في القرن الثالث عشر يثبت ذلك حيث يقول: (كثيراً ما سمعت أن مدن العالم العظيمة ثلاثة : نيسابور بباب الشرق ، ودمشق بباب الغرب والموصل لأنها تقع في أقصر طريق بين الشرق والغرب ويندر من لم يمر بها) .

لقد طبعت الموصل صوراً ساحرة وجميلة في فكر وذهن الرحالة الأوروبيين في القرن التاسع عشر نظراً لما تصدره من غذاء، فقد كانت بحق عاصمة إقليمية وعاصمة إمبراطورية مزدهرة التجارة والصناعة، متفوقة في السياسة محصنة بأسوار مرتفعة،

ومرتبطة بشبكة من الناس والمنتجات والأسواق؛ امتدت من البحر الأسود شمالاً إلى الخليج جنوباً، ومن إيران شرقاً إلى المتوسط غرباً، استطاعت الموصل بناء شبكة من العلاقات الاقتصادية وإدارتها وإدامتها في القرن الأخير من عمر الدولة العثمانية. أنموذج الموصل تضمن ثلاث دوائر الأولى محلية وإقليمية وعالمية، ولكن عند وضع هذا في بؤرة البحث والدراسة يمكن الحصول على مشهد اقتصادي بطابع دولي وعالمي .

إن اللاعبين الرئيسيين في تلك الدوائر الثلاث: هم الحكومة العثمانية وحكومة الولاية والتجار والبدو وال فلاحون وموظفو القنصليات الأجنبية البريطانية والفرنسية والألمانية، وقد أجمع المؤرخون الاقتصاديون أن الموصل لم تكن مجرد مدينة مسقطة على خريطة تجارية بل هي مدينة التسوع السكاني والتتنوع الإنتاجي والأيديولوجي وتتنوع الأراضي فقامت صراعات معقدة حددت أين يجب أن تتجه المدينة وأين يجب أن تكون.

وإن النجاح الذي حققه الموصل لم يكن نتيجة قوى ميكانيكية بل إنها من صنع الشعب وابتكاراته وإبداعه وأن ما تراكم من ثروة لم يكن إلا بفعل جهود وعمل أبناء الموصل وفترتهم على استغلال الظروف ودعم المنافسة، وهذا ما أكده في سنة ١٨٩٦ إذ كتب أحد المندوبين الفرنسيين الذي عاش في المدينة تقريراً يصف اقتصاد الموصل ويركز على كفاح العمال وإبداعهم ووصفهم كخلية نحل تعمل في بناء بيوت خمسية الأضلاع وهذا يتطلب منهم أن يعيدوا ترتيب حاجاتهم وأن يكونوا قادرين على تغيير ظروفهم والتكييف لها؛ ذلك أن التحول نحو بيوت سداسية الأضلاع يستلزم مواجهة التحديات وإنقاذ الأساليب والآليات القائمة أساساً على الخبرة والبراعة للموصليين.

٢. الموصل ما بعد ٢٠٠٣ وتشويه الصورة

أشرت نتائج المسح الاستطلاعي ممثلة بسؤال بسيط مفاده : ما هي المدينة الأخطر في العالم؟ وكانت النتائج كثيرة واعتمدت العشر صفحات الأولى على (Google) فكانت الموصل تحتل الرقم الأكبر، وعند احتساب النسبة من المجموع مقارنة بمدن أخرى بلغت النسبة ٥٩% في سنة ٢٠٠٦، ثم انخفضت إلى ٥٦% في سنة ٢٠٠٧، أما في سنة ٢٠٠٨ فقد كانت النسبة تصل إلى ٦٥% لتبلغ ٤٤% في سنة ٢٠٠٩ وكان المعدل ٥٦% للسنوات الأربع.

وبناءً على تلك المعطيات كانت الموصل من المدن الأخطر في العالم، وقد تبيّنت الجهات المنسوبة في تقديم العراق تارة على أنه من الدول الأخطر في العالم، وتارة على أن الموصل المدينة الأخطر في العالم وللمدة التي امتدت بين ٢٠٠٦ - ٢٠٠٩ ، وقد تم مسح الواقع على الويب سايد فكان عدد من المواقع يضع الموصل ضمن المدن الأخطر في العالم بشكل مباشر أو ربما بشكل غير مباشر، وكذلك تضمن المسح عدداً من الصحف والمجلات الغربية، ولدى مسح المعلومات الإخبارية على صفحات عدد من الواقع والصحف والمجلات والفضائيات، فتبين أن ذكر المدينة في الواقع والصحف والمجلات والفضائيات الغربية أكثر منها في العربية، والأهم من هذا أن كل ما وقف عليه المسح يمثل أحداثاً سلبية تقع في أحداث العنف المتعارف عليها، من قتل وهجوم وعبوات وسيارات مفخخة وخطف وسلب ومداهمات وتهجير وإلقاء قبض وغابت الأخبار والمعلومات الأخرى وبأي اتجاه باستثناء السياسية.

رؤيه الآخر:

٣. كيف يمكن أن يرسم الآخر صورة عن مدينة الموصل؟

إن وسائل الإعلام خلال المدة ما بعد ٢٠٠٣ استطاعت أن ترسم صورة قاتمة عن مدينة الموصل، وهذا ما ذكرته فضائيات ووكالات أنباء ومواقع إلكترونية بأن الموصل هي المدينة الأخطر في العالم.

إن رسم هذه الصورة القاتمة عن المدينة وأنها الأخطر في العالم لم تكن عفوية وإنما كانت هناك فئات كثيرة تعمل بهذا الاتجاه على كل المستويات الوطنية والإقليمية والعالمية، ولم يعد هناك بد فقد بدت ظاهرة عامة (المدينة الأخطر في العالم) إذن هنا يطرح السؤال كيف يمكن تغيير الصورة القاتمة عن المدينة؟

٤. إستراتيجية تغيير صورة الموصل من صورة سلبية إلى صورة إيجابية

إن الحديث عن الاستثمار والتنمية في المدينة تصبح مضيعة للجهد والوقت فالحالة فقدان الثقة في داخل المدينة، والصورة القاتمة في خارجها تضعف كل الجهود نحو الاستثمار والتنمية؛ لذا يفترض مسبقاً سياغة إستراتيجية تنفذها الحكومة المحلية هدفها تحسين الصورة الذهنية للأخر، وربما محاولة زرع الثقة بين أفراد مجتمع المدينة ولتكون عملية توظيف الجهود المشتركة باتجاه تحسين الصورة.

رابعاً - رؤية نينوى ٢٠٣٠

١. الفكرة الأساسية

تنطوي المدينة الحاضرة في الماضي كما في الحاضر على مخزون كامن من العمران والترااث وفيها من القرارات الكامنة السكانية والبشرية، مما يجعلها مركز استقطاب ونمو وفيها يجد أبناؤها ملاذهم الأول والأخير، إنها تحكي قصة يطول سردها، فيها كبوات وفيها انطلاق وتواصل، وفيها إبداع يختزل الزمن ومنها يولد الفكر والثقافة، وقد كانت كبوة الموصل في بداية القرن الحادي والعشرين طويلة على أهلها استمرت سنوات ولكنها قصيرة بعمرها الطويل الذي يمتد آلاف السنين، إنها لن تشيخ ولكنها تجدد شبابها لدخول بوابة القرن الجديد ودخول سباق المدن والحواضر (رؤية نينوى ٢٠٣٠ ، ٢٠١١).

إن قراءة معمقة لمدينة الموصل بوصفها من المدن الكبيرة وفي ظل المعطيات الحالية والسكانية والاقتصادية ولعقد قادم ستتضاعف المدينة وبحجم سكانها وبحافلاتها ومركباتها وطرقها وتلوثها، مما يستدعي التوقف قليلاً عند عنوان مهم يركز عليه العالم بوصفه اتجاهًا حديثاً، وهو قلب المشكلة والمتمثل بالمدينة. فقد بدأ التركيز ومنذ سنوات على المدينة بوصفها ظاهرة مركبة ومعقدة إنها مخزن لكل معطيات التجربة الإنسانية والاجتماعية والاقتصادية والجغرافية والبيئية التي يتفاعل فيها كل النشاط الإنساني والمجتمعي وباتت المحرك الفاعل للاقتصاد والمجتمع، لا بل باتت المؤشر الدقيق للتفاعل الحضري والمدني للنمو النظير أو ربما العكس ف تكون ركاماً للتخلف والتراءج، إنها المدينة التي تعد عنواناً شاملاً لعدد كبير من القضايا المهمة والحرجة، كالبطالة والفقر وهجرة الريف وتدني الخدمات العامة، وتدني نوعية الحياة، مما يستدعي التوقف عندها فالمدينة تمثل وحدة مكانية مستقلة، لذا أطلقت فكرة الاستعداد والتهيؤ إستراتيجية لنينوى المحافظة والموصل المدينة والمدن التي في ركبها والمتعرجة معها لتدخل السبق بمدخل غير تقليدي تضمه فكرة "رؤية مستقبلية لنينوى عام ٢٠٣٠" بوصفها وثيقة يتفق عليها الجميع ف تكون خط الشروع (رؤية نينوى ٢٠٣٠ ، ٢٠١١).

بحث الوثيقة في التاريخ والاقتصاد والعمارة والتراث والجوانب والاجتماعية والسكانية والحياتية، وشكلت خريطة عمل لكل القطاعات: الزراعة والسياحة والخدمات والمباني والتقويم والجودة والتنمية الصناعية، والطاقة والتنمية البشرية والنقل وأخيراً رسم السياسات، فكانت وثيقة رؤية نينوى ٢٠٣٠ (رؤية نينوى ٢٠٣٠ ، ٢٠١١).

توصيف الفكر الأساسية : لما كان الموصل رفد حضاري منذ عصور ما قبل التاريخ فقد كانت فيها أولى المستوطنات البشرية وأولى القرى الزراعية، ومنها تعاقبت العديد من الحضارات التي لا زالت بقائها شاخصة حتى الآن، وهكذا مدنها التي أحاطت بها منذ آلاف السنين وما زالت، نينوى، خورسbad، قلعة أشور، الحضر، النمرود، وغيرها واستطاعت الموصل بناء أنموذج لحاضرة عبر التاريخ، وارتبط اسمها بعطاياها الإنساني في اللغة والأدب والشعر والطب والعلوم، وهكذا كانت في الرعي والزراعة والحياة العمارة والتجارة والتحدي الأهم يتمثل في أن تكون الموصل مدينة المستقبل فقد أطلقت فكرة المشروع: رؤية نينوى ٢٠٣٠، وتم إعدادها وصياغتها بالتعاون بين محافظة نينوى وعدد من أساتذة جامعة الموصل للوقوف على أرضية ثابتة لانطلاق في بداية القرن الحادي والعشرين (رؤية نينوى ٢٠٣٠ ، ٢٠١١).

٢. مضمون العمل

تنطوي رؤية نينوى ٢٠٣٠ على فكرة جديدة مضمونها تعبئة الجهود والموارد لمدينة تتتنوع مواردها وطبيعتها وسكانها وميزاتها في موقعها، وما تواجهه من تحديات كبيرة، وعلى كل المستويات، فتكاد تكون الموصل الزاوية الشمالية الشرقية للوطن العربي، فتشكل مدخلاً كان وما زال وسيبقى نحو نصف الكره الشمالي، وبلغ ذلك الرؤية معناه تعايش سلمي وعمل ونمو وحركة لمواجهة تلك التحديات التي قد لا تجتمع في أي مدينة عربية غيرها.

إن عملاً كبيراً وضع أساساً علمية ومنهجية واضحة للتخطيط على مستوى الإدارة المحلية للمحافظة، وشخصت المعوقات والمشاكل والتحديات الكبيرة بهدف تعبئة الجهود لمواجهتها وكشفت وما تضمه المدينة من فرص كامنة وقدرات ومساحات متاحة للعمل والمناورة ووضع الأهداف بوضوح يجعل الجميع مؤمنين بتحقيقها فهي منهم وإليهم (رؤية نينوى ٢٠٣٠ ، ٢٠١١).

٣. القابلية للتطبيق والمساهمة في التمو

إن من أهم تداعيات العمل كشف كل الجوانب السلبية والإيجابية للمدينة من أجل الوصول لميزة تنافسية، وهنا ستكون المدينة أمام سبقات قطاعية تكون البيئة التنافسية ملعبها الذي يتحرك عليه اللاعبون في لعبة محكمة ومنسقة محركها الاستثمار الذي يتعامل مع ثنائية العائد والخطر بكل أنواعه ولاسيما الخطر السياسي سواء للمستثمر المحلي أو الأجنبي وهذا يعني إقبال أو عزوف المستثمرين عن الاستثمار، ومن هنا يركز البحث على ضرورة التحرك نحو تغيير الصورة الذهنية للأخر، وهذا ينبغي أن ينعكس من داخل المدينة في نمو الاستثمار وتطوره وعبر ما يأتي:

- الاستثمار الحكومي ويتناول: الاستثمار في البنية التحتية (الطرق والسكك الحديد والمطارات، وتصفية الماء وشبكات التوزيع، وشبكات والمجاري والصرف الصحي والكهرباء والطاقة والحماية البيئية والغازات والمحميات الطبيعية)
- الاستثمار في التعليم وقطاعاته المختلفة والصحة .
- الاستثمار في تأسيس البنية التحتية للاتصالات والشبكات .

- تهيئة متطلبات الاستثمار الخاص (قوانين ونظم وتعليمات وإجراءات ورقابة وسيطرة نوعية)
أما الاستثمار الخاص فهو أمر مناط بتتوفر كل متطلبات ومقومات الاستثمار من دون أي تدخل باستثناء:
 - توفير المخططات العمرانية المدنية للمدينة
 - توفير هيئة تسهل للمستثمر عمله (هيئة الاستثمار)
 - الرقابة على نوعية الاستثمارات ومتابعة أدائها بما لا يخالف الشروط القانونية والتشريعية والبيئية وحقوق الإنسان.
 - تسهيل وضبط العمل الضريبي.

٤. كيف تحسن الحكومة صورة مدينة الموصل لدى الآخر؟

- ما سبق يمكن القول بأنه يفترض أن يكون هناك خطوات واضحة في ظل إستراتيجية تغيير الصورة في ضوء رؤية نينوى ٢٠٣٠ وعبر توصيات تتمثل بما يأتي .
١. الإعلام الموجه للأخر
 ٢. التركيز على وجود مراسلي وكالات أخبار عالمية وعربية ومراسلي فضائيات مرموقة واستقطابهم لا بل وفتح قنوات مهنية مع معظم المراسلين العراقيين والعرب والأجانب وتوفير الحماية لهم وإغرائهم بالمال اللازم.
 ٣. الجاليات الموصلية في الخارج
 ٤. محاولة فتح علاقات مع الجاليات الموصلية في مختلف دول العالم ومن خلال أقاربهم أو أصدقائهم وتشكيل جمعيات وإقناعهم بواقع الحال وضرورة تغيير الصورة التي لديهم ومجتمعاتهم .

التركيز على الواقع الإلكتروني باللغة الإنجليزية والفرنسية

محاولة تأسيس موقع حي ونشطة توضح الأخبار وتخاطب الآخر من موقع الحدث (مدينة الموصل)
نشر البيانات والمعلومات والأخبار بالتفاصيل للأحداث من دون تدخل حكومي أو من دون معالجة أو مونتاج للأخبار المرئية والمسموعة.

المصادر

أولاً- المصادر باللغة العربية

١. الجميل، سرمد كوكب، إدارة الموصل: مقومات إستراتيجية وإعادة تشكيل؛ حلقة نقاشية أقيمت في مركز الدراسات الإقليمية في جامعة الموصل، بتاريخ ٨ نيسان ٢٠٠٩ .
٢. الجميل، سرمد كوكب، أنموذج بناء منظومة شبكة علاقات اقتصادية وتجارية للعراق مع دول الجوار وإدارتها وإدامتها، مؤتمر مركز الدراسات الإقليمية – جامعة الموصل، ٢٨-٢٧ أيار ٢٠٠٩ . ملفات المؤتمر.
٣. الجميل، سرمد كوكب، معوقات الاستثمار في الدول العربية، دار العابد للنشر، الموصل، كلية الحدباء الجامعة، ٢٠٠٩ .
٤. رؤية نينوى ٢٠٣٠ ، محافظة نينوى، ٢٠١١ .

ثانياً- المصادر باللغة الأجنبية

1. Begg , Iain , Cities and Competitiveness ,Journal of Urban Studies. Vol.36,No.5-6. 1990.
2. Bodie-Kane-Marcus , Investments, McGraw-Hill/Irwin, Fifth Edition. New York , 2002.
3. Jensen, Ole B. "Branding the Contemporary City – Urban branding as regional growth agenda?". Plenary paper for Regional Studies Association Conference, Aalborg University ,USA, May 2005.
4. Johan Jansson and Dominic Power, Image of the City, Nordic Innovation Center. Department of Social and Economic Geography, Uppsala University, Norway, 2006.
5. Porter, Michael E, The Competitive Advantage of Nations , Mac-Millian press, Ltd.(1990).
6. Sarah D. Shields, Regional Trade and 19th-Century Mosul: Revising the Role of Europe in the Middle East Economy , International Journal of Middle East Studies, Vol. 23, No. 1, (Feb., 1991).
7. Sarah D Shields, Mosul Before Iraq: Like Bees Making Five-sided Cells, State Universiy of New York Press, USA, 2000 .
8. Tatjana Skubic & Elton G. McGoun, Individuals, Images, and investments, Working Paper , Bucknell University, Pennsylvania , USA, 2000.
9. World Bank ,World Development Report 2009. The World Bank , Washington DC , 2009.