

التغطية الصحفية الإقتصادية فى الإمارات

دراسة تحليل محتوى للملحق الإقتصادى اليومى لصحيفة الإتحاد ٢٠١٤

د. محمد فتحى رمضان



أستاذ مساعد
كلية الإمارات للتكنولوجيا- أبو ظبى

ملخص الدراسة :

تناولت الدراسة التغطية الإخبارية الإقتصادية بأشكالها المعروفة (أخبار، تقارير، تحقيقات صحفية، مقابلات، ومقالات ،... الخ) للملحق الإقتصادى لصحيفة الإتحاد الإماراتية اليومية من خلال دراسة عينة عشوائية من الملحق الإقتصادى خلال شهر نوفمبر (تشرين الثانى) ٢٠١٤. وقد إنطلقت الدراسة عن ماهية طبيعة الأشكال الصحفية التى ينشرها الملحق المذكور، ومدى شمولية التغطية الإقتصادية والتنموية لهذا الملحق للأشكال الأخرى كنشر الدراسات العميقة او التحليلات الإقتصادية أو توظيف الصحافة الإستقصائية بكل مخرجاتها لخدمة هذه التغطية لإشباع حاجات القراء المتزايدة من المواضيع الإقتصادية التى باتت محل إهتمام أعداد كبيرة من القراء فى أيامنا هذه .
إعتمد الباحث على منهج المسح الإعلامى وأداة تحليل المضمون لسبع ملاحق إقتصادية للصحيفة المذكورة (للأيام ٤ و٥ و٧ و٩ و١٠ و١١ و٢٦ /١١/٢٠١٤ تضمنت الدراسة ثلاثة محاور خصص المحور الأول للإطار النظرى ، والثانى للإطار المنهجي ، أما المحور الثالث فقد خصص للدراسة التحليلية .



خرجت الدراسة بالعديد من النتائج منها:

١- أُنسجت التغطية الإعلامية الإقتصادية للملحق الإقتصادى اليومى لصحيفة الإتحاد الإماراتية للفترة المذكورة أعلاه فى هذه الدراسة بالكثافة حيث غطت الأشكال الإخبارية المنشورة.
٢- تميّزت التغطية الإخبارية الإقتصادية للملحق الإقتصادى بالتنوع والأنية دون الخوض بالمتابعة الصحفية اللائحة للنشاطات عدا المؤتمرات التى يستغرق إنعقادها أياماً وتتطلب متابعة إخبارية.
٣- من خلال تحليلنا لمضمون الأشكال الإخبارية الإقتصادية المنشورة فى الملحق تبين ان المسؤولين على إصدار الملحق من خلال السياسة التحريرية للصحيفة (والملحق اليومى جزء منها) ركزوا على التحرير الإخبارى
٤- يحاول الملحق الإقتصادى القيام بنشر التغطية الإخبارية ومتابعتها بكم من التقارير لتسليط الضوء على ما يجرى فى الدولة من نشاطات إقتصادية متنوعة دون الخوض فى العمق التحليلى أو الإستقرائى لتلك النشاطات.
٥- تتناغم هذه السياسة التحريرية للملحق اليومى مع أسلوب التحرير الألكترونى الذى غالباً ما يميل الى التغطية الإخبارية الموجزة والبسيطة .
٦- ينتهج القائمون على إصدار الملحق بالاعتماد بالدرجة الأساس على مندوبيهم فى الداخل ووكالة الأنباء الإماراتية ومراسليها فى العواصم المهمة من العالم ، ثم

١- أُنسجت التغطية الإعلامية الإقتصادية للملحق الإقتصادى اليومى لصحيفة الإتحاد الإماراتية للفترة المذكورة أعلاه فى هذه الدراسة بالكثافة حيث غطت الأشكال الإخبارية المنشورة.
٢- تميّزت التغطية الإخبارية الإقتصادية للملحق الإقتصادى بالتنوع والأنية دون الخوض بالمتابعة الصحفية اللائحة للنشاطات عدا المؤتمرات التى يستغرق إنعقادها أياماً وتتطلب متابعة إخبارية.
٣- من خلال تحليلنا لمضمون الأشكال الإخبارية الإقتصادية المنشورة فى الملحق تبين ان المسؤولين على إصدار الملحق من خلال السياسة التحريرية للصحيفة (والملحق اليومى جزء منها) ركزوا على التحرير الإخبارى

جاءت الوكالات العالمية بالدرجة الثانية كمصدر آخر وتبعتها مصادر الأخبار العربية كمصدر ثالث لأخبار الملحق.

المحور الأول الإطار النظري :

الإعلام الإقتصادي نشاط شامل ومخطط ومتعدد الأبعاد يخاطب الرأي العام بهدف إقناعه بضرورة المشاركة الإيجابية فى عملية التنمية والإصلاح الإقتصادي عبر تقديم صورة عن طبيعة التوجهات المستقبلية للإقتصاد والتعريف بالنشاطات والفعاليات الإقتصادية وتشجيع حركة التبادل الإقتصادي والإستثمارى بشتى مجالاته وصوره من خلال ما يسمى بالإتصال المعزز للتنمية (١)

علاقة الإعلام بالاقتصاد:

تتعامل الصحافة الإقتصادية مع ألح مشكلات الواقع وأكثرها إرتباطاً وتأثيراً على حياة المواطن العادى اليومية وهى المشكلة الإقتصادية بكل ابعادها وجوانبها .اي ان الصحافة الإقتصادية هى تلك التى تهتم بالمضمون الإقتصادي بكل قضاياها الرئيسية والفرعية ، وتركز عليه بشكل مباشر، وعلى تأثيراته المختلفة على جوانب الحياة المتعددة . ويمكن أن نحدد ثلاثة أنواع لهذه الصحافة:

١- الأبواب او الصفحات الإقتصادية فى الصحف العامة (الصحف اليومية ، الصحف الإسبوعية ، المجالات العامة) .

٢- الصحف الاقتصادية العامة والتي تركز بشكل اساسى على المادة الاقتصادية ، وتتوجه الى جمهور عام من القراء كالأهرام الإقتصادي الإسبوعية الصادرة عن مؤسسة الاهرام.

٣- الصحف الاقتصادية المتخصصة والتي توجه الى جمهور متخصص من الدارسين والأكاديميين فى مجال الإقتصاد كمجلة إدارة الأعمال الربع سنوية المصرية(٢)

الإعلام والتنمية :

لقد أصبح الإعلام السمة المميزة للعصر الحديث، وأضحى تأثيره فى حياتنا كبيراً لا يستطيع معه أى فرد فى أى ركن من أركان الدنيا أن يتجاهله، إنه يغذى العقول ويحركها، ويغير اتجاهات الأفراد ويوجههم وفق ما يشاء، وكذلك يصنع الأحداث والأخبار، ويخطو بالشعوب والدول ويتقدم بها إلى الأمام، تلك مهمة الإعلام الرشيد، أو يخطو بهم إلى الوراء، إلى التخلف أو الثبات والجمود، وهو ما يصنع إعلام ظلامى غير مستنير يتسم دائماً بالجمود، أو إعلام مفرض عدائى يسعى إلى وقف مسيرة الشعوب نحو ما هو أفضل لها، إن الإعلام هو الذى يرسم اليوم ما يمكن أن نطلق عليها الخريطة الإدراكية الوجدانية للشعوب، فتظهر شعوب مستنيرة متكاملة الشخصية لها فعاليتها وتحقق ذاتها ووجودها، وهنالك شعوباً تعاني من الخواء الوجدانى والإدراكى أمام الضغوط والتوجهات الإعلامية التى تسعى إلى تجريد الأفراد من هويتهم وانتمائاتهم وقيمهم ومعتقداتهم وثقافتهم الذاتية.

وهناك رابطة قوية تربط الإعلام والاقتصاد ، فلم يعد هناك ما يُسمى الإعلام الاقتصادي بعد أن أصبح الاقتصاد جزءاً من صناعة الإعلام، والإعلام جزء من صناعة الاقتصاد، وهذا الترابط يفرضه معطيات العصر الحديث وأنجاراته الكبيرة ، فالإعلام الذى يعنى بالجانب التخصصى بالنسبة للاقتصاد خرج من أروقة المؤسسات الأكاديمية بفعل ما فرضته الأزمات الاقتصادية التى شهدها العالم وآخرها فى الربع الاخير من عام ٢٠٠٨ مما دفع الإعلام إلى تسخير كل طاقاته لمتابعة تلك الازمات وما تلاها من هزات اقتصادية باعتباره شريكاً فى تحمل نتائجها السلبية والايجابية، والمحور الأساس لاهتمام كل القطاعات التى يتعامل معها الإعلام ابتداءً من المواطن العادى المؤثر على حجم التوزيع، وانتهاء بالشركات الكبرى الأكثر تأثيراً فى حجم الإعلان أى التوزيع والإعلان مصدر التمويل الرئيس للمؤسسة الإعلامية.

وستظل المؤسسة الإعلامية والمؤسسة الاقتصادية على علاقة وثيقة و مترابطة ومتلاحمة، وإن لم يكن فى الوسائل، ففى الاهداف والغايات الاستثمارية الطموحة. تعتبر التغطية الإقتصادية مهمة فى التأثير فى الافراد وتغيير ميولهم واتجاهاتهم وسلوكهم نحو ايجاد رأى عام حول تقبل فكرة تنمية منشودة فى مجال معين سواء تنمية اقتصادية او سياسية او اجتماعية او بشرية ، وذلك وفق برنامج وخطط معدة سلفاً لأماكن معينة وفى اوقات محددة ، بحيث يقوم الافراد بحشد طاقاتهم للتجاوب مع آلية تطبيق هذه التنمية المنشودة . ويقوم الاعلام التنموى فى توجيه الجماهير بواسطة وسائل الاعلام المعروفة وبأساليب تحفز الافراد وبطريقة أيضاً تصل الى جميع المهتمين بذلك (٢)

مع ازدياد درجة تكامل وارتباط الاقتصاديات مع بعضها البعض، أصبح الصحفيون التجاريون المهرة جزءاً مهماً من أى غرفة أخبار. إذ لا توجد هيئة إعلامية فى العالم لا تنشر تقارير عن المال سواء عن المالىات الشخصية للمواطن العادى أو عن السياسات الاقتصادية العالمية. ومع ذلك، فإن كثيراً من الصحفيين يفتقرون إلى التدريب أو الخبرة اللازمة لتغطية هذا الميدان المهم بطريقة تمكنهم من توفير معلومات مفيدة لقرائهم أو مشاهديهم. (٤)

مهارات الصحفي الاقتصادي المتخصص:

لكى تقوم الصحافة بتلك الوظائف سالفة الذكر لابد من توافر بعض المهارات لدى الصحفيين الاقتصاديين تتمثل فى الآتى:- (٥)

١- القدرة على فهم المؤسسات التى تهيمن على المجال الاقتصادى.

٢- ضرورة أن يتحلى الإعلامى المتخصص فى الشؤون الاقتصادية بمهارات ومقدرات تنظيمية حتى يتسنى له الاستفادة القصوى من مختلف المصادر المتاحة .

٣- الادراك التام لمختلف المصطلحات السائدة فى

المجال الاقتصادى ومدلولاتها .

٤- ضرورة وجود نظام موثوق نقال لحفظ واسترجاع المعلومات الخاصة بالمصادر التى يمكن الاتصال بها ، خاصة أرقام التليفونات وعناوين البريد الالكترونى.

٥- ضرورة إقامة صلة وثيقة مع مختلف المصادر أو العاملين فى المجال الإقتصادى، مع المحافظة فى الوقت نفسه على مسافة مهنية بين الإعلامى وبين تلك المصادر.

وبناءً على ما تقدم فإن الصحفي المتخصص فى الشؤون الاقتصادية مطالب بالآتى:-

١- أن يدرك أن مادته الصحفية موجهة إلى ثلاث فئات من الجمهور:-

أ- جمهور مثقف ثقافة متوسطة.

ب- جمهور مثقف ثقافة عالية.

ت- جمهور متخصص.

٢- أن يتسم بالجدية والتعمق وأن يكون هادفاً معتمداً بشكل أساسى على الأساليب العلمية باستخدام البحث والتحليل العميقين، والتفسير والوصول إلى الاستنتاجات بناءً على أساليب علمية وعقلية ومنطقية. وأن يركز على استخدام التحليل والتحقق والتفسير بشكل مدروس وموضوعى، وأن لا يميل إلى التغطية السطحية للقضايا والأحداث، ناقلاً ما تريده المؤسسات الرسمية والمسؤولين عن الجانب الاقتصادى فقط.

٣- أن تكون تحليلاته وتفسيراته مبنية على واقع الاحتياجات الفعلية والمتطلبات الحقيقية لاهتمامات الجماهير والمتلقين بمختلف فئاتهم وأنواعهم وطبقاتهم واهتماماتهم، كون الإعلام المتخصص (الاقتصادى) مرناً ومتجدداً .

٤- أن يعلم أن مادته الاعلامية موجهة إلى جماهير نوعية متخصصة، ولذلك فإن ما تحتويه من دراسات وتحليلات تعد مرجعاً يستفاد منه ويتم الرجوع إليه من طرف الجمهور. لهذا يجب أن يكون أميناً وصادقاً ومسؤولاً فى تحليلاته ومعالجاته لجميع القضايا (٦) وعلى الرغم من التحسن النسبى فى نوعية التغطية الصحفية

للشؤون الاقتصادية واعتماد الصحف على بعض العناصر المتخصصة ، الا ان الاقسام الاقتصادية لا تزال تعاني من شح في محررين متخصصين في هذا المجال ، وحتى لو توفرت التخصصات الاقتصادية فإن الطابع الأكاديمي هو الغالب على هذه النوعية من المحررين . ولا توجد برامج لدى الصحف لاعداد صحفيين مؤهلين يجمعون بين المعرفة الاقتصادية والمهارة المهنية ، وغالبا ما يتم الاستعانة بمحررين من اقسام اخرى لسد هذه الفجوة ويتحولون الى محررين اقتصاديين بحكم الزمن والاحتكاك(٧)

نشأة صحيفة الاتحاد:

صدر العدد الأول من صحيفة الاتحاد عام ١٩٦٩ أي قبل عامين من إعلان قيام دولة الإمارات العربية المتحدة في ١٩٧١/١٢/٢ وجاء صدورها متزامناً مع بدء الخطوات التمهيدية لقيام الاتحاد، التي تمثلت في اجتماع حكام الإمارات في أبو ظبي للاتفاق على قيام الدولة الاتحادية، وكرست الصحيفة عددها الأول الذي تألف من(٨) صفحات بحجم (التابلويد) لتغطية تلك المناسبة خبراً وتعليقاً وتحليلاً. وعكست تلك التغطية حماس حاكم أبو ظبي ورئيس دولة الإمارات العربية المتحدة الأول الشيخ زايد بن سلطان آل نهيان لقيام الاتحاد ورغبته في نقل مطلب الوحدة من إطار النخب السياسية الحاكمة إلى ميدان التفاعل الجماهيري.

بدأت صحيفة الاتحاد نشاطها كجزء من دائرة الإعلام والسياحة في أبو ظبي، لذلك فإن افتتاحية العدد الأول كتبها رئيس الدائرة آنذاك ووزير الإعلام في حكومة الاتحاد فيما بعد الشيخ احمد بن حامد آل حامد. وفي تلك الافتتاحية ربط بين اسم الصحيفة والحدث الذي كان شعب الإمارات ينتظره فقال: (إن تسمية الاتحاد هو تجسيد لما يدعو إليه الشعب في القول والعمل والسير وراء قائدنا الشيخ زايد بن سلطان آل نهيان) . على أن المناسبة السياسية على أهميتها لم تحجب الطابع المهني

الذي بدأت به صحيفة الاتحاد، فقد ضم فريق عملها نخبة من الصحفيين العرب برئاسة وكيل دائرة الإعلام في ذلك الوقت العماني عبد الله الطائي وعبد الله النويس الذي كان قد تخرج من كلية الإعلام في القاهرة ، وادمون أسطى، الذي كان قبل مجيئه للإمارات نقيباً للصحفيين اللبنانيين، وزكى نسيبة الذي عمل مستشاراً لرئيس دولة الإمارات وبدء صدور الصحيفة أسبوعياً، وكان توزيعها لا يزيد عن (٥٠٠) نسخة، ثم ارتفع العدد إلى (١٠٠٠) نسخة ثم إلى (٥٥٠٠) نسخة(٩)

تطور الصحيفة :

جاء التطور الأول للصحيفة في أوائل عام ١٩٧١ عندما تم تخصيص كادر صحافي للصحيفة، يضم صحافيين متفرغين. وكانت طباعة الصحيفة تتم في بيروت وترسل المواد لتعاد النسخ المطبوعة بعد أربعة أو خمسة أيام من إرسال المواد، وفي ذلك العام جرت محاولات للتحويل للصدور يوميا بدلا من الصدور الأسبوعي، لمدة أسبوعين يوميا في إطار الاحتفالات بعيد الجلوس الخامس الذي يصادف ذكرى تسلم الشيخ زايد مقاليد الحكم في أبو ظبي، كما صدرت بشكل يومي لمدة مؤقتة بالتزامن مع إعلان قيام دولة الإمارات وانتقلت طباعة الصحيفة في ذلك العام إلى أبو ظبي بعد أن تم التعاقد مع مطبعة تعمل بأسلوب الجمع اليدوي للرصاص (اللينوتيب).

ظلت الاتحاد تراوح بين الصدور الأسبوعي واليومي إلى عام ١٩٧٢ صدرت بشكل يومي، وكانت الصحيفة توزع بالمجان. ومن التحديات التي واجهت الصحيفة إشكالية التوزيع التي ظلت من المصاعب خلال مدة تحول الصحيفة من التوزيع المجاني إلى البيع، فلم يكن هناك موزعون وباعة صحف إلى أن استقدمت الصحيفة عمال للتوزيع، الأمر الذي جعل الصحيفة في متناول الناس في أماكن عملهم وسكنهم.

شهدت صحيفة الاتحاد تطورات فنية وتقنية، إذ ظهر الاهتمام بعملية الإخراج والتبويب، كما ازداد عدد النسخ

نقلة ملموسة في شكلها الإخراجي ومضمون المادة الصحافية المقدمة للقارئ.

مع صدور العدد (١٠٠٠٠) من صحيفة الاتحاد يوم ١٨/١/٢٠٠٣ دخلت الصحيفة مرحلة تطور واسعة من حيث الشكل والمضمون استهدف الارتقاء بمستوى الأداء المهني وإحداث نقلة نوعية في الخدمة الصحافية المقدمة للقارئ، ومواكبة التطور التقني في وسائل الاتصال الحديثة والمتطورة، مع التركيز في طرح القضايا وتنوعها والاهتمام بالمعالجة الصحافية المتميزة للموضوعات الجماهيرية والقضايا المحلية والعربية والدولية، وشهدت عملية التطوير إدخال تغييرات إخراجية على صفحات الصحيفة وخفض عدد الصفحات إلى (٣٢) صفحة، وإعادة تبويب الصفحات، واستحداث خدمات متطورة وزوايا وأبواب صحافية (١٤) وتطبع الصحيفة اليوم بواقع 96 صفحة مع عدة ملاحق (رياضية، إقتصادية، فنية ترفيهية... الخ) (١١)

المحور الثاني : الإطار المنهجي للدراسة:

مقدمة :

يؤدي الإعلام دوراً كبيراً في المجتمع عبر وسائله المتعددة من (صحافة، إذاعة ، تلفزيون، ووسائل التواصل الاجتماعي) ويشارك بشكل يومي في عملية اشباع حاجة افراد المجتمع من مختلف الاعمار والمستويات بما يحتاجونه من تغطية اعلامية او تواصل لمختلف نواحي الحياة الاجتماعية والاقتصادية والسياسية والتعليمية، وبذلك تتحقق المشاركة في المعلومات والصور الذهنية والآراء مستندةً بذلك على المصدر والرسالة والمتلقي (١٢) وتلعب التغطية الاقتصادية بشكل خاص (من اخبار وتقارير وتحقيقات صحفية مصورة ومقالات ومقابلات ودراسات وتحليلات اقتصادية معمقة اخبارية) عبر الوسائل انفة الذكر دوراً لاشباع حاجة القراء لآخر اخبار الاقتصاد والمال والتنمية المحلية التي باتت تشكل مادة

المطبوعة. وارتفع عدد صفحات الصحيفة من ١٢ صفحة في بداية صدورها إلى أكثر من ٢٠ صفحة في عام ١٩٨١ ثم إلى ٤٠ صفحة في أواخر عقد الثمانينيات. ومنذ عام ١٩٨٥ تحولت صحيفة الاتحاد إلى مؤسسة مستقلة مالياً وإدارياً عن وزارة الإعلام، بصدر مرسوم بإنشاء مؤسسة الاتحاد للصحافة والطباعة والنشر.

وفي عام ١٩٨١ أدخلت صحيفة الاتحاد تجربة حديثة إلى مجال التطور في الصحافة العربية المحلية، حينما بدأت بطباعة الصحيفة في دبي في وقت متزامن مع طباعتها في أبوظبي، وذلك لتلافي التأخير في وصول الصحيفة إلى القارئ في المناطق الشمالية. وفي عام ١٩٩٢ بدأت مرحلة أخرى من التطوير من حيث التقنيات والإمكانات الفنية والمهنية عندما انتقلت إلى مبناها الجديد، وتم شراء مطبعة حديثة من طراز (جلوسروار)، التي تدار بالحاسوب، ويمكنها طبع (٥٠) ألف نسخة في الساعة، وأصبح بالإمكان طبع صحيفة في (٣٦) صفحة بالقطع العادي مع طباعة الصفحة الأولى بالألوان، وكذلك الأخيرة وصفحتين داخليتين بأربعة ألوان إضافية، وتتم عملية ضبط الأحبار بدرجاتها الآلية، كما تقوم المطبعة بعملية (التلقيم) والتغيير الآلي للورق خلال الطباعة، وتم تزويد المطبعة بآلة تلميع الأغلفة للمجلات والمطبوعات الفاخرة الصادرة عن الاتحاد مع أحدث آلات الطباعة، منها آلات (الافست) لطباعة الملزم الملونة، وتم تركيب جهاز فرز الألوان من خلال الليزر (١٠)

دخول الصحيفة إلى شبكة الانترنت:

دخلت صحيفة الاتحاد إلى شبكة الإنترنت في عام ١٩٩٦م، لتقديم خدمة متطورة لقرائها وقدمت في مراحلها الأولى مجاناً، ويمكن للمشاركين في الشبكة الإطلاع على محتويات العدد اليومي والأعداد السابقة، وبذلك تكون الاتحاد أول صحيفة محلية تدخل الشبكة العالمية، (www.emi.co.ae) وفي عام ٢٠٠٠ حظيت صحيفة (الاتحاد) بمرحلة أخرى من التطوير أسفرت عن

مهمة في حياة المجتمعات المعاصرة، بعد ان ارتفع مستوى التعليم والمستوى المعاشي في معظم المجتمعات ومنها العربية وتغيّرت انماط الحياة المعيشية والاستهلاكية بشكل كبير، وفي ضوء ذلك استحوذت هذه الاخبار على مساحة كبيرة من اهتمامات الناس لان الاقتصاد بات اليوم عصب الحياة والشغل الشاغل للناس مقارنةً بالعقود القليلة الماضية.

سنسلط الضوء في هذه الدراسة على التغطية الاعلامية الاقتصادية لصحيفة الاتحاد الإماراتية من خلال ملحقها الاقتصادي اليومي ودور الاشكال الصحفية آنفة الذكر التي نشرت فيه . كما سنركز على هذه الصحيفة وملحقها من خلال صفحاته الاقتصادية لتلك التغطية بعد استخدام منهج تحليل المضمون الذي عادةً يحوّل المعلومات الكثيرة الى فئات اصغر ذات معنى أكبر ومن خلاله نستنتج خصائص محددة في الرسائل الاتصالية بصورة موضوعية^(١٢) علماً ان هذه الصحيفة واسعة الانتشار في عموم إمارات الدولة ودول مجلس التعاون لدول الخليج العربية^(١٤)

أهمية الدراسة :

تنبع أهمية الدراسة من أهمية الملحق الاقتصادي اليومي لصحيفة الاتحاد ودوره في نشر صور النشاط الاقتصادي الاماراتي وثقافة القارئ وتنويره بالقضايا الاقتصادية الجارية في الدولة لكي يشارك بشكل ايجابي في العملية الاقتصادية ووضع الخطط والقرارات ذات الصلة .

المشكلة :

تتمثل مشكلة الدراسة في رغبة الباحث في التعرف على اتجاهات التغطية الصحفية في الشؤون الاقتصادية في ملحق صحيفة الاتحاد ، فضلاً عن محاولة الإجابة عن التساؤل الآتي: ما هي أنواع الأشكال الصحفية الاقتصادية التي تنشر في هذا الملحق ؟ وهل تلبى هذه

الاشكال حاجة القراء وإرضاءً لتطلعاتهم فيما يتعلق في الجانب الاقتصادي وأشكاله المتعددة ؟ وكذلك التعرف على المتغيرات التي تتصل باتجاهات التغطية التي تتمثل في مصادر المعلومات وفي السياسة التحريرية للصحيفة وجمهور القراء ؟ .

أسئلة البحث :

- ١- هل يقوم محررو الملحق الاقتصادي في صحيفة الاتحاد بنشر الخبر الاقتصادي دون مراعاة التوازن في نشر الأشكال الاخرى ؟
- ٢- ماهو المعيار الذي يتم على أساسه إختيار محرري الشؤون الاقتصادية في الملحق؟
- ٣- ماهو حجم اهتمام الملحق اليومي بالخبر الاقتصادي او الأشكال الأخرى مقارنة بالصفحات الاقتصادية للصحف الأخرى؟
- ٤- ماهي الفنون التحريرية والإخراجية التي تستخدم في طرح القضايا الاقتصادية بالملحق الاقتصادي اليومي للاتحاد ؟
- ٥- ماهي الاهداف التي يسعى لها الملحق الاقتصادي لصحيفة الاتحاد لتحقيقها عند تناوله لقضية إقتصادية ؟
- ٦- ماهي أهم المشكلات التي تواجه القائمين على تحرير الملحق في الصحيفة؟
- ٧- هل الوضع الاقتصادي في الإمارات يشجع على قيام ملحق يومي اقتصادي متخصص؟
- ٨- كيف يتعامل الملحق الاقتصادي مع التنمية المستدامة الراهنة في الإمارات؟
- ٩- هل يمكن للملحق الاقتصادي لصحيفة الاتحاد أن يسهم إسهاماً فاعلاً في التنمية الاقتصادية الجارية في الدولة ؟

أهداف الدراسة :

- ١- التعرف على اتجاهات التغطية في السياسة التحريرية لصحيفة الاتحاد (والملحق جزء منها) ، وكذلك

ضوء نظامها الشامل وعلاقتها بأجزاء ذلك النظام -
لأولويات القضايا الاقتصادية.

من نتائج الدراسة :

- 1- أن هناك ست عشرة قضية اقتصادية، منحت كل قضية ترتيباً خاصاً عند كل مكون من مكونات البناء الاجتماعي في فترتين زمنييتين استمرت ستة أشهر.
- 2- بينت المقارنة بين ترتيب كل طرف أن "القطاع العام" و "الجمهور" لم يؤثر في الصحف، ولم يرتب أولوياتها، وأظهرت في المقابل إن "القطاع الخاص" هو الطرف المؤثر في عملية ترتيب الأولويات.
- 3- إن تدفق المعلومات بين مفردات البناء التنظيمي للمجتمع السعودي غير متناسق والترابط بين أجزائه غير متوازن.

الدراسة الثانية :

للدكتور أسامة غازي المدني (إتجاهات النخبة الاقتصادية السعودية نحو معالجة المواقع الصحفية السعودية على شبكة الإنترنت للأزمة المالية العالمية دراسة ميدانية) ٢٠٠٩ م - ١٤٣٠هـ^(١٦) هدفت الدراسة الى تناول مدى متابعة النخبة الاقتصادية السعودية لما ينشر عن الأزمة المالية العالمية على المواقع الصحفية السعودية على شبكة الإنترنت، وكيفية المتابعة وما أسباب اهتمام النخبة الاقتصادية السعودية بالتعرف على ما يطرح في هذه المواقع عن الأزمة.

من نتائج الدراسة :

- 1- أن الإعلام الرقمي هو أحد روافده الصحافة الإلكترونية أصبح أساسياً في استقاء المعلومات لدى النخب الاقتصادية.
- 2- أن استخدام الحاسب الآلي والتعامل مع شبكة الإنترنت من المسائل الجوهرية لتسهيل انسياب المعلومات والمعارف الاقتصادية إلى رجال الأعمال.
- 3- أن المواقع الصحفية الإلكترونية تقدم دوراً إعلامياً يتميز بدرجة جيدة من الشمول والفورية بالإضافة إلى

توضيح العلاقة بين إتجاهات التغطية ومصادر المعلومات للصحيفة خاصة في الجانب الإقتصادي .

٢- رصد وتحليل الأشكال الصحفية التي إعتمدت عليها الصحيفة في تغطيتها للشؤون الإقتصادية بصورة عامة وهل هذه الاشكال كافية لسد حاجة القارئ أم هنالك غياب لبعض الأشكال .

منهج الدراسة:

من أجل انجاز هذه الدراسة كان الاعتماد على منهج المسح الإعلامي بإعتباره من أهم المناهج التي تلائم الدراسات الاعلامية والاتصالية، وفي سبيل الحصول على البيانات الأولية الخاصة بالدراسة إستخدم الباحث أداة تحليل المضمون والتي تعنى بوصف المحتوى الظاهر للاتصال .

الدراسات السابقة :

تشكل الدراسات السابقة التراث العلمي في مجال مشكلة البحث المطروح ، وتعتبر هي نقطة الانطلاق لإجراء أى بحث من البحوث والدراسات ، كما وتفيد الدراسات السابقة في الوقوف على مردود حركة البحث العلمي وأهم النتائج التي توصلت لها الدراسات التي أجريت في مجال العلم الذي تتناوله ، وبعد محاولات عدة للبحث عن دور الصحافة الإماراتية في التغطية الاقتصادية لم اعثر على موضوع قريب من هذا العنوان في الامارات السبع، فشرعت للبحث في دول خليجية أخرى (بإعتبار ان دول مجلس التعاون لدول الخليج العربي هي امتداد ديمغرافي وجغرافي متقارب في المجال الاقتصادي) فشرحت على أربع دراسات هي :

الدراسة الأولى: العوامل المؤثرة في ترتيب أولويات القضايا الاقتصادية في الصحف السعودية^(١٥)

هدفت الدراسة الى معرفة العلاقات المتداخلة بين عناصر النظام الاجتماعي القطاع العام والخاص والجمهور والصحف، من خلال ترتيب كل مفردة - في

تعزيز البعد النفسى الإيجابى خاصة فى وقت الأزمات.
٤- أصبحت الصحافة الورقية المطبوعة فى مرتبة تالية فى الأهمية بالقياس إلى الصحافة الرقمية وهذا ليس فقط لأن فوريتها عاجزة نسبياً وإنما لأن طبيعتها فى التعمق لا تتواءم مع بعض المهن ذات الطبيعة الخاصة والتي يحكمها عنصر الوقت.

الدراسة الثالثة :

للباحث محمد على عبدالله أجتبى (التغطية الصحفية لقضية تضخم الأسعار فى صحافة الإمارات العربية المتحدة) دراسة تحليلية لصحيفتى الإتحاد .عمان، ٢٠٠٩ رسالة ماجستير، تهدف الدراسة الى رصد وتحليل التغطية الصحفية لقضية التضخم فى الأسعار فى الصفحات الاقتصادية فى صحيفتى الخليج والبيان فى دولة الامارات العربية المتحدة وتقييم واقع أدائها وتأثيرها على المواطن من خلال تحليل وتفسير الفنون التحريرية المستخدمة فى معالجتها موضوع التضخم كونه يمس غالبية السكان .

من نتائج الدراسة :

- ١- ان الاهداف الاخبارية حصلت على المرتبة الاولى على مستوى المجموع الكلى للصحيفتين .
- ٢- ان المواد الاعلامية المتعلقة بارتفاع الاسعار فى الامارات حصلت على المرتبة الاولى بين مختلف المواد الاعلامية .
- ٣- لا يوجد فروق ذات دلالة إحصائية فى مضامين المواد الاعلامية فى كل من الصحيفتين فيما يتعلق بارتفاع الاسعار فى الامارات .

الدراسة الرابعة :

(التغطية الصحفية لقضية العمالة الوافدة فى صحافة الامارات) دراسة تحليلية ، للباحث صالح احمد سالم العامرى ،عمان ٢٠٠٨ رسالة ماجستير .
تهدف الدراسة الى التعرف على شكل ومضمون

التغطية الصحفية اليومية لقضايا العمالة الوافدة الى الامارات من خلال عينة تمثل توجه الصحافة شبه الرسمية (الاتحاد والبيان) والصحافة الخاصة (الخليج).

إستنتاجات الدراسة :

١- أن اعلى نسبة من المواد الصحفية تعتمد على الخبر.

٢- كشفت الدراسة قلة المساحة التى تحتلها أخبار العمالة الوافدة فى الصحافة الاماراتية ، وهى تتطابق مع دراساته السابقة .

٣- ان المصادر التى تستقى منها الصحافة الاماراتية فى نشر اخبار العمالة الوافدة تعتمد على المصادر الذاتية وأخبار الجمهور .

ماذا يميز الدراسة الحالية عن الدراسات السابقة :

- التعرف على إتجاهات التغطية بالسياسة التحريرية لصحيفة الإتحاد ، وكذلك توضيح العلاقة بين إتجاهات التغطية ومصادر المعلومات للصحيفة خاصة فى الجانب الإقتصادى.

- رصد وتحليل الأشكال الصحفية التى إعتمدت عليها الصحيفة فى تغطيتها للشؤون الإقتصادية بصورة عامة وهل ما ينشر يلبي حاجة القارئ ؟ وهل هنالك غياب لأشكال صحفية معينة .

- كشفت الدراسة عن نقص فى أشكال الصحافة الاستقصائية التى باتت مطلوبة من قبل القراء، وكذلك الدراسات الإقتصادية المعمقة لنشرها فى الملاحق الإقتصادية عشية الأحداث الكبيرة كالمؤتمرات الإقتصادية العربية والإقليمية والدولية داخل الدولة .

المحور الثالث : الدراسة التحليلية :

كما ورد فى المحور الاول والخاص بالاطار المنهجى فقد قام الباحث بإختيار عينة عشوائية تمثل اسبوعاً من شهر نوفمبر من عام ٢٠١٤ وقد جاء اختيار هذه الفترة للعينة بسبب كثرة النشاطات الإقتصادية (من مؤتمرات إقتصادية عربية وإقليمية ودولية وورش عمل ونشاطات

بالحديث الصحفي والى (٨, ٠٪) فيما يتعلق بالمقال وهو الأمر الذي يعكس تراجع التغطية الصحفية الاستقصائية متمثلة في الحديث الصحفي والتحقيق الصحفي وتقلص مساحة الرأي بشكل ملحوظ.

يؤكد نشر هذا الكم من الأشكال الاخبارية ان مصدر التغطية كان يركز دائماً على مصدرين اساسيين هما (ما يوافق به مندوبى ومراسلى الملحق ووكالة الانباء الاماراتية^(١٩)) من مصادر للاخبار او التقارير، فمندوبو الملحق الاقتصادي كانوا يحضرون كل أو معظم النشاطات الاقتصادية اليومية داخل الدولة فضلاً عن مندوبى الوكالة المذكورة بالإضافة الى مراسليها فى الخارج .

جدول رقم (٢) توزيع الأنشطة الاقتصادية على الأشكال الإخبارية للملحق صحيفة الإتحاد

ت	النشاط الاقتصادي	للتكرار	النسبة المئوية
1	التجارة الداخلية	74	40.8
2	مؤتمرات ومعارض داخل الدولة	8	4.4
3	نشاطات عالمية	70	38.7
4	الاستثمارات الخارجية	3	1.7
5	الطاقة (البترول والطاقة المتجددة)	8	4.3
6	الاسهم والبونك	7	3.8
7	نشاطات عربية	8	4.3
8	السفر والسياحة	3	1.7
	المجموع	181	%100

اقتصادية داخلية وخارجية عقدت فى دولة الامارات العربية المتحدة) .

وللخروج بالمعطيات الاقتصادية الدقيقة قام الباحث بتصميم استمارة تحليل المضمون ، تم عرضها على مجموعة من الاساتذة المتخصصين بغية تحكيمها وأبداء وجهات النظر العلمية حولها حتى تصبح فى نهاية المطاف صالحة للتحليل وللوفاء بالمتطلبات البحثية المطلوبة^(١٧) وقد اشتملت الإستمارة على محاور متعددة تمثلت فى الآتى:

- ١- محور الاشكال الصحفية
 - ٢- اتجاهات الأنشطة الاقتصادية
 - ٣- التوزيع الجغرافى لاشكال التغطية
 - ٤- معدلات التغطية من حيث المساحة
 - ٥- المصادر التى استخدمت فى التغطية
 - ٦- أنواع التغطية (أخبار تقريرية، متابعة، استقصائية)
- وبعد تصنيف بيانات تحليل المضمون خرجت الدراسة بالمعطيات التالية^(١٨)

جدول رقم (١) عدد الاشكال الصحفية الخاصة بالتغطية للملحق الاقتصادي اليومى للاتحاد

النسبة المئوية	التكرار	القالب الصحفي
43%	181	الخبر
40.9%	177	التقرير
13.1%	57	التحقيق الصحفي
3.2%	14	الحديث الصحفي
0.8%	4	المقال
100	433	المجموع

يتضح من الجدول رقم (١) غلبة الطابع الاخبارى على المعالجة الصحفية حيث شكل كل من الخبر والتقرير (٨٣,٩٪) من اجمالى القوالب الصحفية المستخدمة. وجاء الخبر فى الترتيب الأول حيث سجل نسبة ٤٢٪ يليه التقرير (٤٠,٩٪) وبينما سجل التحقيق الصحفي (١٢,١٪) انخفضت النسبة الى (٢,٢٪) فيما يتعلق

وعند تحليل الجدول رقم (٢) والذي يَخَصُّ توزيع الأنشطة الاقتصادية على الأشكال الإخبارية للملحق صحيفة الإتحاد :

نجد ان نشاطات التجارة الداخلية في الدولة تصدّرت المرتبة الاولى بنسبة (٤٠,٨٪) مما يدل على مدى اهتمام ملحق الاتحاد في تغطيته لحركة النشاط الاقتصادي المحلي الجارى ، ثم جاءت من بعدها تغطية النشاطات التجارية العالمية بالمرتبة الثانية بنسبة ٢٨,٧٪ وهو بحد ذاته مؤشّر على الانتعاش الاقتصادي الذي يمر به الاقتصاد الاماراتى بعد الازمة الاقتصادية العالمية التي حدثت في عام (٢٠٠٨) وُنفّتح التجارة الإماراتية على العالم وسعى الملحق لتغطيتها لإطلاع القارئ الاماراتى على ما يجرى من حوله . أما تغطية المؤتمرات والمعارض التي أقيمت داخل الدولة فقد حظيت بنسبة ٤,٤٪ من اشكال التغطية ، اما اخبار الطاقة فقد بلغت ٤,٣٪ من مجمل التغطية الكلية للملحق، وجاءت اخبار النشاطات العربية في مجال التجارة والاقتصاد ٤,٣٪ اما اخبار السفر والسياحة والاستثمارات الخارجية فكانت بنسبة متساوية ١,٧٪ من بين مجمل التغطية .

من مصادر الصحيفة من داخل الدولة (من مندوبيها ووكالة الأنباء الإماراتية)، وهذا مؤشّر على اعتماد الصحيفة على مندوبيها المنتشرين في داخل الإمارات والوزارات لتزويدها بالجديد من الإخبار الاقتصادية أولاً بأول ، وهو إتجاه الملحق في هذا الجانب ضمن السياسة التحريرية للصحيفة ككل . أما مصادر الملحق الإقتصادي من بقية دول العالم فجاءت بالمرتبة الثانية بنسبة وصلت 38.7% وهذا يدل على اشتراك الصحيفة من خلال وكالة الأنباء الإماراتية بعدة وكالات منها رويترز وفرنس برس والأشيو سيديتبرس والألمانية ... الخ التي تزودها بأنواع الأشكال الصحفية من الأخبار الاقتصادية . اما المصادر العربية فقد جاءت بالمرتبة الثالثة والأخيرة بنسبة ١٦,٦٪ بسبب انتشار مراسلى الوكالات العالمية في العواصم المهمة سواء العالمية او العربية وقيامهم بتزويد اهم الاخبار الاقتصادية لكل بقاع العالم عبر وكالاتهم التي يعملون فيها ومنها توزع للمشاركين ومنهم دولة الإمارات العربية المتحدة .

جدول رقم (٤) إتجاهات الأخبار المنشورة في الملحق الإقتصادي

النسبة المئوية	التكرار	نوع الخبر
22.1%	40	سلبي
33.8%	61	إيجابي
44.1%	80	سليمي إيجابي
100%	181	المجموع

يقصد الباحث بالأخبار السلبية أى تلك الجاهزة التي تأتي الى الصحيفة من المؤسسات بشكل بيانى أو

جدول رقم (٣) مصادر التغطية للأشكال الصحفية في الملحق الإقتصادي لصحيفة الإتحاد

ت	مصادر التغطية	التكرار	النسبة المئوية
1	داخل لدولة	81	44.7%
2	الدول العربية	30	16.6%
3	بقية دول العالم	70	38.7%
4	المجموع	181	100%

وبعد تفحص مخرجات التحليل التي وردت في الجدول الثالث والتي هي مصادر التغطية للأشكال الصحفية في الملحق الإقتصادي لصحيفة الإتحاد ، نجد أن المصدر الرئيسي للتغطية الإخبارية للملحق المذكور بلغت ٤٤,٧٪

إحصائي، أما الإيجابية فهي الأخبار المصنوعة من قبل طاقم الصحيفة (أى الصحفيين الذين يعملون فى الملحق) ، أما السلبية الإيجابية فهي الأخبار التى ترد الى الصحيفة من مؤسسات الدولة المختلفة وتعمل الصحيفة على دعمها وإعادة صياغتها وإستكمالها بما يتناسب مع سياستها التحريرية وما يتوقعه منها القراء. فالجدول رقم (٤) شكلت إتجاهات الأخبار السلبية الأيجابية منه ٤٤,١% واحتلت المرتبة الأولى لأنها دعمت من قبل الصحفيين وأعادوا صياغتها وتعززها من أرشيف الصحيفة وإستكملوها لكى تكون كاملة واضحة المعنى للقارئ، وهى تعبر عن إتجاه الصحيفة فى إعتداد مثل هذه الأخبار فى التغطية الإقتصادية. أما إتجاهات الأخبار الإيجابية فهى الجهد التحريرى لطاقم الملحق اليومى وشكلت ٢٣,٨% لتزويده بأحدث الأخبار الإقتصادية وإشباع حاجة القارئ منها. إلا أن إتجاهات الأخبار السلبية شكلت ٢٢,١% من مجمل الأخبار المنشورة فى الملحق وعادةً ترد جاهزة من المؤسسات المختلفة بشكل بيانات لكنها كانت الأقل نسبةً بين أقرانها من الإتجاهات الأخرى .

استنتاجات ختامية:

تناولت الدراسة التغطية الإخبارية الإقتصادية بأشكالها المعروفة (أخبار، تقارير، تحقيقات صحفية، ومقابلات ومقالات،... الخ) للملحق الإقتصادى لصحيفة الاتحاد الاماراتية اليومية من خلال دراسة عينة عشوائية من الملحق الإقتصادى اليومى خلال شهر نوفمبر (تشرين الثانى) ٢٠١٤ وقد إنطلقت الدراسة هذه عن ماهية طبيعة الاشكال الصحفية التى كان ينشرها الملحق المذكور ، ومدى شمولية التغطية الإقتصادية لهذا الملحق للاشكال الأخرى كنشر الدراسات المعمّقة او التحليلات الإقتصادية او توظيف الصحافة الاستقصائية بكل مخرجاتها لخدمة هذه التغطية لاشباع حاجات القراء المتزايدة من المواضيع الإقتصادية التى باتت محل اهتمام

اعداد كبيرة من القراء فى ايامنا هذه .
ومن خلال تحليل مضمون سبع ملاحق إقتصادية للصحيفة المذكورة (للايام ٤ و ٥ و ٧ و ٩ و ١٠ و ١١ و ٢٦/١١/٢٠١٤) **أوضح لنا ما يلى :**

١- إتّسمت التغطية الاعلامية الإقتصادية للملحق الإقتصادى اليومى لصحيفة الاتحاد الاماراتية للفترة المذكورة اعلاه فى هذا البحث بالكثافة حيث غطت الاشكال الاخبارية المنشورة النشاطات الإقتصادية داخل الدولة عدا الدراسات المعمّقة او التحليلات الإقتصادية او بعض انواع الصحافة الاستقصائية، وهى باتت ضرورة صحفية مهمة لاشباع حاجات القراء من الاشكال الاخبارية والصحفية آنفة الذكر فى ظل عالم بات يتناول المعلومة عبر وسائل التواصل الاجتماعى بشكل شامل ومنوع ومتاح بسهولة من قبل الجميع .

٢- تميّزت التغطية الاخبارية الإقتصادية للملحق الإقتصادى بالتنوع والآنية وبما يواكب حركة النشاط الإقتصادى اليومى الزاخر للدولة باماراتها السبعة دون الخوض بالمتابعة اللاحقة للنشاطات عدا المؤتمرات التى يستغرق انعقادها اياماً وتتطلب متابعة اخبارية وازدادت يومية عدّة من قبل مندوبى (وام) ومندوبى الملحق على السواء بغية اكتمال التغطية الاخبارية بشكل كامل حتى انتهاء المؤتمرات وعرض الصورة كاملة للقراء فى النهاية.

٣- من خلال تحليلنا لمضمون الاشكال الاخبارية الإقتصادية المنشورة فى الملحق تبين ان المسؤولين على اصدار الملحق من خلال السياسة التحريرية للصحيفة (والملحق اليومى جزء منها) ركزوا على التحرير الإخبارى الصرف لأشكال معينة .

٤- يحاول الملحق الإقتصادى القيام بنشر التغطية الاخبارية ومتابعتها بكم من التقارير لتسليط الضوء على ما يجرى فى الدولة من نشاطات إقتصادية متنوعة دون الخوض فى العمق التحليلى او الاستقرائى لتلك النشاطات.

٥- تتناغم هذه السياسة التحريرية للملحق اليومى مع

اسلوب التحرير الالكتروني الذي غالباً ما يميل الى التغطية الاخبارية الموجزة والبسيطة منذ ان انتشرت النسخ الالكترونية في صحف عدة ومنها صحيفة الاتحاد وملحقها موضوع دراستنا هذه والتي لاقت رواجاً بين اوساط المتصفحين من القراء منذ فترة ليست بالقصيرة. ٦- ينتهج القائمون على اصدار الملحق بالاعتماد بالدرجة الاساس على مندوبيهم في الداخل ووكالة الأنباء الإماراتية ومراسليها في العواصم المهمة من العالم (بغية تحقيق الاكتفاء الذاتي)، ثم جاءت الوكالات العالمية بالدرجة الثانية كمصدر آخر وتبعتها وكالات الأنباء العربية كمصدر ثالث بسبب وجود تنافس كبير بين مراسلي الوكالات العالمية في العواصم العربية من جهة واعتماد الملحق على استقاء الاخبار والمواد الصحفية الاقتصادية من وكالات مستقلة كالألمانية (أ د ب) المنتشر مراسليها في معظم عواصم ومدن العالم.

التوصيات:

١- على القائمين على الملحق الإقتصادي السعي لنشر الدراسات الاقتصادية المعمقة المتزامنة مع المؤتمرات والندوات وورش العمل التي تقام داخل الدولة بالتنسيق مع الجهة المستضيفة للنشاط الاقتصادي آنف الذكر ليتسنى للمسؤولين عن اصدار الملحق الاقتصادي الحصول على الوقت الكافي لدعوة المفكرين واساتذة الجامعات المختصين لكتابة الدراسات العلمية والتحليلات الاقتصادية المعمقة وتهيأتها قبل فترة مناسبة تمهيداً لنشرها بالتزامن مع النشاطات الاقتصادية المهمة آنفة الذكر .

٢- الاستفادة من خصائص الصحافة الاستقصائية في اعداد مواد صحفية متميزة بغية نشرها تساهم في إثراء الملحق بأشكال صحفية جاذبة للقارئ العادي والباحث المتخصص على حد سواء .

٣- نشر التحليلات المفيدة لكبار المختصين في الحقل الاقتصادي من العرب والاجانب بغية نشر المعرفة

الاقتصادية وجذب اعداد جديدة من القراء لمتابعة ما ينشر في الملحق الاقتصادي اليومي من علوم اقتصادية وتحليلات تساهم بشكل وآخر في دفع خطط التنمية وما يجرى من أستثمارات محلية وخارجية الى الامام بغية الحصول على الانتعاش الاقتصادي المنشود . ٤- ترجمة الدراسات الاقتصادية المهمة والتحليلات المعمقة عن الظواهر الاقتصادية والمنشورة في كبرى الصحف العالمية من اللغات العالمية الحية الى اللغة العربية واعادة نشرها في الملحق بغية الاستفادة منها من قبل جمهور القراء لتعزيز الايجابي منها وتجنب السلبى لتقوية الاقتصاد الوطنى والخليجى والعربى .

هوامش البحث

- 1- عبدالرزاق محمد الدليمي، الاعلام والتنمية، عمان، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، 2012، ص. 203
- 2- أبو سمرة، محمد، الاعلام التموي، دار الراجحة للنشر والتوزيع، عمان، 2011، ص. 11
- 3- مارجي فريتي، انبا شيفرين، جين فولبي، المركز الدولي للصحفيين، من منشورات جامعة كولومبيا، 2004، ص. 7
- 4- لطيفي، طارق، سياسات الاعلام والمجتمع، دار النهضة العربية، بيروت لبنان، 2010، الطبعة الاولى، ص. 70
- 5- د. خالد ضرار، اتجاهات الصحفيين والنخبة الاكاديمية ازاء دور الصحافة في التنمية الاقتصادية (الصحافة السودانية نموذجاً) بحث منشور في مجلة مركز الاتصال الجماهيري-جامعة الاهرام-الكندية العدد 11 السنة 2015، ص. 13
- 6- أمل السيد متولى، قارئية الصحف المصرية المتخصصة، دراسة تحليلية ميدانية، رسالة دكتوراه غير منشورة (جامعة القاهرة، كلية الاعلام / 2002م) ص. 235-244
- 7- أبو سمرة، محمد، الاعلام التموي، مصدر سابق، ص. 11
- 8- المشيخي، محمد بن عوض، الاعلام في الخليج العربي، واقعه ومستقبله، الكويت: مكتبة الفلاح للنشر والتوزيع، 2008، ص. 152-154، وأنظر:
- د. محمد معوض، دراسات في الاعلام الخليجي، دار الكتاب الحديث، القاهرة، 2000، ص. 14-15
- 9- المشيخي، محمد بن عوض، المصدر نفسه، ص. 153
- 10- المشيخي، محمد بن عوض، المصدر نفسه، ص. 154
- 11- اعلن في الموقع الرسمي للصحيفة <http://www.alittihad.ac>
- 12- ابراهيم، اسماعيل، الصحفي المتخصص، دار الفجر للنشر والتوزيع 2006 ط 2، القاهرة ص. 275-276 وأنظر (Riffe, Daniel, Lacy, Stephen & Fico, Frederick 2005 p67): وأنظر:
- السيد أحمد مصطفى عمر، الاعلام المتخصص، (القاهرة، دار الكتب 1988، ص. 52
- 13- أبو سمرة، محمد، الاعلام التموي، مصدر سابق، ص. 12
- 14- المشيخي، محمد بن عوض، الاعلام في الخليج العربي، واقعه ومستقبله، مصدر سابق، ص. 153، وأنظر:
- محمد معوض، دراسات في الاعلام الخليجي، مصدر سابق ص. 67
- 15- عبدالله بن محمد التويم، العوامل المؤثرة في ترتيب أولويات القضايا الاقتصادية في الصحف السعودية، رسالة دكتوراه غير

- منشورة، جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية، د.ت. ص. 17
- 16- الدكتور أسامة غازي المدني (اتجاهات النخبة الاقتصادية السعودية نحو معالجة المواقع الصحفية السعودية على شبكة الإنترنت للأزمة المالية العالمية دراسة ميدانية) 2009م 1430 هـ ص. 22
 - 17- حكمت الاستمارة من قبل الأساتذة الآتية أسماؤهم:-
أ. د. محمد فياض -أستاذ مشارك -كلية الإمارات للتكنولوجيا - أبو ظبي.
ب. د. خالد ضرار- أستاذ مساعد -كلية الإمارات للتكنولوجيا - أبو ظبي.
ج. د. عبدالعزیز الجبوري- أستاذ مساعد -كلية الإمارات للتكنولوجيا - أبو ظبي.
تضمن مضمون الاستمارة محاور متعددة: (محور الاشكال الصحفية، نوعية الانشطة الاقتصادية، التوزيع الجغرافي لاشكال التغطية، معدلات التغطية من حيث المساحة، المصادر التي استخدمت في التغطية، انواع التغطية: أخبار تفريرية، متابعة، استقصائية).
 - 18- أفرز منهج تحليل المضمون للباحث 5 جداول علمية مختلفة اوضحت كل اشكال التغطية الاخبارية التي نشرها الملحق الاقتصادي اليومي لصحيفة الاتحاد الاماراتية موضوع البحث .
<http://www.wam.ac/ar/services.html> (19)الموقع الرسمي لوکالة الانباء الاماراتية :
تأسست وكالة أنباء الإمارات (وام) في نوفمبر عام 1976 بقرار وازري، وبدأت إرسالها في 18 يونيو 1977 وتستقبل اليوم إرسال جميع وكالات الأنباء العربية ومعظم وكالات الأنباء الدولية من خلال مختلف وسائل الاتصالات الحديثة، وترتبط باتفاقيات للتعاون والتبادل الإخباري مع أكثر من 20 وكالة عربية ودولية، وهي عضو في اتحاد وكالات دول مجلس التعاون لدول الخليج العربية واتحاد وكالات الأنباء العربية واتحاد وكالات الدول الإسلامية ومجمع وكالات دول عدم الانحياز اضافة الى عضويتها في اتحاد وكالات الأنباء العالمية.
الخدمات التي تقدمها (وام) للمؤسسات الإعلامية:
- خدمة الأخبار النصية والصور الفوتوغرافية عبر البريد الإلكتروني (E-mail).
للأخبار النصية (Data Leased Line) خدمة الخط المباشر فقط وباللغتين العربية أو الإنجليزية.
- الخدمة التلفزيونية:
- بالأقمار الصناعية لكافة أنحاء العالم.
- عبر الألياف البصرية فقط للمشاركين داخل دولة الإمارات

العربية المتحدة.

- الإرسال عبر بروتوكول FTP بالإمكان إرسال مقطع فيديو للخبر التلفزيوني إلى أي جهاز كمبيوتر مرتبط بشبكة الانترنت ولديه عنوان Public IP address وذلك باستخدام بروتوكول mp3 على شكل ملف نوع mp3.

- <http://www.wam.ae/ar/services.html>.

- Fan, David P. (1988). Predictions of public opinion from the mass media. New York, NY: Greenwood Press.p66.

-Riffe, Daniel, Lacy, Stephen & Fico, Frederick (2005). Analyzing media messages: Using quantitative content analysis in research. Hillsdale, NJ: Erlbaum.p89.