

Coverage of the UAE Press on Sustainable Development Issues (A study of the Economic Supplements in the Newspapers of the Union and the Gulf)

Abdul Malek Radman Al-Danani^{1*} and Khalid Abdullah Ahmed Darar²

¹*Associate Professor of Communication - Emirates College of Technology - Abu Dhabi, Faculty of Media, Sana'a University*

²*Assistant Information Professor -Emirates College of Technology - Abu Dhabi, Faculty of Information, International University of Africa - Khartoum*

E-mail: d_aldanani@yahoo.com

Received: 13 Jan. 2019 Revised: 7 Mar. 2019 Accepted: 3 June. 2019 Published: 1 July. 2019

Abstract: The media plays an important role in the economic field to contribute to the process of comprehensive development of life and the establishment of modern values in economic activity by highlighting them and conducting dialogues and criticism of development plans drawn up and disclosing the challenges and obstacles to their implementation.

The economic press contributes to the achievement of the media objective by increasing the knowledge of development issues to the reader, uncovering mistakes that can be made and pointing to shortcomings, criticizing the negatives, violations, and abuses that may be committed by some here or there, but also participate in the development of appropriate proposals and solutions. The right treatments, which can contribute effectively to the process of sustainable development since the role of the media is no longer limited to the transfer of the event as it is, but reshape it, as they see it.

The importance of the study is to identify and clarify the role played by the specialized economic press in following up and covering the activities and events and details of the developments related to the sustainable development taking place in the United Arab Emirates, as well as the interest in spreading awareness of developmental issues among the citizens through an analytical scientific study of a sample of the Economist Annex in the UAE and Gulf newspapers.

The study aims at identifying the methods of covering the UAE specialized press for economic issues related to sustainable development issues. And to identify the most important issues addressed by the economic attachés in the newspapers and the Gulf in their coverage of the issues of sustainable development during 2017, And also to identify the strengths and weaknesses, agreement and differences between the two annexes the subject of the study in addressing the issues of sustainable development. As well as diagnostic formats and the most frequently used journalistic arts in addressing sustainable development issues.

Keywords: Sustainable Development, Development Media, Economic Press, UAE and Gulf Newspapers, Economic Attachés.

تغطية الصحافة الإماراتية لقضايا التنمية المستدامة

(دراسة للملحقين الاقتصاديين في صحيفتي الاتحاد والخليج)

د. عبد الملك ردمان الدناني¹ - د. خالد عبد الله أحمد درار²

¹أستاذ الاتصال المشارك بكلية الإمارات للتكنولوجيا - أبو ظبي، كلية الإعلام بجامعة صنعاء

²أستاذ العلاقات العامة المساعد بكلية الإمارات للتكنولوجيا - أبو ظبي، كلية الإعلام بجامعة إفريقيا العالمية - الخرطوم

الملخص: تقوم وسائل الإعلام بدور مهم في المجال الاقتصادي بهدف الإسهام في عملية التنمية الشاملة للحياة وترسيخ قيم حديثة في النشاط الاقتصادي، من خلال تسليط الضوء عليها وإجراء الحوارات وانتقاد الخطط التنموية المرسومة والكشف عن تحديات ومعوقات تنفيذها، فضلاً عن تعريف أفراد المجتمع بأهداف التنمية المستدامة، وتقويم المشاريع ومستوى الأداء ونتائج خطط التنمية الآنية والمستقبلية.

تسهم الصحافة الاقتصادية في تحقيق الهدف الإعلامي من خلال زيادة معرفة القارئ بالقضايا التنموية، والكشف عن الأخطاء التي يمكن أن ترتكب، والإشارة إلى مكامن القصور، ونقد السلبيات والمخالفات والتجاوزات التي يمكن أن يرتكبها البعض هنا أو هناك، بل يتعداها إلى المشاركة في وضع المقترحات والحلول المناسبة والمعالجات الصائبة التي يمكن أن تساهم بفاعلية في عملية التنمية المستدامة، بحكم أن دور الإعلام لم يعد يقتصر على نقل الحدث كما، هو بل يعيد تشكيله كما يرى القائمون عليه.

تتم أهمية الدراسة في كونها تشخيص وتوضيح للدور الذي تقوم به الصحافة الاقتصادية المتخصصة في متابعتها وتغطيتها للأنشطة والفعاليات وتفاصيل التطورات المتصلة بالتنمية المستدامة التي تحدث في دولة الإمارات العربية المتحدة، وكذلك الاهتمام بنشر الوعي بالقضايا التنموية بين المواطنين، من خلال دراسة علمية تحليلية لعينة من الملحقين الاقتصاديين في صحيفتي الاتحاد والخليج الإماراتيتين.

وتهدف الدراسة إلى التعرف على أساليب تغطية الصحافة الإماراتية المتخصصة للقضايا والمواضيع الاقتصادية المتصلة بقضايا التنمية المستدامة. والوقوف على أهم القضايا التي تناولها الملحقين الاقتصاديين في صحيفتي الاتحاد والخليج في تغطيتهما لقضايا التنمية المستدامة خلال عام 2017، وكذلك الكشف عن نقاط القوة والضعف والاتفاق والاختلاف، بين الملحقين موضوع الدراسة، في تناولهما لقضايا التنمية المستدامة، فضلاً عن تشخيص الأشكال والفنون الصحفية الأكثر استخداماً في معالجة الملحقين القضايا التنمية المستدامة.

كلمات مفتاحية: التنمية المستدامة، الإعلام التنموي، الصحافة الاقتصادية، صحيفتي الاتحاد والخليج الإماراتيتين، الملحقين الاقتصاديين.

1 المقدمة:

تُعَدُّ التنمية المستدامة حصيلة تكامل مجالات التنمية المختلفة "التنمية البشرية، الإدارية والتشريعية، الذاتية، النفسية، البيئية، التنمية العلمية والبحثية والتقنية (Technology)، الاجتماعية، السياسية، وصولاً إلى التنمية الاقتصادية"، وهي ليست مجالاً محدداً من مجالات التنمية التي يمكن إنجازها بمعزل عن المجالات الأخرى. كذلك، فالتنمية الاقتصادية تتضمن مجالات متعددة تتكامل في مجملها لتشكل نقلة نوعية في المجال التنموي.

تتمثل مسؤولية وسائل الإعلام المختلفة "صحافة، إذاعة وتلفزيون" تجاه عملية التنمية المستدامة في تزويد أفراد المجتمع بأكبر قدر من المعلومات والبيانات المتصلة بالسياسات والبرامج، الأمر الذي يدفع أفراد المجتمع للإسهام الإيجابي في تنفيذ خطط التنمية المختلفة. ويحتل الإعلام مكانة محورية في تقدم المجتمعات وتطورها وفي مجالات حياتهم وأسباب رفاهيتهم، حيث إن وسائل الإعلام وتقنيات المعلومات الحديثة تتيح لأفراد المجتمع إمكانيات متطورة وفرصاً للارتقاء في سلم التنمية، غير أن الكثير من الشعوب والأمم، لا سيما الأكثر فقراً، لا تتاح لها إمكانيات إنتاج المعلومات ونشرها واستخدامها بصورة حقيقية ومنصفة، الأمر الذي يحرمها من استغلال فرص التنمية الحديثة. وفي هذا السياق، فإن التداول الحر للمعلومات والأفكار والمعارف والانتفاع الحر والمتكافئ بها، تشكل عوامل أساسية لتمكين الجماهير وضمان مشاركتهم في مجتمعاتهم.

ينطلق هذا الدور من التطور القائم بين الإعلام والتنمية من المنظور الذي يؤمن بأن المعرفة ليست عنصراً منفصلاً عن الواقع المادي الذي يفرزها من خلال التفاعل المستمر معها، وأن هذه العلاقة بين الفكر والعمل هي التي توضح وتحدد شكل الصلة بينهما.

تسلط هذه الدراسة الضوء على الإسهامات التي يمكن أن تقدمها وسائل الإعلام ممثلةً في الصحافة بقضايا التنمية المستدامة، وركزتُ على الصحافة الإماراتية ممثلةً بصحيفتي "الاتحاد والخليج الإماراتيتين" خلال عام 2017، لما لهما من أدوار مهمة في تزويد القراء بمختلف المعلومات التي تعين في اتخاذ القرارات بالنسبة للأفراد، لاسيما في ظل التطور التنموي الواسع الذي تشهده دولة الإمارات، حيث احتلت دولة الإمارات العربية المتحدة لعدة سنوات المركز الثالث أو الثاني عالمياً بالنسبة لمتوسط دخل الفرد. (تهامي، مهند علي، 2012)

قُسمت الدراسة إلى ثلاثة مباحث، حُصص الأول منها للإطار المنهجي للدراسة، وتناول المبحث الثاني الإطار النظري حول الإعلام والتنمية المستدامة، وركز المبحث الثالث على الدراسة التحليلية لعينة من الملاحق الاقتصادية لصحيفتي "الاتحاد والخليج" الإماراتيتين.

2 الإطار العام للبحث:

1-2 مشكلة الدراسة:

تركز هذه الدراسة على القضايا الاقتصادية في الملحقين الاقتصاديين لصحيفتي "الاتحاد والخليج الإماراتيتين"، حيث تُعَدُّ التنمية مجالاً مهماً من مجالات التطور والارتقاء بالواقع الاجتماعي والتعبئة الجماهيرية. تعمل الصحافة الاقتصادية على تعزيز الوعي والاهتمام وتشجيع السلوك الإيجابي من خلال نقل الحقائق الواقعية بحيادية وموضوعية. (آل تويم، عبد الله بن محمد، 2007). وتتبلور مشكلة الدراسة في التساؤل الآتي: ما اتجاهات تناول القضايا الاقتصادية بالملحقين

الاقتصاديين لصحيفتي الاتحاد والخليج الإماراتيتين؟ ويتفرع من هذا التساؤل العديد من التساؤلات التي تتصل بنوعية الأشكال الصحفية المستخدمة خلال مدة الدراسة، ومستوى استكمال المواد الصحفية، والمصادر التي اعتمد عليها الملحقان في تغطيتهما للقضايا الاقتصادية، فضلاً عن طبيعة القضايا المتصلة بمواد الرأي والاستقصاء بالملحقين، وغير ذلك من الأسئلة.

2-2 أهمية الدراسة:

تكمن أهمية هذه الدراسة في كونها تهتم بتشخيص وتوضيح الدور الحيوي والمهم الذي تقوم به الصحافة الاقتصادية المتخصصة في التنمية المستدامة في متابعتها وتغطيتها للأنشطة والفعاليات وتفاصيل التطورات الاقتصادية التي تحدث في دولة الإمارات العربية المتحدة، وكذلك الاهتمام بنشر الوعي بالقضايا الاقتصادية والتنموية بين المواطنين من خلال دراسة تحليلية لِعَيِّنَةٍ من الملحقين الاقتصاديين في صحيفتي الاتحاد والخليج الإماراتيتين خلال عام 2017.

2-3 أهداف الدراسة:

تهدف هذه الدراسة إلى الآتي:

- التعرف على الأساليب المستخدمة في تغطية الصحافة الإماراتية المتخصصة بالقضايا والمواضيع الاقتصادية.
- التعرف على القضايا التي تناولها الملحقان الاقتصاديان في صحيفتي الاتحاد والخليج في تغطيتهما للقضايا الاقتصادية خلال عام 2017.
- الكشف عن نقاط القوة والضعف والاتفاق والاختلاف بين الملحقين موضوع الدراسة.
- توضيح المصادر التي اعتمد عليها الملحقان في تغطيتهما الصحفية للقضايا الاقتصادية.
- التعرف على الفنون والأشكال الصحفية الأكثر استخداماً في معالجة الملحقين للقضايا الاقتصادية.
- معرفة المساحة المخصصة لطبيعة القضايا في الملحقين الاقتصاديين موضوع الدراسة.

2-4 تساؤلات الدراسة:

- تسعى هذه الدراسة للإجابة على العديد من التساؤلات، ويمكن إيجازها بالآتي:
- ما الأنماط الصحفية في ملحق صحيفتي الاتحاد والخليج الاقتصاديين؟
 - ما مستوى توزيع الأشكال الخبرية في الملحقين؟
 - ما نوعية الأخبار "الإيجابية" و"السلبية" التي تحتل مساحة واسعة في الملحقين الاقتصاديين؟
 - ما نوعية الفنون الصحفية المستخدمة في التغطية الصحفية في الملحقين؟
 - ما مجالات تغطية الملحقين للقضايا الاقتصادية؟
 - ما المصادر التي يعتمد عليها الملحقين في متابعة القضايا الاقتصادية؟
- ويمكن صياغة فرضيات الدراسة على النحو الآتي:
- لا يوجد اختلاف بين تغطية الملحقين الاقتصاديين في صحيفتي الاتحاد والخليج لقضايا التنمية المستدامة.
 - يركز الملحقين الاقتصاديين في صحيفتي الاتحاد والخليج على تغطية القضايا الاقتصادية الداخلية.

5-2 منهج الدراسة:

تُعَدُّ هذه الدراسة من الدراسات الوصفية التي تعتمد على استخدام منهج المسح، حيث يُعَدُّ أنسب المناهج ملائمة للدراسات الوصفية التي تسعى إلى وصف ما هو كائن وتفسيره. كما أن المنهج المسحي هو الشكل الرئيس أو المعياري لجمع المعلومات عندما تشمل الدراسة المجتمع الكلي أو تكون العينة كبيرة ومنتشرة بالشكل الذي يصعب الإلمام بمفرداتها، الأمر الذي يوفر مجالاً من الوقت والنفقات والجهد المبذول من خلال خطوات منهجية وموضوعية، ولذلك يُعَدُّ المنهج الرئيس لدراسة جمهور وسائل الإعلام في إطارها الوصفي والتحليلي. فيما يتصل بجمع المعلومات والبيانات، فقد تم الاعتماد على أداة تحليل المضمون كأداة أساسية في الحصول على البيانات الأولية بُغية تحليل الملحقين الاقتصاديين لصحيفتي الاتحاد والخليج الإماراتيتين، فضلاً عن أداتي المقابلة والملاحظة كأدوات مساعدة في عملية التحليل.

وتضمنت استمارة تحليل المضمون عدداً من الوحدات، تمثلت في الآتي:

- الأشكال الخبرية وتشمل: الخبر، التقرير، التحليل.
- مستوى اكتمال الأخبار "مكتملة، غير مكتملة".
- نوعية الأخبار "سلبية، إيجابية، سلبية إيجابية".
- المصادر "ذاتية، محلية، خارجية".
- المواد الاستقصائية ومواد الرأي بالملحقين.
- مجالات التغطية "داخلية، خارجية، داخلية خارجية".
- حجم الإعلان بالملحقين.

وتم إخضاع استمارة تحليل المضمون للتحكيم من جهة بعض الزملاء المختصين في مجال الإعلام، وهم من زملائنا أعضاء هيئة التدريس في كلية الإمارات للتكنولوجيا.

6-2 مجتمع الدراسة:

يتمثل مجتمع البحث في أعداد الملحقين الاقتصاديين في صحيفتي الاتحاد والخليج خلال عام 2017م، ولما كانت كمية الأعداد كبيرة نسبياً، وكان أسلوب المعاينة يعطي النتائج نفسها، فقد تم أخذ عينة عشوائية منتظمة من الملاحق الصادرة خلال مدة الدراسة قوامها أربعة أعداد لكل شهر من كل ملحق اعتماداً على أسلوب الأسبوع الصناعي، ومن ثم كان إجمالي الأعداد التي خضعت للتحليل 48 عدداً من كل ملحق. فالعينة المنتظمة هي إحدى أساليب الاختيار العشوائي أو الاحتمالي، وتتميز بوجود مسافات متساوية بين وحدات المعاينة التي يتم اختيارها، وتستخدم هذه العينة في حالة تجانس المجتمع وهي حالة هذه الدراسة. (مسعد، محيي الدين، 2000).

7-2 الدراسات السابقة:

اطلع الباحثان على العديد من الدراسات السابقة، منها دراسات تم إعدادها من جهة باحثين في الدراسات العليا للحصول على الماجستير والدكتوراه، وبعضها الآخر بحوث علمية منشورة في مجلات علمية محكمة، ولا يتسع المجال لعرضها بحكم الالتزام بضوابط المشاركة في المؤتمر والنشر، كما استفادا منها ومن الأفكار التي وردت فيها، ولوحظ أن بعض الدراسات السابقة تناولت أفكاراً بحثية قريبة من هذه الدراسة أو أنها تناولت أجزاء منها. ومن بين الدراسات التي أطلع عليها الباحثان:

دراسة بعنوان: اتجاهات الصحفيين السودانيين والنخبة الأكاديمية إزاء دور الصحافة في التنمية الاقتصادية - الصحافة السودانية أمودجاً. (درار، خالد عبد الله، 2015)، هدفت إلى التعرف على آراء ووجهات نظر الصحفيين والنخبة الأكاديمية عن دور الصحافة في التنمية الاقتصادية في السودان، والتعرف على آراء المبحوثين عن واقع اهتمام الصحافة السودانية بالشؤون الاقتصادية، والوقوف على المشكلات التي تواجه الصحافة الاقتصادية في السودان، سواء المتخصصة منها أو تلك الصفحات الاقتصادية بالصحف الشاملة، وكذلك الملاحق الاقتصادية للصحف الشاملة، للتعرف على مدى قدرة الصحافة السودانية على تشكيل الاتجاهات تجاه السياسات والبرامج الاقتصادية في الدولة. وخرجت الدراسة بالعديد من النتائج، منها:

- أن مستوى الاهتمام لا يفي باحتياجات القراء من المعلومات الاقتصادية، حيث اضطبغت المناقشات العامة للقضايا الاقتصادية وتغطية الأنشطة الاقتصادية من جهة الصحافة السودانية بوجهة النظر الرسمية.
 - تتأول الصحافة السودانية لمجمل القضايا والشؤون والموضوعات الاقتصادية تناولاً إخبارياً بسيطاً وسطحياً لا يلبي أدنى احتياجات عامة القراء ولا المتخصصين ولا تفيد مواقع صنع القرارات الاقتصادية.
 - هناك عدم رضا عن أداء الصحافة السودانية تجاه الأدوار المتمثلة في نشر القيم الاقتصادية والتعريف بالمفاهيم الاقتصادية، وكذلك فيما يخص رفع مستوى الوعي والتأثير في الرأي العام وفي صانع القرار والمشرع والمستثمر والمستهلك والعمالة وتفسير التعديلات والتشريعات للجمهور وتغيير الانطباعات السلبية.
 - أشارت الدراسة إلى أن الصحافة السودانية لا تملك القدرة الكافية في تشكيل الاتجاهات نحو السياسات والبرامج الاقتصادية نسبة لمحدودية مفرؤويتها ونوعية المضامين التي تحملها فيما يتصل بالقضايا الاقتصادية.
 - دراسة بعنوان: دور الصحافة في معالجة مشكلات التنمية المستدامة بالتطبيق على عينة من الصحف العربية اليومية في المدة ما بين 2005-2007. (د. مجدي محمد عبد الجواد، 2016) ، حيث قام الباحث بتحليل 724 موضوعاً صحفياً جاءت موادها في بعض الصحف العربية اليومية (الأهرام، القيس، الخليج، الصحافة، والسفير) عن قضايا التنمية المستدامة في البلدان العربية خلال المدة ما بين 2005-2007، وتمثل ذروة الأحداث التنموية في الوطن العربي، ومن أهم النتائج التي توصلت إليها هذه الدراسة:
 - أن التنمية البشرية على قائمة اهتمامات الصحف العربية اليومية عموماً، وذلك بنسبة 25.7%.
 - جاءت صحيفة السفير اللبنانية، الأعلى اهتماماً على مستوى الصحف العربية اليومية، وذلك بنسبة 37.4%.
 - تصدرت صحيفة الصحافة التونسية قائمة الصحف العربية اليومية اهتماماً بالتنمية السياسية وذلك بنسبة 32.2%.
 - جاءت صحيفة الخليج الإماراتية الأكثر تناولاً واهتماماً بقضية التنمية الاقتصادية وذلك بنسبة 26%.
- لعل أبرز ما يميز هذه الدراسة عن الدراسات السابقة:**
- تركيزها على الصحافة الاقتصادية الإماراتية، والملحقان الاقتصاديان في صحيفتي الاتحاد والخليج على وجه التحديد.
 - توضيحها للعلاقة القائمة بين دور الملاحق الاقتصادية في التنمية المستدامة.
 - تنفيذها في خضم التطورات الاقتصادية المتسارعة التي تعيشها دولة الإمارات.

8-2 المفاهيم المتصلة بالدراسة:

التنمية المستدامة: يُقصد بالتنمية المستدامة كافة بنى المجتمع، وتتضمن مجالاته المادية والمعنوية، فهي ليست مجرد عملية نمو اقتصادي، وإنما لها أبعادها الحضارية والاجتماعية، واستراتيجيتها حضارية شاملة. وقد عرّف تقرير "برونتلاند" الذي أصدرته اللجنة الدولية للبيئة والتنمية عام 1987 بعنوان: "مستقبلنا المشترك" التنمية المستدامة بأنها التنمية التي تلبي احتياجات الحاضر من دون أن تعرض قدرة الأجيال التالية على إشباع احتياجاتها للخطر. وتتوجه جهود التنمية المستدامة في جانبها المادي والبشري لمواجهة الفاقد وتعظيم الاستفادة من الموارد وحمايتها وتأهيلها للاستمرار عبر الأجيال. ويمكن التعرف على مصطلح التنمية المستدامة ودور الإعلام في تفعيل برامجها بهدف الارتقاء بالمجتمع وتحقيق تطلعاته المنشودة.

التنمية الاقتصادية:

هي العملية التي من خلالها يمكن زيادة متوسط نصيب الفرد من إجمال الناتج القومي خلال مدة زمنية محددة، وذلك من خلال رفع متوسط إنتاجية الفرد واستخدام الموارد المتاحة لزيادة الإنتاج خلال تلك المدة. وهي نتاج لعمليات معقدة لكل من التعليم والخبرة والعمليات الانفعالية، وتشمل كافة أشكال التفضيلات، ووجهات النظر العلمية المؤيدة أو المعارضة، وأشكال المعالجة التي اتسمت بها تناول القضايا الاقتصادية من جهة الملحقين الاقتصاديين بالصحفيين محل الدراسة. والمهام المنفردة ذات المجالات المشتركة في العملية الإعلامية فيما يتصل بالقضايا الاقتصادية والتنمية المستدامة بصورة عامة.

الإعلام التنموي: تعددت التعريفات التي وضعها الباحثون والمختصون في مجال الإعلام حول تعريف الإعلام التنموي، وأقصر هذه التعريفات الذي يرى بأنه: المنظومة الإعلامية الرئيسية أو الفرعية المتخصصة في مجال التنمية، ووفقاً لهذا المفهوم فإن الإعلام التنموي يتناول ضمناً، النشاط الإعلامي أو ما يعرف بالعملية الإعلامية، وطبيعة الرسالة الإعلامية، وصيغ التدخل المباشر أو غير المباشر للتأثير في السلوك.

9-2 الصحف اليومية الإماراتية محور الدراسة:

تشجع دولة الإمارات على نمو الصحف الأهلية المستقلة، لا سيما بعد أن تخلت عن سيطرتها الرسمية على أكبر مجموعة إعلامية في البلد، هي مؤسسة "الإعلام الإماراتية"، وتتمتع باستقلالها في الإدارة وفي الرأي، على الرغم من أنها ظلت إلى مدى محدد معتمدة على التمويل الحكومي، ذلك إن معظم الصحف الإماراتية في الغالب يديرها القطاع الخاص، وأن عملية الخصخصة في تزايد مستمر، كما هو حاصل في العديد من المجالات التنموية الأخرى. (تهامي، مهند علي، 2012)، حيث تنبأ المختصون في الاتصال السياسي والإعلام التنموي بأن الصحافة العربية ستؤدي دوراً مهماً في عملية البناء والتشييد وعملية التنشئة الاجتماعية والتوعية السياسية والمشاركة في صناعة القرار السياسي والمشاركة السياسية. (قيراط، محمد، 2005).

ويصدر حالياً في الإمارات ثمان صحف يومية باللغة العربية، ويصدر مع هذه الصحف العديد من الملاحق والصفحات المتنوعة في شتى مجالات المعرفة الاقتصادية والثقافية والصحية والفنية، والرياضية، وهي مواكبة للتطورات التقنية الحديثة الحاصلة في المجال الصحفي العالمي. وقد وقع اختيارنا في تطبيق هذه الدراسة على تحليل الملحقين الاقتصاديين بصحيفتي الاتحاد والخليج بحكم أنهما من أقدم الصحف صدوراً في دولة الإمارات، وتصدران في إمارتي أبوظبي والشارقة. يبين الجدول الآتي الصحف اليومية الحكومية والأهلية التي تصدر باللغة العربية في الإمارات:

الصحف اليومية الصادرة في دولة الإمارات وتواريخ صدورها				
ت	اسم الصحيفة	تاريخ صدورها	ملكية الصحيفة	مكان صدورها
1-	الاتحاد	1969/10/20م	حكومية	أبوظبي
2-	الخليج	1970/10/19م	أهلية	الشارقة
3-	الوحدة	1973/8/6م	أهلية	أبوظبي
4-	الفجر	1975/3/7م	أهلية	أبوظبي
5-	البيان	1980/5/10م	حكومية	دبي
-	أخبار العرب - تحول تسميتها عام 2011	2001/11/27م	أهلية	أبوظبي
6-	الإمارات اليوم	2005/9/19م	حكومية	دبي
7-	الرؤية	2009/3/15م	أهلية	أبوظبي
8-	الوطن - بالتسمية الجديدة	2011/10/13م	أهلية	أبوظبي

صحيفة الاتحاد:

صدر العدد الأول من صحيفة الاتحاد عام 1969، أي قبل عامين من إعلان قيام دولة الإمارات العربية المتحدة عام 1971، وجاء صدورها متزامناً مع الخطوات التمهيدية لقيام الاتحاد، المتمثلة في اجتماع حكام الإمارات في أبوظبي للاتفاق على قيام الدولة الاتحادية، وكرست الصحيفة عددها الأول الذي تألف من 12 صفحة بالحجم النصفى لتغطية تلك المناسبة خبراً وتعليقاً وتحليلاً. ظلت الاتحاد ترأخ بين الصدور الأسبوعي واليومي إلى عام 1972، حيث صدرت بشكل يومي إلى أن شهدت تطورات تقنية، وظهر الاهتمام بعملية الإخراج والتبويب، كما ازداد عدد النسخ الورقية من المطبوعة. ومنذ عام 1985، تحولت الاتحاد إلى مؤسسة مستقلة مالياً وإدارياً عن وزارة الإعلام، بصدر مرسوم بإنشاء مؤسسة الاتحاد للصحافة والطباعة والنشر.

في عام 1981، أدخلت صحيفة الاتحاد تجربة حديثة في مجال تطور 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. في عام 1992، بدأت مرحلة أخرى من التطوير من حيث التقنيات والإمكانات الفنية والمهنية عندما انتقلت إلى مبناها الجديد، وتم شراء مطبعة حديثة من طراز "جلوس وار" التي تدار بالحاسوب والتي يمكنها طبع 50 ألف نسخة في الساعة، وطبع صحيفة في 36 صفحة بالقطع العادي مع طباعة الصفحة الأولى بالألوان، وكذلك الأخيرة وصفحتين داخليتين بأربعة ألوان إضافية، وتم تزويد المطبعة بأحدث آلات الطباعة، منها آلات "الأوفست" لطباعة الملازم الملونة، وجهاز فرز الألوان من خلال الليزر. (المشيخي، محمد بن عوض، 2008).

وتعد الاتحاد أول صحيفة إماراتية تدخل إلى شبكة الإنترنت عام 1996 لتقديم خدمة متطورة لقارئها، وتم توفيرها في مراحلها الأولى مجاناً، ويمكن للمشاركين في الشبكة الاطلاع على محتويات العدد اليومي والأعداد السابقة من خلال موقعها الإلكتروني: www.emi.co.ae. (الدناني، عبد الملك، 2003).

في عام 2000، حظيت صحيفة الاتحاد بمرحلة أخرى من التطوير أسفرت عن نقلة ملموسة في شكلها الإخراجي ومضمون المادة الصحافية المقدمة للقارئ. ومع صدور العدد 10000 من "الاتحاد" عام 2003، دخلت الصحيفة

مرحلة تطور واسعة من حيث الشكل والمضمون استهدف الارتقاء بمستوى الأداء المهني ونقله نوعية في الخدمة الصحفية المقدمة للقارئ، ومواكبة التطور التقني في وسائل الاتصال، مع التركيز في طرح القضايا وتنوعها والاهتمام بالمعالجة الصحفية المتميزة للموضوعات الجماهيرية والقضايا المحلية والعربية والدولية، وشهدت عملية التطوير إدخال تغييرات إخراجية على صفحات الصحيفة وخفض عدد الصفحات إلى 32 صفحة، وإعادة تبويب الصفحات، واستحداث خدمات متطورة وزوايا وأبواب صحافية.

منذ العدد الأول لصدور الصحيفة، خصصت "الاتحاد" صفحة تهتم بالشؤون الاقتصادية والنفط، ثم تحولت إلى باب أسبوعي يهتم بمتابعة الشؤون الاقتصادية، وفي عام 1980 بدأت التغطيات الاقتصادية تظهر يومياً في صفحة كاملة تحت عنوان "أخبار المال والاقتصاد"، وفي عام 1996، وتزامناً مع الاحتفالات باليوم الوطني للإمارات، وبالتوازي مع التطور المستمر الذي تشهده الصحيفة، صدر ملحق اقتصادي باسم "الاتحاد الاقتصادي"، وما يزال الملحق مستمر بالصدور حتى الآن، ويتألف الملحق من 16 صفحة، وتوسعت مجالات تغطيات الملحق لتشمل قطاعات التنمية المستدامة المختلفة، منها التنمية السياحية التي تحتل مكانة بارزة في صفحات الملحق الاقتصادي. (آل علي، فوزية عبد الله، 2016).

• صحيفة الخليج:

تُعد صحيفة الخليج أول صحيفة يومية أهلية تصدر في الإمارات، أسسها الأخوين تريم وعبد الله عمران بعد أن أنهيا دراستهما في القاهرة، وصدر العدد الأول من صحيفة الخليج عام 1970، فكانت الأعداد الأولى تُحرر في الشارقة وتُطبع في الكويت، وتأتي موادها الصحفية من الشاطئ ممتداً من مسقط والمهرة جنوباً حتى الكويت شمالاً، وتصدر ليقراها عرب الخليج على الامتداد نفسه. (كتاب الخليج، 40 عاماً من الريادة والعطاء). وظلت صحيفة الخليج بعد عودتها الثانية تستخدم مطبعة منفصلة عن المبنى المستأجر للإدارة والتحرير في الشارقة، واستمر الحال هكذا حتى العدد الصادر في أول يناير عام 1991، وعكست هذه الخطوات شعور إدارة صحيفة الخليج في نهاية عقد الثمانينيات من القرن العشرين بضرورة مواكبة التطورات التقنية في عالم الصحافة، وأدخلت نظام الإنتاج الإلكتروني وشيدت مبنى حديثاً بها، وتم تحديث مطابعها حيث أصبح بالإمكان إصدار 28 صفحة منها 6 صفحات ملونة، وشهد مطلع عقد التسعينيات من القرن العشرين إدخال الألوان في العناوين والصور والإعلان على امتداد صفحات الصحيفة.

والملكية الأهلية للخليج جعلها تتميز بسياسة تحريرية تختلف عن الصحف المحلية الأخرى، من حيث معالجة المادة الصحفية المقدمة للقارئ وأسلوب عرضها، وتتمتع بهامش أوسع في تناول القضايا السياسية والحساسة محلياً وخليجياً وعربياً ودولياً، وإن كانت تلتزم بالقواعد والأسس التي حددها قانون المطبوعات والنشر الإماراتي، وأدت هذه الوضعية إلى قيام الخليج بطرح بعض القضايا الشائكة في الاعتبارات السياسية، فضلاً عن المعالجة المباشرة للمشكلات المحلية، مع التزام أقل في معالجة الأخبار الرسمية، واهتمامها بالرأي السياسي في القضايا الآتية الساخنة، كما أنها استقطبت بعض الكتاب والصحفيين العرب للكتابة في صفحاتها. (المشيخي، محمد بن عوض، 2008).

جاءت صحيفة الخليج في مركز الصدارة كالمطبوعة اليومية العربية الأكثر شعبية على مستوى دبي والشارقة والفجيرة ورأس الخيمة وعجمان وأم القيوين، يشار إلى أن نسبة من قراء الصحف تشترك في قراءة أكثر من مطبوعة يومية، لذلك تعدت النسب الإجمالية في الإحصاء 100%، وبهذا قفزت حصة صحيفة الخليج من قراء الصحف العربية في دولة

الإمارات لعام 2010 إلى 89.5%، مقابل 83% في 2009، لتحافظ الصحيفة على مركز الصدارة بين الصحف العربية الأكثر شعبية في الإمارات.

تتميز صحيفة الخليج بإصدار العديد من الملاحق، ومنها شباب الخليج، وفصائيات الذي يهتم بشؤون السينما والتلفزيون، والخليج الرقمي الذي يركز على الإنجازات التقنية في شتى مجالات الحياة، وملحق الخليج الثقافي، وملحق آخر الأسبوع، وملحق الخليج الرياضي، وملحق استراحة الجمعة، وملحق فنون وفصائيات، وملحق الصحة والطب، وملحق يومي بعنوان أخبار الدار، وملحق السياحة والسفر، وتشير الصحيفة في موقعها إلى أنها الصحيفة العربية الأولى التي تصدر يومياً في عدة أجزاء، ومنذ عام 2000، خصصت لكل من الاقتصاد والرياضة جزءاً مستقلاً بذاته، كما أنها تطبع عدداً ثانياً يسمى "الخليج 2"، مخصص للأخبار والتحقيقات المحلية المتصلة بالتنمية الاقتصادية وبعض المواضيع والتقارير العلمية والمنوعة. (آل علي، فوزية عبد الله، 2016).

جاء تطور الملحق الاقتصادي في صحيفة الخليج متزامناً مع التطور الاقتصادي الحاصل في دولة الإمارات، إذ تحول من مجرد تغطية خبرية يومية لأنشطة الهيئات والدوائر الاقتصادية والغرف التجارية في الدولة موزعة على بضع صفحات متفرقة، إلى ملحق يومي متخصص ومتكامل متعدد الأبواب ومتنوع الخدمات، يتألف من 36 صفحة، يُعنى بأسواق المال والأسهم المحلية والعربية والدولية، ويتولى تحريره العشرات من المحررين الصحفيين والمحليلين الاقتصاديين المتخصصين، ويهتم بمتابعة الأحداث والأخبار اليومية لتحركات الأسهم في أسواق المال المحلية والخليجية والعالمية من خلال تقارير يكتبها متخصصون في هذا المجال، فضلاً عن التغطية الميدانية لمختلف القطاعات الحيوية في الدولة، من مصارف وقطاعات صناعية واستثمارية وتجارية وبنفط وعقارات وسياحة وغير ذلك من المجالات الأخرى. (كتاب الخليج، 40 عاماً من الريادة والعطاء).

3 الإطار النظري للدراسة - الإعلام والتنمية المستدامة

3-1 التنمية المستدامة والتخطيط الإعلامي:

يعود الفضل الأول في ظهور مفهوم الإعلام التنموي إلى الباحث في مجال الإعلام "ولبر شرام"، الذي ألف كتاباً في وسائل الإعلام والتنمية عام 1974، وأنطلق شرام من أهمية الإعلام بصفة عامة من خلال الذاكرة التاريخية للتحويلات والتطورات الكبرى، ووجد أن الإعلام أحدث أثراً كبيراً في المحيط الذي يعمل فيه.

إن الهدف الحقيقي لبرامج التنمية المستدامة في المجتمعات النامية هو إحداث تغيير في اتجاهات أفراد المجتمع وفي البنية الطبيعية، وبناء علاقات متطورة بينهم وبين الموارد المتاحة والتي يُمكن أن تتاح، والاستفادة من الوسائل والتقنيات الحديثة في مجال الإنتاج، وما ينتج عن ذلك من تغيرات في أساليب الإنتاج ومفاهيم علمية متصلة بالثروة والدخل والاستهلاك، مما يترتب عليه تغيير في التركيب الاجتماعي والعلاقات ومجموع القيم الاجتماعية وإدخال مفاهيم علمية حديثة في السلوك والعادات والخبرات التقليدية في مجالات العمل الجماعي والحياة السياسية والتعليم والإدارة والصحة والبيئة وغيرها من المجالات.

تواجه التنمية المستدامة العديد من التحديات أو المعوقات، المتمثلة في الآتي.

- القيم والعادات السيئة المتوارثة.
- سيطرة العقلية التقليدية على تفكير معظم أفراد المجتمع.
- معاناة بعض الشعوب من تحديات تتصل بنظم التعليم ومخرجاتها كما وكيفاً.

- تحديات تتصل بالوضع الاجتماعي للمرأة العاملة، وتدني مستوى انتاجيتها.
- تحديات سكانية، تتمثل في ارتفاع الزيادة السكانية، وعدم استثمار الطاقات البشرية الاستثمار الأمثل.
- كافة التحديات والمشاكل الأنفة الذكر تتصل ببرامج التنمية المستدامة، ولا سبيل لمواجهتها وحلها إلا بتخطيطٍ محكم وإسناد بإعلام مستتير قائد للركب وليس منقاد.

يقدم التخطيط الإعلامي للمعنيين بالتنفيذ كما هائلاً من المعلومات الدقيقة والحقائق الواضحة، وللتخطيط الإعلامي أهدافه ومسئولياته المحددة الأبعاد، ولا يخرج التخطيط الإعلامي عن الدور الذي وضعه (ماكس ميليكان)، فهو يقرر تسمية الدور الذي يقوم به الإعلام في مجال التنمية بالهندسة الاجتماعية للاتصال الجماهيري وكيفية توجيه الاتصال لخدمة الرخاء الانساني في المجتمع التقليدي.

إن النقطة الرئيسة في التخطيط الإعلامي والتخطيط للتنمية المستدامة، هي أنهما يهدفان أساساً إلى تطوير الشخصية الانسانية من الجمود إلى الحركة ودفعها للإسهام الإيجابي في خطط التنمية ومشاريعها، فالمحور الرئيس في التنمية هو الإنسان نفسه، والتخطيط للتنمية هو ترتيب وتنظيم ذلك بوضوح، وإذا كان الإعلام يحاول أن يربط بين افكار افراد المجتمع وتصوراتهم وقيمهم واعتقاداتهم بخطط التنمية وبأسلوب التنفيذ، ووضع المستويات الاقتصادية والاجتماعية في الاعتبار، فإن التخطيط الإعلامي يبرز ذلك الجهد للواقع، اعتماداً على أن الإطار الثقافي هو الذي يخلق الأفكار لدى افراد المجتمع، بما فيها من اهتمام بالماضي وتحليل الحاضر الواقعي والتطلع إلى العمل، ومن الطبيعي أن يكون ذلك من بين مبادئ الاتصال الجماهيري ومن أكثر خصوصيات التخطيط الإعلامي، ذلك أن عقلية الإنسان العصري في المجتمع الحديث تمتلك مهارات وقدرات تختلف عن إمكانية الإنسان في العصور الماضية.

تتمثل العلاقة الارتباطية بين الإعلام والتنمية بالدور الحيوي والهام الذي تضطلع به وسائل الإعلام في تطوير وتنمية المجتمعات، من خلال التخطيط الإعلامي وعلاقته بالتنمية المستدامة، والعلاقة بين الإعلام والتغير في المجتمع، والدور الذي يمكن أن يقوم به الإعلام للمساعدة في عملية التنمية المستدامة.

يمكن الاعتماد على تخطيط أوجه النشاط الإعلامي كوسيلة للتأثير في عملية التغير في الدول النامية تحديداً، وعلى مفهوم هذه الدول للتنمية، وعلى ماهية الأهداف المطلوب تحقيقها بالجهود التنموية.

إن التخطيط الإعلامي ليس سوى مجال من مجالات التخطيط القومي الشامل للتنمية في المجالين الاقتصادي والاجتماعي إذا كان متواصلاً بالتنمية المستدامة، ولا يتصل التخطيط الإعلامي بالتغير المادي فقط، ولكنه يتصل بالتغيرات الاجتماعية والثقافية والمعنوية والنفسية لدى أفراد المجتمع.

يختلف التخطيط الإعلامي من مجتمع لآخر ومن دولة إلى أخرى ومن نظام إعلامي إلى آخر، وفقاً للمفاهيم الثقافية والفكرية السائدة، بما يضمن الأهداف التنموية والاستراتيجية الإعلامية للدولة ويستوعب الأهداف العليا للسياسة الإعلامية، وتترجم الاستراتيجية الإعلامية إلى مبادئ ثابتة وترتبط معها في إطار السياسات الأخرى الاقتصادية والاجتماعية والزراعية والتعليمية والسكانية والبيئية وغيرها، وتعبّر عنها في شكل خطط إعلامية تمثل الأهداف التي ينشد المجتمع تحقيقها خلال مدة زمنية طويلة، وخطط تفصيلية دورية تمثل الترجمة التفصيلية لأهداف الخطة على شكل مشروعات وأعمال بتوقيات زمنية محددة.

يُعد التخطيط ضرورة ملحة لإنهاء حالة التخلف التي تعيشها الدول النامية، سواء بالنسبة للأنشطة التنموية أو الأنشطة الاتصالية، وترجع أهميته إلى أنه أصبح أحد السمات المميزة للعصر الحاضر، فأدركت دول العالم بأنه الضمان السليم

لتوظيف الموارد الوطنية المادية والطبيعية والبشرية بأساليب علمية وعملية وإنسانية لتحقيق الخير لأفراد المجتمع وتوفير الرفاهية لهم مع البعد عن العشوائية والتلقائية والارتجال، ومن هنا يوصف العصر الحاضر في بعض الكتابات العلمية بأنه عصر العلم والمعرفة والتخطيط. ولا يمكن للتنمية أن تسير في مسارها الصحيح من دون تخطيط، وترجع أهميته للعديد من الأسباب، منها.

- تحديد احتياجات المجتمع بأساليب علمية وترتيب أولوياته.
- وضع استراتيجية العمل في المجتمع لمقابلة متطلباته واحتياجاته.
- تحديد التحديات والمشكلات التي تواجه المجتمع واختيار انسب الأساليب لمعالجتها.
- تحقيق التوازن في التنمية بين القطاعات المختلفة.
- تحديد مستويات الجهات المختلفة المسؤولة عن التنفيذ.
- ربط مجهودات التنمية في مختلف اتجاهات المجتمع ببعضها.

2-3 وسائل الإعلام والتنمية المستدامة:

لم يعد الإعلام كما يتصوره البعض وسيلة للتسلية والترفيه بل أصبح محفزاً من محفزات التنوير، وفي الوقت ذاته يدفع بالهمم والعزائم، ليس هذا فحسب بل أصبح له دوره في حث الشعوب على التعاون والتضامن بهدف إحداث تنمية حقيقية في مجتمعاتهم بما تمتلكه وسائل الإعلام من قدرة على استنهاض الطاقات وتوجيه الانتباه للغايات والأهداف التي ينشدها أفراد المجتمع، وهذا الدور يمكن أن يقوم به الإعلام الجاد.

إن مسؤولية الإعلام تجاه عملية التنمية المستدامة هي تزويد المجتمع بالحقائق والمعلومات الصحيحة، وتزاد تحقيق أهداف التنمية بقدر ما في الإعلام من حقائق ومعلومات مفيدة، ويركز العديد من العلماء المهتمين بدور الإعلام في التنمية على هذا المجال، ويطلقون على الدور الذي يقوم به الإعلام في تطوير المجتمعات مجازاً تسمية "الهندسة الاجتماعية للإعلام الجماهيري"، لا سيما وأن هذا الدور ينصب على كيفية توجيه الجمهور لخدمة التطور والرخاء الإنساني.

تتضح معالم تسمية دور الإعلام "بالهندسة الاجتماعية"، من خلال الهدف الجوهرى الذي لا يمكن تحقيقه من دون رفع المستوى الاقتصادي باستخدام برامج ومشروعات التنمية الاقتصادية والاجتماعية لتوفير الخدمات وإشاعة العدالة، تلك التي تثير في نفوس أفراد المجتمع مشاعر الولاء لمجتمعهم، والذي ترتبط به مصالحهم الحيوية ارتباطاً قوياً، وما دامت تنمية أفراد المجتمع وبيئتهم المادية من الأهداف الأساسية للتخطيط، فمن الضروري أن يتم إنجاز هذه المسؤوليات وفق خطة مدروسة قائمة على تخطيط شامل للمجالات الاقتصادية والاجتماعية والثقافية والإعلامية والبيئية.

وتقوم وسائل الإعلام بدور مهم في تحقيق التنمية المستدامة، ذلك أنها تسهم إسهاماً فاعلاً في تزويد أفراد المجتمع بالمعلومات التي تمكنهم من اتخاذ المواقف الإيجابية في مختلف المشاريع المخطط لها في إطار التنمية المستدامة، وتشد هم المجتمع بقطاعاته المختلفة وتدفعهم للمشاركة الإيجابية في تلك المشاريع بحكم أن الإنسان هو ركيزة التنمية وغايتها ووسيلتها.

وهناك أكثر من دور ومهمة يستطيع الإعلام الاقتصادي القيام بها بهدف رفع معدل التنمية، ويبقى دور الإعلام مهماً في المجال الاقتصادي حيث تقوم وسائل الإعلام بالإسهام في التنمية الشاملة للحياة وترسيخ قيم جديدة في مجال النشاط الاقتصادي، والإسهام في إجراء الحوار والنقد حول الخطط التنموية المرسومة ومعوقات تنفيذها، فضلاً عن

تعريف أفراد المجتمع بأهداف التنمية وتقويم المشاريع ومستوى الأداء ونتائج خطط التنمية الآنية والمستقبلية، ومما لا شك فيه أن هذه الأهمية التي يكتسبها الإعلام ناتجة عن التطور الكبير الذي حدث في وسائله، لذلك فإن الإعلام يمثل أساس عامل التنمية وإن كان من الصعب معرفة المدى الذي يبلغه ذلك، إلا أنه من المسلم به اليوم هو أنه لا سبيل إلى التطور والتقدم الاقتصادي والاجتماعي من دون وسائل إعلام.

تسهم وسائل الإعلام بشكل إيجابي في المعاونة على تحقيق الأهداف التنموية في الدول النامية بَعْدَها جزءاً مهماً من التطور القومي، وارتباطها بالنظام الاجتماعي والسياسي والاقتصادي في المجتمع الذي تعمل في إطاره، حيث أصبح نجاح خطط التنمية المستدامة مرهوناً بالمشاركة الإيجابية للقوى المنتجة من خلال الإعلام المخطط له، ودوره في التوعية والتربية والتثقيف مما يتطلب إعداد سياسات إعلامية وطنية تحدد الأولويات وترسم الوسائل لبلوغ الأهداف المرجوة انطلاقاً من أن الإعلام لا ينتج التنمية بل يمهد للوصول إليها، وأن تقصير الإعلام يمكن أن يؤدي إلى تأخر مسيرة التنمية في مراحلها كافة.

3-3 أهمية الصحافة الاقتصادية في التنمية المستدامة:

تُعدّ المادة الاقتصادية ذات أهمية بالنسبة للقارئ، وتأتي هذه الأهمية من كونها تعمل على تكوين الحصيلة المعرفية لدى القارئ بعد اطلاعه على النشاطات والفعاليات الاقتصادية التي تحدث على المستوى الوطني أو الدولي، حيث تعمل الموضوعات الاقتصادية المطروحة من خلال المؤسسة الإعلامية على زيادة وعي القارئ وتوسيع مداركه، وإعطائه مهارة التفكير المنطقي، والاستفادة من الفرص المتاحة في مجالات الاقتصاد المختلفة، فضلاً عن دفع أفراد المجتمع قاطبة باتجاه المشاركة الإيجابية في تنفيذ خطط التنمية الاقتصادية والاستفادة منها.

وفي إطار تناول القضايا والموضوعات الاقتصادية من جهة المؤسسات الصحفية، يمكن استخدام كافة الفنون الصحفية بدءاً بالأخبار وانتهاءً بالأشكال الأخرى للوفاء بالوظائف الإعلامية المعروفة، من إعلام وتثقيف وتسلية وترفيه وغيرها من المجالات، بغية خدمة الجمهور المستهدف والذي يضم مجموعة من الأفراد يحركهم دافع اقتصادي مشترك، فأعضاء رابطة تجار التجزئة هم جمهور تجمع أعضاءه المصلحة، ورابطة الدفاع عن المستهلكين تجمعهم الدوافع الاقتصادية ذاتها.

لابد من الإشارة هنا إلى أنه ليس كل ما تعرضه الصحف من موضوعات تكون منسجمة مع رغبة القارئ، بل ربما تقع الصحيفة في أمور خارجة عن إرادتها. فحاجتها إلى رؤوس الأموال يعرضها للوقوع تحت سيطرة رجال المال ونفوذهم، من خلال تخصيص مساحات للأخبار التي يقبل عليها السواد الأعظم من القراء، لا على المقالات الهادفة الرصينة التي تزيد القارئ علماً وترفع مستواه الثقافي. من جهة أخرى، تسعى الصحيفة للمحافظة على ثقة الجمهور بَعْدَها مهمة وحاسمة، فدرجة ثقتنا بمعلومة أو برأي ترتبط مبدئياً بمقدار ثقتنا بمصدر هذه المعلومة أو هذا الرأي.

وفي هذا السياق فإن المؤسسات الصحفية شأنها شأن وسائل الإعلام الأخرى تعمل على الآتي.

- خدمة النظام الاقتصادي: خدمة الصناعة والزراعة في إيصال وتعليم مهارات وخبرات جديدة، وكشف المعوقات التي تعترض سبل الإنتاج، وتشجيع الادخار، والإعلان الذي يخدم زيادة الإنتاج، وتحسين العلاقات الاجتماعية بنمو العلاقات العامة.
- احترام الملكية العامة وأموال الدولة والحفاظ عليها من السرقة والتلاعب والهدر والإتلاف وصيانتها واجب وطني وأخلاقي.

- تشجيع روح الاقتصاد والتدبير، وترشيد الإنفاق والاستهلاك، والتوازن في السلوك الفردي، ومعالجة ذلك في الوسائل الإعلامية، وجعلها سلوكاً مألوفاً لدى الأفراد والأسرة والمجتمع.
- على الصحف متابعة المتغيرات في الأحداث الاقتصادية من خلال العمل الجدي في تهيئة كادر تحرير متمرس ممثلاً بالمحررين من ذوي الاختصاص والمراسلين والمندوبين لتغطية الأحداث أولاً بأول.
- يمكن وصف الصحافة التنموية بمفهوم الأسلوب الاقتصادي في الصحافة، الذي يمكن أن يشكلها أو تسترشد بها منظمة من المنظمات في تنظيم حملاتها وبرامجها لتحقيق أهدافها، وتسيرها على أنها الخطوات المعدة والمدرسة التي تتبعها الصحافة في تقديم المضمون الصحفي ومواضيع اقتصادية محددة. ويمكن تقسيم الصحافة الاقتصادية إلى نوعين، هما:
 - **الصحافة الاقتصادية المتخصصة:** وتتناول القضايا والموضوعات الاقتصادية والأكاديمية التي تنشرها الدوريات المتخصصة، والتي يعدها باحثون اقتصاديون متخصصون في مجالات اقتصادية متعددة بأسلوب أكاديمي يفهمه المتخصصون.
 - **الصحافة الاقتصادية الجماهيرية:** وتتصل بالمواد الصحفية الاقتصادية بما تحويه من موضوعات وبحوث ودراسات وأخبار وتقارير وكتابات تركز على المجال الاقتصادي ذات الطابع النظري والتطبيقي، التي تنشر بصيغة محددة أو فن من الفنون الصحفية التي تقدم من خلال صفحات الصحف المقروءة، وإيصالها إلى جماهير القراء بأسلوب مبسط، وبعبارة أخرى فإن الصحافة الاقتصادية الجماهيرية تعنى بتقديم الإسناد بشكل مبسط ومفهوم إلى جمهور الصحف.

4 الدراسة التحليلية للملحقين الاقتصاديين بصحيفتي الاتحاد والخليج

قام الباحثان باختيار عينة الدراسة الميدانية بهدف تنفيذ الدراسة التحليلية والميدانية، وذلك بعد أن تم استكمال الإجراءات المنهجية في المبحث الثاني من الدراسة حيث الإطار المنهجي، وشملت الدراسة التحليلية تحليل 48 عدداً من كل ملحق من الملحقين الاقتصاديين لصحيفتي الاتحاد والخليج الإماراتيتين، وذلك بواقع أربعة أعداد من كل شهر اعتماداً على أسلوب الأسبوع الصناعي، وجاءت النتائج على النحو الآتي:

4-1 الأشكال الخبرية في الملحقين الاقتصاديين لصحيفتي الاتحاد والخليج:

الجدول (1) يبين الأشكال الخبرية المنشورة بالملحقين الاقتصاديين لصحيفتي الاتحاد والخليج

الأشكال الخبرية المنشورة في ملحقي صحيفتي الاتحاد والخليج				
صحيفة الخليج		صحيفة الاتحاد		الأشكال الخبرية
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
40.3%	541	44.4%	800	خبر
52.5%	706	46.7%	840	تقرير
7.2%	97	8.9%	160	تحليل
100%	1344	100%	1800	المجموع

تدل نتائج الجدول رقم 1 على الآتي:

- 1- احتلت الأشكال الإخبارية المرتبة الأولى، وهي أكثر الأشكال الصحفية استخداماً في الملحقين.
 - 2- جاء ترتيب الأخبار المنشورة في الملحق الاقتصادي لصحيفة الاتحاد أكثر من الأخبار المنشورة في الملحق الاقتصادي لصحيفة الخليج.
 - 3- جاء ترتيب التقارير والتحليلات المنشورة في الملحق الاقتصادي لصحيفة الاتحاد أكثر من التقارير والتحليلات المنشورة بالملحق الاقتصادي لصحيفة الخليج.
 - 4- بما أن الملحقين يصدران بصورة يومية، فمن الطبيعي أن يكون التركيز على الأشكال الخبرية، ذلك أن ضغط الزمن لا يُمكن من التعمق في تناول مجمل القضايا أو الأحداث أو الموضوعات الاقتصادية، أو البحث بشكل متعمق عما وراء الأحداث.
 - 5- تناولت الأشكال الخبرية بالملحقين قضايا متعددة للأنشطة الاقتصادية المتصاعدة والمستمرة في دولة الإمارات العربية المتحدة، بحيث تساعد المستثمرين -الحاليين والمرتقبين- في اتخاذ القرارات. وهذا ما يؤكد على دور الملاحق الاقتصادية في دعم عملية التنمية المستدامة.
- يأتي هذا الكم المقدر من المواد الإخبارية في إطار الوظيفة الإعلامية الإخبارية والتعليمية وغيرها من الوظائف التي تسهم بصورة أو بأخرى في عملية التنمية الاقتصادية منها أو المستدامة. ومن ثم، فإن الملحقين أسهما في مد المجتمع بالمعلومات والبيانات التي تتصل بالشأن الاقتصادي بَعْدَه جزء من التنمية المستدامة.
- 2-4 مستوى اكتمال الأخبار المنشورة في الملحقين الاقتصاديين:**

الجدول (2) يبين مستوى اكتمال الأخبار المنشورة بالملحقين الاقتصاديين لصحيفتي الاتحاد والخليج

مستوى اكتمال الأخبار في ملحق صحيفتي الاتحاد والخليج				
صحيفة الخليج		صحيفة الاتحاد		مستوى الأخبار
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
96.1%	520	96.6%	773	مكتملة
3.9%	21	3.4%	27	غير مكتملة
100%	541	100%	800	المجموع

من خلال الجدول رقم 2:

- احتلت الأخبار المكتملة نسبة 96% في الملحقين الاقتصاديين لصحيفتي الاتحاد والخليج.
- جاءت الأخبار المنشورة غير المكتملة بنسبة 4%.
- تشير المعطيات الإحصائية إلى اهتمام الملحقين الاقتصاديين بالأخبار من الناحية المهنية، حيث إن نسبة الأخبار غير المكتملة كانت متدنية في الملحقين. وهذه النتيجة تؤكد الاهتمام بالمجالات المهنية للصحيفتين في معالجة قضايا التنمية بشكل مكتمل.

3-4 الأشكال الخبرية بين السلبية والإيجابية:

الجدول (3) يبين الأشكال الخبرية السلبية والإيجابية بالملحقين الاقتصاديين لصحيفتي الاتحاد والخليج

الأشكال الخبرية السلبية والإيجابية في ملحق صحيفتي الاتحاد والخليج				
صحيفة الخليج		صحيفة الاتحاد		
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	نوع الخبر
1.4%	19	31.3%	564	سلبى
12.7%	170	9.1%	163	إيجابى
85.9%	1155	59.6%	1073	سلبى إيجابى
100%	1344	100%	1800	المجموع

تشير مخرجات الجدول رقم 3 إلى الآتي:

1- إن نسبة الأخبار السلبية الإيجابية كانت الأعلى في الملحقين، حيث لم يكتف الملحقان بالأخبار التي تأتيها من الجهات المختلفة في الدولة، بل سعيا إلى استكمالها واستطلاع الجهات ذات الصلة بها، ورصد وربط مجمل الأخبار بالخطط والسياسات الاقتصادية بما يعزز المجالات الإقناعية لدى جمهور القراء فيما يتصل بمختلف خطط التنمية والمشاركة الإيجابية فيها وصولاً إلى التنمية المستدامة والتي تشكل المحصلة النهائية لتكامل مجالات التنمية المختلفة. يلاحظ الباحثان أن هناك تقارب في سياسة الصحيفتين في هذا الإطار رغم الاختلاف الطفيف في السياسة التحريرية لكليهما.

2- جاءت نسبة الأخبار السلبية في الملحق الاقتصادي لصحيفة الاتحاد أكثر من الأخبار السلبية المنشورة في الملحق الاقتصادي لصحيفة الخليج.

4-4 مصادر المواد الخبرية المنشورة في الملحقين:

الجدول (4) يبين مصادر المواد الخبرية المنشورة في الملحقين الاقتصاديين لصحيفتي الاتحاد والخليج

مصادر المواد الخبرية في ملحق صحيفتي الاتحاد والخليج				
صحيفة الخليج		صحيفة الاتحاد		
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	مصادر المواد الخبرية
85.1%	1144	55.8%	1004	مصادر ذاتية (داخلية)
14.9%	200	44.2%	696	مصادر خارجية
100%	1344	100%	1700	المجموع

بالنظر إلى الجدول رقم 4 يتضح أن:

- 1- معظم مصادر المواد الخبرية المنشورة في الملحقين الاقتصاديين كانت ذاتية بنسبٍ متقاربة.
- 2- جاء استخدام المصادر الخارجية للأخبار المنشورة في الملحق الاقتصادي لصحيفة الاتحاد بشكل أكثر، وبنسبة 44.2%، فيما جاء الاستخدام في الملحق الاقتصادي لصحيفة الخليج في المرتبة الثانية بنسبة 14.9%.

4-5 مصادر المواد الخيرية الذاتية بالملحقين الاقتصاديين:

الجدول (5) يبين المصادر الذاتية للمواد الخيرية بالملحقين الاقتصاديين لصحيفتي الاتحاد والخليج

المصادر الذاتية للمواد الخيرية في ملحق صحيفتي الاتحاد والخليج				
صحيفة الخليج		صحيفة الاتحاد		المصادر الذاتية
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
67.3%	691	59.4%	579	مندوب
30.2%	310	36%	412	مراسل (داخلي، خارجي)
2.5%	25	4.6%	53	مركز المعلومات بالصحيفة
100%	1026	100%	1044	المجموع

تشير مخرجات الجدول رقم 5 إلى الآتي:

- جاء المندوب في المرتبة الأولى من حيث المصادر الذاتية للمواد الخيرية بالملحق الاقتصادي بصحيفة الاتحاد وبنسبة 59.4% من إجمالي المصادر بالملحق.
- احتل المراسل "داخلي، خارجي"، المرتبة الثانية بالنسبة للمصادر الذاتية للمواد الخيرية بالملحق الاقتصادي في صحيفة الاتحاد، وبنسبة 36%، ومن ثم مركز المعلومات بالصحيفة بنسبة 4.6%.
- جاء ترتيب المندوب في المرتبة الأولى من حيث المصادر الذاتية للمواد الخيرية بالملحق الاقتصادي في صحيفة الخليج، وبنسبة 67.3% من إجمالي المصادر بالملحق.
- احتل المراسل "داخلي، خارجي"، المرتبة الثانية بالنسبة للمصادر الذاتية للمواد الخيرية بالملحق الاقتصادي في صحيفة الخليج، وبنسبة 30.2%، ومن ثم مركز المعلومات بالصحيفة بنسبة 2.5%.

يتضح من النتائج أن الملحقين لم يعتمدوا كثيراً على مراكز المعلومات كمصدر للحصول على المواد الإخبارية بمختلف أشكالها، حيث كان الاعتماد بشكل أساسي على المندوب والمراسلين، وكان يمكن أن يكون لمراكز المعلومات بالملحقين الاقتصاديين في الصحيفتين دور فاعل في حالة اهتمام الصحيفتين بالتغطية الاستقصائية للقضايا الاقتصادية، أو الميل أكثر في التعمق والتحليل. وبما أن التوجه العام للصحافة اليومية إخباري، فإن الملحقين الاقتصاديين إخباريين بدرجة أساسية، وكان من الطبيعي أن تتراجع الأشكال الصحفية الأخرى.

4-6 مصادر المواد الإخبارية الخارجية المنشورة بالملحقين:

من خلال الجدول رقم 6 يتضح:

- أن استخدام الملحق الاقتصادي لصحيفة الاتحاد لوكالات الأنباء العالمية جاء في المرتبة الأولى بنسبة 44.3%.
- جاءت وكالة أنباء الإمارات "وام" في المرتبة الثانية بنسبة 37.7% من إجمالي المصادر الخارجية المستخدمة بالملحق الاقتصادي لصحيفة الاتحاد.
- جاء استخدام الملحق الاقتصادي لصحيفة الخليج لوكالة أنباء الإمارات "وام" في المرتبة الأولى بنسبة 39% من مجمل المصادر الخارجية للملحق.

- جاء استخدام وكالة الأنباء العالمية كمصدر للمعلومات في الملحق الاقتصادي لصحيفة الخليج في المرتبة الثانية بنسبة 31.1%، وجاءت المصادر الأخرى بنسبٍ متقاربة في الملحقين كما موضح في الجدول.
- الجدول (6) يبين المصادر الخارجية للمواد الخبرية المنشورة في الملحقين الاقتصاديين لصحيفتي الاتحاد والخليج

المصادر الخارجية للمواد الخبرية في ملحقَي صحيفتي الاتحاد والخليج				
صحيفة الخليج		صحيفة الاتحاد		مصادر المواد الإخبارية
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
31.1%	99	44.3%	353	وكالات الأنباء العالمية
39%	124	37.7%	300	وكالة أنباء الإمارات "وام"
9.4%	30	7.2%	57	شبكة الإنترنت
8.8%	28	6.7%	53	القنوات الفضائية
11.7%	37	4.1%	33	الصحف العالمية
100%	318	100%	796	المجموع

4-7 المواد الاستقصائية المنشورة بالملحقين الاقتصاديين:

الجدول (7) يبين المواد الاستقصائية المنشورة في الملحقين الاقتصاديين لصحيفتي الاتحاد والخليج

المواد الاستقصائية المنشورة في ملحقَي صحيفتي الاتحاد والخليج				
صحيفة الخليج		صحيفة الاتحاد		نوع المواد الاستقصائية
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
76.3%	135	75.7%	103	حوار
23.7%	42	24.3%	33	تحقيق
100%	177	100%	136	المجموع

يشير الجدول رقم 7 إلى الآتي:

- نسبة المواد الاستقصائية المنشورة بالملحقين كانت محدودة مقارنةً بالأشكال الصحفية الأخرى، ولعل المبرر لذلك يكمن في أن الملحقين إخباريين بدرجة أساسية.
- جاءت المواد الاستقصائية المنشورة بالملحق الاقتصادي بصحيفة الخليج أكثر من المواد الاستقصائية المنشورة بالملحق الاقتصادي لصحيفة الاتحاد.
- جاءت تكرارات المواد الاستقصائية المنشورة بالملحق الاقتصادي لصحيفة الخليج 177 تكراراً، فيما جاء عدد تكرارات في الملحق الاقتصادي لصحيفة الاتحاد 136 تكراراً.
- احتلت الحوارات المنشورة في الملحقين نسبة أعلى مقارنةً بالتحقيقات التي جاءت نسبتها محدودة.

4-8 مواد الرأي المنشورة بالملحقين الاقتصاديين وفقاً للنوع:

تشير مخرجات الجدول رقم 8 إلى:

- 1- أعلى نسبة للحوارات المنشورة في الملحقين الاقتصاديين هي حوارات معلومات بدرجة أساسية.

2- جاءت حوارات المعلومة في الملحق الاقتصادي لصحيفة الاتحاد بنسبة 72.8% من إجمالي الحوارات المنشورة بالملحق.

3- احتلت حوارات المعلومة المنشورة بالملحق الاقتصادي لصحيفة الخليج نسبة 75.6% من إجمالي الحوارات المنشورة بالملحق.

4- جاءت حوارات الرأي المنشورة بالملحقين الاقتصاديين في المرتبة الثانية وينسب متقاربة، فيما جاءت الحوارات الشخصية في المرتبة الثالثة في الملحقين وينسب متقاربة.

يُشار إلى أن الحوارات المنشورة تتسجم مع طبيعة الملحقين الإخباريين، حيث قدمت معلومات تفصيلية تخص المجال الاقتصادي بمساراته ومجالاته المتعددة، الأمر الذي يساعد المستثمرين كثيراً في اتخاذ القرارات التي تخص استثماراتهم. أما التحقيقات الصحفية على قدر قلتها فقد كانت محدودة في مجملها.

الجدول (8) يبين مجال الحوارات المنشورة بالملحقين الاقتصاديين في صحيفتي الاتحاد والخليج وفقاً للنوع

مجال الحوارات المنشورة في ملحق صحيفتي الاتحاد والخليج وفقاً للنوع				
صحيفة الخليج		صحيفة الاتحاد		مجال الحوارات المنشورة
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
7.4%	10	8.7%	9	شخصية
17%	23	18.5%	19	رأي
75.6%	102	72.8%	75	معلومة
100%	135	100%	103	المجموع

9-4 مواد الرأي المنشورة بالملحقين الاقتصاديين:

الجدول (9) يبين مواد الرأي المنشورة بالملحقين الاقتصاديين في صحيفتي الاتحاد والخليج.

مواد الرأي المنشورة في ملحق صحيفتي الاتحاد والخليج				
صحيفة الخليج		صحيفة الاتحاد		أشكال مواد الرأي
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
43.2%	63	48%	61	المقال
39%	57	44.9%	57	العمود
17.8%	26	7.1%	9	الرسم الكاريكاتيري
100%	146	100%	127	المجموع

وفقاً لمعطيات الجدول رقم 9 يمكن الإشارة إلى الآتي:

- احتلت مواد الرأي المنشورة في الملحق الاقتصادي لصحيفة الخليج المرتبة الأولى.
- جاءت المقالات الصحفية في المرتبة الأولى بنسبة 43.2% من إجمالي مواد الرأي المنشورة بالملحق الاقتصادي لصحيفة الخليج، واحتلت الأعمدة الثابتة المرتبة الثانية بنسبة 39%، فيما جاء فن الرسم الكاريكاتيري في المرتبة الثالثة بنسبة 17.8%.

- جاءت المقالات الصحفية المنشورة في الملحق الاقتصادي لصحيفة الاتحاد بنسبة 48% من إجمالي مواد الرأي بالملحق، واحتلت الأعمدة الثابتة المرتبة الثانية بنسبة 44.9%، فيما جاء استخدام الرسم الكاريكاتيري في الملحق الاقتصادي لصحيفة الاتحاد بنسبة 7.1% فقط.
- 10-4 مجال تغطية المواد الصحفية الاستقصائية ومواد الرأي:**

الجدول (10) يبين المواد المنشورة وفقاً لمجال التغطية الصحفية بالملحقين الاقتصاديين في صحيفتي الاتحاد والخليج

توزيع المواد الصحفية وفقاً لمجال التغطية في ملحق صحيفتي الاتحاد والخليج				
صحيفة الخليج		صحيفة الاتحاد		
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	مجال التغطية الصحفية
47%	152	46.5%	107	داخلية
38.1%	123	41.3%	95	داخلية خارجية
14.9%	48	12.2%	28	خارجية
100%	323	100%	230	المجموع

تشير نتائج الجدول رقم 10 إلى الآتي:

- معظم التغطيات الصحفية بالملحقين الاقتصاديين كانت داخلية، تليها التغطيات الداخلية والخارجية، ومن ثم الخارجية. لعل ذلك يعود إلى طبيعة واهتمامات قراء الصحيفتين.
- احتلت القضايا الداخلية نسبة 46.5% من التغطية الصحفية في الملحق الاقتصادي لصحيفة الاتحاد، وجاءت القضايا الداخلية والخارجية - أي المتداخلة - بنسبة 41.3%، في حين كانت القضايا الخارجية - أي العالمية - بنسبة 12.2%.
- جاءت التغطية الصحفية للقضايا الداخلية في الملحق الاقتصادي لصحيفة الخليج بنسبة 47% من إجمالي المواد الاستقصائية المنشورة بالملحق، أما التغطية المتصلة بالقضايا الداخلية والخارجية، فقد كانت بنسبة 38.1%، في حين جاءت القضايا الخارجية بنسبة 14.9%.

11-4 نوع الإعلانات المنشورة في الملحقين:

الجدول (11) يبين الإعلانات المنشورة وفقاً للنوع بالملحقين الاقتصاديين في صحيفتي الاتحاد والخليج

الإعلانات المنشورة وفقاً للنوع في ملحق صحيفتي الاتحاد والخليج				
صحيفة الخليج		صحيفة الاتحاد		
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	نوع الإعلانات المنشورة
45.1%	191	51.1%	143	سلعي
36.2%	153	37.5%	105	خدمي
18.7%	79	11.4%	32	اجتماعي
100%	423	100%	280	المجموع

وفقاً لمخرجات الجدول رقم 11:

- احتلت إعلانات السلع المنشورة في الملحقين الاقتصاديين أعلى نسبة، تليها إعلانات الخدمات في المرتبة الثانية، فيما جاءت الإعلانات المتصلة بالقضايا الاجتماعية في المرتبة الثالثة.
- جاءت إعلانات السلع المنشورة في الملحق الاقتصادي لصحيفة الاتحاد بنسبة 51.1%، وإعلانات الخدمات بنسبة 37.5%، بينما الإعلانات الاجتماعية بنسبة 11.4%.
- جاءت إعلانات السلع المنشورة في الملحق الاقتصادي لصحيفة الخليج بنسبة 45.1% من جملة الإعلانات المنشورة بالملحق خلال مدة الدراسة، وجاءت إعلانات الخدمات بنسبة 36.2%، في حين جاءت الإعلانات الاجتماعية بنسبة 18.7%. أدت الإعلانات تاريخياً دوراً استراتيجياً ومحورياً في ازدهار الصحافة وتطورها وانتشارها.

4-12 مصادر الإعلانات المنشورة بالملحقين:

الجدول (12) يبين مصادر الإعلانات المنشورة بالملحقين الاقتصاديين في صحيفتي الاتحاد والخليج

الإعلانات المنشورة وفقاً للمصدر في ملحق صحيفتي الاتحاد والخليج				
صحيفة الخليج		صحيفة الاتحاد		مصادر الإعلانات
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
9%	38	14.6%	41	حكومي
70.9%	300	60.7%	170	أهلي (خاص)
20.1%	85	24.7%	69	منظمات
100%	423	100%	280	المجموع

تشير نتائج الجدول رقم 12 إلى الآتي:

- أعلى نسبة لمصادر الإعلانات المنشورة بالملحقين كانت أهلية -خاصة، واحتلت إعلانات المنظمات المرتبة الثانية، في حين جاءت الحكومية كمصدر للإعلان في المرتبة الثالثة.
- جاءت تكرارات الإعلانات المنشورة في الملحق الاقتصادي لصحيفة الخليج أكثر من الإعلانات المنشورة في الملحق الاقتصادي لصحيفة الاتحاد، حيث كانت تكرارات الإعلانات المنشورة بالملحق الاقتصادي لصحيفة الخليج 423 تكراراً مقابل 280 منشورة بالملحق الاقتصادي لصحيفة الاتحاد خلال مدة الدراسة.
- احتلت الإعلانات التي تتصل بمختلف المنظمات التجارية الأهلية نسبة 60.7% في الملحق الاقتصادي لصحيفة الاتحاد، أما الإعلانات المتصلة بالمنظمات كانت بنسبة 24.7%، في حين جاءت الإعلانات الحكومية بنسبة 14.6% من إجمالي الإعلانات المنشورة بالملحق خلال مدة الدراسة.
- جاءت الإعلانات الأهلية -الخاصة المنشورة في الملحق الاقتصادي لصحيفة الخليج خلال مدة الدراسة بنسبة 70.9%، وإعلانات المنظمات بنسبة 20.1%، بينما كانت الإعلانات الحكومية بنسبة 9% خلال مدة الدراسة.

4-13 مساحة نشر الإعلانات بالملحقين الاقتصاديين:

وفقاً لمعطيات الجدول رقم 13 والمتصل بنسبة الإعلانات الصحفية بالملحقين:

- احتل الملحق الاقتصادي لصحيفة الخليج أعلى نسبة من حيث الإعلانات المنشورة خلال مدة الدراسة، مقارنةً بالإعلانات المنشورة بالملحق الاقتصادي لصحيفة الاتحاد.
 - جاءت الإعلانات التي احتلت مساحة صفحة كاملة في الملحق الاقتصادي لصحيفة الخليج بنسبة 34.1%، ثم الإعلانات التي شغلت نصف الصفحة بنسبة 22.7%، تلتها الإعلانات التي شغلت ثلاثة أرباع الصفحة بنسبة 21%، ثم الإعلانات التي شغلت ربع الصفحة بنسبة 13.2%، أما الإعلانات التي كانت مساحتها أقل من ربع الصفحة، فقد كانت بنسبة 9% من إجمالي الإعلانات المنشورة بالملحق الاقتصادي لصحيفة الخليج خلال مدة الدراسة.
 - جاءت الإعلانات التي تحتل صفحة كاملة في الملحق الاقتصادي لصحيفة الاتحاد أكثر من الإعلانات التي احتلت نصف الصفحة بنسبة 25.3%، تلتها الإعلانات التي شغلت ربع الصفحة بنسبة 22.5%، ثم الإعلانات التي كانت مساحتها ثلاثة أرباع الصفحة بنسبة 20.7%، ثم الإعلانات التي شغلت الصفحة بأكملها 17.5%، ثم الإعلانات التي شغلت مساحة أقل من ربع الصفحة بنسبة 14.0% من إجمالي الإعلانات المنشورة بالملحق الاقتصادي لصحيفة الاتحاد خلال مدة الدراسة.
- لعل هذه النسب من الإعلانات من شأنها أن تدعم اقتصاديات الصحيفتين بصورة كبيرة تمكنها من مواجهة تحديات الاستمرار والتطوير، ذلك أن الملحقين يصدران بصورة يومية، الأمر الذي يجعل من عائدات الإعلان باعثاً للاستقرار والاستمرار والتطوير، ودعم قضايا التنمية المستدامة.

الجدول (13) يبين مساحة نشر الإعلانات بالملحقين الاقتصاديين في صحيفتي الاتحاد والخليج

مساحة نشر الإعلانات في ملحق صحيفتي الاتحاد والخليج				
صحيفة الخليج		صحيفة الاتحاد		مساحة النشر في الملحق
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
34.1%	144	17.5%	49	صفحة كاملة
21%	89	20.7%	58	ثلاثة أرباع الصفحة
22.7%	96	25.3%	71	نصف صفحة
13.2%	56	22.5%	63	ربع صفحة
9%	38	14%	39	أقل من الربع
100%	423	100%	280	المجموع

5 الخاتمة

توصلت الدراسة في جانبها النظري والعملي إلى جملة من النتائج العلمية التي تحقق أهدافها، ووردت في ثناياها العديد منها، ومن أهمها:

5-1 الاستنتاجات:

- ركز الملحقان الاقتصاديين في صحيفتي الاتحاد الخليج الإماراتيين في تناولهما لقضايا التنمية المستدامة على المواد الخيرية مقارنةً بالأشكال والفنون الصحفية الأخرى، كالتحقيقات والحوارات الصحفية ومواد الرأي الأخرى، واحتلت الأخبار نسبة 91%.

- أعتد الملحقان الاقتصاديان في صحيفتي الاتحاد والخليج على المصادر الذاتية بشكل أساسي في تغطيتهما للقضايا والموضوعات الاقتصادية المتصلة بقضايا التنمية المستدامة، وبنسبة تصل إلى 67%.
- ركز الملحقان الاقتصاديان في صحيفتي الاتحاد والخليج في تغطيتهما الصحفية على القضايا الداخلية بشكل رئيسي، وأعلى نسبة للتغطية وصلت في صحيفة الخليج إلى 47%، وفي صحيفة الاتحاد إلى 46%.
- احتلت مواد الصحافة الاستقصائية والرأي المنشورة في الملحقين الاقتصاديين مساحة محدودة مقارنة بالأشكال والفنون الصحفية الأخرى.
- معظم الإعلانات المنشورة في الملحقين الاقتصاديين كانت مدفوعة من الجهات الأهلية الخاصة، فيما حظيت الإعلانات الحكومية بمساحة محدودة من حيث مساحة نشر مشاريع وقضايا التنمية المستدامة.

2-5 التوصيات:

- يوصي الباحثان بإهتمام وتركيز التغطية الصحفية في الملحقين على فن صحافة الاستقصاء التي تغوص فيما وراء الخبر، لما لها من أهمية في خدمة أهداف التنمية المستدامة وأبعادها الاستراتيجية.
- يوصي الباحثان بضرورة نشر المعلومات المتصلة بقضايا التنمية المستدامة وأبعادها وشرط نجاحها، وذلك من خلال تنشيط وتوسيع فن الحوار الصحفي، لإتاحة الفرص أمام الناس للتعبير عن آرائهم وأفكارهم.
- يوصي الباحثان بضرورة تأهيل الكوادر الصحفية المتخصصة في المجال الاقتصادي لمواكبة التطورات التي تتصل بقضايا التنمية المستدامة على مستوى الكفاءة والقدرة والإنتاج في المجتمع الإماراتي.
- يوصي الباحثان باستغلال إمكانيات التطور التقني في الحصول على المعلومات التي تركز على قضايا التنمية وتوظيفها بشفافية في مضمون الرسالة الصحفية لخدمة أهداف التنمية المستدامة.
- يوصي الباحثان بإشراك خبراء الإعلام الاقتصادي عند وضع استراتيجية وطنية لتنمية وتوجيه التنمية الاقتصادية أو المجالات التنموية الأخرى خلال مراحل التخطيط والذي يسبق عملية التنفيذ.

قائمة المراجع

- [1] تهايمي، مهند علي، والألوسي، سؤدد فؤاد، النظام الإعلامي العربي: نحو أنموذج نظري جديد، الأردن: دار أسامة للنشر والتوزيع، 2012، ص37.
- * وقع الاختيار على صحيفتي الاتحاد والخليج بحكم أنهما من أقدم الصحف صدوراً في دولة الإمارات، وتصدران في إمارتي أبو ظبي والشارقة.
- [2] آل تويم، عبد الله بن محمد، العلاقات العامة والصحافة: استراتيجيات التحرير والردود، الرياض: مكتبة الملك فهد، 2007، ص42.
- [3] عبد الحميد، محمد، البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، القاهرة، عالم الكتب، 2004، ص158.
- ** الزملاء الذين حكموا استمارة تحليل المضمون، هم: د. فيصل كامل، أستاذ مساعد، ود. شامة أبو شام – أستاذ مساعد في الكلية.
- [4] مسعد، محيي محمد، كيفية كتابة الأبحاث والإعداد للمحاضرات، الطبعة الثانية، الإسكندرية، المكتب العربي الحديث، 2000م، ص53.
- [5] درار، خالد عبد الله أحمد، اتجاهات الصحفيين السودانيين والنخبة الأكاديمية إزاء دور الصحافة في التنمية الاقتصادية: الصحافة السودانية أنموذجاً، المجلة العربية لبحوث الإعلام والاتصال، العدد الحادي عشر، السنة الثالثة، 2015.
- [6] عبدالجواد، مجدي محمد، "دور الصحافة في معالجة مشكلات التنمية المستدامة بالتطبيق على عينة من الصحف العربية اليومية في المدة من 2005-2007، شبكة الإنترنت، 2016.
- [7] النجفي، سالم توفيق، أساسيات علم الاقتصاد، القاهرة، الدار الدولية للاستثمارات الثقافية، 2000، ص25.
- [8] حجاب، محمد منير، الموسوعة الإعلامية، المجلد الأول، الطبعة الأولى، القاهرة، دار الفجر للنشر والتوزيع، 2003، ص17-18.
- [9] غيث، محمد عاطف غيث، قاموس علم الاجتماع، الطبعة الأولى، القاهرة، الهيئة العامة للكتاب، 1979، ص195.
- [10] أبو سمرة، محمد، الإعلام التنموي، القاهرة، الراية للطباعة والنشر، 2012. ص56
- [11] الدليمي، حميد جاعد، التخطيط الإعلامي: المفاهيم والإطار العام، عمان، دار الشروق للنشر والتوزيع، 1998، ص73-74.
- [12] تهايمي، مهند علي، والألوسي، سؤدد فؤاد، النظام الإعلامي العربي: نحو أنموذج نظري جديد، مصدر سابق، ص170.
- [13] قيراط، محمد، الصحافة العربية والمعوقات المهنية والتنظيمية، كتاب الصحافة العربية في عالم متغير، الشارقة: دار الخليج للصحافة والنشر، 2005، ص115.
- [14] المشيخي، محمد بن عوض، الإعلام في الخليج العربي: واقعه ومستقبله، الكويت: مكتبة الفلاح للنشر والتوزيع، 2008، ص152.
- [15] الدناني، عبد الملك، الوظيفة الإعلامية لشبكة الإنترنت، القاهرة: دار الفجر للنشر والتوزيع، 2003، ص158.
- [16] آل علي، فوزية عبد الله ويونس، محمد أحمد، وسائل الإعلام الإماراتية: النشأة والتطور، مصدر سابق، ص86-87.
- [17] كتاب الخليج، 40 عاماً من الريادة والعطاء، إصدار دار الخليج للطباعة والنشر، 2010، ص9.
- [18] المشيخي، محمد بن عوض، مصدر سابق، ص154.
- [19] آل علي، فوزية عبد الله ويونس، محمد أحمد، وسائل الإعلام الإماراتية: النشأة والتطور، مصدر سابق ص96-103.
- [20] كتاب الخليج، 40 عاماً من الريادة والعطاء، إصدار دار الخليج للطباعة والنشر، 2010، ص40.
- [21] Gareth Locksley, the Media and Development, the International Bank for Reconstruction and Development Washington, 2009.
- [22] الدليمي، عبدالرزاق محمد، الإعلام والتنمية، عمان، دار أسامة، 2016، ص2-3.
- [23] التخطيط الإعلامي: المفاهيم والإطار العام، ص73-74.
- [24] خضور، أييب، الإعلام المتخصص: الاقتصادي، الرياضي، الثقافي، السكاني، العلمي، دمشق: بيانات الناشر غير مبينة، 2003، ص76.
- [25] عوجة، علي إبراهيم، الإعلام وقضايا التنمية، القاهرة، عالم الكتب، 2004، ص68.

- [26] أبو أصبع صالح خليل، دراسات في الإعلام والتنمية العربية، الإمارات: دبي، 1989، ص59.
- [27] أبو أصبع، صالح خليل، تحديات الإعلام العربي: دراسات في الإعلام المصداقية الحرة والتنمية والهيمنة الثقافية، عمان، دار الشروق، 1999، ص59.
- [28] الجمال، راسم محمد، الاتصال والإعلام في العالم العربي في عصر العولمة، القاهرة، الدار المصرية اللبنانية، 2006، ص134.
- [29] الغنام، عبدالعزيز، مدخل في عالم الصحافة، الجزء الأول، القاهرة: مكتبة ألا نجلو، 1977، ص45.
- [30] سميسم، حميدة، نظرية الرأي العام، بغداد، دار الشؤون الثقافية، 1992، ص66.
- [31] صابات، خليل، الصحافة رسالة واستعداد وفن وعلم، القاهرة، دار المعارف، بلا تاريخ، ص53.
- [32] غي دورندان، الدعاية والدعاية السياسية، ترجمة: د. رالف رزق الله، بيروت، المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر، 1983، ص47.
- [33] الخفاف، مؤيد قاسم، "تغطية الموضوعات العلمية في الصحف العراقية"، أطروحة دكتوراه منشورة، جامعة بغداد، كلية الإعلام، 1998، ص78.
- [34] الديك، اسكندر، دور الاتصال والإعلام في التنمية الشاملة، بيروت، المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر، 1993 ص62.
- [35] إبراهيم، إسماعيل، الصحفي المتخصص، القاهرة، دار الفجر للنشر والتوزيع، 2001، ص273.
- *** يقصد بالأخبار السلبية في الدراسة تلك الأخبار الجاهزة التي لا تبذل الصحفية أي جهد في الحصول عليها، كالبائانات والتقارير التي تأتي من الجهات الحكومية والأهلية، ويقوم المحرر بالملحق الاقتصادي بنشرها من دون أية تعديلات، وفي بعض الحالات يتم إجراء تعديلات طفيفة، ويبرز التعديل بشكل واضح في الملحق الاقتصادي لصحيفة الاتحاد، بحكم أنها صحيفة حكومية رسمية. أما الأخبار الإيجابية فيتم إعدادها من جهة الصحفيين العاملين في الملحقين من البداية إلى النهاية، بينما الأخبار "السلبية الإيجابية" أو "الإيجابية السلبية"، فهي نقطة وسطى بين الإثنين تحتاج إلى استكمال وجعلها أكثر تركيباً وتداخلاً وشمولاً.