

المضامين الاقتصادية في الصحافة اليومية العمانية
دراسة في الخصائص والتحديات

حسين بن رضا بن محمد اللواتي

رسالة مقدمة لاستكمال متطلبات الحصول على درجة الماجستير
في الإعلام تخصص : الصحافة

قسم الإعلام
كلية الآداب والعلوم الاجتماعية
جامعة السلطان قابوس
سلطنة عمان

2009

اسم الطالب: حسين بن رضا بن محمد اللواتي الرقم الجامعي: ٨٧٠٠٠٠٠٢٤/٠٥

عنوان الرسالة: المضامين الاقتصادية في الصحافة اليومية العمانية - دراسة في الخصائص والتحديات

لجنة الإشراف على الرسالة:

١ - الاسم: أ.د. محمد نجيب الصرايرة

الدرجة العلمية: أستاذ

القسم: الإعلام

الكلية / المؤسسة: الآداب والعلوم الاجتماعية

التوقيع:

التاريخ: ٢٠٠٩/٤/٢٢

٢ - الاسم: د. حسني محمد نصر

الدرجة العلمية: أستاذ مساعد

القسم: الإعلام

الكلية / المؤسسة: الآداب والعلوم الاجتماعية

التوقيع:

التاريخ: ٢٠٠٩/٤/٢٢

٣ - الاسم: د. عبدالله بن خميس الكندي

الدرجة العلمية: أستاذ مساعد

القسم: الإعلام

الكلية / المؤسسة: الآداب والعلوم الاجتماعية

التوقيع:

التاريخ: ٢٠٠٩/٤/٢٢

لجنة مناقشة الرسالة

١ - رئيس اللجنة: أ.د. أمنية مصطفى صادق

الدرجة العلمية: أستاذ

القسم: علم المكتبات والمعلومات

الكلية / المؤسسة: الآداب والعلوم الاجتماعية

التوقيع:

التاريخ: ٢٠٠٩/٤/٢٢

٢ - المشرف الرئيس: أ.د. محمد نجيب الصرايرة

الدرجة العلمية: أستاذ

القسم: الإعلام

الكلية / المؤسسة: الآداب والعلوم الاجتماعية

التوقيع:

التاريخ: ٢٠٠٩/٤/٢٢

٣ - الممتحن الداخلي: د. طه عبدالعاطي نجم

الدرجة العلمية: أستاذ مساعد

القسم: الإعلام

الكلية / المؤسسة: الآداب والعلوم الاجتماعية

التوقيع:

التاريخ: ٢٠٠٩/٤/٢٢

٤ - الممتحن الخارجي: أ.د. نجوى كامل

الدرجة العلمية:

القسم: الصحافة

الكلية / المؤسسة: كلية الإعلام - جامعة القاهرة

التوقيع:

التاريخ: ٢٠٠٩/٤/٢٢

"ولا تجعل يدك مغلولة إلى عنقك ولا تبسطها كل البسط فتتعد

ملومًا محسورًا"

الإسراء 29

الإهداء

ثلاثة من السنين،،

سنين الصبر والتحمل،،

لم أجد من خلالها إلا تشجيعاً لمواصلة الدرب،،

ويد حانية تمد لتقديم كل عون،،

رغم طول الفترة،،

والآن وقد حان وقت الحصاد،،

لا أجد أحداً أحق بأن يكون هذا العمل هدية له،،

غيرك!

زوجتي

الشكر والتقدير

أنه من صدق الوفاء عليّ أن أتقدم بالشكر الجزيل، بعد الإله الرحيم ورسوله الكريم، إلى من تدين لجهودهم هذه الدراسة بالفضل العميم، وأخص بالذكر هنا المشرف على هذه الرسالة الأستاذ الدكتور محمد نجيب الصرايرة، الذي تكبد عناء الإشراف والتوجيه والتصحيح مرة بعد أخرى. والدكتور حسني محمد نصر، والدكتور عبدالله بن خميس الكندي، عضوا لجنة الإشراف على هذه الرسالة، اللذين بذلا جهداً غير عاديًا لإتمام هذا البحث، من صفحته الأولى وحتى هذه النسخة التي بين أيديكم.

ويسرني أن أتوجه في هذا المقام أيضًا بالشكر الجزيل إلى رؤساء ومدرّاء تحرير الصحف اليومية العمانية (الوطن، عمان، والشبيبة)، ورؤساء الأقسام الاقتصادية فيها، وكافة المشرفين على الدوريات الاقتصادية الصادرة في سلطنة عمان، الحكومية منها والخاصة، الذين مدوا يد العون والمساعدة، فضلاً عن التشجيع المستمر للاستمرار في البحث، والتقدير الكبير للجهد المبذول لإعداده. وأخص بالذكر هنا الأستاذ محمد بن سليمان الطائي، صاحب الامتياز ورئيس تحرير صحيفة الوطن، الذي استقبلني برحابة صدر في مكتبه لأكثر من مرة، وتفضل بفتح أرشيف الصحيفة واستخراج الأعداد الأولى منها.

أما ممثلو المؤسسات الاقتصادية في السلطنة، الذين استقبلوا الباحث في مكاتبهم وأبدوا اهتمامًا كبيرًا في رؤية صحافة اقتصادية متطورة، فلا يسع للباحث إلا أن يتوجه إليهم بالشكر الجزيل على تعاونهم وإيداء ملاحظاتهم، حول أهمية وجود صحافة اقتصادية معبرة عن الجوانب المختلفة للتنمية الاقتصادية التي تشهدها البلاد بشكل خاص، ودول العالم بشكل عام. ويشكر الباحث أيضًا كافة الأخوة والزملاء، وبشكل خاص أفراد العائلة، الذين وقفوا إلى جانب الباحث، وساهموا في انجاز هذا العمل بأي شكل من الأشكال.

ويبقى أن نوجه الشكر الجزيل إلى وزارة الإعلام، التي كان لها الدور الأبرز في ذلك، خاصة السيد نمير بن سالم آل سعيد مدير دائرة المطبوعات والنشر، والأخ مبارك بن خميس العريمي مساعد مدير عام الإعلام لشؤون الصحافة المحلية، والأخوة والزملاء في دائرة المطبوعات والنشر، ودائرة الدراسات والرأي العام، والمديرية العامة للإعلام.

ملخص الرسالة

المضامين الاقتصادية في الصحافة اليومية العمانية

دراسة في الخصائص والتحديات

إعداد: حسين بن رضا بن محمد اللواتي

تبحث هذه الدراسة في المضامين الاقتصادية، في ثلاث من أبرز الصحف اليومية العمانية، الناطقة باللغة العربية هي (الوطن، عمان، الشبيبة). إلى جانب ذلك، تلقي هذه الدراسة الضوء على نشأة الصحافة الاقتصادية في العالم بشكل عام، وفي عمان بشكل خاص، كما تقدم نبذة عن كافة الدوريات الاقتصادية الصادرة فيها. بالإضافة إلى ذلك، تعرض هذه الدراسة إطاراً معرفياً عن بعض الموضوعات المتصلة بالصحافة الاقتصادية، كأهميتها ووظائفها ومستوياتها ومصادرها، وبعض الإرشادات حول تحرير الأخبار الاقتصادية، ومواصفات المحرر الاقتصادي.

كما تتأقش هذه الدراسة التحديات التي تواجه الصحافة الاقتصادية، خصوصاً في سلطنة عمان، وذلك بعرض آراء بعض الصحفيين المعنيين بتغطية موضوعات النشاط الاقتصادي، وبعض المسؤولين العاملين في القطاعات الاقتصادية في الدولة، بهدف حصر هذه التحديات وتقديم المقترحات المناسبة للتغلب عليها، لتطوير مستوى التغطية الاقتصادية في الصحافة اليومية العمانية.

وتُعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية، إذ اعتمدت على منهج تحليل المضمون، وذلك بسحب عينة من الصحف العمانية الثلاث بالطريقة العشوائية المنتظمة، اشتملت على (12) عددًا من كل صحيفة، وذلك فيما يتعلق بدراسة خصائص الصحافة الاقتصادية. أما فيما يتعلق بدراسة التحديات، فقد اعتمدت الدراسة على المنهج المسحي الاستقصائي، المعتمد على أداة المقابلة غير المقتنة، مع عينة قصدية من الصحفيين والاقتصاديين ممن لهم علاقة مباشرة بالصحافة الاقتصادية.

وقد توصلت هذه الدراسة إلى العديد من النتائج أبرزها، احتلال موضوعات الشؤون الاقتصادية الترتيب الثالث ضمن اهتمامات الصحافة اليومية العمانية، وذلك بعد الموضوعات الرياضية والفنية - الثقافية. وفي إطار الموضوعات الاقتصادية، حازت الموضوعات المتعلقة بقطاع البورصة على الاهتمام الأكبر للصحافة العمانية. ومن نتائج الدراسة أيضًا اعتماد الصحف العمانية على المنادوب الصحفي في المقام الأول كمصدر للأخبار الاقتصادية، والتركيز على الخبر

الصحفي كنمط لعرض الموضوعات الاقتصادية. وتشير النتائج إلى اهتمام الصحافة العمانية بتغطية النشاط الاقتصادي على الشأن الوطني في الدرجة الأولى، مقارنة بالشؤون الإقليمية والدولية، وانخفاض نسبة الأخبار الاقتصادية المنسوبة لوكالة الأنباء العمانية، في مقابل اعتماد الصحف العمانية على وكالة رويترز للأنباء، كمصدر للأخبار الاقتصادية الدولية.

وفيما يتعلق بأهم نتائج دراسة التحديات التي توصلت إليها هذه الدراسة، هي التحرر من البيروقراطية الإدارية، التي تمارسها المؤسسات الاقتصادية مع الصحفيين، وعدم تحديد جهة معينة في المؤسسة الاقتصادية، تعمل على تزويد الصحافة بالمعلومات المطلوبة، بحيث تمنح الصلاحيات الكافية للتعامل مع وسائل الإعلام بالدقة والسرعة اللازمة، وذلك حسب وجهة نظر المؤسسات الصحفية. في حين ترى المؤسسات الاقتصادية أن من أهم التحديات التي تواجه الصحافة الاقتصادية، هي عدم وجود صحفيين متخصصين ممن لديهم المعرفة والدراسة في الشؤون الاقتصادية. ويرون أن تنظيم برامج لتدريب الصحفيين الاقتصاديين، سواء من خلال المؤسسات الصحفية التي يعملون بها، أو من خلال المؤسسات الاقتصادية نفسها، سيساهم في التغلب على العديد من التحديات التي تحول دون وجود صحافة اقتصادية عمانية جيدة.

Abstract

Business Content in Omani Daily Newspapers A Study in Characteristics and Challenges By: Hosain Redha Mohamed Al-Lawati

This Study analysis the Business contents in three of The Omani leading Arabic Daily Newspapers (Alwatan, Oman, Alshabiba). As a part of it, the study sheds light on the beginning of The Business Press in the world in general and in Oman in particular. It also contain the background of all Business Periodicals in the Sultanate. More than that, the study provides useful information related to the importance, sources, editing tips, levels and the role of the Business Journalism.

The other important part of this study focuses on the challenges facing the Business Press, specially in The Sultanate of Oman. The researcher interviewed a number of Business Editors and representatives from different Economic Sectors in the country, to specify these challenges and propose suitable solutions for better Business News coverage in the Sultanate of Oman.

Furthermore, this study is considered as a Descriptive one, which employed Content Analysis as a technique to investigate the content of the three newspapers .(12) issues were selected from each newspaper by Systematic Random Sample. In addition, the study employed Unstructured Interview to enquire a desirable numbers of journalists and economists who have direct relations to the economic matters.

The research disclosed many results, the important ones are, the economic issues ranked in the third position in the interests of the Oman daily

newspapers after sports and culture issues. In the economic issues the stories related to the Stock Market had the most coverage in the three newspapers comparing to the other economic issues. One of the main results is that these newspapers depend on their Reporters as one of the economic stories source, and also the News as one of the Press Arts were used much more in editing the economic content comparing to the other Press Arts.

More than that, the study disclosed the local economic events were covered more than the International events, and the stories referred to Oman News Agency were less comparing to Reuters as source of the International economic news.

On the other hand, the Survey disclosed many facts related to the challenges facing the economic press, one of which is the Bureaucratic Procedures practiced by the Economic Establishments against the journalists, and the importance of nominating Authorized Officials in these Establishments to provide the journalists the necessary business information, as per the journalists points of view.

On the other side, the Economic Specialists summarised the challenges prevent to read a good economic content in local newspapers due to lack of specialised and trained Economic Journalists. They also talk about the importance of organizing special economic training programs indoors or even outdoors in co-operation with the Economic Establishments; in order to have better Economic Press in Oman.

قائمة المحتويات

م	الموضوع	الصفحة
1	المقدمة	1
2	الفصل الأول: الصحافة الاقتصادية.. المفاهيم، النشأة، المستويات والوظائف الصحافة المتخصصة.. مدخل عام:	5
3	الصحافة الاقتصادية .. المفاهيم والمجالات	8
4	الصحافة الاقتصادية .. لمحة تاريخية	10
5	الصحافة الاقتصادية في العالم العربي	18
6	الصحافة الاقتصادية .. الأهمية والمستويات	21
7	الصحافة الاقتصادية .. الخصائص والوظائف	27
8	مواصفات المحرر الاقتصادي	32
9	مصادر الصحف الاقتصادية	36
10	أساليب تحرير الموضوعات الاقتصادية	39
11	الفصل الثاني: الصحافة الاقتصادية في سلطنة عمان الصحافة في عمان .. مدخل عام	45
12	الصحافة العمانية في أفريقيا	55
13	المضامين الاقتصادية في صحيفتي الفلق والنهضة العمانيتين	56
14	الصحافة الاقتصادية في سلطنة عمان أولاً: الدوريات الاقتصادية المتخصصة	58
15	ثانياً: الأقسام الاقتصادية في الصحف اليومية العمانية القسم الاقتصادي في صحيفة الوطن	68
16	القسم الاقتصادي في جريدة عمان	72
17	القسم الاقتصادي في صحيفة الشبيبة	77
18	الفصل الثالث: الدراسات السابقة والإجراءات المنهجية	79
19	أولاً: الدراسات العربية	81
20	ثانياً: الدراسات الأجنبية	92
21	الخلاصة	102
22	الإجراءات المنهجية: مشكلة الدراسة	104

105	أهمية الدراسة	23
106	أهداف الدراسة	24
107	تساؤلات الدراسة	25
107	منهج الدراسة وأدواتها	26
110	مجتمع الدراسة والعينة	27
111	فئات التحليل ووحداته	28
114	اختبار الصدق والثبات	29
115	الفصل الرابع: نتائج الدراسة التحليلية والاستطلاعية ومناقشتها أولاً: نتائج الدراسة التحليلية . . مدخل عام	30
117	المضمون الصحفي والإعلاني	31
119	المضمون الصحفي والمضمون الاقتصادي	32
121	الموضوعات الصحفية	33
127	الموضوعات الاقتصادية	34
133	أنماط المضمون الاقتصادي	35
136	مصادر المضمون الاقتصادي	36
140	التوزيع الجغرافي للمضامين الاقتصادية	37
142	وظيفة المضامين الاقتصادية	38
144	الصور والرسوم الاقتصادية	39
145	أسلوب معالجة المضامين الاقتصادية	40
146	نوع تغطية المضامين الاقتصادية	41
147	موقع المضامين الاقتصادية	42
149	ثانياً: نتائج الدراسة الاستطلاعية التحديات التي تواجه الصحافة الاقتصادية العربية . . مدخل عام	43
153	حالة الصحافة الاقتصادية العمانية	44
154	وجهة نظر المؤسسات الإعلامية	45
156	وجهة نظر المؤسسات الاقتصادية	46
158	الاستنتاجات والتوصيات	47
160	قائمة المراجع	47

قائمة الجداول

رقم الصفحة	موضوع الجدول	رقم الجدول
118	مساحات فئات نوع المضمون ونسبها المئوية في الصحافة اليومية العمانية	1
120	مساحات فئات نوع المضمون الصحفي ونسبها المئوية في الصحافة اليومية العمانية	2
122	مساحات فئات الموضوع الصحفي ونسبها المئوية في الصحافة اليومية العمانية	3
128	مساحات فئات الموضوع الاقتصادي ونسبها المئوية في الصحافة اليومية العمانية	4
134	مساحات فئات أنماط المضمون الاقتصادي ونسبها المئوية في الصحافة اليومية العمانية	5
137	مساحات فئات مصادر المضمون الاقتصادي ونسبها المئوية في الصحافة اليومية العمانية	6
141	مساحات فئات التوزيع الجغرافي للمضامين الاقتصادية ونسبها المئوية في الصحافة اليومية العمانية	7
143	مساحات فئات وظيفة المضامين الاقتصادية ونسبها المئوية في الصحافة اليومية العمانية	8
144	مساحات فئات الصور والرسوم الاقتصادية ونسبها المئوية في الصحافة اليومية العمانية	9
145	مساحات فئات أسلوب معالجة المضامين الاقتصادية ونسبها المئوية في الصحافة اليومية العمانية	10
146	مساحات فئات نوع تغطية المضامين الاقتصادية ونسبها المئوية في الصحافة اليومية العمانية	11
147	مساحات فئات موقع المضامين الاقتصادية ونسبها المئوية في الصحافة اليومية العمانية	12

المقدمة

الاقتصاد هو عصب الحياة، حيث أصبحت القضايا الاقتصادية تشغل اهتمام الناس والدول على حدٍ سواء، خاصة في أيامنا الحالية التي تشهد أزمة اقتصادية دولية ألقت بظلالها على اقتصاديات العديد من دول العالم. وبما أن الصحافة هي مرآة المجتمع تعكس قضاياها المختلفة، فمن الطبيعي أن نجد فيها حيزًا للموضوعات الاقتصادية، بل من الطبيعي أيضًا أن نجد صحفًا اقتصادية متخصصة تتقاسم القضايا الاقتصادية بالنقد والتحليل.

وإذا كانت الصحافة المتخصصة هي الصحافة التي تعنى بتغطية جانب معين من جوانب المعرفة، فإن الصحافة الاقتصادية هي تلك الصحافة التي تهتم بتغطية الأحداث الاقتصادية، بالشرح والتفسير والتحليل، وذلك في مجالاتها المتعددة كأسواق المال والأعمال، شؤون المصارف والتمويل، التخطيط الاقتصادي والاستثمار، النفط والغاز والطاقة، الشؤون التجارية والاستهلاكية، وغيرها من القطاعات الاقتصادية الفرعية.

ولا توجد في سلطنة عمان صحيفة اقتصادية يومية أو أسبوعية متخصصة حتى اليوم، وإنما توجد صفحات اقتصادية متخصصة في الصحف اليومية والأسبوعية، وملحق اقتصادي يومي تصدره صحيفة الوطن فقط. وفي مقابل ذلك، نجد العديد من المجلات الاقتصادية الشهرية والفصلية تصدر عن مؤسسات (حكومية وخاصة)، وعن مؤسسات صحفية مهنية، يبلغ عددها (17) دورية اقتصادية، منها على سبيل المثال مجلة المركزي التابعة للبنك المركزي العماني، ومجلة الغرفة التابعة لغرفة تجارة وصناعة عمان، ونشرة الغنجة للشركة العمانية للغاز الطبيعي المسال. إلا أن هذه الدوريات تشبه نشرات العلاقات العامة، التي تتحدث عن نشاط وفعاليات المؤسسات التي تصدرها. كما تصدر أيضًا في السلطنة بعض المجلات الاقتصادية

المتخصصة، عن مؤسسات صحفية مهنية تمارس أعمال الصحافة والطباعة والنشر، منها على سبيل المثال مجلة التجاري، ومجلة عالم الاقتصاد والأعمال ومجلة Business Today.

ومن هنا تأتي أهمية هذه الدراسة، باعتبارها الدراسة العلمية الأولى التي تبحث في الصحافة الاقتصادية في السلطنة، بهدف دراسة خصائصها والتحديات التي تواجهها. وتتكون هذه الدراسة من أربعة فصول هي:

الفصل الأول: يتناول الجانب المعرفي للصحافة المتخصصة بشكل عام، والصحافة الاقتصادية بشكل خاص، وذلك من حيث مفاهيمها ومجالاتها، نشأتها وتطورها، أهميتها ومستوياتها، خصائصها ووظائفها، وكذلك مواصفات المحرر الاقتصادي، وأساليب تحرير الموضوعات الاقتصادية ومصادرها، وغيرها من الموضوعات المتصلة بالجانب النظري للصحافة الاقتصادية.

الفصل الثاني: ويتضمن إطاراً نظرياً عن نشأة الصحافة في عُمان بشكل عام والصحافة الاقتصادية بشكل خاص، ويتضمن بعض المعلومات عن نشأة الصحافة العمانية في أفريقيا. وبالإضافة إلى ذلك، يقدم هذا الفصل نبذة تعريفية عن الدوريات الاقتصادية التي تصدر في السلطنة. كما يحتوي هذا الفصل على خلفية تاريخية تتعلق بنشأة الأقسام الاقتصادية في الصحف اليومية العمانية (الوطن، عمان، والشبيبة) وتطورها.

الفصل الثالث: ويشمل الدراسات السابقة التي بحثت في موضوع الصحافة الاقتصادية، سواء من حيث خصائصها أو التحديات التي تواجهها. كما يحتوي هذا الفصل على الإجراءات المنهجية التي تم تطبيقها في هذه الدراسة، حيث تُعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية التي استندت على منهج تحليل المضمون، لدراسة خصائص الموضوعات الاقتصادية في الصحف

اليومية العمانية الثلاث، وعلى أداة المقابلة غير المقننة للتعرف على التحديات التي تواجهها، من خلال القائمين عليها من الصحفيين والاقتصاديين.

الفصل الرابع: وهو عبارة عن عرض لنتائج الدراسة التحليلية والاستطلاعية ومناقشتها، واستنتاجات الدراسة وتوصياتها. حيث أظهرت نتائج الدراسة التحليلية ارتفاع نسبة المضمون الصحفي باختلاف مجالاته عن المضمون الإعلاني. حيث احتلت مثلاً موضوعات الشؤون الرياضية الترتيب الأول، في حين احتلت موضوعات الشؤون الثقافية والفنية الترتيب الثاني، وجاءت الموضوعات الاقتصادية في الترتيب الثالث. كما كشفت هذه الدراسة بأن الموضوعات الاقتصادية المتعلقة بقطاع البورصة حازت على الاهتمام الأكبر للصحافة العمانية، تلتها موضوعات التخطيط الاقتصادي، ثم موضوعات العمل والعمال. وفي مقابل ذلك، انخفضت نسبة الموضوعات المتعلقة بالقطاع الصناعي والتجاري والسياحي في الصحافة العمانية، رغم كونها قطاعات اقتصادية حيوية.

كما أشارت نتائج هذه الدراسة إلى اعتماد الصحف الثلاث بشكل كبير، على نمط الخبر الصحفي لعرض الموضوعات الاقتصادية، مقارنة بغيرها من الأنماط الصحفية كالمقالات والتحقيقات الصحفية. كما كانت معظم هذه الموضوعات تقع في الإطار الجغرافي المحلي، ومعظمها من مصادر ذاتية للصحف الثلاث.

وفيما يتعلق بنتائج الدراسة الاستطلاعية، فقد كشف البحث عن مجموعة من التحديات منها غياب التخصص لدى الصحفيين الاقتصاديين، والاكتفاء بنشر المادة الاقتصادية من دون إضفاء الجانب التفسيري والتوضيحي والتحليلي عليها، وعدم اهتمام المؤسسات الصحفية بتأهيل وتدريب كوادرها، وذلك حسب وجهة نظر ممثلي المؤسسات الاقتصادية. أما الصحفيون

العاملون في تغطية فعاليات النشاط الاقتصادي فيرون، أن المؤسسات الاقتصادية تتبع إجراءات إدارية تعرقل الحصول على المعلومات الاقتصادية بالدقة والسرعة المطلوبة، ولا توجد جهة معينة في هذه المؤسسات تقوم بتزويد الصحافة بالمعلومات المطلوبة، وإن وجدت فهي تفتقر للصلاحيات اللازمة للتعامل معها، وبالإضافة إلى ذلك، تفرض المؤسسات الاقتصادية رأيها على الصحفيين بنشر موضوعات اقتصادية محددة دون غيرها.

وجاء ختام هذا الفصل بعرض الاستنتاجات والتوصيات التي اقترحتها الدراسة، منها التأكيد على أن اهتمام الصحافة العمانية بتغطية قضايا الشؤون الاقتصادية، يجب أن يتعدى الاهتمام الكمي إلى الاهتمام الكيفي، المتمثل في التغطية الشاملة لنشاط القطاعات الاقتصادية المختلفة، ونشر التحليلات والمقالات الاقتصادية، وتنويع المصادر وأساليب المعالجة، والتأكيد على أهمية تدريب وتأهيل العاملين في الصحافة الاقتصادية.

وبالإضافة إلى ذلك، اقترحت هذه الدراسة أن تكون أساس العلاقة بين الصحافة والاقتصاد هي الشراكة والتكامل، لا المنافسة والتنافر، ولذلك على المؤسسات الاقتصادية دعم الصحافة الاقتصادية على أساس هذه العلاقة، ومد يد التعاون والتنسيق بهدف بناء صحافة اقتصادية معبرة عن مختلف جوانب التنمية الاقتصادية في السلطنة من جانب، وتقديم تغطية صحفية شاملة على كافة المستويات، بهدف تلبية احتياجات القارئ في المعرفة الاقتصادية من جانب آخر.

الفصل الأول

الصحافة الاقتصادية

النشأة، المفاهيم، الوظائف، والتحديات

• الصحافة المتخصصة.. مدخل عام:

الاتجاه نحو التخصص والبحث عن المعرفة المتعمقة هو سمة هذا العصر، وقد ساهم التقدم العلمي والتكنولوجي، وتنوع الاهتمامات الإنسانية في ظهور التخصصات الدقيقة في مختلف ميادين العلم والمعرفة. وقد واكبت الصحافة بدورها هذا الاتجاه، فظهرت العديد من الصحف المتخصصة في مجالات الشؤون السياسية والاقتصادية والثقافية وغيرها. حيث يشير دليل الدوريات الدولية لعام 1987 الصادر في الولايات المتحدة، إلى أن عدد الدوريات المتخصصة في العالم بلغت ما يقرب من (71) ألف دورية، تغطي (542) تخصصًا، أي حوالي (131) دورية لكل تخصص (عبد اللطيف، 2002 : 37). فعلى سبيل المثال، بلغ عدد الدوريات المتخصصة في المجال الرياضي بالمملكة المتحدة وحدها (320) دورية، و (16) قناة تلفزيونية متخصصة (ملحق الإعلام، صحيفة الشرق الأوسط، 2007 : 8).

والصحافة المتخصصة هي الصحافة التي تُعنى بجانب محدد من اهتمامات الجمهور، بحيث تقتصر على مخاطبة فئة معينة من القراء، وكلما تعمقت في التخصص قل حجم الجمهور الذي تتوجه إليه (أبو عرجة، 1988 : 170). ويرى فاروق أبو زيد (1986 : 4 - 5) أن المادة المتخصصة والجمهور المتخصص، هما أهم ركنين تتميز بهما الصحافة المتخصصة عن الصحافة العامة. ويذكر أن الصحافة المتخصصة لا تتوقف عند نقل المعلومة فحسب، بل تهتم بمعالجة القضايا المتخصصة بالتحليل والنقد لتصبح بذلك منبرًا للحوار والنقاش، وأداة

لتبادل الخبرات والتجارب، ووسيلة فعالة للتأثير على متخذي القرار، والبحث عن المعرفة المتعمقة.

فضلاً عن ذلك، يرى حسنين شفيق (2006 : 34) أن الصحافة المتخصصة تساهم في إيجاد فرص التقارب غير المباشر بين المتخصصين والقراء. فالدوريات المتخصصة في الطب أو في الشؤون الاجتماعية أو القانونية توفر ميزة الاستشارة المتخصصة للقراء في هذه المجالات، دون أن تحملهم عناء المقابلة في حالات معينة. ويذكر شفيق خاصية أخرى تتميز بها الصحافة المتخصصة تتعلق بتعزيز روح الإبداع والابتكار في إخراج المادة المتخصصة. فالإخراج الفني للمجلات الرياضية، يختلف عن إخراج المجلات المتخصصة للأطفال، ويختلف إخراج هذه النوعية من المجلات عن الأساليب المتبعة في إخراج المجلات النسائية. فالتجديد في أساليب الإخراج الصحفي، والإبداع في فنون الطباعة هي من السمات التي تتميز بها الصحافة المتخصصة عن غيرها من الصحف.

وتشير بعض المصادر (شفيق، 2006 : 28 ، عبداللطيف، 2002 : 26) إلى أن الصحافة بدأت متخصصة في بداية نشأتها، حيث اهتمت بنشر أخبار النبلاء ورجال المال وأخبار الحروب في أوروبا، بينما غلب عليها الطابع الديني في بداية نشأتها في أفريقيا. أما في العالم العربي، فكانت أداة بيد الحكام ينشرون فيها ما يتعلق بأمر الحكم والقوانين والمراسيم. وقد ساهم اختراع الطباعة في القرن الخامس عشر في ظهور الصحف الشعبية زهيدة الثمن، ومع انتشار هذه النوعية من الصحف وما صاحبها من تقدم علمي وتطور صناعي شهدته أوروبا، عرفت الصحافة التنوع المعرفي، فبدأت تغطي مجالات عديدة في مختلف الميادين العلمية والاجتماعية والثقافية، لكنها لم تعرف التخصص المتعمق والدقيق الذي نشهده اليوم إلا

في القرن التاسع عشر، عندما شهد العالم ثورة تكنولوجية شملت مختلف المجالات، خصوصًا في مجال وسائل الاتصال.

وتُعد فرنسا من أوائل الدول التي عرفت الصحافة المتخصصة، ففي عام 1665 ظهرت فيها أولى الصحف الأدبية هي صحيفة Journal des Savants ، أشرف على إصدارها الفرنسي Colbert (الكيالي وآخرون، 1983 : 555). وكانت فرنسا أيضًا أول دولة عرفت صحافة الأطفال، حيث ظهرت فيها عام 1830 أول صحيفة متخصصة، يسمى Le Journal De Junes Personnas (الطرابيشي، 2003 : 29). وفي عام 1831 صدرت في الولايات المتحدة أول مجلة نسائية متخصصة هي مجلة The Huntress أصدرتها Ane Royal (عبداللطيف، 2002 : 55). وفي نفس العام صدرت فيها مجلة Jenncy Farmer وهي أولى المجلات المتخصصة في المجال الزراعي (بيرى، 1964 : 489).

أما في العالم العربي، فكان اتجاه الصحف في بداية ظهورها هو التخصص، حيث كانت معظمها صحفًا حكومية تنشر القوانين الرسمية، وما يتعلق بتنظيم أمور الحكم والقرارات الإدارية. وتُعتبر مصر من أوائل الدول العربية التي ظهرت فيها هذه النوعية من الصحافة المتخصصة، ففي عام 1827 أصدر الخديوي جريدة متخصصة سماها جورنال الخديوي، نشر فيها كل ما يتعلق بالحاكم والمحكومين، وفي عام 1828 تغير اسمها إلى الوقائع المصرية (عبداللطيف، 2002 : 40). وبالإضافة إلى مصر، تُعد لبنان من أوائل الدول العربية التي ظهرت فيها الصحافة المتخصصة، ففي عام 1860 أصدر بطرس البستاني أول مجلة أدبية هي مجلة نفيير سورية (شرف، 2004 : 147).

ومن أوائل الصحف المتخصصة في العالم العربي، مجلة يعسوب الطب الشهرية، وهي أول مجلة طبية متخصصة، صدرت بمصر عام 1865، وقد ترأس تحريرها الدكتور محمد علي باشا الحكيم، كبير الأطباء المصريين في ذلك الوقت (المسلمي، 2005 : 160). وبالنسبة لصحافة الأطفال، فقد أخذت في بداية صدورها طابع الصحافة المدرسة، وكانت تصدر تحت إشراف المؤسسات التعليمية. ففي عام 1870 صدرت في مصر أول مجلة متخصصة للأطفال هي مجلة روضة المدارس. واستمرت صحافة الأطفال على هذا النهج حتى عام 1923، عندما ظهرت أول مجلة ذات طابع تجاري هي مجلة الأولاد، عن دار اللطائف المصورة بمصر (الطرابيشي، 2003 : 31-32).

وتُعد صحيفة روضة الأخبار المصرية التي صدرت عام 1875، من أوائل الصحف الإعلانية المتخصصة، إذ كانت معدة لنشر الإعلانات الخصوصية والعمومية، زراعية ومالية وتجارية (المسلمي، 2005 : 165). وقد واجه أصحاب الصحف المتخصصة الأخرى في تلك الفترة، مضايقات وصلت إلى إيقاف صحفهم ونفيهم إلى الخارج. فعندما أصدر يعقوب صنوع عام 1877 بمصر، أول صحيفة متخصصة في الفكاهة بمسمى أبو نضارة (عبد، 1982 : 335)، نفاه الخديوي إلى فرنسا بسبب انتقاده لسياساته المالية، لكنه أصدرها من المنفى بمسميات مختلفة منها الحاوي وأبو صفارة (شفيق، 2006 : 140).

• الصحافة الاقتصادية.. المفاهيم والمجالات:

يرى محمد حجاب (2004 : 65) أن الإعلام المتخصص هو الإعلام الذي يهتم بتغطية مجال محدد من مجالات الحياة، السياسية أو الثقافية أو الاقتصادية أو النسائية أو غيرها،

بحيث يركز اهتمامه بشكل أساسي على معالجة القضايا والتطورات المتصلة بالمجال الذي يعمل فيه، والذي تقوم به مؤسسات إعلامية متخصصة، تعمل بها كوادر إعلامية مؤهلة.

ويُعرف إسماعيل إبراهيم (2001 : 275) الصحافة الاقتصادية بأنها " تلك الصحافة التي تهتم بالمضمون الاقتصادي بكل قضاياها الرئيسية والفرعية، وتركز عليه بشكل مباشر، وعلى تأثيراته المختلفة على جوانب الحياة المتعددة ". وترى أسما حافظ (1998 : 29) بأن الصحافة الاقتصادية هي التي تهتم بمتابعة الأحداث المتعلقة بشؤون الاقتصاد، بالشرح والتحليل والتفسير، والتصدي للمشكلات الاقتصادية المرتبطة بحياة الناس. ويقابل مصطلح الصحيفة الاقتصادية باللغة الإنجليزية عند Julien Elfenbein (1960 : 5) Businesspaper، وتكتب كلمة واحدة من دون فاصل، مثلها مثل كلمة الصحيفة Newspaper التي تكتب من دون فاصل.

بينما ترى Kathleen L. Endres (1994 : 1) أنه لا يوجد هناك اتفاق بين الباحثين في تسمية هذا التخصص في الصحافة، فالبعض يسميه Industry Press، وبعض الآخر يطلق عليه مسمى Industry Magazine، وترى هذه الباحثة أن المصطلح المستخدم في الأوساط الأكاديمية هو Trade Press، وتفصل بين كلمتي Business و Paper في دراستها بحيث تصبح كلمتين Business Paper، بخلاف ما ذهب إليه Elfenbein.

ويتضح من المفاهيم السابقة، تعدد وتنوع المجالات أمام الصحافة الاقتصادية لتقوم بدورها في تزويد القارئ بالمعرفة، التي تساعد على فهم القضايا والقرارات والقوانين الاقتصادية، بالشرح والتفسير والتحليل. أما مجالات التغطية فهي كثيرة تشمل التخصصات أو القطاعات الفرعية التي تندرج تحت مظلة الاقتصاد بشكل عام منها،

عالم البورصات والأسواق المالية، التأمين والاستثمار، شؤون المصارف وشركات التمويل، النفط والغاز والطاقة، العقارات والمقاولات، قطاع الصناعة والتجارة والزراعة، النقل والاتصالات، العمل والعمال، قطاع السياحة، وغيرها من القطاعات الاقتصادية (جونسون، هاريس، 1960 : 278).

وتُعتبر مسألة تحديد المجالات الاقتصادية الفرعية بدقة ومتابعة أنشطتها وفعاليتها، من الأمور المهمة بالنسبة للصحفي الاقتصادي، حيث يستفيد من ذلك في إعداد مادة اقتصادية متنوعة ومتجددة من جانب، ومراجعة قائمة مصادره بين فترة وأخرى من جانب آخر، بحيث تشمل شخصيات ذات علاقة بكافة القطاعات الاقتصادية. ثم تبقى على الصحفي بعد ذلك مهمة إيجاد الموضوعات والقصص الاقتصادية، التي تلبي حاجات الجمهور لمناقشتها وتقديمها بشكل مُبسّط ومُشوق.

• الصحافة الاقتصادية.. لمحة تاريخية:

تُعد الصحافة الاقتصادية واحدة من أهم فروع الصحافة المتخصصة، التي ازدادت أهمية بعد الطفرة الاقتصادية التي شهدتها دول العالم المختلفة، وبخاصة الدول العربية. وقد نتج عن ذلك دخول معظم فئات المجتمع أفرادًا ومؤسسات إلى الأسواق، وبانت الأخبار الاقتصادية تحظى بمتابعة يومية - إن لم تكن على مدار الساعة - خصوصًا من قبل المتعاملين مع أسواق المال والبورصات. وتزايدت الحاجة إلى وجود صحافة متخصصة، تناقش الهموم الاقتصادية اليومية للقارئ، فلم تعد أنباء النشاط الاقتصادي والمالي اليوم تنتشر في الصفحات الداخلية، بل أصبحت القضايا الاقتصادية بقدر ما هي مهمة بالنسبة لرجال الأعمال فهي مهمة بنفس الدرجة أيضًا للأفراد العاديين، وتحتل مساحات واسعة على الصفحات الأولى في معظم الصحف.

وفي استطلاع نشرته صحيفة الاتحاد الإماراتية حول أهمية الموضوعات الاقتصادية ومدى الإقبال على متابعتها، حمل عنوان " أخبار أسواق المال تخطف جمهور الرياضة"، ذكرت الصحيفة أن الملاحق الاقتصادية دخلت في منافسة شديدة مع الملاحق الأخرى وخصوصًا الرياضية منها، وذلك بعد أن ارتبطت اهتمامات الناس بما تنشره هذه الصحف من مضامين اقتصادية عن أسواق المال والأعمال وغيرها (ملحق الاتحاد الاقتصادي، 2006 : 3- 4).

ومن منطلق الدور الذي تلعبه وسائل الإعلام عمومًا والصحافة خصوصًا، في تسليط الضوء على ما يهم المجتمع، وباعتبارها المرآة العاكسة لمختلف أوجه النشاط الإنساني، فقد شهدت فترة القرن الرابع عشر للميلاد ظروفًا ملائمة لظهور الصحافة الاقتصادية في أوروبا. فقد كانت إيطاليا مركزًا لتجارة العالم منذ العهد الروماني، وساهم موقعها الجغرافي في منتصف حوض البحر المتوسط في أن تكون مركزًا تجاريًا نشطًا في القارة الأوروبية، ووسيطًا بين تجارة الشرق (العالم العربي والهند والصين) من جهة، وبين الغرب (أوروبا) من جهة أخرى (الزيدي، 2004 : 402).

وكان ميناء البندقية في مقدمة المدن الإيطالية التي اشتهرت بالنشاط التجاري، ومنها عرف الأوروبيون بضائع الشرق كالحرير والتوابل والجلود والفراء وغيرها. ونتيجة لذلك اهتم الإيطاليون بتطوير المواصلات، وتأسيس المصارف لتسهيل عملية تبادل العملات الأجنبية، وعقد المعاهدات والاتفاقيات بين الدول التي تمر بها طرق التجارة، حتى استطاع بعض التجار الإيطاليون تجميع ثروات طائلة لم تمنع الباباوات من الاقتراض منهم عند الحاجة (الزيدي، 2004 : 403).

وقد ظهرت مع هذا النمو التجاري اهتمامات أخرى بجانب حب المال واقتناء التحف والهدايا الثمينة، وهي الرغبة في متابعة الأخبار المتصلة بالتجارة. فقد سعى بعض التجار إلى تحمل مشاق السفر للوصول إلى الموانئ، باعتبارها نقطة وصول السفن القادمة من الشرق المحملة بالبضائع. ولم يكتف هؤلاء التجار بمتابعة حركة السفن القادمة والمغادرة فحسب، بل اهتموا بمعرفة ما تحمله من البضائع والمنتجات، وكمياتها وأسعارها والجهات التابعة لها والمحطات التي ستتوقف عندها. وقد نتج عن هذا المناخ التجاري فكرة إصدار نشرة إخبارية تعكس الحركة التجارية في الميناء، حيث شهد ميناء البندقية بإيطاليا إصدار أول نشرة تجارية كتبت باليد ووزعت على رجال المال الأعمال، ثم انتشرت في مختلف المدن الإيطالية (أدهم، 1987 : 96).

وبذلك شكلت هذه الرسائل الإخبارية التجارية المنسوخة، المظاهر الأولى لنشأة الصحافة الاقتصادية في إيطاليا، حتى أصبحت مدينة البندقية تعج بالمكاتب الإخبارية. ومنها انتشرت في ألمانيا وإنجلترا وغيرها من المدن الأوروبية، خلال فترة القرن الخامس عشر وبداية القرن السادس عشر. وتلبية لرغبة الأمراء والنبلاء وبعض الشخصيات المتعطشة إلى المعرفة، اهتم بعض التجار بتطوير هذه النشرات فقاموا باستئجار العبيد ممن يعرفون الكتابة، ليمثلوا عليهم ما كانوا يجمعونه من الأخبار تمهيداً لبيعها على المشتركين، الذين كان معظمهم من الأمراء والساسة والأغنياء (إمام، عزت، 2006 : 20 - 21).

ومن الشخصيات التجارية التي ذاع صيتها في تلك الفترة، كمخبرين متخصصين في الشؤون المالية والمصرفية Fugger Brothers، بمدينة Augsburg في ألمانيا، حيث كانوا يقومون بأنفسهم بجمع المادة الإخبارية وتدوينها وتوزيعها في الأوساط التجارية الثرية.

واشتهرت هذه العائلة بالثراء الفاحش عن طريق تجارة الحرير والتوابل والأصواف، وانتشر صيتها في أوروبا كقوة تجارية محتكرة، حتى أصبحت لها مكاتب إخبارية فرعية في لندن وباريس. وقد تضمنت نشراتهم إلى جانب الأخبار السياسية، موضوعات تتعلق بالنشاط المالي والمصرفي، وكانت ذات قيمة كبيرة للتجار ورجال الأعمال، ولا يزال بعضها بالمكتبة القومية في فيينا (الزيدي، 2004 : 588 - إمام، عزت، 2006 : 20 - 21).

ويذكر أدهم أنه بعد نجاح تجربة الرسائل الإخبارية News Letters، والاستفادة من الأفكار الجديدة لسرعة الحصول عليها وتوزيعها وتطويرها، وازدياد اهتمام التجار والساسة بها، انتشرت في العديد من العواصم الأوروبية، حيث كانت تعكس طبيعة الأحداث السائدة في تلك الفترة. ففي ألمانيا أخذت الطابع التجاري والسياسي، بينما اهتمت في هولندا بتغطية أخبار الثوار الذين كانوا يحاربون الأسبان للحصول على استقلالهم. وفي بريطانيا سادت المضامين المتعلقة بالنزاعات الداخلية والخارجية، خصوصاً أخبار المستعمرات على المضامين المتعلقة بأخبار الأمراء والنبلاء. وقد ساهمت طبيعة الأحداث السياسية وآثارها على الأوضاع الاقتصادية من جهة، وبوادر ظهور النظام الرأسمالي الذي ساهم في انتعاش التجارة من جهة أخرى، في تطور الصحافة الاقتصادية وبداية ظهور الأنماط الصحفية الأخرى فيها بجانب الخبر الصحفي (أدهم، 1987 : 97-99).

فبعد أن ركزت النشرات الإخبارية التجارية الصادرة في الفترة من عامي 1568 إلى 1604، على نشر أسعار البضائع والكميات المتوفرة منها ومواعيد وصول السفن ومغادرتها، إلى جانب أخبار الحروب، ساهم النظام الرأسمالي في انفتاح الأسواق وظهور البضائع والصناعات الجديدة، وانتشار التعليم، الأمر الذي دفع التجار إلى الاستعانة بالنشرات

التجارية للإعلان عن منتجاتهم الجديدة. وقد فرضت طبيعة النظام الرأسمالي لجوء بعض التجار إلى الاقتراض للدخول في المنافسات التجارية، بينما اتبع آخرون الطرق غير المشروعة للكسب، وقد لجأ المتضررون إلى الصحف لنشر أسماء المدينين والمبتزين. فقد نشرت صحيفة London Gazette في شهر يناير عام 1727 اسمًا لتاجر يدعى John Rogers، كان قد أعلن إفلاسه، لكنه اختفى فجأة بعد أن اختلس مبالغ كبيرة من عدد كبير من الناس (Carolina Business News Initiative, 1/2/2007 - موقع إنترنت).

ومن جانب آخر، وبعد ازدهار الحركة التجارية في المستعمرات البريطانية في القرن الثامن عشر، بدأ التوتر يظهر في العلاقات البريطانية بمستعمراتها في المحيط الأطلسي، لأسباب تجارية تتعلق بفرض ضرائب باهظة عليها، الأمر الذي أثار حفيظة الصحف، فتناولت هذه القضية بكل اهتمام. فقد اتهم الصحفي John Peter Zenger بقضية التحريض على الفتنة بعد قيامه بتوجيه انتقاد لاذع لحاكم مدينة نيويورك، في صحيفته New York Weekly التي أسسها بالتعاون مع أحد تجار المدينة، لمنافسة صحيفة New York Gazette الموالية للحكومة البريطانية، وبذلك فتحت New York Weekly الباب منذ صدورهما في نوفمبر عام 1733، أمام الصحف الأخرى لنشر الانتقادات للإدارة الموالية لبريطانيا (Carolina Business News Initiative, 1/2/2007 - موقع إنترنت).

وقد ألقت بعض التطورات التي شهدتها المدن الأوروبية والأمريكية بظلالها على تطور الصحافة بشكل عام والاقتصادية بشكل خاص، منها ما هو مرتبط بالنظام الرأسمالي وآثاره الاقتصادية والاجتماعية والثقافية والأيدولوجية، ومنها ما هو مرتبط بثورة تكنولوجيا الاتصال حيث كان أبرزها اختراع الطباعة على يد الألماني Johannes Gutenberg عام

1455¹ (Defleur, Dennis, 1994 : 53). ورغم اختراع الطباعة فقد ظلت الصحف

المنسوخة أكثر رواجًا حتى مطلع القرن الثامن عشر، وكانت الرسائل الإخبارية تسد فراغًا كبيرًا لا يمكن أن تسده الصحافة المطبوعة، بسبب المحاولات السرية التي كانت تتم لتطوير هذا الاختراع، رغبةً في الكسب وخوفًا من نفوذ رجال الدين. إلا أن الأعمال المنسوخة لم تعد كافية لسد حاجات الجمهور الراغبين في المعرفة، فبدأ اختراع المطبعة ينتشر سريعًا بعد أن أصبحت عملية إيجاد طريقة آلية للنسخ وبأعداد كبيرة عملية ملحة لا غنى عنها (محمد، 1992 : 224).

وبعدها انتشرت المطابع في أوروبا، ومرت بمراحل عديدة أدخلت عليها تقنيات حديثة، كان من أبرزها اختراع مكبس آلي يعمل البخار في بريطانيا، وذلك في عام 1812. وقد استفادت صحيفة The Times البريطانية من هذا الاختراع، فبدأت مطابعها تدار بالتقنية الجديدة حتى تمكنت من طبع (ألف ومائة) نسخة في الساعة (الصويعي، 1984 : 33-34 ، مروة، 1961 : 62).

وتطورت الصحافة الاقتصادية في القرن التاسع عشر، متأثرة بالتطور الصناعي والتوسع التجاري، فبرزت الحاجة إلى فتح أسواق جديدة خارج الحدود، وازدادت معها الحاجة إلى وجود وسائل اتصال تكفل النقل السريع للمعلومات التجارية، حيث أصبحت الوسائل التقليدية للاتصال غير قادرة على مواكبة عجلة التنمية الصناعية والاقتصادية. ومن أهم الاختراعات التي ساهمت في تطور وسائل الاتصال بشكل عام والصحافة بشكل خاص، هو اختراع التلغراف على يد " صمويل مورس " عام 1837 . فقد كان هذا الاختراع بمثابة ثورة في عالم الاتصال، أثر بشكل كبير في تطور الصحف بشكل خاص في تلك الفترة (مكاي، 2003 : 43).

¹ - يشير هذا التاريخ إلى قيام غوتنبرج بطباعة (200) نسخة من الإنجيل.

ولم تمر سنوات طويلة على اختراع التلغراف حتى بدأت الخطوط تمتد بين المدن الأوروبية. وفي عام 1858 امتدت هذه الخطوط تحت مياه المحيط الأطلسي، وبذلك ارتبطت الولايات المتحدة بأوروبا. كما ساهمت بعض الاختراعات الأخرى في تحقيق ثورة في عالم الاتصال، منها اختراع الهاتف على يد "جراهام بل" عام 1875، واختراع اللاسلكي عام 1896 بفضل الجهود المميزة للعالم الإيطالي ماركوني. وقد ساهم هذا الاختراع في وضع اللبنات الأولى لاختراع الراديو، واستخدامه كوسيلة اتصال جماهيري في الولايات المتحدة عام 1920. وقد انعكست نتائج هذه الاختراعات بشكل خاص على الصحف، باعتبارها الوسيلة الجماهيرية التي سبقت كل وسائل الاتصال الأخرى (إمام، عزت، 2006 : 27 - 30).

وبجانب التقدم التكنولوجي حققت الصحافة الاقتصادية تقدماً مميزاً في القرن التاسع عشر، على مستوى مصادر الموضوعات الاقتصادية. حيث يُعد Henry Varnum Poor المحرر في American Railroad Journal خلال الفترة من 1849 إلى 1862، أول من استطاع إجبار الشركات على الإفصاح عن بياناتها المالية للمستثمرين والقراء. فقد اتبع Poor أسلوباً جديداً في تقديم الموضوعات الاقتصادية، يعتمد على نشر تقارير هندسية ومعلومات تقنية متخصصة عن أنظمة السكك الحديدية، بالإضافة إلى نشر الإحصائيات التحليلية والتقارير الدورية عن أداء المؤسسات العاملة في هذا المجال. وقد لقي هذا الأسلوب صدى في أوساط الشركات الأخرى، فبدأت بتقديم بيانات تتعلق بأوضاعها المالية، وخططها المستقبلية للصحافة (Carolina Business News Initiative, 1/2/2007- موقع إنترنت).

وهكذا ارتبطت نشأة الصحافة الاقتصادية في أوروبا والولايات المتحدة وتطورها، بدرجة تطور الأنشطة التجارية فيها وانفتاح أسواقها للاستثمارات الدولية، ووجود قوانين وتشريعات تكفل نموها وتطورها، إلى جانب وجود قوانين تكفل حرية الصحافة وممارسة العمل الصحفي. ومن أبرز الصحف الاقتصادية العالمية التي نشأت في تلك الأجواء الاقتصادية، وما زالت تصدر حتى اليوم، صحيفة Wall Street Journal الأمريكية التي تأسست عام 1889 في نيويورك. إذ تصدر عن شركة Dow Jones & Company وتصدر عنها صحف اقتصادية أخرى منها، صحيفة Far Eastern Economic Review، التي صدرت عام 1946، ومجلة Barron عام 1921 (ماكفيل، 2003 : 248).

ومن الصحف الاقتصادية العالمية صحيفة Financial Times البريطانية، التي ظهرت في ثمانينيات القرن التاسع عشر. وهي من الصحف الاقتصادية الواسعة الانتشار التي تدر عائدات مالية كبيرة، إذ تحصل على (80%) من عائداتها من الإعلانات، وأن أكثر من (80%) من قرائها هم من الأثرياء (البياتي، 2006 : 153-154). ومن المجلات الاقتصادية الواسعة الانتشار مجلة The Economist البريطانية، التي أسسها Jams Wilson عام 1843. وهي مجلة أسبوعية تصدر بلندن، وقد بلغ معدل توزيعها عام 2007 (1.3 مليون نسخة (Wikipedia, 15/3/2008 - موقع إنترنت).

ومن المجلات الاقتصادية المتخصصة أيضًا مجلة Forbs الأمريكية التي تأسست عام 1917، حيث اشتهرت بنشر قائمة لأثرياء العالم وذلك منذ عام 1971. كما ظهرت اتحادات وجمعيات خاصة بالصحفيين المتخصصين في الشؤون الاقتصادية، منها اتحاد محرري الصحف الاقتصادية في نيويورك عام 1938، والجمعية الأمريكية لمحوري

الصحف الاقتصادية عام 1964 (Carolina Business News Initiative, 1/2/2007) -

موقع إنترنت).

• الصحافة الاقتصادية في العالم العربي:

تُعد مصر من أوائل الدول العربية التي عرفت الصحافة الاقتصادية، ففي عام 1847 صدرت فيها الجريدة التجارية الزراعية - الجرنال الجُمعي - (عبده، 1982 : 335). وفي عام 1878 أصدر أديب إسحاق وسليم نقاش، جريدة اقتصادية متخصصة هي جريدة التجارة (شرف، 2004 : 57).

وفي ليبيا أصدر ج. فابري عام 1911، صحيفة ليكونوميست باللغة الإيطالية، لكنها لم تستمر طويلاً حيث توقفت بعد سنة من صدورها (الصوبيعي، 1984 : 248). وفي السودان أصدر التاجر سليمان داود منديل عام 1928 الجريدة التجارية، لتكون بذلك أول صحيفة اقتصادية متخصصة تظهر في السودان (مروة، 1961 : 361). وتُعد صحيفة الأسبوع التجارية من أوائل الصحف الاقتصادية التي ظهرت في المملكة العربية السعودية، حيث أصدرها عبدالعزيز مؤمنة عام 1962 (الكيالي وآخرون، 1983 : 611).

وإلى جانب الصحف الاقتصادية المتخصصة، اهتمت بعض الصحف العربية الأولى بالموضوعات الاقتصادية، فأدرجتها ضمن الموضوعات الصحفية الأخرى التي كانت تنشرها، ومن هذه الصحف صحيفة الوقائع المصرية. فقد كانت هذه الصحيفة أشبه بتقرير يقدم للوالي باللغتين التركية والعربية، عن الشؤون المالية والزراعية والتعليمية والعمرانية. وبالإضافة إلى ذلك نشرت صحيفة المقطم المصرية، التي أسسها يعقوب صروف وفارس نمر

وشاهين مكاريوس عام 1888، الموضوعات الاقتصادية، حيث حددت غايتها بأنها " يومية سياسية تجارية لخدمة المصالح الوطنية " (الكيالي وآخرون، 1983 : 597، 599).

كما خصصت صحيفة المؤيد التي أصدرها الشيخ علي يوسف عام 1889 بمصر، صفحة للموضوعات الاقتصادية بعنوان الأخبار المالية. واهتمت صحيفة الوفد المصري أيضًا - التي صدرت سنة 1938 - بالاقتصاد، فنشرت كل ما يتعلق بهذا المجال في صفحة الأوراق المالية. وقد ظهرت الأبواب الاقتصادية الثابتة في الصحافة المصرية بعد عام 1952، فظهر أول باب للقضايا الاقتصادية في صحيفة التحرير (إبراهيم، 2001 : 274). أما بالنسبة للمجلات الاقتصادية المتخصصة، فتعد مصر سباقة في هذا المجال أيضًا. ففي عام 1950 صدرت فيها مجلة الاقتصاد الزراعي، و الأهرام الاقتصادي، وبعدها بعام صدرت مجلة الاقتصاد والمحاسبة (إبراهيم، 2001 : 274).

أما بالنسبة للمجلات الاقتصادية المتخصصة، فتعد مصر سباقة في هذا المجال أيضًا. ففي عام 1950 صدرت فيها مجلة الاقتصاد الزراعي، و الأهرام الاقتصادي، وبعدها بعام صدرت مجلة الاقتصاد والمحاسبة (إبراهيم، 2001 : 274).

وعرفت سوريا المجلات الاقتصادية المتخصصة بعد ظهور مجلة الاقتصاد العربي، عام 1954. أما في الأردن فقد اتجهت بعض المجلات إلى نشر الموضوعات الاقتصادية، بجانب موضوعات الشؤون السياسية والأدبية والاجتماعية وغيرها، ومن هذه المجلات مجلة الأردن الجديد التي أصدرها عبدالرحمن الكردي بعمّان، في الثالث من فبراير عام 1950، ومجلة الوطن الأسبوعية، ليحيى خمودة برام الله التي أصدرها عام 1954 (مروة، 1961 : 319، 356، 361).

وفي دول مجلس التعاون الخليجي، تُعد المملكة العربية السعودية أول دولة خليجية عرفت الصحافة الاقتصادية المتخصصة، وذلك بصور مجلة التجارة الشهرية عن الغرفة التجارية والصناعية بالرياض عام 1948، ومجلة القافلة الشهرية التي صدرت عن شركة أرامكو السعودية عام 1953 (الأمانة العامة، 1998 : 129، 148).

وقد اتجهت معظم الصحف الاقتصادية الأولى في الدول الخليجية إلى التخصص في المجال النفطي، فبالإضافة إلى المملكة العربية السعودية، ظهرت في الكويت عام 1956 مجلة رسالة النفط الشهرية، وهي مجلة متخصصة أصدرتها شركة النفط الكويتية، وقد أشرف على تحريرها صباح محي الدين (مروة، 1961 : 405). كما صدرت بمملكة البحرين، نشرة أخبار بابكو الأسبوعية، وهي أول نشرة اقتصادية متخصصة في قطاع النفط، صدرت عام 1957 عن شركة نفط البحرين (الأمانة العامة، 1998 : 78). وعرفت دولة قطر الصحافة الاقتصادية لأول مرة عام 1964، وذلك بصور مجلة تجارة قطر، لكنها لم تنتظم في الصدور إلا بعد عام 1982 (عيسى، 2004 : 79).

وكذلك الحال في سلطنة عمان، حيث صدرت عن شركة تنمية نفط عمان المحدودة عام 1967، أول نشرة اقتصادية متخصصة في قطاع النفط بمسمى نشرة أخبار شركتنا (مكاي، 1989 : 66). وكانت نشرة داخلية توزع على موظفي الشركة، وتتضمن موضوعات تتعلق بأنشطتها الداخلية، بالإضافة إلى بعض الموضوعات العامة ذات الطابع التخصصي في المجال النفطي. ومن أوائل المجلات الاقتصادية في دولة الإمارات العربية المتحدة مجلة الاقتصاد الإسلامي، وهي مجلة اقتصادية شهرية صدرت عام 1981، عن بنك دبي الإسلامي (الأمانة العامة، 1998 : 20).

• الصحافة الاقتصادية .. الأهمية والمستويات:

لم يُعد الحديث في الشؤون الاقتصادية في أيامنا الحالية مقتصرًا على الاقتصاديين أو التجار ورجال الأعمال فحسب، بل أصبحت مختلف شرائح المجتمع تتحدث في هذه القضايا، حتى أصبحت أمرًا دارجًا، لا تقل أهمية عن القضايا الاجتماعية والسياسية والرياضية وغيرها. ولم تُعد قضية ارتفاع أسعار المواد الاستهلاكية أو الخدمية، تشغل بال الأفراد فيهتمون بمتابعتها دون غيرها، بل تنوعت وتعددت هذه المجالات لتشمل اليوم أسواق المال والبورصات، العقارات والمقاولات، القروض والفوائد البنكية، وميزانية الدولة، وغيرها من القضايا الاقتصادية. ويرجع ذلك إلى الأحداث الاقتصادية الذي تشهدها دول العالم بشكل عام، والدول العربية بشكل خاص، واهتمام وسائل الإعلام فيها بتغطية موضوعات النشاط الاقتصادي بشكل لم يكن مألوفًا من قبل.

ويتمثل هذا الاهتمام من قبل وسائل الإعلام بشكل عام والصحافة بشكل خاص، في التركيز على نشر الأخبار والموضوعات الاقتصادية، بحيث أصبحت الصفحات المتخصصة في الصحف اليومية العامة جزءًا أساسيًا من مضامينها اليومية، وأصبحت المؤسسات الإعلامية المتخصصة في تقديم الخدمات الاقتصادية، تُدر عوائد مالية ضخمة تنافس من خلالها كبريات الشركات المالية والتكنولوجية. فقد أشار آدموند سوليفان رئيس تحرير مجلة MEED البريطانية، في الورقة التي قدمها بمؤتمر " آفاق الاستثمار " بمسقط، أن وكالة رويترز للأخبار وخدمات الإعلام المالية كانت من أكثر الشركات البريطانية نجاحًا في فترة الثمانينيات من القرن الماضي، حيث حققت ثورة في عالم أسواق الأوراق المالية حتى ذاع صيتها في كافة أنحاء العالم (سوليفان، 1994 : 2 - ورقة علمية).

وهذا ما أكدته تقرير البيانات المالية للوكالة الذي نشرته عام 1994، حيث جاء فيه أن إجمالي عائدات الوكالة بلغت (2,882) مليار جنيه إسترليني، منها (139) مليون جنيه عائد الخدمات الإعلامية، أي حوالي (5%)، في حين بلغت عائدات الوكالة من الخدمات الاقتصادية والمالية (2,744) مليار جنيه، أي حوالي (95%) من إجمالي عائدات الوكالة (مكي، 1998 : 37 - 42 - ورقة علمية). وفي عام 1994 سجلت صحيفة Wall Street Journal أعلى نسبة توزيع في الولايات المتحدة الأمريكية، حيث بلغت (1,780) مليون نسخة في اليوم. وهي صحيفة اقتصادية تأسست عام 1828، كأول صحيفة اقتصادية في الولايات المتحدة، بينما حققت صحيفة USA Today المرتبة الثانية في التوزيع بلغت (1,465) مليون نسخة في اليوم (Dominick , 1996 : 118).

وقد أشار أحدث تقرير للرابطة الأمريكية للصحف Newspaper Association of America بعنوان "ماذا تقرأ أمريكا"، نشره موقع "تقرير واشنطن" على الإنترنت، في شهر يوليو 2006، (سلام، 2006 : 1-5 ، موقع إنترنت) إلى أن صحيفة USA Today احتلت صدارة الإعلام المطبوع في الولايات المتحدة الأمريكية، فقد حصلت على نصيب الأسد من القراء بلغ عددهم (6.9) مليون قارئ في اليوم. بينما جاءت صحيفة Wall Street Journal في المرتبة الثانية، حيث بلغ عدد قرائها في اليوم الواحد (5.2) مليون قارئ. وأشار التقرير أيضاً إلى أن هذه الصحيفة جاءت في المرتبة الأولى بين أثرياء الولايات المتحدة الأمريكية، الذين يفضلون قراءتها من بين الصحف الاقتصادية الأخرى. وقد حافظت هذه الصحيفة الاقتصادية على مركزها لتكون على رأس قائمة أوسع الصحف انتشاراً في الولايات المتحدة الأمريكية منذ أكثر من (12) سنة.

ولتوضيح أهمية الإعلام الاقتصادي، سئل المستشار الألماني الأسبق " هلمت شمت " عن طبيعة العلاقة بين الإعلام والاقتصاد، وذلك في حفل أقيم بسيدني عام 1988، بمناسبة مرور مائتي عام على تأسيس استراليا، فقال: " الاقتصاد يمكن أن يفسد الإعلام، والإعلام يستطيع أن يدمر الاقتصاد، الاقتصاد قوة تقليدية قديمة، والإعلام قوة حديثة مطردة التطور، إنهما يعتمدان على بعضهما وصراعهما سيستمر". أما " ونستون تشرشل" (1874-1965) فقد عبّر عن طبيعة هذه العلاقة في إحدى تعليقاته بالقول: " أنني أتقاضي في خطبي السياسية ذكر أرقام اقتصادية تؤثر في المجتمع، وحقائق إعلامية مطلقة مؤثرة في توجهات الرأي العام في فقرة واحدة، إلا في حالة تأكيد وإثبات الأرقام من اقتصادي، وقياس قوة التأثير من إعلامي " (الرقيب، 1998 : 27-33 - ورقة علمية).

وتتفاوت مستويات اهتمام الصحف بالقضايا الاقتصادية طبقاً للتنمية والانفتاح التجاري والاقتصادي في البلد الذي تصدر فيه. فكلما كانت البيئة توفر مناخاً اقتصادياً تنمو فيها المشاريع التنموية، وتنتقل منها وإليها رؤوس الأموال والاستثمارات والبضائع والسلع والخدمات، فتح المجال بذلك تجاه الصحافة لكي تواكب هذا النمو، إذا ما وجدت هي الأخرى بيئة مهيأة توفر لها مقومات النجاح والاستمرار والحرية المسؤولة في الطرح، لتترجم ذلك على شكل إصدارات متخصصة تشمل مختلف المجالات الاقتصادية، لتسد حاجة الجمهور ورغبتهم المتزايدة لمتابعة أنباء النشاط الاقتصادي.

وقد قسم بعض الباحثين منهم فاروق أبو زيد (1986 : 5-6)، وإسماعيل إبراهيم (2001 : 275-276)، مستويات الصحافة المتخصصة إلى ثلاثة مستويات، المستوى الأول هي الصفحات المتخصصة في الجرائد اليومية العامة والمجلات الأسبوعية

العامة، والمستوى الثاني هي الصحف المتخصصة الأسبوعية أو الشهرية، أما المستوى الثالث فهي الصحف العلمية المتخصصة، أو صحف النخبة التي تكون في العادة صحف فصلية أو نصف سنوية أو سنوية.

إلا أن التطور العلمي والتكنولوجي الذي نعيشه في العصر الحالي، أدى إلى ظهور التخصصات الدقيقة في مختلف مجالات الحياة، فظهرت أساليب متنوعة لتقديم المعرفة والثقافة، والتعبير عن الاهتمامات الإنسانية المتنوعة. ويرى الباحث بأن التصنيف الأفضل لمستويات الصحف الاقتصادية المنتشرة في الأسواق، يكون بإضافة بعض المستويات على التصنيفات الثلاثة السابقة، بحيث تكون بالشكل التالي:

- المستوى الأول هي الصفحات الاقتصادية المتخصصة في الصحف اليومية أو الأسبوعية العامة. كالصفحات الاقتصادية في صحف الحياة اللندنية والأخبار المصرية والوطن الكويتية. حيث تخصص صحيفة الحياة حوالي أربع صفحات يوميًا تتناول فيها القضايا الاقتصادية. وتخصص الأخبار المصرية في طبعة الوطن العربي، صفحتين للموضوعات الاقتصادية. أما صحيفة الوطن الكويتية فتخصص حوالي (12) صفحة يوميًا للمضامين الاقتصادية.
- المستوى الثاني هي الملاحق الاقتصادية المتخصصة. وقد أخذ هذا المستوى اتجاهًا جديدًا في بعض الصحف التي تصدر في بيئات اقتصادية نشطة، حيث تأخذ ملاحقها الاقتصادية شكلًا مستقلًا كأنها صحف اقتصادية منفصلة. كالملاحق الاقتصادية لبعض الصحف الإماراتية الخليج والاتحاد والبيان. إذ يتكون الملحق الاقتصادي لصحيفة الخليج من (24) صفحة يومية تقريبًا. وكذلك الحال بالنسبة للملحق الاقتصادي لصحيفتي البيان والاتحاد، إذ يصدران يوميًا في حوالي (20) صفحة.

- المستوى الثالث هي الصحف الاقتصادية اليومية أو الأسبوعية والمجلات الاقتصادية، المتخصصة في الاقتصاد بشكل عام. ومن أمثلة هذه الصحف صحيفة الاقتصادية السعودية اليومية. فهي صحيفة متخصصة في الاقتصاد، تقدم مضامين اقتصادية متنوعة في العديد من المجالات الاقتصادية كأسواق المال، المصارف والبنوك، النفط والغاز، وغيرها من المجالات الاقتصادية، وتعرض مادتها الاقتصادية باستخدام الأنماط الصحفية المختلفة. ومن هذه الصحف أيضًا صحيفة العالم اليوم المصرية لعماد الدين أديب، وهي صحيفة اقتصادية يومية شاملة، تصدر عن " شركة جود نيوز انترناشيونال ". ومن أمثلة المجلات الاقتصادية العامة مجلة اقتصاد العرب الإماراتية، وهي مجلة اقتصادية شاملة تصدر باللغة العربية من إمارة دبي.

- المستوى الرابع هي الصحف اليومية أو الأسبوعية والمجلات المتخصصة في مجال محدد أو مجالين من المجالات الاقتصادية. وتعتبر صحيفة المال الأسبوعية المصرية، المتخصصة في أسواق المال والأعمال، ومجلة انشور Insure الشهرية الإماراتية، المتخصصة في التأمين والمال، ومجلة عالم العقارية الشهرية اللبنانية، المتخصصة في قطاع العقارات والسياحة، نماذج لهذه النوعية من المجلات. حيث تركز في مضامينها على القصص الاقتصادية التي تقدم معلومات وخلفيات تفصيلية عن الحدث الاقتصادي الذي تتخصص فيه. وتكثر في هذه النوعية من الصحف المتخصصة المقالات التحليلية والتحقيقات والأحاديث الصحفية المتخصصة.

- المستوى الخامس هي صحافة النخبة. وهي لا تختلف كثيرًا عن المستوى السابق، لكنها تتميز عنها بنشر المقالات والتحليلات الاستشرافية المتعمقة والتقارير المتخصصة،

ومعظم قراء هذه النوعية من المجلات هم من طبقة صناع القرار، أو الباحثين والأكاديميين في مجال الاقتصاد وفروعه، ويمكن أن تكون هذه الصحف عامة أو متخصصة في مجال اقتصادي محدد. ومن أمثلة هذه النوعية من المجلات مجلة Forbs الأمريكية و The Economist البريطانية.

وقد اتجهت بعض الصحف الاقتصادية العربية، إلى نشر بعض الصفحات المترجمة للصحف الاقتصادية الدولية، كصحيفة الاقتصادية اليومية، ومجلة المجلة الأسبوعية السعوديتين. حيث تنشر الاقتصادية بعض الصفحات المتخصصة باللغة العربية نقلاً عن صحيفة Financial Times البريطانية، في حين تنشر مجلة المجلة، بعض الصفحات نقلاً عن مجلة The Economist البريطانية. كما اتجهت بعض المجلات الاقتصادية إلى إصدار طبعات باللغة العربية، كخدمة اقتصادية للقراء غير الناطقين باللغة الإنجليزية، منها الطبعة العربية لمجلة Forbes العربية. وهي مجلة شهرية متخصصة تصدر في الولايات المتحدة الأمريكية، وتطبع نسختها العربية في إمارة دبي بدولة الإمارات العربية المتحدة. ويُعد هذا الاتجاه مستوى جديداً في تقديم المادة الاقتصادية للجمهور المتخصص.

بالإضافة إلى ما تقدم، تنتشر لدى الباعة والمكتبات العديد من المجلات المتخصصة في السيارات، والحاسبات الآلية والإنترنت والطبخ وغيرها، وتسمى هذه النوعية من المجلات بصحافة الاهتمامات الخاصة Special Interest Publications، فهي تخاطب جمهوراً محدداً يشترك في اهتمامات معينة، ويغلب عليها الطابع التجاري والاستهلاكي، كما تركز اهتماماتها بعرض الجديد في مجالها. وتعتبر هذه النوعية من المجلات قناة ملائمة للترويج عن المؤسسة والسلع أو الخدمات التي تقدمها. ومن أمثلة هذه

المجلات مجلة Sport Auto، سعودي أوتو، مجلة دليل الإنترنت، ومجلة بايت وغيرها (الصرايرة، 2001 : 117).

• الصحافة الاقتصادية.. الخصائص والوظائف:

تتميز الموضوعات الاقتصادية باختلاف مجالاتها ومضامينها بطبيعتها الجادة، فمعظمها يفتقد إلى عنصر التشويق والطرافة، ولا يجد فيها القارئ تلك الأساليب الفنية في الإخراج التي عادة ما يجدها في الصحف المتخصصة الأخرى. كما ارتبطت الطبيعة الجادة بالموضوعات الاقتصادية، لارتباطها بالاحتياجات الضرورية لحياة الناس، بمأكلهم ومشربهم ومسكنهم وعملهم اليومي. فلم تعد هذه القضايا الآن قضايا محلية تشغل حدود الدولة الواحدة فقط، بل أصبحت قضايا عالمية تشغل بال جميع المنظمات الدولية.

كما ارتبطت الطبيعة الجادة بالصحافة الاقتصادية لتعاملها بلغة الأرقام. فلم تعد الصحافة الاقتصادية صحافة خبرية، بل أصبحت صحافة تفسيرية تحليلية، تهتم بدراسة الظاهرة الاقتصادية من كل جوانبها والنتائج المترتبة عليها، وعلاقتها بغيرها من الظواهر السياسية أو الاجتماعية أو غيرها، وهذا ما يضيف على مواضيعها طابع الجدية (إبراهيم، 2001 : 276). ولذلك فقد اتجهت العديد من الدول إلى وضع ضوابط وقوانين للحد من نشر أنباء غير دقيقة، تؤثر سلبًا على اقتصادها أو على عملتها الوطنية.

حيث يتضح في البند (و) من الفصل الثالث (باب 3)، من اللائحة التنفيذية لنظام المطبوعات والنشر السعودي ما يؤكد ذلك، وهو " لا يجوز نشر ما من شأنه الإضرار بالعملة الوطنية، أو يؤدي إلى الإضرار بسمعة المملكة الاقتصادية، أو بلبلة الأفكار عن سوق المال أو

الوضع الاقتصادي للمملكة " (الإدارة الإعلامية، 2005: 156). وكذلك الحال بالنسبة لقانون المطبوعات والنشر في دولة الإمارات العربية المتحدة، الذي لا يُجيز نشر كل ما يؤدي إلى بلبلة الأفكار عن وضعها الاقتصادي والإضرار بعملتها الوطنية (الإدارة الإعلامية، 2005: 31).

أما في قانون المطبوعات والنشر العماني رقم (1984/49)، فقد أشارت المادة رقم (27) من الفصل الرابع من هذا القانون بالتالي " لا يجوز نشر ما من شأنه الإضرار بالعملة الوطنية، أو يؤدي إلى بلبلة الأفكار عن سوق المال بالسلطنة أو الوضع الاقتصادي للبلاد (وزارة الإعلام، 1984 : 12). وقد فرضت هذه القوانين عقوبات للمخالفين تتراوح ما بين الحبس أو الغرامة المالية أو العقوبتين معاً.

وللتغلب على الطبيعة الجادة للمضمون الاقتصادي، لجأت بعض الصحف إلى إضفاء نوع من الحيوية في تغطياتها الاقتصادية، باستخدام بعض الأساليب منها، الرسوم البيانية والجداول التوضيحية، خاصة في الموضوعات المتعلقة بأسواق المال والأعمال، والرسوم الساخرة كفن صحفي يضفي جواً مسلياً على المادة الصحفية الجادة. حيث كانت مجلة الأهرام الاقتصادي تخصص صفحة بعنوان ضحكات اقتصادية، تعلق فيها على بعض الممارسات الاقتصادية السائدة (عبد اللطيف، 2002 : 151).

بالإضافة إلى ذلك، استفادت بعض الصحف من تعدد المجالات الاقتصادية إلى استخدام بعض الأساليب الفنية للتقليل من جدية المضامين الاقتصادية، وهذا ما اتجهت إليه صحافة العقارات والمقاولات. حيث تلجأ هذه النوعية من الصحف المتخصصة، إلى إبراز المادة الاقتصادية من خلال عرض الصور الملونة أو الرسوم الابتكارية - ثلاثية الأبعاد - للمشاريع العقارية، سواءً للمباني أو للطرق أو للحدائق العامة أو غيرها، إذ

تظهر الصور الخارجية معالم هذه المشاريع وأبعادها، بينما تركز الصور الداخلية على إبراز تفاصيلها وجمال تصاميمها.

وبما أن عنصر الغرابة والطرافة من أهم عناصر الخبر الصحفي، الذي يضيف نوعاً من الطرافة والإثارة على المادة الصحفية الجادة (نصر، عبدالرحمن، 2003 : 80)، فقد لجأت بعض الصحف إلى استخدام هذا العنصر للتقليل من جدية الموضوعات الاقتصادية. ففي يناير عام 2006 شهدت دولة قطر ارتفاعاً حاداً في أسعار الفنادق لتوافد الخليجيين إليها بعد الإعلان عن بداية الاكتتاب في مصرف الريان القطري. وقد امتلأت الفنادق عن آخرها، مما اضطر الكثير من المكتتبين المبيت في سياراتهم أمام مقر الاكتتاب، وقد تسبب الازدحام الشديد إلى وقوع حالات من الإغماءات، حيث تجمع الآلاف في طوابير طويلة للحصول على رقم الاكتتاب في أسهم المصرف (طه، 2006 : 1 - موقع إنترنت).

وذكرت صحيفة الوطن القطرية في نسختها الإلكترونية، بأن العديد من المستثمرين افترشوا أرض ملعب كرة القدم والمدرجات، في منظر أشبه بمباراة حاسمة بين فريقين كبيرين (حسام الدين، 2006/1/20 - موقع إنترنت). ونشرت الصحيفة في نسختها الإلكترونية بتاريخ 2006/1/25، عن حضور مكتب خليجي بحوزته (800) جواز سفر لأقاربه ومعارفه، حصل على توكيل منهم لإنهاء معاملاتهم في مصرف الريان القطري، وقد أبدى أسفه لعدم تمكنه من الحصول على قدر أكبر من الجوازات (حسام الدين، 2006 - موقع إنترنت).

وفي مقابل اتباع الأساليب المتنوعة لإضفاء الجاذبية على الموضوعات الاقتصادية، تظل مسألة أساليب التحرير نفسها من أهم الأدوات التي يمكن اللجوء إليها في إضفاء التشويق على المادة الاقتصادية من جانب، وجعلها واضحة ومفهومة لدى القارئ العادي

من جانب آخر. وفيما يتعلق بوظائف الصحافة الاقتصادية فهي تختلف حسب طبيعة المجتمع الذي تصدر فيه. فالصحف التي تهتم بتغطية الموضوعات الزراعية، تصدر في الغالب في مجتمعات متقدمة زراعيًا، فتهتم بتغطية ما يحدث على أرض الواقع في هذا المجال. حيث تخصص مساحات أكبر للموضوعات المتعلقة بإنتاج المحاصيل وأساليب مكافحة الآفات الزراعية، والطرق الحديثة في الري، ودور الميكنة في زيادة رقعة الأراضي الخضراء، وما يتعلق بالعمال كالتأمين الصحي، ونشر إعلانات التوظيف، وغير ذلك من الموضوعات في هذا المجال (شرف، 2003: 283).

ومن جانب آخر، تعتمد العديد من الحكومات في الدول النامية على الدور الذي تلعبه وسائل الإعلام بشكل عام والصحافة بشكل خاص، لمواكبة الجهود التي تبذلها في تحقيق أهدافها التنموية. والتنمية عند محمد سيد محمد (1983 : 31) هي " زيادة محسوسة في الإنتاج والخدمات شاملة ومتكاملة، مرتبطة بحركة المجتمع تأثيرًا وتأثرًا، مستخدمة الأساليب العلمية الحديثة في التكنولوجيا والتنظيم والإدارة ". فحركة المجتمع تتحقق تأثيرًا وتأثرًا بقدر المعلومات التي توفرها الصحافة الاقتصادية للجمهور، وبقدر ما تتجاوز مرحلة الإخبار والإبلاغ إلى مرحلة التفسير والتحليل، والكشف عن الجرائم الاقتصادية، والتخلي عن مصالحها التجارية على حساب مصالح الأغلبية والمستثمرين وأفراد المجتمع.

وهذا الدور في الواقع هو الدور الاجتماعي الذي تلعبه الصحافة الاقتصادية في المجتمع، بحيث تنعكس آثاره على الصحفي نفسه والناشر في آنٍ معًا. فعندما يتحرر الصحفي من نفوذ رجال المال وأصحاب الثروات، في الكشف عن الحقائق والجوانب السلبية للمشاريع الاقتصادية، وآثارها المستقبلية على المجتمع، فيعتبر بذلك قد ساهم في حماية مصالح الأفراد، فيشعر

بالإخلاص لمهنته ويحقق نجاحًا لصحيفته، وبذلك يصبح محل ثقة القارئ ويعود بالفائدة على الناشر أيضًا (Williams, 1978 : 279).

وفي فترة السبعينيات من القرن الماضي، اتجهت بعض الصحف الاقتصادية في الولايات المتحدة الأمريكية، إلى الاهتمام بالجوانب المتعلقة بتوعية المستهلك في تغطياتها الإخبارية، بعد أن لاحظت ارتفاعًا في أسعار المنتجات والخدمات، وانخفاضًا في مستوى جودتها (Mencher, 1997 : 568). ويمكن تلخيص أهم وظائف الصحافة الاقتصادية في الجوانب التالية: (عبداللطيف، 2002 : 151 ، عبدالحميد، 1990 : 194 - 198 - ورقة علمية).

- الوظيفة الإخبارية: بما تنشره الصحافة اليومية من الأخبار والفعاليات الاقتصادية، وتداولات البورصات سواءً على المستوى المحلي أو الدولي.
- الوظيفة التثقيفية: تتحقق هذه الوظيفة بما تنشره الصحف اليومية والمجلات الأسبوعية أو الشهرية العامة من موضوعات ومقالات اقتصادية متخصصة إلى حد ما، تساعد القارئ في زيادة معرفته بالشؤون الاقتصادية.
- وظيفة التحليل والاستشراف: وهي من الوظائف الأساسية للصحافة الاقتصادية. وتتحقق بالتركيز على المعالجة التحليلية المتعمقة للمضامين الاقتصادية خصوصًا المقالات التحليلية، والمقابلات المتخصصة، بحيث يستطيع القارئ المتخصص أن يتنبأ بمستقبل بعض القضايا أو المشاريع الاقتصادية واتخاذ القرار المناسب.
- وظيفة الإعلان: وهي من الوظائف المهمة لوسائل الإعلام بشكل عام، ويكون تأثير هذه الوظيفة أقوى في الصحف اليومية العامة.

- وظيفة الخدمات: وتتمثل في نشر أسعار الأسهم والتداولات في أسواق البورصات، بالإضافة إلى أسعار الذهب والفضة وأسعار النفط، وكذلك أسعار صرف العملات الأجنبية، وأسعار المنتجات الاستهلاكية.

- وظيفة التسلية الهادفة: من النادر أن نجد صحيفة متخصصة في الشؤون الاقتصادية تقدم مادة مسلية وذلك للطبيعة الجادة لهذه النوعية من الصحافة. لكن الأمر يختلف مع مجلة الأهرام الاقتصادي، حيث تخصص أحياناً صفحة للرسوم الساخرة بعنوان ضحكات اقتصادية. وهي عبارة عن انتقاد لبعض الممارسات الاقتصادية الخاطئة التي تنتهجها بعض المؤسسات، تتناولها المجلة بأسلوبٍ ساخرٍ لا يخلو من النقد البناء.

وتتحقق الوظائف السابقة بوجود الصحفي المتخصص والمؤهل، الذي يضفي الجاذبية في التحرير الاقتصادي، فيحول لغة الأرقام والجداول إلى لغة القراءة الواضحة، القابلة للاعتماد عليها في اتخاذ القرارات الاقتصادية. وبما أن المؤسسة الصحفية تعتمد على الصحفي لتحقيق وظائفها وأهدافها، فإنه من المهم أن تتوفر في الصحفي الاقتصادي عددًا من المواصفات.

• مواصفات المحرر الاقتصادي:

فرض هذا العصر على الصحفي - وهو عصر الاتجاه نحو التخصص - الدراية والتعمق في طرح القضايا ومناقشتها والتعرف على مسبباتها، بدلاً من الاتجاه نحو الموسوعية أو المعالجة العامة. لذا يتطلب من الصحفي أن يكون متخصصاً في المجال الذي

يكتب فيه، سواء كان ذلك في الشؤون الاقتصادية أو السياسية أو الرياضية أو في غيرها من المجالات. فالمحرر الاقتصادي يجب أن يكون متخصصًا في الاقتصاد بشكل عام، أو في مجال من مجالاته المتنوعة، فإن لم يكن كذلك فيجب أن يكون ملماً بالمبادئ العامة لهذا التخصص، ومتابعًا للنشاط الاقتصادي لبلده وفاهمًا لسياستها الاقتصادية، وعلى دراية بالمصطلحات المستخدمة خصوصًا في عالم البورصات والأسواق المالية، المسيطرة على موضوعات الشؤون الاقتصادية في الوقت الراهن.

ويذكر كل من Ltule و Anderson (540 : 1994) بعض الإرشادات للطلبة الراغبين التخصص في صحافة الشؤون الاقتصادية، منها الالتحاق ببعض الدورات في المجالات الاقتصادية والصحفية أثناء مرحلة الدراسة، والقراءة المستمرة للشؤون الاقتصادية، وتعلم لغة القطاعات الاقتصادية المختلفة. بالإضافة إلى ذلك التدريب على كتابة التقارير والقصص الإخبارية قبل الالتحاق بالمهنة، ومواصلة الالتحاق بدورات متقدمة في التحرير، والاستعداد للعمل في أي من وسائل الإعلام المتخصصة.

ونظرًا للطبيعة الجادة للموضوعات المرتبطة بالشؤون الاقتصادية، والتأثير السلبي الذي قد يترتب على عدم مراعاة الدقة والموضوعية عند تناولها على الاقتصاد الوطني للدولة، وارتباط هذا التخصص بلغة الأرقام والإحصائيات، فإن ذلك يتطلب من المحرر الصحفي أن يكون حائزًا على عدد من الموصفات في الجوانب التالية:

- أخلاقيات العمل الإعلامي: ليس مطلوبًا من الصحفي الاقتصادي مراعاة أخلاقيات عمله فقط، بل على كل صحفي الالتزام بها ومراعاتها، خصوصًا القوانين والتشريعات المرتبطة بالمطبوعات والنشر والملكية الفكرية. حيث تتطلب طبيعة العمل في الشؤون الاقتصادية

نظافة اليد واللسان، وذلك لارتباط عمل الصحفي برجال المال والتجار فيتعرض للإغراءات المادية والهدايا القيمة، لنشر موضوعات تقيد بعض التجار والمستثمرين وتسيء للبعض الآخر (خليفة، 1973 : 77).

- الدقة والموضوعية: إن الطبيعة الجادة للمضامين الاقتصادية تتطلب مراعاة الدقة بشكل أكبر مقارنة ببعض التخصصات الصحفية الأخرى. لذلك فإن التسرع في نقل الحقائق والمعلومات الاقتصادية قد تسبب أزمة اقتصادية أو تدهور تجاري أو رفع أسعار سلع معينة وانخفاض أخرى. وترتبط بمسألة الدقة مراعاة الموضوعية في الطرح، وهي الالتزام بالأمانة والحيادية في تفسير وتحليل الموضوعات الاقتصادية، بحيث يشعر الصحفي بأنه يمثل القراء وليس مندوب رجال الأعمال وملاك البورصات المالية، ولذلك عليه أن لا يتردد في كشف الفساد وتصويب الأمور (MacDougall, 1968 : 425 – 426).

- المهارة والفن في التحرير الاقتصادي: إن الصحفي الذي يجمع بين التخصص والمهارة في عمله سيحظى بفرص أكبر للعمل عن غيره ممن لا تتوفر فيهم هذه الخاصية. ويكتسب الصحفي الاقتصادي ذلك من خلال التخصص في علم الاقتصاد أو في إحدى فروعها، ومن القراءات المستمرة واتصاله بالاقتصاديين والصحفيين. وتكمن مهارة الصحفي الاقتصادي في تقديم مادة اقتصادية متخصصة إلى قراء الصفحة الاقتصادية في الصحيفة اليومية العامة، بلغة سهلة وواضحة ومقروءة، بحيث يستطيع تحويل لغة الأرقام والجداول الإحصائية إلى لغة مرنة وسلسة. ولتحقيق هذا الهدف يجب أن يلتزم الصحفي في كتاباته بقاعدة " هل يمكن أن تقدم هذه المعلومة بقدر أكبر من الوضوح؟ " (إبراهيم، 2001 : 280).

• المعرفة بسياسة الدولة الاقتصادية: يرى الباحث أهمية معرفة السياسة الاقتصادية للدولة وموازنتها العامة، وكذلك الدراية بالقوانين المنظمة للنشاط الاقتصادي فيها، ونظامها المصرفي وثرواتها الاقتصادية ومواردها المالية ومشاريعها المستقبلية، وكذلك نظم الاستيراد والتصدير والاستثمار فيها. ولا يكتفِ الصحفي الاقتصادي الناجح بهذا بل يهتم أيضًا بمتابعة الشأن الاقتصادي على الصعيد العربي والإقليمي والدولي، سواءً على مستوى القوانين أو الاتفاقيات الدولية أو على مستوى المشاريع الاقتصادية والنظم واللوائح المنظمة لها. وفي هذا الخصوص يذكر James Steel الكاتب الصحفي بصحيفة Philadelphia Inquirer الأمريكية، أنه " لا توجد هناك أخبار حكومية مملة، بل هناك عدد كبير من المراسلين والمحريين المملين " (ريتش، 2006 : 542).

• لغة التخاطب والتواصل: يرى الباحث بأن اللغة الإنجليزية هي لغة الاقتصاد الدولي بلا منازع، وبالتالي فإن إلمام الصحفي بها (تحدثًا وكتابةً) سيفتح أمامه آفاق التواصل بعالم الاقتصاد في كافة مجالاته. كما يرتبط بمعرفة اللغة الإنجليزية معرفة استخدام الحاسب الآلي، خصوصًا البرامج المستخدمة في إعداد الرسوم البيانية والإحصاءات، والدراية باستخدام الإنترنت والبريد الإلكتروني.

• القدرة على تكوين العلاقات وعقد الصلات: وهي من الموصفات الضرورية التي يجب أن يتحلى بها الصحفي بشكل عام. بحيث تكون هذه العلاقات قائمة على أساس الثقة المتبادلة مع المسؤولين في المؤسسات الرسمية للدولة، وكذلك برجال الأعمال في القطاع الخاص، باعتبار أن ذلك يعد من المصادر الأساسية التي يعتمد عليها الصحفي في معلوماته عن الشؤون الاقتصادية (بيرري، 1964 : 87).

• مصادر الصحف الاقتصادية:

يسعى الصحفي المتخصص في الشؤون الاقتصادية، إلى البحث عن مصادر متنوعة تشمل كافة القطاعات الاقتصادية، بل أن الصحفي الناجح يسعى باستمرار إلى مراجعة قائمة مصادره، لتعديل أو إضافة أي معلومة فيها، تتعلق برقم معين أو اسم شخصية معينة تجنبًا لحدوث أي مشكلة في الأوقات الطارئة. وقد تمر على الصحفي بعض المصادر العادية التي لا تلفت انتباهه، لكنها تعد من أهم المصادر التي يمكن أن يعتمد عليها في متابعاته للقضايا الاقتصادية.

ويُعد دليل الصفحات الصفراء واحدًا من أهم هذه المصادر. إذ تحتوي هذه الأدلة على العديد من عناوين الشركات والمؤسسات في كافة المجالات الاقتصادية. لذلك فإن قضاء بعض الوقت للإطلاع على هذه الأدلة لا تخلو من فائدة قيمة، وستفتح بابًا للصحفي لإعداد مادة اقتصادية غير عادية (Ltule, Anderson, 1994 : 540). كما أن الزيارة الخاطفة أو غير المعدة مسبقًا لمركز تجاري، أو لمطعم للوجبات السريعة، أو لصيدلية، تعتبر هي الأخرى مصدرًا مهمًا للمعلومات الاقتصادية يجب أن لا يغفلها الصحفي. حيث يعلق David Horowitz الذي عمل لفترة معينة لصالح شبكة NBC الأمريكية في ستينيات القرن الماضي، على أهمية تواجد الصحفيين في مواقع الأحداث، بالقول " من النادر أن تجد أحدًا من صحفيينا متواجدًا في مكتبه، نحن نعتد على مصادرننا، وما نعمله في المكتب هو كتابة القصص التي بحثنا عنها بأنفسنا " (Ltule, Anderson, 1994 : 538).

ويقسم Paul N. Williams (1978: 259) مصادر الصحف الاقتصادية إلى قسمين، الأشخاص والوثائق. وتشمل قائمة الأشخاص كل من لهم علاقة واهتمام بالنشاط الاقتصادي

بشكل عام، سواءً كانوا في القطاع الحكومي أو الخاص، منهم المسؤولون الرسميون، رجال الأعمال والتجار، أصحاب العقارات، الوسطاء، العاملون في المصارف، الاستشاريون والمحامون، المتقاعدون، والمفصولون عن العمل، المدرسون والأكاديميون، مسؤولو التسويق، والمهتمون في الشؤون الاقتصادية بشكل عام.

أما الوثائق كمصادر للأخبار الاقتصادية، فتشمل العديد من المطبوعات كالصحف (الجرائد والمجلات)، النشرات التعريفية، التقارير السنوية، البحوث والدراسات، الدوريات، الكتب، التي تصدر عن المؤسسات الاقتصادية الحكومية والخاصة، والمؤسسات الصحفية ودور النشر والمؤسسات الأكاديمية المتخصصة. وتُعد النشرات الدورية الداخلية التي تصدرها المؤسسات لأنشطتها وفعاليتها من الوثائق المهمة للمصادر الاقتصادية.

ومن المصادر المهمة للصحفي مسؤولي الاتحادات والنقابات والجمعيات ذات الصلة بالشؤون الاقتصادية، فهؤلاء لديهم الأجندة الخاصة بأنشطة مؤسساتهم والخطط والبرامج التي يسعون لتحقيقها، وتذليل الصعوبات التي تواجههم في ذلك. ومن أمثلة هذه المؤسسات جمعيات حماية المستهلك، اتحادات أو نقابات العمال، جمعيات الاقتصاديين وغيرها (Lanson, Stephens, 1994 : 389).

بالإضافة إلى ذلك، تُعد الغرف التجارية والصناعية من المصادر المهمة للأبناء الاقتصادية، كذلك المحاكم المختصة في النظر في الجرائم الاقتصادية، أو المحاكم المختصة بالضرائب، واللجان الاقتصادية في المجالس الرسمية والخاصة. ومن المهم أن يدرك الصحفي الاقتصادي أن المدن الكبرى والعواصم التجارية ليست دائماً مسرحاً للأحداث والفعاليات الاقتصادية، بل أن الزيارات المتكررة للأرياف والمناطق البعيدة، تفتح للصحفي باباً

ومصدرًا مهمًا للتعرف على معاناة السكان في تلك المناطق، والوقوف على احتياجاتهم وتحديد مطالبهم (بيرى، 1964 : 85).

ومن المصادر الأخرى التي يمكن أن يعتمد عليها الصحفي في البحث عن الموضوعات الاقتصادية ما يلي: (شرف، 2003 : 145 ، بيرى، 1964 : 90 - 93).

- مواقع المؤسسات الاقتصادية والمصارف المركزية حول العالم، ومواقع المنتديات الاقتصادية على شبكة الإنترنت.
- النشرات الاقتصادية والمالية المتخصصة لوكالات الأنباء الدولية، مثل نشرة وكالة رويترز للأنباء.
- القنوات الفضائية التلفزيونية والإذاعية المتخصصة، ومراكز المعلومات المركزية. بالإضافة إلى الخدمات الإلكترونية الحديثة، كالرسائل القصيرة التي تبثها شركات الاتصال برسوم رمزية.
- وكالات الأنباء الدولية المتخصصة في الخدمات المالية والاقتصادية.
- المعارض الدولية والمهرجانات السياحية.
- متابعة إعلانات الوفيات للتعرف على الشخصيات الاقتصادية المهمة. وتُعد هذه الإعلانات مصدرًا مهمًا لإعداد مادة اقتصادية مميزة.

وفيما يلي مواقع لبعض المصادر التي يمكن أن يستفيد منها محرر الشؤون الاقتصادية: (ROUSH, 2004 : 388 - 389).

• موقع:

<http://www.washingtonpost.com/wp-dyn/business/specials/glossary/index>
يحتوي هذا الموقع على أكثر من 1250 مصطلح باللغة الإنجليزية في المجال الاقتصادي.

• موقع:

<http://www.nytimes.com/library/cyber/reference/busconn.html>
يقدم هذا الموقع بعض الشروحات للموضوعات الاقتصادية، ويحتوي على قاموس للمصطلحات الاقتصادية أيضاً.

• موقع:

<http://www.investorwords.com/>، ويضم العديد من المصطلحات الاقتصادية المتخصصة، خصوصاً في مجال الاستثمار.

• موقع:

<http://www.sabew.org/>، وهو موقع جمعية محري الشؤون الاقتصادية الأمريكية.

• أساليب تحرير الموضوعات الاقتصادية:

بعد جمع المادة الاقتصادية من مصادرها المختلفة، تأتي مرحلة التحرير والكتابة وهي مرحلة في غاية الأهمية باعتبارها ثمرة الجهود التي بذلها الصحفي للحصول عليها. وفي محاضرة لـ Sidney Callis (12 : 2006 The Week Newspaper) المحرر الاقتصادي في مجلة Business Executive Magazine البريطانية ألقاها في شهر ديسمبر 2006، في المجلس الثقافي البريطاني بمسقط، تحدث فيها عن أساليب التحرير الاقتصادي، أكد فيها أهمية أن يجيب المحرر عن سؤالين مهمين قبل البدء في الكتابة، هما لماذا أكتب؟

ولمن أكتب؟ بعد ذلك يبدأ في كتابة الموضوع مراعيًا مسألة البناء الصحيح للجمل وترابط الفقرات، واستخدام اللغة الصحيحة الواضحة والبعيدة عن الأخطاء، وتجنب استخدام المصطلحات المتخصصة.

وترتبط مسألة مناقشة الموضوعات الاقتصادية في الصحافة، بوجود احتياج حقيقي لدى القارئ بأن هناك من يناقش همومه الاقتصادية أو يشبع احتياجاته المعرفية، ولن تناقش هذه الهموم أو تشبع تلك الاحتياجات إلا بوجود نشاط اقتصادي يتمتع بقدر كافٍ من الحرية من جانب، ومحرر يستطيع أن ينقل أنباء هذا النشاط بشكل واضح ومفهوم ومشوق من جانب آخر. ولتحقيق هذه الغاية يتطلب من المحرر الاقتصادي أن يدرك مبادئ المجال الذي يكتب فيه كحد أدنى، ومعرفة بأساليب الكتابة والتحرير باستخدام الفنون الصحفية المختلفة (البوري، 1998 : 9-15 - ورقة علمية).

وتختلف أساليب التحرير في الصحف الاقتصادية طبقاً لمستوى الصحيفة وتخصصها. فلا يستدعي الأمر في الصحف اليومية العامة استخدام المصطلحات المتخصصة والمقالات التحليلية المعمقة، وليست الكتابة والمصطلحات المستخدمة في مجال الصناعة، هي نفسها في قطاع البورصات أو المصارف، فكل قطاع له أدواته وأساليبه ولغته. وبشكل عام هناك قواعد عامة يجب أن يلتزم بها المحرر الاقتصادي بصرف النظر عن مستوى الصحيفة التي يكتب فيها أو تخصصها، منها استحضار قاعدة " أن تشرح وأن تشرح، وأن تشرح أيضاً " (رفعت، 1998 : 16-26 - ورقة علمية).

فكلما كانت الموضوعات الاقتصادية واضحة ومفهومة كلما ازداد تأثيرها على القارئ. أما كيفية جعلها مادة مثيرة للاهتمام فذلك من خلال التقليل من استخدام الأرقام والإحصائيات

والتركيز على الأشخاص وربطها بعنصر الاهتمامات الإنسانية. وليس القصد من ذلك هو أن يتحول الصحفي من صائدٍ للأخبار إلى صائدٍ لفضائح الاقتصاديين ورجال الأعمال، ولكن القصد هو إبراز الجوانب الإنسانية في الموضوعات الاقتصادية، التي عادة ما تظهر عند التقلبات أو التغيرات الاقتصادية. (رفعت، 1998 : 16-26 - ورقة علمية).

ومثال على ذلك التركيز على الآثار السلبية الناجمة عن التضخم. فإذا كان التضخم هو ارتفاع في أسعار المنتجات والخدمات، فعلى المحرر أن لا يكتفي بذكر الأسباب تلو الأخرى، بل عليه أن يظهر الجانب الآخر من التضخم وهو المتصل بالمستهلك. وذلك برصد آراء المستهلكين في معاناتهم لتوفير لقمة العيش الناجمة عن الغلاء. وتُعد الأسواق الشعبية ومحلات البرادات أو ما يعرف بـ Hyper Market واحدة من أفضل المواقع لإعداد قصص إخبارية تعرض الاتجاه الآخر للمشكلة الاقتصادية (ROUSH, 2004 : 52).

والحياة الاقتصادية حافلة بتجارب الأشخاص الذين حققوا نجاحات في مشاريعهم الاقتصادية أو الذين فشلوا في تحقيقها. إذ تُثير بعض قصص الجرائم الاقتصادية والآثار الاجتماعية المترتبة عليها، مشاعر القراء تجاه أولئك الذين فقدوا ممتلكاتهم و ثروتهم في تجارب اقتصادية فاشلة لكنها غير ملتوية، بينما تزيد هذه القصص من سخط القراء على من قاموا بتجميع ثروتهم بالطرق الملتوية وعلى حساب الآخرين.

حيث تخصص مجلة البيان الاقتصادية الشهرية، التي تصدر بلبنان صفحة بعنوان " بيع ممتلكات بالمزاد العلني تسديداً لديون أصحابها "، تنشر فيها قائمة بأسماء العديد من الأشخاص الذين عرضت ممتلكاتهم للبيع في لبنان. وتخصص صفحة أخرى تحت عنوان " الشيكات المرتجعة "، تنشر فيها قائمة أخرى بأسماء الأشخاص الذين ورد ذكرهم في

سجلات النيابة العامة، كمدعى عليهم بارتجاع شيكاتهم. وتتوه المجلة بأن ارتجاع الشيك لا يعنى بالضرورة عدم وجود المبالغ الكافية للدفع، وتبدي المجلة استعدادها لنشر أي إيضاح أو تصحيح يكون متطابقاً مع الواقع.

وفي هذا الإطار يقول Joe Watson محرر الشؤون التجارية والزراعية في صحيفة Aberdeen's Press and Journal البريطانية، أن مسألة تحرير الموضوعات الاقتصادية لا تختلف عن تحرير الموضوعات الصحفية الأخرى، إذ أن الإجابة على أسئلة من، ماذا، متى، أين، كيف، ولماذا هو العامل المشترك في التغطيات الصحفية، ولكن المتابعة الجادة لما وراء الحدث، خاصة تلك الأحداث المتعلقة بإعلان الإفلاس وقضايا الفساد والأزمات الاقتصادية، بهدف الوصول إلى الحقيقة الكامنة هي أهم ما في الأمر (Pape, Featherstone, 2005 : 111).

وقد نجحت صحيفة Wall Street Journal بمقالاتها عن التجارة والمال، أن تكون واحدة من أوسع الصحف الأمريكية انتشاراً، لاهتمامها بشرح الموضوعات الاقتصادية للقارئ العام، دون أن تفقد بذلك شيئاً من هيبتها ومكانتها. وتتحدث الصحيفة عن هدفها وهو " استيعاب الأشخاص الذين لديهم رغبة وحاجة إلى اكتساب معرفة بالاقتصاد والأعمال، وليس استبعادهم وكأن النشاط الاقتصادي والمالي عبارة عن أحد النوادي الخاصة "، حتى أصبح أسلوبها نموذجاً تعتمد عليه العديد من الصحف الدولية في كتابة موضوعاتها الاقتصادية (رفعت، 1998 : 16-26 - ورقة علمية). وفي خمسينيات القرن الماضي حددت الصحيفة أسلوبها المعتمد في كتابة المقالات الخاصة بها، وذلك في مذكرة وزعتها على محرريها، تضمنت العديد من الإرشادات في التحرير لا تزال تطبق حتى اليوم (ريتش، 2006 : 503 - 504)، منها:

- طرح الفكرة الأساسية للموضوع بأسلوب واضح وبسيط ومحدد، بحيث لا تتجاوز فقرة أو فقرتين في البداية.
- مراعاة الترابط بين أجزاء الموضوع بعدم الابتعاد عن الفكرة الأساسية، وتجنب استخدام الأساليب المتعرجة دون ترتيب معقول.
- تضمين الخلفية التاريخية، بافتراض عدم وجود معرفة سابقة لدى القارئ بالموضوع أو بالمصطلحات المستخدمة.
- مراعاة أن تكون الكتابة محكمة البناء، باستخدام الجمل القصيرة ومراعاة الدقة والإيجاز.
- التأكد من الإجابة عن كافة التساؤلات التي يثيرها الموضوع والتي يمكن أن ترد في ذهن القارئ.
- التأكد من توضيح جميع النقاط المرتبطة بالموضوع ودعمها بالحقائق.
- مراعاة أن تكون وجهة نظر الكاتب محددة وليست عامة أو غامضة.
- الاعتماد بقدر الإمكان على النصوص التوضيحية المنسوبة إلى شخصيات معينة، سواء كانت حكومية أو خاصة أو غيرها.
- استخدام أسلوب الانتقال من الوضع العام إلى الخاص بإعطاء أمثلة مشوقة، كالطرائف أو تاريخ بعض القضايا بهدف توضيح الوضع العام.

- الأخذ في الاعتبار بأن تكون المقالات بمثابة دراسة معمقة لموضوع أو اتجاه محدد. ويعني ذلك مراعاة الإرشادات المذكورة، والابتعاد عن إثارة تلك الأسئلة التي لا تجيب عنها.

الفصل الثاني

الصحافة الاقتصادية في سلطنة عُمان

• الصحافة في عمان.. مدخل عام:

ظهرت الصحافة المهنية¹ لأول مرة في سلطنة عمان بعد مضي حوالي سبعة أشهر من بدء النهضة الحديثة فيها. فبتاريخ 28 يناير 1971 أصدر نصر بن محمد الطائي أول صحيفة أسبوعية ناطقة باللغة العربية هي صحيفة الوطن، وهي في نفس الوقت أول صحيفة مهنية يصدرها القطاع الخاص في سلطنة عمان. ولعدم توفر وسائل طباعة الصحف بمسقط في تلك الفترة، فقد طُبعت الوطن في بداية مسيرتها الصحفية بمطابع صحيفة الجمهورية في بيروت، كصحيفة أسبوعية من الحجم النصفى " التابلويد " (مكاي، 1989 : 69 - الطائي، مقابلة : 2007/2/7). والجمهورية صحيفة سياسية يومية، أسسها سبيع الأسمر في بيروت عام 1924، وقد توقفت عن الصدور بسبب الحرب الأهلية في لبنان (مروة، 1961 : 267).

واعتباراً من عددها رقم (204) الصادر بتاريخ 1976/2/4، بدأت طباعة الصحيفة بمطابع مجلة صوت الخليج الكويتية²، وهي مجلة أسبوعية عامة، تأسست عام 1962. وبنفس هذا التاريخ تغير حجم صحيفة الوطن من الحجم النصفى إلى الحجم العادي (صحيفة الوطن، 1976/2/4 - مركز التوثيق الإعلامي وأخرى، 1988 : 187). وقبل انتقال طباعة الصحيفة إلى الكويت، طُبعت عدد واحد منها فقط وهو العدد رقم (203) الصادر بتاريخ 1975/12/18، بمطابع دار التحرير في القاهرة (صحيفة الوطن، 1975/12/18 - الطائي، مقابلة : 2007/2/7). وتأسست هذه الدار عام 1953، وصدرت

¹ - صحف تصدر عن مؤسسات مهنتها الأساسية ممارسة أعمال الصحافة والنشر.

² - طبعت بعض أعداد الصحيفة في مطابع صحيفة السياسة بالكويت.

عنها العديد من الصحف، منها - والتي لا تزال تصدر حتى الآن - صحيفتي الجمهورية، والمساء (مروة، 1961 : 303).

وبعد أن توفرت وسائل طباعة الصحف لدى بعض المطابع التجارية في عُمان، انتقلت طباعة الصحيفة من الكويت إلى مسقط، حيث طبعت أولى أعدادها وهو العدد رقم (215) الصادر بتاريخ 12/8/1976، في المطابع العالمية بمنطقة روي. ونتيجة لنمو الحركة التجارية في مسقط وظهور بعض المطبوعات الجديدة، تزايدت ضغوط العمل على المطابع المحلية، الأمر الذي أدى إلى أن تنتقل طباعة الصحيفة ما بين المطابع العالمية ومطبعة مزون¹ ومطابع دار جريدة عمان (الطائي، مقابلة : 2007/2/7). وخلال فترة طباعتها بمطابع دار جريدة عمان تحولت الوطن من صحيفة أسبوعية إلى صحيفة يومية، وذلك ابتداءً من عددها رقم (596) الصادر بتاريخ 1/28/1984، باستثناء أيام الجمع (مكاي، 1989 : 69 - العبد، 1995 : 84).

وظلت الصحيفة تصدر بهذه الطريقة إلى أن تمكنت من توفير مطابع خاصة بها، بعد انتقالها إلى مقرها الجديد بمنطقة العذبية في مسقط بتاريخ 1988/8/20. ومن مقرها الجديد المزود بمعدات الطباعة الحديثة، بدأت بالصدور في أيام الجمع أيضاً، وذلك اعتباراً من تاريخ 1990/2/2. والوطن صحيفة يومية سياسية جامعة، تصدر حالياً عن المؤسسة العمانية للصحافة والطباعة والنشر والتوزيع، ولها نسخة إلكترونية على شبكة الإنترنت متوفرة بالنمطين الفائق HTML² والمحمول PDF³، منذ شهر يوليو عام 1997 (الطائي، مقابلة : 2007/2/7 - دائرة الدراسات : 2007).

¹ - مزون للطباعة والنشر والإعلان (حالياً).
² - نمط يوفر إمكانات تفاعلية اتصالية متقدمة، منها خاصية الاتصال بالمحررين، البريد الإلكتروني، الأرشفة.
³ - نمط يشبه النسخة المطبوعة من الصحيفة، ويوفر إمكانية نقل الصور والإخراج الفني كما هي في النسخة المطبوعة.

أما على المستوى الحكومي، فتُعد جريدة عُمان أول جريدة حكومية تصدر بسلطنة عمان، حيث صدر عددها الأول في الثامن عشر من نوفمبر عام 1972، عن المديرية العامة للإعلام والسياحة، كجريدة أسبوعية تصدر يوم السبت من كل أسبوع (جريدة عمان، 1972/11/18: 1). وفي الحادي عشر من نوفمبر عام 1975 صدرت الجريدة يومي السبت والثلاثاء من كل أسبوع. وبعد حوالي تسع سنوات من صدورهما أنشئت دار جريدة عمان للصحافة والنشر، طبقاً للمرسوم السلطاني رقم (1980/49) الصادر بتاريخ 1980/5/29، حيث أصبحت بعدها مؤسسة صحفية لها استقلالها المالي والإداري، وقد ترأس مجلس إدارتها وزير الإعلام (دائرة الدراسات : 2007). واعتباراً من الثامن عشر من نوفمبر عام 1980، أي بعد حوالي ستة أشهر من إنشاء دار جريدة عمان، صدرت الصحيفة بشكل يومي باستثناء أيام الجمع، وبعدها بحوالي عامين بدأت بالصدور بشكل يومي منتظم (مكاي، 1989 : 75).

وضمن مراحل تطور جريدة عمان، صدر في الخامس والعشرين من يونيو عام 1997، المرسوم السلطاني رقم (1997/43)، القاضي بإنشاء مؤسسة عمان للصحافة والأخبار والنشر والإعلان، لتصبح الجريدة ضمن أكبر مؤسسة إعلامية في سلطنة عمان، تضم إلى جانب جريدة عمان، شقيقتها Oman Daily Observer، وكالة الأنباء العمانية، العمانية للإعلان والعلاقات العامة، والعمانية للتوزيع والتسويق (الجريدة الرسمية، 1997/7/1 : 204).

وفي عام 2006 انفصلت وكالة الأنباء العمانية عن هذه المؤسسة، لتتبع وزارة الإعلام بكل مخصصاتها المالية وموجوداتها وموظفيها، وذلك طبقاً للمرسوم السلطاني رقم (2006/75) الصادر بتاريخ 2006/7/10 (الجريدة الرسمية، 2006/7/15 : 26). وتصدر جريدة عمان حالياً عن مؤسسة عمان للصحافة والنشر والإعلان، وهي جريدة يومية سياسية جامعة

لها مطابعها الخاصة، وموقع على شبكة الإنترنت بنمط النص الفائق HTML، بدأ عام 1997 (الخصيبي، مقابلة : 2007/2/12).

وتُعد صحيفة الشبيبة ثاني صحيفة تصدر عن القطاع الخاص بالسلطنة. وهي صحيفة سياسية ثقافية شاملة، تصدر بشكل يومي منتظم - ما عدا أيام الجمع - عن دار مسقط للصحافة والنشر والتوزيع، ولها موقع على شبكة الإنترنت بالنمط الفائق HTML، بدأ في شهر أكتوبر عام 2002، وكذلك بنمط PDF الحديث، الذي يوفر مميزات ذات تقنية عالية (الشاذلي، مقابلة : 2007/3/7). وقد ظهرت لأول مرة في السادس من يونيو عام 1990، كمجلة أسبوعية رياضية فنية ثقافية، بمسمى مجلة الشبيبة. وبعد صدورها بشكل يومي في الثاني من يناير عام 1993، ظهرت ضمن صفحاتها بعض الأخبار المحلية والسياسية والاقتصادية، إلى جانب تركيزها على تغطية الموضوعات الرياضية والفنية (دائرة الدراسات، 2007).

وبالنسبة للصحف الناطقة باللغة الإنجليزية، فتُعد صحيفة Times of Oman أول صحيفة مهنية يصدرها القطاع الخاص في سلطنة عمان. فقد أسسها عيسى بن محمد الزدجالي في الثالث والعشرين من فبراير عام 1975، كصحيفة أسبوعية تصدر يوم الخميس من كل أسبوع بالحجم النصفى " التابلويد ". ومنذ الأول من يناير 1991 بدأت الصحيفة بالصدور بشكل يومي، كصحيفة يومية سياسية جامعة (العبد، 1995 : 86). وتصدر الآن عن دار مسقط للصحافة والنشر والتوزيع، ولها موقع على شبكة الإنترنت بالنمط الفائق HTML بدأ عام 1999، والمحمول PDF منذ عام 2004 (الشاذلي، مقابلة : 2007/3/7).

وتُعد صحيفة Oman Daily Observer أول صحيفة حكومية تصدر باللغة الإنجليزية في سلطنة عمان. حيث صدر عددها الأول في الخامس عشر من نوفمبر عام 1981،

كصحيفة يومية سياسية جامعة (مكاي، 1989 : 80). وتصدر حالياً عن مؤسسة عمان للصحافة والنشر والإعلان، كصحيفة شقيقة لصحيفة عمان الحكومية، وقد بدأت تدشين موقعها على الإنترنت في الثامن عشر من نوفمبر عام 1997، بالنمط الفائق HTML (الخصيبي، مقابلة : 2007/2/12).

وبجانب النشاط الصحفي المهني في سلطنة عمان، تشير بعض المصادر إلى وجود نشاط صحفي غير مهني يتعلق بالنشر على مستوى القطاع الخاص والحكومي، وذلك قبل شهر يوليو من عام 1970 وبعده أيضاً. حيث تذكر أمانة اللواتي (2005 : 186 - 204 - ورقة علمية) بأن مجلة أخبار شركتنا، هي أقدم مجلة في تاريخ المطبوعات العمانية، حيث صدر عددها الأول في شهر مايو 1968، عن شركة تنمية نفط عمان المحدودة، وقد اقتصر توزيعها على موظفي الشركة والمتعاملين معها. وبعد الرجوع إلى العدد الأول من هذه المجلة، يتضح بأنها أقرب إلى نشرة للعلاقات العامة وبعيدة عن الصحافة بمفهومها المهني. وهي نشرة داخلية توزع على موظفي الشركة، وتتضمن موضوعات تتعلق بأنشطتها الداخلية، وبعض المساهمات من موظفيها.

ويتضح الهدف من إصدار هذه النشرة في كلمة عضو مجلس الإدارة المنتدب للشركة، والتي تم نشرها في العدد الأول حيث تضمنت ما يلي: " لأنني مقتنع بالأهمية العظمى التي يتحلى بها الإعلام في تحسين الروابط بين مختلف الناس العاملين في الشركة، فإذا كنتم لا تعلمون عما يحدث في الشركة ولماذا، فمن الصعب عليكم أن تعملوا بنفس الرغبة والحماس الذي انتم له أهل عندما تشعرون بأنكم جزءاً حقيقياً لا يتجزأ من الشركة " (نشرة أخبار شركتنا، 1968 : 1).

وقد لاقت هذه النشرة اهتمام الموظفين، فقد جاء في كلمة المحرر " سالم عبدالله " في عددها الثاني ما يؤكد ذلك. حيث يقول: " وجدت أن النشرة قد حازت القبول من قرائها والحمد لله، وهكذا كان أملنا. وقد قمنا ولا نزال بذل الجهود للحصول على معلومات ومواضيع مفيدة نأمل بموجبها إرضاء قرائنا الكرام، كما أننا في نفس الوقت نأمل استلام المزيد من اقتراحاتهم وآرائهم التي يودون المساهمة بها في هذه النشرة، والتي يجب أن تختص بأمور شركتنا " (نشرة أخبار شركتنا، 1968 : 1).

أما في مرحلة ما بعد شهر يوليو من عام 1970، فيشير كل من مكاي (مكاي، 1989 : 66) والعبد (العبد، 1995 : 81) إلى أنه بعد يومين من تولي السلطان قابوس زمام الأمور في سلطنة عُمان، أصدرت سكرتارية الشؤون المالية والإدارية بمجلس الوزراء، نشرة باللغتين العربية والإنجليزية بعنوان أخبار عمان، تتضمن إلى جانب القوانين والمراسيم الحكومية بعض الأخبار عن السلطنة، وكانت تطبع بواسطة آلة " الإستنسل ". وفي شهر أغسطس 1970، صدرت النشرة عن مكتب للإعلام تم تأسيسه ليتولى مهام إصدار هذه النشرة.

ويتحدث حمود الزدجالي عن نشرة أخبار عمان - وهو من أوائل العمانيين الذين ساهموا بالعمل فيها - (الزدجالي، مقابلة هاتفية : 2007/3/19)، بأنها كانت تصدر باللغة الإنجليزية في البداية، عن مكتب سكرتير الشؤون المالية بمسقط، وهو الذي تولى مهمة طباعتها بالآلة الكاتبة ومن ثم ترجمتها إلى اللغة العربية. ويتذكر أنه بعد اعتمادها من اللجنة المشرفة¹ على النشرة، كان يقوم بنسخ ما يقرب من مائتي نسخة بواسطة جهاز " الإستنسل "، ثم يتم توزيعها على الدوائر الرسمية، والمواطنين في مدينتي مسقط ومطرح.

¹ - كانت هذه اللجنة تحت رئاسة السيد ثويني بن شهاب.

أما علي الرئيسي- الذي تولى مهام الإشراف على النشرة اعتباراً من تاريخ 1970/8/6 - فيذكر بأنها كانت من الحجم المتوسط¹ ، وكانت تصدر من طبعتين، طبعة دولية تضمنت موضوعات مختلفة عن السلطنة وبعض الأخبار الدولية، وطبعة محلية تضمنت موضوعات تتعلق بمتابعة نشاط الحكومة الجديدة، من اجتماعات ومقابلات وزيارات محلية ودولية. بالإضافة إلى البيانات والتعاميم والإعلانات الصادرة عن الدوائر الحكومية، معتمدة في ذلك على مصادرها الذاتية، وعلى بعض الإذاعات والصحف الدولية، منها إذاعة الكويت، إذاعة صوت العرب، إذاعة BBC، إذاعة دلهي، مجلة الحوادث، وصحيفة النهار (الرئيسي، مقابلة : 2007/3/6).

وبعد استلامه لمهام الإشراف على النشرة، يتحدث علي الرئيسي عن تأسيس دائرة للإعلام تولت مهمة إصدار النشرة، فارتفع توزيعها بعد ذلك إلى أكثر من مائتي نسخة في اليوم للطبعتين، حيث كانت توزع خارجياً على بعض الدول العربية والأجنبية، وداخلياً على الدوائر الحكومية في مسقط، والمناطق ذات الكثافة السكانية كمطرح وسداب وبعض المناطق المحيطة بمسقط (الرئيسي، مقابلة : 2007/3/6).

وتشير بعض الأعداد من نشرة الأخبار المحلية إلى اهتمامها بتغطية الموضوعات الاقتصادية، فقد نشرت في عددها الصادر بتاريخ 1970/11/4، إعلاناً صدر عن دائرة البلدية حول " ارتفاع الأسعار في الأسواق " (نشرة الأخبار المحلية، 1970 : 1). وخبراً عن " مغادرة الوفد التجاري لحكومة بورما، بعد أن أجرى اتصالات تتعلق بالشؤون التجارية مع تجار السلطنة "، نشرته في عددها الصادر بتاريخ 1970/12/13 (نشرة الأخبار المحلية، 1970 : 1).

¹ - 21.5×33 (سم).

وفي بداية عام 1971، صدرت عن مكتب " التحسينات " ¹ " بمحافظة ظفار، نشرة مماثلة باللغة العربية بعنوان أخبار ظفار، تضمنت موضوعات تتعلق بالنشاط الحكومي في هذه المحافظة، بالإضافة إلى بعض الأخبار عن العاصمة، وذلك من خلال عملية التبادل الإخباري عبر الهاتف بين دائرتي مسقط وصلالة. وقد تولى مهام الإشراف على هذه النشرة مسؤول المكتب " عبدالعزيز الرواس "، الذي أصبح فيما بعد وزيراً للإعلام (الرئيسي، مقابلة : 2007/3/7).

ويضيف علي الرئيسي (مقابلة : 2007/3/7) أنه في نوفمبر عام 1972، زار مسقط وفد إعلامي من الأردن برئاسة " أمين أبو الشعر "، يحمل معه كافة اللوازم الضرورية لتشغيل مطبعة حديثة، وابتداءً من الثامن عشر من نوفمبر عام 1972 توقفت " نشرة أخبار عمان الدولية والمحلية "، لتحل محلها جريدة " عمان "، التي ما زالت تصدر حتى اليوم. وقد تحدث " أمين أبو الشعر " عن الجريدة، في مقال نشر في العدد الأول الصادر بتاريخ 1972/11/18، تحت عنوان " هذا البلد وهذه الجريدة " قائلاً ما يلي: " أما عمان الجريدة، فهي إنجاز متواضع بين الإنجازات الضخمة التي حفلت بها الديار العمانية في خلال السنتين الماضيتين على يد المصلح الكبير السلطان قابوس. إنها الآن جريدة أسبوعية، والعزم معقود على أن تصبح يومية في الوقت المناسب، ولعله قريب ". (جريدة عمان، 1972 : 1-2).

وبعد استلام السلطان قابوس مقاليد الحكم في سلطنة عمان، بدأت الوفود الصحفية تتوافد إلى مسقط، حيث يذكر علي الرئيسي (مقابلة : 2007/3/7) بأن أول وفد صحفي عربي زار مسقط هو وفد مجلة العربي الكويتية، وذلك في شهر نوفمبر عام 1970، وأول وفد صحفي أجنبي

¹ - مكتب الطرق.

يزور مسقط كان وفد مجلة Vouge الفرنسية، في شهر ديسمبر من العام نفسه. وفي أواخر يوليو عام 1970، زار مسقط "رياض نجيب الرئيس"، ممثلاً لصحيفة النهار اللبنانية ليكون أول صحفي عربي يزور مسقط بعد تولي السلطان قابوس زمام الأمور في عمان. ويُعد مكتب إعلام أبوظبي أول مكتب إعلامي في مسقط، حيث افتتح في شهر سبتمبر عام 1970، وقد تولى إدارته "أحمد بن سالم آل جمعة".

وإذا كانت هذه الزيارات تسجيلاً لبعض أوجه النشاط الصحفي في مسقط، فهناك نشاط صحفي جدير أن يذكر في هذا السياق، وهو وجود "مكاتب" صحفي في مسقط منذ عام 1902. حيث يشير العدد رقم (7311) لصحيفة الأهرام المصرية، الصادر بتاريخ 9 أبريل 1902، عن مراسل لها كان يبعث إليها التقارير والأخبار عن الأوضاع في مسقط ومنطقة الخليج. إذ نشرت في عددها المذكور موضوعاً في الصفحة الأولى تحت عنوان "مسقط في 22 - لمكاتينا"، يذكر فيه ما يلي: "أخبرتكم في رسالة سابقة عن وصول السفينة الحربية الفرنسية كانينا إلى هنا، ولقد كان في عزمها أن تسافر في 17 الجاري ولكنه في ذلك اليوم وصلت الدارعة الحربية شاسلولوبات فوقفت معها في مياه مسقط حتى اليوم. وشاع بين القوم أن الدارعتين الفرنسيةيتين تنتظران وصول ثلاث دوارع روسية، ولا تسئلوا عن التأويل والأقاويل التي علفت على ذلك والصحيح أن مسألة الخليج الفارسي قد أمست مسألة ذات أهمية كبيرة" (صحيفة الأهرام، 1902 : 1).

وتُعد الجريدة الرسمية مثلاً آخرًا لنشاط النشر الحكومي غير المهني بعد 23 يوليو 1970، حيث صدر عددها الأول بتاريخ 27 أبريل 1972، كنشرة رسمية تصدر باللغة العربية يوم الخميس من كل أسبوع، عن دائرة الجريدة الرسمية بوزارة الداخلية والعدل،

وتتضمن نصوص المراسيم السلطانية والقرارات الوزارية والإدارية. وكانت تعلق نسخة من الجريدة في المكان المخصص للإعلانات في العاصمة العمانية، بحيث يمكن للأفراد رؤيتها بوضوح والاطلاع على محتوياتها (الجريدة الرسمية، 1972/4/27 : 12- 13). وقد طُبِع عددها الأول في المطبعة السلطانية بمسقط، التي تأسست عام 1959 خلال فترة حكم السلطان سعيد بن تيمور، والتي تخصصت لطباعة أعمال الدوائر الحكومية (أحمد، مقابلة هاتفية : 2005 /4/12 ¹). وتصدر الجريدة الرسمية حاليًا عن المديرية العامة للجريدة الرسمية بوزارة الشؤون القانونية (الجريدة الرسمية، 2008/6/15)، وبذلك تكون أول دورية حكومية متخصصة في نشر المراسيم والقوانين في سلطنة عمان.

وبعد عام 1972 صدرت صحف يومية أخرى ومجلات عامة ومتخصصة، عن مؤسسات صحفية مهنية وغير مهنية حكومية وخاصة، بلغ عددها حتى نهاية شهر يناير 2009 (75) ² دورية، منها (17) دورية اقتصادية، تُمثل نسبة (23 %) تقريبًا من إجمالي الدوريات التي تصدر في سلطنة عمان، وهي أعلى نسبة في الدوريات المتخصصة. وقد ساهم انتشار المطابع التجارية بالسلطنة في تنشيط أعمال الطباعة والنشر، حيث بلغ عددها حتى نهاية شهر يناير 2009 (76) مطبعة، منتشرة في كافة أرجاء السلطنة (قسم الصحافة المحلية - قسم الإجراءات القانونية، 2009).

¹ - تأسست المطبعة السلطانية عام 1959 خلال فترة حكم السلطان سعيد بن تيمور (1932 - 1970)، لطباعة السجلات والدفاتر والمستندات الرسمية الخاصة بالدوائر الحكومية. وقد شكل السلطان سعيد فريقًا من العاملين يتولى مهام تشغيل المطبعة، وذلك تحت إشراف مقبول حسين (باكستاني الجنسية)، ومنصور آل جمعة وعبدالله الغساني، ونصار أحمد وغيرهم. وكانت تتبع إداريًا للدائرة المالية بمسقط. وقد طُبِع فيها أول عدد للجريدة الرسمية الصادر بتاريخ 27 /4/ 1972. وفي عام 1973 تغير اسم المطبعة السلطانية إلى المطبعة الحكومية، عندما طبع فيها العدد رقم (26) من نفس الجريدة. وفي عام 1978 أغلقت المطبعة الحكومية، وبيعت معداتها لبعض المطابع الخاصة في مسقط، وتولت مطابع جريدة عمان طباعة أعمال المؤسسات الحكومية والخاصة، إلى جانب المطابع الخاصة التي انتشرت فيما بعد.

² - لا يشمل هذا العدد الصحف الإعلانية المجانية، إصدارات الجمعيات، الدوريات ذات الطابع العلمي البحثي.

• الصحافة العمانية في أفريقيا:

في مقابل غياب النشاط الصحفي المهني عن الساحة العمانية بمسقط قبل عام 1970، تشير بعض الدراسات التي تحدثت عن نشأة الصحافة العربية في أفريقيا، بأن المنطقة شهدت نشاطاً ثقافياً دينياً خصوصاً في فترة حكم السلطان برغش بن سعيد (1870-1888)، بعد أن أسس المطبعة السلطانية في زنجبار (وزارة الإعلام، 1995 : 74).

ويذكر أديب مروة (1961 : 227) في حديثه عن صحافة زنجبار بأن السلطان برغش بن سعيد استورد مطبعة مجهزة بكافة اللوازم من بيروت عام 1884، معتمداً على العمال اللبنانيين لإدارتها وتشغيلها. وكانت زنجبار - جزيرة تابعة لجمهورية تنزانيا الاتحادية حالياً - ضمن الممتلكات العمانية في شرق القارة الأفريقية، بجانب ممباسة وكلوة وبات وغيرها. حيث هاجر بعض العمانيين إلى الساحل الأفريقي خلال عهد الحاكم الأموي عبدالملك بن مروان، للاستيطان أحياناً أو للتجارة ونشر الدين في أحيانٍ أخرى. وشهدت أفريقيا الشرقية أثناء فترة التواجد العماني انتعاشاً اقتصادياً وتجارياً وثقافياً، ومع مضي الزمن اختلط العمانيون بالسكان الأفارقة وأسسوا مراكز تجارية في العديد من المدن الأفريقية، كزنجبار وممباسة وكلوة وبات (وزارة الإعلام، دار اميل، 1995 : 415).

وقد اتخذ السلطان العماني سعيد بن سلطان (1804 - 1856)، زنجبار عاصمة له ومقرّاً لإقامته عام 1832، فشهدت تواجداً عمانياً عربياً مكثفاً، وتطوراً شمل مختلف مؤسسات الدولة في مجالات التعليم والقضاء والصحة، وكذلك في الشؤون العسكرية والاجتماعية والمدنية، الأمر الذي ساهم في إنشاء الأحزاب السياسية والجمعيات المهنية، وانتشرت الثقافة العربية الإسلامية وظهرت العديد من المطبوعات، وقد مهد ذلك لظهور الصحافة لأول مرة في زنجبار وفي شرق

أفريقيا، فقد كانت صحيفة النجاح التي أسسها ناصر بن سالم الرواحي عام 1911، من أوائل الصحف العمانية التي صدرت في زنجبار (الكندي، 2001 : 23- 24).

وإلى جانب صحيفة النجاح صدرت صحف عمانية أخرى، سواءً في زنجبار أو في مدن أفريقية أخرى، منها صحيفة الفلق التي صدرت في أبريل 1929، وقد تولى رئاسة تحريرها هاشل بن راشد المسكري. كما ظهرت صحيفة الأمة عام 1958، بعد حصولها على معدات للطباعة من الصين الشعبية. وتعتبر صحيفة الإصلاح من الصحف العمانية التي صدرت باللغتين العربية والسواحيلية، حيث أصدرها الأمين بن علي المزروعى في ممباسة عام 1932. ومن الصحف العمانية في أفريقيا الشرقية صحيفة النهضة الأسبوعية، التي أسسها بزنجبار وترأس تحريرها سيف بن حمود بن فيصل آل سعيد عام 1949 (الكندي، 2001 : 24- 27).

• المضامين الاقتصادية في صحيفتي الفلق والنهضة العمانيتين:

يُشير تحليل المضامين الاقتصادية لبعض أعداد الصحف العمانية الصادرة في زنجبار، إلى اهتمامها بنشر موضوعات سياسية وثقافية عامة، ومضامين اقتصادية متنوعة. ومن هذه الصحف صحيفة الفلق. حيث تسمى نفسها " جريدة وطنية اجتماعية سياسية زراعية أسبوعية " (صحيفة الفلق، 1938/1/29 : 1). وقد نشرت في الصفحة الأولى من هذا العدد (472) موضوعًا اقتصاديًا بعنوان " قانون تسوية الديون "، تناولت فيه جوانب من هذا القانون، الذي وصفته " بالقانون الذي يراد به تفريغ ضيق المزارع وتحسين معيشته، وترفيه عيشه بإبقاء أمواله وضياعه في يده، وإيجاد طريق حسن لإبقاء ما عليه من الديون لدائنه ".

كما اهتمت الصحيفة بنشر الإعلانات التجارية، سواءً للمنتجات أو للخدمات. حيث نشرت في عددها الصادر في الأول من أبريل عام 1939، عددًا من الإعلانات منها، إعلان عن " مرهم بنكلير Painkiller Ointment "، وهو " دواء ناجع للعروق والرضوض والورم، أول مسحة منها تأتي بالنتيجة المطلوبة، قد اشتهر مرهم بنكلير في جميع جهات العالم الأربع، والوكلاء الوحيدون كرجي ونجي وشركاه ". وإعلانًا عن دراجات هوائية ماركة Hercules، المصنوعة في إنجلترا. وهي " محكمة التركيب سريعة الجري مريحة صالحة في المنطقة الحارة ". وكذلك إعلانًا آخرًا عن خدمات تجليد الكتب والدفاتر تقدمها مطابع الصحيفة (صحيفة الفلق، 1/4/1939 : 4).

واهتمت صحيفة النهضة كذلك بنشر الموضوعات الاقتصادية، إلى جانب الموضوعات الاجتماعية والسياسية. فقد نشرت في الصفحة الأولى من عددها الصادر بتاريخ 10 ديسمبر 1952 موضوعًا تحت عنوان " مناقشة الميزانية "، استعرضت وجهة نظرها في مسودة الميزانية لحكومة سلطنة زنجبار لعام 1953. وقد طالبت الصحيفة بتخصيص ميزانية أكبر لقطاع التعليم والصحة والزراعة بزنجبار (صحيفة النهضة، 10/12/1952 : 1).

ونجد في أعداد أخرى من الصحيفة موضوعات اقتصادية متنوعة منها " إحصاء ثروة ملك مصر السابق فاروق " (صحيفة النهضة، 28/8/1952 : 2). وموضوع بعنوان " التأمين الإجباري للسيارات " (صحيفة النهضة، 30/10/1952 : 1). و " شعوب الشرق الأوسط أهم من بتروله " (صحيفة النهضة، 15/11/1951 : 2). وبعد انتهاء نفوذ الإمبراطورية العمانية في شرق أفريقيا، خلال فترة عهد السلطان جمشيد بن عبدالله البوسعيد عام 1964، توقفت كافة الصحف التي أصدرها العمانيون هناك. وفي نفس العام أصبحت

زنجبار دولة مستقلة، وعضواً في منظمة الأمم المتحدة. وفي عام 1964 تأسست جمهورية تنزانيا الاتحادية، واتخذت من مدينة دار السلام عاصمة لها (وزارة الإعلام ودار اميل، 1995: 483 - 484).

• الصحافة الاقتصادية في سلطنة عمان:

• أولاً: الدوريات الاقتصادية المتخصصة:

يبلغ عدد الدوريات الاقتصادية في سلطنة عمان (17) دورية، تمثل ما يقرب من (23%)، من مجموع الدوريات الصادرة فيها والبالغ عددها (75) ¹ دورية. وتأتي المؤسسات الرسمية والخاصة على رأس قائمة ناشري هذه الدوريات، حيث يصدر عنها (10) دورية تبلغ نسبتها حوالي (59%). في حين يبلغ عدد الدوريات الاقتصادية الصادرة عن المؤسسات الصحفية (7) دوريات، تبلغ نسبتها حوالي (41%)، من إجمالي الدوريات الاقتصادية (قسم الصحافة المحلية، 2009).

وتُعد مجلة المركزي Al-Markazi أقدم الدوريات الاقتصادية في سلطنة عمان، حيث صدر عددها الأول في شهر مايو عام 1976، عن البنك المركزي العماني، كدورية متخصصة في الشؤون المصرفية، تصدر باللغتين العربية والإنجليزية وتوزع بالمجان (دائرة الدراسات، 2007). وإلى جانب اهتمامها بتغطية أنباء النشاط المصرفي للبنك المركزي العماني بشكل خاص والنشاط المصرفي للسلطنة بشكل عام، تنشر المجلة بعض الموضوعات الاقتصادية المتعلقة بالشؤون التجارية والصناعية، كما تنشر بعض الدراسات الاقتصادية والحوارات مع

¹ - لا يشمل هذا العدد الصحف الإعلانية المجانية، وإصدارات الجمعيات والنشرات الدورية الداخلية.

الشخصيات الاقتصادية. وتصدر المجلة - وهي من الحجم المتوسط (30×21 سم) - في حوالي (60) صفحة للغتين، مرة كل شهرين وتطبع بمطبعة الألوان الحديثة (مجلة المركزي، مارس/أبريل 2008). كما يصدر البنك المركزي عددًا خاصًا بنفس المسمى في مناسبات معينة، بمناسبة العيد الوطني، وذلك في حوالي (120) صفحة للغتين (اللواتي، مقابلة هاتفية، 2008/6/8).

أما بقية الدوريات الاقتصادية، فيمكن تصنيفها حسب المؤسسات التي تصدر عنها:

• دوريات تصدر عن مؤسسات حكومية أو خاصة:

وهي تلك المؤسسات التي تعمل في مجالات اقتصادية محددة، كالمجال السياحي أو المصرفي أو في مجال الاستثمار وإدارة الأموال أو غيرها من المجالات، بحيث تخصص في واحدة منها أو أكثر. وتهدف الدوريات التي تصدرها إلى التعريف بها وبالخدمات التي تقدمها، وتشبه مطبوعاتها نشرات العلاقات العامة، التي تصدر بشكل منتظم أو في مناسبات معينة، وتوزع بالمجان (حجاب، 2004 : 565) فبالإضافة إلى مجلة المركزي، هذه الدوريات هي:

• مجلة الغرفة Al-Ghorfa:

مجلة اقتصادية تجارية استثمارية، تصدر مرة كل شهرين عن غرفة تجارة وصناعة عمان، وقد صدر عددها الأول في شهر نوفمبر عام 1978 كمجلة فصلية، ومنذ عام 1980 بدأت بالصدور مرة كل شهرين (دائرة الدراسات، 2007). ويلاحظ في مضامينها تنوعًا اقتصاديًا يشمل تغطية للعديد من الأنشطة والفعاليات الاقتصادية المحلية والخليجية والدولية، إلى جانب تغطيتها لأنشطة الغرفة. كما تخصص المجلة بعض الصفحات لعرض البحوث والدراسات الاقتصادية. وهي من القطع المتوسط (28×21 سم)، تصدر في حوالي (90) صفحة للغتين

العربية والإنجليزية، وتطبع بالمطابع العالمية (مجلة الغرفة، يناير/فبراير 2008 -
المحروقي، مقابلة، 2007 /2/27).

• النشرة الإحصائية الشهرية :Monthly Statistical Bulletin

تصدر هذه النشرة باللغتين العربية والإنجليزية كل شهر عن مركز المعلومات بوزارة الاقتصاد الوطني. وتحتوي على بيانات المؤشرات الرقمية في القطاعات الاقتصادية والاجتماعية المختلفة بسلطنة عمان. كإجمالي الناتج المحلي، الدخل القومي، الإنفاق العام، حجم التجارة الخارجية، إنتاج النفط، القوى العاملة، حركة الطيران، وغيرها من المؤشرات. وتصدر النشرة في حوالي (24) صفحة بالحجم المتوسط (30×21 سم)، وتطبع بمطابع مؤسسة عمان للصحافة والنشر والإعلان، وقد صدرت لأول مرة عام 1989 (النشرة الإحصائية الشهرية، أبريل 2008 - العبري، مقابلة هاتفية : 2008/6/7).

• مجلة سوق المال:

مجلة اقتصادية فصلية مجانية، تصدر باللغة العربية عن الهيئة العامة لسوق المال، وتهتم بتغطية نشاط الهيئة بشكل خاص، بالإضافة إلى متابعة الشؤون المتعلقة بأسواق المال والأعمال بشكل عام، وقد صدر عددها الأول في شهر يونيو عام 1996 (دائرة الدراسات، 2007). وتستخدم المجلة الأنماط الصحفية المختلفة في تغطيتها للأنشطة الاقتصادية، خصوصًا التقارير والاستطلاعات والتحقيقات والأحاديث الصحفية، إلى جانب بعض الأخبار القصيرة والدراسات والبحوث العلمية. والمجلة من القطع المتوسط (29.5×21 سم)، يبلغ عدد صفحاتها حوالي (60) صفحة، وتطبع في مطابع شركة مزون للطباعة والنشر والإعلان (مجلة سوق المال، مارس 2008 - الطوقي، مقابلة : 2007/3/6).

• نشرة أخبار الوكالة ECGA News Bulletin¹:

نشرة فصلية تأمينية ائتمانية تصدر باللغتين العربية والإنجليزية، عن وكالة ضمان ائتمان الصادات التابعة لإشراف وزارة المالية. تهدف النشرة إلى إبراز دور الوكالة في عمليات التغطية التأمينية للصادرات العمانية المختلفة في دول العالم، وقد صدر عددها الأول في شهر يوليو عام 1999 (دائرة الدراسات، 2007). وتصدر النشرة في حوالي (20) صفحة للغتين، وهي من الحجم المتوسط (30×21 سم) وقد طبع عددها الصادر في شهر أبريل بمطبعة مسقط (نشرة أخبار الوكالة، مايو 2008- البلوشي، مقابلة هاتفية : 2008/6/7).

• النشرة الشهرية للهيئة العامة لسوق المال CMA Monthly Bulletin²:

نشرة شهرية إعلامية تصدر عن الهيئة العامة لسوق المال باللغتين العربية والإنجليزية، وتهدف إلى التعريف بأنشطة الهيئة وبرامجها، والقرارات والتعاميم الصادرة عنها. تحتوي النشرة على ما يقرب من (8) صفحات من الحجم العادي (29.5×21 سم)، وتطبع في مطابع شركة مزون للطباعة والنشر والإعلان، وقد صدر عددها الأول عام 2000 (النشرة الشهرية، أغسطس 2008 - الطوقي، مقابلة : 2007/3/6).

• دليل المستثمر Investor's Guide:

دليل شهري يصدر عن مركز المعلومات بسوق مسقط للأوراق المالية، باللغتين العربية والإنجليزية. ويحتوي على ملخص شهري لحركة التداول بالسوق، والقرارات والتعاميم الصادرة من الإدارة، وأخبار بعض الشركات المتعاملة وعناوينها. ويصدر الدليل في حوالي (10) صفحات للغتين، وهو من الحجم المتوسط (29.5×21 سم)، ويطبع بمطبعة العنان،

¹ Export Credit Guarantee Agency -
² Capital Market Authority -

وقد صدر لأول مرة عام 2003 (دليل المستثمر، مايو 2008 - اللواتي، مقابلة هاتفية :
2008/6/8).

• مجلة المنهل Almanhal:

صدرت لأول مرة عام 1968 بمسمى " أخبار شركتنا "، كنشرة داخلية توزع على موظفي شركة تنمية نفط عمان المحدودة (نشرة أخبار شركتنا، 1968). وابتداءً من شهر يناير عام 2005 صدرت باللغتين العربية والإنجليزية بمسمى المنهل، وتحولت إلى مجلة فصلية متخصصة في قطاع النفط والغاز. وتصدر حالياً بالحجم المتوسط (21.5×29.5سم)، من (35) صفحة تقريباً للغتين، وتتتوع مواضيعها في هذا المجال حيث يغلب عليها الطابع التقني والمعرفي، وتطبع بمطابع شركة مزون للطباعة والنشر والإعلان (مجلة المنهل، العدد الثاني، 2008 - البوسعيد، مقابلة هاتفية : 2008/6/10). وقد أصدرت الشركة نشرة داخلية أخرى هي نشرة الفحل، بدلاً عن أخبار شركتنا، وهي نشرة شهرية تصدر باللغتين العربية والإنجليزية (نشرة الفحل، أبريل 2008).

• مجلة أجنحة عمان Wings of Oman:

مجلة سياحية تصدر باللغتين العربية والإنجليزية مرة كل شهرين، عن الشركة العمانية لخدمات الطيران (الطيران العماني)، وذلك بالتنسيق مع الشركة الوطنية للنشر والإعلان، وتوزع بالمجان. وهي مجلة الرحلات الجوية للطيران العماني، ومتخصصة في قطاع السفر والسياحة، حيث تركز في موضوعاتها على التعريف بالمقومات السياحية للسلطنة، إلى جانب التعريف ببعض المناطق السياحية في العالم. وقد صدر عددها الأول عام 1994 بمسمى عالم الطيران العماني، وفي يوليو عام 2000 صدرت بمسمى الباشق، ومنذ شهر

فبراير 2001 صدرت بمسمى أجنحة عمان (دائرة الدراسات، 2007). والمجلة من الحجم المتوسط (21×28 سم) تصدر في (90) صفحة تقريباً للغتين، وطبع عددها لشهري مايو / يونيو بمطابع النهضة (مجلة أجنحة عمان، مايو/ يونيو 2008 - باحجاج، مقابلة هاتفية : 2008/6/8).

• نشرة الغنجة Al-Ghanjah¹ :

نشرة اقتصادية فصلية متخصصة في قطاع الغاز والطاقة، تصدر باللغتين العربية والإنجليزية عن الشركة العمانية للغاز الطبيعي المسال، وصدر عددها الأول في أكتوبر عام 1996 (دائرة الدراسات، 2007). وإلى جانب اهتمامها بالقضايا المتعلقة بقطاع الغاز، تهتم بنشر الموضوعات المتعلقة بالبيئة والسياحة. وتتولى الشركة الوطنية للطباعة والنشر والإعلان طباعة النشرة، ويبلغ حجمها (28×24 سم) وتحتوي على (45) صفحة تقريباً (نشرة الغنجة، شتاء 2007/2008 - الكندي، مقابلة هاتفية : 2007/6/7).

بالإضافة إلى ما تقدم، تصدر في السلطنة العديد من المطبوعات والتقارير السنوية عن المؤسسات الاقتصادية وغيرها، تتضمن بياناتها المالية ومعلومات عن أنشطتها وفعاليتها السنوية، منها التقرير السنوي للبنك المركزي العماني، الكتاب الإحصائي السنوي لوزارة الاقتصاد الوطني، التقرير السنوي لغرفة تجارة وصناعة عمان، التقرير السنوي للهيئة العامة لسوق المال، النشرة الإحصائية السنوية لسوق مسقط للأوراق المالية، التقرير السنوي لشركة تنمية نفط عمان، الدليل السنوي للشركات المساهمة، كتاب الإنجازات والتحديات لوزارة الاقتصاد الوطني، النشرة السنوية لمؤشرات التنمية المستدامة لوزارة الاقتصاد الوطني،

¹ - سفينة شراعية تشتهر بصناعتها ولاية صور العمانية.

والتقارير السنوية للبنوك ، والعديد من النشرات الدورية الداخلية للمؤسسات الحكومية والخاصة،
التي توزع على الموظفين وتتضمن موضوعات تتعلق بأنشطتها الداخلية، وغيرها.

• دوريات تصدر عن مؤسسات صحفية مهنية:

وهي تلك المؤسسات التي ترتبط أعمالها بإصدار الصحف والمجلات، وتتخذ من ذلك نشاطاً
أساسياً لها، وهذه الدوريات هي:

• مجلة التجاري The Commercial:

تُعد مجلة التجاري The Commercial، ثاني أقدم مجلة اقتصادية تصدر في
سلطنة عمان بعد مجلة المركزي، حيث صدر عددها الأول بتاريخ 11 أغسطس
1978، عن وكالة عمان للإعلان (دائرة الدراسات، 2007). وابتداءً من عام 2008
صدرت المجلة عن الشركة العالمية للصحافة والنشر، وهي مجلة شهرية تصدر باللغتين
العربية والإنجليزية، وتهتم بالشؤون الاقتصادية المحلية والعربية والدولية.
والمجلة من الحجم المتوسط (20.5×27سم) تصدر في حوالي (90) صفحة
للغتين، وتطبع في مطابع مطبعة عمان ومكتبها المحدودة (مجلة التجاري
The Commercial، يونيو 2008 - بادم (Padman)، مقابلة هاتفية : 2008/6/7).

• مجلة Oman Today:

مجلة تجارية سياحية شهرية، تصدر باللغة الإنجليزية عن مؤسسة القمة للصحافة
والنشر، وهي من الحجم الصغير (10.5×23.5 سم) ، ويصل عدد صفحاتها إلى
حوالي (165) صفحة، وتطبع في مطابع شركة مزون للطباعة والنشر

والإعلان (Oman Today Magazine, June 2008). وهي أيضًا من أقدم المجلات المتخصصة في سلطنة عمان، حيث صدر عددها الأول في شهر فبراير عام 1980، كدورية سياحية تجارية نصف سنوية (قسم الصحافة المحلية، 2007). والمجلة أشبه بالدليل التجاري والسياحي، ويغلب على مواضيعها الطابع الترفيهي والاستهلاكي، إلى جانب مواضيعها المتنوعة. وقد اشتهرت بتنظيم مسابقة سنوية منذ عام 2000، لأشهر المطاعم والمقاهي في سلطنة عمان، الأمر الذي جعلها من أكثر الدوريات شعبية في مجالها، (الزكواني، مقابلة : 2007/3/8).

• مجلة Oman Economic Review :

مجلة شهرية اقتصادية شاملة، تصدر باللغة الإنجليزية عن المتحدة للصحافة والنشر، وقد صدر عددها الأول في يوليو عام 1998. تصدر المجلة في حوالي (80) صفحة، وتتنوع اهتماماتها لتشمل مختلف مجالات الشؤون الاقتصادية المحلية والإقليمية والدولية (دائرة الدراسات، 2007). وتستخدم المجلة الأنماط الصحفية المختلفة في تغطياتها، حيث يجد فيها القارئ إلى جانب الأخبار القصيرة أحاديث صحفية وتقارير عن قطاعات المواصلات والبورصات والسياحة والمصارف وغيرها. تطبع المجلة بمطابع شركة مطبعة عمان ومكثبتها المحدودة، وهي من الحجم المتوسط (21×27 سم) (Oman Economic Review, June 2008).

• مجلة ديجيتال عمان Digital Oman :

مجلة ربع سنوية تصدر عن مؤسسة عمان للصحافة والنشر والإعلان، بالتنسيق مع الأمانة الفنية لهيئة تقنية المعلومات التابعة لوزارة الاقتصاد الوطني وواحة المعرفة¹. والمجلة

¹ - منطقة تقنية المعلومات تضم مراكز للعديد من المؤسسات المحلية والدولية المتخصصة في التكنولوجيا وتقنية المعلومات، وهي مقر لبعض المؤسسات التعليمية المتخصصة في هذا المجال.

متخصصة في تكنولوجيا المعلومات، تهدف إلى نشر الوعي بأهمية التحول التدريجي إلى مجتمع عمان الرقمي، واستخدام التكنولوجيا الحديثة في مختلف القطاعات الاقتصادية (قسم الصحافة المحلية، 2007). تصدر المجلة بالحجم المتوسط (20×26سم)، باللغتين العربية والإنجليزية، منذ شهر أبريل عام 2005، في حوالي (70) صفحة للغتين. وتحتوي على العديد من الموضوعات والمقالات المتخصصة في الشؤون المحلية والمتعلقة بهذا المجال. ونطبع المجلة بمطابع مؤسسة عمان للصحافة والنشر والإعلان (مجلة ديجيتال عمان Digital Oman، ربيع 2008).

• مجلة Business Today:

مجلة شهرية اقتصادية، تصدر باللغة الإنجليزية عن القمة للصحافة والنشر، وقد صدر عددها الأول في شهر نوفمبر من عام 1998 (دائرة الدراسات، 2007). وهي من الحجم المتوسط (21.5×27سم)، ويبلغ عدد صفحاتها حوالي (80) صفحة، وتطبع بمطابع شركة مزون للطباعة والنشر والإعلان. وتركز المجلة في مواضيعها الاقتصادية على الشأن المحلي بالإضافة إلى بعض الموضوعات الإقليمية والدولية. وتركز في تغطيتها الاقتصادية على التقارير والحوارات مع ممثلي القطاعات الاقتصادية المختلفة، إلى جانب بعض الأخبار الاقتصادية المتنوعة (Business Today Magazine, June 2008).

• مجلة سيتي بيزنس City Business:

مجلة اقتصادية شاملة، تصدر شهريًا باللغة الإنجليزية عن مؤسسة الإبداع للصحافة والنشر، وقد صدر عددها الأول في سبتمبر عام 2005. وهي مجلة اقتصادية متنوعة، تخصص صفحاتها لمعظم القطاعات الاقتصادية، حيث يجد فيها القارئ تغطية لقطاع المقاولات، البورصات، الاتصالات، تكنولوجيا المعلومات، المصارف التجارية والإسلامية، التجارة العامة

وغيرها، إلى جانب بعض الصفحات للأخبار الاقتصادية القصيرة، سواءً على المستوى المحلي أو الخليجي أو الدولي (قسم الصحافة المحلية، 2007).

وتركز المجلة على التقارير والأحاديث الصحفية في عرض مادتها الاقتصادية، كما تخصص بعض صفحاتها لعرض الإرشادات والنصائح الاقتصادية لقراءها. وابتداءً من عددها الصادر في شهر ديسمبر عام 2006، صدرت المجلة باللغتين العربية والإنجليزية، حيث يبلغ عدد صفحاتها حوالي (70) صفحة للغتين (مجلة سيتي بيزنس City Business، يونيو 2008)، وهي من القطع المتوسط (21×27سم)، وتطبع لدى مطابع شركة مزون للطباعة والنشر والإعلان (الشيباني، مقابلة هاتفية : 2008/5/25).

• مجلة عالم الاقتصاد والأعمال:

مجلة اقتصادية شهرية متنوعة، صدر عددها الأول في شهر أغسطس عام 2006، باللغة العربية عن المتحدة للصحافة والنشر، بمسمى مجلة عمان الاقتصاد والأعمال. وهي مجلة شقيقة لمجلة Oman Economic Review، الشهرية (قسم الصحافة المحلية: 2007). وقد صدرت هذه المجلة - كما جاء في افتتاحية العدد الأول - بهدف التواصل مع أكبر شريحة ممكنة من القراء والمهتمين بالشؤون الاقتصادية، ولتواكب مسيرة التنمية الاقتصادية في سلطنة عمان ودول مجلس التعاون الخليجي، والتعرف على الحركة التجارية المحلية والعالمية (مجلة عمان الاقتصاد والأعمال، أغسطس 2006). وقد توقفت المجلة عن الصدور لمدة خمسة أشهر، لتعود من جديد في شهر مارس 2007 بمسمى عالم الاقتصاد والأعمال (مجلة عالم الاقتصاد والأعمال، مارس 2007). وتستخدم المجلة التقارير والأحاديث والتحقيقات الصحفية في عرض مادتها الاقتصادية، وتصدر في حوالي (80) صفحة من الحجم

المتوسط (27×20.5 سم)، وتطبع بمطابع شركة مزون للطباعة والنشر والإعلان، (مجلة عالم الاقتصاد والأعمال، يونيو 2008).

• ثانيًا: الأقسام الاقتصادية في الصحف اليومية العمانية:

• القسم الاقتصادي في صحيفة الوطن:

من منطلق كونها أول صحيفة واكبت مسيرة النهضة العمانية، فقد أخذت " الوطن " على عاتقها مهمة متابعة نشاط الدولة الحديثة، خاصة فعاليات النشاط الاقتصادي فيها سواءً في مرحلتها الأولى التي بدأتها من بيروت عام 1971، أو بعد انتقالها إلى مقرها الخاص بمسقط عام 1988 (العبد، 1995 : 84).

والملاحظ في تغطية الصحيفة للفعاليات المحلية، اهتمامها بتغطية الموضوعات الاقتصادية رغم طباعتها خارج البلد. وشمل هذا الاهتمام تغطية معظم المجالات الاقتصادية، كقطاع المقاولات والمواصلات والنفط، واستخدمت الفنون الصحفية المختلفة لتقديم مادتها الصحفية. حيث يُلاحظ بجانب الخبر مقالاً وتحقيقاً وحديثاً، اعتمدت في ذلك على مصادرها الذاتية والخارجية، أهمها المؤسسات الاقتصادية الرسمية والخاصة، ووسائل الإعلام المتخصصة.

وتشير بعض الأعداد الأولى للصحيفة اهتمامها بهذا المجال. حيث نشرت في عددها الأول المطبوع في بيروت بتاريخ 1971/1/28، كلمة لوزير الإعلام والشؤون الاجتماعية والعمل، بمناسبة اجتماعه مع ممثلي شركات المقاولات في البلد، بهدف المشاركة وتنسيق الجهود بين القطاع الحكومي والخاص في بناء الوطن، من خلال تنظيم أعمال قطاع المقاولات وتذليل الصعوبات التي تواجه ذلك، وفتح المجال لتوظيف العمالة المحلية. كما نشرت في نفس العدد

بعض الأخبار عن الفعاليات الاقتصادية المحلية، إلى جانب بعض الإعلانات التجارية (صحيفة الوطن، 1971/1/28 : 1- 12). ونجد في عددها الثاني الصادر بتاريخ 1971/2/4، خبراً خليجياً بعنوان " التمهيد لاجتماع في البحرين لإنشاء شركة طيران الخليج " (صحيفة الوطن، 1971/2/4 : 3).

وخبراً دولياً في عددها الثالث الصادر بتاريخ 1971/2/12، بعنوان " آخر إنذار إلى شركات النفط من الدول المنتجة أوبك " (صحيفة الوطن، 1971/2/12 : 10). ونشرت في عددها رقم (203) المطبوع في القاهرة بتاريخ 1975/12/18، عدداً من الأخبار الاقتصادية، منها " قرض لليونسكو من سلطنة عمان ". جاء فيه أن سلطنة عمان قدمت قرضاً لمنظمة اليونسكو يبلغ نصف مليون دولار، على أن يسدد قبل عام 1977. وخبراً عن توقيع اتفاقية جديدة للتقريب عن النفط بين السلطنة وشركة كونتان الأمريكية. وآخر عن تنفيذ مشروعات جديدة لصيانة الثروة السمكية (صحيفة الوطن، 1975/12/18 : 2).

بالإضافة إلى ذلك، نشرت في عددها رقم (204) المطبوع في الكويت، بتاريخ 1976/2/4، تحقيقاً صحفياً عن قطاع الزراعة بسلطنة عمان بعنوان " لماذا تقلصت المساحة الزراعية بدلاً من أن تزيد؟ ". تناولت فيه أسباب المشكلة، والخطط المستقبلية للتنمية الزراعية، ومناقشة وتقييم ما تم إنجازه في هذا المجال. ونشرت في نفس العدد مقالاً اقتصادياً بعنوان " الاقتصاد الإسرائيلي يقترب من اللحظة الحرجة ". تناولت فيه توقعات المختصين بتراجع الاقتصاد الإسرائيلي، وتحقيق عجز في الموازنة العامة لعام 1977 (صحيفة الوطن، 1976/2/4 : 3- 4).

ونجد في العدد رقم (209) المطبوع أيضاً في الكويت بتاريخ 1976/4/15، مقالاً بعنوان " عمان التي اختارت طريق التنمية والتقدم، كيف تحافظ على البيئة الطبيعية؟ " (صحيفة

الوطن، 15/4/1976 : 2). أما الحديث الصحفي فكان أيضاً بجانب الأنماط الصحفية الأخرى التي استخدمتها الصحيفة في مضامينها الاقتصادية. فقد أجرت حديثاً صحفياً مع وزير المواصلات العماني في عددها رقم (208) الصادر بتاريخ 1976/3/6، حول برامج التنمية في قطاع المواصلات، وخطط الوزارة المستقبلية لربط مختلف مناطق وولايات السلطنة بشبكة مواصلات حديثة (صحيفة الوطن، 1976/3/6 : 2).

ومنذ صدور صحيفة الوطن عام 1971 من بيروت وحتى عام 1996، ظل القسم الاقتصادي فيها ملحقاً بالقسم المحلي، حيث كانت الموضوعات الاقتصادية تنشر في الغالب في الصفحة الثالثة، ضمن الصفحات الخاصة بالأنشطة والفعاليات المحلية، وذلك لعدم وجود مطبعة خاصة بها، وصدورها بشكل أسبوعي، ونتيجة لذلك واجهت الصحيفة مشكلة تتعلق بتأخير وصولها إلى مسقط، خاصة عندما كانت تطبع في بيروت¹، وعدم انتظامها في الصدور أحياناً، وقد تغلبت الصحيفة على مشكلة الطباعة - إلى حد ما - بعد انتقالها إلى مسقط عام 1976، لكنها استمرت في الصدور بشكل أسبوعي حتى عام 1984، وهي السنة التي تحولت فيها الوطن إلى صحيفة يومية (الطائي، مقابلة : 2007/2/8).

وبعد صدورها بشكل يومي زاد اهتمام الصحيفة بالشؤون الاقتصادية، فخصصت حوالى أربع صفحات للموضوعات الاقتصادية المحلية منها والدولية. كما وسعت تغطيتها لتشمل مختلف القطاعات الاقتصادية (الطائي، مقابلة : 2007/2/8). ويعتبر عام 1988 نقلة نوعية بالنسبة لصحيفة الوطن، حيث انتقلت إلى موقعها الجديد المزود بآلات حديثة للطباعة، ووسائل اتصال ومرافق متعددة، وبذلك تغلبت على هذه المشكلة التي لازمتها ما يقرب من (17) سنة. واستمرت الصحيفة على هذا النمط حتى عام 1992، عندما أصدرت ملحقاً اقتصادياً من

¹ - كانت المادة الصحفية ترسل مع طاقم شركة الخطوط الجوية اللبنانية لتطبع في بيروت ثم ترد بنفس الطريقة إلى مقر الصحيفة بمسقط.

ست إلى ثمان صفحات، يصدر يوم السبت من كل أسبوع. وشملت تغطيتها مختلف المجالات الاقتصادية، خصوصاً قراءات أسواق المال وأسعار النفط والذهب والفضة. كما اهتمت بإجراء الأحاديث الصحفية مع المسؤولين الاقتصاديين في قطاع البورصة والتجارة بشكل خاص (الطوقي، مقابلة : 2007/3/6).

واستمرت الصحيفة على هذا الأسلوب حتى عام 1996، حيث قررت إنشاء قسم اقتصادي مستقل عن القسم المحلي. وقد بدأ القسم عمله بثلاثة صحفيين، وكانت الصفحات الاقتصادية تصل أحياناً إلى خمس صفحات يومية، تزيد أحياناً أو تقل حسب الأنشطة والأحداث الاقتصادية (المعمرى، مقابلة هاتفية : 2007/3/5). وابتداءً من تاريخ 2001/1/28 صدرت صحيفة الوطن من جزأين، حيث بدأت الصفحات الاقتصادية من بداية الجزء الثاني وحتى الصفحة الرابعة، وصدرت هذه الصفحات بنفس الطريقة حتى نهاية عام 2007. وابتداءً من 2008/1/28، انفصلت الصفحات الاقتصادية من الجزء الثاني للصحيفة، وأصبحت ملحقة يومياً من حوالي (12) صفحة (الطائي، مقابلة هاتفية : 2008/2/9).

ويُعد القسم الاقتصادي من الأقسام المهمة في الصحيفة، إلى جانب الأقسام المتخصصة الأخرى، حيث يعمل فيه حالياً سبعة صحفيين عمانيين، يعدون المادة الاقتصادية في مختلف القطاعات المحلية والعربية والدولية، باستخدام الفنون الصحفية المختلفة، وتم تكليف صحفي واحد من فريق العمل لمتابعة ما يرد إلى القسم من رسائل إلكترونية، وتقارير المراسلين والوكالات في الشؤون الاقتصادية المختلفة (المعمرى، مقابلة هاتفية : 2007/3/5).

وتعتمد الصحيفة على مصادرها الذاتية والخارجية في الموضوعات الاقتصادية، منها وكالات الأنباء الدولية وبعض الوكالات المتخصصة في الخدمات المالية والاقتصادية ومن

أمثلتها، Tribune Media Services و McClatchy Tribune و LATWP، و بالإضافة إلى Reuters Graphics. وقد اشتركت الصحيفة منذ بداية عام 2008 في الخدمات الاقتصادية لـ Monday Review وهو إصدار اقتصادي متخصص يتبع لصحيفة New York Times الأمريكية، وخدمة Harvard Business Review. وبعد أن تحولت الصفحات الاقتصادية إلى ملحق اقتصادي يومي منذ بداية عام 2008، وسعت الصحيفة شبكة مستكثبيها إلى حوالي سبعة مستكثبين في الشؤون الاقتصادية المحلية والدولية (الشراقي، مقابلة : 2007/4/7 - المعمري، مقابلة هاتفية : 2008/6/10).

وإلى جانب اهتمام الصحيفة بالتغطية الاقتصادية، اهتمت أيضًا بتأهيل وتدريب محرريها في المجال الاقتصادي. حيث رشحت أحد محرريها لحضور دورة في اليابان عام 1989، في أساليب التحرير الصحفي بشكل عام والتحرير الاقتصادي بشكل خاص (الطوقي، مقابلة: 2007/3/6). كما نظمت عام 2004 بمسقط دورة مشابهة، لمحوري القسم الاقتصادي (المعمري، مقابلة هاتفية : 2008/6/10). وقد حصلت صحيفة الوطن عام 2005 على جائزة الإبداع الإعلامي، الذي تنظمه وزارة الإعلام كل سنتين تكريمًا للصحفيين المبدعين، وذلك عن تحقيق اقتصادي بعنوان " السلع الاستهلاكية ترتفع بنسبة 40% في أسواق السلطنة " (وزارة الإعلام، 2007-2008 : 99).

• القسم الاقتصادي في جريدة عمان:

تأسس القسم الاقتصادي بجريدة عمان في شهر مارس 1986، كقسم مستقل إلى جانب الأقسام المتخصصة الأخرى. وكانت الأخبار الاقتصادية تُنشر قبل ذلك ضمن الصفحات المحلية والسياسية، تبلغ خمس صفحات يومية. وبعد تأسيس القسم بدأ العمل بإصدار ثلاث

صفحات اقتصادية يومية، منها صفحة للإعلانات المبوبة، يُعدها فريق عمل من ثلاثة صحفيين. وفي شهر يونيو من نفس العام زاد القسم أعماله، فأصدر صفحتين اقتصاديتين إضافيتين، تنشران يوم السبت من كل أسبوع، يجد فيها القارئ موضوعات اقتصادية متنوعة، وذلك حتى نهاية عام 1986 بعدها أضاف القسم صفحة أخرى عن الاقتصاد الخليجي، تنشر يوم الاثنين من كل أسبوع (اللواتي، مقابلة : 2007/3/11).

وشهد القسم الاقتصادي بجريدة عمان نقلة نوعية خلال الفترة من أواخر عام 1997، وحتى شهر يونيو من عام 2001، عندما أصدر ملحقاً اقتصادياً من ثمان صفحات باللون البرتقالي، ينشر يوم السبت من كل أسبوع، ويتضمن موضوعات محلية وعربية ودولية في مختلف القطاعات الاقتصادية، خصوصاً في قطاعي السياحة والبورصة، مستخدماً في ذلك الفنون الصحفية المختلفة، كالخبر والتقرير والحديث والتحقيق الصحفي (المطاعني، مقابلة هاتفية : 2007/3/11).

وبجانب الأخبار والتقارير الاقتصادية، نشر الملحق بعض المقالات الاقتصادية سواءً لمحري القسم أو لكتاب متخصصين، منهم عامر التميمي من دولة الكويت، وعصام رفعت رئيس تحرير مجلة الأهرام الاقتصادي المصرية. وفي بداية عام 2001 بدأ القسم بتنظيم ندوات داخلية، يستضيف فيها بعض المسؤولين في الشأن الاقتصادي، لمناقشة القضايا الاقتصادية وآثارها المستقبلية على الاقتصاد الوطني. وقد نُشرت موضوعات هذه الندوات على شكل حلقات ضمن صفحات الملحق الاقتصادي. أما في بقية أيام الأسبوع فكان القسم يصدر أربع صفحات اقتصادية يومية، تنشر ضمن صفحات العدد الأساسي للصحيفة (المطاعني، مقابلة هاتفية : 2007/3/11).

لم يستمر الملحق الاقتصادي الأسبوعي في الصدور لفترة طويلة، فقد ألغي في أواخر شهر يونيو من عام 2001، عندما بدأت الصحيفة بالصدور في جزأين، ولكن تمت زيادة عدد الصفحات الاقتصادية اليومية إلى خمس صفحات تصدر في العدد الرئيسي من الصحيفة. وابتداءً من عدد يوم السبت الصادر بتاريخ 11 يونيو 2005، تغير مسمى الجزء الثاني للجريدة ليصبح " عمان المجلة "، وهو يصدر إلى الآن بنفس الأسلوب، حيث يتضمن عشرين صفحة، تبدأ بست أو سبع صفحات اقتصادية في بعض الأحيان (الراشدي، مقابلة : 2007/2/5).

وفي منتصف عام 2006 ضاعف القسم الاقتصادي تركيزه على قطاع البورصة، فأصدر صفحة يومية - باستثناء الأحد - عن أسعار الأسهم الخليجية والعربية، أعدها القسم بالتنسيق مع مؤسسة بيت الاستثمار العالمي (جلوبل) بدولة الكويت، لتصبح صفحتان يوميتان عن قطاع البورصة، صفحة عن البورصة المحلية والثانية عن البورصات الخليجية والعربية. وبالإضافة إلى ذلك بدأ القسم في نفس الفترة، نشر تقرير أسبوعي عن اتجاهات سوق مسقط للأوراق المالية، تعده الشركة الوطنية للأوراق المالية بمسقط، ويصدر كل يوم أحد (الشيزاوي، مقابلة : 2007/2/4).

ويضم القسم الاقتصادي حاليًا ستة صحفيين، منهم خمسة عمانيين وصحفي من مصر، يقومون بإعداد ما يقرب من ثمان صفحات يوميًا، تنشر في بداية الجزء الثاني من الصحيفة، باستثناء عدد يومي الخميس والجمعة، حيث تنتقل الصفحات الاقتصادية إلى الجزء الأول من الصحيفة، ويقل عددها إلى حوالي أربع أو خمس صفحات (جريدة عمان، 2008/10/30 - 2008/10/31). ويصل عدد الصفحات الاقتصادية حاليًا إلى حوالي سبع صفحات، تزيد أحيانًا حسب الفعاليات الاقتصادية، وتشمل ما بين صفحتين إلى ثلاث صفحات

للأخبار المحلية والتحقيقات والحوارات، وصفحة واحدة لأخبار الشركات (خدمات صحفية)،
وصفحة واحدة للأخبار الاقتصادية الدولية، وصفحة عن أسواق المال العربية والخليجية، يعدها
القسم بالتنسيق مع مؤسسة (جلوبل)، وصفحة عن سوق مسقط للأوراق المالية يعدها أحد
المحررين بالقسم، وصفحة متخصصة تعدها إحدى المؤسسات الحكومية المتخصصة في
قطاع اقتصادي معين. أما طبيعة الموضوعات التي يغطيها القسم، فهي موضوعات
اقتصادية متنوعة لا تقتصر على قطاع اقتصادي محدد، وذلك من خلال مصادرها الذاتية
والخارجية (جريدة عمان، 2008/11/3).

ومنذ شهر مايو عام 2007 استحدثت المؤسسة قسمًا مستقلًا للشؤون السياحية، يتولى
مسؤولية إعداد صفحتين في هذا القطاع وذلك يومي الأحد والخميس من كل أسبوع، وقد تم
تكليف صحفيين للقيام بهذا العمل. أما بالنسبة للتعطية الصحفية للقطاع السياحي فظلت ضمن
الأعمال اليومية للقسم الاقتصادي، وبعد أقل من الصحفيين إذ بلغ عددهم خمسة، بعد أن تم
نقل صحفي واحد إلى القسم السياحي. كما اتفقت مؤسسة عمان للصحافة والنشر والإعلان
خلال نفس الفترة، مع بنك عمان العربي لإعداد تقرير أسبوعي عن نشاط سوق مسقط
للأوراق المالية (الشيزاوي، مقابلة هاتفية : 2008/6/25).

ولا تشترك جريدة عمان في الوقت الحالي مع أي من وكالات الأنباء المتخصصة في
تقديم الخدمات المالية والاقتصادية. ويشارك حاليًا في كتابة المقالات الاقتصادية بعض
المتخصصين في هذا المجال منهم بدر الدين عبدالرحيم من السودان، وهو خبير بوزارة
المالية في عمان، وبدر الخروصي وهو باحث عماني متخصص في اقتصاديات الطاقة
وغيرهم (الشيزاوي، مقابلة هاتفية : 2008/6/25).

وقد حصلت الجريدة على جائزتين في مسابقة الإبداع الإعلامي، التي تنظمها وزارة الإعلام كل سنتين تكريمًا للصحفيين المبدعين. ففي عام 2005 شاركت في المسابقة بتحقيق صحفي أعده القسم الاقتصادي بعنوان " عمان الاقتصادي يفتح ملف الاستثمار في سوق مسقط للأوراق المالية "، وتم نشره في أربع حلقات في شهر ديسمبر 2004، تناول فيه الكاتب أسباب هبوط أسعار أسهم معظم الشركات المدرجة في سوق مسقط للأوراق المالية في ذلك الوقت، وكيفية معالجة أزمة الثقة والدور المطلوب من المستثمرين والوسطاء والحكومة في المحافظة على المكاسب التي حققتها السوق خلال عامي 1999 و 2000 (وزارة الإعلام، 2007-2008: 99).

كما حصل القسم الاقتصادي أيضًا على نفس الجائزة في عام 2006، عن مقال بعنوان، " ماذا بقي من أسهم عمانتل للمستثمرين؟"، تناول فيه الكاتب وضع المساهمين بعد التراجع الكبير في سعر سهم الشركة، مطالبًا باتخاذ خطوات عاجلة للحد من تحقيق خسائر إضافية يتحملها المساهمون بالشركة (وزارة الإعلام، 2007-2008 : 99). وفي مقابل اهتمام الجريدة بالتغطية الاقتصادية، اهتمت أيضًا بتأهيل وتدريب كوادرها من خلال تنظيم دورات وحلقات عمل محلية وعربية. منها دورة في التحرير الاقتصادي بمركز الأهرام للتدريب في مصر عام 2003، وبرنامجًا تدريبيًا بمصر حول آفاق الصحافة الاقتصادية في ظل اقتصاد السوق الحر، وذلك في شهر فبراير 2003 (الشيزاوي، مقابلة هاتفية : 2007/2/7).

بالإضافة إلى ذلك، نظمت الجريدة ورشة عمل إقليمية في شهر يناير 2005 بمصر أيضًا، حول الارتقاء بالصحافة الاقتصادية، شارك فيها أكثر من أربعين صحفيًا عربيًا، بعدها تم اختيار عشرة منهم لحضور دورة متقدمة أخرى في الصحافة الاقتصادية، في شهر أبريل 2005. كما نظمت الصحيفة عددًا من الدورات المتخصصة بمسقط بالتنسيق مع هيئة الإذاعة البريطانية،

منها دورة في الإحصائيات الاقتصادية، استهدفت تأهيل المحررين في كيفية التعامل مع لغة الأرقام وقراءتها، وقد تم تنظيمها في شهر نوفمبر 2006 (الشيزاوي، مقابلة : 2007/2/4).

• القسم الاقتصادي في صحيفة الشبيبة:

بعد تحولها إلى صحيفة يومية في بداية عام 1993، ظلت الشبيبة تخصص معظم صفحاتها للموضوعات الرياضية حتى عام 1998، بعدها بدأت تدريجياً بالتوسع في نشر الموضوعات السياسية والاقتصادية والاجتماعية، على المستوى المحلي والدولي. فخصصت صفحة مستقلة للشؤون الاقتصادية، بعنوان " مال وأعمال "، وبعدها بسنتين زادت إلى صفحتين لتصبح فيما بعد صحيفة يومية شاملة (الشاذلي، مقابلة : 2007/3/7). وابتداءً من منتصف عام 2003 بدأت الصحيفة بالصدور في جزأين، حيث أخذت الموضوعات الاقتصادية مكانها في بداية الجزء الثاني من الصحيفة، في حوالي أربع أو خمس صفحات يومية، تزيد أحياناً حسب الأنشطة والفعاليات الاقتصادية (صحيفة الشبيبة، 2008/11/3).

ولم يكن في الصحيفة قسم مستقل للشؤون الاقتصادية، فظل ملحقاً مع القسم المحلي حتى بداية عام 2008، الذي كان يعمل فيه سبعة صحفيين جميعهم من العمانيين، منهم ثلاثة صحفيين متخصصين في المجال الاقتصادي (المسعودي، مقابلة : 2007/3/7). أما بعد استقلال القسم الاقتصادي فزاد عدد الصحفيين إلى أربعة، يتولون مهام تغطية قضايا الشؤون الاقتصادية في كافة مجالاتها (المسعودي، مقابلة هاتفية : 2008/6/23). وتتنوع الموضوعات الاقتصادية التي تغطيها الصحيفة، لتشمل مختلف مجالات النشاط الاقتصادي المحلي والإقليمي والدولي، كما تعرض مادتها الاقتصادية باستخدام الفنون الصحفية المختلفة كالخبر، والتحقيق والمقال وغيرها من الفنون الصحفية.

وتعتمد الشبيرة على مصادرها الذاتية في التغطية الاقتصادية، وكذلك على المصادر الخارجية منها وكالات الأنباء الدولية العامة والمتخصصة، كما تستفيد من الخدمات الاقتصادية لبعض الوكالات المتخصصة منها خدمة Los Angeles Times و Tribune Media و Dow Jones (الشاذلي، مقابلة هاتفية : 2008/6/22). وقد حصلت الشبيرة عام 2006 على ثلاث جوائز في مسابقة الإبداع الإعلامي، وذلك عن تحقيقين ومقال في المجال الاقتصادي. التحقيق الأول بعنوان " الاكتتاب وتوعية المواطنين "، والثاني بعنوان " مشروع سفن الشباب ينتظر تصحيح المسار ". أما المقال الاقتصادي فكان بعنوان " القروض الشخصية ظاهرها الرحمة وباطنها العذاب " (وزارة الإعلام، 2007-2008 : 99). وفيما يتعلق بموضوع تأهيل الصحفيين الاقتصاديين، فقد شاركت الصحيفة في الدورة التي نظمتها صحيفة عمان بالتنسيق مع هيئة الإذاعة البريطانية في التحرير الصحفي، وذلك في عام 2006 (المسعودي، مقابلة : 2007/3/7).

الفصل الثالث

الدراسات السابقة والإجراءات المنهجية

• الدراسات السابقة:

تعتبر هذه الدراسة هي الأولى من نوعها في سلطنة عمان، حيث لم يتطرق لهذا الموضوع أيًا من الباحثين العمانيين من قبل. وفي الواقع يمكن القول بأن الصحافة الاقتصادية لم تتل نصيبها من الدراسة والاهتمام بشكل عام، مقارنة بغيرها من الدراسات في الصحافة المتخصصة على المستويين المحلي والدولي، وذلك على حد علم الباحث. ومما يؤكد ذلك الأدلة الدورية التي تصدر عن الجامعات ومراكز البحوث والدراسات، أو المجلات العلمية المحكمة التي تنشر فيها البحوث المتخصصة، أو مختصرات لدراسات الماجستير والدكتوراة.

ومن أمثلة هذه الأدلة " دليل الرسائل الجامعية العمانية، 1970 - 2005 " (المكتبة الرئيسية، 2006)، حيث يحتوي هذا الدليل على العديد من عناوين رسائل الماجستير والدكتوراة، في مختلف التخصصات، إذ بلغت (19) تخصصًا باللغة العربية، و (46) تخصصًا باللغة الإنجليزية، لباحثين عمانيين قُدمت معظم دراساتهم في جامعات دولية، وذلك خلال الفترة من عام 1970 وحتى عام 2005، ورغم احتواء الدليل على بعض الدراسات المتخصصة في الصحافة والإعلام، إلا أنه لا توجد من بينها أي دراسة في الصحافة الاقتصادية. وبالإضافة إلى ذلك عُقدت بجامعة السلطان قابوس بسلطنة عمان عام 2002، ندوة " ثورة الاتصال والمجتمع الخليجي، الواقع والطموح "، حيث عرضت في هذا المؤتمر العديد من الأوراق العلمية المتخصصة في وسائل الاتصال بشكل عام وفي المجال الصحفي بشكل خاص، لم تكن من بينها أي ورقة في الإعلام الاقتصادي (الشقصي، 2005).

ويؤكد على ذلك أيضًا إبراهيم محمد أحمد (1990 : ب) في دراسته الفنية والتاريخية عن مجلة الأهرام الاقتصادي، بالقول أنه رغم أهمية المجالات الاقتصادية المتخصصة إلا أنه لم تجر دراسة شاملة عنها، أو عن الصفحات الاقتصادية في الصحف اليومية، أو الملاحق الاقتصادية التي تصدرها هذه الصحف.

ومن هذه الأدلة أيضًا دليل " الرسائل الجامعية ومستخلصاتها "، المودعة من مختلف الجامعات العربية في مركز الإيداع بمكتبة الجامعة الأردنية. وهو دليل نصف سنوي صدر عدده الأول عام 1986، يحتوي على العديد من الدراسات في معظم التخصصات الأكاديمية الأدبية والعلمية، باللغة العربية واللغات الأجنبية الأخرى. وقد احتوى العدد رقم (39) من هذا الدليل على (567) دراسة، لم تكن من بينها أي دراسة علمية في مجال الصحافة الاقتصادية (الصلاح، 2007). أما دليل " بحوث جامعية في الصحافة والإعلام "، فيحتوي على دراستين فقط في القطاع السياحي، إذ أن هذا القطاع يُعد جزءاً من القطاعات الاقتصادية المختلفة، رغم احتواء الدليل على (49) دراسة منها (31) دراسة ماجستير، و(18) دراسة دكتوراة، جميعها في المجال الإعلامي (وهبي، 2004).

أما على مستوى الدراسات الأجنبية في الصحافة الاقتصادية، فتعاني من النقص أيضًا مقارنة بغيرها من الدراسات الصحفية المتخصصة، وذلك على حد علم الباحث. وقد أشارت إلى ذلك أيضًا الباحثة نجوى كامل (1991 : ز)، في دراستها عن الصفحات الاقتصادية في الصحف اليومية بمصر، بأن الدراسات الأجنبية في الصحافة المتخصصة تعاني نقصًا واضحًا في الجانب الاقتصادي. حيث أشارت إلى مؤلفين تناولوا موضوع الصحافة الاقتصادية، منها كتاب للمؤلف " J.EIFENBIEN "، الذي تناول فيه كيفية الإعداد لظهور

صحيفة اقتصادية متخصصة، وفنون التحرير الصحفي فيها، ومصادر الموضوعات الاقتصادية. وكتاب للمؤلف " NORMAN STABLER"، الذي ركز فيه على كيفية قراءة الموضوعات المالية في الصحيفة الاقتصادية.

وقد تمكن الباحث من رصد العديد من المؤلفات التي تحدثت عن الصحافة الاقتصادية، سواءً باللغة العربية أو الإنجليزية، وذلك من حيث نشأتها وتطورها، وخصائصها ومصادرها والأنماط الصحفية المستخدمة فيها، وغيرها من الجوانب المتصلة بها، أدرجها بقائمة مراجع هذه الدراسة، لكنه اعتبرها مؤلفات ومراجع يمكن الاستفادة منها في المعلومات النظرية، ولا ترقى - في رأيه - إلى مستوى الدراسات التطبيقية (الإمبريقية). ورغم قلة هذا النوع من الدراسات في هذا التخصص، فقد استطاع الباحث جمع بعضها باللغتين العربية والأجنبية، منها ما تناولت موضوع الصحافة الاقتصادية بشكل عام، ومنها ما ركزت على جانب محدد فيها، ويمكن عرضها بالشكل التالي:

- أولاً: الدراسات العربية:
- الصفحات الاقتصادية في الصحف اليومية: دراسة تحليلية للصفحة الاقتصادية في جريدتي الأهرام والوفد خلال عام 1989

تبحث هذه الدراسة في المضامين المنشورة في الصفحة الاقتصادية المتخصصة بصحيفتي الأهرام والوفد المصريتين، ومدى تلبيتها لاحتياجات القراء، والتعرف على العوامل التي تؤثر بهذه المضامين، وذلك من حيث النظام السياسي والاقتصادي للدولة، والسياسة التحريرية للصحيفة، واتجاهات القائمين بالاتصال. وقد اعتمدت الباحثة (كامل، 1991) على منهج تحليل المضمون في هذه الدراسة، وذلك لوصف وتحليل خصائص المضامين الاقتصادية

والعوامل المؤثرة فيها، والمنهج المقارن للتعرف على حجم تماثل أو تباين هذه المضامين فيما بينها. واستخدمت الباحثة أدوات (المقابلة المقننة، الملاحظة بالمشاركة، والمقابلة الفردية المتعمقة) لجمع البيانات.

وقد أجريت هذه الدراسة على الصفحة الاقتصادية لصحيفتي الأهرام والوفد المصريتين، وذلك بأسلوب الحصر الشامل بالنسبة للصفحة الاقتصادية بصحيفة الوفد، وبأسلوب العينة العشوائية المنتظمة لصحيفة الأهرام، وذلك في الفترة من شهر يناير إلى شهر ديسمبر من عام 1989. وبالنسبة لعينة مجتمع الدراسة الاستطلاعية، وهم القائمون بالاتصال، فتضمنت (15) محرراً في الصحيفتين.

وخلصت الباحثة في دراستها التحليلية والاستطلاعية للصفحة الاقتصادية لصحيفتي الأهرام والوفد، إلى عدد من النتائج، إذ اتفقت الصحيفتان على عرض بعض القضايا الاقتصادية بدرجة متساوية إلى حد ما، منها الموضوعات المتصلة بمصادر الدخل وهي التجارة، الصناعة، الضرائب، الزراعة، القوى البشرية، التي حازت على أعلى درجات الاهتمام، والموضوعات المتصلة بقضايا التجارب والجرائم الاقتصادية التي حازت على أدنى درجات الاهتمام، وتتصل هذه الموضوعات بعرض تجارب الدول في تحقيق التنمية الاقتصادية، والموضوعات المتصلة بالاختلاسات والرشوة والغش الصناعي والسوق السوداء وغيرها.

كما اختلف اهتمام الصحيفتان في تغطية الموضوعات المتصلة المشكلات الاقتصادية، حيث ارتفعت نسبتها في صحيفة الوفد وانخفضت في صحيفة الأهرام، باعتبار أن الوفد صحيفة حزبية معارضة، والأهرام صحيفة قومية موالية. ومن أهم التوصيات التي توصلت إليها الدراسة:

- التأكيد على أهمية عرض الموضوعات الاقتصادية بالأسلوب البسيط، وتوظيف الأنماط الصحفية المختلفة لعرض الموضوعات الاقتصادية.
- الاهتمام بعرض بالموضوعات الاقتصادية الدولية، وعرض وجهات النظر المتعددة في الموضوعات المطروحة، والالتزام بذكر المصدر لتحقيق عنصر المصداقية.
- الاهتمام بتأهيل وتدريب المحررين الاقتصاديين، وعدم الاعتماد عليهم في جلب الإعلانات التجارية تجنباً لتوظيف الإعلان في التحرير الاقتصادي.
- التأكيد على أهمية إجراء دراسات الجمهور لتطوير عرض القضايا الاقتصادية بما يلبي احتياجات القراء.

• الصفحات الاقتصادية في الصحافة الكويتية هل تستجيب محتوياتها لحاجة الاقتصاد الكويتي.

تعد هذه الدراسة من الدراسات المتخصصة في الصحافة الاقتصادية للباحث إبراهيم خليل رجب. إذ يناقش فيها موضوع اهتمام الصحافة الكويتية بالشؤون الاقتصادية، حيث يرى بأنها لم ترتقِ إلى مستوى الاهتمام بالشؤون الأخرى، كالسياسية والرياضية والفنية وغيرها، ولم تواكب عجلة التنمية الاقتصادية التي تشهدها الكويت، وبذلك أصبحت بعيدة عن مجارة التطورات والتغيرات في الاقتصاد الوطني (رجب، 1998 : 211- 226) .

واعتمد الباحث في دراسته على منهج تحليل مضمون الصحف اليومية الصادرة باللغة العربية في الكويت وهي (القبس، الوطن، الرأي العام، الأنباء، السياسة)، وذلك بسحب عينة عشوائية اشتملت على (100) عدد من كل صحيفة من الصحف المذكورة، خلال فترة

الربع الأخير من عام 1997 والربع الأول من عام 1998. وقد توصل الباحث إلى عدد من النتائج يرى أنها أثرت بشكل سلبي في مستوى الصفحات الاقتصادية في الصحف اليومية الخمسة، وأبعدتها عن القيام بالدور المطلوب منها وهو المساهمة المؤثرة في تغطية القضايا الاقتصادية منها، " فقدان الاتجاه ". حيث يذكر الباحث أن الموضوعات التي تضمنتها هذه الصفحات موجهة إلى المستثمرين ورجال الأعمال، أو إلى فئة اقتصادية محددة، رغم أن هذه الصحف هي صحف عامة غير متخصصة. كما يرى أن ضعف مستوى الصفحات الاقتصادية في الصحف الكويتية، يرجع إلى "عدم التوازن بين القطاعات ".

فقد سيطرت الموضوعات المتعلقة بالبورصة على ما يقرب من (50%) من المساحة اليومية المخصصة للقضايا الاقتصادية، في حين لم تحصل القطاعات الاقتصادية الأخرى إلا على مساحة ضئيلة في الصفحات الاقتصادية. ويضيف الباحث أن غياب بعض الفنون الصحفية المستخدمة في تغطية فعاليات النشاط الاقتصادي في الكويت، كالتحقيق الصحفي والمقال والتحليل من الصفحات الاقتصادية واقتصارها على الخبر، يعد عنصراً من عناصر الضعف فيها.

• قانون الصحافة وتغطية الأخبار الاقتصادية في الصحف الرئيسية الثلاث بدولة الإمارات العربية المتحدة.

تناولت الباحثة هيام محمد عبد الحميد (1987 : 4) في دراستها، موضوع العلاقة بين قانون المطبوعات والنشر بدولة الإمارات العربية المتحدة، وكيفية معالجة الصحافة المحلية فيها للأخبار الاقتصادية، بعد تأثرها بالكساد الاقتصادي جراء انهيار عائدات النفط في مطلع النصف الثاني من عقد الثمانينيات، وذلك باستعراض نصوص قانون المطبوعات والنشر بالدولة.

واستخدمت الباحثة منهج تحليل المضمون، للتعرف على طبيعة تغطية الصحف الرئيسية الثلاث بدولة الإمارات العربية المتحدة وهي (الاتحاد، الخليج، والبيان)، لأحداث فترة الكساد الاقتصادي، والمصادر التي اعتمدت عليها.

وقد بينت نتائج هذه الدراسة، أن الصحف اهتمت بنشر أخبار الكساد الاقتصادي بعد انهيار أسعار النفط، على البعدين المحلي والدولي. ومن حيث مصادر المعلومات الاقتصادية، فقد بينت الدراسة اعتماد الصحافة على المصادر المحلية في متابعة التطورات الاقتصادية الناجمة عن انهيار عائدات النفط، المتمثلة في الشخصيات الرسمية والمصادر الحكومية. كما بينت الدراسة بأن الصحف المحلية الثلاث لم تقدم تفسيراً كاملاً عن موقف الدولة، والتأثيرات المستقبلية على الاقتصاد الوطني، لكنها ركزت على تغطية اجتماعات منظمة الأوبك التي وصفتها " بالفاشلة "، وتعاون الدولة خلال تلك الاجتماعات، وسلامة موقف دولة الإمارات العربية المتحدة.

وقد أوصت الدراسة على أهمية الاستعانة بالخبراء والمتخصصين، لإثراء معالجة الصحافة لقضايا شؤون النفط والمال وحركة التجارة العالمية، وغيرها من الشؤون الاقتصادية المتخصصة، بهدف تقديم التفسير والتحليل اللازمين للجمهور لاستشراف مستقبل الأحداث الاقتصادية وتطورها.

• مجلة الأهرام الاقتصادي، دراسة تاريخية وفنية (1950 - 1984).

تناولت هذه الدراسة موضوع تأثير السياسات الاقتصادية بمصر على تغطية مجلة الأهرام الاقتصادي للمضامين الاقتصادية خلال فترة الستينيات والسبعينيات من القرن الماضي،

وهي الفترة التي شهدت سياسات اقتصادية متباينة تمثلت في التوجه الاشتراكي في الستينيات، والنظام الاقتصادي الحر في السبعينيات. وقد أوضح الباحث إبراهيم محمد أحمد (1990) البعد التاريخي لدراسته وهو رصد التغير في مادة المجلة خلال تلك الفترة، والبعد الفني المتمثل في الأساليب الفنية التي اتبعتها المجلة في عرض موضوعاتها الاقتصادية.

وفي الإطار النظري عرض الباحث في الباب الأول إطاراً معرفياً عن ماهية المعلومة الاقتصادية، وخصائص الصحافة الاقتصادية. وعرض في الباب الثاني كيفية دراسة المجلة الصحفية والمؤسسة التي تصدر عنها من خلال ثلاثة أبعاد هي البعد التاريخي والإعلامي والاقتصادي، مع الأخذ في الاعتبار البيئة المحيطة (السياسية، الاقتصادية، الاجتماعية، الثقافية، التكنولوجية). ويرى الباحث أن هذا التصور بحاجة إلى تطبيق عملي على عدد من المجالات، للتأكد من جدواه في تقديم صورة شاملة عن المجلة.

واستخدم الباحث المنهج التاريخي المقارن في الدراسة، للمقارنة بين معالجة المجلة للقضايا السياسية والاقتصادية خلال تلك الفترة، وكذلك منهج تحليل المضمون (بالأسلوب الكيفي)، لتحليل المضامين الاقتصادية التي نشرتها المجلة في الفترة المحددة. وقد توصل الباحث إلى عدد من الاستنتاجات، منها ما يتعلق بخصائص الفن الصحفي للمجلة، وسياساتها التحريرية خلال فترة البحث، يمكن عرض أهمها:

- التوازن في المعالجة الصحفية للقضايا الاقتصادية المنشورة في تلك الفترة، من خلال عرض كافة وجهات النظر، والتحذير من " التراخي " في مواجهة هذه الأزمات.

- تقديم رؤية نقدية شاملة وتفسيراً للأوضاع الاقتصادية على المستوى المحلي والدولي.

- وضوح الدور الثقافي للمجلة المتمثل في تنوير القراء بالأحداث الاقتصادية دون أي تغيير في اتجاهها للفلسفة الاقتصادية المبني على تحقيق رفاهية المجتمع، وتحقيق التنمية الاقتصادية وعدالة توزيع الدخل القومي.

• الأخبار العربية في الصحف الخليجية- دراسة تحليلية مقارنة لمحتوى عينة من الصحف.

تبحث هذه الدراسة (الشريف، 1996 : 103 - 1145) في محتوى الأخبار والصور المصاحبة لها، المنشورة في الصفحات الأولى في الصحف الخليجية اليومية، وذلك في الفترة من أول يناير وحتى نهاية أبريل من عام 1994، بهدف التعرف على محتوى هذه الأخبار واتجاهاتها، وكيفية معالجتها للأخبار العربية، ومصادرها والحجم الذي تم الاعتماد فيها على المصادر العربية. واستند البحث على منهج تحليل المضمون، إذ اختار الباحث صحيفة يومية واحدة من كل دولة خليجية، بطريقة العينة العشوائية وذلك خلال الفترة من شهر يناير إلى شهر أبريل من عام 1994، والصحف هي (الاتحاد الإماراتية، القبس الكويتية، أخبار الخليج البحرينية، الراية القطرية، الرياض السعودية، وعمان العمانية).

وقد توصلت الدراسة إلى عدد من النتائج، فمن الناحية الكمية احتلت جريدة الاتحاد الإماراتية الصدارة من حيث حجم عرضها للأخبار المتعلقة بالدول العربية، وجاءت جريدة عمان في المرتبة الأخيرة. أما من ناحية نوعية الأخبار العربية، فقد احتل الخبر السياسي الصدارة، وجاءت بعدها الأخبار الاقتصادية، العسكرية، الرياضية، الثقافية، الحوادث والجرائم، الأخبار العلمية، الأحوال الجوية، الأخبار الإنسانية، ثم الأخبار الدينية في المرتبة الأخيرة. ومن ناحية المصادر التي اعتمدت عليها هذه الصحف، فقد احتلت المصادر الغربية الصدارة وخاصة

وكالة رويترز للأنباء، أما مصادر الأنباء العربية فقد احتلت الدرجة الثانية، واحتل مراسلو الصحيفة ومندوبوها الدرجة الأخيرة، سبقتهما وكالات أنباء غير معروفة المصدر.

وأخيراً فقد أشارت الدراسة إلى ارتفاع نسبة الأخبار السلبية التي أوردتها الصحف الخليجية عن الدول العربية. فمن مجموع (578) خبر نشرته جريدة الاتحاد، منها (175) خبراً سلبياً، أما جريدة عمان والتي احتلت المرتبة الأخيرة من ناحية كمية الأخبار العربية، فمن مجموع (243) خبراً منها حوالي (55) خبراً سلبياً.

• أخبار الصفحة الأولى - دراسة مقارنة في المضمون والقائمين بالاتصال في صحف الاتحاد والخليج والبيان بدولة الإمارات العربية المتحدة.

تبحث هذه الدراسة وهي للباحث أحمد صلاح الدين نفادي (1996)، طبيعة المضمون الإخباري المنشور في الصفحة الأولى في الصحف اليومية الإماراتية وهي (الاتحاد، الخليج، والبيان)، من حيث نوعيتها ومصادرها وطريقة عرضها واتجاهها، إضافة إلى التعرف على المعايير التي تحكم عملية انتقاء الأخبار في صحف الدراسة الثلاث، وتحديد العوامل المؤثرة في ذلك.

ولتحقيق غرض الدراسة اعتمد الباحث على المنهج المسحي التحليلي والاستقصائي. أما عينة الصحف فتم اختيارها بطريقة العينة العشوائية المنتظمة، إذ بلغ حجمها (111) عددًا للصحف الثلاث، أي (37) عدد لكل صحيفة، وذلك خلال عام 1989. وقد اعتمد الباحث على عدد من الأدوات لجمع البيانات منها، أداة تحليل المضمون بشقيه الكمي والكيفي، بالإضافة إلى الاستبيان للدراسة الاستطلاعية، التي شملت (100) صحفياً يعملون في الصحف الثلاث.

وقد كشف تحليل مضمون أخبار الصفحة الأولى أن الأخبار السياسية جاءت في مقدمة اهتمام الصحف الإماراتية الثلاث، ثم الأخبار العسكرية والأمنية، ثم الأخبار الاقتصادية، وجاءت في المرتبة الرابعة الأخبار الاجتماعية. وقد أولت الصحف الثلاث اهتمامًا بالأخبار المحلية ثم العربية فالأخبار الدولية، معتمدة في ذلك وبدرجة كبيرة على المصادر الغربية مقارنة بغيرها من المصادر.

وفيما يتعلق بالقائمين على الاتصال، فقد كشفت الدراسة الاستطلاعية عن اعتماد الصحف الإماراتية الثلاث، على الوافدين وبفارق كبير مقارنة بالمواطنين. أما المبحوثون وهم القراء، فقد اتفقوا على أن الإلمام بسياسة الدولة هي من أهم المواصفات التي يجب توافرها في المسؤولين عن إعداد الصفحة الأولى. وأكدوا على أهمية التزام الصحف بقانون المطبوعات والنشر، من حيث تجنب المساس بالدين الإسلامي وبالعوادات والتقاليد والأخلاقيات السائدة في المجتمع، أو نقد المسيرة الاتحادية لدولة الإمارات العربية المتحدة.

• قارئية الصحف المصرية المتخصصة - دراسة تحليلية وميدانية.

تبحث هذه الدراسة وهي للباحثة أمل السيد أحمد متولي دراز (2002) في العوامل التي تؤثر على قارئية الصحف المتخصصة، سواء كانت تلك العوامل متعلقة بالمضمون الذي تقدمه، أو بالقارئ الذي تتوجه إليه، أو بالقائم بالاتصال وبالإطار الذي يعمل في ظله، بهدف تقييم مستوى الصحافة المتخصصة والارتقاء بها. واعتمدت هذه الدراسة على عدة مناهج منها المنهج الوصفي والمقارن ومنهج وصف الحالة، وعلى أداة تحليل المضمون (بالأسلوب الكيفي)، ودراسة استطلاعية لجمع المعلومات من القائمين بالاتصال والجمهور. واشتمل مجتمع الدراسة فيما يتعلق بالصحف على صحف الأهرام الاقتصادي، عقيدتي، أخبار الحوادث،

والكواكب المصرية، وذلك بأسلوب الحصر الشامل للفترة من أول يناير حتى نهاية فبراير 2001. أما عينة القائمين بالاتصال فبلغت (41) عينة تمثل الصحف المذكورة. وبالنسبة لعينة جمهور القراء فبلغت (200) قارئ من محافظة القاهرة.

وفيما يتصل بهذه الدراسة، وهي النتائج التي توصلت إليها الباحثة عن مجلة الأهرام الاقتصادي بشكل خاص، فمن أبرزها:

- التركيز على نمط المقال الصحفي والتحقيق مقارنة بغيرها من الأنماط الصحفية، وذلك للمضمون الاقتصادي الجاد الذي تتخصص فيه المجلة، وهذا النمط هو المفضل عند القائمين بالاتصال في هذه المجلة، وكذلك عند القراء الذين رأوا بأن هذين النمطين لهما القدرة على تقديم الشرح والتفسير وعرض وجهات النظر المختلفة.
- تعتمد مجلة الأهرام الاقتصادي - وهي مجلة تصدر عن مؤسسة رسمية - على مصادر الأخبار الرسمية مقارنة بغيرها من المصادر، وبذلك تعد هذه المصادر أكثر المصادر مصداقية لدى القائمين بالاتصال في المجلة، في حين لا تحظى المصادر الرسمية بنفس درجة المصداقية لدى جمهور القراء.
- عدم الاهتمام الكافي بعرض وجهة نظر القراء في الموضوعات التي تتخصص فيها الصحف الثلاث بشكل عام، وعدم توفر معلومات كافية لدى القائمين بالاتصال عن فئات الجمهور الذي يتوجهون إليه.
- ترتبط وظيفة المجلة بتحقيق وظائف التحقيق والتفسير والتوجيه، من خلال المضامين الجادة التي تعرضها، مقارنة بغيرها من الصحف ذات المضمون الترفيهي.

وبالتالي فإن قراء مجلة الأهرام الاقتصادي يبحثون فيها عن وظيفة المعرفة ولا تهمهم وظيفة الإخبار.

• يُعد أسلوب صياغة المضامين الاقتصادية من أهم الأساليب التي تجذب القراء، وتخلق الرغبة في قراءة الموضوع، حتى لو كان هذا الموضوع لا يقع في دائرة الاهتمام.

• دراسة تحليلية لواقع الثقافة النفطية في مرحلة الدراسة الجامعية بالكويت.

تهدف هذه الدراسة (السلمان، 1998 : 139-176) إلى تقييم المستوى المعرفي لدى طلبة جامعة الكويت، وحجم اطلاعهم على القضايا المتصلة بالقطاع النفطي، والتعرف أيضاً على فاعلية وسائل الإعلام في بناء الوعي بين أفراد المجتمع الكويتي عن الشؤون المتصلة بصناعة النفط، ودور المؤسسات العاملة بهذا المجال في تشكيل هذا الوعي، وواقع المطبوعات والصحف المتخصصة في هذا المجال. وقد اعتمد الباحث على المنهج المسحي الاستقصائي في الدراسة، أما العينة فقد اشتملت على (16%) من مجموع الطلبة الذين تم استقصاء آرائهم، أي (371) طالباً وطالبة من الفصل الثاني للعام الدراسي 1997/1998 بجامعة الكويت، ممن درسوا مقررات في كليتي العلوم الإدارية أو كلية التجارة والاقتصاد والعلوم السياسية، وقد تم اختيارهم بطريقة عشوائية، ولم يحدد الباحث فيما تم اختيار العينة بطريقة العشوائية البسيطة، أو بطريقة العينة العشوائية المنتظمة أو غيرها.

وقد بينت نتائج الدراسة الاستقصائية أن الوعي بالقضايا المتعلقة بالنفط " ضحلاً جداً، ويكاد يكون معدوماً ". فقد كشفت الدراسة بأن حوالي (99%) من المبحوثين - وهم من صفوة المجتمع الكويتي على حد تعبير الباحث - لم يتمكنوا من معرفة سنة تأميم شركة نفط الكويت،

وأن (80%) منهم لم يعرفوا سعر لتر البنزين الممتاز، و(75%) لم يعرفوا سعر لتر البنزين
الخصوصي، وقد اعتبر الباحث ذلك " صدمة وفاجعة قومية ". وبذلك بينت هذه النتائج غياب
الوعي الثقافي لدى معظم أفراد المجتمع الكويتي بالقضايا المتصلة بالنفط.

أما من حيث معرفة فاعلية وسائل الإعلام في تشكيل الثقافة النفطية، وتحديدًا الدور
الذي تقوم به الصحافة الاقتصادية بشكل خاص في هذا الشأن، فإن إجابات المبحوثين
تعكس اهتمامهم بقراءة الصحف اليومية، حيث بينت النتائج أن حوالي (65%) من أفراد
العينة يقرؤون الصحف اليومية دائمًا. ومن حيث نوعية الموضوعات الصحفية التي استحوذت
على اهتمام المبحوثين فكانت الأخبار المحلية بنسبة (60%) تقريبًا، تلتها الأخبار السياسية
بنسبة (45%) تقريبًا، ثم الأخبار الرياضية بنسبة (30%)، وأخيرًا جاءت الأخبار الاقتصادية
في المرتبة الرابعة بنسبة (11%)، وقد اهتم (5%) فقط من أفراد العينة بقراءة أخبار النفط
بشكل دائم.

• ثانيًا: الدراسات الأجنبية:

• News Around The World

تناولت دراسة الأخبار حول العالم للباحثين، Pamela J. Shoemaker و
Akiba A. Cohen (2005) موضوع الأخبار التي تثير اهتمام الجمهور، بصرف النظر
عن وجود أية اختلافات فيما بينهم، سواءً في النواحي الثقافية أو الدينية أو الاجتماعية أو
غيرها. وقد أجريت هذه الدراسة في عشر دول تمثل مختلف مناطق العالم، وتختلف في أنظمتها
السياسية والاقتصادية والاجتماعية والتنمية، وهي استراليا، تشيلي، الصين، ألمانيا، الهند،
إسرائيل، الأردن، روسيا، جنوب إفريقيا، والولايات المتحدة الأمريكية.

اعتمدت هذه الدراسة على عدد من المناهج، منها منهج تحليل المضمون للتعرف على الأخبار التي تشغل اهتمامات الجمهور في هذه الدول، ويشمل البحث أيضاً على دراسة استطلاعية تمثلت في مقابلة بعض الصحفيين، ومسؤولي العلاقات العامة وعينة من أفراد الجمهور، من كل دولة من دول مجتمع الدراسة، بهدف التوصل إلى وضع مفهوم دقيق للخبر من واقع البعد الاجتماعي والقيمي السائد في هذه المجتمعات. وقد تم اختيار عينة من الصحف وبرامج الإذاعة والتلفزيون من كل دولة من هذه الدول.

وفيما يتصل بهذه الدراسة فقد تم اختيار عينة اشتملت على صحفيين تصدران بمدينتين مختلفتين في كل دولة على حدة، والعينة عبارة عن سبعة أعداد لكل صحيفة، تم اختيارها بطريقة العينة العشوائية المنتظمة. وقد تضمنت فئات التحليل معظم المواد الصحفية المنشورة في كافة صفحات الجرائد، ماعدا المواد الإعلانية والمدفوعة الثمن، فلم تدخل في هذه الدراسة. وكان الخبر الصحفي وحدة للتحليل في هذه الدراسة، وكانت وحدة القياس سم/عمود.

وكشفت أهم النتائج التحليلية لهذه الدراسة، أن الموضوعات الرياضية حازت على أكبر قدر من الاهتمام من بين موضوعات الأخبار الصحفية الأخرى، إذ حازت على المرتبة الأولى، ثم تلتها في المرتبة الثانية الموضوعات الثقافية، ثم موضوعات السياسة الداخلية، وجاءت موضوعات التجارة والصناعة في المرتبة الرابعة، وذلك على مستوى الدول العشر بشكل عام. وقد توصلت هذه الدراسة أيضاً إلى اهتمامات الجمهور بالنسبة للأخبار وذلك على مستوى الدولة الواحدة، وهي تتقارب مع النتائج لدى الدول عموماً.

• Business Journalists Need Specialized Finance Training

تناقش هذه الدراسة موضوع تدريب وتأهيل الصحفيين العاملين في تغطية قضايا الشؤون الاقتصادية، وبخاصة الأخبار المتعلقة بالشؤون المالية. وتأتي أهمية هذه الدراسة بعد ازدياد نشر موضوعات المال والاقتصاد في الصحافة اليومية خلال العقود الماضية، دون أن تكون هناك معلومات كافية عن برامج تدريب الصحفيين العاملين في هذا المجال من جانب، ومن جانب آخر وجود جدل في أروقة الصحافة، حول افتقار العمل الصحفي في المجال المالي إلى التخصص والخبرة.

وتسعى الدراسة إلى الإجابة عن التساؤلين التاليين:

- ما هو المستوى العلمي للصحفيين العاملين في مجال تغطية أنباء المال والاقتصاد، ونوعية برامج التدريب التي التحق بها هؤلاء الصحفيون؟

- ما هو نوع التدريب الخاص الذي يعتقد الصحفيون بهذا المجال بحاجة إليهم الفعلية إليه؟

وتُعد هذه الدراسة من الدراسات الاستطلاعية الوصفية، إذ اعتمد الباحث Mark Donald Ludwig (2002) على إجراء المقابلات مع صحفيي ومحرري شؤون المال، لفهم طبيعة عملهم، ومستواهم العلمي في التخصص الذي يعملون فيه. وقد بلغ عددهم (18) صحفيًا، يمثلون (10) صحف تصدر في أربعة مناطق من الولايات المتحدة الأمريكية هي Oregon، Washington، Northern California و Southern California. ولأسباب تتعلق بسرية المعلومات، لم يذكر الباحث أسماء هؤلاء الصحفيين والصحف التي يمثلونها. أما فئات البحث فهي عبارة عن نوعية البرامج التدريبية التي التحق بها الصحفيون وهي التعليم الأساسي

الرسمي، التدريب المتقدم، تاريخ العمل، وتدريبات أخرى، واتجاهات الصحفيين عن هذه البرامج.

وقد أظهرت نتائج هذه الدراسة، أن جميع الصحفيين الذين تمت مقابلتهم وهم (18) صحفيًا، حصلوا على شهادات جامعية، وأن أكثر من النصف منهم تخصص في المجال الصحفي بشكل خاص، أو في المجال الإعلامي بشكل عام. ومنهم من حصل على درجة الماجستير في الصحافة أو في إدارة الأعمال، ومنهم أيضًا من درس الاقتصاد كتخصص فرعي.

وفيما يتعلق بنوعية التدريب الذي يحتاج إليه الصحفيون العاملون في تغطية أنباء النشاط المالي، فقد بينت نتائج هذه الدراسة بأن هناك شبه إجماع بين الصحفيين الاقتصاديين على حاجتهم لدروس أو تدريب في التخصصات الاقتصادية. وقد تماثلت إجاباتهم حول حاجتهم إلى الالتحاق بدورات في الاقتصاد والتجارة، ليتمكنوا من أداء عملهم بشكل صحيح. إلا أن الآراء تباينت حول تلك الدورات من حيث تنظيمها ضمن كليات الصحافة أم في مدارس الاقتصاد.

ويؤكد الباحث على أهمية أخذ نتائج هذه الدراسة بعين الاعتبار، خصوصًا من جانب كليات الصحافة، ويحث على إجراء المزيد من الدراسات، للتأكد من تلقي الطلاب أساسًا علميًا مناسبًا في الصحافة الاقتصادية، وبشكل خاص في التخصصات المالية، ليشمل أي موضوع يكون فيه المال محورًا للحديث.

• Most Business Editors Find News Reporters Unprepared

تهدف هذه الدراسة إلى التعرف على آراء محرري شؤون المال، عن مستوى المراسلين الجدد في القيام بالتغطية الصحفية للنشاط المالي للشركات، خاصة الأخبار المتعلقة بالفضائح

المالية. كما تهدف الدراسة إلى التعرف على آراء هؤلاء المحررين حول إبراز الحاجة إلى تعليم صحفي خاص، لاسيما في مجال إعداد التقارير المالية.

وتُعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية الاستطلاعية المرتبطة بالقائم بالاتصال. وقد تم اختيار المحررين العاملين في مجال تغطية الشؤون الاقتصادية، من قائمة العضوية الخاصة بالجمعية الأمريكية للمحررين والكتاب، التي تضمنت وقتئذٍ (3669) عضواً، منهم (194) يعملون كمحررين في المجال الاقتصادي. حيث أرسلت الباحثة Jane Mary Pardue (2004)، استبياناً عبر البريد الإلكتروني لجميع هؤلاء المحررين بتاريخ 12 نوفمبر 2002، واستلمت منهم ما مجموعه (127) ردّاً، أي بمعدل استجابة يصل إلى (55%) من مجموع هذه العينة، للإجابة عن التساؤلات التالية:

- كيف يُقيم محررو المال والاقتصاد مستوى الطلبة المتخرجين من كليات الصحافة في تغطية الأخبار الاقتصادية؟
- كيف ينظر هؤلاء المحررون في إدراج مقررات اقتصادية ضمن المقررات الصحفية التي تدرس في كليات الصحافة؟
- كيف ينظر هؤلاء المحررون إلى الحاجة إلى مراسلين متدربين على تحليل التقارير المالية للشركات؟

وقد بينت نتائج هذه الدراسة، أن معظم المحررين يرون أن طلبة الصحافة بحاجة إلى تدريب مكثف في تغطية قضايا الشؤون الاقتصادية. وأوضحت الإجابات بأن ما يقارب من 90% من المحررين، " وافقوا بشدة " على أهمية إدخال مقرر في أسس المحاسبة، في

تخصصات وأقسام كليات الصحافة. كما كشفت الإجابات أنه بالنظر إلى الكم الكبير من الأخبار التي وردت في عام 2002 بخصوص الفضائح المالية لبعض الشركات، فإن 97% من المحررين " وافقوا بشدة "، على استقطاب مراسلين تلقوا تدريباً في التعامل مع التقارير المالية الخاصة بالشركات.

واستنتج الباحث إن تراجع ثقة المستثمرين بسبب الفضائح التي عانت منها الشركات الأمريكية، يشير إلى الحاجة المتنامية إلى مراسلين متدربين، عاملين في مجال تغطية الشؤون المالية في الصحف الوطنية اليومية. فالكثير من القراء ممن لهم صلة بهذه الشركات، بسبب العمل أو ملكية بعض الأسهم فيها أو من خلال الصلات العائلية، يتوقعون إحاطتهم بالمعلومات الخاصة حول ما يدور في هذه الشركات وأقسامها المحاسبية بشكل مرضي.

• How Magazines Covered Media Companies' Mergers: The Case of The Evolution of Time Inc.

تهدف هذه الدراسة إلى البحث في موضوع تغطية أكثر المجلات الاقتصادية انتشاراً لاندماج الشركات العاملة في مجال الاتصال، وخاصة الاندماج بين شركتي Time Inc. و Warner Communications Inc. عام 1989، وبين Time Warner Inc. و Turner Broadcasting System Inc. عام 1995، وبين AOL و Time Warner عام 2000. واستخدم الباحث Jaemin Jung (2002) منهج تحليل مضمون المجلات التي قامت بتغطية أخبار الاندماجات وهي: مجلة Time، Newsweek، US News، World Report، Fortune، Business Week ومجلة The Economist. وقد اشتمل التحليل على كافة النصوص والصور التي تحدثت عن هذه الاندماجات، وذلك بعد شهر من تنفيذها وقد اشتملت العينة على (22) عددًا من كل مجلة.

وقد أظهرت نتائج هذه الدراسة أن المجلات التي كانت مشتركة بالاندماجات قامت بتغطية الحدث بشكل أكثر ايجابية، إلا أن كلاً من مجلتي Time و Fortune فضلنا أن نقفا بجانب شركتهما السابقة بهذا الخصوص. كما أشارت النتائج أيضاً إلى أن ملكية التكتلات الضخمة يمكن أن تجبر مجلة رائدة في مجال الإعلام على الانحياز لمنتجات شركتها السابقة. وبالإضافة إلى ذلك، أشارت الدراسة إلى أن الصور تُعد أمراً شائعاً لدى القراء، وتستدعي الانتباه إلى القصص الإخبارية، مسلطة الضوء على أهمية الوسائل المرئية ومن ضمنها الرسوم البيانية والشخصيات الكارتونية.

وكانت المرئيات المستخدمة في التحليل عبارة عن صور ورسوم بيانية، وقد تكونت الرسوم البيانية من جداول ورسوم ومقارنات أخرى بين البيانات. واعتمدت المجلات الإخبارية على الصور، في حين اعتمدت مجلة Business على الرسوم البيانية بشكل أكبر مقارنة بغيرها من المجلات الإخبارية، وقد كانت مجلة The Economist من أكثر المجلات استخداماً للرسوم البيانية. ولم يقتصر الأمر عند هذا الحد، فقد ظهر في الدراسة فرق واضح في استخدام الوسائل المرئية بين المجلات الإخبارية والمجلات التجارية. كما لاحظت الدراسة، أن الصحف اليومية المستقلة قامت بتغطية القصص التي تتطلب جهوداً تحريرية أكثر مما قامت به المجلات التي تعود ملكيتها إلى تكتلات اقتصادية ضخمة.

- **News Coverage of The Asian Economic Crisis In The Wall Street Journal, Bangkok Post And Financial Time, 1997-1999.**

تهدف هذه الدراسة إلى التعرف على رؤية كل صحيفة من الصحف الثلاث وهي Wall Street Journal، و Bangkok Post و Financial Times، في معالجة الأحداث المتصلة

بأزمة الأسواق المالية الآسيوية، والبحث في الموضوعات التي اعتبرها المحررون في هذه الصحف خبراً يستحق النشر، وذلك خلال الفترة من عام 1997 وحتى 1999.

وقد قام الباحث Sathathip Emcharoen (2000) بتحليل مضمون (268) مقالة من صحيفة الـ FT، و(288) مقالة من صحيفة Wall Street Journal، و(455) مقالة من صحيفة Bangkok Post، لفترة اشتملت على شهر يوليو من عام 1997، وهو الشهر الذي بدأت فيه الأزمة، وشهر يناير من عام 1998، أي بعد مرور ستة أشهر على الأزمة، وشهر يوليو من نفس العام، وهي المناسبة السنوية الأولى للأزمة، وشهر يناير من عام 1999، عندما بدأت فترة الانتعاش.

وقد أظهرت نتائج الدراسة التحليلية إلى أن صحيفة Wall Street Journal، عرضت رؤية متوازنة عن الأزمة، من خلال ما نشرته من تقارير إخبارية حول مختلف الموضوعات المتصلة بالحدث، منها تأثير الأزمة على البلدان الآسيوية المطلة على المحيط الباسيفيكي (المحيط الهادي ¹) والعالم بشكل عام، وكذلك التركيز على الآثار السلبية للأزمة على أسواق البورصات والسندات الدولية. ويذكر الباحث أن صحيفة Wall Street Journal، كانت الأكثر فاعلية وتأثيراً من بين الصحف الثلاث في تغطيتها للأزمة الاقتصادية الآسيوية.

أما صحيفة Bangkok Post فعرضت تغطية مكثفة لهذه الأزمة منذ بدايتها، مركزة على آثارها السلبية على الاقتصاد التايلندي بشكل خاص، وعرضت العديد من وجهات

¹ - وتسمى بدول (آبيك - APEC) وهي (21) دولة تشمل الدول الآسيوية التالية: بروناي، الصين، هونج كونج، اندونيسيا، اليابان، كوريا الجنوبية، ماليزيا، الفلبين، سنغافورة، تايبيه الصينية، فيتنام، حسب تصنيف موقع BBC Arabic.Com على الإنترنت - http://news.bbc.co.uk/hi/arabic/world_news/newsid_4029517/4029000.htm

النظر حول الحلول الممكنة لمواجهتها. ويذكر الباحث بأن Bangkok Post قدمت تحليلات اقتصادية متعمقة، حول أزمة السوق المالية الآسيوية من بين الصحف الثلاث.

وبالنسبة لصحيفة Financial Times، فيذكر الباحث Sathathip Emcharoen بأنها لم تنجح في إعطاء نفس الدرجة من التغطية الإخبارية المتوازنة مقارنة بغيرها، وقد يرجع ذلك إلى عدم قيامها بتغطية الأزمة الآسيوية منذ بدايتها، إلا بعد أن أصبح ظاهراً بأن نطاق تلك الأزمة قد اتسع لتصبح مشكلة عالمية. وقد ركزت التقارير الإخبارية للصحيفة على تأثير الأزمة المالية الآسيوية على قطاع البنوك، وعرضت حلولاً لتلك الأزمة. ومع ذلك، فإن اهتمام صحيفة Financial Times بموضوع الأزمة الآسيوية كخبر يستحق النشر لم يدم طويلاً، فقد أظهرت النتائج التحليلية للدراسة، إلى أن عدد المقالات الصحفية حول الموضوع انخفضت بشكل كبير خلال فترة الشهرين الأخيرين.

- **Financial News Journalism: A Post-Enron Analysis of Approaches Towards Economic And Financial news Production In The UK.**

تبحث هذه الدراسة في الصعوبات المتصلة بإنتاج محتوى مناسب من الصحافة الاقتصادية في المملكة المتحدة. حيث يذكر الباحث Gillian Doyle (2006)، أن الصحافة الاقتصادية لم تتلحقها من البحث على المستوى الأكاديمي مقارنة بغيرها من التخصصات، مع أن المفاهيم المتعلقة بالاقتصاد والتجارة، أصبحت تشغل أهمية مركزية في المناقشات السياسية اليومية. وتركز هذه الدراسة بشكل خاص على البحث في مصادر الأفكار الواردة في القصص الإخبارية للصحفيين الاقتصاديين، والتعرف على الضغوط التي يواجهونها في ذلك، كما تنظر هذه الدراسة في حجم مساهمة الصحافة المالية في المعرفة العامة.

وقد أجرى الباحث العديد من المقابلات مع الصحفيين العاملين في هذا المجال، وقد توصل إلى عدد من النتائج منها، أن جملة من الأفكار الواردة في الموضوعات الاقتصادية تتولد ذاتيًا في ذهن المراسل، وذلك بمصادفة معلومة مهمة أو اتجاه معين، أو اثر تباين حصل في العمل اليومي الاعتيادي لشركة ما. أو عن طريق إثارة بعض الموضوعات من قبل وسائل الإعلام الأخرى، وبخاصة الوكالات الإخبارية المتخصصة. وربما ترد بعض الأفكار من المؤتمرات الرسمية، أو من إعلانات بعض الشركات الخاصة أو الحكومية، أو المعلومات شبه الرسمية، كالاستبيانات الصناعية والتي تتدفق بشكل منتظم على مكاتب الأنباء. كما أن عملية انتقاء القصص الإخبارية المالية، تعتمد على درجة التفاعل بين محرر الأخبار والمراسل من جانب، والجمهور من جانب آخر. إذ أن من أهم العوامل التي تتحكم في انتقاء القصص الإخبارية تتمثل في الاهتمامات التي يتم تلقيها من الجمهور.

وفي هذا الإطار يذكر صحفي من صحيفة Financial Times بالقول: نحن واعون تمامًا لمن ننتظرهم، فنحن بانتظار المستثمرين ومدراء شركات التمويل، وينحصر دورنا في إخبار المتقنين والمحترفين. وبشكل عام توجي الإجابات التي تم جمعها من الصحفيين العاملين في مجال الصحافة المالية في المملكة المتحدة، إلى أن الصحافة المالية الجيدة تعتمد على التحليل المعمق للأحداث الاقتصادية، بهدف إخبار المستثمر، وربما صياغة رأيه وسلوكه. وبالنسبة للبعض الآخر، فإن الصحافة المالية هي تلك التي تسعى للتواصل مع الجمهور وعدم تهميته. حيث تركز الأخبار المالية والاقتصادية، في بعض الحالات على القصص الشخصية للمشاهير، منها على سبيل المثال الصراعات والمكاشفات التي تحدث عند رغبة الأجانب في الاستحواذ على الأندية الرياضية الإنجليزية، وفي هذه الحالة يصعب على القارئ إدراك أن ما يقدم للقارئ هو عبارة عن أنباء مالية لبست ثوب أخبار الرياضة.

وبالإضافة إلى ما تقدم، أظهرت هذه الدراسة أن مهمة تبسيط الأنباء المالية وتوفير فهم عام للأخبار من قبل وسائل الإعلام الاقتصادية المتخصصة، يتم التغاضي عنها لأنها تهدف إلى تقديم تغطية إخبارية شاملة ومعقدة تهدف إلى مخاطبة جمهور مطلع أصلاً بشؤون المال والأمور الاقتصادية، وأن أسباب اهتمامهم تعود لأسباب مهنية بحتة. ومن ناحية أخرى، فإن الصفحات المخصصة للأخبار المالية ضمن الوسائل العامة غير المتخصصة، غير قادرة على تقديم التحليل المتوازن لقراءتها، حيث يذكر الباحث أن سيطرة الجوانب التجارية - وهو ما حصل الآن - على وسائل إنتاج الأخبار المالية والاقتصادية، تحد من القيام بدورها التوعوي للجمهور العام، ومن غير المحتمل أن تقوم بهذا الدور.

• الخلاصة:

عرضنا فيما سبق بعض الدراسات العربية والأجنبية التي تماثلت مع هذه الدراسة، سواء من ناحية الموضوع أو من ناحية المنهج المستخدم. وبشكل عام يمكن القول بأن هذه الدراسة استفادت من تلك الدراسات السابقة في العديد من الجوانب.

فمن حيث الموضوع فقد أظهرت هذه الدراسة وما سبقتها من الدراسات، أن الموضوعات الاقتصادية أصبحت ذات أهمية كبيرة جعلتها تكون ضمن أولويات الصحف العامة، ويتضح ذلك من خلال الصفحات والملاحق التي تخصصها هذه الصحف للموضوعات الاقتصادية. إلا أن أسلوب عرض تلك الموضوعات كان محل انتقاد في هذه الدراسات. حيث تبين أن معظم الموضوعات الاقتصادية لا تلبي احتياجات القارئ لعدة أسباب، منها اعتمادها بشكل كبير على الخبر كنمط صحفي لعرض القضايا الاقتصادية، في مقابل انخفاض عدد المقالات والتحليلات. والتركيز على الأخبار الاقتصادية في النطاق

الجغرافي الضيق، وتغطية قطاعات اقتصادية محددة وإغفال قطاعات أخرى، والاعتماد على المصادر الاقتصادية المحلية بشكل كبير، وغيرها من الجوانب المتصلة بمعالجة الموضوعات الاقتصادية.

كما استفادت هذه الدراسة في التعرف على وجهات النظر التي ناقشتها الدراسات الأخرى فيما يتعلق بالقائمين على الاتصال، فقد تماثلت وجهات النظر في جميع هذه الدراسات التي أكدت على أن من أهم التحديات التي تواجه الصحافة الاقتصادية هي غياب التخصص. إذ طالبت هذه الدراسات على ضرورة تنظيم برامج تدريبية لتأهيل المحررين الاقتصاديين لتغطية فعاليات النشاط الاقتصادي في جميع قطاعاته، كما أكدت بعضها على أهمية إدراج مقرر اقتصادي ضمن المقررات التي تدرس لطلبة الصحافة. وقد ناقشت بعض الدراسات السابقة موضوعات اقتصادية متخصصة، منها على سبيل المثال كيفية تغطية الصحف الاقتصادية للقضايا المتعلقة باندماج الشركات، أو كيفية تغطيتها للقضايا المتصلة بالأزمات الاقتصادية التي تواجهها بعض الدول، وهذا ما استفادت منه هذه الدراسة وهو تنوع الموضوعات الاقتصادية التي يمكن مناقشتها، وفي جميع القطاعات الاقتصادية.

أما من حيث المناهج العلمية التي استخدمتها الدراسات السابقة، فقد تبين أن معظم تلك الدراسات استخدمت المنهج الوصفي ومنهج تحليل المضمون بشقيه الكمي والكيفي، والمقابلة كأداة أخرى لجمع المعلومات، خصوصاً المتصلة بدراسة التحديات والقائمين على الاتصال، مما يؤكد على أهمية استخدام هذه المناهج في الدراسات الإعلامية.

وفي الإطار المنهجي أيضاً، استفادت هذه الدراسة من الدراسات التي تم عرضها فيما يتصل بتصنيف الفئات، بحيث وضعت تعريفات محددة لفئات هذه الدراسة لا تقبل التداخل.

وكذلك فيما يتعلق بحدود الدراسة. ففي حين أن بعض الدراسات السابقة اكتفت بدراسة الصفحات المخصصة للموضوعات الاقتصادية، جاءت هذه الدراسة لتغطي كافة صفحات وملاحق الصحف العمانية موضوع الدراسة. وفيما يتعلق بعينة البحث، فبعد أن اطلع الباحث على منهجية الدراسات السابقة قرر اختيار عينة الدراسة بالطريقة العشوائية المنتظمة، وهو ما ذهب إليه معظم هذه الدراسات.

وبالإضافة إلى ما تقدم، تعد الدراسات المتصلة بالجمهور من الدراسات المهمة لتحديد متطلبات المتلقي من الموضوعات الاقتصادية، وقد أكدت عليه بعض الدراسات الإعلامية. وإلى جانب ذلك، استخدمت بعض الدراسات التي تم عرضها الأساليب التكنولوجية الحديثة، في فرز النتائج والمقابلات عبر البريد الإلكتروني، وهذا بلا شك من الجوانب المهمة التي تم أخذها بعين الاعتبار، وإن لم تطبق في الدراسة الحالية.

• الإجراءات المنهجية:

• مشكلة الدراسة:

شهدت اقتصاديات دول مجلس التعاون الخليجي بشكل عام، والاقتصاد العماني بشكل خاص تطوراً ملحوظاً في مختلف القطاعات الاقتصادية خلال السنوات الماضية، الأمر الذي استدعى وجود صحافة يومية اقتصادية تواكب هذا التطور من جهة، وتلبي الاهتمامات المتزايدة للقراء بالشكل الذي يشبع احتياجاتهم ويلبي طموحاتهم من جهة أخرى. حيث لاحظ الباحث ازدياداً كمياً في الإصدارات الاقتصادية في سلطنة عمان، وصلت إلى (17) دورية اقتصادية غير يومية، من إجمالي (75) دورية تصدر بالسلطنة (قسم الصحافة المحلية، 2009)، أي بنسبة (23%) تقريباً، وهي نسبة مرتفعة مقارنة بالدوريات المتخصصة الأخرى.

وقد يرجع ذلك إلى عدم وجود مادة اقتصادية في الصحف اليومية - وهي الأكثر انتشاراً - تعكس اهتمامات القارئ في هذا المجال، سواءً على المستوى المحلي أو الدولي. بالإضافة إلى ذلك كشف الاستطلاع الذي نشرته صحيفة الاتحاد الإماراتية - الذي أشرنا إليه في الفصل الأول من هذه الدراسة - عن عدم ارتياح القراء من لغة الصحافة الاقتصادية، التي غالباً ما تكون لغة اقتصادية متخصصة.

كما أجرى الباحث تحقيقاً صحفياً - لأغراض البحث العلمي - عن الصحافة الاقتصادية في عمان، تناول فيه العديد من القضايا المرتبطة بهذا الموضوع، كالتحديات التي تواجه الصحافة الاقتصادية في عمان، وذلك بمقابلة رؤساء تحرير الصحف اليومية والمجلات الاقتصادية. حيث كشف التحقيق عن وجود تحديات تواجه مسيرة الصحافة الاقتصادية، منها غياب التخصص، إلى جانب مشكلات قانونية، وارتفاع أجور المستكتبين الاقتصاديين.

ومن هنا تتحدد مشكلة هذا البحث، وهي دراسة المضامين الاقتصادية في الصحف اليومية العمانية (الوطن وعمان والشبيبة)، المنشورة في صفحاتها الاقتصادية أو في أي من الصفحات الأخرى، لمعرفة مستوى اهتمامها بالمضامين الاقتصادية واستخدامها للفنون الصحفية المختلفة، ونوعية الموضوعات الاقتصادية التي تغطيها ومصادرها وأسلوب معالجتها، بالإضافة إلى الوقوف على التحديات التي تواجهها.

• أهمية الدراسة:

تكمن أهمية هذه الدراسة في كونها الدراسة العلمية الأولى التي تبحث في مجال الصحافة الاقتصادية في عمان. وهي أيضاً من الدراسات القليلة التي تبحث في المضامين الاقتصادية في الصحف اليومية على مستوى الوطن العربي. وبذلك فهي محاولة للمساهمة في

سد بعض النقص في الدراسات التي تناولت الصحافة الاقتصادية، على مستوى المنطقة بشكل عام وفي سلطنة عمان بشكل خاص. وتسعى الدراسة للكشف عن معلومات مهمة حول تغطية الصحافة العمانية لفعاليات النشاط الاقتصادي، كما تبحث في التحديات التي تواجهها بهذا الشأن.

• أهداف الدراسة:

تسعى هذه الدراسة لتحقيق الأهداف التالية:

- 1 - التعرف على مستوى اهتمام الصحف اليومية العمانية الصادرة باللغة العربية بالنشاط الاقتصادي بشكل عام، مقارنة بالنشاطات الأخرى.
- 2 - التعرف على مستوى اهتمام كل صحيفة من صحف الدراسة بالمضامين الاقتصادية وإجراء مقارنة فيما بينها.
- 3 - التعرف على خصائص المضامين الاقتصادية في الصحف اليومية العمانية خلال فترة الدراسة، وشمل ذلك الأنماط الصحفية، نوعية المضامين، مصادر المضامين الاقتصادية، البعد الجغرافي للتغطية الاقتصادية، وظائف المضمون الاقتصادي، أسلوب معالجة المضامين الاقتصادية، وطبيعة تغطيتها.
- 4 - التعرف على التحديات التي تواجه الصحافة الاقتصادية في سلطنة عمان، من خلال عرض وجهة نظر كلاً من الإعلاميين والاقتصاديين.
- 5 - تقديم إطار نظري معرفي حول الصحافة الاقتصادية، من حيث المفهوم والنشأة والتطور والأهمية والأدوار التي تقوم بها.

• تساؤلات الدراسة:

تسعى هذه الدراسة للإجابة عن التساؤلات التالية:

1 - ما هو مستوى اهتمام الصحافة العمانية بالمضامين الاقتصادية مقارنة بالمضامين الأخرى؟

2 - ما هي الصحيفة الأكثر اهتمامًا بالقضايا الاقتصادية ؟

3 - ما هي مجالات الموضوعات الاقتصادية (بورصات، مصارف، صناعة، عقارات، النفط والغاز .. الخ)؟

4 - ما هي الأنماط الصحفية المستخدمة في تحرير مضامين الشؤون الاقتصادية؟

5 - ما هي المصادر التي تعتمد عليها هذه الصحف في تغطية المضامين الاقتصادية؟

6 - ما هي وظائف المادة الصحفية الاقتصادية في الصحف اليومية العمانية؟

7 - ما هو نوع التغطية الاقتصادية في الصحف اليومية العمانية (تمهيدية، تسجيلية)؟

8 - ما هو أسلوب معالجة المضامين الاقتصادية (الأسلوب العام، الأسلوب المتخصص)؟

9 - ما هي أبرز التحديات التي تواجهها الصحافة الاقتصادية في سلطنة عمان؟

• منهج الدراسة وأدواتها:

تقتضي طبيعة هذا البحث الوصفي، استخدام المنهج المسحي في دراسة محتوى

المضامين الاقتصادية في الصحف اليومية العمانية موضوع الدراسة. وتُعدّ البحوث الوصفية من

البحوث الشائعة الاستخدام في الدراسات الإعلامية والاجتماعية. فتستخدم مثلاً في التعرف على

درجة تفضيل القراء لصحيفة معينة دون غيرها، وأسباب التفضيل، ونوع الأبواب المفضلة وأنسب أوقات القراءة لديهم. ويتضح من ذلك أن البحوث الوصفية تهدف إلى وصف طبيعة وسمات وخصائص موقف معين أو ظاهرة معينة، وذلك لجمع أكبر قدر من المعلومات الدقيقة عنها، والتعرف على مدى ارتباطها بالظواهر الأخرى (عبيدات وآخرون، 2005 : 191).

ولا تتوقف البحوث الوصفية عند هذا الحد، بل تتعدى ذلك إلى دراسة الظواهر السياسية والاجتماعية والاقتصادية الراهنة، دراسة كيفية توضيح خصائص الظاهرة، وكمية توضيح حجمها وتغيراتها ودرجات ارتباطها بالظواهر الأخرى (عريفج، وآخرون، 1987 : 107). واستندت هذه الدراسة على منهج تحليل المضمون، لجمع المعلومات والبيانات عن موضوع الدراسة. حيث يستخدم تحليل المضمون في الدراسات الوصفية لوصف المضمون الظاهر للرسالة الإعلامية، وصفاً موضوعياً ومنهجياً وكمياً. ويقصد بالمضمون الظاهر للرسالة الإعلامية قراءة النصوص أو السطور الظاهرة للمحتوى، وليس ما هو مخفي بينها بحيث يعتقد الباحث بأنه المقصود (57-56 : 1984, Elsarayrah).

ويشير Stempel و Westley (1981: 120) أن التعريف السابق لتحليل المضمون

يحتوى على مرتكزات أساسية هي:

- أن يكون موضوعياً (Objective)، بمعنى مراعاة الدقة عند تعريف الفئات المستخدمة في التحليل، بحيث يتم الوصول إلى نفس النتائج فيما لو قام باحث آخر بنفس العمل.
- أن يكون منهجياً أو منتظماً (Systematic)، أي أن التحليل يستند على خطة علمية تعتمد على استخدام المنهج العلمي المناسب، بحيث تشمل المضمون بالكامل، دون أية تحيز أو النظر إلى مدى استجابتها للفرضية أو الأسئلة التي يضعها الباحث.

- وأن يكون كميًا (Quantitative)، حيث توضع نتائج التحليل بطريقة إحصائية مثل التكرارات أو جداول الاحتمالات.

بالإضافة إلى ذلك، استندت هذه الدراسة على البحث الاستطلاعي للتعرف على التحديات التي تواجه الصحافة الاقتصادية في عمان، وذلك من خلال (المقابلة غير المقننة) مع بعض المعنيين في الأقسام الاقتصادية للصحف اليومية موضوع الدراسة، وبعض المسؤولين في المؤسسات الاقتصادية المحلية، لاستطلاع آرائهم حول طبيعة هذه التحديات. ويكثر استخدام البحوث الاستطلاعية (المسحية) أو الاستكشافية في مجالات عديدة في الدراسات الإعلامية، منها دراسة المشاكل التي تواجه القائمين على الاتصال في ظاهرة معينة، مما تزيد من إدراك الباحث لحجم المشكلة، والعوامل المؤثرة فيها (حجاب، 2002 : 68).

وتعد المقابلة من الأدوات التي تستخدم في هذه البحوث، وهي عبارة عن محادثة هادفة بين شخصين أو أكثر واضحة الأهداف وليست لقاءً عرضيًا. والمقابلة غير المقننة أشبه بحوار مرن بين الباحث والمبحوث، يأخذ فيه المبحوث حريته في التعبير عن موضوع المقابلة (عبيدات، وآخرون، 2005 : 121). وتتميز المقابلة المباشرة (وجهًا لوجه) بين الباحث والمبحوث بإمكانية الحصول على أكبر قدر ممكن من المعلومات عن موضوع البحث أو عن المبحوث نفسه، كالتعرف على مستواه الثقافي وطريقة استجابته للأسئلة التي تطرح عليه. ويمكن أن تكون المقابلة غير مباشرة كأن تكون عبر اتصال هاتفي، وهي وسيلة سريعة لجمع البيانات خاصة عندما يتعذر تحديد موعد المقابلة المباشرة مع المبحوث (Kothari,1990 : 123).

• مجتمع الدراسة والعينة:

تغطي هذه الدراسة فيما يتعلق بالصحف كامل مجتمع الدراسة، الذي يضم الصحف اليومية العمانية الثلاث التي تصدر باللغة العربية هي (الوطن، عمان، والشبيبة ¹) خلال فترة الدراسة 2006. أما فيما يتعلق بعينة المضمون فقد اعتمد الباحث على العينة العشوائية المنتظمة في اختيار أعداد ممثلة لمجتمع الدراسة، بحيث يعطى كل عدد فرصة لأن يكون ممثلاً في العينة. فكلما كانت العينة ممثلة للمجتمع الأصلي، كلما أدى ذلك إلى توفير الجهد والوقت، والحصول على نتائج قريبة من النتائج التي يتم الحصول عليها لو أجريت الدراسة على جميع أفراد المجتمع الأصلي (عريفج، وآخرون، 1987 : 53).

وتتكون عينة هذا البحث من (12) عددًا لكل صحيفة على مدار أشهر السنة، بحيث يمثل كل شهر بعدد واحد، ويمثل كل يوم من أيام الأسبوع بعددين باستثناء يوم الجمعة الذي يتسم في كونه ذي طبيعة خاصة. وطبقًا للعديد من الباحثين الذين أجروا دراسات مماثلة، اعتبروا أن العينة المكونة من (12) عددًا كافية، وهذا ما أكده Stempel أيضًا، حيث أشار إلى أن هذا الحجم (12) يعتبر عددًا كافيًا، وأن الزيادة على ذلك لن تؤدي إلى أية فروقات في النتائج (Elsarayra, 1984 : 60-61).

وفيما يتعلق بموضوع التحديات التي تواجه الصحافة الاقتصادية في عمان، فقد تم اختيار عينة قصدية (عمدية) من الإعلاميين والاقتصاديين. فعندما يرى الباحث أن العينة تمثل مجتمع الدراسة تمثيلاً صادقاً، ولها نفس الصفات العامة للمجتمع طبقاً للمعلومات المتوفرة لديه، فإنه يختارها عن قصد (حجاب، 2004 : 385).

¹ - صدرت بعد فترة هذه الدراسة صحيفة الزمن اليومية، لذا تم استبعادها من الدراسة.

• فئات التحليل ووحداته:

يُقصد بفئات التحليل التصنيفات التي يضعها الباحث لكل فئة من فئات تصنيف المضمون، بحيث يتضح له إطار وحدود استخدامها (عمر، 2002 : 238). وبعبارة أخرى من المهم أن تكون الفئات المستخدمة في التحليل مُعرفة بشكل دقيق، بحيث يتم الوصول إلى نفس النتائج فيما لو قام باحث آخر بتحليل نفس المضمون، إذ أن العبرة في الإجراءات المنهجية وليست في الإجراءات التطبيقية (الصرايرة، 1993 : 119-156 - ورقة علمية).

وقد تم تحديد فئات تحليل المضمون في هذه الدراسة على النحو التالي:

1 - فئة نوع المضمون: ويُقسم إلى مادة صحفية ويشمل كل النشاط الصحفي، ومادة إعلانية ويشمل كافة النشاط الإعلاني في الصحيفة، وهي الإعلانات التجارية والمبوبة، وموضوعات الخدمات الصحفية.

2 - فئة توزيع المضمون الصحفي: ويشمل فئتين الأولى تتضمن المادة الصحفية باستثناء المضمون الاقتصادي، وتشمل الفئة الثانية المادة الاقتصادية فقط.

3 - فئة المضامين الصحفية: وهي كافة المضامين الصحفية بما فيها المضامين الاقتصادية، وتشمل المضامين الرياضية، الثقافية والفنية، السياسية، الحروب والصراعات، التربية والتعليم، الصحة والبيئة، الدينية، الاهتمامات الإنسانية، الخدمات الثابتة، المرأة والأسرة، العلمية، القضاء والقانون، الاجتماعية، أخرى.

4 - فئة الموضوع: وهي كافة الموضوعات الاقتصادية المتخصصة وتشمل الموضوعات المتعلقة بالبورصات، التخطيط الاقتصادي، العمل والعمال، المواصلات

والاتصالات، الشؤون التجارية والاستهلاكية، السياحة، الزراعة والثروة المائية والحيوانية، النفط والغاز والطاقة، المصارف، الخدمات الاقتصادية، الصناعة والتعدين، العقارات والمقاولات، الاستثمار، الجرائم الاقتصادية، التأمين، الضرائب والرسوم، أخرى.

5 - فئة الأنماط الصحفية: وهي عبارة عن الفنون الصحفية المستخدمة في عرض الموضوعات الاقتصادية، كالخبر، التقرير، الصور والرسوم البيانية، المقال، الحديث، التحقيق، الاستطلاع، الكاريكاتير، أخرى.

6 - فئة المصدر: وهي المصادر التي تعتمد عليها الصحف في الموضوعات الاقتصادية وتشمل: المندوب، المراسل، المستكتب، مؤسسات اقتصادية محلية حكومية وخاصة، وكالات، شبكة المعلومات الدولية، وكالة الأنباء العمانية، وكالة رويترز للأخبار، وكالة الأنباء الفرنسية، وكالات أنباء عربية، صحف ودوريات، وكالة الأسوشيتدبرس الأمريكية، وكالة UPI الأمريكية، بلا مصدر، وكالات أنباء أخرى.

7 - فئة البعد الجغرافي: وهي الإجابة على سؤال أين، أي الموقع الجغرافي للحدث الاقتصادي، ويشمل هذا البعد المناطق التالية: سلطنة عمان، دول مجلس التعاون الخليجي، الدول العربية، الدول الآسيوية، الدول الأفريقية، الدول الأوروبية وأستراليا ونيوزلندا، دول أمريكا الشمالية، دول أمريكا اللاتينية، أخرى.

8 - فئة الوظيفة: وهي عبارة عن الفائدة التي تقدمها المضامين الاقتصادية للقارئ، وهي إما إعلامية، أو تفسيرية، أو استشرافية، أو أخرى.

9 - فئة الصور والرسوم: وهي الصور والرسوم المصاحبة للمضامين الاقتصادية، والصور إما شخصية، أو جماعية، أو صورة حدث. وبالنسبة للرسوم فتشمل الجداول والرسوم البيانية والتوضيحية، أو أخرى.

10 - فئة أسلوب المعالجة: وهو أسلوب تحرير الموضوعات الاقتصادية، ويشمل الأسلوب العام الواضح، والأسلوب المتخصص المعتمد على عرض المصطلحات الاقتصادية المتخصصة، أخرى. وقد قام الباحث بنفسه بتصنيف الموضوعات الاقتصادية من حيث أسلوب معالجتها.

11 - فئة نوع التغطية: وهي تلك الموضوعات الاقتصادية التي نشرت قبل وقوع الحدث، وقد أطلق الباحث عليها الموضوعات الاقتصادية ذات التغطية التمهيدية. أما الموضوعات التي نشرت بعد وقوع الحدث فقد أطلق البحث عليها الموضوعات الاقتصادية ذات التغطية التسجيلية.

12 - فئة موقع النشر: أي الصفحات التي نشرت فيها الموضوعات الاقتصادية. وقد تم تقسيم هذه الصفحات إلى الصفحة الأولى، الصفحات الداخلية، الصفحة الأخيرة.

أما وحدات التحليل فيقصد بها " الشفرات الأساسية للتحليل، والشفرة هي أصغر تقسيم أو قطاع من المضمون، من أمثلتها الكلمة، الفكرة، الجملة، الفقرة، والقصة أو الموضوع ". واعتمدت هذه الدراسة الموضوع كوحدة لتحليل المضمون، وسم/عمود لقياس المساحة، وهي أكثر وحدات القياس استخداماً في دراسات تحليل المضمون، إلى جانب التكرارات لقياس عدد القصص أو الموضوعات الاقتصادية وغير الاقتصادية (الصرايرة، 1993 : 119 - 156).

• اختبار الصدق والثبات:

يُعد هذا الاختبار من الإجراءات الضرورية التي يجب تنفيذها، وذلك للوصول إلى دقة التصنيف ومطابقة النتائج، من خلال قيام جهة محايدة بتصنيف عينة المضمون ومطابقتها مع النتائج التي توصل إليها الباحث. ويقصد بمفهوم الصدق أن الاختبار يقيس بالفعل الوظيفة المحددة لقياسها، دون أن يقيس وظيفة أخرى إلى جانبها أو بديلاً عنها. ويُقصد بمفهوم الثبات استقرار نتائج البحث فيما لو تم تنفيذ القياس على نفس المجموعة من الأفراد بعد مدة زمنية. ويقترن مفهوم الثبات بمفهوم الموضوعية أيضاً. أي عدم تأثر النتائج بصورة جوهرية فيما لو تغير الباحث أو المبحوث (عريفج، وآخرون، 1987 : 92 - 98).

وقد تم تطبيق اختبار الصدق في هذه الدراسة بعد وضع تعريفات إجرائية واضحة ومحددة للفئات المراد تصنيفها لا تقبل التداخل، وعرضها على عدد من المحكمين بقسم الإعلام بجامعة السلطان قابوس، الذين ادخلوا عليها بعض التعديلات. أما اختبار الثبات فتم إجراؤه بقيام باحثين (الباحث والمشرف الرئيس) بعملية التصنيف، الأمر الذي عزز دقة التصنيف من خلال الارتكاز على قرار جماعي وليس فردياً في هذا المجال.

الفصل الرابع

نتائج الدراسة التحليلية والاستطلاعية ومناقشتها

• أولاً: نتائج الدراسة التحليلية:

• مدخل عام:

كشفت دراسة تحليل المضامين الاقتصادية في الصحافة العمانية العديد من النتائج، نوجز أبرزها في إطار عام قبل تناولها تفصيلاً. فقد أظهرت النتائج بصورة عامة ما يلي:

• ارتفاع نسبة المضمون الصحفي باختلاف مجالاته في الصحافة اليومية العمانية عن المضمون الإعلاني.

• احتلت موضوعات الشؤون الاقتصادية الترتيب الثالث ضمن اهتمامات الصحافة اليومية العمانية، وسبقتهما في الترتيب الأول موضوعات الشؤون الرياضية، وتلتها موضوعات الشؤون الثقافية والفنية في الترتيب الثاني، وجاءت الموضوعات السياسية في الترتيب الرابع. وفي المقابل لم تحظ موضوعات الشؤون العلمية، والمرأة والطفل، والاجتماعية إلا باهتمام قليل.

• حازت الموضوعات الاقتصادية المتعلقة بقطاع البورصة على الاهتمام الأكبر للصحافة العمانية، تلتها موضوعات التخطيط الاقتصادي، ثم موضوعات العمل والعمال، وجاءت في الترتيب الرابع موضوعات قطاع المواصلات والاتصالات. وحازت القضايا المتعلقة بقطاعات الصناعة والتعدين، العقارات والمقاولات، وقطاع التأمين على نسبة منخفضة من التغطية مقارنة مع الموضوعات الأخرى.

- اعتماد الصحف العمانية بالدرجة الأولى على المندوب الصحفي كمصدر للأخبار الاقتصادية.
- غياب مصادر المعلومات (مندوب، وكالات، صحف ودوريات ... الخ) عن الكثير من الموضوعات الاقتصادية، سواءً على المستوى المحلي أو الدولي، الأمر الذي ترك المصدر مُجهلاً في كثير من الموضوعات.
- ارتفاع نسبة الموضوعات الاقتصادية المعدة من قبل بعض المؤسسات الحكومية والخاصة كمصادر للمادة الاقتصادية، منها وزارة القوى العاملة، ومؤسسة بيت الاستثمار العالمي (جلوبل).
- انخفاض نسبة مساهمة وكالة الأنباء العمانية، وكذلك نسبة مساهمة الصحف والدوريات المتخصصة كمصادر اقتصادية، في تغطية قضايا الشؤون الاقتصادية بالصحف اليومية العمانية.
- انخفاض نسبة الموضوعات الاقتصادية المنسوبة للوكالات العربية، كوكالة أنباء الشرق الأوسط (أ.ش.أ) ووكالة الأنباء الكويتية (كونا)، مقارنة بالوكالات الأخرى.
- اعتماد الصحف العمانية على الخدمات الاقتصادية للوكالات الأوروبية (رويترز والفرنسية) فيما يتصل بالأخبار الاقتصادية المتعلقة بالشأن الدولي، مقارنة بوكالات الأنباء الأمريكية (الأسوشيتد برس AP و ينايتد برس انترناشيونال UPI).
- التركيز على " الخبر والتقرير " كنمطين صحفيين لعرض معظم الموضوعات الاقتصادية، وانخفاض نسبة الأنماط الصحفية الأخرى كالمقالات والتحقيقات والأحاديث.

- تركزت اهتمامات الصحافة العمانية بتغطية النشاط الاقتصادي على الشأن الوطني، مقارنة بالشؤون الإقليمية والدولية.

- انخفاض نسبة الموضوعات التي تحمل رؤية استشرافية مبنية على التحليل والنقد من المضامين الاقتصادية، والتركيز على الجانب الإخباري والتفسيري للقضايا الاقتصادية.

- الالتزام بالأسلوب البسيط لعرض الموضوعات الاقتصادية، وتجنب استخدام المصطلحات الاقتصادية المتخصصة.

ونعرض فيما يلي النتائج التفصيلية للبحث، ونلقي الضوء أيضًا على بعض الجوانب الأخرى للدراسة، كالموقع (الصفحات) التي نشرت فيها الموضوعات الاقتصادية، وطبيعة تغطيتها، ونوعية الصور والرسوم المستخدمة. كما نعرض نتائج الدراسة الاستطلاعية (المسحية)، حول التحديات التي تواجه الصحافة الاقتصادية في السلطنة، وذلك بعرض آراء بعض الاقتصاديين ممن يمثلون مختلف القطاعات الاقتصادية، والإعلاميين والصحفيين العاملين في الأقسام الاقتصادية على وجه الخصوص، حول مستوى التغطية الاقتصادية ومقترحاتهم حول تطويرها، والتغلب على التحديات التي تواجهها.

• المضمون الصحفي والإعلاني:

يبين الجدول رقم (1) مستوى اهتمام الصحافة اليومية العمانية بالمضمون الصحفي، مقابل المضمون الإعلاني. حيث أوضحت النتائج أن صحف الدراسة الثلاث خصصت ما نسبته 67.77% من مجمل ما نشرته للمادة الصحفية، في حين خصصت ما نسبته 32.23% من المساحة للمادة الإعلانية. وتبين هذه النتائج أن الصحافة العمانية ممثلة في الصحف الثلاث

الوطن وعمان والشبيبة، تقيم حالة من التوازن بين ما هو صحفي وما هو إعلاني. حيث تعارفت الأوساط الأكاديمية على أن نسبة الثلثين للمادة الصحفية، مقابل الثلث للمادة الإعلانية يمثل حالة توازن مقبولة بين ما هو صحفي وما هو إعلاني.

جدول رقم (1)

مساحات فئات نوع المضمون ونسبها المئوية في الصحافة اليومية العمانية

الصحيفة	الوطن		عمان		الشبيبة		الصحف الثلاث	
	النسبة %	المساحة	النسبة %	المساحة	النسبة %	المساحة	النسبة %	نوع المضمون
مادة صحفية	60.11	115283	69.23	134410.25	74.09	138750.75	388444	67.77
مادة إعلانية	39.89	76492	30.77	59737.75	25.91	48518	184747.75	32.23
المجموع	100	191775	100	194148	100	187268.75	573191.75	100

أما على صعيد كل صحيفة على حدة، فيتضح من الجدول أن الشبيبة هي الصحيفة الأكثر اهتماماً بالمادة الصحفية، فقد بلغت نسبتها 74.09%، في حين بلغت في جريدة عمان 69.23%، وفي صحيفة الوطن 60.11%. ويرجع ذلك - كما يرى الباحث - إلى أن صحيفة الشبيبة تصدر ستة ملاحق صحفية متخصصة¹، موزعة على أيام الأسبوع باستثناء يوم الجمعة، وقد تم احتسابها ضمن المادة الصحفية، فجميعها من إصدار الصحيفة نفسها. وبالنسبة لجريدة عمان، فقد تم احتساب ملحق "شرفات الثقافي" فقط ضمن مادتها الصحفية²، أما بقية ملاحقها فقد استبعدت من الدراسة، باعتبارها أقرب إلى نشاطات العلاقات العامة منها إلى المادة الصحفية. وكذلك الحال بالنسبة لملاحق صحيفة الوطن³، فجميعها أشبه بنشرات العلاقات العامة، ومن إعداد مؤسسات أخرى، لذلك تم استبعادها من عينة الدراسة.

¹ - ملاحق الشبيبة اليومية من السبت إلى الأربعاء: عالم النجوم، أسرتي، المستقبل، اتصالات، آفاق، منوعات.
² - ملاحق جريدة عمان: شرفات هو الملحق الوحيد الذي تم احتسابه في الدراسة، وتم استبعاد ملحق حياتي باعتباره مجلة شكلا ومضمونا، أما بقية الملاحق فهي من إصدار مؤسسات أخرى.
³ - ملاحق صحيفة الوطن: لا توجد ملاحق من إصدار الصحيفة ذاتها في مرحلة إعداد هذه الدراسة.

وفيما يتعلق بالمضمون الإعلاني، فيوضح الجدول رقم (1) أن صحيفة الوطن استحوذت على أعلى نسبة إعلانية بلغت 39.89%. وانخفضت هذه النسبة في جريدة عمان إلى 30.77%، بينما بلغت في صحيفة الشبيبة 25.91%. وبذلك حققت الشبيبة أعلى نسبة للمادة الصحفية، وأدنى نسبة للمادة الإعلانية. وقد يرجع السبب في تفوق الوطن إعلانيًا، إلى كونها أول صحيفة تصدر باللغة العربية في سلطنة عمان، وربما يرجع ذلك أيضًا إلى أنها أول صحيفة يصدرها القطاع الخاص بالسلطنة، أو يُحتمل أن تكون هي الأكبر توزيعًا وبالتالي الأكثر استحوادًا على أكبر حصة إعلانية.

بالإضافة إلى ذلك، كشفت هذه الدراسة عن وجود خلط واضح في التعامل مع المادة الإعلانية، خاصة تلك التي نشرت تحت عنوان "خدمات صحفية". فقد اعتبرت هذه الدراسة أن كل مادة نشرت تحت هذا العنوان هي مادة إعلانية. وقد تبين للباحث أن بعض الصحف العمانية تشير إلى ذلك بوضوح باستخدامها عنوان "خدمات صحفية" في حين أن نفس المادة تنشر في صحف أخرى باعتبارها أخبارًا صحفية، دون الإشارة إلى طبيعتها الترويجية أو الإعلانية، وهو ما يعد تجاوزًا لأخلاقيات نشر الإعلانات الصحفية.

• المضمون الصحفي والمضمون الاقتصادي:

يكشف الجدول رقم (2) عن اهتمام الصحف العمانية - وهي صحف عامة - بالمادة الاقتصادية بشكل خاص، مقابل المادة الصحفية غير الاقتصادية بشكل عام. حيث يتضح من الجدول أن الموضوعات الاقتصادية شغلت مساحة قدرها 16.02% من مجمل المساحات المخصصة للمضمون الصحفي، في حين احتلت المضامين الأخرى ما نسبته 83.98% من مجمل المساحة في الصحافة اليومية العمانية.

جدول رقم (2)

مساحات فئات نوع المضمون الصحفي ونسبها المئوية في الصحافة اليومية العمانية

نوع المضمون الصحفي	الوطن		عمان		الشبيبة		الصحف الثلاث	
	المساحة	النسبة %	المساحة	النسبة %	المساحة	النسبة %	المساحة	النسبة %
مادة صحفية	96988.75	84.13	109412.75	81.40	119806	86.35	326207.50	83.98
مادة اقتصادية	18294.25	15.87	24997.50	18.60	18944.75	13.65	62236.50	16.02
المجموع	115283	100	134410.25	100	138750.75	100	388444	100

وتبين نتائج الدراسة - كما يتضح من الجدول نفسه - بأن جريدة عمان هي أكثر الصحف المحلية اهتمامًا بالتغطية الاقتصادية، مقارنة بالمساحة التي خصصتها للمادة الصحفية الأخرى. فقد بلغت نسبة المساحة المخصصة لموضوعاتها الاقتصادية 18.60%، مقابل 81.40% للموضوعات غير الاقتصادية. وتلتها في ذلك صحيفة الوطن، إذ بلغت نسبة موضوعاتها الاقتصادية من إجمالي نسبة الموضوعات الصحفية 15.87%. أما صحيفة الشبيبة، وهي الصحيفة التي خصصت أعلى نسبة للمادة الصحفية - كما تمت الإشارة إلى ذلك في الجدول رقم (1) - فقد كانت حصة المادة الاقتصادية فيها 13.65%.

ويرى الباحث أن اهتمام الصحافة العمانية بتغطية موضوعات الشؤون الاقتصادية، مقارنةً بغيرها يرجع إلى التطور الاقتصادي الذي تشهده السلطنة، خاصة في قطاعات البورصة والعمل والعمال والاتصالات والمواصلات وغيرها. كما شهد اقتصاد دول مجلس التعاون الخليجي والدول العربية، تطوراً ملحوظاً في السنوات الماضية، فضلاً عن نمو الاقتصاد الدولي،

ونشاط المؤسسات الإقليمية والدولية، وظهور التكتلات الاقتصادية. وربما يرجع ذلك إلى التوجه نحو السوق الحرة، وخصخصة الاقتصاد في العديد من دول العالم.

ولذلك فقد خصصت الصحف الثلاث (الوطن، عمان، الشبيبة)، ما يقرب من ست صفحات يومية للموضوعات الاقتصادية، تبدأ من الصفحة الأولى من بداية الجزء الثاني للصحيفة، أي الصفحات من (18 - 23)، تزيد أحياناً أو تقل حسب الفعاليات الاقتصادية. ومع بداية عام 2008، غيرت المؤسسة العمانية للصحافة والطباعة والنشر والتوزيع - ناشر صحيفة الوطن - الجزء الثاني من صحيفتها، فتحوّلت الصفحات الاقتصادية إلى ملحق اقتصادي يومي من (12) صفحة. أما بالنسبة لصحيفتي عمان والشبيبة فلم يطرأ أي تغيير على صفحاتها الاقتصادية، أثناء فترة الدراسة.

• الموضوعات الصحفية:

يشير الجدول رقم (3) إلى حجم اهتمام الصحافة في سلطنة عمان بالموضوعات الصحفية بشكل عام، حيث يتضح من هذا الجدول أن الموضوعات المتعلقة بالشؤون الرياضية، استحوذت على اهتمام الصحافة العمانية في المقام الأول، إذ بلغت نسبتها 19.34%، من مجمل مساحة المادة الصحفية، التي وزعت في هذه الدراسة على (14) فئة من فئات المضمون. وتأتي في المرتبة الثانية الموضوعات المتعلقة بالشؤون الثقافية والفنية، بنسبة 17.37%، تلتها موضوعات الشؤون الاقتصادية في المرتبة الثالثة، حيث بلغت نسبتها 16.02%. أما الموضوعات المتعلقة بالشؤون السياسية، فجاءت في المرتبة الرابعة، بنسبة 12.63% من إجمالي المساحة المخصصة للموضوعات الصحفية المختلفة.

جدول رقم (3)

مساحات فئات الموضوع الصحفي ونسبها المئوية في الصحافة اليومية العمانية

الصحف الثلاث		الشبيبة		عمان		الوطن		الصحيفة
النسبة %	المساحة	النسبة %	المساحة	النسبة %	المساحة	النسبة %	المساحة	الموضوع الصحفي
19.34	75130.50	18.65	25876.5	19.95	26811.75	19.47	22442.25	الشؤون الرياضية
17.37	67458.50	19.51	27065.75	15.35	20631.25	17.14	19761.5	الشؤون الثقافية والفنية
16.02	62236.5	13.65	18944.75	18.60	24997.5	15.87	18294.25	الشؤون الاقتصادية
12.63	49065.25	8.85	12283	15.78	21215.25	13.50	15567	الشؤون السياسية
8.60	33406.50	6.95	9647.25	6.92	9299.25	12.54	14460	الحروب الصراعات
5.10	19822	7.45	10342	4.22	5675	3.30	3805	التربية والتعليم
4.89	18998.50	4.41	6114	6.07	8157.25	4.10	4727.25	الصحة والبيئة
3.59	13939.75	3.74	5185.75	3.05	4103.50	4.03	4650.50	الشؤون الدينية
3.17	12322.25	3.60	4994.25	2.92	3920.50	2.96	3407.50	الاهتمامات الإنسانية
2.42	9392	1.87	2597	2.71	3644.50	2.73	3150.50	الخدمات الثابتة
2.37	9199.50	4.73	6560.50	1.50	2016.25	0.54	622.75	شؤون المرأة والأسرة
2.10	8150.50	4.01	5565.25	0.91	1217.50	1.19	1367.75	الشؤون العلمية
1.21	4696.25	1.04	1449.75	0.99	1325	1.67	1921.50	الشؤون القضائية والقانونية
1.18	4579.50	1.52	2111	1.03	1383.25	0.94	1085.25	الشؤون الاجتماعية
0.01	26.5	0.01	14	0.01	12.50	0.02	20	أخرى
100	388444	100	138750.75	100	134410.25	100	115283	المجموع

وفي مقابل ارتفاع تمثيل بعض الموضوعات الاقتصادية، انخفضت نسبة موضوعات أخرى في هذه الدراسة، إذ يبين نفس الجدول موضوعات لم تحظ باهتمام الصحف اليومية العمانية، مثل موضوعات الاهتمامات الإنسانية، وهي الموضوعات الطريفة التي تثير فضول القارئ لمطالعتها، وأخبار الحوادث والكوارث الطبيعية وما شابهها. ومن هذه الموضوعات أيضاً موضوعات شؤون المرأة والطفل، الشؤون القضائية والقانونية، الشؤون الاجتماعية وغيرها، فقد حظيت بتغطية ضعيفة مقارنة بغيرها. ويوضح هذا الجدول بقية الموضوعات الصحفية، ونسبة تمثيلها في صحف الدراسة.

وعند استعراض نتائج الجدول رقم (3) على مستوى كل صحيفة على حدة، يتضح أن موضوعات الشؤون الرياضية والثقافية والاقتصادية والسياسية، هي أيضاً من أكثر الموضوعات التي شغلت اهتمام كل صحيفة على حدة، ولكن بدرجات متفاوتة. حيث يوضح هذا الجدول وجود تماثل بين اهتمامات الصحافة العمانية بشكل عام، واهتمامات صحيفة الوطن بشكل خاص، فجاءت هذه الموضوعات الأربعة بنفس الترتيب فيها، وبدرجات متقاربة إلى حد ما.

وانفقت جريدة عمان مع الوطن في اهتمامها الأول وهو تغطية الموضوعات الرياضية، إذ بلغت نسبتها 19.95%، من مجمل مساحة الموضوعات الصحفية الأخرى، بينما بلغت في الوطن 19.47%. وتقدمت موضوعات الشؤون الاقتصادية في جريدة عمان على غيرها من الموضوعات، فجاءت في الترتيب الثاني بنسبة 18.60%. كما شغلت الموضوعات السياسية فيها مساحة قدرها 15.78% محتلة بذلك الترتيب الثالث، ثم تلتها في الترتيب الرابع الموضوعات الثقافية والفنية، حيث بلغت نسبتها 15.35%. أما صحيفة الشبيبة، فقد خالفت كلاً من صحيفتي الوطن وعمان في اهتمامها الأول، فجاءت موضوعات الشؤون الثقافية والفنية

عندها في المركز الأول بنسبة 19.51%، بدلاً من الموضوعات الرياضية، التي جاءت في المركز الثاني فيها بنسبة 18.65%، رغم أنها كانت صحيفة رياضية في بداية صدورها. أما بالنسبة للموضوعات الاقتصادية والسياسية، فقد تماثلت مع صحيفة الوطن في الترتيب، فجاءت أيضاً في المرتبة الثالثة والرابعة على التوالي بنسبة 13.65% و 8.85%، مع فارق واضح في حجم الاهتمام بالقضايا الاقتصادية، بينها وبين عمان والوطن، كما هو موضح في الجدول رقم (3).

وبين هذا الجدول أيضاً تصنيف الموضوعات الصحفية الأخرى في صحف الدراسة الثلاث، من حيث اهتمام كل صحيفة بها والمساحات المخصصة لها. ويمكن تفسير حجم اهتمام الصحف الثلاث بالموضوعات الرياضية بكثرة الفعاليات الرياضية التي تشهدها الساحة المحلية والإقليمية والدولية، في مختلف المجالات الرياضية، وربما يعود ذلك إلى شعبية بعض الألعاب الرياضية خصوصاً كرة القدم، لذلك بلغ عدد الصفحات المخصصة للنشاط الرياضي، ما بين (6-8) صفحات يومية تتغير أحياناً حسب النشاط الرياضي، وتقع في الجزء الثاني من كل صحيفة بعد الموضوعات الاقتصادية¹.

وبالنسبة لاهتمام الصحف بالموضوعات الثقافية والفنية، فيعود إلى الملاحق الثقافية أو الصفحات الثابتة المخصصة في الثقافة بشكل عام، منها ملحق "شرفات" الثقافي الأسبوعي الذي تصدره جريدة عمان، وملحق "آفاق" الأسبوعي لصحيفة الشبيبة، بالإضافة إلى صفحات "أشعة الوطن" الثقافية اليومية، التي تصدرها صحيفة الوطن². أما بالنسبة للموضوعات السياسية، فتدل نسبة ارتفاعها النسبي إلى الأحداث والقضايا التي تشهدها الكثير من دول العالم.

¹ - خصصت الوطن منذ بداية عام 2008 ملحقاً منفصلاً للأخبار الرياضية من (12) صفحة.
² - تحولت هذه الصفحات إلى ملحق ثقافي أسبوعي من (6) صفحات يصدر كل يوم ثلاثاء.

وقد تماثلت إلى حد كبير نتائج هذه الدراسة مع النتائج التي توصل إليها الباحثان Pamela J. Shoemaker و Akiba A. Cohen عام 2000 (2006 : 40 - 42) في دراستهما بعنوان " الأخبار حول العالم - News Around The World ". حيث استهدفت هذه الدراسة التعرف على موضوعات الأخبار التي شغلت أكبر قدر من المساحة، وذلك في عشر دول تختلف فيما بينها في النواحي الثقافية، والاجتماعية والدينية والسياسية والتنمية، وهي استراليا، تشيلي، الصين، ألمانيا، الهند، إسرائيل، الأردن، روسيا، جنوب أفريقيا، والولايات المتحدة الأمريكية، وذلك من خلال تحليل مضمون صحف الدراسة، وهي عبارة عن صحيفتين من كل دولة.

فقد أوضحت نتائج دراسة Shoemaker و Cohen أن الموضوعات الرياضية حازت على المرتبة الأولى من بين موضوعات الأخبار الصحفية الأخرى، ثم تلتها في المرتبة الثانية الموضوعات الثقافية، ثم موضوعات السياسة الداخلية، وجاءت موضوعات التجارة والصناعة في المرتبة الرابعة. أما في هذه الدراسة، فقد حازت الموضوعات الرياضية على المرتبة الأولى، والموضوعات الثقافية المرتبة الثانية أيضاً، وتقدمت الموضوعات الاقتصادية إلى المرتبة الثالثة بدلاً من المرتبة الرابعة في تلك الدراسة، في حين جاءت الموضوعات السياسية في المرتبة الرابعة بدلاً من المرتبة الثالثة في دراسة " الأخبار حول العالم - News Around The World ".

كما تقاربت نتائج هذه الدراسة مع نتائج دراسة الباحث سامي الشريف بعنوان " الأخبار العربية في الصحف الخليجية ¹ " (الشريف، 1996 : 103 - 148)، إذ استهدفت هذه الدراسة

¹ - اشتملت عينة الدراسة ست صحف خليجية هي صحيفة الاتحاد الإماراتية، القبس الكويتية، أخبار الخليج البحرينية، الراية القطرية، الرياض السعودية، عمان العمانية.

وصف المحتوى الموضوعي للأخبار العربية فقط، المنشورة في الصحف الخليجية والصور الإخبارية المصاحبة لها، وذلك باستخدام منهج تحليل المضمون.

وقد بينت نتائجها أن الأخبار العربية السياسية والاقتصادية والعسكرية والرياضية جاءت ضمن المراكز الأربعة الأولى، إذ حازت الموضوعات السياسية على المركز الأول، بينما حازت الموضوعات الرياضية على المركز الأول في هذه الدراسة. وجاءت الموضوعات الاقتصادية في المركز الثاني في دراسة الباحث سامي الشريف، في حين حازت الموضوعات الثقافية والفنية المركز الثاني في هذه الدراسة. وحازت الأخبار العسكرية على المركز الثالث، وقابلتها في هذه الدراسة الموضوعات الثقافية والفنية. أما الأخبار الرياضية فقد جاءت في المركز الرابع في دراسة الباحث سامي الشريف، بينما حازت على المركز الرابع في هذه الدراسة الموضوعات السياسية.

وفي هذا الصدد أيضاً أظهرت نتائج دراسة الباحث أحمد نفاذ (1996 : 155)، عن توزيع أخبار الصفحات الأولى في الصحف الإماراتية (الاتحاد، الخليج، البيان)، طبقاً لموضوع الخبر سواء كان سياسياً أو اقتصادياً أو غيره، إلى أن الأخبار السياسية، والعسكرية والأمنية، والاقتصادية، والاجتماعية جاءت في المراتب الأربع الأولى على التوالي. أما في هذه الدراسة فقد جاءت موضوعات الأخبار الرياضية، والثقافية والفنية، والاقتصادية، والسياسية في المراتب الأربع الأولى، وذلك في جميع صفحات الصحف العمانية الثلاث، وليس فقط في صفحاتها الأولى. وتدل هذه النتائج بأن هناك تماثلاً في الاهتمام بالموضوعات الصحفية بشكل عام، ولكن يوجد هناك نوع من التباين أيضاً وذلك في درجة الاهتمام بهذه الموضوعات.

• الموضوعات الاقتصادية:

بعد استعراض نتائج الدراسة التحليلية بشكل عام في الجداول الثلاثة السابقة، نعرض فيما يلي حجم اهتمام الصحافة العمانية بالمادة الاقتصادية بشكل مفصل، وذلك من حيث المساحات التي خصصتها للموضوعات الاقتصادية في كافة مجالاتها، والأنماط الصحفية التي اعتمدت عليها في عرض مادتها الاقتصادية، ومصادرها، وتوزيعها الجغرافي، وغيرها من المتغيرات الأخرى.

فقد كشفت الدراسة - كما هو مبين في الجدول رقم (4) - أن اهتمام الصحف العمانية بقضايا الشؤون الاقتصادية يركز في المقام الأول على قطاع البورصة، إذ بلغت نسبة المساحة التي خصصت لهذا القطاع 18.33%، من مجمل المساحة المخصصة للموضوعات الاقتصادية. وجاءت الموضوعات الاقتصادية المتعلقة بمجال التخطيط الاقتصادي في المرتبة الثانية بنسبة 14.68%. ولم يكن هناك فارق كبير بين قطاع العمل والعمال، وقطاع المواصلات والاتصالات في التغطية الاقتصادية للصحافة اليومية العمانية، حيث بلغت حصة قطاع العمل والعمال 10.94%، ليحتل المرتبة الثالثة، بينما بلغت حصة قطاع المواصلات والاتصالات 10.24%، ليحتل بذلك المرتبة الرابعة.

ويظهر من نفس الجدول، بأن السلطنة رغم اهتمامها بتنويع مصادر الدخل القومي، وذلك بتنمية وتطوير بعض القطاعات الاقتصادية، كقطاع السياحة والصناعة والاستثمار، إلا أن نسبة تغطية هذه الموضوعات جاءت متدنية مقارنة بالموضوعات الأخرى. وكذلك بالنسبة لقطاع العقارات والمقاولات، إذ شهدت السلطنة حركة اقتصادية نشطة في هذا القطاع منذ منتصف عام 2006، إلا أن انعكاس ذلك في التغطية الاقتصادية جاءت متدنية وبلغت 2.40% فقط.

جدول رقم (4)

مساحات فئات الموضوع الاقتصادي ونسبها المئوية في الصحافة اليومية العمانية

الصحيفة		الوطن		عمان		الشبيبة		الصحف الثلاث	
الموضوع الاقتصادي	المساحة	النسبة %	المساحة	النسبة %	المساحة	النسبة %	المساحة	النسبة %	المساحة
قطاع البورصات	2384.25	13.03	5739.75	22.96	3284.50	17.34	11408.50	18.33	
التخطيط الاقتصادي	2683.50	14.67	4029.50	16.12	2426	12.81	9139	14.68	
العمل والعمال	2245.25	12.27	1721.75	6.89	2843.25	15.01	6810.25	10.94	
المواصلات والاتصالات	2248.25	12.29	2050.75	8.20	2076.50	10.96	6375.50	10.24	
الشؤون التجارية والاستهلاكية	1730	9.46	1189.50	4.76	1917.50	10.12	4837	7.77	
قطاع السياحة	838.75	4.58	2122.25	8.49	1451	7.66	4412	7.09	
قطاع الزراعة والثروة المائية والحيوانية	1032.75	5.65	1626.50	6.51	1305	6.89	3964.25	6.37	
قطاع النفط والغاز والطاقة	939	5.13	1724.50	6.90	712.75	3.76	3376.25	5.42	
قطاع المصارف	1080.50	5.91	1214.75	4.86	933.50	4.93	3228.75	5.19	
الخدمات الاقتصادية	995	5.44	880.75	3.52	384.50	2.03	2260.25	3.63	
قطاع الصناعة والتعدين	1074	5.87	670	2.68	211.25	1.12	1955.25	3.14	
قطاع العقارات والمقاولات	346.50	1.89	735.50	2.94	411	2.17	1493	2.40	
الاستثمار	150	82.	435	1.74	416	2.19	1001	1.61	
الجرائم الاقتصادية	285.50	1.56	253.50	1.01	295	1.56	834	1.34	
قطاع التأمين	228	1.25	384.50	1.54	203	1.07	815.50	1.31	
الضرائب والرسوم	33	0.18	219	0.88	74	0.39	326	0.05	
أخرى	-	-	-	-	-	-	-	-	
المجموع	18294.25	100	24997.50	100	18944.75	100	62236.50	100	

أما على مستوى اهتمام كل صحيفة على حدة، فيظل قطاع البورصة في مقدمة

القطاعات الاقتصادية التي تلقى اهتماماً من جانب الصحافة المحلية، حيث بلغت نسبة المساحة

المخصصة له 22.96% في جريدة عمان، و 17.34% في الشبيبة. أما صحيفة الوطن فقد أولت اهتماماً أكبرًا للموضوعات المتعلقة بفئة التخطيط الاقتصادي، حيث بلغت نسبتها 14.67%، في حين جاء قطاع البورصة في المرتبة الثانية فيها بنسبة 13.03%. وجاءت موضوعات التخطيط الاقتصادي في جريدة عمان في المرتبة الثانية، حيث بلغت نسبتها 16.12%، بينما جاءت الموضوعات المرتبطة بقطاع العمل والعمال في المرتبة الثانية في صحيفة الشبيبة، وذلك بنسبة 15.01%. وقد اهتمت جريدة عمان في تغطيتها للقطاع السياحي عن غيرها من صحف الدراسة، حيث جاءت موضوعات هذا القطاع في المرتبة الثالثة بنسبة 8.49%، وبلغت نسبتها في الشبيبة 7.66%، وكانت أقلها في صحيفة الوطن حيث بلغت 4.58%.

وجاء قطاع المواصلات والاتصالات في المرتبة الثالثة في صحيفة الوطن، وذلك بنسبة 12.29%. أما صحيفة الشبيبة فقد أولت اهتماماً لموضوعات فئة التخطيط الاقتصادي في الدرجة الثالثة، وبلغت نسبتها 12.81%. وبالنسبة للموضوعات الاقتصادية التي جاءت في المرتبة الرابعة في الصحف الثلاث، فكانت في الوطن موضوعات قطاع العمل والعمال بنسبة 12.27%، والمواصلات والاتصالات في كل من صحيفتي عمان والشبيبة بنسبة 8.20% و 10.96%.

ويرى الباحث أن اهتمام الصحف المحلية بتغطية نشاط قطاع البورصة يعبر عن التطور الذي شهدته أسواق المال والأعمال على مستوى دول العالم بشكل عام، والخليجية بشكل خاص، وأثر ذلك في أداء سوق مسقط للأوراق المالية سلباً أو إيجاباً. كما أثرت القوانين واللوائح التي أصدرتها الجهات المختصة لتنظيم عمل هذا القطاع من جانب، وتوفير البيانات والمعلومات لوسائل الإعلام من جانب آخر، فضلاً عن فتح المجال للاستثمارات

الأجنبية، ودعم صغار المستثمرين للاستثمار في البورصة، فقد نتج عن ذلك اهتمام وسائل الإعلام بشكل عام والصحافة بشكل خاص، بتغطية هذه التطورات المتسارعة.

وبما أن سلطنة عمان واحدة من العديد من الدول النامية التي تسعى إلى تنمية منظومتها الاقتصادية، سواءً على الصعيد المحلي أو الدولي، فجاءت موضوعات " التخطيط الاقتصادي " ضمن الاهتمامات المتقدمة للصحافة فيها. وتتعلق هذه الموضوعات بالبرامج والخطط التنموية التي تنفذها السلطنة على المستوى الداخلي، والاتفاقيات التي تبرمها مع غيرها من الدول أو المنظمات لتنفيذ المشاريع التنموية على المستوى الخارجي. وتركز السلطنة في برامجها التنموية على أهمية بناء الإنسان العماني باعتباره هدف التنمية، لذلك ترجمت هذه الرؤية في الصحافة بموضوعات العمل والعمال. حيث اشتملت على كافة المضامين المتعلقة بالتدريب والتأهيل والتعمين.

ويُعد قطاع المواصلات والاتصالات من القطاعات الاقتصادية النشطة في عُمان، لذا جاءت نسبة الموضوعات المتعلقة بالاتصالات السلكية واللاسلكية، وإنشاء الطرق والجسور، وتطوير الموانئ مرتفعة في الصحافة المحلية. وربما ارتفعت نسبة موضوعات هذا القطاع أيضاً بعد تدشين خدمات الشركة العمانية القطرية للاتصالات (النورس) سنة 2005، مما خلق منافسة كبيرة بينها وبين الشركة العمانية للاتصالات المتنقلة (عمان موبايل)، حيث انعكس هذا التنافس في الصحافة اليومية، في شكل موضوعات اقتصادية.

وفي مقابل متابعة الفعاليات الاقتصادية، التي جاءت ضمن أولويات الصحافة المحلية وهي (البورصة، التخطيط الاقتصادي، العمل والعمال، المواصلات والاتصالات)، كشفت هذه الدراسة عن انخفاض نسبة تغطية موضوعات بعض القطاعات مثل قطاع الصناعة والتعدين،

العقارات والمقاولات، السياحة، وهي من القطاعات الاقتصادية النشطة على المستوى المحلي، خصوصاً قطاع الصناعة الذي يُعد من أوائل القطاعات الاقتصادية الناشئة في السلطنة، إلا أن نسبة تمثيله في الصحافة المحلية لم تتجاوز 3.14% فقط من مجمل مساحة المضامين الاقتصادية.

حيث يُشير الكتاب الإحصائي السنوي الصادر عن وزارة الاقتصاد الوطني (مركز المعلومات والنشر، 2007 : 265) أن مساهمة الأنشطة الصناعية في الناتج المحلي الإجمالي لعام 2006 بلغت 14.2%، وبلغت مساهمة الأنشطة العقارية والإيجارية وأنشطة المشاريع التجارية 3.8% من إجمالي الناتج المحلي للأنشطة الخدمية بشكل عام التي بلغت 38.0%. في حين بلغت نسبة تغطية هذه الأنشطة في الصحافة المحلية 3.14%، من إجمالي المساحة المخصصة للموضوعات الاقتصادية. وبالنسبة للشؤون التجارية والاستهلاكية فقد بلغت نسبة تغطيتها في الصحافة المحلية 7.77%، في حين بلغت نسبة مساهمتها في الناتج المحلي 10.8% من إجمالي الناتج المحلي للأنشطة الخدمية.

إلى جانب ذلك يلقي القطاع السياحي اهتماماً كبيراً من الحكومة والقطاع الخاص، حيث أنشئت وزارة مختصة لتفعيل دور هذا القطاع في التنمية الاقتصادية سنة 2004، وبالرغم من ذلك لم تتجاوز نسبة الموضوعات السياحية 7.09%، من إجمالي الموضوعات المخصصة للمضمون الاقتصادي. وكذلك الحال بالنسبة لقطاع العقارات والمقاولات، الذي يشهد تطوراً متسارعاً ليس فقط على المستوى الوطني بل على مستوى المنطقة العربية كلها، في المقابل شغلت هذه الموضوعات مساحة قدرها 2.40% فقط. وهكذا يتضح من الجدول رقم (4) غياب التوازن النسبي في التغطية بين واقع الاقتصاد المحلي وبين ما تعكسه الصحافة المحلية.

حيث تُركز الصحافة على إبراز بعض القطاعات الاقتصادية في حين تغفل تغطية قطاعات أخرى، خاصة أن السلطنة تسعى من خلال خطتها الخمسية الحالية (2006 - 2010)، إلى زيادة الإيرادات غير النفطية، وذلك برفع إنتاجية القطاعات الاقتصادية، كالقطاع السياحي والصناعي والزراعي وغيرها، بهدف تحقيق إستراتيجية التنمية الشاملة المتمثلة في الرؤية المستقبلية للاقتصاد العماني 2020 (وزارة الإعلام، 2007 - 2008 : 176).

ويُلاحظ من هذا الجدول أيضاً أن الموضوعات المرتبطة بفئة " الجرائم الاقتصادية " قد شغلت نسبة 1.34%، من مجمل مساحة الموضوعات الاقتصادية المختلفة. وقد يعني ذلك أن الصحافة الاقتصادية لم يحن لها التطرق إلى ما وراء الحدث الاقتصادي بالشكل المطلوب، للكشف عن الأساليب الملتوية والفساد الإداري في التعاملات الاقتصادية، خاصة في الموضوعات التجارية والاستهلاكية التي جاءت نسبتها 7.77%، كما هو مبين في الجدول رقم (4)، وذلك في إطار الالتزام بالتشريعات الصحفية، وأخلاقيات المهنة.

فقد أشارت إحصائيات وزارة الاقتصاد الوطني لعام 2006، إلى أن جرائم البياقة البيضاء (الرشوة والفساد، الاختلاس، التزوير) بلغت (129) جريمة في مختلف مناطق السلطنة، بخلاف الجرائم ضد الممتلكات (سرقة السيارات، الإحراق العمد) التي بلغت في عام 2006 (433) جريمة (مركز المعلومات والنشر، 2007 : 445).

وقد أشار الباحث إبراهيم خليل رجب (1998 : 211 - 226)، في دراسته عن الصفحات الاقتصادية في الصحف الكويتية، إلى وجود حالة من فقدان التوازن في التغطية الصحفية للقطاعات الاقتصادية المختلفة. حيث توصل إلى أن الموضوعات المرتبطة بالبورصة، حازت على النسبة العظمى من المساحة المخصصة مقارنة بالقضايا الاقتصادية الأخرى، أي

نحو 50% من المساحة اليومية في المتوسط. في حين لم تحظ القطاعات الأخرى إلا باهتمام محدود جدًا، كالقطاع العقاري والتجاري والصناعي، وقطاع الخدمات والنفط. وهذا ما أكدته نتائج هذه الدراسة أيضًا، إذ حازت موضوعات البورصة على اهتمام الصحافة العمانية في الدرجة الأولى، ولم تحظ قطاعات العقارات والمقاولات والشؤون التجارية، والصناعة والتعدين إلا باهتمام ضئيل.

• أنماط المضمون الاقتصادي:

يوضح الجدول رقم (5) الأنماط أو الفنون الصحفية التي استخدمتها صحف الدراسة في عرض المادة الاقتصادية. إذ يتبين أن 40.21% من الموضوعات الاقتصادية عرضت كمادة خبرية، وأن 32.48% منها عرضت بنمط التقرير الصحفي. والتقرير عبارة عن مادة إخبارية تتضمن معلومات وبيانات مفصلة عن حدث معين. وتتطلب طبيعة بعض الموضوعات الاقتصادية استخدام أنماط صحفية معينة كالرسوم البيانية والجداول التوضيحية، لذلك جاءت نسبة هذه الفئة من الأنماط مرتفعة مقارنة بغيرها من الأنماط الصحفية، حيث بلغت 11.43%.

ورغم أن المقال الصحفي هو من الأنماط الصحفية الذي يستخدم لتفسير وتحليل القضايا الاقتصادية ومناقشتها، إلا أن نسبة تمثيله في الصحافة المحلية كانت متدنية وبلغت 5.05%، وكذلك بالنسبة لنمطي الحديث والتحقيق الصحفي، إذ جاءت نسبتهما أقل من نسبة المقال، بلغت 4.19% للحديث، 2.94% للتحقيق.

ويرجح الباحث سبب انخفاض نسبة هذه الأنماط في الصحافة العمانية، إلى عدم وجود صحفيين متخصصين في الشؤون الاقتصادية، ممن لديهم مؤهلات علمية في هذا التخصص أو في فروع المتنوعة، وخبرة في التعامل مع القضايا الاقتصادية، وربما يرجع ذلك أيضًا إلى قلة

الاستعانة بخدمات المستكثبين المختصين في الشؤون الاقتصادية، وذلك لارتفاع مطالباتهم المالية بحيث لا تستطيع هذه الصحف توفيرها لهم¹. ومن هذه الأسباب برأي الباحث أيضاً، قيام بعض المؤسسات الصحفية بإصدار تعميمات إدارية تتعلق بنقل صحفيين من الأقسام الأخرى - كالقسم الرياضي أو الفني مثلاً- إلى القسم الاقتصادي، الأمر الذي يؤثر وبشكل كبير على إنتاج هذا القسم، إذ أن الدراية بالمجال الاقتصادي ربما لا تؤخذ بعين الاعتبار في هذه المؤسسات، عند اختيار الكادر المتخصص في المجال الاقتصادي. وربما يرجع ذلك إلى ضغط العمل في الأقسام الاقتصادية، وعدم وجود عدد كاف من الصحفيين لتغطية فعاليات النشاط الاقتصادي المتسارع.

جدول رقم (5)

مساحات فئات أنماط المضمون الاقتصادي ونسبها المئوية في الصحافة اليومية العمانية

المجموع		الشبيبة		عمان		الوطن		الصحيفة
النسبة %	المساحة	النسبة %	المساحة	النسبة %	المساحة	النسبة %	المساحة	أنماط المضمون الاقتصادي
40.21	25026.25	37.84	7169.50	39.76	9940.25	43.27	7916.50	الخبر
32.48	20216.75	34.65	6564.75	27.92	6978.25	36.48	6673.75	التقرير
11.43	7112.75	10.67	2020.50	15.03	3756.25	7.30	1336	الصور والرسوم البيانية
5.05	3143.75	3.82	724	5.20	1300.25	6.12	1119.50	المقال
4.19	2605.50	3.06	580	5.72	1431	3.25	594.50	الحديث
2.94	1827	2.17	412	3.14	785	3.44	630	التحقيق
2.92	1818	7.29	1382	1.65	412	0.13	24	الاستطلاع
0.64	400.50	0.40	76	1.30	324.50	-	-	الكاركاتير
0.14	86	0.08	16	0.28	70	-	-	أخرى
100	62236.50	100	18944.75	100	24997.50	100	18294.25	المجموع

¹ - استخلص الباحث هذه الأسباب من دراسة التحديات التي تواجه الصحافة الاقتصادية.

وبقراءة بيانات الجدول رقم (5) يتضح بأن كل صحيفة على حدة حافظت أيضًا على الترتيب العام لهذه الأنماط الثلاث (الخبر، التقرير، الصور والرسوم البيانية) في تغطيتها الاقتصادية، وينسب مقاربة إلى حد ما، لكنها اختلفت فيما بينها في استخدام أنماط (المقال، الحديث، الاستطلاع). إذ جاء المقال الصحفي في المرتبة الرابعة في صحيفة الوطن بنسبة 6.12%، في حين احتل المرتبة الخامسة في كل من عمان والشبيبة، بنسبة 5.20% و 3.82%. أما الحديث الصحفي فجاء في المرتبة الرابعة في جريدة عمان بنسبة 5.72%، بينما احتل المرتبة السادسة في كل من الوطن والشبيبة، بنسبة 3.25% و 3.06%.

وبالنسبة للاستطلاع الصحفي، وهو عمل ميداني يقوم به الصحفي لمعرفة آراء الناس حول حدث أو ظاهرة معينة، كارتفاع الأسعار مثلاً، أو تنفيذ مشروع اقتصادي في منطقة سكنية، فقد تميزت الشبيبة في استخدام هذا النمط في الموضوعات الاقتصادية، مقارنة بصحيفتي الوطن وعمان. حيث احتل المرتبة الرابعة فيها بنسبة 7.29%، بينما بلغت نسبته في كل من الوطن وعمان 0.13% و 1.65%. أما التحقيق الصحفي فلم يحظ إلا باهتمام ضئيل، مقارنة بغيرها من الأنماط الصحفية.

وهذا أيضًا ما أكدّه الباحث إبراهيم خليل رجب (1998 : 211 - 226)، في دراسته حول الصفحات الاقتصادية في الصحف الكويتية التي أشرنا إليها. فقد توصل إلى أن الخبر الصحفي هو النمط الغالب لعرض الأخبار الاقتصادية، في حين لم تحظ الأنماط الصحفية الأخرى كالمقال الصحفي والتحقيق بأدنى اهتمام. أما في هذه الدراسة، فقد عرضت معظم الموضوعات الاقتصادية بنمط الخبر والتقرير الصحفي، في حين لم تحظ الأنماط الصحفية الأخرى إلا بتمثيل ضئيل، بالرغم من أهميتها في تحليل القضايا الاقتصادية ومناقشتها.

وبذلك تماثلت نتائج الدراستين في التركيز على استخدام الخبر كنمط صحفي لتغطية قضايا الشؤون الاقتصادية، أما الأنماط الصحفية الأخرى فلم تستغل بالشكل المطلوب.

• مصادر المضمون الاقتصادي:

تعتمد الصحف على العديد من المصادر للحصول على مادتها، فكلما زادت مصادرها تنوعت مادتها الصحفية. وبالنظر إلى الجدول رقم (6) - الذي يحتوي على (14) فئة للمصادر - يتبين أن الصحف المحلية العمانية اعتمدت في المقام الأول على مصادرها الذاتية في الحصول على المادة الاقتصادية، حيث بلغت نسبة فئة " المندوب " كمصدر للأخبار الاقتصادية 36.60%. كما يتبين من الجدول أن الموضوعات الاقتصادية التي جاءت في فئة " بلا مصدر " قد شغلت مساحة قدرها 21.66%، من مجمل مساحة الموضوعات الاقتصادية محتلة بذلك المرتبة الثانية. وتعد هذه النسبة مرتفعة جدًا مقابل نسبة الموضوعات الاقتصادية المحددة المصادر التي بلغت 78.34%.

وقد ساهمت المصادر التي جاءت في فئة " مؤسسات حكومية وخاصة " بموضوعات اقتصادية بلغت نسبتها 10.13%، من مجمل مساحة الموضوعات الاقتصادية الأخرى، محققة بذلك الترتيب الثالث للمصادر الاقتصادية في الصحافة اليومية العمانية. وتشمل هذه الفئة من المصادر مؤسسات حكومية وخاصة، ساهمت بإعداد مادة اقتصادية متخصصة، ومن هذه المؤسسات وزارة القوى العاملة، حيث تعد مادة أسبوعية متخصصة في قطاع العمل والعمال. ومنها أيضًا مؤسسة بيت الاستثمار العالمي " جلوبل " - الكويت، المتخصصة في أسواق المال والأعمال، ووزارة الزراعة، ووزارة الاقتصاد الوطني المتخصصة في إعداد موضوعات التخطيط الاقتصادي.

جدول رقم (6)

مساحات فئات مصادر المضمون الاقتصادي ونسبها المئوية في الصحافة اليومية العمانية

الصحيفة		الوطن		عمان		الشبيبة		الصحف الثلاث	
مصادر المضمون الاقتصادي	المساحة	النسبة %	المساحة	النسبة %	المساحة	النسبة %	المساحة	النسبة %	النسبة %
المندوب	6276.25	34.31	9772.75	39.09	6730.50	35.53	22779.50	36.60	
بلا مصدر	6044.50	33.04	2926.75	11.71	4511	23.81	13482.25	21.66	
مؤسسات حكومية وخاصة	1542.75	8.43	3177	12.71	1584.75	8.37	6304.50	10.13	
وكالة رويترز للأنباء	766	4.19	2926.75	11.71	1226.50	6.47	4919.25	7.90	
شبكة المعلومات الدولية	-	-	1785.25	7.14	1782.50	9.41	3567.75	5.73	
وكالة الأنباء العمانية	1145.75	6.26	803	3.21	1159	6.12	3107.75	4.99	
المستكتب	786.75	4.30	714.75	2.86	753.75	3.98	2255.25	3.62	
المراسل	307.25	1.68	897.50	3.59	777.50	4.10	1982.25	3.19	
وكالات أنباء عربية	680	3.72	758.75	3.04	187	0.99	1625.75	2.61	
وكالة الأنباء الفرنسية	221	1.21	555	2.22	49.50	0.26	825.50	1.33	
وكالات	348.50	1.90	458	1.83	-	-	806.50	1.30	
صحف ودوريات	157.50	0.86	46.50	0.19	91.50	0.48	295.50	0.47	
وكالات أنباء أخرى	-	-	175.50	0.70	91.25	0.48	266.75	0.43	
وكالة UPI الأمريكية	18	0.10	-	-	-	-	18	0.03	
وكالة الاسوشيتدبرس الأمريكية AP	-	-	-	-	-	-	-	-	
المجموع	18294.25	100	24997.50	100	18944.75	100	62236.50	100	

بالإضافة إلى ما تقدم، يظهر الجدول رقم (6) أن وكالة رويترز للأنباء جاءت في

المركز الرابع كمصدر للصحف العمانية في المجال الاقتصادي. فقد بلغت نسبة الأخبار

الاقتصادية المنسوبة إليها 7.90%. كما بلغت نسبة الموضوعات الاقتصادية المنسوبة لوكالة الأنباء الفرنسية 1.33%، وبذلك بينت هذه الدراسة تفوق الوكالات الأوروبية على الوكالات الأمريكية، في تزويد الصحف العمانية بالأخبار الاقتصادية، حيث لم تتجاوز مساهمة كل من وكالة UPI الأمريكية نسبة 0.03%، في حين لم تساهم وكالة AP الأمريكية بأي موضوع اقتصادي في صحف الدراسة.

أما على صعيد كل صحيفة، فقد اعتمدت الصحف الثلاث على المندوب الصحفي كمصدر أول للموضوعات الاقتصادية، وينسب مقاربة أيضاً. إذ بلغت في الوطن 34.31%، وفي عمان 39.09%، وفي الشبيبة 35.53%. وبالإضافة إلى ذلك، يظهر الجدول رقم (6) وجود تماثل بين الصحافة العمانية بشكل عام وبين صحيفتي الوطن والشبيبة بشكل خاص في نسبة الأخبار الاقتصادية التي لا مصدر لها.

إذ جاءت فئة " بلا مصدر " في المرتبة الثانية في الصحيفتين، وذلك بنسبة 33.04% في الوطن، و 23.81% في الشبيبة، في حين جاءت هذه الفئة في المرتبة الثالثة بجريدة عمان بنسبة 11.71%، بدلاً عن فئة " المؤسسات الحكومية والخاصة "، كمصدر للأخبار الاقتصادية، التي جاءت في الترتيب الثاني فيها، وذلك بنسبة 12.71%. وبذلك تميزت عمان عن كل من الوطن والشبيبة، في نسبة الأخبار الاقتصادية التي لم تنسب لأي من المصادر المحددة في الجدول السابق، كما انخفضت نسبتها بشكل ملحوظ مقارنة بصحيفتي الوطن والشبيبة.

وجاءت الأخبار الاقتصادية بجريدة عمان المنسوبة إلى وكالة رويترز للأنباء في الترتيب الثالث أيضاً مع فئة " بلا مصدر"، وبنفس النسبة وهي 11.71%. أما في صحيفة الوطن فقد احتلت موضوعات فئة " مؤسسات حكومية وخاصة " فيها المركز الثالث بنسبة 8.43%،

بينما احتلت شبكة المعلومات الدولية (الإنترنت) كمصدر للموضوعات الاقتصادية بصحيفة الشببية في المركز الثالث بنسبة 9.41%.

وتوضح بيانات الجدول رقم (6) بأن الموضوعات الاقتصادية لوكالة الأنباء العمانية - وهي الوكالة الرسمية لسلطنة عمان - لم تحظ إلا بتمثيل قليل في هذه الدراسة بلغ 4.99% فقط، وذلك على مستوى الصحافة العمانية بشكل عام. أما على مستوى كل صحيفة، فجاءت موضوعاتها في المرتبة الرابعة في صحيفة الوطن، حيث بلغت نسبتها 6.26%. بينما جاءت موضوعات الوكالة في مراتب متأخرة في كل من جريدة عمان - وهي الجريدة الحكومية بسلطنة عمان - والشببية، وذلك كما هو موضح في الجدول رقم (6). أما مصادر الأخبار الاقتصادية التي جاءت في المركز الرابع في جريدة عمان فكانت شبكة المعلومات الدولية بنسبة 7.14%، وفي صحيفة الشببية فئة " مؤسسات حكومية وخاصة " بنسبة 8.37%.

ويلاحظ من الجدول رقم (6) الخاص بمصادر الموضوعات الاقتصادية، الذي يتضمن (16) مصدرًا، وجود وكالات أنباء عربية وغير عربية وصحف ودوريات اعتمدت عليها صحف الدراسة كمصادر للأخبار الاقتصادية. من هذه الوكالات وكالة أنباء الشرق الأوسط المصرية (أ.ش.أ)، ووكالة الأنباء الكويتية (كونا). أما وكالات الأنباء غير العربية، فكانت في مقدمتها وكالة الأنباء الألمانية (د.ب.أ)، ووكالة الصور الأوروبية (أ.ب.أ)، وهذا تأكيد آخر على تفوق الوكالات الأوروبية على الوكالات الأمريكية. وبالنسبة للصحف والدوريات - كمصادر للأخبار الاقتصادية للصحف المحلية - فجاءت في مقدمتها صحيفة الوطن السعودية، ثم صحيفة Washington Post الأمريكية، ومجلة The Economist البريطانية.

• التوزيع الجغرافي للمضامين الاقتصادية:

كشفت هذه الدراسة - كما يظهر في الجدول رقم (7) - أن 71.37%، من المضامين الاقتصادية المنشورة في الصحف العمانية مضامين محلية، وأن 28.63% منها مضامين خارجية، تتوزع على الدول العربية بنسبة 9.00%، ودول مجلس التعاون الخليجي بنسبة 7.82%، تليها في المرتبة الرابعة الدول الآسيوية¹، بنسبة 4.66%. وليس من الغريب أن ترتفع نسبة الموضوعات الاقتصادية لهذه المناطق في الصحافة العمانية، فالسلطنة دولة خليجية عربية آسيوية.

ويتبين من هذا الجدول أيضاً تصنيف الأبعاد الجغرافية الأخرى للمضامين الاقتصادية، ونسبة كل منها في صحف الدراسة الثلاث. حيث يتضح أن الموضوعات الاقتصادية لدول أمريكا الشمالية، وكذلك موضوعات الدول الأفريقية ودول أمريكا اللاتينية، لم تحظ باهتمام يذكر من جانب الصحافة العمانية.

وبالنظر إلى نتائج كل صحيفة على حدة، يتضح أن الموضوعات المحلية حازت على المرتبة الأولى في الصحف الثلاث، فبلغت أعلاها في الشببية وهي 75.06%، وبلغت أدناها في عمان وهي 66.99%، أما في الوطن فبلغت 73.52%. وبالنسبة للموضوعات الاقتصادية في الإطار الجغرافي للدول العربية - باستثناء دول مجلس التعاون الخليجي - فجاءت في المرتبة الثانية في كل من عمان والشببية، وذلك بنسبة 9.53%، و 11.38%، أما في صحيفة الوطن فجاءت في المرتبة الرابعة بنسبة 5.80%.

¹ - اعتبرت تركيا ضمن الدول الآسيوية في هذه الدراسة.

جدول رقم (7)

مساحات فئات التوزيع الجغرافي للمضامين الاقتصادية ونسبها المئوية في الصحافة اليومية العمانية

الصحيفة		الوطن		عمان		الشبيبة		الصحف الثلاث	
التوزيع الجغرافي	المساحة	النسبة %	المساحة	النسبة %	المساحة	النسبة %	المساحة	النسبة %	النسبة %
سلطنة عمان	13449.75	73.52	16746.50	66.99	14220.25	75.06	44416.50	71.37	
الدول العربية	1061	5.80	2383.50	9.53	2155.75	11.38	5600.50	9.00	
دول مجلس التعاون	1532.75	8.38	2155.75	8.62	1178	6.22	4866.50	7.82	
الدول الآسيوية	1174.75	6.42	1219.25	4.88	504.50	2.66	2898.50	4.66	
الدول الأوروبية، استراليا و نيوزلندا	547.50	2.99	1754	7.02	488.25	2.58	2789.75	4.48	
دول أمريكا الشمالية	518.50	2.83	478.50	1.91	356	1.88	1353.00	2.17	
الدول الأفريقية	-	-	161	0.64	10.50	0.06	171.50	0.28	
دول أمريكا اللاتينية	10	0.05	99	0.40	31.50	0.17	140.50	0.23	
أخرى	-	-	-	-	-	-	-	-	
المجموع	18294.25	100	24997.50	100	18944.75	100	62236.50	100	

وقد أولت صحيفة الوطن اهتماماً ملحوظاً بتغطية الموضوعات الاقتصادية لدول مجلس التعاون الخليجي، مقارنة بصحيفتي عمان والشبيبة، حيث حازت هذه الموضوعات على المرتبة الثانية فيها، بنسبة 8.38%، في حين جاءت هذه الموضوعات في المرتبة الثالثة في كل من عمان والشبيبة بنسبة 8.62%، و 6.22%.

واختلفت اهتمامات الصحف الثلاث في الإطار الجغرافي للدول الآسيوية، فجاءت في المرتبة الثالثة في صحيفة الوطن بنسبة 6.42%، وفي المرتبة الرابعة في الشبيبة بنسبة 2.66%، أما

في عمان فجاءت في المرتبة الخامسة حيث بلغت نسبتها 4.88%. وربما يعود انخفاض نسبة الموضوعات الاقتصادية الخارجية، إلى المصادر التي تعتمد عليها الصحف العمانية في الحصول على الأنباء الاقتصادية. حيث اعتمدت على " المندوب الصحفي المحلي " بدرجة كبيرة بلغت 36.60%، كما أشرنا إلى ذلك في الجدول رقم (6)، الذي يوضح أيضاً تدني نسبة الأخبار الاقتصادية المنسوبة لوكالات الأنباء الأمريكية، ولذلك من الطبيعي أن تقل نسبة أخبار دول أمريكا الشمالية واللاتينية إلى حد كبير.

وقد تماثلت نتائج هذه الدراسة مع النتائج التي توصل إليها الباحث إبراهيم خليل رجب في دراسته عن الصفحات الاقتصادية في الصحافة الكويتية التي أشرنا إليها سابقاً، إذ أكدت الدراسة أن القضايا الاقتصادية المحلية حازت على نصف المساحة الإجمالية للموضوعات الاقتصادية، في حين شغلت الموضوعات الاقتصادية الوطنية في هذه الدراسة أكثر من نصف المساحة.

• وظيفة المضامين الاقتصادية:

تتميز الصحافة كإحدى وسائل الاتصال الجماهيري عن وسائل الاتصال الأخرى، بدورها التفسيري والتثقيفي والتحليلي. وفي هذا الإطار، يتبين من الجدول رقم (8) أن 48.57% من الموضوعات الاقتصادية قامت بالوظيفة الإعلامية أو الإخبارية، وأن 40.76% منها قامت بالوظيفة التفسيرية. أما الوظيفة الاستشرافية المعتمدة على التحليل والبحث في المستقبل، فقد حظيت بنسبة 10.66%. ويدل انخفاض نسبة هذه الوظيفة في المضامين الاقتصادية برأي الباحث، إلى اعتماد الصحافة العمانية على الخبر الصحفي كنمط لعرض الموضوعات الاقتصادية، بدلاً من التنوع في استخدام الأنماط الصحفية، كالمقالات والتحقيقات التي تعرض فيها القضايا الاقتصادية بالتحليل والنقد. فقد بلغت نسبة الخبر الاقتصادي كنمط

صحفي 40.21%، بينما بلغت نسبة المقال 5.05%، والحديث 4.19%، والتحقيق 2.94% فقط

الجدول رقم (6).

جدول رقم (8)

مساحات فئات وظيفة المضامين الاقتصادية ونسبها المئوية في الصحافة اليومية العمانية

الصحيفة	الوطن		عمان		الشبيبة		الصحف الثلاث	
	المساحة	النسبة %	المساحة	النسبة %	المساحة	النسبة %	المساحة	النسبة %
وظيفة المضمون الاقتصادي	8354.50	45.67	12817	51.27	9058.25	47.81	30229.75	48.57
الوظيفة الإعلامية	7757.50	42.40	9826.50	39.31	7785.25	40.76	25369.25	40.76
الوظيفة التفسيرية	2182.25	11.93	2354	9.42	2101.25	11.09	6637.50	10.66
الوظيفة الاستشرافية	-	-	-	-	-	-	-	-
أخرى	-	-	-	-	-	-	-	-
المجموع	18294.25	100	24997.50	100	18944.75	100	62236.50	100

وكشفت الدراسة التحليلية لمضامين المقالات الاقتصادية، أن الوظيفة الاستشرافية التي

تضمنتها هذه المقالات، تركزت على سرد المعلومات دون تقديم رؤية مستقبلية معمقة عن

القضية التي تتناولها، وذلك بالتحليل والمناقشة وعرض وجهات نظر المختصين، للتعرف على

التحديات المحتملة أو الواقعية التي يمكن أن تواجهها، وآثارها المستقبلية. وقد يرجع ذلك أيضاً

إلى غياب الصحفي المتخصص سواء في الشؤون الاقتصادية بشكل عام، أو في القطاعات

الاقتصادية المتخصصة كقطاع البورصة أو الصناعة أو المصارف أو غيرها من القطاعات

الاقتصادية المتخصصة. وبالنظر إلى الجدول رقم (8) يتضح أيضاً، أن كل صحيفة من الصحف

الثلاث التزمت بنفس الترتيب لوظائف المضامين الاقتصادية، وبنسب متقاربة أيضاً.

• الصور والرسوم الاقتصادية:

تتطلب بعض الموضوعات الاقتصادية عرض رسوم بيانية أو جداول توضيحية، خاصة في الموضوعات المتعلقة بالبورصة، وأسعار العملات والنفط وما شابهها، إلى جانب نشر صور صحفية تتعلق بموضوع الحدث الاقتصادي نفسه. وفي هذا السياق يوضح الجدول رقم (9) أن الرسوم البيانية والجداول التوضيحية حظيت على أعلى نسبة بلغت 42.58%، من مجمل مساحة الصور والرسوم البيانية الاقتصادية. وجاءت بعدها صورة الحدث الاقتصادي، حيث بلغت نسبتها 36.73%، ثم الصورة الشخصية بنسبة 5.51%، تلتها الصورة الجماعية بنسبة 4.97%. كما يتضح من الجدول أن صحيفة الوطن خصصت ما نسبته 0.21% من مساحة الصور والرسوم لفئة "أخرى"، التي تشمل صور ورسوم لا علاقة لها بالموضوع.

جدول رقم (9)

مساحات فئات الصور والرسوم الاقتصادية ونسبها المئوية في الصحافة اليومية العمانية

الصحف الثلاث		الشبيبة		عمان		الوطن		الصحيفة
النسبة %	المساحة	النسبة %	المساحة	النسبة %	المساحة	النسبة %	المساحة	الصور والرسوم الاقتصادية
42.58	8356.50	36.85	2325.50	50.46	4311	36.03	1720	رسم بياني أو توضيحي
36.73	9172.75	51.37	3241.50	39.32	3359	53.88	2572.25	صورة الحدث
5.51	1080.50	7.43	468.75	6.00	512.25	2.08	99.50	الصورة الشخصية
4.97	975.50	4.35	274.75	4.22	360.50	7.13	340.25	الصورة الجماعية
0.21	42	-	-	-	-	0.88	42	أخرى
100	19627.25	100	6310.50	100	8542.75	100	4774	المجموع

وبالنسبة لكل صحيفة على حدة، فيوضح هذا الجدول أن صحيفة الوطن قدمت صورة الحدث الاقتصادي على الرسوم البيانية، إذ بلغت نسبة صورة الحدث فيها 53.88%، بينما بلغت نسبة الرسوم البيانية 36.03%. ولعل ذلك يرجع إلى أن الوطن اهتمت بتغطية موضوعات " فئة التخطيط الاقتصادي "، أكثر من تغطيتها للموضوعات المتعلقة بالبورصة، كما أشرنا في الجدول رقم (4).

• أسلوب معالجة المضامين الاقتصادية:

أشرنا في الفصل الأول من هذا البحث، إلى أن شرح الموضوعات الاقتصادية وتبسيطها وتوضيحها للقارئ، هي من أهم مهام المحرر الاقتصادي. حيث يبين الجدول رقم (10) أسلوب عرض المادة الاقتصادية في صحف الدراسة. وطبقاً لتقدير الباحث فإن معظم هذه الموضوعات عُرضت بالأسلوب البسيط، البعيد عن استخدام المصطلحات الاقتصادية.

جدول رقم (10)

مساحات فئات أسلوب معالجة المضامين الاقتصادية ونسبها المئوية في الصحافة اليومية العمانية

الصحيفة	الوطن		عمان		الشبيبة		الصحف الثلاث	
	المساحة	النسبة %	المساحة	النسبة %	المساحة	النسبة %	المساحة	النسبة %
الأسلوب العام	17750.50	97.03	24057	96.24	18152.75	95.82	59960.25	96.34
الأسلوب المتخصص	543.75	2.97	940.50	3.76	792	4.18	2276.25	3.66
أخرى	-	-	-	-	-	-	-	-
المجموع	18294.25	100	24997.50	100	18944.75	100	62236.50	100

كما يتبين من الجدول السابق أن كل صحيفة من الصحف الثلاث التزمت بالأسلوب البسيط لعرض موضوعاتها الاقتصادية. وقد يرجع ذلك إلى أن 40% من الموضوعات الاقتصادية التي نشرتها صحف الدراسة هي موضوعات خبرية - طبقاً للجدول رقم (5) - التي تخلو عادة من المصطلحات المتخصصة. وليس بالضرورة أن يكون سبب ذلك هو توضيح المادة الاقتصادية المتخصصة، وتبسيطها للقارئ.

• نوع تغطية المضامين الاقتصادية:

تتم تغطية الأحداث بشكل عام إما قبل وقوعها وتسمى بالتغطية التمهيدية، وإما بعد وقوعها وتسمى بالتغطية التسجيلية. وفي هذا الخصوص يبين الجدول رقم (11) أن التغطية التسجيلية هي التغطية الغالبة لفعاليات النشاط الاقتصادي، حيث بلغت 93.20%، بينما بلغت نسبة الموضوعات الاقتصادية ذات التغطية الاقتصادية التمهيدية 6.80%، سواءً على مستوى الصحف الثلاث بشكل عام، أو على مستوى كل صحيفة بشكل خاص.

جدول رقم (11)

مساحات فئات نوع تغطية المضامين الاقتصادية ونسبها المئوية في الصحافة اليومية العمانية

الصحيفة		الوطن		عمان		الشبيبة		الصحف الثلاث	
نوع التغطية	المساحة	النسبة %	المساحة	النسبة %	المساحة	النسبة %	المساحة	النسبة %	النسبة %
التغطية التسجيلية	16957	92.69	23415.50	93.67	17631	93.07	58003.50	93.20	
التغطية التمهيدية	1337.25	7.31	1582	6.33	1313.75	6.93	4233	6.80	
المجموع	18294.25	100	24997.50	100	18944.75	100	62236.50	100	

• موقع المضامين الاقتصادية:

أظهرت الدراسة أن غالبية الأخبار الاقتصادية، نشرت في الصفحات الداخلية للصحف الثلاث. حيث يبين الجدول رقم (12) أن نسبة الأخبار المنشورة في هذه الصفحات بلغت 98.47%. والصفحات الداخلية هي كل صفحات الجريدة ما عدا الصفحة الأولى والأخيرة. ولم تحظ الصفحات الأولى - كما يوضح الجدول رقم (12) - إلا بنسبة قليلة من الأخبار بلغت 1.31% فقط، رغم كونها أهم صفحات الجريدة. وكذلك بالنسبة للصفحة الأخيرة، فلم ينشر فيها أي موضوع اقتصادي، سوى موضوع واحد نشرته جريدة عمان.

جدول رقم (12)

مساحات فئات موقع المضامين الاقتصادية ونسبها المئوية في الصحافة اليومية العمانية

الصحف الثلاث		الشبيبة		عمان		الوطن		الصحيفة
النسبة %	المجموع	النسبة %	المساحة	النسبة %	المساحة	النسبة %	المساحة	موقع المضامين الاقتصادية
1.31	816	1.05	198	1.58	395.50	1.22	222.50	الصفحة الأولى مع التتيمات
98.47	61284	98.95	18746.75	97.87	24465.50	98.78	18071.75	صفحات داخلية
0.22	136.50	-	-	0.55	136.50	-	-	الصفحة الأخيرة
100	62236.50	100	18944.75	100	24997.50	100	18294.25	المجموع

ويدل انخفاض نسبة الأخبار الاقتصادية في الصفحة الأولى برأي الباحث، إلى أن الصحف الثلاث (الوطن، عمان، الشبيبة) صحف يومية عامة، تنشر في صفحاتها الأولى موضوعات صحفية مختلفة، تكون في الأغلب سياسية. ومن جانب آخر، تحتجز مساحات كبيرة من هذه الصفحات للإعلانات التجارية، التي تدر عائداً كبيراً للصحف

نظرًا لارتفاع أسعار الإعلان فيها، مقارنة بغيرها من الصفحات. وربما يرجع ذلك إلى أن الصحف الثلاث¹ خصصت صفحات محددة للموضوعات الاقتصادية، تبدأ من بداية الجزء الثاني، وتتراوح ما بين خمس إلى ست صفحات، تزيد أو تقل أحيانًا.

¹ - خصصت صحيفة الوطن من بداية عام 2008 ملحقًا يوميًا خاصًا للموضوعات الاقتصادية من 12 صفحة.

• ثانيًا: نتائج الدراسة الاستطلاعية:

• التحديات التي تواجه الصحافة الاقتصادية العربية .. مدخل عام:

حققت الصحافة العربية منذ نشأتها تطورًا ملموسًا شمل الجوانب التكنولوجية والفنية، واستفاد العديد من الصحف العربية من تكنولوجيا الأقمار الصناعية، فظهرت الطباعات الدولية لبعض الصحف العربية منها الطبعة العربية لصحيفة الأهرام المصرية، التي تطبع في السعودية والبحرين والكويت والإمارات. كما أصبحت معظم الصحف العربية تمتلك مطابع خاصة بها، بعد أن كانت عملية توفير مطبعة خاصة مكلفة وغير مجدية.

أما من الناحية الكمية، فشهدت الأسواق العربية ظهور العديد من الصحف العامة والمتخصصة في مختلف المجالات السياسية والاقتصادية والنسائية والرياضية وغيرها. وقد ساهمت التكنولوجيا الحديثة بالإضافة إلى الخدمات والتسهيلات التي تقدمها بعض المؤسسات الرسمية والخاصة، في ظهور العديد من المطبوعات. ومن هذه المؤسسات " مدينة دبي للإعلام"، التي أصبحت مركزًا لـ (120) دارًا للنشر، يصدر عنها (350) مطبوعة، (ملحق الإعلام، صحيفة الشرق الأوسط، 2006/2/4 : 10).

وتشير النشرة الإخبارية الإلكترونية لموقع شبكة الصحافة العربية على الإنترنت، إلى بعض الإحصائيات الدولية التي أصدرها الاتحاد العالمي للصحف، نتيجة لدراسة مسحية أجراها عن الميول الصحفية لأكثر من (1700) ناشر ومحرر من (110) دولة، تؤكد ارتفاع أعداد المطبوعات الصادرة على مستوى العالم. فقد جاء في النشرة أن ما يزيد عن (439) مليون شخص يشترون نسخة من الصحف اليومية، التي تصل إلى (7700) صحيفة على

مستوى العالم، ويقدر عدد جمهور القراء بما يزيد عن مليار شخص يوميًا (النشرة الإخبارية، 2006 : 30 - موقع إنترنت).

إلا أن هذا التطور الكمي لم يواكبه تطور نوعي يطمح إليه القارئ العربي، بالمقارنة مع بعض الصحف الدولية الجادة. حيث تتفوق الجوانب المتعلقة بالترفيه والتسلية إلى جانب الاهتمام بالإخراج الفني في معظم الصحف العربية، على الجوانب المتعلقة بالنتقيف والتحليل والطرح الجاد للقضايا التي تهتم القارئ، وأصبحت معظم الصحف النسائية المتخصصة - على سبيل المثال - نموذجًا للعديد من الصحف الغربية، التي تروج للقيم والثقافة الليبرالية.

وعلى مستوى الصحافة الاقتصادية، فنجد تبايناً في الطرح بين ما هو بعيد عن تحقيق الوظيفة التثقيفية، المبنية على تقديم المعلومات الاقتصادية وتبسيطها، وبين الطرح الجاد والمعمق للقضايا الاقتصادية المتخصصة. فلا ترقى الصفحات الاقتصادية في بعض الصحف اليومية العامة لأن تكون في محل ثقة القارئ، بحيث يتمكن من اتخاذ القرار الاقتصادي المناسب، بناءً على ما تقدمه من شرح وتفسير لمختلف القضايا الاقتصادية.

وفي المقابل تتميز معظم المجالات الاقتصادية المتخصصة بالطرح الجاد والمعالجة المعمقة للشؤون الاقتصادية، واستخدام المصطلحات المتخصصة، وصدور معظمها باللغة الإنجليزية. وفي دراسة عن " الجهات التي يعتمد عليها المستثمر في اتخاذ قرار الاستثمار"، أجراها أشرف النبهاني عام 2005 (النبهاني : 2005 - ورقة علمية)، شملت (406) مستثمراً، حصلت وسائل الإعلام على نسبة (6%)، ضمن المصادر التي يعتمد عليها المستثمر في اتخاذ القرار. أما المصادر الأخرى فكانت القرارات الشخصية (51%)، شركات الوساطة (17%)، مستثمرون آخرون (13%)، محللون ماليون (9%)، أخرى (3%).

وقد تناول العديد من المؤتمرات والندوات واللقاءات العلمية التي عقدت لمناقشة خصائص الإعلام الاقتصادي، موضوع التحديات التي تواجه الصحافة الاقتصادية، حيث اتفقت آراء المشاركين في هذه اللقاءات على ضرورة إيجاد قاعدة تنسيق مشتركة بين الإعلاميين والاقتصاديين، أساسها التعاون والشراكة لفهم متطلبات كل جهة، للنهوض بالإعلام الاقتصادي بشكل عام والصحافة الاقتصادية بشكل خاص، خدمة لأهداف التنمية التي لا يمكن أن يعمل فيها طرف بمعزل عن الطرف الآخر.

ومن أمثلة الندوات والمؤتمرات التي عقدت للنظر في موضوع التحديات التي تواجه الصحافة الاقتصادية، ندوة " دور الإعلام في خدمة الصناعة الوطنية "، التي نظمتها اللجنة الصناعية بالغرفة التجارية الصناعية في الرياض، بتاريخ 27 ديسمبر 1994 (اللجنة الصناعية : 1994). و " مؤتمر الإعلام والاقتصاد "، الذي نظمته وكالة الأنباء الكويتية، بالتعاون مع مركز البحوث العربية بدولة الكويت، خلال الفترة من (18-19) مايو 1998 (وكالة الأنباء الكويتية، 1998). و " ندوة الإعلام الاقتصادي " التي نظمتها سوق مسقط للأوراق المالية، بالتعاون مع اتحاد البورصات الأوروبية والأسبوية، بمسقط عام 2005 (سوق مسقط للأوراق المالية : 2005). وأخيرًا " ندوة الإعلام الاقتصادي والأسواق المالية "، التي نظمتها هيئة الأوراق المالية بدولة الإمارات العربية المتحدة، بتاريخ 2007/2/27 (هيئة الأوراق المالية والسلع : 2007).

وبالنظر إلى طبيعة التحديات والتوصيات التي خرجت بها هذه الندوات، والمقابلات التي أجراها الباحث مع بعض الإعلاميين والاقتصاديين بسلطنة عمان، الذين اختارهم عن قصد لخدمة أهداف هذه الدراسة، للوقوف على آراء الاقتصاديين عن الصحافة الاقتصادية بشكل عام

والصفحات الاقتصادية للصحف اليومية العمانية (الوطن، عمان، الشبيبة) بشكل خاص، وكذلك للتعرف على آراء الصحفيين الاقتصاديين حول الصعوبات التي تواجههم أثناء تغطية أنباء النشاط الاقتصادي المحلي والعربي والدولي، بهدف تحديدها وتحليلها ودراستها كمحاولة لتذليل هذه الصعوبات، وتحقيق أفضل النتائج التي تلبي احتياجات القارئ في الشأن الاقتصادي.

وبناءً على ما تقدم، يمكن تصنيف التحديات التي تواجه الصحافة الاقتصادية العربية إلى ثلاثة محاور. يتعلق المحور الأول بالمؤسسات الاقتصادية، والثاني بالمؤسسات الإعلامية والصحفية بشكل خاص، أما المحور الثالث فيتعلق بالقوانين السائدة في الدولة نفسها، سواء المتعلقة بقوانينها الاقتصادية، أو بقوانين المطبوعات والنشر.

ويمكن إيجاز التوصيات والمقترحات التي خرجت بها هذه الندوات في الجوانب التالية:

- تطوير أساليب التحرير الصحفي من خلال تأهيل وتدريب الصحفيين في أساسيات علم الاقتصاد، وأساليب التغطية الصحفية للموضوعات الاقتصادية، بالتنسيق مع المؤسسات الاقتصادية.
- أهمية إيجاد آلية عمل مشتركة بين الصحف والمؤسسات الاقتصادية لتقليل الفجوة بينهما.
- تفعيل دور الجمعيات الصحفية والجمعيات الاقتصادية للنهوض بالصحافة الاقتصادية.
- تقديم المعلومات الدقيقة والموضوعية وبالسرية المطلوبة، تفادياً للأثار السلبية التي قد تقع في حالة التأخير في نشر البيانات.
- التأكيد على دور الصحافة الاقتصادية في تبسيط المعلومات وليس تحريفها، وعلى المؤسسات المالية التعاون مع الصحافة لتوضيحها.

- إدراج مقرر إعلامي ضمن المقررات الدراسية لبرامج كليات التجارة والاقتصاد، ومقرر اقتصادي ضمن مقررات برامج الإعلام.
- أهمية تحديد متحدث سواء كان شخصاً أو قسماً في المؤسسات الاقتصادية، تعتمد عليهم الصحف الاقتصادية في الحصول على المعلومات، والاتصال بهم عند الضرورة.
- إجراء الدراسات الميدانية والبحوث للتعرف على مدى حاجة القراء لمزيد من الصحف الاقتصادية العامة أو المتخصصة.
- الاستفادة من تكنولوجيا وسائل الاتصال في سرعة الحصول على البيانات الاقتصادية، والتأكد من دقتها وموضوعيتها.
- الالتزام بأخلاقيات العمل الإعلامي أثناء تغطية النشاط الاقتصادي، والتأكيد على أهمية تفعيل القوانين المتعلقة بحماية الصحفي من تعسف بعض المؤسسات الاقتصادية.
- التأكيد على أهمية موضوع الإفصاح المالي للمؤسسات المالية والاقتصادية، باعتبار أن ذلك من المصادر المهمة للمعلومات الاقتصادية.
- تنسيق الجهود لإنشاء قاعدة بيانات معلوماتية أو بنك متخصص للمعلومات الاقتصادية، تستفيد منها الصحافة والمؤسسات الاقتصادية والباحثين والمهتمين في الشؤون الاقتصادية.
- **حالة الصحافة الاقتصادية العمانية:**
- أظهرت نتائج الدراسة الاستطلاعية (المسحية) التي أجراها الباحث على عينة قصدية، شملت العاملين في المؤسسات الاقتصادية الرسمية والخاصة، والصحفيين الاقتصاديين، أن

الصحافة الاقتصادية في سلطنة عمان تواجه مجموعة من التحديات والصعوبات، تجعلها لا تواكب- إلى حدٍ ما- عجلة التنمية الاقتصادية التي تشهدها البلاد في القطاعات الاقتصادية المختلفة، وتفتح في نفس الوقت بابًا للنظر فيها وتشخيصها، للتغلب عليها بالإمكانات والوسائل المتاحة.

وللوقوف على هذه التحديات، والتعرف على وجهة نظر كل جهة على حدة، أجرى الباحث العديد من المقابلات مع ممثلي بعض المؤسسات الاقتصادية والصحفية، وقد خرجت هذه الدراسة بعدد من التحديات تمثل وجهة نظر كل طرف، بالإضافة إلى بعض الأمور العامة.

• وجهة نظر المؤسسات الإعلامية¹:

يرى الصحفيون أن المؤسسات الاقتصادية، تتبع إجراءات إدارية من شأنها عرقلة الحصول على المعلومات الاقتصادية بالدقة والسرعة المطلوبة، ويرون أن التحرر بقدر الإمكان من كافة أشكال البيروقراطية الإدارية، التي تمارسها المؤسسات الاقتصادية مع الصحفيين، ستساهم في التغلب على هذه التحديات بشكل كبير. ومن هذه الإجراءات الإدارية طلب رسالة رسمية من المؤسسة الصحفية التي ينتسب إليها الصحفي، ورغبة الاطلاع على الأسئلة مسبقًا، والتأخير في الرد، وغيرها.

ويرى الصحفيون المكلفون بتغطية أنباء النشاط الاقتصادي، أن من بين الصعوبات التي يواجهونها، هي عدم تحديد جهة معينة في المؤسسة الاقتصادية، لتزويد الصحافة

¹ - ممثلو المؤسسات الإعلامية: رجاء بنت محمد البلوشي (وزارة الإعلام) - عبدالله بن ناصر الرحبي (مؤسسة عمان للصحافة والنشر والإعلان) - صالح بن محمد الزكواني (القمة للصحافة والنشر) - مجدي الشاذلي (صحيفة الشبيبة) - محمد بن أحمد الشيزاوي (مؤسسة عمان للصحافة والنشر والإعلان) - عيسى بن أحمد المسعودي (صحيفة الشبيبة) - مصطفى بن خميس المعمرى (صحيفة الوطن) - علي بن محمد زعينوت (وزارة الإعلام) - Akshay Bhatnagar (مجلة Oman Economic Review) - Ashok Kumar (صحيفة Times of Oman).

بالمعلومات المطلوبة، أو إذا كانت محددة بالفعل فإنها تفتقد إلى الصلاحيات الكافية، للتعامل مع وسائل الإعلام بالدقة والسرعة اللازمة. وللتغلب على هذه المشكلة يرى الصحفيون أهمية تأهيل العاملين في دوائر الإعلام والعلاقات العامة في المؤسسات الاقتصادية، وزرع الثقة فيهم ليتمكنوا من التعامل مع وسائل الإعلام عمومًا والصحافة خصوصًا.

كما ترى المؤسسات الصحفية أن الوعي بأهمية تحديث البيانات الخاصة بالمؤسسة الاقتصادية أولاً بأول، والتغلب على حالة التردد أو الخوف من تقديم البيانات للصحفيين، خصوصًا من قبل بعض المسؤولين الأجانب في مؤسسات القطاع الخاص، سيساهم بشكل فعال في تذليل التحديات التي يواجهونها في تغطية فعاليات النشاط الاقتصادي. وترتبط هذه المسألة - حسب وجهة نظر الصحفيين - بأهمية إدراك الفرق بين الخبر الاقتصادي المجرد وبين الإعلان التجاري غير المباشر، الذي تفرضه بعض المؤسسات الاقتصادية على الصحفي بنشرها كما هي من دون تغييرها.

ومن جهات النظر الأخرى ذات الصلة بمصادر المعلومات الاقتصادية، والتي ركز عليها الصحفيون هي أهمية مرافقتهم للوفود الاقتصادية الرسمية التي تشارك في المؤتمرات أو الاجتماعات في الشؤون الاقتصادية، وعدم الاكتفاء بدعوة وكالة الأنباء العمانية فقط. كما أن أهمية التجاوب والتنسيق من جانب المؤسسات الاقتصادية مع الصحفيين هو الأساس الذي يمكن الاعتماد عليه في تذليل كافة الصعوبات التي تواجه الصحافة الاقتصادية في السلطنة، خاصة عند متابعة تحقيقات اقتصادية تهم جميع طبقات المجتمع، كظاهرة ارتفاع الأسعار مثلاً.

• وجهة نظر المؤسسات الاقتصادية¹:

يرى ممثلو المؤسسات الاقتصادية في السلطنة، أن من أهم التحديات التي تواجه الصحافة الاقتصادية، هو عدم وجود صحفيين متخصصين ممن لديهم المعرفة والدراية في الشؤون الاقتصادية بشكل عام، وفي الشؤون الاقتصادية الفرعية بشكل خاص، وأن معظم التحديات الأخرى - من وجهة نظرهم - ليست إلا نتائج لغياب التخصص، منها اختيار القصص الاقتصادية المحلية والدولية التي لا تشبع اهتمامات القارئ ولا تلبي احتياجاته، ومنها أيضاً عدم الإلمام بالسياسة الاقتصادية للسلطنة، وكذلك عدم الدراية بالقوانين والاتفاقيات المنظمة للنشاط الاقتصادي المحلي والعربي والدولي.

ومن تلك النتائج - كما يراها الاقتصاديون - روح الإنكالية لدى بعض الصحفيين العمانيين، وذلك باستلامهم للمادة الاقتصادية من المصدر ونشرها، من دون إضفاء الجانب التفسيري والتوضيحي والتحليلي عليها. وبالإضافة إلى ذلك، يرى الاقتصاديون أن الصحف تركز على الخبر كفن صحفي لتقديم المادة الاقتصادية، بينما تغفل الفنون الصحفية الأخرى، كالتحقيقات والأحاديث الصحفية والمقالات التحليلية.

كما يرى ممثلو المؤسسات الاقتصادية أن الإلمام باللغة الإنجليزية تحدثاً وكتابةً، باعتبارها لغة الاقتصاد الدولي، ولغة الاقتصاد المحلي خصوصاً على مستوى القطاع الخاص، ميزة لا تتوفر في معظم الصحفيين الاقتصاديين في السلطنة، مما يحد من اطلاعهم على اقتصاديات

¹ - ممثلو المؤسسات الاقتصادية: سالم بن سعيد البادي (وزارة السياحة) - نصرالله البلوشي (وزارة التجارة والصناعة) - سعود بن ناصر الخصيبي (وزارة التجارة والصناعة) - حمود بن علي الطوقي (الهيئة العامة لسوق المال) - مجيد بن عبدالله العصفور (بنك عمان العربي) - حيدر بن عبدالرضا اللواتي (البنك المركزي العماني) - مصطفى بن علي اللواتي (التعديل للخدمات العقارية) - حمود بن حمد المحروقي (غرفة تجارة وصناعة عمان) - أحمد بن صالح المرهون (سوق مسقط للأوراق المالية) - سالم بن عدي المعمر (وزارة الاقتصاد الوطني).

العالم، ويزيد من الاعتماد على خدمات المؤسسات الاقتصادية الدولية في الشؤون الاقتصادية الدولية.

ومن جانب آخر، تلقي المؤسسات الاقتصادية اللوم على المؤسسات الصحفية، لعدم اهتمامها الكافي بتأهيل وتدريب كوادرها في الشؤون الاقتصادية العامة والمتخصصة، وتدعوها إلى صرف عوائد الإعلانات التجارية على التطوير الذاتي للصحف القائمة، بدلاً من الاتجاه إلى إصدار صحف جديدة.

وقد تتفق الملاحظات التي أثارتها المؤسسات الصحفية والاقتصادية، عن التحديات التي تواجه الصحافة الاقتصادية في سلطنة عمان، مع التوصيات والمقترحات التي خرجت بها الندوات والمؤتمرات التي أشرنا إليها في بداية حديثنا عن نتائج الدراسة الاستطلاعية (المسحية)، وذلك من حيث العديد من الجوانب منها:

- أهمية تأهيل وتدريب الصحفيين في أساسيات علم الاقتصاد، بالتنسيق مع المؤسسات الاقتصادية.
- تقديم المعلومات الدقيقة والموضوعية وبالسرية المطلوبة، تفادياً للآثار السلبية التي قد تقع في حالة التأخير في نشر البيانات.
- أهمية تحديد متحدث سواء كان شخصاً أو قسمًا في المؤسسات الاقتصادية، تعتمد عليهم الصحف الاقتصادية في الحصول على المعلومات، والاتصال بهم عند الضرورة.
- الالتزام بأخلاقيات العمل الإعلامي أثناء تغطية النشاط الاقتصادي، والتأكيد على أهمية تفعيل القوانين المتعلقة بحماية الصحفي من تعسف بعض المؤسسات الاقتصادية.

- التأكيد على أهمية موضوع الإفصاح المالي للمؤسسات المالية والاقتصادية، باعتبار أن ذلك من المصادر المهمة للمعلومات الاقتصادية.

• الاستنتاجات والتوصيات:

ناقشت هذه الدراسة موضوع الصحافة الاقتصادية، كفرع من فروع الصحافة المتخصصة، التي ازدادت أهمية بعد التقدم الملحوظ الذي حققته اقتصاديات دول العالم المختلفة. وقد غطت هذه الدراسة العديد من الجوانب المتصلة بهذا المجال، من بينها نشأة الصحافة الاقتصادية وتطورها، وما يتصل بالمصادر وأساليب التحرير وغيرها من الموضوعات المتصلة بالجانب المعرفي للصحافة الاقتصادية. وقد ركزت هذه الدراسة بشكل خاص على الموضوعات الاقتصادية التي نشرتها الصحف العمانية الثلاث (الوطن، عمان، الشبيبة) خلال فترة الدراسة، من حيث دراسة خصائصها، ومقارنتها بالموضوعات الصحفية الأخرى، التي نشرتها تلك الصحف في نفس الفترة.

واستكمالاً للجزء المتعلق بخصائص الصحافة الاقتصادية العمانية، اهتمت هذه الدراسة بالتعرف على التحديات التي تواجه الصحافة الاقتصادية فيها، وذلك بمقابلة عينة من الصحفيين العاملين في الأقسام الاقتصادية في الصحف الثلاث، وكذلك مقابلة بعض الاقتصاديين ممن يمثلون مختلف القطاعات الاقتصادية في السلطنة، بهدف تحقيق تغطية اقتصادية تلبي احتياجات الجمهور من جانب، وتعكس التطور الاقتصادي الذي تشهده سلطنة عمان من جانب آخر. وقد خرجت هذه الدراسة من حيث الخصائص والتحديات بالعديد من التوصيات والمقترحات تم ذكرها في بداية هذا الفصل.

وتأكيدًا لما ورد في تلك التوصيات والمقترحات فإن هذه الدراسة تؤكد على أن اهتمام الصحافة العمانية بتغطية قضايا الشؤون الاقتصادية يجب أن يتعدى الاهتمام الكمي إلى الاهتمام الكيفي، المتمثل في التغطية الشاملة لنشاط القطاعات الاقتصادية المختلفة، ونشر التحليلات والمقالات الاقتصادية، وتنويع المصادر وأساليب المعالجة. كما تؤكد هذه الدراسة على أهمية تدريب وتأهيل العاملين في الصحافة الاقتصادية، سواء من خلال المؤسسات الصحفية التي يعملون بها، أو من خلال المؤسسات الاقتصادية المعنية أو المؤسسات الأكاديمية، وعلى رأسها جامعة السلطان قابوس، وذلك بالرجوع إلى هؤلاء الصحفيين الذين هم على دراية بطبيعة برامج التأهيل التي يحتاجون إليها.

وتدعو هذه الدراسة إلى تفعيل دور جمعية الصحفيين العمانية في النهوض بالصحافة الاقتصادية، بالتنسيق مع المؤسسات الاقتصادية والأكاديمية لتنظيم دورات تدريبية وحلقات عمل للصحفيين العاملين في الأقسام الاقتصادية في الصحف المحلية. وتحت الدراسة أصحاب المؤسسات الصحفية على تخفيف ضغط العمل على الصحفيين، بحيث يتم تخصيص عدد منهم للقيام بأعمال التحرير، ويتفرغ البعض الآخر لمتابعة التغطية الميدانية للفعاليات والأنشطة الاقتصادية. كما تحث المؤسسات الصحفية على الاهتمام بشكل أكبر على تنظيم برامج التأهيل والتدريب، وتوفير الأجهزة اللازمة ليتمكن الصحفي من التواصل مع المصادر الاقتصادية المختلفة، سواء على المستوى المحلي أو العربي أو الدولي.

قائمة المراجع

1 - المراجع العربية (كتب، دراسات وبحوث، مقالات علمية، دوريات):

- 1 - إبراهيم، إسماعيل، الصحفي المتخصص، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، مصر، 2001.
- 2 - أبو زيد، فاروق، الصحافة المتخصصة، عالم الكتب، القاهرة، مصر، 1986.
- 3 - أبو عرجة، تيسير، الصحافة المعاصرة، دار الكتاب الجامعي، العين، دولة الإمارات العربية المتحدة، 1988.
- 4 - أحمد، إبراهيم محمد، " مجلة الأهرام الاقتصادي دراسة تاريخية وفنية 1950-1984 "، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة القاهرة، مصر، 1990.
- 5 - أدهم، محمود، فن الخبر، ط2، القاهرة، مصر، 1987.
- 6 - البوري، عصام الدين عبدالعزيز، " التحديات التي تواجه الصحافة الاقتصادية العربية "، ورقة علمية قدمت في مؤتمر الإعلام والاقتصاد، الكويت، 1998.
- 7 - البياتي، ياسر خضير، الاتصال الدولي والعربي: مجتمع المعلومات ومجتمع السورق، دار الشروق للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2006.
- 8 - الجريدة الرسمية، العدد الأول، 1972/4/27، دائرة الجريدة الرسمية، وزارة الداخلية والعدل.
- 9 - الجريدة الرسمية، العدد: (602)، 1997/7/1، وزارة الشؤون القانونية، مسقط، سلطنة عمان.
- 10 - الجريدة الرسمية، العدد: (819)، 2006/7/15، وزارة الشؤون القانونية، مسقط، سلطنة عمان.
- 11 - الجريدة الرسمية، العدد: (865)، 2008/6/15، وزارة الشؤون القانونية، مسقط، سلطنة عمان.

- 12 - الرجيب، طارق، " صراع الريادة بين الاقتصاد والإعلام "، ورقة علمية قدمت في مؤتمر الإعلام والاقتصاد، الكويت، 1998.
- 13 - الزيدي، مفيد، موسوعة تاريخ أوروبا: الحديث والمعاصر، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2004.
- 14 - السلطان، مهدي حمزة، " دراسة تحليلية لواقع الثقافة النفطية في مرحلة الدراسة الجامعية في دولة الكويت "، 1998.
- 15 - الشريف، سامي محمد ربيع، " الأخبار العربية في الصحف الخليجية "، مجلة دراسات الخليج والجزيرة العربية، جامعة الكويت، العدد 81، السنة 21، ربيع 1996.
- 16 - الشقصي، عبيد، ثورة الاتصال والمجتمع الخليجي الواقع والطموح، جامعة السلطان قابوس، مسقط، سلطنة عمان، 2005.
- 17 - الصرايرة، محمد نجيب، " الإعلان في الصحافة الأردنية اليومية - تحليل مضمون "، مجلة أبحاث اليرموك، سلسلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، المجلد التاسع العدد الثاني، 1993.
- 18 - الصرايرة، محمد نجيب، العلاقات العامة: الأسس والمبادئ، مكتبة الرائد العلمية، اربد، الأردن، 2001.
- 19 - الصلاح، تحسين، دليل الرسائل الجامعية ومستخلصاتها المودعة من الجامعات العربية في مركز الإيداع بمكتبة الجامعة الأردنية، 2005/7/1 - 2005/12/31 (36) عمان، الأردن.
- 20 - الصويغي، عبدالعزيز سعيد، فن صناعة الصحافة: ماضيه وحاضره ومستقبله، المنشأة العامة للنشر والتوزيع والإعلان، طرابلس، ليبيا، 1984.
- 21 - الطرابيشي، مرفت محمد كامل، مدخل إلى صحافة الأطفال، دار الفكر العربي، القاهرة، مصر، 2003.
- 22 - العبد، عاطف عدلي، دراسات في الإعلام العماني - المجلد الأول، دار الفكر العربي، القاهرة، مصر، 1995.
- 23 - الكندي، محسن، صحيفة الفلق وشخصيتها: الشيخ هاشل بن راشد المسكري نموذجاً، رياض الرئيس للكتب والنشر، بيروت، لبنان، 2001.

- 24 - الكيالي، عبدالوهاب، وآخرون، موسوعة السياسة، ج3، المؤسسة العربية للدراسات والنشر، بيروت، لبنان، 1983.
- 25 - اللواتي، أمامة بنت مصطفى، "صحافة العلاقات العامة"، ورقة علمية قدمت في مؤتمر ثورة الاتصال والمجتمع الخليجي: الواقع والطموح، جامعة السلطان قابوس، مسقط، سلطنة عمان 2005.
- 26 - المسلمي، إبراهيم عبدالله، نشأة وسائل الإعلام وتطورها، دار الفكر العربي، ط2، القاهرة، مصر، 2005.
- 27 - النبهاني، أشرف بن نبهان، "أداء السوق وآليات العمل بها ودور وسائل الإعلام"، ورقة علمية قدمت في ندوة الإعلام الاقتصادي، مسقط، سلطنة عمان، 2005.
- 28 - النشرة الإحصائية الشهرية Monthly Statistical Bulletin، وزارة الاقتصاد الوطني، المجلد (19) العدد: (4)، أبريل 2008.
- 29 - النشرة الشهرية للهيئة العامة لسوق المال CMA Monthly Bulletin، الهيئة العامة لسوق المال، العدد: (104)، أغسطس 2008.
- 30 - إمام، إبراهيم، عزت، محمد فريد محمود، وكالات الأنباء المعاصرة: النشأة- التطور- الدور- الفعاليات، دار الفكر العربي، القاهرة، مصر، 2006.
- 31 - بيري، توماس، الصحافة اليوم: تطورها وتطبيقاتها العملية، ترجمة مروان الجابري، مؤسسة ا. بدران وشركاه، بيروت، لبنان، 1964.
- 32 - جريدة عمان، العدد الأول، السبت 1972/11/18.
- 33 - جريدة عمان، العدد (10012)، الخميس 2008/10/30.
- 34 - جريدة عمان، العدد (10013)، الجمعة 2008/10/31.
- 35 - جريدة عمان، العدد (10016)، الاثنين 2008/11/3.
- 36 - جونسون، ستانلي، هاريس، جوليان، استقاء الأنباء: فن صناعة الخبر، ترجمة وديع فلسطين، تقديم محمد زكي عبدالقادر، دار المعارف، مصر، 1960.

- 37 - حافظ، أسما حسين، دراسات صحفية في الصحافة المتخصصة، دراسة تحليلية ميدانية بالتطبيق على جريدة أخبار الحوادث، دار الثقافة للنشر والتوزيع، القاهرة، مصر، 1998.
- 38 - حجاب، محمد منير، أساسيات البحوث الإعلامية و الاجتماعية، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، مصر، 2002.
- 39 - حجاب، محمد منير، المعجم الإعلامي، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، مصر، 2004.
- 40 - خليفة، إجلال، اتجاهات حديثة في فن التحرير الصحفي، الجزء الثاني، مكتبة الأنجلو المصرية، القاهرة، مصر، 1973.
- 41 - دراز، أمل السيد أحمد متولي، "قارئ الصحف المصرية المتخصصة - دراسة تحليلية ميدانية"، جامعة القاهرة، مصر، 2002.
- 42 - دليل المستثمر Investor's Guide، سوق مسقط للأوراق المالية، العدد: (5) الإصدار الخامس، مايو 2008.
- 43 - رجب، إبراهيم خليل، "الصفحات الاقتصادية في الصحافة الكويتية هل تستجيب محتوياتها لحاجة الاقتصاد الكويتي"، كتاب الإعلام والاقتصاد - الأوراق العلمية الصادرة عن مؤتمر الإعلام والاقتصاد، وكالة الأنباء الكويتية، الكويت، 1998.
- 44 - رفعت، عصام الدين محمود رفعت، "العلاقة بين الإعلام والاقتصاد: المشاكل والحلول"، ورقة علمية قدمت في مؤتمر الإعلام والاقتصاد، الكويت، 1998.
- 45 - ريتش، كارول، كتابة الأخبار والتقارير الصحفية، ط2، ترجمة عبد الستار جواد، دار الكتاب الجامعي، العين، الإمارات العربية المتحدة، 2006.
- 46 - سوليفان، آدموند أو، "دور وسائل الإعلام في التنمية الاقتصادية"، سوليفان، آدموند أو، ورقة علمية قدمت في مؤتمر آفاق الاستثمار في سلطنة عمان، غرفة تجارة وصناعة عمان، مسقط، 1994.
- 47 - شرف، عبدالعزيز، الصحافة المتخصصة ووحدة المعرفة، عالم الكتب، القاهرة، مصر، 2003.

- 48 - شرف، عبدالعزيز، الجغرافيا الصحفية وتاريخ الصحافة العربية، عالم الكتب، القاهرة، مصر، 2004.
- 49 - شفيق، حسنين، الصحافة المتخصصة: المطبوعة والإلكترونية، رحمة برس للطباعة والنشر، مصر، 2006.
- 50 - صحيفة الأهرام المصرية، العدد: (7311)، الأربعاء، 1902/4/9.
- 51 - صحيفة الشبيبة، العدد: (4874)، الاثنين 2008/11/3.
- 52 - صحيفة الفلق، العدد: (472)، 1938/1/29، زنجبار.
- 53 - صحيفة الفلق، العدد: (532)، 1939/4/1، زنجبار.
- 54 - صحيفة النهضة، العدد: (33)، 1952/8/28، زنجبار.
- 55 - صحيفة النهضة، العدد: (42)، 1952/10/30، زنجبار.
- 56 - صحيفة النهضة، العدد: (44)، 1952/11/15، زنجبار.
- 57 - صحيفة النهضة، العدد: (48)، 1952/12/10، زنجبار.
- 58 - صحيفة الوطن، العدد الأول، 1971/1/28، مطابع دار الجمهورية، بيروت، لبنان.
- 59 - صحيفة الوطن، العدد الثاني، 1971/2/4، مطابع دار الجمهورية، بيروت، لبنان.
- 60 - صحيفة الوطن، العدد الثالث، 1971/2/12، مطابع دار الجمهورية، بيروت، لبنان.
- 61 - صحيفة الوطن، العدد: (203)، 1975/12/18، مطابع دار التحرير، القاهرة، مصر.
- 62 - صحيفة الوطن، العدد: (204)، 1976/2/4، مطابع صوت الخليج، الكويت.
- 63 - صحيفة الوطن، العدد: (208)، 1976/3/6، مطابع صوت الخليج، الكويت.
- 64 - صحيفة الوطن، العدد: (209)، 1976/4/15، مطابع صوت الخليج، الكويت.

- 65 - عبد الحميد، ليلي، " الصحافة الاقتصادية وقضايا التنمية "، ورقة علمية قدمت في الدورة التدريبية لمحوري الشؤون الاقتصادية، الأمانة العامة، المجلس الأعلى للصحافة، القاهرة، مصر، 1990.
- 66 - عبد الحميد، هيام محمد، " قانون الصحافة وتغطية الأخبار الاقتصادية في الصحف الرئيسية الثلاث بدولة الإمارات العربية المتحدة "، رسالة ماجستير مقدمة بجامعة Colrado، الولايات المتحدة الأمريكية، 1987.
- 67 - عبد اللطيف، صلاح، الصحافة المتخصصة، مكتبة ومطبعة الإشعاع الفنية، الإسكندرية، مصر، 2002.
- 68 - عبده، إبراهيم، تطور الصحافة المصرية 1798-1981، مؤسسة سجل العرب ط4، القاهرة، مصر، 1982.
- 69 - عبيدات، ذوقان، عدس، عبدالرحمن، عبدالحق، كايد، البحث العلمي مفهومه وأدواته وأساليبه، ط9، دار الفكر، عمان، الأردن، 2005.
- 70 - عريفج، سامي، خالد حسين مصلح، مفيد نجيب حواشين، في مناهج البحث العلمي وأساليبه، ط2، دار مجدلاوي للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 1987.
- 71 - عمر، السيد أحمد مصطفى، البحث الإعلامي مفهومه، إجراءاته، ومناهجه، مكتبة الفلاح للنشر والتوزيع، ط2، الكويت، 2002.
- 72 - عيسى، إبراهيم إسماعيل، الصحافة اليومية العربية في قطر، المجلس الوطني للثقافة والفنون والتراث، الدوحة، قطر، 2004.
- 73 - كامل، نجوى، " الصفحات الاقتصادية في الصحف اليومية "، دراسة تحليلية للصفحة الاقتصادية في جريدتي الأهرام والوفد خلال عما 1989، دراسة أكاديمية منشورة، القاهرة، مصر، 1991.
- 74 - ماكفيل، ل.توماس، الإعلام الدولي: النظريات، الاتجاهات، والملكية، ترجمة حسني نصر، وعبدالله الكندي، دار الكتاب الجامعي، العين، الإمارات العربية المتحدة، 2003.

- 75 - مجلة أجنحة عمان Wings of Oman، الطيران العمانيين العدد: (3)، مايو/ يونيو 2008.
- 76 - مجلة التجاري The Commercial، العالمية للصحافة والنشر، العدد: (364)، يونيو 2008.
- 77 - مجلة الغرفة Al-Ghorfa، غرفة تجارة وصناعة عمان، العدد: (169)، يناير/ فبراير 2008.
- 78 - مجلة المركزي Al-Markazi، البنك المركزي العماني، العدد: (1)، السنة: 33، مارس/ أبريل 2008.
- 79 - مجلة المنهل Almanhal، شركة تنمية نفط عمان، العدد الثاني، 2008.
- 80 - مجلة ديجيتال عمان Digital Oman، مؤسسة عمان للصحافة والنشر والإعلان العدد: (12)، ربيع 2008.
- 81 - مجلة سوق المال، الهيئة العامة لسوق المال، العدد: (38)، مارس 2008.
- 82 - مجلة سيتي بيزنس City Business، الإبداع للصحافة والنشر، عدد شهر يونيو 2008.
- 83 - مجلة عالم الاقتصاد والأعمال، المتحدة للصحافة والنشر، العدد الأول، مارس 2007.
- 84 - مجلة عالم الاقتصاد والأعمال، المتحدة للصحافة والنشر، العدد (13)، يونيو 2008.
- 85 - مجلة عمان الاقتصاد والأعمال، المتحدة للصحافة والنشر، العدد الأول، أغسطس 2006.
- 86 - محمد، محمد سيد، المسؤولية الإعلامية في الإسلام، مكتبة الخانجي (القاهرة) ودار الرفاعي (الرياض)، 1983.
- 87 - محمد، محمد سيد، صناعة الكتاب ونشره، دار المعارف، ط3، القاهرة، مصر، 1992.

- 88 - مروءة، أديب، الصحافة العربية: نشأتها وتطورها، منشورات دار مكتبة الحياة، بيروت، لبنان، 1961.
- 89 - ملحق الاتحاد الاقتصادي، صحيفة الاتحاد الإماراتية، العدد: 11292، 2006/6/2.
- 90 - ملحق الإعلام، صحيفة الشرق الأوسط، العدد 10295، التاريخ 2006/2/4.
- 91 - ملحق الإعلام، صحيفة الشرق الأوسط، العدد: 10344، 2007/3/25.
- 92 - مكاي، حسن عماد، وسائل وأساليب الاتصال في سلطنة عمان، مكتبة الأنجلو المصرية، القاهرة، مصر، 1989.
- 93 - مكاي، حسن عماد، تكنولوجيا الاتصال الحديثة: في عصر المعلومات، ط3، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، مصر، 2003.
- 94 - مكاي، عصام مصطفى، "تطور المعلومات ودورها في أسواق المال والاقتصاد"، ورقة علمية قدمت في مؤتمر الإعلام والاقتصاد، الكويت، 1998.
- 95 - نشرة أخبار الوكالة ECGA News Bulletin، وكالة ضمان ائتمان الصادرات، الربع الثاني، مايو 2008.
- 96 - نشرة أخبار شركتنا، شركة تنمية نفط عمان، العدد الأول، مايو 1968.
- 97 - نشرة أخبار شركتنا، شركة تنمية نفط عمان، العدد الثاني، يوليو 1968.
- 98 - نشرة الأخبار المحلية، دائرة الإعلام، سلطنة عمان، 4 نوفمبر 1970.
- 99 - نشرة الأخبار المحلية، دائرة الإعلام، سلطنة عمان، 13 ديسمبر 1970.
- 100 - نشرة الغنجة Al-Ghanjah، الشركة العمانية للغاز الطبيعي المسال، العدد: شتاء 2008/2007.
- 101 - نشرة الفحل، شركة تنمية نفط عمان، العدد: (360)، أبريل 2008.
- 102 - نصر، حسني، عبدالرحمن، سناء، الخبر الصحفي، دار الكتاب الجامعي، العين، الإمارات العربية المتحدة، 2003.

103 - نفادي، أحمد، صحافة الإمارات النشأة والتطور الفني والتاريخي، منشورات المجمع الثقافي، أبوظبي، الإمارات العربية المتحدة، 1996.

104 - وهبي، سحر محمد، بحوث جامعية في الصحافة والإعلام، دار الفجر للنشر والتوزيع، مصر، 2004.

2 - المراجع الأجنبية (كتب، دراسات وبحوث، مقالات علمية، دوريات):

1 - Business Today Magazine, Apex Press and Publishing, Issue (117), June 2008.

2 - Defleur, Melvin L., Dennis, Everette, E., Understanding Mass Communication, 5th Edition, Houghton Mifflin Company, Boston, USA, 1994.

3 - Dominick, Joseph R. The Dynamics of Mass Communication, The McGraw Hill Companies, USA, 1996.

4 - Doyle, Gillian, " A post-Enron analysis of approaches towards economic and financial news production in the UK ", Financial News Journalism, 7, 2006.

5 - Elfenbein, Julien, Business Journalism, Second Revised Edition, Greenwood Press Publishers, New York, USA, 1960.

6 - Elsarayrah, Mohamed Najeeb, " Foreign News In Two Jordanian Newspapers ", A Master Thesis Presented to the Faculty of the School of Journalism at The Ohio University, USA, 1984.

7 - Emchatoen, Sathathip, " News Coverage of The Asian Economic Crisis in The Wall Street Journal, Bangkok Post and Financial Times 1997-2000", California State University, 2000.

8 - Endres, Kathleen L., " The Specialized Business Press ", EJC/REC Vol.4, Nos.24, University Of Akron, 1994.

9 - Jung, Jaemin, " How Magazines Covered Media Companies' Mergers: The Case of The Evolution of Time Inc ", J&MC Quarterly, 79 Autumn 2002.

- 10 – Kothari, C.R. Research Methodology (Methods & Techniques), 2nd edition, Wishwa Prakashan, New Delhi, India, 1990.
- 11 – Lanson, Gerald, Stephens, Michell, Writing And Reporting The News, Second Edition, Oxford University Press Inc., England, 1994.
- 12 – Ludwig, Mark Donald, " Business Journalists need specialized finance training ", Newspaper Research Journal, Spring 2002.
- 13 – Ltule, Bruce D. Anderson, Douglas A., News Writing and Reporting for Today's Media, 3rd, Edition, Arizona State University, USA, 1994.
- 14 – MacDougall, Curtis D. Interpretative Reporting, 5th Edition, The Macmillan Company, New York, USA. Collier-Macmillan Limited, London, U.K., 1968.
- 15 – Mencher, Melvin, News Reporting and Writing, 8th Edition, Columbia University, USA, 1997.
- 16 – Oman Economic Review, United Press and Publishing, Issue (95), June, 2008.
- 17 – Oman Today Magazine, Apex Press and Publishing, Issue (115), June 2008.
- 18 – Pape, Susan, Featherstone, Sue, Newspaper Journalism A Practical Introduction, Sage Publications, London, England, 2005.
- 19 – Pardue, Mary Jane, " Business Editors Find News Reporters Unprepared ", Newspaper Research Journal, Summer 2004.
- 20 – Roush, Chris, Show Me The Money, Lawrence Erlbaum Associates, Inc. New Jersey, USA, 2004.
- 21 – Shoemaker, Pamela J., Cohen, Akiba A., News Around The World, Routledge Taylor & Francis Group LLC, New York, USA, 2006.
- 22 – Stempel, Guido H. and Bruce H. Westley, Research Methods in Mass Communication, Prentice-Hall, USA, 1981.
- 23 – The Week Newspaper, " Better Business Writing ", issue 199, 27/12/2006.
- 24 – Williams, Paul N. Investigative Reporting and Editing, Ohio State University, USA, 1978.

3 - مراجع صادرة عن مؤسسات ومراكز:

- 1 - الإدارة الإعلامية، الأمانة العامة لمجلس التعاون لدول الخليج العربية، دليل قوانين المطبوعات والنشر بدول مجلس التعاون، الرياض، المملكة العربية السعودية، 2005.
- 2 - الأمانة العامة، مجلس التعاون لدول الخليج العربية، دليل الصحافة الخليجية، الرياض، المملكة العربية السعودية، 1998.
- 3 - اللجنة الصناعية، الغرفة التجارية الصناعية، ندوة " دور الإعلام في خدمة الصناعة الوطنية "، الرياض، المملكة العربية السعودية، 1994.
- 4 - المكتبة الرئيسية، جامعة السلطان قابوس، دليل الرسائل الجامعية 1970 - 2005، ط5، مسقط، سلطنة عمان، 2006.
- 5 - دائرة الدراسات والتوثيق الإعلامي، وزارة الإعلام، مسقط، سلطنة عمان، 2007.
- 6 - سوق مسقط للأوراق المالية، اتحاد البورصات الأوروبية والأسبوية، " ندوة الإعلام الاقتصادي "، مسقط، سلطنة عمان، 2005.
- 7 - قسم الإجراءات القانونية، دائرة المطبوعات والنشر، المديرية العامة للإعلام، وزارة الإعلام، مسقط، سلطنة عمان، 2009.
- 8 - قسم الصحافة المحلية، دائرة المطبوعات والنشر، المديرية العامة للإعلام، وزارة الإعلام، مسقط، سلطنة عمان، 2007.
- 9 - قسم الصحافة المحلية، دائرة المطبوعات والنشر، المديرية العامة للإعلام، وزارة الإعلام، مسقط، سلطنة عمان، 2009.
- 10 - مركز التوثيق الإعلامي لدول الخليج العربي، مكتب التربية العربي لدول الخليج، الأمانة العامة لمجلس التعاون لدول الخليج العربية (مركز المعلومات)، دليل الدوريات الخليجية الجارية: الصحف والمجلات والنشرات الصادرة في دول الخليج، 1988.
- 11 - مركز المعلومات والنشر، وزارة الاقتصاد الوطني، الكتاب الإحصائي السنوي، الإصدار 35، مسقط، سلطنة عمان، أكتوبر 2007.

- 12 - هيئة الأوراق المالية والسلع، " ندوة الإعلام الاقتصادي والأسواق المالية "، أبوظبي، دولة الإمارات العربية المتحدة، 2007.
- 13 - وزارة الإعلام، كتيب قانون المطبوعات والنشر (رقم 1984/49) ولائحته التنفيذية (رقم 1984/25)، مسقط، سلطنة عمان، 1984.
- 14 - وزارة الإعلام، الموجز من تاريخ عمان: مسيرة الخير، مسقط، سلطنة عمان، 1995.
- 15 - وزارة الإعلام ودار اميل للنشر المحدودة، عمان في التاريخ، مسقط، لندن، 1995.
- 16 - وزارة الإعلام، عمان: 2007 - 2008، مسقط، سلطنة عمان، 2007.
- 17 - وكالة الأنباء الكويتية، مركز البحوث العربية، مؤتمر الإعلام والاقتصاد، الكويت، 1998.

4 - مراجع إلكترونية:

- 1 - النشرة الإخبارية رقم (30)، 2006/6/30، شبكة الصحافة العربية، (2006). " أنباء من المشهد الإعلامي، توجهات في الصحافة العالمية - زيادة أرقام توزيع الصحف والإعلانات ". تاريخ الاقتباس 2007/2/6. عنوان الوصلة:
<http://www.arabpressnetwork.org/articles.php?id=768&lang=ar>
- 2 - حسام الدين، هيثم (2006)، " مكتتب عماني يحمل 800 جواز للاكتتاب في الريان "، جريدة الوطن القطرية، العدد (3797)، تاريخ الاقتباس 2006/1/25. عنوان الوصلة:
<http://www.alwatan-news.com/data/20060125/index.asp?content=ecs1#3>
- 3 - سلام، هشام، (2006)، " ماذا نقرأ أمريكا ". تاريخ الاقتباس 29 يناير 2007. عنوان الوصلة:
<http://www.taqrir.org/printartical.cfm?id=404>
- 4 - طه، خالد (2006)، منتدى الإمارات الاقتصادي. تاريخ المشاركة 2006/1/21، تاريخ الاقتباس 2007/1/19. عنوان الوصلة:
<http://www.uaec.com/vb/showthread.php?p=171522>

5 - Carolina Business News Initiative at the School of Journalism and Mass Communication at the University of North Carolina at Chapel Hill.

Retrieved Jan.1st 2007, from
http://bizjournalismhistory.org/main_frame.htm

6 – Wikipedia, Retrieved March 15 2008, from
http://ar.wikipedia.org/wiki/The_Economist

5 - مقابلات:

أ - مقابلات مباشرة:

1 - الخصيبي، سالم بن حميد، مدير الشؤون القانونية، مؤسسة عمان للصحافة والنشر والإعلان، الاثنين، 2007/2/12، الساعة: 3.00 مساءً، مقر المؤسسة، مدينة الإعلام، مسقط، سلطنة عمان.

2 - الرئيسي، علي بن إبراهيم، الرئيس التنفيذي، الهيئة العمانية للأعمال الخيرية، الثلاثاء، 2007/3/6، الساعة: 9.30 صباحاً، مقر الهيئة، الخوير، مسقط، سلطنة عمان. " المشرف على نشرة أخبار عمان سابقاً ".

3 - الرئيسي، علي بن إبراهيم، الرئيس التنفيذي، الهيئة العمانية للأعمال الخيرية، الأربعاء، 2007/3/7، الساعة: 11.30 صباحاً، مقر الهيئة، الخوير، مسقط، سلطنة عمان. " المشرف على نشرة أخبار عمان سابقاً ".

4 - الراشدي، علي بن عبدالله، استشاري تسويق، الشركة العمانية للاتصالات، الاثنين، 2007/2/5، الساعة: 11.30 صباحاً، مبنى دائرة المطبوعات والنشر، وزارة الإعلام، مدينة الإعلام، مسقط، سلطنة عمان. " رئيس القسم الاقتصادي بجريدة عمان سابقاً ".

5 - الزكواني، صالح بن محمد، الرئيس التنفيذي، القمة للصحافة والنشر، الخميس، 2007/3/8، الساعة: 12.00 مساءً، مقر المؤسسة، الحي التجاري، مسقط، سلطنة عمان.

6 - الشاذلي، مجدي، مدير تحرير صحيفة الشبيبة، الأربعاء، 2007/3/7، الساعة: 8.00 مساءً، مقر الصحيفة، الوادي الكبير، مسقط، سلطنة عمان.

- 7 - الشراقي، هيثم حامد، مسؤول قسم الدعم الفني والصيانة، صحيفة الوطن، الأربعاء، 2007/4/7، الساعة: 5.00 مساءً، مقر الصحيفة، العذبية، مسقط، سلطنة عمان.
- 8 - الشيزاوي، محمد بن أحمد، رئيس القسم الاقتصادي، جريدة عمان، الأحد 2007/2/4، الساعة: 5.00 مساءً، مبنى المؤسسة، مدينة الإعلام، مسقط، سلطنة عمان.
- 9 - الطائي، محمد بن سليمان، رئيس تحرير صحيفة الوطن، الأربعاء، 2007/2/7، الساعة: 3.00 مساءً، مقر الصحيفة، العذبية، مسقط، سلطنة عمان.
- 10 - الطائي، محمد بن سليمان، رئيس تحرير صحيفة الوطن، الخميس، 2007/2/8، الساعة: 3.30 مساءً، مقر الصحيفة، العذبية، مسقط، سلطنة عمان.
- 11 - الطوقي، حمود بن علي، مدير التحرير، مجلة سوق المال، الهيئة العامة لسوق المال، الثلاثاء، 2007/3/6، الساعة: 1.30 مساءً، مقر الهيئة، الحي التجاري، مسقط، سلطنة عمان. "رئيس القسم الاقتصادي بصحيفة الوطن سابقاً".
- 12 - اللواتي، حيدر بن عبدالرضا، رئيس تحرير مجلة المركزي، البنك المركزي العماني، الأحد، 2007/3/11، الساعة: 11.30 صباحاً، مقر البنك، الحي التجاري، مسقط، سلطنة عمان. "رئيس القسم الاقتصادي بجريدة عمان سابقاً".
- 13 - المسعودي، عيسى بن أحمد، مسؤول الصفحات الاقتصادية، صحيفة الشبيبة، الأربعاء، 2007/3/7، الساعة: 8.00 مساءً، مقر الصحيفة، الوادي الكبير، مسقط، سلطنة عمان.
- 14 - المحروقي، حمود بن حمد، مدير الإعلام والنشر بالوكالة، غرفة تجارة وصناعة عمان، الثلاثاء، 2007/2/27، الساعة: 1.30 مساءً، مقر الغرفة، الحي التجاري، مسقط، سلطنة عمان.

ب- مقابلات هاتفية:

- 1 - أحمد، نصار (باكستاني الجنسية)، فني طباعة بالمطبعة السلطانية سابقاً، الاثنين، 2005/4/12، الساعة: 3.00 مساءً.
- 2 - البلوشي، أحمد بن خلفان، ضابط اكتتاب أول، نشرة أخبار الوكالة، وكالة ضمان ائتمان الصادرات، السبت، 2008/6/7، الساعة: 1.30 مساءً.

- 3 - البوسعيدى، اعتدال بنت حمود، المشرفة على نشرة المنهل، شركة تنمية نفط عمان، الثلاثاء، 2008/6/10، الساعة: 12.15 مساءً.
- 4 - الزدجالي، حمود بن إبراهيم، المدير العام، صندوق تقاعد شرطة عمان السلطانية، الاثنين، 2007/3/19، الساعة: 12.17 مساءً. محرر ومترجم بنشرة " أخبار عمان "، سابقاً.
- 5 - الشاذلي، مجدي ، مدير تحرير صحيفة الشبيبة، الأحد، 2008/6/22، الساعة: 8.00 مساءً.
- 6 - الشيباني، صالح بن عبدالأمير، رئيس تحرير مجلة سيتي بيزنس City Business، الأحد، 2008/5/25، الساعة: 10.00 صباحاً.
- 7 - الشيزاوي، محمد بن أحمد، رئيس القسم الاقتصادي، جريدة عمان، الأربعاء 2008/6/25، الساعة: 6.00 مساءً.
- 8 - الطائي، محمد بن سليمان، رئيس تحرير صحيفة الوطن، السبت، 2008/2/9، الساعة: 3.30 مساءً.
- 9 - الطوقي، حمود بن علي، مدير التحرير، مجلة سوق المال، الهيئة العامة لسوق المال، و المشرف على نشرة الهيئة العامة لسوق المال CMA Bulletin، الأحد، 2008/6/8، 9.30 صباحاً.
- 10 - العبري، عيسى بن سعيد، مدير دائرة النشر والتوثيق، النشرة الإحصائية الشهرية Monthly Statistical Bulletin، وزارة الاقتصاد الوطني، السبت، 2008/6/7، الساعة: 1.00 مساءً.
- 11 - الكندي، ناصر بن سعيد، المشرف على نشرة الغنجة Al-Ghanjah، الشركة العمانية للغاز الطبيعي المسال، السبت، 2007/6/7، الساعة: 1.45 مساءً.
- 12 - اللواتي، حيدر بن عبدالرضا، رئيس تحرير مجلة المركزي Al-Markazi، البنك المركزي العماني، الأحد، 2008/6/8، الساعة: 11.00 صباحاً.
- 13 - اللواتي، علي بن عبدالأمير، مدير مركز المعلومات، المشرف على دليل المستثمر Investor's Guide، سوق مسقط للأوراق المالية، الأحد، 2008/6/8، الساعة: 10.15 صباحاً.

- 14 - المسعودي، عيسى بن أحمد، مسؤول الصفحات الاقتصادية، صحيفة الشبيبة، الأثنين، 2008/6/23، الساعة: 8.00 مساءً.
- 15 - المعمري، مصطفى بن خميس، رئيس القسم الاقتصادي، صحيفة الوطن، الأثنين، 2007/3/5، الساعة: 6.30 مساءً.
- 16 - المعمري، مصطفى بن خميس، رئيس القسم الاقتصادي، صحيفة الوطن، الثلاثاء، 2008/6/10، الساعة: 7.30 مساءً.
- 17 - المطاعني، علي بن راشد، مدير أول بوحدة الاتصال الداخلي، الشركة العمانية للاتصالات، الأحد، 2007/3/11، الساعة: 2.00 مساءً (رئيس القسم الاقتصادي بجريدة عمان سابقاً).
- 18 - باحجاج، مهند محمد، ضابط أول، مجلة أجنحة عمان، دائرة الاتصالات التنفيذية والإعلام، الطيران العماني، الأحد، 2008/6/8، الساعة: 12.30 مساءً.
- 19 - بادمن، براديب (Padman, Pradeep)، مستشار التحرير، مجلة التجاري The Commercial، السبت، 2008/6/7، الساعة: 5.30 مساءً.

6 - المقابلات (دراسة التحديات):

أ - ممثلو المؤسسات الإعلامية:

- 1 - البلوشي، رجاء بنت محمد، مديرة دائرة الدراسات والرأي العام، وزارة الإعلام، الأثنين، 2007/2/26، 12.30 ظهراً.
- 2 - الرحبي، عبدالله بن ناصر، الرئيس التنفيذي ورئيس التحرير، مؤسسة عمان للصحافة والنشر والإعلان (رئيس تحرير صحيفة عمان)، الأثنين، 2007/3/5، 3.00 ظهراً.
- 3 - الزكواني، صالح بن محمد، الرئيس التنفيذي، القمة للصحافة والنشر، الأحد، 2006/4/16، 11.00 صباحاً.
- 4 - الشاذلي، مجدي، مدير التحرير، صحيفة الشبيبة، الأربعاء، 2007/3/7، 8.00 مساءً.

5 - الشيزاوي، محمد بن أحمد، رئيس القسم الاقتصادي، صحيفة عمان، الاثنين، 2007/3/5، 3.45 ظهراً.

6 - المسعودي، عيسى بن أحمد، مشرف الشؤون الاقتصادية، صحيفة الشبيبة، الأربعاء، 2007/3/7، 7.30 مساءً.

7 - المعمرى، مصطفى بن خميس، رئيس القسم الاقتصادي، صحيفة الوطن، الاثنين، 2007/3/5، 6.45 مساءً.

8 - زعينوت، علي بن محمد، مدير عام الإعلام، وزارة الإعلام، الاثنين، 2007/2/26، 1.30 ظهراً.

9 - Akshay, Bhatnagar، مراسل رئيسي، مجلة Oman Economic Review، المتحدة للصحافة والنشر، الخميس، 2006/4/13، 1.00 ظهراً.

10 - Ashok, Kumar، محرر في القسم الاقتصادي، صحيفة Times of Oman، الجمعة، 2007/3/2، 7.15 مساءً.

ب - ممثلو المؤسسات الاقتصادية:

1 - البادي، سالم بن سعيد، مدير عام التسويق السياحي، وزارة السياحة، الثلاثاء، 2007/2/13، 11.00 صباحاً.

2 - البلوشي، نصرالله، أمين السجل التجاري، وزارة التجارة والصناعة، الأربعاء، 2007/3/7، 1.45 ظهراً.

3 - الخصيبي، سعود بن ناصر، مدير دائرة التخطيط الصناعي والدراسات، وزارة التجارة والصناعة، الأربعاء، 2007/3/7، 12.45 ظهراً.

4 - الطوقي، حمود بن علي، مدير تحرير مجلة سوق المال، الهيئة العامة لسوق المال، و المشرف على النشرة الشهرية للهيئة العامة لسوق المال CMA Monthly Bulletin، الأحد، 2006/4/16، 12.30 ظهراً.

- 5 - العصفور، مجيد بن عبدالله، مدير أول التسويق والعلاقات العامة والإعلام، بنك عمان العربي، الخميس، 2007/3/8، 11.45 صباحًا.
- 6 - اللواتي، حيدر بن عبدالرضا، رئيس تحرير مجلة المركزي، البنك المركزي العماني، الأحد، 2006/4/23، 10.00 صباحًا.
- 7 - اللواتي، مصطفى علي، رئيس مجلس الإدارة، القنديل للخدمات العقارية، الثلاثاء، 2008/3/20، 11.00 صباحًا.
- 8 - المحروقي، حمود بن حمد، مدير الإعلام والنشر بالوكالة، غرفة تجارة وصناعة عمان، الثلاثاء، 2007/2/27، 1.30 ظهرًا.
- 9 - المرهون، أحمد بن صالح، المدير العام، سوق مسقط للأوراق المالية، الثلاثاء، 2007/2/27، 11.00 صباحًا.
- 10 - المعمري، سالم بن عدي، مدير مركز المعلومات، وزارة الاقتصاد الوطني، الثلاثاء، 2007/4/10، 8.30 صباحًا.