



نحو إستراتيجية إعلامية لتعزيز التكامل الإماراتي الأفريقي من وجهة نظر الخبراء بالإمارات

د. أحمد مصطفى كامل مرزوق^{1*}، أ.د. أيمن محمد عبد القادر الشيخ²، د. روبن كبها³، د. عبده داوود⁴
¹أستاذ مشارك كلية الاتصال، تخصص العلاقات العامة، جامعة الفجيرة، الفجيرة، الإمارات العربية المتحدة
²أستاذ الإعلام، جامعة القرآن والعلوم الإنسانية، السودان
^{3,4}أستاذ مساعد، كلية الاتصال، جامعة الفجيرة، الفجيرة، الإمارات العربية المتحدة

Towards a Media Strategy to Enhance Emirati-African Integration

Ahmed Mostafa Kamel^{1*}, Ayman Mouhamed², Robin kabha³, Abdu Mohamed Dawood
Hafiz⁴

¹Associate professor, public relations, college of communications university of Fujairah,
UAE

²Professor, university of the holy Quran and Islamic science, Sudan

^{3,4}Assistant professor, university of Fujairah, UAE

*Corresponding author	ahmed_0911@hotmail.com	المؤلف المراسل
تاريخ النشر: 2023-06-06	تاريخ القبول: 2023-04-30	تاريخ الاستلام: 2023-03-22

المخلص:

طرأت على العلاقات الإماراتية الأفريقية تحولات كبرى، مما استدعي أن يكون للإعلام الوطني بالإمارات دور فعال لإدراك طبيعة هذه التحولات، مع استصحاب رؤية الخبراء في وضع إستراتيجية إعلامية تعزز التكامل الإماراتي الأفريقي على كافة الأصعدة.

وقد تمت الاستعانة بالمنهج التاريخي وذلك من خلال دراسة الأوضاع السياسية والإعلامية في أفريقيا، وتاريخ العلاقات الإماراتية الأفريقية. وإدراك المتغيرات والعوامل التاريخية إزاء تطور هذه العلاقات، بالإضافة إلى المنهج الوصفي التحليلي.

وذلك من خلال وصف ودراسة العلاقات العربية الأفريقية، وإدراك مقومات ومعوقات التعاون الإعلامي العربي الأفريقي، ودور الإعلام الإماراتي في تعزيز التكامل الأفريقي، بالإضافة إلى دراسة وجهة نظر عينة من الخبراء بالإمارات في كيفية إعداد وتنفيذ إستراتيجية إعلامية تعزز التكامل الإماراتي الأفريقي.

وقد تم التوصل إلى نتائج أهمها: أن العلاقات التاريخية التي أسس قواعدها الشيخ زايد آل نهيان (طيب الله ثراه) هي المقوم الأساسي للإستراتيجية الإعلامية، وأن أهم وسائل تنفيذ الإستراتيجية هي الاعتماد على هيئات استشارية من خبراء باحثين، يلي ذلك الاعتماد على جهود وسائل الإعلام الإماراتية.

كما تم التوصل إلى توصيات أهمها: تشجيع المبادرات المنوطة بالإعلام الوطني الإماراتي في دعوته للاتحادات الإقليمية المهنية والعلمية مثل: اتحاد إذاعات الدول العربية والأفريقية والإسلامية في الدخول في شراكات إعلامية، ومشروعات تنموية، بما يحقق الاستفادة المرجوة، وضرورة إنشاء معهد أكاديمي بالإمارات يمنح الدبلوم العالي والماجستير والدكتوراه في الإعلام الأفريقي والدراسات الأفريقية المستقبلية، بحيث يكون موجهاً للباحثين داخل وخارج الإمارات.

الكلمات المفتاحية: الإعلام الأمني، العلاقات العربية الأفريقية، التكامل الأفريقي، التعاون الإماراتي الإفريقي.

Abstract:

A major transformation occurred on Emirati-African relations who require that the national media in the Emirates have an effective role to understand the nature of these transformations and take the view of experts in setting a media strategy to enhance Emirati-African integration at all levels.

The historical method has been used through studying the political and media conditions in Africa, and the history of the Emirati-African relations. Realize the historical variables and factors develop these relationships, as well as the descriptive and analytical approach. This is done through describing and studying Arab-African relations, realizing the fundamentals and obstacles of Arab-African media cooperation, and the role of Emirati media in promoting African integration.

And the most important results have been reached: The historical relationships whose foundations were founded by Sheikh Zayed Al Nahyan (may God rest his soul): it's the main component of media strategy and the most important methods to implement the strategy is depend on consultative bodies of research expert, then depend on Emirates media methods efforts.

Also, the important recommendations were reached are: Encouraging initiatives related to the Emirati national media in inviting regional and professional federations such as: The Federation of Arab, African and Islamic Countries Broadcasting to enter into media partnerships and development projects, In order to achieve the desired benefit, and the necessity of establishing an academic institute in the Emirates that grants a higher diploma, master's and doctorate in African media and future African studies so that it is directed to researchers inside and outside the Emirates.

Keywords: Security Media, Arab-African Relations, African Integration, UAE-African Cooperation.

مقدمة

أولت الإمارات العربية المتحدة منذ تأسيسها على يد الشيخ زايد آل نهيان (رحمه الله) اهتمامًا متعاظمًا بالعلاقات مع دول العالم، وبالأخص مع الدول الأفريقية. ولقد ظلت وما زالت السياسة الإماراتية المتوازنة والمبنية على قيم الإخاء والتسامح والمصالح المشتركة هي السائدة حتى الآن. ولتأكيد هذه القيم اهتمت الإمارات بتكوين المؤسسات التي يقع على عاتقها المسؤولية السياسية والاقتصادية والأخلاقية والمجتمعية؛ فأنشأت وسائل الإعلام الوطنية لتقوم بدورها على أكمل وجه، كما استعانت بالخبراء والأكاديميين عبر مراكز البحث والدراسات لإنتاج علمي ومعرفي يعزز العلاقات الإماراتية الدولية.

ولعل اللافت للنظر هو انطلاق الإمارات للانتقال من التعاون إلى التكامل الأفريقي؛ حيث شهد العقدان الأخيران نشاطًا سياسيًا واقتصاديًا وثقافيًا واجتماعيًا تجاه العديد من الدول الأفريقية. وللمضي بقوة في هذه الاتجاه بشكل علمي مدروس جاء هذا البحث بعنوان: نحو إستراتيجية إعلامية لتعزيز التكامل الإماراتي الأفريقي - من وجهة نظر الخبراء بالإمارات.

أهمية موضوع البحث

الأهمية الذاتية: يُعد من اهتمامات الباحثين، بالإضافة إلى متابعات الباحثين للنشاط الذي قامت به الإمارات تجاه القارة الأفريقية، فضلًا عن ملاحظتهما لاستضافة الإمارات العديد من الجاليات الأفريقية.

الأهمية الموضوعية: طرأت على العلاقات الإماراتية الأفريقية تحولات كبرى؛ مما يستدعي أن يكون للإعلام الوطني بالإمارات دور فعال لإدراك طبيعة هذه التحولات، مع استصحاب الخبراء في وضع إستراتيجية إعلامية تعزز التكامل الإماراتي الأفريقي على كافة الأصعدة.

مشكلة البحث

تمثلت إشكالية الدراسة في سؤال رئيس مفاده: كيف ينظر الخبراء بالإمارات حول إعداد وتنفيذ إستراتيجية إعلامية تعزز التكامل الإماراتي الأفريقي؟

الأهداف

- 1/ التعرف على طبيعة العلاقات الإماراتية الأفريقية وتطورها.
- 2/ تقييم الدراسات السابقة وعلاقتها بموضوع البحث.
- 3/ قراءة الواقع السياسي والإعلامي الأفريقي، وعلاقته بالتعاون الإعلامي العربي الأفريقي.
- 4/ إدراك أهم المجالات التي يمكن أن يسهم بها الإعلام الإماراتي في تعزيز التكامل الإماراتي الأفريقي.
- 5/ الاستفادة من آراء الخبراء في وضع تصور لإستراتيجية إعلامية تسهم في تعزيز التكامل الإماراتي الأفريقي.

منهج البحث

- **المنهج التاريخي:** وذلك من خلال دراسة الأوضاع السياسية والإعلامية في أفريقيا، وتاريخ العلاقات الإماراتية الأفريقية. وإدراك المتغيرات والعوامل التاريخية إزاء تطور هذه العلاقات.
- **المنهج الوصفي التحليلي:** وذلك من خلال وصف ودراسة العلاقات العربية الأفريقية، ومقومات ومعوقات التعاون الإعلامي العربي الأفريقي، ودور الإعلام الإماراتي في تعزيز التكامل الأفريقي؛ بالإضافة إلى دراسة وجهة نظر عينة من الخبراء بالإمارات في كيفية إعداد وتنفيذ إستراتيجية إعلامية تعزز التكامل الإماراتي الأفريقي.
- **الدراسات السابقة**

دراسة (محمد مقروق: 2010)

تمثلت الإشكالية البحثية في سؤال رئيس مفاده: كيف تدير دول الخليج الست علاقاتها الدولية وفق صيغة توفيقية بين التزاماتها تجاه هذه الأطراف بهدف تعظيم الفوائد منها، والحد من التداعيات السلبية لمخاطر العلاقات الثنائية التي قد لا تكون متكافئة؟ ومن أهم نتائج الدراسة: أن تجربة العمل العربي المشترك بين دول مجلس التعاون الخليجي تعد من التجارب العربية ذات الديمومة بالمقارنة مع تجارب الدول العربية السابقة، بالإضافة إلى أن دول مجلس التعاون الخليجي في سياق علاقاتها الدولية، لا تزال بحاجة إلى بلورة إستراتيجية موحدة لإدارة تلك العلاقات.

- دراسة (عبد المحسن لافي: 2012)

تكمّن مشكلة الدراسة في مدى إمكانية قيام اتحاد خليجي عربي يمثل تأطيرًا لدول الخليج العربية، ويمثل قوة اقتصادية وسياسية واجتماعية وعسكرية، أي بمعنى البحث عن صيغة اتحادية أقرب إلى الفيدرالية، لتجمع بين هذه الدول وخصوصًا في المجالات السياسية والاجتماعية والعسكرية، وهدفت الدراسة إلى تعرف الحالة التكاملية لمجلس التعاون لدول الخليج العربية والتجارب الوجدية التي شهدتها، وتحديد أهم ملامح الاتحاد المحتمل بين دول الخليج العربية وتحديد نوع الاتحاد الملائم بينها، وإبراز أهم العوامل التي تدفع دول الخليج العربية إلى البحث عن الاتحاد فيما بينها، وتوضيح المعوقات التي يمكن أن تعرقل جهود دول الخليج العربية في السير في طريق الاتحاد، بالإضافة إلى تبيان التصورات النظرية لشكل الاتحاد الخليجي المستقبلي، وتغطي هذه الدراسة ما بين عامي 1981م - 2011م، واستعانت هذه الدراسة بالمنهج التاريخي لتتبع مراحل تطور التجارب الوجدية والتكاملية الخليجية والمعوقات التي واجهتها، وأسباب هذه المعوقات، وتوظيفها في إثبات فرضية البحث. كما أنها استعانت بالمنهج الوصفي التحليلي، من أجل تحليل واقع ومستقبل الاتجاه نحو بناء الاتحاد الخليجي العربي بهدف التوصل إلى

استنتاجات وتوصيات من شأنها تخدم مشكلة وهدف الدراسة. ومن أهم نتائج الدراسة: شكلت تجربة الوحدة بين الإمارات العربية المتحدة، نموذجًا ناجحًا للوحدة بين دول الخليج العربية، حيث أثبتت هذه التجربة أن الوصول إلى بناء اتحادي يجمع بين دول الخليج العربية كافة، لن يكون صعب المنال، لكونه يمكن أن يحقق الكثير من الأهداف التي تسعى إليها دول الخليج العربية وشعوبها، بالإضافة إلى أنه رغم التقدم الكبير الحاصل في مجال التعاون الاقتصادي بين دول الخليج العربية، والإنجازات التي حققتها مسيرة الاندماج الاقتصادي الخليجي، فإن هذه المسيرة لا زالت تواجه بعض المعوقات، وقد اتضح ذلك من خلال تعثر الوصول إلى العملة الخليجية الموحدة، وتعثر بناء السوق الخليجية المشتركة.

دراسة (خالد الغنزي: 2012)

تمثلت إشكالية الدراسة في البحث حول طبيعة التبادل الإعلامي العربي من خلال تجربة اتحاد إذاعات الدول العربية، ومن أهم أهداف الدراسة: تحديد كيفية تأثير الضغوط السياسية العالمية على حرية وسائل الإعلام العربية وتغطيتها الإعلامية، وبيان مشكلات التركيبة الحالية التي تؤثر في ممارسة حقوق وسائل الإعلام العربية، بالإضافة إلى تحديد الجهود الإصلاحية الجارية حاليًا في مجال التبادل الإعلامي العربي، وتم الاعتماد على المنهج الوصفي التحليلي، إذ تكونت عينة الدراسة من مديري ومنسقي التبادل الإعلامي العربي، بالإضافة إلى مديري الأخبار في التلفزيونات العربية البالغ عددهم (48). وقد تم التوصل إلى نتائج أبرزها: مستوى تأثير الضغوط السياسية العالمية في حرية وسائل الإعلام العربية وتغطيتها الإعلامية من وجهة نظر عينة الدراسة كان متوسطًا، ومستوى العبارات المتعلقة بمشكلات التركيبة الحالية على ممارسة حقوق وسائل الإعلام العربية من وجهة نظر عينة الدراسة كان متوسطًا، بالإضافة إلى أن مستوى العبارات المتعلقة بالجهود الإصلاحية الجارية في مجال التبادل الإعلامي العربي من وجهة نظر عينة كان متوسطًا.

دراسة (صالحه سهيل: 2013) تمثلت مشكلة الدراسة في سؤال رئيس مفاده: ما هو دور المرأة الإماراتية في المشاركة السياسية؟ وهدفت الدراسة إلى بيان مفهوم المشاركة السياسية وأهميتها، والتعرف على المشاركة السياسية للمرأة بشكل عام، وتوضيح طبيعة هذه المشاركة، بالإضافة إلى إبراز صور وأشكال مشاركتها السياسية، وأجريت هذه الدراسة تطبيقًا على الفترة التي فتح فيها المجال أمام المشاركة السياسية للمرأة الإماراتية من العام 2001م- 2002م، كما اقتصرت هذه الدراسة على نساء الإمارات اللاتي يتمتعن بمواقع سياسية وقيادية، أو من ينتمين لمنظمات مجتمع مدني وجمعيات وغيرها، ممن كان لهن الأثر من خلال مشاركتهن السياسية في الدولة، وقد تمت الاستعانة بالمنهج التحليلي الوصفي وهو المرجعية العلمية للبحث في السلوك السياسي للمجتمعات خلال مراحل تطورها، إذ يستخدم هذا المنهج لدراسة تطور مسيرة المشاركة السياسية للمرأة الإماراتية وما واجهته من عقبات. وأهم نتائج الدراسة: رغبة النخب السياسية الحاكمة في دولة الإمارات العربية المتحدة في التعامل مع القيود الاجتماعية والثقافية التي تعوق مشاركة المرأة في الحياة العامة، مما فتح المجال أمام المرأة الإماراتية للتقدم بالمشاركة في المجالات كافة، بالإضافة إلى أن درجة نمو الوعي السياسي للمرأة الإماراتية تكمن بأهمية ممارستها لحقوقها السياسية، وذلك من خلال ازدياد فرص التعليم بالنسبة للمرأة، وازدياد قدرتها على الدخول في مجالات العمل وتوليها مناصب اقتصادية مهمة إلى جانب بروز سيدة الأعمال الإماراتية.

دراسة (عبيد سالم: 2016)

تناولت الدراسة جهود دولة الإمارات العربية المتحدة في مكافحة الإرهاب والتطرف بكافة أشكاله ومظاهره وذلك منذ تأسيسها عام 1971م، حيث كانت من أوائل الدول التي اعتمدت إستراتيجية شاملة لمكافحة الإرهاب والتطرف من خلال ثلاثة محاور رئيسية: المحور القانوني والتشريعي، والمحور الديني والثقافي، والمحور الإعلامي والاجتماعي، وركزت الورقة على نشاط أهم المؤسسات التي أنشأتها الدولة واستضافتها لهذا الغرض ومن أهمها: مركز هداية الدولي للتميز في مكافحة التطرف العنيف، ومجلس الحكماء المسلمين، ومركز صواب، بالإضافة إلى منتدى تعزيز السلم في المجتمعات المسلمة.

دراسة (ثرى إبراهيم: 2017)

هدفت الدراسة إلى التركيز على مرحلة التمكين من خلال المبادرات والخطط والإستراتيجيات التي تم إطلاقها في عهد الشيخ خليفة بن زايد، وكشفت الدراسة عن فكر ونهج الشيخ خليفة في إدارة الدولة الاتحادية، موضحة مدى التطور السياسي والإداري والتنموي الذي شهدته مسيرة الاتحادية في عهده، وتوصلت الدراسة إلى جملة من

النتائج: أهمها أن الدولة الاتحادية تعيش التنمية بكافة أشكالها عبر المبادرات والخطط والإستراتيجيات التي أسهمت في تعزيز المسيرة وإيجاد مواطن فريد في جميع المجالات بالدولة الاتحادية.

دراسة (يوسف النعيمي: 2018)

تضمن محتوى الدراسة: نهج الإمارات في تعزيز قيم التسامح والمواطنة العالمية واحترام التعددية، ورؤية الشيخ زايد آل نهيان (رحمه الله) بوصفه أيقونة التسامح والمواطنة العالمية، وتناولت الدراسة أهم نصوص دستور الإمارات والتي تؤكد على مبادئ التسامح واحترام التعددية، وبينت الدراسة أن الإمارات الأولى عالمياً في التسامح تجاه الأجانب، والثالثة عالمياً في مؤشر الثقافة الوطنية المرتبط بدرجة التسامح ومدى انفتاح الثقافة المحلية لتقبل الآخر، وركزت الدراسة على أهم ما جاء عن دولة الإمارات في تقرير لجنة القضاء والتميز التابعة للأمم المتحدة في عامي 2009م و2017م، والإجراءات التي اتخذتها دولة الإمارات العربية المتحدة لتعزيز جهودها في احترام التعددية والقبول بالتنوع وتعزيز قيم التسامح والتعايش، واختتمت الدراسة بعرض البرنامج الوطني للتسامح.

دراسة (مركز البحوث والدراسات أسبار: 2020)

هدفت الدراسة إلى توصيف الإستراتيجية الإعلامية لدول مجلس التعاون لدول الخليج العربية 2010م-2020م، واشتملت الدراسة على ثلاثة أجزاء، تضمنت الجزء الأول الإطار العام للإستراتيجية من حيث إجراءاتها ومنطلقاتها ومرجعياتها، ودراسات في الإعلام الخليجي، بالإضافة إلى إستراتيجيات إعلامية وتجارب دولية وإقليمية. وتضمن الجزء الثاني تحليل البيئة الداخلية والخارجية للإعلام الخليجي من حيث حلقات النقاش المركزة، وحلقة النقاش الأولى والثانية، والمقابلات ولقاءات مسؤولي الإعلام الخليجين في دول الخليج الأعضاء الست لمجلس التعاون، والدراسة الميدانية للنخب الإعلامية الخليجية، إضافة إلى التحليل الرباعي " SWOT ". أما الجزء الثالث فقد تضمن الإستراتيجية الإعلامية لدول مجلس التعاون لدول الخليج العربية، واشتمل الرؤية والرسالة والقيم والأهداف الإستراتيجية والأهداف الفرعية والبرامج والمبادرات. وقد تم التوصل إلى الإستراتيجية الإعلامية التي تتوجه لتحقيق الأهداف الإستراتيجية المتمثلة في تعزيز التعاون وفرص الوحدة بين دول المجلس، وتعزيز علاقة دول مجلس التعاون، وتحقيق التكامل الإعلامي بين دول المجلس، بالإضافة إلى الارتقاء بالإعلام في دول المجلس. تساؤلات الدراسة.

س1/ ما دلالات الأهمية الإستراتيجية للإعلامية للخبراء؟ وما ترتيب دوافع قيامها؟

س2/ ما مقومات الإستراتيجية الإعلامية للخبراء؟ وما ترتيب معوقاتهم؟

س3/ ما وسائل تنفيذ الإستراتيجية الإعلامية؟ وما أساليب تنفيذها؟

س4/ ما ترتيب أفضلية الخبراء حول المجالات التي ينبغي أن تركز عليها الإستراتيجية الإعلامية؟

س5/ ما ترتيب أفضلية القضايا والموضوعات التي ينبغي أن تركز عليها الإستراتيجية الإعلامية في مجالات الإعلام الدبلوماسي، الأمني، الاقتصادي، والبيئي؟

س6/ ما ترتيب أفضلية القضايا والموضوعات التي ينبغي أن تركز عليها الإستراتيجية الإعلامية في مجالات الإعلام الديني، الثقافي، التعليمي، الرياضي، وتكنولوجيا المعلومات والعلاقات الإعلامية؟

س7/ ما ترتيب أفضلية متطلبات البيئة الإعلامية الإماراتية التي ينبغي توافرها لتنفيذ الإستراتيجية الإعلامية؟

س8/ كيف ينظر الخبراء إلى المسارات المستقبلية التي من المؤمل إسهامها في تنفيذ الإستراتيجية الإعلامية وتطويرها؟

ويمثل مجتمع البحث استخدام عينة محدد لعدد من الخبراء الذين تبدأ سنوات خبرتهم من عشر سنوات فأكثر، والذين تتعدد مؤهلاتهم بدءاً من البكالوريوس والدبلوم العالي والماجستير والدكتوراه، وتتضمن مجالات عملهم في المجال الأكاديمي والمجال الإعلامي، ومجال الاستشارات القانونية، والمدراء في مؤسسات حكومية، بالإضافة إلى من لديهم خبرات في مجالات مختلفة.

الإجراءات المنهجية للدراسة

تنتمي الدراسة إلى المنهج الوصفي التحليلي واعتمدت على استبانة لجمع المعلومات من عينة محددة مختارة من الخبراء بالإمارات العاملين في الجامعات ومراكز البحث العلمي والأجهزة الإعلامية والوزارات والمؤسسات المختصة بالإمارات والمهتمة بالتكامل الإماراتي الأفريقي.

أما اختبارات الصدق والثبات فقد تم حساب ثبات استمارات الاستقصاء من خلال معامل "ألفا كرونباخ"، وتبين أن قيمة المعامل بلغت 0.731، وبحساب تصحيح معامل الارتباط باستخدام معادلة "سبيرمان براون" نجد أن معامل الثبات قد بلغت قيمته 0.83 تقريباً، وهو معامل ثبات مقبول ودال إحصائياً، حيث يزيد على 0.7.

وبالنسبة للأساليب الإحصائية المستخدمة فقد تم استخدام الحاسب الآلي في إدخال البيانات، ومعالجتها إحصائياً باستخدام برنامج الحزم الإحصائية للعلوم الاجتماعية (SPSS)، ثم حلل البيانات الناتجة، والمستمدة من المبحوثين إحصائياً بالأساليب المناسبة لفروض البحث، والتي تمثلت بصورة أساسية في التحليلات التالية:

- التكرارات البسيطة، والنسب المئوية.
 - المتوسط الحسابي، والانحراف المعياري.
 - الوزن المرجح الذي يحسب بضرب التكرارات بوزن معين يقرره الباحث بناءً على عدد المراتب في السؤال، ثم تجميع نتائج الضرب لكل بند للحصول على مجموع الأوزان المرجحة، وتحسب النسب المئوية لبنود السؤال كلها.
 - الوزن النسبي (أو المئوي) والذي يحسب من المعادلة التالية:
المتوسط الحسابي $\times 100 \div$ الدرجة العظمى للإجابة على العبارة.
- وقد قام بتحكيم الاستبانة عدد من الخبراء والأكاديميين ومراجعة إجراءات الثبات والصدق.

الفصل الثاني: نتائج الدراسة الميدانية.

1- البيانات الأساسية للمبحوثين.

جدول رقم (1) يوضح توزيع عينة الدراسة حسب النوع:

النوع	إجمالي العينة	
	ك	%100
ذكور	62	82.7
إناث	13	17.3
المجموع	75	%100

يتبين من الجدول السابق أن عدد الذكور المتفاعلين مع استمارة الاستبيان والموافقين على المشاركة أكثر من عدد الإناث، حيث بلغت نسبة الذكور 82.7 %، بينما بلغت نسبة الإناث 17.3 %.

جدول رقم (2) يوضح توزيع عينة الدراسة من حيث السن:

السن	الإجمالي	
	ك	%100
من ثلاثين إلى أربعين عاماً	28	37.3
من أربعين عاماً إلى خمسين عاماً	30	40
أكثر من خمسين عاماً	17	22.7
المجموع	75	%100

يتضح من الجدول السابق أن عينة الدراسة من دون 40 عاماً يمثلون ما يقرب من 37.3%، ومن أربعين عاماً إلى خمسين يبلغون حوالي 40%، والفئة الأكثر من خمسين عاماً تبلغ حوالي 17%، وتشير تلك النتيجة إلى تنوع الفئات العمرية المشاركة في الدراسة.

جدول رقم (3) يوضح توزيع مستوى الدراسة للعينة:

إجمالي العينة		
ك	%100	
27	36	البكالوريوس
18	24	دبلوم عالي
19	25.3	ماجستير
11	14.7	دكتوراه
75	%100	المجموع

يتبين من الجدول السابق الخاص بتوزيع عينة الدراسة من حيث المستوى التعليمي أن نسبة كبيرة من مفردات العينة يبلغون 64% من حملة المؤهلات فوق العليا من الدبلوم العالي أو الماجستير أو الدكتوراه، وهو ما يشير إلى التخصص والخبرة العملية والبحثية والأكاديمية في بعض الحالات، وهو ما يثرى نتائجه.

جدول رقم (4) يوضح مجال العمل للعينة:

إجمالي العينة		
ك	%100	
15	20	استاذ جامعي
21	28	باحث
11	14.7	إعلامي
28	37.3	أخرى
75	%100	المجموع

يلاحظ من الجدول السابق تنوع مجالات عمل عينة الدراسة فحوالي 20% من العينة يعملون في المجال الأكاديمي بجامعات وكليات مختلفة، وحوالي 21% مرتبطون بالعمل البحثي سواءً أكان ذلك في الجامعات أم المؤسسات المتخصصة، بجانب الإعلاميين الذين هم أكثر متابعة ودراية بحكم عملهم الذي يتطلب متابعة الشأن العام والقضايا المطروحة حيث تم تمثيلهم بحوالي 14.7%، وقد كان من ضمن العينة عدد متنوع من المستشارين القانونيين، والمدراء بمؤسسات حكومية وغير حكومية، وعدد ممن لديهم خبرات أكثر من عشرين عاماً في مجالات اقتصادية وصناعية مختلفة.

ثانياً / نتائج الأسئلة الموضوعية.

جدول رقم (1) يوضح دلالات الإستراتيجية الإعلامية لدى الخبراء.

م	الأهمية			
	لا أوافق بشدة	أوافق بشدة	لا أوافق	أوافق
1	0	36	29	10
2	11	15	37	12
3	0	30	37	8

يتبين من نتائج الجدول السابق مدى ادراك الخبراء لأهمية الإستراتيجية الإعلامية الهادفة لتعزيز التكامل الإماراتي الأفريقي ودلالاتها، حيث يتضح أن نسبة من يعتقدون بدرجات مختلفة بأهمية تدشين تلك الإستراتيجية وأثرها في الانتقال بالإمارات من مرحلة التعاون الأفريقي إلى التكامل الأفريقي 86.6%، وهي نسبة مرتفعة للغاية تعكس أهمية أفريقيا لدولة الإمارات العربية المتحدة حيث ايمان الخبراء بضرورة تعزيز التعاون وصولاً الى التكامل لما فيه مصلحة للطرفين، وخاصة أن دولة الإمارات العربية المتحدة تتمتع بعلاقات جيدة مع مختلف دول القارة الأفريقية، وتستطيع أن تدعم جهود التنمية لدى بلدان القارة السمراء، وهو ما يتضح في من يرون أن تلك الإستراتيجية ستسهم بشدة في تبني رؤية إماراتية أفريقية مشتركة في شتى المجالات بنسبة 20%، ومن يتفقون مع ذلك الرأي 49.3%، في حين أن من رأى أن الإستراتيجية الإعلامية ليس بالضرورة أن تدفع في اتجاه رؤى مشتركة 14.7%، حيث أن التوافق والاتفاق بنسبة كبيرة غاية قد لا تتحقق خاصة مع كثرة الدول الأفريقية والتي تتعدى الخمسون دولة، وتقارب حول المليار نسمة.

كما أشار الخبراء إلى أن الإستراتيجية الإعلامية الهادفة لتعزيز التكامل الأفريقي ستسهم بشدة في إعطاء أولوية للمبادرات الوطنية المعنية بتعزيز ذلك التكامل بنسبة 89.3%، بينما يرفض ذلك التصور 10.7%، حيث يرون أن دولة الإمارات لديها بالفعل جهود ومبادرات عالمية متعددة تنتشر في مختلف بقاع العالم، وأن القارة الأفريقية قد استقبلت عديد من المبادرات والحملات التنموية والاعاثية والتي تم تنظيمها من جانب دولة الإمارات العربية المتحدة.

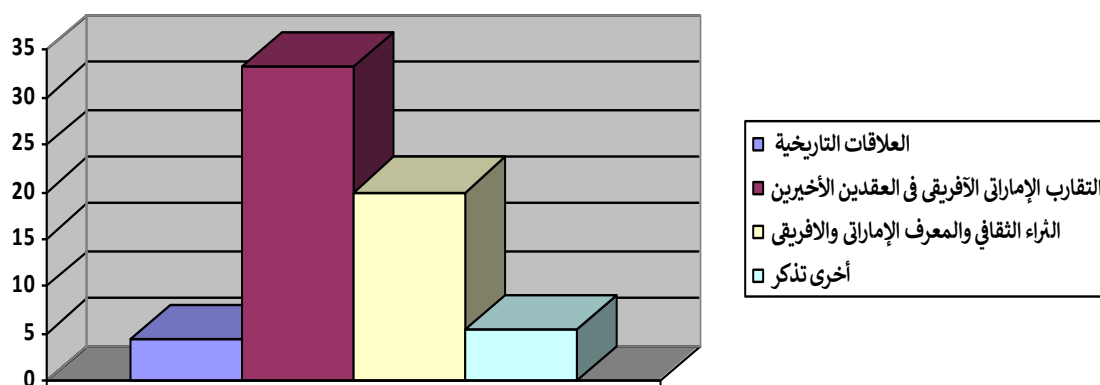
جدول رقم (2) يوضح دوافع قيام الإستراتيجية الإعلامية

م	الدوافع	وافق بشدة	وافق	لا أوافق	لا أوافق بشدة
1	تقوية الروابط المشتركة في إطار التقارب العربي الأفريقي	45	29	1	0
2	بناء قاعدة حوار مشترك إماراتي أفريقي	55	20	0	0
3	تعزيز جهود الإمارات في أفريقيا في المجالات كافة	28	41	4	2

وحول دوافع تدشين تلك الإستراتيجية الإعلامية يرى الخبراء كما يتبين من الجدول السابق أنها ستحقق تقوية الروابط المشتركة في إطار التقارب العربي الأفريقي، وذلك بنسب موافقة اجمالية 98.7%، وهي نسبة مرتفعة للغاية تشير الى دافعية الخبراء تجاه تقوية ودعم الروابط، وهو ما يتضح في اتفاق ما نسبته 73.3% بأن مثل تلك الإستراتيجية قد تسهم في بناء قاعدة حوار مشترك إماراتي أفريقي، وأنها ستسهم بشدة في تعزيز جهود الإمارات في أفريقيا في مختلف المجالات بنسبة قبول مجتمعه تفوق 92%، بينما رأى حوالي 8% من الخبراء بأن الجهود التي تبذلها الدولة لتعزيز التكامل الأفريقي كبيرة ولن تحقق لها الإستراتيجية الإعلامية، بالإضافة إلى التغطية الإعلامية التي قد تصل إلى المجتمعات الأفريقية.

جدول رقم (3) يوضح أهم مقومات الإستراتيجية الإعلامية

المقومات	التكرار	
	ك	%
العلاقات التاريخية التي أسس قواعدها الشيخ زايد آل نهيان (رحمه الله)	31	41.3
التقارب الإماراتي الأفريقي في العقدين الأخيرين	25	33.3
الثراء الثقافي والمعرفي الإماراتي والأفريقي	15	20
أخرى تذكر	4	5.4
المجموع	75	100%



شكل رقم (1) العلاقات بين دولة الإمارات العربية المتحدة والقارة الأفريقية

وعن أهم المقومات التي لابد أن تركز عليها الإستراتيجية الإعلامية لتعزيز التكامل الأفريقي رأى الخبراء بأن العلاقات التاريخية التي أسس قواعدها الشيخ زايد آل نهيان (طيب الله ثراه) منذ بداية تأسيس الدولة هي حجر أساس قوى تستطيع الإستراتيجية الارتكاز اليه حيث طيّب العلاقات وقوّاها مع مختلف الدولة الأفريقية منذ حقبة السبعينات من القرن الماضي، وذلك بنسبة 41.3%. انظر شكل رقم (1) وهي نسبة مرتفعة تعكس تاريخ العلاقات الطيبة بين دولة الإمارات العربية المتحدة والقارة الأفريقية.

يأتي في المركز الثاني من اختيار الخبراء التقارب الحالي والمستمر منذ الماضي حيث تطورت العلاقات الإماراتية الأفريقية بفضل تطور تكنولوجيا الاتصال والمواصلات، وتعزيز التقارب الإماراتي الأفريقي، وممارسة أدواراً مهمة شهد لها العالم أجمع في تحقيق الصلح بين دولتين أفريقيتين هما إثيوبيا وإرتيريا، بجانب جهود الدولة التي شهد لها الكثير خاصة في مجالات الغوث والمساعدات الانسانية، وهو ما عززها رموز دولة الإمارات وجهود أبناء الدولة عبر الهلال الأحمر الإماراتي، بينما أتى مقوم الثراء الثقافي والمعرفي بنسبة 20% وهي نسبة قليلة مقارنة بالمقومين السابقين، في حين ذكر الخبراء بعض الأسباب الأخرى والتي كانت بنسبة 5.4% مثل الارتكاز على العلاقات الاقتصادية، وجهود الدولة في استقطاب الأيدي العاملة من القارة الأفريقية، بالإضافة للمبادرات التنموية والأنشطة المشتركة.

جدول رقم (4) يوضح معوقات الإستراتيجية الإعلامية

المعوقات	التكرار	
	ك	%
سياسات التنافس الدولي في أفريقيا	24	32
ضعف قنوات التواصل بين الإعلام الإماراتي والإعلام الأفريقي	10	13.3
أزمة التغريب التي تعاني منها بعض المجتمعات الأفريقية	7	9.3
المشكلات الاقتصادية والاجتماعية والسياسية التي تسيطر على عدد من المجتمعات الأفريقية	25	33.4
أخرى تذكر	9	12
المجموع	75	100%

يتبين من الجدول السابق والذي يوضح معوقات الإستراتيجية الإعلامية بأن المشكلات الاقتصادية، والاجتماعية، أو السياسية التي تسيطر على عدد من المجتمعات الأفريقية هي المعوق الأول أمام

إستراتيجية تعزيز التكامل بين الإمارات وأفريقيا وذلك بنسبة 33.4%، حيث استنزفت تلك المشكلات طاقات وسائل الإعلام وجهود التعاون الدولي.

كما أكد الخبراء أن سياسات التنافس الدولي في أفريقيا مازالت نشطة وفعالة وتلقى بظلال ماضي قديم ملئ بالتحالفات والائتلافات والجبهات السياسية والعسكرية الموجهة ضد أطراف أخرى، ويرى الخبراء أن سياسات التنافس الدولي في أفريقيا والتي قد تمثل عائق بنسبة 32% حولت أفريقيا الى ساحة واسعة تجذب لاعبين دوليين جدد منها اسرائيل والصين بجانب الدول الأوروبية والتي كان لها تاريخ استعماري مع دول القارة فضلا عن الولايات المتحدة الأمريكية.

وأضاف الخبراء في المرتبة الثالثة للمعوقات التي قد تؤثر على إستراتيجية التكامل الأفريقي هو ضعف قنوات الاتصال بين الإعلام الإماراتي والإعلام الأفريقي، بجانب انخفاض نسبة الوعي بتراث وتاريخ وواقع الطرفين من جانب جمهور الطرفين، حيث أشار الخبراء الى ما يسمى بأزمة التغريب التي تمر بها بعض المجتمعات الأفريقية والتي قد تصبح معوق هي الأخرى بنسبة 9.3%، وهو ما قد يشير الى أهمية الإستراتيجية الإعلامية في تحقيق مزيداً من التقارب يعالج اخطاء الماضي ويتجاوز عن البعد الجغرافي، ويعتمد على العلاقات التاريخية المتينة بين عدد من الدول الأفريقية العربية ودولة الإمارات العربية المتحدة لتتسع الدائرة لتشمل دول افريقية غير عربية وخاصة دول وسط وجنوب القارة السمراء. وقد أشار بعض الخبراء الى معوقات أخرى قد تردت بنسبة 12% منها صعوبة التوفيق بين كثير من الدول الأفريقية وبعضها البعض بسبب اختلاف مواقفها السياسية والصراعات الكامنة والتي قد تفرض عليها عدم التعاون، إلى جانب وجود تجارب متشابهة تسعى الى التكامل وقد انطلقت تلك التجارب منذ زمن بعيد، وقد تمثل نوعاً من التحدي وعلى رأسها المنظمة الدولية للفرنكوفونية والتي تضم عديد من الدول الأفريقية بجانب دول أخرى من قارات أخرى وعلى رأسها فرنسا، ومجموعة تضامن الشعوب الأفرو- اسىوية، ومجموعة دول أفريقيا والكاريبي والمحيط الهادئ، فضلاً عن التحالفات الأفريقية الداخلية: مثل المجموعة الاقتصادية لدول غرب أفريقيا، ومجموعة التنمية لأفريقيا الجنوبية، وغيرها.

جدول رقم (5) يوضح وسائل تنفيذ الإستراتيجية الإعلامية

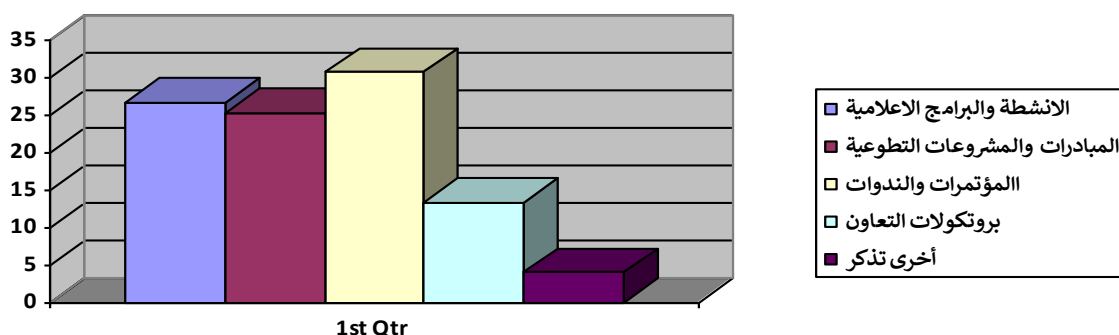
م	الوسائل	وافق بشدة	وافق	لا أوافق	لا أوافق بشدة
1	الوزارات والمؤسسات والهيئات الحكومية	28	37	10	0
2	وسائل الإعلام الإماراتية	39	32	3	1
3	هيئات استشارية من خبراء وباحثين	41	23	9	2

يتبين من الجدول السابق والذي يوضح وسائل تنفيذ الإستراتيجية الإعلامية بأن الخبراء قد تحمسوا بشدة بنسبة 54.7% في أن تنفيذ الإستراتيجية يعتمد على هيئات استشارية من خبراء وباحثين وذلك عبر شراكات عديدة مؤسسات بحثية وأكاديمية ومنظمات غير حكومية تستطيع أن تدشن فيما بينها تلك الشراكات القوية لوضع الإستراتيجية الإعلامية موضع التنفيذ، وقد اتفق الخبراء بشدة بنسبة 52% بأن وسائل الإعلام الإماراتية تستطيع أن تصيغ تلك الإستراتيجية وتنفذها لما لها من خبرات كبيرة ومكانة متميزة أوصلتها إلى أن تكون دبي عاصمة للإعلام العربي 2020م، كما أن وسائل الإعلام الإماراتية لديها من الامكانيات التي تمكنها أن تقدم الدعم والخبرة للمؤسسات الإعلامية الأفريقية الشريكة، وأشار الخبراء إلى تجارب البث والتغطيات المشتركة بين مؤسسة أبوظبي للإعلام وجمهورية مصر العربية حيث التنظيم المشترك لبعض الفعاليات الرياضية، ومنها بطولات مصرية محلية تم استضافتها على أرض الإمارات ليلتفت المجتمع المصري أثناء ذلك لروابط الاخاء والتعاون التي تجمع ما بين الإمارات العربية المتحدة وجمهورية مصر العربية، وتستطيع مؤسسات الإعلام بالدولة أن تكرر مثل هذه الأنشطة بصورة أو بأخرى مع مختلف دول القارة.

كما أكد 37.7% من العينة بضرورة تبني المؤسسات الحكومية تلك الشراكة، في حين عارض ذلك التوجه 13.3% من الخبراء حيث تفضيلهم أن تقوم مؤسسات غير حكومية بحثية واعلامية بذلك الأمر لكي يكون التفاعل أقوى مع تقديم دعم رسمي.

جدول رقم (6) يوضح أساليب تنفيذ الإستراتيجية الإعلامية

الأساليب	التكرار	
	ك	%
الأنشطة والبرامج الإعلامية الجماهيرية	20	26.7
المبادرات والمشروعات التطوعية	19	25.3
المؤتمرات والندوات والأنشطة الاتصالية المباشرة	23	30.7
بروتوكولات التعاون	10	13.3
أخرى تذكر	3	4
المجموع	75	%100



شكل رقم (2) أساليب تنفيذ الإستراتيجية الإعلامية الهادفة إلى تعزيز التكامل الإعلامي الإماراتي مع القارة الأفريقية

كما يتبين من الجدول السابق و(شكل رقم 2) والذي يوضح أساليب تنفيذ الإستراتيجية الإعلامية الهادفة إلى تعزيز التكامل الإعلامي الإماراتي مع القارة الأفريقية حيث أشار الخبراء إلى أن المؤتمرات والندوات والأنشطة الاتصالية المتخصصة مازالت لها فعالية كبيرة في تحقيق التقارب بين الكيانات الإعلامية في كلا المجتمعين، وذلك بنسبة 30.7%، بينما يرى 25.3% من الخبراء بأن تنظيم المبادرات والمشروعات التطوعية المنتظمة، والمخطط لها من شأنه أن يحقق أهداف الإستراتيجية بصورة أكثر تنظيماً وتخطيطاً، وقد أشاروا إلى مبادرات سمو الشيخ محمد بن راشد آل مكتوم وخاصة مبادرة القراءة، والتي أحدثت تأثيراً كبيراً في المجتمعات التي استهدفتها، بينما أشار 26.7% إلى أهمية البرامج والأنشطة الإعلامية الجماهيرية حيث قدرتها على جذب الرأي العام وجذب اهتمام كافة الفئات الاجتماعية، وجاء في الأخير الإشارة إلى توقيع بروتوكولات واتفاقيات تعاون بنسبة 10%.

بينما كانت هناك بعض الآراء التي تشير إلى تنظيم فعاليات محددة مثل بطولات رياضية ومسابقات ويتم تكرارها بمعدلات ثابتة واستضافتها في مختلف بلدان القارة الأفريقية ودولة الإمارات العربية المتحدة.

جدول رقم (7) يوضح مجالات الإستراتيجية الإعلامية.

م	المجالات	أوافق بشدة	أوافق	لا أوافق	لا أوافق بشدة
1	الإعلام الدبلوماسي	48	25	2	0
2	الإعلام الأمني	22	39	11	3
3	الإعلام الاقتصادي	19	40	14	2
4	الإعلام البيئي والصحي	50	18	7	0
5	الإعلام الديني	8	12	40	15
6	الإعلام الثقافي	61	10	2	2
7	الإعلام التعليمي	31	33	6	5
8	الإعلام وتكنولوجيا المعلومات	22	40	8	5
9	الإعلام الرياضي	41	21	11	2
10	العلاقات الإعلامية	11	60	2	2

يتبين من الجدول السابق والذي يوضح مجالات الإستراتيجية الإعلامية المقترحة بان غالبية عينة الدراسة أيدت بقوة ضرورة التركيز على المجالات الثقافية بنسبة مرتفعة تناهز 81.3% وذلك للاطلاع على ثقافة المجتمعات الأفريقية، والتي تتميز بالثراء، والتعدد وكذلك التعريف بثقافة المجتمع الإماراتي.

يلى ذلك التعاون والتركيز في المجالات البيئية والصحية بنسبة تأييد كبيرة ما بين موافق بشدة وموافق، وقد يعود ذلك الأمر لفترة تطبيق الدراسة واهتمام الرأي العام بفيروس كورونا المستجد، وإدراك الجميع بأهمية التنسيق والتعاون الدولي، كما كان التركيز على الإعلام الدبلوماسي وما يتعلق بالعلاقات الإستراتيجية والزيارات الدبلوماسية بنسبة 64% ومن ثم الإعلام الرياضي بنسبة 54.7% وهي نسب مرتفعة للغاية، في حين كان رفض العينة بنسب محدودة للموضوعات الدينية بنسبة 20% نظرا لحساسية اثاره الموضوعات الدينية عند مجتمعات تتباين فيما بينها في معتقداتها، وفي ظل البحث عن المشترك والتعاون قد تكون المجالات الدينية ليست من الأولويات، ثم يلي ذلك المجالات الرياضية بنسبة رفض متدرجة تصل مجتمعه الى 17.3% وذلك خوفا من المشكلات الناتجة عن المنافسات الرياضية والتي هي ظاهرة متفشية في الجماهير التي هي أحيانا قد تكون متعصبة لفرقها الرياضية، وقد دعا الخبراء إلى عدم التركيز بشدة على تكنولوجيا المعلومات والاقتصاد بسبب الفوارق الكبيرة بين دول القارة الأفريقية وبعضها وبين دولة الإمارات العربية المتحدة إلا اذا كان الأمر في سياق نقل الخبرات والتجارب .

جدول رقم (8) يوضح اسهام الإعلام الدبلوماسي في تنفيذ الإستراتيجية الإعلامية من خلال تحقيق منجزات في العناصر التالية:

م	الإعلام الدبلوماسي	أوافق بشدة	أوافق	لا أوافق	لا أوافق بشدة
1	ترقية التمثيل الدبلوماسي بين الإمارات والدول الأفريقية ليتضمن ملحقات إعلامية وثقافية واقتصادية وغيرها	55	20	0	0
2	التعريف بالثقافة والتراث الإماراتي من خلال نشاط البعثات الدبلوماسية في أفريقيا	62	14	0	0
3	إجراء البحوث والدراسات الإعلامية والدبلوماسية خاصة فيما يتعلق بجهود الإمارات تجاه أفريقيا	9	15	31	20

يتبين من الجدول السابق بان الإعلام الدبلوماسي عند الخبراء سيساعد بقوة في ترقية التمثيل الدبلوماسي بين الإمارات والدول الأفريقية، ويعزز من دور الملحقات الثقافية والاقتصادية، وقد أيد الخبراء ذلك الامر بنسب اجمالية تختف في درجات الموافقة تصل الى 100%، وهو ما تكرر في تحقيق الأهداف الثقافية، والتعريف بتراث الإمارات من خلال جهود البعثات الدبلوماسية، في حين رأى الخبراء بأن الإعلام الدبلوماسي لن ينجح في دعم الجهود البحثية واجراء الدراسات الإعلامية والدبلوماسية خاصة فيما يتعلق بجهود الإمارات تجاه افريقيا، وأن نوعاً آخر من الإعلام ربما ينجح في ذلك الأمر.

جدول رقم (9) يوضح اسهام الإعلام الأمني في تنفيذ الإستراتيجية الإعلامية من خلال تحقيق منجزات في العناصر التالية:

م	الإعلام الأمني	أوافق بشدة	أوافق	لا أوافق	لا أوافق بشدة
1	تعزيز جهود الإمارات في مواجهة الإرهاب والتطرف في أفريقيا	66	9	0	0
2	تقديم برامج إعلامية توعوية للأفارقة للوقاية من الإرهاب وللتنحيين من التطرف العنيف	21	30	14	10
3	إجراء البحوث والدراسات الإعلامية والأمنية خاصة فيما يساعد أفريقيا في مواجهة الكوارث والأزمات الأمنية	10	31	19	15

يتضح من الجدول السابق أن غالبية عينة الدراسة تؤيد بشدة دور الإعلام الأمني في الإستراتيجية الإعلامية في تحقيق مكاسب من شأنها تعزيز جهود الإمارات في مواجهة الإرهاب والتطرف خاصة في أفريقيا والعالم وذلك بنسب كبيرة للغاية، وهو ما تكرر في توقع نتائج إيجابية مرتبطة بتقديم برامج إعلامية توعوية هادفة للتحصين من التطرف العنيف، في حين شكك ما يقرب من 32% من عينة الدراسة بأن الإعلام الأمني ربما يؤدي الى مزيد من اجراء الدراسات والبحوث الامنية فيما يساعد في مواجهة الازمات حيث أن ذلك الامر هو نتائج عمل مؤسسات متخصصة.

جدول رقم (10) يوضح اسهام الإعلام الاقتصادي في تنفيذ الإستراتيجية الإعلامية من خلال تحقيق منجزات في العناصر التالية:

م	الإعلام الاقتصادي	أوافق بشدة	أوافق	لا أوافق	لا أوافق بشدة
1	التوثيق الإعلامي للنشاط التنموي والاقتصادي الإماراتي في أفريقيا	62	9	4	0
2	التعريف بفرص الاستثمار في الإمارات وأفريقيا	70	4	1	0
3	تشكيل قاعدة بيانات إلكترونية مشتركة حول الواقع الاقتصادي الإماراتي والأفريقي	2	12	55	6

يوضح الجدول السابق توزيع العينة فيما يتعلق بدور واسهامات الإعلام الاقتصادي حيث رأى ما يقرب من 94.7% أهمية الإعلام الاقتصادي باعتباره سيسهم في التوثيق الإعلامي للأنشطة التنموية والاقتصادية سواءً أكان ذلك في الإمارات أم في أفريقيا، وهي نسبة مرتفعة للغاية، كما تقترب النسبة من 98.7% من العينة يرون في الإعلام الاقتصادي فرصة في التعريف بفرص الاستثمار المتبادل، وقد ترتبط تلك النتيجة بنتائج الجدول الخاص بالمجالات المفضلة للإستراتيجية الإعلامية، حيث أن الخبراء قد سبق وان تخوفوا من الإعلام الاقتصادي اذ ربما لا يستطيع التعامل مع الفوارق الاقتصادية الشاسعة بين دول القارة الأفريقية وبعضها وبين دولة الإمارات، في حين أن الإعلام الاقتصادي يستطيع أن يبتكر نوعاً من الدعاية الاستثمارية المفيدة لمختلف الاطراف.

وفي الاخير فقد شكك الخبراء في كون الإعلام قادر على تشكيل قاعدة بيانات إلكترونية مشتركة حول الواقع الاقتصادي وذلك بنسب مجمله تقارب 94.7% حيث أن الإعلام ربما ينتهي دوره عند تسليط الأضواء حول الفرص الاستثمارية الواعدة، إلا أن قواعد البيانات والاحصائيات الدقيقة التي تبحث عنها المنظمات ورجال الاعمال أمور لا تتوفر في وسائل الإعلام بمصادقية عالية نظراً لعدم دقتها.

جدول رقم (11) يوضح اسهام الإعلام البيئي في تنفيذ الإستراتيجية الإعلامية من خلال تحقيق منجزات في العناصر التالية:

م	الإعلام البيئي والصحي	أوافق بشدة	أوافق	لا أوافق بشدة	لا أوافق
1	التوثيق الإعلامي للنشاط البيئي والصحي	32	19	10	14
2	التعريف بتجربة الإمارات بالحفاظ على البيئة ومعالجة التلوث في أفريقيا	66	9	0	0
3	عقد مؤتمرات حول واقع ومستقبل الإعلام البيئي والصحي تشارك فيه المؤسسات الإعلامية البيئية العربية والأفريقية	70	5	0	0

يوضح الجدول السابق أنه فيما يتعلق بإسهام الإعلام البيئي والصحي في تنفيذ الإستراتيجية الإعلامية أوضح نسبة كبيرة من الخبراء موافقتهم بشدة على أن الإعلام البيئي والصحي قد يوثق للأنشطة البيئية الإماراتية في أفريقيا والتعاون في مجال حماية البيئة والصحة في مختلف دول القارة الأفريقية، في حين أن 32% من العينة رأوا أن توثيق الأنشطة البيئية، والصحية أمر غير دقيق لو تم عبر جهود إعلامية حيث أن هناك مؤسسات أكثر تخصصاً ولديها باحثين أكفاء يستطيعون ان يقوموا بمهمة التوثيق. وقد اتفق الخبراء على اسهام الإعلام البيئي في التعريف بتجربة الإمارات بالحفاظ على البيئة والصحة العامة ومعالجة التلوث البيئي وذلك بنسبة 100% حيث منجزات دولة الإمارات في مجالات مدن المستقبل التي تعتمد على الطاقة النظيفة، وجهودها في مجال الحفاظ على البيئة والثروة الحيوانية وتأمين المحميات الطبيعية، وبنسبة مرتفعة اتفق الخبراء على أهمية الإعلام البيئي والصحي في تبنى مؤتمرات وأنشطة اتصالية تستطيع أن تجذب مختلف المؤسسات المعنية.

جدول رقم (12) يوضح اسهام الإعلام الديني في تنفيذ الإستراتيجية الإعلامية من خلال تحقيق منجزات في العناصر التالية:

م	الإعلام الديني	أوافق بشدة	أوافق	لا أوافق بشدة	لا أوافق
1	التعريف بالمنهج الوسطي الذي تركز عليه الإمارات لأصحاب الديانات السماوية في أفريقيا	30	10	20	15
2	تعزيز قيم التسامح الديني من خلال خطب الجمعة والبرامج الإعلامية في وسائل الإعلام الإماراتية	35	16	24	0
3	إقامة مؤتمرات علمية بالإمارات تعزز التعايش الديني بين القوميات والعرقية المختلفة التي تعيش داخل وخارج الإمارات	71	4	0	0

يتبين من الجدول السابق بان الخبراء لا يرون في الإعلام الديني فرصة قوية كما كان الاتفاق على مجالات أخرى من الإعلام، حيث انخفاض نسب من يرون أن الإعلام الديني قادر على التعريف بالمنهج الوسطي الذي تركز عليه الإمارات لأصحاب الديانات السماوية في أفريقيا بنسبة 53.3 %، في حين رأوا ما نسبته 46.7 % أنه ينبغي البعد عن الخطاب الديني في تلك الإستراتيجية وبأن أصحاب الديانات الأخرى لن يتابعوا هذا الخطاب.

وقد أشار بقوة ما نسبته 46.7 % على قوة وسائل الإعلام في تعزيز قيم التسامح الديني من خلال خطب الجمعة والبرامج الإعلامية في وسائل الإعلام الإماراتية، وفي الأخير أكد الخبراء على أن تنظيم الفعاليات والأنشطة الاتصالية أمر في غاية الأهمية ويسهم بقوة في تعزيز التقارب الإماراتي الأفريقي من منطلق التفاعل وقبول الآخر، وقد أشار الكثير منهم لنتائج تنظيم الإمارات لمؤتمرات شارك فيها رموز الأديان وكان لها صدى إيجابي.

جدول رقم (13) يوضح اسهام الإعلام الثقافي في تنفيذ الإستراتيجية الإعلامية من خلال تحقيق منجزات في العناصر التالية:

م	الإعلام الثقافي	أوافق بشدة	أوافق	لا أوافق	لا بشدة
1	إقامة مهرجانات إعلامية ثقافية إماراتية في أفريقيا في مقابل أنشطة مماثلة إفريقية بالإمارات	69	4	0	0
2	العمل على إنتاج إعلامي مشترك بين المبدعين بالإمارات والمبدعين في أفريقيا	70	5	0	0
3	ترجمة الإنتاج الفكري الثقافي والأدبي الإماراتي باللغات الأفريقية	55	20	0	0

يتبين من الجدول السابق قوة الإعلام الثقافي في الاسهام بتعزيز عمل الإستراتيجية الإعلامية حيث أعطت العينة نتائج مرتفعة للغاية تشير إلى مدى اسهام اقامة المهرجانات الإعلامية والثقافية في تحقيق التقارب وذلك بنسب موافقة بقوة تقترب من 92%، وهو ما تكرر في اعتقادهم بان انتاج المواد الإعلامية المشتركة التي يتعاون فيها مبدعين اماراتيين مع مبدعين أفارقة ستسهم بشدة في تحقيق نجاحات للإستراتيجية الإعلامية، وذلك بنسبة مجتمعه تقارب 100%، فضلا عن أنشطة الترجمة للإبداعات الفكرية والثقافية والتراث الأدبي لكل من الإمارات وأفريقيا يساهم بقوة في نجاح تلك الإستراتيجية.

جدول رقم (14) يوضح اسهام الإعلام التعليمي في تنفيذ الإستراتيجية الإعلامية من خلال تحقيق منجزات في العناصر التالية:

م	الإعلام التعليمي	أوافق بشدة	أوافق	لا أوافق	لا بشدة
1	زيادة المنح الدراسية للطلاب الأفارقة للدراسة في الجامعة القاسمية لتعلم اللغة العربية للناطقين بغيرها والإعلام والعلوم الشرعية والإنسانية خاصة في الجامعة القاسمية	70	5	0	0
2	إنشاء فروع لبعض الجامعات الإماراتية في أفريقيا	66	9	0	0
3	القيام بمشروعات إعلامية تعليمية لمحو الأمية وتعليم الكبار في بعض الدول الأفريقية	22	12	16	25

يتضح من نتائج الجدول السابق اعتقاد الخبراء بأن الإعلام التعليمي بأشكاله المختلفة قد يساهم في تحقيق التقارب عبر زيادة المنح الدراسية التي توفرها بعض الجامعات الإماراتية، ومنها الجامعة القاسمية للطلاب غير الناطقين باللغة العربية، وذلك بنسبة مرتفعة، كما أن انشاء فروع للجامعات الإماراتية العريقة في بعض الدول الأفريقية من شأنه تحقيق مزيداً من التقارب والتكامل وذلك بنسبة 88%، في حين أشار ما يقرب من 33.3% من الخبراء تخوفهم من عدم فعالية القيام بمشروعات إعلامية تعليمية في بعض الدول الأفريقية حيث أن ذلك الأمر قد يتطلب الاستعانة بمؤسسات محلية متخصصة وأنها أنشطة تنموية بالمجال الأول قد تستنزف وقت وجهد.

جدول رقم (15) يوضح اسهام الإعلام وتكنولوجيا المعلومات في تنفيذ الإستراتيجية الإعلامية من خلال تحقيق منجزات في العناصر التالية:

م	الإعلام وتكنولوجيا المعلومات	أوافق بشدة	أوافق	لا أوافق	لا بشدة
1	تقديم تجربة مجتمع المعلومات في الإمارات لأفريقيا	30	38	7	0
2	الدعم المالي والفني الإماراتي لبعض الدول الأفريقية في مجال الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات لبعض الدول الأفريقية	62	14	0	0
3	تعزيز التواصل المعرفي الإماراتي الأفريقي عبر الإنترنت	31	19	5	20

يتبين من نتائج الجدول السابق بأن الخبراء قد اتفقوا بنسبة كبيرة تقارب 80.7 % على أهمية الإعلام وتكنولوجيا المعلومات في تقديم تجربة مجتمع المعلومات في الإمارات لأفريقيا التي تتطلع لمستقبل

أفضل، كما أن تقديم الإعلام التكنولوجي ربما يساهم في تقديم الدعم المالي، والفني لبعض الدول الأفريقية في مجال الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات، في حين أشار ما يقرب إلى 33.3% إلى عدم قدرة الإعلام وتكنولوجيا المعلومات على تعزيز التواصل المعرفي بين الإمارات والدول الأفريقية حيث أن فضاء الانترنت الواسع لا يضمن تحقيق تلك النتيجة المستهدفة.

جدول رقم (16) يوضح اسهام الإعلام الرياضي في تنفيذ الإستراتيجية الإعلامية من خلال تحقيق منجزات في العناصر التالية:

م	الإعلام الرياضي	أوافق بشدة	أوافق	لا أوافق	لا أوافق بشدة
1	القيام بزيارات بين الإعلاميين الرياضيين الإماراتيين ونظرائهم في أفريقيا	55	20	0	0
2	تبادل البرامج الإعلامية الرياضية بين الإمارات والدول الأفريقية	62	14	0	0
3	إقامة مسابقات رياضية مشتركة إماراتية أفريقية وتوثيقها عبر الوسائل الإعلامية والتقنية	30	24	10	11

يتبين من الجدول السابق أن الإعلام الرياضي سيساهم في تنفيذ الإستراتيجية الإعلامية من خلال تحقيق منجزات في مجال القيام بزيارات بين الإعلاميين الرياضيين الإماراتيين ونظرائهم في أفريقيا، وهو أمر إيجابي، حيث أن تلك الزيارات والأنشطة الإعلامية تساهم في عمل برامج إعلامية مشتركة ومتبادلة، في حين رأى ما يقرب من 24.3% من الخبراء أن ذلك التعاون لن يؤدي بالضرورة إلى إقامة فعاليات، ومسابقات، وأنشطة رياضية، وأن إقامة مثل تلك الأنشطة تتطلب تنسيقاً بين المنظمات الرياضية المعنية، في حين رأى ما يقرب 62% أن إقامة تلك الأنشطة ستنتج نتيجة جهود التنسيق، والزيارات مجتمعة وبأنها لا تتطلب سوى تهيئة الأجواء والتفاعل الإيجابي بين مختلف العاملين في حقل الرياضة.

جدول رقم (17) يوضح اسهام العلاقات الإعلامية في تنفيذ الإستراتيجية الإعلامية من خلال تحقيق منجزات في العناصر التالية:

م	العلاقات الإعلامية	أوافق بشدة	أوافق	لا أوافق	لا أوافق بشدة
1	الحوار المشترك بين الإعلاميين الإماراتيين والإعلاميين الأفارقة	61	14	0	0
2	الدعم الإعلامي والفني للإمارات تجاه الإعلام الأفريقي	71	3	0	0
3	التبادل الإعلامي والبيت التلفزيوني المشترك بين الإمارات والدول الأفريقية في بعض المناسبات	70	5	5	0

يتبين من نتائج الجدول السابق مدى اسهام العلاقات الإعلامية في تنفيذ الإستراتيجية الإعلامية من خلال تحقيق منجزات مرتبطة بالحوار المشترك بين الإعلاميين الإماراتيين والأفارقة، وبأن الدعم الإعلامي والفني للإمارات تجاه الإعلام الأفريقي سيزيد بنسبة كبيرة للغاية لما لدى الإمارات من مؤسسات وقنوات إعلامية متقدمة تهتم بالأنشطة المختلفة على مستوى العالم، وبأن العلاقات الإعلامية بالضرورة ستعكس إيجاباً على التبادل الإعلامي والبيت التلفزيوني المشترك بين الإمارات والدول الأفريقية في بعض المناسبات، إلا أن 6.7% من الخبراء رأوا أن ذلك الأمر قد يعوقه حقوق البث، وأن البعد الجغرافي لأفريقيا عن الإمارات قد يصعب من عمليات البث المشترك للبطولات الهامة، والذي إذا ما تحقق سيؤدي بالتأكيد إلى وصول الصوت الإماراتي لمختلف المجتمعات الأفريقية.

جدول رقم (18) يوضح متطلبات البيئة الإعلامية الإماراتية لتنفيذ الإستراتيجية الإعلامية:

م	متطلبات البيئة الإعلامية الإماراتية	أوافق بشدة	أوافق	لا أوافق	لا أوافق بشدة
1	تطوير النظم والتشريعات الإعلامية	32	30	12	3
2	الاستمرار في تشجيع ودعم المبادرات الإعلامية	72	3	0	0
3	التوسع في إنشاء وتطوير المدن الإعلامية	59	12	0	0

يتبين من نتائج الجدول السابق أن الخبراء قد أشاروا إلى أن التطوير المستمر للنظم والتشريعات الإعلامية الإماراتية المشجعة لحدوث التكامل الإماراتي الأفريقي قد يكون مطلباً لنجاح الخطة

الإستراتيجية، في حين رأوا ما يقرب من 20% من الخبراء أنه بالفعل التشريعات والنظم الإماراتية حديثة ومنفتحة على الجميع وتشجع عمل في إطار دولي. وأشار ما يقرب من 96% من العينة بأهمية الاستمرار في تشجيع ودعم المبادرات الإعلامية الهادفة لتحقيق مثل ذلك التقارب، وأن يكون عمل استراتيجي منظم، مع التوسع في انشاء وتطوير المدن الإعلامية وافتتاح مكاتب، وفروع في مختلف الدول الأفريقية.

جدول رقم (19) يوضح متطلبات البيئة الإعلامية الأفريقية لتنفيذ الإستراتيجية الإعلامية:

م	متطلبات البيئة الإعلامية الأفريقية	أوافق بشدة	أوافق	لا أوافق	لا أوافق بشدة
1	معالجة الإشكالات الهندسية والتقنية والبرمجية التي يعاني منها الإعلام الأفريقي	55	20	0	0
2	التكامل بين شبكات الاتصال التنموي الأفريقية	69	6	0	0
3	التحرر من التبعية الإعلامية الثقافية	31	35	9	0

يتبين من نتائج الجدول السابق تشجيع الخبراء لمعالجة الاشكالات الهندسية والتقنية والبرمجية التي يعاني منها الإعلام الأفريقي عبر تقديم الدعم التقني والذي سينعكس إيجاباً على أداء الإعلام الأفريقي ودخوله مرحلة جديدة، وبأن التكامل بين شبكات الاتصال التنموي الأفريقي البيئي والاتصال التنموي قد يساهم في تحقيق نجاحات كبيرة، في حين أعرب 81.3% من العينة حاجة الإعلام الأفريقي للتحرر من التبعية الثقافية التي مازالت تؤثر عليه وارتباطه بثقافة دول قد استعمرته فترة كبيرة أثناء الحقب الماضية، في حين رأى 12% من الخبراء أن تقدم الإستراتيجية الإعلامية الإماراتية الأفريقية قد لا تتعارض أو تتأثر مع بعض بقايا تلك التبعية الثقافية حيث اتجه مختلف المجتمعات الأفريقية الى تبني ثقافة العولمة والانفتاح على العالم بأسره.

جدول رقم (20) يوضح مسارات مستقبلية من المؤمل اسهامها في تنفيذ الإستراتيجية الإعلامية وتطويرها:

م	مسارات تنفيذ الإستراتيجية الإعلامية	أوافق بشدة	أوافق	لا أوافق	لا أوافق بشدة
1	تكوين جمعيات علمية وثقافية ومهنية مشتركة تعزز التكامل الإماراتي الأفريقي	61	14	0	0
2	تقديم النهج الحضاري الإماراتي في ثقافة التسامح لأفريقيا عبر مشروعات وبرامج متخصصة	58	17	0	0
3	قيادة الشباب والخبراء للمبادرات التطوعية والتنموية الموجهة للمجتمعات الأفريقية	66	9	0	0

يتبين من الجدول السابق الذي يرصد أهم المسارات المستقبلية المؤمل عليها في تنفيذ الإستراتيجية الإعلامية وتطويرها هي تكوين الجمعيات العلمية، والثقافية، والمهنية المشتركة، وذلك بنسبة اتفاق تقارب 100%، ونقل التجربة الإماراتية في تعزيز ثقافة التسامح لأفريقيا عبر المشروعات والبرامج المتخصصة، فضلاً عن الاستمرار في قيادة الشباب والخبراء للمبادرات التطوعية، والاغاثية الموجهة للمجتمعات الأفريقية، ودعم جهود منظمة الهلال الأحمر الإمارات، والذي يعتبر خير ساعد لتنفيذ الإستراتيجية الإعلامية المستقبلية.

النتائج:

توصلت الدراسة لعدد من النتائج المهمة بجانب الرد على تساؤلات الدراسة كما يتضح فيما يلي:

- فيما يتعلق بدلالات أهمية الإستراتيجية الإعلامية للخبراء فقد تبين أن الخبراء يعتقدون بنسبة 86.6% بأهمية تلك الإستراتيجية، وأثرها في الانتقال بالإمارات من مرحلة التعاون الأفريقي إلى التكامل الأفريقي، يلي ذلك دلالة إعطاء أولوية للمبادرات الوطنية المعنية بتعزيز التكامل الإماراتي الأفريقي.
- فيما يتعلق بدوافع ترتيب قيام تلك الإستراتيجية فقد تبين أن نسبة 98.7% من الخبراء يرون دورها في تقوية الروابط المشتركة في إطار التقارب العربي الأفريقي، يلي ذلك دافعية بناء قاعدة حوار مشترك إماراتي أفريقي.

-فيما يتعلق بمقومات الإستراتيجية الإعلامية للخبراء فقد تبين أن العلاقات التاريخية التي أسس قواعدها الشيخ زايد آل نهيان (طيب الله ثراه) هي المقوم الأساسي للإستراتيجية وذلك بنسبة 41.3%، يلي ذلك التقارب الإماراتي الأفريقي في العقدين الأخيرين بنسبة 33.3%، وفي الأخير التراث الثقافي والمعرفي الإماراتي والأفريقي.

- فيما يتعلق بمعوقات قيام الإستراتيجية الإعلامية فقد توصلت النتائج إلى أن سياسات التنافس الدولي في أفريقيا هي أهم المعوقات وذلك بنسبة 32%، يلي ذلك ضعف قنوات التواصل بين الإعلام الإماراتي والإعلام الأفريقي بنسبة 13.3%.

-توصلت النتائج إلى أن الخبراء قد اتفقوا بشدة فيما بينهم على أن أهم وسائل تنفيذ الإستراتيجية هي الاعتماد على هيئات استشارية من خبراء وباحثين، يلي ذلك الاعتماد على جهود وسائل الإعلام الإماراتية، بجانب المنظمات الحكومية المتمثلة في الوزارات والمؤسسات العامة.

-وفيما يتعلق بأساليب تنفيذ الإستراتيجية فقد أوضحت النتائج بأن تنظيم المؤتمرات والندوات والأنشطة الاتصالية المباشرة تأتي في المقام الأول بنسبة 30.7، يلي ذلك الأنشطة والبرامج الإعلامية الجماهيرية بنسبة 26.7، والمبادرات والمشروعات التطوعية بنسبة 25.3% وفي الأخير بروتوكولات التعاون.

-فيما يتعلق بنتائج ترتيب أفضلية الخبراء للمجالات التي ينبغي أن تركز عليها الإستراتيجية فقد أوضحت النتائج أن المجال الثقافي هو المجال الأفضل بنسبة 81.3% ومن ثم الإعلام الدبلوماسي، والإعلام البيئي والصحي، بجانب الإعلام الرياضي والتعليمي.

-حول ترتيب الموضوعات التي يركز عليها الإعلام الدبلوماسي أشارت النتائج إلى أهمية التعريف بالثقافة والتراث الإماراتي من خلال نشاط البعثات الدبلوماسية في أفريقيا، وجهود ترقية التمثيل الدبلوماسي بين الإمارات والدول الأفريقية.

-وفي المجال الأمني يتم التركيز على جهود تعزيز مواجهة الارهاب والتطرف في أفريقيا وتقديم برامج اعلامية توعوية للأفارقة للوقاية من الارهاب.

-وحول ترتيب الموضوعات التي يركز عليها الإعلام الاقتصادي ركزت النتائج على فرص الاستثمار في الإمارات وأفريقيا، والتوثيق الإعلامي للنشاط التنموي والاقتصادي.

-وفي المجال البيئي أشارت النتائج إلى التعريف بتجربة الإمارات بالحفاظ على البيئة ومعالجة التلوث في أفريقيا.

-وفي المجال الديني جاءت ترتيب الموضوعات التي ينبغي التركيز عليها في نتائج الدراسة المتمثلة في إقامة المؤتمرات العلمية والأنشطة الاتصالية التي تعزز التعايش الديني بين القوميات والعرقيات المختلفة، يلي ذلك تعزيز قيم التسامح الديني من خلال البرامج الإعلامية.

- وفي المجال الثقافي أشارت نتائج الدراسة إلى موضوعات: العمل على انتاج إعلامي مشترك بين المبدعين بالإمارات والمبدعين في أفريقيا، يلي ذلك إقامة المهرجانات الإعلامية والثقافية، وترجمة الانتاج الفكري الثقافي والأدبي الإماراتي باللغات الأفريقية والعكس.

- وفي مجال الإعلام التعليمي ركزت النتائج على زيادة المنح الدراسية للطلاب الافارقة، وانشاء فروع لبعض الجامعات الإماراتية في أفريقيا.

-وفي المجال الإعلامي وتكنولوجيا المعلومات أشارت الدراسة إلى تقديم الدعم المالي والفني الإماراتي للدول الأفريقية خاصة في مجال الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات.

-أشارت النتائج إلى أن متطلبات البيئة الإعلامية الإماراتية لتنفيذ الإستراتيجية الإعلامية هي الاستمرار في تشجيع ودعم المبادرات الإعلامية بنسبة 96%، في حين رأوا 20% من الخبراء بأن الأمر قد لا يتطلب تغيير في التشريعات والقوانين، مع أهمية التوسع في انشاء وتطوير المدن الإعلامية.

- وعن نتائج الدراسة فيما يتعلق بمتطلبات البيئة الأفريقية لتنفيذ الإستراتيجية توصلت النتائج إلى أهمية تحقيق التكامل بين شبكات الاتصال التنموي الأفريقي، ومعالجة الاشكالات الهندسية والتقنية والبرامجية التي يعاني منها الإعلام الأفريقي، مع أهمية التحرر من التبعية الثقافية، كما رأى الخبراء بنسبة 81.3% والتي مازالت تؤثر على الإعلام الأفريقي في بعض المجتمعات.

- وحول أهم المسارات المستقبلية المؤمل اسهامها في تنفيذ الإستراتيجية فقط رأى الخبراء أن قيادة الشباب والخبراء للمبادرات، وتشجيع تكوين مؤسسات علمية وثقافية ومهنية تعزز التكامل الإماراتي الأفريقي مسارات من شأنها تعزيز تنفيذ الإستراتيجية.

توصيات البحث

في ختام هذا البحث تم التوصل إلى التوصيات التالية:

- 1/ طباعة هذا البحث وتوزيعه لمؤسسات صنع القرار بالإمارات لدراسته ومناقشته وبيان مواطن القوة والقصور والاستفادة منه قدر الإمكان.
- 2/ أهمية إدراك النظرة السلبية التي يبديها الإعلام الدولي أحياناً لأفريقيا عند بناء أية خطة أو برامج أو مشروعات أو مجالات تكامل تسعى الإمارات فيها مع الدول الأفريقية.
- 3/ ابتكار قنوات ووسائل وآليات جديدة لبناء وتعزيز الثقة بين وسائل الإعلام الإماراتية مع نظيراتها في الدول الأفريقية.
- 4/ العمل على تأسيس مركز للدراسات العربية والأفريقية بالإمارات يعزز الجهود العربية الأفريقية في مجالات التكامل المختلفة، ويطور الجهود والمبادرات الإماراتية تجاه الدول العربية والأفريقية.
- 5/ تفعيل الشراكات الثنائية القائمة بين الإمارات والدول الأفريقية، بالإضافة إلى حث الإعلام الإماراتي على التركيز على هذه الشراكات باستمرار.
- 6/ الاستمرار في اتباع المنهجية العلمية والتخطيط الاستراتيجي التي ظلت وما زالت تقوم بها الإمارات على كافة المستويات، والاستفادة من نظم الإدارة الحديثة مع استخدام تقنيات الإنترنت لتطوير مجالات التكامل الإماراتي الأفريقي.
- 7/ تشجيع المبادرات المنوطة بالإعلام الوطني الإماراتي في دعوته للاتحادات الإقليمية المهنية والعلمية مثل: اتحاد إذاعات الدول العربية، واتحاد إذاعات الدول الأفريقية، واتحاد إذاعات الدول الإسلامية في الدخول في شراكات إعلامية، ومشروعات تنموية؛ بما يحقق الاستفادة المرجوة.
- 8/ ضرورة إنشاء معهد أكاديمي بالإمارات يمنح الدبلوم العالي والماجستير والدكتوراة في الإعلام الأفريقي والدراسات الأفريقية المستقبلية بحيث يكون موجه للباحثين داخل وخارج الإمارات.
- 9/ بناء وإعداد جيل من الشباب والباحثين الإماراتيين يمتلكون القدرة في البحث والعمل في ميدان الدراسات المستقبلية، وعلى التخصص الدقيق خاصة في الشؤون الإعلامية والأفريقية.
- 10/ تعزيز ثقافة تشكيل الفرق البحثية في كليات الإعلام والاتصال بالجامعات ومراكز البحث العلمي والدراسات الإستراتيجية بدولة الإمارات العربية المتحدة وفق منهجية البحث والتفكير والمعروفة Thng Tanks. وهذا من شأنه أن يساهم إيجاباً في رسم السياسات الخارجية وصنع القرارات تجاه العلاقات مع دول العالم وبالأخص في تعزيز التكامل الأفريقي.

المصادر والمراجع

أولاً / الكتب العربية

1. يوسف النعيمي، الإمارات أنموذج لتعزيز قيم التسامح والمواطنة العالمية، المركز الإقليمي للتخطيط التربوي، 11 ديسمبر 2018م.
2. فريق بحث علمي، الإستراتيجية الإعلامية لدول مجلس التعاون لدول الخليج العربية 2010م-2020م، مركز البحوث والدراسات والإعلام (أسبار)، قمة أبو ظبي 2010م.
3. محمد عاشور ود. أحمد علي سالم، دليل المنظمات الأفريقية الدولية، مراجعة أ.د. إبراهيم نصر الدين، الطبعة الأولى، القاهرة، مشروع دعم التكامل الأفريقي، معهد البحوث والدراسات الأفريقية، جامعة القاهرة، القاهرة، 2006م.

ثانياً / الرسائل العلمية

1. محمد سيف راشد الجابري، السياسة الخارجية الإماراتية تجاه أفريقيا منذ عام 2004، رسالة ماجستير غير منشورة في الدراسات الأفريقية، قسم السياسة والاقتصاد، معهد البحوث والدراسات الأفريقية، جامعة القاهرة.
2. صالحة سهيل العامري، دور المرأة الإماراتية في المشاركة السياسية، رسالة ماجستير غير منشورة في العلوم السياسية، قسم العلوم السياسية، كلية الآداب والعلوم، جامعة الشرق الأوسط، تموز/2013م.
3. محمد مقروف، العلاقات الخارجية لمجلس التعاون لدول الخليج العربية، رسالة ماجستير غير منشورة في القانون، فرع القانون الدولي والعلاقات الدولية، كلية الحقوق، جامعة الجزائر، السنة الجامعية: 2010م.
4. عبد المحسن لافي الشمري، مجلس التعاون الخليجي وتحدي الوحدة، رسالة ماجستير غير منشورة، في العلوم السياسية، قسم العلوم السياسية، كلية الآداب والعلوم، جامعة الشرق الأوسط، الفصل الدراسي الثاني 2011م-2012م.
5. أمجد رمضان فحلة، العوائق التي تواجه جامعة الدول العربية وطرق تجاوزها، رسالة ماجستير غير منشورة في القانون الدولي والعلاقات الدولية، كلية الحقوق، جامعة الحاج لخضر، الجزائر.
6. خالد العنزي، التبادل الإعلامي الحكومي العربي – دراسة تجربة إتحاد إذاعات الدول العربية، رسالة ماجستير غير منشورة في الإعلام، كلية الإعلام، جامعة الشرق الأوسط، 2012م.

ثالثاً/ المجالات والدوريات

1. د.ثري إبراهيم جابر، المسيرة الاتحادية لدولة الإمارات العربية المتحدة في عهد الشيخ خليفة بن زايد : دراسة في تطورها السياسي والإداري والتنموي، مجلة جامعة الأقصى، (سلسلة العلوم الإنسانية)، المجلد الحادي والعشرون، العدد الأول، يناير 2017م، ص 75-103.

رابعاً / المحاضرات والأوراق غير المنشورة

2. السفير عبيد سالم الزعابي، إستراتيجية الإمارات العربية المتحدة لمكافحة الإرهاب والتطرف، ورقة قدمت في الجلسة الرفيعة المستوى في مؤتمر جنيف للوقاية من التطرف العنيف، جنيف، 8 أبريل 2016م.