

القسم الميداني

الفصل الأول

نتائج الدراسة المسحية على القائم بالاتصال.

أولاً: الأسئلة الخاصة بالقائم بالاتصال:

- هل تتابع بث برامج إذاعتكم؟
- ما هي الأهداف المرجو تحقيقها من خلال إنشاء هذه الإذاعة؟.
- إلى أي مدى تشارك في إعداد الخارطة البرمجية لهذه الإذاعة؟.
- ما البرامج التي تضعونها لها أولويات أثناء إعداد الخارطة البرمجية؟.
- إلى أي مدى يتم الالتزام بالتخطيط البرامجي في الإذاعات اليمنية المحلية؟
- ما هي الجهات التي تشارك في وضع برامج محطتكم؟.
- رتب حسب الأهمية، مصادر هذه الإذاعة في استيفاء الأخبار والمعلومات؟.
- كيف تقيم نجاح هذه الإذاعة في تحقيق أدوارها؟.
- ما المعايير التي تم اعتمادها أثناء التفكير في إنشاء هذه الإذاعة لهذه المحافظة دون غيرها؟
- هل هناك تداخل بين بث إذاعتكم والإذاعات المحلية المجاورة؟.
- إذا كانت الإجابة بنعم، ماهي هذه الإذاعات؟.
- هل يؤثر هذا التداخل على المستمعين في المحافظة؟.
- ما الأعمال التي تقوم بها الإذاعات؟.
- إلى أي مدى تتجاوب الإذاعات مع سياسة الوزارة الوصية؟ .
- ما هي وسائل تقييمكم لبرامج هذه الإذاعة؟
- كيف نفهم مدى مشاركة الجمهور المحلي في مناقشة برامج هذه الإذاعة ؟
- ما هو مفهوم الوحدة الوطنية عبر برامج هذه الإذاعات ؟

- رتب حسب أهمية البث والمواضيع المحلية التي تطرحها البرامج!.
- هل مراسلو الإذاعة يغطون كامل المنطقة التي يصل بثها؟.
- ما هي المهام المفترض بهؤلاء المراسلين القيام بها؟.
- ما هو تقييمك لمدى نجاح هذه الإذاعة في تلبية احتياجات البيئة المحلية؟.
- ما لمشاكل التي تعاني منها الإذاعات المحلية؟.
- هل أدى قيام الإذاعات المحلية إلى تغيير في البيئة المحلية؟.
- كيف تقيمون تجربة الممارسة الإعلامية المحلية لإذاعتكم؟.
- ما هي مقترحاتكم لتحسين وتفعيل دور هذه الإذاعة.

أولاً: التحليل الكمي لنتائج الدراسة على مدراء الإذاعات والمعدّين والمخرجين.
١، المتابعة على الاستماع للبرامج الإذاعية.

جدول رقم (٤)

العدد	%	المدى	المتابعة على الاستماع للبرامج الإذاعية
٦١	٣٤.86%	دائماً	
٥٨	٣٣.14%	غالباً	
٣٧	٢١.14%	أحياناً	
١٦	٩.14%	نادراً	
٣	١.71%	لا استمع	
١٧٥	١٠٠.00%	المجموع	

توضح بيانات جدول (٤) ارتفاع معدل استماع برامج الإذاعات اليمينية المحلية من قبل عينة الدراسة بنسبة (٣٤.٨٦%) بشكل دائم من إجمالي عينة الدراسة والبالغ ١٧٥ عاملاً وعاملة، وهذا يؤكد أهمية ارتباط تلك الإذاعات بمستمعيها من خلال تقديم البرامج الإذاعية المختلفة والمرتبطة بالمواطن، فيما أجابت العينة بشكل "غالباً" بنسبة (٣٣.١٤%)، وهذا يؤكد أن أغلبية المبحوثين حريصون على الاستماع إلى تلك الإذاعات مما يؤكد صحة نتائج

الدراسة، وأجابت العينة أنها تستمع إلى برامج الإذاعات "أحياناً" بنسبة (٢١.١٤%) في حين أنها لم تستمع إلى برامج تلك الإذاعات إلا نادراً بنسبة (٩.١٤%) وكانت أقل نسبة لمن لا يستمعون لتلك الإذاعات (١.٧١%) من إجمالي العينة، وهذا يعني أن العاملين في الإذاعات اليمنية المحلية أكثر ارتباطاً بأعمالهم الإذاعية من خلال متابعتها وبشكل مستمر، ويؤكد مدى تفاعل تلك الإذاعات مع الجمهور المستمع لبرامجها. وكذلك تحقيق الهدف الذي أنشئت لأجله تلك الإذاعات، على اعتبار أن جمهورها من البيئة المحيطة .

ومما سبق يتضح الآتي:

- إن الاستماع إلى الإذاعات اليمنية المحلية يأخذ الشق الإيجابي ونسبة مرتفعة لدى عينة الدراسة، فيما انخفضت حالات عدم الاستماع إلى تلك الإذاعات وهذا يؤكد أهمية تواجد تلك الإذاعات في تلك المحافظات، وأنها تجدد اهتماماً ومتابعة أكثر لما تقدمه من برامج إذاعية مرتبطة بالإنسان اليمني .

٢. الأهداف المرجو تحقيقها من إنشاء هذه الإذاعة

جدول رقم (٥)

م	الاقتراحات	التكرار	النسبة %
١	التركيز على الثقافات المحلية وعادات وتقاليد الموروث الشعبي	١٣٨	٧٨.٨٦
٢	ترسيخ قيم الوحدة الوطنية وتعزيز الولاء الوطني	١٢٩	٧٣.٧١
٣	نشر الوعي في المجتمع الريفي وبما يخدم المجتمع	٨٠	٤٥.٧١
٤	ربط المواطن بسياسات الحكومة التنموية	٦٩	٣٩.٤٣
٥	معالجة الظواهر السلبية المؤثرة على الفرد والمجتمع	٦٤	٣٦.٥٧
٦	إبراز اللهجات المحلية المختلفة في المحافظات	٢٢	١٢.٥٧

يوضح الجدول رقم (٥) الأهداف المرجو تحقيقها من إنشاء الإذاعات المحلية، حيث أكدت نتائج استجواب العاملين في الإذاعات إلى أن أبرز الأهداف التي سعت إلى تحقيقها

هذه الإذاعات من خلال إنشائها يتمثل في (التركيز على الثقافات المحلية و عادات وتقاليدها الموروثة الشعبي في المجتمع اليمني حيث احتلت المرتبة الأولى من بين آراء العاملين والتي بلغت (١٣٨) صوتاً من إجمالي الحالات التي رمت هذه الاستمارة، ومن خلال الاستماع إلى برامج تلك الإذاعات وفي دورتها الثانية التي هي قيد الدراسة الحالية وجد أن البرامج الإذاعية تهدف إلى إعطاء نبذة عن كل محافظة يمنية وتراثها التقليدي، تمثل في سرد النشأة والتاريخ لكل محافظة يمنية وأسباب تسميتها، وهي من البرامج التعريفية وكيف أثرت الوحدة الوطنية في تلك المحافظات من خلال ربط الإنسان بوطنه وأهمية الحفاظ عليها، فيما كان الهدف الآخر من إنشاء هذه الإذاعات هو ترسيخ قيم الوحدة الوطنية وتعزيز الولاء الوطني لدى المواطنين اليمنيين من خلال الاستماع إلى تلك البرامج المخصصة لهذا الجانب، ويأتي نشر الوعي في المجتمع الريفي ثالث الأهداف التي سعت تلك الإذاعات إلى تحقيقه، فيما جاء في المرتبة الرابعة خيار ربط المواطن اليمني بسياسات الحكومة. في حين جاءت معالجة الكثير من الظواهر السلبية المؤثرة على الفرد والمجتمع خامساً من بين خيارات أفراد العينة، وتمثل الهدف الأخير من إنشاء الإذاعات المحلية بإبراز اللهجات المحلية المختلفة في تلك المحافظات التي تتواجد فيها تلك الإذاعات .

٣. المشاركة في إعداد الخارطة البرمجية.

جدول رقم (٦)

المشاركة في إعداد الخارطة البرمجية		
دائماً	٣٤	١٩.43%
غالباً	٢٨	١٦.00%
أحياناً	٢٢	١٢.57%
نادراً	٤١	٢٣.43%
لا أشرك	٥٠	٢٨.57%
المجموع	١٧٥	١٠٠.00%

يشير الجدول رقم (٦) إلى مدى المشاركة في إعداد الخارطة البرمجية الإذاعية من قبل العاملين في تلك الإذاعات، وإعطاء حرية إعلامية لأولئك العاملين من خلال البرامج المقدمة عبر تلك الخارطة، حيث أكدت نسبة المستجوبين إلى أن الإذاعات المحلية تأخذ الشق السلبي من حيث إعطاء حرية المشاركة في إعداد الخارطة البرمجية على مستوى الدورة الواحدة وكذا على مدار العام، حيث احتل المتغير

(لا أشارك) المرتبة الأولى بنسبة (٢٨.٥٧%) من إجمالي عدد المستجوبين البالغ ١٧٥ عاملاً وعاملة، وهذا يؤكد مدى ضعف القيادة الإدارية التي تعتمد على شخصيات بعينها دون إعطاء حرية التعبير والمشاركة لبقية العاملين في الإذاعات المحلية، مما يؤكد أن لغة الخطاب الإعلامي التي تقوم ببنائها الإذاعات المحلية مازالت حتى اللحظة تمر وفقاً لما يقوم بتمريره القائم بالاتصال، وقد يكون في هذه الحالة (مدير الإذاعة، أو مدير عام المؤسسة العامة للتلفزيون، أو الوزارة الوصية، أو محافظ المحافظة الذي يفرض بعض المواد الإذاعية بما يلبي طموحات محافظته، وتتفق هذه النتيجة مع المتغير (نادراً) والتي بلغت نسبة (٢٣.٤٣%) وهذا يؤكد مدى ضعف الرؤية العميقة لدى القائمين على الإذاعات المحلية في إعطاء نوع من حرية المشاركة في إعداد الخارطة البرمجية، إلا أن نسبة المشاركة بشكل دائم في إعداد الخارطة قد احتلت المرتبة الثالثة من حيث الخيارات المطروحة للعاملين في الإذاعات حيث بلغت نسبة (١٩.٤٣) وهذا يعطي نوعاً من الأمل بالتوجه الذي بدأت تطبيقه قيادات تلك الإذاعات في إشراك العاملين في تلك الإذاعات لمرحلة الإعداد للخارطة البرمجية .

٤ البرامج التي تحتل الأولوية أثناء إعداد الخارطة البرمجية.

جدول رقم (٧)

البرامج التي تحتل الأولوية أثناء إعداد الخارطة البرمجية					
نعم		لا		المجموع	
العدد	%	العدد	%	العدد	%
١٠٨	٦١.٧١%	٦٧	٣٨.٢٩%	١٧٥	١٠٠.٠٠%
البرامج الخاصة بالوحدة الوطنية					
٤٩	٢٨.٠٠%	١٢٦	٧٢.٠٠%	١٧٥	١٠٠.٠٠%
البرامج السياسية					

البرامج الاجتماعية	١٠٧	٦١.14%	٦٨	٣٨.86%	١٧٥	١٠٠.00%
أخرى	٣٦	٢٠.57%	١٣٩	٧٩.43%	١٧٥	١٠٠.00%

تشير نتائج الجدول السابق (٧) إلى أن البرامج الخاصة بأعياد الوحدة الوطنية احتلت المرتبة الأولى بنسبة (61.71 %) لدى القائم بالاتصال وهم مدراء الإذاعات اليمنية المحلية، وفقاً لنظرية ترتيب الأولويات، والتي تؤكد قدرة القائم بالاتصال على اختيار البرامج والمواد الإعلامية التي يرى أن لها أهمية البروز والتكرار على المستمعين أو المشاهدين، وهذا يؤكد أن البرامج المناسبة وتحديدًا التي يتم بثها في الدورة البرمجية الإذاعية الثانية تأخذ مكانتها لدى جمهور المستمعين، كما أن الهدف الرئيسي الذي تسعى إلى تحقيقه الوزارة الوصية "وزارة الإعلام، والمؤسسة العامة للتلفزيون، والمتمثل في ترسيخ مفهوم الوحدة الوطنية لدى المواطنين على مختلف التراب الوطني، يعد هدفاً أساسياً. يبدأ تحقيقه من خلال الوسائل الإعلامية المختلفة، وإن كانت الإذاعات تعد الطريق الأسهل لتمرير مثل هذه الرسالة الإعلامية، فيما احتلت البرامج الاجتماعية المرتبة الثانية بنسبة (14.٦١ %) وهذه النسبة تعد مقبولة لأن البرامج الاجتماعية هي الأقرب إلى مستمعي الإذاعات المحلية، على اعتبار ارتباطها المباشر بهوم المواطن اليمني ومعاشتها لما يدور على الساحة الوطنية، بحيث يشعر المواطن بقربه منها، لذا نجد تفضيله لاستماعها، فيما البرامج السياسية احتلت المرتبة الثالثة بنسبة (٠.00٢٨ %)، على اعتبار المواطن اليمني قليل الاهتمام بالجانب السياسي، كما أن القائم بالاتصال وهم مدراء الإذاعات في هذه الحالة لديهم تصور ورؤى قائمة بحد ذاتها تنبع من هدف إنشاء الإذاعات المحلية والتي تعمل على تنقيف المواطن أولاً وربطها بقرارات الحكومة وخلق العلاقة الوطيدة بينه وبين القرارات النافذة داخل الوطن ككل، باعتبار الجانب السياسي شيئاً ثانوياً لدى قيادة الإذاعات المحلية، وترك هذا الجانب للإذاعة الوطنية، فيما احتلت بقية البرامج المرتبة الأخيرة بنسبة (٠.57٢٠ %) وهي نسبة معقولة، كون البرامج الأخرى لم تصل إلى ذروتها لدى المواطن العادي، كما هو حال البرامج الرياضية والثقافية والدرامية وغيرها، وهذا يؤكد بأن الإذاعات المحلية عادة ما تركز في برامجها الموجهة للمواطن اليمني على البرامج الأكثر ارتباطاً

بالأرض وعلاقة المواطن بالدولة، من خلال ترسيخ قيم معينة ومحاربة قيم بعينها، والتركيز أكثر على مفاهيم الوحدة وكيفية ترسيخها في نفوس المواطنين.

٥. مدى الالتزام بالتخطيط البرامجي في الإذاعات المحلية.

جدول رقم (٨)

مدى الالتزام بالتخطيط البرامجي في الإذاعات المحلية		
العدد	العدد	%
دائمًا	٩٤	٥٣.71%
غالبًا	٥٥	٣١.43%
أحيانًا	٨	٤.57%
نادرًا	١٣	٧.43%
لا يلتزم	٥	٢.86%
المجموع	١٧٥	١٠٠.00%

توضح نتائج الجدول السابق (٨) مدى الالتزام الذي توليه قيادة الإذاعات اليمينية المحلية في الالتزام بالخارطة البرامجية المناسبة حيث أجاب المبحوثين ما نسبته ٥٣ (71.%) والالتزام الدائم بهذه النسبة من قبل القائمين على الإذاعات المحلية، يعد نجاحًا وتنفيذًا قويًا للخارطة البرامجية والتي يتم إقرارها في بداية كل عام ميلادي والتي توزع على ثلاث دورات برامجية تبدأ الدورة الأولى في يناير من كل عام وتنتهي في إبريل، ثم تليها الدورة الثانية في مايو وتنتهي في أغسطس تليها الدورة الأخيرة والتي تبدأ في سبتمبر وتنتهي في ديسمبر وهكذا، كما أن المتغير "غالبًا" أخذ نسبة (٣١.43%) وهي المرتبة الثانية لدى المستمعين والمعددين والمقدمين في الإذاعات المحلية، وهذا يدل على مدى الالتزام الذي توليه قيادات تلك الإذاعات المحلية على ما تم الاتفاق عليه أثناء إعداد الخارطة البرامجية مع قيادة الوزارة الوصية وأيضا المؤسسة العامة للإذاعة والتلفزيون، وخصوصا فيما يتعلق بمثل هذه البرامج المناسبة على اعتبار أن لها جمهورها وهدفها من الرسالة الإعلامية.

٦. مدى الالتزام بتخطيط البرامج بالاعتماد على المشاركة؟

جدول رقم (٩)

٢٥.14%	٤٤	دائما	مدى الالتزام بتخطيط البرامج بالاعتماد على المشاركة!
٢٩.14%	٥١	غالبا	
٢٦.29%	٤٦	أحيانا	
١١.43%	٢٠	نادرا	
٨.00%	١٤	لا يتم	
١٠٠.00%	١٧٥	المجموع	

تشير نتائج الجدول (٩) إلى الاعتماد على المشاركة أثناء إعداد الخارطة البرمجية حيث أخذ المتغير الايجابي (غالبًا) المرتبة الأولى بنسبة (29.14%) وهذا يعني أن هناك مشاركة يسمح بها مدراء الإذاعات المحلية أثناء إعداد الخارطة البرمجية لكل العاملين في الإذاعات دون الركون للانتماءات الحزبية الضيقة التي ينتمي إليها معظم العاملين في تلك الإذاعات، وهذا يؤكد أن هناك نوعًا من الحرية الإعلامية التي يبدونها القائمون على تلك الوسائل، فيما حل المتغير (أحيانًا) ثانيًا بنسبة (26.29%) وهي نسبة مقبولة على اعتبار أن الإذاعات المحلية تأخذ خصوصية لدى القائم بالاتصال، وأيضًا لدى الوزارة الوصية التي هدفت من تأسيسها إلى ترسيخ الحكم المحلي لدولة الوحدة الوطنية إضافة إلى ترسيخ بعض القيم الوحدوية، لذا نجد أن هناك حرص شديد من قبل القائم بالاتصال على نوعية البرامج المقدمة لإقرارها ضمن الدورة البرمجية، من خلال التشاور في إدراجها من عدمه. فيما كان المتغير الايجابي (دائمًا) ثالثًا بنسبة (25.14%) وهذا يعني أن الالتزام بالمشاركة في إعداد الخارطة البرمجية لم يأخذ الشق الايجابي دومًا، إلا أن هناك نوع من الحرية الإعلامية التي تتاح للمعدين في المشاركة البرمجية، ونادرًا ما تؤخذ آراء العاملين في المشاركة في إعداد الخارطة البرمجية الإذاعية حيث احتل هذا المتغير المرتبة الرابعة بنسبة

(١١.43%)، وكانت نسبة عدم المشاركة ضئيلة حيث احتلت المرتبة الأخيرة بنسبة (٨.00%) وهي نسبة مقبولة إحصائياً، وتدل على أن القائمين على الإذاعات المحلية لديهم حرية كبيرة نوعاً ما في إتاحة الفرصة للمعدين والمساهمين في المشاركة في مثل هكذا برامج.

٧. الجهات المشاركة في وضع برامج الإذاعات

جدول رقم (۱۰)

الجهات التي تشارك في وضع برامج الإذاعات												
المجموع		لا تشارك		نادرًا		أحيانًا		غالبًا		دائمًا		
%	العدد	%	العدد	%	العدد	%	العدد	%	العدد	%	العدد	
١٠٠.0%	١٤٣	٩.8%	١٤	١٤.7%	٢١	١٦.1%	٢٣	١١.9%	١٧	٤٧.6%	٦٨	وزارة الإعلام
١٠٠.0%	١٦٢	٣.7%	٦	٧.4%	١٢	٦.8%	١١	١٧.3%	٢٨	٦٤.8%	١٠٥	المؤسسة العامة للإذاعة والتلفزيون
١٠٠.0%	٨٢	٤٢.7%	٣٥	١٤.6%	١٢	١٩.5%	١٦	١١.0%	٩	١٢.2%	١٠	إذاعة البرنامج العام
١٠٠.0%	٩٢	٢١.7%	٢٠	٣٣.7%	٣١	٢٧.2%	٢٥	٨.7%	٨	٨.7%	٨	الجمعيات والمنظمات المحلية
١٠٠.0%	١١٦	١١.2%	١٣	١١.2%	١٣	٣١.0%	٣٦	٢٨.4%	٣٣	١٨.1%	٢١	الجمهور
١٠٠.0%	١٠١	٢٤.8%	٢٥	٢٢.8%	٢٣	٢١.8%	٢٢	١٨.8%	١٩	١١.9%	١٢	المتعاونون

السلطات المحلية	٤	٣.9%	١٥	١٤.7%	٣٥	٣٤.3%	٢٩	٢٨.4%	١٩	١٨.6%	١٠٢	١٠٠.0%
--------------------	---	------	----	-------	----	-------	----	-------	----	-------	-----	--------

تشير نتائج الجدول السابق (١٠) إلى الجهات التي تشارك دوماً في إعداد الخارطة البرمجية للإذاعات اليمنية المحلية، حيث احتلت الجهة الوصية "المؤسسة العامة للإذاعة والتلفزيون" المرتبة الأولى عند المتغير الإيجابي (دائماً) بنسبة (64.8%) وهذا يدل على أن الرقابة الإعلامية مازالت مفروضة من قبل المؤسسة الوصية على الخارطة البرمجية الإذاعية لكافة الإذاعات المحلية، من خلال إقرار السياسية الإعلامية لكافة الدورات البرمجية الإذاعية والتي توصي بذلك الوزارة الوصية "وزارة الإعلام اليمنية، حيث احتلت المرتبة الثانية بنسبة (47.6%) وهذا يؤكد بأن المؤسسة العامة للإذاعة والتلفزيون تقوم بتنفيذ السياسة الإعلامية التي تقرها وزارة الإعلام، باعتبار أن الإذاعات المحلية قطاع يتبع المؤسسة العامة للإذاعة والتلفزيون، فيما كانت أقل نسبة في المتغير الإيجابي للسلطات المحلية بنسبة (9.3%) وهذا من الناحية الإعلامية يعد خلافاً على اعتبار أن الهدف الرئيس من إنشاء هذه الإذاعات هو تكريس الحكم المحلي في مديريات المحافظات، وهذا لن يتأتى إلا بالمشاركة الفعلية من خلال تبني قرارات المجالس المحلية وترسيخ الرسالة الإعلامية المشتركة، فيما المتغير الثاني (غالباً) كان للجمهور مكانته من خلال احتلاله للمرتبة الثانية بنسبة (28.4%) وهذا يدل على أن الإذاعات تعتمد على البرامج الجماهيرية وهي ميزة تحسب للقائمين على الإذاعات من خلال الاستماع إلى آراء المستمعين والمشاركين في نفس الوقت لغرض تحسين العمل الإذاعي الذي يتلمس المنطقة من الداخل، وكان للمتعاونين مع الإذاعات المرتبة الثانية بنسبة (18.8%) وهذا يعني أن إتاحة الفرصة وحرية التعبير بلغت نسبة كبيرة لدى القائمين على الإذاعات المحلية، لأن المساهمة بالأفكار أثناء إعداد البرامج الإذاعية من مختلف التيارات وأطياف المجتمع يخلق نوعاً متميزاً من التنوع في الرسالة الإعلامية ويعطيها مصداقية أكثر لدى المستمعين، فيما المتغير الثالث (أحياناً) نجد أن للسلطات المحلية مكانتها أثناء المشاركة في البرامج الإذاعية باعتبارها هي المستهدفة من هذا الأثير الإذاعي حيث احتلت المرتبة الأولى بنسبة (34.3%) يليها الجمهور بنسبة

(٣١%٠) وهي نسبة متقاربة مع المتغير غالباً، وهذا يعني أن الجمهور له مكانته لدى القائم بالاتصال وهي تعد ميزة للإذاعات التي تترك فرصة كبيرة لمشاركة الجمهور على اعتبار أن الجمهور هو المستهدف من الرسالة الإعلامية التي تبث عبر أثير تلك الإذاعات، وهذا يؤكد مصداقية نتائج الدراسة، التي تدرس الهدف من إنشاء هذه الإذاعات، فيما نجد عند المتغير (نادرًا) بأن الجمعيات والمنظمات المحلية أقل مشاركة في برامج هذه الإذاعات أي أنه لم تأخذ بعين الاعتبار لدى القائم بالاتصال، على الرغم من أهميتها في وسط المجتمع، على اعتبار أن لها تأثير نسبي في الجماهير من خلال الرأي العام، كما هو الحال بالنسبة للسلطات المحلية التي أصبح بيدها قرار المديرية في التحديث والبناء ورفع الاحتياجات التي تتطلبها الأماكن الريفية، أي أن لغة الحوار بين المواطن والحكومة هي تلك المجالس المحلية، وهذا يعني أن وجودها عبر المشاركة الإذاعية في الإذاعات المحلية من الضرورة بمكان، ومع ذلك فهناك شبه إهمال من قبل القائمين على تلك الإذاعات لهذه الفئة، أو أن هناك سياسة غير واضحة من قبل القائمين على تلك الوسائل.

٨. ترتيب مصادر الإذاعات المحلية في استيفاء الأخبار حسب الأهمية:

جدول رقم (١١)

ترتيب مصادر الإذاعات المحلية في استيفاء الأخبار حسب الأهمية	
الترتيب	
١	وكالة الأنباء اليمنية سبأ
٣	صحفيو الإذاعة
٣	المراسلون
٥	المتعاونون
٦	الجمهور
٣	وسائل الإعلام الوطنية

٥	وسائل الإعلام الأمنية
٥	الجماعات المحلية (المحافظة)
٤	الإدارات الرسمية المحلية
٦	الجمعيات والمنظمات المحلية
٦	الأحزاب
٦	مصالح الأمن
٣	الانترنت

توضح نتائج الجدول (١١) ترتيب مصادر الإذاعات المحلية في استيفاء الأخبار حسب الأهمية، حيث احتلت وكالة الأنباء اليمنية سبأ المرتبة الأولى من خلال إعطائها الرقم (١) من بين المتغيرات المختلفة، يليها وبدرجته الترتيب الموضح أعلاه (صحفيو الإذاعة، المراسلون، وسائل الإعلام الوطنية، الانترنت وذلك بحصولها على نسبة تقريبية واحدة "٣" يليها وسائل الإعلام الأمنية، والجماعات المحلية المختلفة، المتعاونون والتي أخذت الترتيب بالرقم (٥) يليها (الجمهور، الجمعيات والمنظمات المحلية، ومصالح الأمن والتي أخذت المرتبة السادسة ترتيبياً بحسب أهميتها) ومن خلال النتائج السابقة يتضح أن الإذاعات المحلية تعتمد في استيفاء أخبارها عبر الوكالة الوطنية وهذا شيء متوقع، في حين كان صحفيو الإذاعة ومراسلوها في المديرية ثانياً من حيث الاستيفاء بمصادر الأخبار وهذا شيء متوازن في الناحية الإعلامية على اعتبار أن الإذاعات المحلية تهدف في الأساس إلى مخاطبة جمهورها المحلي، ومن ثم فإن معظم أخبارها ينبغي أن تركز أكثر على ما هو محلي وبما يهتم بالناحية التنموية للمواطن، وربط هذا المواطن بما يدور في محيطه، لذا فإن الترتيب في استيفاء المصادر منطقي ومتسلسل، كما أن المتعاونين مع تلك الإذاعات احتلوا المرتبة الثالثة من حيث المصادر ومنهم وسائل الإعلام الأمنية، فيما نجد أن الجمهور والأحزاب ومصالح الأمن أو (الدرك الوطني) في تلك المحافظات، والجمعيات والمنظمات المحلية احتلت المراتب الأخيرة من بين مصادر الأخبار التي تعتمد عليها الإذاعات، وهذا

يدل على أن اتساع دائرة المشاركة في الإذاعات المحلية مازال محدوداً، وإن هناك قصور نوعاً ما في توسيع دائرة المشاركة والاعتماد على المصادر الخيرية في تلك الإذاعات .

٩. قيم نجاح هذه الإذاعات في تحقيق الأدوار التالية:

جدول رقم (١٢)

قيم نجاح هذه الإذاعات في تحقيق الأدوار التالية												
المجموع		ضعيف جدا		ضعيف		متوسط		جيد		جيد جدا		
%	العدد	%	العدد	%	العدد	%	العدد	%	العدد	%	العدد	
١٠٠.0%	١٧٤	.6%	١	٤.6%	٨	١٠.3%	١٨	٢٦.4%	٤٦	٥٨.0%	١٠١	إعلام الجمهور بما يحدث في بيئته.
١٠٠.0%	١٧٣	.0%	٠	٢.9%	٥	١٢.7%	٢٢	١٦.8%	٢٩	٦٧.6%	١١٧	طرح ومناقشة قضايا تهتم المجتمع المحلي.
١٠٠.0%	١٧٠	٦.5%	١١	٦.5%	١١	١٦.5%	٢٨	٣٧.6%	٦٤	٣٢.9%	٥٦	الكشف عن ظواهر سلبية في المجتمع المحلي.
١٠٠.0%	١٦٥	٤.8%	٨	٨.5%	١٤	٢١.2%	٣٥	٤٢.4%	٧٠	٢٣.0%	٣٨	إيجاد حلول لما

يتعرض لـ مجتمعها المحلي من مشاكل.												
عكس الثقافة المحلية عبر برامجها .	٧٩	٤٧.3%	٥٠	٢٩.9%	٣١	١٨.6%	٦	٣.6%	١	.6%	١٦٧	١٠٠.0%
التعريف بتراث المجتمع المحلي وعاداته.	٩٩	٥٧.2%	٤٨	٢٧.7%	٢٠	١١.6%	٤	٢.3%	٢	١.2%	١٧٣	١٠٠.0%
اكتشاف المواهب المحلية وتقديمها.	٦٥	٣٨.2%	٥٦	٣٢.9%	٣٠	١٧.6%	١٢	٧.1%	٧	٤.1%	١٧٠	١٠٠.0%
تكيف البرامج حسب	٣٢	١٩.4%	٦٠	٣٦.4%	٤٨	٢٩.1%	١٨	١٠.9%	٧	٤.2%	١٦٥	١٠٠.0%

													رغبة الجمهور
--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	-----------------

تشير نتائج الجدول السابق(١٢) إلى مدى نجاح الإذاعات اليمينية المحلية في تحقيق الأدوار الإذاعية المختلفة حيث أخذ المتغير (جيد جداً) الشق الإيجابي لدى عينة المبحوثين، حيث كان للإذاعات دور متميز في طرح قضايا هامة ومناقشتها عبر تلك البرامج الإذاعية وبنسبة بلغت (٦٧.٦%) وهي نسبة عالية إذا ما قورنت ببقية المتغيرات، وتؤكد هذه النتائج أن الإذاعات المحلية تقترب شيئا فشيئا من تحقيق أهدافها التي أسست لأجلها، وأيضاً تعمل على تطبيق السياسة الإعلامية للوزارة الوصية التي تحرص على الربط بين متطلبات المواطنين وخدماتهم وحل قضاياهم لدى المسؤولين المعنيين من خلال تقديم تلك القضايا ومناقشتها وحلها، فيما نجد أن الدور الثاني الذي قدمته الإذاعات للجماهير كان إعلام الجمهور بما يحدث في بيئته وبنسبة (٥٨.٠%) وهو الهدف الذي ينبغي أن تقوم به تلك الإذاعات أي أن الهدف الذي سعت إلى تحقيقه تم التقيده به، في خارطتها البرمجية، فيما كان " التعريف بتراث المجتمع المحلي وعاداته " ثالثاً بنسبة (٥٧.٢%) وهذا يأتي انطلاقاً من الأدوار الأساسية التي تقوم بها تلك الإذاعات، والتي تعتمد بدرجة أساسية على برامجها الإذاعية على التراث، الذي مازال حتى اليوم لم يأخذ نصيبه على مستوى الوسائل الإعلامية الأخرى، حيث من المعروف أن هناك عادات وتقاليد تراثية تختلف من محافظة إلى أخرى، وربما تغيب عن بقية المتابعين، وهذه البرامج الإذاعية من خلال ما تقوم به عبر البث الأثيري المشترك تهدف من خلاله إلى ترسيخ العادات والتقاليد اليمينية المختلفة بين كل أبناء الوطن، لأنها تعمل على ترسيخ تلك القيم ونشرها في نفس الوقت بين أبناء المجتمع، ومعرفة كل مواطن لمميزات بلاده من تراث غني عن التعريف لكنه بعيد عن أولئك المستمعين والمتابعين، وتؤكد هذه المعلومات نتائج بقية المتغيرات والتي أتت مرتبة منطقياً، إذا ما لاحظنا المتغير الرابع (عكس الثقافة المحلية عبر برامجها وبنسبة ٤٧.٣%) هذه النتيجة تؤكد اهتمام الإذاعات المحلية بالمحلي وآلية ربطه بالمجتمع، فالثقافة المجتمعية التي تتميز بها المحافظات اليمينية ما كان لها أن تبرز على الملأ لولا وجود مثل هكذا إذاعات محلية، تعمل على ترسيخ وتقييم تلك الثقافات المختلفة التي بدورها تنعكس على

تطور المجتمع، وتخلق التنوع الثقافي لدى المستمع لأثير تلك الإذاعات، فالثقافة الموحدة إعلامياً لها دورها على مستمعيها، وخصوصاً في مسألة الخطاب الإعلامي الموجهه للجماهير المختلفة اللهجات المحلية والتي يفترض أن يكون لتلك الإذاعات دور في تقوية وإعادة انتشار تلك اللهجات من الاندثار كتقافات شعبية مختلفة، فيما نجد أن الأدوار البقية (اكتشاف المواهب المحلية وتقديمها، الكشف عن ظواهر سلبية في المجتمع المحلي، إيجاد حلول لما يتعرض له مجتمعها المحلي من مشاكل، تكيف البرامج حسب رغبة الجمهور) احتلت تلك المراتب تنازلياً، وهذا يؤكد أن الإذاعات المحلية ارتبطت منذ نشأتها في تحقيق الأهداف الرئيسة، وصولاً إلى بقية الأهداف تدريجياً، وأهمها مناقشة الظواهر السلبية التي مازالت تمثل عائقاً كبيراً أمام أي تقدم في المجتمع الريفي خصوصاً، إلا أنها تدخل تلك القضايا ضمن اهتمامات الإذاعات المحلية في برامجها الإذاعية على مختلف الدورات الإذاعية.

١٠. معايير اعتماد هذه الإذاعات دون غيرها في تلك المحافظات

جدول رقم (١٣)

معايير اعتماد هذه الإذاعات دون غيرها في تلك المحافظات						
المجموع		لا		نعم		
العدد	%	العدد	%	العدد	%	
١٧٥	١٠٠.0%	٩٩	٥٦.6%	٧٦	٤٣.4%	1- لإعادة الثقة بين السلطة السياسية والمواطنين.
١٧٥	١٠٠.0%	٥٠	٢٨.6%	١٢٥	٧١.4%	2- لإيصال رسالة الحكومة للمواطنين.
١٧٥	١٠٠.0%	١٠٥	٦٠.0%	٧٠	٤٠.0%	3-خوفا من زيادة التطرف في المناطق النائية.
١٧٥	١٠٠.0%	٤٦	٢٦.3%	١٢٩	٧٣.7%	4- الحفاظ على الموروثات والعادات الشعبية القديمة.
١٧٥	١٠٠.0%	٣٣	١٨.9%	١٤٢	٨١.1%	5- لتعميق الولاء الوطني لدى المواطنين.
١٧٥	١٠٠.0%	٩٨	٥٦.0%	٧٧	٤٤.0%	6- لتكريس سلطة النظام والقانون.
١٧٥	١٠٠.0%	١٢٧	٧٢.6%	٤٨	٢٧.4%	7- الكثافة السكانية.
١٧٥	١٠٠.0%	١٤٣	٨١.7%	٣٢	١٨.3%	٨ - عدم وصول بث الإذاعة المركزية.

١٠٠.0%	١٧٥	٧٣.1%	١٢٨	٢٦.9%	٤٧	9-إرادة سياسية للسلطة المركزية.
١٠٠.0%	١٧٥	٧١.4%	١٢٥	٢٨.6%	٥٠	10-الخصوصية الثقافية.
١٠٠.0%	١٧٥	٧٩.4%	١٣٩	٢٠.6%	٣٦	11-إرادة السلطات المحلية.
١٠٠.0%	١٧٥	٨٦.3%	١٥١	١٣.7%	٢٤	12 - قرار إداري للإذاعات المركزية.

تشير نتائج الجدول (١٣) السابق إلى أن معايير اعتماد تلك الإذاعات في المحافظات اليمنية راجع بدرجة أساسية إلى (تعميق الولاء الوطني لدى المواطنين، والذي أخذ أعلى نسبة لدى المبحوثين (٨١.١ %) وهذه النسبة تؤكد الدور الفعلي لهذه الإذاعات في ترسيخ مفهوم الوحدة الوطنية لدى المواطن اليمني المستمع لها، والنتائج السالفة تعمد مصداقية الاختيار لعنوان الدراسة والمتمثل في دور هذه الإذاعات في ترسيخ قيم الوحدة الوطنية لدى المواطن اليمني، وأيضا فرضيات وتساؤلات الدراسة التي بذيت على هذا الأساس، وإذا ما لاحظنا المتغير الآخر والمتمثل في " الحفاظ على الموروثات والعادات الشعبية القديمة" فقد احتل المرتبة الثانية من بين تلك المتغيرات بنسبة (٧٣.٧%) وهذا يعني أن الحفاظ على الموروثات الشعبية القديمة مرتبط ارتباطا مباشرا بالإذاعات المحلية التي تربط خارطتها البرامجية بتلك البرامج والتي هي الأخرى بدورها تعمل على ترسيخ قيم الوحدة بين مختلف أطياف الشعب اليمني، من خلال الربط المتبادل بين تلك الإذاعات وتبادل البرامج الإذاعية على مدار العام ووفقا للدورات الإذاعية المقررة من قبل المؤسسة العامة للتلفزيون وأيضا القائمين على تلك الإذاعات والذين يرون أن تلك البرامج لها دورها في الحفاظ على وحدة التراب اليمني وأيضاً ترسيخ معاني وقيم الوحدة اليمنية لدى المواطن اليمني، كما أن "إيصال رسالة الحكومة للمواطنين والذي حصل على نسبة (٧١.٤%) يؤكد أن السياسة الإعلامية التي على ضوءها أقرت تأسيس تلك الإذاعات في تلك المحافظات، هو نوع من تعزيز وإيصال رسالة الحكومة اليمنية إلى كافة المواطنين وخصوصاً أن الرسالة الإعلامية المحلية أكثر ارتباطا بالمواطن ولها دور كبير في تغيير مفاهيم خاطئة وأيضا اكتساب مفاهيم جديدة تعمل على التغيير نحو الأفضل، كما هو حال مفهوم الوحدة الوطنية وأهميته بين المواطنين وكيفية الحفاظ على هذا المنجز العظيم. فيما نجد بقية المتغيرات والمتمثلة في

(تكريس سلطة النظام والقانون، لإعادة الثقة بين السلطة السياسية والمواطنين، خوفاً من زيادة التطرف في المناطق النائية، الخصوصية الثقافية، الكثافة السكانية، إرادة سياسية للسلطة المركزية، إرادة السلطات المحلية، عدم وصول بث الإذاعة المركزية، قرار إداري للإذاعات المركزية) تلك المتغيرات السالف ذكرها لم تأخذ ما نسبته عالية كما هو حال المتغيرات السابقة، فمن الأهداف الثانوية التي بذبت عليها مسألة إنشاء تلك الإذاعات المحلية في تلك المحافظات راجع إلى تكريس النظام والقانون بنسبة (٤٠.٠٠%) يليها إعادة الثقة بين السلطة السياسية والمواطن بنسبة (٤٣.٤%)، فيما نجد أن الخوف من مسألة التطرف من المناطق النائية قد أخذت نسبة (٤٠%) وهي نتائج مقاربة مع بعضها، ليؤكد أن تلك الأهداف المقاربة لها أهميتها لدى القائم بالاتصال في تلك الإذاعات، فيما نجد أن الخصوصية الثقافية لكل محافظة لم تؤخذ بعين الاعتبار بنسبة كبيرة لدى المبحوثين والقائم بالاتصال كما هو حال المتغيرات السابقة حيث كانت النسبة (٢٨.٦%) وبنسب مقاربة كانت متغيرات الكثافة السكانية، إرادة سياسية للسلطة المركزية، إرادة السلطات المحلية، عدم وصول بث الإذاعة المركزية، قرار إداري للإذاعات المركزية، وهذا يعني أن المعايير الأساسية التي أنشئت لأجله تلك الإذاعات في تلك المحافظات عن بقية المحافظات راجع للأسباب السالف ذكرها والتي اتخذت أعلى النسب لدى عينة الدراسة، وإن كانت بقية الأسباب التي ذكرت لها أهميتها وتأخذ بعدها على مستوى القائم بالاتصال إلا أنها لا تشكل أهمية بالنسبة لدى القائم بالاتصال وعينة الدراسة.

ومن نتائج الجدول السابق يتضح أن :

- تعميق الولاء الوطني يعد الركيزة الأساسية التي على ضوئه تم اعتماد نشأة تلك الإذاعات اليمنية المحلية، والتي احتوت بعداً جغرافياً وزمانياً وكثافة سكانية معينة، لغرض إيصال لغة الخطاب الإعلامي المفهومة والواضحة، والتي على ضوئها تعمق وترسخ جذور الوحدة الوطنية لدى جمهور الإذاعات، إذا ما أدركنا التاريخ المتفاوت لنشأة تلك الإذاعات والتي ارتبطت بفترات زمنية مختلفة لتؤسس لجيل الوحدة الوطنية لغة خطابية إعلامية واضحة.

١١. التداخل بين الإذاعات المحلية المجاورة.

جدول رقم (١٤)

التداخل بين الإذاعات المحلية المجاورة		
العدد		
%		
نعم	٦٤	٣٦.٩٩%
لا	١٠٩	٦٣.٠١%
المجموع	١٧٣	١٠٠.٠٠%

توضح نتائج الجدول السابق (١٤) التداخل الحاصل بين الإذاعات المحلية المتجاورة، حيث نجد أن عينة الدراسة أشارت إلى عدم وجود تداخل بنسبة كبيرة (٦٣.١%)، فيما أشار ما نسبته (٣٦.٩٩) إلى أن هناك تداخل في بث الإذاعات المحلية بفعل الحدود الجغرافية المتقاربة ومن نتائج الجدول السابق يتضح أن:

- الإذاعات اليمنية المحلية نجحت من حيث تغطية بثها على المساحة الجغرافية في تلك المحافظات التي تم إقرار إنشاؤها فيها .

- نسبة التداخل الحاصلة راجع للمحافظات المتقاربة جغرافيا وأيضاً إلى الموجات المستخدمة وطبيعة التضاريس اليمنية المختلفة، حيث نجد أن الإذاعات التي تتواجد في تضاريس جبلية يصعب عليها تغطية مساحة المحافظة ذاتها، فيما يصل بثها إلى بقية المحافظات المجاورة، كما هو حال إذاعة إب، والتي يصل بثها إلى محافظتي الضالع وتعز، فيما يصعب عليها إيصال بثها إلى منطقة "خبان- الأسد - النادرة" إحدى مديريات محافظة إب، وهذا كما ذكرت سابقاً راجعاً للتضاريس الجبلية التي تختلف من محافظة إلى أخرى .

الإذاعات اليمنية المحلية التي يحدث بينها تداخل!

جدول رقم (١٥)

م	الإذاعات	التكرار	النسبة %
---	----------	---------	----------

١	صنعاء	٢٦	١٤.٨٦
٢	تعز	١٤	٨
٣	حجة	١٢	٦.٩
٤	اب	١٢	٦.٩
٥	لحج	٧	٤
٦	سيئون	٧	٤
٧	الحديدة	١٠	٥.٧
٨	المهرة	٣	١.٧
٩	صعدة	٤	٢.٢٩
١٠	عدن	١	٠.٠٥
١١	أبين	١	٠.٠٥
١٢	المكلا	٢	١.١٤

تشير نتائج الجدول السابق (١٥) إلى أهم الإذاعات اليمينية المحلية التي يحدث بينها تداخل أثناء البث الإذاعي، وهذه النتائج تؤكد مصداقية نتائج جدول التداخل بين الإذاعات المحلية، حيث تؤكد النتائج السابقة أن إذاعة صنعاء وهي الإذاعة الوطنية عادة ما تحدث تداخل في بثها مع معظم الإذاعات المحلية، وهذا راجع إلى موجات البث التي تستخدمها إذاعة صنعاء أو "الإذاعة الوطنية الرسمية"، فيما نجد بقية الإذاعات المحلية التي ردت بحسب نسبة التداخل، عادة ما يحدث تداخل بين بثها وبين بقية الإذاعات، وفقاً للموجات الإذاعية التي أسست لأجله تلك الإذاعات، فإذاعة تعز بالأساس كانت الإذاعة الثانية فيما كان يسمى الشطر الشمالي للوطن قبل الوحدة اليمنية، حيث كانت تحتل الإذاعة رقم ٢ بعد إذاعة صنعاء، أو ما يطلق عليها (بالإذاعة الوطنية)، وقد استخدمت كسلاح إعلامي أثناء حرب التحرير في ثورتي سبتمبر عام ١٩٦٢م في شمال الوطن وفي ثورة ١٤ أكتوبر عام ١٩٦٣م في جنوب الوطن، فيما نجد بقية الإذاعات المحلية والتي مازالت حديثة النشأة بعد الوحدة

اليمنية، كما هو حال إذاعات (حجة، اب، المهرة، صعدة)، تتفاوت نسبة التداخل في برامجها الإذاعية وفقاً لنوعية الموجات المستخدمة في البث المحلي لتلك الإذاعات، والتي يلعب العامل الجغرافي دوراً كبيراً في وصول بث تلك الإذاعات إلى بقية المحافظات ووفقاً للأسباب التي تم التطرق إليها في نتائج الجدول السابق.

١٣. تأثير التداخل على المستمعين

جدول رقم (١٦)

٥٨.23%	٤٦	نعم	تأثير التداخل على المستمعين
٤١.77%	٣٣	لا	
١٠٠.00%	٧٩	المجموع	

توضح نتائج جدول (١٦) نتائج تأثير التداخل الإذاعي على المستمعين للإذاعات اليمنية المحلية، حيث تشير النتائج إلى أن هناك نسبة تأثير على المستمعين من خلال الاستماع إلى الإذاعات اليمنية المختلفة، حيث أكدت عينة الدراسة أن ما نسبته (٥٨.٢٣%) بالتأثير الإيجابي "نعم". وهذا يعني أن الإذاعات المحلية وفقاً لبرامجها تلعب دوراً في التداخل لدى المستمعين، لذا فإن السماح لهذا التداخل من قبل المؤسسة العامة للإذاعة والتلفزيون والمتمثل في إيجاد بث مشترك بين تلك الإذاعات هو نوع من التقارب الوجداني وأيضاً الثقافي بين المحافظات، إضافة إلى خلق نوع من التجانس الثقافي الواحد وأيضاً المفاهيم المراد إيصالها إلى المستمعين في تلك المحافظات، فيما نجد أن النسبة التي أكدت على عدم وجود تأثير في التداخل الإذاعي بلغت (٤١.٧٧%) وهذا يرجع إلى أن المستمعين لتأثير تلك الإذاعات لا يرون أن هناك أي تأثير عليهم في ما تبثه بقية الإذاعات المحلية المجاورة.

١٤. ما تقوم به الإذاعات من أعمال.

جدول رقم (١٧)

ما تقوم به الإذاعات من أعمال

المجموع		لا		نعم		
العدد	%	العدد	%	العدد	%	
١٧٥	١٠٠.0%	١٢٠	٦٨.6%	٥٥	٣١.4%	إنجاز دراسات حول الجمهور المحلي.
١٧٥	١٠٠.0%	٧٦	٤٣.4%	٩٩	٥٦.6%	إجراء دورات تكوينية لموظفيها .
١٧٥	١٠٠.0%	٥٧	٣٢.6%	١١٨	٦٧.4%	إذاعة برامج مشتركة مع الإذاعة المركزية.
١٧٥	١٠٠.0%	٢٩	١٦.6%	١٤٦	٨٣.4%	إذاعة برامج مشتركة مع الإذاعات المحلية الأخرى.

توضح نتائج الجدول (١٧) ما تقوم به الإذاعات المحلية لغرض تطوير أدائها حيث احتل المتغير " إذاعة برامج مشتركة مع الإذاعات المحلية الأخرى." بنسبة (٨٣.٤%) وهذا من الناحية الإعلامية يعد هدفا رئيساً للإذاعات المحلية اليمينية والتي من خلال البث المشترك تسعى إلى تكريس المفاهيم الوطنية عبر تلك البرامج وأيضاً نقل التراث الثقافي والتقاليد الشعبية المختلفة إلى كافة المحافظات لتغيير الأدوار وإظهارها على مستوى كل محافظة، كما انه يمثل حفاظاً من الناحية التاريخية للموروث الثقافي والشعبي من الاندثار، وأيضاً إيصال رسالة تعارف بين مواطني اليمن الواحد، كما أن البرامج المشتركة عادة ما تخصص للاحتفالات الوطنية "أعياد الثورتين سبتمبر وأكتوبر، وعيد الوحدة الوطنية - ٢٢ مايو من كل عام، ونفس الشيء ينطبق على المتغير الثاني" إذاعة برامج مشتركة مع الإذاعة المركزية" والذي أخذ نسبة (٦٧.٤%) وهذا يعني أن التركيز الأكثر توليه قيادة تلك الإذاعات يتمثل في البث المشترك سواء بين الإذاعات المحلية مع بعضها البعض أو مع الإذاعة الوطنية، لأن الإذاعة الوطنية تركز في دورتها المناسباتية (الأعياد الوطنية) وتحديداً في الدورة الثانية على البرامج المشتركة التي توظف لصالح الوحدة الوطنية وكيفية إشراك المواطن اليمني فيها وترسيخ هذا المنجز العظيم في كافة برامجها الإذاعية، ويلاحظ أن الترتيب الذي توصلت إليه نتائج الدراسة الحالية منطقياً، إذا ما أخذنا المتغير الثالث "إجراء دورات تكوينية لموظفيها" والذي أخذ نسبة (٥٦.٦%) وهذا يعني أن الدورات التكوينية التي يفترض أن تقوم بها الإذاعات المحلية لم يؤخذ في الحسبان كما هو حال المتغيرات السابقة والتي يعتمد عليها القائم بالاتصال ضمن قائمة اهتماماته، كما أن المتغير الأخير والمتمثل في

إنجاز دراسات حول الجمهور المحلي". بنسبة (٣١.٤%) لم يأخذ دائرة الاهتمام لدى القائم بالاتصال، كما هو حال بقية المتغيرات السالف ذكرها.

ومن النتائج السابقة يتضح الآتي :

أنه وفقا لنظرية ترتيب الأولويات فإن القائم بالاتصال ووفقا لنتائج هذه الدراسة نجد أن الاهتمام بالجمهور المحلي وهو أن العملية الاتصالية لم تجرى عليه أية بحوث ميدانية وبما يطلق عليها بحوث المستمعين أو خلية الاستماع المحلية للإذاعات وهذا يعني أن الهدف من الرسالة الإعلامية لم يتحقق إذا لم تقاس ردود أفعال المستمعين، لذا يفترض أن تكون هناك بحوث للمستمعين لبرامج تلك الإذاعات ومدى ارتباطها بالجمهور مباشرة من عدمه، لكن يبدو أن التركيز أكثر على هدف "واحد" تقوم بأدائه الإذاعات المحلية والمتمثل في البث المشترك سواء مع الإذاعة الوطنية أو بقية الإذاعات المحلية يعد الهدف الأسمى لدى القائمين بالاتصال في تلك الإذاعات وأيضا لدى قيادة المؤسسة اليمنية للتليفزيون، في إحياء ضمني من شأنه رفع الحس الوطني وترسيخ قيمه بشكل متجذر لدى كافة المواطنين.

١٥ - نوع الإعلام الذي تقدمه الإذاعات المحلية.

جدول رقم (١٨)

نوع الإعلام الذي تقدمه الإذاعات المحلية		
%	العدد	
١١.56%	٢٠	بديل للإذاعة المركزية
٧١.68%	١٢٤	مكمل للإذاعة المركزية
١٠.40%	١٨	إعلام مكرر لإذاعة البرنامج العام
٦.36	١١	أخرى
١٠٠.00%	١٧٣	المجموع

توضح نتائج الجدول (١٨) نوع الإعلام الذي تقدمه الإذاعات المحلية بأنه مكمل للإذاعة المركزية بنسبة (٧١.٦٨%) وهذه النسب تؤكد نتائج جداول النسب السابقة والتي

كانت منطقية في إحصائيتها، على أن الإذاعات المحلية ما هي إلا رسالة إعلامية مكملّة للإذاعة المركزية "الإذاعة الوطنية" بحيث تغير تلك الإذاعات من مسار برامجها ليكون موجهًا للجماهير المحلية وارتباطها بالمواطن والتنمية الريفية، والاقتصاد والمشاريع التنموية المختلفة وإعلام المواطن باهتماماته وربطه بالحكومة اليمينية،... الخ. فيما نجد بقية عينة الدراسة تشير إلى أن تواجد هذه الإذاعات على مستوى المحافظات يعتبرونه بديلاً للإذاعة الوطنية، ومع أن هذه الاقتراحات قد لا تكون جازمة إلا أن ارتباط المواطن بالأخبار والبرامج التي تهتم بشؤونه هي الأقرب إليه من بقية البرامج التي تحاكي عالمًا آخر، لذا فإن نسبة (١١.٥٦%) هي نسبة معقولة، فيما نجد أن نوع الإعلام الآخر الذي تقدمه تلك الإذاعات قد احتل المركز الأخير لدى عينة الدراسة بنسبة بلغت (٦.٣٦ %) ومنه الإعلام السياسي وغيره... الخ).

١٦. السياسة الإعلامية وتأثيرها على الإذاعات المحلية.

جدول رقم (١٩)

مدى تجاوب الإذاعات مع سياسة الوزارة الوصية في:					
المجموع		لا		نعم	
%	العدد	%	العدد	%	العدد
١٠٠.0%	١٧٥	٨٩.7%	١٥٧	١٠.3%	١٨
١٠٠.0%	١٧٥	٨١.1%	١٤٢	١٨.9%	٣٣
١٠٠.0%	١٧٥	٩٤.9%	١٦٦	٥.1%	٩
١٠٠.0%	١٧٥	٤٠.6%	٧١	٥٩.4%	١٠٤
١٠٠.0%	١٧٥	٨٥.7%	١٥٠	١٤.3%	٢٥
١٠٠.0%	١٧٥	٣٥.4%	٦٢	٦٤.6%	١١٣
١٠٠.0%	١٧٥	٨٣.4%	١٤٦	١٦.6%	٢٩
١٠٠.0%	١٧٥	٩٨.3%	١٧٢	١.7%	٣

تشير نتائج الجدول (١٩) إلى السياسة الإعلامية لوزارة الإعلام ومدى تأثيرها على الرسالة الإعلامية، حيث أدت تلك السياسة إلى " ربط المواطنين بسياسة الدولة بنسبة) ٦٤.٦%) وهذه النسبة إيجابية وفقاً للمتغير الذي تم ترميزه من قبل عينة الدراسة، حيث أن الهدف كان واضحاً من السياسة الإعلامية التي تقوم بها وزارة الإعلام اليمني وهي سياسة تحافظ من خلالها على وحدة التراب الوطني من خلال توحيد لغة الخطاب الإعلامي في الإذاعات المحلية، وأيضاً تبني سياسة ترسيخ المفاهيم التي ترسخ قيم الوحدة اليمنية لدى مختلف الشرائح اليمنية، وهو نوع من النزول إلى لغة الخطاب الإعلامي وبلغاته أو لهجته المختلفة والتي عادة ما نطلق عليها (فصحي التراث- فصحي العصر- عامية المثقفين –

عامية المتنورين- عامية الأميين) كما قسمها أستاذة اللغة العربية^(١).

فيما نجد أن السياسة الإعلامية تهدف إلى " إبراز دور السلطة المحلية بنسبة (٥٩.٤%) وهذا الهدف يأتي متناسقاً مع أهداف إنشاء الإذاعات المحلية التي ترتبط ارتباطاً مباشراً بالسلطات المحلية على مستوى المديرية، وذلك لضمان التمثيل النسبي لممثلي المديرية في مسألة اتخاذ القرارات وربطها بالتنمية الريفية التي يفترض أن تقوم بإيصال هذا الدور تلك الإذاعات عبر برامجها الإذاعية، ورغم التدخل الذي تمليه وزارة الإعلام اليمني على معظم الإذاعات المحلية وهذا من خلال نتائج عينة هذه الدراسة إلا أن التدخل يظل في إطار ما هو مسموح به في الرسالة الإعلامية التي تقرها الخارطة البرمجية العليا مطلع كل عام ميلادي، بالمشاركة مع مدراء تلك الإذاعات المحلية، فيما نجد أن بقية المتغيرات أخذت ترتيباً أو نسباً متقاربة كما هو مرتب (تعديل برنامج بناء على طلب مسؤول في الدولة أو السلطة المحلية، صنعت إعلام سياسي بدون رقابة، ألغت دور الأحزاب وتأثيراتها على المواطنين، إلغاء أحد البرامج من خارطتها، فشلت في تحقيق هدفها، أخرى تذكر).

ومن النتائج السابقة يتضح الآتي :

أن السياسة الإعلامية التي عادة ما تقرها وزارة الإعلام وأيضا المؤسسة اليمنية للتليفزيون تمثل رقابة إعلامية على برامج الإذاعات المحلية من خلال إقرار الخارطة البرمجية برئاسة وزير الإعلام ومدير عام المؤسسة ومدراء الإذاعات المحلية، تعد هذه السياسة نوعاً ما قاصرة الأفق إذا ما أدركنا أن البرامج الإذاعية ليست ثابتة خصوصاً وأن المادة الإعلامية تحتاج إلى قراءة يومية لواقع الخارطة البرمجية التي يفترض أن تحتوي معظم برامجها على ما هو مرتبط ارتباطاً مباشراً بأنشطة الريف أو ما نطلق عليه بالمجتمع المحلي.

(١) السعيد محمد بدوي، مستويات العربية المعاصرة، مكتبة الانجلو المصرية، القاهرة، ط١، ١٩٩٣، ص ٨٩-٩٠.

- أن الهدف من السياسة الإعلامية هو ربط المواطن بسياسة الدولة أولاً.
- ليس هناك أي تأثير على الجانب السياسي داخل البلد على سياسة إقرار البرامج الإذاعية.

١٧. وسائل تقييمكم لبرامج هذه الإذاعة .

جدول رقم (٢٠)

وسائل تقييمكم لبرامج هذه الإذاعة					
المجموع		لا		نعم	
%	العدد	%	العدد	%	العدد
١٠٠.0%	١٧٥	١١.4%	٢٠	٨٨.6%	١٥٥
١٠٠.0%	١٧٥	٧١.4%	١٢٥	٢٨.6%	٥٠
١٠٠.0%	١٧٥	٧٢.0%	١٢٦	٢٨.0%	٤٩
١٠٠.0%	١٧٥	٨٢.3%	١٤٤	١٧.7%	٣١
١٠٠.0%	١٧٥	٩٣.7%	١٦٤	٦.3%	١١
١٠٠.0%	١٧٥	٩٧.1%	١٧٠	٢.9%	٥

تشير نتائج الجدول (٢٠) إلى نوع الوسائل التي تستخدمها الإذاعات المحلية في سبيل تقييم برامجها الإذاعية، حيث نجد أن من هذه الوسائل (ردود فعل الجمهور المتصل بالإذاعة بنسبة ٨٨.٦%) وهي نسبة كبيرة وفقاً لعينة الدراسة، وهذا يعني أن أغلب الإذاعات المحلية تقوم ببحوث الاستماع لردود أفعال الجماهير التي تتواصل مع الإذاعات المحلية عبر برامجها المختلفة، لأن المشاركة من قبل الجمهور عبر التواصل التليفوني هو نوع من الحوار بين الإذاعة ومستمعيها، وإن كانت آلية الاتصال تقتصر على البرامج الحوارية، إلا أنه يمثل نوعاً متميزاً من الإعلام المنفتح ببرامجه على آراء الآخرين، وتأتي نسبة (٢٨.٦%) للوسيلة الثانية. يتم استخدامها من قبل الإذاعات المحلية وهي "خلفية استماع تابعة للإذاعة" وتتساوى هذه النسب مع المتغير الثالث والمتمثل في "سبر آراء تقومون به"

والذي يفترض أن يكون لهذا المتغير نسبة أكبر من المتغيرات السابقة على اعتبار أن الإذاعات التي لا تقوم بسبر الآراء لن تحدث أية تطور على برامجها لأن الجمهور حينما يشارك في الملاحظات على البرامج اليومية التي يستمع إليها يعطي إمكانية بقائها ضمن الخارطة من عدمه، ويبدو أن القائمين على الإذاعات المحلية لا يهتمون بمثل هذه الأبحاث أو ما نسميها سبر الآراء ربما للتكاليف المادية التي يتوقعون أنها مرتفعة أو لعدم إلمامهم بأهميتها، وربما الإهمال لطبيعة العمل الإعلامي الذي يقتضى أخذ الآراء الشهرية أو الدورية كل أربعة أشهر على الدورة البرمجية الإذاعية وفقا للخارطة البرمجية، إلا أن الإذاعات تكتفي بما تقوم به المؤسسة العامة للتلفزيون من بحوث سنوية ومناسباتية وتعتمد على نتائجها في مسألة تقييم البرامج الإذاعية وهذا يعد قصورا في الرسالة الإعلامية لتلك الإذاعات المحلية. فيما نجد أن اللقاءات الدورية بين الصحفيين والمذيعين لتلك الإذاعات يأخذ المرتبة الرابعة لدى عينة الدراسة بنسبة (١٧.٧%)، فيما نجد تقاربا واضحا بين وسائل التقييم الأخرى" ليس هناك أية وسيلة أخرى تذكر) من حيث عدم وجودها بالشكل المتواصل لدى القائم بالاتصال .

ومما سبق نجد أن:

- ردود فعل الجمهور المتصل بالإذاعة هو ما تبني عليه معظم الإذاعات المحلية -مراحل تقييمها لبرامجها الإذاعية على مدار العام.
- عدم وجود بحوث دورية من قبل الإذاعات المحلية يعد ضعفاً في الرسالة الإعلامية لتلك الإذاعات وقصورا لدى القائمين عليها

١٨ . مدى مشاركة الجمهور المحلي في مناقشة برامج هذه الإذاعة

جدول رقم (٢١)

مدى مشاركة الجمهور المحلي في مناقشة برامج هذه الإذاعة											
المجموع		لا يشارك		نادرًا		أحيانًا		غالبًا		دائمًا	
%	العدد	%	العدد	%	العدد	%	العدد	%	العدد	%	العدد
١٠٠.0%	١٤٣	٢١.0%	٣٠	١٦.1%	٢٣	٢٨.7%	٤١	٢٤.5%	٣٥	٩.8%	١٤

الميسابية.

الإخبارية.	١١	٨.5%	٢٣	١٧.8%	٣٧	٢٨.7%	٢٦	٢٠.2%	٣٢	٢٤.8%	١٢٩	١٠٠.0%
الترفيهية.	٨٨	٥٥.0%	٤٧	٢٩.4%	١٣	٨.1%	٧	٤.4%	٥	٣.1%	١٦٠	١٠٠.0%
الدينية.	٧٥	٤٨.7%	٣٦	٢٣.4%	٢٨	١٨.2%	٩	٥.8%	٦	٣.9%	١٥٤	١٠٠.0%
الاجتماعية	٨٩	٥٤.9%	٤٧	٢٩.0%	١٩	١١.7%	٢	١.2%	٥	٣.1%	١٦٢	١٠٠.0%
الاقتصادية	٧	٥.3%	٣١	٢٣.5%	٢٧	٢٠.5%	٣٦	٢٧.3%	٣١	٢٣.5%	١٣٢	١٠٠.0%
الرياضية	٤٨	٣٠.8%	٣٢	٢٠.5%	٣٥	٢٢.4%	١٧	١٠.9%	٢٤	١٥.4%	١٥٦	١٠٠.0%
الدرامية	٣٣	٢٣.4%	٢٣	١٦.3%	٣٩	٢٧.7%	٢٠	١٤.2%	٢٦	١٨.4%	١٤١	١٠٠.0%
الصحية.	٤١	٣٠.4%	٤٣	٣١.9%	٢٥	١٨.5%	١٧	١٢.6%	٩	٦.7%	١٣٥	١٠٠.0%
-الثقافية.	٦٦	٤٣.4%	٤١	٢٧.0%	٣١	٢٠.4%	١٣	٨.6%	١	.7%	١٥٢	١٠٠.0%
-التربوية	٤١	٢٧.0%	٤٣	٢٨.3%	٤٣	٢٨.3%	٢١	١٣.8%	٤	٢.6%	١٥٢	١٠٠.0%
المناسباتية(أعياد الوحدة الوطنية)	٨٥	٥٩.9%	٢٢	١٥.5%	١٤	٩.9%	١٣	٩.2%	٨	٥.6%	١٤٢	١٠٠.0%

تشير نتائج الجدول (٢١) إلى مدى مشاركة الجمهور المحلي في مناقشة برامج هذه الإذاعة، حيث تشير هذه النتائج إلى أن جمهور المستمعين للإذاعات المحلية أكثر مشاركة في البرامج الإذاعية "المناسباتية" أعياد الوحدة الوطنية " بنسبة (٥٩.٩%)، وإذا ما أدر كنا أهمية هذه المناسبة على قلوب اليمنيين فان هذه النسبة مرتفعة مقارنة ببقية البرامج الإذاعية الأخرى، ثم تأتي البرامج الترفيهية بنسبة (٥٥.٠%) وهي برامج يحتاج إليها المستمع للترويح على النفس، وهي أكثر متابعة لدى عامة المستمعين، فيما نجد البرامج الاجتماعية ثالثا بنسبة (٥٤.٩%) وهذه البرامج لها أهميتها لدى المستمعين كونها تستهدف الشرائح الاجتماعية المختلفة وتعمل على مناقشة قضاياهم ونقلها إلى الجهات المعنية. في حين احتلت البرامج الدينية المرتبة الرابعة بنسبة (٤٨.٧%) وهذه البرامج هي الأخرى تناقش القضايا الدينية المختلفة، وتترك للجمهور المشاركة في الاتصالات الهاتفية وأخذ الاستفسارات الدينية حول موضوع من المواضيع المثارة لدى الجماهير، والتي عادة ما

يخصص للرد عليها باستضافة أحد المشايخ في الدين، ومن كبار العلماء و من مختلف المذاهب الدينية في اليمن، سواء السنية (الزيدية) أو الشافعية، وهي التي عادة ما يتم استضافتها عبر أثر تلك الإذاعات المحلية، فيما نجد أن البرامج الثقافية كانت لها مكانتها لدى الجمهور من حيث المشاركة بنسبة وصلت إلى (٤٣.٤%) والبرامج الثقافية عادة ما يتم من خلالها نقل التراث الثقافي من مختلف المحافظات، والعمل على بثه عبر أثر تلك الإذاعات كبث مشترك، يتم تداوله بين الإذاعات وهو نوع من التبادل البرامجي المشترك، يهدف إلى خلق جو ثقافي موحد وتعريف جمهور المناطق اليمينية بهذا الموروث الثقافي الذي لم يكن ظاهراً في يوم ما لديهم، فيما أخذت بقية المتغيرات نسباً متفاوتة لدى الجمهور وهي (الرياضية، الصحية، التربوية، الدرامية، السياسية، الإخبارية، الاقتصادية).

ومما سبق يتضح الآتي :

- أن ارتفاع نسبة مشاركة الجمهور في برامج تلك الإذاعات المحلية يرتبط عادة بالبرامج المناسبة وهي أعياد الوحدة الوطنية، وهذا يعني أن القائم بالاتصال لديه هدف مسبق من إتاحة الفرصة للجمهور في المشاركة بنسبة أكبر في مثل هكذا جماهير، وفقاً لنظرية ترتيب الأولويات التي يضع على ضوءها القائم بالاتصال أولويات القضايا الوطنية كهدف رئيسي للرسالة الإعلامية التي يرغب في تمريرها لجمهور المستمعين .
- انخفاض نسبة مشاركة الجمهور في بقية البرامج الإذاعية يعني عدم اهتمام القائم بالاتصال برأي الجمهور في تلك البرامج، أو أنها بعيدة عن تلمس هموم جمهور المستمعين .

١٩. مفهوم الوحدة الوطنية عبر برامج الإذاعات المحلية

جدول رقم (٢٢)

مفهوم الوحدة الوطنية عبر برامج الإذاعات المحلية			
موضوع رئيسي		العدد	%
		١٢٦	٧٢.٠%

١.1%	٢	ثانوي
١٧.1%	٣٠	مناسباتي
١.1%	٢	مطروح لسد الفراغ
.0%	٠	غير مطروح
.0%14	١٥	أخرى
١٠٠.0%	١٧٥	المجموع

توضح بيانات الجدول السابق (٢٢) كيفية تناول الإذاعات المحلية لمفهوم الوحدة الوطنية عبر برامجها الإذاعية حيث تشير نتائج عينة الدراسة إلى أن برامج الإذاعات المحلية تناولت مفهوم الوحدة الوطنية "موضوع رئيسي بنسبة (٧٢.٠%) من إجمالي عينة الدراسة وهذا يعني أن الهدف الرئيس الذي أُنشئت لأجله الإذاعات المحلية قد تحقق من خلال ما تقوم به من ترسيخ لمفهوم الوحدة الوطنية وما يترتب عليه من مصطلحات وحدوية قادرة على إعادة بناء الإنسان اليمني وفق هذا المفهوم، كما أن هذه النسبة تعني أن الالتزام بالخارطة البرمجية الإذاعية متواجد من خلال إقرار مثل هكذا برامج التي تعتبر لدى القائم بالاتصال من البرامج الرئيسة والتي تحاكي الجماهير اليمنية في مختلف المحافظات، وبلهجة واحدة تتناسب مع اللهجات المتواجدة في محافظات الاستماع لأثير تلك الإذاعات، فيما نجد أن موضوع الوحدة الوطنية يعد من المواضيع المناسباتية أيضاً، أي يتم تناوله أثناء ذكرى الأعياد الوطنية حيث تؤكد ذلك نتائج الجدول الحالي والتي أخذت نسبة (١٧.١%) وهذا يعني أن البرامج الوحوية تأخذ أولويات الترتيب لدى القائم بالاتصال سواء في الخارطة الاعتيادية أو الخارطة البرمجية المناسباتية التي كما ذكرت يتم إقرارها خصيصاً للأعياد الوطنية ومنها أعلى الأعياد اليمنية "عيد الثاني والعشرين من مايو عام ١٩٩٠م من كل عام".

ومما سبق يتضح الآتي:

- مفهوم الوحدة الوطنية يعد من المفاهيم الرئيسة التي تقوم بإدراجها الإذاعات المحلية في برامجها الرئيسة والمقرة في الخارطة البرمجية الاعتيادية وأيضاً في الخارطة

المناسباتية .

- أن هذه البرامج تأخذ الأولوية لدى القائم بالاتصال وفقا لنظرية ترتيب الأولويات، سواء أثناء إعداد الخارطة البرمجية الاعتيادية أو الخارطة المناسباتية التي يتم إقرارها في الأعياد الوطنية، وهذا دليل على اهتمام الإذاعات المحلية في بثها الإذاعي بهذا المفهوم وضرورة توسيع دائرة المستمعين لمفهومه ودلالاته وأهميته في نفوس المواطنين اليمنيين وما يحمل في مضمونه من كيانات وحدوية لليمن .

٢٠. أهم المواضيع المحلية التي تطرحها البرامج حسب الأهمية.

جدول رقم (٢٣)

أهم المواضيع المحلية التي تطرحها البرامج حسب الأهمية	
الترتيب	
١	الوحدة الوطنية.
٢	العادات والتقاليد.
٣	اللهجات المحلية.
٢	البيئة والتنمية.
٣	الصحة الآمنة.
٥	أخرى تذكر.....

تشير نتائج الجدول (٢٣) إلى أهم المواضيع المحلية التي تطرحها البرامج حسب الأهمية حيث نجد أن هذه المواضيع أخذت أهميتها لدى عينة الدراسة وبحسب ترتيبها هي "الوحدة الوطنية" والتي أخذت الترتيب الأول، يليها "البرامج التي تتناول العادات والتقاليد، البيئة المحلية"، فيما نجد برامج (اللهجات المحلية، الصحة الآمنة) أخذت الترتيب الثالث، فيما بقية البرامج الأخرى أخذت الترتيب الأخير لدى عينة الدراسة .

ومما سبق يتضح الآتي:

- أن الإذاعات المحلية لديها سياسية إعلامية واضحة مرتبطة بالسياسة العامة للدولة وأيضاً سياسة الوزارة الوصية وهي أخذ البرامج الوجدانية ضمن قائمة ترتيب الأولويات لهدف إعلامي، يتم من خلالها تجسيد روح الوطنية اليمنية لدى مستمعي الإذاعات المحلية، وعبر لغة خطاب إعلامي واضح بالنسبة لهم. أي الخطاب الإعلامي المبسط الذي يتناسب مع ثقافتهم المختلفة .
- أن المواضيع التي تبرزها الإذاعات المحلية نابع من البيئة اليمنية المحلية وهذا يؤكد مدى مخاطبة تلك الإذاعات المواطن اليمني بلغته المبسطة والمقربة

والقريبة إلى نفسه، كما أن نتائج الجدول الحالي تؤكد صحة نتائج الجدول (١٩) والتي تؤكد أن برامج الإذاعات المحلية تركز على البرامج الوجدية وتحليل مفهوم الوحدة الوطنية وغرسه في أذهان المستمعين.

٢١. مدى تغطية مراسلي الإذاعات لمنطقة بث تلك الإذاعات

جدول رقم (٢٤)

مدى تغطية مراسلي الإذاعات لمنطقة بث تلك الإذاعات			
	العدد	%	
نعم	٦٢	٣٥.4%	
لا	١١٣	٦٤.6%	
المجموع	١٧٥	١٠٠.0%	

توضح نتائج الجدول (٢٤) مدى تغطية مراسلي الإذاعات لمنطقة بث تلك الإذاعات، حيث نجد أن الإذاعات المحلية مازالت بحاجة إلى عدد كاف من المراسلين في معظم المحافظات/ الولايات/ التي تتبعها أولا وأيضاً بقية المديريات في مختلف محافظات الجمهورية، حيث كانت نسبة تغطية البث الإذاعي من قبل المراسلين (٦٤.٦%) وهي نسبة كبيرة إذا ما أدرنا أهمية عمل المراسلين في المديريات، وأيضاً الهدف الذي تسعى إلى تحقيقه تلك الإذاعات المحلية وهو ارتباطها مع المجتمع المحلي والذي لن يتأتى إلا بوجود تغطية كاملة لكل تراب الولايات التي تتواجد فيها تلك الإذاعات وكذا بقية محافظات الجمهورية، لأن البرامج التي تخاطب المواطنين هي البرامج التي تتلمس همومهم ومعاناتهم ومناقشات تلك القضايا ونقلها إلى المسؤولين في الدولة وهذا عبر وسيط هو الإذاعة ومراسليها في تلك المديريات، إلا أن نسبة التغطية التي يقوم بها المراسلون في تلك المديريات تعد مقبولة والتي أخذت نسبة (٣٥.٤%) ويرجع ضعف هذه النسبة إلى حداثة التجربة الإعلامية المحلية في معظم المحافظات اليمنية المحلية.

ويتضح مما سبق:

- ضعف التغطية الإعلامية لمراسلي الإذاعات اليمنية المحلية في مختلف مديريات المحافظات اليمنية، ويرجع هذا إلى قلة الكادر الإعلامي الذي تفتقر إليه الإذاعات، وأيضاً الدعم المالي.
- التجربة الإعلامية المحلية الجديدة أثرت بدورها على التغطية الجغرافية لتلك الإذاعات.

٢٢. المهام المفترض بهؤلاء المراسلين القيام بها:

جدول رقم (٢٥)

النسبة %	التكرار	
٦.٨٦	١٢٠	١ نقل مختلف الفعاليات والأنشطة في المحافظات
٤.٩٧	٨٧	٢ إبراز الجوانب التنموية في مديريات المحافظات
٥.٣٧	٩٤	٣ نقل هموم ومعاناة المواطن بمصادقية للمسؤولين
٣.٤٢	٦٠	٤ التعريف بالعادات والتقاليد التي تتميز بها المديريات اليمنية
١.٤٨	٢٦	٥ إبراز المواهب والمبدعين من شباب المحافظات

تشير نتائج الجدول (٢٥) إلى المهام المفترض بهؤلاء المراسلين القيام بها حيث رأت عينة الدراسة أن "نقل مختلف الفعاليات والأنشطة في المحافظات" يعد الهدف الرئيس لأولئك المراسلين، وهذا ما يتم عمله بالفعل، حيث تصدر المناسبات الوطنية اهتمامات أولئك المراسلين باعتبارها فعاليات وطنية أكثر ارتباطاً بالمواطنين، يليها "نقل هموم ومعاناة المواطن بمصادقية للمسؤولين" وهذا يعد من الاهتمامات التي يفترض بهؤلاء المراسلين أن يقوموا بها، ومنها يتم مناقشة تلك القضايا مع المسؤولين على اعتبار أن الإذاعة أداة أو وسيط أو همزة وصل بين الحكومة والمواطنين وذلك عبر مراسليها وعبر تأثيرها الإذاعي الذي تسخره للمواطنين، إذا ما أرادت تحقيق هدف إنشائها، فيما نجد "إبراز الجوانب التنموية في مديريات المحافظات" يدخل في اهتمامات المراسلين الإذاعيين من خلال احتلاله للمرتبة الثالثة كما تبينه نتائج عينة المبحوثين، وهذا الجانب يتم من خلاله إدراك فضل الوحدة

الوطنية وانعكاساتها التنموية على كافة مواطني اليمن الواحد، وأنه بدون الوحدة الوطنية لن يحدث أي تطوير تنموي، فيما نجد" التعريف بالعادات والتقاليد التي تتميز بها المديرية اليمنية" يدخل في اهتمام مراسلي الإذاعات ورغم أهمية هذا المتغير إلا أنه لم يأخذ أهميته لدى عينة الدراسة باعتبار أن العادات والتقاليد التي تنتوع في المحافظات اليمنية تلعب دوراً رئيساً في تعريف المواطنين بشتى أنواع العادات والتقاليد التي تعطي المحافظات تفرداً عن البقية، فيما نجد غياباً تاماً لشريحة المبدعين في تلك المحافظات وهذا يعد خللاً إعلامياً لدى مراسلي تلك الإذاعات، وأيضاً لدى القائمين على تلك الإذاعات والتي يفترض أن تركز على الفئة الشبابية باعتبارها فئة مستهدفة وهي أغلب الشرائح الاجتماعية استهدافاً في معظم البلدان كما تؤكدته أغلب الدراسات الاجتماعية.

ويتضح مما سبق الآتي :

- أن مراسلي الإذاعات المحلية في مختلف مديريات المحافظات اليمنية تقتصر مهامهم بالدرجة الرئيسة على نقل مختلف الفعاليات والأنشطة في المحافظات ونقل هموم ومعاونة المواطن بمصداقية للمسؤولين، فيما نجد خللاً إعلامياً كبيراً فيما يتعلق بإهمال الشريحة الأكثر استهدافاً وهي شريحة الشباب.

٢٣. تقييم مدى نجاح هذه الإذاعة في تلبية احتياجات البيئة المحلية .

جدول رقم (٢٦)

تقييم مدى نجاح هذه الإذاعة في تلبية احتياجات البيئة المحلية من حيث												
المجموع		ضعيف جدا		ضعيف		متوسط		جيد		جيد جدا		
العدد	%	العدد	%	العدد	%	العدد	%	العدد	%	العدد	%	
١٦٦	١٠٠.0%	٧	٤.3%	١٠	٦.2%	١٩	١١.8%	٧٩	٤٩.1%	٢٨.6%	٤٦	السياسية.
١٦٦	١٠٠.0%	٤	٢.5%	٩	٥.6%	٢٥	١٥.5%	٧٠	٤٣.5%	٣٢.9%	٥٣	الإخبارية.
١٦٦	١٠٠.0%	٤	٢.5%	٨	٥.0%	٣٧	٢٣.0%	٤٨	٢٩.8%	٣٩.8%	٦٤	-الثقافية.
١٦٨	١٠٠.0%	٢	١.2%	٥	٣.0%	١٦	٩.5%	٣٢.1%	٥٤	٥٤.2%	٩١	الدينية.

الاجتماعية.	٨٨	٥١.5%	٥٢	٣٠.4%	٢٣	١٣.5%	٦	٣.5%	٢	١.2%	١٧١	١٠٠.0%
الاقتصادية.	١١	٧.5%	٣٦	٢٤.7%	٥٣	٣٦.3%	٣٥	٢٤.0%	١١	٧.5%	١٤٦	١٠٠.0%
الرياضية.	٥٠	٣٠.3%	٥٤	٣٢.7%	٣٤	٢٠.6%	١٩	١١.5%	٨	٤.8%	١٦٥	١٠٠.0%
الدرامية.	٣٦	٢٤.7%	٤٦	٣١.5%	٣٥	٢٤.0%	١٥	١٠.3%	١٤	٩.6%	١٤٦	١٠٠.0%
الصحية.	٥١	٣٢.3%	٧٠	٤٤.3%	٢٦	١٦.5%	٨	٥.1%	٣	١.9%	١٥٨	١٠٠.0%
الثقافية.	٦٩	٤٢.6%	٥٩	٣٦.4%	٢٤	١٤.8%	٩	٥.6%	١	.6%	١٦٢	١٠٠.0%
-التربوية.	٣٨	٢٣.8%	٦٠	٣٧.5%	٣٥	٢١.9%	٢١	١٣.1%	٦	٣.8%	١٦٠	١٠٠.0%
المناسباتية(أعياد الوحدة الوطنية)	١٣٠	٨١.8%	١٦	١٠.1%	٨	٥.0%	٤	٢.5%	١	.6%	١٥٩	١٠٠.0%

توضح نتائج الجدول (٢٦) إلى أي مدى نجحت الإذاعات المحلية في تلبية احتياجات مستمعيها مما تقدمه من برامج، حيث نجد أن البرامج المناسباتية "أعياد الوحدة الوطنية" حققت نجاحاً لدى مستمعيها بنسبة (٨١.٨%) وهذه النتيجة تؤكد صحة النتائج السابقة التي أبرزتها هذه الدراسة والتي تعنى بارتباطها المباشر بتحقيق هدف رئيسي وهو ترسيخ مفهوم وحدة اليمن لدى المستمعين، حيث نجد عينة الدراسة أعطت المتغير الأكثر إيجاباً وهو "جيد جداً" للبرامج المناسباتية، فيما أعطت البرامج الدينية المرتبة الثانية بنسبة (٥٤.٢%) وهذا يعني أن الاهتمام الأكثر من قبل القائمين بالاتصال اخذ وفقاً لنظرية ترتيب الأولويات والتي حرص من خلالها القائمون على تكثيف مثل هذه البرامج، فيما كانت البرامج الاجتماعية ثالثاً بنسبة (٥١.٥%) حيث نجحت الإذاعات في تقديم مثل هذه البرامج وإغراق المستمع خلال دورتها البرمجية قيد الدراسة، وتمكنت الإذاعات أيضاً في تحقيق رغبة جمهور المستمعين ثقافياً من خلال إبراز الموروثات الثقافية لكافة محافظات الجمهورية والتي احتلت المرتبة الرابعة لدى الجمهور وبنسبة (٤٢.٦%) فيما أخذت بقية البرامج نسباً متفاوتة لدى عينة الدراسة بحسب ترتيبها كما هو موضح (الترفيهية، الإخبارية، الصحية، السياسية، الرياضية، الدرامية، التربوية) وهذا يؤكد أن البرامج الأكثر نجاحاً لدى عينة الدراسة كانت مرتبطة

بالمواطن من خلال تقديم ما يهيمه في بيئته.

وإذا ما لاحظنا نجاح الإذاعات المحلية في تحقيق المتغيرات الخمسة "جيد جداً، جيد، متوسط، ضعيف، ضعيف جداً" في برامجها الإذاعية نجد أن: البرامج المناسباتية حققت نجاحاً لدى الجمهور وفق المتغير الإيجابي (جيد جداً). فيما البرامج السياسية حصلت على المرتبة الأولى لدى المتغير (جيد).

٢٤. المشاكل التي تعاني منها الإذاعات المحلية.

جدول رقم (٢٧)

المشاكل التي تعاني منها الإذاعات المحلية					
المجموع		لا		نعم	
	العدد	%	العدد	%	العدد
قلة الإمكانيات المالية .	١٧٥	٩.1%	١٦	٩٠.9%	١٥٩
انقطاع الإرسال .	١٧٥	٥٣.7%	٩٤	٤٦.3%	٨١
تعرض الصحفيين للمضايقات.	١٧٥	٧٦.0%	١٣٣	٢٤.0%	٤٢
قلة ساعات البث.	١٧٥	٣٩.4%	٦٩	٦٠.6%	١٠٦
نقص الإمكانيات البرمجية والهندسية.	١٧٥	٣٥.4%	٦٢	٦٤.6%	١١٣
منافسة التلفزيون.	١٧٥	٦١.1%	١٠٧	٣٨.9%	٦٨
منافسة إذاعة البرنامج العام.	١٧٥	٧٤.9%	١٣١	٢٥.1%	٤٤
عدم التمكن من الوصول إلى مصدر الخبر.	١٧٥	٧٤.9%	١٣١	٢٥.1%	٤٤
ضعف التراث المحلي (الشفهي والمكتوب)	١٧٥	٦٤.6%	١١٣	٣٥.4%	٦٢
ضعف مستوى الخدمات الاجتماعية المقدمة لموظفيها.	١٧٥	٦٠.0%	١٠٥	٤٠.0%	٧٠
إخفاء المعلومات والحقائق من طرف المسؤولين المحليين.	١٧٥	٧٦.0%	١٣٣	٢٤.0%	٤٢
فرض الرقابة الأمنية على برامجها.	١٧٥	٨١.1%	١٤٢	١٨.9%	٣٣
إصرار المحافظين على بروز أخبارهم.	١٧٥	٨٨.0%	١٥٤	١٢.0%	٢١
تداخل برامجي بين الإذاعات المحلية بعضها ببعض مما يفقد مكائدها لدى جمهورها.	١٧٥	٩٠.3%	١٥٨	٩.7%	١٧
أخرى تذكر.....	١٧٥	٩٨.3%	١٧٢	١.7%	٣

توضح بيانات الجدول (٢٧) المشاكل التي تعاني منها الإذاعات المحلية حيث تؤكد عينة الباحثين أن أهم المشاكل التي تعاني منها الإذاعات المحلية بالدرجة الأولى "قلة الإمكانيات المالية" بنسبة (٩٠.٩%) وهذه النسبة رغم ارتفاعها لدى عينة الدراسة إلا أنها

تعد معضلة رئيسية لدى معظم الإذاعات على اعتبار أن هناك سلطة مركزية مازالت هي التي تتحكم بمفاصل المال وكذا في آلية توظيف العنصر البشري في تلك الإذاعات أي أن الاستقلال المالي والإداري مازال حلاً يراد للقائمين على تلك الإذاعات، لأن المال وحده قادر على خلق روح التنافس البرامجي في مختلف الإذاعات المحلية، كون معظم المتعاونين مع تلك الإذاعات يعملون لفترة وجيزة ثم ينقطعون لعدم الإيفاء معهم بالالتزامات المالية، وهذا يفقد معظم الإذاعات مستمعيها وكتابها الذين اعتاد المستمع على سماع إبداعاتهم الأدبية وغيرها، يلي هذه المشاكل " نقص الإمكانيات البرمجية والهندسية " بنسبة (٦٤.٦%) ويعود سبب النقص في هذا الجانب إلى حداثة النشأة لتلك الإذاعات، وكذا السياسة العقيمة التي تتبعها المؤسسة العامة للإذاعة والتلفزيون والتي مازالت تتحكم في القرارات الإدارية للإذاعات باعتبار الإذاعات قطاعاً يتبع المؤسسة. حيث ينتج عن هذا إجراءات روتينية معقدة تتمثل في رد الإذاعات بما تحتاجه من كوادر هندسية وبرمجية. يلي هذه الأسباب " قلة ساعات البث " بنسبة (٦٠.٦%) وهذا السبب يعود إلى أن الجماهير تطالب بزيادة ساعات البث لتلك الإذاعات إلا أن الإمكانيات المادية والبشرية تقف عائقاً عن زيادة البث الإذاعي كونه يتطلب إمكانيات مادية كبيرة للتشغيل، يترتب عليه توفير نصوص إعلامية وأيضاً نزول ميداني إلى مختلف المديريات إذا ما أرادت تلك الإذاعات الحفاظ على بقائها في أداء رسالتها الإعلامية التي أسست لأجله، "انقطاع الإرسال عن الإذاعات بنسبة (٤٦.٣%) وقد تكون من أسباب الانقطاع التيار الكهربائي المتقطع على مستوى المحافظات، ولعدم وجود مولدات كهربائية كافية تعمل بشكل آلي، كما أن أحد الأسباب الأخرى ضعف الإرسال لتلك الموجات الإذاعية مما يؤدي إلى انقطاع الإرسال عن بقية مديريات المحافظات دون سواها، يلي هذه الأسباب " ضعف مستوى الخدمات الاجتماعية المقدمة لموظفيها بنسبة (٤٠%) ثم يأتي " منافسة التلفزيون. لتلك الإذاعات بنسبة (٣٨.٩%) ورغم تواجد التلفزيون في المجتمع اليمني بكثرة إلا أنه لم يأخذ نسبة كبيرة كإحدى المشاكل التي تعاني منها الإذاعات، كما هو الحال بالنسبة لبقية المشاكل والتي لم تأخذ نسباً كبيرة لدى عينة الدراسة كما توضح نتائج الجدول السابق (منافسة إذاعة

البرنامج العام، عدم التمكين من الوصول إلى مصدر الخبر، تعرض الصحفيين للمضايقات، إخفاء المعلومات والحقائق من طرف المسؤولين المحليين، فرض الرقابة الأُمّية على برامجها، إصرار المحافظين على بروز أخبارهم، تداخل برامجي بين الإذاعات المحلية بعضها ببعض مما يفقدها مكانتها لدى جمهورها).

ومما سبق يتضح الآتي:

أن الإمكانيات المالية وحدها هي التي تقف عائقا كبيرا أمام التطوير الإذاعي في تلك الإذاعات، والتي على ضوءها يتم الإنتاج البرامجي والتفرد به من عدمه، ويعود هذا إلى السياسة العقيمة التي مازالت تتحكم بمفاصلها وزارة الإعلام وأيضا المؤسسة العامة للإذاعة والتلفزيون والتي لم تطلق الحرية الإعلامية التامة لكل الإذاعات لخلق روح التنافس فيما بينها وإدارة شؤونها المالية والبرامجية وفقا لما يقدره القائمون عليها.

٢٥ . مدى التغيير الذي أوجدته الإذاعات في البيئة المحلية :

جدول رقم (٢٨)

مدى التغيير الذي أوجدته الإذاعات المحلية في البيئة المحلية من حيث المستوى			
%	العدد		
٦٣.9%	٤٦	كبير	الاجتماعي
٢٧.8%	٢٠	متوسط	
٦.9%	٥	ضعيف	
.0%	٠	ضعيف جدا	
١.4%	١	لم يحدث	
١٠٠.0%	٧٢	المجموع	
٥٥.5%	٩٦	كبير	الثقافي
٣١.2%	٥٤	متوسط	
٧.5%	١٣	ضعيف	
٤.6%	٨	ضعيف جدا	
١.2%	٢	لم يحدث	
١٠٠.0%	١٧٣	المجموع	

تشير نتائج الجدول (٢٨) إلى مدى التغيير الذي أوجدته الإذاعات في البيئة المحلية

من حيث المستوى الاجتماعي والثقافي، والاقتصادي والسياسي، حيث تشير عينة الدراسة إلى وجود تأثير كبير على المستوى الاجتماعي بنسبة (٦٣.٩%) وهذا يؤكد مدى تحقيق نجاحها في البيئة المحلية وذلك بغرض تحقيق هدف إنشائها على مستوى تلك المحافظات، لتحقيق صدق فرضيات الدراسة التي ركزت عليها هذه الدراسة وأيضاً تساؤلاتها، كما هو الحال بالنسبة للجانب الثقافي بنسبة (٥٥.٥%) وهذا من خلال البرامج الإذاعية التي تنتزع على مدار الدورات الإذاعية والتي تهدف إلى تنويع برامجها الإذاعية والتي تستهدف من خلالها كافة الطبقات الاجتماعية في المجتمع اليمني وتحديداً في تلك المحافظات التي تتواجد فيها تلك الإذاعات، وذلك من خلال نقل تراث تلك المناطق وترسيخها في برامجها ونقلها إلى مختلف المحافظات وربط المحافظات بمثل هكذا موروث ثقافي وإرث حضاري تجسد من خلاله وحدة الوطن .

تابع الجدول (٢٨)

الاقتصادي	كبير	١١	٧.2%
	متوسط	٦٦	٤٣.4%
	ضعيف	٤٩	٣٢.2%
	ضعيف جداً	١٨	١١.8%
	لم يحدث	٨	٥.3%
	المجموع	١٥٢	١٠٠.0%
السياسي	كبير	٤٣	٢٧.9%
	متوسط	٧١	٤٦.1%
	ضعيف	١٣	٨.4%
	ضعيف جداً	١١	٧.1%
	لم يحدث	١٦	١٠.4%
	المجموع	١٥٤	١٠٠.0%

أما بالنسبة لمدى التغيير في الجانب الاقتصادي نجد أن التغيير كان متوسطاً بنسبة (٤٣.٤%) وهذا يحتاج إلى زيادة في ساعات البث الإذاعي وتخصيص مثل هذه البرامج التي ترتبط بالجانب التنموي والاقتصادي للمواطن وربطه بالاقتصاد الوطني وإطلاعه على

كل جديد في هذا الشأن، إلا أن هذا الجانب يعد بعيداً عن سياسة القائمين على تلك الإذاعات باعتبار أن هناك سياسة تؤخذ بعين الاعتبار وفقاً لأولويات المادة الإعلامية والتي يراها القائمون بالاتصال أنها ضرورية وتتمثل في القضايا الاجتماعية والثقافية والتي لها تأثير كبير لدى المستمعين ومن خلالها يتم ترسيخ ما يريده القائم بالاتصال وإعادة تشكيل رؤية المستمعين وفقاً لما يريده القائمون على تلك الوسائل كون البرامج الاجتماعية والثقافية أكثر ارتباطاً بالمستمعين، إذا ما أدركنا أن تلك الموروثات هي نتاج أبناء تلك المحافظات وعاداتهم وتقاليدهم، ومن ثم فإن زيادة الاستماع إليها وإبداء الرأي فيها يكون أكثر قرباً ووعياً. ومن خلال تلك البرامج يستطيع القائم بالاتصال تمرير رسالته الاتصالية والمتمثلة في غرس مفهوم الوحدة الوطنية عبرها والعمل على ترسيخه في أذهان المستمعين. فيما نجد حالة التغيير في الجانب السياسي تأخذ الجانب المتوسط بنسبة (٤٦.١%) وهذا يعني أن البرامج السياسية التي يرى القائم بالاتصال أن لها تأثير كبير لدى المستمع لا تأخذ ذلك التأثير بالنسبة التي يتوقعها القائم بالاتصال، إلا أن ارتباط المستمع بالمتغيرات الثقافية والسياسية والاجتماعية بشكل عام أخذ نسباً عالية، وهذا يؤكد ديمومة المستمع على المتابعة لمثل هذه البرامج التي يجدها أكثر ارتباطاً بالحياة اليومية كمجتمع محلي له خصوصياته الثقافية والاجتماعية والسياسية.

٢٦. تقييم الممارسة الإعلامية للإذاعات المحلية.

جدول رقم (٢٩)

المجموع		لا		نعم		تقييم الممارسة الإعلامية للإذاعات المحلية
%	العدد	%	العدد	%	العدد	
١٠٠.0%	١٧٥	٨١.7%	١٤٣	١٨.3%	٣٢	هناك فجوة من عدم الثقة بينها وبين الجمهور.
١٠٠.0%	١٧٥	٨٨.6%	١٥٥	١١.4%	٢٠	الإعلام الذي تقدمه نسخة مكررة لما تقدمه إذاعة البرنامج العام.
١٠٠.0%	١٧٥	٨٦.3%	١٥١	١٣.7%	٢٤	مجرد وسيلة تابعة للسلطات المحلية.
١٠٠.0%	١٧٥	٩٦.6%	١٦٩	٣.4%	٦	تواجدها ليس له أي تأثير على المجتمع المحلي.

استخدام اللهجة المحلية بشكل نقطة ضعف برامجها.	١	.6%	١٧٤	٩٩.4%	١٧٥	١٠٠.0%
أدت إلى تنمية روح الجهوية والتعصب للثقافة المحلية.	١٢	٦.9%	١٦٣	٩٣.1%	١٧٥	١٠٠.0%
تواجدها أدى إلى تنشيط البيئة الاقتصادية المحلية.	٧٨	٤٤.6%	٩٧	٥٥.4%	١٧٥	١٠٠.0%
استطاعت ترسيخ ثقافة التواصل مع الثقافة الوطنية.	١٢٩	٧٣.7%	٤٦	٢٦.3%	١٧٥	١٠٠.0%
ساهمت في إحياء وتنمية الثقافة المحلية.	١٢٦	٧٢.0%	٤٩	٢٨.0%	١٧٥	١٠٠.0%
استطاعت تحقيق حرية التعبير في مجتمعها المحلي	٩٥	٥٤.3%	٨٠	٤٥.7%	١٧٥	١٠٠.0%
أخرى تذكر.....	٤	٢.3%	١٧١	٩٧.7%	١٧٥	١٠٠.0%

تشير نتائج الجدول السابق (٢٩) إلى تقييم الممارسة الإعلامية للإذاعات المحلية حيث تشير نتائج الدراسة إلى أن أهم ما تمارسه الإذاعات المحلية هو (ترسيخ ثقافة التواصل مع الثقافة الوطنية) بنسبة (٧٣.٧%) حيث تميزت الإذاعات المحلية في ترسيخ ثقافة التواصل بين الإذاعات وجمهور المستمعين من خلال تقديم برامجها الإذاعية التي تتناسب مع الفئات الاجتماعية المختلفة والتي ترتبط ارتباطاً مباشراً بالبيئة الريفية اليمانية وهذا يعد ميزة تتميز بها الإذاعات المحلية دون سواها، لكون الثقافات المحلية هي أبسط البرامج توغلا في نفوس الجماهير إضافة إلى لغتها المبسطة والتي عادة ما يتم الاستناد إليها في الوصول إلى عامة الناس كما يوصي بذلك خبراء الإعلام والاتصال، كما استطاعت الإذاعات زيادة "المساهمة في إحياء وتنمية الثقافة المحلية، حيث تشير النسبة إلى (٧٢.٧%) من إجمالي عينة الدراسة، وهذا يعني أن الإذاعات نجحت من خلال تواجدها الإذاعي في تعزيز الثقافة المحلية التي تتميز بها كل محافظة على حدة ومن ثم إحياء هذا التراث والعمل على إظهاره لدى بقية المستمعين في المحافظات الأخرى، وهذا بحد ذاته يعد نوعاً من ترسيخ القيم الوحدوية التي سعت إلى تحقيقها دولة الوحدة الوطنية وهو الحفاظ على تراث الأمة اليمانية الواحدة وتجذير كل ما من شأنه تعزيز الولاء الوطني سواء في البرامج الإذاعية أو غيرها، إلا أن غياب الموروثات الثقافية المحلية عن البرامج الإعلامية يفقد الإنسان اليمني هويته وحضارته القديمة لذا فإن حرص القائمين على تلك الإذاعات على

إعادة بث مثل هذا التراث الحضاري له مدلولاته في الحفاظ على كينونة تراث الشعب اليمني، فيما نجد أن نجاح هذه الإذاعات داخل المجتمع المحلي يحتل المرتبة الثالثة بنسبة (٥٤.٣%) والمتمثل في " استطاعت تحقيق حرية التعبير في مجتمعها المحلي " وهذا يعني أن حرية التعبير التي أتيحت لكل المواطنين التعبير عن آرائهم دليل على نوع من حرية التعبير التي تريد أن توصلها تلك الإذاعات للمواطنين، وهي لغة جديدة تفيد المتتبع للهدف الإعلامي الذي تسعى إلى تحقيقه تلك الإذاعات، وهو نوع من نتائج الوحدة الوطنية، التي أرادت أن ترتبط بالمواطن اليمني بفئاته المختلفة، وتؤكد عينة الدراسة أن تواجد الإذاعات المحلية " أدى إلى تنشيط البيئة الاقتصادية المحلية " بنسبة (٤٤.٦%) وهذا يعني أن الدور الذي بدأت تؤديه تلك الإذاعات بدأ يتضح من خلال التطوير التنموي الذي بدأ ملموساً في مختلف المحافظات وخصوصاً في الجانب الاقتصادي من خلال تقديم ما يستفيد منه المواطنون في تلك المحافظات سواء في الجانب التنموي أو الزراعي وغيره، بينما نجد نسباً متفاوتة لدى عينة الدراسة في تقييم نجاح هذه الإذاعات فيما تبقى من متغيرات كما هو الحال بالنسبة للمتغيرات (هناك فجوة من عدم الثقة بينها وبين الجمهور، مجرد وسيلة تابعة للسلطات المحلية، الإعلام الذي تقدمه نسخة مكررة لما تقدمه إذاعة البرنامج العام، أدت إلى تنمية روح الجهورية والتعصب للثقافة المحلية، استخدام اللهجة المحلية يشكل نقطة ضعف لبرامجها، تواجد لها ليس له أي تأثير على المجتمع المحلي) وهذا يؤكد أن وجود الإذاعات المحلية أدى إلى تغيير ضروري في البيئة المحلية وأنها حققت الأغراض المهمة التي أنشئت لأجلها كما يراها أفراد العينة.

ومن النتائج السابقة يتضح الآتي:

- أن الإذاعات المحلية استطاعت من خلال تواجدها في تلك المحافظات ترسيخ ثقافة التواصل مع الثقافة الوطنية المختلفة في تلك المحافظات وهذا يمثل نجاحاً للإذاعات مما يعني أنه من الضرورة بمكان الاهتمام أكثر بما تقدمه الإذاعات من رسائل إعلامية مختلفة والاستفادة من هذه الإذاعات في تمرير الرسالة الاتصالية التي تريد إيصالها الحكومة إلى مواطنيها وبما يحقق هدف المساواة

الإعلامية، وحق التعبير لدى أفراد المجتمع.

- تمكنت الإذاعات من إحياء التراث الحضاري للمحافظات من خلال تنمية الثقافة المحلية وإعادة بثها وربطها مع المستمعين.

٢٧. الاقتراحات لتحسين وتفعيل دور هذه الإذاعات !

جدول رقم (٣٠)

م	التكرار	النسبة* %
١	٨٨	٥.٢٩
٢	٥٩	٣.٣٧
٣	٥٥	٣.١٤
٤	٤١	٢.٣٤
٥	٣٤	١.٩٤
٦	٢٨	٠.١٦
٧	١٧	٠.٩٧
٨	١٧	٠.٩٧
٩	١٥	٠.٨٥

*النسب لا تجمع نظرا لاختلاف الإجابات.

تشير بيانات الجدول (٣٠) إلى اقتراحات جمهور عينة الدراسة والتي ترى أن هناك عدة عوامل تؤدي إلى تحسين عمل الإذاعات المحلية وكان أبرز هذه العوامل هو (التركيز على الدورات التأهيلية والتدريبية لموظفيها) حيث تؤكد ذلك عينة الدراسة والتي ترى أن أهم الاقتراحات لتحسين الأداء هو إتاحة وتنفيذ العديد من الدورات التدريبية والتأهيلية لموظفي الإذاعات المحلية على اعتبار أن الدورات التدريبية والتأهيلية تعمل على صقل العديد من المواهب الإذاعية "سواء كتاب إذاعيين أو متعاونين أو فنيين". كون العمل

الإذاعة متكاملة ولن ينجح إلا بوجود عمل إعلامي مشترك وذي كفاءة عالية، ويأتي هذه الاقتراحات القيام (بتنفيذ دراسة سبر الآراء على جمهور المستمعين) وهذه النقطة تفتقر إليها العديد من الإذاعات المحلية والتي تشير نتائج هذا الجدول إلى التوافق مع نتائج سابقة. أن من أسباب عدم بلوغ هذه الدراسات والقيام بها على مستوى الإذاعات هو الافتقار إلى الجانب المالي الذي اعتبرته عينة الدراسة أحد المعوقات التي تقف حجر عثرة أمام تقدم الإذاعات المحلية، ويأتي هذه الاقتراحات (إعطاء حرية تامة في برامجها الموجهة للجمهور) أي أن من شروط نجاح الإذاعات إعطاء حرية تعبير للمواطنين المساهمين في برامج الإذاعات لأنه بدون حرية تعبير تفقد الإذاعات مصداقيتها لدى مستمعيها من الجمهور المحلي وأيضاً عدم تلبية رغباتهم في التعبير عن ما يدور في خلجات أنفسهم وتقديمه إلى المعنيين بشفافية مطلقة دون استخدام مقص الرقيب كما نطلق عليه في الإعلام أو ما نسميه حارس البوابة الإعلامية، كما أن عينة الجمهور ترى أن (زيادة فترة البث وتوسيع رقعة البث إلى كل المديرية) يعد أحد شروط نجاح الإذاعات المحلية، على اعتبار أنها تحاكي مجتمعاً محلياً والمجتمع المحلي هو كل رقعة في كل محافظة/ ولاية خصصت له تلك الإذاعة، وهذا ما لم يتحقق في معظم الإذاعات المحلية لأنها تفتقر إلى عدم وجود المراسلين في مديريات المحافظات كما أشارت إلى ذلك نتائج هذه الدراسة في الجداول السابقة، كما نجد أن "تبادل الخبرات والمواد بين مختلف الإذاعات والأخذ بالتكنولوجيا الحديثة" يعد شرطاً أساسياً لنجاح الإذاعات المحلية لأنه بدون تبادل الخبرات فيما بين الإذاعات يفقدها إلى التجديد في أفكار ورؤى البرامج الإذاعية التي تعتمد عليها في خارطتها البرمجية، كما أن إدخال التكنولوجيا الحديثة على تلك الإذاعات يسهل العملية الإعلامية الحديثة، لأن معظم الإذاعات التي أنشئت قديماً تعمل بالنظام القديم سواء في ما يتعلق بالآلة البث أو المونتاج وأيضاً الأرشفة للبرامج الإذاعية المختلفة وهذا يعمل على عملية التأخير في المنافسة الإعلامية بين الإذاعات المحلية فيما بينها وأيضاً على التجديد في الرسالة الإعلامية ومواكبة الأحداث أولاً بأول، كون الإذاعة أكثر وصولاً من بقية الوسائل الاتصالية لدى المستمعين لما تتميز به من السرعة وغيرها من المميزات

الإذاعية، وترى عينة الدراسة بأن الشروط التي تبقى الإذاعات على تواصلها مع مستمعيها ترتبط أيضا في " التركيز على البرامج الاجتماعية التي تهتم المجتمع المحلي " كون البرامج الاجتماعية هي الأقرب إلى نفوس المستمعين وهي التي تحاكي المواطن من خلال إسقاط ما هو موجود في بيئته الداخلية، وتتلمس همومه أولا بأول، والابتعاد عن البرامج المعلبة التي لا يتم إسقاطها على أرضية الواقع، إلا أن هناك مشكلة تجاه هذا الجانب وتتمثل في عدم وجود الكوادر الإعلامية المؤهلة في مرحلة الإعداد وقلة المراسلين في مديريات المحافظات، وهذا راجع إلى السياسة الإعلامية التي تفرضها المؤسسة في عدم إتاحة الفرصة للتوظيف الجديد للكوادر الإعلامية المؤهلة، من أبناء المحافظات. لذا تظل الرسالة الإذاعية ناقصة، كما توضح ذلك نتائج هذه الدراسة في الجداول السابقة التي اعتبرت المال أحد ركائز المشاكل التي تعاني منه الإذاعات المحلية، فيما نجد تساوي عاملي (التركيز على اللهجات المحلية، وعدم التقيد بالطابع الرسمي للإذاعة الوطنية) .

٢٨. الخصائص الديموجرافية لعينة المعدين والمخرجين ومدراء الإذاعات .

جدول رقم (٣١)

النوع	العدد	%
النوع	ذكر	١٣٠
	أنثى	٤٥
	المجموع	١٧٥
الحالة العائلية	متزوج	١٠١
	متزوجة	٩
	أعزب	٣٣
	عازبة	٣٢
	مطلق	٠
	مطلقة	٠
	أرمل	٠
	أرملة	٠
	المجموع	١٧٥
		١٠٠.٠%

تشير نتائج الجدول السابق (٣١) إلى الخصائص الديموجرافية لعينة المعدين والمخرجين ومدراء الإذاعات والذين شملتهم عينة الدراسة والبالغين (١٧٥) مبحثاً ذكورا وإناثاً) فيما يتعلق بالنوع تبلغ نسبة الذكور (٧٤.٢٨ %) مقابل (٢٥.٧ %) للإناث إجمالاً، أما بالنسبة لمتغير الحالة العائلية لأفراد العينة فتأتي نسبة المتزوجين من الذكور في الترتيب الأول إذ بلغت (٥٧.٧ %) وفي الترتيب الثاني العازبين بنسبة بلغت (١٨.٨ %) فيما بلغت نسبة العازبات من الإناث (١٨.٢ %) ثالثاً، ونسبة المتزوجات (٥.١٤ %) ويتضح أن نسبة الإناث ضعيفة جداً من حيث الكادر الوظيفي في الإذاعات المحلية .

ومما سبق يتضح الآتي:

أن نسبة الذكور تتفوق على نسبة الإناث في الإذاعات المحلية، وهذا دليل أن هناك سياسة لدى قيادة المؤسسة وأيضاً مدراء الإذاعات في هيمنة العنصر الذكوري على الكادر النسائي أو لعدم قبول الكادر النسائي العمل في قطاع الإذاعات المحلية أو أنه لا يوجد من

الفتيات كادر مؤهل لإدارة مثل هكذا أعمال.

تابع الجدول (٣١)

المهنة/ العمل	رئيس قطاع الإذاعات	٠	0%.
	مدير عام الإذاعة	٨	٤.57 %
	نائب المدير العام	٤	٢.28 %
	مدير قسم الأخبار	٦	٣.42 %
	رئيس قسم	٢٣	١٣.14%
	مذيع	٣٠	١٧.14%
	معد ومقدم	٤١	٢٣.42 %
	محرر صحفي	١١	٦.28 %
	مراسل ميداني	٨	٤.57%
	أخرى	٤٤	٢٥.14 %
	المجموع	١٧٥	١٠٠.0%

أما بالنسبة لعامل المهنة لدى أفراد العينة فقد كانت الأعمال الأخرى هي السائدة على مستوى الإذاعات بنسبة بلغت (٢٥ 14.%) وهذه الأعمال تتمثل في: كتاب ومتعاونين خارجيين... الخ من الأعمال الإعلامية، فيما نجد أن المعدين والمقدمين هم الأكثر سيطرة في الإذاعات المحلية بنسبة بلغت (٢٣.٤٢ %) وهذا يؤكد حاجة الإذاعات للمزيد من المعدين والمقدمين على اعتبار أن الإذاعات مازالت حديثة النشأة وفي توسع لقيادتها الإدارية والفنية، كما أن نسبة المذيعين كانت هي الأبرز لدى عينة الدراسة إذ بلغت (١٧.١٤ %). فيما كان العمل الإداري والمتمثل برؤساء الأقسام في الإذاعات هو السائد أيضا بنسبة بلغت (١٣.١٤ %) وهذا يعد عمل إدارياً محضاً، لا يتدخل في طبيعة العمل الإعلامي الذي تتطلبه الإذاعات المحلية من حيث المهنة، فيما نجد تساوي نسب العوامل الآتية (مديرو الإذاعات، المحررون الصحفيون، المراسلون الميدانيون) وهذه النسب تعد ضعيفة وخصوصاً فيما يتعلق بالمراسلين الميدانيين في المديریات وكذا المحررين الصحفيين في تلك الإذاعات، لأن طبيعة العمل الإذاعي تتطلب أعداداً هائلة من المراسلين والمحررين الصحفيين إذا ما أرادت تلك الإذاعات مواكبة الأحداث ومواصلة نجاحها وتغطية فعاليات كافة المديریات ونقل كل ما يتعلق بالمواطن اليمني، وتحقيق الأهداف التي أسست لأجلها تلك

الإذاعات ومنها إيصال رسالة الخطاب الإعلامي لغرض التنمية الريفية، وربط سياسة الحكومة مع المواطنين وترسيخ جذور الوحدة الوطنية .

تابع الجدول (٣١)

٢٧.3%	٤٧	قبل الجامعي	المستوى التعليمي
٦٧.4%	١١٦	جامعي	
٤.7%	٨	ماجستير	
.6000%	١	دكتوراه	
١٠٠.0%	١٧٢	المجموع	
٦٢.0%	١٠٣	علوم اجتماعية(كليات الشريعة، الآداب، التربية، اللغات، الإعلام، سياسة)	التخصص العلمي
٣٨.0%	٦٣	علوم تطبيقية(كليات الطب، الهندسة، العلوم، الزراعة، التجارة، معاهد فنية ومهنية).	
١٠٠.0%	١٦٦	المجموع	
٥٤.3%	٩٥	أقل من ٣٠	العمر
٣٠.9%	٥٤	-39.٣٠	
٧.4%	١٣	-49.٤٠	
٧.4%	١٣	٥٠ فأكثر.	
١٠٠.0%	١٧٥	المجموع	

أما بالنسبة للمستوى التعليمي لدى عينة الدراسة فنجد أن أغلبية العاملين بالإذاعات المحلية ممن يحملون الشهادات الجامعية بنسبة بلغت (٦٧.٤%) وهذا يعني أن الإذاعات المحلية لديها كوادر إعلامية مؤهلة قادرة على إنجاح تلك الإذاعات متى ما أتيحت حرية التعبير بالشكل الصحيح لهؤلاء، فيما تأتي نسبة من يحملون المؤهلات العلمية ما قبل الجامعي في المرتبة الثانية بنسبة بلغت (٢٧.٣%) فيما كانت المؤهلات العليا "الماجستير والدكتوراه ضئيلة" وهذا شيء طبيعي كون الإذاعات المحلية مازالت حديثة النشأة وتحتاج في بداية نشأتها إلى المنشطين ذوي الخبرات البسيطة والذين يرضون بطبيعة العمل في تلك الإذاعات وبأقل الأجور، عكس الحاصلين على مؤهلات عليا والذين لا يرغبون إلا بالعمل في المؤسسات الإعلامية الرئيسية والكبيرة نظير مؤهلاتهم العليا .

أما من حيث التخصص العلمي لعينة الدراسة نجد أن نسبة الذين لديهم مؤهلات

علمية في العلوم الاجتماعية تتفوق على العلوم التطبيقية حيث بلغت نسبة المؤهلات الاجتماعية (٦٢.٠٠%) مقابل (٣٨.٠%) وهي نسبة طبيعية على اعتبار أن المؤهلات الإنسانية أكثر ارتباطا بالعمل الإذاعي والإبداعي والتحريري وغيره.

أما فيما يتعلق بالسن لدى عينة الدراسة فإن الفئة العمرية أقل من (٣٠ عاما) هي الطاغية على نسبة العاملين في الإذاعات المحلية حيث بلغت نسبة هؤلاء (٥٤.٣%) وهذا يعني أن الكوادر العاملة في تلك الإذاعات مازالت في مرحلة الشباب وقادرة على العمل الإبداعي، وهو توجه متميز لدى قيادات تلك الإذاعات للاعتماد على الكوادر الشبابية المؤهلة في تسيير العمل الإذاعي على مستوى المديريات والمحافظات، يليها الفئة العمرية الثانية والتي تتراوح ما بين السن (٣٩-٣٠) وهي فئة سنية متقاربة مع الفئة الأولى حيث بلغت نسبة هذه الفئة (٣٠.٩%)

خلاصة الفصل الأول

في الفصل السابق تم تناول نتائج الدراسة المسحية على القائم بالاتصال من خلال الإجابة على التساؤلات التي أوردتها الدراسة والتي وزعت على أربعة محاور تمثلت في :-

- **المحور الأول :** الأهداف المرجوة من إنشاء الإذاعات المحلية .
- **المحور الثاني :** أولويات القائم بالاتصال أثناء إعداد الخارطة البرمجية ومدى المشاركة فيها.

- **المحور الثالث:** السياسة الإعلامية ومصادر الإذاعات المحلية.

- **المحور الرابع:** وسائل تقييم برامج الإذاعات اليمنية المحلية.

ومن خلالها تم ربط تساؤلات وكذا فرضيات الدراسة الرئيسية لمعرفة تحليل الخطاب الإعلامي الذي تقوم ببثه تلك الإذاعات وانعكاساته لدى المستمعين من خلال إبراز البرامج الوجدانية التي تعمل على ترسيخ مفهوم الوحدة الوطنية لدى مستمعيها .

وسيتم في الفصل التالي تناول الدراسة المسحية على قادة الرأي العام الذين حددوا بـ) أعضاء مجلس النواب اليمني، وأعضاء المجالس المحلية في تلك المحافظات قيد الدراسة، وكذا مسيري الصحافة اليمنية "الحكومية، الحزبية والأهلية والمستقلة" المقروءة والالكترونية".