

الفصل الثالث

نتائج دراسة تحليل المضمون للبرامج الإذاعية.

ثالثاً: تساؤلات المضمون :

- ومن خلال تحليل مضمون الرسالة الاتصالية للبرامج الإذاعية المتعلقة بترسيخ مفهوم الوحدة الوطنية تهدف الدراسة إلى إبراز التساؤلات الآتية :
- ما البرامج الوطنية التي أنتجتها تلك الإذاعات المحلية ؟.
 - ما الهدف من الرسالة الإعلامية لتلك البرامج ؟.
 - ما القالب الذي قدم من خلاله المضمون ؟.
 - ما طبيعة المعالجة الفنية للقضايا التي اتبعتها هذه البرامج ؟.
 - ما الأسلوب الذي قدم من خلاله البرامج الإذاعية ؟.
 - ما القضايا التي عالجتها هذه البرامج ؟.
 - ما الوظائف الإعلامية التي تحققها البرامج الوطنية في الإذاعات المحلية ؟.
 - من هي الفئات المستهدفة في تلك البرامج الإذاعية ؟.
 - ما طبيعة المعلومات المقدمة في تلك البرامج، وما طبيعة مشاركة الجمهور ؟.
 - ٢- التساؤلات التي تدور حول الشكل الفني للسلسلات:-
 - ما هي عناصر الإبراز في تلك البرامج ؟.
 - ما البيئة التي تناولتها تلك البرامج المحلية ؟.
 - ما المستويات اللغوية السائدة في برامج الإذاعات المحلية ؟.
 - ما الحيز الزمني الذي تشغله مضامين الوحدة الوطنية في برامج تلك الإذاعات المحلية في إطار العينة ؟.
 - ما الأسنة التي ورد فيها (مضمون الوحدة الوطنية) محل التحليل؟ ومدى إعادتها وزمنها وفترات بثها؟.
 - ما مكان التسجيل للبرامج الوحوية قيد الدراسة؟.

- ما المداخل الإقناعية لتلك البرامج الإذاعية؟.
- ما مدى الالتزام ببث البرامج الوطنية المدرجة على الخارطة البرامجية؟.
- ما الجهات التي تتولى إنتاج البرامج الوحودية؟.
- ما طبيعة المعالجة الإذاعية لقضايا الوحدة الوطنية في إطار العينة من حديث الاستمالات المستخدمة (عاطفية، عقلانية، تخويف، أخرى).
- كم مرة تكرر لفظ كلمة الوحدة الوطنية في برامج تلك الإذاعات المحلية؟.

جدول رقم (٦٥)

البرامج التي وردت فيها مضامين العينة										
م	اسم الإذاعة	تاريخ النشأة	البرامج الإذاعية قيد الدراسة	سنة البث		نوع البث		المدة الزمنية للبرامج		
				٢٠٠٨م	٢٠٠٩م	مشارك مع الإذاعات المحلية الأخرى	بدون	ث	د	س
١	تعز	١٩٦٣م	أضواء على المجالس المحلية		√	√		٤١	٢٥	٢
			مايو في عيون الوطن	√			√	-	-	١
			الفترة المفتوحة	√	√	√		-	٣٠	١
			إنجازات وحدوية		√	√		٢٨	٢٤	١
٢	الحديدة	١٩٦٨م	احتفالات وحدوية		√	√		-	٣٠	١

		١	٤٠	-	√			√	يمن جديد ومستقبل أفضل				
		١	٣٠	-	√			√	عن المحطات الحدودية				
		١	٤١	٥٨		√	√	√	الفترة المفتوحة (ثمار الوحدة)				
٣	لحج	٤	١	١٠		√	√		أضواء التسامح	١٩٧٢م			
		٢	-	-			√	√	صباح الخير يا وطني				
		-	٣٠	-		√	√	√	أشبال الوحدة				
		٣	١٥	١٥		√		√	البرنامج المفتوح				
٤	سينون	١	٤١	٥٨		√	√	√	احتفالات وحدوية	١٩٧٣م			
		-	٤٥	-				√	حضر موت اليوم				
		-	٤٥	-					انجازات وعطاآت الوحدة				
						√	√		ربوع الفرح				
			٥٦	٣٠				√	لقاء الأحيبة	١٩٧٣م		أبين	٥
		١	٤٠	-		√	√	√	مايو في الوجدان				
		٣	-	-		√	√	√	انجازات وحدوية				
		٢	٢٠	-		√	√	√	ثمار الوحدة				
			٣٠	٣٣	√			√	مايو في ذاكرة الأجيال	٢٠٠٤م		حجة	٦
			٣٠	٣٣					اشراقات وحدوية				
			١٦	٣٧	√	√	√	√	أعراس وحدوية				
			٣٠		√			√	يمن اليوم				

٧	إب	٢٠٠٧م	ثورة المجذ	✓	✓	✓	٦٠	٢١	١
			جبل الوحدة	✓	✓	✓	٢٠	٦	١
			صباحات وحدوية	✓	✓	✓	-	٣٠	١
			المايكروفون الجوال	✓					
٨	صعدة	٢٠٠٧	الساعة الأولى	✓	✓	✓	١٠	٧	
			الفترة المفتوحة	✓	✓	✓	-	٥٠	١
			من صعدته أجمل لقاء	✓	✓	✓	٤٣	٢٦	٢
			ترسيخ الوحدة	✓	✓	✓	٨٨	٣٦	-
	إجمالي البرامج		٣٢ برنامجا خلال العامين ٢٠٠٨-٢٠٠٩م تختلف عدد حلقات البرامج من إذاعة إلى أخرى.						
	إجمالي الزمن		أربع وأربعين ساعة وأربع وعشرين دقيقة وأربع وعشرين ثانية				٢٤	٢٤	٤٤

1- البرامج التي وردت فيها مضامين العينة

تشير نتائج الجدول السابق إلى أن البرامج التي وردت فيها مضامين العينة بلغت (٣٢ برنامجا إذاعيا) موزعة على ٨ إذاعات محلية وهي عينة الدراسة المختارة، حيث لم تختلف نسب إنتاجها من عام إلى آخر، ففي العام ٢٠٠٨م بلغت نسبة إنتاج برامج عينة الدراسة (٧٥%) بواقع ٢٤ برنامجا موزعة على ثمان إذاعات محلية، وتساوت نسبة الإنتاج في العام ٢٠٠٨م مع نسبة الإنتاج في العام ٢٠٠٩م. (٢٤) برنامجا بنسبة (٧٥) فيما بقية النسبة كانت بإنتاج مشترك بين بقية الإذاعات ككل، حيث بلغت نسبة البرامج المشتركة

إذاعيا بين الإذاعات المحلية على مدار العامين، ١٧ (برنامجا إذاعيا) بنسبة (٥٣.١٣) وهذه النسبة تعتبر مرتفعة نوعا ما، إذا ما قسنا بقية الإنتاج لكل إذاعة بمفردها، ويبدو من خلال تحليلنا الكيفي لبرامج تلك الإذاعات أن الهدف الذي يرسمه القائم بالاتصال هو إيصال الرسالة الإعلامية إلى مختلف المحافظات اليمنية ومستمعها عبر تأثير الإذاعات الوطنية لغرض تعزيز وترسيخ مفهوم الوحدة الوطنية من خلال تبادل البرامج بكل أطرافها وهو نوع من إرساء وترسيخ الثقافات والعادات والتقاليد اليمنية في كل محافظة، وتدعيم للمواطنة اليمنية ونبذ الكراهية.

وقد استغرق بث تلك البرامج مدة زمنية قدرت (٤٤:٢٤:٢٤) أي بأربع وأربعين ساعة وأربع وعشرين دقيقة وأربع وعشرين ثانية)، من إجمال زمن البث لكل الإذاعات المحلية.

٢. دورية البرنامج.

يوضح الجدول (٦٦) دورية البرامج الإذاعية

دورية البرامج الإذاعية		
دورية البرامج	ك	%
يومي	٩	٢٨.١٢%
أسبوعي	-	
شهري	-	
سنوي	-	
دورة برامجية خاصة	٢٣	٧١.٨٧
أخرى	-	
الإجمالي	٣٢	١٠٠%

تشير نتائج الجدول السابق إلى أن دورية البرامج الإذاعية يتوزع بثها بين ما هو بشكل يومي بنسبة (٢٨.١٢%)، وتبث عبر دورة برامجية خاصة بنسبة (٧١.٨٧%) على اعتبار

أنها برامج مناسباتية تبدأ في شهر مايو من كل عام وتنتهي في أغسطس من نفس العام. ومن خلال النتائج السابقة نجد أن البرامج ذات الإطار الوجداني تتركز بنسبة كبيرة في الدورة البرمجية الخاصة والتي تتناسب عادة مع احتفالات العيد الـ ٢٢ من مايو كل عام، يوم تحقيق الوحدة اليمنية، ويهدف القائم بالاتصال (مدراء الإذاعات المحلية) إلى زيادة مساحة البث في الدورة البرمجية الخاصة بعيد الوحدة اليمنية لغرض ترسيخ هذا المفهوم لدى المستمع اليمني ولغرض الحفاظ على تلك الوحدة الوطنية بين أبناء اليمن.

٣ - توزيع البرامج الإذاعية وفقاً لفترتي البث والإعادة.

يوضح الجدول (٦٧)

توزيع البرامج الإذاعية وفقاً لفترتي البث والإعادة .

توزيع البرامج الإذاعية وفقاً لفترتي البث والإعادة					
فترة البث	ك	%	فترة إعادة البث		
			يعاد في :	ك	%
صباحا	٢٣	٧١.٨٧	اليوم نفسه		
ظهرا	-	-	اليوم التالي	٩	٢٨.١٢%
مساء	٩	٢٨.١٢%	لا يعاد	-	-
الإجمالي					

توضح بيانات الجدول السابق أن (٧١.٨٧%) من البرامج الإذاعية تبث خلال فترة الصباح (من الثامنة صباحاً وحتى الثانية ظهراً)، ولا تعاد فترة بثها، فيما نجد البرامج اليومية تبث بنسبة (٢٨.١٢%) في فترة الظهيرة وتعاد في اليوم نفسه.

وبالنظر لهذه النتائج نجد أن فترة البث للبرامج الإذاعية تتركز في فترتي الصباح والمساء على اعتبار أنها تتحدث عن الإطار الوجداني أو ما نطلق عليه احتفالات أعياد الوحدة اليمنية، كما أن المدة الزمنية لبث الإذاعات تتركز هي الأخرى في فترة الصباح وتنتهي في المساء نظراً للطاقة المخصصة لكل إذاعة وتريد طاقتها الإنتاجية (البث) في

الدورة البرامجية الثانية خصيصاً لهذه المناسبة، وهذه الأوقات هي فترة بث الإذاعات لمستمعيها.

كما أن فترة إعادة بث هذه البرامج تعاد في ظهيرة اليوم التالي، تتوزع ما بين ساعات الافتتاح صباحاً وحتى الظهيرة من كل يوم.

٤. مستوى اللغة وأسلوب التقديم وعناصر الإبراز في تلك البرامج .

الجدول (٦٨)

المستوى اللغوي وأسلوب التقديم وعناصر الإبراز في تلك البرامج								
المستوى اللغوي	ك	%	أسلوب التقديم	ك	%	عناصر الإبراز	ك	%
فصحى التراث	١٦	%٥٠	مذيع فقط	٨	٢٥	مؤثرات صوتية	١٦	%٥٠
فصحى العصر	-		مذيع مع مادة صوتية	١٢	٣٧.٥	صوت بشري ثابت(مسجل)	١٢	٣٧.٥
عامية المثقفين	-		حوار مع مراسل	٤	١٢.٥	صوت بشري حي	٤	١٢.٥
عامية المتنورين	١٢	٣٧.٥	حوار مع محلل سياسي	٦	١٨.٧٥			
عامية الأميين			رسائل من مراسلين	٢	٦.٢٥			
لهجات محلية	٤	١٢.٥	أخرى					
كل ما سبق	-							
الإجمالي	٣٢	%١٠٠		٣٢	%١٠٠		٣٢	%١٠٠

توضح بيانات الجدول السابق أن فصحى التراث استخدمت في (٥٠%)، مقابل (٣٧.٥%) استخدمت فيها عامية المتنورين، وهذا يؤكد لنا بأن الإذاعات المحلية تحاول أن تجمع بين الرسالة الإعلامية الواضحة بفصحى التراث وكذا عامية الناس المتنورين وان كانت العامية التي بثتها تلك الإذاعات قد ركزت على لهجات محافظات بعينها كما هو الحال

في (اللهجات العذنية والحضرية والصنعانية والإبدية) وهي معظمها طاغية على البرامج وخصوصا في الأغاني والأناشيد الوطنية الحماسية ومع هذا فإنها تعد وسطية في لغة الرسالة الإعلامية، ويأتي استخدام الإذاعات لأسلوب المذيع فقط دون أية تدخلات بالمرتبة الثانية بنسبة (٢٥%) كما أن الإذاعات استخدمت نوع الحوار الإذاعي مع محللين سياسيين بنسبة (١٨.٧٥) وذلك لغرض تدعيم اتجاه القضية التي تدعو إليها في برنامجها المقدم، وأنا أعتبره نجاحا للقائم بالاتصال في هكذا حالة.

ثم يليها الاعتماد على ما يقدمه المراسل الميداني لتلك الإذاعات وما يجريه من لقاءات ميدانية بنسبة بلغت (١٢.٥) وهذه النسبة رغم أنها ضعيفة نوعا ما، إلا أنها تعتبر متميزة إذا ما أدركنا أن الرسالة الإعلامية الناجحة لا بد أن تحمل صدق الجماهير من الميدان، فيما نجد أن الرسائل الإعلامية المعتمدة على مراسلين ميدانيين هي الأضعف بين هذه الخيارات بنسبة (٦.٢٥) وهذا يؤكد عدم اهتمام القائم بالاتصال على تلك الإذاعات بالمراسلين على مستوى المديرية ويحتاج هذا إلى إبراز دور المراسل لنقل الرسالة الإعلامية لكل محافظة.

ويلاحظ أن عناصر الإبراز التي تستخدمها الإذاعات المحلية في بث برامجها تتركز على المؤثرات الصوتية بنسبة (٥٠%) وهذا يعتبر ضعفا لعدم ارتباطها بالتسجيل الميداني المرتبطة بالطبيعة واعتمادها على المواد الجاهزة (المعبأة) رغم أن المساحة الإعلامية لديها مازالت فارغة وتحتاج إلى من يقوم بإعادة إنتاجها، كما أن الصوت البشري الثابت (المسجل) هو أيضا طاعى على كل الأعمال البرمجية لتلك الإذاعات بنسبة (٣٧.٥) فيما نجد اعتمادها على الأصوات البشرية الحية أي التي تخاطب الجماهير مباشرة احتلت المرتبة الأخيرة من بين تلك الأنواع بنسبة (١٢.٥) وهذا يحتاج إلى إعادة نظر، في صناعة الرسالة الإعلامية في تلك الإذاعات.

٥ - جهة الإنتاج ومكان التسجيل للبرامج الإذاعية

يوضح الجدول رقم (٦٩)

جهات الإنتاج ومكان التسجيل للبرامج الإذاعية.

جهات الإنتاج ومكان التسجيل للبرامج الإذاعية .									
مكان التسجيل					جهات الإنتاج		إجمالي البرامج		م
الإجمالي		خارجي		داخلي		الإذاعات			
%	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
١٠٠%	٣١.٢٥	١٠	٦٨.٧٥	٢٢	١٠٠	٨	١٠٠	٣٢	الإجمالي

١	ريف	١٠	٣١.٢٥	بريد عادي	٦	١٨.٧٥
٢	حضر	١٥	٤٦.٨٧	بريد الكتروني	-	
٣	غير معروف	٧	٢١.٨٧	اتصال هاتفي	١٨	٥٦.٢٥
				بالحضور	٨	٢٥
				لا توجد مشاركة	-	
				أخرى	-	
	الإجمالي	٣٢	%١٠٠			%١٠٠

توضح بيانات الجدول أن نسبة (٤٦.٨٧) من البرامج الإذاعية تم تسجيلها في بيئة حضرية، مقابل (٣١.٢٥%) فقط في بيئة ريفية وأخيراً في بيئة غير معروفة بنسبة (٢١.٨٧).

وهذه النتائج تؤكد تركيز الإذاعات على البيئة الحضرية أكثر من الريفية، وهذا يعد قصوراً واضحاً في إبراز البيئة اليمضية الريفية التي تمثل مكان التميز للتسجيل وإثراء الجانب البرامجي، وهذا يحتاج إلى رؤية من قبل القائمين على الوسيلة الاتصالية إذا ما أرادت مخاطبة المجتمع اليمضي بكل أبعاده وفقاً للبيئة المحيطة به.

أما فيما يخص مشاركة الجمهور فقد كانت الاتصالات الهاتفية هي الأبرز في كافة عينة الدراسة بنسبة بلغت (٥٦.٢٥) يليها مشاركة الجمهور بالحضور إلى الاستوديوهات الإذاعية بنسبة (٢٥) وأخيراً المشاركة عبر البريد العادي بنسبة (١٨.٧٥).
وخلاصة ما سبق نجد أن:

البرامج الإذاعية قيد الدراسة ركزت على البيئة الحضرية أكثر من الريفية وهذا خلل في الإنتاج البرامجي، كما أن مشاركة جمهور الإذاعات عبر الاتصالات الهاتفية جاء منطقياً لنتائج هذه الدراسة كون المشاركة في كافة الإذاعات أغلبها بالمشاركة عبر الاتصالات الهاتفية وذلك لصعوبة الوصول أو الحضور الجسدي لجمهور الإذاعات.

٧. الاستمالات المستخدمة وطبيعة المعلومات (*):

* النسب لا تجمع نظراً لاختلاف الإجابات.

يوضح الجدول (٧١)

الاستمالات المستخدمة وطبيعة المعلومات في البرامج الإذاعية قيد الدراسة

الاستمالات المستخدمة وطبيعة المعلومات											
م	الاستمالات المستخدمة في البرامج الإذاعية										
	طبيعة المعلومات										
	عاطفية	عقلانية	تخويف	أخرى	مبسطة	معقدة					
ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
١٤	٤٣.٧٥	٢٣	٧١.٨٨	-	-	٣٠	٩٣.٧٥	٢	٦.٢٥		
الإجمالي											

توضح بيانات الجدول السابق أن البرامج الإذاعية قيد الدراسة كانت أكثر استخداماً للاستمالة العقلانية بنسبة بلغت (٧١.٨٨)، وتعد هذه النسبة الأبرز في أغلب البرامج الإذاعية لاسيما وأنها برامج ذات خصوصية (برامج مناسباتية) أي أنها تحرص على مخاطبة عقول الجماهير لتبصيرهم بما يدفعهم للحفاظ على كينونة الوحدة الوطنية وهي هدف الدراسة الحالية، فيما نجد الاستمالات العاطفية ثانياً بنسبة (٤٣.٧٥)، لاسيما في فقرات البرامج الإذاعية التي تستدعي الدخول في مواضيع هادفة تتخللها الأغاني العاطفية أحياناً وتتنوع بين العاطفية والحماسية حيث تلعب الأغنية الحماسية وهي عاطفية في نفس الوقت للدخول إلى وجدانيات المستمعين وتلعب دوراً كبيراً في التأثير على عواطف الجماهير نحو القضية المثارة وهي (ترسيخ الوحدة الوطنية) فيما تخلو بقية الخيارات من التمثيل .

أما بالنسبة لطبيعة المعلومات المقدمة عبر تلك الإذاعات فقد كانت معلومات بسيطة بنسبة (٩٣.٧٥) وهذا يعد نجاحاً للإذاعات المحلية لأنها تخاطب جماهير متنوعة في ثقافتها الجماهيرية والمحلية أي لابد أن تعمل على التوازن في تبسيط المعلومة لمستمعيها وهذا ما حققته بالفعل عبر تلك البرامج التي بثت، فيما نجد أنها كانت معقدة بنسبة (٦.٢٥) وهي نسبة بسيطة.

8- موقع البرامج الإذاعية على الخارطة البرمجية

جدول رقم (٧٢)

موقع البرامج الإذاعية على الخارطة البرامجية								م
مدرج		غير مدرج		مناسباتي		أخرى		
ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	
٩	٢٨.١٢	٥	١٥.٦٢	١٨	٥٦.٢٥	-	-	
٩		٥		١٨				الإجمالي
	٢٨.١٢		١٥.٦٢		٥٦.٢٥			إجمالي النسبة ١٠٠%

تشير بيانات الجدول بأن أغلب البرامج الإذاعية قيد الدراسة مدرجة في الخارطة المناسباتية بنسبة (٥٦.٢٥%)، وهذه الخارطة خصصت للاحتفالات الوطنية بالأعياد، ثم نجد بقية البرامج قيد الدراسة كانت مدرجة ضمن الخارطة العامة أو ما نسميها الخارطة البرامجية السنوية بنسبة (٢٨.١٢) لكن هذه البرامج على مدار العام لها ارتباط بمفهوم الوحدة الوطنية من خلال ما تقدمه في مضمونها البرامجي بحسب التحليل والتفريغ النصي لتلك البرامج التي أكدت ارتباطها بمفهوم الدراسة الحالية. فيما نجد نسبة (١٥.٦٢) وهي نسبة بسيطة تؤكد بأن هناك برامج غير مدرجة ضمن الخارطة المناسباتية أو العامة وإنما تأتي لسد فراغ برمجي غير مطروح مسبقاً.

ومن النتائج السابقة يتضح أن: أغلب البرامج الإذاعية قيد الدراسة كانت ضمن الخارطة البرامجية الخاصة بمناسبة الاحتفالات الوطنية، وأن القائم بالاتصال يركز أكثر على هذه البرامج.

٩. فئة المداخل الإقناعية المستخدمة:

يوضح الجدول (٧٣)

المداخل الإقناعية المستخدمة في البرامج الإذاعية.

فئة المداخل الإقناعية المستخدمة*												م
اجتماعي	سياسي	رياضي	صحي	ديني	أخرى							
ك	ك	ك	ك	ك	ك	%	%	%	%	%	%	
٢٦	٨١.٢٥	٢٧	٨٤.٣٧	-	-					٩	٢٨.١٣	
الإجمالي												
٣٢												
برنامجاً												

توضح بيانات الجدول السابق أن المداخل الإقناعية المستخدمة في البرامج الإذاعية قيد الدراسة وعددها (٣٢) برنامجاً هي: المدخل " السياسي " بنسبة (٨٤.٣٧%)، يليه المدخل الاجتماعي (٨١.٢٥%)، ثم مداخل أخرى بنسبة (٢٨.١٣%)، ولا يوجد تمثيل لدى بقية المداخل الإقناعية كما هو حال المدخل الرياضي والصحي والديني.

ومما سبق نجد أن المدخل السياسي الذي تم على ضوئه مناقشة القضايا الاجتماعية المرتبطة بالمواطنين كان الأنسب على اعتبار أن القضايا الاجتماعية قد حازت على المرتبة الأولى والتي تتمثل في قضايا الاهتمام بكيفية الحفاظ على منجزات الوحدة الوطنية بين اليمنيين وماذا حققت تلك الوحدة ومنجزاتها على مستوى كل محافظة، كما ارتبطت تلك البرامج بالقضايا الاجتماعية التي هي بالتأكيد لها علاقة مباشرة بالمواطنين وعملية ربطهم بالسلطات المحلية والعكس، فيما لم يكن هناك بروز لبقية القضايا كون القضايا السياسية الاجتماعية هي الطاغية على بقية القضايا.

١٠ - الوظائف الإعلامية للبرامج الإذاعية

(*) النسب لا تجمع نظراً لأنها تحتل أكثر من إجابة.

يوضح الجدول (٧٤)

الوظائف الإعلامية للبرامج الإذاعية

الوظائف الإعلامية للبرامج الإذاعية												
تثقيف		توجيه وإرشاد		تعليم		ترفيه		تسلية		إعلام		
%	ك	%	ك		ك	%	ك	%	ك	%	ك	
٢٥	٨	٦٥.٦٣	٢١	٣٧.٥	١٢	٢٨.١٣	٩	١٨.٧٥	٦	١٠٠	٣٢	
												الإجمالي ٣٢ برنامج

تشير بيانات الجدول السابق إلى أن البرامج الإذاعية استخدمت بشكل متفاوت الوظائف الإعلامية في سرد قضاياها، حيث احتلت وظيفة الإعلام المرتبة الأولى (١٠٠ %) وهي تتفق مع مضمون البرامج من خلال الهدف الذي قدمته البرامج الإذاعية، تليها وظيفة التوجيه والإرشاد بنسبة (٦٥.٦٣ %)، ثم التعليم (٣٧.٥ %)، يليها الترفيه (٢٨.١٣ %) ثم التثقيف بنسبة (٢٥ %) وأخيراً التسلية بنسبة (١٨.٧٥ %).

ومما سبق نجد أن :

الوظائف الإعلامية الإذاعية كانت واضحة من خلال الإعلام وكذا التوجيه والإرشاد لما قدم من حلقات إذاعية ذات طابع وحدوي مرتبطة بالأرض وكيفية الحفاظ عليها وكيف تحققت وحدة الوطن وكيف يمكننا الحفاظ عليها، كما أنها تناقش قضايا اجتماعية لها ارتباط بالمواطن والبيئة.. الخ، حيث استخدمت أسلوب العرض والتحليل للقضايا المقدمة، من خلال مناقشة الظاهرة وأبعادها وإعطاء الحلول المقترحة وبما يدعم المضمون.

١١. الأهداف التي تعالجها البرامج الإذاعية :

يوضح الجدول (٧٥)

الأهداف التي تعالجها البرامج الإذاعية.

الأهداف التي تعالجها البرامج الإذاعية.*	
---	--

(*) النسبة لا تجمع نظرا لتعدد اختلاف الإجابات.

م										
الدعوة إلى سلوك معين			تغيير سلوك قائم		تدعيم اتجاه		التعريف بالقضية		موقف غير واضح من القضية	
ك	%		ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
٢٠	٦٢.٥	١٠	١٦.١٣	٢٥	٧٨.١٣	٣٠	٩٣.٧٥	-	-	-
الإجمالي										

تشير بيانات الجدول السابق إلى أن البرامج الإذاعية من خلال أهداف المعالجة للقضايا الاجتماعية المطروحة كانت تهدف إلى إبراز الموضوع والتعريف بالقضية أولاً. حيث بلغت (٩٣.٧٥%)، يليها هدف تدعيم اتجاه تلك القضية المطروحة بنسبة (٧٨.١٣%)، ثم الدعوة إلى سلوك معين بنسبة (٦٢.٥%)، وأخيراً تغيير سلوك قائم بنسبة (١٦.١٣%) ومن خلال هذه النتائج نجد أن :

البرامج الإذاعية وعددها (٣٢ برنامجاً) سعت إلى التعريف أولاً بالقضية المتداولة من خلال إعطاء صورة واضحة للمجتمع عن الوحدة الوطنية وكيف لنا أن نستوعب هذا المفهوم الوطني وكيفية الحفاظ عليه، ثم تقوم بالمعالجة من خلال تدعيم الاتجاه المحافظ على هذه الوحدة وكيف يمكن أن تتحقق العدالة الاجتماعية في المجتمع بفضل الوحدة الوطنية بين أبناء اليمن الواحد، ثم العمل على توجيه الدعوة إلى تغيير أي سلوك يدعو إلى التفرقة بين أبناء الوطن الواحد.

ومن خلال تفريغنا للبرامج الإذاعية نجد أن النتائج السابقة جاءت متوافقة ومطابقة لما تم تفريغه لمحتوى الرسالة الإعلامية في تلك البرامج الإذاعية المقدمة، والتي تحرص عادة على إبراز موضوع الوحدة الوطنية والتعريف بهذه القضية من خلال طرحها للمستمعين.

١٢. الفئات المستهدفة:

يوضح الجدول (٧٦)

الفئات المستهدفة في البرامج الإذاعية.

الفئات المستهدفة في البرامج الإذاعية																م
الريف		الحضر		اللاتنين معاً		العمال		العسكر		الحرفيين		المزارعين		أخرى		
ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	
٢٣	٧١,٨٨	٢٣	٧١,٨٨	٢	٦,٢٥	٢٥	٧٨,١٣	٢٤	٧٥	٢٤	٧٥	٢٤	٧٥	١٩	٥٩,٣	
															٨	
الإجمالي																

توضح نتائج الجدول السابق أن الفئات المستهدفة بدرجة أولى في كافة البرامج التي بثت كانت طبقة (العمال بنسبة ٧٨.١٣) يليها فئات (العسكر والحرفيين والمزارعين بنسبة متساوية. حيث خصصت (٥٩) حصة درامية للجمهور العام أي بنسب متساوية (٧٥.٢٤)، فيما نجد تساوياً في مخاطبة الأسرة الريفية والحضرية بنسبة (٧١.٨٨%)، وأخيراً جاءت الفئات (الأخرى) بنسبة (٥٩.٣٨).

ومن النتائج السابقة نجد أن:

- برامج الإذاعات المحلية ومن خلال ما يقدمه القائم بالاتصال تركز أكثر على العمال، أعتقد أن الرسالة الإعلامية في هذه الحالة مازالت ناقصة، لأن البرامج الفنية والاختصاصية تكاد تكون ضئيلة لأنه من المتعارف عليه أن البرامج الفنية والموجهة هي الأبرز والأكثر قرباً من المستمعين على مختلف أطيافهم.

١٣. القالب الذي قدم من خلاله المضمون

يوضح الجدول (٧٧)

القالب الذي قدم من خلاله المضمون	
----------------------------------	--

م							
حديث مباشر		تقرير		ندوة		أخرى	
ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
٢٠	٦٢.٥	٣٠	٩٣.٧٥	٢٤	٧٥	-	-
الإجمالي							

تشير نتائج الجدول السابق إلى أن القالب الذي قدم من خلاله مضمون البرامج الإذاعية ارتبط بالدرجة الأولى بقالب التقارير بنسبة (٩٣.٧٥) وهذه النسبة تعد تميزاً للإذاعات المحلية على اعتبار أن التقارير الإذاعية ترتبط مباشرة بالميدان أي العمل الميداني، فيما جاء قالب الندوات ثانياً بنسبة (٧٥) وهذه الندوات عادة ما تستدعي الإذاعات شخصيات بارزة في كل محافظة تناقش من خلالها قضية بعينها ومنها قضية الوحدة الوطنية وكيف يمكن للمواطن العادي أن يتعرف على هذا المفهوم وكيف يمكن ترسيخه لديه من خلال الوسائل المتعددة التي يقوم من خلالها الضيف بسردها، فيما جاء قالب الحديث المباشر ثالثاً بنسبة (٦٢.٥) وهذا القالب عادة ما تقوم باستخدامه تلك الإذاعات مع ضيوفها من الوجهات والشخصيات السياسية لتقريب وجهات النظر ومناقشة أيضاً قضايا وهموم المواطنين، حيث يتم استدعاء الضيف إلى مقر الإذاعة وتحديداً في الاستديو الإذاعي وربطه بجمهور المستمعين ومن خلاله يتم فتح باب الحوار وأيضاً لحل أغلب القضايا والمشاكل التي قد تعترض البعض.

١٤. إجمالي تكرار لفظ الوحدة الوطنية في برامج الإذاعات المحلية.

جدول رقم (٧٨)

حالة تكرار لفظ الوحدة الوطنية

إجمالي البرامج قيد الدراسة	إجمالي عدد كلمات البرامج الإذاعية	إجمالي عدد الكلمات التي وردت فيها عبارة الوحدة الوطنية	%
----------------------------	-----------------------------------	--	---

٣٦٥	٣٧٥	١٠٢٦٠	٣٢ برنامجاً إذاعياً
-----	-----	-------	---------------------

يوضح الجدول السابق إجمالي حالات تكرار لفظ الوحدة الوطنية في برامج الإذاعات اليمنية المحلية قيد الدراسة، حيث بلغ عدد كلمات (الوحدة الوطنية) التي وردت في مضمون عينة الدراسة (٣٧٥ كلمة) من إجمالي (١٠٢٦٠) تم تحليلها ضمن عينة (٣٢ برنامجاً) قيد الدراسة الحالية أي بنسبة بلغت (٣.٦٥).

ومما سبق نجد أن :

– الأعمال الموجهة لدراسة مفهوم الوحدة الوطنية لدى جمهور مستمعي الإذاعات المحلية يعتبر نسبة ضئيلة إذا ما تم مقارنة ذلك بالبرامج التي خصصت لهذا الحدث وهو أعياد الوحدة الوطنية، وهذا يؤكد نتائج الدراسة المسحية على القائم بالاتصال وكذا على قادة الرأي العام والتي أبرزت وجود قصور في البرامج الوجدانية والتي تتطلب زيادتها لدى المستمعين.

رابعاً: الخاتمة ومناقشة النتائج:

إن نجاح الوحدة اليمنية وعلى مدار عشرين عاماً منذ العام ١٩٩٠م، أدى إلى خلق مواقف ورؤى، شكلت كبادرة أمل للوحدة العربية ككل، إلا أن من لا يرغب باستقرار اليمن وأهله نجح إلى حد ما، في خلق العديد من البؤر والصراعات وتصديرها عبر الوسائل الإعلامية المختلفة، فجعلت من الوحدة الوطنية بين اليمنيين سلاحاً إعلامياً تستخدمه في لحظات الإثارة وتأجيج الصراع بين أبناء اليمن الواحد. تلك الذنوءات والصراعات خلقت الفوضى في أكثر من محافظة يمنية، وخلقت معها مخاوف لدى القيادة السياسية من ظهور تكتلات أو جماعات قد تتخربط مع تلك القوى في أكثر من محافظة يمنية، كما أن عجز الدولة عن تنفيذ وعودها بما يسمى بتطبيق نظام الحكم المحلي في مختلف مديريات المحافظات وفي ظل وجود خلل إعلامي في إيصال الرسالة الإعلامية التي يفترض أن تكون موجهة للشارع اليمني في نقل همومه عن قرب، ووفقاً لسياسة التوسع والانفتاح الإعلامي العالمي المرتبط بتكنولوجيا العصر، جعل هذا التحدي أحد أهداف العمل الإعلامي المحلي اليمني من خلال إنشاء العديد من الإذاعات المحلية الناطقة باسم تلك المحافظات والتي تهدف إلى إعادة تكوين شخصية

الإنسان اليمني المرتبط بالأرض والوحدة .

لذا فقد فسح المجال لبروز إعلام محلي (مسموع) يمثل الوسيط بين المجتمع اليمني المدني والدولة، وبات يتوافر على قاعة عريضة من الإذاعات اليمنية. ولأن الوسائل الإعلامية تلعب أدواراً مختلفة في تقديم أو ترسيخ مفاهيم بعينها، إيجابية كانت أم سلبية، تبعاً لتوجهاتها ورسالاتها، لذا فالوحدة الوطنية اعتبرت من أولويات الرسالة الإعلامية لكافة الوسائل الإعلامية اليمنية، والإذاعات المحلية واحدة منها يقع على عاتقها نقل وترسيخ هذه الرسالة، وهذا ما نجحت فيه إلى حد ما حتى الآن، من خلال البرامج الإذاعية التي خصصتها لهذا المفهوم الذي قمنا بدراسته من خلال إعطاء مساحة زمنية كافية لتلك البرامج والتي قدرت بـ (٤٤:٢٤:٢٤) أربع وأربعين ساعة وأربع وعشرين دقيقة وأربع وعشرين ثانية).

ومع أن البرامج الإذاعية التي تم دراستها تفاوتت في تقديم مفهوم الوحدة الوطنية بفعل خيال الكاتب والمخرج أو القائم بالاتصال، من خلال فكرته التي أراد إيصالها إلى جمهور المستمعين، والفكرة التي قدمت بها الوحدة الوطنية بذهنه تعبر عن وجهة نظره الخاصة، يحاول تطبيقها على أرض الواقع من خلال زرع بذورها في أذهان الآخرين، ويمكن لصورة الوحدة الوطنية أن تتجسد بشكل أكبر من خلال زيادة المساحة الزمنية للبرامج التي تعمل على ترسيخ مفهوم الوحدة الوطنية بين أبناء المجتمع اليمني بكل أطيافهم.

ومن أجل الإجابة على الفرضيات والتساؤلات التي تم طرحها في بداية هذه الدراسة نقول: إن البرامج الإذاعية حملت في طياتها رسائل ضمنية ناقشت قضايا الوحدة الوطنية، حيث أكدت نتائج فرضيات الدراسة وجود علاقة دالة إحصائية حيث أكدت النتائج :

- أن هناك تجاوب بين ما تقدمه البرامج الإذاعية وما يتم إقراره في خارطة البرامجية من قبل القائم بالاتصال.

- كما أكدت بأن هناك تجاوب بين ما تقدمه البرامج الإذاعية وبين اهتمامات المستمعين.

- ورأت وجود تجاوب في الأولويات المرسومة لدى القائمين على الإذاعات اليمنية المحلية واهتمامات قادة الرأي العام اليمني.
 - وجود التزام من الإذاعات المحلية بالمعايير التي أنشئت عليها والمواضيع التي تطرحها عبر برامجها.
- وفي الأخير نقول:

إن تقديم مفهوم الوحدة الوطنية عبر ما تقوم ببثه الإذاعات المحلية لازال يحتاج إلى سنوات عدة لدى القائمين على تلك الإذاعات لمعرفة كيفية ترسيخ هذا المفهوم وكيفية تناوله وبأساليب إعلامية مختلفة تربطهم بالجمهور مباشرة وفي ظل وجود سياسة إعلامية مفتوحة تتيح حرية التعبير لكل أطراف المجتمع اليمني.

مناقشة أهم نتائج الدراسة :

أولاً: نتائج الدراسة النظرية.

ثانياً: نتائج الدراسة الميدانية.

- ١- نتائج الدراسة المسحية على القائم بالاتصال.
- ٢- نتائج الدراسة المسحية على قادة الرأي العام .
- ٣- النتائج العامة للدراسة التحليلية.
- ٤- نتائج الفرضيات.
- ٥- مقترحات الدراسة.

أولاً: نتائج الدراسة النظرية.

- توصلت الدراسة النظرية إلى أن من أسباب انتشار الإذاعات المحلية في الوطن العربي راجع إلى :

١. العامل الجغرافي.

٢. عامل اللغة.

٣. التحفيز للمشاركة في عمليات التنمية، ويعد العامل الجغرافي من أهم العوامل التي تؤثر على النظام الإذاعي في أية دولة، فحجم وشكل الأرض في أية منطقة أو دولة له تأثير كبير على نظامها الإذاعي، حيث لا تستطيع أحياناً الإذاعة المركزية أن تغطي كل أجزاء الدولة، ولا يمكنها أيضاً أن تلبي احتياجاتها.

عامل اللغة :

تعتبر اللغة أهم العوامل التي تؤثر على الأنظمة الإذاعية، إذ أن تعدد اللغات واللهجات داخل الدولة الواحدة قد يشكل عائقاً أمام الإذاعة في بعض الأحيان، وهذا يؤكد الحاجة إلى إذاعات محلية لمخاطبة التركيبات السكانية المختلفة بلغتهم.

- التحفيز للمشاركة في عمليات التنمية :

تمثل التنمية بكافة أبعادها أحد الدوافع الأساسية لإنشاء الإذاعات المحلية من أجل تفعيل المشاركة في التنمية، حيث أن الدول النامية لا تستطيع أن تحقق أهداف التنمية دون أن تولي اهتماماً بأفرادها في مجتمعاتهم المحلية وفي ضوء احتياجات ومكونات تلك المجتمعات.

- أظهرت الدراسة أن الإذاعة أكثر وسائل الاتصال الجماهيري انتشاراً، ولها إمكانية الوصول إلى فئات سكانية في مناطق مترامية بهذه الدرجة من الكفاءة لتحقيق أهدافاً تعليمية وإعلامية وثقافية وسياسية ويمكنها التفاهم باللغات واللهجات المحلية (غير المكتوبة في معظم الأحيان) في الدول النامية.

- عدم وجود دراسات إعلامية يمنية سابقة تتناول دور الإذاعات باعتبار الإذاعات حديثة النشأة.

- ركزت أغلب الدراسات السابقة على العادات الاستماعية ومدى تقبل الجمهور لها، من خلال البرامج الإخبارية ودورها في التنشئة السياسية وعلاقتها بالمستمعين، كذا الصفوة.
- أكدت الدراسة النظرية بأن العدالة والمساواة أمام القانون صمام رئيسي لحماية الوحدة الوطنية بين اليمنيين. ويلعب في هذا الإعلام والتعليم باعتبارهما الوسيلة الأساسية لنشر الوعي وتعميق هذا المفهوم في أوساط جيل الوحدة.
- أن ممارسة الديمقراطية وحرية التعبير... من قبل المعارضة والسلطة اليمنية هي إحدى عوامل ترسيخ الوحدة الوطنية لدى اليمنيين .
- تتجسد مراحل التخطيط في الإذاعات اليمنية المحلية في ثلاثة أنواع على مدار العام تتمثل الأولى:
- في الخارطة البرمجية العامة التي توضع بداية العام ويتم إدخال التعديلات عليها نهاية كل دورة في ضوء المستجدات وملاحظات الجمهور، وتوجيهات اللجنة العليا للتخطيط البرامجي.

- ثانياً:

خارطة البرامج الخاصة بالمناسبات والأحداث الخاصة، وهي الخارطة التي توضع لتؤدي رسالة خاصة يتم إعدادها للمناسبات الوطنية والدينية وكذلك ما يطرأ من حملات توعية أو أحداث تمر بها المحافظة أو البلد بشكل عام، وهي التي تم دراستها من قبل الباحث. وفي الأخير الخارطة العامة التي تخصص للجزء الأخير من العام البرامجي وتأتي تكملة للدورات البرمجية المعدة والمقرة ضمن الخارطة البرمجية.

ثانياً: نتائج الدراسة الميدانية.

أجريت الدراسة المسحية على عينتين:

١. أجريت الدراسة المسحية الأولى على عينة القائم بالاتصال بلغت (١٧٥) مبحوثاً من مدراء الإذاعات اليمنية المحلية والمعددين والمخرجين والمراسلين على مستوى المديرية في محافظات تلك الإذاعات (قيد الدراسة)، وتم تحليل بيانات (١٧٥) مبحوث.

٢. الدراسة المسحية الثانية على قادة الرأي العام اليمني وتمثلت عينة الدراسة (بأعضاء مجلس النواب اليمني الذين ينتمون لتلك المحافظات التي تتواجد فيها تلك الإذاعات، وأعضاء المجالس المحلية في تلك المحافظات، وكذا القائمين على الصحف اليمنية، الحكومية، الحزبية والأهلية والمستقلة بنوعها" المقروءة والالكترونية " بلغ إجمالي العينة (٤٠٠) مبحوثاً تم استبعاد العينة غير المستوفاة لشروط البحث العلمي ليصح إجمالي العينة الصالحة للتحليل (٣٥٠) مبحوثاً.

ثانياً:- فيما الدراسة التحليلية:

أجريت الدراسة التحليلية على برامج الدورة البرمجية الثانية التي بثتها الإذاعات اليمنية المحلية للفترة من ٢٠٠٧-٢٠٠٩م، والتي بلغت (٣٢) برنامجاً إذاعياً بزمناً ("٢٤:٢٤:٤٤" أي أربع وأربعون ساعة بث وأربع وعشرين دقيقة وأربع وعشرين ثانية)، تم اختيار العينة بطريقة الأسبوع الصناعي. وخلصت الدراسة إلى النتائج الآتية:

أولاً: نتائج الدراسة المسحية على القائم بالاتصال وقد تبين:

- ارتفاع معدل استماع برامج الإذاعات اليمنية المحلية من قبل عينة الدراسة وهذا يؤكد أهمية ارتباط تلك الإذاعات بمستمعيها من خلال تقديم البرامج الإذاعية المختلفة والمرتبطة بالمواطن.
- من الأهداف التي سعت إلى تحقيقها هذه الإذاعات من خلال إنشائها تمثل في (التركيز على الثقافات المحلية وعادات وتقاليد الموروث الشعبي في المجتمع اليمني، ترسيخ قيم الوحدة الوطنية وتعزيز الولاء الوطني لدى المواطنين اليمنيين، وكذا نشر الوعي في المجتمع الريفي، وربط المواطن اليمني بسياسات الحكومة ومعالجة الكثير من الظواهر السلبية المؤثرة على الفرد والمجتمع، ومن ثم إبراز اللهجات المحلية المختلفة في تلك المحافظات التي تتواجد فيها تلك الإذاعات.
- عدم إتاحة الحرية الإعلامية للعاملين في الإذاعات المحلية في المشاركة في إعداد الخارطة البرمجية (المناسباتية) المرتبطة بأعياد الوحدة الوطنية. 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 ببثها الإذاعات المحلية مازالت حتى اللحظة تمر وفقاً لما يقوم بتمريره القائم بالاتصال.

- احتلت البرامج الخاصة بأعياد الوحدة الوطنية المرتبة الأولى لدى القائم بالاتصال، وهذا يعد الهدف الرئيس الذي تسعى إلى تحقيقه الوزارة الوصية "وزارة الإعلام، والمؤسسة العامة للتلفزيون، والمتمثل في ترسيخ مفهوم الوحدة الوطنية لدى المواطنين على مختلف التراب الوطني ويؤكد 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 .
- التزام قيادة الإذاعات اليمنية المحلية بما يدرج بالخارطة البرامجية المناسبة وهذا يعد نجاحاً وتنفيذاً قوياً للخارطة البرامجية والتي يتم إقرارها في بداية كل عام ميلادي، مع قيادة الوزارة الوصية وأيضاً المؤسسة العامة للإذاعة والتلفزيون، وخصوصاً فيما يتعلق بمثل هذه البرامج المناسبة على اعتبار أن لها جمهورها وهدفها من الرسالة الإعلامية.
- هناك نوع من الحرية الإعلامية يبدىها مدراء الإذاعات اليمنية المحلية من خلال السماح للعاملين في تلك الإذاعات بالمشاركة في إعداد الخارطة البرامجية دون الركون للانتماءات الحزبية الضيقة التي ينتمي إليها معظم العاملين في تلك الإذاعات.
- الرقابة الإعلامية مازالت مفروضة على تلك الإذاعات من قبل المؤسسة اليمنية للإذاعة والتلفزيون وكذا وزارة الإعلام من خلال إقرار السياسية الإعلامية لكافة الدورات البرامجية الإذاعية والتي توصي بذلك الوزارة الوصية (الإعلام)، باعتبار الإذاعات المحلية قطاعاً يتبع المؤسسة العامة للإذاعة والتلفزيون.

- تعتمد الإذاعات اليمنية المحلية في استيفاء أخبارها على وكالة الأنباء اليمنية سبأ وهي وكالة أنباء وطنية، ثم "صحفيو الإذاعة، المراسلون، وسائل الإعلام الوطنية، الانترنت" وهذا شيء متوقع، كونها تهدف في الأساس إلى مخاطبة جمهورها المحلي، وبالتالي فإن معظم أخبارها ينبغي أن تركز أكثر على ما هو محلي وبما يهتم بالناحية التنموية للمواطن، وربط هذا المواطن بما يدور في محيطه.
- تقترب الإذاعات اليمنية المحلية في تحقيق الأهداف التي أنشئت لأجلها من خلال 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 وكذا إعلام الجمهور بما يحدث في بيئته والتعريف بتراث المجتمع المحلي وعاداته وعكس الثقافة المحلية عبر برامجها وهذا يؤكد أن الإذاعات المحلية ارتبطت منذ نشأتها في تحقيق الأهداف الرئيسية، 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.
- إن معايير اعتماد تلك الإذاعات المحلية ترجع بدرجة أساسية إلى "تعميق الولاء الوطني لدى المواطنين"، وهو 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.
- عدم وجود تداخل في البث الإذاعي بنسبة كبيرة لدى مستمعي تلك الإذاعات ويتضح من هذا أن:

- الإذاعات اليمنية المحلية نجحت من حيث تغطية بثها على المساحة الجغرافية في تلك المحافظات التي تم إقرار إنشائها فيها .
- نسبة التداخل الحاصلة راجع للمحافظات المتقاربة جغرافيا وأيضًا 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 .
- حدوث تداخل بين بث الإذاعات المحلية وبث الإذاعة الوطنية (إذاعة صنعاء) وهذا راجع إلى موجات البث التي تستخدمها إذاعة صنعاء أو "الإذاعة الوطنية الرسمية"، فيما نجد بقية الإذاعات المحلية التي رتبت بحسب نسبة التداخل، عادة ما يحدث تداخل بين بثها وبين بقية الإذاعات، ووفقا للموجات الإذاعية التي أسست لأجله تلك الإذاعات.
- يؤدي التداخل الإذاعي بين الإذاعات إلى التأثير الإيجابي لدى المستمعين للإذاعات اليمنية المحلية، وهذا يعني بأن السماح لهذا التداخل من قبل المؤسسة العامة للإذاعة والتلفزيون والمتمثل في إيجاد بث مشترك بين تلك الإذاعات هو نوع من التقارب الوجداني وأيضًا الثقافي بين المحافظات، إضافة إلى خلق نوع من التجانس الثقافي الواحد وأيضًا المفاهيم المراد إيصالها إلى المستمعين في تلك المحافظات.
- أدى البث المشترك بين الإذاعات المحلية إلى تطوير برامج تلك الإذاعات واعتبر هدفًا رئيسًا للإذاعات المحلية اليمنية ليتم من خلاله تكريس المفاهيم الوطنية ونقل التراث الثقافي والتقاليد الشعبية المختلفة إلى كافة المحافظات والحفاظ على هذا الموروث من الاندثار، وأيضًا إيصال رسالة تعارف بين مواطني اليمن الواحد.
- الرسالة الإعلامية للإذاعات المحلية تعد مكملًا للإذاعة المركزية "الإذاعة الوطنية" لذا فإن على تلك الإذاعات السعي إلى التغيير من مسار برامجها ليكون موجهًا للجماهير المحلية وارتباطها بالمواطن والتنمية الريفية، والاقتصاد والمشاريع التنموية المختلفة وإعلام المواطن باهتماماته وربطها بالحكومة اليمنية،... الخ .

- أدت السياسة الإعلامية لوزارة الإعلام إلى توحيد لغة الخطاب الإعلامي في الإذاعات المحلية ومن خلاله يتم ربط المواطنين بسياسة الدولة، وهي سياسة تعمل من خلالها على ترسيخ المفاهيم والقيم الوحدوية لدى مختلف الشرائح اليمنية.
- أبرز أنواع الوسائل التي تستخدمها الإذاعات المحلية في سبيل تقييم برامجها الإذاعية يتمثل في ردود فعل الجمهور المتصل بالإذاعة وتبني عليه معظم الإذاعات المحلية مرا حل تقييمها لبرامجها الإذاعية على مدار العام فيما نجد قصوراً في البحوث الدورية (سبر الآراء) وهذا يعد ضعفاً في الرسالة الإعلامية لتلك الإذاعات وقصوراً لدى القائمين عليها .
- جمهور المستمعين للإذاعات المحلية أكثر مشاركة في البرامج الإذاعية "المناسباتية" أعياد الوحدة الوطنية" . وهذا يعنى أن القائم بالاتصال لديه هدف مسبق من إتاحة الفرصة للجمهور في المشاركة بنسبة أكبر في مثل هكذا جماهير، فيما 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 .
- مفهوم الوحدة الوطنية يعد من المفاهيم الرئيسة تقوم بإدراجها الإذاعات المحلية في برامجها الرئيسة المدرجة في الخارطة البرمجية الاعتيادية وأيضاً في الخارطة المناسباتية، ويأخذ الأولوية لدى القائم بالاتصال وفقاً لنظرية ترتيب الأولويات .
- أهم المواضيع المحلية التي تطرحها البرامج الإذاعية وبحسب ترتيبها هي " الوحدة الوطنية، البرامج التي تتناول العادات والتقاليد، البيئة المحلية، اللهجات المحلية، الصحة الآمنة.
- وجود ضعف في التغطية الإعلامية لمراسلي الإذاعات اليمنية المحلية في مختلف مديريات المحافظات اليمنية، ويرجع هذا إلى قلة الكادر الإعلامي الذي تقتقر إليه الإذاعات، وأيضاً الدعم المالي، كما أن التجربة الإعلامية المحلية الجديدة أثرت بدورها على التغطية الجغرافية لتلك الإذاعات.

- تقتصر مهام مراسلي الإذاعات المحلية في مختلف مديريات المحافظات اليمنية 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.
- حققت الإذاعات اليمنية المحلية نجاحاً من خلال تلبية احتياجات مستمعيها مما تقدمه من برامج وكان أبرزها البرامج المناسباتية "الوطنية".
- أبرز المشاكل التي تعاني منها الإذاعات المحلية هي الإمكانيات المالية وتقف عائقاً كبيراً أمام التطوير الإذاعي في تلك الإذاعات ويعود هذا إلى السياسة العقيمة التي مازالت تتحكم بمفاصلها وزارة الإعلام وأيضاً المؤسسة العامة للإذاعة والتلفزيون والتي لم تطلق الحرية الإعلامية التامة لكل الإذاعات لخلق روح التنافس فيما بينها وإدارة شؤونها المالية والبرامجية وفقاً لما يقدره القائمون عليها.
- أحدثت الإذاعات المحلية تغييراً في البيئة المحلية من حيث المستوى الاجتماعي والثقافي، والاقتصادي والسياسي.
- الإذاعات المحلية استطاعت من خلال حضورها في تلك المحافظات ترسيخ ثقافة التواصل مع الثقافة الوطنية المختلفة في تلك المحافظات، كما تمكنت الإذاعات من إحياء التراث الحضاري للمحافظات من خلال تنمية الثقافة المحلية وإعادة بثها وربطها مع المستمعين.
- هناك عدة عوامل تؤدي إلى تحسين عمل الإذاعات المحلية أهمها "التركيز على الدورات التأهيلية والتدريبية لموظفيها، تنفيذ دراسة سبر الآراء على جمهور المستمعين، إعطاء حرية تامة في برامجها الموجهة للجماهير، زيادة فترة البث وتوسيع رقعة البث إلى كل المديريات وتبادل الخبرات والمواد بين مختلف الإذاعات والأخذ بالتكنولوجيا الحديثة والتركيز على البرامج الاجتماعية التي تهتم المجتمع المحلي، وكذا التركيز على اللهجات المحلية، وعدم التقيد بالطابع الرسمي للإذاعة الوطنية).

- تتفوق نسبة الذكور على نسبة الإناث لدى عينة خصائص الدراسة من المعدين والمخرجين ومدراء الإذاعات، 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.

- برزت مهنة الكتاب والمتعاونين العاملين في الإذاعات المحلية على مهنة المعدين والمقدمين والمراسلين على مستوى المديريات كون الإذاعات مازالت حديثة النشأة

- أغلبية العاملين بالإذاعات المحلية يحملون الشهادات الجامعية، فيما نجد ضالة في من يحملون المؤهلات العليا .

- نسبة الذين لديهم مؤهلات علمية في العلوم الاجتماعية تتفوق على العلوم التطبيقية وهي نسبة طبيعية على اعتبار أن المؤهلات الإنسانية أكثر ارتباطاً بالعمل الإذاعي والإبداعي والتحريري وغيره.

- الفئة العمرية أقل من (٣٠ عاماً) هي الطاغية على نسبة العاملين في الإذاعات المحلية 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%).

ثانياً: نتائج الدراسة المسحية على قادة الرأي العام.

- ديمومة الاستماع وكسب رضا مستمعي الإذاعات المحلية حقق الهدف الرئيسي من إنشائها.

- من أبرز عوامل جذب المستمعين للإذاعات المحلية هو تقديمها لبرامج تعمل على: معرفة أخبار الوطن وما يجري فيه، وتدعو إلى أهمية الحفاظ على الوحدة وكذا

للتسليّة والترفيه ومعالجتها لأهم المشاكل المحليّة ومن ثم الحصول على معلومات جديدة، تهتم بالتنمية الريفيّة الشاملة، الحصول على معلومات جديدة في فهم الواقع اليمني والتفاعل مع قضاياها.

- من أبرز الأسباب التي منعت أفراد العينة من الاستماع للإذاعات اليمنية المحليّة: عدم وجود الوقت الكافي، ضعف مصداقيّتها لدى العينة ولأن ما يقدم من برامج لا يفيد ولا يتناسب مع مستمعها.
- هناك استماع غير منتظم لبرامج الإذاعات المحليّة.
- حازت البرامج السياسيّة والدينيّة والثقافيّة والاجتماعيّة على رضا عينة الدراسة.
- تحرص عينة الدراسة على الاستماع للبرامج الإذاعيّة في مقر إقامتها.
- المدة التي تستغرقها عينة الدراسة للاستماع للإذاعات المحليّة أقل من ربع ساعة لعدم وجود الوقت الكافي لديها.
- الفترة المفضلة للاستماع لبرامج الإذاعات المحليّة هي الفترة الصباحيّة.
- أفضل الأوقات لعرض البرامج الإذاعيّة الخاصّة بالوحدة الوطنيّة هي الفترة المسائيّة.
- البرامج ذات الإطار الوجداني التي تقوم ببحثها الإذاعات غير كافية.
- المدة الزمنيّة المخصصة للبرامج الإذاعيّة الخاصّة بالوحدة الوطنيّة غير كافية.
- أبرز الاستفادات من البرامج الإذاعيّة تتمثل في: معرفة أخبار المحافظات والشعور بأهميّة الوحدة الوطنيّة بين اليمنيين وترسيخ ما كان موجوداً من الشعور بالولاء الوطني.
- عدم إتاحة المشاركة لمستمعي الإذاعات المحليّة في صنع الرسالة الإعلامية في برامجها الحوارية وعدم الالتزام بالمصداقية في طرحها للعديد من المواضيع .
- اهتمام عينة الدراسة بالبرامج الوجدانية التي تبثها الإذاعات اليمنية المحليّة لكنها غير هادفة ولا تلبي الطموح.
- اللغة المستعملة في برامج الإذاعات المحليّة تحتاج إعادة نظر كما أن اللهجات

المقدمة غير واضحة.

- اللغة الإعلامية هي الأنسب لتقديم البرامج في الإذاعات المحلية فيما نجد أن اعتماد الإذاعات على اللهجات الدارجة لكل محافظة لا يفيد العمل الإعلامي والبرمجي بشكل خاص .
- الإذاعات المحلية قادرة (إلى حد ما) على الحفاظ على هوية المواطنين الثقافية واللهجات المحلية والعادات والتقاليد الموروثة لكنها غير قادرة بشكل إيجابي الحفاظ عليها لعدم امتلاكها لمراسلين على مستوى المديرية وافتقارها إلى خصوصية الإعلام المحلي.
- السياسة الإعلامية للإذاعات غير قادرة على ترسيخ مفهوم الوحدة الوطنية لدى مستمعيها وهذا يعني بأن البرامج الإذاعية المقدمة تحتاج إلى إعادة نظر من حيث مضمونها والعمل على ربطها بالبرامج الهادفة القادرة على ترسيخ معنى الوحدة الوطنية بين المواطنين اليمنيين.
- القضايا التي تطرحها الإذاعات المحلية إلى حد ما تعبر عن الواقع اليميني، غير أنه لا يعني وجود فقر في السياسة الإعلامية التي تسير عليها تلك الإذاعات .
- البرمجة الزمنية التي حددتها إدارة التخطيط البرامجي في الإذاعات المحلية مقبولة لدى عينة الدراسة، وترى أغلبية العينة بأنها متوسطة والبقية ترى بأنها كانت رديئة وهذا يحتم على القائمين على تلك الإذاعات إعادة مراحل التخطيط الإذاعي وفقا لآراء جمهور المستمعين .
- نوعية البرامج المقدمة في الإذاعات المحلية متوسطة إن لم تكن سيئة وهذه النتائج رسالة ضمنية للقائم بالاتصال لمراجعة الرسالة الإعلامية التي تبثها تلك الإذاعات.
- مضمون البرامج الإذاعية مفهوم لدى عينة الدراسة بشكله الإيجابي إلا أنها تحتاج إلى دراسة أكثر في تحليل مضامينها، وإيجاد رؤية إعلامية واضحة لها.
- البرامج الإذاعية المقدمة تراعي العادات والتقاليد غير أنها تركز على عادات مناطق وتترك الأخرى.

- تهتم الإذاعات المحلية بالقضايا الاجتماعية والثقافية بدرجة أولى وهذا الدور يعتبر دوراً تنويرياً خصوصاً في القضايا الاجتماعية والوحدة الوطنية واحدة من القضايا الاجتماعية الهامة .
- الإذاعات المحلية تعتبر مكملاً للإذاعات المركزية (الوطنية) وهذا يعني بأنها لا تنطلق من فلسفة المجتمع المحلي وثقافته واحتياجاته وعلى القائم بالاتصال إعادة النظر في سياسة إعداد الخارطة البرمجية بحيث تكون نابعة من فلسفة المجتمع المحلي وثقافته.
- من أسباب إنشاء الإذاعات المحلية :الاتصال السياسي وترسيخ أهداف ومبادئ الوحدة الوطنية ثم إبراز وتطور الديمقراطية،تليها ترسيخ مفهوم الحكم المحلي وعدم وجود تمثيل للدولة في الريف اليمني وأخيراً تقديم الاختلالات وعرضها لأجل التصحيح.
- الخطاب الإعلامي الموجهة عبر برامج الإذاعات المحلية يستهدف بدرجة أولى المواطنين العاديين،أي عامة الناس ثم المزارعين أي أن البرامج تهدف إلى جانب تدموي زراعي،ثم نجدها تخاطب ممثلي الحكومة في المجالس المحلية ومركز المحافظة، فيما بقية الفئات لم تلق بالاهتمام لدى القائم بالاتصال،وهذا يتطلب وضع أجندة تشمل كافة الفئات و صفاتها داخل المجتمع المحلي،ولن يأتي هذا إلا بعد دراسات استكشافية لأثر تلك البرامج على مستمعيها.
- الوسائل التي تستخدمها الإذاعات المحلية لتكريس مفهوم الوحدة الوطنية،لا تتناسب مع هذه الوسيلة السمعية التي يفترض أن تنوع من وسائلها لإقناع الجماهير المحلية بمفهوم الوحدة الوطنية وكيفية الحفاظ عليها لان الحفاظ على الوحدة الوطنية لا يأتي من خلال برنامج بعينه وإنما يأتي بشرح أهداف المواطن وتحقيق رغباته على أرضية الواقع من خلال إشراكه في صنع القرار وإبراز النظام والقانون بحيث يكون ملموساً وتتساوى اللوائح والقوانين بين كل المواطنين ولن يأتي هذا إلا بالقضاء على المظاهر السلبية التي يفترض أن تؤديها الوسائل الإعلامية المحلية

والإذاعة ابرز هذه الوسائل .

- أهم القضايا والمشكلات التي تقوم بمناقشتها الإذاعات المحلية تمثلت بـ: الاحتفالات بأعياد الوحدة اليمنية، أنشطة وفعاليات المحافظين، العادات والتقاليد اليمنية وإعادة إحيائها، الاختلالات الأمنية الاختطافات المتكررة للسياح، تعزيز الديمقراطية واحترام الحريات، قضايا التعليم في الريف، محو أمية الكبار، تكريس ثقافة جديدة يفهمها الأجيال، إمداد المواطنين باحتياجاتهم، الاختلالات في اللهجات المحلية، وأخيراً أخرى.

- الإذاعات المحلية يغيب عنها قراءة الرسالة الإعلامية بشكل صحيح كما تبينها نتائج الدراسة فمعظم القضايا التي أوردتها نتائج الدراسة، تكاد تكون خارج إطار أجندة القائم بالاتصال، والتي تتطلب معالجة سريعة لذلك، كما هو حال قضايا (حمل السلاح والثأر، والنزاعات القبلية، قلة البرامج التي تدعو للوحدة الوطنية، الاهتمام بتعليم المرأة، البرامج المرتبطة بالمواطنين والتي تقرأ همومه اليومية، كما أن ساعات الإرسال المخصصة لكل إذاعة غير كافية من وجهة نظر العينة، وأيضا عدم تغطية المديرية كافة لعدم وجود مراسلين إذاعيين على مستوى المديرية.

- غالبية قادة الرأي العام هم من الذكور في المجتمع اليمني وهذا شيء بديهي لاسيما وأن المجتمع اليمني مجتمع ذكوري، كما أن هذه العينة من القادة تتركز إقامتها في المدن وهي من الشخصيات التي تصنع القرار من موقعها، كما أن غالبية أفراد العينة من المجالس المحلية المنتخبة والتي تلعب هي الأخرى دوراً قيادياً في صنع القرار والإذاعات بالأساس موجهة لخدمة برنامجها المحلي أو ما نطلق عليه بالمجالس المحلية على مستوى المديرية والمحافظات.

- كما إن غالبية أفراد العينة هم من قادة الرأي الإعلامي وهم مسيري الصحف الحزبية والأهلية والحكومية والمستقلة سواء الكترونية أو مقروعة.

- قادة الرأي العام اليمني ممن شملتهم الدراسة هم من أصحاب المؤهلات العلمية العليا وهذا يعزز قيمة الدراسة على قادة الرأي العام.

- كان للانتماء السياسي حضور لدى أفراد العينة حيث كانت نسبة المستقلين الذين لا ينتمون إلى أي حزب سياسي هي الأكثر حضوراً، ثم أفراد الحزب الحاكم باعتبارهم ينتمون إلى مختلف مؤسسات الدولة كصانعي قرار شملتهم دراستنا الحالية .
- أغلب عينة الدراسة من الفئات العمرية الشابة مابين ٣٠ - ٣٩ وهذا يؤكد أن المؤسسات اليمينية بدأت في الآونة الأخيرة تدخل التجديد على عناصرها الفاعلة من العناصر الشابة المؤهلة تأهيلاً عالياً في صنع القرار داخل المؤسسات الإعلامية الحكومية وغيرها .

ثالثاً: النتائج العامة للدراسة التحليلية :

- بثت الإذاعات اليمنية المحلية (٣٢ برنامجاً إذاعياً) موزعة على ٨ إذاعات محلية، وتساوت نسبة الإنتاج في العام ٢٠٠٨ مع نسبة الإنتاج في العام ٢٠٠٩م وبلغت نسبة البرامج المشتركة إذاعياً بين الإذاعات المحلية على مدار العامين (١٧) برنامجاً إذاعياً بنسبة (٥٣.١٣) وهذه النسبة تعتبر مرتفعة نوعاً ما، إذا ما قسنا بقية الإنتاج لكل إذاعة بمفردها .
- تلتزم الإذاعات اليمنية المحلية ببث البرامج الإذاعية المدرجة في خارطة البرامج المناسبة باعتبارها موسمية فقط، وهذا يعطي صورة إيجابية عن مدى الالتزام بالقرارات التخطيطية المتعلقة بإدراج البرامج المتفق عليها في خارطة البرامج الوطنية (المناسبة) والتي عادة لا يطرأ عليها أي تغيير كبير كما هو حال بقية البرامج على مدار العام .
- دورية البرامج الإذاعية يتوزع بثها بين ما هو بشكل يومي بنسبة (٢٨.١٢%)، وتبث عبر دورة برامجية خاصة بنسبة (٧١.٨٧%) على اعتبار أنها برامج مناسبة تبدأ في شهر مايو من كل عام وتنتهي في أغسطس من نفس العام.
- لذا فالبرامج ذات الإطار الوحدوي تتركز بنسبة كبيرة في الدورة البرامجية الخاصة والتي تتناسب عادة مع احتفالات العيد الـ ٢٢ من مايو كل عام، يوم تحقيق

الوحدة اليمينية.

- فترة البث للبرامج الإذاعية تتركز في فترتي الصباح والمساء على اعتبار أنها تتحدث عن الإطار الحدودي أو ما نطلق عليه احتفالات أعياد الوحدة اليمينية، كما أن المدة الزمنية لبث الإذاعات تتركز هي الأخرى في فترة الصباح وتنتهي في المساء . نظرا لطاقة البث المخصصة لكل إذاعة وتزيد طاقتها الإنتاجية (البث) في الدورة البرمجية الثانية خصيصا لهذه المناسبة، وهذه الأوقات هي فترة بث الإذاعات لمستمعيها .
- كما أن فترة إعادة بث هذه البرامج تعاد في ظهيرة اليوم التالي، تتوزع، ما بين ساعات الافتتاح صباحا وحتى الظهيرة من كل يوم، وهذا يتيح فرصة أكبر لإمكانية المتابعة من قبل جمهور المستمعين.
- تلتزم الإذاعات اليمينية المحلية بتقديم لغة و سطية لمستمعيها حيث نجد أن لغة فصحي التراث استخدمت في (٥٠%)، مقابل (٣٧.٥%) استخدمت فيها عامية المتتورين، وهذا يؤكد لنا بأن الإذاعات المحلية تحاول أن تجمع بين الرسالة الإعلامية الواضحة بفصحي التراث وكذا عامية الناس المتتورين وإن كانت العامية التي بنتها تلك الإذاعات قد ركزت على لهجات بعينها كما هو الحال في (اللهجات العدنية والحضرية والصنعانية والأبية) وهي معظمها طاغية على البرامج وخصوصا في الأغاني والأناشيد الوطنية الحماسية، ويفترض أن تكون لهجة المتقفين هي السائدة والعمل على ربطها بالعامية المنتشرة في الوطن دون التركيز على لهجة منطقة بعينها.
- الإذاعات المحلية أنتجت ما نسبته (١٠٠%) من الأعمال الإذاعية ذات الإطار الحدودي. أي "٣٢" برنامجا، وكان مكان تسجيل تلك البرامج موزع بين داخل الاستوديوهات الإذاعية لتلك الإذاعات وكذا خارجها، وهذا يؤكد اعتمادها على ذاتها في إنتاج مثل هكذا برامج وهذا لم يخلق باب المنافسة بعد للقطاع الخاص في بث روح التنافس بشكل فعال. وهذا راجع للقيود الصارمة التي تفرضها سياسة وزارة

الإعلام والسياسة الإعلامية بشكل خاص. وهذا أدى إلى تأخير مشاركة القطاع الخاص للاستثمار في هذا الجانب.

- تركيز الإذاعات المحلية في إنتاجها البرامجي على البيئة الحضرية أكثر من الريفية، وهذا يعد قصوراً واضحاً في إبراز البيئة اليمضية الريفية التي تمثل مكان التميز للتسجيل وإثراء الجانب البرامجي. وهذا يحتاج إلى رؤية من قبل القائمين على الوسيلة الاتصالية إذا ما أرادت مخاطبة المجتمع اليمضي بكل أبعاده وفقاً للبيئة المحيطة به .

- مشاركة جمهور الإذاعات عبر الاتصالات الهاتفية جاء منطقياً لنتائج هذه الدراسة كون المشاركة في كافة الإذاعات أغلبها بالمشاركة عبر الاتصالات الهاتفية وذلك لصعوبة الوصول أو الحضور الجسدي لجمهور الإذاعات .

- ركزت البرامج الإذاعية في استمالاتها للجماهير على الاستمالة العقلانية لاسيما وأنها برامج ذات خصوصية (برامج مناسباتية) أي أنها تحرص على مخاطبة عقول الجماهير لتبصيرهم بما يدفعهم للحفاظ على كينونة الوحدة الوطنية وهي هدف الدراسة الحالية، وجاءت الاستمالات العاطفية ثانياً لاسيما في فقرات البرامج الإذاعية التي تستدعي الدخول في مواضيع هادفة تتخللها الأغاني العاطفية أحياناً وتتنوع بين العاطفية والحماسية حيث تلعب الأغنية الحماسية وهي عاطفية في نفس الوقت للدخول إلى وجدانيات المستمعين وتلعب دوراً كبيراً في التأثير على عواطف الجماهير نحو القضية المثارة وهي (ترسيخ الوحدة الوطنية) فيما تخلق بقية الخيارات من التمثيل .

- أما بالنسبة لطبيعة المعلومات المقدمة عبر تلك الإذاعات فقد كانت معلومات بسيطة بنسبة (٩٣.٧٥) وهذا يعد نجاحاً للإذاعات المحلية لأنها تخاطب جماهير متنوعة في ثقافتها الجماهيرية والمحلية أي لا بد أن تعمل على عملية التوازن في تبسيط المعلومة لمستمعيها وهذا ما حققته بالفعل عبر تلك البرامج التي بثت، فيما نجد أنها كانت معقدة بنسبة (٦.٢٥) وهي نسبة بسيطة.

- أغلب البرامج الإذاعية قيد الدراسة كانت مدرجة ضمن الخارطة البرامجية الخاصة بمناسبة الاحتفالات الوطنية، والقائم بالاتصال يركز أكثر على هذه البرامج.
- المداخل الإقناعية المستخدمة في البرامج الإذاعية قيد الدراسة وعددها (٣٢) برنامجاً هي: المدخل " السياسي " بنسبة (٨٤.٣٧%)، يليه المدخل الاجتماعي (٨١.٢٥%)، ثم مداخل أخرى بنسبة (٢٨.١٣%)، ولا يوجد تمثيل لدى بقية المداخل الإقناعية كما هو حال المدخل الرياضي والصحي والديني.
- المدخل السياسي يعد أبرز المداخل الإقناعية التي قدمتها الإذاعات اليمنية الملحية حاز على " نسبة (٨٤.٣٧%)، من إجمالي البرامج المقدمة وعددها (٣٢) برنامجاً والذي تم على ضوئه مناقشة القضايا الاجتماعية المرتبطة بالمواطنين وكان الأنسب على اعتبار أن القضايا الاجتماعية قد حازت على المرتبة الأولى والتي تتمثل في قضايا الاهتمام بكيفية الحفاظ على منجزات الوحدة الوطنية بين اليمنيين وماذا حققت تلك الوحدة ومنجزاتها على مستوى كل محافظة.
- أبرز المداخل الإقناعية التي استخدمتها البرامج الإذاعية كان الوظيفة الإعلامية وهذا يؤكد بأن الوظائف الإعلامية الإذاعية كانت واضحة من خلال الإعلام وكذا التوجيه والإرشاد لما قدم من حلقات إذاعية ذات طابع وحدوي مرتبطة بالأرض وكيفية الحفاظ عليها وكيف تحققت وحدة الوطن وكيف يمكننا الحفاظ عليها، كما أنها تناقش قضايا اجتماعية لها ارتباط بالمواطن والبيئة.. الخ. حيث استخدمت أسلوب العرض والتحليل للقضايا المقدمة، من خلال مناقشة الظاهرة وأبعادها وإعطاء الحلول المقترحة وبما يدعم المضمون.
- سعت البرامج الإذاعية المقدمة في تلك الإذاعات إلى التعريف أولاً بالقضية المتداولة من خلال إعطاء صورة واضحة للمجتمع عن الوحدة الوطنية وكيف لنا أن نستوعب هذا المفهوم الوطني وكيفية الحفاظ عليه، ثم تقوم بالمعالجة من خلال تدعيم الاتجاه المحافظ على هذه الوحدة وكيف يمكن أن تتحقق العدالة الاجتماعية

- في المجتمع بفضل الوحدة الوطنية بين أبناء اليمن الواحد، ثم العمل على توجيه الدعوة إلى تغيير أي سلوك يدعو إلى التفرقة بين أبناء الوطن الواحد .
- ركزت البرامج الإذاعية في فئاتها المستهدفة بدرجة أساسية على طبقة (العمال بنسبة ٧٨.١٣) يليها فئات (العسكر والحرفيين والمزارعين بنسبة متساوية. حيث خصصت (٥٩) حلقة درامية للجمهور العام أي بنسب متساوية (٧٥.٢٤)، فيما نجد تساوياً في مخاطبة الأسرة الريفية والحضرية بنسبة (٧١.٨٨%)، وأخيراً جاءت الفئات (الأخرى) بنسبة (٥٩.٣٨). وهذا يؤكد خصوصيات تلك البرامج.
 - استخدمت الإذاعات اليمنية المحلية في تقديم برامجها أغلب الفنون الإذاعية غير أن التقارير الإذاعية في كافة برامج الإذاعات المقدمة كانت هي السمة السائدة نظراً لارتباطها مباشرة بالعمل الميداني.

رابعاً: نتائج الفرضيات.

رابعاً: نتائج اختبار التحقق من صحة فرضيات الدراسة:

ولاختبار الفروض تم استخدام المعاملات الإحصائية الآتية :

١. اختبار (F) (One Way Anova) وذلك لقياس الفروق بين المتوسطات بين أكثر من مجموعتين .

٢. تم استخدام الوسيط للعلاقة بين المتغيرين كما تم استخدام اختبار (مان

ويتني Mann-Whitney U)

٣. اختبار (كا^٢) الذي يقوم بالكشف عن الفروق بين التكرارات بين متغيرين.

وقد قام الباحث بتصميم مقاييس تجميعية، تهدف إلى دمج عدد من المتغيرات داخل مقياس واحد، تتم على أساسه بعض الاختبارات الإحصائية، وتمثلت في مقاييس التعرض للإذاعات، واهتمامات المستمعين، ترتيب الأولويات واهتمامات قادة الرأي.

واعتمد الباحث على مستوى دلالة (٠.٠٥ %) لاعتبار الفروق ذات دلالة إحصائية من

عدمه.

١. الفرضية الأولى:

هناك تجاوب بين ما تقدمه البرامج الإذاعية وما يتم إقراره في الخارطة البرمجية . ولمعرفة العلاقة بين ما تقدمه البرامج الإذاعية وما يتم إقراره في الخارطة البرمجية وبتطبيق اختبار (كا^٢) على جدول رقم (٧٩)،^(١) على هذه العلاقة وجدت علاقة دالة إحصائياً بين ما تقدمه البرامج الإذاعية وما يتم إقراره في الخارطة البرمجية من قبل القائمين بالاتصال، حيث بلغت قيمة (كا^٢) (27.925) للبرامج (الخاصة بالوحدة الوطنية)، (27.314) للبرامج الاجتماعية) عند مستوى دلالة معنوية اقل من (٥.٠ %) وعند درجة حرية (٤) مما يؤكد وجود علاقة بين ما تعكسه البرامج الإذاعية وما يتم إقراره من قبل القائمين على تلك الإذاعات المحلية، وهذه النتائج تؤكد صحة الفرضية كما توضحه نتائج الجدول رقم (٧٩) المرفق في ملاحق الدراسة*).

٢. الفرضية الثانية :

هناك تجاوب بين ما تقدمه البرامج الإذاعية وبين اهتمامات المستمعين من قادة الرأي اليمني.

لاختبار هذه الفرضية تم تطبيق (كا^٢)، على جدول رقم (٨٠)^(٢) وثبتت صحته، وفي إطار هذا الفرض تم التحقق من عدد من الفروض الفرعية التي توضح العلاقة بين ما تقدمه البرامج الإذاعية وبين اهتمامات المستمعين من قادة الرأي اليمني، وقد تمثلت هذه الفروض في التالي :

(بالنسبة للمواطنين العاديين) توجد علاقة دالة إحصائياً بين:

- الشعور بأهمية الوحدة الوطنية بين اليمنيين وبين اهتمامات المستمعين من

المواطنين العاديين، حيث بلغت قيمة الوزن النسبي (154١٠)، ودرجة حرية (٢) ومستوى دلالة 006.

- اكتساب الوعي السياسي لدى المستمعين وبين اهتمامات المستمعين، حيث بلغت

(١) انظر ملحق رقم (٦).

(*) تعني أن الارتباط دال معنوياً عند مستوى (٥.٠ %)، انظر ملاحق الدراسة جدول رقم (٧٩).

(٢) انظر ملحق رقم (٦).

- قيمة الوزن النسبي (336٧)، ودرجة حرية (٢) ومستوى دلالة 026.
- التفاعل والمساهمة مع الجهات الحكومية ذات الشأن، حيث بلغت قيمة الوزن النسبي (683٦)، ودرجة حرية (٢) ومستوى دلالة (٣٥).
 - ترسيخ ما كان موجوداً عندك من الشعور بالولاء الوطني، حيث بلغت قيمة الوزن النسبي (444١٠)، ودرجة حرية (٢) ومستوى دلالة (٠٥).
 - وعند (المزارعين).
 - تجد تغطيتها تشمل المحافظة دون تحيز، حيث بلغت قيمة الوزن النسبي (510٨)، ودرجة حرية (٢) ومستوى دلالة (014).
 - وعند (المعلمين).
 - معرفة أخبار المحافظات بدرجة أولى حيث بلغت قيمة الوزن النسبي (998١٠)، ودرجة حرية (٢) ومستوى دلالة (٤).
 - إرشادات جديدة تفيدك في الحياة العملية حيث بلغت قيمة الوزن النسبي (250٨)، ودرجة حرية (٢) ومستوى دلالة (١٦).
 - تستمع إلى أخبار مديريتك بما يلبي طموحاتك حيث بلغت قيمة الوزن النسبي (910٧)، ودرجة حرية (٢) ومستوى دلالة (١٩).
 - وعند (ممثلي المجالس المحلية).
 - تجد تغطيتها تشمل المحافظة دون تحيز حيث بلغت قيمة الوزن النسبي (307١٣)، ودرجة حرية (٢) ومستوى دلالة (001).
 - وعند (ممثلي الحكومة في المحافظات).
 - ترسيخ ما كان موجوداً عندك من الشعور بالولاء الوطني، حيث بلغت قيمة الوزن النسبي (575١١)، ودرجة حرية (٢) ومستوى دلالة (٠٠٣).
 - تكوين وتشكيل ثقافة جديدة عن الوحدة اليمينية، حيث بلغت قيمة الوزن النسبي (176٦)، ودرجة حرية (٢) ومستوى دلالة (٤٦).
- ومن خلال تحليلنا للنتائج السابقة يتضح صحة فرضيتنا الثانية بوجود علاقة بين ما

تقدمه البرامج الإذاعية وبين اهتمامات المستمعين من قادة الرأي اليمني، كما توضحه نتائج الجدول رقم (٨٠).

٣. الفرضية الثالثة :

تتجاوب الأولويات المرسومة لدى القائمين على الإذاعات اليمنية المحلية واهتمامات قادة الرأي العام اليمني.

لاختبار هذه الفرضية تم تطبيق (كا^٢)، على جدول رقم (٨١)^(١) ووثبت صحته، حيث أكدت أن هناك ارتباط إيديولوجي بين الأولويات المرسومة لدى القائمين على الإذاعات اليمنية المحلية في إدراج البرامج الخاصة بالوحدة الوطنية واهتمامات قادة الرأي العام اليمني في الاستماع إليها.

حيث بلغت قيمة الوزن النسبي (٧٤٠١٣)، ودرجة حرية (٤) ومستوى دلالة^٣ (٠.٦٥٥)، وهذه النتائج تؤكد صحة الفرضية.

٤. الفرضية الرابعة :

تلتزم الإذاعات المحلية بالمعايير التي أنشئت عليها والمواضيع التي تطرحها عبر برامجها.

ولاختبار هذه الفرضية تم استخدام الوسيط للعلاقة بين المتغيرين كما تم استخدام اختبار (مان ويتني Mann-Whitney U). كما توضحه نتائج الجداول (٨٢-٩٠)^(٢) وكان من أبرز نتائج الفرضية :

- عدم وجود علاقة بين إنشاء الإذاعات وإبراز تطور الديمقراطية.
- وجود علاقة بين إنشاء الإذاعات والاتصال السياسي وجدت هذه العلاقة عند : أنشطة وفعاليات المحافظين، عند مستوى دلالة معنوية (٠.٠٣٤) هذه الدلالة الإحصائية عند مستوى اقل من ٠.٠٥ %.

العادات والتقاليد اليمنية وإعادة إحيائها، عند مستوى دلالة معنوية (٠.٠٢٥). هذه الدلالة

١ انظر ملحق رقم (٦).

٢ انظر ملحق رقم (٦).

الإحصائية عند مستوى اقل من ٠.٠٥%.

- وجود علاقة بين إنشاء الإذاعات والاتصال الإعلامي وجدت هذه العلاقة عند :
- أنشطة وفعاليات المحافظين، عند مستوى دلالة معنوية (٠.٠٣) هذه الدلالة الإحصائية عند مستوى اقل من ٠.٠٥%.
- عدم وجود علاقة بين إنشاء الإذاعات وترسيخ أهداف ومبادئ الوحدة الوطنية.
- عدم وجود علاقة بين إنشاء الإذاعات وعدم وجود تمثيل للدولة في الريف اليمني.
- وجود علاقة بين إنشاء الإذاعات تقديم الاختلالات وعرضها لأجل التصحيح عند:

الاحتفالات بأعياد الوحدة اليمنية، عند مستوى دلالة معنوية (٠.٤٣) هذه الدلالة الإحصائية عند مستوى اقل من ٠.٠٥%.

العادات والتقاليد اليمنية وإعادة إحيائها، عند مستوى دلالة معنوية (٠.٠٧) هذه الدلالة الإحصائية عند مستوى اقل من ٠.٠٥%.

- عدم وجود علاقة بين إنشاء الإذاعات وترسيخ مفهوم الحكم المحلي.
- ومما سبق نجد صحة الفرضية الرابعة: تلتزم الإذاعات المحلية بالمعايير التي أُنشأت عليها والمواضيع التي تطرحها عبر برامجها.
- خامسا: مقترحات الدراسة :**

بناء على نتائج هذه الدراسة فإنني أضع عدداً من المقترحات تمثل معالجة للقصور القائم في تقديم العمل الإذاعي في الإذاعات اليمنية المحلية التي يفترض أن تؤدي دوراً أكبر مما هو عليه في الوقت الراهن، ويمكننا إيجاز هذه المقترحات في النقاط الآتية:

أولاً : مقترحات الدراسة المسحية على القائم بالاتصال :

- إيجاد حرية إعلامية تامة لكل الإذاعات لخلق روح التنافس فيما بينها وإدارة شؤونها المالية والبرامجية وفقاً لما يقدره القائمون عليها.
- زيادة الابدع المشترك بين الإذاعات المحلية لأنه يعمل على تطوير برامج تلك

- الإذاعات ويزيد من تكريس المفاهيم الوطنية ويحافظ على الموروث من الاندثار.
- ينبغي للبرامج الوجدية أن تصدر الخارطة البرمجية على مدار العام وأن لا تظل رهينة الخارطة المناسباتية (الأعياد الوطنية).
- إيجاد مراسلين إذاعيين على مستوى مديريات المحافظات لنقل تراث كل محافظة وربط مواطني المحافظة ككل بتلك الإذاعات أي لا بد من نقل سلطة الدولة إلى المجتمع.
- تناول القضايا الاجتماعية الشبابية ومعالجة ذلك بأكثر من قالب إذاعي.

ثانياً : مقترحات الدراسة المسحية على قادة الرأي العام :

- يفضل أن تلبي الإذاعات المحلية طلبات مستمعيها في أوقات بث البرامج الوطنية والتي فضلت غالبيتها في الفترة المسائية.
- العمل على زيادة إنتاج البرامج ذات الإطار الوجدي التي تقوم ببثها الإذاعات.
- التزام الإذاعات بالمصداقية مع مستمعيها عند طرحها للعديد من المواضيع.
- إيجاد لغة إعلامية مشتركة لمختلف الإذاعات لأن اعتماد الإذاعات على اللهجات الدارجة لكل محافظة لا يفيد العمل الإعلامي والبرمجي بشكل خاص.
- من الأفضل أن تركز الإذاعات المحلية على خصوصية الإعلام المحلي، في تقديم برامجها والتي من خلالها يمكن الحفاظ على الهوية الثقافية واللهجات المحلية والعادات والتقاليد الموروثة للمواطن اليمني.
- إيجاد سياسة إعلامية جديدة تواكب الحداثة في تقديم الرسالة الإعلامية لأن السياسة الإعلامية الحالية للإذاعات غير قادرة على ترسيخ مفهوم الوحدة الوطنية لدى مستمعيها وهذا يعني بأن البرامج الإذاعية المقدمة تحتاج إلى إعادة نظر من حيث مضمونها والعمل على ربطها بالبرامج الهادفة القادرة على ترسيخ معنى الوحدة الوطنية بين المواطنين اليمنيين.
- من الأفضل أن يكون الخطاب الإعلامي موجهاً لجميع أفراد المجتمع دون استثناء وهذا يتطلب وضع أجندة تشمل كافة الفئات وصفاتها داخل المجتمع المحلي، ولن

يأتي هذا إلا بعد دراسات استكشافية لأثر تلك البرامج على مستمعيها.

- من الأفضل للإذاعات أن تنوع من وسائلها لإقناع الجماهير المحلية بمفهوم الوحدة الوطنية وكيفية الحفاظ عليها لأن الحفاظ على الوحدة الوطنية لا يأتي من خلال برنامج بعينه وإنما يأتي بشرح بأهداف المواطن وتحقيق رغباته على أرضية الواقع من خلال إشراكه في صنع القرار وإبراز النظام والقانون بحيث يكون ملموساً وتتساوى اللوائح والقوانين بين كل المواطنين ولن يأتي هذا إلا بالقضاء على المظاهر السلبية التي يفترض أن تعالجها الوسائل الإعلامية.
- ضرورة ألا يغيب عن الإذاعات المحلية قراءة الرسالة الإعلامية بشكل صحيح كما تبينها نتائج الدراسة فمعظم القضايا التي أوردتها نتائج الدراسة تكاد تكون خارج إطار أجندة القائم بالاتصال والتي تتطلب معالجة سريعة لذلك.

ثالثاً: مقترحات الدراسة التحليلية :

- من الأفضل أن تركز الإذاعات المحلية في إنتاجها البرامجي على البيئة الحضرية والريفية على السواء بدلاً من تركيزها على البيئة الحضرية بعينها، لأن هذا يعد قصوراً واضحاً في إبراز البيئة اليمضية الريفية التي تمثل مكان التميز للتسجيل وإثراء الجانب البرامجي، وهذا يحتاج إلى رؤية من قبل القائمين على الوسيلة الاتصالية إذا ما أرادت مخاطبة المجتمع اليمني بكل أبعاده وفقاً للبيئة المحيطة به .
- من الأفضل أن تركز الإذاعات في أغلب برامجها على كافة الأطياف من المستمعين دون استثناء حتى تلبّي طموحات مستمعيها وتظل هناك صلة أو رابط بينها وبين كافة مستمعيها.
- زيادة نسبة بث البرامج الإذاعية المحلية عما هو عليه الآن والعمل على الإنتاج الشهري على أقل تقدير بدلاً من الإنتاج السنوي المناسباتي .
- الاهتمام بمضمون الرسالة الإعلامية وإعطاء فرصة أكبر لصنع هذه الرسالة من أرضية الميدان من خلال المرسلين الإذاعيين.
- الاعتماد على الكوادر الإعلامية المؤهلة تأهيلاً عالياً والاختصاصية في جوانب الإعداد والتقديم والإخراج .

- الاستفادة من خدمات التبادل البرامجي بين الإذاعات المحلية وتوظيفه بما هو أفضل لزيادة غرس مفاهيم الولاء الوطني وخصوصا عند طلاب المدارس لاسيما وهم الفئة الأكثر استهدافا من قبل أي رسالة إعلامية .

رابعاً : مقترحات ببحوث مستقبلية:

- دراسة لتقييم الخلل في لغة الخطاب الإعلامي المقدم في برامج الإذاعات اليمينية المحلية.
- دراسة لقياس الرأي العام حول برامج الإذاعات المحلية وتحديدًا فيما يخص البرامج ذات الإطار الوحدوي والتي تركز على الفعاليات والمناسبات الوطنية.
- دراسة لقياس البث المشترك بين الإذاعات اليمينية المحلية على مدار العام ومدى نجاحه في تحقيق أهداف ترسيخ مفاهيم بعينها.
- دراسات عن البرامج الفنية ومدى نجاحها في تلبية طموحات المجتمعات المحلية.
- دراسة تبدي فقدان الإذاعات المحلية لبحوثات سبر الآراء عن مدى نجاح البرامج الإذاعية لدى مستمعيها.
- دراسة علاقة ضعف الولاء الوطني في الرسالة الإعلامية المحلية ووسائل الإعلام المحلية.

خلاصة الفصل الثالث

في هذا الفصل تم تناول مناقشة أهم نتائج الدراسة والتي تمثلت في نتائج الدراسة النظرية، ودراسة القائم بالاتصال وشملت (١٧٥) مبحوثاً، وكذا نتائج الدراسة المسحية من قادة الرأي العام والتي بلغت (٤٠٠ مبحوث) وأيضاً نتائج دراسة تحليل مضمون عينة الدراسة والتي بلغت (٣٢) برنامجاً إذاعياً وشغلت مدة زمنية (٤٤:٢٤:٢٤) أربع وأربعين ساعة وأربع وعشرين دقيقة وأربعاً وعشرين ثانية) وفي الأخير مناقشة نتائج فرضيات الدراسة والتي أكدت نتائجها إيجابيات الفرضيات التي افترضها الباحث، لتؤكد نتائج الفرضيات صحة الإشكالية الرئيسة والمتمثلة بقولنا: إلى أي مدى نجحت الإذاعات اليمانية المحلية في ترسيخ مفهوم الوحدة الوطنية لدى مستمعيها.