

البحث المشترك بين الإذاعات اليمنية المحلية

ودوره في الحفاظ على الهوية الثقافية الوطنية.

الدكتور: صالح محمد حميد، جامعة صنعاء، اليمن.

الملخص:

انتهجت السياسة الإعلامية اليمنية آلية البحث المشترك في إطار الإذاعات المحلية، وذلك لغرض الحفاظ على الهوية الثقافية الوطنية من الاندثار، كما أن رسم آلية التواصل الإعلامي بين الحاكم والمحكوم ظلت هي الأخرى هاجسًا يؤرق السلطات اليمنية الحاكمة وكذا الإعلامية، في ظل الفوضى العارمة التي تسطرها بقية الوسائل الإعلامية المعادية للوحدة الوطنية بين اليمنيين، لذا كان لا بد من إيجاد وسائل إعلامية محلية بديلة تُثبت وترسخ تلك الهوية الوطنية ولها علاقة وارتباط بالمجتمعات المحلية اليمنية في أغلب المحافظات، ومن خلال الدراسة لمسنا أن الإذاعات المحلية تركز في رسائلها المشتركة على الحفاظ على الهوية الثقافية والوطنية للإنسان اليمني.

Summary

The Yemeni information policy pursued a broadcasting mechanism under the local radio stations for the purpose of preserving national cultural identity from disappearing, and draw the media between the ruler and the ruled remained an obsession that haunts the ruling authorities and the media, in the anarchy that write her the rest of the media anti-national unity between the Yemenis, so had to find alternative local media demonstrate and reinforce their national identity and their relationship and link with the Yemeni communities in most provinces, and through the study we saw that domestic radios Focus on common messages to maintain cultural identity and national human right.

إن إطلاق تجربة البث المحلي في أغلب المحافظات اليمنية تعتبر خطوة رائدة أقرتها وزارة الإعلام اليمني ضمن خطتها الهادفة لتعميم وإيصال البث المحلي إلى المحافظات اليمنية كافة، حيث لاقت نجاحاً كبيراً في تغطية مختلف النشاطات الثقافية والاقتصادية والاجتماعية والخدمية، وهي تفسح المجال للملاسة تفاصيل الحياة اليومية في المجتمع المحلي لمختلف الشرائح العمرية والطبقات الاجتماعية وتقديم مادة نوعية شكلاً ومضموناً تهتم الجمهور المحلي وجذبه لخلق حالة تفاعلية بين الإعلامي والمسئول من جهة والمواطن من جهة أخرى.

وحتى اليوم أنشأت ثلاثة عشر إذاعة محلية منها إحدى عشر إذاعة دخلت حيز التنفيذ في بثها البراجمي، فيما البقية مازالت في طور الإنشاء بموجب قرارات صادرة، هذا التطور للإعلام المحلي اليمني جعل المنافسة المحلية بين تلك الإذاعات أمراً ضرورياً للارتقاء بالرسالة الإعلامية كمياً ونوعياً، انطلاقاً من إشكالية المحلي وكيفية ترسيخه لدى جماهير تلك الإذاعات، حيث نجد أن الخارطة البراجمية للإذاعات المحلية ترتبط دوماً بما هو محلي كون الهدف الرئيسي الذي أنشأت لأجله تلك الإذاعات ينبغي أن يجسد على أرضية الميدان.

لذا نجد أنها تسعى دوماً لخلق حالة من التنافس في برامجها الإذاعية لإرضاء جمهور المستمعين، فسعت إلى ما يسمى بالبث الإذاعي المشترك والتي عادة ما يكون في المناسبات الوطنية، كما هو الحال في الدورة البراجمية الثانية من كل عام والتي عادة ما تكرر للاحتفالات بالأعياد الوطنية.

ومما سبق يمكننا وضع إشكالية بحثنا بالتساؤل التالي:

إلى أي مدى نجح البث المشترك بين الإذاعات المحلية اليمنية في الحفاظ على الهوية الثقافية الوطنية؟

وقبل أن نبدأ في الإجابة على إشكالية بحثنا من خلال تحليل نماذج من البرامج الإذاعية المشتركة للإذاعات اليمنية المحلية لابد لنا من التركيز على سؤال فرعي جوهري:

➤ ما هي إسهامات البث الإذاعي في تطوير أي مجتمع ؟

وفي هذه النقطة يشير (مايكل موري)^(*) بأن التقدم التكنولوجي المتزايد بسرعة أجبر وسائل الإعلام الإذاعية بالراديو والتلفزيون على التكيف لاستيعاب الموجة تلو الأخرى من التغيير. وقد غيرت هذه الصناعة كل وجه من أوجه عملياتها تقريباً بشكل جذري، فغيرت جذرياً كيفية بث محطات الإذاعة والتلفزيون لبرامجها وكيفية إنتاجها لها، كما غيرت ما يرغب المستمعون في سماعه، ومتى يرغبون في سماعه⁽¹⁾ لذا فإن الإذاعات دوماً ما تسعى إلى التجديد في بثها الإذاعي على اعتبار أن البث الإذاعي يسهم في تطوير المجتمع من حيث توفيره نقل المعرفة والمعلومات واستخدامها. حيث لاقت بعض الموضوعات اهتماماً خاصاً في البث الإذاعي لطبيعتها ومنها القضايا السياسية والدينية والتعليم وبرامج الأطفال والفنون، وانتشرت شبكات بث إذاعي متخصصة في إحدى تلك المجالات كالموسيقى أو الأخبار أو البرامج الدينية وغيرها.

فالبث الإذاعي وسيلة مهمة لنشر الأفكار السياسية والمعرفة على جمهور واسع بنشرات الأخبار والبرامج والندوات السياسية⁽²⁾. كما أن البرامج الدينية كانت وما تزال دائمة الحضور في البث الإذاعي كنقل الاحتفالات الدينية والصلوات والنقاشات. أما البرامج التعليمية فمنها ما هو مخصص للمدارس ويشمل موضوعات متنوعة كاللغات والتاريخ والموسيقى والعلوم، ومنها ما هو مخصص للبالغين من أجل تزويد المتابع ببعض المهارات أو تعليم ما، كاللغات الأجنبية مثلاً، ومنها ما يندرج في إطار الجامعة المفتوحة.

وللبث الإذاعي مهمة الترويج للفنون كالأغنيات والموسيقى إلى جانب البرامج المرتبطة بالجوانب الثقافية المختلفة من مؤلفات وندوات ومسرح وغيرها.

وللبث الإذاعي أثر بالغ الأهمية بوصفه وسيلة الإعلام المعتمدة في حالات الطوارئ والكوارث، كالهزات الأرضية على سبيل المثال، من أجل إبلاغ المواطنين بالتعليمات وبمراكز الإسعاف وبنقاط التجمع.

أما الجوانب الاجتماعية والإعلامية فهو يحتل مكانة متميزة في ما يسمى وسائط الاتصال بالجمهور (Miscommunications) فهو أول نمط بث إلكتروني واسع النطاق وأني الاتصال في العالم، ومعه أضحى الإنسان شاهداً على عصره، فكل رسالة صوتية تبث من أي مكان في العالم يمكن سماعها في أي مكان وفي اللحظة ذاتها. وقد قضى البث الإذاعي عند ظهوره على الاحتكار الذي كانت تمارسه الكتابة، ودخل منافساً للكتاب وللصحيفة، وعلى أن التلفاز قد انتزع منه الصدارة فإن الكلفة المنخفضة لأجهزة الاستقبال والتطور المستمر فيها حافظت على انتشاره. وقد أدى البث الإذاعي دوراً أساسياً في نشر الثقافة الموسيقية وفي التقريب بين الشعوب، وإنجاز خطوات على طريق تحقيق الحلم القديم للإنسانية وهو إلغاء المسافات أو جعل العالم قرية صغيرة.

كما يرتبط البث الإذاعي بالمجتمع بتوفير فرص عمل كثيرة⁽³⁾. عن طريق الإعلان سواء لمنتجات غذائية أو استهلاكية وغيرها. ومع انتشار المحطات الإذاعية المحلية ازدادت المنافسة على جذب المستمعين والمعلنين، حتى إنه تُجرى قياسات إحصائية لمعدل الاستماع من استطلاعات للرأي هاتفية أو ميدانية تقوم بذلك شركات متخصصة، مما عمق التفاعل المتبادل بين الإذاعات والمجتمع.

وكون وسائل الإعلام تحتل مرتبة مهمة في المجتمع وتحترق جميع مجالات الحياة اليومية بمختلف أنواعها تقريبا وتستحوذ على جزء كبير من أوقات فراغ الناس، وتختلف من مجتمع إلى آخر للتباين بين الأفراد إلا أن الناس عادة يقضون عدد من الساعات أسبوعياً في المشاهدة للتلفزيون ومنهم من يجد الوقت لاستعمال وسائل إعلامية أخرى مثل: الإذاعة والصحافة المكتوبة والسينما والكتاب والإنترنت⁽⁴⁾، بحسب الثقافات المتباينة وتوفر الوسيلة المعنية الحاملة لرسائل إعلامية هادفة.

الإطار التحليلي لعينة من البرامج الاجتماعية في الإذاعات المحلية:

للقوف بشكل أفضل على مدى نجاح تلك الإذاعات فيما تقدمه من برامج كان لابد من دراسة نماذج من البرامج الإذاعية المشتركة بين (الإذاعات المحلية) وكان التركيز أكثر على البرامج الاجتماعية والسياسية، حيث تركز تلك البرامج في الدورة البرمجية الثانية التي تبدأ مطلع مايو وتنتهي في أغسطس من كل عام وهي دورة إن جاز لنا تسميتها بالدورة المناسبة، هذه البرامج التي تؤدي دوراً كبيراً في آلية الحفاظ على الهوية الثقافية للإنسان اليمني من خلال الحفاظ على العادات والتقاليد وربطها بالإنسان اليمني أينما كان، لأنه من المتعارف أن الحفاظ على هوية الإنسان الثقافية هو نوع من ترسيخ لتلك الهوية الوطنية.

و في إطار تحليلنا لبرامج البث المشتركة التي تقدمها الإذاعات المحلية عادة في دوراتها البرمجية، وقع اختيارنا على نموذجين للبث المشترك بين إذاعات (سيؤن والحديدة، وحجة وأبين) تم من خلالها تحليل برنامجين إذاعيين مشتركين:

البرامج الإذاعية قيد التحليل:

- الأول بين إذاعات سيؤن والحديدة وحجة (***) والثاني بين إذاعات حجة وأبين وسيؤن وقبل استعراضنا لتلك البرامج لابد من إعطاء نبذة مبسطة عن تلك الإذاعات-إذاعة الحديدة:

افتتحت سنة (1968) وتبث برامجها على موجه متوسطة بقوة 50 كيلو واط، وتردد 1125 ك.هيرتز وعلى موجه FM بتردد 104 ميغا هيرتز، وحاليا تبث على الموجات التالية (FM 107 MHZ, FM 90.4 Mhz, MW1125 KHz) وتغطي أجزاء من المحافظات المجاورة (المحويت + حجة).

2. إذاعة سيئون:

افتتحت سنة (1973) ويغطي بثها وادي حضرموت والصحراء والمناطق المجاورة. تبث برامجها على موجه متوسطة بقوة 25 كيلو وات بذبذبة (1548) ك.هيرتز. وتغطي حضرموت الصحراء ومدينة سيئون.

3. إذاعة أبين:

افتتحت في 28 أكتوبر سنة (1973) وتبث برامجها على موجه متوسطة بتردد (1575) ك.هيرتز. وبعد تحقيق الوحدة اليمنية تم دمجها بالمؤسسة العامة للإذاعة والتلفزيون لتنظم إلى قائمة الإذاعات اليمنية المحلية. وتبدأ بثها في العاشرة صباحاً وتنتهي بثها في الثانية ظهراً، ويغطي بثها محافظة أبين.

4. إذاعة حجة:

بدأت البث في يوم الخميس بتاريخ 27-5-2004 على محطات F.M وتبث على نطاق حجة والمحافظات المجاورة لها المحويت وعمران وأجزاء من محافظة صعده، تبث على تردد (FM89,20) ويبدأ البث البرامجي فيها بواقع ثمان ساعات يومياً على مدى فترتين - الفترة الصباحية من الساعة (7,55) إلى (12) ظهراً، بينما الفترة المسائية تبدأ من الساعة (3,55) إلى (10,20) مساءً.

نموذج تحليلي للبرامج الإذاعية قيد الدراسة:

م	اسم الإذاعة	تاريخ النشأة	البرامج الإذاعية قيد الدراسة	المدة الزمنية للبرامج		
				ث	د	س
			مشارك مع الإذاعات المحلية الأخرى			
1	سيون	1973م	مايو في عيون الوطن	-	-	1
2	الحديدة	1968م	الفترة المفتوحة	-	30	1
			الفترة المفتوحة (نمار الوحدة)	58	41	1
			البرنامج المفتوح	15	15	3
3	أبين	1973م	مايو في الوجدان	-	40	1
4	حجة	2004م	مايو في ذاكرة الأجيال	33	30	
			الفترة المفتوحة	-	50	1

اسم البرنامج الأول : البث المفتوح

اسم البرنامج الثاني : مايو في ذاكرة الوجدان

نتناول محتوى البرنامج الأول، الذي بث عبر أثير إذاعات (سيون والحديدة وحجة)، وحمل البرنامج مسمى "البث المفتوح"، والذي عادة ما يكون موجهاً للجماهير باعتباره برنامجاً جماهيرياً، كما تحكي الخارطة التفصيلية لتلك الإذاعات المحلية.

ومن خلال تحليلنا لمحتوى البرنامج نجد انه هدف إلى إعطاء نبذة عن كل محافظة وتراثها التقليدي يقوم مندوب الإذاعات باستعراض المقاليد الأثرية في تلك المحافظات، حيث يتناول السرد للمحافظة وتضاريسها وأساس تسميتها ونشأتها التاريخية، وهذا برنامج تعريفي بالمحافظات اليمينية ويربطه بأثر الوحدة الوطنية في تلك المحافظات ومردودة على المواطنين، حيث يتم ربط الإنسان بالأرض من خلال أغنية تحثه على التوحد والحفاظ على وحدة التراب والأرض اليمينية الواحدة، حيث أدت الأغنية دوراً في هذا من خلال تسليط البرامج الإذاعية بشقيها المباشرة والمدرجة عبر الخارطة البرمجية الإذاعية، حيث تقوم الإذاعات بعمل ربط إذاعي مشترك يستفيد منه المستمعين في تلك المحافظات في نفس الوقت.

ويأتي هذا في ظل السياسة الإعلامية التي تتبناها وزارة الإعلام اليمينية والتي تهدف إلى تعميق الولاء الوطني لدى المواطن اليمنى من خلال اطلاعها على كل جديد، حيث تمثل البرامج المباشرة آلية سريعة لإيصال صوت المواطن للحكومة والعكس، وهي برامج تستهدف الطبقات المختلفة الساكنة في تلك المحافظات، من خلال تقديم أوجه التشابه بين المحافظات والحياة المعيشية المتقاربة ونمط الحياة للمزارعين وكذا الجوانب الثقافية والعلمية، وأيضاً طرق الحياة المتشابهة والتي تعمل على تشجيع الزيارات المتبادلة من خلال السياحة الداخلية بين المحافظات، يتم استضافة شخصية يكون لها دور بارز وسياسي في المحافظة يتم من خلالها تسليط الضوء على ثقافة المحافظة وكيف اكتسبت ثوبها الجديد مع الوحدة الوطنية.

وتعمل على ربط المستمع بالوطن وكيف أدت القصيدة إلى توحيد ثقافة اليمنى أي كان، تقوم هذه البرامج بعمل حلقة استعراضية في المحافظة تعمل على إبراز المشاريع التي قدمتها الوحدة للمواطنين في تلك المحافظات، وكيف عملت الوحدة على ترسيخ الأمن والاستثمار الاقتصادي في تلك المحافظات، إبراز المعالم التاريخية والأثرية، تستشهد كل ذلك عبر الأناشيد الحماسية والوطنية والتي تعمل

على بث روح الحماس للمواطنين لأجل الحفاظ على وحدتهم الوطنية والتمسك بأهدافها وما حقته حتى اليوم.

والتغني بالوطن تعد آلية ربط جديدة يتابع من خلالها المواطن تراث كل المحافظات اليمنية من خلال سرد تراثها الغنائي والثقافي وغيره من التقاليد التي تستعرضها البرامج المختلفة.

ينقل المذيع من خلال هذا البرنامج ما تتميز به المحافظة تلك عن غيرها، حيث يكون هناك نوع من التقرير الإذاعي يقدمه المذيع الموفد من قبل تلك الإذاعة (بما نطلق عليهم بالمراسلين على مستوى المديريات)، حيث يقوم بسرد ما تتميز به المحافظة وكيف استنهضت تنمويا بفعل الوحدة اليمنية، حيث يستخدم المذيع اللغة التحوارية مع المواطنين، لتكون قريبة منهم وذلك لتسهيل فهم ما تقدمه الإذاعات، حيث تقوم تلك الإذاعات بتقديم تراث غنائي معروف لدى المواطنين وهذا يعمل على تعزيز التفاهم والتقارب في مختلف المحافظات، على اعتبار أن لغة الخطاب الغنائي الأكثر قربا إلى نفوس المواطنين، خصوصا إذا ما أدركنا أهمية الشعر الغنائي المرتبط بالأمثلة الشعبية لدى المواطن العادي، حيث تركز معظم الإذاعات في تقديم برامجها على إبراز الأغنيات المشهورة في كل محافظة والتي ترتبط ارتباطا مباشراً بالوطن أي التغني بالوطن وأهمية الوحدة اليمنية لدى الآخرين وماذا حققت.

كما استخدمت الشعر ومرادفاته في التغني بثمار الوحدة الوطنية، على اعتبار أن للشعر مكانته في نفس المواطن اليمني.

- البرنامج الثاني:

أما برنامج البث المشترك الثاني^(***) والذي حمل مسمى (مايو في ذاكرة الوجدان) فقد قدم عبر أثر إذاعات حجة وأبين وسيؤن حيث بدأت مذيعة البرنامج تلقي سرد تاريخي للوحدة يصاحبها موسيقى حماسية.

بدأت بإلقاء قصيدة شعرية تتغنى بوحدة الوطن، ثم تلتها أغاني وحدوية حماسية، حكمت من خلالها تاريخ الوحدة اليمنية كيف بدأت وما مدلولها، كما ربطت الوحدة بالثورة اليمنية في كلا الشطرين سابقاً حينما ثار الجنوب ضد الاستعمار البريطاني وكذا القضاء على الحكم الأمامي في شمال الوطن، ربطت الأغنية بين الوحدة وحضارة اليمن قديماً وحديثاً، هدفت إلى إعطاء التجسيد الروحي للمجتمع اليمني منذ زمن الفتوحات الإسلامية وحتى اليوم، وكيف كانت الوحدة اليمنية سائرة بدون تشطير، غير أن الاستعمار هو من جعل من اليمن (يمنين - شمالاً وجنوباً).

لذا ركز هذا البرنامج على طرح مثل هذه القضايا وترسيخها لدى المواطن اليمني، وبلغة مبسطة، سرد هذا البرنامج تاريخ نشأة الوحدة وما هي المراحل التي مرت بها حتى تحققت، وهو يوم ميلاد الوحدة اليمنية، والتي رسخت مبدأ المواطنة لكل اليمنيين، ورغم المؤامرات على الوحدة اليمنية إلا أنها نجحت بعد حرب صيف (1994) والتي رسخها الجنود الأبطال وعلى ضوءها تم طرد الانفصاليين من اليمن، ليصبح الأمن والاستقرار هو السائد.

كما أن الوحدة حققت لليمن مكانته الدولية بعد ترسيم حدوده مع السعودية وعمان وإريتريا، جسدت تلك البرامج طبيعة الوحدة عبر أو برت غنائي يؤديها عدد من الفنانين من مختلف محافظات الجمهورية، يتغنون بالوحدة، وبمختلف اللهجات المحلية المتعددة في اليمن وهذا يعد نوع متميز للتقرب إلى نفوس المواطنين كافة والتخاطب بلهجاتهم المختلفة أو بالأصح لهجتهم القريبة والمحبة إليهم. الأغنية رسمت التغني بالمحافظات ومميزاتها وكيف تقوم الوحدة دوراً في إكمال التكامل الاقتصادي والسياسي والثقافي... الخ.

وهذا تركيز واضح من قبل الإذاعات المحلية على ترسيخ مفهوم الوحدة الوطنية ودلالاتها في نفس المواطنين، من خلال استخدام البرامج للهجات العدنية والحضرمية والصنعانية والأبوية وهي معظمها طاغية على البرامج وخصوصاً في الأغنية والأناشيد الوطنية الحماسية، ويبدو أن القائم بالاتصال على

دراية بالعناصر المتحركة بالقرارات الإعلامية لدى وزارة الإعلام وهي التي ترسم أو تجيز مثل هذه النصوص، واختتم البرنامج بأغنية لفرقة الشباب تتغنى بالأرض اليمنية الموحدة والجميلة.

هذه البرامج تبرز الهوية الثقافية في المحافظات اليمنية وكيفية الحفاظ عليها في ظل تكنولوجيا الإعلام التي تحاول طمس الهويات الثقافية للشعوب، لذا نجد أن تلك البرامج الإذاعية عادة ما تركز على الرسائل الإعلامية المشتركة بين الإذاعات المحلية وتسعى من خلالها إلى تعريف المواطن اليمني بالوطن والتعرف على العادات والتقاليد التي تختلف من محافظة إلى أخرى، والعمل على ترسيخ قيم ومبادئ الوحدة الوطنية لدى المواطنين حينما تحاكي مثل هذه البرامج مشاعرهم وهمومهم، وكيف وصلت إلى هذه الدرجة من الحرية بفعل الوحدة اليمنية التي ضمت أبناء الشعب الواحد بعد شتات صنعها المستعمر البريطاني والنظام الأمامي^(****)، حيث يبدأ التعريف بمزايا كل محافظة من الجوانب السياحية والاقتصادية وغيرها.

وهو نوع من التكامل بين المحافظات، سواء اقتصادي أو ثقافي أو نحوه، تدعو الأغنية المواطنين إلى وضع أيديهم مع بعضهم البعض والبقاء على عهد الوحدة اليمنية والتمسك بها والتربص بأعداء الوطن الذين يكررون دعواتهم للانفصال وهم الأشخاص الذين تم القضاء على مصالحهم، لذا تحاول الرسالة الإعلامية الإذاعية إعادة ما يمكن أن يحدث لو عادت عجلت الزمن للوراء ما هي المآسي وما هي إيجابيات الحفاظ على الوحدة، حيث يكون للجانب الثقافي دورا في هذا من خلال استضافة ضيف في وكذا شاعر كبير يتحدث عن فضل الوحدة وأهمية الحفاظ عليه، هذا الضيف يكون من أبناء المحافظة يقوم بسرد أهمية الوحدة وكيف بدأت وماذا قدمت لليمنيين حتى اليوم، فالقصيدة الوطنية (والمهاجل والزوامل)^(5*) كانت أحد عناصر الكفاح والحماسة لدى المواطن اليمني حيث يلي المواطن اليمني تلك الأناشيد وما بباطنها من دلالات، والتي وصفت ثورة الجنوب والشمال.

كما تطرق البرنامج إلى ما تتميز به محافظة أبين من ثقافة متعددة وما شهدته من إنجازات في ظل الوحدة وكيف استطاعت أن تنهض تنمويا وما هي الأشياء التنموية التي تحققت في عهد الوحدة وهذا نوع من تعريف المواطن بأهمية الوحدة الوطنية، أي معرفة الوطن من الداخل.

ويشكل التمسك بوحدة الهوية الوطنية لأي شعب عنواناً عن مدى اللحمة بين أبناء الوطن الواحد، بل ويعتبر هو المدخل الحقيقي لمعرفة وقياس عمق الوحدة الوطنية والانسجام بين مكونات أبناء الوطن الواحد⁽⁶⁾. بالرغم من تعدد وتنوع الثقافات المحلية الناجمة عن التنوع الجغرافي (سهل وساحل وجبل) أو التنوع الحضري (ريف - حضري - قبلي) أو التنوع الثقافي مثل (تنوع الغناء الصنعاني عن الغناء العدني عن الدان الحضرمي عن الغناء التهامي) كل تلك التنوعات تذوب جميعاً في بوتقة الولاء والانتماء وتشكل معاً لوحدة جامعة للوحدة الوطنية.

ويرتبط هذا بالدور الثقافي الذي تحققه وسائل الإعلام فهي تعد أدوات لنقل الثقافة للمجتمع ومن الوظائف الأساسية للاتصال، نقل الثقافة من جيل إلى جيل. والتي حددها رونالد لازوايل بثلاث وظائف يؤديها الإعلام في المجتمع وهي:

مراقبة البيئة، الترابط بين أجزاء المجتمع، نقل التراث الثقافي من جيل إلى جيل.

وقد أصبحت وسائل الاتصال الجماهيري أداة لصياغة الثقافة أكثر مما هي عامل من عوامل هذه الثقافة التي تشربت بها بالفعل خلايا البناء الاجتماعي⁽⁷⁾. وهناك فكرة قائلة بان تكنولوجيا الإعلام تتجاوز فكرة الفصل ما بين الإعلام والهويات ويشير الدارسون ويجادلون أن وسائل الإعلام ومن بينها الراديو كانت جميعاً مسؤولة عن جذب وجلب الجمهور المتعدد والمتفرق بحكم المكان، اللغة، العرق، والثقافة فهو يزيل الفروقات والاختلافات التي تجعل الثقافات بعيدة عن بعضها الآخر⁽⁸⁾.

فمن خلال الراديو أصبح الجمهور يستمع إلى بعضه البعض ويستمتع للمواطنين البعيدين حيث يرى "دافيد مورلي" في كتابه "جغرافية التلفزيون - الاتصالات والجمهور بأن البساط السحري لتكنولوجيا الإرسال والاتصال كما يسميه يلعب دوراً رئيساً في ربط الأفراد وعائلاتهم كعالم شعبي معروف في صورة ولغة وصوت هذا الجمهور، فهذا البساط هو الذي أخرج الجمهور من ضمن تقوقعه المحلي والتطور الإعلامي لم يؤدي بالضرورة إلى أحداث تناغم ثقافي ذلك أن المجتمعات المحدودة في وسائل الإعلام ووسائطه ومصادره توصلت إلى بناء حس بالانتماء الجمعي والمحافظة عليه في حين أن المجتمعات الأخرى والمجهزة بنظم إعلامية وطنية متطورة وبمستوى أفضل لم تستطع امتصاص الثقافات المحلية المختلفة⁽⁹⁾.

وعولمة الإعلام تقدم أكبر قدر ممكن من الجماعات الثقافية العالمية على حساب تلك المحلية فالتكنولوجيا - الإعلامية الحديثة قادرة على أن تفصل المكان عن الهوية وتزيد من ضعف الشعور بالانتماء المرتبط بالمحلي تعمل على تعويضها ونسج هويات غير متعلقة بالهوية المكاني وتقلل من الشعور بالانتماء إليه، ونشير بالذكر أن العديد من منتجات الصناعات السمعية والسمعية البصرية العالمية مع الخصوصيات الثقافية للمتلقين⁽¹⁰⁾.

كذلك في سياق العولمة يمكن اعتبار أن الثقافة تمتد عبر الزمان والمكان، ومن ثم فهي تأتي في العصر الإلكتروني عبر شاشة التلفزيون، والفيديو، المذياع، دون أن تتطلب من استكشافها في أي سياق آخر، أن النتائج الاصطناعي والمعاني الثقافية الوافدة من أماكن جغرافية مختلفة والخاصة بفترات تاريخية مختلفة يمكن أن تمتزج معا وتتجاوز⁽¹¹⁾.

إن تحليل شيد سون حول كيفية عمل الثقافة يقدم تبصيرات هامة لتحويل العلاقة القائمة بين الإعلام، المكان، الهوية، إلى التركيز التحليلي على عمل الهوية ولفهم كيف يتم توظيف الإعلام في بناء الأحاسيس بالمكان وهذا لقوة الثقافة

الإستراتيجية وقوتها البيانية، أثيرها البليغ والمخزون التاريخي المؤثر في تشكيل الهوية⁽¹²⁾.

لذا فإننا نضع التساؤل الآتي ما هي العلاقة بين الهوية الثقافية الوطنية والاتصال؟ ويمكننا ادراك ذلك بقولنا حينما نضع الإعلام قبل الهوية في الأولوية، لذا فانه ليس من المستغرب أن النظرة النموذجية المأخوذة عن الإعلام انه قوي وفعال في تحليل وتمييع الإحساس بالمكان، وفي بنا التجمعات الثقافية وهذا جزء من الناتج الحاصل من جراء تحديد الهوية عوضا عن تحديد مفهوم الممارسات الاتصالية المختلفة المتأصلة في الإجراءات والمتعلقة بتشكيل الهوية هذا حسب رأي (كاري) في كتابة الاتصال كثقافة سهلة للإعلام والمجتمع سنة (1887).

فضمن هذا النموذج فان تكنولوجيا الإعلام هي القوى الحيوية والمحددة وهي مبدئيا الظواهر المستقلة وهما مبدئيا ظواهر تابعة، فتكنولوجيا الإعلام هي القوى المسببة والفاعلة والهويات هي النتيجة والأثر، وهي تشكل نتيجة فعل تكنولوجيا الإعلام. ولقد أكد (هارفاي) في سنة (1993) في كتابه الثقافات المحلية وهو احد منظري ما بعد الحداثة ضرورة التعرف على مشكلة المكان والتركيز على المعنى والمميزات التابعة للمجموعة والمكان.

أما الباحث (أقنوا) في كتابه (المكان والسياسة - جغرافية الإعلام والمجتمع) فهو يقدم بديلا عن طريق التمييز ما بين المحلي والمكاني وحس المكان (التركيب المحلي) فالمكان يشير إلى البناء الاجتماعي والذي عن طريقه يتكامل المحلي بالمكاني فمن الخطأ حسب (اقنوا) فهم المكان تجريديا وكأنه حاجز للاتصال وتشكيل الهوية، فاللغة المشتركة، الماضي المشترك، الدين الواحد، التقاليد المشتركة، هي من أهم العناصر المساعدة للمجموعات والجماعات على الاستقرار والوجود وهي من أهم ظواهر الهوية الثقافية⁽¹³⁾.

ونجد في هذا الصدد بان وسائل الإعلام تلعب دوراً كبيراً في التأثير على المعايير الثقافية منذ ظهورها وحتى اليوم حيث تشير العديد من الدراسات

الإعلامية إلى ذلك التأثير وفقا لنظريات أجراها عدد من الباحثين، حيث نجد (ملفين دي فلير) في نظرية المعايير الثقافية التي قدمها سنة (1980) والمتمحوره فكرتها بالقول: إن وسائل الإعلام من خلال عروض منتقاة ومن خلال التركيز على موضوعات معينة، تستطيع أن تحقق انطبعا لدى جمهورها بان المعايير الثقافية "القواعد العامة التي يجب فهمها وأتباعها بواسطة جميع أفراد المجتمع يتم تحديدها بطريقة معينة وهذه المعايير تغطي مدى واسعا من النشاطات وطبقا لهذه النظرية فان وسائل الإعلام لا تؤثر في الأشخاص فقط ولكن تؤثر في الثقافة، حيث تقوم وسائل الإعلام بتعزيز الأعراف الاجتماعية ونشرها⁽¹⁴⁾.

ولكن بالمقابل نجد أن هناك تأثير ثقافي على وسائل الإعلام ذاتها، فإذا كانت وسائل الإعلام تقوم بنشر المعايير الثقافية بين جمهورها لدرجة أنهم يتوحدون في فهمهم اتجاه الأعراف والتقاليد والعادات فان المعايير الثقافية تؤثر أيضا على وسائل الإعلام، على أن المعايير الثقافية لا يقف دورها في مجال السلوك الإخباري عن اختيار وسائل الإعلام للأحداث وكيفية تغطيتها ولكنها تتعدى إلى كيفية إدراك جمهور هذه الوسائل إلى ما يقدم من معلومات واختلاف إدراكه الذي يرجع إلى عوامل مرتبطة باختلاف الثقافات الفرعية داخل الثقافة العامة للمجتمع الواحد⁽¹⁵⁾.

وبعبارة أخرى فإن وسائل الإعلام تخلق صوراً في رؤوسنا وهذه الصورة تقدم لنا معرفة عن الواقع الذي يشكله سلوكنا وتعرف البحوث التي توضح تأثير وسائل الإعلام في بناء الواقع ببحوث الغرس أو التثقيف ومن هذه البحوث نظرية الغرس الثقافي التي قدمها (جرنر) وزملائه خلال السبعينيات وتقع هذه النظرية ضمن النظريات التي تتحدث عن التأثير البعيد المدى للواقع الذي تقدمه وسائل الإعلام وتقوم النظرية على فرض رئيسي وهو أن التليفزيون من بين وسائل الإعلام الجماهيرية نال مكانا بارزا في الحياة اليومية وانه يسيطر على بيئتنا الرمزية، لذا نجد أن القائم بالاتصال لديه معرفة بالهوية الثقافية التي يعمل بها فلا

يمكن القول بان الصدفية الزمنية هي التي دفعت إلى ظهور هذه المجموعة المجتمعية من التفاعلات⁽¹⁶⁾.

كما يجب معرفة نوع النظام الاجتماعي الذي يعمل في إطاره القائم بالاتصال ومكانته، فيه الأدوار التي يؤديها كما يجب معرفة المعتقدات الثقافية أو القيم المسيطرة عليه، أيضا لأنها تؤثر على اختياره للمضمون وتفسيره لاحتياجات واهتمامات الجمهور. وفي هذا الصدد يطالب الباحثان (رايلي وورالي) سنة (1909) برؤية اجتماعية لعملية الاتصال تضع القائم بالاتصال في السياق الاجتماعي لعضويته في الجماعة والبنية الاجتماعية⁽¹⁷⁾.

ولذا يمكن القول بأن رؤية القائم بالاتصال وتصوره لجمهوره يمارس دوراً هاماً في تشكيل مضمون الرسالة الإعلامية وبالتالي فالقائم بالاتصال في حاجة ماسة إلى معرفة جمهوره لكي يكون اتصاله ذا فعالية.

وخلص "دي سولا بوول وشولمان" في دراستهما إلى أن تأثير العملية الاتصالية يذهب في اتجاهين من المرسل أي أن الجمهور أيضا يؤثر على القائم بالاتصال فتوقع رد فعل الجمهور يحدد بطريقة ما نوعية الرسائل، أو على الأقل الجمهور الذي يفكر فيه القائم بالاتصال يلعب دوراً هاماً في الاتصال، حيث يؤثر في نوعية الرسالة، ولقد أوضحت الدراسات التجريبية التي أجراها "ريموند بوير" أن نوعية الجمهور التي يتوجه إليه القائم بالاتصال لها تأثير كبير على الأسلوب الذي يتم به اختياره تنظيم المادة الإعلامية.

كما أوضح "بوير" أيضا أنه من النادر أن يوجه القائم بالاتصال رسالته إلى جمهور واحد ظاهر، فهناك جماهير ثانوية وجماعات مرجعية قد يتخيلها القائم بالاتصال وقد تكون من الأهداف الرئيسية للاتصال وتلعب في بعض الأحيان دوراً مؤثراً في عملية الاتصال، ولقد أصبحت دراسة "ايت" عن حارس البوابة من الدراسات الكلاسيكية لأنه يستعرض عملية الاختيار التي يقوم بها حارس البوابة في العملية الاتصالية، هذا الاختيار الذي يحدد جانباً منه بالطبع، تصوره

للجمهور كما أوضح "بريد" أن القائمين بالاتصال يتأثرون في بعض الأحيان بجمهورهم المباشر أي الرؤساء والزملاء، أكثر من تأثرهم بالجمهور العريض الذي لا يعرفونه جيدا. وترجع معرفة أهمية الجمهور إلى الأبعاد الأساسية لعملية الاتصال والتي يمكن فهمها بطريقة أفضل لو أخذنا في الاعتبار بعض أفكار "هربرت ميد" عن الاتصال.

فبالنسبة له لا يتم الاتصال بدون علاقة مسبقة، فالجماعة التي لا تتمتع بمصلحة مشتركة أو نشاط تعاوني لا يحدث بينهما اتصال فوجود لغة مشتركة لا يكفي لكي يتم الاتصال، بل هناك أيضا الحاجة الماسة إلى أساس من الفكر المشترك، والذي هناك حاجة أولية لان تكون هناك علاقة ما بين القائم بالاتصال والجمهور لكي يتم الاتصال. سيكون عند الجمهور بعض المعرفة أو الاتجاه (احترام، إعجاب، استهزاء) نحو مصدر الاتصال، وبالتالي ستتكون لدى القائم بالاتصال رؤية لدوره وبعض التوقعات نحو من سيتوجه إليهم بالرسالة الإعلامية، وقد تكون هذه العلاقة نتيجة لوجود بعض التوقعات المتبادلة من الطرفين تجاه بعضهما البعض أو عن طرق تفاعل مباشر بينهما⁽¹⁸⁾.

وهنا يمكن القول بان القائم بالاتصال في حاجة شديدة إلى معرفة جمهوره وان تصوره لهذا الجمهور يؤثر على قراراته تأثيراً لا يمكن أن نقلل من شأنه بالإضافة إلى تصور القائم بالاتصال عن نفسه، والصورة التي يعتقد أن المتلقي رسمها له مما يؤثر على الرسالة التي يقدمها، فان هذه الرسالة تتأثر أيضا بالصورة التي يرسمها القائم بالاتصال للجمهور.

خاتمة:

خلصت الدراسة إلى أن الإذاعات اليمنية المحلية نجحت إلى حد ما، في خلق آلية التواصل بين مواطني المحافظات اليمنية، من خلال ما تقوم بإبرازه في خارتها البراجمية (البث المشترك) بين الإذاعات والذي من خلاله يتم التعريف بثقافات ولهجات المحافظات اليمنية لدى مواطنيها.

كما أنها تدعم وترسخ معظم القيم الوطنية التي تدعو إلى وحدة الصف اليمني، إلا أن الرسالة الإعلامية ووفقاً لنتائج دراسات أجريت في هذا الشأن، مازالت في طور التأخر الإعلامي المتعارف عليه، لان القائم بالاتصال على تلك الإذاعات مازال حبيس الأدراج المغلقة أولاً، ولعدم وجود الكفاءات الإعلامية التي تعاصر بفكرها ثقافة الإعلام العالمي ومواكبة كل جدي.

كما أن القائم بالاتصال يخضع إلى مركزية الإعلام الوطني الذي يفرض سياسة إعلامية تتبعها معظم القنوات الإذاعية المحلية، وهذا يعد خلل إعلامي واضح في الوسائل الإعلامية المحلية التي لم تستقل في سياستها الإعلامية، مما يمكنها من خلق آلية التنافس والإبداع.

❖ هوامش البحث

(**) مايكل موري، أستاذ جامعي يُدرّس موضوع الاتصالات عن بعد في جامعة بيرداين في ماليبو، بولاية كاليفورنيا. وهو يكتب أيضاً مقالات حول الإعلام الإلكتروني لمجلات مهنية وأكاديمية.

(1) متاحة على الموقع، <http://www.america.gov/st/democracy>، تاريخ الزيارة، يوم الأربعاء 7-4-2010 الساعة 12 ظهراً.

(2) محمد خالد شاهين، البث الإذاعي، متاحة على الموقع الإلكتروني، <http://www.arab-ency.com>، تاريخ الزيارة، الأربعاء 7-4-2010م الساعة 11 صباحاً.

(3) المرجع السابق.

(4) السعيد بومعيزة: أثر وسائل الإعلام على القيم والسلوكيات لدى الشباب، دراسة استطلاعية بمنطقة البليدة، أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه دولة في علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر، 2006، ص 35.

(***) تم الاعتماد على البث المشترك بين إذاعتي سيئون والحديدة للدورة البراجمية الثانية والتي يطلق عليها عادة بالدورة (المناسباتية) المرتبطة بأعياد الوحدة الوطنية التي تبدأ في مايو وتنتهي في أغسطس من كل عام.

(5) جميل محمد أحمد، الإذاعة اليمنية، مطابع التوجيه المعنوي، صنعاء، 2009، ص 259.

(****) تم الاعتماد على البث المشترك بين إذاعتي حجة وأبين للدورة البراجمية الثانية والتي يطلق عليها عادة بالدورة (المناسباتية) المرتبطة بأعياد الوحدة الوطنية التي تبدأ في مايو وتنتهي في أغسطس من كل عام.

(*5) هذا المصطلح أطلق نسبة على أسرة بيت حميد الدين وهو الذي حكم اليمن قبل الثورة في سنة 1962.

(*6) هي إحدى الفنون الشعبية التي مازالت عالقة في أكثر من منطقة يمنية وفيها يردد جماعات بعض من الأناشيد فيها نوع من المدح أو الذم بحسب المناسبة وغالبا ما تستخدم في الأعراس اليمنية وفي مناجاة الضيف القادم وهكذا.

(6) سمير العبدلي، "الجمهورية اليمنية وأهمية تعزيز الهوية والانتماء الوطني"، قضايا إستراتيجية، مركز الدراسات والبحوث اليمني، العدد الثاني - السنة الأولى، إبريل - يونيو، 2009، صنعاء، ص7.

(7) أسامة عبد الرحيم علي: القيم التربوية في صحافة الأطفال، دراسة في تأثير الواقع الثقافي، ايتراك للطباعة والنشر، القاهرة، 1998، ص56.

(8) غسان منير حمزة سنو، على الطرح: الهويات الوطنية والمجتمع العالمي والإعلام، دار النهضة العربية، بيروت، 2002، ص140.

(9) المرجع السابق، ص145.

(10) كريس باركر: التليفزيون والعولمة والهويات الثقافية، ترجمة: علاء احمد صلاح، مجموعة النيل العربية، 2006، ص94.

(11) غسان منير حمزة سنو، مرجع سبق ذكره، ص 156.

(12) المرجع السابق، ص ص 157-158.

(13) أسامة عبد الرحيم علي: مرجع سبق ذكره، ص58.

(14) المرجع السابق، ص 59.

(15) المرجع السابق، ص 60.

(16) محمد منير حجاب: الإعلام والتنمية الشاملة، دار الفجر للنشر والتوزيع، مصر، 1998، ص 110.

(17) محمد الجوهري وآخرون: علم الاجتماع ودراسة الإعلام والاتصال، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، 1992، ص 210.

(18) المرجع السابق، ص ص 157-158.