البث المشترك في الإذاعات اليمنية المحلية ودوره في الحفاظ على الهوية الثقافية الوطنية.

صالح محمد حُميد

قسم علوم الإعلام والاتصال، كلية العلوم السياسية والإعلام، جامعة دالي إبراهيم- الجزائر

ملخص:

لقد نجحت الإذاعات اليمنية المحلية إلى حد ما، في خلق آلية التواصل بين مواطني اليمن، من خلال ما تقوم بإبرازه في خارطتها البرامجية (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 ووفقًا لنتائج دراسات أجريت في هذا الشأن، مازالت في طور التأخر الإعلامي المتعارف عليه، لأن القائم بالاتصال على تلك الإذاعات مازال حبيس الأدراج المغلقة أولا، ولعدم وجود الكفاءات الإعلامية التي تعاصر بفكرها ثقافة الإعلام العالمي ومواكبة كل جديد، كما أن القائم بالاتصال يخضع إلى مركزية الإعلام الوطني الذي يفرض سياسة إعلامية تتبعها معظم القنوات الإذاعية المحلية، وهذا يعد خللًا إعلاميًا واضحًا في الوسائل الإعلامية المحلية التي لم تستقل في سياستها الإعلامية، مما يمكنها من خلق آلية التنافس والإبداع .

الكلمات الدالة : الإذاعات اليمنية المحلية، البث المشترك، الهوية الثقافية الوطنية.

انتهجت السياسة الإعلامية اليمنية آلية البث المشترك في إطار الإذاعات المحلية، وذلك لغرض الحفاظ على الهوية الثقافية للمحافظات اليمنية من الاندثار، كما إن رسم آلية التواصل الإعلامي بين الحاكم والمحكوم ظلت هي الأخرى هاجسًا يؤرق السلطات اليمنية، وذلك في ظل الفوضى العارمة التي تسطرها بقية الوسائل الإعلامية المعادية للوحدة الوطنية بين اليمنيين، لذا كان لا بد من إيجاد وسائل إعلامية محلية بديلة لها علاقة وارتباط بالمجتمعات المحلية اليمنية.

إن إطلاق تجربة البث المحلي في أغلب المحافظات اليمنية يعد خطوة رائدة أقرتها وزارة الإعلام اليمني ضمن خطتها الهادفة لتعميم وإيصال البث المحلي إلى المحافظات اليمنية كافة، حيث لاقت نجاحًا كبيرًا في تغطية مختلف النشاطات الثقافية والاقتصادية والاجتماعية والخدمية، وهي تفسح المجال لملامسة تفاصيل الحياة اليومية في المجتمع المحلي لمختلف الشرائح العمرية والطبقات الاجتماعية وتقديم مادة نوعية شكلًا ومضمونًا تهم الجمهور المحلي وجذبه لخلق حالة تفاعلية بين الإعلامي والمسؤول من جهة والمواطن من جهة أخرى.

وحتى اليوم أنشأت ثلاثة عشر إذاعة محلية منها إحدى عشر إذاعة دخلت حيز التنفيذ في بثها ألبرامجي، فيما البقية مازالت في طور الإنشاء بموجب قرارات صادرة، هذا التطور للإعلام المحلي اليمني جعل المنافسة المحلية بين تلك الإذاعات أمرًا ضروريًا للارتقاء بالرسالة الإعلامية كميًا ونوعيًا، انطلاقًا من إشكالية المحلي وكيفية ترسيخه لدى جماهير تلك الإذاعات، حيث نجد أن الخارطة البرنامجية للإذاعات المحلية ترتبط دومًا بما هو محلي كون الهدف الرئيسي الذي أنشئت لأجله تلك الإذاعات ينبغي أن يجسد على أرضية الميدان.

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

وقبل الدخول في تحليل إحدى البرامج الإذاعية المشتركة لا بد لنا من التطرق إلى سؤال جوهري : ما هي إسهامات البث الإذاعي في تطوير أي مجتمع ؟

في هذه النقطة يشير(مايكل موري)(**) بأن التقدّم 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 تقريبًا بشكل جذري، فغيرت جذريًا كيفية بث محطات الإذاعة والتلفزيون لبرامجها وكيفية إنتاجها لها، كما غيرت ما يرغب المستمعون في سماعه، ومتى يرغبون في سماعه[1] لذا فإن الإذاعات دومًا 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 اهتمامًا خاصًا 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 إن 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 تعليمٍ 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 وآني الاتصال في العالم، ومعه أضحى الإنسان شاهدًا 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 منافسًا للكتاب وللصحيفة، وعلى أن التلفاز قد انتزع منه الصدارة فإن الكلفة المنخفضة لأجهزة الاستقبال والتطور المستمر فيها حافظت على انتشاره. وقد أدى البث الإذاعي دورًا أساسيًا 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 وميدانية تقوم بها شركات متخصصة، مما عمق التفاعل المتبادل بين الإذاعات والمجتمع.

وكون وسائل الإعلام تحتل مرتبة مهمة في المجتمع

وتخترق جميع مجالات الحياة اليومية بمختلف أنواعها تقريبًا وتستحوذ على جزء كبير من أوقات فراغ الناس، وتختلف من مجتمع إلى آخر للتباين بين الأفراد إلا أن الناس عادة يقضون عددًا من الساعات أسبوعيًا في مشاهدة التلفزيون 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.

ففي الإعلام المحلي اليمنى(الإذاعات المحلية)نجد التركيز أكثر على البرامج الاجتماعية والسياسية، حيث تتركز تلك البرامج في الدورة البرنامجية الثانية التي تبدأ مطلع مايو وتنتهي في أغسطس من كل عام وهي دورة إن جاز لنا تسميتها بالدورة المناسباتية، هذه البرامج التي تؤدي دورًا كبيرًا في آلية الحفاظ على الهوية الثقافية للإنسان اليمنى من خلال الحفاظ على العادات والتقاليد وربطها بالإنسان اليمنى أينما كان، لأنه من المتعارف أن الحفاظ على هوية الإنسان الثقافية هو نوع من ترسيخ لتلك اللهوية الوطنية.

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

- الأول بين إذاعة سيؤن والحديدة(***) والثاني بين إذاعة حجة وأبين.

وقبل استعراضنا للبرنامجين لا بد من إعطاء نبذة مبسطة عن تلك الإذاعات[5]

1-إذاعة الحديدة:

افتتحت عام 1968م وتبث برامجها على موجة متوسطة بقوة 50كيلو واط، وتردد 1125 ك.هيرتز وعلى موجة FM بتردد 104 ميجا هيرتز، وحاليًا تبث على الموجات التالية(MW1125 KHz، FM 90.4 Mhz، FM 107 MHZ)وتغطي أجزاء من المحافظات المجاورة(المحويت+ حجة).

2- إذاعة سيئون:

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

3- إذاعة أبين:

افتتحت في 28اكتوبر عام 1973م وتبث برامجها على موجة متوسطة بتردد (1575)ك.هيرتز. وبعد تحقيق الوحدة اليمنية تم دمجها بالمؤسسة العامة للإذاعة والتليفزيون لتنظم إلى قائمة الإذاعات اليمنية المحلية . وتبدأ بثها في العاشرة صباحًا وتنهي بثها في الثانية ظهرًا ، ويغطي بثها محافظة أبين.

4- إذاعة حجة:

بدأت البث في يوم الخميس بتاريخ 27-5-من شهر أبريل 2004 على محطات FM وتبث على نطاق حجة والمحافظات المجاورة لها المحويت وعمران وأجزاء من محافظة صعدة، تبث على تردد(FM89.20) ويبدأ البث البرامجي فيها بواقع ثمان ساعات يوميًا على مدى فترتين – الفترة الصباحية من الساعة (7.55) إلى(12) ظهرًا، بينما الفترة المسائية تبدأ من الساعة(3.55 إلى 10.20 مساءً.

ولنبدأ بعرض محتوى البرنامج الأول

اسم البرنامج :البث المفتوح

الإذاعات المشتركة: سيؤن والحديدة.

ومن خلال تحليلنا محتوى البرنامج نجد أنه هدف إلى إعطاء نبذة عن كل محافظة وتراثها التقليدي يقوم مندوب الإذاعتين باستعراض المقاليد الأثرية في تلك المحافظات، حيث يتناول السرد للمحافظة وتضاريسها وأساس تسميتها ونشأتها التاريخية، وهذا برنامج تعريفي بالمحافظات اليمنية وأثر الوحدة الوطنية في تلك المحافظات ومردوده على

المواطنين، حيث يتم ربط الإنسان بالأرض من خلال أغنية تحثه على التوحد والحفاظ على وحدة التراب والأرض اليمنية الواحدة، حيث أدت الأغنية دورًا في هذا من خلال تسليط البرامج الإذاعية بشقيها المباشرة والمدرجة عبر الخارطة البرامجية الإذاعية، حيث تقوم الإذاعات بعمل ربط إذاعي مشترك يستفيد منه المستمعون في تلك المحافظات في نفس الوقت ، ويأتي هذا في ظل السياسة الإعلامية التي تتبناها وزارة الإعلام اليمنية 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، وأيضًا 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 خلاله تسليط الضوء على ثقافة المحافظة وكيف اكتسبت ثوبها الجديد مع الوحدة الوطنية، وتعمل على ربط المستمع بالوطن وكيف أدت القصيدة إلى توحيد ثقافة اليمني أيًّا 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 حققته 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 من 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 تنمويًا بفعل الوحدة اليمنية، حيث يستخدم المذيع اللغة التحاورية مع المواطنين، لتكون قريبة منهم وذلك لتسهيل فهم ما تقدمة الإذاعات، حيث تتناسب بالمادة المقدمة في كل الإذاعات بتقديم تراث غنائي معروف لدى المواطنين وهذا يعمل على تعزيز التفاهم والتقارب بين المواطنين من تلك المحافظات، على اعتبار أن لغة الخطاب الغنائي الأكثر قربًا إلى نفوس المواطنين، خصوصًا إذا ما أدركنا أهمية الشعر الغنائي المرتبط بالأمثلة الشعبية لدى المواطن العادي، حيث ركزت معظم الإذاعات في تقديم برامجها على إبراز الأغنيات المشهورة في كل محافظة والتي ترتبط ارتباطا مباشرًا 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.

أما برنامج البث المشترك الثاني فقد قدم عبر أثيري إذاعة حجة وأبين(****) وبث مع إذاعة أبين تحت مسمى (مايو في ذاكرة الوجدان) وكانت مدته الزمنية"22.45"اثنتان وعشرين دقيقة وخمسة وأربعين ثانية، حيث بدأت مذيعة البرنامج تلقي سرد تاريخي للوحدة يصاحبها موسيقى حماسية.

بدأت بإلقاء قصيدة شعرية تتغنى بوحدة الوطن، ثم تلتها أغانٍ وحدوية حماسية، حكت من خلالها تاريخ الوحدة اليمنية كيف بدأت وما مدلولها، كما ربطت

الوحدة بالثورة اليمنية في كلا الشطرين سابقًا حينما ثار الجنوب ضد الاستعمار البريطاني وكذا القضاء على الحكم الإمامي في شمال الوطن، ربطت الأغنية بين الوحدة وحضارة اليمن قديمًا وحديثًا، 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(يمنيين- شمالاُ وجنوبًا)، 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 1994م والتي رسخها الجنود الأبطال وعلى ضوئها 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 أوبريت غنائي يؤديها عدد من الفنانين من مختلف محافظات الجمهورية، يتغنون بالوحدة، وبمختلف اللهجات المحلية المتعددة في اليمن وهذا يعد نوعًا متميزًا للتقرب إلى نفوس المواطنين كافة والتخاطب بلهجاتهم المختلفة أو بالأصح لهجتهم القريبة والمحببة إليهم.

الأغنية رسمت التغني بالمحافظات ومميزاتها وكيف تلعب الوحدة دورًا في إكمال التكامل الاقتصادي والسياسي والثقافي... إلخ وهذا تركيز واضح من قبل الإذاعات المحلية على ترسيخ مفهوم الوحدة الوطنية ودلالاتها في نفس المواطنين، استخدمت البرامج اللهجات العدنية والحضرمية والصنعانيه والإبية وهي معظمها طاغية على البرامج وخصوصًا في الأغنية والأناشيد الوطنية الحماسية، ويبدو أن القائم بالاتصال على دراية بالعناصر المتحكمة 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 صنعه المستعمر البريطاني والنظام الأمامي(*****)، حيث يبدأ التعريف بمزايا كل محافظة من الجوانب السياحية والاقتصادية وغيرها، وهو نوع من التكامل بين المحافظات، سواء الاقتصادي أو الثقافي أو نحوه، تدعو الأغنية المواطنين إلى وضع أياديهم مع بعضهم بعض 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 عجلة الزمن للوراء ما هي المآسي وما هي إيجابيات الحفاظ على الوحدة، حيث يكون للجانب الثقافي دور في هذا من خلال استضافة ضيف فني وكذا شاعر كبير يتحدث عن فضل الوحدة وأهمية الحفاظ عليها، هذا الضيف يكون من أبناء المحافظة يقوم بسرد أهمية الوحدة وكيف بدأت وماذا قدمت لليمنيين حتى اليوم، فالقصيدة الوطنية (والمهاجل والزوامل)(******) كانت أحد عناصر الكفاح والحماسة لدى المواطن اليمني

حيث يلبي 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 تنمويًا 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 عنوانًا عن مدى اللحمة بين أبناء الوطن الواحد، بل يعد 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 جميعًا في بوتقة الولاء والانتماء وتشكل معًا 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.

فقد حددها رونالد لازوايل بثلاث وظائف يؤديها الإعلام في المجتمع وهي :

1- مراقبة البيئة.

2- 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 بأن تكنولوجيا الإعلام تتجاوز فكرة الفصل ما بين الإعلام والهويات ويشير الدارسون أن وسائل الإعلام ومن بينها الراديو كانت جميعًا 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 بعضًا ويستمع للمواطنين البعيدين حيث يرى دافيد مورلي في كتابه "جغرافية التليفزيون – الاتصالات والجمهور حيث يقول إن "البساط السحري لتكنولوجيا الإرسال والاتصال كما يسميه يلعب دورًا رئيسًا 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 إحداث 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 بالحيز المكاني وتقلل من الشعور بالانتماء إليه، ونشير بالذكر إلى 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 التليفزيون، والفيديو، المذياع، دون أن تتطلب من استكشافها في أي سياق آخر، أن النتاج الاصطناعي والمعاني الثقافية الوافدة من أماكن جغرافية مختلفة والخاصة بفترات تاريخية مختلفة يمكن أن تمتزج وتتحاور[11] مع 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، وتأثيرها البليغ والمخزون التاريخي المؤثر في تشكيل الهوية[12]

3- لذا فإننا نضع التساؤل الآتي: ما هي العلاقة بين الهوية الثقافية والاتصال؟

ويمكننا إدارك ذلك بقولنا حينما نضع الإعلام قبل الهوية في الأولوية، لذا فإنه ليس من المستغرب أن النظرة النموذجية المأخوذة عن الإعلام أنه قوي وفعال في تحليل وتمييع الإحساس بالمكان، وفي بناء التجمعات الثقافية وهذا جزء من الناتج الحاصل من جراء تحديد الهوية عوضًا عن تحديد مفهوم الممارسات الاتصالية المختلفة المتأصلة في الإجراءات والمتعلقة بتشكيل الهوية هذا حسب رأي (كاري) في كتابه الاتصال كثقافة سهلة للإعلام والمجتمع سنة 1887.ضمن هذا الأنموذج فإن تكنولوجيا الإعلام هي القوى الحيوية والمحددة وهي مبدئيًا الظواهر المستقلة وهما مبدئيًا ظواهر تابعة، فتكنولوجيا الإعلام هي القوى المسببة والفاعلة والهويات هي النتيجة والأثر، وهي تشكل نتيجة فعل تكنولوجيا الإعلام. ولقد أكد (هارفاي) في سنة 1993م في كتابه الثقافات المحلية وهو أحد منظري ما بعد الحداثة ضرورة التعرف على مشكلة المكان والتركيز على المعنى والمميزات التابعة للمجموعة والمكان . أما الباحث (أقنو) في كتابه (المكان والسياسة – جغرافية الإعلام والمجتمع) فهو يقدم بديلا عن طريق التميز ما بين المحلي والمكاني وحس المكان (التركيب المحلي) فالمكان يشير إلى البناء الاجتماعي والذي عن طريقه يتكامل المحلي بالمكاني فمن الخطأ حسب (اقنو) فهم المكان تجريديًا 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 بأن وسائل الإعلام تلعب دورًا كبيرًا في التأثير على المعايير الثقافية منذ ظهورها وحتى اليوم حيث تشير العديد من الدراسات الإعلامية إلى ذلك التأثير وفقًا لنظريات أجراها عدد من الباحثين، حيث نجد (ملفين دي فلير) في نظرية المعايير الثقافية التي قدمها عام 1980م والمتمحورة فكرتها بالقول : إن وسائل الإعلام من خلال عروض منتقاة ومن خلال التركيز على موضوعات معينة، تستطيع أن تحقق انطباعًا لدى جمهورها بأن المعايير الثقافية " القواعد العامة التي يجب فهمها واتباعها بواسطة جميع أفراد المجتمع يتم تحديدها بطريقة معينة وهذه المعايير تغطي مدى واسعًا من النشاطات وطبقًا لهذه النظرية فإن 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 تأثيرًا ثقافيًا على وسائل الإعلام ذاتها، فإذا كانت وسائل الإعلام تقوم بنشر المعايير الثقافية بين جمهورها لدرجة أنهم يتوحدون في فهمهم اتجاه الأعراف والتقاليد والعادات فإن المعايير الثقافية تؤثر أيضًا 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 صورًا 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 (جربنر) وزملاؤه خلال السبعينيات وتقع هذه النظرية ضمن النظريات التي تحدث عن التأثير البعيد المدى للواقع الذي

تقدمه وسائل الإعلام وتقوم النظرية على فرض رئيسي وهو أن التليفزيون من بين وسائل الإعلام الجماهيرية نال مكانًا بارزًا في الحياة اليومية وأنه يسيطر على بيئتنا الرمزية، لذا نجد أن القائم بالاتصال لديه معرفة بالهوية الثقافية التي يعمل بها فلا يمكن القول: إن الصدفة 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، أيضًا لأنها تؤثر على اختياره للمضمون وتفسيره لاحتياجات واهتمامات الجمهور .وفي هذا الصدد يطالب الباحثان (رايلي وورالي) عام 1909م برؤية اجتماعية لعملية الاتصال تضع القائم بالاتصال في السياق الاجتماعي لعضويته في الجماعة والبنية الاجتماعية[17]ولذا يمكن القول: إن رؤية القائم بالاتصال وتصوره لجمهوره يلعب دورًا هامًا في تشكيل مضمون الرسالة الإعلامية ومن ثم فالقائم بالاتصال في حاجة ماسة إلى معرفة جمهوره لكي يكون اتصاله ذا فعالية .فلقد خلص "دي سولا بوول وشولمان" في دراستهما إلى أن تأثير العملية الاتصالية يذهب في اتجاهين من المرسل أي إن الجمهور أيضًا يؤثر على القائم بالاتصال فتوقع رد فعل الجمهور يحدد بطريقة ما نوعية الرسائل، أو على الأقل الجمهور الذي يفكر فيه القائم بالاتصال يلعب دورًا هامًا 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" أيضًا 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 دورًا مؤثرًا في عملية الاتصال، ولقد أصبحت دراسة "وايت "عن حارس البوابة من الدراسات الكلاسيكية لأنه يستعرض عملية الاختيار التي يقوم بها حارس البوابة في العملية الاتصالية ، هذا الاختيار الذي يحدد جانبًا 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 جيدًا. 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 من دون 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 أيضًا الحاجة الماسة إلى أساس من الفكر المشترك، والذي هناك حاجة أولية لأن تكون هناك علاقة ما بين القائم بالاتصال والجمهور لكي يتم الاتصال. سيكون عند الجمهور بعض المعرفة أو الاتجاه (احترام، إعجاب، استهزاء) نحو مصدر الاتصال، ومن ثم 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 بعضا أو عن طرق تفاعل مباشر بينهما[18]وهنا يمكن القول: إن القائم بالاتصال في حاجة شديدة إلى معرفة جمهوره وإن تصوره لهذا الجمهور يؤثر على قراراته تأثيرًا 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 ،فإن هذه الرسالة تتأثر أيضًا بالصورة التي يرسمها القائم بالاتصال للجمهور.

الهوامش والمراجع:

**. مايكل موري، أستاذ جامعي يُدّرس موضوع الاتصالات عن بعد في جامعة بيبرداين في ماليبو، بولاية كاليفورنيا. وهو يكتب أيضًا 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 ظهرًا.

2. محمد خالد شاهين، " البث الإذاعي"، متاحة على الموقع الإلكتروني، http://www.arab-ency.com، تاريخ الزيارة، الأربعاء7-4-2010م الساعة11 صباحًا.

3. المرجع نفسه.

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 البرامجية 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 سيئون والحديدة للدورة البرامجية الثانية والتي يطلق عليها عادة بالدورة (المناسباتية) المرتبطة بأعياد الوحدة الوطنية التي تبدأ في مايو وتنتهي في أغسطس من كل عام .

*****. هذا المصطلح أطلق نسبة على أسرة بيت حميد الدين وهو الذي حكم اليمن قبل الثورة في عام 1962م

******. 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 وغالبًا ما تستخدم في الأعراس اليمنية وفي مناجاة الضيف القادم وهكذا.

6. د. سمير العبدلي، "الجمهورية اليمنية وأهمية تعزيز الهوية والانتماء الوطني"، قضايا إستراتيجية، مركز الدراسات والبحوث اليمني، العدد الثاني – السنة الأولى، أبريل –يونيو، 2009م، صنعاء، ص: 7.

7. أسامة عبد الرحيم علي: القيم التربوية في صحافة الأطفال، دراسة في تأثير الواقع الثقافي، ايتراك للطباعة والنشر، القاهرة، 1998، ص: 56.

8. غسان منير حمزة سنو، على الطرح: الهويات الوطنية والمجتمع العالمي والإعلام، دار النهضة العربية، بيروت، ط، 1، 2002، ص: 140

9. المرجع نفسه، ص: 145

10. كريس باركر: التليفزيون والعولمة والهويات الثقافية، ترجمة: علاء أحمد صلاح، ط1، مجموعة النيل العربية، 2006م، 94.

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

12. المرجع نفسه، ص: 157-158.

13. أسامة عبد الرحيم علي: مرجع سبق ذكره، ص: 58.

14. المرجع نفسه، ص: 59.

15. المرجع نفسه، ص: 60.

16. محمد منير حجاب: الإعلام والتنمية الشاملة، دار الفجر للنشر والتوزيع، ط1، مصر، 1998م، ص: 110.

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

18. المرجع نفسه، ص: 157-158.