

دور الإعلام الإذاعي في معالجة قضايا المرأة

د. رجاء محمد مقبل
أستاذ علم الاجتماع المشارك
كلية الآداب – جامعة عدن

الملخص

تؤدي وسائل الإعلام دورًا كبيرًا ومهمًا في تنمية الأمم والشعوب وتطورها ورفقها مما تقدمه لها من برامج تثقيفية وتنويرية وتوعوية وضمنها البرامج الإخبارية والإعلامية، التي تجعلهم على علم بما يدور حولهم في بيئتهم المحلية أو الوطنية أو الدولية أو العالمية. هدف البحث إلى التعرف إلى دور الإعلام الإذاعي في تنمية المرأة "والإسهام في عرض القضايا، التي تلامس حياتها الاجتماعية، والأسرية، وبوصف المرأة المؤسسة الاجتماعية الأولى، التي يقع عليها بناء الأجيال، كما تهدف كذلك على معرفة طبيعة البرامج الإعلامية الحاضرة، ومدى الاستفادة من تلك البرامج، التي يقدمها الإعلام. ويعدُّ الإعلام الإذاعي واحدًا من وسائل الاتصال المسموعة المهمة في عموم البلد، التي تسهم في تنمية المجتمع؛ بحسب ما تقدمه من محتوى إعلامي ثقافي تنويري، وإرشادي وتوجيهي وإخباري وتربوي، وتعليمي، وإعلامي، منذ تأسيسها في عام: (1953م).

Abstract

The media plays a significant and vital role in the development and advancement of nations and peoples through the educational, enlightening, and awareness-raising programs it provides, including news and informational broadcasts that keep audiences informed about events in their local, national, regional, and global environments.

This study aimed to explore the role of radio broadcasting in the development of women, particularly its contribution to presenting issues that affect their social and family lives. As women are considered the primary social institution upon which the upbringing of generations depends, the study also sought to examine the nature of current radio programs and the extent to which women benefit from them. Radio broadcasting is regarded as one of the most important audible means of communication in the country, contributing to community development through its cultural, educational, enlightening, advisory, and informational content since its establishment in 1953.

Keywords : Role – Issues – Radio – Women.

المقدمة:

لا يمكن إنكار دور الإعلام بوجه عام في المجتمع، وما يؤديه من وظائف تصب في مصلحة أفراد المجتمع ذكوراً، وإناثاً؛ بهدف النهوض بهما نحو العلا، والإعلام الإذاعي بوجه خاص، ولا يمكن بأي حال من الأحوال التقليل من الجهود التي تبذل في أرض الواقع الإعلامي الإذاعي؛ لأجل توصيل الرسالة الإعلامية في ربوع المجتمع كافة سواء أكان اجتماعياً، أم ثقافياً، أم سياسياً، أم رياضياً، أم اقتصادياً أم على محيط الأسرة الصغيرة.

وسعى الإعلام الإذاعي جاهداً الرفع من مهارات وقدرات وامكانات الأدوار الذي يقوم به الأفراد في مجال محيطة الاجتماعي؛ من أجل الوصول إلى تنمية فكرية وعملية حقيقية، وتغير نحو الأفضل في السلوك.

ويعاني الإعلام الإذاعي في الوقت الحاضر من قصور في الإمكانيات المادية والبشرية المؤهلة، في مجالاتها البرمجية المختلفة، بما تخدم دوراتها البرمجية بحسب ما تقتضي إليه حاجات المجتمع، لا لمجرد تغطية زمنية، وموجهة توجيهاً غير هادف المعنى.

يُقاس تقدم المجتمع بتقدم وسائله، وبمدى قدرة أفراد المجتمع من توظيف تلك الإمكانيات والوسائل في زمانها ومكانها الصحيح، وهكذا الحال للبرامج الإعلامية والإذاعية، التي تُقدم في قنواتها المختلفة سواء أكانت مسموعة أم مقروءة، أم يشاهدها عبر شاشة التلفزيون، أم عبر تقنيات العصر الحديثة، وبوصفي باحثة في مجال علم الاجتماع، أخص في هذه الدراسة نحو الإعلام الإذاعي المسموع.

وتؤثر التوجهات السياسية كثيراً في البرامج الذي يقدمها الإعلام لما يخدم توجهات كل مرحلة وحقبة تاريخية؛ إذ يُغلب على الإعلام ما يُملى له من سياسات وخطط برمجية مستقبلية، جعلته بعيد الهدف لما يحتاجه أفراد المجتمع من برامج توعوية تنويرية وإرشادية، تسهم في تعزيز الأدوار، التي يقوم بها أفراد المجتمع، وهنا أخص المرأة؛ لكونها أهم أهداف البحث التي تسعى الباحثة في تحقيقها؛ فقد سعت الدراسة توضيح العلاقة بين دور برامج الإعلام الإذاعي في توصيل برامجها نحو قضايا المرأة، واستجابة المرأة لها.

إنّ تناول مثل هذه المسائل جاءت نتيجة الإهمال الكبير، الذي لحقت بعض البرامج الإذاعية نحو المرأة وقضاياها الاجتماعية والأسرية، جعلتها لا تحقق نسبة متابعة من المرأة عموماً، إلا نحو بعض البرامج، التي تناقش قضايا المرأة؛ إذ لوحظ ضعف انجذاب المرأة نحو البرامج التي تكون قريبة من حياتها الاجتماعية ومشاكلها الأسرية، إلى جانب البرامج المباشرة التي تكون على اتصال مباشر مع أفراد المجتمع، التي تناقش ما يتعلق بالمرأة وقضاياها. لهذا سعت الباحثة إلى تسليط الضوء على دور، الإعلام الإذاعي، وأهميته في جذب برامجها نحو المرأة، ومدى نجاح الإعلام الإذاعي في اختيار البرامج التي تحضي بقبول المرأة لها، وبحسب كل دورة برامجية تقدمها الإذاعة.

وتأتي الدراسة نتيجة الإهمال، الذي تعرضت له البرامج الإذاعية نحو قضايا المرأة، والآثار الناجمة عنه، التي انعكست تجاه الدور التوعوي الريادي، التي كانت تقدمه للمرأة "بصفة خاصة"، ومدى إبراز دور الإعلام الإذاعي في معالجة قضايا المرأة. كما تسعى الدراسة معرفة توجهات المرأة في الوقت الحاضر للدراسة نحو البرامج الإعلامية الإذاعية، التي تُقدم. فقد استعانت الباحثة أداة البحث الميداني (الاستبانة)، التي تتكون من عدد من الفقرات تقدر بنحو (21) فقرة، موزعة على مؤشرات إحصائية ثلاثية وثنائية ورباعية.

المبحث الأول: الإطار المنهجي للدراسة:

أولاً- إشكلة البحث:

تكمن مشكلة البحث في معرفة دور الإعلام الإذاعي في تنمية المرأة اجتماعياً وثقافياً وصحياً، وأسريراً، ومدى الإهمال والركود، الذي تعرضت له البرامج الإذاعية عن قضايا المرأة الاجتماعية والأسرية، كذلك التعرف إلى دور الإعلام الإذاعي في معالجة قضايا المرأة. من هنا لزم على الباحثة إجراء دراسة تتعلق بمدى تحقيق تقديم الإعلام الإذاعي للبرامج التوعوية، منها: الثقافية، والاجتماعية، والتعليمية تجاه المرأة.

ويمكن بلورة إشكالية الدراسة بالتساؤل الرئيس العام:

ما دور الإعلام الإذاعي في تقديم برامج اجتماعية وأسرية وثقافية وأسرية، تعالج قضايا المرأة؟

ثانياً-أهداف البحث:

- الهدف الرئيس: يتمثل بالكشف عن مدى الدور الذي يؤديه الإعلام الإذاعي في توعية المرأة بصفة عامة، والإجابة عن تساؤلات الدراسة الآتية:
- 1- التعرف إلى دور الإعلام الإذاعي في معالجة قضايا المرأة.
 - 2- التعرف إلى مدى متابعة المرأة لبرامج الإعلام الإذاعي.
 - 3- التعرف إلى مدى معالجة الإعلام الإذاعي لقضايا المرأة وتحسين وعيها وتثقيفها بشأن القضايا، التي تهمها وتهم أسرته ومجتمعها كافة.

ثالثاً- تساؤلات البحث:

- 1) ما دور الإعلام الإذاعي في معالجة قضايا المرأة وتحسين وعيها وتثقيفها بشأن القضايا التي تهمها وتهم أسرته ومجتمعها كافة؟
- 2) هل يعمل الإعلام الإذاعي في معالجة قضايا المرأة وتوعيتها وتوسيع مداركها المعرفية عبر برامجها المخصصة للمرأة والأسرة؟
- 3) ما مدى متابعة المرأة لبرامج الإعلام الإذاعي؟

رابعاً-أهمية موضوع البحث:

تكمن أهمية موضوع الدراسة في أنها ستقدم مزيداً من الأضواء على موضوع برامج المرأة والأسرة في الإعلام الإذاعي، وواقع هذه البرامج في وقتنا الحالي، وهل هناك تطور أو زيادة في مثل تلك البرامج وما جوانب القصور التي تعانيها؟

وتبرز أهمية البحث كونها ستقرأ واقع الإعلام الإذاعي على أفراد المجتمع خاصة نحو قضايا المرأة الاجتماعية، والأسرية والثقافية؛ لكون شريحة المرأة شريحة مهمة في المجتمع لا يمكن تجاهلها أو إغفالها فالمرأة عنصر أساس في بناء المجتمع وتطوره، لا يمكن تصور أي مجتمع يرجى له التقدم والسير في ركب الحضارة من دون أن تكون المرأة شريكاً فاعلاً ومؤثراً فيه؛ لذلك على الإعلام عامة والإذاعي خاصة، أن يهتم بالمرأة ويخصص برامج خاصة بها وبأسرتها تعالج فيها قضاياها معالجة واعية وناضجة تسهم في التنمية المستدامة في المجتمع، خاصة بعد غياب برامج المرأة والأسرة في كثير من الدورات البرمجية للإذاعة في السنوات الأخيرة.

تتطلع الباحثة أن تشكل هذه الدراسة إضافة معرفية جديدة للمكتبة الإعلامية وفائدة للإعلام الإذاعي في مدينة عدن، ولكل الإذاعات المحلية والمجتمعية، والجهات الإعلامية المسؤولة في المحافظة، وكليات الصحافة وعلم الاجتماع بأقسامهما المختلفة.

خامساً- منهج البحث: المنهج الوصفي التحليلي:

إن المنهج الوصفي يقوم على أساس تحديد خصائص الظاهرة، ووصف طبيعتها ونوعية العلاقة بين متغيراتها، وأسبابها واتجاهاتها والتعرف إلى الظاهرة قيد الواقع.

سادساً- حدود البحث:

1. الحدود المكانية: بعض مديريات محافظة عدن.
 2. الحدود الزمانية: وهو بداية ونهاية الدراسة (2024-2025م). وآفاقه المستقبلية. ويمكن أن ينقسم على قسمين:
 - أ) الحد العام: وهي المدة الزمنية، التي أجريت فيها الدراسة. وفيها الكتب والمراجع واللوائح، وذلك بحسب توافرها.
 - ب) الحد الخاص: وهي الفترة التي عملت فيها الباحثة على جمع البيانات ميدانياً من أفراد العينة وكانت من 2025/9/1م حتى 2026/1/1م.
 1. المجال الموضوعي: مجال هذه البحث هو (دور الإعلام الإذاعي في معالجة قضايا المرأة).
 3. المجال البشري: أجري هذا البحث على عينة من (النساء في بعض مديريات مدينة عدن، والشيخ عثمان، والمنصورة، والمعلا، وكريتر).
- ووزع حجم العينة على عينة حجمها الكلي قدرت بنحو: (200) مفردة موزعة بالتساوي على نحو: (50) مفردة على مديرة من المديريات الأربع الموضحة سابقاً.
- سابقاً- محددات البحث: اقتصر أفراد عينة هذه البحث على النساء فقط، بحسب مناطق حدود الدراسة المكانية الأربع.

جدول رقم (1) يوضح حجم العينة المكانية والبشرية العينة:

الرقم	المديرية	حجم العينة	النوع	%
1	الشيخ عثمان	50	إناث	25%
2	المنصورة	50	إناث	25%
3	المعلا	50	إناث	25%
4	كريتر	50	إناث	25%
الإجمالي		200		100%

ثامناً- مفاهيم البحث:

1- دور: (ROLE):

- لغة: دار الشيء يدور، دورًا بالفتح والسكون، يقال دار، ويدور واستدار يستدير إذا طاف حول الشيء، إذا عاد إلى الموضع الذي ابتداء منه.

- اصطلاحاً: مجموعة أنشطة المرتبطة والأطر السلوكية، التي تحقق ما هو متوقع في مواقف معينة، كما أن الدور هو مجموعة الوظائف والمهام الأساسية التي يمكن أن يطلق بها جهاز معين⁽¹⁾.

كما يعرف الدور: بأنه مجموعة الوظائف والمهام والمسؤوليات التي يقوم بها تنظيم أو قطاع أو مؤسسة لتحقيق أهداف معينة داخل المجتمع. ويُعدّ الدور هو المركز أو المنصب الذي يحتله الفرد والذي يحدد واجباته وحقوقه الاجتماعية.⁽²⁾

- التعريف الإجرائي للدور: هو الأداء الوظيفي الذي تقوم به الإذاعة من مهام ومسؤوليات تجاه موقف أو حدث أو قضية أو ظاهرة بقصد التبليغ والتعليم لتحقيق أهداف معينة داخل المجتمع.

2- الإذاعة: تشير إلى النشر المنظم والتثقيف والاستمتاع والإعلام، التي يستقبلها من الجمهور المتأثر في آن واحد.⁽³⁾

- لغة: اشتقت كلمة إذاعة من أذاع الخبر، الشيء المذاع هو الانتشار بين الناس.

⁽¹⁾ كرم شلبي، معجم المصطلحات الإعلامية، إنجليزي عربي، بيروت، دار الشرق الجليل، 1994م، ص102

⁽²⁾ إحسان محمد حسن، موسوعة علم الاجتماع الطبعة الأولى الدار العربية للموسوعات، بيروت-لبنان(1999م)، ص85.

⁽³⁾ مصطفى الطائي: الفنون الإذاعية والتلفزيونية وفلسفة الإقناع الإسكندرية، دار الوفاء، 2007م، ص9.

اصطلاحًا: هي الرسالة الصوتية المسموعة تعنى بالبث الإذاعي أو الإرسال في الاتجاهات جميع كافة، وهي الانتشار المنظم والمقصود به بواسطة (الراديو) بمواد إخبارية وثقافية وتعليمية وتجارية وغيرها من البرامج؛ إذ يتم التقاطها في وقت واحد من المستمعين. ويشير الرقبي: أنَّ الدور مجموعة توقعات تخص مكانة نسقية بنائية قد يشغلها الفرد، أو أنه سلوك يعكس متطلبات المكانة التي يشغلها الفرد. (4)

-الإذاعة: جهاز إعلامي تخدم مجتمعًا محليًا تبث برامجها مخاطبة مجتمعًا خاصًا محدود العدد. (5)

البرامج الإذاعية: "يقصد بالبرنامج الإذاعي مختلف الحصص التي تتناول مواضيع مختلفة ومتنوعة، سياسية ثقافية، اقتصادية، اجتماعية". (6)

3-المرأة: لغة: تعني مرأة من مريء الطعام وجمع النساء نسوة.

اصطلاحًا: المرأة، هي ذلك الكائن اللطيف الذي يتحد مع الرجل في الأصل والخلقة، وتختلف معه في البيئة الفيزيولوجية، وقد أجمعت الدراسات العلمية على عدم توافر فارق بين الرجل والمرأة سواء أكان جسديًا أم نفسيًا أم ثقافيًا أم عقليًا، وليس هناك فروق بيولوجية بين مخ الرجل ومخ المرأة، إنما الظروف الاجتماعية والاقتصادية والعقائدية أوجدت هذه الفروق. 4-القضايا: ويقصد به الموضوعات والشؤون الخاصة بالمرأة والمتصلة بها وبأسرتها ومجتمعها كافة. (7)

4 (محمد عبد الرقيب عبد الرحمن، دور القيادات التربوية في إدارة الأزمات. رسالة دكتوراه، جامعة عدن كلية الآداب، قسم علم الاجتماع، 2019م، ص10.

5 (طارق سيد أحمد: "الإعلام المحلي وقضايا المجتمع، دار المعرفة الجامعية، للطبع والتوزيع، القاهرة، الإسكندرية، 2004م، ص138، ص139.

6 (طارق سيد أحمد: "الإعلام المحلي وقضايا المجتمع، دار المعرفة الجامعية، للطبع والتوزيع، القاهرة، الإسكندرية، 2004م، ص138، ص130.

7 (طارق سيد أحمد: مرجع سابق، ص138، ص134.

المبحث الثاني: أولاً: النظريات المتعلقة بالدراسة:

تستند هذه الدراسة إلى نظريتين أساسيتين، هما نظرية، الاعتماد على وسائل الاتصال، ونظرية الغرس الثقافي. ومن الجدير الإشارة إليه أن الباحثين قد عرفوا النظريات الإعلامية بأنها: خلاصة نتائج الباحثين والدارسين للاتصال الإنساني بالجمهير بهدف تفسير ظاهرة الإعلام ومحاولة التحكم بها والتنبؤ بتطبيقاتها وأثرها في المجتمع؛ كونها توصيفاً للنظم الإعلامية في دول العالم كافة. (8)

1) نظرية الاعتماد على وسال الإتصال (Dependency): (9)

من أهداف نظرية الاعتماد على وسائل الاتصال، هو التفسير لماذا يكون لوسائل الاتصال الجماهيرية تأثيرات قوية ومباشرة. وأحياناً أخرى لها تأثيرات غير مباشرة وضعيفة الأثر نوعاً ما؟

إنَّ فكرة هذه النظرية تعتمد على أنَّ استعمالنا لوسائل الاتصال لا يحصل بمعزل من تأثيرات النظام الاجتماعي الذي يحتوينا ونعيش جميعاً في داخله نحنُ ووسائل الإتصال معاً. كما أنَّ الطريقة التي تستعمل بها وسائل الاتصال، وبالمقابل نتفاعل نحن مع تلك الوسائل، التي تتأثر بما تتعلمه من المجتمع، وينعكس في سلوكياتنا وحياتنا اليومية، ويشمل هذا أيضاً ما تعلمناه من وسائل الاتصال، كما أننا نتأثر كذلك بما سيحدث في اللحظة التي نتعامل فيها مع وسائل الاتصال؛ لذلك فإنَّ أي رسالة نلقاها من وسائل الاتصال قد تكون لها نتائج مختلفة؛ اعتماداً على خبراتنا السابقة عن الموضوع، كذلك تأثيرات الظروف الاجتماعية المحيطة، وتكمن الأفكار الرئيسية لهذه النظرية على النحو الآتي:

إنَّ قُدرة وسائل الاتصال على تحقيق قدر أكبر من التأثير العاطفي والمعرفي والسلوكي، سوف تزداد عندما تقوم هذه الوسائل بوظائف نقل المعلومات على درجةٍ متميز ومُكثف، وهذا الاحتمال سوف يزداد قوةً في حالة وجود عدم استقرار بنائي في المجتمع بسبب الصراع والتغيير.

(8) بسام عبد الرحمن المشاقبة، نظريات الإعلام، عمان: دار أسامة للنشر والتوزيع، 2011م، ص11.

(9) محمود حسن إسماعيل، مبادئ علم الاتصال والتواصل، ونظريات التأثير، مصر، الدار العالمية للنشر والتوزيع، ط(1)، 2003م، ص13.

وتعدُّ مجالات التأثير الناتجة عن هذه النظرية عديدة، ويمكننا أن نحصرها على النحو الآتي:
أ- التأثيرات المعرفية: وهي مثل الغموض الناتج عن افتقاد المعلومات الكافية لفهم الحدث؛ وذلك بتقديم معلومات كافية وتفسيرات صحيحة للحدث، وأيضًا التأثير في إدراك الجمهور للأهمية النسبية، التي تمنح إلى بعض القضايا، وأيضًا من التأثيرات في المعرفية تلك التأثيرات التي تتعلق بمسائل الأخلاق والقيم والمعتقدات.

ب- التأثيرات الوجدانية: وهي المتعلقة بالمشاعر والأحاسيس، ومنها على سبيل المثال: زيادة القلق والمخاوف والتوتر، وكذلك الحساسية لممارسة لعنف، وأيضًا التأثيرات المعنوية منها على سبيل المثال: الاغتراب، أو الهجرة عن المجتمع، أو الوطن عمومًا.

ج- التأثيرات السلوكية: وتتمثل في الفعل (Action) أو بمعنى الحركة، الذي يكون بارزًا في أثناء السلوك مباشرة أو بصورة واضحة وعلمية، وهذه التأثيرات ناتجة عن التأثيرات المعرفية والوجدانية وهي مترتبة عليهم. وتعدُّ تلك النظرية نظرية شاملة؛ كونها تُقدم نظرة كلية للعلاقة الاتصال والرأي العام، وتتصف بأنها تتجنب الأسئلة البسيطة عما إذا كانت وسائل الاتصال لها تأثير في الفرد، أو في الجماعة، أو المجتمع.

ويشير حمائل، إلى أنَّ أهم ما قدمته هذه النظرية في جزئياتها المختلفة بتفنيد فكرة مفادها: "أنَّ المجتمع يؤثر في وسائل الاتصال، كما أنَّ هذه النظرية تعكس توجهًا علميًا سائدًا في العلوم الاجتماعية الحديثة للنظرة الشاملة نحو الحياة كونها منظمة مركبة من العناصر المتفاعلة، دون أي انفصال رتيب، أو منفصلة من الأسباب والنتائج".⁽¹⁰⁾

إنَّ نظرية "الاعتماد على وسائل الاتصال (Dependency)" نظرية تؤكد أنَّ استخدام الإعلام لم يأت من فراغ، أو من باب الصدفة الإعلامية، أو بعزلٍ عن التأثير والأثر بمواقف الرأي العام المحيط فيه، بحجة منطلقها أنَّ: قدرة الإعلام تكون في حالة تزايد مستمر كلما قامت بوظائفها الإعلامية وموظفةً مجمل قنواتها الإعلامية، من وسائل وأدوات ومهارات وكفاءات إعلامية ماهرة وإمكانيات تحقق الاتصال والتأثير، ومن ثم الإقناع، محققة بذلك فعالية في تغير التوجهات والسلوك، ومحدثة قياس أثر في الواقع الاجتماعي والشخصي للأفراد والجماعات بكل اقتدار. وذلك يقوم عليه بنقل المادة المعلوماتية بمحتواها نقلًا مميّزًا.⁽¹¹⁾

⁽¹⁰⁾ عبده أحمد يوسف حمائل، دور الإذاعة في تعزيز الانتماء لذي طلاب الجامعات، جامعة الشرق الأوسط نموذجًا، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة الشرق الأوسط، (MEU، 2011م، ص111).

⁽¹¹⁾ بسام عبد الرحمن المشاقبة، مرجع سابق، ص13.

إنَّ نظرية الاعتماد على وسال الإتصال (Dependency)، جاءت بافتراضها أنَّ درجة اعتماد الأفراد على المعلومات التي تنقلها وسائل الاتصال في المجتمع الحديث يأتي ذلك كون هذه الوسائل قد أصبحت جزءاً أساسياً في حياة المجتمع، وأصبح من الصعب الاستغناء عنه. إنَّ نظرية الاعتماد على وسائل الإتصال (Dependency)، جاءت بافتراضها أنَّ: درجة اعتماد الأفراد على المعلومات، التي تنقلها وسائل الاتصال في المجتمع أساسياً؛ كي يفهم متى، ولماذا تُغيّر وسائل الاتصال معتقدات الأفراد ومشاعرهم وسلوكهم. ⁽¹²⁾ كما يأتي الاعتماد من الأفراد على وسائل الاتصال كون الأفراد مثل النظم الاجتماعية، يعمدون إلى إيجاد علاقات اجتماعية بل ينشئونها معتمدين بدرجة عالية على وسائل الاتصال الحديثة، إضافة إلى أن الأفراد توجههم مصالح وأهداف تتطلب الوصول إلى مصادر تسيطر فيها وسائل الإعلام المحلي ^(*).

لقد وجدت هذه النظرية أنَّ للقضية عوامل تسهم في إحداث الأثر، وهي عوامل خاصة بجمهور وسائل الإعلام؛ بحيث تؤثر إلى حد كبير في جمهور وسائل يتأثرون معرفياً بمتغير المعلومات التي تصب إليهم عبر وسائل الإعلام، بصرف النظر عن نوع المعلومة، سواء أكانت معلومات قبلية، أم معلومات تلقائية نتيجة التعرض لوسائل الاتصال، أو نتيجة لانخراط الجمهور في القضية، إضافة إلى متغيري حجم التعرض لذلك التأثير، والانتباه للقضايا المختلفة في وسائل الاتصال، أو دور عوامل خاصة بالمتغيرات الديمغرافية للجمهور، منها: (السن، والجنس، والمستوى التعليمي، المستوى الاقتصادي). ⁽¹³⁾

2) نظرية الغرس الثقافي: (Cultivation Theory):

فكرة هذه الاتجاه الثقافي تنطلق من أنَّ الجمهور يتأثر بما تبثه وسائل الإعلام للرأي العام؛ قد تسهم في زيادة ثقافتهم ومعارفهم وخبراتهم المعلوماتية والمهارية، وخاصة ذلك الجمهور الملصق بوسائل الإعلام الذي يعتمد كلياً على ما يتدفق من معلومات وأخبار عن العالم الخارجي والداخلي. ⁽¹⁴⁾

⁽¹²⁾ عبد الرحيم درويش، مقدمة إلى علم الاتصال، ط1، دمايط، مكتبة نانسي، دمايط، 2006م، ص101.
(*) الإعلام المحلي، يقصد بها الإذاعة والصحافة والتلفزيون، ينظر: "طارق سيد أحمد"، "الإعلام المحلي وقضايا المجتمع"، دار المعرفة الجامعية، للطبع والتوزيع، القاهرة، الإسكندرية، 2004م، ص138، ص139.

⁽¹³⁾ ديفلير، ملفين، و روكيتش، ساندر، نظريات في وسائل الاتصال، ترجمة "كمال خاروف"، القاهرة، دار الدولية للاستثمارات الثقافية، ط4، 2002م، ص41.

⁽¹⁴⁾ بسام عبد الرحمن المشاقبة، مرجع سابق، ص132.

إنَّ نظرية الغرس الثقافي ترجع إلى أصول أمريكية، وذلك للعالم الأمريكي "جورج بنر"، الذي بحث في تأثير وسائل الاتصال الجماهيرية في البيئة الثقافية في ظل مشروعه الخاص بالمؤشرات الثقافية. وتُعَدُّ نظرية الغرس الثقافي تصورًا تطبيقيًا للأفكار الخاصة بعمليات بناء المعنى، وتشكل الحقائق الاجتماعية والتعلم بالملاحظة، والأدوار التي تقوم بها وسائل الإعلام في هذه المجالات، وتشير الفكرة العامة، التي تجتمع حولها النظريات السابقة إلى قدرة وسائل الإعلام في التأثير في الأفراد ومعارفهم وإدراكهم للعوامل المحيطة بهم، خصوصًا للأفراد الذين يتعرضون إلى هذه الوسائل تعرضًا كبيرًا.

ويبدو جليًا زيادة الاعتماد على هذه الوسائل من حاجة الأفراد للحصول على المعلومات؛ من أجل إشباع حاجاتهم لفهم ما يدور حولهم في المجتمع الداخلي والخارجي، أو القيام بدور فعال في هذا المجتمع، وأنَّ الاستثارة المعرفية التي تعملها وسائل الاتصال لدى الأفراد تأخذ من أسس المعرفة والسلوك الناتج عن هذه المعرفة مدخلًا لإحداث هذه التأثيرات.⁽¹⁵⁾ هذه النظرية نشأت في مواجهة ظروف اجتماعية خاصة في الولايات المتحدة الأمريكية؛ تمثلت في أثناء بروز موجات عنف وانتشار الجريمة والاعتداءات في وسط المجتمع الأمريكي مع نهاية الستينات من القرن العشرين؛ إذ ربط الناس بين بروز تلك الموجات من العنف والانتشار الواسع للتلفزيون؛ وذلك حث الباحثين والمؤسسات البحثية في أمريكا على إجراء عديد من البحوث عن علاقة مشاهدة التلفزيون وارتفاع معدلات انتشار الجريمة بكل أنواعها: (قتل، وتحرش جنسي، وسطو مسلح، سرقة) وغيرها من أنواع الجريمة. بالسلوك العدواني.⁽¹⁶⁾ وتعرضت نظرية الغرس الثقافي إلى انتقادات عديدة، وأثارت جدلًا ونقاشًا حادًا بصورة مطوّلة بين علماء الإعلام، وأبدى عديد منهم تحفظًا على أنموذج الغرس الثقافي؛ كون عملية التحقق من دقته في سياقات اجتماعية لبلدان أخرى غير الولايات المتحدة الأمريكية مثل: (إنكلترا، وأستراليا، والسويد، وهولندا) لم تؤكد النتائج التي وصل إليها "جربنر" وفريقه، هذا يشير إلى أنَّ

⁽¹⁵⁾ محمد الحديدي، نظريات الإعلام – اتجاهات حديثة في دراسة الجمهور والرأي العام، ط1، دمياط، مكتبة نانسي دمياط، 2006م، ص100.

⁽¹⁶⁾ محمود حسن إسماعيل، مبادئ علم الاتصال والتواصل، ونظريات التأثير، مصر، الدار العالمية للنشر والتوزيع، ط1، 2003م، ص19.

صيرورة الغرس الثقافي تُتخذ ضمن سياقات تلفزيونية وثقافية واجتماعية موطرة بدقة، ولا يجوز تعميمها بوجه غير تمييزي. (17) وعلى الرغم مما تعرض إليه هذه النظرية من انتقادات، فإنها تبقى من أكثر النظريات صلاحية في أثناء توظيفها ومأسستها إعلامياً، عن تأثيرات الإعلام غير المباشرة والطويلة الأجل؛ لكن تطبيق عناصر هذه النظرية يجب ألا يخرج إطلاقاً عن السياقات التاريخية والسياسية والاقتصادية والثقافية والاجتماعية والقيمية، التي يعيشها مجتمع البحث، وعن عناصر الفروق الفردية جميعاً والتباين الاجتماعي والعلاقات الاجتماعية التي بالإمكان أن تؤدي إلى عملية اصطفاء مركبة وتفسيرات متباينة للرسالة الإعلامية يُحدثها المستقبل(المتلقي)، فإنها بدورها أيضاً تكون خاضعة إلى جملة من المتغيرات الديمغرافية والتعليمية والعمرية والثقافية والنوعية. (18)

لذلك عكست الباحثة في توظيف نظرية الغرس الثقافي (Cultivation Theory)، والاعتماد على وسائل الاتصال (Dependency) في الدراسة البحثية بإدراج عدد من الفئات الفئات (العينات)، تقدر بنحو (200) مفردة بحثية، في استبانة صممت لهذه الدراسة، لغرض كشف أهمية الإعلام الإذاعي في تعزيز دور المرأة في مدينة عدن، وذلك في مديرات المحافظة الأربع: (الشيخ عثمان، والمنصورة، والمعلا، وكريتير).
ثانياً: الدراسات السابقة:

-دراسة بعنوان: "تحليل مضمون برامج المرأة في الإذاعة والتلفزيون اليمني، 2005م": (19) أهم ما توصلت إليه الدراسة هو: قلة الكوادر ذوي الاختصاص في إعداد البرامج الإذاعية الموجهة نحو قضايا المرأة لما للمرأة من خصوصية، ومشكلاتها، الأسرية والاجتماعية، والتعليمية. استعملت الدراسة المنهج التحليلي، وعينة من النساء قدر عددها بنحو (180) مفردة. وكرست الدراسة على تحليل بعض البرامج التي كانت تُقدم من الإذاعة، منها: دنيا الأسرة، ومجلة الأسرة؛ لمعرفة مدى تأثير تلك البرامج في قطاع المرأة، ومدى استجابة المرأة لهذه البرامج، وتوصلت نتائج هذه الدراسة إلى نحو: (50%) من حجم العينة البحثية لا تتابع البرامج

(17) فريال مهنا، علوم الاتصال والمجتمعات الرقمية، ط1، دمشق، دار الفكر المعاصر، بيروت، 2002م، ص121.

(18) نفس المرجع، ص133.

(19) طارق سيد أحمد، الإعلام المحلي وقضايا المجتمع، دار المعرفة الجامعية، للطبع والتوزيع، القاهرة، الإسكندرية، 2004م، ص138، ص139.

الإذاعية؛ كون تلك البرامج بحسب رأي العينة غير هادفة، ولا تحوي مهارات الجذب والتشويق؛ فقد جعل الباحث من قناة عدن حدود دراسته المكانية.

-دراسة بعنوان: "قضايا المرأة في القنوات الفضائية اليمنية الرسمية" 2011م. (20): اتجهت هذه الدراسة نحو المرأة عموماً وطالبت الإعلاميين، في مختلف قنوات الاتصال، والأكاديميين توجيه الاهتمام بالمرأة والقضايا المتعلقة بها، منها: قضية المساواة بالرجل، وإعادة تصحيح دور الإعلام العربي السلبي نحو المرأة، وتشويهه. وقد أعدت الدراسة؛ أن دور الإعلام لا يلبي متطلبات واحتياجات المرأة، في الأصعدة الاجتماعية، والثقافية، والأسرية، والتنمية المختلفة. وكذلك أكدت الدراسة أهمية الدور الاجتماعي والأسري، التي تتحمله المرأة نحو بناء المجتمع. وعملية التنشئة الاجتماعية الأسرية. ومما يؤخذ على هذه الدراسة؛ أنها ركزت كثيراً على الإعلام المرئي فقط.

- دراسة بعنوان: دور الإذاعة في محافظة الخليل في تنمية الوعي الثقافي لربات البيوت؛ وهي دراسة ميدانية، هدفت التعرف إلى دور المحطات المحلية في محافظة الخليل في تنمية الوعي الثقافي لدى ربات البيوت، ومدى ملاءمتها لاحتياجاتهن والإشباعات المتحققة من ذلك. (21) ومن أسئلة الدراسة:

- مدى دور الإذاعات المحلية في تنمية ورفع مستوى الثقافة والوعي لدى ربات البيوت؟
- هل تساهم البرامج الإذاعية في المحطات الإذاعية المحلية في محافظة الخليل في رفع المستوى الثقافي لدى ربات البيوت؟
- هل تقدم الإذاعات المحلية في محافظة الخليل في برامجها القضايا والموضوعات التي تهم ربات البيوت؟
- ومن أهم توصيات هذه الدراسة: ضرورة أن يستطلع منتجو البرامج والمسؤولون في المحطات الإذاعية احتياجات ربات البيوت ورغباتهم من البرامج وتقديم ما يحتجن إليه وما يرغبن في الاستماع إليه.

(20) شبكة الإنترنت-(دور الإذاعات المحلية في محافظة الخليل في تنمية الوعي الثقافي لدى ربات البيوت) : دراسة ميدانية، إعداد الأستاذة: سليكة محمد القاضي في قسم الإعلام بكلية الآداب بجامعة الخليل، فلسطين، وسيرمز لها (دور الإذاعات المحلية في محافظة الخليل في تنمية الوعي الثقافي لدى ربات البيوت) تاريخ الدخول/2021/11/8م.

(21) سليكة محمد القاضي، دور الإذاعات المحلية في محافظة الخليل في تنمية الوعي الثقافي لدى المرأة، بكلية الآداب بجامعة الخليل، فلسطين، شبكة الإنترنت، تاريخ الدخول/2021/11/8م.

- اختيار الوقت المناسب لبث البرامج التي ترغب ربات البيوت في الاستماع إليها.
 - ضرورة التخطيط الجيد للبرامج من حيث المضمون والشكل.
- فقد استفادت الباحثة من هذه الدراسة من حيث وضع أسئلة الدراسة، ومصطلحات الدراسة، وكذا الاطلاع على توصياتها وإمكانية الاستفادة منها؛ كون هذه الدراسة تقترب من عنوان دراستنا اقترباً غير مباشر.

وتقترب دراستنا مع هذه الدراسة السابقة في أن هذه الدراسة تجرى في الإذاعات المحلية، كذلك المبحوثات فيها من ربات البيوت، وتهدف هذه الدراسة أيضاً إلى إبراز دور الإذاعات المحلية في تنمية المرأة ومعالجة قضاياها وإبراز دورها المهم في المجتمع ثقافياً واجتماعياً وإن اختلفت التسميات قليلاً بين الدراستين؛ ولكن الهدف متقارب تقارباً كبيراً؛ لكن الفرق بين الدراستين فقط هو مكان إجراء هذه الدراسة؛ (أي: بيئة الدراسة).

المبحث الثالث:

الإعلام الإذاعي ودوره في معالجة قضايا المجتمع:

أولاً: تاريخ الإعلام الإذاعي ونشأته:

إن ظهور الإعلام الإذاعي؛ بوصفها وسيلة من وسائل الاتصال في القرن الماضي كان بمنزلة تطور إلكتروني منقطع النظير في حينه: (الراديو)؛ إذ إن اكتشافه بالاعتماد على الموجات الهوائية، تعدُّ ثورة كبرى في عالم الاتصالات الإلكترونية؛ وهو ما أسهم في حدوث تحولات رئيسية في سلوك وثقافة الحيات اليومية، وحقق تنوعاً في وسائل الاتصال؛ وهو الأمر الذي مكن من تنوع وسائل الاتصال والاطلاع ومتابعة الأحداث في أثناء حدوثها أو بعد حدوثها. وحاز الإعلام الإذاعي المسموع موقعاً مهماً بين وسائل الاتصال الجماهيري منذ أن أصبحت حقيقة في العام (1920م)؛ إذ استطاع الإعلام الإذاعي أن تكون في المركز الأول بين غيرها من وسائل الاتصال، في حين يتعلق بالتقنية وقوة التأثير الجماهيري، والتوجيه والإرشاد، وبث المعلومة الإخبارية. وقد استطاعت كل وسائل التطور التقني في مجال الاتصالات أن تجعل منها وسيلةً عصرية وفورية تصل إلى الجميع بسهولة متخطية الحواجز الجغرافية، خاصة بعد

النقلة النوعية التي أحدثها اختراع الترانستور الذي جعل الراديو جزءاً لا يتجزأ من حياة الناس، وأداة مهمة وخطيرة من أدوات التأثير. ويعدّ ظهور الراديو نتيجة خلاصة للدراسات والبحوث، التي قدمها رواد الاتصال في مجالات عديدة، مثل التلغراف، على يد العالم صامويل مورس (1835م)، وجراهام بل واختراعه للتلفون عام (1876م)، وغيرها من الدراسات. (22)

إنّ كل ما تقدم كان مقدمة فعلية لظهور الإذاعة المسموعة، فقد ارتبطت قصة اكتشاف الراديو كثيراً بالمخترع الإيطالي (جوليلمو ماركوني)، الذي طوّر النتائج العلمية التي رافقت هذه الوسيلة الجديدة من وسائل الإتصال في حيات الناس فقد تمكن الشاب الإيطالي عام (1895م) من استعمال هذه الوسيلة اللاسلكية للاتصال لأول مرة في التاريخ، وتلاه آخرون في تطوير استعماله مثل (ريجنالد فنيسدون) الذي تمكن في عام (1906م) من بث رسائل لاسلكية مختصرة إلى السفن في البحار مصحوبة ببعض القطع الموسيقية التي نُظمت احتفالاً بحلول عيد الميلاد. (23)؛ إذ أسس ما ركوني شركة للاتصالات السلكية واللاسلكية في بريطانيا أسماها باسمه، كان الهدف منها تبادل البرقيات لاسلكياً؛ إذ لم تكن الإذاعة في بال أحد آنذاك، وعندما تمكن ماركوني بالاستناد لأفكاره الخاصة من إرسال أول إشارة اتصال بموجات الإذاعة عبر الهواء في عام: (1895م)، مستخدماً الموجات الكهرومغناطيسية؛ لإرسال شفرات برقية إلى مسافة تزيد عن الكيلو والنصف كيلو متراً، وفي عام (1901م)؛ إذ حقق ماركوني أول إرسال للإشارات الشفرية عبر المحيط الأطلسي بين إنكلترا ونيوزلندا، واقتنع بعدها أنه بالإمكان نقل الصوت إلى أرجاء العالم كافة، وكان الدافع وراء إنجازات ما ركوني في ذلك الوقت، أن يُثبت للعالم أنه بالإمكان نقل موجات الراديو إلى ما وراء الأفق. (24)

الإذاعة شأنها شأن سائر الاختراعات الأخرى فقد تطورت بعد نظريات وتجارب، أسهم فيها عديد من العلماء، ويصعب تحديد تاريخ ولادة الراديو أو تسمية مخترعه، فهو وليد سلسلة من الاكتشافات التي تتابعت وتكاملت تدريجياً على مدى سنوات طويلة. (25)

(22) ماجي الحلواني، مدخل للفن الإذاعي والتلفزيوني والفضائي، (د.ت)، القاهرة، عالم الكتب، 2002م، ص56.

(23) إبراهيم إمام، وكالات الأنباء، القاهرة دار الفكر، ط1، 1994م، ص99.

(24) إبراهيم إمام، وكالات الأنباء، القاهرة دار الفكر، ط1، 1994م، ص99.

(25) مصطفى الطائي، الفنون الإذاعية والتلفزيونية، وفلسفة الإقناع الإسكندرية، دار الوفاء للطباعة، ط1، 2007م، ص102.

واكتشفت إمكانيات البث الإذاعي مصادفةً؛ ففي أحد الأيام من عام (1961م)، كان المهندسون في شركة تصنيع في بيتسبرغ في أمريكا يجرون تجارب على إرسال صوتي وخطرت لهم فكرة إرسال الموسيقى الصادرة عن أسطوانات الحاكي على التناغم مع الكلام ولدهشتهم تلقوا طلبات المزيد من الإرسال الموسيقي من مستمعين هواة غير متوقعين وكانوا يستخدمون معدات استقبال منزلية الصنع، وبعد فترة وجيزة بدأ البث المنتظم وسجلت المحطة لاحقاً باسم (KDkA) وهذه الأحرف لا مدلول لها وقد اختيرت عشوائياً عام 1920م، وكانت أول محطة بث إذاعي في ولاية بيتسبرغ التي بدأت البث في عام 1961م، واضطلعت بنقل نتائج الانتخابات الرئاسية الأمريكية. (26)

إنَّ التاريخ الحقيقي للميلاد الجديد للإذاعة المسموعة؛ كونها وسيلة اتصال جماهيري كان عام 1906م، عندما تمكن العالم الأمريكي: (ريجنالد فيسيندون) من جامعة بستنبرج، من نقل الصوت البشري والموسيقي إلى مسافات بعيدة المدى بلغت مئات الأميال في أثناء أعياد رأس السنة الميلادية، وبذلك سجل عام 1906م، أول إذاعة صوتية على المستوى الجماهيري. (27)

ثانياً: الإعلام الإذاعي في الوطن العربي:

بدأ الإعلام الإذاعي المسموع في الوطن العربي في وقت متأخر نسبياً عن دول العالم المتقدم؛ إذ عرفت محطات الإذاعة لأول مرة في العالم العربي في منتصف القرن العشرين؛ فكانت مصر أول دولة عربية تعرف المحطات الإذاعية عام 1952م، كانت تعتمد في تمويلها على الإعلانات التجارية، وفي بداية مايو عام 1926م، صدر مرسوم ملكي يحدد الشروط الواجب توافرها لاستخدام التراخيص الخاصة بالأجهزة الخاصة بالأجهزة اللاسلكية طبقاً للاتفاقيات الدولية، وأوقفت هذه المحطات جميعاً عن البث عام 1934م؛ لضعف إمكانياتها ومادتها، وبدأت الحكومة تبث إرسالها في عام 1934م. تم تتابع بعد ذلك ظهور الإذاعة في أنحاء العالم العربي. (28)

أما في الأردن فترجع البدايات الأولى لنشأة أول إذاعة فيها إلى انتهاء الانتداب البريطاني على فلسطين مع أواخر شهر نيسان نت عام 1948م، عندما حدثت هنالك اضطرابات في

(26) عبده أحمد يوسف حمائل، دور الإذاعة في تعزيز الانتماء لذي طلاب الجامعات، جامعة الشرق الأوسط نموذجاً، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة الشرق الأوسط، (MEU، 2011م، ص 124.

(27) عبده أحمد يوسف حمائل، مرجع سابق، ص 25.

(28) طارق الشاري، الإعلام الإذاعي، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، ط1، 2010م، ص 112.

فلسطين فاغتنم المسؤولون العرب في إذاعة فلسطين، التي كانت تُبث برامجها من القدس، التي كانت تابعة للانتداب البريطاني، نقلوا ما أمكن فترة الاضطرابات من أجهزة ومعدات الإذاعة من القدس إلى رام الله بمساعدة الجيش العربي الأردني، واختير رام الله نتيجة قربها من محطة الإرسال أولاً، وكذلك كونها تنعم بالهدوء والأمن، الذي وفره لها الجيش العربي الأردني، فجرى البث المباشر في الوقت نفسه، الذي انتهى الانتداب البريطاني على فلسطين في الخامس عشر من أيار عام 1948م، ومن حينها أصبحت الإذاعة تابعة للحكومة المركزية في عمّان وللحاكم العام في فلسطين.⁽²⁹⁾ وفي العام 1950م، خاصةً بعد توحيد ضفتي نهر الأردن الشرقية والغربية في إطار المملكة الأردنية الهاشمية أصبحت الإذاعة تحمل اسم إذاعة المملكة الأردنية الهاشمية، وظلّت تُبث برامجها لمدة ثلاث عشرة ساعة يومياً.⁽³⁰⁾

وفي العام 1956م، أفتتح ملك المملكة الأردنية الهاشمية "الملك حسين" إنشاء المحطة الإذاعية الثانية في عمّان، والعمل على نقل الإذاعة من المحلية نحو العالمية، وأصبحت إذاعة عمّان تبث إلى جانب إذاعة القدس، ولم يكتفِ جلالة الملك بذلك، بل عمل على تطوير رقعة إيصال الإذاعة إلى أكبر مساحة ممكن لتلبي حاجة قومية وطنية وهي إيصال الرسائل الوطنية والثورية إلى العالم العربي والإسلامي، فعمل على إنشاء مبنى إذاعة المملكة الأردنية الهاشمية في منطقة أم الحيران وذلك في العام 1959م.⁽³¹⁾

- أهمية الإعلام الإذاعي: يتمتع الإعلام الإذاعي المسموع بوسيلة اتصال جعلته يحوي مجموعة من المميزات والخصائص، التي تنفرد بها عن غيرها من الوسائل، تتمثل في الآتي:

1- صعوبة فرض الرقابة عليها: تعدّ الإذاعة المسموعة وسيلة الاتصال التي يصعب وقفها؛ فالصحافة يسهل منعها ومصادرتها على الحدود، أو في نقاط البيع، كما يسهل فرض الرقابة عليها، كذلك التلفزيون ما زال تحت الرقابة المباشرة على الرغم من البث المباشر لها عبر الأقمار الصناعية في عصرنا الحديث، والحال نفسه إلى مراكز دار السينما، فإنه خاضع على الرقابة والمحاسبة والسيطرة.⁽³²⁾

⁽²⁹⁾ ماجي الحلواني، مرجع سابق، ص 111.

⁽³⁰⁾ فارق أنيس جرار، الإذاعة والتلفزيون في الأردن، المكتبة الوطنية، عمّان، الأردن، ط1، 1997م، ص 10.

⁽³¹⁾ فارق أنيس جرار، الإذاعة والتلفزيون في الأردن، المكتبة الوطنية، عمّان، الأردن، ط1، 1997م، ص 117.

⁽³²⁾ فارق أنيس جرار، الإذاعة والتلفزيون في الأردن، المكتبة الوطنية، عمّان، الأردن، ط1، 1997م، ص 154.

2- رخيصة الثمن وسهولة الوصول: تعدُّ الإذاعة وسيلة اقتصادية تتناسب مع ظروف المجتمعات سواءً أكانت دول فقيرة ونامية أم مجتمعات دول غنية متقدمة على حدٍّ سواء؛ فالإذاعة هي وسيلة رخيصة الثمن والتكاليف في عملية البث والاستقبال، خاصةً في ظل تقنيات التطور التكنولوجي، واستقبال الموجات الكهرومغناطيسية للإذاعة عبر الهواتف النقالة.

3- تجاوز الحدود الجغرافية: تغطي الإذاعة الصوتية المسموعة مساحات شاسعة تتجاوز الحدود الجغرافية، متخطية الحواجز والمواقع الطبيعية والمصطنعة، مثل، الصحاري والبحار والتشويش، خاصة بعد التطورات الحديثة ودخولها مجال الأقمار الصناعية.

4- الإذاعة وسيلة تعليمية: تعدُّ الإذاعة من وسائل الاتصال الجماهيرية الأوسع انتشاراً على نحو العالم، وقد استعملت هذه الوسيلة في الدول النامية استخداماً هائلاً في العقدين الأخيرين، فأصبحت تستعمل لتحقيق أهداف تعليمية وإعلامية وإعلانية، وتثقيفية وسياسية واجتماعية، بالاستفادة من إمكانياتها المتاحة في الوصول إلى معظم فئات المجتمع ذكوراً وإناً في المناطق النائية المختلفة والمترامية الأطراف، وباللهجات المحلية المختلفة غير المكتوبة في معظم الأحيان. (33)

5- الإذاعة وسيلة ترفيهية: هذه الميزة تبدو واضحة في برامج المنوعات والموسيقى التي تتميز بها الإذاعة باجذاب أعداد كبيرة من المستمعين على ميولهم واتجاهاتهم المختلفة. (34)

6- سرعة تغطية الأنباء: الإذاعة أسهل مصدر لنقل الأخبار وعلى أوسع نطاق ونجح الإذاعيون في كسب ثقة الجمهور من حيث الخبر، وأصبح للإذاعة مندوبو أخبار (مراسلون) لتغطية الأخبار للإذاعة فقط. (35)

ثالثاً: الإعلام الإذاعي المحلي:

يعرفها الدكتور "عبد المجيد شكري" أنها: "جهاز إعلامي يخدم مجتمعاً محلياً، بمعنى: أن الإعلام الإذاعي المحلي تبث برامجاً لمخاطبة مجتمعاً خاصاً محدود العدد يعيش فوق أرض محدودة المساحة تخاطب مجتمعاً متناسقاً من الناحية الثقافية الاجتماعية، والاقتصادية؛ إذ يوصف هذا المجتمع بالمجتمع المتجانس، على الرغم من وجود الفروق الفردية، التي توجد

³³ جيهان أحمد رشتي، الدعاية واستخدام الراديو في الحرب النفسية، بيروت، دار الفكر العربي، 1985م، ص32.

³⁴ عواطف عبد الرحمن، قضايا التوعية الإعلامية في العالم الثالث، القاهرة، دار الفكر العربي، ط2، 1997م، ص76.

³⁵ صالح خليل أبو أصبع، الاتصال الجماهيري، بيروت، دار الشروق، (د. ط)، 1999م، ص83.

بالضرورة بين أفراد المجتمع الواحد فهي تتفاعل مع هذا المجتمع، تأخذ منه وتعطيه وتقدم له الخدمات المختلفة.

(أ) خصائص ودور الإعلام الإذاعي المحلي:

- إنها تبث من المحيط الجغرافي الواقعي للمجتمع نفسه.

- أنها تعدُّ نوع من الرقابة الشعبية. (36)

ويؤدي الإعلام الإذاعي المحلي دوراً مهماً في تكوين ثقافة الفرد والأسرة والطفل والشباب، والاهتمام بقضايا المرأة والأسرة وتعزيز الوعي الأسري والصحي، وتنمية المجتمع المحلي سياسياً واقتصادياً وثقافياً، كما أن لها دوراً في محو الأمية، والتوعية الدينية والبيئية، وفي التنمية المحلية لما تملكه من قدرات التأثير في الجمهور المحلي الذي تستهدفه، وتستمد قدراتها من المعلومات والأخبار والحقائق نتيجة طبيعية لعملها بوصفها متابعة للأخبار ومنقبة عن المعلومات وباحثة ومحللة للأحداث، إضافة إلى ما تملكه من إمكانات مادية وبشرية وتكنولوجية عالية الدقة، وتحقق الألفة والتقارب الاجتماعي مع المستمع، ويتزايد دورها في ضل العولمة التي نعيش في نسقه الرامي إلى إدماج الشعوب وثقافتها في نموذج واحد؛ إذ أصبح للإعلام الإذاعي المحلي دور كبير في إبراز الخصوصية الثقافية للمجتمعات والحفاظ على عاداتها وتقاليدها. (37)

"ومن ثم أصبح من الضرورة إدماج الإذاعة المحلية في التخطيط لبرامج التنمية الشاملة والاستعانة بالمخططين الإعلاميين عند وضع السياسات العامة، والسياسات الإعلامية فضلاً عن تكثيف البحوث العلمية في هذا المجال، بعدّها أنها القاعدة التي تبنى عليها الخطة الإعلامية وهي أحد المقومات الرئيسة للتخطيط الإعلامي. (38)

(ب) أهمية الإعلام الإذاعي في التنمية:

تعكس الإذاعة تاريخ نضال "المحلي" في مواجهة "العولمة" ففي الوقت الذي يتزايد فيه الانصهار الكوني، وتتلاشى الحدود الثقافية والاجتماعية والسياسية أمام تدفق المضامين

³⁶ تركي نصار، تاريخ الإعلام الأردني، دراسة نظرية، وصفية، المكتبة الوطنية، ط1، 1992م، ص32.

³⁷ فاطمة الزهراء حجازي، دور إذاعة الوادي الجديد في تنمية المجتمع في إطار رؤية مصر 2030م، جامعة سوهاج. مصر، 2011م، ص332.

³⁸ رشيد خضير، دور الإذاعة وأهميتها في تنمية المجتمع المحلي، دراسة في الوسائل والأساليب-مجلة الدراسات والبحوث الاجتماعية. جامعة الشهيد حمة لخضر الوادي، العدد 15-مارس 2016م، ص111.

الإعلامية الاتصالية ذات المشارب المختلفة، ما تزال الإذاعة تحافظ على وجودها؛ خلافاً للاعتقاد السائد لم تتراجع الإذاعة عما كانت عليه في الستينيات والسبعينيات من القرن الماضي: (القرن العشرين) في ظل تعدد وسائط الاتصال الحديثة، التي تعتمد على الصوت والصورة.

وقد تنامي الدور الذي يحول موضوعات التنمية إلى النشاط المحلي تزداد الحاجة أمام الدول النامية للاهتمام بوسائل الإعلام أكثر من اهتمامها بالوسائل الكبرى؛ إذ يعدُّ الإعلام الإذاعي من وسائل الاتصال الجماهيري في مجتمعاتنا النامية؛ إذ تنتشر الأمية ويسعد التخلف، وتسير الحياة على وفق تقاليد ومعتقدات قد تقف حائلاً دون النهوض بهذه المجتمعات وتطورها. وتأتي أهمية الإعلام الإذاعي لعاملين أساسيين يتميز بهما الإعلام الإذاعي، وهما: العامل الجغرافي، وعامل اللغة.

ويعدُّ الإعلام الإذاعي الأسبق في بث الأنباء المتعلقة بالمجتمع المحلي ونقلها، كما أن أفضل البرامج التي تقدمها تلك التي يكون الاتصال فيها مباشراً (عبر الهاتف) بين المستمعين ومختص أو مسؤول أو مجموعة من المختصين في ميدان معين لتناول قضية ما من جوانبها كافة، ونجاح هذه البرامج يتوقف على قدرة الضيف على استيعاب الأسئلة، وقدرة المذيع على إدارة الحوار. (39)

رابعاً: الإعلام الإذاعي في مدينة عدن ومحتوى القضايا التي سعت لمعالجتها:

كان للإعلام الإذاعي في مدينة عدن واحدة من أبرز وأشهر الإذاعات على مستوى المنطقة والجزيرة العربية وأكثرها تأثيراً في نفوس ووجدان الجمهور العدني؛ كونها اهتمت بالإعلام التنموي في خطابها الإعلامي هذا الإعلام الذي يركز على أهمية إنتاج محتوى إعلامي يهتم بتوعية الجمهور وثقافته وتنويره ثقافياً وسياسياً واقتصادياً واجتماعياً ليسهم ذلك الجمهور المثقف والواعي في تحقيق التنمية المستدامة، ولم يغفل الإعلام الإذاعي في مدينة عدن عن بث رسالته الإعلامية التنموية، التي تهتم بشريحة المرأة والأسرة، فقدمت البرامج الشيقة المختلفة، التي تثير اهتمام شريحة الأسرة، وعلى المدى الطويل، ما عدا السنوات الأخيرة من عمر الإعلام الإذاعي؛ نتيجة الصراعات السياسية التي عصفت بالبلد عامة ومدينة عدن

(39) شوقي شفيق، إذاعة عدن، خمسون عاماً من العطاء، ط2، مطبعة وحدين الحديثة، المكلا، 2017م، ص811.

خاصة. لأن قيادة مكاتب الثقافة والإعلام كانت تدرك أنه لا تنمية ولا تطور من دون إشراك المرأة في عملية تنمية البلد وتطورها. (40)

محتوى لبعض الإعلاميين والقضايا التي تناولها الإعلام الإذاعي في مدينة عدن:

لقد أدت المرأة الإعلامية في الإعلام الإذاعي بعدن منذ عهد الاستعمار، سواء أكانت عاملة أم رئيسة أم مساهمة دورًا طيبًا ومهمًا في تقديم وإبراز قضايا المجتمع في البرامج المختلفة، التي أعدتها أو قدمتها ومنها برامج المرأة، بل الدخول كذلك حتى في منافسة شريفة مع الرجل في إبراز قضايا المجتمع في الإذاعة ومعالجتها في المجالات المختلفة: السياسية أو الثقافية أو الاقتصادية أو الاجتماعية أو الدرامية، والرياضية.

فقد حظيت شريحة المرأة باهتمام كبير في الإعلام الإذاعي منذ السنوات الأولى من تأسيس إذاعة عدن في خمسينات القرن العشرين الماضي؛ كونها تجد في المرأة نصف المجتمع، وهي بحاجة إلى التربية والتعليم والتوعية والتثقيف، كما أن المرأة في تلك المرحلة لا تزال الأمية طاغية على قطاع كبير منهن.

لقد أسهمت برامج الإعلام الإذاعي في معالجة قضاياها وشؤونها الأسرية والاجتماعية والصحية؛ فقد قدمت برامج ومسلسلات إذاعية اجتماعية وصحية تختص بالمرأة منها برامج الأسرة والطفل، بالتضامن مع اتحاد نساء اليمن في عدن، وبرنامج الأم والطفل، والرضاعة الطبيعية للطفل، وبرامج تعليم القراءة والكتابة للمرأة، والعلم والإنسان، والأسرة والسعادة الأسرية، وصحتك في رمضان، وبرامج دينية منها: الدين والحياة، وغيرها من البرامج التي اهتمت بالمرأة والأسرة كافة. (41)

ويصعب هنا رصد محتويات الموضوعات ونصوصها، وكذلك الكوكبة الهائلة من الإعلاميين كافة، الذين كان لهم الدور والفضل والبصمة الأولى للإعلام الإذاعي في مدينة عدن منذ خمسينات القرن العشرين؛ لضيق المساحة المتاحة لدينا، على سبيل الذكر لا الحصر يعرض الباحثة بعض من مؤسسي اللبنة الأولى للإعلام الإذاعي في مدينة عدن، منهم:

(40) شوقي شفيق، مرجع سابق، ص 212.

(41) حسن الحداد، تحليل مضمون برامج المرأة في إذاعة عدن، مركز أمان-المركز العربي للمصادر والمعلومات -اليمن، 2005م. ص 38.

-لطفی جعفر أمان- سالم أحمد بامدهف- أحمد الصافي- فوزية غانم- أحمد عمر بن سلمان- عبد الحميد سلام- أبوبكر العطاس- صالح علي عفارة- جمال الخطيب- علوي محمد فوزية جوباني- فوزية باسودان- محمد علي باشراحيل- عبد الرحمن بلجون- أمل بلجون- علوي محمد السقاف- عبد الرحمن باجنيد- علي محمد لقمان- صفية محمد لقمان- نور الهدى أحمد- محمد عمر بلجون- توفيق إيراني- جميل مهدي- أحمد شريف الرفاعي- فيصل باعباد- نوال خدابخش- علي محمد شماخ. وغيرهم كثير. (42)

وعلى الرغم من الصراعات الدموية التي مرت عليها المدينة عدن، لم يكن فيها الإعلام الإذاعي بعيداً في تلك الظروف الصعبة، فقد ظلت محافظة على كم هائل من محتواها وإرثها الطويل، الذي تكوّن منذ عهد الاستعمار البريطاني وحتى يومنا هذا، بحكم امتلاكها أرشيفاً ضخماً في مكاتبها ودوائر قطاعها الإداري، أسهم في الحفاظ على كم هائل من موروث العمل الإذاعي ويحفظ تاريخها الإعلامي الإذاعي العريق من نصوص وبرامج جميلة ورصينة وهادفة أسهمت بدور كبير في توعية وتثقيف المجتمع العدني، وهذا الأرشيف يسهم في حفظ تاريخ النصوص البرمجية في الإعلام الإذاعي، كما أنّ هذا القسم سيقدم خدمة أخرى جليّة للباحثين والدارسين الذين يقدمون دراسات علمية عن الإعلام الإذاعي في مدينة عدن وبرامجها. (43)

يمكن القول: إنّ القضايا التي عالجتها إذاعة عدن في برامجها عن المرأة هي قضايا لا تخرج عن قضايا الأسرة وهمومها ومصاعبها وتطلعاتها وكيفية جعلها أمّاً مربية فاضلة متعلّمة تؤدي واجبات الأمومة والطفولة والأسرة عموماً، وخلق جيل متعلم مثقف يسهم في تطور البلد ورقيه، بمشاركة رفيقها الرجل.

(42) بلال غلام حسين، عدن تاريخ وطن وحكاية إنسان، 1839م-1967م، جرافيك للطباعة والإعلان، عدن، 2013م، ص624.

(43) نفس المرجع، ص611.

المبحث الثالث:

خصائص عينة الدراسة البحثية:

جدول رقم: (2) يوضح توزيع العينة بحسب الفئة العمرية:

الفئة العمرية	الشيخ عثمان	المنصورة	المعلا	كريتر	%
	التكرار	التكرار	التكرار	المجموع	
25-18	16	12	12	12	52
30-25	13	16	11	9	49
35-30	10	14	12	11	47
40-35	8	4	9	10	41
45-40 فأكثر	3	4	6	8	21
الإجمالي	50	50	50	50	200
					100%

يوضح الجدول رقم: (2) الخصائص العمرية للعينة البحثية الميدانية؛ إذ جاءت بنسبة عينة متفاوتة، وتتجه بنسبة كبيرة نحو الفئة العمرية: (25-18)؛ إذ قدرت حجمها بنحو: (52) مفردة. ومن ثم جاءت الفئة العمرية: (30-25) على التوالي، فقد قدرت حجمها بنحو: (49) مفردة. في حين جاءت الفئة العمرية ال: (40-45 فأكثر) هي الاتجاه الإحصائي الأدنى بين الفئات العمرية للعينة، التي قدرت بنسبة مئوية تقدر بنحو (11%)؛ فقد قدرت حجمها بنحو: (21) مفردة.

جدول رقم (3) يوضح توزيع العينة بحسب المؤهل التعليمي:

م	المديرية	أمية	تقرأ وتكتب	تعليم ابتدائي	تعليم أساسي	تعليم ثانوي	تعليم جامعي	الإجمالي	النسبة المئوية
		%	%	%	%	%	%	200	100 %
1	الشيخ عثمان	6	7	6	4	12	15	50	25%
2	المنصورة	7	8	7	3	12	13	50	25%
3	المعلا	6	5	8	6	14	11	50	25%
4	كريتر	8	9	7	8	9	9	50	25%
		27	29	28	21	47	48	200	100%
1	النسبة المئوية	114	15%	14%	11%	23%	24%	100%	100%

يوضح الجدول رقم: (3) يوضح توزيع العينة بحسب المؤهل التعليمي، ويلاحظ أنَّ البديل للمؤشر الإحصائي لتوزيع العينة بحسب المؤهل التعليمي: (أمية) جاءت بنية متفاوتة ومتقاربة وبسيطة وتقدر أعلى مؤشر لها بعينة حجمها: (27) مفردة، من إجمالي حجك العينة الكلية التي تقدر بنحو: (200) مفردة. وبأعلى اتجاه إحصائي قدر في مديرية بروم ميفع وبنحو: (8) مفردة فقط. ويلاحظ أنَّ أعلى مؤشر إحصائي لتوزيع العينة بحسب المؤهل التعليمي يتجه نحو: (تعليم جامعي)، ويُقدر حجمه بنحو: (48)، وبنسبة مئوية تقدر بنحو: (24%) وهي أعلى نسبة مئوية بحسب توزيع العينة بحسب المؤهل التعليمي.

جدول رقم: (4) يوضح توزيع عينة الدراسة بحسب الحالة الاجتماعية:

م	المديرية	متزوجة	عازبة	مطلقة	أرملة	الإجمالي
1	الشيخ عثمان	29	14	3	4	50
2	المنصورة	27	16	4	3	50
3	المعلا	31	13	2	4	50
4	كريتر	32	11	3	4	50
	الإجمالي	119	54	12	15	200
	النسبة المئوية	60%	27%	6%	8%	100%

يلاحظ من الجدول رقم: (4) توزيع العينة بحسب الحالة الاجتماعية، أنَّ المؤشر الإحصائي للبديل: (متزوجة) هو الأعلى نسبة مئوية؛ فقد جاءت بنسبة مئوية تقدر بنحو: (60%)، وهي الأعلى من بين حالات المؤشرات الأخرى، وتقدر حجم هذه المؤشر بنحو: (119) مفردة. في حين جاء مؤشر (مطلقة) من العينات المبحوثة الأقل مقياساً، وبنسبة مئوية تقدر بنحو: (6%)، وعينة حجمها تقدر بنحو: (12) مفردة.

- اختبار صدق اداة البيانات وثباتها:

نتيجة وضوح المشكلة البحثية، لذلك رأت الباحثة في إمكانية التعامل مع عينة اختبار عشوائية قصدية.

وتعدُّ عملية اختبار أداة جمع البيانات من المسائل المهمة؛ وذلك قبل الشروع في عملية جمع البيانات واستعمالها.

إنَّ الاستبانة السابقة يحقق للبحث النجاح والثبات للاستمارة البحثية، ومدى انسجام البيانات المستخلصة من أفراد العينة المبحوثة، وهو ما يسهم في الوصول إلى نتائج سليمة قدر الإمكان. وللتأكد من صدق أداة البحث فقد اعتمدت الباحثة على طريقتين: الطريقة الأولى: وهي التأكد من الصدق الظاهري للاستبانة؛ وذلك بعرضها على مجموعة من الأساتذة في قسم علم الاجتماع في جامعة عدن.

سعت الباحثة إلى تعديل بعض فقرات الاستبانة، وحذف بعضها؛ كونها لم تكن قريبة في فقراتها مع موضوع البحث.

واستعانت الباحثة بالطريقة الثانية، وهي: القيام بالنزول القبلي للتأكد من مدى استيعاب المبحوثات لفقرات أسئلة الاستبانة، فقد أخذت عينة بحثية بواقع: (20) مفردة بحثية من النساء، وبعد استيفاء البيانات كافة فرغت إحصائياً بنظام المتوسط الحسابي، التكرارات، واستعمال نظام النسب المئوية.

-المقابلات المعمقة:

وهي مقابلات (لقاءات) تقوم بها الباحثة، أو حتى من ينوب عنها، بطرح مجموعة من الأسئلة ذات العلاقة مع المبحوثات (المستجيبين) وجهاً لوجه؛ إذ يعمل المقابل على تدوين آراء المستجيبات وملاحظاتهم في تلك الاستبانة.

التحليل الإحصائي:

يعدُّ التحليل الإحصائي ركناً أساساً في أثناء الدراسات العلمية الميدانية بوجه عام؛ إذ اعتمدت الباحثة على توظيف برنامج الوسط الحسابي، في أثناء تحليلها إحصائياً لاستجابة المبحوثات على فقرات الاستبانة لغرض معالجة البيانات، ولما يتميز به ذلك البرنامج من الدقة والبساطة، وتوفير الجهد والزمن والتكلفة؛ لأجل الوصول إلى نتائج في غاية الوضوح، وسهولة الترجمة الإحصائية لدى القارئ المطلع للبيانات الإحصائية، ولغرض التبويب والعرض لأهم خصائص أفراد عينة الدراسة البحثية على الرغم من وجود عديد من البرامج الإحصائية الأخرى، ومن هذه البرامج: المتوسط الحسابي لمقياس الانحراف المعياري، الوسيط، واختبار "ت"، والنسب المئوية.

جدول رقم: (5) يوضح: تستمعين لبرامج إعلام إذاعة عدن:

النوع		المؤشر		الرمز
أنثى		التكرار		
اتجاه المؤشر	المجموع	لا	نعم	المؤشر
حجم العينة				
نعم	200	11	189	مجموع التكرار
189	%100	%5	%95	النسبة المئوية

يلاحظ من الجدول رقم: (5) أن نسبة المتابعة لبرامج إعلام إذاعة عدن، جاءت بنسبة مئوية عالية تقدر بنحو: (189) مفردة، ونسبة مئوية: (95%)، مما يشير إلى أن هناك نسبة متابعة كبيرة من النساء؛ لما تعكسه هذه النسبة من اهتمام للبرامج التي تقدمها إذاعة عدن. في حين جاءت حجم العينة البحثية اللواتي ليس لديهن اهتمامات للبرامج التي تقدمها إذاعة عدن، بنسبة ضعيف تقدر بنحو: (11%)، وهذه النسبة مقارنة بالبديل والمؤشر (نعم) مؤشر على مدى متابعة المرأة لبرامج إذاعة عدن تقى مؤشر: (نعم) هو الأعلى.

جدول رقم: (6) يوضح: أن لإعلام إذاعة عدن دور مؤثراً وإيجابياً

في معالجة قضايا المرأة وزيادة وعيها وتثقيفها:

الجنس		المؤشر		الرمز
أنثى		التكرار		
اتجاه المؤشر	المجموع	لا	نعم	المؤشر
نعم	200	14	186	مجموع التكرار
%93	%100	%7	%93	النسبة المئوية

تظهر بيانات الجدول رقم: (6)، "أنَّ لإعلام إذاعة عدن دور مؤثراً وإيجابياً في معالجة قضايا المرأة وزيادة وعيها وتثقيفها"، طبقاً لمتغير الجنس: (أنثى) أنَّ النسبة الكلية من أصل: (200) مفردة قد سجلت نسبة عالية تقدر بنحو: (93%)، من العينة البحثية، من عينة حجمها قدرت

بنحو: (186) مفردة. في مؤشر البديل: (نعم)، في حين جاءت حجم من العينة البحثية جاءت اجاباتهم ب: (لا)؛ كون إذاعة عدن لا تقدم برامج تعالج قضايا المرأة، وبنسبة ضعيفة تقدر بنحو: (7%)، وهذه النسبة مقارنة بالبديل "المؤشر": (نعم)، تؤكد دور إعلام إذاعة عدن في الإسهام في حل قضايا المرأة.

جدول رقم: (7) يوضح: أن إعلام إذاعة عدن تسهم في معالجة قضايا المرأة وتوعيتها وتعميق فهمها حول ما يخصها من قضايا مهمة عبر برامجها المخصصة للمرأة والأسرة:

الرمز	المؤشر		النوع	
	التكرار		أنثى	
المؤشر	نعم	لا	المجموع	اتجاه المؤشر
مجموع التكرار	181	19	200	نعم
النسبة المئوية	91%	9%	100%	181

تُظهر بيانات الجدول رقم: (7) أن إعلام إذاعة عدن تسهم في معالجة قضايا المرأة وتوعيتها وتعميق فهمها حول ما يخصها من قضايا مهمة عبر برامجها المخصصة للمرأة والأسرة. طبقاً لمتغير الجنس: (أنثى)، أن النسبة الكلية من أصل: (200) مفردة قد سجلت نسبة عالية تقدر بنحو: (91%) مفردة من العينة البحثية من النساء، في حين جاءت حجم عينة بحثية من النساء التي جاءت اجاباتهم ب: (لا) نسبة مئوية قدرت بنحو: (9%) من عينة حجمها تقدر بنحو: (19) مفردة.

وتشير هذه النتيجة إلى أن برامج الأسرة والمرأة التي كانت تُقدم من إذاعة عدن كان لها أهمية ونسبة متابعة عالية، وخاصة في برامجها الاجتماعية التي تتعلق بقضاء الأسرة والمرأة. جدول رقم: (8) أسهم إعلام إذاعة عدن في تزويد المرأة بما تريد معرفته من أمور تهمها وتهم أسرته عبر برامجها المخصصة للمرأة والأسرة وبرامجها الأخرى كافة:

الرمز		المؤشرات الإحصائية			الجنس
المؤشر		التكرار			أنثى
مجموع التكرار	النسبة المئوية	بدرجة كبير	بدرجة متوسطة	بدرجة أقل	المجموع
		141	39	20	200
		%71	%19	%10	%100
		141	39	20	200
		%71	%19	%10	%100

يتبين من جدول رقم: (8) للفقرة " أسهم إعلام إذاعة عدن في تزويد المرأة بما تريد معرفته من أمور تهمها وتهم أسرتها عبر برامجها المخصصة للمرأة والأسرة وبرامجها الأخرى كافة: "أن النسبة الكلية الأعلى جاءت باتجاه مؤشر: (بدرجة كبير) وبنسبة مئوية تقدر بنحو: (71%)، وعينة قدرت بنحو: (141) مفردة بحثية؛ إذ تشير على استفادة المرأة، من عديد من البرامج الاجتماعية والاسرية التي قدمها إعلام إذاعة عدن؛ كون تلك البرامج تقدم مادة علمية تخدم شؤون المرأة. ولوحظ نسبة ضعيفة من الذين لا يجدون أهمية لتلك البرامج، التي قدمها إعلام إذاعة عدن وقدرت بنحو: (20) مفردة من الحجم الكلي للعينة البحثية، التي حجمها الكلي: (200) مفردة، وبنسبة مئوية تقدر بنحو: (6%)، ويعدُّ تقدير ضعيف جدًا.

جدول رقم: (9) تشبع برامج إعلام إذاعة عدن احتياجات المرأة

المعرفية والترفيهية، التي ترغبين في معرفتها:

الرمز		المؤشر الإحصائي			النوع
المؤشر		التكرار			إناث
مجموع التكرار	النسبة المئوية	بدرجة كبير	بدرجة متوسطة	بدرجة أقل	المجموع
		107	81	12	200
		%54	%41	%6	%100
		107	81	12	200
		%54	%41	%6	%100

يبين الجدول رقم: (9) للفقرة " تشبع برامج إعلام إذاعة عدن احتياجات المرأة المعرفية والثقافية والترفيهية، التي ترغب في معرفتها"، أنّ النسبة الكلية تتجه نحو مؤشر (بدرجة كبير) وعينة حجمها تقدر بنحو: (107) مفردة، ونسبة مئوية تقدر بنحو: (54%)؛ إذ يشير الاتجاه البديل الثاني نحو (بدرجة متوسطة)، ونسبة مئوية تقدر بنحو: (41%) لعينة حجمها: (81) من مجموعة الكلي للعينة البحثية التي قدرت ب: (200) مفردة إذ تشير البيانات الإحصائية على أن برامج إعلام إذاعة عدن إذاعة أسهمت في تقديم البرامج الثقافية والابداعية والترفيهية المختلفة للمرأة، وهذا يؤكد جودة البرامج الاجتماعية مختلفة، التي كانت تقدمها برامج إعلام إذاعة عدن، واسهمت في صقل معارفها الضرورية ومنها وكذلك الترفيهية.

جدول رقم: (10) برامج إعلام إذاعة عدن المخصصة للمرأة والأسرة، تعدّ مفيدة لك وللنساء كافة:

الرمز		المؤشرات الإحصائية			النوع	
		التكرار			إناث	
المؤشر	الأخبار	مشوار	كلام له معنى	صباح الخير يا عدن	المجموع	اتجاه المؤشر
التكرار	19	51	81	49	200	حجم العينة
النسبة المئوية	10%	26%	41%	25%	100%	كلام له معنى
					81	

يبين الجدول رقم: (10)، من الفقرة " برامج إعلام إذاعة عدن المخصصة للمرأة والأسرة، تعدّ مفيدة لك وللنساء كافة" أنّ نسبة عالية تشير نحو البديل: (لفظ له معنى)، من عينة حجمها تقدر بنحو: (81) مفردة، ونسبة مئوية قدرت بنحو: (41%)، وهي الأعلى؛ في حين يشير الاتجاه البديل الثاني نحو: (صباح الخير يا عدن)، ونسبة مئوية قدرن بنحو: (25%)، لعينة قدرت حجمها: (49) مفردة؛ إذ تشير البيانات الإحصائية إلى أن برامج الإذاعة المخصصة للمرأة والأسرة، وبرامج الإعلام الإذاعي الأخرى التي تفضلها المرأة، وترى أنها مفيدة للمرأة، والأكثر متابعة هي كلام له معنى، ثم صباح الخير يا عدن، يليها برنامج مشوار اليوم، ويأتي مؤشر الأخبار في المرتبة الرابعة من حجم العينة التي قدرت بنحو: (19) مفردة، ونسبة مئوية قدرت بنحو: (10%)، وهي الأقل نسبة مئوية مقارنة بالمؤشرات الإحصائية الأربعة.

جدول رقم: (11) الموضوعات والقضايا التي ترغبين أن يتناولها إعلام إذاعة عدن غير مطروحة في الدورات، منها:

النوع		المؤشرات الإحصائية					الرمز
إناث		التكرار					
اتجاه المؤشر	5		1	3	2	4	عدد البرامج
حجم العينة							
برامج الطفل والمرأة والأسرة	الإجمالي	منوعات	كل جديد برامج الطفل والمرأة والأسرة		البرامج الاجتماعية	اللقاءات المباشرة	المؤشر
98	200	12	98	33	43	31	مجموع التكرار
%49	%100	%6	%49	%16,5	%21,5	%15,5	النسبة المئوية

تُظهر بيانات الجدول رقم: (11) أن اتجاه المؤشر طبقاً إلى متغير النوع أنه جاء نحو مؤشر: (برامج الطفل والمرأة والأسرة)؛ إذ تُمثل أعلى درجة استجابة للعينة البحثية، لعينة قدرت حجمها بنحو: (98) مفردة، ونسبة مئوية قدرت بنحو: (%49)، تليها مؤشرات البرامج الاجتماعية، وكل جديد ومتطور على التوالي، ونسبة مئوية متفاوتة؛ إذ تشير هذه النتيجة نحو استجابة ربات البيوت نحو البرامج، التي تتعلق بالأسرة والطفل، وكل ما يتعلق بشؤون المرأة، التي تُشكل المطلب الأكبر من العينة المبحوثة، التي حجمها العام: (200) مفردة.

جدول رقم: (12) فترة الاستماع المناسب لبث إعلام إذاعة عدن هو:

الرمز	المؤشرات الإحصائية				النوع
	التكرار				إناث
الوصف	أ	ب	ج	ذ	اتجاه المؤشر
المؤشر	الفترة الصباحية	فترة الظهيرة	فترة العصر	فترة المساء	الفترة الصباحية
مجموع التكرار	148	27	14	11	149
النسبة المئوية	74%	13,5%	7%	5,5%	100%

يتبين من الجدول رقم (12)، "فترة الاستماع المناسبة لبث إعلام إذاعة عدن أنَّ النسبة الكلية لمعينة الذين يرحبون لمتابعة الاستماع لبرامج الإعلام الإذاعي، جاء نحو المؤشر الإحصائي: أ (الفترة الصباحية)، ونسبة مئوية قدرت بنحو: (74%)، لعينة قدرت حجمها بنحو: (148) مفردة. وبالمقابل جاء المؤشر الإحصائي: ذ: (فترة المساء)، أقل استجابة لمتابعة البرامج الإذاعية، ونسبة مئوية تقدر بنحو: (5،5%) وهي نسبة استجابة ضعيفة نحو الاستماع لبث الإعلام الإذاعي، في حين جاءت استجابة النساء في متابعة واستماع لبرامج الإعلان الإذاعي عدن نحو المؤشر الإحصائي: ب (فترة الظهيرة)، في الاستجابة الثانية، ونسبة مئوية تقدر بنحو: (14%)، فإنها تظلُّ نسبة ضعيفة مقارنة بالمؤشر الإحصائي: (الفترة الصباحية).

جدول رقم: (12) عدد الساعات التي تقضيها في الاستماع لبرامج إعلام إذاعة عدن:

الرمز	المؤشرات الإحصائية					النوع
	التكرار					إناث
الوصف	أ	ب	ج	ذ	المجموع	اتجاه المؤشر
المؤشر	ساعة	ساعتان	أقل من ساعة	3 ساعات فأكثر		ساعتان
مجموع التكرار	21	111	21	47	200	111
النسبة المئوية	11%	55%	11%	23%	100%	55%

تُظهر بيانات الجدول رقم: (12) للفقرة "عدد الساعات التي تقضيها المرأة في الاستماع لبرامج إعلام إذاعة عدن " جاءت استجابة العينة نحو المؤشر الإحصائي: (ساعتان) الأعلى مقارنة إلى باقي اتجاه المؤشرات الإحصائية الأخرى، ونسبة مئوية تقدر بنحو: (55%)، في حين جاء مؤشر: (ساعة)، وكذلك مؤشر: (أقل من ساعة) بالتساوي في حجم العينة، في حين قُدرت بنحو: (21) مفردة لكليهما، ونسبة مئوية قدرت بنحو: (11%) وهي نسبة ضعيفة من العينة، في مؤشر الساعة، وأقل من الساعة، في حين نسبة أكبر هُنَّ من يقضين لأكثر من ساعة، وكذلك إلى نحو مؤشر الساعتين.

جدول رقم: (13) بأي لغة تفضل المرأة أن يُقدم برامج إعلام إذاعة عدن:

الرمز	المؤشرات الإحصائية				النوع
	التكرار				إناث
الوصف	أ	ب	ج	المجموع	اتجاه المؤشر
المؤشر	باللغة الفصحى	باللغة الفصحى الميسرة	باللهجة العامية		باللغة الميسرة
التكرار	31	137	32	200	137
النسبة المئوية	15,5%	68,5%	16%	100%	86%

تُظهر بيانات الجدول رقم: (13) للفقرة "بأي لغة تفضل المرأة أن يُقدم برامج إعلام إذاعة عدن" أنّ نسبة مئوية عظمى من البدئل الثلاثي، قد جاءت نحو اتجاه المؤشر: ب(باللغة الفصحى الميسرة)، ونسبة مئوية قدرت بنحو: (68,5%)، وعينة بحثية قدرت حجمها التكراري بنحو: (137) مفردة، تليها البديل: ج(باللهجة العامية)، ونسبة مئوية قدرت بنحو (26%)، لعينة حجمها التكراري قدر بنحو: (137) مفردة. في حين العينة المبحوثة اللواتي يُفضلن أن تُقدم البرامج باللغة الفصحى هُنَّ أقل نسبة مئوية إذ تُقدر بنحو: (16%)، من لعينة قدر حجمها التكراري بنحو: (31) مفردة فقط من أصل الحجم الكلي للعينة.

نتائج الدراسة:

توصلت الدراسة إلى عدد من النتائج المستخلصة من خلال الإجابة عن أسئلة البحث وهي كالآتي:

- 1- أنّ هناك نسبة متابعة كبيرة من النساء للبرامج التي يبيثها إعلام إذاعة عدن لما تعكسه هذه النسبة من اهتمام.
- 2- أنّ لإعلام إذاعة عدن دورًا مؤثرًا وإيجابيًا في معالجة قضايا المرأة وزيادة وعيها وتنقيفها، وهو ما يؤكد أن إعلام إذاعة عدن اهتمت في تقديم، القضايا التي تلامس حياة المرأة، وفي المشاركة المرأة في صياغة الحلول للمشكلات التي تعترض المرأة.
- 3- أنّ إعلام إذاعة عدن أسهم في معالجة قضايا المرأة وتوعيتها وتعميق فهمها بشأن ما يخصها من قضايا مهمة عبر برامجها المخصصة للمرأة والأسرة.

- 4- أن إعلام إذاعة عدن أسهم بدرجة كبيرة في تزويد المرأة بما تريد معرفته من أمور تهمها وتهم أسرتها عبر النوع برامجه المخصصة للمرأة والأسرة وبرامجها الأخرى كافة.
- 5- أن إعلام إذاعة عدن أسهم بدور ريادي كبير من خلال برامجها الاجتماعية والأسرية والصحية والدينية والترفيهية والرياضية، التي كانت تقدم منذ عهد تأسيس إذاعة في خمسينات القرن الماضي.
- 6- أن غالبية البرامج المخصصة للمرأة والأسرة، التي قدمها إعلام إذاعة عدن برامج حظيت بالمتابعة من المرأة عدا برامج نشرة الأخبار؛ كونها تعدُّ برامج مفيدة للنساء كافة.
- 7- أن اتجاه المؤشر طبقاً لمتغير النوع فقد جاء نحو مؤشر: (برامج الطفل والمرأة والأسرة)، و(الأسرة والطفل) من البرامج الأكثر تشويقاً وانجذاباً من المرأة التي تعدُّ أعلى درجة استجابة لها لعينة الدراسة.
- 8- أن عدد الساعات التي تقضيها المرأة في الاستماع لبرامج الإعلام الإذاعي " بحسب اتجاه المؤشر الإحصائي: (ساعتان) جاء الأعلى.
- 9- أن فترة الاستماع المناسبة لبث إعلام إذاعة عدن كانت النسبة الكلية لعينة الذين يرحبون بمتابعة الاستماع لبرامج الإعلام الإذاعي، جاء نحو المؤشر الإحصائي: (الفترة الصباحية).
- 10- أن المرأة تفضل متابعة البرامج، التي يبثها إعلام إذاعة عدن " تفضل باللغة الفصحى الميسرة.
- 11- أن إعلام إذاعة عدن، ظلَّ محافظاً على الموروث الإذاعي، من خلال وجود أرشيف الإذاعة على الرغم من تعرضه إلى عديد من المشكلات في أثناء الصراعات السياسية والدموية، التي مرت عليها مدينة عدن منذ ما بعد الاستقلال من الاستعمار البريطاني في 30 نوفمبر عام 1967م.

التوصيات:

- 1- الاهتمام بأرشيف حفظ البرامج ورقية كانت أم صوتية مسجلة إلكترونياً؛ لكونه إراثاً إعلامياً أبناء عدن والجنوب اليمني بصفة عامة
- 2- تقديم البرامج التي تسهم في عرض قضايا المرأة، في الدورات البرمجية القادمة.

- 3-إعادة عرض البرامج المتعلقة بشؤون المرأة والطفل والأسرة من إذاعة عدن، في أكثر من توقيت زمني؛ كي تستطيع كل امرأة من متابعة البرامج، التي تستمتع بمتابعتها بحسب الظروف المتاحة لها.
- 4-الاهتمام بإذاعة عدن، وإعادة تأهيلها مادياً وبأحدث الأجهزة التي تواكب عصر الإتصال والتواصل الإعلامي الحديث بقنواته الإلكترونية المختلفة.
- 5-تناول القضايا الاجتماعية التي تهم المرأة والأسرة، منها: قضايا طلب العلم للمرأة، والزواج، ورعاية الأبناء والبنات وتعليمهم، وصحة الأطفال، وتوفير الظروف الملائمة لتتشنّتهم التنشئة الاجتماعية المناسبة.
- 6-الاهتمام بالعنصر النسوي في تقديم البرامج من إذاعة عدن.
- 7-إعادة تأهيل مُعدّي البرامج الإذاعية، لرفع مهارتهم المهنية والتقنية، لما تقتضيه المرحلة من تطور في تقنيات الاتصال الحديثة.
- 8— أن تهتم إذاعة عدن بتقديم برامج تتعلق بقضايا المرأة وشؤونها الخاصة والعربية عموماً، وعلى مبادئ، المرأة المسلمة وقيمها، وعموم البلد والبلاد العربية.

قائمة المراجع:

- 1- إحسان محمد حسن، موسوعة علم الاجتماع، الطبعة الأولى، الدار العربية للموسوعات، بيروت-لبنان، 1999م.
- 2- إبراهيم إمام، وكالات الأنباء، القاهرة دار الفكر، ط1، 1994م.
- 3- بسام عبد الرحمن المشاقبة، نظريات الإعلام، عمان: دار أسامة للنشر والتوزيع، 2011م.
- 4- بلال غلام حسين، عدن تاريخ وطن وحكاية إنسان، 1839م-1967م، جرافيك للطباعة والإعلان، عدن، 2013م.
- 5- تركي نصار، تاريخ الإعلام الأردني، دراسة نظرية، وصفية، المكتبة الوطنية، ط1، 1992م.
- 6- ديفلير، ملفين، وروكيتش، ساندرا، نظريات في وسائل الاتصال، ترجمة: "كمال خاروف"، القاهرة، دار الدولية للاستثمارات الثقافية، ط4، 2002م.
- 7- رشيد خضير، دور الإذاعة وأهميتها في تنمية المجتمع المحلي، دراسة في الوسائل والأساليب- مجلة الدراسات والبحوث الاجتماعية. جامعة الشهيد حمة لخضر الوادي، العدد 15-مارس 2016م.
- 8- جيهان أحمد رشتي، الدعاية واستخدام الراديو في الحرب النفسية، بيروت، دار الفكر العربي، 1985م.
- 9- حسن الحداد، تحليل مضمون برامج المرأة في إذاعة عدن، مركز أمان-المركز العربي للمصادر والمعلومات -اليمن، 2005م.
- 10- سليكة محمد القاضي، دور الإذاعات المحلية في محافظة الخليل في تنمية الوعي الثقافي لدى المرأة، بكلية الآداب بجامعة الخليل، فلسطين، شبكة الإنترنت، تاريخ الدخول/2021/11/8م.
- 11- شوقي شفيق، إذاعة عدن، خمسون عامًا من العطاء، ط2، مطبعة وحدين الحديثة، المكلا، 2017م.
- 12- صالح خليل أبو أصبع، الاتصال الجماهيري، بيروت، دار الشروق، (د. ط)، 1999م.
- 13- طارق سيد أحمد: "الإعلام المحلي وقضايا المجتمع، دار المعرفة الجامعية، للطبع والتوزيع، القاهرة، الإسكندرية، 2004م.
- 14- طارق الشاري، الإعلام الإذاعي، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، ط1، 2010م.

- 15- عبد الرحيم درويش، مقدمة إلى علم الاتصال، ط1، دمياط، مكتبة نانسي، دمياط، 2006م.
- 16- عواطف عبد الرحمن، قضايا التبعية الإعلامية في العالم الثالث، القاهرة، دار الفكر العربي، ط2، 1997م.
- 17- عبده أحمد يوسف حمائل، دور الإذاعة في تعزيز الانتماء لذي طلاب الجامعات، جامعة الشرق الأوسط نموذجًا، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة الشرق الأوسط، (MEU)، 2011م.
- 18- محمد الحديدي، نظريات الإعلام - اتجاهات حديثة في دراسة الجمهور والرأي العام، ط1، دمياط، مكتبة نانسي دمياط، 2006م.
- 19- محمود حسن إسماعيل، مبادئ علم الاتصال والتواصل، ونظريات التأثير، مصر، الدار العالمية للنشر والتوزيع، ط(1)، 2003م.
- 20- ماجي الحلواني، مدخل للفن الإذاعي والتلفزيوني والفضائي، (د.ت)، القاهرة، عالم الكتب، 2002م.
- 21- مصطفى الطائي، الفنون الإذاعية والتلفزيونية، وفلسفة الإقناع الإسكندرية، دار الوفاء للطباعة، ط1، 2007م.
- 22- محمد عبد الرقيب عبد الرحمن، دور القيادات التربوية في إدارة الأزمات. أطروحة دكتوراه، جامعة عدن، كلية الآداب، قسم علم الاجتماع، 2019م.
- 23- محمود حسن إسماعيل، مبادئ علم الاتصال والتواصل، ونظريات التأثير، مصر، الدار العالمية للنشر والتوزيع، 2003م.
- 24- ماجي الحلواني، مدخل للفن الإذاعي والتلفزيوني والفضائي، (د.ت)، القاهرة، عالم الكتب، 2002م.
- 25- فريال مهنا، علوم الاتصال والمجتمعات الرقمية، ط1، دمشق، دار الفكر المعاصر، بيروت، 2002م.
- 26- فاطمة الزهراء حجازي، دور إذاعة الوادي الجديد في تنمية المجتمع في إطار رؤية مصر 2030، جامعة سوهاج. مصر، 2011م.
- 27- فارق أنيس جرار، الإذاعة والتلفزيون في الأردن، المكتبة الوطنية، عمان، الأردن، ط1، 1997م.
- 28- كرم شلبي، معجم المصطلحات الإعلامية، إنجليزي عربي، بيروت، دار الشرق الجليل، 1994م.