

بسم الله الرحمن الرحيم

الجمهورية اليمنية
المركز الوطني للمعلومات
الإدارة العامة للتحليل والدراسات

تحليل واقع الإعلام اليمني

الفهرس

رقم الصفحة	العناوين الفرعية	العنوان الرئيسي
		مقدمة
	تحليل الإعلام المقروء	الواقع الراهن للإعلام في اليمن
	تحليل الإعلام المسموع	
	تحليل الإعلام المرئي	
	الإعلام في البرنامج الانتخابي	الإعلام في البرنامج الانتخابي لرئيس الجمهورية وبرامج الحكومة والخطة الخمسية الثالثة
	الإعلام في برنامج الحكومة	
	الإعلام في الخطة الخمسية الثالثة	
		التحديات والاتجاهات المستقبلية لقطاع الإعلام
		المصادر

قائمة الجداول :

م	الجدول
جداول الإعلام المقروء	
1	جدول رقم (1) يوضح عدد الصحف والمجلات للفترة 2004-2010م
2	جدول رقم (2) يوضح معدل النمو للصحف والمجلات للفترة 2004 - 2010م
3	جدول رقم (3) يوضح توزيع الصحف حسب مواعيد صدورها من عام 2004م - 2010م
4	جدول رقم (4) يوضح توزيع المجلات حسب مواعيد صدورها للفترة 2004م - 2010م
5	جدول رقم (5) توزيع الصحف حسب جهات الإصدار للفترة 2004 - 2010م
6	جدول رقم (6) توزيع المجلات حسب جهات الإصدار للفترة 2004م - 2010م
7	جدول رقم (7) توزيع الصحف والمجلات بحسب مكان الإصدار لعام 2003م
8	جدول رقم (8) يوضح توزيع الصحف حسب الموضوعات
9	جدول رقم (9) يوضح توزيع المجلات حسب الموضوعات
جداول الإعلام المسموع	
10	جدول رقم (1) يوضح تطور عدد الإذاعات خلال الفترة 2004 - 2010م
11	جدول (2) توزيع ساعات الإرسال للإذاعات للفترة 2004 - 2010م.
12	جدول رقم (3) توزيع ساعات الإرسال السنوي بحسب أنواع البرامج للإذاعات الرسمية خلال العام 2010م
13	جدول (4) توزيع ساعات الإرسال السنوي بحسب أنواع البرامج للإذاعات المحلية لعام 2010م
جداول الإعلام المرئي	
14	جدول رقم (1) تطور القنوات الفضائية للفترة 2004 - 2010
15	جدول رقم (2) توزيع ساعات الخدمة البرمجية للقنوات للفترة 2004 - 2010
16	جدول رقم (3) توزيع ساعات الخدمة البرمجية بحسب أنواع البرامج في القنوات (اليمن - عدن - سبأ) للعام 2010م

مقدمة:

لقد مثّل الإعلام دائماً وسيلة متميزة لنقل المعرفة وفي أحياناً كثيرة إنتاجها ونشرها، وقد تطور هذا الدور بتطور الوسائط التقنية والتكنولوجية التي تستعملها الوسائل الإعلامية، إذ تعزز مجال نشر المعرفة في العالم العربي بالانتشار الكبير لوسائل الإعلام المسموعة والمرئية والمقروءة .

كما لعب الإعلام بوسائله المسموعة والمرئية والمقروءة دوراً فاعلاً في تنمية وتشكيل الوعي الاجتماعي والثقافي والاقتصادي والسياسي للرأي العام . وتزداد أهمية هذا الدور مع الحاجة المتزايدة لمواكبة المتغيرات محلياً وإقليمياً ودولياً وتطور التقنيات وسقوط الحدود الجغرافية أمام الإعلام .

وتبرز مهمة الإعلام في ترسيخ القيم والمبادئ الوطنية وتعزيز الهوية الوطنية والإسلامية الأصيلة، والتوعية بالحقوق والحريات ونشر الوعي بأسس وممارسات الديمقراطية في الدولة .

ولأهمية الإعلام فإننا في هذا التقرير سيتم تحليل الواقع الراهن للإعلام في اليمن من خلال تحليل وسائل الإعلام المختلفة (المقروء - المسموعة - المرئية)، وكذلك وضع قضايا الإعلام في برنامج الرئيس الانتخابي 2006م، وفي خطط الحكومة (الخطة العامة - الخطة الخمسية)، كما سنتطرق في التقرير إلى التحديات التي تواجه قطاع الإعلام اليمني.

المطلب الاول : الواقع الراهن لقطاع الاعلام

أولاً : تحليل الإعلام المقروء

نشأة الإعلام المقروء في اليمن

تعود بداية تاريخ الصحافة اليمنية إلى عام 1872م بدخول المطبعة الأولى التي جلبها العثمانيون أبان احتلالهم لشمال اليمن التي كانت تطبع باللغتين العربية والتركية وكانت تطبع مطبوعات رسمية وأطلق عليها (مطبعة الولاية) كما أنها أصدرت أول صحيفة مطبوعة ظهرت على شكل نشرة وهي (يمن) التي أصدرها الوالي العثماني مختار باشا باللغة التركية وفي أربع صفحات، ثم صدرت صحيفة صنعاء في العام 1878 والتي صدرت بناء على توجيهات السلطان عبد الحميد الثاني والذي وجه بأن يكون لولاية اليمن صحيفة أسوة ببقية الولايات التابعة للإمبراطورية العثمانية وكانت تصدر باللغة التركية وتعتبر أول صحيفة تصدر في شبه الجزيرة العربية بصفة أسبوعية حتى عام 1882م حيث أصدرت باللغة العربية واللغة التركية في أربع صفحات مناصفة ، وبجلاء الأتراك عن اليمن في 1918 توقفت الصحيفة عن الصدور وبقيت المطبعة مغلقة حتى عام 1926 م بصدور صحيفة الإيمان وإصدار مجلة الحكمة في عام 1938 في عهد الإمام يحيى حميد الدين وفي العام 1941م قرر الإمام إغلاق مجله الحكمة بعد أن طالبته بإصلاح إدارته، وفي العام 1950 أصدر الإمام أحمد صحيفة رسمية في تعز باسم (النصر) ولم يشهد شمال الوطن آنذاك إصدار مطبوعات تذكر منذ دخول المطبعة عام 1872م ماعدا صحيفة الإيمان وصحيفة النصر ومجلة الحكمة.

أما أول مطبعة أنشئت في الجنوب فكانت في عدن في عام 1929م والتي كانت تطبع باللغتين العربية والانجليزية، ثم أنشئت مطبعة التاجر الهندوسي (قهوجي) التي عرفت بمطبعة القارب والتي كانت تطبع جريدة عدن الرسمية، وفي حضرموت أنشئت أولى المطابع في الأربعينيات وكانت في الغالب مطابع تجارية صغيرة.

وشهدت الصحافة اليمنية بعد قيام الثورة (سبتمبر - أكتوبر) منعطف جديد - مضموناً واتجاهاً - فجاءت معبرة عن أهداف الثورة فصدرت أعداد من الصحف والمجلات والنشرات والتي يمكن تقسيمها إلى ثلاث مراحل:

1- مرحلة التأسيس : (1962 - 1978م)

خلال هذه المرحلة شهدت الساحة اليمنية جملة من الاصدارات الثقافية والسياسية والعامية التي تعكس في مضمونها جوهر النهج السياسي السائد حينها.

2- مرحلة الانتشار : (1979 - 1989م)

في هذه المرحلة شهدت الصحافة انتشار ملحوظ فظهرت جملة من الصحف والمجلات مابين رسمي وأهلي ومتخصص وعام. وتعتبر هذه المرحلة أساس ترسيخ قواعد العمل الصحفي المهني.

3- مرحلة التعددية والانطلاق : (1990 -)

لقد شكل النظام السياسي والديمقراطي الذي اعتمده بلادنا يوم 22 من مايو 1990م واحة للحريات والتعددية السياسية والحزبية مما أتاح لوسائل الإعلام الرسمية والأهلية والحزبية والنقابية ومنظمات المجتمع المدني فرصة الاضطلاع بدور رائد ومتميز، ترتب عليه ازدهار النشاط الصحفي - شكلاً وأسلوباً ومحتوى- فازدهرت الصحافة ازدهاراً لم تعرف له اليمن مثيلاً حيث زاد عدد الاصدارات بشكل كبير ومازالت الطلبات الخاصة بإصدار صحف ومجلات جديدة ومستمرة.

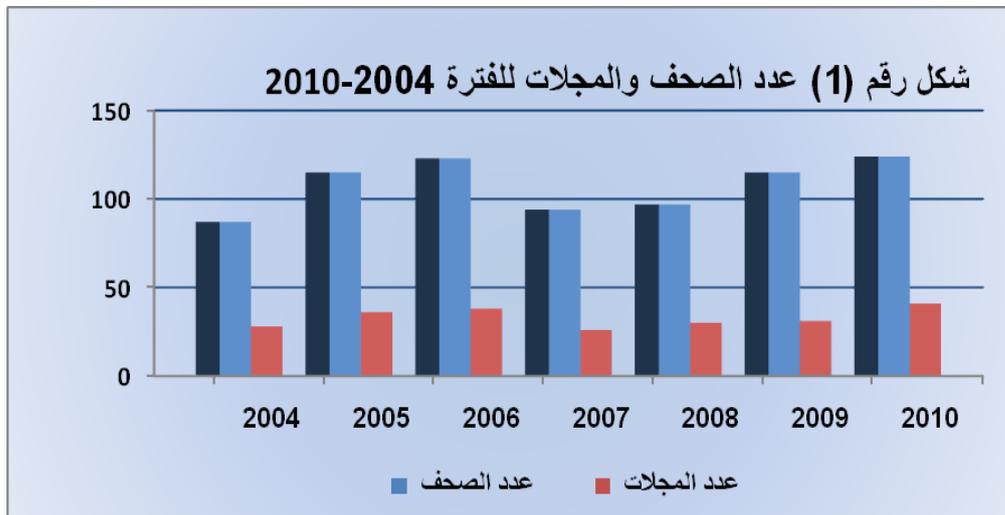
مؤشرات الوضع الصحفي في اليمن :

فيما يلي نسرد المؤشرات الهامة الدالة على الوضع الصحفي في اليمن :

1- التوزيع الزمني للصحف والمجلات :

أ- جدول رقم (1) يوضح عدد الصحف والمجلات للفترة 2004-2010م

السنة	عدد الصحف	النسبة	عدد المجلات	النسبة	الإجمالي
2004	87	75.7	28	24.3	115
2005	115	76.2	36	23.8	151
2006	123	76.4	38	23.6	161
2007	94	78.3	26	21.7	120
2008	97	76.4	30	23.6	127
2009	115	78.8	31	21.2	146
2010	124	75.2	41	24.8	165



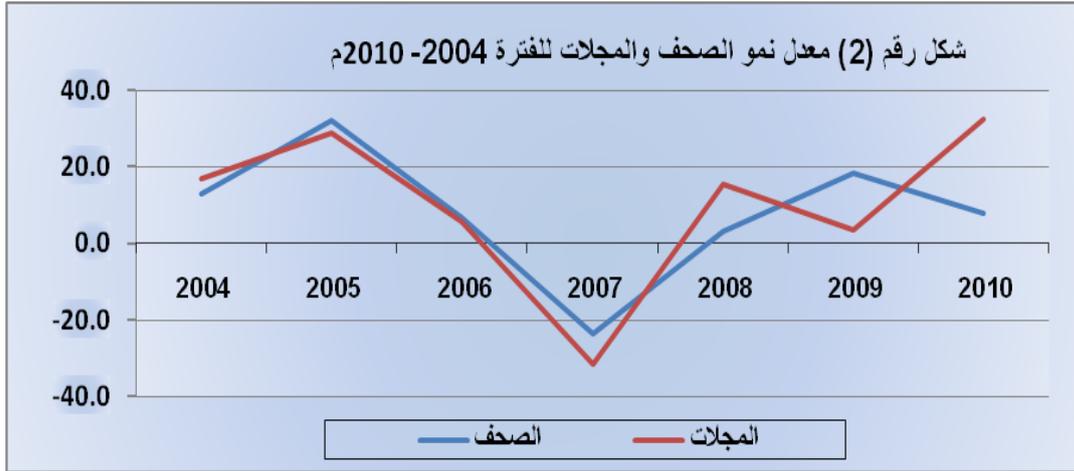
يلاحظ من الجدول السابق والشكل تزايد في عدد الإصدارات الصحفية للصحف من (86 صحيفة) في عام 2004 إلى (124 صحيفة) عام 2010م، ويعود ذلك للنظام السياسي والديمقراطي الذي اعتمده بلادنا مما أتاح لوسائل الإعلام الرسمية والأهلية والحزبية والنقابية ومنظمات المجتمع المدني فرصة للتعبير عن آرائهم وقضاياهم وإيصال أصواتهم سواء للدولة أو إلى المجتمع، وتشكل نسبة الصحف النسبة الأكبر من إجمالي الإصدارات الصحفية حيث تصل نسبة الإصدارات الصحفية إلى (75.2%) من إجمالي الإصدارات لعام 2010، إلا أنه يلاحظ تراجع عدد الإصدارات الصحفية منذ عام 2007م عما كان عليه في عامي (2005-2006م) ويعود ذلك إلى: عدم تجديد التراخيص لبعض المؤسسات الصحفية ، عدم توفر الدعم المالي لبعض المؤسسات الصحفية الأهلية مما جعلها صحف مناسباتية تصدر في مناسبات معينة، ثم التزايد في عدد الإصدارات الصحفية لعامي (2009-2010م) بسبب تجديد التراخيص لبعض المؤسسات الصحفية، وظهور صحف جديدة على الساحة اليمنية.

أما بالنسبة إلى المجالات يلاحظ تزايد أعداد الإصدارات من (28 مجلة) عام 2004 إلى (41 مجلة) عام 2010م، يعود الأمر إلى قوة المطبوعات الموجودة في الساحة الإعلامية من حيث المصداقية والارتباط بالواقع واستمراريتها الأمر الذي أسس لها جمهور عريض، إلا أنه لوحظ انخفاض عدد الإصدارات للمجلات منذ عام 2007 وقد يعود ذلك لعدم تجديد الجهات المسؤولة للتراخيص في الوزارة.

ويلاحظ انخفاض نسبة المجالات من(24.7%) عام 2004 إلى نسبة (23.6%) عام 2008م وهذا يعود إلى زيادة عدد الإصدارات الصحفية البالغ عددها في عام 2008 (97 صحيفة) بشكل أكبر بكثير من إصدارات المجالات البالغ عددها عام 2008 (30 مجلة)، ثم تزايدت إصدارات المجالات لتبلغ في عام 2010م نسبة (24.8%)

ب-جدول رقم (2) يوضح معدل النمو للصحف والمجلات للفترة 2004 - 2010م

السنة	الصحف	المجلات
2004	13.0	16.7
2005	32.2	28.6
2006	7.0	5.6
2007	-23.6	-31.6
2008	3.2	15.4
2009	18.6	3.3
2010	7.8	32.3



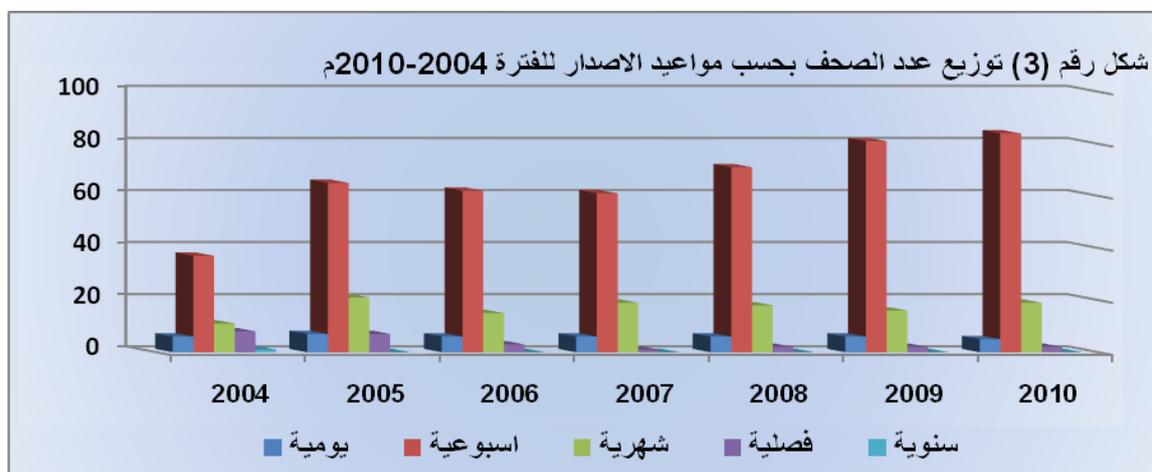
يلاحظ من الجدول السابق والشكل البياني أن معدل النمو للصحف بلغ أعلى معدل له في عام 2005 حيث بلغ معدل النمو للصحف (32.2) نتيجة الزيادة الكبيرة في عدد الإصدارات الصحفية (115 صحيفة) عام 2005، وتراجع معدل النمو في عام 2007 إلى (- 23.6) بسبب الانخفاض الكبير في عدد الإصدارات الصحفية إلى (94 صحيفة) مقابل (123 صحيفة عام 2006)، وفي عام 2009 شهد ارتفاع معدل النمو إلى (18.6) بسبب زيادة الإصدارات الصحفية بحوالي (18 صحيفة) عما كان عليه عام 2008 ثم انخفض معدل النمو في عام 2010 ليشكل (7.8) بسبب الزيادة الطفيفة في عدد الإصدارات الصحفية (9 صحف فقط).

كذلك الأمر بالنسبة للمجلات حيث بلغ معدل النمو في عام 2005 اعلي معدل نمو (28.6) نتيجة الزيادة الكبيرة في عدد اصدرات المجلات من (24 مجلة) عام 2004 إلى (36 مجلة) عام 2005، ويلاحظ انخفاض معدل النمو عام 2007 إلى (- 31.6) نتيجة انخفاض عدد إصدارات المجلات من (38 مجلة) عام 2006 إلى (26 مجلة) عام 2007 مما اثر بشكل سلبي في معدل النمو للمجلات، إلا انه ارتفع معدل النمو بشكل ايجابي عام 2008 إلى (15.4) عما كان عليه نتيجة زيادة إصدارات المجلات والزيادة الضئيلة في عدد الصحف وهو ما حدث كذلك في عام 2010م حيث بلغ معدل نمو للصحف (32.3) مقارنة بالأعوام السابقة بسبب زيادة إصدارات المجلات (10 مجلات).

2- توزيع الصحف والمجلات حسب مواعيد صدورها للفترة 2004م - 2010م

أ- جدول رقم (3) يوضح توزيع الصحف حسب مواعيد صدورها من عام 2004م - 2010م

السنة	يومية	النسبة	أسبوعية	النسبة	شهرية	النسبة	فصلية	النسبة	سنوية	النسبة	الإجمالي	النسبة
2004	6	9.5	37	58.7	11	17.5	8	12.7	1	1.6	63	100
2005	7	7.0	65	65	21	21.0	7	7.0	0	0	100	100
2006	6	7.0	62	72.1	15	17.4	3	3.5	0	0	86	100
2007	6	6.9	61	70.1	19	21.8	1	1.1	0	0	87	100
2008	6	6.2	71	73.2	18	18.6	2	2.1	0	0	97	100
2009	6	5.7	81	77.1	16	15.2	2	2	0	0	105	100
2010	5	4.5	84	76.4	19	17.3	2	1.8	0	0	110	100



من الجدول السابق والشكل البياني الملحوق به نلاحظ أن النسبة الأكبر من مجمل الصحف المصدرة تصدر أسبوعياً حيث بلغت نسبة الصحف الأسبوعية في عام 2004 (58.7%) وارتفعت النسبة حتى بلغت عام 2010 (76.4%) ، تليها الصحف الشهرية التي كانت نسبتها عام 2004 (17.5%) وتراوحت النسبة بين الارتفاع والانخفاض بين السنوات حتى بلغت عام 2010م (17.3%) وهذا يعود إلى تراجع عدد إصدارات الصحف الشهرية بين الارتفاع أحياناً وانخفاض أحياناً من عام إلى الآخر فقد كان العدد عام 2005م (21 صحيفة) ثم انخفض عام 2006م إلى (15 صحيفة) وهكذا لبقية الأعوام، وبالرغم من ذلك لا تزال تحتل المرتبة الثانية من إجمالي الصحف المصدرة.

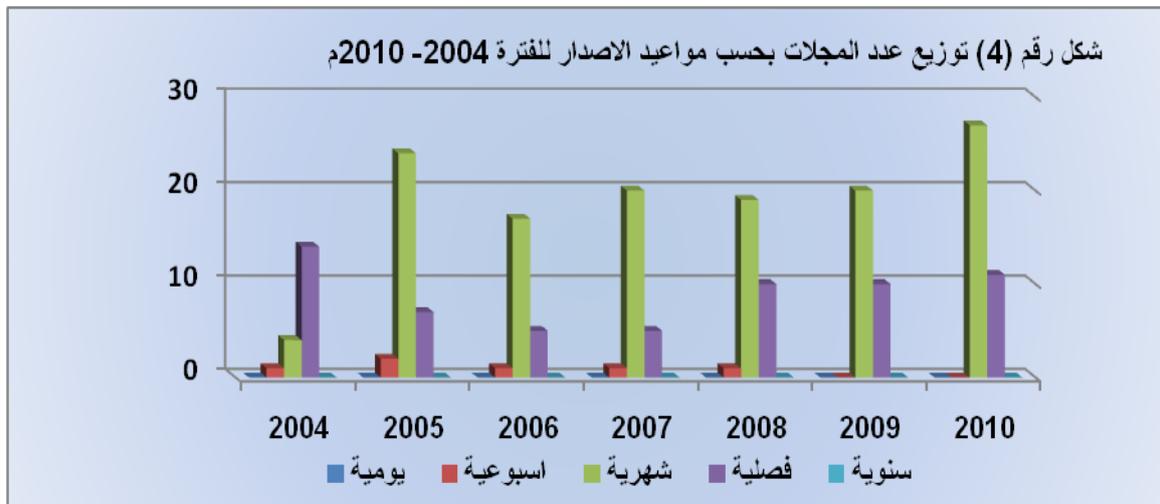
تليها الصحف اليومية حيث احتلت المرتبة الرابعة في عام 2004 بنسبة (9.5%) نتيجة زيادة عدد الصحف الفصلية وتراجعت النسبة في عام 2010 إلى (4.5%) لتحتل بذلك

المرتبة الثالثة نتيجة زيادة إصدارات الصحف الأسبوعية مما اثر في النسبة وتعود أسباب تدني نسبة الصحف اليومية إلى متطلبات إصدار الصحف اليومية من حيث سرعة الطباعة وسرعة التوزيع بالإضافة إلى تحري المصدقية في الأخبار الأمر الذي يستلزم عدد من المراسلين وهو ما يتطلب إمكانات و موارد كبيرة لا تتحملها العديد من الصحف ما لم تكن صحفاً رسميه.

أما الصحف الفصلية فيلاحظ أنها احتلت المرتبة الثالثة في عام 2004 م بنسبة (12.7%) من مجمل الصحف المصدرة ثم تراجعت نسبة الصحف الفصلية بشكل ملحوظ حتى بلغت في عام 2008 نسبة (1.8%) لتحتل المرتبة الرابعة وذلك نتيجة تدني عدد الإصدارات وثبوتها منذ عام 2008م إلى (2 صحف)، أما الصحف السنوية لم تشهد في أي من الأعوام أي إصدارات ما عدا صحيفة واحدة صدرت في عام 2004 لتشكل نسبة (1.6%) من مجمل الصحف المصدرة.

ب- جدول رقم (4) يوضح توزيع المجلات حسب مواعيد صدورها للفترة 2004م - 2010م

السنة	يومية	النسبة	أسبوعية	النسبة	شهرية	النسبة	فصلية	النسبة	سنوية	النسبة	الإجمالي	النسبة
2004	0	0	1	5.3	4	21.1	14	73.7	0	0	19	100
2005	0	0	2	6.1	24	72.7	7	21.2	0	0	33	100
2006	0	0	1	4.3	17	73.9	5	21.7	0	0	23	100
2007	0	0	1	3.8	20	76.9	5	19.2	0	0	26	100
2008	0	0	1	3.3	19	63.3	10	33.3	0	0	30	100
2009	0	0	0	0	20	66.7	10	33.3	0	0	30	100
2010	0	0	0	0	27	71.1	11	28.9	0	0	38	100



من الجدول السابق والشكل البياني الملحق به نلاحظ أن النسبة الأكبر من مجمل المجلات الصادرة عام 2010م هي الصادرة شهرياً، وان كانت نسبة المجلات الشهرية في عام 2004 (21.1%) بينما بلغت عام 2010م (71.1%) حيث تزايد عدد الإصدارات الشهرية عما كانت عليه في الأعوام السابقة لتمثل بذلك النسبة الأكبر من مجمل المجلات الصادرة. تليها المجلات الفصلية التي كانت تحتل المرتبة الأولى عام 2004 بنسبة (73.7%) بينما بلغت عام 2010 (28.9%) وبالرغم من انخفاض النسبة نتيجة زيادة عدد المجلات الشهرية من (4 مجلة) عام 2004 إلى (27مجلة) عام 2010 إلا أنها تحتل المرتبة الثانية من مجمل المجلات الصادرة.

تليها المجلات الأسبوعية حيث احتلت المرتبة الثالثة حيث كانت نسبتها في عام 2008 (3.3%) وانقطاع الإصدارات الأسبوعية خلال عامي 2009 - 2010م نتيجة انخفاض عدد الإصدارات إلى مجلة واحدة وقد يعود الأمر بالأعباء المالية الكبيرة والتي لا تتحملها المؤسسات الصادرة الناتجة عن عمليات الطباعة والتوزيع بالإضافة إلى أتعاب ومرتببات عدد المراسلين والعاملين بالمجلة .

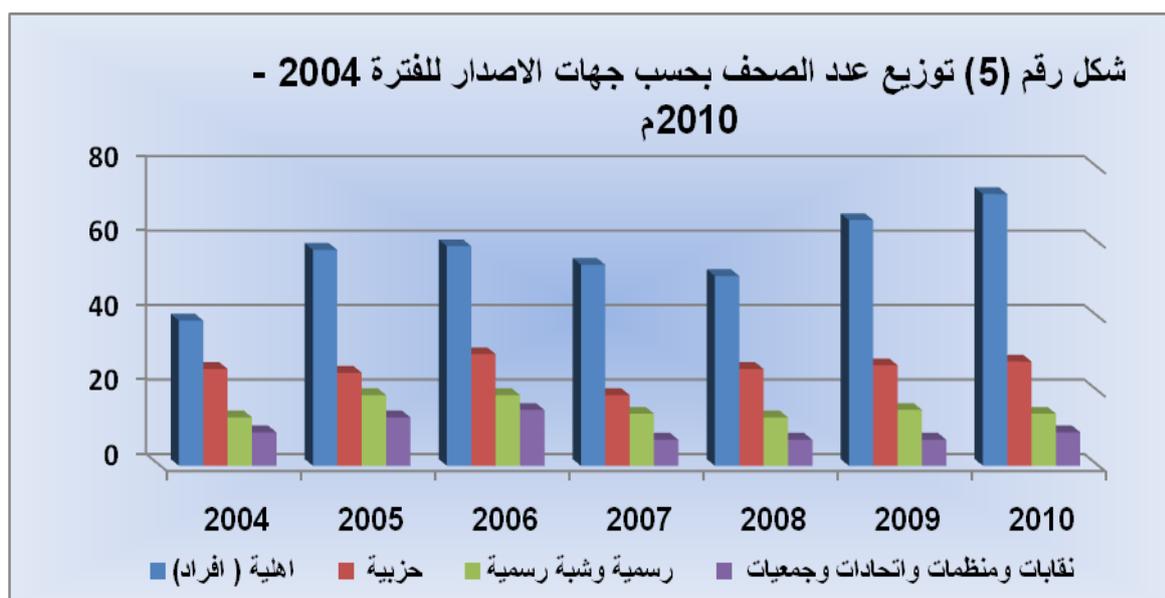
أما المجلات السنوية فإنه لم تصدر أي مجلة خلال الفترة (2004 - 2010)، وكذلك المجلات اليومية لم تشهد في أي من الأعوام أي إصدارات لأي مجلة لكون المواضيع التي تتناولها المجلات مواضيع متعمقة ومتخصصة أكثر ومتوجهة إلى شريحة معينة من القراء لذلك فهي تأخذ وقتها في استكمال واستيفاء المواضيع والإصدار وكذلك كون الأمر يتطلب موارد مالية كبيرة لتغطيه التكاليف.

3- توزيع الصحف والمجلات حسب جهات الإصدار

أ -جدول رقم (5) توزيع الصحف حسب جهات الإصدار للفترة 2004 - 2010م

الإجمالي	نقابات ومنظمات واتحادات وجمعيات		رسمية وشبه رسمية		حزبية		أهلية (أفراد)		جهة الإصدار	
	النسبة	العدد	النسبة	العدد	النسبة	العدد	النسبة	العدد		
100	87	10.3	9	14.9	13	29.9	26	44.8	93	2004
100	115	11.3	13	16.5	19	21.7	25	50.4	58	2005
100	123	12.2	15	15.4	19	24.4	30	48.0	59	2006

الإجمالي		نقابات ومنظمات واتحادات وجمعيات		رسمية وشبه رسمية		حزبية		أهلية (أفراد)		جهة الإصدار
النسبة	العدد	النسبة	العدد	النسبة	العدد	النسبة	العدد	النسبة	العدد	
100	94	7.4	7	14.9	14	20.2	19	57.4	54	2007
100	97	7.2	7	13.4	13	26.8	26	52.6	51	2008
100	115	6.1	7	13	15	23.5	27	57.4	66	2009
100	124	7.3	9	11.3	14	22.6	28	58.9	73	2010



يعكس الجدول السابق والشكل البياني أن إتجاه ملكية الصحف هي للجهات الأهلية حيث أنها تحتل النسبة الأكبر في إصدار الصحف وهذا يدل على حرية التعبير واستجابة للقانون رقم 25 لعام 1990 الذي نظم الإصدار الصحفي وشجع على إصدار المطبوعات سواء للجهات أو الأفراد أو الهيئات الأمر الذي أثرى الساحة الإعلامية في اليمن بالمطبوعات العامة والمتخصصة، وقد بلغت النسبة في عام 2004 (44.8%) وهي تمثل النسبة الأكبر بينما بلغت النسبة في عام 2010 (58.9%)، ويلاحظ التفاوت في نسبة ملكية الجهات الأهلية وقد

يعود ذلك زيادة الاصدارات الصحفية للجهات الأخرى مما اثر في النسبة بالانخفاض أحيانا وبالزيادة أحيانا.

ويليها في النسبة الصحف الصادرة عن الأحزاب بنسبه (29.9%) عام 2004 ثم تراجعت النسبة حتى بلغت عام 2010 (22.6%) لكون الساحة الإعلامية شهدت زيادة إصدارات للصحف الأهلية وزيادة وانخفاض متفاوت في صحف المنظمات والجمعيات والصحف الرسمية، وبالرغم من تفاوت النسب إلا أنها تدل على الحالة السياسية التي تعيشها اليمن من تعددية سياسية وحزبية حيث إن من شروط إنشاء الأحزاب إصدار مطبوعات للحزب للتعريف به وبتوجهاته وأفكاره .

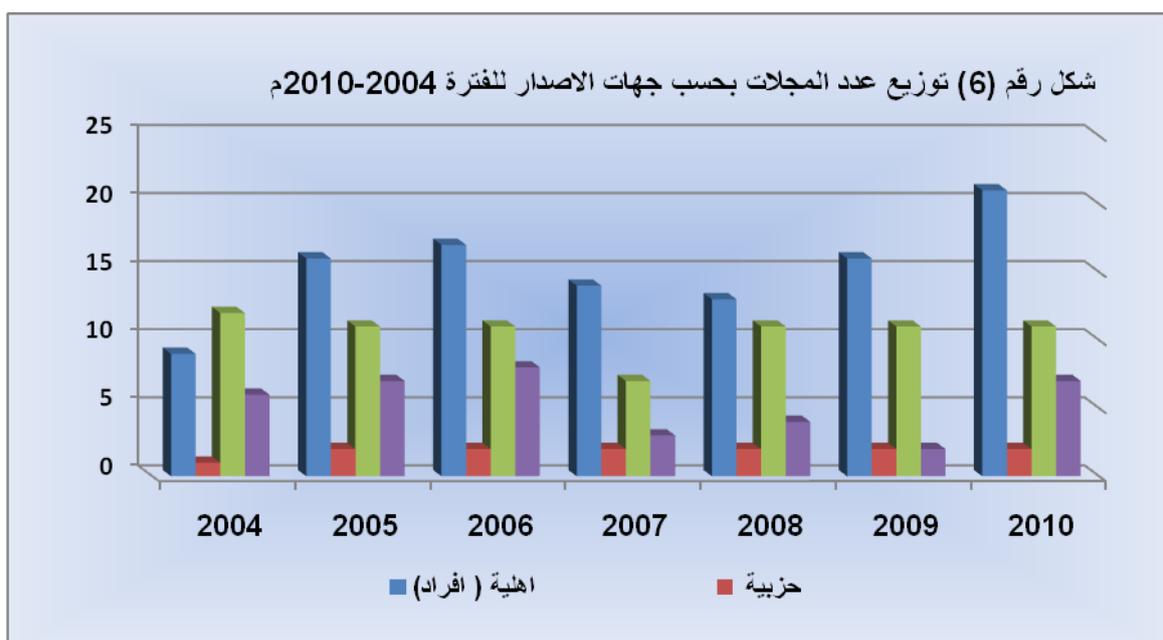
وتأتي المطبوعات الحكومية في المرتبة الثالثة بنسبه (14.9%) عام 2004 وارتفعت إلى (15.4%) عام 2006م ثم تراجعت إلى (11.3%) عام 2010م تليها مطبوعات النقابات والمنظمات والاتحادات في المرتبة الأخيرة وبنسبة (10.3%) عام 2004 وانخفضت إلى (7.3%) عام 2010م .

من السرد السابق يُلاحظ التنوع الإعلامي في اليمن حيث جهات الإصدار الأمر الذي يضع اليمن في الصفوف الأولى في ساحة حرية الرأي والتعبير والنشر الإعلامي والثقافي .

ب-جدول رقم(6) توزيع المجالات حسب جهات الإصدار للفترة 2004م – 2010م

الإجمالي	نقابات ومنظمات واتحادات وجمعيات		رسمية وشبه رسمية		حزبية		أهلية (أفراد)		جهة الإصدار	
	النسبة	العدد	النسبة	العدد	النسبة	العدد	النسبة	العدد		
100	28	21.4	6	42.9	12	3.6	1	32.1	9	2004
100	36	19.4	7	30.6	11	5.6	2	44.4	16	2005
100	38	21	8	29	11	5	2	45	17	2006
100	26	11.5	3	26.9	7	7.7	2	53.8	14	2007
100	30	13.3	4	36.7	11	6.7	2	43.3	13	2008
100	31	6.5	2	35.5	11	6.5	2	51.6	16	2009

الإجمالي		نقابات ومنظمات واتحادات وجمعيات		رسمية وشبه رسمية		حزبية		أهلية (أفراد)		جهة الإصدار
النسبة	العدد	النسبة	العدد	النسبة	العدد	النسبة	العدد	النسبة	العدد	
100	41	7.1	7	26.8	11	4.9	2	51.2	21	2010



يعكس الجدول السابق والشكل البياني أن النسبة الأكبر في إصدار المجلات تعود للجهات الأهلية حيث بلغت النسبة في عام 2010 (51.2%) وهي تمثل النسبة الأكبر بينما كانت النسبة في عام 2004 (32.1%) ويلاحظ التفاوت في نسبة ملكية الجهات الأهلية وقد يعود ذلك إلى زيادة إصدارات المجلات مما اثر في النسبة بالانخفاض أحيانا وبالزيادة أحيانا. ويليهما في النسبة المجلات الحكومية بنسبة (26.8%) عام 2010 بينما عام 2004 كانت النسبة (42.9%) ويرجع انخفاض النسبة إلى زيادة إصدارات المجلات الأهلية في ذلك العام مما اثر على النسبة بالانخفاض.

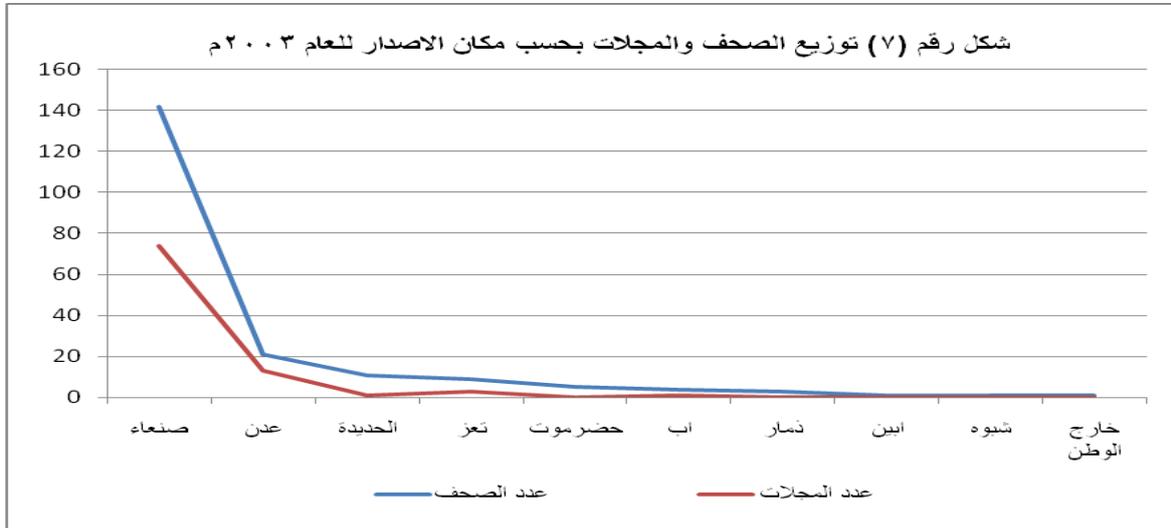
أما المجلات الصادرة عن النقابات والمنظمات والاتحادات فتحتل المرتبة الثالثة بنسبه (21.4) عام 2004 ثم انخفضت النسبة إلى (7.1%) عام 2010م ، تليها المطبوعات الحزبية في المرتبة الأخيرة وبنسبة (3.6%) عام 2004 لتصل إلى (4.9%) عام 2010 وقد

يعود الأمر إلى اهتمام الأحزاب بإصدار صحف تبين من خلالها آرائها وأفكارها بعكس المجالات التي تتطلب مواضيع متنوعة تتطلب وقت اكبر وموارد مالية اكبر .

4- توزيع الصحف والمجلات بحسب مكان الإصدار

جدول رقم (7) توزيع الصحف والمجلات بحسب مكان الإصدار لعام 2003م

م	مكان صدور الصحف والمجلات	عدد الصحف	عدد المجلات	الإجمالي
1	صنعاء	142	74	216
2	عدن	21	13	34
3	الحديدة	11	1	12
4	تعز	9	3	12
5	حضرموت	5	0	5
6	إب	4	1	5
7	ذمار	3	0	3
8	أبين	1	0	1
9	شبهه	1	0	1
10	خارج الوطن	1	0	1
	الإجمالي	198	92	290



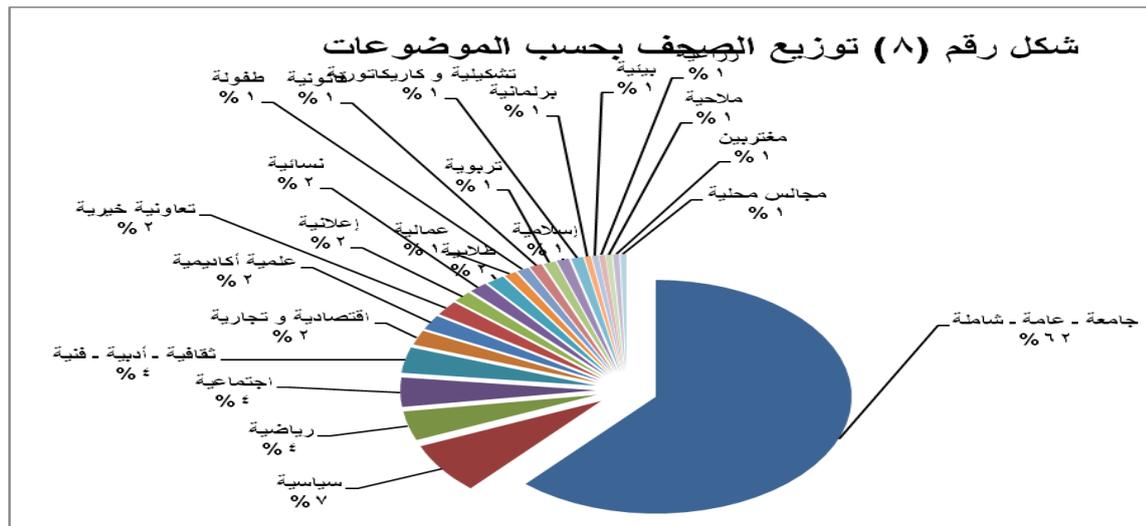
من الجدول والشكل البياني الملحوق نجد أن 71% من الصحف و80% من المجلات تصدر في محافظة صنعاء ويعود ذلك إلى نسبة الكثافة السكانية فيها وإلى طبيعة المجتمع ذاته من حيث كونه مجتمع متعدد ومتنوع الثقافات والمستويات الاجتماعية بالإضافة إلى كون صنعاء تعتبر مركزاً لتجمعات السكانية الأجنبية باعتبارها العاصمة، مما أدى إلى احتلال المركز الأول في إصدار الصحف استجابة للتنوع الثقافي فيها .

تليها محافظة عدن بنسبة إصدار 10,5% للصحف و 14% للمجلات وتعتبر الأسباب متقاربة ما بين محافظتي صنعاء وعدن من حيث طبيعة المجتمع ومن حيث التنوع الثقافي بالإضافة إلى كونها العاصمة الاقتصادية للدولة والميناء الرئيسي لها والذي أدى إلى تعدد الجنسيات فيها وبالتالي تعدد المطبوعات المصدرة فيها وتنوعها ، بينما نجد أن النسبة المتبقية (18,5% من الصحف المصدرة و 6% من المجلات المصدرة) تصدر في المحافظات الأخرى ويعود ذلك إلى طبيعة هذه المحافظات من حيث كونها محدودة التعدد والتنوع الثقافي فيها بالإضافة إلى كونها مجتمعات زراعية أكثر من كونها مراكز تجمع تجارية أو اقتصادية أو سياسية ، ولكن هذا لا يقلل من مكانتها الثقافية والإعلامية حيث احتفظت كل واحدة من هذه المحافظات بإصداراتها من الصحف المحلية والتي تعكس واقعها واهتماماتها ومكانتها .

5- توزيع الصحف والمجلات حسب الموضوع

أ- جدول رقم (8) يوضح توزيع الصحف حسب الموضوعات

م	موضوعات الصحف	العدد	م	موضوعات الصحف	العدد
1	جامعة – عامة – شاملة	122	12	عمالية	2
2	سياسية	14	13	طفولة	2
3	رياضية	8	15	تربوية	2
4	اجتماعية	8	16	إسلامية	2
5	ثقافية – أدبية – فنية	7	17	تشكيلية و كاريكاتورية	2
6	اقتصادية و تجارية	4	18	برلمانية	1
7	علمية أكاديمية	4	19	بيئية	1
8	تعاونية خيرية	4	20	زراعية	1
9	إعلانية	3	21	ملاحية	1
10	نسائية	3	22	مقربين	1
11	طلابية	3	23	مجالس محلية	1
		الإجمالي		198	



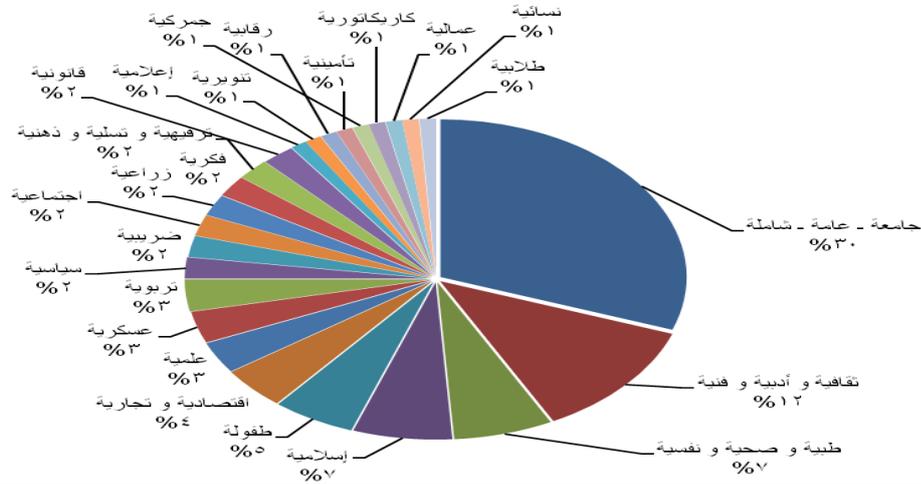
يعكس الجدول السابق والشكل المرفق توجهات قراء الصحف نحو قراءة الصحف العامة والشاملة الجامعة، ويعود ذلك إلى تفضيل القراء الإطلاع على هذه النوعية من الصحف لأنها تقدم لهم معلومات منوعه في مجالات عديدة في صحيفة واحدة - تطبيقاً للمقولة " الثقافة هي أن تعرف شئ عن كل شئ " - حيث تمثل الصحف العامة الشاملة ما نسبته 61% من الصحف المصدرة ، وبالمقابل يلاحظ انخفاض نسبة الصحف المتخصصة (القانونية ، التربوية ، البيئية ، الزراعية ، الملاحية) حيث تتراوح النسبة لها ما بين 5% و 1% وهي نسبة منخفضة جداً لصحف متخصصة مرتبطة بالمجتمع المعاش من حيث كونه مجتمع زراعي اقتصادي تجاري ويحتاج إلى نشر إعلامي مكثف أكثر في هذه المجالات المتخصصة.

ب- جدول رقم (9) يوضح توزيع المجالات حسب الموضوعات

م	موضوعات المجالات	العدد	م	موضوعات المجالات	العدد
1	جامعة - عامة - شاملة	28	14	فكرية	2
2	ثقافية وأدبية وفنية	11	15	ترفيهية وتسليه وذهنية	2
3	طبية وصحية ونفسية	6	16	قانونية	2
4	إسلامية	6	17	إعلامية	1
5	طفولة	5	18	تنويرية	1
6	اقتصادية وتجارية	4	19	رقابية	1
7	علمية	3	20	تأمينية	1
8	عسكرية	3	21	جمركية	1
9	تربوية	3	22	كاريكاتورية	1
10	سياسية	2	23	عملية	1
11	ضريبية	2	24	نسائية	1

12	اجتماعية	2	25	طلابية	1
13	زراعية	2			
الإجمالي			92		

شكل رقم (٩) توزيع المجالات بحسب الموضوعات



من الجدول والشكل البياني يبدو واضحاً أن المجالات العامة الشاملة تحتل النسبة الأكبر من المجالات المصدرة حيث تشكل نسبة 30% من إجمالي المجالات المصدرة وذلك يعود إلى كونها تقدم للقارئ مواضيع متنوعة تلبي رغباته وميوله تليها مرتبة المجالات الثقافية والأدبية بنسبة 12% وهذه النسبة تعكس توجهات القراء نحو الاطلاع الثقافي والأدبي باعتبار المجتمع اليمني مجتمع يمتاز بثقافة واسعة ومتنوعة وفيه العديد من الشعراء والأدباء والكتاب الذين ينشرون إنتاجهم وإبداعهم الفكري في هذا النوع من المجالات .

أيضا يلاحظ انخفاض نسبة المجالات المتخصصة (مثل المجالات الزراعية والرقابية والسياسية والعلمية والاجتماعية) حيث تمثل ما بين 1% و 2% وهنا نجد أنه من الأفضل أن يتم التركيز أكثر على إصدار مثل هذه المجالات المتخصصة لكونها تحوي مواضيع متخصصة كلاً في مجاله كونها تساهم في رفع الوعي الإعلامي بهذه المجالات وكون هذه المجالات ذات أثر في تطوير الجوانب الاقتصادية والتجارية في البلد كونها تختص بنشر مقالات وأبحاث في هذه المجالات تساهم بتوعية وتنمية قدرات القائمين والمشتغلين في هذه المجالات .

جوانب القصور في الإعلام المقروء :

تكمن جوانب القصور في الآتي:

- غلبة الأخبار النمطية وأخبار افتتاح المشاريع بأساليب إنشائية لا تتوافر فيها المعلومات أو الأرقام.

- عدم وجود استطلاعات إيا فيما ندر.
- ضئالة الأخبار العالمية وطابع الرسمية.
- ضعف إبراز هموم ورغبات الجماهير .
- عدم الاستغلال المناسب لوظائف الاتصال وفنونه.
- غياب دور الصحافة المساند للسلطة الرقابية.
- ردة الورق والألوان وفنون الإخراج وإشكالية التوزيع لمعظم الصحف الصادرة .
- الافتقار إلى الفورية .

ثانيا : تحليل الإعلام المسموع

نشأة الإعلام المسموع في اليمن :

عرفت اليمن البث الإذاعي عام 1940م عندما أنشئت سلطة الاحتلال البريطانية في عدن محطة إذاعية صغيرة موجه إلى اليمنيين والمقيمين في عدن بغرض الإعلان عن الانتصارات العسكرية لبريطانيا ودول الحلفاء على ألمانيا وحلفائها من دول المحور ، وتقديم إرشادات للمواطنين حول طرق الوقاية من الغارات الجوية أثناء الحرب العالمية الثانية.

كما سعت القوات البريطانية في العام 1954 لإنشاء إذاعة عدن والتي كانت تهدف من خلالها إلى تقديم المبررات التي تدافع عن التواجد الاستعماري وإبقاءه أطول فترة ممكنة، من أجل هذا عمدت الإدارة البريطانية إلي ربط الإذاعة بها لتبقي تحت إشرافها وخاضعة لإدارة مكتب العلاقات العامة والنشر التابع للمندوب السامي البريطاني ومرتبطة بهيئة الإذاعة البريطانية (BBC) .

أما في صنعاء فقد بدأ البث الإذاعي في العام 1946م عندما تلقى الجيش اليمني هدية من الجيش الأمريكي عبارة عن محطة لاسلكية حملتها بعثة عسكرية إلي اليمن والتي حولت إلي محطة إذاعية لاسلكية للمملكة المتوكلية في اليمن والتي اقتصر إرسالها على يوم واحد في الأسبوع (الجمعة) ، وحقيقة إنشاء الإذاعة في تلك الفترة كان خدمة النظام الإمامي بعد أن زاد إقبال المواطنين لامتلاك أجهزة المذياع واستماعهم للإذاعات الخارجية والذي كان يساهم في رفع وعي المواطنين الأمر الذي يسبب القلق للنظام الإمامي ورغم ذلك فقد عمل جيل الرواد على استثمار الإمكانيات الشحيحة والعمل على تقديم برامج تساهم في تنمية وعي المتلقي، وفي العام 1955 تم افتتاح محطة إرسال جديدة والتي تعتبر مرحلة مهمة في مسيرة تطوير الإذاعة من حيث ارتفاع حجم البرامج وبدائية تشكيل العمل البرامجي وظهور البرامج الثقافية والأدبية

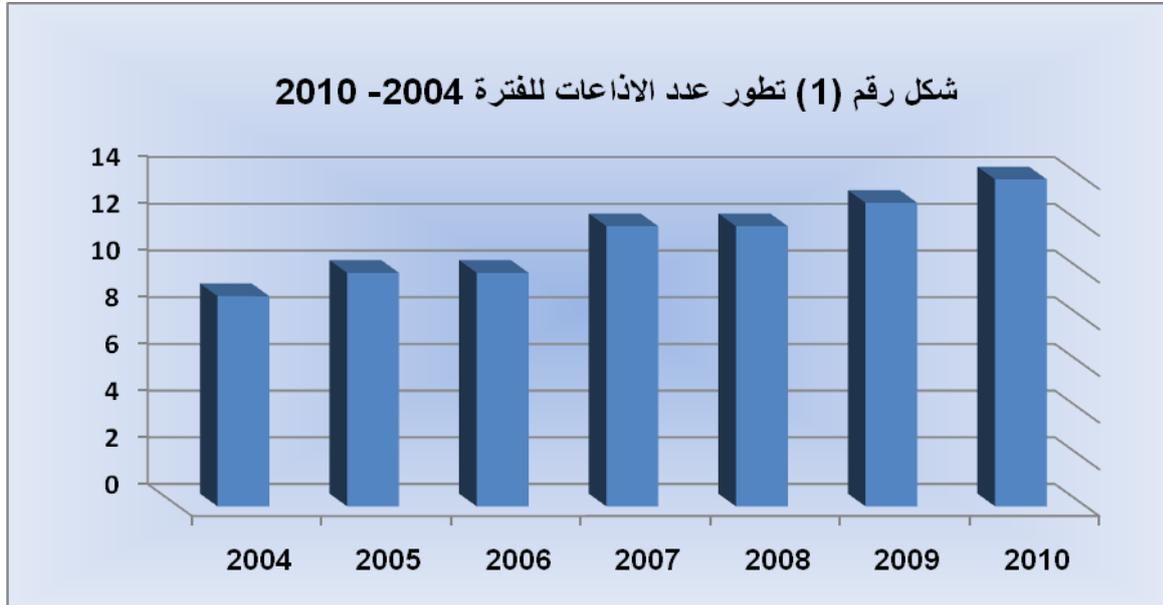
والسياسية كما إن مصادر الأخبار كانت محدودة للغاية في تلك الفترة وكانت تعتمد على القصر وما يرد في المحطات الخارجية (إذاعة القاهرة، لندن، جاكرتا) والتي تعاد صياغتها وتقديمها.

وبعد قيام ثورة 26 سبتمبر في الشطر الشمالي من الوطن أنشئت أول الإذاعات المحلية في كل من تعز والحديدة، وبعد استقلال الشطر الجنوبي في 30 نوفمبر عام 1967م بدأ التفكير بإنشاء عدد من الإذاعات المحلية في عدد من المحافظات ومنها إذاعة المكلا وإذاعة الشعب المحلية في عدن وإذاعة عتق في شبوه وإذاعة سيئون في وادي حضرموت وإذاعة أبين وإذاعة لحج.

المؤشرات الخاصة بالإعلام المسموع:

جدول رقم (1) يوضح تطور عدد الإذاعات خلال الفترة 2004-2010م

السنة	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
عدد الإذاعات	9	10	10	12	12	13	14

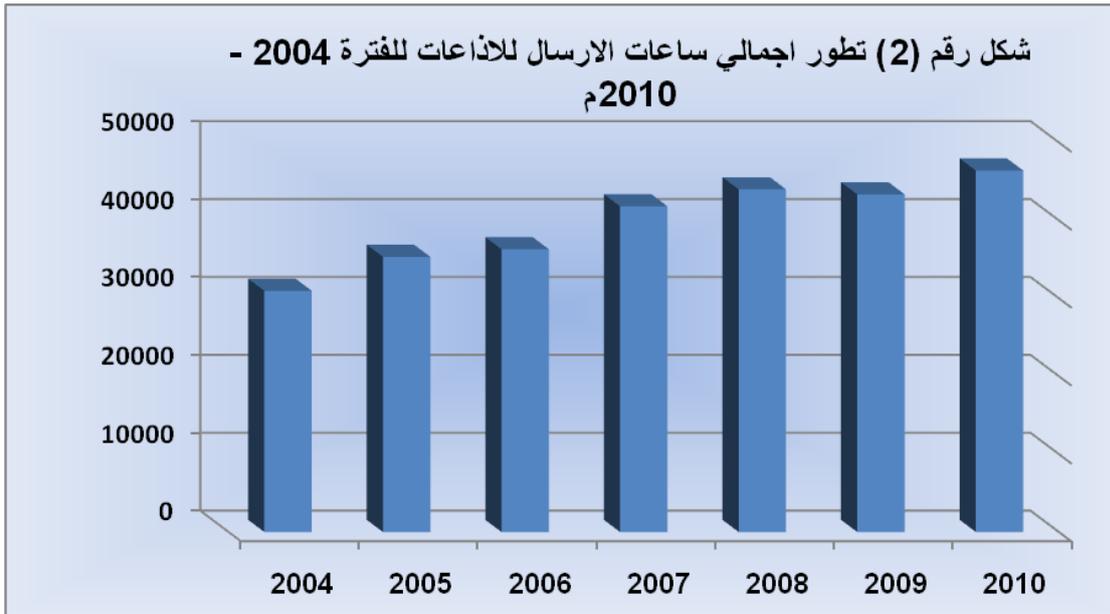


يلاحظ من الجدول والرسم البياني السابقين تطور عدد الإذاعات وذلك لتوجه الدولة نحو إقامة إذاعة محلية في كل محافظة تبث منها برامج على مستوى نطاق المحافظة والمناطق

المجاورة لها . من الجدول يلاحظ أن 67% من إجمالي محافظات الجمهورية توجد بها إذاعة محلية .

جدول (2) توزيع ساعات الإرسال للإذاعات للفترة 2004-2010م.

2010	2009	2008	2007	2006	2005	2004	الإذاعة
8995	8995	8995	9035	9345	9345	9340	إذاعة صنعاء (البرنامج العام)
6540	6540	6540	6540	6539.51	6539.51	5994.52	إذاعة عدن (البرنامج الثاني)
2955	3499.18	4196	3380	2615	2612.6	2342.12	إذاعة تعز
3129.17	3189.13	3189.18	3189.15	3189.15	2962	2764.09	إذاعة المكلا حضرموت
4671.51	3769	4666.03	4701.05	4701.05	4701.03	4730	إذاعة الحديدة
2555	2561.26	2435	2220	2190	2190	2190.04	إذاعة سينون
1500	411.26	1328.35	1332.42	1332.42	1209.06	1315.38	إذاعة أبين (جعار)
3712.33	3242.1	3647.3	3773	3635.4	3148.33	1056.53	إذاعة حجة
1520	1520	1520	1520	1460	1460	1220	إذاعة الشباب
1807.08	1640	1618.17	1302.48	1277.1	1146.47	—	إذاعة لحج
3162.33	3162.33	2860.32	2950	—	—	—	إذاعة صعدة
2645	2980	2980	1856.23	—	—	—	إذاعة إب
1946.34	1825	—	—	—	—	—	إذاعة المهرة
1250	—	—	—	—	—	—	إذاعة شبوه
46388.76	43334.26	43975.35	41799.33	36284.63	35314	30952.68	الإجمالي



يعكس الجدول السابق والشكل رقم (2) تطور إجمالي ساعات الإرسال السنوي للإذاعات المحلية، فقد بلغ إجمالي ساعات البث في عام 2010م (46388.76) ساعة إرسال وبنسبة بلغت (150%) عما كانت عليه في العام 2004م.

كما يلاحظ من الجدول السابق تراجع طفيف في إجمالي ساعات البث لإذاعة صنعاء - البرنامج العام وكذلك إذاعة الحديدة على التوالي بلغت (- 3.7%) (- 1.3%) عما كانت عليه في العام 2004م، أما بقية الإذاعات فقد شهدت تطور إجمالي ساعات البث وبنسب مختلفة. وفيما يلي تطور ساعات الإرسال للإذاعات خلال عامي 2009 - 2010م

النسبة	الإذاعة	النسبة	الإذاعة
14.5039	إذاعة حجة	0	إذاعة صنعاء (البرنامج العام)
0	إذاعة الشباب	0	إذاعة عدن (البرنامج الثاني)
10.1878	إذاعة لحج	-15.552	إذاعة تعز
0	إذاعة صعدة	-1.8801	إذاعة المكلا حضرموت
-11.242	إذاعة إب	23.9456	إذاعة الحديدة
6.64877	إذاعة المهرة	-0.2444	إذاعة سيئون
0	إذاعة شبوة	264.733	إذاعة أبين (جعار)

جدول رقم (3) توزيع ساعات الإرسال السنوي بحسب أنواع البرامج في الإذاعات الرسمية

خلال العام 2010م

إذاعة عدن		إذاعة صنعاء		أنواع البرامج والمواد
النسبة	الزمن بالساعات	النسبة	الزمن بالساعات	
19.5	1273.04	18.9	1703.55	التنمية الإعلامية والسياسية و التوعية القانونية والإعلام الدولي
9.6	630.24	13.1	1180.09	البرامج والمواد الدينية
31.0	2029.08	37.4	3368.23	التنمية الثقافية والفنية والترفيه الثقافي
1.4	94.39	1.4	128.33	تنمية النشء والأطفال
10.1	662.08	5.5	497.54	التنمية العلمية والتعليمية والمعلومات الثقافية والعلمية
0.6	42.41	0.1	7.00	الخدمات الإعلامية والإعلانية
9.1	597.47	4.1	365.00	برامج ومواد اللغات الأجنبية
2.9	190.0	2.0	183.20	الأعمال والمواد الفنية والدرامية
1.5	100.13	0.9	78.04	التنمية الرياضية
1.9	124.37	1.2	103.54	برامج الصحة والسكان والبيئة
1.4	91.47	1.0	91.15	برامج ومواد المرأة والأمومة والطفولة والأسرة
6.5	427.07	9.6	863.17	التنمية الاقتصادية والخدمية
2.7	178.07	2.3	206.02	التنمية الاجتماعية والظواهر والمشكلات الاجتماعية والفئوية
1.4	49.39	1.9	167.30	التنمية الريفية
0.7	48.20	0.6	50.44	أخرى
100	6540	100	8995	الإجمالي

من الجدول والشكل البياني السابق يلاحظ توزع ساعات الإرسال في إذاعتي صنعاء وعدن على البرامج المختلفة (السياسية - الاجتماعية- الفنية والترفيهية- الرياضية - الأطفال - الصحة وغيرها)، وقد احتلت البرامج والمواد المتعلقة بالتنمية الثقافية والترفيه الثقافي المرتبة الأولى في كلتا الإذاعتين بنسبة (37.4% لإذاعة صنعاء - 31% لإذاعة عدن) من ساعات الإرسال السنوي للإذاعتين خلال العام 2010م، ويعود ذلك إلى كون الإذاعة تهدف إلى جذب المستمعين وبناء قاعدة عريضة لها من المتابعين كي تكون على قدم المنافسة مع الإذاعات الأخرى، هذا بالإضافة إلى كونها وسيلة فاعلة في نقل ثقافة اليمن وفنونه إلى العالم وهذا لا يلغي أهمية البرامج والمواد الأخرى التي تقدمها الإذاعة، كما تحتل البرامج السياسية والتوعية القانونية المرتبة الثانية في الإذاعتين وبنسبة (18.9% لإذاعة صنعاء - 19.5% لإذاعة عدن) من ساعات الإرسال السنوي خلال العام 2010م، وذلك

لكون إرسال الإذاعة أكثر انتشاراً من التلفزيون بين أوساط المواطنين فإن الأخبار السياسية التي تقدمها الإذاعة تقدم بشكل مبسط وسريع لإبقاء المستمع على اطلاع مستمر بالمتغيرات المختلفة سواء على الساحة المحلية أو العربية أو العالمية، كما تعتبر الإذاعتان بأنهما إذاعتان رسميتان للدولة وبالتالي يعول عليهما كمصدر للأخبار المحلية والعربية والعالمية، أما بقية البرامج والمواد الأخرى التي تقدمها الإذاعتين فقد اختلف الترتيب في كل إذاعة، ففي إذاعة صنعاء فقد احتلت البرامج الدينية المرتبة الثالثة بنسبة (13.1%) من ساعات الإرسال السنوي، أما في إذاعة عدن فقد احتلت برامج التنمية العلمية والتعليمية المرتبة الثالثة بنسبة (10.1%)، أما واحتلت المرتبة الرابعة برامج التنمية الاقتصادية في إذاعة صنعاء بنسبة (9.6%)، والبرامج الدينية بنسبة (8.4%) في إذاعة عدن، أما بالنسبة لبرامج التنمية العلمية والتعليمية فقد احتلت المرتبة الخامسة في إذاعة صنعاء بنسبة (5.5%) وبرامج ومواد اللغات في إذاعة عدن بنسبة (9.1%)، أما بقية البرامج الأخرى فإنها تحتل نسب ضئيلة ومتفاوتة في الإذاعتين.

جدول (4) توزيع ساعات الإرسال السنوي بحسب أنواع البرامج للإذاعات المحلية لعام 2010م

إذاعة شبوّة	إذاعة المهرة	إذاعة اب	إذاعة صعده	إذاعة الشباب	إذاعة لحج	إذاعة حجة	إذاعة أبين	إذاعة سينون	إذاعة الحديدة	إذاعة المكلا	إذاعة تعز	أنواع البرامج والمواد
227.11	288.26	482.36	610.48	201.25	380.05	600.54	136.49	441.31	472.36	857.18	473.44	التنمية الإعلامية والسياسية و التوعية القانونية والإعلام الدولي
362.49	349.33	572.10	310.12	172.54	275.29	586.14	253.20	340.16	861.54	557.41	600.40	البرامج والمواد الدينية
235.38	372.54	535.05	1013.55	504.43	430.47	1058.32	538.13	514.35	1692.55	358.56	577.55	التنمية الثقافية والفنية والترفيه الثقافي
41.54	17.22	39.59	-	-	33.55	39.13	26.03	23.55	47.32	47.50	38.55	برامج ومواد الأطفال
59.53	177.12	165.47	122.11	163.23	178.46	336.49	26.52	374.03	245.25	252.50	282.37	التنمية العلمية والتعليمية والمعلومات الثقافية والعلمية
-	13.24	-	-	-	-	146.25	-	43.22	2.30	142.14	98.45	الخدمات الإعلامية والإعلانية
77.29	121.15	136.04	169.48	15.0	86.47	182.30	71.47	86.47	227.38	71.47	107.39	الأعمال والمواد الفنية والدرامية
64.28	23.55	141.05	61.23	34.42	70.02	37.17	11.34	120.44	75.35	126.42	51.19	البرامج والمواد الرياضية
50.33	37.13	53.12	33.38	25.55	87.22	72.18	60.15	66.44	140.58	43.31	132.33	برامج الصحة والسكان والبيئة
34.26	53.21	50.52	61.26	47.50	52.50	36.43	73.53	49.49	195.12	55.20	84.53	برامج ومواد المرأة والأمومة والطفولة والأسرة
23.37	248.34	102.29	364.02	17.21	113.14	336.33	39.16	123.54	261.07	165.30	198.33	التنمية الاقتصادية والخدمية
39.28	197.07	260.01	314.56	292.07	51.21	217.22	185.47	300.40	386.48	322.20	191.37	التنمية الاجتماعية والظواهر والمشكلات الاجتماعية والفنوية
11.51	17.35	47.50	47.50	-	18.05	29.13	52.07	31.55	19.05	47.50	45.47	التنمية الريفية
-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	49.03	-	برامج ومواد اللغات الأجنبية
20.43	28.43	57.50	52.24	44.40	28.25	32.30	24.04	36.45	42.33	30.02	70.03	أخرى
1250	1946.34	2645	3162.33	1520	1807.08	3712.33	1500	2555	4671.51	3129.17	2955	الإجمالي

يلاحظ أن معظم الإذاعات (8 إذاعات) ركزت في سياستها الإذاعية على البرامج الفنية والترفيهية بالدرجة الأولى حيث احتلت النسبة الأكبر من ساعات الإرسال السنوي باعتبار أنها أداه جذب للمستمعين وأداة نشر خفيفة لتقافة البلاد وحضارتها ، فيما احتلت البرامج السياسية والتوعية القانونية المرتبة الثانية في اغلب الإذاعات (6 إذاعات) والتي تقتصر برامجها على نشرات الأخبار وبعض البرامج السياسية، أما البرامج الدينية فقد تفاوت ما بين المرتبة الأولى والثانية والثالثة والرابعة لمعظم الإذاعات وهذا يعود لسياسة الإذاعة وتوجهها نحو توعية أفراد المجتمع بتعاليم الدين والعمل على غرس مبادئ الدين السمحة في قيم المجتمع، أما بالنسبة لبرامج التنمية الاقتصادية والاجتماعية فإنها تفاوت ما بين المرتبة الثالثة والرابعة الخامسة والسادسة والأخيرة بين الإذاعات المحلية، وقد احتلت برامج التنمية الاجتماعية المرتبة الثالثة والرابعة لبعض الإذاعات (5 إذاعات) وبنسب متفاوتة .

أما بقية البرامج (الصحية - الأطفال - الرياضية - المرأة.... وغيرها) فقد تفاوت النسب من إذاعة لأخرى، كما أنها تحتل نسب ضئيلة في توزيع ساعات الإرسال بالنسبة للإذاعات.

جوانب القصور في الإعلام المسموع :

تكمّن جوانب القصور في الإعلام المسموع في التالي :

- غياب دور الإذاعة المساند لبرامج التنمية الاقتصادية والاجتماعية مثل برنامج محو الأمية - الطب الوقائي - التوعية القانونية.
- ضعف دور الإذاعة في معالجة بعض الظواهر الاجتماعية مثل الثار - الإسراف في المأتم وحفلات الأعراس - التعصب - تنظيم الأسرة وغيرها.

ثالثاً : تحليل الإعلام المرئي

نشأة الإعلام المرئي في اليمن :

عرفت اليمن البث التلفزيوني لأول مره عام 1964م عندما أنشئت بريطانيا أثناء الاحتلال محطة للبث التلفزيوني كان بثها محدوداً ومقتصراً على مستعمره عدن وبعض المناطق المجاورة . وانتقلت إلى البث الملون في 8 مارس 1981م وكان إرساله يمتد إلى ثمان ساعات يومياً ويمتد الإرسال إلى بعض أراضي الجمهورية وتزداد ساعات البث في أيام العطل والإجازات الرسمية.

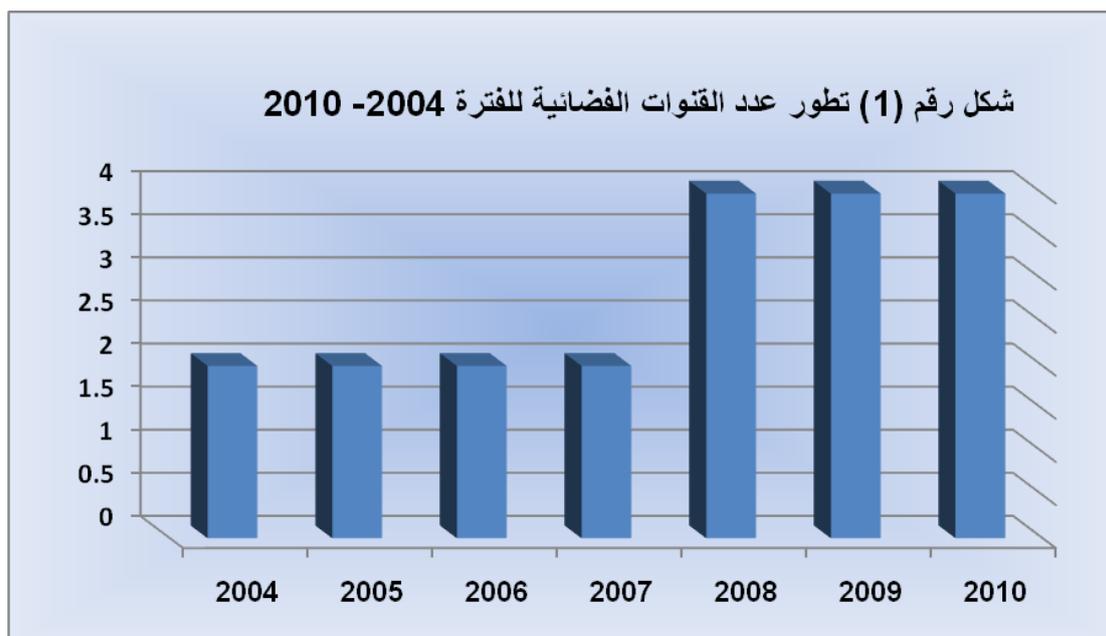
أما في شمال الوطن فلم يعرف البث التلفزيوني سوى في عام 1975م عندما تم افتتاح محطة في صنعاء في 24 سبتمبر 1975م والتي توسع بثها تدريجياً ليغطي مساحات أكبر من البلاد ويغطي إرساله على الشبكة الأرضية جميع مساحات أراضي الجمهورية تقريباً ويمتد إلى سبع عشرة ساعة يومياً.

وبعد إعلان قيام الجمهورية اليمنية عام 1990م سميت محطة صنعاء القناة الأولى فيما سميت محطة عدن القناة الثانية، وبدأ بث برامج تلفزيون الجمهورية اليمنية فضائياً في 20 ديسمبر 1995م ، ويمثل البث الفضائي خطوه نحو إنشاء قنوات فضائية يمنية حيث تمتلك اليمن اليوم باقة قمرية كاملة والتي أفتتحت في 19 مارس 2008م، وينحصر البث الفضائي على القنوات التالية (اليمن - عدن - سبأ- الإيمان)، وكذلك البرنامج العام إذاعة صنعاء والبرنامج الثاني - إذاعة عدن، وهناك خطط للتوسع المستقبلي للبث الفضائي والإمكانيات المتاحة للاستفادة من إطلاق ما يقارب 12 قناة فضائية عبر القمر عربسات بدر 4. كما يلاحظ في السنوات الأخيرة اتجه القطاع الخاص نحو إقامة قنوات فضائية وهي (السعيدة - سهيل - العقيق- أزال - اليمن اليوم - اليمن شباب).

المؤشرات الخاصة بالإعلام المرئي:

جدول رقم (1) تطور القنوات الفضائية الرسمية للفترة 2004 – 2010

السنة	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
عدد القنوات	2	2	2	2	4	4	4

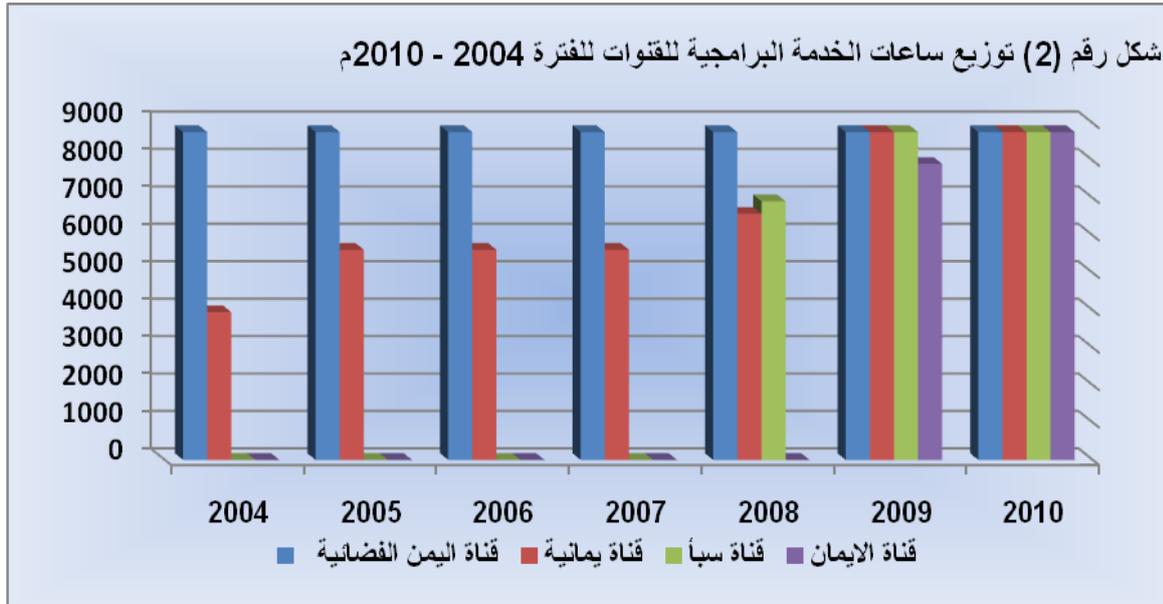


يلاحظ من الجدول والشكل السابقين ثبات عدد القنوات التلفزيونية على قناتين هما قناة اليمن الفضائية وقناة عدن، إلا أنه في عام 2008م توجه الحكومة نحو إطلاق قناتين متخصصتين هما قناة سبأ كأول قناة تلفزيونية يمنية متخصصة حيث تعنى بقضايا الشباب والسياحة والتعليم، وقناة الإيمان كأول قناة تلفزيونية متخصصة بعلوم الدين .

جدول رقم (2) توزيع ساعات الخدمة البرمجية للقنوات للفترة 2004 – 2010

السنة	قناة اليمن الفضائية	قناة عدن	قناة سبأ	قناة الإيمان	الإجمالي
2004	8760	3946.15	-	-	12706.15
2005	8760	5616.34	-	-	14376.34
2006	8760	5616.34	-	-	14376.34
2007	8760	5616.34	-	-	14376.34
2008	8760	6576	6912	-	22248

السنة	قناة اليمن الفضائية	قناة عدن	قناة سبأ	قناة الإيمان	الإجمالي
2009	8760	8760	8760	7909.3	34189.3
2010	8760	8760	8760	8760	35040



يلاحظ من الجدول السابق تزايد إجمالي ساعات الخدمة البرمجية للقنوات التلفزيونية في عام 2008م بنسبة (175.7%) عما كانت عليه في العام 2004م ويعود ذلك لافتتاح قناة سبأ والإيمان في عام 2008م.

كما يلاحظ من الجدول والشكل السابق ثبات إجمالي ساعات الخدمة البرمجية لقناة اليمن الفضائية لكون القناة غطت كامل مساحة اليمن¹ ، أما بالنسبة لقناة عدن فقد زاد إجمالي ساعات الخدمة البرمجية في عام 2005 بنسبة (42.3%) عن عام 2004م ثم ثبتت القيمة خلال السنوات (2005 - 2006 - 2007) وزادت القيمة في عام 2008 بنسبة (17.1%) عما كانت عليه في الأعوام السابقة، ويعود ذلك إلى انتقال تلفزيون عدن من البث الأرضي إلى البث الفضائي الذي حتم على القائمين زيادة ساعات الإرسال السنوي، وتنويع البرامج لمواجهة متطلبات المنافسة بين القنوات الفضائية المختلفة العامة والمتخصصة وكذلك التوسع

¹ خطة التنمية للتخفيف من الفقر (2006 - 2010)

في البرامج التلفزيونية الفضائية التي تجذب المشاهد اليمني والعربي استجابة لمتطلبات المنافسة بين القنوات الفضائية المختلفة. ويلاحظ انه منذ عام 2010م ثبات وتساوي ساعات الخدمة البرمجية لكافة القنوات كونها أصبحت قنوات فضائية وتغطي كامل مساحة الجمهورية.

جدول رقم (3) توزيع ساعات الخدمة البرمجية بحسب أنواع البرامج في القنوات (اليمن)

- عدن - سبأ للعام 2010م

اسم البرنامج	قناة اليمن	قناة عدن	قناة سبأ	قناة الإيمان
التنمية الإعلامية والسياسية و التوعية القانونية والإعلام الدولي	1525.33	1161.00	384.17	-
البرامج والمواد الدينية	1137.33	710.05	726.47	7717.34
التنمية الثقافية والفنية والترفيه الثقافي	1211.49	1657.35	161.15	-
برامج ومواد الأطفال	455.19	818.28	914.48	446.46
التنمية العلمية والتعليمية والمعلومات الثقافية والعلمية	738.51	957.13	2963.44	271.34
الخدمات الإعلامية	267.43	95.44	-	-
برامج ومواد اللغات الأجنبية	236.26	182.30	138.48	-
الأعمال والمواد الفنية والدرامية	1503.28	1943.54	1132.13	-
البرامج والمواد الرياضية	127.09	162.45	1718.39	-
برامج الصحة والسكان والبيئة	114.03	-	-	-
برامج ومواد المرأة والأمومة والطفولة والأسرة	93.32	119.39	130.47	-
التنمية الاقتصادية والخدمية	450.51	438.31	-	-
التنمية الاجتماعية والظواهر والمشكلات الاجتماعية والفنوية	747.23	356.02	406.56	35.02
برامج ومواد التنمية الريفية	42.21	-	-	-
أخرى	107.59	156.34	81.46	289.04
الإجمالي	8760	8760	8760	8760

يظهر من الجدول السابق التركيز على الجانب التنمية السياسية والتوعية القانونية من خلال البرامج السياسية والتنمية الإعلامية التي تحتل المرتبة الأولى بالنسبة لقناة اليمن بنسبة (17.4%) وذلك لتوعيه المواطنين بالأحداث والمتغيرات على الساحة المحلية والعربية والعالمية بالإضافة إلى نشر الأخبار المحلية على مستوى العالم هذا عدا كون تلفزيون قناة اليمن يعتبر من المصادر الرسمية لنقل ونشر الأخبار المحلية عربيا وعالميا،

أما البرامج والأعمال الفنية والدراما فتحتل المرتبة الثانية بنسبة (17.2%) ويرجع الأمر إلى هدف القناة إلى جذب المشاهدين إلى القناة، كما أنها تساهم في نقل ونشر الثقافة اليمنية إلى العالم، أما بالنسبة إلى قناة عدن فقد ركزت على الجانب الفني باختلاف في الترتيب فان الأعمال الفنية والدراما احتلت المرتبة الأولى بنسبة (22.2%) بينما احتلت البرامج الثقافية والفنية والترفيهية الثقافية المرتبة الثانية بنسبة (18.9%) وهذا يعكس توجه القناة نحو إبراز الدراما سواء اليمنية أو العربية لجذب المشاهدين على المستوى المحلي بشكل خاص وعلى المستوى العربي بشكل عام.

وفي المرتبة الثالثة جاءت البرامج الخاصة بالتنمية الثقافية والترفيهية الثقافية في قناة اليمن بنسبة (13.8%)، أما في قناة عدن فقد جاءت البرامج السياسية بنسبة (13.3%) أما في المرتبة الرابعة فقد اختلفت البرامج في كلا القنوات حيث احتلت البرامج الدينية المرتبة الرابعة بالنسبة لقناة اليمن بنسبة (13%) وهو ما يعكس توجه القناة واهتمامها بتعزيز قيم الدين الإسلامي الحنيف في أوساط المجتمع وزيادة التوعية بتعاليم الدين الصحيحة، أما بالنسبة لقناة عدن فقد احتلت برامج التنمية العلمية والتعليمية المرتبة الرابعة بنسبة (10.9%) .

وكذلك في المرتبة الخامسة فقد اختلفت البرامج في كلا القنوات فبالنسبة لقناة اليمن فقد احتلتها برامج التنمية الاجتماعية بنسبة (8.5%) من خلال توجه القناة نحو عرض وتبسيط الضوء على الظواهر الاجتماعية وإيجاد حلول لها، أما قناة عدن فاحتلتها برامج النشء والأطفال بنسبة (9.3%) من خلال توجه القناة نحو عرض الأعمال والدراما الخاصة بالأطفال المحلية منها أو العربية.

ويلاحظ من الجدول اختلاف البرامج بالنسبة لقناة سبأ عن بقية القنوات، حيث احتلت فيها برامج التنمية العلمية والتعليمية المرتبة الأولى بنسبة (33.8%) وهو ما يعكس طبيعة عمل القناة وتوجهها نحو شريحة الشباب من خلال عرض البرامج والأعمال العلمية وذات الطبيعة المعلوماتية العلمية ، أما في المرتبة الثانية فقد احتلتها البرامج الرياضية بنسبة (19.6%) وفي المرتبة الثالثة جاءت البرامج الفنية والدراما بنسبة (12.9%) ، كما اهتمت القناة ببرامج النشء والأطفال حيث احتلت المرتبة الرابعة بنسبة (10.4%) وهو ما يعكس توجه القناة نحو عرض الأعمال والدراما الخاصة بالأطفال.

كما يلاحظ من الجدول اختلاف البرامج بالنسبة لقناة الإيمان عن بقية القنوات، حيث احتلت فيها البرامج الدينية المرتبة الأولى بنسبة (88.1%) وهو ما يعكس طبيعة عمل القناة وتوجهها نحو تعزيز قيم الدين الإسلامي الحنيف في أوساط المجتمع وزيادة التوعية بتعاليم الدين الصحيحة، أما في المرتبة الثانية فقد احتلتها البرامج المتعلقة بالنشء

والأطفال بنسبة (5.1%) وفي المرتبة الرابعة جاءت البرامج العلمية والتعليمية بنسبة (3.1%)، وقد احتلت فقرات الاستعراض والبت اليومي المرتبة الثالثة بنسبة (3.3%).

جوانب القصور في الإعلام المرئي :

تكمن جوانب القصور للإعلام المرئي في التالي :

- التكرار والتقليد والجمود في المعالجات الفكرية والفنية والاقناعية فعلى سبيل المثال نشرات الأخبار التي تفتقر إلى التجديد والإبداع والابتكار وكذلك تكرار بعض الصور التي تحكي الأحداث والرجوع إلى الصور القديمة والتي لم تعد لها صفة الفورية لتغطية الخبر.
- الاكتفاء بالأساليب التقليدية في صياغة وتحرير الخبر.
- ضعف التوظيف الأمثل للصورة وحجمها ولقطاتها في القصة الخبرية.
- الافتقار إلى الفورية.
- الافتقار إلى عدم وجود شرح أو تفسير لعمل تحقيق وتحليل ومقابلات من قبل مؤهلين مختصين من رؤساء التحرير وأساتذة العلوم السياسية .
- عدم وجود مراسلين من مواقع الحدث.
- العجز عن تلبية احتياجات الجمهور نتيجة هشاشة البناء المادي والموضوعي والإنتاجي للتلفزيون، مما أدى إلى افتقاره للمواد والبرامج التي تجعله منافس للقنوات الفضائية الأخرى.

المطلب الثاني : الإعلام في البرنامج الانتخابي لرئيس الجمهورية

وبرنامج الحكومة والخطة الخمسية الثالثة

الإعلام في البرنامج الانتخابي لرئيس الجمهورية¹ :

تضمن برنامج رئيس الجمهورية 2006م المحاور الرئيسية التالية :

- إدارة حديثة تخدم المواطن وتعزز دولة المؤسسات.
- إدارة اقتصادية تضمن مستوى معيشياً أفضل.
- الحد من البطالة ومكافحة الفقر وتوسيع شبكة الأمان الاجتماعي.
- بنية أساسية متطورة لاقتصاد وطني متين.
- مكافحة الفساد خيار ثابت ومسار لا يتوقف.
- بيئة استثمارية جاذبة.
- أرضية ملائمة لبناء معرفي وتعليم نوعي جيد.
- تغطية صحية أفضل وجودة ارفع للخدمة الصحية.
- طفولة سعيدة وشباب قادر على المساهمة في مسار التنمية.
- مشاركة أوسع وتمكين اكبر للمرأة في كافة الميادين.
- المغتربون جسر حضاري وسند للتنمية.
- الحفاظ على قيم المجتمع الدينية وتنمية المقومات الثقافية والوطنية.
- مواطن حر وسعيد.. ووطن ديمقراطي مستقر.
- تعزيز القدرة الدفاعية والأمنية للوطن من اجل ترسيخ الأمن والاستقرار.
- نحو تعاون وشراكة أوسع مع دول مجلس التعاون لدول الخليج العربية.
- تعزيز الدور القومي والإقليمي والمكانة الدولية لليمن.

وقد ركز البرنامج على الإعلام من خلال التالي :

- تعزيز وضمان حرية الرأي والتعبير والنشر والتوزيع وحمايتها بالتشريعات القانونية.
- إصدار قانون جديد للصحافة والمطبوعات بما يكفل إلغاء عقوبة حبس الصحفي لسبب يتعلق بالتعبير عن الرأي، وتفعيل دور الصحافة في الحفاظ على الوحدة الوطنية والسلام الاجتماعي ورفع مستوى الوعي العام وتعزيز الشفافية.
- تعزيز دور أجهزة الإعلام الرسمية والحزبية والأهلية وتطويرها وتدعيم البناء المؤسسي لها، وبما يمكنها من أداء رسالتها لخدمة المجتمع.. وإيجاد التشريعات

¹ برنامج رئيس الجمهورية الانتخابي (2006-2013)

الكفيلة بإنشاء قنوات فضائية ومحطات إذاعية لخدمة الجوانب الثقافية والاجتماعية والشبابية وغيرها وفي إطار الالتزام بالدستور وعدم الإضرار بالوحدة الوطنية والسلام الاجتماعي والمصالح العليا للوطن.

وفي إطار انجاز برنامج رئيس الجمهورية الانتخابي فقد عملت الوزارة على تحقيق الجوانب التالية¹:

- المقاربة إلى حد كبير في:
 - حجم عرض المنتج الإعلامي (في البث السمعي والبصري) والصحافة مع حجم الطلب عليه من المستمعين والمشاهدين والقراء وإلى حد ما للمواد الصحفية مقارنةً بمؤشرات حجم الإصدارات والتوزيع في المجالين الجغرافي والبشري.
 - برامج الإعلام المرئي والمسموع تتوافق وميول واتجاهات رغبات المشاهدة وعززت ملاحق الصحف الإقبال على قراءة الصحف الحكومية.
 - بروز إعلام متخصص تجسد في قنوات تلفزيونية وفي إصدارات صحفية أو ملاحق صحفية.
 - نشر وبث مواد وبرامج إعلامية أسهمت وبشكل فاعل في تكوين رأي عام واسع ينبذ الغلو والتطرف والإرهاب ويتفاعل مع الخطوات والمعالجات التي تتخذها الحكومة لاحتواء الآثار المتفاقمة للمشكلات والظواهر الاجتماعية.
 - رفع مستوى وعي المواطنين وتنمية معارفهم.
 - قدرة التعامل مع المنافسة المفتوحة في البث الفضائي.
 - تحسين وتجويد المضامين الموضوعية والفنية للأعمال البرمجية وإدخال التجديد في تبويب الصحف.
 - الاحترام لتمتع المواطنين بحقوقهم في حياة كريمة قائمة على كفالة ممارسة حقوقهم وحياتهم.
 - إقامة مشروعات تتميز بتقنيات متطورة وتشغيل أيدي عاملة.

الإعلام في برامج الحكومة:

برنامج الحكومة لعام 2007م:

اعتبر برنامج الحكومة الذي منح الثقة من قبل مجلس النواب في عام 2007م الإعلام وسيلة لتعزيز بناء مجتمع الحريات وخدمة غايات التنمية المستدامة ، لذلك تحرص الحكومة على تطوير كافة وسائل الإعلام وأساليبه ليقوم بأداء الوظائف المناط به سواءً على صعيد الإعلام الرسمي أو الحزبي أو الأهلي والخاص .

¹ المذكرة التفسيرية لمستوى الأداء السنوي لوزارة الإعلام لتنفيذ البرنامج الانتخابي لفخامة رئيس الجمهورية

وقد حدد برنامج الحكومة الأهداف التي تسعى لتحقيقها بما يلي:

- إصدار قانون جديد للصحافة والمطبوعات بما يكفل مساحة أوسع لحرية الصحافة .
- تطوير القناة الثانية إلى قناة فضائية تعنى بالقضايا الاقتصادية والثقافية والترويج السياحي .
- إنشاء قناة تعليمية شبابية وسياحية كقناة فضائية بساعات بث محددة عبر الشبكة الأرضية ودراسة إقامة إذاعة القرآن الكريم وعلوم القرآن، والعمل على تطوير إذاعة الشباب برامجيا وتمديد ساعات بثها اليومي.
- التوسع في إنشاء الإذاعات المحلية في عواصم المحافظات لتعزيز دور الإعلام التنموي وخاصة إذاعة مأرب وشبوه وصعده وإب وجزيرة سقطرى.

بناء على ذلك فقد سعت الحكومة ممثلة بوزارة الإعلام إلى تحقيق تلك الأهداف، حيث

عملت الوزارة على تحقيق التالي:

- ✓ تعزيز انتشار وتواجد الإعلام المرئي والمسموع في البث الفضائي العالمي، من خلال التوسع في بث قناة اليمن والبرنامجين الإذاعيين العام والثاني ليشمل قارات أوروبا وآسيا.
- ✓ تركيب محطة إرسال الباقية الفضائية لتوسيع التغطية التلفزيونية عبر الأقمار الصناعية بحيث تستوعب ما يزيد عن 8 قنوات فضائية.
- ✓ تم تجهيز القناة الثانية للبث الفضائي، الذي بدأ البث رسميا في 19/مارس/2008م .
- ✓ تم إطلاق قناة سبأ الفضائية والتي تعنى بالقضايا التعليمية والشبابية والسياحية وبدأ البث الفضائي للقناة رسميا في 19/مارس/2008م، أما بالنسبة للقناة الدينية فقد بدأ البث الفضائي لها في 21/11/2008م.
- ✓ توسيع وتقوية التغطية التلفزيونية الأرضية لقناتي اليمن ويمانية، وذلك بتحديث وإحلال أجهزة شبكة الإرسال والميكروويف ذات الطاقة العالية بدلا عن القديمة.
- ✓ اهتمت الوزارة بإنشاء إذاعات محلية في عواصم المحافظات، حيث تم افتتاح إذاعتي صعده واب في مايو/ 2007م لتبدأ البث الإذاعي لبرامجهما ، ويتم تجهيز إذاعتي في مأرب وسقطرى .
- ✓ تطوير التغطية اللازمة للإذاعات في نطاق الموجة المتوسطة بتنفيذ مشروع محطة الإذاعي على مستوى الوطن والدول المجاورة.

- ✓ دعم الإعلام الخبري المقروء وتطوير وسائله لتحقيق المنافسة العالمية بتوسيع شبكة مراسلي وكالة سبأ في الخارج باعتماد 5 مراسلين في كل من (تونس-فرنسا-ألمانيا-بريطانيا).
- ✓ تحديث مطابع وكالة الإنباء اليمنية سبأ، وانجاز مباني فروع الوكالة في محافظات (تعز-الحديدة-ذمار-أبين)، وفتح فرع الوكالة في محافظة إب .
- ✓ انجاز مبنى صالة التحرير الصحفي الكبرى التابعة لمؤسسة الثورة للصحافة والطباعة والنشر.
- ✓ استحداث وحدة التوثيق الإلكتروني للأحداث وشراء مطبعة جديدة وتوريد الآلات لفرز الألوان وتجليد المطبوعات التجارية ولتلميع وسلفنه أغلفة الكتب والمجلات لمؤسسة الجمهورية للصحافة والطباعة والنشر
- ✓ أما بالنسبة لقانون الصحافة والمطبوعات فقد عملت الوزارة على إعداد مشروع تعديلات على القانون رقم (25) لسنة 1990 م للصحافة والمطبوعات وتجرى مناقشة المقترحات والتعديلات اللازمة حول المشروع الجديد للقانون بحيث يركز على حرية الصحافة وسهولة الوصول إلى المعلومات ويضمن في الوقت نفسه حماية حقوق الصحفيين وعدم التعرض لهم بسبب أرائهم الصحفية واستبعاد عقوبة حبس الصحفي¹.

برنامج حكومة الوفاق:

- حددت الأولويات في الفترة الانتقالية الحالية في تحديث السياسة الإعلامية عموماً بما ينسجم مع متطلبات تنفيذ مهام والتزامات المرحلة انطلاقاً من المبادرة الخليجية وآليتها التنفيذية وقرار مجلس الأمن الدولي رقم (2014) بما يفضي إلى تجاوز تداعيات وآثار الأوضاع التي مرت بها البلاد خلال الأشهر الماضية والعمل على الانتقال السلمي والسلس للسلطة، وخلال الفترة سيتم العمل على تحقيق الآتي:
- تحديث السياسة الإعلامية والخطاب الإعلامي بما ينسجم مع متطلبات تنفيذ مهام والتزامات المرحلة الانتقالية وإجراء الانتخابات الرئاسية المبكرة انطلاقاً من المبادرة وآليتها.
- تعزيز وتجذير قيم الانتماء الوطني وتعميق الهوية اليمنية في إطار الانتماء العربي والإسلامي وآفاق الإنسانية الرحبة وبما يكفل بناء الشخصية اليمنية المتوازنة والمتألفة.
- تحسين صورة اليمن خارجياً وإزالة السلبات التي علق بها وإبراز الإيجابيات التي تمتلكها اليمن.

¹ الأجندة الوطنية للإصلاحات 2009-2010 المرحلة الثانية - وزارة التخطيط والتعاون الدولي.

- تنمية ثقافة الوسطية والاعتدال والتسامح والوئام والتلاحم الوطني، ونبذ نزعات التعصب والغلو والعنف والإرهاب.

-إعلاء قيم الالتزام بالنظام والقانون والانضباط ومكافحة الفساد.

- التوسع في البرامج المتعلقة بتنظيم الأسرة والأمومة والطفولة وتمكين المرأة من حقوقها السياسية والاجتماعية ضمن خطة متكاملة.

-بالتنسيق والتعاون مع جهات الاختصاص الأخرى العمل على مكافحة مشاكل النثر وظاهرتي حمل السلاح وتناول القات.

- توفير المناخات الملائمة لرسالة ودور ووظائف الإعلام البناء وبما يمكنه من تحقيق أهدافه وبلوغ غاياته النبيلة وبما يكفل مساحة أكبر لحرية الصحافة وتعزيز ضمانات حماية الصحفيين.

- تعزيز وضمان حرية الرأي والتعبير وحمايتها بالتشريعات القانونية من خلال استكمال إصدار القوانين والتشريعات المتعلقة بحرية الإعلام ويشمل ذلك إصدار قانون الإعلام السمعي والبصري والإلكتروني وبما يتيح للقطاع الخاص إنشاء قنوات فضائية (تلفزيونية، وإذاعية، وإلكترونية).

- توسيع مساحة الرأي والرأي الآخر في الإعلام المرئي والمسموع والمقروء وإتاحة الحصول على المعلومات للمواطنين حول الأحداث المحلية والإقليمية والدولية وبما يحول دون انصرافهم للبحث عن قنوات ووسائل إعلامية أخرى.

- تطوير الأداء الإعلامي ورفع كفاءته وتعميق ارتباطه بمختلف الفعاليات السياسية والاقتصادية والاجتماعية والثقافية من خلال:

✓ الإسهام في التعبير عن مطالب المواطنين وتطلعاتهم ومشكلاتهم وقضاياهم الحيوية.

✓ العمل على تكوين رأي عام واعي ومستنير لمنصرة ومؤازرة جهود الحكومة وأصدقاء

اليمن لتنفيذ المبادرة الخليجية وآلياتها التنفيذية وقرار مجلس الأمن رقم (2014).

✓ تطوير وسائل وأنظمة الربط مع المؤسسات الإعلامية الرسمية وفروعها ومشتريها

ومراسليها لإيصال خدمة وكالة الأنباء اليمنية (سبأ) الفورية والمباشرة وعلى مدار

الوقت.

✓ التوسع والانتشار الإقليمي والدولي لوكالة الأنباء اليمنية (سبأ) وتحقيق المزيد من

الانتشار للصحافة الرسمية في الداخل والخارج.

-الاهتمام بالكوادر الإعلامية في كافة المؤسسات الإعلامية وتعزيز استقلاليتهم وتحسين

مستواهم المعيشي بما يكفل لهم الحياة الكريمة والاهتمام بتأهيلهم وتدريبهم لرفع قدراتهم

المهنية والعملية.. والعمل على تطوير كادر إعلامي يحظى بقبول واحترام الرأي العام على

أساس الكفاءات والمسئولية الوطنية لا الولاءات ووفقاً لمعايير الاحتراف والمهنية وشرف المهنة.

- إعادة النظر في وظائف الأجهزة الإعلامية الرسمية (قنوات فضائية وإذاعات وصحافة ومواقع إلكترونية) من حيث تطوير الهياكل التنظيمية والأخذ بمبدأ التخصص والتنوع وتطوير وتحديث استوديوهات القنوات الفضائية والإذاعية وبما يكفل حيادية الإعلام الرسمي وتوظيفه لخدمة المصالح العامة ورفع وعي المجتمع في مختلف المجالات وإعطاء الجمهور مساحة كافية للمشاركة في الرأي.

- تطوير البنية التحتية لكافة وسائل الإعلام بما يكفل تحقيق رسالتها وأهدافها.

- تقوية التغطية الإذاعية للبرنامج العام والبرنامج الثاني باستكمال إنشاء وتشغيل محطات إرسال متوسطة ذات قدرة عالية وحديثة التقنية.

- استكمال إنشاء الإذاعات المحلية وبالأخص إذاعة مأرب.

- حشد الموارد المالية لإنشاء:

✓ قناة حضرموت الفضائية.

✓ مبنى استوديوهات قناة عدن الفضائية.

- استكمال مشروع نظم المعلومات والاتصالات للمؤسسة العامة اليمنية للإذاعة والتلفزيون والقطاعات والفروع التابعة لها.

- تأمين نقل وحفظ مكنتات الأرشيف السمعي والبصري التلفزيونية والإذاعية على وسائط الحفظ والخزن الحديثة.

- تقييم أوضاع المؤسسات الصحفية والإعلامية، ومعالجة ما لحق بها من أضرار جراء الأوضاع التي مرت بها البلاد، وتوفير الدعم اللازم لها.

- ترسيخ القيم النبيلة في حياة المجتمع و تفاعل جميع وسائل الإعلام مع قضايا الشباب المختلفة وتطلعاتهم في حاضر ومستقبل أفضل.

- تجنب إثارة القضايا الخلافية خاصةً منها المذهبية والإيديولوجية مع الاهتمام بالتناول الموضوعي للواقع المعاش بهدف تقصي المشاكل ووضع الحلول لها ووضع آلية تواصل مستمر للربط والتفاعل بين الإعلاميين والصحفيين وصناع القرار لمناقشة مختلف القضايا المرتبطة بالهموم والتطلعات الوطنية.

- الالتزام بالمهنية والاحتراف في تنفيذ السياسة والبرامج الإعلامية وترسيخ تقاليد وأعراف مهنية منطلقة من شرف المهنة وتعزيز ثقة الناس بالإعلام وهو ما يتطلب وضع ميثاق شرف للمهنية الإعلامية إضافة إلى تطوير التشريعات والأنظمة والقوانين السارية.

الإعلام في الخطة الخمسية الثالثة¹:

اهتمت الخطة الخمسية الثالثة للتنمية (2006 - 2010) بقطاع الإعلام من خلال وضع مجموعة من الأهداف والتي تسعى من خلالها إلى تطوير الممارسة الإعلامية لتقدم رسالة إعلامية ايجابية تجسد من خلالها الهوية اليمنية والعربية والإسلامية ، وتتمثل تلك الأهداف في التالي:

- 1- توسيع تغطية البث التلفزيوني الأرضي بمتوسط 5% سنويًا، وتحقيق تغطية كاملة للقناة التلفزيونية الثانية بنهاية عام 2010 م.
- 2- زيادة التغطية الإذاعية للبرنامج العام بمتوسط 5% سنويًا، وزيادة ساعات البث الإذاعي اليومي بمتوسط 10% سنويًا من الإذاعات المحلية بنسب متفاوتة.
- 3- زيادة الكميات الصادرة من الصحف والمجلات الرسمية بمتوسط 6% سنويًا.
- 4- تكثيف البرامج التي تخدم التنمية الاقتصادية والاجتماعية لتصل إلى 10% بنهاية فترة الخطة.

كما وضعت الخطة مجموعة من السياسات والإجراءات والتي ترتقي بمستوى الإعلام في اليمن وهي :

- إصدار قانون الصحافة والمطبوعات بتعديلاته الجديدة لتوفير أجواء الحرية الصحفية المسئولة وحمايتها.
- كفالة حرية الرأي والإبداع والتعبير والنشر في إطار الدستور والقوانين.
- تحديث المؤسسات الإعلامية وتحسين خدماتها وتطوير القاعدة التقنية لوسائل الإعلام من خلال تبني تقنيات المعلومات والاتصال الحديثة.
- تحقيق الحضور والانتشار للإعلام اليمني على المستوى الدولي وتوسيع البث الفضائي الوطني الإذاعي والتلفزيوني.
- إنشاء قطاع للإنتاج الإعلامي بموازنة تمكنه من إنتاج مواد وبرامج محلية تعتمد على الفكرة المبتكرة والفهم العميق لأذواق المتلقين وتستطيع أن تقف على قدم المساواة مع الإنتاج المستورد، وكذلك التعاون في هذا المجال مع وسائل الإعلام العربية .
- رفع مضمون البرامج التي تبثها وسائل الإعلام ولا سيما الموجهة للأطفال ، وكذلك تطوير البرامج الموجهة إلى الخارج وخاصة برامج القناة الفضائية اليمنية.

¹ خطة التنمية الاقتصادية والاجتماعية الثالثة للتخفيف من الفقر 2006-2010

- تكوين رأي عام مؤازر للقضايا الوطنية العامة وجهود ومبادرات التنمية الشاملة، ورفع الوعي بالمسائل السكانية والبيئية وجهود الإصلاح ومحاربة الفساد وتعميق الممارسات الديمقراطية المسؤولة والتفاعل والإسهام في البناء والتنمية.
- إيلاء التنمية الثقافية أهمية خاصة، واستخدام الإعلام لنشر تراث اليمن الثقافي والحضاري والتشجيع على الإبداع.
- تطوير قدرات الإعلاميين وتدريب محترفين للعمل الإعلامي في مختلف المجالات.
- تعزيز دور معهد التدريب والتأهيل الإعلامي والارتقاء بمناهجه وتنمية موارده، وتعزيز التنسيق بينه وبين كلية الإعلام بجامعة صنعاء وقسم الإعلام بجامعة عدن.
- توسيع نشاط مركز التوثيق الإعلامي في المجال المعلوماتي والبحثي ودعم المركز بوحدة ميكروفيلم، وإعداد خطة لحماية المحفوظات السمعية والبصرية بدءاً بمحفوظات الإذاعة والتلفزيون في صنعاء وعدن، وتعزيز صلة المركز بالمؤسسات الإعلامية ومراكز المعلومات الوطنية وبنوك المعلومات العربية والأجنبية.
- تحسين خدمات وكالة سبأ للأنباء واعتماد أحدث التقنيات المتوفرة وعلى مدار الساعة، وتطوير كافة إصداراتها ونشراتها الإخبارية من حيث الشكل والمضمون، وابتهاج الأسلوب الفوري في تغطية الأحداث، مع تأكيد المصداقية في تناول الوقائع والقضايا.
- تنشيط الجانب الاستثماري للمؤسسات الإعلامية الرسمية وتشغيلها على أسس اقتصادية وتجارية لتنمية مواردها الذاتية.
- الارتقاء بمضامين وأشكال الخدمة التي تقدمها المؤسسات الصحفية، وتعزيز التكامل بين المؤسسات الإعلامية في طباعة وتوزيع الصحف الرسمية، وإيجاد خطوط جديدة في شبكة توزيع الصحف الرسمية بحيث تغطي كامل الوطن.
- تشجيع القطاع الخاص على إقامة مشروعات استثمارية في مجال الإعلام المرئي والمسموع ووضع تشريعات وآليات لتنظيم هذا الاستثمار.

المطلب الثالث : التحديات والاتجاهات المستقبلية لقطاع الإعلام :

أولاً : التحديات التي تواجه قطاع الإعلام¹

يعاني قطاع الإعلام من وجود بعض التحديات التي تعيق تطور القطاع، ومن أهم تلك التحديات التالي:

- ضعف المؤسسات الإعلامية وتضخمها وافتقارها إلى المهنية في مختلف أنشطتها.
- عدم وجود مؤسسة إنتاج سمعي وبصري.
- انحصار الاستثمار الخاص في الخدمات الإعلانية مقابل تركيز الاستثمار الحكومي في توسيع البنى والمرافق الأساسية والتجهيزات، دون الاهتمام بتطوير إنتاج المواد الإعلامية التي تلبى احتياجات الجمهور وتستجيب لمتطلبات التنمية والتطوير.
- عدم الربط بين أهداف وقضايا التنمية الشاملة وخطط الإعلام نتيجة عدم تمكن السياسة الإعلامية من خدمة أغراض التنمية أو توفير احتياجاتها ومتطلباتها من الاستثمارات .
- العجز المستمر في المخزون الاستراتيجي من الورق الصحفي بالنسبة لوسائل النشر والطباعة .
- افتقار المؤسسات الإعلامية إلى شبكة معلوماتية متكاملة .
- تقادم البنية الفنية والهندسية وضعف القدرة التشغيلية.
- القصور في المهنية الإعلامية التي تحد من دور وفاعلية الخطاب الإعلامي الرسمي كالتكرار وتطويل النشرات الإخبارية، وضآلة التحليل الإخباري ومراعاة الأولويات للقضايا الإخبارية بحسب اهتمامات الجمهور وما يرغبون في متابعته .
- القصور في الفورية والنقل الفوري والمباشر للأحداث.
- تغليب وظيفة الاتصال الإعلامية الترويجية على الوظائف الأخرى ويبرز ذلك في الاهتمام بالمساحة الكبيرة للفن والرقص، وإشغال الشباب والجمهور بقضايا هامشية مع القصور في قضايا الوسطية والاعتدال والتسامح والولاء الوطني وتحصين الشباب.
- غياب الصحافة المسائية وكذلك الطباعات المتعددة للصحيفة اليومية بحيث يتم ضمان نشر أخر الأحداث.

¹ خطة التنمية الاقتصادية والاجتماعية الثالثة للتخفيف من الفقر (2006 – 2010) ورقة عمل بعنوان الخطاب الإعلامي "الرسمي، الحزبي، المستقل" في اليمن بين المصالح الوطنية..والأهواء السياسية – د/احمد محمد العجل – 2009/10م

▪ التحديات الناتجة عن التطورات المتسارعة في مجال تكنولوجيا الإعلام والاتصال.

ثانياً : الاتجاهات المستقبلية لقطاع الإعلام¹ :

تبرز أهم الاتجاهات المستقبلية للحكومة ممثلة في وزارة الإعلام- خلال العام 2009م- والتي تستمر الوزارة في تحقيقها لضمان حرية الرأي والتعبير والنشر وتوفير أجواء الحرية الصحفية وحمايتها بالتشريعات القانونية من خلال :

- إصدار قانون الإعلام السمعي والبصري وقانون الصحافة والمطبوعات وقانون القنوات الفضائية.
- تعزيز استقلالية المؤسسات الإعلامية من خلال الإجراءات القانونية والإدارية المتصلة بإعادة هيكلة وزارة الإعلام والمؤسسات التابعة لها ومتابعة توصيف الوظائف الإعلامية .
- تطوير الشراكة وتعزيز الحوار مع منظمات المجتمع المدني وحقوق الإنسان العاملة في اليمن وحمايتها وخصوصاً منظمات المجتمع المدني المعنية بالمرأة وتغطية أنشطة وفعاليات المنظمات والأحزاب طبقاً للسياسة الخيرية والإعلامية وإبراز أنشطتها والقضايا الهامة في مجال حقوق الإنسان .
- تطوير الاتفاقيات الثنائية والبرامج التنفيذية الموقعة مع دول الخليج في مجال الإعلام وتنفيذ الإجراءات الفنية والقانونية لانضمام بلادنا إلى جهاز إذاعة وتلفزيون الخليج.
- تحديث دليل الخدمات لتعزيز الشفافية في جميع المعاملات والإجراءات الحكومية ونشر القوانين الخاصة بالإصلاحات الاقتصادية وتشجيع الاستثمار في الوسائل الإعلامية المختلفة وإصدار اللوائح الجديدة الخاصة بالإعلانات والخدمات الإعلامية.
- تطوير وتدعيم البناء المؤسسي وتحديث المؤسسات الإعلامية وتحسين خدماتها وتطوير القاعدة التقنية لوسائل الإعلام المتصلة بالمعلوماتية والاتصال وتنمية القدرات ونوعية المخرجات ووسائل الإعلام المختلفة.

¹ تقرير الأداء الحكومي لعام 2008 المقدم لمجلس النواب - يونيو 2009

المصادر:

- كتاب الإعلام اليمني - بناء وتحديث
- كتاب الإعلام اليمني - شواهد وانجازات
- أعداد مختلفة من كتاب الإحصاء السنوي.
- برنامج الانتخابي لرئيس الجمهورية (2006 - 2013)
- برنامج الحكومة العام 2007
- خطة التنمية الثالثة للتخفيف من الفقر (2006 - 2010)
- الأجندة الوطنية للإصلاحات 2009- 2010 المرحلة الثانية - وزارة التخطيط والتعاون الدولي.
- المذكرة التفسيرية لمستوى الأداء السنوي لوزارة الإعلام لتنفيذ البرنامج الانتخابي لفخامة رئيس الجمهورية والبرنامج العام للحكومة للعام 2008م
- ورقة عمل بعنوان الخطاب الإعلامي "الرسمي، الحزبي، المستقل" في اليمن بين المصالح الوطنية والأهواء السياسية - د/احمد محمد العجل - 2009/10م
- تقرير الأداء الحكومي لعام 2008 المقدم لمجلس النواب - يونيو 2009