نوافذ طرفية

العقد الإعلامي الجديد

د.عبدالرحمن الشامي
abarni7@yahoo.com

- في الأحداث التي تشهدها بلادنا اليوم، تبدو الحاجة ماسة إلى تجدد وسائل إعلامنا الرسمية من نفسها، بدلا من أن تضطر لخلع جلدها مرة واحدة، فمساحة الحرية المتاحة فيها، لم تعد قادرة على مواكبة نزعات التحرر الشعبي الذي يزداد سقفه تلو الآخر.

فبنية العقل العربي، تشهد اليوم تغييرا غير مسبوق، ومنها ما يتعلق بأسلوب التفكير، والتعاطي مع مختلف الموضوعات والقضايا، فضلا عن الأحداث الجارية على الساحتين: المحلية والخارجية، جراء زلزال التغيير الذي تشهده منطقتنا العربية اليوم، ومنها بلادنا، وهنا تأتي الحاجة إلى التجديد والتغيير في فلسفة الإعلام اليمني، ومقوماته المختلفة، على نحو يمكنه من مواكبة المتغيرات الجديدة، وخاصة منها ما يجري على الساحة المحلية، فاليات الأمس، لم تعد صالحة لمواجهة تحديات اليوم، ولا يمكن أن ترقى إلى مستواها بأي حال من الأحوال، ما لم فنحن أمام معادلة عكسية، يطال فيها التغيير كل شيء إلا الإعلام، كما أن الوظيفة الخاصة باستشراف المستقبل، تبدو غائبة في الممارسة الإعلامية.

أما التغيير المنشود، فيأخذ - في تقديري المتواضع - مسارين، الأول: على المدى القصير، ويتم من خلال اتخاذ جملة من الخطوات الإجرائية التي من شأنها التشجيع على مزيد من الحرية المسئولة والمصداقية والشفافية للتعاطي مع ما يجري على الساحة اليمنية اليوم، بما يحافظ في النهاية على الوحدة الوطنية، ويحمي نسيجها الاجتماعي من التمزق، فليس من مصلحة الأمة اليمنية، لا على المستوى القريب ولا البعيد، ذلك الخطاب الإعلامي - الرسمي وغير الرسمي - الذي يعمق من انقسامها، من خلال تعميق ثنائيات: الخير والشر، والفضيلة والرذيلة، والشرفاء والفاسدين.. إلى غير ما هنالك من إطلاق المسميات على الأطراف المتنازعة، مما ليس بالضرورة أن يكون صحيحا في كل الأحوال، بل كثيرا منها، ما يقع في خانة «الدعاية» المقوتة، لا الإعلام التنويري.

أما الإجراء الثاني : على المدى البعيد، وذلك من خلال صياغة «عقد إعلامي اجتماعي»، يعيد وسائل إعلامنا اليمنية، بأطيافها المتعددة إلى محراب «الجلالة» ويزيل عنها ما علق بها من تراكمات، أفسدت كثيرا من العلاقة بينها وبين جمهورها، وتكاد تنال من رسالتها المجتمعية، ودورها في الاصطفاف الوطني، ليس غيره، فالأوطان باقية، وكل ما عداها زائل، ولا يبقى «إلا وجهه» سبحانه وتعالى- وبعيدا عن جلد الذات، أو إلقاء اللوم دوما على «الجدار الهابط» - على حد تعبير الإعلامي العربي صلاح الدين حافظ رحمه الله، يمكن لنا اعتبار ما مضى مرحلة من المراحل التي مر بها الإعلام العربي، ومنه الإعلام اليمني، رغم كثرة المآخذ وجسامة بعضها، لكن عزاءنا هو أن «المراحل لا يمكن حرقها»، على حد تعبير المفكر العربي «الجابري » - رحمه الله، غير أن استمرار الوضع على ما هو عليه بالنسبة لهذه الوسائل، فهو ما لا يمكن غفرانه من الجمهور اليوم.

لا أعتقد أن هذا الطرح، يبدو مثاليا، أو أنه يتجاوز قدراتنا الوطنية، فلدينا من الكوادر الإعلامية المخضرمة والشابة التي بمقدورها الاضطلاع بهذه المهمة الجليلة، وصياغة رسالة إعلامية مهنية، تناسب العصر، وتلبي طموح الجمهور، وتحقق مصالحه، كل ما يحتاجه هؤلاء، هو تمكينهم لممارسة هذا الدور، وتعزيز انتمائهم إلى مؤسساتهم الإعلامية من خلاله.

رصدت تراجعاً ملحوظاً في مشاهدة برامج التليفزيون اليمني:

دراسة إعلامية حديثة: (٤١٪) من الجمهور اليمني يعتبرون أن البرامج المقدمة حول القضايا السكانية غير كافية وغير مشوقة ومقدميها غير مقنعين

خلصت دراسة إعلامية حديثة إلى غياب التوازن في توزيع عرض مضامين البرامج الخاصة بالقضايا السكانية في التلفزيون اليمني خلال أيام الأسبوع إلى جانب عدم مراعاة تفضيلات الجمهور لأوقات متابعة تلك البرامج.

وأكدت الدراسة التي أجرتها الباحثة بلقيس محمد علوان المدرس المساعد بكلية الإعلام جامعة صنعاء مؤخراً ونالت بموجبها درجة الدكتوراه بتقدير عام ممتاز من كلية الإعلام - جامعة القاهرة - أن جميع مضامين جميع المواد التي تم تحليلها من إنتاج الحكومة ,باستثناء مادة واحدة كانت من إنتاج برنامج الأمم المتحدة للغذاء.

وأشارت الدراسة المعنونة بـ"تأثير المعالجة التليفزيونية للقضايا السكانية على معارف واتجاهات الجمهور اليمني"- إلى وجود نسبة كبيرة مما تم تحليله جاء في شكل ندوات غير دورية تقدم في مناسبات معينة..مرجعة ذلك إلى عدم كفاية البرامج الدورية التي تتناول القضايا السكانية، وإلى أهمية تضمين الخارطة البرامجية للتليفزيون برامج تحتوي وتتناول مختلف القضايا السكانية في إطار البرامج المتخصصة والبرامج التي تحظى بمشاهدة عالية.

"دنيا الإعلام" :عرض:منصور الصمدي

"الاهتمام بالتدريب والتأهيل-والابتعاد عن الأساليب الملة في الطرح والمعالجة-والأخذ بمبدأ تجزئة الجمهور-ومراعاة طرح القضايا بما يتواءم والجمهور المستهدف-وتوسيع قاعدة الضيوف..والحرص على مخاطبة النخبة" - أولويات ملحة على القائمين على التلفزيون مراعاتها في برامج الاتصال السكاني

وحسب الدراسة التي أجريت على عينة عمدية شملت كل ما قدمه التليفزيون اليمني خلال فترة ستة أشهر-فإن ما نسبته(١٧,٦٪) من المضامين التي خضعت للتحليل إرتبط بحملات إعلامية أو تليفزيونية تزامنت مع حملات تنفيذية مثل "حملة التطعيم ضد مرض الكزاز أللوليدي (التيتانوس) وحملة استئصال شلل الأطفال، وحملة مكافحة البلهارسيا".مبينة أن ذلك يؤكد قصور توظيف واستخدام وإقامة الحملات تزامناً مع حملات تنفيذية.

وأوضحت الدراسة التي تمت مناقشتها في كلية الإعلام-جامعة القاهرة-مؤخراً -أن نسبة الخطاب الموجة للرجال كانت ضئيلة حيث لم تتجاوز(٢٠,٧٪) مقابل ما نسبته(١٢,٤٪) للنساء، و(٨٦,٩٪) للرجال والنساء معاً .. مبينة أن ما نسبته(٩٣,٥٪)من إجمالي المضامين التي تم تحليلها خاطب جمهوراً غير محدد المكان (ريفاً أو حضراً) كاشفة النقاب عن وجود قصور شديد في استهداف ومخاطبة قطاعات الجمهور الريفي، في مجتمع يصنف (٧٢٪)منه على أنه ريف، إلى جانب وجود فئات عمرية مهملة كالمرأة قبل سن الزواج، وبعد سن الإنجاب، وكبار السن على الرغم من تعدد القضايا الصحية والسكانية لهذه الفئات مشددة على ضرورة التركيز في استهداف الجمهور وفقاً لنوع القضية.

هناك قصور شديد في استهداف ومخاطبة قطاعات الجمهور الريفي ببرامج الاتصال السكاني وأغلب فئاته العمرية مهملة

ووفقاً لنتائج الدراسة فإن ما نسبته(٥١٪)من إجمالي البرامج التي تم تحليلها جاء بشكل حواري ،مقابل (٢٤,٧٪) للدراما، في حين قد ما نسبته (٢٠,٨٪) في شكل حديث مباشر..وجمعت التنويهات التليفزيونية التي تم تحليلها وعددها (٨١) تنويهاً بين الشكل التمثيلي، والتمثيلي الغنائي، والمقروء.

وتصدرت الصحة الإنجابية حسب الدراسة كافة المواضيع التي تناولتها البرامج السكانية في التلفزيون ،تلاها في التناول النوع الاجتماعي، ثم المشكلة السكانية، وأخيراً البيئة في بعدها السكاني.

وخلصت الدراسة إلى أن هدف الدعوة إلى القيام بسلوك جاء في صدارة الأهداف التي سعت البرامج التي تم تحليلها إلى تحقيقها وبنسبة(٨٨٪) من إجمالي العينة، تلاه هدف تقديم معلومات بنسبة (٦٧,٣٪)، ثم هدف التعريف بالقضية بنسبة (٥٣,٦٪)، ثم هدف تعديل سلوك قائم بنسبة (٤٧,٧٪)، ثم تبني اتجاه يتفق مع المضمون بنسبة (٣٥,٩٪)، ثم هدف تعديل اتجاه قائم بنسبة (٢٨٪)، أما بقية الأهداف المتمثلة في تدعيم سلوك قائم، وتدعيم اتجاه قائم، وتفنيد الشائعات، وقياس معارف الجمهور، وتوضيح جهود الدولة فتراوحت بين (١,٣٪) لأعلاها و(٠,٧٪) لأدناها.

وعن مقدمي تلك البرامج أكدت الدراسة أن المذيعين تصدروا قائمة مقدمي الرسالة بنسبة (٧٥٪) ثم فنانون بنسبة (٥٦,٩٪)، ثم أطباء متخصصون بنسبة (٣٣,٣٪)، مسئولون حكوميون بنسبة (٩٪) ثم علماء دين بنسبة (٧,٨٪)..في حين اقتصرت مشاركة الجمهور في البرامج المقدمة على ما نسبته(١٥٪) نظراً لوجود (٨١) تنويها تليفزيونياً ونسبة منها قدمت في شكل حديث مباشر أو برامج حوارية دون فتح باب المشاركة للجمهور..فيما اقتصرت المشاركة بالحضور على ما نسبته(١٪).

وحسب الدراسة فإن ما نسبته(٧٤,٧٪) من المضامين تم تصويرها خارج الأستوديو وفي بيئة حضرية، مقابل (٣٧,٩٪) منها صورت داخلياً، وما نسبته(١٧,٩٪) صورت في الريف،وحازت أماكن التصوير غير المعروفة على ما نسبته(١٣,٧٪).

وتصدرت اللغة العربية الفصحى مستويات اللغة المستخدمة في تقديم مضامين القضايا السكانية بنسبة (٨٥٪)، تلتها في المرتبة الثانية اللهجات العامية بنسبة (٥٨,٨٪)، وجاءت اللهجة الصنعانية في الترتيب الثالث بنسبة (١١٪) من إجمالي المضامين.

ومن حيث مضامين البرامج المحللة بينت الدراسة تفوق المدخلين الاجتماعي والصحي بنسبة (٦٨,٦٪)و(٦٧,٣٪) على التوالي، وجاء المدخل الاقتصادي في المرتبة الثالثة بنسبة (٤٥,٧٪)، وفي الترتيب الرابع وبنسبة (٢٠,٩٪) جاء المدخل الديني، وتراوحت نسب استخدام المداخل أخرى كالعلمي والإنساني والجمالي والبيئي والوطني ما بين (٤,٦٪)، (٧,٠٪).

وأكدت الدراسة أن أغلب الرسائل والمضامين مزجت بين الاستمالات الوجدانية والعقلانية إلا أن استخدام الاستمالات الوجدانية كانت بنسبة أكبر..وفي إطار الاستمالات الوجدانية جاءت استمالة استثارة المسؤولية الاجتماعية بالدرجة الأولى بنسبة (٧٥,٨٪) ثم استمالة التخويف بنسبة (٦٩,٩٪) في الترتيب الثالث جاءت استمالة الترغيب بنسبة (٦٨,٦٪)..أما فيما يخص الاستمالات العقلانية جاءت استمالة التسلسل المنطقي في الصدارة بنسبة (٥٤٪) ثم استمالة الاستشهاد بمصادر عالية المصداقية بنسبة (٣٨,٦٪)، ثم الاستدلال بنتائج الإحصائيات ونتائج البحوث بنسبة (٣٣,٣٪)، ثم الاستشهاد بالنصوص القرآنية والنبوية في (١٩,٦٪).

وفيما يخص الاستفادة من إمكانيات التليفزيون الفنية في إنتاج مضامين القضايا السكانية كشفت الدراسة عن وجود مبالغة في استخدام المؤثرات الصوتية التي هي من خصائص العمل الإذاعي بنسبة (٧٥٪)، وجاءت الاستعانة بالموسيقى في الترتيب الثاني بنسبة (٤٥٪)، في حين قلت نسب توظيف إمكانيات المونتاج والمؤثرات الخاصة به حيث لم تتجاوز (١٤,٤٪).

وبينت نتائج الدراسة المسحية للجمهور والتي شملت عينة عشوائية قوامها (٤٦٥) مبحوثاً من أمانة العاصمة صنعاء - أنّ ما نسبته(٤٦,٧٪) من العينة تتركز مشاهدتهم عند المستوى المتوسط للتعرض، ورصدت الدراسة تراجعاً ملحوظاً في مشاهدة التليفزيون اليمني..وحظي يوما الخميس والجمعة بأعلى نسبة مشاهدة لدى المبحوثين بنسبة (٨١,٨٪) و(٨٦,٣٪) على التوالي، في حين تتقارب نسب مشاهدة المبحوثين في بقية أيام الأسبوع.

وتُفضل عينة الدراسة المشاهدة مابين الساعة(٦-١١)مساءً، وتأتي في الترتيب الثاني فترة الظهيرة والعصر بين (٢-٦) مساءً ، فيما تقل نسبة المشاهدة بالنسبة لفترتي الصباح والضحى حيث تصل إلى ما نسبتة(٣,٧٪)، وهاتان الفترتان تتداع فيهما نسبة كبيرة من برامج القضايا السكانية.

ووفقاً للنتائج فإن البرامج الإخبارية تتصدر تفضيلات المبحوثين المهتمين بمتابعة أخبار اليمن من خلال التليفزيون اليمني، وتأتي الدراما في الترتيب الثاني وبنسبة (١٧,٢٢٪)، تلى ذلك البرامج الترفيهية، ثم الدينية، ثم البرامج الصحية على التوالي بنسب (٨,٨٪)، (١٥,٨٪)، (١٤,٢٪)، (٧,١٠٪)، وجاءت برامج المرأة في المرتبة الأخيرة بنسبة (٦,٦٪).

وجاءت التنويهات التي تتناول مضامين القضايا السكانية في صدارة قائمة ما يتابعه المبحوثون من البرامج، وفي الترتيب الثاني دقائق صحية ثم برنامج الصحة للجميع..فيما حظي موضوع تنظيم الأسرة بالترتيب الأول مما يشاهده المبحوثون بنسبة(٧٢,٨٪) ثم صحة الطفل، ثم صحة الأم، ثم مرض الإيدز.

وتشير الدراسة الى أن المبحوثين يحرصون على الحصول على معلومات حول القضايا السكانية بغض النظر عن مصدرها، وجاءت صحة الطفل في الترتيب الأول بنسبة (٨١,٣٦٪) ثم تنظيم الأسرة بنسبة (٧٧,٨٪)، ثم صحة الأم بنسبة(٧٧,٣٥٪) ثم مرض الإيدز بوزن بنسبة(٧٥,٢٠٪) وينسب متقاربة المشكلة السكانية وانخفاض الخصائص السكانية للجمهور، والبيئة وعلاقتها بالسكان والنمو السكاني.كما يزداد اهتمام المبحوثين بموضوعات القضايا السكانية عموما حيث بلغت نسبة من يهتمون بها بالدرجتين الكبيرة والمتوسطة (٧٥٪)من إجمالي عينة المبحوثين مقابل (٢٤,٩٪) يهتمون بدرجة منخفضة.

وتبين الدراسة أن دائرة الاتصال الشخصي للمبحوثين حول القضايا السكانية تمثلت في الأصدقاء والجيران وزملاء العمل بنسبة (٩٠,٨٪) ثم محيط الأسرة (الزوج، الزوجة، الأقارب، الأبناء) بنسبة (٨٦,٧٪).

وتصدر التليفزيون مصادر المبحوثين في معرفتهم بموضوعات وتفاصيل القضايا السكانية، تلته الصحف بنسبة(٤٩٪) ثم الأقارب بنسبة(٤٣٪) وجاء الراديو في الترتيب الرابع بنسبة (٣٨٪)، ثم الكتب بنسبة (٢٦٪)من إجمالي عينة المبحوثين.

وعن معارف المبحوثين كشفت الدراسة بأن مستويات معرفة المبحوثين بالقضايا السكانية جاءت مرتفعة في موضوع الأمراض المنقولة جنسياً وكذلك في موضوع صحة الأم والطفل..وفي موضوع تنظيم الأسرة تراوحت المعرفة لدى المبحوثين بين المتوسطة بنسبة(٤٦٪) ثم المرتفعة بنسبة (٤٤٪)، ثم المنخفضة بنسبة (٩,٩٪).

أما ما يتعلق باتجاهات المبحوثين حيال القضايا السكانية فإن الاتجاه الإيجابي كان السمة الغالبة على توجهات المبحوثين إزاء تلك القضايا، ورغم تفاوت النسب من قضية إلى أخرى إلا أنها انحصرت بين (٩٠٪) لأعلاها فيما يخص صحة الأم والطفل، و(٧٦٪) لأقلها فيما يخص المشكلة السكانية في اليمن.

وعن رأي المبحوثين حول ما يقدمه التليفزيون اليمني من برامج تخص القضايا السكانية فيوافق المبحوثون على أن التليفزيون اليمني يؤدي فعلاً دوراً في توعية الناس بالقضايا السكانية، ويعتبرونه وسيلة مناسبة لتزويد الجمهور بالمعلومات حول تلك القضايا، ويؤكدون أنهم بحاجة إلى مزيد من البرامج حول، وكانت اتجاهاتهم إيجابية تجاه النقاط المذكورة، ويثق (٤٦٪) منهم بما يقدمه التليفزيون حولها،ومقابل (٤١٪) منهم يثقون بدرجة متوسطة فيما يقدمه.

ويرى ما نسبته(٤١٪) من المبحوثين أن البرامج المقدمة حول القضايا السكانية ليست مشوقة.. في حين يؤكد ما نسبته (٣٧٪) من المبحوثين أن مقدمي برامج القضايا السكانية في التلفزيون غير مقنعين، مقابل (٢٢,٨٪)رأوا أنهم مقنعون .

ويشير المبحوثون حسب الدراسة إلى أن موضوع صحة الأم أكثر الموضوعات التي يريدون أن تركز عليها المعالجة التليفزيونية، ثم موضوعات (تنظيم الأسرة، صحة الطفل، الأمراض المنقولة جنسياً) في الترتيب الثاني.

وتبين نتائج الدراسة أن العلاقة بين نوع المبحوثين والتعرض للتليفزيون اليمني دالة إحصائياً لصالح الذكور، في حين كانت العلاقة دالة لصالح الإناث بين متغيري النوع والتعرض للبرامج التي تتناول القضايا السكانية.

وأظهرت النتائج دلالة العلاقة بين سن المبحوثين واهتمامهم بالقضايا السكانية وكانت الفئة العمرية (٢٠-٣٥) سنة صاحبة أعلى نسبة في الاهتمام، وبنسب متساوية للفئتين أقل من عشرين سنة، والفئة ما بين (٢٠-٣٥) سنة.

على راسمي السياسات التركيز على تضمين الأبعاد المختلفة للقضايا السكانية ،ومراعاة توسيع دائرة الشراكة مع الجهات ذات العلاقة ،والحرص على دعم الاتصال الجماهيري بالإقناع الشخصي

وجاءت العلاقة بين المستوى التعليمي للمبحوثين والتعرض للتليفزيون دالة إحصائياً، وكان أعلى متوسط للأميّين .. كما أظهرت النتائج أن العلاقة دالة إحصائياً بين المستوى التعليمي للمبحوثين والاهتمام بالقضايا السكانية وهي نتيجة تشير إلى أهمية المتغيرين وأهمية وضعهما في الاعتبار من قبل القائم بالاتصال، والقائم بتخطيط وتصميم حملات التسويق الاجتماعي.

وأوصت الباحثة في ختام دراستها راسمي السياسات والقائمين على تحديث الإستراتيجية السكانية، والإستراتيجية الوطنية للإعلام والتثقيف والاتصال السكاني بضرورة التركيز على تضمين الأبعاد المختلفة للقضايا السكانية ورسم السياسات الرامية إلى مواجهة وتخطي المعوقات الثقافية، والاجتماعية،وقيمة كثرة الأبناء وتفضيل الذكور ومشاركة المرأة، والمعوقات الاقتصادية.

مراعاة توسيع دائرة الشراكة للجهات المعنية بالقضايا السكانية باعتبارها قضايا متداخلة وتمس كل جوانب حياة الأفراد .. وإشراك الجامعات والكليات المختلفة من خلال إجراء البحوث التي تفيد مخرجاتها في رسم السياسات السكانية.

كما أوصت القائمين على التخطيط للاتصال السكاني بالعمل بمبدأ تجزئة الجمهور عند صياغة الخطط بما يتناسب مع كل قطاع واحتياجاته .. وضرورة التعامل مع القضايا السكانية في قضايا منفصلة أو أن إحداها ممكنة الحل والمعالجة في معزل عن القضايا الأخرى.

والنظر إلى فئة الشباب عند التخطيط على أنهم فاعلون ومشاركون أساسيون، وليسوا مجرد مستهدفين، من خلال تعريفهم بالفرص المتاحة، والعقبات التي تواجههم مما يعطيهم فرصاً حقيقية لاقتراح السياسات والتدخلات الملائمة لهم.

ومراعاة استهداف الرجال في كل خطط وبرامج الاتصال السكاني .. وتوظيف كل وسائل الاتصال التقليدية والحديثة كالإنترنت والاتصال المباشر عند التخطيط وجعل تنفيذ الخطط أمراً مستمراً وليس موسمياً .

وشددت الدراسة على ضرورة الحرص على دعم الاتصال الجماهيري بالإقناع الشخصي وتزويد بعض الجهات مثل المراكز الصحية والأندية والمخيمات الشبابية، وأماكن تواجد وتجمع الناس لعرض الرسائل التوعوية وعدم الاقتصار على التليفزيون، واستخدام فرق التوعية المتنقلة، وإشراك أئمة المساجد والعاملين في المجال الاجتماعي للتوعية بالقضايا السكانية، والبحث عن موارد وطنية لتنفيذ خطط الاتصال السكاني من خلال توسيع دائرة الشراكة في المسؤولية والالتزام وعلى رأسها القطاع الخاص الوطني، والاستفادة من خبرات الدول الأخرى في مجال الاتصال السكاني مثل مصر والأردن وتونس وإيران وتركيا.

أما القائمين على التليفزيون اليمني فأوصتهم الدراسة بضرورة الاهتمام بتدريب الكوادر العاملة في البرامج المعنية بالقضايا السكانية في المجالات (كتابة الرسالة الاتصالية - مهارات التخطيط - مهارات الاتصال السكاني)، إلى جانب الابتعاد عن الأساليب المملة في الطرح والمعالجة ،والأخذ بمبدأ تجزئة الجمهور بحيث تصاغ الرسالة بحسب كل فئة ،والاستفادة من الموروث الشعبي والتقليدي وتوظيفه في صياغة الرسائل ،وتوسيع قاعدة مشاركة الجمهور ،والربط في المعالجات بين القضايا السكانية ذات الصلة ،والتعرف على خصائص وسمات الجمهور المستهدف بالرسائل المختلفة الخاصة بأبعاد القضايا السكانية، والعمل وفقاً للأسس العلمية لتخطيط وتنفيذ الحملات الإعلامية، والتركيز على المعيقات التي تحول دون السلوك السليم، وعدم التعامل مع القضايا بشكل منفصل ولكن في سياقها الاجتماعي الثقافي الديني.

وشددت الدراسة على أهمية تركيز القائمين على التلفزيون على مسألة طرح القضايا انطلاقاً من واقع الأفراد المستهدفين، والسعي إلى ابتكار أشكال جديدة من البرامج لتحقيق استجابة أكبر مع البعد عن النمطية ،وتوسيع قاعدة الضيوف ،والحرص على مخاطبة النخبة من قادة الرأي والفكر ومتخذي القرار لخلق بيئة مساعدة ومنحازة للقضايا السكانية، وتوسيع دائرة الإنتاج الدرامي الذي يتناول القضايا السكانية، وتقديم نماذج ناجحة في المجتمع ريفاً وحضراً ،والاهتمام والتركيز على الريف مع الانحياز للفئات الأقل حظاً والأكثر معاناة ،بالإضافة إلى الاستخدام المدروس للاستمالات المختلفة الوجدانية والعقلانية، والعمل جنباً إلى جنب مع بقية الوسائل الإعلامية والاتصال الشخصي.

وكشفت الدراسة عن عدد من العناوين لدراسات ذات صلة بواقع الاتصال السكاني رأت أن واقع الحال يستدعي إجراءها مستقبلاً وهي (دراسة معوقات استجابة الجمهور لرسائل الاتصال السكاني - دراسة القائم بالاتصال السكاني. - دراسة الصفوة من المشرعين ومتخذي القرار وراسمي سياسات القضايا السكانية - دراسة الجمهور من خلال أدوات بحثية مختلفة - إجراء دراسات تجريبية حول تأثير توظيف تقنيات وإمكانيات التليفزيون الفنية والإنتاجية في زيادة فعالية الرسالة - تحليل مضمون الاستراتيجيات السكانية والاتصالية الحالية - دراسات بينية حول المحددات الاجتماعية للقضايا السكانية).

وتهدف الدراسة إلى الكشف عن طبيعة المعالجة التليفزيونية للقضايا السكانية التي عرضها التليفزيون اليمني من خلال تحليل محتوى ما يقدمه خلال فترة محددة.. إلى جانب تحديد أهم وأكثر وأقل القضايا السكانية تناولاً من خلال التليفزيون، والوقوف على تأثير المعالجة التليفزيونية للقضايا السكانية على معارف واتجاهات الجمهور اليمني.. بالإضافة إلى الإسهام في تقديم مقترحات علمية وآليات لتفعيل استخدام التليفزيون في تناول القضايا السكانية، وتطوير استراتيجية إعلامية للتعامل مع القضايا السكانية في اليمن.

وتنبع أهمية الدراسة من كونها تناقش جملة من القضايا السكانية محل الدراسة، وتأثيرها على كافة جوانب حياة الفرد وكذا انعكاساتها على مسارات التنمية في المجتمع اليمني سلباً وإيجاباً..إلى جانب بحثها معارف واتجاهات الجمهور حول القضايا السكانية، ورصدها طبيعة المعالجة التليفزيونية للقضايا السكانية، وتأثير تلك المعالجة على معارف واتجاهات الجمهور..وأخيراً تقييمها مدى الاتساق بين المعالجة التليفزيونية للقضايا السكانية، والإستراتيجية الوطنية للإعلام والتثقيف والاتصال السكاني.