



الإذاعة المحلية ودورها في تنشيط وترويج العمل السياحي "إذاعة مصراتة المحلية نموذجاً"

*مصباح محمد عاشور

الأكاديمية الليبية للدراسات العليا / فرع مصراتة - قسم الجغرافيا - ليبيا

البريد الإلكتروني: *mosbahashoor1964@gmail.com

الافتتاح: عاشور، مصباح محمد. (2025). الإذاعة المحلية ودورها في تنشيط وترويج العمل السياحي "إذاعة مصراتة المحلية نموذجاً". مجلة كلية الآداب جامعة مصراتة (Faculty of Arts Journal). 20، 459-440.
<https://doi.org/10.36602/faj.2025.n20.26>

نشر إلكتروني في 2025-10-28

تاريخ القبول 2025-10-26

تاريخ التقديم 2025-09-03

ملخص البحث :

تهدف هذه الدراسة للتعرف على دور البرامج الإذاعية "الإذاعة المحلية مصراتة" في الترويج السياحي، وذلك لأهميتها في رفع مستوى الدخل والترفيه لسكان المنطقة، ولأجل الوصول إلى زيادة البرامج الإذاعية في الترويج للسياحة لمساهمتها بصورة أكبر في برامج التنمية الاجتماعية. حُددت مشكلة البحث في السؤال الرئيسي: ما هو دور إذاعة مصراتة المحلية في الترويج السياحي؟، ومن خلال هذه الدراسة انتهج الباحث عدد من المناهج البحثية تمثلت في استخدام المنهج الوصفي والتحليلي والمنهج التاريخي بهدف الوصول لنتائج تحدد كماً ونوعاً، وقد توصلت الدراسة لمجموعة من النتائج حيث أكدت الدراسة أن الإذاعة وسيلة اتصال جيدة في توصيل الأخبار، ويرجع تميزها على بقية وسائل الاتصال الأخرى لسهولة متابعتها من خلال جهاز الهاتف ووسائل النقل المختلفة، إضافة إلى أجهزة المذياع بالمنزل، كما أوصت الدراسة بالاهتمام بتنشيط السياحة الداخلية من خلال المؤسسات التعليمية والحكومية وتكثيف البرامج لها، وذلك بمساهمتها في إنعاش حركة السياحة الداخلية، بالإضافة إلى تخصيص برامج متخصصة تهتم بالترويج السياحي وتفعيله ضمن الخارطة الإذاعية لإذاعة مصراتة المحلية.

الكلمات المفتاحية: الإذاعة المحلية - الترويج السياحي - الإعلام السياحي - البرامج الإذاعية



1. المقدمة

الحلابة، وامتلاكنا لشريط ساحلي طويل يشرف على البحر المتوسط، والتنوع المناخي الذي يجعل من السياحة فيه تستمر على مدار السنة، وكذا الصحراء الكبرى التي صُنفت من أجمل صحاري العالم، بالإضافة إلى التنوع الحضاري والموروث الثقافي والتاريخي، كل هذا يُعد مخزون سياحي يترفع على مساحة رقعة الوطن، لذلك ارتأينا توضيح في دراستنا دور الإذاعة المحلية في الترويج السياحي، بحيث يمكن تحقيق الترويج السياحي في منطقة مصراتة من خلال اعتماد الهيئات السياحية على وسائل الإعلام لاسيما الإذاعة والتي تتميز بتأثيرها على الجمهور المتابع، لما تزخر به من منتج سياحي والذي يقوم أساسه على الثروات المادية، كالشواطئ والتنوع المناخي والإرث التاريخي والأثري وهي ذات إمكانيات كبيرة لتحقيق عوائد مادية غير محدودة، وتعتبر منطقة مصراتة من الأماكن الجاذبة بموقعها الجغرافي المميز ومناخها وموروثها الثقافي والتاريخي، مما يجعلها مؤهلاتها السياحية متنوعة.

عليه أصبح من الضروري أن تساهم الإذاعة في نمو القطاع السياحي بكافة الطرق خصوصاً من حيث محتواها والتي تبرز مدى مساهمة الإذاعة المحلية في الترويج السياحي للمنطقة، من خلال نشاطاتها وبرامجها المعروضة لأجل النهوض بهذا القطاع، وبالتالي تحقيق الفائدة المرجوة على الصعيدين المحلي والإقليمي.

يلعب الإعلام دوراً أساسياً ومحورياً على الصعيدين الدولي أو المحلي، وتُعد الإذاعة المحلية إحدى الوسائل ذات الصيت الجماهيري، التي احتفظت بتأثيرها في المجتمعات رغم شدة المنافسة التي فرضتها عليها وسائل الإعلام الأخرى، وقد تصدرت الإذاعة المسموعة وسائل الإعلام الشعبية الأخرى، باعتبارها وسيلة أكثر جماهيرية، من خلال استهدافها لفئات المجتمع المتنوعة، ولازالت أدوار الإذاعة فعالة وإيجابية في استقطاب وجذب انتباه متابعيها وجمهورها الخاص بها، لتركيزها على حاسة السمع فقط دون سواها من الوسائل، مما يجعلها الأكثر انتشاراً بين جمهور المتابعين، فالإذاعة تخاطب جميع فئات المجتمع دون النظر للمستمع كونه أمياً أو متعلماً أو مثقفاً، لذا كان أثرها بالغ الصيت، بالإضافة إلى أن أجهزة البث تميزت بصغر حجمها وانخفاض سعرها وسهولة التعامل معها وضبطها.

السياحة اليوم أصبحت صناعة تصديرية لها قوانينها ومتطلباتها وشروطها، ولم تعد مجرد نشاط للمتعة والترفيه، بل أضحت تلعب دوراً مهماً في عملية التنمية الاقتصادية.

وبالرغم من تعاضد دور وأهمية القطاع السياحي في العديد من دول العالم، إلا أن الملاحظ في بلدنا لم يرتق هذا القطاع بعد إلى المستوى المنشود الذي يكفل بلوغ الطموحات المرجوة منه، وبقيت بصماته جد محدودة إذا ما قورنت بالدول المجاورة، رغم امتلاك وطننا للعديد من المناطق

1- الإذاعة المحلية تؤدي دورها الإعلامي والترويجي للأنشطة والفعاليات السياحية. من هنا جاءت الدراسة لمعرفة الدور الذي تلعبه الإذاعة المحلية في عملية الترويج السياحي لمنطقة مصراتة.

2- تحتوي عدد من البرامج الإذاعية على مادة إعلامية هدفها التوعية السياحية والترويج السياحي.

3- تهتم إذاعة مصراتة المحلية ضمن برامجها المقدمة على العديد من الموضوعات التي تساهم في تسويق الوجهة السياحية الداخلية.

3.1 أهداف البحث:

1- الوقوف على واقع الترويج السياحي والفعاليات السياحية التي تقدمها الإذاعة المحلية في ربوع المنطقة.

2- التعرف على نوعية البرامج التي تقدمها إذاعة مصراتة المحلية ومدى اهتمامها بالشأن السياحي، بالإضافة إلى معرفة حجم المساحة المخصصة للمضامين السياحية مقابل التخصصات الأخرى.

3- الخروج بتوصيات واقتراحات يمكن أن تساهم في زيادة فاعلية الترويج السياحي من خلال البرامج الإذاعية بمنطقة الدراسة

4.1 أهمية البحث

تسعى البحوث العلمية مهما تنوعت موضوعاتها ومجالاتها للوصول إلى نتائج تفيد المهتمين وذوي الاختصاص، فأصالة البحث العلمي تنبع من أهميته، وأهمية المشكلات التي يثيرها، لذلك فإن أهمية هذه الدراسة تنبع

1.1 مشكلة البحث:

ترتبط المؤسسات السياحية ووسائل الإعلام بعلاقة وطيدة في عملية الترويج السياحي، باعتبارها همزة وصل بينها وبين الجمهور، ودراسة الإعلام المحلي وتحديد الإذاعة المحلية للتعرف على طبيعة وماهية الخارطة الإذاعية وذلك من خلال دراسة تحليلية، لبرامجها الإذاعية في طريقة طرحها للمواضيع والقضايا المتعلقة بالترويج السياحي المحلي ومن هنا تأتي مشكلة البحث، حيث حدد الباحث مشكلة الدراسة بعد استماعه ومتابعته لإذاعة مصراتة المحلية، مما جعله يصطفي موضوعاً بحثياً يناقش من خلاله دور الإذاعة المحلية في تفعيل وتنشيط العمل السياحي، ومن هنا كان اختيار الموضوع تمثل في سؤال رئيسي: ما هو الدور التي ساهمت به الإذاعة المحلية في الترويج السياحي بمنطقة مصراتة؟، ويتفرع عن هذا السؤال الأسئلة الفرعية التالية:

- ما هي الأنواع السياحية المروج لها ضمن برامجها المعروضة؟
- ما مدى اهتمام إذاعة مصراتة المحلية بالترويج السياحي المحلي للمنطقة؟

2.1 فرضيات البحث:

لمعالجة إشكالية الدراسة نضع مجموعة من الفرضيات كإجابة مؤقتة ومبدئية للسؤالات المطروحة:

جداً في حالة الموجات القصيرة، في المقابل يوفر البث عبر الإنترنت تغطية عالمية (أبوزهو، 2024).

تتأثر قوة الإرسال الإذاعي بعوامل جغرافية تشمل التضاريس كالجبال والتلال والكثبان الرملية التي تعيق الإشارات، إلى جانب المناطق الحضرية بمبانيها التي تُسبب انعكاس الإشارات وتداخلها، بالإضافة إلى الغطاء النباتي الكثيف الذي يُقلل من قوة الإشارة، كما تعتمد قوة الإرسال الإذاعي على نوع التردد المستخدم حيث تُعزز ترددات معينة من المدى عبر أنواع معينة من العوائق، علاوة على ارتفاع الهوائي وموقعه فكلما ارتفع الهوائي زاد مدى الإشارة وازدادت مساحة الرقعة الجغرافية المستقبلية لإشارات البث الإذاعي (أبوزهو، 2024).

2- **حدود منطقة الدراسة جغرافياً:** تتربع منطقة الدراسة ضمن الحدود الجغرافية حسب التقسيم الإداري لبلدية خليج سرت سنة 1989م خريطة (1)، فالمنطقة تقع فلكياً ما بين خطي طول 36° 14' و 23° 15' شرقاً، ودائري عرض 47° 31' و 23° 32' شمالاً، حيث يبعد مركز المدينة بضعة كيلومترات من ساحل البحر المتوسط، يحدها من الشمال والشرق البحر المتوسط، فهي تتمتع بواجهتين بحريتين سميت على أساسه بذات الشاطئين، فالشاطئ يمتد من زاوية المحجوب غرباً ماراً بزريق والسواوه، فالجزيرة ومرباط وجنات، حتى يصل إلى مشارف يدر، عندها يبدأ في التعرج نحو الجنوب مكوناً الشاطئ الشرقي، ماراً بقرية الملايطة،

من كونها تسعى للتعرف على دور الإذاعة المحلية تجاه نشر الوعي بأهمية النشاط السياحي والترويج للسياحة الداخلية. كما تكمن أهمية هذه الدراسة من كونها تتناول موضوعاً يعاني نقصاً واضحاً في البحوث والدراسات العلمية بخلاف المجالات والتخصصات الأخرى، علاوة على أنه أي البحث يؤسس إلى تقييم أداء البرامج الإذاعية المعروضة من قبل الإذاعة المحلية بمنطقة الدراسة ودورها في نشر التثقيف السياحي الداخلي، إضافة إلى إسهامه في إثراء المكتبة الليبية التي تفتقر لمثل هذه البحوث والدراسات.

5.1 حدود منطقة الدراسة:

1- **حدود منطقة الإرسال الإذاعي:** بما أن الدراسة تمحورت حول الدور الإعلامي والترويجي لإذاعة مصراتة المحلية، وحيث أنها تقوم بخدمة مجتمع محدود ومتناسق من الناحيتين الجغرافية والاجتماعية، على أن لا تحده حدود جغرافية حتى تشملها رقعة الإرسال الإذاعي، أي أن هذه الإذاعة لا شأن لها بالتقسيمات الإدارية والتخطيطية التي تصطلح عليها الحكومة في فترة زمنية معينة، فالتغطية الجغرافية للبث الإذاعي هي المنطقة الجغرافية التي يصل إليها الإرسال الإذاعي، وتعتمد على عدة عوامل مثل نوع الموجات المستخدمة (قصيرة أو عالية جداً)، طاقة المرسل، تصميم الهوائي، والتضاريس المحيطة، ويمكن أن تكون هذه المنطقة محدودة بمنطقة خط البصر في حالة FM، أو واسعة

الاقْتِباس: عاشور، مصباح محمد. (2025). الإذاعة المحلية ودورها في تنشيط وترويج العمل السياحي "إذاعة مصراتة المحلية نموذجاً". مجلة كلية الآداب جامعة مصراتة (Faculty of Arts Journal). 20، 459-440. <https://doi.org/10.36602/faj.2025.n20.26>

المتعلقة بالبيئة، وقد تم اختيار إذاعة جيغل لإجراء هذه الدراسة التحليلية من خلال عناصر تضمن الإجابة على إرهابات وتحليلات هذه المسألة.

2- دراسة القزيري ويحيى (2020): وقد جاءت تحمل

عنوان: دور القيادات الإدارية بإذاعة مصراتة FM في رفع كفاءة العاملين في الإذاعة، حيث سعت إلى التحقق من هدف الدراسة وهو معرفة القيادات الإدارية في راديو مصراتة FM ودورها في رفع كفاءة العاملين، ويتضح من خلال الدراسة التي أجراها الباحثان أن الإذاعة تحتاج إلى برنامج علمي تخصصي، يعتمد على أسلوب منتظم ومتتابع تتضح فيه الدورات التي تساهم في رفع الكفاءة للعاملين بالمؤسسة والدورات التي يجب أن يحصلوا عليها، وكذلك ضعف وقلة الدورات التدريبية للرفع من كفاءة وتطوير العاملين وعدم اهتمام القيادات في الإذاعة بالدورات التدريبية، ويوضح هذا أيضاً ضعف الإدارة في جانب الدورات التدريبية التي يحتاجها العاملون بشكل مستمر.

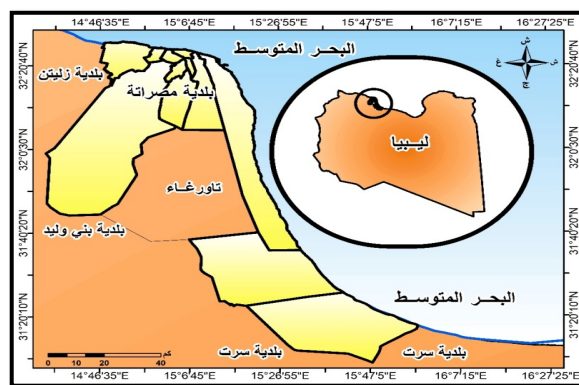
3- دراسة عضو، قنص (2021): وقد جاءت تحت

عنوان: دور البرامج المسموعة في نشر الوعي السياحي بليبيا، وكانت تهدف إلى التعرف على نوعية البرامج التي تقدمها إذاعتي الزاوية وصبراتة حيث كانتا تمثلان نموذجاً للدراسة، بالإضافة إلى التعرف على حجم المساحة المخصصة للمضامين السياحية مقابل التخصصات الأخرى، وقد توصلت إلى عدة نتائج من بينها قلة اهتمام

فقصر أحمد وتاورغاء، ليصل إلى بلدة الهيشة جنوباً(خشيم، 2001، ص15)، وبهذا الامتداد الساحلي يبلغ طول ساحل مصراتة 150 كم (المخطط النطاقي الفرعي، 2007، ص107).

3- الحدود الزمنية: حددت الحدود الزمنية للدراسة بالخارطة الإذاعية بإذاعة مصراتة المحلية لسنة 2024م.

خريطة (1) حدود منطقة الدراسة جغرافياً.



المصدر: عمل الباحث باستخدام برنامج Arc Map 10.5، اعتماداً على وزارة الحكم المحلي، بلدية مصراتة، كتيب الحدود الإدارية لبلدية مصراتة وفروعها والمخلات التابعة لها، 2015، ص3.

6.1 الدراسات السابقة:

1- دراسة بواب، محيطة (2019): جاءت هذه الدراسة

تحت عنوان: دور الإذاعة المحلية في نشر الوعي البيئي في المجتمع "إذاعة جيغل أنموذجاً"، وقد سعت هذه الدراسة إلى تسليط الضوء حول دور الإذاعة المحلية في نشر الوعي البيئي في المجتمع، باعتبارها جهاز إعلامي يخدم مجتمعاً محلياً ويهتم بالمسائل الاجتماعية التي تهمهم، خاصة المواضيع

الموضوع المدروس تتطلب الاستعانة بأكثر من أداة منهجية، ولهذا اعتمد الباحث على الأدوات المنهجية الآتية:

– اعتمدت الدراسة على استمارة تحليل المضمون والاستبيان كأدوات رئيسية في جمع البيانات والمعلومات وفقاً لمقياس ليكرت الخماسي المتدرج من خمسة مستويات ألا وهي "أوافق، أوافق بشدة، محايد، لا أوافق، لا أوافق بشدة"، وتمت مراعاة الجوانب الأساسية في صياغة الأسئلة لتحقيق الترابط بين متغيرات الدراسة، وقد تم توزيع عدد (50) استمارة على أفراد عينة الباحثين ومن ثم تم تفسيرها وعرض نتائجها بصورة مفصلة، وقد اشتمل مجتمع الدراسة على نخبة من مستمعي الإذاعة المحلية مصراتة والمختصين في مجال السياحة والإعلام بمنطقة الدراسة، ولما كان من الصعب إجراء البحث على كل المستمعين للإذاعة قام الباحث باختيار عينة عشوائية متعددة لتمثيل مجتمع الدراسة الأصلي، حيث قام الباحث بتوزيع الاستمارات للباحثين المستهدفين بالدراسة وتسليمها لهم باليد في يوم 2024/11/25م، وتم استلامها تباعاً يوم 2024/12/19م.

– المقابلة: وهي من الأدوات شائعة الاستخدام في كثير من مجالات البحث العلمي، وقد اعتمد الباحث على هذه الأداة من خلال مقابلة المسؤولين ومقدمي البرامج بالإذاعة لغرض جمع البيانات والمعلومات المتعلقة بتأسيسها، وكذلك

الإذاعتين بوضع برامج سياحية ثابتة ضمن خارطتها الإذاعية واقتصر اهتمامها على تغطية المهرجانات والأنشطة السياحية التي تنظمها مؤسسات أخرى تعنى بالسياحة، إلى جانب غياب التخطيط الجيد وهو أحد أسباب تدني مستوى البرامج السياحية وغيابها عن الخارطة الإذاعية، وقد أوصت الدراسة بوضع برامج سياحية ضمن الخارطة الإذاعية للإذاعتين يكون دورها التركيز والاهتمام بالتوعية السياحية وأهميتها ومساهمتها في دفع عجلة الاقتصاد الوطني.

2. المنهجية:

مشكلة البحث تكمن في كيفية المعالجة الإعلامية والجغرافية للقضايا السياحية ونشاطاتها، وقد تم اختيار وسيلة إعلامية جماهيرية متمثلة في الإذاعة المحلية، لإبراز دورها في عملية الترويج السياحي، والاستعلام حول المواضيع التي تناولتها والوظائف التي تقدمها والمصادر التي تم الاعتماد عليها، وفئات الجمهور المستهدفة، لذا فقد تم الاعتماد على المنهج الوصفي الذي يركز على دراسة أشياء موجودة بالفعل، وهو منهج يفيد في التعرف على الظاهرة المدروسة من خلال جمع المعلومات ذات العلاقة بمكوناتها الأساسية، كما أخذت الدراسة بالمنهج التاريخي وذلك لكي تؤرخ لنشأة الإذاعة المحلية ومراحل تطورها، وحيث أن دقة أي بحث علمي تتوقف إلى حد كبير على اختيار الأدوات المناسبة التي تتماشى وطبيعة الحصول على البيانات والمعطيات التي تخدم أهداف الدراسة، لذا فإن طبيعة

رؤيتهم الإعلامية في تنمية الوعي السياحي من خلال الأثير وما يخصصه من برامج متعددة.

3. العلاقة بين الإعلام والسياحة:

إن العلاقة بين الإعلام والسياحة علاقة مشتركة تستفيد منها السياحة، كما تجد وسائل الإعلام مادة إعلامية ممتعة ومشوقة لإرضاء جمهور المستمعين، وقد انعكست القفزة النوعية في وسائل التواصل الاجتماعي على أداء وسائل الإعلام المختلفة التي استفادت كثيراً من استخدام هذه الوسائط التي أصبحت لا غنى عنها في مجال الإعلام (محمدي، 2012، ص86).

تلعب وسائل الإعلام دوراً مهماً في إقناع السائح وإغرائه بالقدوم إلى منطقة من المناطق، ويتجلى دور الإعلام في دعم صناعة السياحة وتهيئة السياح من خلال وسائل الإعلام المختلفة بما يوفره الإعلام السياحي من فرص للمستثمرين والعاملين والقائمين على العمل السياحي.

أ- الإعلام السياحي:

يحمل الإعلام السياحي في ثناياه منتج سياحي يُراد عرضه بأفضل السبل والوسائل المتاحة، متوخياً في ذلك الصدق والأمانة، خاصة من حيث مضمون المادة الإعلامية التي يسعى لتقديمها للجمهور.

- فالإعلام السياحي هدفه مخاطبة سكان البلاد داخلياً أو خارجياً بكل موضوعية مستخدماً في ذلك جملة من عوامل

ال جذب والتشويق لأجل تقديم منتج سياحي يُراد من خلاله إقناع السكان وإثارة اهتمامه بأهمية السياحة وفوائدها للفرد والمجتمع (بلمداني، 2011، ص56).

- كما يُعرف الإعلام السياحي بأنه كافة النشاط الاتصالي المخطط الذي يمارسه إعلاميون ذوي خبرة بهدف تزويد الجمهور بكافة الأخبار والمعلومات الصحيحة عن العمل السياحي والموضوعات المتعلقة بالسياحة بطريقة موضوعية وبدون تحريف، من خلال وسائل وأشكال الاتصالات المختلفة وبكافة الأساليب الفنية لغرض الإقناع والتأثير وتنمية الوعي السياحي للسكان من ناحية، ومن ناحية أخرى لأجل اجتذاب أكبر عدد من السواح (ولد باحمو وبن حمادي، 2018، ص46).

ب- الترويج السياحي:

للترويج السياحي دوراً مهماً في السياسات السياحية للدول، وهو يشكل أداة فاعلة في تجسيد الخريطة السياحية بما تحويه من أنشطة داخلية، أو في استخدامه لأساليب الإثارة والتأثير والإقناع والجذب، بالإضافة إلى رسم صورة ذهنية تقترب من الحدس بالخدمة أو المنتج أو البيئة السياحية.

وفي ذات السياق، فالتررويج السياحي يُعرف بأنه التنسيق بين جهود البائع والسائح في إقامة منافذ للمعلومات لتسهيل بين المنتج والسائح (أوهايبي، 2018، ص130)، كما يُعرف بأنه عملية إحداث المعرفة بين السائح وشركة أو

وخصائصه ووسائل الاتصال وكيفية التعامل معها ومتطلبات كل منها (البشير، 2016، ص77).

4. الإذاعة المحلية:

وهي التي تخدم مجتمع محدود ومتناسق من الناحية الجغرافية والاجتماعية في آن واحد ويحمل خصائص البيئة الاقتصادية والثقافية المتميزة، ويتم تحديد حدوده الجغرافية ببلوغ حد الإرسال المحلي باعتبار أن الإذاعة المحلية وسيلة اتصال جماهيري ترتبط أساساً بمجتمع خاص محدد المعالم (الحديد والعلي، 2004، ص162).

وفي ذات السياق، تُعرف الإذاعة على أنها مخاطب مستمعاً محدداً له مصالح وارتباطاته الاجتماعية المعروفة، وله تقاليده وعاداته وتراثه الفكري الخاص.

فالإذاعة المحلية هي التي تخدم مجتمعاً محدداً ومتناسقاً من الناحيتين الجغرافية والاجتماعية، مجتمعاً له خصائص البيئة الاقتصادية والثقافية المتميزة على أن تحده حدود جغرافية حتى تشمل رقة الإرسال المحلي، وتختص بالإرسال داخل إقليم أو بلدية أو مدينة، وليست إذاعة دولة تذيع خارج الحدود، وتتميز هذه الإذاعات باختصاصها بالشؤون الداخلية المحلية (الشاري، 2009، ص179).

أ- إذاعة مصراتة المحلية:

ما إن بدأت الإذاعات المحلية بالظهور في العديد من المدن الليبية منتصف تسعينات القرن الماضي، حتى سعى

هيئة الترويج لطرح برامجها وإحداث تفاعل إيجابي بين السائح وبين المعلومات التي تحصل عليها عن طريق الجهود الترويجية وتشجيعه وتحفيزه على القيام بسلوك إيجابي محوره الاتفاق على أحد البرامج السياحية التي تقدمها المؤسسة أو خلق طلب كامن لديه يظل يشعره بالتوتر والقلق حتى يقوم بإشباعه (خطاب، 2016، ص117).

يعتمد الترويج السياحي على الإدارة التسويقية وذلك من خلال استخدام الأسلوب الترويجي في تفعيل وتنسيق معظم الجهود المبذولة والتي تهدف إلى تشجيع المشتري الحالي والمرقب على عملية إتمام الانضمام وشراء برامج سياحية خلال فترة زمنية قصيرة من خلال إغرائه بمنافع وفوائد ستعود عليه إثناء شرائه للخدمات السياحية.

ومن هنا فإن الجهود الترويجية لإنجاح البرامج السياحية، تنبع من أهمية الاتصال السياحي باعتباره المحور الفعال داخل مكونات المزيج الترويجي الأربعة: الدعاية السياحية، البيع الشخصي، الإعلان السياحي، تنشيط المبيعات.

فالترويج السياحي لا يتم إلا من خلال الاتصال عبر هذه الأنشطة بصورة مباشرة أو غير مباشرة بالسائح لإقناعه بأهمية التعامل من برنامج سياحي معين، ومن هنا كان من الضروري على رجل الترويج السياحي الإلمام بالاتصال وأنواعه

إلى جانب توزيع ساعات البث بين المواد الإذاعية اليومية والأسبوعية وتخصيص فترات البث المباشر للنشرات المحلية والبرامج، وقد فتحت المجال لاستقبال مقترحات البرامج من المعلنين وتشكيل لجاناً لإقرارها واعتمادها، ويتبع إدارة البرامج قسم التنسيق والمكتبة المختص بتوزيع المواد الإذاعية على أوقات البث اليومية، إضافة إلى تزويد البرامج بما يحتاجه من المواد الموثقة والمتوفرة في المكتبة وقسم المذيعين الذي يختص بتخصيص المذيعين لقراءة نشرات الأخبار والإعلانات المختلفة وتوزيع المناوبة اليومية عليهم، أما إدارة الهندسة فتختص بتكليف الفنيين بالعمل في الاستوديو المباشر وأستوديو التسجيل وتنفيذ البرامج وتسجيل المواد الإذاعية (القزيري ويحيى، 2020، ص197)، إضافة إلى إشرافها على وحدة النقل الخارجي والصيانة الفنية، وتختص إدارة الشؤون الإدارية والمالية بكل ما يتعلق بالعاملين وشؤونهم الوظيفية.

صورة فضائية لموقع الإذاعة المحلية مصراتة.



مجموعة من المهتمين بالمجال الثقافي والإعلامي بالمدينة إلى دراسة إمكانية إنشاء إذاعة مسموعة تختص بالقضايا المحلية، والتعريف بمنطقة مصراتة وإشهار معالمها التاريخية والحضارية ونشر الثقافة وبث روح التفاعل المجتمعي بين سكان المنطقة، وما أن تم مخاطبة الجهات المسؤولة وهو ما كان يُعرف باسم اللجنة الشعبية العامة للإعلام والثقافة، حتى صدر قرار بالموافقة سنة 1997م، وقد أسندت إدارتها لذوي الاختصاص والخبرة بالمجال الإذاعي، وخُصص لها مبنى بالمعهد العالي للصناعة نظراً لوجود أستوديو مجهز يضم مجموعة من معدات التسجيل والمونتاج، بالإضافة إلى توريد العديد من المستلزمات والآلات اللازمة للعمل الإذاعي وتركيب المرسلات بأبراج البث، هذا وقد انطلق البث التجريبي في يوم 1998/9/12م حيث استمر لمدة أسبوعين، ومن ثم بدأ بث البرامج بشكل رسمي ومنتظم على مدى يومي من الساعة الثامنة صباحاً حتى الحادية عشر ليلاً، وقد اعتمدت في بدايتها على عدد محدود من الفنيين والمعلنين والمقدمين، ومع الوقت توافد العديد من المواهب الراغبين في تقديم يد العون والمشاركة من مختلف التخصصات، وأقيمت الدورات التدريبية المحلية، وبدأت تتضح ملامح العمل الإذاعي المنتظم، حيث أصبح الكادر الوظيفي مكوناً من أقسام ووحدات كاهندسة الإذاعية وإدارة البرامج وقسم النقل الخارجي والبث المباشر ووحدة الصيانة، علاوة عن الشؤون الإدارية والمالية، كما أضحت إدارة البرامج تُعنى بوضع خارطة الدورات الإذاعية بشكل منظم ومحدد زمنياً،

تتمتع منطقة الدراسة بمزايا ومقومات جغرافية وتاريخية وطبيعية تجعل منها متنفساً سياحياً في جميع الفصول وتلبي معظم احتياجات السائح التي ينشدها، حيث تتوفر الأماكن الدينية والمواقع التاريخية والمصايف والشواطئ وغيرها من مقومات الجذب السياحي المميزة.

هذه الميزات السياحية تحتاج إلى تسويق وترويج مثلما هي بحاجة إلى استثمار وتوظيف أموال، والإعلام عامل أساسي في الترويج السياحي وكذلك الإعلان من خلال إعطاء الصورة الصحيحة والمشرقة عن المنطقة، والتعريف بها بأشكال متعددة من وسائل وأدوات الإعلام المرئي والمسموع والمكتوب ومن خلال المهرجانات والمعارض وتبادل الوفود والزيارات والفرق الرياضية والفنية والمطبوعات والأفلام وغير ذلك.

ويتجلى دور الإعلام خاصة في الترويج والجذب السياحي، حيث تلعب وسائل الإعلام دوراً محورياً في إقناع الزائر وإغرائه بالقدوم، ومثلما هي قادرة على تشويه صورة المنطقة وبث الدعايات الكاذبة والإشاعات عنها وتخويف السائح من القدوم إليها وغير ذلك من الأساليب التي تنصحه بمغادرته خوفاً على حياته (هدير، 2014، ص38).

وبالتالي فالإعلام السياحي صفة لازمة ومحورية للصناعة السياحة، وبقدر ما للإعلام السياحي من أثر إيجابي في الترويج السياحي بقدر ما هناك حاجة ملحة لدوره

المرحلة التالية تزامنت مع انطلاق ثورة السابع عشر من فبراير، حيث تقلدت أعباء الصوت الناطق باسم الثورة وواكبت أحداثها، وأصبحت الصوت المسموع من كافة أرجاء المدينة ومحيطها وإلى كافة المناطق التي يصلها مدى الإرسال الإذاعي، حيث كانت تبث على الموجة المتوسطة التي يمكن سماعها في كل أنحاء ليبيا وأصبحت تسمى "صوت ليبيا الحرة من مصراتة"، وما أن استقرت الأوضاع عادت إلى وضعها السابق وبث برامجها المعتادة بمسمى راديو مصراتة FM.

رغم عملها الظاهري الذي اتسم بالجدية والتنظيم والرتابة، إلا أنها "أي إذاعة مصراتة المحلية" واجهت العديد من الصعوبات والتحديات، كان في مقدمتها انعدام الدعم والتمويل، حيث كان العمل في البداية تطوعياً وبدون مقابل، ومع ذلك كانت برامجها متنوعة ومميزة بل وجذابة حيث لاقت استحسان جمهور المستمعين ومشاركتهم لها في العديد من المواضيع المطروحة بالرأي والفكرة والقبول، فقد كانت تبث العديد من البرامج الدينية والتعليمية والصحية والاجتماعية والثقافية والمنوعات والدعايات والبلاغات والنشرات المحلية، مع مشاركتها المتواصلة في حل المناسبات الوطنية والدينية، رغم العوز إلى الدعم المالي الذي شكل عائقاً أمام تقدمها واستمرار عطائها وزيادة تألقها ونجاحها (العزيزي وبجي، 2020، ص198).

ب- واقع الإعلام السياحي:

وتوفير الخدمات العامة، كما لا بد من الاهتمام بتطوير شركات السفر والسياحة وتسهيل عملها بما يشجعها على أن تكون شركات عملاقة ليست محلية فقط، أو لها علاقات تعاون مع شركات السياحة العالمية.

ولذا شهدت الساحة الإعلامية الليبية في الآونة الأخيرة العديد من البرامج الإذاعية التي تنشط في المجال السياحي، لكن تبقى ضعيفة وغير مؤهلة التأهيل العلمي الجيد، كما أنها غير مستمرة ومن خصائص الإعلام السياحي الاستمرارية هذا ما يخص القطاع السمعي والبصري.

وهناك تحديات ما تزال تنتظر الإعلام السياحي الذي بدأت معالمه تظهر وتتضح ولكن بشكل باهت للتعريف بالسياحة الليبية داخلياً وخارجياً، فنحن لا زلنا بحاجة لاستراتيجية توضح معالم المرحلة القادمة، وتوضح أفاق الإعلام السياحي طالما أن الدولة تضع الآن قطاع السياحة ضمن مصادر الدخل الوطني البديل ولذا يجب أن يدعم الإعلام هذا القطاع الحيوي (أبوزهو، حسن، 2024).

ج- التغطية الجغرافية للبث الإذاعي:

مجال التغطية الجغرافية للبث الإذاعي يختلف حسب التقنية المستخدمة، فتغطية راديو AM تمتد لمسافات طويلة بسبب ارتداد موجاتها عن طبقة الأيونوسفير، بينما تغطية راديو FM محدودة بخط البصر حيث تتراوح تقريباً

الفعال في عملية التنمية السياحية، وبقدر ما هناك حاجة ماسة للاستثمار ووسائله كافة وخاصة الإعلان المسموع، إذ من خلال وسائل الإعلام المختلفة يستقي الفرد معلوماته والتي تصله عادة في شكل إخباري عن حقائق ومعلومات سياحية يهتم بها السائح، وتدفع شركات السياحة مقابل مادي عن الأخبار السياحية ذات الطابع الإعلاني عن برامجها السياحية أو ما يهم جمهور الوسيلة الإعلانية السياحية بشكل مباشر.

لذا يتوجب على الهيئة العامة للسياحة أن تواصل دعمها للإعلاميين في هذا الجانب من خلال عقد الدورات والندوات التي تؤهل الإعلام السياحي وتجعله قادراً على التعاطي مع تطورات العصر، وهذا لن يتم إلا من خلال الإعلام السياحي المحترف بمهدف تزويد الجمهور بكافة المعلومات والحقائق المتعلقة بالسياحة، ويتحرى الموضوعية في هذه المعلومات والصدق والدقة ويستخدم الوسائل الإعلامية المختلفة وبكافة الأساليب للإقناع وذلك من أجل تحقيق الوعي السياحي وجذب أكبر عدد من السياح.

إن الفترة الراهنة تتطلب دوراً رئيسياً للإعلام بمهدف خدمة العمل والنشاط السياحي، وعلى الدولة أن تنظر بعين الاعتبار إلى المخصصات المالية التي مازالت متواضعة جداً ولا تستطيع تفعيل هذا القطاع وفق الطموحات المرجوة لأن المردودات المالية التي ستجنيها صناعة السياحة بأنواعها المختلفة ستكون كبيرة جداً في حالة نشر الوعي السياحي

والتغلب على العوائق مع مراعاة الالتزام بالقيود التنظيمية التي تحكم مخرج الطاقة عالي الإشارة لتجنب التداخل مع المحطات الإذاعية الأخرى.

- ارتفاع الهوائي ونوعيته يلعب دوراً رئيسياً في تحديد مدى التغطية، حيث أن تركيب الهوائي على ارتفاع عالي وخالٍ من العوائق يؤدي إلى تعزيز نطاق الإرسال بشكل كبير، بالإضافة إلى ذلك يمكن أن يؤدي استخدام هوائيات عالية الجودة مع ارتفاع مناسب ووضعية اتجاهية مناسبة إلى تحسين قوة الإشارة والتغطية.

- المظاهر الجغرافية يمكن أن تؤثر على تغطية المرسل فالتضاريس كالجبال والكتبان الرملية والنباتات الكثيفة والمباني الشاهقة تعرق الإشارة وتحد من نطاق التغطية، ويعد خط الرؤية الواضح بين المرسل والمستقبل مثالاً لزيادة مسافة التغطية.

- الظروف المناخية وأحوال الطقس يمكن أن تؤثر على انتشار الإشارة، مثل درجة الحرارة والرطوبة وضغط الهواء، وبالتالي قد ينخفض نطاق التغطية بسبب امتصاص الإشارة أو تشتتها.

- هناك مصادر أخرى يمكن أن تؤثر على مسافة التغطية لجهاز إرسال FM، كالتداخل الذي يحدث ما بين أجهزة الإرسال والأجهزة الإلكترونية القريبة أو الإشارات الكهرومغناطيسية، ومن الضروري تحديد الترددات

ما بين 48-64 كم (ولد باحو وبن حمادي، 2018، ص33)، في حين أن راديو الأقمار الصناعية يوفر تغطية واسعة تغطي أكثر من ثلث الكرة الأرضية، وراديو الإنترنت يوفر تغطية عالمية عند توفر اتصال بالإنترنت.

وبما أن إذاعة مصراتة المحلية تعتمد في بثها على موجات FM وهي اختصار لمرسلات التردد، وتقوم بدوراً حيوياً في البث الإذاعي، حيث تعمل على تحويل الإشارات الصوتية إلى موجات راديو وتنقلها عبر نطاق تردد معين، وبالتالي يمكن استقبال هذه الإشارات بواسطة راديو FM في منطقة التغطية، مما يسمح للمستمعين بضبط المحطات المفضلة لديهم والاستمتاع بها، بالإضافة إلى أن معرفة مدى المرسل (FM) له أهمية كبيرة، لأنه يؤثر بشكل مباشر على نطاق التغطية، كما أن فهم العوامل التي تؤثر على مسافة التغطية أمراً ضرورياً للكادر الإذاعي (أبوزهو، 2024).

تستخدم إذاعة مصراتة لأجهزة إرسال FM تغطي نطاقاً يصل إلى عدة كيلومترات، وأحياناً تصل إلى 70 كم في الظروف المثلى، وذلك وفق لأراء المستمعين للإذاعة، ومع ذلك من المهم ملاحظة أن هذا النطاق يمكن أن يكون أقصر بشكل ملحوظ في المناطق ذات العوائق الجغرافية، مثل الجبال والكتبان الرملية أو المناطق الحضرية الكثيفة.

العوامل التي تؤثر على مسافة التغطية:

- استخدام مخرج الطاقة عالي الإشارة له تأثير مباشر على مسافة التغطية حيث يسمح بالانتقال لمسافة أبعد

الثاني فقد اجتمعت الآراء حول تذبذب مستوى الإشارة خاصة في الظروف المناخية غير المستقرة وفي حالة وجود بعض العوائق الطبيعية كالكتبان الرملية، وتعتمد قوة الإشارة في تلك المسافات على مستوى الارتفاع والاستقرار الجوي، أما النوع الثالث فقد كان الإشارة ضعيفة بل نادرة في بعض الأحيان وإن تم رصدها في حالات محدود ويتوقف ذلك على عدم وجود العوائق الطبيعية أو الحضارية، أما المستوى الرابع فإن الإشارة تكاد تكون معدومة تماماً، وهي في حالة تجاوز 70 كم تقريباً.

د- الخارطة الإذاعية لسنة 2024م / 1446هـ:

تتبع البرامج الإذاعية بصفة عامة من خلال ما يُعرف بالخارطة الإذاعية، وتأتي وفق دراسة زمنية محددة وأهداف مدروسة مسبقاً تتخذ حيز زمني معلوم، حيث تعتمد هذه البرامج على نصوص إذاعية بأشكال متعددة، وتختلف تلك الأشكال وفقاً لنوع وطبيعة المادة التي تعرضها، ويتوقف نجاح الخارطة الإذاعية

على حسن الإعداد والترتيب الزمني المنتظم، وتنوع البرامج التي تنتجها المحطات الإذاعية، والتي تهدف من خلالها إلى جذب انتباه المستمعين باختلاف مضامينها وأشكالها وأهدافها (بن غربية، 2024)، وتحدد أهمية البرامج السياحية نتيجة للتفاعل بين عناصر النشاط السياحي الذي يتكون من الطلب والعرض والتسويق وغيرها، وهنا تحديداً تبرز أهمية البرامج ودورها في التأثير على

واستخدام المرشحات للتخفيف من تأثير التداخل والحفاظ على مسار إرسال واضح.

بناءً على ما سبق ذكره من العوامل المؤثرة على مسافة التغطية الجغرافية لإذاعة مصراتة المحلية، يمكن لنا أن نحدد بشكل تقريبي الخارطة الجغرافية لمساحة التغطية الإذاعية خريطة (2).

خريطة (2) درجة وضوح إشارة البث الإذاعي.



المصدر: عمل الباحث باستخدام برنامج Arc Map 10.5، اعتماداً على وزارة الحكم المحلي، بلدية مصراتة، كتيب الحدود الإدارية لبلدية مصراتة وفروعها والمخالات التابعة لها، 2015، ص3.

بناءً على نتائج الاستبيان وآراء المستمعين الذين تم تدوين ملاحظاتهم على مستوى قوة الإشارة ومدى وضوح البث الإذاعي لإذاعة مصراتة المحلية، فقد تبين أن هناك أربعة مستويات من الوضوح تختلف حسب المكان والمسافة، فالمستوى الأول وهو في حدود ما بين 20 – 30 كيلومتر كانت الإشارة واضحة وفي اتجاهات مختلفة، أما المستوى

الاقتباس: عاشور، مصباح محمد. (2025). الإذاعة المحلية ودورها في تنشيط وترويج العمل السياحي "إذاعة مصراتة المحلية نموذجاً". مجلة كلية الآداب جامعة مصراتة (Faculty of Arts Journal). 20، 459-440.
<https://doi.org/10.36602/faj.2025.n20.26>

الرأي العام بعد تزويد الجمهور المتلقي بالمعلومات والبيانات والإحصائيات التي تساعدهم في اتخاذ القرار المناسب، وإعلام الناس بأهداف السياحة وبرامجها التي تشبع الجمهور. عند استعراض الخارطة الإذاعية لسنة 2024م المعدة من قبل قسم البرامج بإذاعة مصراتة المحلية والتي تشتمل على العديد من البرامج المختلفة والمتنوعة ذات الطابع الإخباري والديني والثقافي والترفيهي، وكذلك احتوت على جملة متنوعة من البرامج الخدمية والرياضية، بالإضافة إلى عدد من البرامج التعليمية والتربوية والبيئية (بن غربية،

جدول (1) الوعاء الزمني لبرامج إذاعة مصراتة المحلي

البث الأسبوعي			البث اليومي			نوع البرنامج
%	الزمن/ ساعة	العدد	%	الزمن/ ساعة	العدد	
15.1	18	28	12.0	2	4	النشرات المحلية والدعايات
13.4	16	18	12.0	2	3	البرامج الترفيهية
11.8	14	24	17.6	3	4	البرامج الثقافية
6.7	8	6	6.0	1	1	البرامج الاجتماعية
2.5	3	4	12.0	2	4	البرامج الرياضية
21.8	26	20	12.0	2	3	البرامج الدينية
5.9	7	5	6.0	1	2	البرامج التربوية والتعليمية
3.4	4	4	1.8	0.30	1	البرامج الصحية
11.8	14	8	19.4	3.30	2	البرامج الخدمية
1.7	2	2	0	-	-	البرامج التاريخية
2.5	3	3	0	-	-	البرامج البيئية
3.4	4	2	0	-	-	البرامج الاقتصادية والمالية
100	119	124	100	17	24	المجموع

المصدر: من عمل الباحث، استناداً على الخارطة الإذاعية لإذاعة مصراتة المحلية لسنة 2024، منصور مصطفى بن غربية، رئيس قسم البرامج الإذاعية ومدير المكتبة الإذاعية بإذاعة مصراتة المحلية، 2024م.

البث الأسبوعي "ويشمل ذلك الخارطة الإذاعية لشهر رمضان"، وجاءت في المرتبة الثانية النشرات المحلية والإعلانات والدعايات بنسبة 15.1% من المجموع الكلي

عند متابعة واستعراض البرامج الإذاعية لإذاعة مصراتة المحلية، نجد أن أكبر مساحة بث تُخصّص للبرامج الدينية والتي تحصلت على نسبة 21.8% من مجموع زمن

5. دور الإذاعة المحلية في الترويج السياحي بمنطقة الدراسة:

بالنظر إلى مخرجات الجدول السابق يتبين أن هذه الأرقام تدل على أن الإذاعة المحلية تهتم بالشق السياسي في المقام الأول، أي أن الإذاعة ملك للقطاع الحكومي وهي مؤسسة عمومية تهتم بالقرارات السياسية، كما تهتم بتغطية كل الأخبار والزيارات والمناسبات الرسمية، وهذا يرجع إلى مذكرات الشروط كما هو معلوم في قانون الإعلام، فإذاعة ضمن وسائل الإعلام تركز لخدمة مخططات وبرامج الدولة، والتركيز على الجانب السياسي يعتبر أمر منطقي ويدل على مدى الارتباط بين القطاع الحكومي والإذاعة.

والاهتمام بالموضوعات الاجتماعية والترفيهية والثقافية يعتبر منطقي فأول اهتمامات الجمهور وآخرها هو هذه الموضوعات لارتباطها بحياته اليومية، ومن أهم أهداف الإذاعة المحلية هو مساهمتها في الخدمة الحياتية، وما يمكن أن نشير إليه أن المضامين الاجتماعية لديها متسع بحيث تسع كل الموضوعات والمضامين كالثقافية، والسياحية، والأمنية، والاقتصادية، والدينية، ولها أبعاد اجتماعية معينة وتمس بطريقة ما وفي جانب معين حياة الإنسان اليومية.

وفي جانب متصل نجد أن المجال الاقتصادي والأمني يحظى باهتمام ملحوظ، حيث يتبين اهتمام الإذاعة بالتنمية الاقتصادية من حيث متابعة المشاريع والاستثمارات والإنجازات على المستوى المحلي، وهو ما نعتبره توجيه وتسويق

لزم البث الأسبوعي، أما البرامج الترفيهية فقد استحوذت على المرتبة الثالثة من مجموع زمن البث الأسبوعي بنسبة 13.4%، هذا وقد تموضعت كل من البرامج الثقافية والخدمية ضمن الترتيب الرابع كلاهما بنسبة 11.8% من إجمالي زمن البث الأسبوعي، أما فيما يخص البرامج الاجتماعية والتعليمية والتربوية فكانت متقاربة من حيث زمن البث الأسبوعي، وجاءت بنسبة 6.7% - 5.9% على التوالي بحصولهما على الترتيب الخامس والسادس، وفيما يتعلق ببقية البرامج المعروضة والتي شملت كل من البرامج الصحية والرياضية والاقتصادية والبيئية إذ جاءت بنسب متقاربة، حيث شكلت مجتمعة ما نسبته 11.8% من المجموع الكلي لزمن البث الأسبوعي، أخيراً البرامج التاريخية فقد حظيت بنسبة ضئيلة لم تتجاوز 1.7% من المجموع الكلي لزمن البث الأسبوعي.

ويمكن تفسير هذا التفاوت الحاصل في زمن البث سواءً اليومي أو الأسبوعي بين البرامج المعروضة إلى أن إذاعة مصراتة المحلية على غرار كثير من الإذاعات المحلية تولي أهمية لبرامج الترفيه والنشرات المحلية والإعلانات، بالإضافة إلى البرامج الخدمية والدينية، ذلك أن الإذاعة عموماً منذ نشأتها تهدف إلى تحقيق عدة وظائف هامة من بينها: الترفيه والإخبار، والمساهمة في تقديم الخدمات من خلال الربط بين المسؤول والمواطن، علاوة على ترسيخ قواعد الفقه الإسلامي ونشر وتعليم أركان الدين الإسلامي الحنيف.

الرياضية التي تُقام على الشواطئ البحرية والمسابقات بما في ذلك المصائف والمنتجعات، ومساهمتها "أي الإذاعة" في ترويج السياحة الشاطئية وتحفيز الزوار والمقيمين على المشاركة والاستمتاع بتلك الفعاليات خاصة الصيفية منها.

أما فيما يتعلق بالجانب التعليمي والبيئي فقد ساهمت بشكل ملحوظ في نشر الوعي البيئي وطرق المحافظة على البيئة من خلال الترشيد والتوجيه والتوعية، بالإضافة إلى تحفيز جمهور المستمعين وتشجيعهم بالمحافظة على البيئة وتوضيح المخاطر الناجمة عن التلوث والإهمال في ترك الملوثات والنفايات على الطرقات والشوارع، وقد خصص برنامج يهتم بهذه المواضيع يث في حصتين على مدار الأسبوع، وبالتأكيد فإن الجانب التعليمي كان من ضمن الاهتمامات في الخارطة الإذاعية لما له من أهمية خاصة لفئة الطلاب والمعلمين وكافة الكادر التعليمي، وقد خصص له مساحات زمنية تعليمية وتوجيهية وبرامج لأجل طرح العديد من التساؤلات والإجابات حول الخطة الدراسية وتوفير المستلزمات، والتذكير بالمواعيد الإمتحانية، ومتابعة المؤسسات التعليمية وما يعترضها من مشاكل وما ينقصها من معدات.

أما فيما يتعلق بالجمهور المستهدف جدول (2)، باعتبار أن الإذاعة المحلية تُعد إذاعة شعبية تخاطب كافة شرائح المجتمع، وبالتالي فإن معظم المواضيع المقدمة بالإذاعة موجهة إلى عامة الناس حيث احتلت المرتبة الأولى بنسبة

للمعالم الحضارية وأماكن التسوق والترفيه، كما يبرز اهتمام الإذاعة من خلال متابعتها للمناسبات الدينية والوطنية والمهرجانات الرياضية والمسابقات المختلفة، علاوة على متابعتها للأنشطة الثقافية والمعارض والملتقيات، وكذا الحال من خلال متابعتها للمجال الأمني وتوصيل رسائل توعوية وترشيدية للمواطن.

أخيراً المجال الصحي والتعليمي وهو مجال متسع يشمل الوعي الصحي بالمخاطر الصحية وكيفية الوقاية والعلاج، وتنبيه جمهور المستمعين بسبل الوقاية من الأمراض وطرق العلاج وإتباع الوسائل العلمية في المحافظة على البيئة وأساليب التغذية الصحية، ومن ضمن هذا المجال تبرز مهام الإذاعة في التوجيه نحو مراكز الاستشفاء والوحدات الطبية، والجدير بالذكر أن منطقة الدراسة أصبحت من الجهات المرغوبة في التداوي والبحث على أفضل المستشفيات القاطنة بالمنطقة، وهو ما يفسر توافد العديد من الزوار والمرضى من المناطق المجاورة، ويُعد ذلك تنشيط وتفعيل العمل السياحي من خلال ما يُعرف بالسياحة العلاجية، كما لا يفوتنا أن نشير إلى دور الإذاعة في التذكير والإعلانات حول جملة الملتقيات والمهرجانات الرياضية والمعارض التي تُقام بالمنطقة وحرصها على النقل والمتابعة وكتابة التقارير، مما يسهم في ترويج النشاطات الترفيهية وجلب العديد من المتابعين والزوار، وبما تكون قد ساهمت في تنشيط العمل السياحي بما يعرف بالسياحة الثقافية والترفيهية، إلى جانب المهرجانات

تجاوزت 84%، وهذا يهدف إلى إيصال فكرة العمومية وجذب أكبر عدد ممكن من المستمعين، لغرض تحقيق نجاح وتطور وتشجيع لباقة البرامج المعروضة، في حين أن بعض البرامج المقدمة تحمل مواضيع متنوعة ومختلفة وذات تخصصات معينة، هدفها بشكل أساسي موجه نحو فئة محددة تكون لها علاقة وطيدة بالجمال، ويتنوع الجمهور الذي

يمكن أن نطلق عليه بالجمهور النوعي ما بين فئة المعلمين والطلاب المهتمين بالبرامج التعليمية والمواعيد الدراسية، والتقنيين وأصحاب المهن المميزة، بالإضافة إلى الجمهور الرياضي الذي يتابع المهرجانات الرياضية والأخبار الرياضية والمسابقات المحلية والدولية، وفي مجموعهم شكلوا ما نسبته 16%.

جدول (2) نوع الجمهور المستهدف.

م	الجمهور المستهدف			التكرار	النسبة المئوية
1	الجمهور العام			42	84
2	الجمهور النوعي	فئة المعلمين والطلاب		3 1 4	8
		فئة المهن الخاصة			
		فئة الجمهور الرياضي			
	المجموع			50	100

أنها تستهدف الجمهور العام اغلبيهم لبيين غير متخصصين، وفي المرتبة الثانية اللغة المشتركة والتي تجمع ما بين اللغة العربية واللغة العامية أي الدارجة بنسبة 26.7%، أما اللهجة العامية أو الدارجة تأتي في الترتيب الثالث من حيث الاستخدام أي بنسبة 10.4%.

جدول (3) اللغة المستخدمة في إذاعة مصراتة المحلية.

م	اللغة المستخدمة	%
1	اللغة العربية الفصحى	62.9
2	اللغة المشتركة	26.7
3	اللغة العامية "الدارجة"	10.4
4	اللغة الأجنبية	0.0
	المجموع	100

كما تميزت الإذاعة باستخدامها للغة العربية في التقديم الإذاعي وفي المتابعات والتقرير بالدرجة الأولى للتعريف بمعالم المنطقة وأماكنها الحضارية والتاريخية والطبيعية، أضف إلى ذلك الفنون والتراث والقوالب الأخرى معتمدة في ذلك على أسلوب البساطة والوضوح لتلائم مستوى الجمهور، وبذات السياق ومن خلال نتائج الاستبيان واستطلاع لرأي بعض الإعلاميين ومقدمي البرامج (أبوزهو، عبداللطيف، 2024)، جدول (3)، نلاحظ أن الإذاعة تعتمد في بثها وكتابة مواضيعها على اللغة العربية الفصحى بنسبة 62.9%، وهذا واضح باعتبارها اللغة الرسمية للبلد، كما

بالمادة العلمية وطرحها للقضايا والموضوعات ذات الاهتمام لكافة شرائح المجتمع.

- كما أوصت الدراسة بالاهتمام بتنشيط السياحة الداخلية من خلال المؤسسات التعليمية والحكومية وتكثيف البرامج لها وذلك بمساهمتها في إنعاش حركة السياحة الداخلية، بالإضافة إلى تخصيص برامج متخصصة تهتم بالترويج السياحي وتفعيله ضمن الخارطة الإذاعية لإذاعة مصراتة المحلية.

تضارب المصالح

يُقرّ المؤلف بعدم وجود تضارب في المصالح.

استخدام أدوات الذكاء الاصطناعي

يقرّ المؤلف بأنه لم يستخدم أي أدوات ذكاء اصطناعي في إعداد أي جزء من أجزاء هذا البحث.

المراجع

أبوزهو، حسن محمد. (2024). رئيس القسم الفني ومخرج إذاعي، تاريخ المقابلة 2024/12/23.

أبوزهو، عبد اللطيف محمد. (2024). إعلامي ومقدم برامج، تاريخ المقابلة 2024/12/23.

أوهايبي، فتيحة. (2018). الترويج السياحي من خلال تفعيل العلاقات العامة. مجلة آفاق للعلوم، الجزائر، 5، (13).

البشير، الأمين مرتضى. (2016). وسائل الاتصال والترويج السياحي، دار أمواج للنشر والتوزيع.

بن غربية، منصور مصطفى. (2024). مدير المكتبة الإذاعية ورئيس قسم البرامج، تاريخ المقابلة 2024/12/23.

أخيراً من خلال متابعتنا واستطلاع آراء أفراد العينة لبرامج الإذاعة المحلية مصراتة نستنتج أن الإذاعة تلعب دوراً في تنشيط العمل السياحي، وإن لم تكن بالشكل المطلوب والمرغوب تحقيقه، إلا أنها ساهمت بشكل مباشر أو غير مباشر في التعريف بالمقومات الطبيعية والأماكن السياحية بمختلف معالم المنطقة واتجاهاتها.

6- نتائج الدراسة:

(1)- أثبتت الدراسة أن هنالك ضعف ونقص في الإعلام السياحي ضمن البرامج المقدمة بإذاعة مصراتة المحلية، ويعود ذلك لقلة اهتمام الدولة بالسياحة وعدم اعتبارها مورد اقتصادي هام وجعلها كنشاط ترفيهي للأفراد والمجموعات.

(2)- أكدت الدراسة على دور الإذاعة المحلية الفاعل في توصيل الأخبار والمعلومات، ويرجع تفضيلها على بقية وسائل الاتصال الأخرى، نظراً لسهولة متابعتها والاستماع إليها من خلال الهاتف النقال ووسائل التواصل الأخرى، بالإضافة إلى أجهزة المذياع المنزلية.

(3)- أوضحت الدراسة أن بعض برامج الإذاعة المحلية تطرقت لعرض مواضيع تسهم في تنشيط العملية السياحية، ومن خلال حلقات تلك البرامج التي تم بثها أخذت كعينة للدراسة التحليلية.

(4)- أظهرت نتائج الدراسة أن برامج الإذاعة المحلية مصراتة تخطى بتقييم مقدر من المستمعين، ويعود ذلك لثرائها

الاقتباس: عاشور، مصباح محمد. (2025). الإذاعة المحلية ودورها في تنشيط وترويج العمل السياحي "إذاعة مصراتة المحلية نموذجاً". مجلة كلية الآداب جامعة مصراتة (Faculty of Arts Journal). 20، 459-440. <https://doi.org/10.36602/faj.2025.n20.26>

- بلمداني، سعد. (2011). إستراتيجية الاتصال في التنمية السياحية بالجزائر، رسالة ماجستير، كلية العلوم السياسية والإعلام، جامعة الجزائر.
- الحديد، منى سعيد والعلوي، سلوى إمام. (2004). الإعلام والمجتمع، الدار المصرية اللبنانية.
- خشيم، علي فهمي ورميض، علي عمر. (2001). موطن الجمال بذات الرمال. المنشأة الشعبية للنشر والتوزيع والإعلان.
- خطاب، محمد. (2016). الإعلام السياحي والعلاقات العامة، دار أمجد للنشر والتوزيع.
- الشاري، طارق مصباح. (2009). الإعلام الإذاعي، دار أسامة للنشر والتوزيع.
- القزيري، إبراهيم محمد ويحي، تامر بركة. (2020). دور القيادات الإدارية بإذاعة مصراتة FM في رفع كفاءة العاملين في الإذاعة. مجلة كلية الفنون والإعلام، جامعة مصراتة، 5 (9).
- محمدي، وافية. (2012). دور الترويج في ترقية الخدمات السياحية - دراسة حالة الديوان الوطني للسياحة، رسالة ماجستير، كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر.
- مصلحة التخطيط العمراني. (2007). مسودة المخطط النطاقي الفرعي، الجيل الثالث للمخططات، نطاق مصراتة الفرعي.
- هدير، عبد القادر. (2014). دور الإعلام السياحي في صناعة السياحة، مجلة العلوم الاقتصادية والتسيير والتجارة، العدد 29.
- ولد باحمو، سعيدة وبن حمادي، وحيدة. (2018). دور الإذاعة المحلية في الترويج السياحي حصة بصمات بإذاعة أدرار نموذجاً، رسالة ماجستير، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية والعلوم الإسلامية، جامعة أحمد دراية أدرار، الجزائر.

Local Radio and its Role in Stimulating and Promoting Tourism "Misrata Local Radio as a Model"

***Mosbah Mohamed Ashoor**

Libyan Academy for Postgraduate Studies / Misrata Branch - Department of Geography – Libya

*mosbahashoor1964@gmail.com

Received 03- 09 - 2025

Accepted 26- 10 – 2025

Published Online 28- 10 - 2025

Abstract

This study aims to explore the role of radio programs, specifically those broadcast by *Misrata Local Radio Station*, in promoting tourism. Tourism plays a vital role in increasing national income and providing entertainment for members of society. The study seeks to emphasize the importance of strengthening radio programming dedicated to tourism promotion, as such efforts significantly contribute to social development. The research problem is centered around the main question: *What is the role of Misrata Local Radio Station in promoting tourism?*

To answer this question, the researcher employed several methodological approaches, including descriptive, analytical, and historical methods, in order to obtain both quantitative and qualitative insights. The study yielded several findings, indicating that radio stations serve as an effective means of communication for delivering news and information. Their popularity compared to other media stems from their accessibility and ease of use through mobile phones and household radios. Furthermore, the study recommended enhancing the promotion of domestic tourism through educational and governmental institutions and expanding radio programming that supports the revitalization of local tourism. It also suggested dedicating specialized programs on *Misrata Local Radio Station* specifically aimed at promoting and activating tourism.

Keywords: *Local Radio - Promoting tourism - Tourism information - Radio programs*

