

## ترتيب أولويات القائم بالاتصال في الإذاعات المحلية والجمهور المستهدف دراسة تحليلية لعينة من البرامج المسموعة المباشرة

د. خالد أبو القاسم علي خيريش  
كلية الآداب والتربية، جامعة صبراتة

### ملخص البحث

انطلق هذا البحث من محاولة التعرف على ترتيب أولويات القائم بالاتصال في الإذاعات المحلية وأولويات الجمهور المستهدف، والمقارنة بينهما، وسعى إلى الإجابة عن تساؤلات عدة مفادها: هل فعلاً الإذاعات المحلية في ليبيا تعمل كوسيلة نقاش وحوار بين أفراد المجتمع والمسؤولين والقائم بالاتصال؟ وهل الإذاعة منصة تعمل على تحديد وتحليل المشاكل ووضع الحلول بمشاركة الجمهور نفسه؟ ومن هذه التساؤلات برزت مشكلة هذا البحث التي تتمحور في محاولة الوقوف على مدى تفاعل ومشاركة الجمهور في محتوى برامج الإذاعات المحلية المباشرة، فضلاً عن التعرف على أولويات القائم بالاتصال وأولويات الجمهور المستهدف والمقارنة بينهما من حيث التطابق أو الاختلاف، وذلك من خلال تحليل مضمون عينة من البرامج المباشرة في عدد من الإذاعات العاملة داخل نطاق طرابلس الكبرى، بهدف معرفة القضايا التي يطرحها القائم بالاتصال في برامجه، وتحديد القضايا التي يحاول الجمهور إثارتها خلال مشاركاته، وخلصت الدراسة إلى عدم وجود توافق بين أجندتي القائم بالاتصال وبين الجمهور، كما كشفت أن حجم وطبيعة مشاركة الجمهور مرتبط ارتباطاً وثيقاً بأجندته، ويمعزل عن أولويات القائم بالاتصال. حيث تبين أن أجندة الجمهور تختلف عن أجندة القائم بالاتصال.

### Summary

This research started from an attempt to identify the order of priorities of the broadcaster in the local radio stations and the priorities of the targeted audience, and compare them, and sought to answer several questions: Do local radios in Libya really work as a means of discussion and dialogue between community members, officials and the broadcaster? Is the radio a platform that works to identify and analyze problems and develop solutions with the participation of the audience? Among these questions, the problem of this research emerged, which centers on trying to determine the extent of the audience's interaction and participation in the content of direct local radio programs, as well as identifying the priorities of the broadcaster and the priorities of the targeted audience and comparing them in terms of similarity or difference, through analyzing the content of a sample of The live programs in a number of radio stations operating within the greater Tripoli area, with the aim of knowing the issues raised by the broadcaster in his programs, and identifying the issues that the public tries to raise during his participation. The audience is closely linked to its agenda, and is isolated from the broadcaster's priorities. Where it turns out that the agenda of the audience is different from the agenda of the broadcaster.

## المقدمة

تمكنت الإذاعة المسموعة منذ نشأتها من إدخال تعديلات رئيسية على الحياة اليومية، فصار المذيع من بين وسائل التسلية والإخبار والتوعية والتثقيف، ومكنت الإنسان لأول مرة في تاريخ البشرية من أن يتابع حدثاً معيناً أثناء وقوعه أو بعده بلحظات، على خلاف ما كان سائداً قبل ذلك كانتظار صدور الصحف اليومية، ولهذا اعتبرها الكثيرون - حينذاك - الأداة السحرية التي حررت الاتصال من العديد من القيود التي جعلته محدوداً قبل ظهورها<sup>(i)</sup>. فالإذاعة استطاعت تخطي عائق الأمية وحاجز الجغرافيا، لتصل إلى جماعات كبيرة عبر الصوت الآدمي والموسيقى والمؤثرات الصوتية، التي تساعد على رسم صورة واضحة وانطباع قوي للرسالة المذاعة، ما جعل تذكر محتواها أفضل مما لو قُدمت مطبوعة وخاصة بين محدودي التعليم، فضلاً عن كونها من الوسائل القادرة على جعل الجماهير تحس بالمساهمة والمشاركة والواقعية التي تقترب من الاتصال الشخصي<sup>(ii)</sup>.

يرجع أصل كلمة الإذاعة في اللغة العربية إلى الإشاعة والذيع، بمعنى النشر العام، وقد وصف العرب من لا يحتفظ بالسر بالرجل المذيع<sup>(iii)</sup>، ويقال ذاع الخبرُ يذيعُ ذيعاً وذُيوعاً وذُيوعَةً وذُيعاناً: أي ائْتَشَرَ، والمذيعُ هو من لا يَكْتُمُ السِّرَّ، وأذاع السِّرَّ أفضاهُ وأظهرهُ ونادى به في الناس، فالذُيعُ هو أن يَشيعَ الأمرُ، ويقال أذعتُ السِّرَّ إذاعةً إذا أفضيتهُ وأظهرتهُ ونشرتهُ، وكذلك الخبر يذيعُ ذُيعاً وذُيعاناً وذُيوعاً وذُيوعَةً: فشا وانتشر<sup>(iv)</sup>.

وارتبطت الإذاعة في مرحلة من مراحلها بالمجتمع المحلي، حينها برز مفهوم الإعلام المحلي، وتجاوز كونه مجرد نقل الأحداث أو وسيلة لنشر الأخبار، إلى كونه منبراً لمناقشة الأفكار ونشرها وتبادل الآراء والخبرات، حتى يتمكن المجتمع المحلي من الاستفادة من جهود أبنائه وأفكارهم وأرائهم، حيث يقدم الإعلام المحلي صورة موضوعية للأحداث والقضايا والمشاكل المحلية التي تواجه المجتمع المحلي، ويحيط الجمهور علماً بالقوانين والقرارات واللوائح المحلية وشرحها وتفسيرها وتعميق الاهتمام بها، ويسهم في تقديم الخدمات الإعلامية التي تساند الجهود الرامية إلى القضاء على التخلف ورفع المستوى الثقافي لمواطني المجتمع المحلي. فضلاً عن كونها منبرهم المحلي ومكان تلاقي أفكارهم وتطويرها والاستفادة منها، وبالتالي يقوم الإعلام المحلي بدور رئيسي، يتمثل في التعرف على الاحتياجات المحلية للمجتمع المحلي وتوضيح مجريات الأحداث وتفسير المواضيع المحلية بهدف تشجيع المجتمع المحلي على التعبير بشكل جيد عن آرائهم حول واقع مجتمعهم وما يرمون إلى تحقيقه من أهداف، كما يعمل على المحافظة على الثقافة المحلية وتطويرها وتوظيفها التوظيف الأمثل<sup>(v)</sup>.

ووجدت الكثير من البلدان في المذيع أحد الوسائل التي تحفز الجمهور على الإدلاء بأفكارهم وآرائهم حيال القضايا المحلية، ومن هذا الأساس ارتبطت وسائل الإعلام المحلية كالصحف والإذاعات ارتباطاً وثيقاً بنمط الإدارة المحلية السائد، حيث تتمتع السلطات المحلية بالحرية الكاملة داخل بيئاتها في إطار السلطة المركزية<sup>(vi)</sup>، وفي المجتمعات النامية مازالت الإذاعة المحلية صوت الإدارة المحلية، في حين يعد التعبير عن المجتمع المحلي مطلباً حيويًا يسهم في تنفيذ برامج التخطيط القومي العام، حيث تتجسد أهمية الإعلام المحلي والتخصصي في عرض وتبسيط وحسن تنفيذ ومتابعة الأهداف القومية والتنمية للدولة ككل<sup>(vii)</sup>.

### مشكلة البحث

ينظر كثير من المتخصصين إلى الإذاعات المحلية على كونها منتدى للمشاركة في الحوار بين الجمهور والقائم بالاتصال من جانب، وبين الجمهور والمسؤولين من جانب ثان، وهو ما يعد من الضروريات للتغيير الاجتماعي، لأن الإذاعة منصة لتحديد وتحليل المشاكل ووضع حلول لها من قبل الجمهور نفسه الأكثر إماماً ودراية وإحساساً بمشاكله، ويمكنها أن تشكل ضغطاً على السلطات المحلية، فضلاً عن كونها حلقة الوصل بين المجتمع المحلي والسلطات المركزية في الدولة، كما يمكن لها أن توفر أرضية للحوار من خلاله يتمكن السكان المحليون من معرفة بعضهم بعضاً، وإمكانهم طرح ما يريدونه بالتحديد وكيفية الحصول عليه، وعلى المدى البعيد يمكن لهذه الإذاعات أن تمتلك القدرة على حل المشاكل بطرق تؤدي إلى التغيير الاجتماعي والتنمية المستدامة<sup>(viii)</sup>.

وبناءً على ما ذكر، يبرز تساؤل مفاده: هل فعلاً الإذاعات المحلية في ليبيا تعمل كوسيلة نقاش وحوار بين أفراد المجتمع والمسؤولين والقائم بالاتصال؟ وهل الإذاعة منصة لتحديد وتحليل المشاكل ووضع الحلول بمشاركة الجمهور نفسه؟ ومن هذا التساؤل تبرز مشكلة هذا البحث التي تتمحور في محاولة الوقوف وعن قرب على مدى تفاعل ومشاركة الجمهور في طرابلس الكبرى في برامج الإذاعات المحلية المباشرة، فضلاً عن التعرف على أولويات القائم بالاتصال وأولويات الجمهور المستهدف، والمقارنة بينهما من حيث التوافق أو الاختلاف، وذلك من خلال تحليل مضمون عينة من البرامج المباشرة في عدد من الإذاعات العاملة داخل نطاق طرابلس الكبرى، بهدف معرفة القضايا التي يطرحها القائم بالاتصال في برامجه، وتحديد القضايا التي يحاول الجمهور إثارتها خلال مشاركاته، فضلاً عن تحديد الزمن الذي استغرقتته مشاركات الجمهور مقارنة بزمن البرامج محل البحث.

### أهمية البحث

- 1- تتبع أهمية هذا البحث من كون الإذاعات المحلية مرتبطة ارتباطاً وثيقاً بالمجتمعات المحلية كما هو معروف، وهذا الارتباط يركز على جزئية رئيسية، تتمثل في الاهتمام بأولويات الجمهور، وهو ما بدأت بعض الدول النامية - في السنوات الأخيرة - في الأخذ به عبر منح أقاليمها أو محافظاتنا أو مدنها حرية وصلاحيات أكبر، بهدف دفع سكانها إلى المشاركة الإيجابية في برامج وخطط التنمية، حيث ستساهم نتائج هذا البحث في إظهار مدى مساهمة الإذاعات المحلية اللبية في دفع الجمهور المستهدف للمشاركة الفعالة.
- 2- تتبع أهمية هذا البحث من كون معرفة حجم مشاركة الجمهور وتفاعله مع برامج الإذاعات المحلية، يعد من بين المؤشرات التي تظهر مدى قدرة تلك البرامج على الوصول إلى الجمهور واسترعاء انتباهه وتحفيزه على المشاركة والتفاعل.
- 3- تكمن أهمية هذا البحث - أيضاً - في كونه الوسيلة العملية الأنسب التي تظهر مدى توافق واختلاف أجندة القائم بالاتصال في الإذاعات المحلية وأجندة الجمهور المستهدف.
- 4- ستوفر نتائجه قدراً جيداً من البيانات والمعلومات التي يمكن للقائم بالاتصال والمسؤولين في الإذاعات المحلية في ليبيا الأخذ بها في سبيل جعل هذه المؤسسات فعلاً حلقة وصل بين الجمهور والسلطات المختلفة ومكاناً للحوار وتبادل الأفكار ونحوها.

### أهداف البحث

يهدف هذا البحث إلى:

- 1- الكشف عن ترتيب أولويات القائم بالاتصال وترتيب أولويات الجمهور.
- 2- تحديد مدى وجود تطابق أو اختلاف بين أجندتي القائم بالاتصال والجمهور.
- 3- معرفة حجم مشاركة وتفاعل الجمهور مع برامج الإذاعات المحلية من واقع البرامج المذاعة نفسها.

بالإضافة إلى عدد من الأهداف الفرعية وهي:

- أ- التعرف على أكثر قوالب التقديم استخداماً في الإذاعات المحلية.
- ب- الكشف عن الزمن الذي تستغرقه مشاركات الجمهور مقارنة بالزمن الكلي للبرامج.
- ج- تحديد البرامج الأكثر مشاركة من قبل الجمهور وأكثر وسيلة مشاركة استخداماً.
- د- معرفة تأثير النوع (ذكور - إناث) في حجم المشاركات وفي أي برنامج أكثر من غيره.

### تساؤلات البحث:

- 1- هل يعد مستوى مشاركة الجمهور في برامج الإذاعات المحلية مرتبط بما يطرحه القائم بالاتصال أساساً أم لا؟
- 2- هل أولويات الجمهور متطابقة مع أولويات القائم بالاتصال أم هناك تباين؟
- 3- ما هو حجم مشاركة وتفاعل الجمهور في طرابلس الكبرى في برامج الإذاعات المحلية؟
- 4- أيّ البرامج أكثر مشاركة من قبل الجمهور المستهدف؟
- 5- ما هي أبرز القضايا التي يطرحها الجمهور في برامج الإذاعات المحلية؟.
- 6- ما هي الوسيلة التي يشارك بها الجمهور في برامج الإذاعات المحلية؟.

### الدراسات السابقة:

في جانب الدراسات السابقة، اطلع الباحث على عدد منها ومن أبرزها دراسة ( محمد فرج النقرات 2007 )<sup>(ix)</sup> ، التي تناولت العلاقة المتبادلة بين القائم بالاتصال في الإذاعات المحلية الليبية والجمهور المستهدف، بغرض التعرف على أجندة القائم بالاتصال وأيضاً أجندة الجمهور ومدى التوافق بينها من حيث درجات الاهتمام التي يوليها القائم بالاتصال والجمهور لذات القضايا، واعتمد الباحث في الدراسة المشار إليها على مسح مضمون برامج عينة البحث التحليلية والتي تمثلت في (11) برنامجاً من برامج إذاعة بني وليد المحلية خلال شهر أبريل 2006، شكل زمن حلقاتها (3142.11) دقيقة، بالإضافة إلى استقصاء آراء القائمين بالاتصال في الإذاعة والبالغ عددهم (23) مبحوثاً، أما عينة الجمهور فكانت (342) مبحوثاً، واعتمد الباحث على المنهج الوصفي ومنهج مسح مضامين البرامج ومسح الجمهور، ومسح القائم بالاتصال، فضلاً عن المنهج المقارن والمنهج التاريخي، وأجرى الباحث دراسته في ضوء نظريتي (ترتيب الأولويات وحارس البوابة)، وفي الجانب الإحصائي استخدم الباحث التكرارات والنسب المئوية واختباري "T و Z"، وقد بينت الدراسة أنه لا يوجد ترابط قوي بين أجندة القائم بالاتصال وبين الجمهور، وبينت أيضاً أن نسبة الاستماع متدنية جداً ولا يوجد تواصل من أي نوع مع الإذاعة محل البحث، وبينت أيضاً أن برامج هذه الإذاعة غير ثابتة ولا تساهم في تغيير المفاهيم والعادات السيئة لدى الجمهور، كما لا تساهم الإذاعة في وضع أي أجندة تساهم في حل مشكلات الجمهور، وتتلقى الإذاعة أوامر من المدير لتنفيذ برامج بشكل عشوائي وغير مدروس.

### عينة البحث:

ينبغي في البداية الإشارة إلى أن الباحث اعتمد على نظرية ترتيب الأولويات المعروفة<sup>(x)</sup>، وذلك استناداً إلى أن قياس أولويات الجمهور وأولويات وسائل الإعلام يستند إلى المعلومات التي تُجمع بواسطة المسح الميداني أو تحليل المحتوى، وقد وجد الباحث في تحليل المحتوى - على الرغم من صعوبته والوقت والجهد الذي يتطلبه - الأداة الأكثر دقة لتحديد وترتيب أولويات القائم بالاتصال إلى جانب تحديد وترتيب أولويات الجمهور، وبناءً على هذا اختيار الباحث ثلاث إذاعات محلية (حكومية) تتبع البلديات وممولة من الخزنة العامة، ويمكنه متابعة برامجها المباشرة وتسجيلها من مكان سكنه، وهي: إذاعة تاجوراء، راديو صوت العاصمة، إذاعة غرب طرابلس، وقد اختيرت بطريقة العينة العمدية، وهي من العينات غير الاحتمالية التي تعتمد على قيام الباحث باختيار مفردات العينة بناءً على خبرته الشخصية وتقييمه للخصائص التي يجب توافرها في عينة البحث<sup>(xi)</sup>.

وقد اشتملت عينة البحث على (100) حلقة من البرامج المباشرة موزعة على الإذاعات محل الدراسة ضمت خمسة أنواع من البرامج المباشرة، منها (34) حلقة من البرامج السياسية، و(28) حلقة من البرامج الصباحية، و(19) حلقة من البرامج الدينية، و(11) حلقة من البرامج الاجتماعية، و(8) حلقات من البرامج التراثية، سحبت هذه الحلقات بواسطة العينة العشوائية المنتظمة بطريقة الأسبوع الاصطناعي خلال دورة إذاعية<sup>(xii)</sup>، أما عن أنواع البرامج التي خضعت للتحليل فتم اختيارها وفق المتاح من البرامج المباشرة التي تذاغ كل منها في الإذاعات محل البحث أثناء فترة الدراسة، مع استثناء البرامج التي تذاغ في إذاعة دون غيرها.

#### أداة جمع البيانات:

اقتضت طبيعة هذا البحث الاعتماد على أداة تحليل المضمون، حيث قام الباحث ببناء الأداة ووضع التعريفات المحددة لكل فئة من فئات التحليل، ثم عُرضت على عدد من الخبراء المحكمين من ذوي الخبرة لغرض التأكد من مدى صلاحيتها، وأجريت التغييرات بالحذف والإضافة المطلوبة، وهو ما يعرف بالصدق الظاهري، وقد اتفق أغلب المحكمين على جل مكونات الاستمارة، ما يشير إلى أنها صالحة لقياس ما وضعت من أجله.

#### ثبات الأداة:

في مثل هذه الحالات يعد أنسب الاختبارات هي تلك التي تتم بطريقة تعدد القائمين بالاختبار على مادة التحليل نفسها، وتعليمات الترميز وقواعده نفسها. وبمساعدة مرمزين اثنين تم



تحليل خمس حلقات لكل رمز بمعدل حلقة واحدة من كل نوع من أنواع البرامج محل الدراسة، وظهرت اختلافات بسيطة بين نتائج التحليلين، حيث بلغت نسبة الثبات (91.5) وفقاً لمعادلة (هولستي)، وهي نسبة كافية للدلالة على ثبات القياس.  
**نتائج البحث:**

جدول (1): تصنيف البرامج المباشرة عينة البحث حسب نوعها وعدد حلقاتها

الإذاعة البرامج	إذاعة غرب طرابلس		صوت العاصمة		إذاعة تاجوراء		المجموع	
	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك
السياسية	30.3	10	46.2	12	29.3	12	34	34
الصباحية	30.3	10	30.8	8	24.4	10	28	28
الدينية	15.2	5	7.7	2	29.3	12	19	19
الاجتماعية	9.1	3	11.5	3	12.2	5	11	11
التراثية	15.2	5	3.8	1	4.9	2	8	8
المجموع	100	33	100	26	100	41	100	100

بلغ مجموع الحلقات المباشرة محل الدراسة (100) حلقة، تشكل البرامج السياسية نسبة 34% من مجموع الحلقات، فالبرامج الصباحية تشكل نسبة 28%، ثم البرامج الدينية بنسبة 19%، فالاجتماعية بنسبة 11%، والنسبة المتبقية وهي 8% وتمثل البرامج التراثية، ويعتقد الباحث أن هذه العينة كافية لإعطاء مؤشرات عن حجم مشاركة وتفاعل الجمهور مع هذه البرامج، فضلاً عن معرفة مضامين المشاركات وزمنها ووسائلها.

جدول (2): دورية البرامج المباشرة عينة البحث (أسبوعياً)

الإذاعات	البرامج السياسية	البرامج الدينية	الصباحية	البرامج الاجتماعية	البرامج التراثية
إذاعة غرب طرابلس	تذاع 6 مرات في الأسبوع	تذاع 3 مرات في الأسبوع	تذاع 6 مرات في الأسبوع	تذاع مرتين	تذاع 3 مرات في الأسبوع
راديو صوت العاصمة	تذاع 7 مرات في الأسبوع	تذاع مرتين	تذاع 5 مرات في الأسبوع	تذاع مرتين	تذاع مرة واحدة
إذاعة تاجوراء	تذاع 7 مرات في الأسبوع	تذاع 7 مرات في الأسبوع	تذاع 6 مرات في الأسبوع	3 مرات في الأسبوع	تذاع مرة واحدة

من خلال الجدول السابق يلاحظ أن عدد مرات بث البرامج عينة البحث مقارنة قدر الإمكان حسب الإذاعات محل الدراسة.

جدول (3): القوالب الفنية المستخدمة في تقديم البرامج المباشرة عينة البحث

القوالب الفنية	إذاعة غرب طرابلس		راديو صوت العاصمة		إذاعة تاجوراء		المجموع	
	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك
حوار فقط	90.9	30	88.5	23	78.0	32	85.0	85
حوار مع تقرير مسجل	6.1	2	3.8	1	17.1	7	10.0	10
حوار مع موسيقيي ومؤثرات	3.0	1	3.8	1	2.4	1	3.0	3
حديث مباشر	-	0	3.8	1	-	0	1.0	1
يجمع بين أكثر من شكل	-	0	-	0	2.4	1	1.0	1
المجموع	100	33	100	26	100	41	100	100

يلاحظ من خلال الجدول السابق أن الإذاعات المحلية محل الدراسة تعتمد بشكل واضح على قالب (الحوار فقط) بنسبة (85%) من عدد الحلقات عينة البحث، أما قالب حوار مع تقرير مسجل فيشكل نسبة 10% من عدد الحلقات عينة البحث، وبهذا يلاحظ غياب الاهتمام بالتقارير والاستطلاعات والتي تدعم مواضيع الحلقات وتسهم في تفسير القضايا أو إثارة نقاط استفهام. وهذه النتيجة مقارنة لنتائج دراسات سابقة، كدراسة ( منى أحمد سعيد المشمر 2009) <sup>(xiii)</sup>، و(محمد فرج النقرات 2007) <sup>(xiv)</sup>، ودراسة ( الفيتوري صالح السطى 2006) <sup>(xv)</sup>. لكنها تختلف عن نتيجة دراسة (عادل عاشور محمد خليفة) <sup>(xvi)</sup> التي أظهرت أن إذاعة طرابلس المحلية محل دراسته اعتمدت في تقديم برامجها المباشرة على قالب الحديث المباشر بنسبة 26.7%، وبنسبة 26% على الحديث المباشر مع موسيقى، أي أن أكثر من 50% من برامج عينة البحث السابقة تعتمد على الحديث المباشر، أما البرامج التي اعتمدت على الحوار فقد بلغت نسبتها (18.5%)، وحوار مع موسيقى (17.7%) وحوار مع مؤثرات صوتية (4.9%) وحديث مع تحقيق مسجل (4.1%).

جدول (4): تصنيف مقدمي البرامج المباشرة عينة البحث

الإذاعة		إذاعة غرب طرابلس		راديو صوت العاصمة		إذاعة تاجوراء		المجموع	
ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
مقدمو البرامج									
مذيع مع ضيف	9	27.3	8	30.8	13	31.7	30	30	
مذيع مع ضيف	5	15.2	7	26.9	12	29.3	24	24	
مذيع فقط	2	6.1	1	3.8	3	7.3	6	6	
مذيع فقط	5	15.2	2	7.7	2	4.9	9	9	
مذيع ومذيع	5	15.2	3	11.5	1	2.4	9	9	
مذيع ومذيع مع ضيف	7	21.2	5	19.2	10	24.4	22	22	
المجموع	33	100	26	100	41	100	100	100	

من خلال الجدول السابق نلاحظ أن الإذاعات محل البحث تعتمد على مذيع وضيف في نسبة 30% من مجموع الحلقات محل الدراسة، كما تعتمد على مذيع وضيف في نسبة 24%، كما أنها تستخدم مذيع ومذيع مع ضيف في نسبة 22%، فيما استخدمت مذيع فقط في نسبة 9% من مجموع حلقاتها، ومذيع ومذيع في نسبة 9% ومذيع فقط في نسبة 6%.

جدول (5): متوسط عدد مشاركات الجمهور المحلي في البرامج المباشرة عينة البحث

البرامج	عدد الحلقات	النسبة	عدد المشاركات	النسبة	متوسط عدد المشاركات في الحلقة الواحدة	الترتيب
1 الاجتماعية	11	11	51	8.6	4.6	4
2 التراثية	8	8	49	8.3	6.1	3
3 الدينية	19	19	206	34.7	10.8	1
4 السياسية	34	34	217	36.6	6.4	2
5 الصباحية	28	28	70	11.8	2.5	5
المجموع	100	100	593	100	5.9	



يُلاحظ من خلال الجدول السابق أن البرامج الدينية تأتي في المرتبة الأولى من حيث متوسط عدد مشاركات الجمهور في الحلقة الواحدة، حيث أُذيعت خلال فترة الدراسة (19) حلقة دينية وتشكل نسبة 19% من مجموع حلقات عينة البحث، خلال هذه الحلقات تم رصد (206) مشاركات ما يشكل نسبة 34.7% من إجمالي مشاركات الجمهور في البرامج عينة البحث، وبالتالي يكون متوسط مشاركات الجمهور في كل حلقة من حلقات البرامج الدينية قرابة إحدى عشرة مشاركة (10.8) في كل حلقة وهو الأكبر من بين البرامج الأخرى، تليها البرامج السياسية بمتوسط (6.4) مشاركة في كل حلقة، ثم تأتي البرامج التراثية في المرتبة الثالثة من حيث متوسط عدد مشاركات الجمهور الذي بلغ (6.1) مشاركة في كل حلقة، وتأتي البرامج الاجتماعية في المرتبة الرابعة بمتوسط (4.6) مشاركة في كل حلقة، وتأتي البرامج الصباحية في آخر قائمة البرامج حسب متوسط عدد مشاركات الجمهور، بمتوسط (2.5) مشاركة في الحلقة الواحدة.

جدول (6): زمن مشاركات الجمهور في البرامج عينة البحث

البرامج	زمن البرامج - د	%	زمن المشاركات - د	%	نسبة زمن مشاركات الجمهور من زمن البرنامج	الترتيب
1 الاجتماعية	627.96	7.6	65.58	6.9	10.4	4
2 التراثية	430.56	5.2	74.11	7.8	17.2	2
3 الدينية	1556.15	18.9	319.91	33.6	20.6	1
4 السياسية	3453.33	42	381.82	40.1	11.1	3
5 الصباحية	2157.11	26.2	111.2	11.7	5.2	5
المجموع	8225.11	100	952.62	100	11.6	

تظهر البيانات الواردة في الجدول (6) أن المساحة التي احتلها الجمهور أو حُصصت لمشاركاته صغيرة مقارنة بالزمن الكلي للبرامج، حيث كشفت النتائج أن نسبة الزمن الذي استغرقته مشاركات الجمهور من إجمالي زمن البرامج المباشرة في عينة البحث التحليلية بلغ 11.6% فقط، كما أظهرت النتائج أن أطول زمن لمشاركات الجمهور كان في البرامج الدينية بنسبة (20.6%) على الرغم من أن البرامج الدينية تشكل نسبة (18.9%) من مجموع زمن البرامج عينة البحث مجتمعة، تليها البرامج التراثية من حيث بنسبة زمن مشاركات الجمهور (17.2%) وهذا على الرغم من أن نسبة الزمن الكلي للبرامج التراثية في الإذاعات محل البحث لم يتجاوز (5.2%) من إجمالي زمن برامج الدراسة مجتمعة، ثم البرامج السياسية بنسبة (11.1%)، فالبرامج الاجتماعية بنسبة (10.4%) وفي آخر القائمة البرامج الصباحية بنسبة (5.2%).

جدول (7): متوسط زمن المشاركات في البرامج عينة البحث

متوسط زمن المشاركة الواحدة	عدد المشاركات		نسبة زمن المشاركات من زمن البرامج	زمن المشاركات- د		زمن الحلقات- د		الإذاعات
	%	ك		%	ك	%	ك	
1.6	26.1	155	11.9	26.8	254.88	26.0	2140.36	غرب طرابلس
1.4	27.2	161	9.6	24.0	228.2	28.9	2380.12	صوت العاصمة
1.7	46.7	277	12.7	49.3	469.54	45.0	3704.63	تاجوراء
1.6	100	593	11.6	100	952.62	100	8225.11	المجموع

يلاحظ من خلال الجدول السابق أن متوسط زمن المشاركة في البرامج المباشرة عينة البحث مجتمعة بلغ دقيقتان، وبشكل عام يعد هذا المعدل مقبولاً وخاصة في ظل تدني نسبة الزمن المخصص لمشاركات الذي بلغ (11.6%) من مجموع زمن البرامج الكلي.

جدول (8): الوسائل التي شارك من خلالها الجمهور في البرامج المباشرة عينة البحث

المجموع	تاجوراء المحلية		صوت العاصمة		غرب طرابلس		الإذاعات الوسيلة	
	%	ك	%	ك	%	ك		
3.5	21	4	11	3.7	6	2.6	4	البريد الإلكتروني
-	-	-	-	-	-	-	-	الرسائل النصية القصيرة
91.1	540	90.6	251	91.3	147	91.6	142	الهاتف
5.4	32	5.4	15	5	8	5.8	9	شبكات التواصل في استطلاع
-	-	-	-	-	-	-	-	بالحضور الشخصي
100	593	100	277	100	161	100	155	المجموع

من خلال الجدول السابق يلاحظ أن الجمهور المحلي اعتمد على "الهاتف" كوسيلة رئيسية للمشاركة في برامج الإذاعات المحلية عينة البحث، بنسبة 91.1% من إجمالي عدد المشاركات، فيما توزعت بقية النسب على وسائل أخرى وهي أقل أهمية إما بالنسبة للجمهور كما يبدو، أو لأن الإذاعات المحلية لم تهتم باستخدامها. فيما لم يشارك الجمهور عبر الرسائل النصية أو بالحضور الشخصي، نظراً لعدم اهتمام القائم بالاتصال بهذه الوسائل، فيما لم تذاع أي استطلاعات تضمنت آراء الجمهور خلال فترة الدراسة.

جدول (9): مشاركات الجمهور " حسب النوع "

النوع الإذاعة	ذكور		إناث		المجموع
	%	ك	%	ك	
غرب طرابلس	40.6	63	59.4	92	26.1
صوت العاصمة	44.1	71	55.9	90	27.2
تاجوراء	49.1	136	50.9	141	46.7
المجموع	45.5	270	54.5	323	100

بالنظر إلى البيانات الواردة في الجدول السابق نلاحظ أن الإناث أكثر مشاركة من الذكور، حيث بلغ عدد المشاركات التي تمت باسم (مؤنث) خلال فترة الدراسة في برامج الإذاعات المحلية

المباشرة 323 مشاركة، في مقابل 270 تمت باسم (مذكر)، أي أن نسبة 54.5% من مجموع المشاركين هن إناث، ونسبة 45.5% تمثل الذكور.  
جدول (10): مشاركات الجمهور حسب النوع (ذكور وإناث) طبقاً لنوع البرامج

النوع البرامج	ذكور		إناث		المجموع	
	ك	%	ك	%	ك	%
السياسية	138	63.6	79	36.4	217	36.6
الصباحية	21	30.0	49	70.0	70	11.8
الدينية	85	41.3	121	58.7	206	34.7
التراثية	13	26.5	36	73.5	49	8.3
الاجتماعية	13	25.5	38	74.5	51	8.6
المجموع	270	45.5	323	54.5	593	100

يلاحظ من خلال الجدول السابق أن الذكور يشاركون في البرامج السياسية أكثر من الإناث، بنسبة 62.6% للذكور، ونسبة 36.4% للإناث، فيما يلاحظ أن الإناث أكثر مشاركة في البرامج الصباحية من الذكور بنسبة 70% للإناث و30% للذكور. وهذا ينطبق على البرامج الاجتماعية 74.5% إناث و25.5% ذكور، والبرامج التراثية 73.5% إناث و26.5% ذكور، وكذلك الحال في البرامج الدينية بنسبة 58.7% إناث إلى 41.3% ذكور.  
جدول (11): طبيعة مشاركة الجمهور في البرامج عينة البحث

الإذاعة	إذاعة غرب طرابلس		إذاعة تاجوراء		المجموع	
	ك	%	ك	%	ك	%
طبيعة المشاركة حسب الترتيب						
1 طرح سؤال	69	44.5	51	31.7	118	36.8
2 المشاركة في الحوار	21	13.5	76	47.2	97	31.2
3 انتقاد جهة حكومية	16	10.3	18	11.2	34	12.1
4 تقديم اقتراح	7	4.5	6	3.7	13	4.9
5 لعرض شكوى	13	8.4	5	3.1	18	4.6
6 إضافة معلومات	18	11.6	1	0.6	19	4.4
7 تقديم نصيحة	9	5.8	2	1.2	11	4.4
8 انتقاد برنامج	0	-	2	1.2	2	1.0
9 الإشادة بالحكومة	0	-	0	-	0	0.3
10 الإشادة ببرنامج	2	1.3	0	-	2	0.3
المجموع	155	100	161	100	316	100

تتمحور أغلب المشاركات في طرح سؤال وتشكل نسبة 36.8%، تليها المشاركة في الحوار (إبداء رأي) بنسبة 31.2%، كما أن انتقاد (جهة حكومية) كان بنسبة 12.1%، وبقية الأسباب تحصلت على نسب أقل، حيث تشير البيانات الواردة في الجدول السابق أن الجمهور المحلي يشارك في برامج الإذاعات المحلية عينة البحث لعدة أهداف بالترتيب: طرح سؤال، المشاركة في حوار، انتقاد جهة، ثم بقية الأسباب الأخرى.

جدول (12): ترتيب القضايا التي طرحها الجمهور خلال مشاركاته في البرامج عينة البحث

الترتيب	المجموع		إذاعة تاجوراء		راديو صوت العاصمة		إذاعة غرب طرابلس		الإذاعات القضايا	
	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك		
8	3.4	28	4.6	18	0.5	1	4.3	9	الخدمات العامة	1
5	8.6	71	9.9	39	5.4	12	9.6	20	القضايا الاجتماعية	2
4	8.8	72	10.2	40	9.0	20	5.8	12	القضايا الاقتصادية	3
1	26.5	218	32.3	127	19.5	43	23.1	48	القضايا الأمنية	4
6	8.0	66	6.4	25	10.4	23	8.7	18	قضايا التعليم	5
2	21.4	176	20.4	80	28.1	62	16.3	34	القضايا الدينية	6
3	14.6	120	11.2	44	18.1	40	17.3	36	القضايا السياسية	7
9	2.1	17	2.3	9	1.4	3	2.4	5	القضايا الصحية	8
10	-	-	-	-	-	-	-	-	قضايا بيئية	9
10	-	-	-	-	-	-	-	-	قضايا ثقافية	10
7	6.6	54	2.8	11	7.7	17	12.5	26	غير محدد	11
	100	*822	100	393	100	221	100	208	المجموع	

بعض المشاركين طرح أكثر من قضية في المشاركة الواحدة \*

من خلال الجدول السابق نلاحظ أن القضايا الأمنية جاءت في مقدمة اهتمامات الجمهور بنسبة 26.5%، ثم القضايا الدينية بنسبة 21.4%، فالقضايا السياسية بنسبة 14.6%، ثم القضايا الاقتصادية بنسبة 8.8%. بينما لم يول الجمهور الاهتمام المطلوب بمختلف القضايا الأخرى لا سيما القضايا البيئية والثقافية.

جدول (13): ترتيب القضايا والمشكلات التي طرحها القائم بالاتصال

الترتيب	المجموع		إذاعة تاجوراء		راديو صوت العاصمة		إذاعة غرب طرابلس		الإذاعات القضايا	
	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك		
6	5.3	7	2.9	2	7.1	2	8.8	3	الخدمات العامة	1
7	4.5	6	2.9	2	7.1	2	5.9	2	قضايا اجتماعية	2
4	12.1	16	17.1	12	3.6	1	8.8	3	قضايا اقتصادية	3
4	12.1	16	15.7	11	10.7	3	5.9	2	القضايا الأمنية	4
8	3.0	4	1.4	1	3.6	1	5.9	2	قضايا التعليم	5
2	13.6	18	17.1	12	7.1	2	11.8	4	القضايا الدينية	6
1	18.2	24	12.9	9	28.6	8	20.6	7	القضايا السياسية	7
3	12.9	17	17.1	12	7.1	2	8.8	3	القضايا الصحية	8
5	6.1	8	2.9	2	7.1	2	11.8	4	قضايا بيئية	9
4	12.1	16	10.0	7	17.9	5	11.8	4	قضايا ثقافية	10
	100	132	100	70	100	28	100	34	المجموع	

من خلال الجدول السابق أن القائم بالاتصال اهتم في المقام الأول بالقضايا السياسية بنسبة 18.2%، تلتها القضايا الدينية بنسبة 13.6% فالصحية بنسبة 12.9%، ثم القضايا الثقافية والاقتصادية والأمنية في المرتبة الرابعة ونسبة 12.1% لكل قضية، فيما تحصلت القضايا الأخرى على نسب متدنية.

جدول (14) مقارنة بين ترتيب القضايا التي طرأها القائم بالاتصال والجمهور

م	القضايا	القائم بالاتصال			الجمهور		
		ك	%	الترتيب	ك	%	الترتيب
1	الخدمات العامة	7	5.3	6	28	3.4	8
2	القضايا الاجتماعية	6	4.5	7	71	8.6	5
3	القضايا الاقتصادية	16	12.1	4	72	8.8	4
4	القضايا الأمنية	16	12.1	4	218	26.5	1
5	قضايا التعليم	4	3.0	8	66	8.0	6
6	القضايا الدينية	18	13.6	2	176	21.4	2
7	القضايا السياسية	24	18.2	1	120	14.6	3
8	القضايا الصحية	17	12.9	3	17	2.1	9
9	قضايا بيئية	8	6.1	5	0	0.0	10
10	قضايا ثقافية	16	12.1	4	0	0.0	10
11	غير محدد	0	0.0	9	54	6.6	7
	المجموع	132	100	-	822	100.0	-

من خلال الجدول السابق نلاحظ أن أولويات القائم بالاتصال تختلف بشكل واضح عن أولويات الجمهور فيما يتعلق بتناول الكثير من القضايا وبالأخص السياسية والأمنية، فما جاء في أعلى أولويات الجمهور (القضايا الأمنية)، وجاء في أولويات القائم بالاتصال (القضايا السياسية) وهذه الأخيرة جاءت في المرتبة الثالثة بالنسبة للجمهور، فيما يهتم الجمهور والقائم بالاتصال في المرتبة الثانية بالقضايا الدينية، وأيضاً يهتمان بالقضايا الاقتصادية بنفس الدرجة وهي الرابعة. كما يلاحظ أن القائم بالاتصال تناول قضايا صحية بشكل كبير في برامجه، نظراً لتفشي وباء كورونا ما وضعها في الترتيب الثالث وفقاً لأولوياته، في حين جاءت في الترتيب التاسع بالنسبة للجمهور. أهم النتائج.

- 1- لا يوجد توافق بين أجندة القائم بالاتصال في الإذاعات المحلية وأجندة الجمهور المستهدف.
- 2- مستوى مشاركة الجمهور في برامج الإذاعات المحلية ليس مرتبط بما يطرحة القائم بالاتصال بل يعتمد على أجندة الجمهور.

- 3- لا تتطابق أولويات الجمهور مع أولويات القائم بالاتصال.
- 4- حجم مشاركة وتفاعل الجمهور في طرابلس الكبرى في برامج الإذاعات المحلية متدن.
- 5- أكثر البرامج مشاركة هي البرامج السياسي، ثم الدينية، ثم التراثية.
- 6- أبرز القضايا التي طرحها الجمهور (الأمنية، فالسياسية، ثم القضايا الاقتصادية)
- 7- ما تزال الإذاعات المحلية تركز على قالب الحوار فقط في عرض القضايا والمشكلات، ولا تولي القوالب الأخرى الاهتمام المطلوب.
- 8- زمن مشاركات الجمهور في برامج الإذاعات المحلية متدن، فقد شكل نسبة 11.6 % فقط من إجمالي زمن البرامج، وهذا يدل على تدني تفاعل الجمهور بشكل عام مع البرامج محل البحث أو ربما لعدم إتاحة الفرصة أمامه.
- 9- الإناث أكثر مشاركة - بشكل عام - في برامج الإذاعات المحلية من الذكور، وبالأخص البرامج الاجتماعية والتراثية والصباحية والدينية، لكن الذكور أكثر مشاركة في البرامج السياسية.
- 10- يخصص القائم بالاتصال زمناً أطول لمشاركات الجمهور في البرامج الدينية بنسبة بلغت 20.6% من زمن البرنامج، وهذا مرده إلى طبيعة البرامج التي غالباً ما تعتمد على الفتاوى واتصالات الجمهور الهاتفية، وفي المرتبة الثانية يشارك الجمهور في البرامج التراثية بنسبة 17.2%، ثم السياسية بنسبة 11.1%، بالاجتماعية بنسبة 10.4%، والنسبة الأقل للبرامج الصباحية.
- 11- يعد الهاتف الوسيلة الرئيسية الأولى التي يشارك بها الجمهور في برامج الإذاعات المحلية، فمازال الجمهور في طرابلس الكبرى يعتمد على وسيلة الهاتف للمشاركة في برامج الإذاعات المحلية بنسبة بلغت 91.1% من إجمالي عدد المشاركات عبر الوسائل الأخرى المتاحة، فيما توزعت بقية النسب وهي ضئيلة على وسائل أخرى وهي أقل أهمية إما بالنسبة للجمهور كما يبدو، أو لأن الإذاعات المحلية لم تهتم باستخدامها.
- 12- تتمحور أغلب مشاركات الجمهور في طرح سؤال، وقد أثر في هذه النتيجة بطبيعة الحال وجود البرامج الدينية، التي تستخدم نمط أو قالب التقديم الذي يعتمد على وجود ضيف، والذي في الغالب يوجه له الجمهور الأسئلة.



- 13- يهتم القائم بالاتصال وبشكل كبير بالقضايا السياسية، تليها مباشرة القضايا الدينية، فيما احتلت القضايا الصحية المرتبة الثالثة على الرغم من عدم وجود أي برنامج صحي ضمن عينة البحث وهذا مرده إلى اهتمام القائم بالاتصال بالجانب التوعوي مع تفشي وباء كورونا في البلاد، فيما تأتي القضايا الاقتصادية والأمنية والثقافية في المرتبة الرابعة.
- 14- من المفاجئ أن القضايا الأمنية جاءت في أعلى أولويات الجمهور، بينما جاءت في المرتبة الرابعة بالنسبة للقائم بالاتصال.

#### التوصيات:

- 1- توفير مساحات أوسع لمشاركات الجمهور.
- 2- تخصص وسائل أخرى لمشاركة الجمهور مثل الرسائل النصية القصيرة SMS وشبكات التواصل، أو عبر تسجيل لقاءات واستطلاعات من الجمهور.
- 3- ضرورة اهتمام القائم بالاتصال وبشكل أكثر بأجندة الجمهور.

#### المراجع

- الكتب:
1. إبراهيم مصطفى وآخرون، المعجم الوسيط، الجزء الأول، ط2، اسطنبول: دار الدعوة، 1989.
  2. السيد أحمد مصطفى، الإعلام التخصصي، بنغازي: منشورات جامعة قارونس، 1997.
  3. بسيوني إبراهيم حمادة، وسائل الإعلام والسياسة: دراسة في ترتيب الأولويات، مكتبة نهضة الشرق، القاهرة، 1996.
  4. سارة بوريش، نظريات الإعلام والاتصال، دار الإصدار العلمي للنشر والتوزيع، عمان، 2018.
  5. سامي الشريف، الإذاعات المحلية: الفكرة والتطبيق، القاهرة: دار الفكر العربي، 1988.
  6. شيماء ذو الفقار زغيب، مناهج البحث العلمي والاستخدامات الإحصائية في الدراسات الإعلامية، ط1، القاهرة: الدار المصرية اللبنانية، 2009.
  7. محمد بن أبي بكر عبد القادر الرازي، مختار الصحاح، طبعة مدققة، بيروت: مكتبة لبنان، 1986، ص، 94.
  8. محمد عبد المالك المتوكل، مدخل إلى الإعلام والرأي العام، القاهرة: مكتبة الإنجلو المصرية، 1991.
  9. نوال عمر، الإذاعات الإقليمية: دراسة نظرية تطبيقية مقارنة، القاهرة: دار الفكر العربي، 1993.
  10. Jan Servaes. **Communication for Development and Social Change**, published by the United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization (UNESCO), 2008.

#### الدراسات العلمية:

1. الفيتوري صالح السطى، الإذاعات المحلية والتنشئة السياسية في ليبيا، دراسة حالة: إذاعة سرت المحلية 2000-2004، رسالة ماجستير، غير منشورة، (سرت: جامعة التحدي، كلية الاقتصاد والعلوم السياسية، 2006).
2. عادل عاشور محمد خليفة، الإذاعات المسموعة ودورها في تنمية المجتمع الليبي، رسالة ماجستير، غير منشورة، (طرابلس: أكاديمية الدراسات العليا، مدرسة الإعلام والفنون، 2007).
3. محمد فرج النقرات، العلاقة المتبادلة بين القائم بالاتصال والجمهور المستهدف في الإذاعات المحلية، رسالة ماجستير، غير منشورة، (طرابلس: أكاديمية الدراسات العليا، مدرسة الإعلام والفنون، 2007).
4. منى أحمد المشمر، دور الإذاعات المحلية في تنمية المرأة الريفية في ليبيا: دراسة تحليلية وميدانية لإذاعة النقاط الخمس، رسالة ماجستير، غير منشورة، (طرابلس: أكاديمية الدراسات العليا، مدرسة الإعلام والفنون، 2009).

#### الهوامش

- i- سامي الشريف، الإذاعات المحلية: الفكرة والتطبيق، القاهرة: دار الفكر العربي، 1988، ص 19.
- ii- محمد عبد المالك المتوكل، مدخل إلى الإعلام والرأي العام، القاهرة: مكتبة الإنجلو المصرية، 1991، ص 30.
- iii- إبراهيم مصطفى وآخرون، المعجم الوسيط، الجزء الأول، ط2، اسطنبول: دار الدعوة، 1989، ص 318.
- iv- محمد بن أبي بكر عبد القادر الرازي، مختار الصحاح، طبعة مدققة، بيروت: مكتبة لبنان، 1986، ص 94.
- v- السيد أحمد مصطفى، الإعلام التخصصي، بنغازي: منشورات جامعة قاريونس، 1997، ص ص 188-189.
- vi- سامي الشريف، الإذاعات المحلية: الفكرة والتطبيق، القاهرة: دار الفكر العربي، 1988، ص ص 22، 23.
- vii- نوال عمر، الإذاعات الإقليمية: دراسة نظرية تطبيقية مقارنة، القاهرة: دار الفكر العربي، 1993، ص 51.
- viii- Jan Servaes. **Communication for Development and Social Change**, published by the United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization (UNESCO), 2008. P 26.
- ix - محمد فرج النقرات، العلاقة المتبادلة بين القائم بالاتصال والجمهور المستهدف في الإذاعات المحلية، رسالة ماجستير، غير منشورة، (طرابلس: أكاديمية الدراسات العليا، مدرسة الفنون والإعلام، 2007).
- x - للمزيد أنظر:
- سارة بوريش، نظريات الإعلام والاتصال، دار الإعصار العلمي للنشر والتوزيع، عمان، 2018
- بسيوني إبراهيم حمادة، وسائل الإعلام والسياسة: دراسة في ترتيب الأولويات، مكتبة نهضة الشرق، القاهرة، 1996
- xi. شيماء ذو الفقار زغيب، مناهج البحث العلمي والاستخدامات الإحصائية في الدراسات الإعلامية، ط1، القاهرة: الدار المصرية اللبنانية، 2009، ص 294.
- xii. المرجع سبق ص ص 245-246.
- xiii - منى أحمد سعيد المشمر، دور الإذاعات المحلية في تنمية المرأة الريفية في ليبيا: دراسة تحليلية وميدانية لإذاعة النقاط الخمس، رسالة ماجستير، غير منشورة، (طرابلس: أكاديمية الدراسات العليا، مدرسة الفنون والإعلام، 2009).
- xiv - محمد فرج النقرات، العلاقة المتبادلة بين القائم بالاتصال والجمهور المستهدف في الإذاعات المحلية، رسالة ماجستير، غير منشورة، (طرابلس: أكاديمية الدراسات العليا، مدرسة الفنون والإعلام، 2007).
- xv - الفيتوري صالح السطى، الإذاعات المحلية والتنشئة السياسية في ليبيا، دراسة حالة: إذاعة سرت المحلية 2000-2004، رسالة ماجستير، غير منشورة، (سرت: جامعة التحدي، كلية الاقتصاد والعلوم السياسية، 2006).
- xvi- عادل عاشور محمد خليفة، الإذاعات المسموعة ودورها في تنمية المجتمع الليبي، رسالة ماجستير، غير منشورة، (طرابلس: أكاديمية الدراسات العليا، مدرسة الفنون والإعلام، 2007)، ص 99