

مدى الفاعلية التوعوية للتطبيق الإذاعي بأجهزة الإعلام الجديد الموجهة

للحجاج والمعتمرين بالحرم المكي

(دراسة استطلاعية)

إعداد:

د. إيمان فتحي عبد المحسن حسين

أستاذ مساعد بقسم الإعلام

كلية العلوم الاجتماعية - جامعة أم القرى

مقدمة

فرض الإعلام الجديد بتطبيقاته المتعددة واقعاً إعلامياً جديداً بكل المقاييس، حيث انتقل بالإعلام إلى مستوى السيادة المطلقة من حيث الانتشار، واختراق كافة الحواجز المكانية والزمنية والتنوع اللامتناهي في الرسائل الإعلامية والمحتوى الإعلامي، لما يملكه من قدرات ومقومات الوصول والنفاذ للجميع، وامتداده الواسع بتقنياته وأدواته واستخداماته وتطبيقاته المتنوعة بلا حدود أو حواجز أو فوارق ونحو عصر جديد من التفاعلية والتواصل الإنساني وحرية الرأي والتعبير، وتدعيم دور المتلقي ليصبح متلقياً، ومنتجاً، ونشطاً، ومرسلاً في نفس الوقت دون قيد، أو رقابة، ووفقاً للمعايير التي يختارها ويحددها، ونجد في الآونة الأخيرة زيادة الإقبال على الإعلام الجديد وتطبيقاته المتنوعة للحصول على المعلومات، ومن التطبيقات التي يقبل الجمهور على استخدامها بكثرة التطبيقات الإذاعية المختلفة عن طريق مواقع الانترنت من يوتيوب، و فيسبوك، والإذاعة الالكترونية عبر الانترنت والتي أصبحت تبث عن طريق الجوال، والآي فون، والآي باد، وذلك للحصول على المعلومات عن كافة الموضوعات من خلال برامجها الثقافية والحوارية والإخبارية المتنوعة والتي تتميز بمصداقية خبرها، لذا لاحظت الباحثة انتشار أجهزة الإعلام الجديد بصورة كبيرة بين حجاج ومعتمرين بيت الله الحرام خاصة مع رخص ثمنها لذا وجدت الباحثة ضرورة التعرف على مدى الفاعلية التوعوية للتطبيق الإذاعي بأجهزة الإعلام الجديد الموجهة للحجاج والمعتمرين بالحرم المكي.

أولاً: مشكلة الدراسة وتسؤلاتها :

تمثلت مشكلة الدراسة في التساؤل الرئيسي التالي:

" ما مدى الفاعلية التوعوية للتطبيق الإذاعي بأجهزة الإعلام الجديد الموجهة للحجاج والمعتمرين بالحرم المكي؟"

تساؤلات الدراسة

ما مدى استخدام الجمهور لأجهزة الإعلام الجديد؟
ما درجة اعتماد الجمهور (عينة الدراسة) على التطبيق الإذاعي بأجهزة الإعلام الجديد الموجهة للحجاج والمعتمرين في الحصول على المعلومات؟
ما مدى استفادة الجمهور (عينة الدراسة) من التطبيق الإذاعي بأجهزة الإعلام الجديد الموجهة للحجاج والمعتمرين ؟ وما أوجه الاستفادة إن وجدت؟
هل يوافق الجمهور (عينة الدراسة) على بث قناة راديو خاصة بالحجاج والمعتمرين عن طريق سماعة راديو لاسلكية توزع عليهم؟ ولماذا؟
ما أوجه الاستفادة التي سيحصل عليها الجمهور من وجهة نظره عند بث قناة راديو خاصة بالحجاج والمعتمرين عن طريق سماعة راديو لاسلكية توزع عليهم؟
أيهما يفضل الجمهور (عينة الدراسة) التطبيقات الإذاعية بأجهزة الإعلام الجديد أم بث قناة راديو خاصة بالحجاج والمعتمرين عن طريق سماعة راديو لاسلكية توزع عليهم؟

ثانياً: أهمية الدراسة

(٢) أهمية الدور التوعوي لأجهزة الإعلام الجديد المقدم للحجاج والمعتمرين عبر التطبيقات الإذاعية بها.

(٣) تكديس الحجاج والمعتمرين من زائري المسجد الحرام والذي يزداد كل عام حتى يتعدى المليار زائر، مما يزيد من أهمية معرفة مدى الفاعلية التوعوية للتطبيق الإذاعي بأجهزة الإعلام الجديد للحجاج والمعتمرين .

ثالثاً: أهداف الدراسة

التعرف على مدى استخدام الجمهور لأجهزة الإعلام الجديد.
معرفة درجة اعتماد الجمهور (عينة الدراسة) على التطبيق الإذاعي بأجهزة الإعلام الجديد الموجهة للحجاج والمعتمرين في الحصول على المعلومات.
معرفة مدى استفادة الجمهور (عينة الدراسة) من التطبيق الإذاعي بأجهزة الإعلام الجديد الموجهة للحجاج والمعتمرين، وأوجه الاستفادة إن وجدت.
التعرف على مدى موافقة الجمهور (عينة الدراسة) على بث قناة راديو خاصة بالحجاج والمعتمرين عن طريق سماعة راديو لاسلكية توزع عليهم. وأسباب ذلك.
رصد أوجه الاستفادة التي سيحصل عليها الجمهور من وجهة نظره عند بث قناة راديو خاصة بالحجاج والمعتمرين عن طريق سماعة راديو لاسلكية توزع عليهم.

معرفة أيهما يفضل الجمهور (عينة الدراسة) التطبيقات الإذاعية بأجهزة الإعلام الجديد أم بث قناة راديو خاصة بالحجاج والمعتمرين عن طريق سماعة راديو لاسلكية توزع عليهم.

رابعاً : الدراسات السابقة

دراسة : أسامة صالح حريري ١٤٢٣ هـ

بعنوان : قياس رجع الصدى لإذاعة التوعية في الحج

هدفت الدراسة إلى التعرف على واقعيه واحتياجات الجمهور بعد البث الإذاعي إليه من خلال قياس رجع الصدى من خلال استمارة استبيان لجمع البيانات

وتمثلت أهم نتائج الدراسة فيما يلي:

جاءت نسبة ٨٨.٣٪ لا يعرفون بوجود مذياع في الحافلة.

أثبتت الدراسة أن ٨٣.٨٪ لا يستمعون للإذاعة .

أهم سبب عدم التعرض لبرنامج التوعية في الحج هو عدم العلم بها.^(١)

دراسة : محمد بن علي الشريف ١٤٢٥ هـ

بعنوان : احتياجات المعتمرين التوعوية

هدفت الدراسة إلى محاولة التعرف على أنسب الوسائل ومصادر المعلومات التي يمكن أن يحصل المعتمرين عن طريقها على المعلومات الإرشادية ، وقد استخدمت الدراسة منهج المسح بالعينة، و تكون مجتمع الدراسة من المعتمرين الذين أدوا مناسك العمرة خلال شهري : شعبان ورمضان من عام ١٤٢٤ هـ، وتم استخدام الاستبيان لجمع البيانات

وتمثلت أهم نتائج الدراسة فيما يلي:

أن المعتمرين يحتاجون إلى معلومات في جميع المجالات المختلفة ؛ لذا لا بد أن تكون الأولوية للمعلومات المتعلقة بالتنقلات اليومية من وإلى مقر الإقامة والمعلومات المتعلقة بالمرافق العامة والمعلومات المتعلقة بأداء النسك.

آلية إمداد المعتمر بالمعلومات الإرشادية التي يحتاجها أثناء تأدية النسك هي مرشد ديني من بلد المعتمد ، حيث أفاد بذلك (٦٨.٢٪) من المبحوثين ، ثم يأتي بعد ذلك أحد المرافقين ، ومرشد

(١) أسامة صالح حريري. " قياس رجع الصدى لإذاعة التوعية في الحج" بحث منشور (جامعة أم القرى ، معهد خادم الحرمين الشريفين لأبحاث الحج ، مكة المكرمة، ١٤٢٣هـ).

مؤسسة العمرة ، والكتب الإرشادية ، ومرشدو التوعية في المملكة ، والمحاضرات ، ووسائل الإعلام المختلفة .^(٢)

خامساً: فروض الدراسة

توجد فروق إحصائية في معدلات استخدام المبحوثين للتطبيق الإذاعي تعزى للمتغيرات الديموجرافية لصالح الذكور .

توجد فروق ذات دلالة إحصائية في معدل الاعتماد على التطبيق الإذاعي بجهازك في الحصول على المعلومات المختلفة تعزى للمتغيرات الديموجرافية لصالح الإناث .

توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين أفراد عينة الدراسة (ذكور - إناث) في معدل الاهتمام بالمعلومات التوعوية المقدمة بالتطبيق الإذاعي بجهازك لصالح الذكور .

توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين معدل استخدام المبحوثين للتطبيق الإذاعي وبين معدل اهتمام عينة الدراسة بالمعلومات التوعوية المقدمة بالتطبيق الإذاعي .

توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين معدل استخدام المبحوثين للتطبيق الإذاعي وبين زيادة اعتمادهم على التطبيق الإذاعي في الحصول على المعلومات المختلفة .

توجد فروق إحصائية في معدل موافقة عينة الدراسة على بث قناة راديو خاصة بالحجاج والمعتمرين عن طريق سماعة راديو لاسلكية توزع عليهم تعزى للمتغيرات الديموجرافية لصالح الإناث .

سادساً: نوع ومنهج الدراسة

نوع الدراسة: تنتمي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية

منهج الدراسة: تستخدم هذه الدراسة منهج المسح بالعينة .

سابعاً: مصطلحات الدراسة

الفاعلية التوعوية (تعريف إجرائي): تقصد بها الباحثة في هذه الدراسة مدى نجاح البرامج الإذاعية عبر التطبيقات الإذاعية في توعية الجمهور من الحجاج والمعتمرين وتقديم المعلومات المفيدة لهم .

التطبيقات الإذاعية (تعريف إجرائي): تقصد بها الباحثة في هذه الدراسة البرامج الإذاعية المقدمة عبر الأثير الفضائي بأجهزة الإعلام الجديد .

أجهزة الإعلام الجديد (تعريف إجرائي): تقصد بها الباحثة في هذه الدراسة الآي فون ، والآي باد ، والحوال المحمول ، واللاب توب ، وكافة الأجهزة الحديثة التي تستقبل البرامج الإذاعية عبر الانترنت .

ثامناً: عينة الدراسة

(٢) محمد بن علي الشريف . " احتياجات المعتمرين التوعوية " بحث منشور (جامعة أم القرى ، معهد خادم الحرمين الشريفين لأبحاث الحج ، مكة المكرمة، ١٤٢٥هـ).

ستقوم الباحثة بتطبيق الدراسة على عينة عشوائية قوامها (٤٠٠) مفردة من زائري المسجد الحرام.

تاسعاً: أدوات الدراسة

-استمارة استبيان إعداد الباحثة

عاشراً: المعاملات الإحصائية

التكرارات البسيطة والنسب المئوية.

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية.

معامل ارتباط بيرسون للعلاقة الخطية بين المتغيرات.

اختبار Chi Square Test ٢٤

معامل كرامرز في Cramer, S V .

اختبار T- Test

الإطار النظري

أولاً: التوعية الإعلامية للجمهور

تعتبر التوعية الإعلامية للجماهير باختلاف فئاتها من خلال وسائل الإعلام من أنجح الوسائل للوصول للأهداف المراد تحقيقها من خلال هذه الوسائل سواء كانت وسائل مرئية او مطبوعة أو مسموعة فلكل وسيلة من هذه الوسائل الإعلامية مميزات التي تمكنها من بلوغ مقاصدها التي تهدف إليها حيث نجد ان لوسائل الإعلام دورا فعال في التوعية باختلاف موضوعاتها.

وتستطيع وسائل الإعلام أيضا أن تقوم بدورها الأكثر فعالية في النقاش العام فباستطاعتها عبر تعليقاتها وتحقيقاتها أن تعجب الناس لتأييد سياسات معينة أو إصلاحات تشعر بأنه يجب تطبيقها، ويمكنها كذلك أن تعمل كمنبر للمنظمات والأفراد للتعبير عن آرائهم و ردودهم المختلفة عبر رسائل القراء ونشر المقالات والتعليقات التي تحمل وجهات نظر مختلفة لمختلف شرائح المجتمع.

وبما أن الغاية الأساسية من ممارسة الإعلام هي الإقناع عن طريق تزويد الجمهور بالمعلومات والحقائق التي تعبر تعبيرا موضوعيا عن عقليته واتجاهاته وميوله ،وإذا كانت الوظيفة الإعلامية تسعى إلى التعبير عن الواقع ، أو نقل الخبرات العملية ، فإنه بإمكان الوسائل التي أفرزتها ثورة الاتصالات أن تضاعف مدى انتشار الرسالة الإعلامية حتى بين الذين لا يستطيعون قراءة الكلمة المكتوبة، فالتطور في وسائل الاتصال يساعد في توسيع نطاق المعرفة وتهيئة قنوات اتصال يستطيع كل صاحب رسالة أن يصل بها فئات كبيرة من الجماهير.

وما سبق يقود إلى تبني افتراض قوي بوجود علاقة بين الإعلام وتنمية الوعي بالمجالات المختلفة .
(١)

وهناك العديد من الخيارات المتاحة لاستغلال وسائل الإعلام في نشر الرسالة التوعوية وسط الفئات المستهدفة وذلك علي النحو التالي:

أ- الإعلام المسموع: ويتم من خلال الكلمة المسموعة يلعب الصوت دوراً بالغ الأهمية في التأثير على المتلقي بما يحمل من خصوصيات في التنغيم والنبر والجهر والهمس
ب- الإعلام الإلكتروني : وقد زادت أهميتها بازدياد أهمية شبكة المعلومات العالمية كوسيط إعلامي هائل حتى وصلت إلى المستوى المتقدم الذي نراه في العالم من حولنا.

ثانياً:الإذاعة

تمثل الإذاعة أهمية متعاضمة بالنظر لما تجده من تجاوب جمهور المتلقين والأثر الذي تحدثه على الرأي العام فالعمل الإذاعي ذا مكانة هامة جداً فهو وسيلة لأخذ المعلومة و للترفيه، لذا فإن النشر عبر الإذاعة ذا أهمية قصوى في تبليغ الرسالة للمجتمع بكافة أشكاله وأنواعه.

خصائص الإذاعة كوسيلة إعلامية (١) :

تتميز الإذاعة بما تقوم بها من دور فعال في تحرير خيال المستمع وإطلاقه بلا قيود لا يحتاج سماع الإذاعة لجهد وعناء ، كما هو الحال بالنسبة لقراءة الصحيفة أو مشاهدة التلفزيون. تتيح الإذاعة للمستمعين الأميين الذين لا يقرءون ولا يكتبون فرصة الحصول على الثقافة والمعرفة والمتابعة للأحداث والأخبار والأنشطة التي تقع في داخل الوطن وخارجه. يستطيع المستمع القيام بأنشطة مختلفة أثناء سماعه للإذاعة. تبدو الأشياء التي يتم سماعها عبر الإذاعة وكأنها تحدث الآن الراديو صغير الحجم سهل الحمل ينقله من مكان إلى آخر ، ولا يشغل حيزاً كبيراً مما يجعله يؤدي دوره بكفاءة عالية دون أي عناء للمستمع .

ويتمثل دور وسائل الإعلام في تنمية المجتمع فيما يلي:
أولاً: التوجيه وتكوين المواقف والاتجاهات: إن توجيه المجتمع يمارس بشكل مباشر وغير مباشر على السواء عن طريق وسائل الإعلام

ثانياً: زيادة الثقافة والمعلومات: التثقيف العام هدفه هو زيادة ثقافة الفرد بواسطة وسائل الإعلام

(١)-تم الرجوع في الجزء السابق إلي المراجع التالية:

-عبدالعزیز شرف" الاعلام ولغة الحضارة" ،(سلسلة كتابك، مطابع دار المعارف، ١٩٧٧) ،ص ص ١٤ :٢٠ .

-محمد فريد الصحن " الإعلان " الطبعة الأولى (الدار الجامعية ، ١٩٨٨) ،ص ص ١٣ :٢٧ .

(١) عبدا لله زلطة . الكتابة للراديو والتلفزيون " ، (القاهرة : دار الكتاب الجامعي ، ٢٠٠٣ م) ، ص ص ٣٠ : ٣٢ .

ثالثاً: الاتصال الاجتماعي والعلاقات البينية: التعارف الاجتماعي يتم عن طريق وسائل الإعلام التي تتولى تعميق الصلات الاجتماعية وتنميتها.

رابعاً: الترفيه عن الجمهور وتسلية: وتقوم وسائل الإعلام بما تقوم به من وظائف بمهمة ملء أوقات الفراغ عند الجمهور بما هو مسل ومرفه

- الوظيفة الاخبارية والتي تتمثل في جمع وتخزين ونشر الاخبار العالمية والمحلية والرسائل الاخبارية المتنوعة

- الوظيفة السياسية للإعلام أهمية خاصة في المشاركة في العملية السياسية من خلال تركيز الانتباه على قضايا معينة فالالاتصال يؤثر بشكل كبير في صنع القرارات

- وظيفة اقتصادية : حيث جعل الاتصال من المؤسسات الاعلامية مؤسسات تجارية والى جانب ذلك هناك الوظائف الثقافية للإعلام والاتصال

أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة:

توجد فروق إحصائية في معدلات استخدام المبحوثين للتطبيق الإذاعي تعزى للمتغيرات الديموجرافية لصالح الذكور.

لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين أفراد عينة الدراسة (ذكور - إناث) في معدل الاعتماد على التطبيق الإذاعي بجهازك في الحصول على المعلومات المختلفة.

توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين أفراد عينة الدراسة (ذكور - إناث) في معدل الاهتمام بالمعلومات التوعوية المقدمة بالتطبيق الإذاعي بجهازك لصالح الذكور.

توجد علاقة ذات دلالة احصائية بين معدل استخدام المبحوثين للتطبيق الإذاعي وبين معدل اهتمام عينة الدراسة بالمعلومات التوعوية المقدمة بالتطبيق الإذاعي.

توجد علاقة ذات دلالة احصائية بين معدل استخدام المبحوثين للتطبيق الإذاعي وبين زيادة اعتمادهم على التطبيق الإذاعي في الحصول على المعلومات المختلفة.

توجد فروق إحصائية في معدل موافقة عينة الدراسة على بث قناة راديو خاصة بالحجاج والمعتمرين عن طريق سماعة راديو لاسلكية توزع عليهم تعزى للمتغيرات الديموجرافية لصالح الإناث.

أن نسبة ٧٥.٣٪ من أفراد العينة لديهم جهاز اعلام جديد.

أن نسبة ٥٠.٥٪ من أفراد العينة يستخدمون التطبيق الإذاعي بأجهزة الاعلام الجديد.

أن أبرز أسباب استخدام عينة الدراسة للتطبيق الإذاعي التي تبث على أجهزة الاعلام الجديد (موبايل - تابلت- أي باد - أي فون) في الترتيب الأول هي الاستماع إلى إذاعة القرآن الكريم بنسبة

٧٣.٧٪ ، يليها في الترتيب الثاني الاستماع إلى البرامج الدينية المختلفة بنسبة ٦٤.٥٪ ، بينما جاء في الترتيب الاخير تعلم مناسك الحج والعمرة الصحيحة بنسبة ٧.٢٪.

أن أبرز أسباب عدم استخدام عينة الدراسة للتطبيق الإذاعي التي تبث على أجهزة الإعلام الجديد (موبايل - تابلت - أي باد - أي فون) في الترتيب الأول لا يوجد لدي وقت بنسبة ٣٦.٩٪ ، يليها في الترتيب الثاني لدي طرق أخرى للحصول على المعلومات بنسبة ٣٢.٢٪، بينما جاء في الترتيب الأخير لعدم بث برامجه بلغتي بنسبة ٧.٤٪.

أن نسبة ٥٩.٥٪ من أفراد العينة لا يعتمدون على التطبيق الإذاعي .

أن أبرز أنواع المعلومات التي اكتسبتها عينة الدراسة من خلال تعرضها للتطبيق الإذاعي التي تبث على أجهزة الاعلام الجديد (موبايل - تابلت - أي باد - أي فون) في الترتيب الأول فتاوى دينية متعلقة بموضوعات مختلفة بنسبة ٥٨.٢٪ ، يليها في الترتيب الثاني معلومات عن مناسك الحج والعمرة الصحيحة بنسبة ٤٩.٢٪ ، بينما جاء في الترتيب الاخير معلومات عن كيفية التواصل مع الدفاع المدني في حالات الطوارئ بنسبة ١٥.٦٪ .

أن نسبة ٥٢.٥٪ من أفراد العينة لا يهتمون بالمعلومات التوعوية المقدمة بالتطبيق الإذاعي .

أن نسبة ٩١.٥٪ من أفراد العينة يوافقون على بث قناة راديو خاصة بالحجاج والمعتمرين عن طريق سماعة راديو لاسلكية توزع عليهم.

أن أبرز أسباب موافقة عينة الدراسة على بث قناة راديو خاصة بالحجاج والمعتمرين عن طريق سماعة راديو لاسلكية توزع عليهم في الترتيب الأول السبب القائل ضمان صحة ما يبث بها من معلومات وفتاوى بنسبة ٧٧.٩٪ ، يليها في الترتيب الثاني السبب القائل تنوع البرامج التي ستبث بها لتوصيل المعلومة بنسبة ٧٠.٨٪ ، يليها في الترتيب الثالث السبب القائل لضمان استخدامها برامج تبث بلغات مختلفة ٦٧.٥٪.

أن أبرز أسباب تفضيل عينة الدراسة بث قناة راديو خاصة بالحجاج والمعتمرين عن طريق سماعة راديو لاسلكية توزع عليهم جاء في الترتيب الأول السبب القائل لأنها ستقدم معلومات توعوية مركزة وقوية عن الحج والعمرة بنسبة ٧٩.٦٪ ، يليها في الترتيب الثاني السبب القائل لأنها ستنقل شعائر الحج وتقدم المساعدات للحجاج بنسبة ٥٦.١٪ ، يليها في الترتيب الثالث السبب القائل لأنني سأستمع من خلالها لجميع مشايخ الحرم بنسبة ٥٢٪.

أن أبرز مقترحات عينة الدراسة لزيادة فاعلية التطبيق الإذاعي بأجهزة الإعلام الجديد الموجهة للحجاج والمعتمرين في الترتيب الأول المقترح القائل تعدد اللغات المستخدمة بنسبة ٥٨.٨٪ ، يليها في الترتيب الثاني المقترح القائل ضمان المصداقية فيما يبث من معلومات بنسبة ٢٣.٣٪.

أن أبرز مقترحات عينة الدراسة لتفعيل بث قناة راديو خاصة بالحجاج والمعتمرين عن طريق سماعة راديو لاسلكية توزع عليهم في الترتيب الأول المقترح القائل استخدام كل لغات العالم بنسبة ٤٣.٨٪ ، يليها في الترتيب الثاني المقترح القائل توفير سبل لشحن البطارية بنسبة ٢٨.٥٪ ، يليها في الترتيب الثالث المقترح القائل أن توزع السماعات مجاناً بنسبة ٢٤٪ .

التوصيات المقترحة

القيام ببث قناة راديو خاصة بالحجاج عن طريق توزيع سماعة راديو لاسلكية إليهم. أن يتم توزيع السماعات على مطوفي الحملات بحيث يكونوا مسئولين عن تسليمها للحجاج واستلامها منهم في نهاية مناسك الحج والعمرة، وأن يكون مسئول عن تسليمها للجهات المسؤولة. أن تكون السماعات بتكلفة رمزية للحجاج والمعتمرين. توفير سماعات في مناطق معروفة تباع بأسعار رمزية. توفير سماعات صوت في أماكن الحملات موصلة بالقناة حتى يستطيع الحجاج الاستماع إليها في حين ضعف شحن البطارية فقدها. أن يتم التنوع في استخدام اللغات .

مراجع الدراسة

أولاً: الأبحاث المنشورة

أسامة صالح حريري. " تحليل البث الإذاعي لقناة الاتصال الجماهيري (إذاعة الحج بمنى) من خلال منظور الخماسية " بحث منشور (جامعة أم القرى ، معهد خادم الحرمين الشريفين لأبحاث الحج ، مكة المكرمة، ١٤٢٥هـ).

محمد بن علي الشريف . " احتياجات المعتمرين التوعوية" بحث منشور (جامعة أم القرى ، معهد خادم الحرمين الشريفين لأبحاث الحج ، مكة المكرمة، ١٤٢٥هـ).

ثانياً: الكتب العربية

عبدالعزیز شرف " الاعلام ولغة الحضارة" ،(سلسلة كتابك، مطابع دار المعارف، ١٩٧٧).

عبدالله زلطة . الكتابة للراديو والتلفزيون" ، (القاهرة : دار الكتاب الجامعي ، ٢٠٠٣م).

محمد فريد الصحن " الإعلان " الطبعة الأولى (الدار الجامعية ، ١٩٨٨).