



المملكة العربية السعودية

وزارة التعليم العالي

جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية

كلية الدعوة والإعلام

الدراسات العليا

قسم الإعلام

الاتصال السياسي في وسائل الإعلام وتأثيره في المجتمع السعودي

"دراسة تحليلية ميدانية على عينة من وسائل الإعلام وأفراد المجتمع السعودي"

في إطار رسالة مقدمة للحصول على درجة الدكتوراه في الإعلام

إعداد

سعد بن سعود بن محمد بن عبد العزيز آل سعود

الإرشاد العلمي

الدكتور محمد بن سعود البشر

الأستاذ المشارك في قسم الإعلام

٢٠٠٦ _ ١٤٢٧

بِسْمِ اللّٰهِ الرَّحْمٰنِ الرَّحِیْمِ

إهداء

إلى من قصرت في واجبي تجاههم، إلى من

منحوني صبرهم ودعواتهم، أهدى هذا

البحث ..

شكر وتقدير

الحمد لله على توفيقه، وصلى الله وسلم على رسوله، وبعد.
أتوجه بوافر الشكر والتقدير إلى المشرف الدكتور محمد بن سعود البشر، الذي منحني من علمه وجهده الكثير، وكان له الدور الكبير في توجيهي ومساعدتي على إتمام هذا البحث.

كما أتوجه بالشكر إلى جميع الأساتذة الأفاضل، الذين قاموا بتحكيم استمارات البحث، ووقفوا معي بجهودهم العلمية التي أفدت منها كثيراً، وأخص بالشكر والامتنان الدكتور عبدالله بن صالح الحقييل، الذي دعم هذا البحث بتوجيهاته العلمية المخلصة.

وأقدم شكري وتقديري إلى جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية عموماً، وكلية الدعوة والإعلام، قسم الإعلام خصوصاً؛ على ما وجدته من دعم واهتمام من الجميع، وبخاصة الدكتور محمد بن عبد العزيز الحيزان، عميد الكلية؛ لإرشاداته القيّمة ومساعدته للباحث.

ومع يقيني أن هذا البحث جهد بشري قابل للنقد والتقويم، فإنني قد بذلت جهدي في إتمامه.

والحمد لله على فضله وتيسيره.

الباحث

الخاتمة

الخاتمة

إن طبيعة العلاقة القائمة بين النظام السياسي في الدولة وبين مختلف القوى التي يمثلها أفراد المجتمع تعد أحد أهم المعايير في تقييم مستوى الاستقرار السياسي، وقدرة النظام السياسي ذاته على تحقيق أهداف المجتمع. ومع تطور النظم السياسية الحديثة، لم تعد السلطة السياسية وحدها القوة المؤثرة في ذلك، بل ظهر الرأي العام باعتباره قوة لها اعتبارها في اتخاذ القرارات وتحديد السياسات العامة في المجتمع. وكل ذلك لا يتم إلا في ظل نظام اتصالي إعلامي يعكس البنى السياسية والاجتماعية لمجتمعه، ويقوم بدور محوري في تنوير جمهوره وتوجيهه، وإقامة جسور التخاطب وتبادل المعلومات بين صناع القرار السياسي والجمهور، من أجل إيجاد الحلول ورفع مستوى أداء أجهزة السلطة وأفراد المجتمع على جميع الأصعدة.

وبما أن مفهوم الإعلام وحرية دوره تختلف من نظام سياسي إلى آخر، فإن النظام السياسي في المملكة العربية السعودية يعد حالة خاصة بين النظم السياسية المعاصرة، من حيث أن الشريعة الإسلامية تمثل مصدر السلطات العليا لهذا النظام، كما أنها المرجعية الفكرية التي تمثل الإطار العام للسياسات داخل المجتمع. وهذا يعني اختلافاً كبيراً عن النظم السياسية الأخرى، التي تستند في إطارها الفكري إلى نظريات ومفاهيم وضعية. وقد تحددت مشكلة الدراسة فيما يلي:

١- التعرف على طبيعة المضمون السياسي في وسائل الإعلام السعودية

ومصادرها.

٢- التعرف على طبيعة القضايا والأفكار السياسية لدى الجمهور ومصادره في

ذلك وعلاقته بوسائل الإعلام السعودية.

٣- معرفة مدى تلبية وسائل الإعلام السعودية لاهتمامات الجمهور السياسية

والعوامل المؤثرة في ذلك.

وخصص الباب الأول للجانب النظري من الدراسة، حيث ضم الفصل الأول منه تمهيداً وأربعة مباحث. وتناولت الدراسة، في جانبها التمهيدي، المداخل النظرية لدراسة الاتصال السياسي، منذ ظهور التجمعات الإنسانية الأولى وارتباطها بتكوين الفرد الاجتماعي والسياسي وتفاعله مع بيئته السياسية، حيث يمكن القول أن الفكر السياسي، منذ مرحلة العصر اليوناني القديم حتى نهاية العصور الوسطى، اتسم بعدة سمات، من أهمها: التركيز على قمة النظام السياسي فقط، وعدم إعطاء قدر من الاهتمام لعملية الاتصال السياسي بين الدولة وأفراد المجتمع، وسيطرة المنهجية الانطباعية في دراسة

الموضوعات السياسية وارتباطها بالفلسفة وسيادة التنظير الفلسفي. ومع بداية عصر النهضة بدأت مرحلة جديدة في الفكر السياسي والاجتماعي، من خلال طرح الفلاسفة والمفكرين لأفكار معبرة عن التغيرات السياسية والاجتماعية والمعرفية الجديدة في أوروبا، تستند في أساسها على مبادئ الديمقراطية والحرية والمساواة.

وتوصل علماء الاتصال والاجتماع والسياسة، في الخمسينيات من القرن الميلادي الماضي، إلى تحديد مفهوم الاتصال السياسي، والتعريف بأساليب وأدوات الاتصال الهادف والمؤثر في أفراد المجتمع والحكومات، بعد أن ظهرت محاولات التنظير لما يسمى بالاتصال السياسي في عام ١٩٥٦م، من خلال دراسة العلاقة بين الأنظمة السياسية الحاكمة والسلوك السياسي للأفراد، وذلك بتتبع تجارب هذه الأنظمة في التأثير على سلوك الناخبين، وتحديد دور الجماعات النشطة العاملة في المجتمع. وقد تناول المبحث الأول من الدراسة مستويات الاتصال السياسي من حيث عدد المشاركين، ومن حيث اتجاه الرسالة، وكذلك بحسب رسمية قنوات الاتصال، حيث قصد بالاتصال الرسمي أن تكون المؤسسات الاتصالية حكومية أو شبه حكومية أو تحت تأثير ونفوذ الحكومة. وهذه الوسائل قد تكون إذاعة أو تليفزيوناً أو صحيفة أو غيرها. ومن أهم أشكال المستويات الاتصالية غير الرسمية، أي التي لا تخضع لقوانين رسمية: الأحزاب السياسية وجماعات المصلحة، أو ما يسمى بجماعات الضغط، حيث يشمل ذلك الجماعات داخل تنظيم معين أو خارجه، مثل الاتصالات الشخصية واللقاءات والمناسبات الاجتماعية، كما تبرز الشائعات السياسية كأحد أهم وأخطر الأشكال الاتصالية غير الرسمية.

وفي المبحث الثاني تطرقت الدراسة إلى أبرز الاتجاهات التقليدية والحديثة في تحديد وظائف الاتصال. وأفادت الدراسة من البحوث الحديثة والتراكمات والنظريات العلمية في تحديد الوظائف السياسية للاتصال، وتمثلت في: الوظيفة الإخبارية، التنشئة السياسية، التسويق السياسي، التأثير في اتجاهات الرأي العام، الرقابة على الحكومة، المساعدة في صنع القرارات، دعم مشروعية النظام السياسي، تأكيد الشعور بالهوية الوطنية وإدارة الصراعات السياسية. كما تطرقت المبحث الثاني من الدراسة إلى وظائف الخطاب السياسي عبر وسائل الإعلام، وتأثير النظام السياسي في طبيعة وظائف النظام الاتصالي في المجتمع من خلال تناول النظريات الإعلامية التقليدية، مثل: نظرية السلطة، نظرية الحرية، نظرية المسؤولية الاجتماعية، النظرية السوفيتية أو الاشتراكية، النظرية التنموية، نظرية المشاركة الديمقراطية والرؤية الإسلامية.

وخصص المبحث الثالث لدراسة نظريات التأثير السياسي لوسائل الإعلام واتجاهاتها، وعرض لأهم النظريات التي حاولت شرح التأثيرات السياسية لوسائل الإعلام، مثل: نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام، نظرية الاستخدامات والاشباع، نظرية ترتيب الأولويات، نظرية الفجوة المعرفية ونظرية تدعيم الصمت.

أما المبحث الرابع فتناول العوامل المؤثرة في الاتصال السياسي، وشملت أولاً: خصائص النظام السياسي، وتضمنت الأنظمة السياسية التي تحدد أطر العلاقة بين وسائل الاتصال والسلطة من جانب، وبين هذه الوسائل وأفراد المجتمع من جانب آخر، بالإضافة إلى المناخ السياسي السائد في المجتمع، الذي يمثل رؤية السلطة لدور المواطن، ومدى توافر التنظيمات الحزبية والشعبية والمجالس النيابية المختلفة، بالإضافة إلى رؤية السلطة للنظام الإعلامي. ثانياً: طبيعة النظام الإعلامي كأحد المكونات الأساس للجهاز السياسي للدولة المعاصرة، الذي يخضع لمجموعة من العوامل والضغوط، مثل: قوانين وتراخيص الصدور، وقانون الملكية الفكرية، الذي يكفل الحقوق والحريات واللوائح المنظمة للمؤسسات الإعلامية، بالإضافة إلى الملكية، ومصادر التمويل، ونمط الفكر الإداري والتنظيمي الذي تنتهجه المؤسسات الإعلامية، وتوجهات السياسة التحريرية للوسيلة الإعلامية، ومستوى تأهيل القائمين عليها. كما تضمن هذا العامل الاستخدامات السياسية لشبكة الإنترنت، التي تعد قوة مكافئة لقدرة الوسائل التقليدية في ترتيب أولويات الجمهور الحديث. ثالثاً: العوامل الثقافية والاجتماعية والاقتصادية، حيث تشكل الإيديولوجية المصدر الأساس للمبادئ العامة لسياسات الدول، بالإضافة إلى القيم والعادات والتقاليد والأعراف السائدة في المجتمع والأمية وغيرها، كما أن ارتفاع مستوى دخل الفرد وعدد السكان والخبرات العملية جميعها تزيد من المشاركة في النشاطات السياسية والاجتماعية. رابعاً: العوامل الخارجية، ومن أهمها الثورة المعلوماتية، فهي الأساس الذي تركز عليه العولمة في هدفها المتمثل في إزالة الحواجز والحدود بين المجتمعات، كما أن انعكاسات الثورة التكنولوجية شملت كامل مراحل حلقة الاتصال والإعلام، حيث تراجع نتيجة لذلك دور الدولة، وبدأت تكتلات أخرى في الظهور تتمثل في تكوين المنظمات والتجمعات الإقليمية أو الجهوية.

وتناول الفصل الثاني من الجانب النظري للدراسة، الاتصال السياسي في المملكة العربية السعودية، واشتمل على ثلاثة مباحث، حيث ركز المبحث الأول منه على خصائص المجتمع السعودي وعلاقتها بالاتصال السياسي، التي تتمثل في: أولاً: التاريخ السعودي الذي تضرب جذوره في عمق الماضي، مما جعل من واقعه انعكاساً للماضي العربي الإسلامي وأصالته. ثانياً: خاصية غياب

التأثيرات الاستعمارية السلبية على البنية السياسية والاجتماعية والعقائدية السعودية. ثالثاً: الانصهار الاجتماعي الذي يميز المجتمع السعودي عن بقية المجتمعات الأخرى. رابعاً: التجانس والتكامل العقائدي للمملكة العربية السعودية، المتمثل في الدين الإسلامي الذي يمثل المصدر الوحيد للتشريع. خامساً: التلاحم بين القيادة السياسية والقاعدة الشعبية، وسهولة الاتصال السياسي بين القمة والقاعدة فيما يعرف بسياسة الباب المفتوح، وهي نموذج عريق لتقاليد الحكم في الإسلام، ودعامة من دعائم الحكم في المملكة منذ نشأته. سادساً: ما يطلق عليها سلوكيات الشورى الطبيعية التي تتم بشكل منتظم ومستمر بين ولاة الأمر وأهل الرأي والعلم والمعرفة والتخصص من المواطنين. وتناول المبحث الثاني العلاقة بين النظام السياسي ووسائل الإعلام، التي مرت بأربع مراحل هي: مرحلة الاتصال والنظام السياسي قبل ظهور وسائل الإعلام السعودية، حيث كانت وسائل الاتصال المتاحة، هي نفسها الوسائل الاتصالية البدائية التي كانت مستخدمة منذ قرون عديدة، كما كانت فلسفة الاتصال لدى موحد المملكة الملك عبد العزيز، حتى بعد استخدام وسائل الإعلام، تقوم على الاتصال المباشر بالناس، واعتمد على سياسة الباب المفتوح كتطبيق عملي للاتصال السياسي بأفراد المجتمع، وكان هذا النوع من الاتصال الشعبي المباشر أول وسيلة إعلامية فاعلة استخدمها لنشر سياساته، يليها مرحلة دور النظام السياسي في إنشاء النظام الإعلامي، فقد حرص النظام السياسي على إنشاء المؤسسات الإعلامية، كما هو الشأن بالنسبة لبقية المؤسسات السياسية والاجتماعية والاقتصادية الأخرى. وتعد صحيفة أم القرى أول وسيلة رسمية صدرت في العهد السعودي عام ١٩٢٤م. أما مرحلة تأكيد الطابع المؤسسي لوسائل الإعلام، فجاءت لتحول السمات والتوجيهات السياسية، التي كانت تسير الإعلام في مراحلها الأولى، إلى نظام أكثر شمولية لكل جوانب العملية الإعلامية والاتصالية الحديثة، من خلال صياغة السياسة الإعلامية وسن الأنظمة والقوانين المنظمة للعمل الإعلامي. بعد ذلك جاءت مرحلة الانفتاح الإعلامي وتأثيره على العلاقة بين النظام السياسي والنظام الإعلامي، بعد ظهور فترة التسعينيات من القرن الماضي، التي تميزت ليس فقط بظهور الإرسال العابر للحدود الوطنية، أو بهجرة الجمهور للوسائل المحلية، ولكن أيضاً بظهور أنماط جديدة من الاتصال السياسي، وشهدت كذلك تطوراً إعلامياً كبيراً على المستوى المحلي والإقليمي والعالمي.

وقد تناول المبحث الثالث العلاقة بين وسائل الإعلام والجمهور السعودي، التي تقوم على مجموعة من الأسس والثوابت، التي ترتبط بالقيم الدينية والتقاليد الاجتماعية والثقافة السائدة، كما تناول المبحث تطور استهلاك الجمهور لوسائل الإعلام السعودية، التي شهدت تطورات عدة، منها ما

يتعلق بالرغبة في مساندة التحولات الدولية ودعم الحريات العامة، ومنها ما يتصل بشكل مباشر بسياسة الإصلاح السياسي، والتوجهات التي يشهدها المجتمع نحو الشفافية، والاهتمام بقنوات المشاركة الشعبية، وزيادة فرص التعبير ومناقشة القضايا من خلال مساحة الوعي التي توافرت لدى أفراد المجتمع السعودي.

وقد خصص الباب الثاني لنتائج الدراسة التحليلية والميدانية الذي ضم خمسة فصول: ففي الفصل الأول منه تم استعراض الإجراءات المنهجية للدراسة، التي اشتملت على: نوع الدراسة ومنهجها وأدوات جمع المعلومات وبيانات الدراسة، مجتمع الدراسة وعيناتها، إجراءات اختبار الصدق والثبات، الإطار الزمني والجغرافي لعينات الدراسة والمعالجة الإحصائية للبيانات. واستخدم الباحث في هذه الدراسة منهج المسح بالعينة بشقيه الميداني والتحليلي، حيث تم مسح عينة من أفراد المجتمع السعودي بلغ عددهم (٥٠٦)، كما تم تحليل مضمون عينة من وسائل الإعلام السعودية ضمت الصحف والتلفزيون.

وفي الفصول الثاني والثالث والرابع تم عرض نتائج الدراسة التحليلية والميدانية، وعرض نتائج العلاقة بينهما. أما الفصل الخامس فخصص للإجابة عن تساؤلات الدراسة ومناقشة نتائجها. وقد أشارت أهم نتائج الدراسة التحليلية إلى توافق نسبي في الأهداف التي يسعى المضمون السياسي لوسائل الإعلام السعودية إلى تحقيقها؛ وإلى نوع من الاتفاق بين قائمة أهم القضايا التي تناولها التلفزيون والصحف مع الاختلاف في الترتيب، كما تبين اعتماد وسائل الإعلام السعودية على مصادرها الذاتية في الحصول على المعرفة السياسية بنسبة مرتفعة بلغت لدى التلفزيون (٧٨.٥%)، ولدى الصحف (٦٠.٥%)، في حين كان الاتجاه الإيجابي سائداً في تغطية الوسائل الإعلامية للقضايا السياسية. وقد حظيت القضايا المحلية بتغطية تلفزيونية أكبر، مقارنة بالصحف التي اهتمت بتغطية القضايا السياسية الخارجية. وقد أظهرت النتائج أن وسائل الإعلام شاركت في مناقشة القضايا السياسية بنسبة أكبر من مشاركة مسؤولي الحكومة والجمهور.

أما فيما يتعلق بنتائج الدراسة الميدانية، فقد أشارت إلى أن أهم الأهداف التي سعى الجمهور إلى تحقيقها كانت ذات طابع محلي، وإلى تصدر القضايا المحلية قائمة قضايا الجمهور، مما يشير إلى سيادة الاهتمامات المحلية لدى الجمهور.

ومن جانب آخر، فقد تصدرت قنوات التلفزيون العربية قائمة ترتيب الجمهور لمصادر المعرفة السياسية، يليها الصحف، فالإنترنت، فالاتصال الشخصي، الذي تفوق على وسائل الإعلام

السعودية المتمثلة في الإذاعة والتلفزيون والمجلات. وفيما يتعلق بترتيب الجمهور للوسائل المحلية جاءت الصحف أولاً، فالإذاعات، فالتلفزيون، وأخيراً المجلات.

كما تشير نتائج دراسة الجمهور أن دور وسائل الإعلام السعودية يقل في تقديم معلومات تمهيدية عن قرارات النظام السياسي قبل صدورها، وفي المساهمة في صناعة القرارات السياسية المحلية، بينما نجحت هذه الوسائل في توفير ومتابعة المعلومات والقرارات المتعلقة بالنظام السياسي، كما أنها أسهمت في المعرفة السياسية على النطاق المحلي أكثر من الخارجي. ورغم ذلك لم تكن لدى الجمهور ثقة بقدر كاف في المحتوى السياسي الذي تقدمه وسائل الإعلام.

ودلت النتائج على وجود علاقة ارتباطية عكسية دالة إحصائياً بين متغيرين من المتغيرات الديموجرافية لعينة الدراسة، هما: متغيراً عدد مرات السفر إلى الخارج والدخل الشهري، وبين الاعتماد على وسائل الإعلام السعودية في الحصول على المعرفة السياسية، بالإضافة إلى وجود علاقة ارتباطية طردية دالة إحصائياً بين كل من الثقة في محتوى وسائل الإعلام السعودية ونوع القضايا والاتصال الشخصي، وبين اعتماد الجمهور على وسائل الإعلام السعودية في الحصول على المعرفة السياسية.

التوصيات

يختتم الباحث دراسته بعرض لأهم التوصيات التي توصلت إليها الدراسة في جوانبها النظرية والتحليلية والميدانية، حيث جاءت على النحو الآتي:

- ١- أهمية استشعار وسائل الاتصال السعودية لما يقتضيه دورها المهني والوطني، كحلقة وصل أمينة ما بين المجتمع والنظام السياسي، من ضرورة المبادرة إلى التعبير عن القضايا والتوجهات المجتمعية، ومنح أفراد المجتمع هامشاً أكبر من الحرية وإبداء الرأي، وصولاً إلى مشاركة فاعلة حول مختلف الأفكار والقضايا، إلى جانب دورها في خدمة أهداف النظام السياسي، التي تسير بطبيعة الحال باتجاه المصلحة العامة.
- ٢- أن تقوم وسائل الاتصال، إلى جانب دورها الإخباري والمعلوماتي، بأدوار أخرى لا تقل أهمية، مثل: المساهمة في صنع القرارات السياسية، وتقديم المعلومات التمهيديّة عن قرارات النظام السياسي قبل صدورها، وتفسيرها بعد الصدور.
- ٣- يوصي الباحث بضرورة اهتمام النظام السياسي، بالمشاركة في مناقشة القضايا والقرارات السياسية عبر وسائل الإعلام، في ظل حركة الإصلاح السياسي والإداري والإعلامي التي تشهدها المملكة.
- ٤- ويوصي الباحث كذلك باهتمام النظام السياسي بالإنترنت، بوصفها وسيلة اتصال مهمة في تناول القضايا السياسية، وحلقة وصل مباشرة ما بين أفراد المجتمع وصناع القرار السياسي.
- ٥- في ظل تأصيل الشعور بحق المجتمع في الاتصال، وما يحدث من ثورة تكنولوجية في الاتصالات والفضاء الإعلامي المفتوح والمتدفق بالمعلومات، وما كشفت عنه نتائج الدراسة من تحسن في مستوى الوعي السياسي لدى أفراد المجتمع، بانفتاحه على العالم من خلال وسائل الاتصال المتعددة، لا بد أن تعمل وسائل الإعلام بكل جدية على كسب ثقة الجمهور. ولن يتم ذلك إلا من خلال استثمار الواقع الجديد للتعاطي مع القضايا المحلية والخارجية بمهنية عالية، والاستفادة من مساحة الحرية المتاحة إلى أقصى حد ممكن، والتناول النقدي الجاد والمسؤول، بهدف معالجة القضايا ذات الارتباط المباشر بالمجتمع، ومناقشة القرارات والأنظمة السياسية، وبيان جوانبها الإيجابية والسلبية، بشكل هادف وعقلاني.

- ٦- كما يوصي الباحث مؤسسات النظام السياسي بالتعاون مع الجامعات، ممثلة بالأقسام ذات الاختصاص، والمؤسسات الصحفية والإعلامية المعتمدة، في العناية والاهتمام بالأبحاث والدراسات والاستطلاعات الإعلامية القبلية والبعديّة، حول مختلف القرارات السياسية المحلية الخارجية؛ من أجل الوصول إلى أفضل الحلول والقرارات، وكذلك الاهتمام ببحوث الرأي العام.
- ٧- ضرورة اهتمام النظام السياسي بالعمل على تطوير بيئة الاتصال في المملكة، من خلال تطوير السياسات والأنظمة والقوانين الإعلامية، والحرص على دعم وتطوير الصناعة الإعلامية، وتعزيز قدرات العاملين في هذا المجال.
- ٨- يوصي الباحث بضرورة الاهتمام بالاتصال الشخصي والجمعي، باعتباره وسيلة فاعلة في نشر وتداول المعلومات وتطوير الاتجاهات. وفي هذا الصدد يوصي الباحث بإنشاء شبكة وطنية من المراكز الإعلامية تغطي كافة مناطق المملكة، بما يمكنها من الوصول إلى مختلف فئات المواطنين عن طريق الندوات والمحاضرات وحلقات النقاش والمطبوعات، التي تعمل على تجسير الفجوة المعلوماتية بين الدولة والمواطنين فيما يتعلق بكافة الشؤون المحلية والوطنية.
- ٩- ضرورة أن تقوم وسائل الإعلام السعودية بالتخطيط الإعلامي، وإجراء بحوث دورية للجمهور لاستكشاف حقيقة العلاقة بينها وبين جمهورها، بما يمكنها من التعرف على اهتمامات الجمهور واحتياجاته وبما يوفر معلومات أساسية يستند إليها التخطيط الإعلامي.
- ١٠- يوصي الباحث بأن تولي وسائل الإعلام السعودية التحليل والتفسير لكافة الأحداث والظواهر السياسية المحلية اهتمامها، وألا تصبح التغطية الإخبارية المباشرة هي الأساس في أدائها لوظائف الاتصال السياسي، وأن يتخلى التلفزيون عن أساليب التغطية الإخبارية التقليدية للأحداث المحلية، بما يمكن الجمهور من فهم الأحداث والتفاعل معها.
- ١١- يوصي الباحث المؤسسات السياسية والتنفيذية الوطنية الكبرى بضرورة العمل على تطوير قنوات اتصال فاعلة مع المؤسسات الإعلامية، بما يضمن تدفقاً سريعاً وكافياً للمعلومات التي تلزم الرأي العام، وبما يحقق أهداف هذه المؤسسات. وفي هذا الصدد يرى الباحث أهمية أن تقوم تلك المؤسسات بتدريب كوادر بشرية قادرة

على التعامل مع وسائل الإعلام، وتمثيل تلك المؤسسات في الحوارات الإعلامية المختلفة.

ملاحق الدراسة

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

المملكة العربية السعودية

وزارة التعليم العالي

جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية

كلية الدعوة والإعلام

الدراسات العليا

قسم الإعلام

استبانة

الاتصال السياسي في وسائل الإعلام

وتأثيره في المجتمع السعودي

"دراسة ميدانية على عينة من أفراد المجتمع السعودي"

في إطار رسالة مقدمة للحصول على درجة الدكتوراه في الإعلام

الجمهور الكريم..

السلام عليكم ورحمة الله وبركاته أما بعد:

فلا يخفى عليكم الأهمية التي تمثلها وسائل الإعلام (صحف - إذاعة - تليفزيون .. الخ) في نشر المعرفة لأفراد المجتمع وتلبية احتياجاته ومساعدته في التعرف على سياسات الحكومة والأبعاد السياسية لقراراتها إضافة إلى مساعدة الحكومة في معرفة اتجاهات المجتمع وأفكاره حول مختلف القضايا من أجل بناء جسور التواصل وتبادل المعلومات بين صانعي القرار السياسي وأفراد المجتمع. وتأتي هذه الدراسة لتحقيق من مدى نجاح وسائل الإعلام السعودية في تحقيق تطلعات كل من الحكومة وأفراد المجتمع من خلال هذه الاستبانة التي آمل تفضلكم بالإجابة على أسئلتها بدقة ووضوح خاصة وأن بيانات هذه الاستبانة لن تستخدم إلا لأغراض علمية بحته تخدم أهداف الدراسة كما أن غالب أسئلة هذه الاستبانة لا تتطلب أكثر من وضع علامة () أمام الإجابة المناسبة مما سيختصر الوقت شاكراً ومقدراً تعاونكم ومشاركتم في هذه الدراسة.

أخوكم

سعد بن سعود بن محمد بن عبد العزيز آل سعود

المحاضر في قسم الإعلام

الرياض ص.ب ٥٣٦٨٣ الرمز ١١٥٥٣

١٤٢٤هـ

١- ما أهم قضية تشغلك هذه الأيام؟

.....
.....
.....
.....

٢- الرجاء تحديد درجة اعتمادك على المصادر التالية للحصول على معلومات عن القضايا التي تهتمك:

- التلفزيون السعودي (القناة الأولى) :

لا اعتمد اعتمد بقوة اعتمد اعتمد بدرجة متوسطة بدرجة ضعيفة لا اعتمد

- قنوات التلفزيون الفضائية العربية:

لا اعتمد اعتمد بقوة اعتمد اعتمد بدرجة متوسطة بدرجة ضعيفة لا اعتمد

- قنوات التلفزيون الفضائية الأجنبية:

لا اعتمد اعتمد بقوة اعتمد بدرجة متوسطة اعتمد بدرجة ضعيفة لا اعتمد

- الصحف السعودية:

لا اعتمد اعتمد بقوة اعتمد بدرجة متوسطة اعتمد بدرجة ضعيفة لا اعتمد - المجلات ودية:

لا اعتمد اعتمد بقوة اعتمد بدرجة متوسطة اعتمد بدرجة ضعيفة لا اعتمد

- الصحف والمجلات العربية:

لا اعتمد اعتمد بقوة اعتمد اعتمد بدرجة متوسطة بدرجة ضعيفة لا اعتمد

- الصحف والمجلات الأجنبية:

لا اعتمد اعتمد بقوة اعتمد اعتمد بدرجة متوسطة بدرجة ضعيفة لا اعتمد

- الإذاعات السعودية:

لا اعتمد اعتمد بقوة اعتمد اعتمد بدرجة متوسطة بدرجة ضعيفة لا اعتمد

- الإذاعات العربية:

لا اعتمد اعتمد بقوة اعتمد بدرجة متوسطة اعتمد بدرجة ضعيفة لا اعتمد - الإذاعات

- الأجنبية:

لا اعتمد اعتمد بقوة اعتمد اعتمد بدرجة متوسطة بدرجة ضعيفة لا اعتمد

- الإنترنت:

لا اعتمد اعتمد بقوة اعتمد اعتمد بدرجة متوسطة بدرجة ضعيفة لا اعتمد

- الآخرين من أقارب وأصدقاء الخ.. :

لا اعتمد اعتمد بقوة اعتمد اعتمد بدرجة متوسطة بدرجة ضعيفة لا اعتمد

- مصادر أخرى:

لا اعتمد اعتمد بقوة اعتمد اعتمد بدرجة متوسطة بدرجة ضعيفة لا اعتمد

٣- أي الموضوعات والقضايا التالية تحظى باهتمامك عند متابعتك وسائل الإعلام السعودية؟

- الموضوعات ذات العلاقة بالحكومة مثل المشروعات والقوانين واللوائح والأنظمة:

مهمة جداً مهمة لدرجة متوسطة مهمة ضعيفة غير مهمة

- التصريحات التي تصدر عن المسؤولين الحكوميين:

مهمة جداً مهمة لدرجة متوسطة مهمة ضعيفة غير مهمة

- موضوعات الشؤون المحلية:

مهمة جداً مهمة لدرجة متوسطة مهمة ضعيفة غير مهمة

- آراء المواطنين بشأن الموضوعات العامة و الشكاوى وردود المسؤولين عليها:

مهمة جداً مهمة لدرجة متوسطة مهمة ضعيفة غير مهمة

- آراء المثقفين والنقاد:

مهمة جداً مهمة لدرجة متوسطة مهمة ضعيفة غير مهمة

- موضوعات الشؤون الخارجية:

مهمة جداً مهمة لدرجة متوسطة مهمة ضعيفة غير مهمة

- الموضوعات الرياضية:

مهمة جداً مهمة لدرجة متوسطة مهمة ضعيفة غير مهمة

- الموضوعات الثقافية والعلمية:

مهمة جداً مهمة لدرجة متوسطة مهمة ضعيفة غير مهمة

- الموضوعات الدينية:

مهمة جداً مهمة لدرجة متوسطة مهمة ضعيفة غير مهمة

- الموضوعات الاقتصادية:

مهمة جداً مهمة لدرجة متوسطة مهمة ضعيفة غير مهمة

- الموضوعات الطبية:

مهمة جداً مهمة لدرجة متوسطة مهمة ضعيفة غير مهمة

- الموضوعات الاجتماعية:

مهمة جداً مهمة لدرجة متوسطة مهمة ضعيفة غير مهمة

- الحوادث والمواد المثيرة:

مهمة جداً مهمة لدرجة متوسطة مهمة ضعيفة غير مهمة

- أخرى :

مهمة جداً مهمة لدرجة متوسطة مهمة ضعيفة غير مهمة

٤- إلى أي مدى تحقق لك وسائل الإعلام السعودية الأهداف التالية:

الأهداف	كثيراً جداً	كثيراً	درجة متوسطة	درجة ضعيفة	لم يتحقق
معرفة الأحداث الجارية					
فهم الأحداث والقضايا المحلية					
فهم الأحداث والقضايا الخارجية					
معرفة الآراء المختلفة عن القضايا المهمة					
معرفة أفكار وقضايا تصلح للمناقشة مع الآخرين					
معرفة أفكار وقضايا تدفعني للمشاركة بالرأي عبر هذه الوسائل					
الشعور بالانتماء للمجتمع السعودي					
الحفاظ على التفاعل الاجتماعي مع المجتمع السعودي					
حماية الذات من تأثير البيئة المحيطة					
التحقق من صحة الشائعات المتداولة في المجتمع					
قضاء وقت الفراغ والتخلص من الوحدة والعزلة والهموم					
الاطلاع على معلومات مهمة لحياتي الشخصية					
أخرى:					

٥- إلى أي مدى تناقش مع الآخرين الموضوعات والقضايا المهمة التي يثيرها التلفزيون السعودي-القناة الأولى؟

كثيراً كثيراً بدرجة متوسطة قليلاً الخلقش

٦- إلى أي مدى تشارك بالرأي في البرامج الحوارية عبر التلفزيون السعودي القناة الأولى؟

كثيراً كثيراً بدرجة متوسطة قليلاً الخلقش

٧- إلى أي مدى تناقش مع الآخرين الموضوعات والقضايا المهمة التي تثيرها الصحف السعودية؟

كثيراً كثيراً بدرجة متوسطة قليلاً الخلقش

٨- إلى أي مدى تشارك بالرأي في القضايا المثارة عبر الصحف السعودية؟

كثيراً جداً كثيراً بدرجة قليلاً لا أشارك

٩- حينما تريد مزيد من المعلومات عن القضايا المحلية ما الوسائل الإعلامية التي تلجأ إليها لفهم هذه القضية؟

.....

١٠- حينما تريد مزيد من المعلومات عن القضايا الخارجية ما الوسائل الإعلامية التي تلجأ إليها لفهم هذه القضية؟

.....

١١- حينما تريد فهم طبيعة الموقف السعودي حول مختلف القضايا ما الوسائل الإعلامية التي تلجأ إليها؟

.....

١٢- فضلاً الإشارة إلى طبيعة اهتمامك بنوعية القرارات التي تصدرها الحكومة:

أهم بالقرارات المتعلقة بالقضايا المحلية أكثر من القرارات المتعلقة بالقضايا الخارجية

أهم بالقرارات المتعلقة بالقضايا الخارجية أكثر من القرارات المتعلقة بالقضايا المحلية

أهم بالقرارات المحلية والخارجية بدرجة متساوية

لا أهتم بما يصدر من قرارات

١٣ - عادة ماذا تفعل لحل ما يواجهك من صعوبات متعلقة بقرارات حكومية ؟

عرض شكواي على مسؤولي الحكومة مباشرة	<input type="checkbox"/>	عرض شكواي من خلال وسائل الإعلام السعودية	<input type="checkbox"/>
عرض شكواي على الأصدقاء والأصدقاء	<input type="checkbox"/>	لا أعرض شكواي على أحد	<input type="checkbox"/>

أخرى:

١٤ - حينما تحدث مشكلة داخلية تخص المملكة العربية السعودية ، هل يمكن القول بأنه :

- يزداد تعرضك لوسائل الإعلام السعودية:

<input type="checkbox"/>	أوافق بقوة	<input type="checkbox"/>	أوافق متوسطة	<input type="checkbox"/>	أوافق بدرجته	<input type="checkbox"/>	لا أوافق
--------------------------	------------	--------------------------	--------------	--------------------------	--------------	--------------------------	----------

- يزداد تعرضك لوسائل الإعلام غير السعودية:

<input type="checkbox"/>	أوافق بقوة	<input type="checkbox"/>	أوافق متوسطة	<input type="checkbox"/>	أوافق بدرجته	<input type="checkbox"/>	لا أوافق
--------------------------	------------	--------------------------	--------------	--------------------------	--------------	--------------------------	----------

- يظل مستوى التعرض لوسائل الإعلام عموماً كما هو:

<input type="checkbox"/>	أوافق بقوة	<input type="checkbox"/>	أوافق متوسطة	<input type="checkbox"/>	أوافق بدرجته	<input type="checkbox"/>	لا أوافق
--------------------------	------------	--------------------------	--------------	--------------------------	--------------	--------------------------	----------

- تزيد فرص نقاش هذه المشكلة مع الآخرين:

<input type="checkbox"/>	أوافق بقوة	<input type="checkbox"/>	أوافق متوسطة	<input type="checkbox"/>	أوافق بدرجته	<input type="checkbox"/>	لا أوافق
--------------------------	------------	--------------------------	--------------	--------------------------	--------------	--------------------------	----------

١٥ - حينما تحدث مشكلة خارجية تخص المملكة العربية السعودية، هل يمكن القول بأنه:

- يزداد تعرضك لوسائل الإعلام السعودية:

<input type="checkbox"/>	أوافق بقوة	<input type="checkbox"/>	أوافق متوسطة	<input type="checkbox"/>	أوافق بدرجته	<input type="checkbox"/>	لا أوافق
--------------------------	------------	--------------------------	--------------	--------------------------	--------------	--------------------------	----------

- يزداد تعرضك لوسائل الإعلام غير السعودية:

<input type="checkbox"/>	أوافق بقوة	<input type="checkbox"/>	أوافق متوسطة	<input type="checkbox"/>	أوافق بدرجته	<input type="checkbox"/>	لا أوافق
--------------------------	------------	--------------------------	--------------	--------------------------	--------------	--------------------------	----------

- يظل مستوى التعرض لوسائل الإعلام عموماً كما هو:

<input type="checkbox"/>	أوافق بقوة	<input type="checkbox"/>	أوافق متوسطة	<input type="checkbox"/>	أوافق بدرجته	<input type="checkbox"/>	لا أوافق
--------------------------	------------	--------------------------	--------------	--------------------------	--------------	--------------------------	----------

- تزيد فرص نقاش هذه المشكلة مع الآخرين:

<input type="checkbox"/>	أوافق بقوة	<input type="checkbox"/>	أوافق متوسطة	<input type="checkbox"/>	أوافق بدرجته	<input type="checkbox"/>	لا أوافق
--------------------------	------------	--------------------------	--------------	--------------------------	--------------	--------------------------	----------

١٦ - الرجاء تحديد مدى موافقتك على كل عبارة من العبارات التالية ذات العلاقة بالاعتماد على وسائل الإعلام السعودية:

- وسائل الإعلام السعودية تسهم في صناعة القرارات الحكومية المحلية:

<input type="checkbox"/>	أوافق بقوة	<input type="checkbox"/>	أوافق متوسطة	<input type="checkbox"/>	أوافق بدرجته	<input type="checkbox"/>	لا أوافق
--------------------------	------------	--------------------------	--------------	--------------------------	--------------	--------------------------	----------

- وسائل الإعلام السعودية تسهم في صناعة القرارات الحكومية الخارجية:

<input type="checkbox"/>	أوافق بقوة	<input type="checkbox"/>	أوافق متوسطة	<input type="checkbox"/>	أوافق بدرجته	<input type="checkbox"/>	لا أوافق
--------------------------	------------	--------------------------	--------------	--------------------------	--------------	--------------------------	----------

- وسائل الإعلام السعودية تقدم معلومات تمهيدية عن القرارات الحكومية قبل صدورها:

<input type="checkbox"/>	أوافق بقوة	<input type="checkbox"/>	أوافق متوسطة	<input type="checkbox"/>	أوافق بدرجته	<input type="checkbox"/>	لا أوافق
--------------------------	------------	--------------------------	--------------	--------------------------	--------------	--------------------------	----------

- وسائل الإعلام السعودية تتابع القرارات الحكومية بعد صدورها متابعة دقيقة:

<input type="checkbox"/>	أوافق بقوة	<input type="checkbox"/>	أوافق متوسطة	<input type="checkbox"/>	أوافق بدرجته	<input type="checkbox"/>	لا أوافق
--------------------------	------------	--------------------------	--------------	--------------------------	--------------	--------------------------	----------

- وسائل الإعلام السعودية تقوم بشرح وتفسير القرارات الصادرة عن الحكومة مما يساعدني على فهم هذه القرارات:

<input type="checkbox"/>	أوافق بقوة	<input type="checkbox"/>	أوافق متوسطة	<input type="checkbox"/>	أوافق بدرجته	<input type="checkbox"/>	لا أوافق
--------------------------	------------	--------------------------	--------------	--------------------------	--------------	--------------------------	----------

- وسائل الإعلام السعودية تقدم معلومات واضحة عن القضايا التي تهمني شخصياً:

أوافق بقوة أوافق متوسط أوافق بدرجة لا أوافق

- وسائل الإعلام السعودية تقدم معلومات كاملة عن القضايا التي تهمني شخصياً:

أوافق بقوة أوافق متوسط أوافق بدرجة لا أوافق

- وسائل الإعلام السعودية توفر معلومات ضرورية للمواطنين والمقيمين حول الأنشطة المختلفة التي تقوم بها الحكومة:

أوافق بقوة أوافق متوسط أوافق بدرجة لا أوافق

- ما تقدمه وسائل الإعلام السعودية من معلومات يحفزني على دعم وتأيد القرارات والسياسات الحكومية:

أوافق بقوة أوافق متوسط أوافق بدرجة لا أوافق

١٧ - الرجاء تحديد مدى موافقتك على كل عبارة من العبارات التالية ذات العلاقة بالثقة بوسائل الإعلام السعودية:

- ما تقدمه وسائل الإعلام السعودية من معلومات عن القضايا المهمة جدير بالثقة:

أوافق بقوة أوافق متوسط أوافق بدرجة لا أوافق

- وسائل الإعلام السعودية وسيلة محايدة بين الحكومة والجمهور:

أوافق بقوة أوافق متوسط أوافق بدرجة لا أوافق

- وسائل الإعلام السعودية لا تقتصر في تغطيتها على وجهة نظر الحكومة بل تحرص على تغطية مختلف وجهات النظر:

أوافق بقوة أوافق متوسط أوافق بدرجة لا أوافق

- وسائل الإعلام السعودية يقتصر دورها على الإشادة فقط بما تصدره الحكومة من قرارات:

أوافق بقوة أوافق متوسط أوافق بدرجة لا أوافق

- وسائل الإعلام السعودية تهم بتغطية قضايا على حساب قضايا أخرى أكثر أهمية:

أوافق بقوة أوافق متوسط أوافق بدرجة لا أوافق

- وسائل الإعلام السعودية تنتقد بموضوعية ما يصدر عن الحكومة من قرارات:

أوافق أوافق أوافق بدرجة متوسطة أوافق بدرجة ضعيفة لا أوافق

- وسائل الإعلام السعودية تمنح الفرصة للجمهور للتعبير عن رأيه في ما تصدره الحكومة من قرارات:

أوافق بقوة أوافق متوسط أوافق بدرجة لا أوافق

- وسائل الإعلام السعودية تتيح الفرصة للجمهور لانتقاد ما تصدره الحكومة من قرارات:

أوافق بقوة أوافق متوسط أوافق بدرجة لا أوافق

لار

١٨ - بيانات شخصية:

الاسم : (اختياري):

الجنس :	<input type="checkbox"/>	ذكر	<input type="checkbox"/>	أنثى	<input type="checkbox"/>
العمر	<input type="checkbox"/>	أقل من ٢١	<input type="checkbox"/>	من ٢١ إلى ٣٠	<input type="checkbox"/>
	<input type="checkbox"/>	من ٣١ إلى ٤٠	<input type="checkbox"/>	أكثر من ٤٠ سنة	<input type="checkbox"/>
منطقة الإقامة:	<input type="checkbox"/>	الشرقية	<input type="checkbox"/>	الغربية	<input type="checkbox"/>
	<input type="checkbox"/>	الجنوبية	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>
المؤهل العلمي:	<input type="checkbox"/>	متوسط	<input type="checkbox"/>	ثانوي	<input type="checkbox"/>
	<input type="checkbox"/>	جامعي	<input type="checkbox"/>	أعلى من جامعي	<input type="checkbox"/>
العنوان	<input type="checkbox"/>	حكومي	<input type="checkbox"/>	خاص	<input type="checkbox"/>
	<input type="checkbox"/>	استاذ جامعي	<input type="checkbox"/>	طالب جامعي	<input type="checkbox"/>
عدد مرات السفر إلى الخارج خلال السنتين الماضيتين:	<input type="checkbox"/>	لم أسافر	<input type="checkbox"/>	مره إلى مرتين	<input type="checkbox"/>
	<input type="checkbox"/>	ثلاث مرات إلى أربع	<input type="checkbox"/>	خمس مرات فأكثر	<input type="checkbox"/>
الدخل الشهري للفرد:	<input type="checkbox"/>	أقل من ١٥٠٠	<input type="checkbox"/>	من ١٥٠٠ إلى ٤٠٠٠	<input type="checkbox"/>
	<input type="checkbox"/>	من ٤٠٠٠ إلى ٦٥٠٠	<input type="checkbox"/>	أكثر من ٦٥٠٠	<input type="checkbox"/>

استمارة تحليل محتوى الصحف السعودية

الإطار الجغرافي		أفكار داخل القضية	القضية الرئيسة	رقم الصفحة	المساحة
الرياض	البحر				
خارجي	محلي				

أساليب الإقناع

اتجاه المعالجة

الأهداف								مصادر المادة					
أخرى	التهيئة لما قد يحدث	دعم مشروعية النظام السياسي وكفائه وأدائه	المساعدة في صنع القرارات	الرقابة على السلطة التنفيذية ونقدها	تأكيد الشعور بالهوية الوطنية	تفسير القرارات والأنظمة الرسمية	توضيح موقف الدولة وبيان أهدافها	تزويد الجمهور بالأخبار والمعلومات	أخرى	أجنبية	عربية	واس	ذاتية

القالب الفني										شخصية المادة						
رسائل القراء ومقالاتهم	ردود مسؤولين	كاريكاتير	مقالة	كلمة العدد	ندوة	تحقيق	لقاء	تقرير	خبر	شخصيات خارجية	مواطنون	خبراء وعلماء ومثقفون محليون	علماء الدين	قيادات إدارية محلية	وزراء	قيادات سياسية عليا

أساليب الإقناع										اتجاه المعالجة			
أخرى	أقوال وأحداث خارجية	قوانين وقرارات الدولة	أدلة تاريخية	إحصاءات ودراسات	الواقع الفعلي	المصلحة الوطنية	خبراء وعلماء ومثقفون محليون	آراء مواطنين	مستولون محليون رهنمون	ديني	محايدة	سلبية	إيجابية

استمارة تحليل مضمون التلفزيون السعودي (القناة الأولى)

الرقم : التاريخ / / المادة :

الإطار الجغرافي		أفكار داخل القضية	القضية الرئيسة	الزمن
محلّي	خارجي			

مصادر المادة					الأهداف								
أخرى	أجنبية	عربية	واس	ذاتية	أخرى	التهيئة لما قد يحدث	دعم مشروعية النظام السياسي وكفاءة أداؤه	المساعدة في صنع القرارات	الرقابة على السلطة التنفيذية ونقدها	تأكيد الشعور بالهوية الوطنية	تفسير القرارات والأنظمة الرسمية	توضيح موقف الدولة وبيان أهدافها	تزويد الجمهور بالأخبار والمعلومات

أساليب الإقناع

أخرى	أقوال وأحداث خارجية	قوانين وقرارات الدولة	أدلة تاريخية	إحصاءات ودراسات	الواقع الفعلي	المصلحة الوطنية	خبراء وعلماء ومثقفون محليون	آراء مواطنين	مسؤولون محليون وسميون	ديني

اتجاه المعالجة			الشكل الفني					شخصية المادة						
محايدة	إيجابية	سلبية	مشاركة المشاهدين	ندوة	تقرير	حوار	خبر	شخصيات خارجية	مواطنون	خبراء وعلماء ومثقفون ومحليون	علماء الدين	قيادات إدارية محلية	وزراء	قيادات سياسية عليا

دليل الترميز

دليل الترميز

التعريفات الإجرائية والمفاهيم

الاتصال السياسي: الموضوعات والمضامين المتعلقة بالدولة او بمن يمثلها من المسؤولين، وتناولتها الوسائل الإعلامية بالتغطية والمتابعة.

وسائل الإعلام: يقصد بها التلفزيون السعودي (القناة الأولى)، والصحف السعودية.

المجتمع السعودي: جميع أفراد المجتمع السعودي الذين يتعرضون لوسائل الإعلام السعودية.

فئات التحليل

١ - القضايا الرئيسة.

٢ - الأفكار الفرعية.

٣ - الأهداف.

٤ - أساليب الإقناع.

٥ - الأشكال والقوالب الفنية.

٦ - مصادر المادة الإعلامية.

٧ - الإطار الجغرافي للقضايا السياسية.

٨ - نوع المشاركة.

٩ - اتجاه المعالجة.

١٠ - الشخصيات.

١١ - الزمن/ المساحة.

١ - القضايا الرئيسة التي عالجها المضمون السياسي لوسائل الإعلام: والمقصود بها القضية أو

الموضوع الذي تركز عليه الحديث. وتنقسم إلى الفئات الفرعية التالية:

٢ - الأفكار الفرعية المتضمنة القضايا الرئيسة: هي الأفكار المتعددة داخل الفكرة الرئيسة.

٣ - الأهداف التي يسعى المضمون السياسي إلى تحقيقها:

- تزويد الجمهور بالأخبار والمعلومات: نشر أو بث معلومات وحقائق حول القرارات والسياسات والبيانات الصادرة عن أجهزة الدولة وأنشطتها المختلفة.
- تأكيد الشعور بالهوية الوطنية: التأكيد على الانتماء والولاء للوطن والاعتزاز بتاريخه ورموزه، وتعميق الروابط التاريخية والثقافية والاجتماعية، وإحياء ذكرى المناسبات الوطنية والأعياد والنشيد الوطني، بالإضافة إلى التشجيع على التمسك بالمصالح العليا للوطن والتضحية بالمصالح الفردية في سبيلها، مع التأكيد على ما تتميز به الهوية الوطنية بأبعادها المختلفة عن غيرها من القوميات الأخرى.
- توضيح موقف الدولة وبيان أهدافها: دعم القرارات والسياسات الصادرة عن أجهزة الدولة المختلفة والترويج لها، ومواجهة الانتقادات التي تتعرض لها سياسات الدولة أو خططها أو قراراتها داخلياً أو خارجياً. مع حشد التأييد لسياسات الدولة إقليمياً وعالمياً والنقل عن وسائل الإعلام الخارجية في كل ما من شأنه الإشادة بالسياسات أو القرارات أو التجارب التي تقوم بها أجهزة الدولة.
- تفسير القرارات والأنظمة الرسمية: شرح وتفسير الأبعاد المختلفة لما تتخذه أجهزة النظام السياسي (الدولة) من قرارات وتوصيات وسياسات.
- الرقابة على السلطة التنفيذية ونقدها: رصد ممارسات أجهزة الدولة وتحليلها وتقويمها، وكشف الأخطاء في السياسات والقرارات، والمطالبة بتغييرها والكشف عن أية اختلالاً في المجتمع يكون علاجها مسؤولية أجهزة الدولة.
- المساعدة في صنع القرارات: إتاحة الفرصة للتعبير عن الآراء والاتجاهات الصادرة عن المواطنين، ومناقشة قضايا واقتراحات تساعد على اتخاذ القرارات بشأنها، والتأثير في الرأي العام بما يخدم الحكومة.
- دعم مشروعية النظام السياسي وكفاءة أدائه: التأكيد على مشروعية الأسس التي يقوم عليها النظام السياسي في المملكة والقيم والمعتقدات الاجتماعية،

وإبراز إنجازات الدولة في المجالات المختلفة، وتحقيق الاستقرار ومواجهة الأزمات. مع التأكيد على حرص الدولة على رعاية مصالح المواطنين إبراز مكانة المملكة في المحيطين الإقليمي والعالمي، واحترام القوانين واللوائح والسياسات، وتأكيد الالتزام بها، وكذلك احترام وتقدير رموز النظام السياسي في المملكة.

- التهيئة لما قد يحدث: قيام وسائل الإعلام السعودية بتقديم معلومات تمهيدية عن القرارات الحكومية والأنظمة قبل صدورها.

٤ - أساليب الإقناع المستخدمة: وهي أساليب الإقناع المستخدمة لدعم الآراء والأفكار

والمقترحات التي ترد في المضمون، وتشمل الفئات الفرعية التالية:

- الواقع الفعلي: وهي الشواهد المستمدة من الواقع الفعلي.

- ديني: الاستشهاد في دعم الرأي أو الفكرة أو الاقتراح بالقرآن الكريم والسنة النبوية، أو المصادر الشرعية المعتمدة.

- المصلحة العليا للوطن: الاستناد في الإقناع إلى الضرورة التي تملحها مصالح الوطن العليا.

- مسؤولون محليون رسميون: الاستناد إلى تصريحات وآراء حالية أو سابقة لأي من القيادات السياسية في الدولة في الحاضر والماضي.

- آراء المواطنين: الاستشهاد بآراء المواطنين أو شكواهم للتدليل على رأي أو فكرة، أو اقتراح.

- إحصاءات ودراسات: الإحصاءات الصادرة عن جهات معتمدة أو الدراسات والبحوث التي تجري بواسطة باحثين أكاديميين أو أحد أجهزة الدولة.

- أدلة تاريخية: الاستشهاد بالوقائع التاريخية المجردة من التاريخ القديم والحديث أو الدروس المستفادة منها في دعم الرأي أو الفكرة أو الاقتراح.

- أخرى: استشهاداً آخر لم يرد ذكره في القائمة.

٥ - مصادر المادة الإعلامية.

- ذاتية: مصادر الوسيلة الذاتية كالمراسلين والمندوبين والمكاتب.
- واس: وكالة الأنباء السعودية، كونها المصدر الرئيس للأخبار الرسمية.
- عربية: مصادر تابعة للدول العربية.
- أجنبية: مصادر تابعة للدول الأجنبية.
- ٦- الإطار الجغرافي للقضايا المطروحة في المضمون الإعلامي:
- محلي: وهو كل ما يتعلق بشأن من الشؤون السعودية المحلية، حتى ولو وقع خارج الأراضي السعودية، أو كانت السعودية دولة أم فرد طرفاً فيه.
- خارجي: وهو كل ما يتعلق بشأن من الشؤون غير المتعلقة بالسعودية.

٧ - اتجاه المعالجة

- ايجابي: تتفق مع سياسات الدولة، أي عرض مؤيد للقضية أو لسياسة أو قرار أو مسؤول، أو التركيز على الجوانب الإيجابية.
- سلبي: تعارض سياسات الدولة، أي عرض معارض أو ناقد لموقف أو قضية، أو قرار أو مسؤول أو التركيز على الجوانب السلبية.
- محايد: عدم وضوح الموقف من خلال العرض المتوازن للجوانب السلبية أو الإيجابية أو عرض الواقع كما هو.
- ٨- الزمن: لحساب زمن المواد التلفزيونية من ٣٠ ثانية فأكثر.
- المساحة: لحساب مساحة المواد الصحفية بالسنتيمتر/ عمود.
- ١٠- الوسيلة: اسم الصحيفة، وبالنسبة للتلفزيون عنوان المادة التلفزيونية.
- ١١- التاريخ: تاريخ نشر وبث المادة الإعلامية.
- ١٢- العدد: رقم العدد اليومي للصحيفة.
- ١٣- رقم الصفحة: رقم صفحة المادة الإعلامية المدروسة.
- ١٤- التسلسل: يوضع رقم تسلسلي لتسجيل المعلومات الكاملة عن كل مادة إعلامية مدروسة.

المستخلص باللغة الإنجليزية

Conclusion:-

The nature of the existing connection between the political regime of the State and other forces represented by the members of the society is one of the significant criteria in assessing the level of political stability, and the ability of the political regime itself to achieve the goals of the society. With the development of the latest political regimes, the political power has not been as the only influential power, but also, the public opinion has appeared to be as an important element to be considered when taking decisions, and when determining the public policies of the society. All these matters could not be achieved without existence of an effective communicative media system that may reflect the political and social structure of the society, and that may play an axial role in briefing the public, setting the bridges of communication to exchanging the information between the political decisions makers and the public, for the sake of finding solutions, and promoting the performance level of the governmental bodies and members of the society in all fields.

As the concept, freedom of communication and role of media is different from one political regime to another. The political regime in the Kingdom of Saudi Arabia is considered to be as a special case among the existing political regimes in terms of adopting the Islamic Laws (Sharia) as the source of all authorities. Also Islamic Laws are considered to be the ideological reference that represent the general frame of the policies inside the society. This indicates that this regime is different from the other political regimes in the world, whose ideological frames are based on human-made concepts and theories.

The case of the study has been limited to the following:-

- 1- Knowing the nature of political content of the mass media in the Kingdom of Saudi Arabia and its sources.
- 2- Knowing the nature of political issues and views of the public and its relation with the Saudi communication media.
- 3- Knowing to what extent the Saudi media meet the political concerns of the public and the influential factors.

The first chapter has been specified for the theoretical part of the study. The first section of the first chapter contains an introduction and four researching points. The introduction of the study handles the theoretical approaches for studying political communication since the emersion of the first humanitarian groupings, and its connection with the social and political structure of the individual, and his interaction with his political environment. We can say that the political thought from the old Greek era until the end of the middle ages, has got so many characteristics such as: Focusing only on the peak of the political regime; not taking care of the political communication between the State and

members of society; the impressive methodology is dominant studying the political issues and related to the philosophic theorization or speculation. With the beginning of the renaissance era, a new phase started in the social and political thought via some views presented by philosophers that reflected the social political, and cognitive changes in Europe. These changes were based on the principles of democracy, liberty, and equality.

The first chapter of the study handles the levels of the political communication in terms of the number of participants, and the official dealing of the communication channels. The official communication means that, communication organizations should be governmental or semi-governmental organizations. The important non-governmental means of communication is the political parties, or lobby groups. This matter includes pursuer groups, such as personal contacts, meetings and social occasions. Also, the political rumors are the most dangerous type of non-governmental means of communication.

The second researching part of the study handles the prominent traditional and modern trends that determine functions of communication.

The study quoted the modern researches and scientific theories that determine the political functions of communication.

Functions of communication are as follows: news task, political nurturing, political marketing, impact on the trends of public opinion, censorship on government, helping in making decisions, supporting the legality of the political regime, ascertaining the patriotic identity, and handling the political conflicts.

The second researching part of the study indicated the functions of political addressing via the media, impact of political regime on nature of functions of communicative system by discussing the traditional media theories, such as theory of authority, authority of freedom, authority of social liability, Soviet or Socialist theory, developmental theory, theory of democratic participation, and Islamic vision.

The third researching part of the study handles the theories of political impact of the mass media and its trends. This part manifested the important theories that try to explain the political impacts of media means such as the dependency theory, theory of uses & gratifications theory of agenda setting, theory of knowledge gap and theory of spiral of silence. The fourth researching part of the study handles the influential factors on the political communication. The said factors include: First, the characteristics of political regime, including the political systems that determine the frame of relation between the media and authority from one side, and between the media and members of society on the other side. Also, the factors include the political climate prevailing in the

society, which represents the view of the vision of authority for the role of citizen and how far the public and factional organizations as well as the various parliamentary councils are available. Also, it includes the vision of authority about the media system. Secondly, the nature of media system as one of the basic components of the existing political authority of State.

This media system is subject to a set of factors and pressures such as regulations, and licenses of issuance, intellectual property law that maintains the rights and freedom as well as the rules organizing the media institutions. This is in addition to the sources of finance, style of administrative and organizational thought. This factor also contains the reporting policy trends of media means, qualifications of those working in the media, political uses of internet which is considered as a force commensurate to the ability of the traditional means in connection with arranging the priorities of modern public. Thirdly, social, economic and cultural factors, whereas the ideologies represent the basis of public principles of the countries' policies. This is in addition to the values, traditions and customs prevailing in the society. Also, the raising of the individual's income, number of population and practical experiences help in increasing the participation in the social and political activities.

Fourth, external factors, such as the informative revolution. The informative revolution is the basis on which the globalization's goal is based. The goal of the globalization is to remove the barriers and borders between the societies. The reflections of the technological revolution that covers all phases of media and communication link, have deteriorated because of the State's role. Other groupings have appeared and formulated the regional or local organizations and groupings.

The second section of the theoretical base of the study handles the political communication in the Kingdom of Saudi Arabia. The second section contains three parts. The first part focuses on the characteristics of the Saudi society and its relation to the political communication. The said characteristics are as follows: First the Saudi history, which is deeply rooted in the past, is a reflection of the originality of the Islamic Arab past. Second, the absence of the negative colonial influences on the social, political and religious environment of Saudi Arabia. Third, is the social melting and interaction which differentiates the Saudi society from other societies.

Fourth is the religious harmony in the Kingdom of Saudi Arabia, which is represented in the Islamic religion as the only source of legislation. Fifth, is the cohesion or adherence between the political leadership and the public as well as the easy political communication between the peak and bottom – known as the open door policy. This open door policy is an ancient practice of Rule Traditions in Islam and a support to the Rule in

the Kingdom of Saudi Arabia. Sixth, the behaviors of normal consultation which is regularly and continuously conducted between the leaders and those educated citizens who have wide knowledge and experience.

The second researching part of the study also handles the relation between the political regime and the media. The said relation had four phases such as follows:- Phase of communication and political regime before the emersion of Saudi media means. The available communication means were primitive and being used since many centuries ago. The philosophy of communication for the unifier of the Kingdom of Saudi Arabia late King Abdulaziz, was based on the direct contact with the people and adopting the open door policy, as a practice for the political communication with the members of the society, even after the introduction of the media. This type of direct public contact, was the first effective media means being used by the late King for disseminating his policies. The second phase is the political regime's role in establishing the media system. The political regime is keen on establishing media institutions, as this matter being adopted for other economic, social and political institutions. Um AL-Qura newspaper is considered as the first official newspaper being issued in the Saudi Era by the year 1924. The phase for institutionalizing the media has come to change the political trends and features that had been steering the media at the beginning, when the media was looked as general and comprehensive, via formulating the media policy and enacting the regulations organizing the media work. Then after this came the phase of media openness and its influence on the connection between the political regime and media system. The period of nineties of the previous century was characterized by not only the emersion of the cross-borders transmission, or public abandoning the local media but also by the emersion of new styles of political communication. The said period witnessed a tremendous media development at the local, regional and international level.

The third part of the study handles the connection between the media and Saudi public, which is based on a group of principles and basics that are related to the religious values and prevailing social cultural traditions. Also this part shows the development of the public consumption for the Saudi media that has witnessed many developments in terms of adopting the international changes and supporting the public freedom. Some developments are in terms of the political reform policy and tendency towards the transparency and public channels participation, increasing the opportunities of expression and discussing the issues through the awareness space being provided for the members of the Saudi society. The Second Chapter has been specified for the results of the field analytic study. This Second Chapter contains five sections. In the first section, the

systematic procedures of the study were reviewed. The systematic procedures contain the type of study, its methodology, information tools of data collection, sample of the study, performing the credibility test, geographical and time frame of the study samples, and the statistical processing of the data.

The researcher uses in this study the survey and analytic method. A sample of 506 people was surveyed. Also, the content of media sample was analyzed, including the newspapers and television.

In the second, third and fourth sections the results of the field analytic study had been explained and discussed. The fifth section has been specified for the replying the questions of the study and discussing its results.

Results of the analytic study show a relative harmony and compatibility in the goals which the political content of the Saudi media tries to achieve.

Also, results show a consensus over the issues addressed by the television and newspapers. Results of the study revealed how far the Saudi media depends on its local sources in obtaining the political knowledge by 78% for the television, and by 60.5% for the newspapers. The results show the participation of the government officials in the discussion of the political issues by more percentage than the percentage of the public's participation.

Concerning the results of the field study, they indicated that the important goals which the public tries to achieve are of local nature. The results show that the local issues are topping the list of public issues. This matter indicates that the local public concerns are dominating the scene.

On the other hand, the Arab satellite television channels have topped the list of the political knowledge of the public, followed by the newspapers, internet, and personal contact that had outperformed the Saudi media such as television and magazine. In connection with the order of the local media as seen by the public, the newspapers come first and then followed by the broadcasting, television and magazines.

Results of the study also show decrees in the role played by the Saudi media in providing preliminary information taken by the political regime before being issued, and in taking part in making the local decisions related to the political regime. The Saudi media contribute in disseminating the political knowledge at the local level more than at the external level. Despite this matter, the public has no sufficient confidence in the political content presented by the media.

Results show existence of a statistical link between two of the demographic variables of the study sample, and between the reliance on the Saudi media in obtaining the political knowledge. These two variables

are as follows: the variable of the number of people traveling abroad and the variable of the monthly income. Finally, results revealed that there is a statistical significance between the confidence in the content of the Saudi media and type of issues & personal contact, and between the reliance of the public on the Saudi media in obtaining the political knowledge.

مراجع الدراسة

أولاً: الكتب العربية

- إبراهيم، بكر (١٩٩٢م). الإذاعة السعودية: دراسة تحليلية لمضامين برامج إذاعة البرنامج العام. الرياض: المؤلف.
- إبراهيم، محمد (١٩٩٨م). الصحافة والتنمية السياسية. القاهرة: دار الكتب العلمية للنشر والتوزيع.
- أبوإصبع، صالح (١٩٩٩م). الاتصال الجماهيري. عمان: دار الشروق.
- أبوإصبع، صالح (٢٠٠٥م). استراتيجيات الاتصال. عمان: دار مجدلاوي للنشر والتوزيع.
- أبوإصبع، صالح (٢٠٠٤م). الاتصال والإعلام في المجتمعات المعاصرة. عمان: دار مجدلاوي للنشر والتوزيع.
- أبو زيد، فاروق (٢٠٠٠م). مشكلات الاتصال السياسي في مصر. القاهرة: مركز البحوث والدراسات السياسية.
- أبو عرجة، تيسير (٢٠٠٥م). الإعلام العربي: تحديات الحاضر والمستقبل. عمان: دار مجدلاوي للنشر والتوزيع.
- أبوعلية، عبدالفتاح (١٩٩١م). محاضرات في تاريخ الدولة السعودية الأولى. الرياض: دار المريخ للنشر.
- أرسلي، إيلمان (٢٠٠٣م). المملكة العربية السعودية طفرة إلى القرن الحادي والعشرين. الرياض: دار غيناء للنشر.
- اليباري، فتحي (١٩٩٥م). نحو إعلام دولي جديد. مصر: مطابع الهيئة المصرية العامة للكتاب.
- إمام، إبراهيم (١٩٨١م). الإعلام والاتصال الجماهيري. القاهرة: مكتبة الأنجلو.
- الأمانة العامة لمجلس التعاون لدول الخليج العربية (٢٠٠٤م). الرياض: دول مجلس التعاون.
- اندرسون، جيمس (١٩٩١م). صنع السياسة العامة. ترجمة حلمي يوسف. الرياض: هولت رينهارت وينستون.
- البداينة، ذياب (٢٠٠١م). استخدام التقنيات الحديثة في الشائعات. الرياض: أكاديمية نايف العربية للعلوم الأمنية، مركز الدراسات والبحوث.

- بدر، أحمد (١٩٩٨م). الاتصال الجماهيري بين الإعلام والتطويع والتنمية. القاهرة: دار قباء للطباعة والنشر والتوزيع.
- بدر، أحمد (١٩٧٩م). أصول البحث العلمي ومناهجه. الكويت: وكالة المطبوعات.
- بركات، نظام، وآخرون (٢٠٠١م). مبادئ علم السياسة. الرياض: مكتبة العبيكان.
- بيومي، مُجَّد (١٩٨٥م). علم الاجتماع الديني. الاسكندرية: دار المعرفة.
- حمادة، بسيوني (١٩٩٧م). وسائل الإعلام والسياسة: دراسة في ترتيب الأولويات. القاهرة: مكتبة نهضة الشرق.
- البشر، مُجَّد (١٩٩٤). ضوابط الحرية في الإعلام السعودي. الرياض: المؤلف.
- البشر، مُجَّد (١٩٩٧م). مقدمة في الاتصال السياسي. الرياض: مكتبة العبيكان.
- ابن باز، أحمد (٢٠٠٠م). النظام السياسي والدستوري للمملكة العربية السعودية. الرياض: دار الخريجي للنشر والتوزيع.
- التركي، ماجد (١٩٩٩م). سياسات الإعلام: الاحتياجات والأولويات. الرياض: دار إشبيليا.
- الترمان، جون (٢٠٠٣م). إعلام جديد، سياسة جديدة: من القنوات الفضائية إلى الإنترنت في العالم العربي. ترجمة عبد الله الكندي. العين: دار الكتاب الجامعي.
- التهامي، مختار (١٩٨٨م). الصحافة ومسئولياتها. جدة: النادي الأدبي الثقافي بجدة.
- التويجري، مُجَّد (٢٠٠١م). الأسرة والتنشئة الاجتماعية في المجتمع العربي السعودي. الرياض: مكتبة العبيكان.
- ثابت، سعيد (١٤١٨ هـ). الأصول الفكرية للإعلام: دراسة نقدية مقارنة. الرياض: دار الفضيلة للنشر والتوزيع.
- الجابر، إبراهيم (٢٠٠٠م). الإعلام الخارجي السعودي: الواقع والمستقبل. الرياض: المؤلف.
- الجارالله، أحمد (٢٠٠٢م). خادم الحرمين الشريفين مُرسي النظام الحضري السعودي. الاحساء: جامعة الملك فيصل.
- جبارة، عطية (٢٠٠١م). علم إجتماع الإعلام. الإسكندرية: دار الوفاء لندنيا الطباعة والنشر.

- جرابر، دوريس، وآخرون (٢٠٠٤م). سياسة الأخبار وأخبار السياسة. ترجمة زين نجاتي. القاهرة: مكتبة الشروق الدولية.
- جريب، دوريس (١٩٩٩م). سلطة وسائط الإعلام في السياسة. ترجمة أسعد أبو لبدة. عمان: دار البشير.
- الجمال، راسم، وخيرت عياد (٢٠٠٥م). التسويق السياسي والإعلام: الإصلاح السياسي في مصر. القاهرة: الدار المصرية اللبنانية.
- الجهني، عيد (٢٠٠١م). النظام السياسي والإداري في المملكة العربية السعودية. الرياض: المؤلف.
- جون ر. بيتتر (١٩٨٧م). الاتصال الجماهيري. ترجمة عمر الخطيب. بيروت: المؤسسة العربية للدراسات والنشر.
- الجوهري، عبدالهادي (١٩٨٥م). دراسات في علم الاجتماع السياسي. القاهرة: نهضة الشرق.
- الحارثي، ساعد (١٩٩٨م). الإعلام السعودي النشأة والتطور. الرياض: القمم للإعلام.
- الحارثي، ساعد (٢٠٠١م). أساليب مواجهة الشائعات. الرياض: أكاديمية نايف العربية للعلوم الأمنية.
- الحازمي، مبارك (٢٠٠٢م). وسائل الإعلام في المملكة العربية السعودية: دراسة تتبعية للنشأة والتطوير. جدة: جامعة الملك عبد العزيز.
- حافظ، عثمان (١٩٨٩م). تطور الصحافة في المملكة العربية السعودية. جدة: شركة المدينة للطباعة والنشر.
- الحباب، يوسف (٢٠٠١م). تطور الصحافة السعودية وأنظمتها وأجهزتها. جدة: دار البلاد للطباعة والنشر.
- حبيب، راكان، وآخرون (٢٠٠١م). مقدمة في وسائل الاتصال. الرياض: مكتبة دار زهران.
- حجاب، مُجَّد (١٩٩٨م). أساسيات الرأي العام. مصر: دار الفجر للنشر والتوزيع.
- حجاب، مُجَّد (١٩٩٨م). الإعلام والتنمية الشاملة. مصر: دار الفجر للنشر والتوزيع.

- حجاب، مُجَّد (١٩٩٨م). الدعاية السياسية وتطبيقاتها قديماً وحديثاً. مصر: دار الفجر للنشر والتوزيع.
- الحديثي، مؤيد (٢٠٠٢م). العولمة الإعلامية والأمن القومي العربي. عمان: الأهلية للنشر والتوزيع.
- الحديدي، منى، وآخرون (٢٠٠٤م). الإعلام والمجتمع. القاهرة: الدار المصرية اللبنانية.
- الحسن، حسن (١٩٨٦م). الدولة الحديثة إعلام واستعلام. بيروت: دار العلم للملايين.
- حسن، حمدي (١٩٩٣م). الاتصال وبحوث التأثير في دراسات الاتصال الجماهيري. القاهرة: كويك الجريسي.
- حسن، حمدي (١٩٩١م). الوظيفة الإخبارية لوسائل الإعلام. القاهرة: دار الفكر العربي.
- حسين، سمير (١٩٩٩م). دراسات في مناهج البحث العلمي: بحوث الإعلام. القاهرة: عالم الكتب.
- الحضيف، مُجَّد (١٩٩٤م). كيف تؤثر وسائل الإعلام: دراسة في النظريات والأساليب. الرياض: مكتبة العبيكان.
- حمادة، بسيوني (١٩٩٧م). وسائل الإعلام والسياسة: دراسة في ترتيب الأولويات. القاهرة: دار نهضة الشرق.
- حمد، مُجَّد (١٩٩٦م). السعودية قدر المواجهة المصرية وخصائص التكوين. بيروت: دار ابن حزم للطباعة والنشر والتوزيع.
- الحيزان، مُجَّد (١٩٩٨م). البحوث الإعلامية: أسسها أساليبها مجالاتها. الرياض: المؤلف.
- الخشت، مُجَّد (١٩٩٦م). الشائعات وكلام الناس: أسرار التكوين وفنون المواجهة. القاهرة: مكتبة ابن سينا للنشر والتوزيع والتصدير.
- الخلف، الجوهرة (١٩٩٤م). القيم القرابية في الأسرة السعودية: دراسة ميدانية للمنطقة الوسطى. الرياض: المؤلف.
- دالتون، رسل جيه (١٩٩٦م). دور المواطن السياسي في الديمقراطيات الغربية. ترجمة أحمد يعقوب المجدوبة ومحفوظ الجبوري. عمان: دار البشير للنشر والتوزيع.

- دحلان، السيد (١٩٨٤م). دراسة في السياسة الداخلية للمملكة العربية السعودية. جدة: دار الشروق لنشر والتوزيع والطباعة.
- د.ر، مانكيكان (١٩٨٢م). تدفق المعلومات بين الدول المتقدمة والنامية. ترجمة فائق فهميم. الرياض: دار العلوم للطباعة والنشر.
- درويش، عبد الرحيم (٢٠٠٦م). مقدمة إلى علم الاتصال. دمياط: مكتبة نانسي دمياط.
- دوريس، جريير (١٩٩٧م). سلطة وسائط الإعلام في السياسة. ترجمة أسعد أبولبدة. عمان: دار البشير للنشر والتوزيع.
- ديفلير، ملفين، وآخرون (١٩٩٣م). نظريات وسائل الإعلام. ترجمة كمال عبدالرؤوف. القاهرة: الدار الدولية للنشر والتوزيع.
- الديك، أسكندر، وآخرون (١٩٩٣م). دور الاتصال والإعلام في التنمية الشاملة: بحث نظري وميداني. بيروت: المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر والتوزيع.
- رشتي، جيهان (١٩٩٣م). الأسس العلمية لنظريات الإعلام. القاهرة: دار النهضة العربية.
- رشتي، جيهان (١٩٨٦م). الإعلام الدولي. القاهرة: دار الفكر العربي.
- الرشود، عبد المحسن (١٩٩٩م). الإدارة المحلية في المملكة العربية السعودية خلال مئة عام. الرياض: المؤلف.
- الزهراني، عبد الرحمن (٢٠٠٢م). مسيرة الشورى في المملكة العربية السعودية. الرياض: المؤلف.
- الزيندي، عبد الرحمن (١٩٩٩م). تطبيق الشريعة الإسلامية في المملكة العربية السعودية وآثاره في الحياة. الرياض: الأمانة العامة للاحتفال بمرور مئة عام على تأسيس المملكة العربية السعودية.
- سحاب، فكتور (١٩٨٥م). أزمة الإعلام الرسمي العربي: النموذج اللبناني. بيروت: دار الوحدة للطباعة والنشر.
- سعد الدين، مُجَّد (١٩٩١م). الإعلام قراءة في الإعلام المعاصر والإعلام الإسلامي. بيروت: دار بيروت المحروسة للنشر والتوزيع.
- السليمي، منصف (١٩٩٧م). صناعة القرار السياسي الأمريكي. واشنطن: مركز الدراسات العربي الأوروبي.

- سنو، مي (٢٠٠١م). الاتصال في عصر العولمة: الدور والتحديات الجديدة. بيروت: دار النهضة العربية للطباعة والنشر.
- سيرفاتي، سيمون (١٩٩٥م). وسائل الإعلام والسياسة الخارجية. ترجمة مُجد غنيم. القاهرة: الجمعية المصرية لنشر المعرفة والثقافة العالمية.
- السيف، مُجد (١٩٩٧م). المدخل إلى دراسة المجتمع السعودي: منهج في علم الاجتماع وتحليل وظيفي للمجتمع ودروس علمية في التغير الاجتماعي والتربية الوطنية. الرياض: دار الخريجي للنشر والتوزيع.
- الشامخ، مُجد (١٩٨٢م). نشأة الصحافة في المملكة العربية السعودية. الرياض: دار العلوم للطباعة والنشر.
- الشبيلي، عبدالرحمن (١٩٩٩م). إعلام وأعلام: أبحاث ودراسات في الإعلام السعودي. الرياض: المؤلف.
- الشبيلي، عبدالرحمن (١٩٩٢م). نحو إعلام أفضل: مجموعة مقالات ودراسات ومحاضرات في الإعلام. الرياض: المؤلف.
- الشبيلي، عبد الرحمن (٢٠٠٢م). صفحات وثائقية من تاريخ الإعلام في الجزيرة العربية. الرياض: المؤلف.
- الشبيلي، عبد الرحمن (٢٠٠٣م). الملك عبد العزيز والإعلام: دراسة توثيقية لبدائيات وسائل الاتصال السعودية. الرياض: المؤلف.
- شرّاب، ناجي (١٩٨٤م). السياسة: دراسة سوسولوجية. دمشق: مكتبة الإمارات.
- شلبي، كرم (١٩٨٨م). الخبر الصحفي وضوابطه الإسلامية. جدة: دار الشروق.
- الشمري، سليمان (١٩٩٣). الصحافة والقانون في العالم العربي والولايات المتحدة. القاهرة: الدار الدولية للنشر والتوزيع.
- الشنقيطي، سيد (١٩٩٦م). دراسات إعلامية في فكر ابن تيمية. الرياض: دار المسلم للنشر والتوزيع.
- الشنقيطي، سيد (١٩٩٨م). الإعلام الإسلامي: المفهوم والخصائص. الرياض: دار عالم الكتب للطباعة والنشر والتوزيع.

- الشنقيطي، سيد (١٩٩٩م). السياسة الإعلامية للملك عبد العزيز. الرياض: دار الفضيلة.
- صالح، سليمان (٢٠٠٢م). مستقبل الصحافة في ضوء ثورة الاتصال. القاهرة: مركز الغندور العلمي.
- صبيحي، مُجَّد (١٩٨٧م). تلفزيون المملكة العربية السعودية ومراحل تطوره. جدة: شركة المدينة المنورة للطباعة والنشر.
- الصياد، عبد المعطي (٢٠٠٣م). الشائعات في عصر العولمة. الرياض: أكاديمية نايف العربية للعلوم الأمنية.
- طاش، عبدا لقادر (١٩٩٥م). الإعلام وقضايا الواقع الإسلامي. الرياض: مكتبة العبيكان.
- الطويرقي، عبد الله (١٩٩٧م). صحافة المجتمع الجماهيري. الرياض: مكتبة العبيكان.
- الطويرقي، عبدا لله (١٩٩٧م). علم الاتصال المعاصر: دراسة في الأنماط والمفاهيم وعالم الوسيلة الإعلامية. الرياض: مكتبة العبيكان.
- الطويرقي، عبد الله (١٩٩٤م). الإعلام وثقافة المجتمع الجماهيري. الرياض: المؤلف.
- عامر، عرفة (٢٠٠٣م). الأخبار والبرامج الإخبارية في الراديو والتلفزيون: رؤية إسلامية. القاهرة: مكتبة الآداب.
- عباس، مُجَّد (٢٠٠٠م). صحفي يعبر مسالك المهنة فماذا وجد. الرياض: دار وراقية للنشر والتوزيع.
- العبد، عاطف (٢٠٠٣م). الدعاية: الأسس النظرية والنماذج التطبيقية. القاهرة: دار الفكر العربي.
- العبد، عاطف (٢٠٠٢م). نظريات الإعلام والرأي العام: الأسس العلمية والتطبيقات العربية. القاهرة: دار الفكر العربي.
- عبد الحميد، صلاح الدين (١٩٨٢م). قياس دور وسائل الإعلام في التنمية الصحفية. المدينة المنورة: المؤلف.
- عبد الحميد، مُجَّد (٢٠٠٠م). نظريات الإعلام واتجاهات التأثير. القاهرة: عالم الكتب.
- عبد الحميد، مُجَّد (٢٠٠٤م). نظريات الإعلام واتجاهات التأثير. القاهرة: عالم الكتب.
- عبد الحميد، مُجَّد (١٩٩٣م). دراسة الجمهور في بحوث الإعلام. القاهرة: عالم الكتب.

- عبدربه، صابر (٢٠٠٢م). الاتجاهات النظرية في تفسير الوعي السياسي. الإسكندرية: دار الوفاء لدنيا الطباعة والنشر.
- عبد الرحمن، عبدالفتاح (١٩٨١م). التنمية الاقتصادية: نظرياتها وسياساتها. القاهرة: المطبعة الكمالية.
- عبد الفتاح، إسماعيل، ومحمود هبه (٢٠٠٤م). النظم السياسية وسياسات الإعلام. الإسكندرية: مركز الإسكندرية للكتاب.
- عبدالمملك، أحمد (١٩٩٩م). قضايا إعلامية. عمان: دار مجدلاوي للنشر.
- عبده، عزيزة (٢٠٠٤م). الإعلام السياسي والرأي العام: دراسة في ترتيب الأولويات. القاهرة: دار النشر والتوزيع.
- عبيد، عاطف (٢٠٠٣م). الدعاية الأسس النظرية والنماذج التطبيقية. القاهرة: دار الفكر العربي.
- عبيد، عاطف (١٩٩٧م). مدخل إلى الاتصال والرأي العام: الأسس النظرية والإسهامات العربية. القاهرة: دار الفكر العربي.
- عبيد، عاطف (٢٠٠٢م). نظريات الإعلام والرأي العام: الأسس العلمية والتطبيقات العربية. مدينة نصر: دار الفكر العربي.
- العبيدي، جبارة (١٩٨٩م). مدخل سياسي إلى فهم الإذاعة المسموعة. العراق: المؤلف.
- العجلاني، منير (١٩٩٣م). تاريخ البلاد العربية السعودية: الدولة السعودية الأولى عهد الإمام سعود الكبير. الرياض: دار الشبل للنشر والتوزيع والطباعة.
- العرب، إيمان (٢٠٠١م). الإعلام والمجتمع في ظل النظام العالمي الجديد. طنطا: دار المصطفى للطباعة.
- العربي، عثمان (٢٠٠٤م). ممارسة العلاقات العامة الحكومية الدولية في المملكة العربية السعودية: دراسة وصفية للإعلام الخارجي بوزارة الثقافة والإعلام. الرياض: النشر العلمي والمطابع.
- عزت، محمد (١٩٩٠م). وسائل الإعلام السعودية والعالمية: النشأة والتطور. جدة: دار الشروق للنشر والتوزيع والطباعة.

- عساف، عبد المعطي، وآخرون (١٩٩٤م). مقدمة إلى علم السياسة. عمان: مكتبة المحتسب.
- العسكر، فهد (١٤٢٣هـ). تطور الصحافة في المملكة العربية السعودية في عهد خادم الحرمين الشريفين، الرياض: وزارة التعليم العالي والجامعات السعودية.
- العليان، حمد (١٤٠٦هـ). من قضايا الفكر في وسائل الإعلام: دراسة في الفكر الذي تبثه وسائل الإعلام، الرياض: الزهراء.
- عليان، ربحي، وآخرون (١٩٩٩م). وسائل الاتصال وتكنولوجيا التعليم. عمان: دار صفاء للنشر والتوزيع.
- العلي، عبد الكريم (١٩٨٧م). التلفزيون السعودي وقضايا الشباب. الرياض: المؤلف.
- علي، عجوة (٢٠٠٤م). الإعلام وقضايا التنمية. القاهرة: عالم الكتب.
- عمارة، مُجّد (٢٠٠٣م). العلوم السياسية بين الأقلمة والعولمة: رؤية سياسية معاصرة للقرن الحادي والعشرين. الاسكندرية: المكتب الجامعي الحديث.
- عمر، السيد أحمد (١٩٩٤م). البحث الإعلامي. بنغازي: منشورات جامعة قار يونس.
- عوض الله، غازي (١٩٩٥م). الإعلام والمجتمع. القاهرة: الهيئة المصرية العامة للكتاب.
- العوفي، عبد اللطيف، وآخرون (١٩٩٨م). زمن المستقبل والعالم العربي: دراسة في موجة المعلوماتية والاتصال. الرياض: المؤلف.
- العويني، مُجّد (١٩٨٤م). الإعلام الخليجي: دراسة في إعلام دول مجلس دول التعاون الخليجي. القاهرة: مكتبة الإنجلو المصرية.
- العويني، مُجّد (١٩٨٨م). العلوم السياسية: دراسة في الأصول والنظريات والتطبيق. القاهرة: عالم الكتب.
- عيد، مُجّد (٢٠٠١م). الأساليب والوسائل التقنية التي يستخدمها الإرهابيون وطرق التصدي لها ومكافحتها. الرياض: أكاديمية نايف العربية للعلوم الأمنية، مركز الدراسات والبحوث.
- الغلابيني، مُجّد (١٩٨٥م). وسائل الإعلام وأثرها في وحدة الأمة. جدة: دار المنارة للنشر والتوزيع.

- القابسي، محي الدين (١٩٨٣م). المصحف والسيف: مجموعة من خطابات وكلمات وأحاديث ومدكرات المغفور له جلالة الملك عبد العزيز آل سعود مؤسس المملكة العربية السعودية. الرياض: دار الناصر للنشر.
- القرني، علي (٢٠٠٢م). الخطاب الإعلامي: العربي والسعودي نموذجا. الرياض: المؤلف.
- القشعمي، محمد (٢٠٠٢م). البدايات الصحفية في المملكة العربية السعودية: المنطقة الشرقية. الرياض: المؤلف.
- قويس، حامد (٢٠٠٣م). دراسات في الرأي العام: مقارنة سياسية. القاهرة: مكتبة الشروق الدولية.
- كامل، محمود، وآخرون (١٩٩٥م). مقدمة في علم الإعلام والاتصال بالناس. القاهرة: مكتبة نهضة الشرق.
- كريم، بدر (٢٠٠٥م). التحديات التي تواجه وسائل الإعلام السعودية. الرياض: المؤلف.
- كريم، بدر (٢٠٠٠م). دور وسائل الإعلام السعودية في إثراء ثقافة المجتمع السعودي: دراسة تاريخية وصفية. الرياض: المؤلف.
- كريم، بدر (١٩٨٢م). نشأة وتطور الإذاعة في المجتمع السعودي. جدة: دار تهامة.
- كريم، بدر (٢٠٠٥م). أتذكر. الرياض: المؤلف.
- كماخي، فؤاد (٢٠٠٢م). وكالة الأنباء السعودية (واس): النشأة، التطوير، رؤية مستقبلية، البنية والهوية. الرياض: مكتبة التوبة.
- كوران، جيمس، وآخرون (١٩٩٣م). السلطة من دون مسؤولية: الصحافة والإذاعة في بريطانيا. ترجمة حازم صاغية. أبو ظبي: المجمع الثقافي.
- اللبان، شريف (٢٠٠٣م). تكنولوجيا الاتصال: قضايا معاصرة. القاهرة: المدينة برس.
- المارك، عبدالمحسن (٢٠٠٦م). الدبلوماسية بين العلم والفن. الرياض: المؤلف.
- ماكبرايد، شون، وآخرون (١٩٨١م). أصوات متعددة وعالم واحد: الاتصال والمجتمع اليوم وغداً. الجزائر: الشركة الوطنية للنشر والتوزيع.
- المالك، صالح (١٩٩٩م). الثوابت والمتغيرات في المجتمع السعودي. الرياض: الأمانة العامة للاحتفال بمرور مئة عام على تأسيس المملكة العربية السعودية.

- المخلف، مُحمَّد (١٤٢٢ هـ). الإعلام السعودي في خدمة القرآن الكريم. الرياض: وزارة الإعلام.
- المسلمي، إبراهيم (٢٠٠٢م). الإعلام والمجتمع. القاهرة: العربي للنشر والتوزيع.
- مشيخ، مُحمَّد (١٩٩٩م). صناعة التلفزيون في القرن العشرين. الرياض: الشركة السعودية لأبحاث النشر.
- المصالحة، مُحمَّد حمدان (٢٠٠٢م). الاتصال السياسي: مقترح نظري تطبيقي. عمان: دار وائل للنشر والتوزيع.
- المصمودي، مصطفى (١٩٨٥م). النظام الإعلامي الجديد. الكويت: عالم المعرفة.
- معوض، مُحمَّد (٢٠٠٢م). دراسات في الإعلام الخليجي. القاهرة: دار الكتاب الحديث.
- مقبل، فهمي (١٩٩٠م). الإشاعة والحرب النفسية. الرياض: المركز العربي للدراسات الأمنية والتدريب.
- مكاوي، حسن، ويلي السيد (١٩٩٨م). الاتصال ونظرياته المعاصرة. القاهرة: الدار المصرية اللبنانية.
- مكاوي، حسن (١٩٩٣م). تكنولوجيا الاتصال الحديثة في عصر المعلومات. القاهرة: الدار المصرية اللبنانية.
- مكاوي، حسن (١٩٩٤م). أخلاقيات العمل الإعلامي: دراسة مقارنة. القاهرة: الدار المصرية اللبنانية.
- مكويل، دنيس (١٩٩٢م). الإعلام وتأثيراته: دراسة في بناء النظرية الإعلامية. تعريب عثمان العربي، الرياض: دار الشبل للنشر والتوزيع.
- مكّي، حسن، وبركات مُحمَّد (١٩٩٥م). المدخل إلى علم الاتصال. الكويت: منشورات ذات السلاسل.
- المهنا، مُحمَّد (١٩٩٧م). سجل أعمال مجلس الشورى. الرياض: إدارة الإعلام والعلاقات العامة بمجلس الشورى.
- مهنا مُحمَّد (٢٠٠٢م). النظرية العامة للمعرفة الإعلامية للفضائيات العربية والعمولة الإعلامية والمعلوماتية. القاهرة: المكتبة الجامعية.
- الموسى، عصام (١٩٩٥م). المدخل في الاتصال الجماهيري. عمان: دار ومكتبة الكتاني للنشر.

- ميرل، جون ووالف لوينشتاين (١٩٨٩م). الإعلام وسيلة ورسالة. تعريب ساعد الحارثي. الرياض: دار المريخ للنشر.
- ميلتون، هولشاين (١٩٩١م). اقتصاديات وسائل الإعلام في دول أوروبا الغربية، في كتاب نظم الإعلام المقارنة، تأليف: مارتن، جون، وانجو شودري، ترجمة: علي درويش، القاهرة: الدار الدولية للنشر والتوزيع.
- ندا، أيمن (٢٠٠٤م). الصورة الذهنية والإعلامية: عوامل التشكيل واستراتيجيات التغيير. القاهرة: المدينة برس.
- النملة، صالح (٢٠٠٣م). إعلام بلا أيديولوجيا. الرياض: المؤلف.
- هاشم، سامي (٢٠٠٣م). الشائعات من المنظور النفسي في عصر العولمة. الرياض: أكاديمية نايف العربية للعلوم الأمنية.
- هاشم، وحيد (٢٠٠٢م). نظام الحكم في المملكة العربية السعودية. جدة: مكتبة دار جدة.
- الهواري، عادل (١٩٩٥م). مدخل في العلوم السياسية. الإسكندرية: دار المعرفة الجامعية.
- وزارة الإعلام (١٤٢٣هـ). نصوص. الرياض.
- وزارة الإعلام (١٤١٣هـ). الإعلام السعودي. الرياض: دار القمم للإعلام.
- وزارة الإعلام (١٩٩٣م). الصحافة في المملكة العربية السعودية. الرياض.
- وكالة الأنباء السعودية (٢٠٠٣م). وكالة الأنباء السعودية (واس) تعريف وإنجاز. الرياض.
- الويس، مبدر (١٩٨٥م). الرقابة على الصحافة في النظامين الرأسمالي والاشتراكي: دراسة مقارنة. دمشق: المؤلف.

ثانياً: الرسائل العلمية

- أبو عامود، مُحمَّد (١٩٨٦م). الاتصال بالجماهير وصنع القرار السياسي في مصر، في الفترة من ١٩٧٠-١٩٨١م، رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية الاقتصاد والعلوم السياسية، جامعة القاهرة، القاهرة، مصر.
- أمين، ناصر (٢٠٠٢م). دور الإذاعة والصحافة المحلية في التنشئة السياسية للمراهقين: دراسة تطبيقية على إقليم شمال الصعيد، رسالة دكتوراه غير منشورة، معهد الدراسات العليا للطفولة، جامعة عين شمس، القاهرة، مصر.
- بالحاج، سالم (٢٠٠٣م). دور التلفزيون والصحف في ترتيب أولويات الجمهور الليبي نحو القضايا الخارجية، رسالة دكتوراه غير منشورة، جامعة القاهرة، القاهرة، مصر.
- التويم، عبد الله (١٤٢١هـ). العوامل المؤثرة في ترتيب أولويات القضايا الاقتصادية في الصحف السعودية، رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية الدعوة والإعلام، جامعة الإمام مُحمَّد بن سعود الإسلامية، الرياض.
- الجبير، مُحمَّد (١٤٢٦هـ). استخدام طلبة الجامعات السعودية لشبكة الإنترنت للحصول على المواد الإخبارية، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الدعوة والإعلام، جامعة الإمام مُحمَّد بن سعود الإسلامية، الرياض.
- الجميعة، أحمد (١٤٢٧هـ). المعالجة الصحفية لأحداث الحادي عشر من سبتمبر ٢٠٠١م وتداعياتها في الصحف السعودية، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الدعوة والإعلام، جامعة الإمام مُحمَّد بن سعود الإسلامية، الرياض.
- الحاجة، مي (١٩٨٩م). وسائل الاتصال والتنمية السياسية في دولة الإمارات العربية المتحدة، رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، القاهرة، مصر.
- حمادة، بسيوني (١٩٩١م). دور وسائل الاتصال المصرية في صناعة القرارات، رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، القاهرة، مصر.
- حمادة، بسيوني (١٩٨٦م). العلاقة المتبادلة بين وسائل الإعلام والجماهير في إثارة وتحديد أولويات القضايا العامة في مصر، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، القاهرة، مصر.

- راشد، عائشة (١٩٩٤). علاقة الصحافة بالسلطة السياسية في دولة الإمارات العربية المتحدة: دراسة تطبيقية على صحف الاتحاد والبيان والخليج، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، القاهرة، مصر.
- الربيعان، مُجَّد (١٤٢٣هـ). الصحافة السعودية في ضوء معايير الصحافة المثالية: دراسة تحليلية تقويمية لمادة الرأي في الصحف اليومية السعودية، رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية الدعوة والإعلام، جامعة الإمام مُجَّد بن سعود الإسلامية، الرياض.
- الراددي، أيمن (١٩٩٨م). أثر البث التلفزيوني المباشر في متابعة قادة الرأي للتلفزيون السعودي، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الدعوة والإعلام، جامعة الإمام مُجَّد بن سعود الإسلامية، الرياض.
- الزايد، إبراهيم (١٤٢٦هـ). الأداء الإعلامي الدبلوماسي للعاملين في سفارات المملكة العربية السعودية: دراسة تطبيقية على العاملين في سفارة المملكة في المملكة المتحدة، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الدعوة والإعلام، جامعة الإمام مُجَّد بن سعود الإسلامية، الرياض.
- زغيب، شيماء (٢٠٠٠م). دور المادة الإخبارية في التلفزيون المصري في تشكيل اتجاهات طلاب الجامعة نحو أداء الحكومة، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، القاهرة، مصر.
- سعد، يوسف (٢٠٠٠م). استخدامات الجمهور اليمني لوسائل الإعلام أثناء الحملات الانتخابية والإشباع المتحققة منها، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية اللغة العربية، جامعة الأزهر، القاهرة، مصر.
- آل سعود، سعد (١٤١٩هـ). العلاقة بين وكالات الأنباء العالمية وترتيب أولويات اهتمام الصحف السعودية بالقضايا الخارجية، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الدعوة والإعلام، جامعة الإمام مُجَّد بن سعود الإسلامية، الرياض.
- السمان، أحمد (٢٠٠٣م). دراسة مقارنة بين صورة مصر في المضمون الصحفي المطبوع وعلى شبكة الإنترنت، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، القاهرة، مصر.
- سيد، لمياء (١٩٩٩م). إدراك الشباب للواقع السياسي: دراسة تطبيقية على أخبار التلفزيون، رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، القاهرة، مصر.

- آل الشاعر، عبد العزيز (١٩٩٨م). الصورة الذهنية لرجل الأمن السعودي لدى أفراد المجتمع ومدى إسهام وسائل الإعلام في تكوينها: دراسة ميدانية تحليلية تقويمية مقارنة على عينة من أفراد المجتمع السعودي ووسائل الإعلام، رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية الدعوة والإعلام، جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية، الرياض.
- شومان، محمد (١٩٩٤م). دور الإعلام المصري في تكوين الرأي العام، رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، القاهرة، مصر.
- صلوي، عبد الحافظ (١٩٩٦م). تأثير وسائل الإعلام السعودية في ترتيب أولويات اهتمام الجمهور بالقضايا الخارجية، رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية الدعوة والإعلام، جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية، الرياض.
- الضبيان، أحمد (١٩٩٧م). المادة الإخبارية في القنوات الفضائية: دراسة تحليلية تقويمية لعينة من المادة الإخبارية واستخدامات الجمهور لها، رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية الدعوة والإعلام، جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية، الرياض.
- الطوخي، عربي (١٩٩٩م). دور مجالات الأطفال في التنشئة السياسية للطفل المصري، رسالة دكتوراه غير منشورة، جامعة عين شمس، القاهرة، مصر.
- عبدالفتاح، محمود (١٩٩٧م). دور وسائل الإعلام كأداة في الصراع: دراسة تطبيقية على حرب الخليج، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، القاهرة، مصر.
- عتران، محمد (١٩٩١م). دور الاتصال في عملية المشاركة السياسية والاجتماعية والاقتصادية: دراسة تطبيقية مقارنة على قريتين مصريتين، رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، القاهرة، مصر.
- العتيبي، علي (٢٠٠٤م). استخدامات الجمهور للقنوات التلفزيونية الفضائية وإشباعاتها: دراسة وصفية على عينة من أفراد المجتمع السعودي، رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية الدعوة والإعلام، جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية، الرياض.
- عثمان، صفا (٢٠٠٢م). دور قناة النيل الإخبارية في ترتيب أولويات القضايا السياسية لدى عينة من طلبة الجامعات، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، القاهرة، مصر.

- عرابي، دينا (٢٠٠٢م). دور وسائل الإعلام المحلية والدولية في تشكيل المعرفة لدى الجمهور في ظل العولمة، رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، القاهرة، مصر.
- العسكر، فهد (١٤١١هـ). الصورة الذهنية للصحافة والصحفيين لدى القراء السعوديين في المملكة العربية السعودية، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الدعوة والإعلام، جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية، الرياض.
- العسكر، فهد (١٤١٧هـ). تطور إخراج الصفحة الأولى في الصحف السعودية: دراسة في تأثير العوامل البيئية والمهنية والتقنية، رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية الدعوة والإعلام، جامعة الإمام محمد ابن سعود الإسلامية، الرياض.
- علي، خالد صلاح الدين (١٩٩٧م). دور التلفزيون والصحافة في توجيه وترتيب اهتمامات الجمهور نحو القضايا العامة في مصر، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، القاهرة، مصر.
- علي، سيد علي (٢٠٠٢م). علاقة الانتماء الحزبي في مصر بالتعرض للمواد السياسية في الراديو والتلفزيون، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الآداب، جامعة أسيوط، القاهرة، مصر.
- عمشة، وليد (٢٠٠١م). أثر التكنولوجيا المستخدمة في جمع وتقديم الأخبار على شكل ومضمون الخدمة الإخبارية: دراسة على القنوات الفضائية العربية غير الحكومية، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، القاهرة، مصر.
- عنتر، علياء (٢٠٠٥م). علاقة طلاب المرحلتين الإعدادية والثانوية بالإذاعة التعليمية في مصر، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، القاهرة، مصر.
- غالي، محرز (٢٠٠٣م). العوامل الإدارية المؤثرة على السياسة التحريرية في الصحف المصرية، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، القاهرة، مصر.
- الفقيه، محمد (١٩٩٧م). دور التلفزيون اليمني في تزويد الشباب بالمعلومات السياسية: دراسة مسحية، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، القاهرة، مصر.
- كافي، محمد (٢٠٠٢م). العلاقة بين الاعتماد على القنوات التلفزيونية الفضائية ومستويات المعرفة بالموضوعات الإخبارية في المجتمع اليمني، رسالة دكتوراه، غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، القاهرة، مصر.

- مُجَّد، كمال (١٩٨٩م). فن التحليل الصحفي في الصحافة الحزبية، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، القاهرة، مصر.
- مُجَّد، هشام (١٩٩٩م). علاقة الخطاب الرئاسي بالمضامين الصحفية: دراسة تحليلية للقضايا القومية، رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، القاهرة، مصر.
- المحيا، مساعد (١٩٩٤م). دوافع استخدام وسائل الاتصال الإلكترونية ومدى الإشباع الذي تحققه، رسالة دكتوراه، غير منشورة، كلية الدعوة والإعلام، جامعة الإمام مُجَّد بن سعود الإسلامية، الرياض.
- المطيري، عبد الرحمن (٢٠٠٣م). الرضا الوظيفي لدى القائمين بالاتصال في الصحافة السعودية، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الآداب، جامعة الملك سعود، الرياض.
- مكّي، ثروت (١٩٩٣م). وسائل الاتصال الجماهيري والمشاركة السياسية في الدول النامية: دراسة حالة للتجربة المصرية، رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية الاقتصاد والعلوم السياسية، جامعة القاهرة، القاهرة، مصر.

ثالثاً: الدراسات والبحوث

- أبوعامود، مُجَّد (١٩٨٨م). الوظائف السياسية لوسائل الإعلام: الدراسات الإعلامية للسكان والتنمية والتعمير. المركز العربي للدراسات الإعلامية، القاهرة: العدد ٥٠.
- أبوعامود، مُجَّد (١٩٧٥م). صنع القرار السياسي في الحقبة الساداتية. مجلة المستقبل العربي. مركز دراسات الوحدة العربية، القاهرة.
- أبوعامود، مُجَّد (١٩٩٠م). الدور المطلوب لوسائل الإعلام في دول مجلس التعاون العربي، الدراسات الإعلامية للسكان والتنمية والتعمير. المركز العربي للدراسات الإعلامية، القاهرة: العدد ٥٨.
- البدر، حمود (٢٠٠٣م). الإعلام البرلماني. الجمعية السعودية للإعلام والاتصال، المنتدى الإعلامي السنوي الأول، الرياض.
- البشر، مُجَّد (١٩٩٩م). إسهامات وسائل الإعلام في تحقيق التكامل بين المنجز التنموي وقضايا الانتماء الحضاري في المجتمع السعودي. مجلة الحرس الوطني، الرياض: العدد ١٩٨.

- البعيز، عبد العزيز (٢٠٠٣م). إطار نظري مقترح لدراسة البنية التحتية للإعلام السعودي. الجمعية السعودية للإعلام والاتصال، المنتدى الإعلامي السنوي الأول، الرياض.
- بيت المال، حمزة (٢٠٠٣م). تصفح الصحف على شبكة الإنترنت في المملكة العربية السعودية. الجمعية السعودية للإعلام والاتصال، المنتدى الإعلامي السنوي الأول، الرياض.
- بيت المال، حمزة، وآخرون (٢٠٠٤م). كيف يتصور السعوديون أنفسهم. الجمعية السعودية للإعلام والاتصال، المنتدى الإعلامي السنوي الثاني، الرياض.
- بيت المال، حمزه (٢٠٠٣م). مقروئية الصحافة السعودية اليومية. الجمعية السعودية للإعلام والاتصال، المنتدى الإعلامي السنوي الأول، الرياض.
- التركي، عبدالله (٢٠٠٣م). موقف الإسلام من الإرهاب. مؤتمر مهرجان الجنادرية الوطني الثامن عشر للتراث والثقافة، الرياض.
- الجوير، إبراهيم (١٩٩٩م). الثوابت والمتغيرات الاجتماعية في المجتمع العربي السعودي. بحوث مؤتمر المملكة العربية السعودية في مئة عام، الرياض.
- الحقباني، مفرج (٢٠٠٣م). الآثار الاقتصادية المصاحبة لانتشار الشائعات. أكاديمية نايف العربية للعلوم الأمنية، مركز الدراسات والبحوث، الرياض.
- الحمود، عبد الله (٢٠٠٥م). حاجات سوق العمل ومدى قدرة القطاع التعليمي الخاص على تلبيتها. الجمعية السعودية للإعلام والاتصال، المنتدى الإعلامي السنوي الثالث، الرياض.
- الحيزان، مُجَّد (٢٠٠٣م). توجيهات استثمار القطاع الخاص. الجمعية السعودية للإعلام والاتصال، المنتدى الإعلامي السنوي الأول، الرياض.
- خالد، مُجَّد بن سعود (٢٠٠٣م). مصادر المعلومات الإعلامية بين التقليد والواقع. الجمعية السعودية للإعلام والاتصال، المنتدى الإعلامي السنوي الأول، الرياض.
- خالد، مُجَّد بن سعود (٢٠٠٤م). جهود المملكة الاتصالية والإعلامية بعد أحداث ١١ سبتمبر. الجمعية السعودية للإعلام والاتصال، المنتدى الإعلامي السنوي الثاني، الرياض.
- خانة، إسماعيل (١٩٨٩م). المشاركة الاهلية في المجتمعات الريفية وبعض تطبيقاتها في المملكة العربية السعودية. مجلة دراسات الخليج والجزيرة العربية، الكويت: العدد ٦٠.

- الخرجي، فهد (٢٠٠٤م). الإعلام وواقع الصورة الذهنية للمملكة العربية السعودية في الغرب، قراءة تحليلية للتجربة السعودية في أمريكا. الجمعية السعودية للإعلام والاتصال، المنتدى الإعلامي السنوي الثاني، الرياض.
- خضور، أديب (٢٠٠٠م). مرجعية التغطية الإخبارية في العالم العربي، مجلة الدراسات الإعلامية، القاهرة: العدد ٩٩.
- الخيال، مالك (١٩٩٢م). الإعلام الخارجي ودوره في تحقيق أهداف السياسة الخارجية: تطبيق على المملكة العربية السعودية. مجلة بحوث دبلوماسية، معهد الدراسات الدبلوماسية بوزارة الخارجية، الرياض.
- الدخيل، عبد الكريم (٢٠٠٤م). دبلوماسية المسار الثاني في العلاقات السعودية الغربية. الجمعية السعودية للإعلام والاتصال، المنتدى الإعلامي السنوي الثاني، الرياض.
- الداقوقي، إبراهيم (١٩٩٠م). دور الإعلام في ترويج ومكافحة الشائعات. المركز العربي للدراسات الأمنية والتدريب. الرياض.
- ساعاتي، أمين (١٩٩٢م). السياسة الإعلامية في المملكة العربية السعودية: دراسة علمية في النظرية والتطبيق. المركز السعودي للدراسات الاستراتيجية، القاهرة.
- الشبيلي، عبدالرحمن (١٤٢١هـ). الإعلام في المملكة العربية السعودية: دراسة وثائقية وصفية تحليلية، مع سجل سنوي لأبرز الحوادث والمناسبات الإعلامية، الرياض.
- الشريف، سامي (٢٠٠٤م). الفضائيات العربية والصورة الذهنية للعرب والمسلمين. الجمعية السعودية للإعلام والاتصال، المنتدى الإعلامي السنوي الثاني، الرياض.
- طاش، عبدالقادر (١٩٨٨م). دور الإعلام في تنوير الرأي العام. مجلة الفيصل، الرياض: العدد: ١٤٢.
- الطحلاوي، لبنى (٢٠٠٤م). الآليات العملية والمهنية لتحسين صورة المملكة العربية السعودية. الجمعية السعودية للإعلام والاتصال، المنتدى الإعلامي السنوي الثاني، الرياض.
- الطياش، فهد (٢٠٠٣م). توجهات استثمار القطاع الخاص. الجمعية السعودية للإعلام والاتصال، المنتدى الإعلامي السنوي الأول، الرياض.

- عبد الرحمن، عواطف (١٩٨٨ م). الصحافة المصرية المعاصرة أداة تغير أم آلية استمرار في النظام السياسي لثورة يوليو في النظام السياسي المصري. أعمال المؤتمر السنوي الأول للبحوث السياسية، مكتبة النهضة المصرية، القاهرة.
- العربي، عثمان (٢٠٠٤م). ممارسة العلاقات العامة الحكومية الدولية في المملكة العربية السعودية. جامعة الملك سعود، دراسة علمية محكمة، الرياض.
- العربي، عثمان، وآخرون (٢٠٠٣م). القائم بالاتصال في الصحافة السعودية. جامعة الملك سعود، دراسة علمية محكمة، الرياض.
- العنزي، عبید (٢٠٠٣م). قراءة في نظام المطبوعات والنشر السعودي. الجمعية السعودية للإعلام والاتصال، المنتدى الإعلامي السنوي الأول، الرياض.
- العنزي، جمعة (٢٠٠٣م). الإنترنت كوسيلة إعلامية واستخداماتها في المملكة العربية السعودية. الجمعية السعودية للإعلام والاتصال، المنتدى الإعلامي السنوي الأول، الرياض.
- العسكر، فهد (١٤٢٥هـ). معالجة مواد الرأي في الصحف السعودية لقضايا الإرهاب المحلي. جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية، الرياض.
- العسكر، فهد، وعبدالله الحمود (٢٠٠٣م). اعتماد النخب على المصادر الإخبارية الإلكترونية الحديثة واتجاهاتهم نحو مستقبل انتشارها في المجتمع السعودي. الجمعية السعودية للإعلام والاتصال، المنتدى الإعلامي السنوي الأول، الرياض.
- العسكر، فهد (٢٠٠٥م). حرية الرأي في الصحف السعودية وعلاقتها بحقوق الإنسان في الاتصال في المجتمع السعودي. مؤتمر حقوق الإنسان في الوطن العربي، جامعة مؤتة، الأردن.
- العمري، زهير (٢٠٠٣م). استجابة الإعلام السعودي للمتغيرات في مجال العمل الإعلامي. الجمعية السعودية للإعلام والاتصال، المنتدى الإعلامي السنوي الأول، الرياض.
- العمري، حسن (٢٠٠٤م). تحسين صورة المملكة العربية السعودية في العالم. الجمعية السعودية للإعلام والاتصال، المنتدى الإعلامي الثاني، الرياض.
- القرني، علي (٢٠٠٣م). الخطاب الإعلامي العربي والسعودي. مركز الملك عبد العزيز للحوار الوطني. الرياض.

- القرني، علي (٢٠٠٤م). صورة المملكة العربية السعودية في العالم: نظرة من الداخل. الجمعية السعودية للإعلام والاتصال، المنتدى الإعلامي السنوي الثاني، الرياض.
- كريم، بدر (٢٠٠٣). التحديات المستقبلية التي يواجهها الإعلام السعودي. الجمعية السعودية للإعلام والاتصال، المنتدى الإعلامي السنوي الأول، الرياض.
- محمود، منى (٢٠٠٢م). دور الاتصال في صناعة القرار السياسي الأمريكي. المجلة المصرية لبحوث الإعلام، جامعة القاهرة، القاهرة: العدد ١٦.
- الحيا، مساعد (٢٠٠٣م). اتجاهات الطلاب نحو البرامج التدريبية في أقسام الإعلام في المملكة وآفاقها المستقبلية. الجمعية السعودية للإعلام والاتصال، منتدى الإعلامي السنوي الأول، الرياض.
- مذكور، مرعي (٢٠٠٤م). صورة المملكة العربية السعودية لدى المصريين. الجمعية السعودية للإعلام والاتصال، الرياض، المنتدى الإعلامي السنوي الثاني، الرياض.
- مركز دراسات الوحدة العربية (١٩٨٣م). الديمقراطية وحقوق الإنسان في الوطن العربي. سلسلة كتب المستقبل العربي، بيروت: رقم ٤.
- الوعيل، محمد (٢٠٠٥م). العلاقة بين مؤسسات التعليم العالي والمؤسسات الإعلامية: الإشكاليات والمستقبل. الجمعية السعودية للإعلام والاتصال، المنتدى الإعلامي السنوي الثالث، الرياض.

رابعاً: المراجع الأجنبية

- Alasuutari, P ed, (1999). Rethinking The Media Audience. London: Sage.
- Alexis S. Tan,(1983). Media use and Political Orientations of Ethnic Groups, Journalism Quarterly, Vol.60.No.2.
- Alexis S. Tan,(1985). Mass Communication: Theories and Research, 2nd, ed. New York: John & Wiley & Sons.
- American Political Science Review, 1968. Vol. 62.
- Anderson, S.k, (1998). Warnings, Versus Alarms Stud Conflict and, Terrorism. Jul, Sep, V.21.
- Ayish, Muhammad, (2002). Political Communication, on Arab World Television: Evolving Patterns in Political Communication, Vol.19.

- Becker Lee, Maxwell E. Mc Combs & Jack M,(1996). The Development of political cognitions, In: Political Communication in Action, States, Institutions, Movements, Audiences, Edited by David L. Paletz, Hampton press, Inc.
- Brian McNair,(1999). An Introduction to Political Communication.
- Bruce I. Newman & Richard M. Perloff, (2004). Political Marketing: Theory, Research, and Applications in Political communication handbook, Cleveland.
- Bruce Stokes, (1981). Helping Ourselves: Local Solutions to Global Problems, 1st ed. New York: Norton and Company.
- Carroll j. Glyn; Andrew f. Haye,s and James Shanahan ,(1997). Perceived Support for one's opinions and willingness to speak out, Ameta-Analysis of survey studies on the spiral of silence, Public Spiral of Quarterly, Vol.61
- Chang , T K, 1999. Reporting Public Opinion, Harv. Int. J. Press, Politics,Win. V. 4.
- Childs, Harwood,(1977). Public Opinion, Nature Formation and Role. New York : D. Van Nan Nostrand Company.
- Conway, Margaret (1985). Political Participation in the United States Washington : Congressional Quarterly Inc.
- Daniel Lerner, (n.d)."Towards a Communication Theory of Modernization", in Lucian Pye, ed. Communication and Political Development.
- David H.Weaver, (1991). Issue Salience and Public Opinion: Are There Consequences of Agenda- Setting, International Journal of Public Opinion Research, Vol. 3.No. I, Spring.
- David, Sloan, (1996). Mass Communication In The Information Age; London: Vision Press.
- Defleur, Melvin &Rokeach, Sandara,(1989).Theories of Mass Communication New York: Longman,5th edition.
- Denis H. W, (2000). Systemic Determinates of International News Coverage: A Comparison of 38 Countries, Journal of Communication, Vol.50.No.2. - Dennis W.Johnson,(2002). Perspectives on Political Consulting, in Journal of

- Political Marketing, Vol.1. No.1, NY.
- Dietram A. Scheufele, (1999). Deliberation or Dispute ? An Exploratory Study Examining Dimensions of Public Opinion Expression, International Journal of public Research, No. 1, Spring.
 - Elizabeth, Noell Newman, (1983). "The Effects of Media on media effects Research," Journal of Communication.VOL. 33.
 - Everett, M. Rogers, (1986). Communication Technology. New York: The Free press.
 - Graber Doris,(1997). Mass Media and American Politics, A Division of Congressional Quarterly Inc.Washington, D.C.
 - Growth Rate, (1999). In TV Homes. Screen Digest, March.
 - International Marketing Data and Statistics. 1998 ,17th Edition (Great Britain: Euro moni
 - Hafez Kai, (2002).Guest Editor's Introduction Mediated Political Communication in the Middle East, in Political Communication, Taylor & Francis Group. 1058-4609, 2, Vol. 19.
 - Holli Semetko & Patti Valkenburg, (2000). Framing European Politics: A Content Analysis of press and Television News, Journal of Communication,Vol.50.No.2.
 - Jack M. McLeod and Lee B. Becker,(1981). "The Uses & Gratifications Approach", in Dan D. Nimmo.
 - Jacob Shamir, (1995). "Information Cues and Indicators of the Climate of Opinion: The Spiral of Theory in The Intifade". Communication Research, Vol.22.No.1, February.
 - James E. Combs, (1981). "A process Approach" in Dan D. Nimmo and Keith R. Sanders ed .,Hand book of Political Communication. London, Sage.
 - James R. Walker, (1988). How Media Reliance Affect Political Efficacy in the South, Journalism Quarterly, Vol.65.No.4.
 - Jason L.Finkle & Richard W.Gable eds. (1986). Political Development and Social change, 2nd ed. New York: John Wiley and , Sons, Inc.
 - Joep P. Cornelissen, (2002). Metaphorical Reasoning and Knowledge Generation: The Case of Political Marketing in Journal of Political

Marketing, Vol.No.1, NY.

- Johnstone, J. W. C, (1974). "Social integration and mass media use among adolescent: A case study, In: Blumler and Katz (eds.) the Uses of Mass Communication.
- Joseph. R .Dominick, (1996). " The Dynamics of Mass Communication "5th Edition.
- Khazen, J. Sum, (1999). Censorship and State. Harvard Int. J. Press Politics. V.4 N.3
- Kippax, S. and J. P. Murray,(1980). "Using The mass media: Need Gratifications and perceived utility". Communication Research,7.
- Kwak, N. (1999). The Roles of The Media, Gazette, Apr. V. 61 N.2.
- Lasswell Harold, (1927). Propaganda Techniques in the World War. New York; Alfred Knopf.
- Lasswell Harold, (1977). The Structure and Function of Communication in Society, : Process and Effects of Mass Communication. In :Wilbur Schramm and Donald F. Roberts, ed. Urbana : University of Illinois Press.
- Lazarsfeld Paul F. & Robert K, (1977). Merton , Mass Communication, Popular Taste, and Organized Social Action, In Schramm and Roberts.
- Lazarsfeld Paul, & others, (1944).The People's Choice, New York: Duell, Sloan, and Pearce.
- Levy, M.R. and S. Windahl, (1984). "Audience Activity and Gratifications: A Conceptual clarification and exploration, " Communication, Research 11.
- Little John, Stephen W (1983). Theories of Human Communication 2ed, ed. California: Wad Publishing Company.
- Lomax Cook, et al, (1983). Media and Agenda- Setting: Effects on the Public Interest, Group Leaders, Policy. Makers, and Policy. Public Opinion Quarterly, Vol. 47, No.1. Spring.
- Luhmann Niklas, (1996). The Reality of the Mass Media. Translated by Kathleen Cross. California. Stanford University Press.
- Marcus Brewer and Maxell Mc Combs, (1996). "Setting The Community Agenda" Journal of Mass Communication Quarterly. Spring.

- Mccargo, D, (1999). Killing The Messenger. Harv. Int. J. Press Politics. Win. V. 4.
- McGraw, Kathleen & Cristina L, (2003). Media Priming of Presidential and Group Evaluations, in Political Communication, Taylor & Francis Group. 1058-4609, January 1, Vol.20.
- Mcleod J. & Becker.L, (1981). " The Uses and Gratifications Approach," in D.D. Nimmo and K.R.Sanders ed. Handbook of Political Communication. Beverly Hills, Ca: Sage.
- Mcquail, Denis & Sven Windahl, (1981). Communication Models :For the Study of Mass Communication, New York, Longman Inc.
- Neumann, E. N, (1979) "Return To The Concept Of Powerful Mass Media" In W. Severin & Tankerd, eds. Communication Theories: Origins, and Uses, NY. Hastings House.
- Newman, Bruce, & Richard M,(2004). Political Marketing: Theory, Research, and Applications. Handbook of Political Communication. London: Sage Publication.
- Nimmo, Dan. D, (1981). Handbook of Political Communication. London : Sage Publication.
- Palmgreen P. L. A. Wenner, & J. D Rayburn, (1981). "Gratifications discrepancies and news program choice." Communication Research. 8.
- Paterson, Steven A, (1990). Political Behavior: Patterns in Everyday Life. Sage. New bury Park, C A.
- Peled,T.& E.Katz "Media Functions in Wartime : The Israel Home front in October 1973," in J.G. Blumer and Katz ,ed. The Uses of Mass Communication. (1974).
- Peter, Gill, (1982). Introduction to Politics. London : Faber & faber.
- Ralf. R. Thrift, (1971). How Chain Ownership Affects Editorial Of Newspapers. J. Q. Vol. 55. No.2. sum. Vigor
- Robert D. McClure & Tomas E. Patterson, (1976). Setting the Political Agenda: Print Vs. Network News, Journal of Communication, Vol. 26, No. 2. Spring.
- Robert L. Savage, (1981) "The Diffusion of Information Approach", in Dan D. Nimmo.

- Roger d. Wimmer & Joseph R. Dominick, (2003). Mass Media Introduction, Wadsworth, Belmont, Research: An Ca.
- Samuel,L.Becker, (1983). Discovering Mass Communication. Scott Foresman and Glenview, Illinois.
- Savigny Heather,(2002). Public Opinion, Political Communication and the Internet, Political Studies Associon, Published by Blackwell, Publishers,Vol.22.1.
- Sheldon Gilberg, et al, (1980). The State of the Union Address and The Press Agenda, Journalism Quarterly. Vol. 57, No. 3. Winter.
 - Stamoulis, Arthur, (2004). Closing Access to Information Technology, in Media Democracy in Action, Peter Phillips. Seven stories press, NY.
 - Swanson, David L, (2000). The Homologous Evolution of Political Communication and Civic Engagement, in Political Communication, Taylor & Francis Group. 1058-4609,October 1,Vol.17, Issue 4.
 - Tagg P, (1980). " The analysis of title music as a method of decoding implicit ideological Message on TV." In: G. Andren and H. Strand (eds) The Entertainment Functions of Television. Hillsdale, N.J: Erlbaum.
 - The Western Political Review, December, (1984).Vol. 37.
 - The World Almanac and Book of Facts, March, (1998). N J. Funk and Wagnall's.
 - Wanta, W.(1997).The Public and The National Agenda: How People Learn About Important Issues. London, LEA.
 - Wayne Wanta, et al, (1989). How President's State of Union Talk Influenced News Media Agenda. Journalism Quarterly, Vol. 66. No.3. Autumn.
 - Wenner ,Lawrence D, (1985) " The nature of news gratifications" In: Palmgreen, Wenner, and Rosengreen , Ed.
 - Wicks, Robert H, (2001).Understanding Audiences: Learning to Use the Media Constructively. London, LEA.
 - Wilkins, K G, (2000). The Role of Media in Public, Agenda. Journal of Broadcasting and Electronic Media, V. 44 N.4.
 - Xigen Li, (1998). Web Page and Graphic use of Three U.S.A. Newspapers, in the Journalism & Mass Communication Quarterly,Vol.75.No.2.

فهرس المحتويات

رقم

الموضوع

الصفحة

إهداء

٢

شكر وتقدير

٣

المقدمة

١١-٤

الدراسات السابقة

٣١-١١

مشكلة الدراسة

٣١

تساؤلات الدراسة

٣٢-٣١

تقسيم الدراسة

٣٣-٣٢

الباب الأول: الإطار النظري للدراسة

٣٤

الفصل الأول: وسائل الإعلام والاتصال السياسي

٣٥

تمهيد: المداخل النظرية لدراسة الاتصال السياسي

٣٩-٣٦

نشأة علم الاتصال السياسي

٤٠-٣٩

تعريفات الاتصال السياسي

٤١-٤٠

المدخل النظرية لدراسة الاتصال السياسي

٤٣-٤١

العلاقة بين الاتصال والسياسة

٤٦-٤٣

المبحث الأول: مستويات الاتصال السياسي وعلاقتها بنشر المعرفة السياسية

٤٧

مستويات الاتصال حسب عدد المشاركين

٥٣-٤٨

مستويات الاتصال السياسي من حيث اتجاه الرسالة

٥٥-٥٣

مستويات الاتصال حسب رسمية القنوات

٥٨-٥٤

الشائعات السياسية

٦٤-٥٨

المبحث الثاني: وظائف الاتصال السياسي

٦٥

المضمون السياسي لوظائف الاتصال التقليدية

٦٨-٦٦

الوظائف السياسية للاتصال

٦٨

أولاً: الوظيفة الإخبارية

٧٠-٦٨

٧٠

ثانياً: التنشئة السياسية

٧٢-

ثالثاً: التسويق السياسي

٧٥-٧٢

رابعاً: التأثير في اتجاهات الرأي العام

٧٧-٧٥

خامساً: الرقابة على الحكومة

٧٩-٧٧

سادساً: المساعدة في صنع القرارات

٨١-٧٩

سابعاً: دعم مشروعية النظام السياسي

٨٣-٨١

ثامناً: تأكيد الشعور بالهوية الوطنية

٨٤-٨٣

تاسعاً: إدارة الصراعات السياسية

٨٥-٨٤

وظائف الخطاب السياسي عبر وسائل الإعلام

٨٩-٨٦

النظام السياسي ووظائف الاتصال في المجتمع

٩٠

نظرية السلطة

٩٠

نظرية الحرية

٩٠-٩١

نظرية المسؤولية الاجتماعية

٩١

النظرية الاشتراكية

٩١-٩٢

النظرية التنموية

٩٢-٩٣

نظرية المشاركة الديمقراطية

٩٣-٩٤

الرؤية الإسلامية

٩٤-٩٥

المبحث الثالث: نظريات التأثير السياسي لوسائل الإعلام

٩٦-٩٩

الاتجاه السياسي لبحوث التأثير

٩٩-١٠٠

نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام

١٠٠-١٠٥

نظرية الاستخدامات والإشباع

١٠٥-١١٢

نظرية ترتيب الأولويات

١١٢-١١٨

نظرية الفجوة المعرفية

١١٨-١٢٢

نظرية تدعيم الصمت

١٢٢-١٢٦

المبحث الرابع: العوامل المؤثرة في الاتصال السياسي

١٢٧

أولاً: خصائص النظام السياسي

١٢٨-١٣٦

ثانياً: طبيعة النظام الإعلامي

١٣٦-١٤٣

الاستخدامات السياسية لشبكة الإنترنت

١٤٣-١٤٦

ثالثاً: العوامل الثقافية والاجتماعية والاقتصادية

١٤٦-١٥٠

-١٥٠

رابعاً: العوامل الخارجية

١٦٠

الفصل الثاني: الاتصال السياسي في المملكة العربية السعودية

١٦١

المبحث الأول: خصائص المجتمع السعودي وعلاقتها بالاتصال السياسي

١٦٢-١٧٤

المبحث الثاني: العلاقة بين النظام السياسي ووسائل الإعلام

١٧٥-١٧٦

أولاً: الاتصال والنظام السياسي قبل ظهور وسائل الإعلام السعودية

١٧٦-١٧٨

ثانياً: دور النظام السياسي في إنشاء النظام الإعلامي

١٧٨-١٨٢

ثالثاً: تأكيد الطابع المؤسسي لوسائل الإعلام

١٨٥-١٨٢

رابعاً: الانفتاح الإعلامي وتأثيره على العلاقة بين النظام

٢٠٩-١٨٦

السياسي والنظام الإعلامي

المبحث الثالث: العلاقة بين وسائل الإعلام والجمهور

٢١٥-٢١٠

٢١٥- تطور استهلاك الجمهور لوسائل الإعلام في المملكة العربية السعودية

٢٢٦

الباب الثاني: إجراءات ونتائج الدراسة التحليلية والميدانية

٢٢٧

الفصل الأول: الإجراءات المنهجية

٢٣٥-٢٢٨

الفصل الثاني: عرض نتائج الدراسة التحليلية

٢٣٦

أولاً: المضمون السياسي في عينة الدراسة

٢٤٠-٢٣٧

ثانياً: أهداف المضمون السياسي لوسائل الإعلام

٢٤٤-٢٤٠

ثالثاً: القضايا السياسية التي عالجتها وسائل الإعلام

٢٥٠-٢٤٤

رابعاً: الإطار الجغرافي للقضايا السياسية

٢٥٢-٢٥٠

خامساً: مصادر وسائل الإعلام في عرض القضايا السياسية

٢٥٥-٢٥٢

سادساً: اتجاهات المعالجة السياسية لوسائل الإعلام

٢٥٧-٢٥٥

سابعاً: أساليب الإقناع المستخدمة في عرض القضايا السياسية

٢٦٠-٢٥٧

ثامناً: مشاركة الجمهور في مناقشة القضايا السياسية عبر وسائل الإعلام -٢٦١

٢٦٢

تاسعاً: مشاركة المسؤولين في مناقشة القضايا السياسية عبر وسائل الإعلام -٢٦٢

٢٦٣

عاشراً: مشاركة وسائل الإعلام في مناقشة القضايا السياسية -٢٦٣

٢٦٤

حادي عشر: الشخصيات التي ظهرت في معالجة القضايا السياسية

٢٦٦-٢٦٥

الفصل الثالث: عرض نتائج الدراسة الميدانية

٢٦٧

أولاً: الخصائص الديموجرافية لعينة الدراسة الميدانية

٢٧٢-٢٦٨

ثانياً: دوافع التعرض للمحتوى السياسي لوسائل الإعلام

٢٧٥-٢٧٣

ثالثاً: الإشباع المتحققة نتيجة التعرض لمحتوى وسائل الإعلام

٢٧٩-٢٧٥

رابعاً: القضايا السياسية التي تحظى باهتمام الجمهور

٢٨١-٢٧٩

خامساً: المصادر التي يعتمد عليها الجمهور في المعرفة السياسية

٢٨٥-٢٨١

سادساً: اتجاهات الجمهور نحو وسائل الإعلام في المعرفة السياسية

٢٨٨-٢٨٥

سابعاً: مصداقية تغطية الشؤون السياسية في وسائل الإعلام لدى الجمهور

٢٩٠-٢٨٨

ثامناً: مستويات الاهتمام بالقضايا السياسية الداخلية والخارجية لدى الجمهور -٢٩١

٢٩٦

الفصل الرابع: عرض لنتائج دراسة العلاقة بين الدراسة التحليلية والميدانية

٢٩٧

أولاً: وسائل الإعلام وتلبيتها لاهتمامات الجمهور السياسية

٢٩٩-٢٩٨

ثانياً: العوامل المؤثرة في اعتماد الجمهور على وسائل الإعلام السعودية -٢٩٩

٣٠٦

في المعرفة السياسية

ثالثاً: الاختلاف بين وسائل الإعلام في تلبية اهتمامات الجمهور

٣١٠-٣٠٦

الفصل الخامس: الإجابة عن تساؤلات الدراسة ومناقشة النتائج

٣١١

أولاً: مناقشة النتائج الخاصة بمضمون وسائل الإعلام

٣٢٤-٣١٢

ثانياً: مناقشة النتائج الخاصة بالجمهور

٣٣٢-٣٢٤

ثالثاً: مناقشة نتائج دراسة العلاقة بين وسائل الإعلام والجمهور

٣٤١-٣٣٢

الخاتمة

٣٤٩-٣٤٢

التوصيات

٣٥٣-٣٥٠

الملاحق

٣٥٤

ملحق استمارة الجمهور

٣٦١-٣٥٥

ملحق استمارة تحليل مضمون الصحف

٣٦٥-٣٦٢

ملحق استمارة تحليل مضمون التلفزيون

٣٦٩-٣٦٦

دليل ترميز استمارات تحليل المضمون

٣٧٤-٣٧٠

المستخلص باللغة الإنجليزية

٣٨١-٣٧٥

المراجع

٤٠٥-٣٨٢

-٤٠٦

فهرس المحتويات

٤١٠

-٤١١

فهرس الجداول

٤١٢

فهرس الجداول

رقم

الموضوع

الصفحة

نسب المواد السياسية في الصحف

٢٣٨

نسب المواد السياسية في التلفزيون

٢٣٩

أهداف المواد الصحفية

٢٤٠

أهداف المواد التلفزيونية

٢٤٢

قضايا المواد الصحفية

٢٤٥

قضايا المواد التلفزيونية

٢٤٩

المواد الصحفية للقضايا الداخلية والخارجية

٢٥١

المواد التلفزيونية للقضايا الداخلية والخارجية

٢٥٢

مصادر المواد الصحفية

٢٥٣

مصادر المواد التلفزيونية

٢٥٥

اتجاه معالجة القضايا في المواد الصحفية

٢٥٦

اتجاه معالجة القضايا في المواد التلفزيونية

٢٥٧

أساليب الإقناع في المواد الصحفية

٢٥٨

أساليب الإقناع في المواد التلفزيونية

٢٦٠

مشاركة الجمهور في المواد الصحفية

٢٦١

مشاركة الجمهور في المواد التلفزيونية

٢٦٢

مشاركة المسؤولين الحكوميين في المواد الصحفية

٢٦٢

مشاركة المسؤولين الحكوميين في المواد التلفزيونية

٢٦٣

مشاركة الصحف في مناقشة القضايا السياسية

٢٦٤

مشاركة التلفزيون في مناقشة القضايا السياسية

٢٦٤

شخصيات المواد الصحفية

٢٦٥

شخصيات مواد البرامج التلفزيونية

٢٦٦

التوزيع التكراري لعينة الدراسة حسب متغير النوع

٢٦٨

التوزيع التكراري لعينة الدراسة حسب متغير العمر

٢٦٩

التوزيع التكراري لعينة الدراسة حسب متغير منطقة الإقامة

٢٦٩

التوزيع التكراري لعينة الدراسة حسب متغير المؤهل العلمي

٢٧٠

التوزيع التكراري لعينة الدراسة حسب متغير العمل

٢٧١

التوزيع التكراري لعينة الدراسة حسب متغير عدد مرات السفر إلى الخارج

٢٧١

التوزيع التكراري لعينة الدراسة حسب متغير الدخل الشهري للفرد

٢٧٢

دوافع التعرض للمحتوى السياسي

٢٧٣

التوزيع التكراري لعينة الدراسة حسب دوافع التعرض للمحتوى السياسي

٢٧٦

التوزيع التكراري لعينة الدراسة حسب القضايا التي تشغلهم

٢٧٩

ترتيب الجمهور للمصادر

٢٨١

التوزيع التكراري لعينة الدراسة حسب اعتمادهم على مصادر المعلومات

٢٨٣

ترتيب المصادر لدى الجمهور

٢٨٤

ترتيب وسائل الإعلام المحلية لدى الجمهور

٢٨٥

توزيع عينة الدراسة حسب اعتمادهم على وسائل الإعلام السعودية

٢٨٧

توزيع عينة الدراسة حسب درجة الثقة بوسائل الإعلام السعودية

٢٨٩

توزيع عينة الدراسة وفقاً لاهتمامهم بنوعية القرارات

٢٩١

ترتيب الجمهور لمستوى التعرض لوسائل الإعلام السعودية في حالة القضايا الداخلية

٢٩٢

ترتيب الجمهور لمستوى التعرض لوسائل الإعلام السعودية في حالة القضايا الخارجية

٢٩٣

التوزيع التكراري لعينة الدراسة وفقاً لوسائل التعرض حول المشكلات الداخلية

٢٩٣

التوزيع التكراري لعينة الدراسة وفقاً لوسائل التعرض حول المشكلات الخارجية

٢٩٥

مدى تلبية وسائل الإعلام لاهتمامات الجمهور

٢٩٨

الفروق بين الذكور والإناث في اعتمادهم على وسائل الإعلام السعودية في المعرفة السياسية

٣٠٠

نتائج تحليل التباين لمعرفة الفروق بين مناطق الإقامة تبعاً لمدى الاعتماد

٣٠١

نتائج تحليل التباين لمعرفة الفروق بين فئات العمل تبعاً لمدى الاعتماد

٣٠٢

العلاقة بين اهتمام الجمهور ومدى الاعتماد على الوسائل في المعرفة السياسية

٣٠٤

اهتمام وسائل الإعلام مقارنة باهتمامات الجمهور

٣٠٦

التوزيع التكراري لعينة الدراسة حسب إجاباتهم المتعلقة بالوسائل التي يتم اللجوء إليها

٣٠٨