

السياسة الإعلامية بالمملكة العربية السعودية

في ضوء الشريعة الإسلامية

الأستاذ الدكتور/ حسن بن خالد حسن سندي

الأستاذ بقسم الدراسات الإسلامية والعربية

جامعة الملك فهد للبترول والمعادن

المملكة العربية السعودية

ملخص:

يتناول هذا البحث دراسة تأصيلية تحليلية لموضوع بالغ الأهمية، وهو العلاقة بين السياسة الإعلامية في المملكة العربية السعودية ومدى تأثيرها بالشريعة الإسلامية. وقد جاءت هذه الدراسة لتسلط الضوء على المرتكزات العقدية والقيمية التي تقوم عليها السياسة الإعلامية السعودية، وتبرز كيف تمكّنت المملكة من بناء منظومة إعلامية تستند إلى مبادئ الشريعة، وتتكامل في الوقت ذاته مع متطلبات العصر.

وقد اعتمد في هذه الدراسة على المنهج التحليلي التأصيلي، من خلال تتبع الأسس الشرعية التي شكلت بنية السياسة الإعلامية، واستقراء ممارسات الدولة الإعلامية منذ عهد المؤسس الملك عبد العزيز - رحمه الله - حتى عهدنا الحاضر، مع التركيز على مواد السياسة الإعلامية الرسمية التي أقرتها الدولة، ودورها في صيانة العقيدة، والحفاظ على الهوية الوطنية، وحماية القيم الاجتماعية.

تناولت الدراسة أربعة مباحث رئيسة، شملت: عرضاً تاريخياً للسياسة الإعلامية السعودية، وبيان التوجهات الرسمية، ثم تحليلاً لمواد السياسة الإعلامية، وأخيراً تسليط الضوء على التحولات التي أحدثتها رؤية المملكة ٢٠٣٠ في البنية الإعلامية، مع التأكيد على تكامل الرؤية مع ثوابت الشريعة.

وتوصلت الدراسة إلى أن الشريعة الإسلامية تمثل المرجعية العليا للسياسة الإعلامية السعودية، وأن هذه السياسة تمكّنت من التوفيق بين الأصالة والمعاصرة، وضبط الانفتاح الإعلامي بمنظومة من الضوابط الأخلاقية والشرعية. كما أوصت الدراسة بأهمية مواصلة مراجعة السياسات الإعلامية بما يضمن مواكبتها للتطورات التقنية، دون التفريط في الثوابت

الدينية والوطنية، مع تعزيز الخطاب الإعلامي المعتدل، وتأهيل الكوادر الوطنية لتكون قادرة على حمل رسالة الدولة بوعي واحترافية.

Summary:

This research presents an analytical and juristic study of a matter of significant importance: **the influence of Islamic Sharia on shaping the media policy of the Kingdom of Saudi Arabia**. The study aims to highlight the foundational religious principles and values that underpin Saudi media policy, and to demonstrate how the Kingdom has successfully established a media framework rooted in Islamic teachings while simultaneously engaging with the challenges of modernity.

The researcher adopted a combined analytical and juristic methodology, tracing the Sharia-based foundations that constitute the essence of Saudi media policy, and reviewing the historical progression of media practices in the Kingdom—from the era of King Abdulaziz (may Allah have mercy on him) to the present day. Particular attention was given to the official provisions of Saudi media policy, which were analyzed in light of their role in preserving creed (ʿaqidah), protecting national identity, and safeguarding societal values.

The study is structured into four main chapters: a historical overview of Saudi media policy; an exposition of official media directives; an analysis of policy content in light of the higher objectives (maqā'id) of Islamic law; and finally, a discussion on the impact of **Saudi Vision ٢٠٣٠** on the media landscape, emphasizing the harmony between national developmental goals and the immutable principles of Sharia.

The findings confirm that **Islamic Sharia remains the supreme reference for media policy in the Kingdom**, and that Saudi Arabia has achieved a unique balance between authenticity and modernity—anchoring its media discourse in religious ethics while advancing technologically. The study recommends continued periodic review of media regulations to ensure alignment with both technological progress and Sharia objectives, the promotion of a moderate Islamic media narrative, and the development of qualified national cadres to uphold the media's role in conveying the Kingdom's message with clarity, integrity, and professionalism.

بسم الله الرحمن الرحيم

المقدمة:

الحمد لله الذي أرسل رسوله بالهدى ودين الحق ليظهره على الدين كله، وجعل الإسلام شريعةً شاملةً تنتظم بها مصالح العباد في دينهم ودنياهم، والصلاة والسلام على نبينا محمد، الذي بلغ الرسالة، وأدى الأمانة، ونصح الأمة، وعلى آله وصحبه ومن تبعهم بإحسان إلى يوم الدين.

أما بعد:

فإن الإعلام في عصرنا الحاضر قد غدا من أهم الوسائل المؤثرة في توجيه الرأي العام، وتشكيل الفكر الجمعي، وصياغة التصورات والمفاهيم، سواء في الداخل الوطني أو في المحيط العالمي. وقد أدركت الدول والأمم خطورة هذه الوسيلة ومكانتها، فسعت إلى ترشيدها، وتوجيهها بما يخدم هويتها وقيمها العليا، ويصون مجتمعاتها من الانحراف العقدي أو السلوكي.

ومن هذا المنطلق، كانت السياسة الإعلامية في المملكة العربية السعودية إحدى أهم ركائز البناء الحضاري للدولة، إذ انطلقت منذ تأسيسها على يد الملك المؤسس عبد العزيز بن عبد الرحمن آل سعود - رحمه الله - من المرجعية الشرعية الإسلامية، والتزمت على مر العقود بتلك المبادئ الربانية التي تجعل من الإعلام أداة للبناء لا للهدم، وسبيلاً إلى الإصلاح لا الإفساد.

أهمية البحث وسبب اختياري له وأهدافه وأبرز الدراسات السابقة:

لقد جاء اختياري لهذا الموضوع الموسوم بـ " السياسة الإعلامية بالمملكة العربية السعودية في ضوء الشريعة الإسلامية " استجابةً لما يمثلته الإعلام من أهمية بالغة في العصر الحديث، إذ أصبح أداةً مركزية في تشكيل الوعي العام، وتوجيه السلوك الفردي والجماعي، وصناعة الرأي والتأثير في القيم والاتجاهات داخل المجتمعات. ولما كانت المملكة العربية السعودية دولة قامت على أساس الشريعة الإسلامية عقيدةً وشريعةً، فإن النظر في مدى تأثير هذه الشريعة على توجهات الإعلام الرسمي في المملكة يُعد من الموضوعات الحيوية التي تستحق الدراسة والتحليل.

وقد دفعني إلى اختيار هذا الموضوع جملة من الأسباب، من أبرزها:

١. دور الإعلام المحوري في العصر الحديث، وما يمثلته من قوة ناعمة تؤثر في كافة مناحي الحياة السياسية والثقافية والاجتماعية.

٢. خصوصية المملكة العربية السعودية بوصفها دولة تتخذ من الإسلام مرجعية شاملة في التشريع والسياسة والإدارة، مما يجعل دراسة علاقتها بالإعلام ضرورة علمية.
 ٣. أهمية التأصيل الشرعي للسياسة الإعلامية، وبيان مدى انسجامها مع مقاصد الشريعة الإسلامية وضوابطها، خاصة في ظل التحديات الفكرية والثقافية المتزايدة.
 ٤. التحولات الجذرية التي يشهدها الإعلام السعودي في ظل رؤية المملكة ٢٠٣٠، مما يبرز الحاجة إلى قراءة هذه التحولات في ضوء الضوابط الشرعية.
 ٥. قلة الدراسات المتخصصة التي تجمع بين التأصيل الفقهي والتحليل الإعلامي، مما يجعل هذا البحث إضافة علمية تسهم في ملء هذا الفراغ.
 ٦. الرغبة في ترسيخ الخطاب الإعلامي الإسلامي المعتدل، وتعزيز الهوية الوطنية، ومواجهة مظاهر التغريب والانحراف الثقافي.
- وانطلاقاً من هذه الدوافع، يسعى هذا البحث إلى تحقيق الأهداف الآتية:**
١. بيان الأسس الشرعية التي قامت عليها السياسة الإعلامية في المملكة العربية السعودية، وتوضيح مرجعيتها الإسلامية.
 ٢. تحليل مضامين السياسة الإعلامية الرسمية في ضوء مقاصد الشريعة الإسلامية، وبيان مدى توافقها مع القيم الدينية والأخلاقية.
 ٣. استعراض التطور التاريخي للسياسة الإعلامية في المملكة، منذ عهد الملك المؤسس عبد العزيز - رحمه الله - حتى الوقت الحاضر.
 ٤. تسليط الضوء على العلاقة بين رؤية المملكة ٢٠٣٠ والسياسة الإعلامية، وبيان كيف تم الجمع بين الانفتاح الإعلامي والضوابط الشرعية.
 ٥. رصد أبرز التحديات الفكرية والثقافية التي تواجه الإعلام السعودي، واقتراح آليات شرعية وإعلامية للتعامل معها.
 ٦. تعزيز فهم دور الإعلام في حماية الهوية الوطنية والقيم الاجتماعية، في إطار السياسة الإعلامية المرتكزة على الشريعة الإسلامية.
 ٧. تقديم توصيات علمية تسهم في تطوير السياسة الإعلامية بما يتوافق مع المستجدات التقنية دون الإخلال بالثوابت الدينية.

الدراسات السابقة والفروقات البحثية:

لقد تناولت بعض الدراسات السابقة العلاقة بين الإعلام والدين، أو بين الإعلام والسياسات العامة في المملكة العربية السعودية، ومن أبرز هذه الدراسات:

١. الإعلام من منظور إسلامي، د. صالح الفوزان (٢٠٠٥):
تتاول هذا الكتاب الإطار العام للإعلام الإسلامي ومبادئه، وركز على ضرورة التزام الإعلام بالضوابط الشرعية، دون التطرق المباشر إلى السياسة الإعلامية السعودية كمنظومة رسمية.
٢. الإعلام السعودي بين الأصالة والمعاصرة، عبد الله بامطرف (٢٠٢١):
ناقش هذا العمل التوازن بين القيم التقليدية والتطور الإعلامي في المملكة، إلا أنه لم يتناول التأصيل الشرعي التفصيلي للسياسات الإعلامية.
٣. الدبلوماسية الإعلامية وصورة المملكة، ماجد الخطيب (٢٠٢١):
تتاول دور الإعلام في تحسين صورة المملكة خارجياً، وركز على الأداء الإعلامي الدولي، دون التعمق في علاقة ذلك بالشرعية الإسلامية كموجه للسياسة.
٤. السياسات الإعلامية في المملكة والتحول الرقمي، تركي الصمعاني (٢٠٢٢):
ركز على الجوانب التقنية والتحول التي طرأت على الإعلام السعودي في ظل رؤية ٢٠٣٠، مع غياب الجانب التأصيلي الشرعي.
٥. تحولات الإعلام السعودي في ظل رؤية ٢٠٣٠، سلمان الراشد (٢٠٢٣):
قدّم تحليلاً للرؤية الإعلامية المستقبلية للمملكة، مع اهتمام محدود بالإطار الشرعي الذي يحكم هذه السياسات.
الذي يميز هذا البحث عن سابقه:
١. التركيز على مواد السياسة الإعلامية الرسمية:
○ يتفرد البحث بتحليل مواد قرار مجلس الوزراء رقم (١٦٩) لسنة ١٤٠٢هـ — من منظور شرعي.
٢. ربط السياسة الإعلامية برؤية ٢٠٣٠ في ضوء الشريعة:
○ يُبرز البحث العلاقة بين مستهدفات الرؤية وبرامجها الإعلامية من جهة، وثوابت الشريعة من جهة أخرى، بما يوضح التكامل بين الأصالة والتحديث.
٣. استشراف دور الإعلام في حماية الهوية العقديّة:
○ يعالج البحث دور الإعلام السعودي في ترسيخ الأمن الفكري والاجتماعي استناداً إلى الشريعة، وهو بعد غير وافي في الدراسات السابقة.

وقد انتهجت في هذا البحث منهجاً تأصيلياً تحليلياً يجمع بين الأصالة الفكرية، والتحليل الواقعي للمضامين والسياسات، حيث قسمت الدراسة إلى مقدمة، وأربعة مباحث، وخاتمة، على النحو الآتي:

- **المبحث الأول:** نبذة عن السياسة الإعلامية في المملكة العربية السعودية.
- **المبحث الثاني:** التوجهات الرسمية لسياسات الإعلام في المملكة.
- **المبحث الثالث:** شمول مواد السياسة الإعلامية لحاجات المجتمع وتماھيھا مع الشريعة الإسلامية.

• **المبحث الرابع:** السياسة الإعلامية في المملكة العربية السعودية في ضوء رؤية المملكة ٢٠٣٠.

وختُمت الدراسة بخاتمة تضمنت أبرز النتائج والتوصيات.
أسأل الله تعالى أن يجعل هذا العمل خالصاً لوجهه الكريم، نافعاً في ميدانه، مساهماً في ترسيخ المبادئ الشرعية في ممارساتنا الإعلامية، إنه ولي ذلك والقادر عليه.

المبحث الأول: نبذة عن السياسة الإعلامية في المملكة العربية السعودية

في زمن أصبح فيه الإعلام أحد أهم أدوات التأثير والتغيير في المجتمعات، برزت المملكة العربية السعودية كلاعب محوري في المشهد الإعلامي الإقليمي والدولي، متسلحة بسياسة إعلامية تستند إلى مرجعية شرعية أصيلة، وتواكب في الوقت نفسه مستجدات العصر وتحولاته المتسارعة. لقد أدركت المملكة مبكراً أن الإعلام ليس مجرد وسيلة اتصال، بل هو أداة لصياغة الهوية وبناء الإنسان وتمثيل الوطن، ومن ثم أولته اهتماماً كبيراً، تنظيراً وتخطيطاً وتنفيذاً.

منذ تأسيس الدولة السعودية الحديثة على يد الملك عبد العزيز بن عبد الرحمن آل سعود - رحمه الله - كان الإعلام حاضراً في المشهد الوطني كوسيلة لخدمة الدين والدولة. وقد بدأت ملامح السياسة الإعلامية تتشكل عبر الممارسات التنظيمية المبكرة، حيث تم إنشاء الإذاعة السعودية، وإصدار جريدة "أم القرى" لتكون منبراً رسمياً، ومن ثم جاءت مراحل متتالية من التنظيم والتقنين، حتى تبلورت السياسة الإعلامية في صورتها الرسمية من خلال قرار مجلس الوزراء رقم (١٦٩) وتاريخ ١٤٠٢/١٠/٢٠هـ، الذي حدد المبادئ العامة والأهداف والضوابط التي تُنظم العمل الإعلامي في المملكة.^(١)

مبادئ السياسة الإعلامية السعودية

ترتكز السياسة الإعلامية السعودية على منظومة من المبادئ الدينية والاجتماعية والوطنية، في طليعتها الالتزام بالشريعة الإسلامية في جميع ما يصدر عن وسائل الإعلام. وهذا الالتزام يتجاوز الشكل إلى المضمون، بحيث يكون الإعلام خادماً لقيم الإسلام، ومحافظاً على العقيدة الصحيحة والأخلاق الفاضلة، ورافضاً لكل ما يتعارض مع أحكام الشريعة أو يُهدد أمن المجتمع الفكري والثقافي.

كما تؤكد السياسة الإعلامية على أهمية تعزيز الوحدة الوطنية، ودعم اللحمة الاجتماعية، وتقوية الروابط بين القيادة والشعب، وتقديم صورة مشرقة للمملكة على الساحة الدولية. فهي لا تكتفي بالدفاع عن القيم، بل تسعى إلى نشر الفضيلة، ومقاومة الرذيلة، وتحقيق الأمن العقدي والاجتماعي.

١ - راجع الإعلام السعودي سياسته الإعلامية وأنظمته الصحفية، د. ماجد بن عبد العزيز التركي ص ٧-٨.

المؤسسات الإعلامية ودورها الوطني:

تعمل هذه السياسة من خلال مؤسسات إعلامية رسمية متنوعة، يأتي في مقدمتها وزارة الإعلام، وهيئة الإعلام المرئي والمسموع، ووكالة الأنباء السعودية (واس)، بالإضافة إلى القنوات التلفزيونية والإذاعية، والصحف الورقية والإلكترونية، ومنصات الإعلام الرقمي. وتُسهم هذه المؤسسات في ترجمة توجهات الدولة إلى خطاب إعلامي يُعبر عن رؤية الوطن وثوابته، ويتفاعل مع قضايا المواطن.

وقد شهد القطاع الإعلامي تطورات كبيرة خلال السنوات الأخيرة، خاصة مع التحولات الكبرى التي فرضتها رؤية المملكة ٢٠٣٠، حيث دخل الإعلام السعودي مرحلة جديدة من التحديث المهني والرقمي، تمثلت في دعم المحتوى المحلي، وتعزيز الشفافية، وتبني سياسات إعلامية تبرز المملكة كقوة صاعدة تمتلك مشروعاً وطنياً متماسكاً وطموحاً.

الانفتاح الإعلامي المنضبط:

تميزت السياسة الإعلامية السعودية بما يمكن تسميته بـ "الانفتاح المنضبط"، فهي سياسة تُدرك أهمية مجازاة العالم الحديث بأدواته وتقنياته، لكنها في الوقت نفسه لا تُفَرِّط في الثوابت الشرعية ولا تتهاون مع القيم الأصيلة. فالإعلام السعودي يخاطب العالم بلغته، ويستخدم أحدث الوسائل التكنولوجية، ويقدم محتوى منافساً، لكنه يظل محتفظاً بأصالته، وملتزمًا بمسؤوليته الشرعية والوطنية.

إنّ هذا التوازن الدقيق بين التجديد والثبات، وبين الانفتاح والضبط، هو ما منح الإعلام السعودي طابعه الخاص، وجعله قادراً على التفاعل مع التحديات دون أن يفقد هويته.

نحو إعلام يصنع الحدث:

لم تعد مهمة الإعلام السعودي تقتصر على نقل الحدث، بل أصبح يسعى إلى صناعته وتوجيهه، عبر رواية وطنية متماسكة تستند إلى الرؤية الشرعية والمصلحة العامة. وقد ساعد في ذلك دعم الدولة، وتوافر الكفاءات الوطنية، وتطور البنية التحتية الرقمية، الأمر الذي مكّن المملكة من أن تكون حاضرة إعلامياً في كثير من المحافل الدولية، ومؤثرة في تشكيل الرأي العام الإقليمي والعالمي.

السياسة الإعلامية في رؤية ٢٠٣٠:

مع إطلاق رؤية المملكة ٢٠٣٠، أُعيد بناء المنظومة الإعلامية السعودية على أسس جديدة تواكب العصر وتستثمر في الإنسان والمحتوى والتقنية. ومع ذلك، بقيت الشريعة

الإسلامية هي الإطار المرجعي الأعلى، الذي يحتكم إليه الإعلام في كل تحولاته. ومن أبرز ما تضمنته رؤية ٢٠٣٠ في المجال الإعلامي:

- دعم المحتوى المحلي وتعزيز الهوية الثقافية.
- توسيع نطاق الإعلام الرقمي وتبني الذكاء الاصطناعي.
- تطوير الكفاءات الوطنية الإعلامية.
- الترويج الإيجابي لصورة المملكة عالمياً.^(١)

وفي المبحث التالي يمكن تلخيص أهم ما جاء في السياسة الإعلامية للمملكة العربية السعودية - منذ بداياتها الأولى في عهد المؤسس الملك عبد العزيز (رحمه الله) إلى أن تبلورت من خلال قرار مجلس الوزراء السابق الذكر.

١ - وسيأتي الحديث عن سياسة المملكة الإعلامية وفقاً لرؤية ٢٠٣٠ بشيء من التفصيل في الفصل الرابع من البحث.

المبحث الثاني: التوجهات الرسمية لسياسات الإعلام في المملكة

بدأ الإعلام في المملكة بالبث الإذاعي - كأول مجال رسمي بعد جريدة أم القرى - يزاول نشاطه ويقدم برامجه في المجتمع السعودي ، ولقد حدد المرسوم الملكي^(١) الذي أصدره الملك عبد العزيز - رحمه الله - النظام الإذاعي ، وأسند الإشراف على الإذاعة ووضع البرامج إلى الأمير فيصل بن عبد العزيز - رحمه الله - نائب الملك في الحجاز - آنذاك - وتعد سياسة الإذاعة التي تعمل بمقتضاها تابعة للسياسة العامة للدولة ، والتي قامت على الإسلام واستمدت شريعتها منه ، ويظهر هذا من خلال الملاحظات الواردة في المرسوم الملكي والتي تشير إلى الآتي :

أولاً: النظر فيما يمكن إذاعته من القرآن الكريم إيماناً بقول رب العباد : ﴿ وَلَقَدْ ضَرَبْنَا لِلنَّاسِ فِي هَذَا الْقُرْآنِ مِنْ كُلِّ مَثَلٍ لَعَلَّهُمْ يَتَذَكَّرُونَ ﴾^(٢). وقوله تعالى : ﴿ تَبَارَكَ الَّذِي نَزَّلَ الْفُرْقَانَ عَلَى عَبْدِهِ لِيَكُونَ لِلْعَالَمِينَ نَذِيرًا ﴾^(٣). وقوله تعالى : ﴿ الرِّكَابَ أَنْزَلْنَاهُ إِلَيْكَ لِتُخْرِجَ النَّاسَ مِنَ الظُّلُمَاتِ إِلَى النُّورِ بِإِذْنِ رَبِّهِمْ إِلَى صِرَاطٍ الْعَزِيزِ الْحَمِيدِ ﴾^(٤).

ثانياً : التأكيد على إذاعة المواعظ الدينية والمحاضرات التاريخية.

ثالثاً : نشر الأخبار الخارجية كما هي ، مع ملاحظة عدم شتم أحد ، أو التعريض بأحد، أو المدح الذي لا محل له.

رابعاً : يلاحظ في الأخبار الداخلية الواقع ، وتلاحظ عاداتنا في السكوت على ما اعتدنا السكوت عليه ، ونشر ما اعتدنا نشره.

خامساً : ضرورة العمل على تحسين هذه البرامج وتمارين المتعاونين ، وتدريبهم على هذه الأعمال.^(٥)

هذه أبرز ملامح السياسة الإعلامية (الإذاعة بالتحديد) في عهد الملك عبد العزيز من خلال نص المرسوم الملكي ، وقد سارت الإذاعة في عهد الملك سعود - رحمه الله - على الاتجاه نفسه ، مع التوسع في مجالات عملها وزيادة ساعات البث وفتراته ومواسمه ، وقد جاء في كلمة الملك سعود بمناسبة مرور العام الرابع على تأسيس الإذاعة بعض الملامح الهامة لمبادئ ومهام الإذاعة ومنها :

١ - رقم ٣٩٩٦/٣/٧ ، بتاريخ ٢٣ رمضان ١٣٦٨ هـ ، الموافق ١٨ يوليو ١٩٤٩ م.

٢ - سورة الزمر آية ٢٧.

٣ - سورة الفرقان آية ١.

٤ - سورة إبراهيم آية ١.

٥ - راجع نشأة وتطور الإذاعة في المجتمع السعودي ، بدر أحمد كريم ص ٦٥. الإعلام السعودي سياسته الإعلامية وأنظمته الصحفية ، د. ماجد بن عبد العزيز التركي ص ٣٦-٣٧.

أولاً : للإذاعة رسالتها العالمية ورسالتها الوطنية ، أما في داخل البلاد فهي مدرسة تبدأ بأولى خطوات الثقافة وترتفع إلى أعلى درجاتها.

ثانياً : وهي (أي الإذاعة) المذيع الذي تنادي منه الجهات الرسمية والهيئات المختلفة مواطنيها إلى ما يحسن أن يتمسكوا به من الأخلاق الفاضلة والصفات الحسنة.

ثالثاً : تعرفهم على أمجادهم وتاريخ بلادهم وعلى ما كانوا عليه في ماضيهم العظيم من العزة والقوة والاتحاد.

رابعاً : كما تطلب منهم التمسك بالصالح من القوانين وبما يجب أن يراعه من الأنظمة والتعليمات التي تضمن حقوقهم وترعى سلامتهم في أمور دينهم ودنياهم.

خامساً : تعرف الشعوب بعضها ببعض ، فيزيد التعارف بين الناس ، وفي هذا مقدمات التفاهم والتواد والسلام بين البشر. (١)

وفي عام (١٣٨٧هـ) ألقى الملك فيصل - رحمه الله - خطاباً بمناسبة افتتاح مبنى وزارة الإعلام ، حدد من خلاله مهمة وسائل الإعلام ، وتناول بعض الممارسات الخاطئة التي تخرج بهذه الوسائل عن وظيفتها الأساسية ، ومن ذلك :

أولاً : أن هذا المرفق مسؤولية تجاه الله سبحانه وتعالى ، ثم تجاه الشعب والوطن.
ثانياً : ليست مسؤولية هذا المرفق أن يكيل المديح أو يتزلف ، أو يبرز الصور والمناظر للأشخاص أو الأفراد أو المسؤولين ؛ لأن هذه أساليب ليست من أساليب المؤمن بالله، المؤمن بوطنه وأمته.

ثالثاً : مسؤولية هذا المرفق أن يكون في خدمة الدين ، وفي خدمة الوطن ، وفي خدمة الشعب.

رابعاً : على هذا المرفق أن يتولى تقديم ما ينفع أمتنا ومواطنينا في أمر دينهم ودنياهم ، وتوجهها إلى ما فيه صالحهم وصالح وطنهم. (٢)

وجاء في ورقة العمل التي قدمها مندوب وزارة الإعلام إلى المؤتمر العربي الحادي عشر للدفاع بالمغرب ، أن رسالة الإعلام السعودي دعم وترسيخ قواعد الإسلام ، والعمل على تحصين المستمع والمشاهد المسلم ضد أي فكر يهدف إلى الحض على ارتكاب الجريمة أو الشروع فيها . وتناولت هذه الورقة طبيعة البرامج الإذاعية والتلفزيونية في المملكة ، ومنها :

١ - انظر جلالة الملك سعود والإذاعة ، إبراهيم أمين فودة ص ١٦٠-١٦٣ .

٢ - مجلة المنهل ، خطاب جلالة الملك فيصل بقبل افتتاح مبنى وزارة الإعلام في جدة ، ١ محرم ١٣٨٧هـ ، ص ١٢-١٦ .

أولاً : عدم إذاعة ما يبرز أعمال الجريمة أو ما يشير إليها أو التلفظ بما يساعد عليها.
ثانياً : عدم تقديم ما يوحي بأعمال السحر والشعوذة ، ومناظرة المشروبات الروحية والمخدرات ، أو التلفظ بها أو التمثيل بشربها.
ثالثاً : عدم ظهور الملابس العارية أو الضيقة بدرجة ملحوظة.
رابعاً : حظر المشاهد التي بها تماثيل عارية في الديكورات وخلافه.^(١)
هذه ابرز ملامح التوجهات الرسمية لسياسات الإعلام في المملكة ابتداء من عهد الملك عبد العزيز - رحمه الله - حتى عام (١٤٠٢هـ) تاريخ صدور الموافقة على السياسة الإعلامية في المملكة العربية السعودية - والتي سأذكر بنودها في المبحث التالي- ويتضح من خلال الاستعراض السابق التزام سياسات الإعلام في المملكة بمبادئ الدين الإسلامي ، واعتمادها على مبدأ نشر الفضيلة والحث على الأخلاق الكريمة.

١ - مجلة المنهل ، دور وسائل الإعلام في الوقاية من الجريمة ، موضوع قدمه مندوب وزارة الإعلام السعودية إلى المؤتمر العربي الحادي عشر للدفاع الاجتماعي ، والذي عقد بمدينة طنجة بالمغرب . ص٤٠٩ (رمضان ١٤٠٢هـ)

المبحث الثالث: شمول مواد السياسة الإعلامية في السعودية لحاجات المجتمع واهتماماته وتماهيها مع الشريعة الإسلامية

تتشترك المجتمعات على اختلافها على جملة من الحاجات والاهتمامات ، تعمل على تحقيقها ، وترى ضرورة رعايتها ، وتختلف فيما بينها في جوانب الإطار النفسي لهذه الحاجات ، وترتيبها حسب الأولوية ، ولعل من أبرز احتياجات المجتمعات :

أ - تحقيق الأمن الاجتماعي : وذلك برعاية الأفراد على اختلافهم ، والعناية بالأسرة ، ومواجهة الجريمة ، ومعالجة المشكلات الاجتماعية المختلفة.

ب - تحقيق الأمن الفكري : في إطار الاتجاه العقدي للمجتمع ، والعمل على دعمه ، وتشجيع روافده الثقافية ، ومواجهة التيارات المضادة له.

ج - تحقيق الأمن السياسي : في الداخل بتدعيم أواصر المحبة والتعاون ، وفي الخارج بالتعامل المناسب مع القضايا الدولية ذات الصلة.

د - تحقيق الحرية : للأفراد بما يخصهم ، وللجماعة فيما يعمها.

إلى غير ذلك من الاحتياجات الفرعية المتعددة والتي تختلف باختلاف المجتمعات.^(١) وبالنظر في السياسة الإعلامية السعودية نجد العناية بهذه القضايا والتأكيد عليها ، وطرح شيء من أساليب الممارسة التي تضمن تحقيقها.

فمن أبرز مواد السياسة الإعلامية السعودية والتي تعتبر جزءاً من السياسة العامة للدولة والصادرة بموجب قرار مجلس الوزراء رقم (١٦٩ وتاريخ ٢٠/١٠/١٤٠٢هـ) الآتي والتي تتجلى فيها العناية بالإسلام عقيدة وشريعة وتربية أخلاقية ما يلي:

١ - يلتزم الإعلام السعودي بالإسلام في كل ما يصدر عنه ، ويحافظ على عقيدة سلف هذه الأمة ، ويستبعد من وسائله جميعاً كل ما يناقض شريعة الله التي شرعها للناس.

٢ - يعمل الإعلام السعودي على مناهضة التيارات الهدامة ، والاتجاهات الإلحادية ، والفلسفات المعادية ، التي تصرف المسلمين عن عقيدتهم.

٣ - تدأب وسائل الإعلام على خدمة المجتمع ، عن طريق تأصيل قيمة الإسلام ، وترسيخ تقاليده العربية ، والحفاظ على عاداته الخيرة الموروثة.

٤ - تعمل وسائل الإعلام على خدمة سياسة المملكة القائمة على صيانة المصالح العليا للمواطنين خاصة ، والعرب والمسلمين عامة.

١ - راجع الإعلام السعودي سياسته الإعلامية وأنظمتها الصحفية ، د. ماجد بن عبد العزيز التركي ص ٤٠-٤١.

- ٥ - تهتم وسائل الإعلام داخلياً وخارجياً بإبراز شخصية المملكة العربية السعودية الفريدة والتميزة ، وتكشف عما حباها الله من نعمة الاستقرار والأمن.
- ٦ - تقوم وسائل الإعلام بتوثيق روابط الحب والتآزر بين أفراد الشعب السعودي ، وذلك بتعريف المواطنين بأجزاء وطنهم الغالية.
- ٧ - تعمق وسائل الإعلام عاطفة الولاء للوطن السعودي أرضاً وكياناً في نفوس المواطنين.
- ٨ - يولي الإعلام السعودي الأسرة ما تستحقه من اهتمام ، وينظر إليها على أنها الخلية الأساسية في بناء المجتمع.
- ٩ - يؤكد الإعلام السعودي على أن الطفل فطرة نقية صافية وتربة خصبة .. لذا عليه أن يولي برامج الأطفال التوجيهية والتنشيطية ما تستحقه من جهد واهتمام.
- ١٠ - مع التسليم بأن النساء شقائق الرجال ، فإن وسائل الإعلام تلاحظ بعينها الفطرة الخاصة بالمرأة والوظيفة التي أناطها الله بها ، وتعمل على أن تخصصها ببرامج تعينها على أداء وظائفها الملائمة لفطرتها في المجتمع.
- ١١ - يرفع الإعلام السعودي الشباب رعاية خاصة تنبثق من الإدراك الواعي للمرحلة الخطرة التي يمرون بها ... فيخصص لهم البرامج المدروسة التي تعالج مشكلاتهم وتلبي حاجاتهم.
- ١٢ - يهتم الإعلام السعودي بالتوثيق الإعلامي بمختلف الوسائل السمعية والبصرية وكل ما يتصل بتاريخ المملكة وثقافتها.
- ١٣ - تقوم أجهزة الإعلام السعودي بالتعاون مع المؤسسات ذات الصلة بإجراء البحوث والدراسات الإعلامية.
- ١٤ - تخصص وسائل الإعلام برامج ثقافية رفيعة المستوى للفئات المثقفة ثقافة عالية.
- ١٥ - يحرص الإعلام السعودي على الارتقاء بمستوى المادة الإعلامية في جميع ميادينها ... ويتم ذلك بواسطة مؤهلين على مستوى رفيع من الدين والعلم والوعي والإخلاص.
- ١٦ - يعمل الإعلام السعودي على مكافحة الأمية والتخلص منها.
- ١٧ - يوقن الإعلام السعودي بأن العربية الفصحى هي وعاء الإسلام ومستودع ثقافته وموئل تراثه ، لذا فهو يحرص كل الحرص على التزام القائمين على الإعلام من كتاب ومعدي البرامج والمذيعين ومن في حكمهم بقواعد اللغة العربية الفصحى نحواً وصرفاً

وسلامة في التعبير وصحة في استعمال الألفاظ ، وتشجيع البرامج التي تخدم الفصحى وتقويها لدى المستمعين.

١٨ - يقوم الإعلام السعودي بنصيبه في دعم النهضة العلمية والثقافية بالمملكة العربية السعودية ، وذلك من خلال تشجيع الباحثين والعلماء والمفكرين بكل وسيلة ممكنة ، ورعاية المواهب الشابة وتشجيعها مادياً ومعنوياً ، والعمل على عقد الندوات الفكرية والمؤتمرات الأدبية والعلمية ، وتشجيع المجالات المتخصصة ، وتشجيع دور النشر الوطنية ومساندتها مادياً ومعنوياً.

١٩ - يؤكد الإعلام السعودي على أهمية التراث والحاجة إلى إحيائه.

٢٠ - تعمل وسائل الإعلام على توثيق أواصر الإخاء والتآزر والتضامن بين المسلمين وربط قلوب بعضهم ببعض.

٢١ - يدعو الإعلام السعودي إلى تضامن العرب وتعاونهم واجتماع كلمتهم على الحق ، والدفاع عن قضاياهم ومشكلاتهم المصيرية في مختلف المناسبات ، وحثهم على القيام بواجبهم في الدعوة إلى الإسلام والدفاع عنه.

٢٢ - يؤكد الإعلام السعودي على أن الدعوة إلى الله بين المسلمين وغيرهم قائمة إلى أن يرث الله الأرض ومن عليها ، وهو يقوم بنصيبه في أداء هذا الواجب بالحكمة والموعظة الحسنة.

٢٣ - تعمل المؤسسات الإعلامية السعودية مع نظيراتها في العالم الإسلامي عامة والعربي منه خاصة على تبني منهج إعلامي موحد يخدم مصالح المسلمين الدينية والدنيوية.

٢٤ - يؤكد الإعلام السعودي على احترام حقوق الأفراد فيما يخصهم ، وحقوق الجماعات فيما يعمها.

٢٥ - يعتمد الإعلام السعودي على الموضوعية في عرض الحقائق والبعد عن المبالغات والمهاترات ، ويقدر بعمق شرف الكلمة ووجوب صيانتها من العبث ، ويرتفع عن كل ما من شأنه أن يثير الضغائن ويوقظ الفتن والأحقاد.

٢٦ - حرية التعبير في وسائل الإعلام السعودي مكفولة ضمن الأهداف والقيم الإسلامية والوطنية التي يتوخاها الإعلام السعودي.

٢٧ - يتجه الإعلام في صلاته الخارجية وجهة نظر إنسانية تقوم على احترام الإنسان بأن يعيش في حرية على أرضه ، ويستتكر كل اعتداء من أي نوع يقع على حقوق الشعوب والأفراد.

- ٢٨ - تؤكد السياسة الإعلامية على أهمية إعداد الطاقات البشرية الخبيرة المثقفة القادرة على تحقيق أهداف الإعلام السعودي.
- ٢٩ - يشجع الإعلام السعودي إنتاج المواد الإعلامية المحلية الجيدة وفق السياسة الإعلامية.
- ٣٠ - تلتزم جميع المؤسسات الإعلامية في المملكة العربية السعودية بهذه السياسة وبما يصدر من لوائح وأنظمة لتنفيذها. ^(١)

١ - راجع النظام الإعلامي للمملكة العربية السعودية ، إبراهيم شجر ص٢٢٤ وما بعدها (دراسات سعودية ، عدد رقم ١) . الإعلام السعودي سياسته الإعلامية وأنظمته الصحفية ، د. ماجد بن عبد العزيز التركي ص١٥٣-١٦٢ . مجلة الفصيل (قراءة في السياسة الإعلامية للمملكة العربية السعودية ، بدر أحمد كريم) ص٥٣-٥٤ ، ربيع الآخر ١٤٠٦هـ.

المبحث الرابع: السياسة الإعلامية في المملكة العربية السعودية في ضوء رؤية المملكة ٢٠٣٠

ولا يمكن ختم هذه الدراسة دون التطرق لرؤية المملكة العربية السعودية ٢٠٣٠ وخطتها الطموحة للإعلام.

حيث تعد رؤية المملكة ٢٠٣٠ خارطة طريق استراتيجية طموحة تهدف إلى تنمية شاملة ومستدامة، وقد أولت اهتماماً بالغاً للإعلام باعتباره قوة ناعمة وصوتاً معبراً عن طموحات الوطن. فالإعلام في ظل الرؤية لم يعد مجرد وسيلة نقل للمعلومة، بل أصبح أداة فاعلة في صياغة الوعي الجمعي، وتعزيز صورة المملكة في الداخل والخارج. ومن هذا المنطلق، تبنت الرؤية مجموعة من المبادرات والتوجهات التي أعادت تشكيل المنظومة الإعلامية، ودفعتها نحو المهنية، والتنافسية، والابتكار.

كما تُعد السياسة الإعلامية في المملكة العربية السعودية انعكاساً لمعادلة فريدة تجمع بين المرجعية الشرعية الثابتة والرؤية التنموية الطموحة التي تمثلها رؤية المملكة ٢٠٣٠. فمن جهة، تستمد المملكة سياساتها الإعلامية من الشريعة الإسلامية بوصفها المصدر الأول للتشريع، والمرتكز الأساس لهوية الدولة وقيمها؛ وهو ما يتجلى في التزام الوسائل الإعلامية بالبادئ الإسلامية، واحترام ثوابت المجتمع، ونشر القيم الأخلاقية الأصيلة.^(١)

ومن جهة أخرى، تسعى السياسة الإعلامية في ضوء رؤية ٢٠٣٠ إلى تحقيق نقلة نوعية تتسم بالتحديث والانفتاح المنضبط، من خلال تطوير المحتوى الإعلامي، وتمكين الكفاءات الوطنية، والاستثمار في البنية التحتية الرقمية، بما يسهم في تحسين صورة المملكة عالمياً، ويعزز من فاعلية الإعلام في دعم التنمية الوطنية.

هذا التكامل بين الضوابط الشرعية والمستهدفات التنموية هو ما يميز التجربة السعودية، حيث لا تخضع الدولة تحديثها الإعلامي للتقليد الأعمى أو التغريب، بل تخضعه لميزان الحكمة الشرعية والمصلحة الوطنية، مما يجعل من الإعلام السعودي نموذجاً متزناً يجمع بين الهوية والحداثة، والثبات والانطلاق.^(٢)

الركائز الأساسية للإعلام في رؤية ٢٠٣٠:

ترتكز السياسة الإعلامية في إطار رؤية ٢٠٣٠ على عدد من المحاور، من أبرزها:

١ - الإعلام من منظور إسلامي، صالح الفوزان ص ١٥. دار العاصمة ٢٠٠٥.

٢ - راجع السياسات الإعلامية في المملكة والتحول الرقمي، تركي الصمعاني، مجلة الإعلام الجديد، العدد ١٧، ٢٠٢٢. الإعلام السعودي بين الأصالة والمعاصرة، عبد الله بامطرف، مجلة العلوم الإنسانية، ٢٠٢١.

١. دعم المحتوى المحلي وتعزيز الهوية الوطنية.
٢. توسيع نطاق الإعلام الرقمي ومواكبة الثورة التقنية.
٣. تمكين المؤسسات الإعلامية من الاستقلالية المالية والإدارية.
٤. تطوير الكوادر الوطنية العاملة في المجال الإعلامي.
٥. تحسين التنافسية الدولية لوسائل الإعلام السعودية. (١)

أهم المبادرات والمشروعات الإعلامية:

- في إطار تنفيذ مستهدفات الرؤية، أطلقت المملكة عددًا من المبادرات الإعلامية، من أبرزها:
- تأسيس هيئة الإذاعة والتلفزيون بشكل جديد يعزز الحوكمة والكفاءة.
 - إطلاق وكالة الأنباء السعودية (واس) بحلة رقمية متعددة اللغات.
 - دعم شركة "سعودي ميديا" كمنصة إعلامية متكاملة ومستقلة.
 - تدشين مهرجان الإعلام السعودي لتعزيز التنافسية المحلية والدولية.
 - اعتماد استراتيجيات وطنية للإعلام الرقمي وصناعة المحتوى.
 - إطلاق قناة "الإخبارية الدولية" الناطقة بالإنجليزية لتوصيل رسالة المملكة إلى العالم. (٢)

أثر الإعلام في تشكيل صورة المملكة عالمياً:

من أبرز أهداف رؤية ٢٠٣٠ تعزيز الصورة الذهنية الإيجابية للمملكة على الصعيدين الإقليمي والدولي. وقد ساهم الإعلام في تحقيق هذا الهدف من خلال التغطية الإيجابية للمشاريع الوطنية الكبرى مثل: نيوم، القدية، موسم الرياض، وغيرها. (٣)

كما لعب الإعلام الخارجي دوراً فاعلاً في تصحيح المفاهيم المغلوطة عن المملكة، من خلال:

- تقارير دولية مصورة.
 - برامج وثائقية تعكس تحول المملكة.
 - تعاون إعلامي متعدد اللغات مع قنوات ومنصات دولية. (٤)
- يتبين مما سبق أن السياسة الإعلامية في المملكة العربية السعودية قد شهدت تحولاً نوعياً في ظل رؤية ٢٠٣٠، حيث انتقلت من الدور التقليدي إلى دور استراتيجي محوري، يساهم في تشكيل وعي الأجيال، وتعزيز حضور المملكة إقليمياً ودولياً.

١ - الإعلام في رؤية المملكة ٢٠٣٠: الأهداف والوسائل، عبد الله العيسى ص ٣٣ . مركز الملك فيصل ٢٠٢٠.

٢ - الهيئة العامة للإعلام المرئي والمسموع، تقرير الأداء السنوي ٢٠٢٢.

٣ - راجع الدبلوماسية الإعلامية وصورة المملكة، ماجد الخطيب، جامعة الملك سعود ٢٠٢١.

٤ - انظر تحولات الإعلام السعودي في ظل رؤية ٢٠٣٠، سلمان الراشد، مجلة العلوم الاجتماعية ٢٠٢٣.

كما أن التفاعل الإيجابي مع القضايا العالمية، وتبني خطاب إعلامي معتدل، والانفتاح المدروس على الثقافات الأخرى، كلها عناصر ستسهم في صناعة مستقبل إعلامي سعودي رائد، يحمل رسالة الوطن بقوة واعتدال، ويعكس قيمه ومكانته الحضارية. ومع استمرار الجهود في تنمية البيئة الإعلامية، فإن الطموح يمتد ليشمل قيادة سعودية في الإعلام العربي والدولي على حد سواء. ^(١)

١ - ولمزيد من التوسع في الرؤية الإعلامية للمملكة راجع: مستقبل الإعلام السعودي، فهد المالكي . جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، ٢٠٢٢. الإعلام السعودي في مواجهة التحديات العالمية، عبد الإله الحميد . مركز الملك عبد العزيز للحوار الوطني ٢٠٢٣.

الخاتمة:

الحمد لله الذي بنعمته تتم الصالحات، وبعد هذا العرض التحليلي والتأصيلي لموضوع تأثير الشريعة الإسلامية في توجيه السياسة الإعلامية بالمملكة العربية السعودية، يتضح أن السياسة الإعلامية في المملكة قد ارتكزت منذ نشأتها على الأسس العقدية والأخلاقية المستمدة من الإسلام، وأنها سعت بوعي إلى تسخير الإعلام في خدمة الدين، وصيانة القيم، وتحقيق المصلحة العامة للأمة، ولا سيما في ظل التحولات الكبرى التي تشهدها البلاد ضمن إطار رؤية ٢٠٣٠.

وقد خلصت الدراسة إلى مجموعة من النتائج والتوصيات، أبرزها:

أولاً: النتائج:

١. أن الشريعة الإسلامية تمثل المرجعية العليا التي تنطلق منها السياسة الإعلامية في المملكة، وذلك من خلال التزام الوسائل الإعلامية بالمبادئ الإسلامية، والحرص على عدم مخالفة أحكام الشريعة.
٢. أن السياسة الإعلامية السعودية تتكامل مع النظام العام للدولة، وتعد جزءاً أصيلاً من سياستها العامة، كما تنص موادها على ذلك صراحة.
٣. أن الإعلام في المملكة مرّ بمراحل تطور متدرّجة، بدأت من الالتزام الديني التقليدي، وتطورت إلى نظام متكامل يجمع بين الضوابط الشرعية والانفتاح التقني الحديث.
٤. أن مواد السياسة الإعلامية الصادرة بقرار مجلس الوزراء رقم (١٦٩) سنة ١٤٠٢هـ، اشتملت على منظومة متكاملة من القواعد والضوابط التي تحقق الأمن العقدي، والاجتماعي، والثقافي.
٥. أن الإعلام السعودي يواجه تحديات فكرية وثقافية معاصرة تتطلب تعزيز الهوية الإسلامية في محتواه، لا سيما في ظل الانفتاح العالمي والتقني المتسارع.
٦. أن رؤية المملكة ٢٠٣٠ لم تكن قفراً على الثوابت، بل جاءت لتعزز حضور الإعلام السعودي عالمياً، وتُفعل دوره في التنمية، مع استمرار الالتزام بالمبادئ الشرعية.
٧. أن التكامل بين الشريعة والرؤية التنموية هو ما يميز السياسة الإعلامية السعودية، حيث لا تعارض بين الأصالة والمعاصرة، بل تناغم وتكامل.

ثانياً: التوصيات:

١. التأكيد على ترسيخ مرجعية الشريعة الإسلامية في جميع السياسات الإعلامية، وعدم الحياد عنها في ظل المتغيرات التقنية أو التوجهات العالمية.

٢. تعزيز الخطاب الإعلامي الإسلامي المعتدل القادر على مواجهة التحديات الفكرية دون انغلاق أو تطرف.
 ٣. مراجعة السياسات الإعلامية بشكل دوري للتأكد من ملاءمتها للمستجدات التقنية والمجتمعية، دون الإخلال بالثوابت الشرعية.
 ٤. دعم الإعلام الهادف والتوعوي الذي يرسخ القيم الدينية والوطنية في نفوس الناشئة، ويكافح الظواهر السلبية كالتطبيع الثقافي والانحلال الأخلاقي.
 ٥. تأهيل الكفاءات الإعلامية الشرعية والفكرية التي تجمع بين المعرفة الدينية والتقنية الإعلامية، لتتولى مسؤولية صناعة المحتوى وتوجيه الرأي العام.
 ٦. إنشاء مراكز بحثية متخصصة في الإعلام الإسلامي، تُعنى بدراسة أثر الشريعة في السياسات الإعلامية، وتقديم حلول استباقية للتحديات القادمة.
 ٧. تحفيز الإنتاج الإعلامي المحلي المرتبط بالقيم والثقافة الوطنية، كأداة فاعلة في تحسين صورة المملكة داخلياً وخارجياً.
- أسأل الله تعالى أن يجعل هذا الجهد خالصاً لوجهه الكريم، وأن ينفع به الباحثين، والمسؤولين عن توجيه الإعلام في بلادنا المباركة، ويبارك في جهود ولاة أمرنا في نصره الدين، وخدمة الوطن، وصيانة هوية الأمة، والله ولي التوفيق.

قائمة المراجع بعد القرآن الكريم:

١. الإعلام السعودي بين الأصالة والمعاصرة . عبد الله بامطرف . مجلة العلوم الإنسانية . المملكة العربية السعودية - ٢٠٢١م.
٢. الإعلام السعودي: سياسته الإعلامية وأنظمتها الصحفية. ماجد بن عبد العزيز التركي . دار إشبيليا للنشر والتوزيع . الرياض - ١٤٢٠هـ.
٣. الإعلام من منظور إسلامي . صالح الفوزان . دار العاصمة . الرياض . ٢٠٠٥م.
٤. الدبلوماسية الإعلامية وصورة المملكة . ماجد الخطيب . جامعة الملك سعود . المملكة العربية السعودية - ٢٠٢١م.
٥. السياسات الإعلامية في المملكة والتحول الرقمي . تركي الصمعاني . مجلة الإعلام الجديد . المملكة العربية السعودية - العدد ١٧ ، ٢٠٢٢م.
٦. النظام الإعلامي في المملكة العربية السعودية . إبراهيم شجر . ضمن سلسلة دراسات سعودية، عدد رقم ١ . المملكة العربية السعودية - بدون تاريخ.
٧. تحولات الإعلام السعودي في ظل رؤية ٢٠٣٠ . سلمان الراشد . مجلة العلوم الاجتماعية . المملكة العربية السعودية - ٢٠٢٣م.
٨. جلالة الملك سعود والإذاعة . إبراهيم أمين فودة - بدون دار نشر محددة - السعودية - بدون تاريخ.
٩. خطاب جلالة الملك فيصل في حفل افتتاح مبنى وزارة الإعلام . نُشر في: مجلة المنهل - العدد: ١ محرم ١٣٨٧هـ - المملكة العربية السعودية.
١٠. دور وسائل الإعلام في الوقاية من الجريمة . نُشر في: مجلة المنهل . المملكة العربية السعودية . رمضان ١٤٠٢هـ.
١١. قراءة في السياسة الإعلامية للمملكة العربية السعودية . بدر أحمد كريم . مجلة الفيصل . المملكة العربية السعودية - ربيع الآخر ١٤٠٦هـ .
١٢. نشأة وتطور الإذاعة في المجتمع السعودي . بدر أحمد كريم - طبعة الكتاب العربي السعودي ، الطبعة الأولى . جدة . تهامة ١٤٠٢.
١٣. مستقبل الإعلام السعودي . فهد المالكي . جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية . المملكة العربية السعودية - ٢٠٢٢م.
١٤. الإعلام السعودي في مواجهة التحديات العالمية . عبد الإله الحميد . مركز الملك عبد العزيز للحوار الوطني - المملكة العربية السعودية - ٢٠٢٣م.

١٥. الإعلام في رؤية المملكة ٢٠٣٠: الأهداف والوسائل . عبد الله العيسى .مركز الملك فيصل . المملكة العربية السعودية - ٢٠٢٠م.
١٦. الهيئة العامة للإعلام المرئي والمسموع: تقرير الأداء السنوي . الهيئة العامة للإعلام المرئي والمسموع . المملكة العربية السعودية - ٢٠٢٢م.