

محتويات العدد

| (أ) | * كلمة العدد: أ.د. حنان جنيد رئيس التحرير |
|---------|---|
| | بحوث علمية محكمة: |
| ٥٨-١ | ١- اللوائح القانونية السعودية واقتصاديات الإعلام: دراسة نقدية للوائح الإعلامية السعودية وتأثيرها على السوق الإعلامي السعودي د. بندر عويض الجعيد |
| ١١٢-٥٩ | ٢- فاعلية فعالية العلاقات العامة الرقمية للمبادرات الرسمية للمملكة وعلاقتها بتعزيز ثقة الشباب في أداء الحكومة السعودية د. محمد ظلال مساوي |
| ١٣٥-١١٣ | ٣- دوافع تعرض الجمهور للإعلان المرئي وتأثيره على سلوكهم الشرائي: دراسة تطبيقية على سكان مدينة الرياض د. محمد بن فهد الجبير |
| ١٧٤-١٣٧ | ٤- الاستراتيجيات الإعلامية المقترحة لإبراز الأبحاث المنشورة لمنسوبي جامعة الملك عبد العزيز لخدمة التراث والثقافة بالمملكة العربية السعودية: دراسة في إطار ترسيخ مكانة الجامعة في الاقتصاد المعرفي د. سعيد بن جميل أبو رزيزة د. عاصم بن معيض القرني د. مي وليد عبد القادر سلامه |
| ٢٣٩-١٧٥ | ٥- العوامل المؤثرة في تقبل القائمين بالاتصال بالقنوات الفضائية العربية لتوظيف تقنية الواقع المعزز في إنتاج المحتوى الإخباري د. عمرو محمد محمود عبد الحميد |

| | |
|---------|--|
| ٢٤١ | أبحاث من متطلبات الحصول على درجتى الماجستير والدكتوراه: |
| ٢٦٠-٢٤٣ | ٦- استخدامات الدبلوماسيين العراقيين لمواقع التواصل الاجتماعي والإشباع المتحققة منها أ. محمد منعم صالح |
| ٣٠٦-٢٦١ | ٧- تأثير التحولات الاجتماعية في العراق على تطور النظام الصحفي والاعلامي للفترة ٢٠٠٣-٢٠٢٢ م أ. محمد احمد محمد |
| ٣٣٦-٣٠٧ | ٨- العلاقة بين التعرض للنشّرات الإخبارية في الفضائيات العربية وصورة أطراف الصراع اليمني لدى الشباب الجامعي: "دراسة ميدانية" أ. رشا أحمد محمد هاشم |
| ٣٥٥-٣٣٧ | ٩- استخدام أفراد المجتمع السعودي مواقع التواصل الاجتماعي (تويتر) كمصدر للمعلومات خلال أزمة كورونا أ. عبد الرحمن عبد العزيز الهزاع |