

جامعة ميدأوشن

كلية الإعلام والتسويق الرقمي

درجة موازنة مخرجات التعليم الإعلامي في الجامعات السعودية لمتطلبات

سوق العمل: دراسة ميدانية

The Degree of Alignment of Media Education Outcomes in Saudi Universities with Labor Market Requirements: A Field Study

إعداد

هديل بنت بن كمال عبد العزيز مغربي

خطة بحثية مقدمة لاستكمال متطلبات نيل درجة الدكتوراه

في

الإعلام الرقمي

2026-2025

فهرس المحتويات

الموضوع	الصفحة
مقدمة	
مشكلة الدراسة	
أهمية الدراسة	
أهداف الدراسة	
تساؤلات الدراسة	
فروض الدراسة	
الدراسات السابقة.	
التعقيب على الدراسات السابقة	
مصطلحات الدراسة والتعريفات الإجرائية	
الإجراءات المنهجية للدراسة	
المراجع	

مقدمة:

في ظلّ التحوّلات الجذرية التي يشهدها المجتمع السعودي في مختلف قطاعاته، برز قطاع الإعلام كأحد أهم القطاعات الحيوية الداعمة لتحقيق رؤية المملكة العربية السعودية 2030 التي تستهدف بناء اقتصاد ومجتمع معرفي وتعزيز كفاءة الكوادر الوطنية (Ministry of Media, 2023؛ Vision 2030 Report, 2024) وقد أولت الرؤية اهتمامًا خاصًا بتطوير صناعة الإعلام والمحتوى الرقمي، نظرًا لدورها المحوري في تشكيل الوعي المجتمعي ونقل صورة المملكة وإنجازاتها للعالم بكفاءة واحترافية (Barakat, 2023).

وانطلاقًا من هذا التوجّه بذلت الجامعات السعودية جهودًا متواصلة لتحديث برامج التعليم الإعلامي بما يواكب التطورات التقنية والمهنية المتسارعة إذ شهدت السنوات الأخيرة تطويرًا للمناهج الأكاديمية، وإضافة مسارات تتعلق بالإعلام الرقمي وصناعة المحتوى وإدارة المنصات التفاعلية، مع تركيز متزايد على التدريب العملي والتعاون مع المؤسسات الإعلامية بهدف ردم الفجوة بين الجانبين النظري التطبيقي (Al-Mutairi, 2023؛ Alghamdi, 2022) وتشير الأدبيات الحديثة إلى أن دمج المهارات الرقمية وأدوات الذكاء الاصطناعي أصبح ضرورة لتعزيز كفاءة خريجي الإعلام في ظل التحول الرقمي (Ndibalema, 2025؛ Mihailidis, 2025).

ورغم هذه الخطوات التطويرية لا تزال التساؤلات قائمة حول مدى مواءمة برامج التعليم الإعلامي لمتطلبات سوق العمل الذي يشهد منافسة حادة وتغيرات متسارعة، خصوصًا مع هيمنة الإعلام الرقمي وتوسع المنصات الجديدة وأساليب الإنتاج متعدد الوسائط. وتشير تقارير حديثة إلى أن نسبة من خريجي الإعلام يواجهون تحديات في الحصول على فرص عمل مناسبة لعدم امتلاكهم المهارات الرقمية والمهنية المطلوبة (Zborowski et al, 2024؛ Carlson, 2023) وتؤكد بعض الدراسات أن الفجوة بين التعليم والتطبيق لا تزال قائمة رغم التحديثات المستمرة في المناهج (Al-Essa, 2023؛ Al-Saeed, 2023).

وتبرز الحاجة اليوم إلى تقديم دراسات علمية ميدانية تستقرئ واقع برامج التعليم الإعلامي من منظور الأطراف الرئيسية: الخريجون بصفته مخرجات العملية التعليمية، والمؤسسات الإعلامية بصفتها الجهة المستفيدة من هذه المخرجات. إذ يساهم جمع وجهات النظر المختلفة في تشخيص التحديات والفجوات، ورصد متطلبات السوق الفعلية، واقتراح آليات عملية لتطوير المناهج وأساليب التدريس وبناء شراكات أكثر فاعلية مع جهات التوظيف (Deeley & Love, 2022؛ Mensing & Franklin, 2020).

ومن هنا تسعى هذه الدراسة إلى تقديم قراءة علمية معمّقة لمدى مواءمة برامج التعليم الإعلامي في الجامعات السعودية لمتطلبات سوق العمل، من خلال توظيف أدوات بحثية كمية ومسحية، بهدف دعم صُنّاع القرار الأكاديمي بمؤشرات واقعية تساهم في تحسين جودة البرامج وتقليل الفجوة بين التعليم الأكاديمي واحتياجات السوق، وبما يعزز مكانة خريجي الإعلام كمساهمين فاعلين في مسيرة التنمية الوطنية وتحقيق مستهدفات الرؤية الطموحة (Al-Harbi, 2022؛ Vision 2030 Report, 2024).

مشكلة الدراسة:

شهدت الجامعات السعودية خلال العقدین الأخيرین جهودًا تطويرية كبيرة في مجال التعليم الجامعي بوجه عام، والتعليم الإعلامي بوجه خاص وذلك في إطار السعي لمواكبة مستهدفات رؤية المملكة العربية السعودية 2030 التي أولت اهتمامًا بالغًا بتطوير الموارد البشرية وبناء كفاءات وطنية قادرة على المنافسة في سوق العمل المحلي والإقليمي والعالمي، وقد اتجهت الجامعات إلى تحديث مناهج الإعلام وإعادة هيكلة البرامج الأكاديمية لتتلاءم مع التحولات الرقمية المتسارعة التي يشهدها قطاع الإعلام والاتصال من خلال إدخال مسارات تخصصية جديدة مثل الإعلام الرقمي، وصناعة المحتوى، وإدارة المنصات التفاعلية، إلى جانب تعزيز الجوانب التقنية في التدريب الإعلامي.

ورغم تلك الجهود التطويرية تشير العديد من الدراسات والتقارير الصادرة عن الجهات المختصة وسوق العمل إلى وجود فجوة واضحة بين مخرجات التعليم الإعلامي وما يتطلبه سوق العمل الإعلامي الحديث من معارف ومهارات مهنية وتقنية، حيث ما زالت بعض البرامج الأكاديمية تركّز على الجوانب النظرية التقليدية دون أن تولي الجانب التطبيقي والتدريبي القدر الكافي من الاهتمام، مما يؤدي إلى ضعف الكفاءات العملية لدى الخريجين، ويحدّ من قدرتهم على الاندماج السريع في المؤسسات الإعلامية الحديثة التي تعتمد على تقنيات الذكاء الاصطناعي والتحليل الرقمي وإنتاج المحتوى متعدد المنصات.

وتتجلى مظاهر هذه الفجوة في ملاحظات متكررة من المؤسسات الإعلامية حول ضعف بعض الخريجين في المهارات الرقمية والتحريرية والتصميمية، فضلاً عن قصور في الإلمام بأدوات التحليل الإعلامي الحديثة، مما يؤثر سلباً على فرص التوظيف، ويزيد من حاجة المؤسسات إلى تدريب إضافي قبل دمج الخريجين فعلياً في بيئة العمل. كما تشير إفادات الخريجين أنفسهم إلى وجود تباين بين ما تلقوه في البرامج الجامعية وبين ما يواجهونه من متطلبات فعلية في الميدان العملي، سواء على مستوى المهارات التقنية أو القدرات الاتصالية والإبداعية أو حتى في التعامل مع بيئة الإعلام الرقمي المتغيرة باستمرار.

من هنا تبرز الحاجة إلى دراسة علمية مسحية تسعى إلى تقويم مستوى مواءمة مخرجات التعليم الإعلامي في الجامعات السعودية لمتطلبات سوق العمل الإعلامي الحديث، وذلك من وجهتي نظر الخريجين والمؤسسات الإعلامية معاً، لتشخيص واقع الفجوة بدقة وتحديد أبعادها، واستكشاف العوامل المؤثرة فيها، وصولاً إلى مقترحات تطويرية تساهم في تحسين جودة برامج التعليم الإعلامي وتعزيز قدرتها على إعداد كوادر وطنية مؤهلة تلبي احتياجات السوق المتجددة.

أهمية الدراسة (النظرية والتطبيقية)

تنبع أهمية هذه الدراسة من السياق المتسارع للتحويلات الرقمية والإصلاحات التعليمية التي تشهدها الجامعات السعودية في إطار رؤية المملكة 2030، وما يرتبط بذلك من تحديات في مواءمة مخرجات التعليم الإعلامي مع احتياجات سوق العمل الإعلامي الحديث ومتطلباته المهنية والتقنية، الأمر الذي ينعكس مباشرة على جودة الخدمات الإعلامية المقدمة للمجتمع ودور الإعلام في التنمية الوطنية.

أولاً: الأهمية النظرية

- سد فجوة بحثية في الأدبيات العربية المتعلقة بمواءمة برامج التعليم الإعلامي مع سوق العمل الرقمي، من خلال تقديم دراسة ميدانية حديثة في السياق السعودي.
- تقديم إطار علمي متكامل لفهم العلاقة بين عناصر العملية التعليمية (المناهج، التدريب العملي، المهارات الرقمية) واحتياجات سوق العمل، بما يساهم في تطوير المعرفة النظرية المتعلقة بتعليم الإعلام.
- تعزيز الجهود البحثية المعنية بدراسة جاهزية الخريجين المهنية والتقنية، وإثراء المحتوى العلمي في مجال تطوير البرامج الأكاديمية المتخصصة في الإعلام الرقمي.
- دعم التوجهات البحثية الحديثة التي تربط بين التعليم الجامعي والتحول الرقمي بما ينسجم مع الخطط الوطنية للتنمية البشرية وبناء مجتمع معرفي.

ثانياً: الأهمية التطبيقية:

- خدمة المجتمع مباشرة من خلال تحسين جودة مخرجات التعليم الإعلامي، مما ينعكس على جودة المحتوى والخدمات الإعلامية المقدمة للجمهور.
- مساعدة صُنّاع القرار في الجامعات السعودية على تقييم فاعلية البرامج الأكاديمية واتخاذ قرارات تطوير مبنية على بيانات ميدانية واقعية، مما يعزز قدرة الجامعات على تلبية احتياجات المجتمع والقطاعات الإعلامية.
- الإسهام في تقليص الفجوة المهنية بين الخريجين ومتطلبات المهنة من خلال توصيات عملية قابلة للتطبيق، بما يعزز فرص توظيف الشباب السعودي ويدعم جهود الدولة في خفض معدلات البطالة.

- تمكين المؤسسات الإعلامية من تحديد كفاءة وجاهزية الخريجين واقتراح مجالات للتعاون التدريبي والتطبيقي مع الجامعات، بما يرفع مستوى المهنية في القطاع الإعلامي ويعود بالنفع على المجتمع.
- دعم تطوير برامج ومبادرات تعليمية تواكب التحول الرقمي، مما يعزز قدرة الخريجين على إنتاج محتوى إعلامي يخدم الشباب والمجتمع السعودي ويعكس صورة المملكة الحديثة.
- مساعدة الجهات التعليمية والإعلامية على بناء شراكات فعالة تساهم في تحسين التدريب العملي، وبالتالي تعزيز جودة الموارد البشرية التي تعمل في القطاعات الإعلامية الوطنية.

أهداف الدراسة:

تهدف هذه الدراسة إلى تحقيق ما يلي:

١. تحليل مستوى مواءمة مخرجات برامج التعليم الإعلامي في الجامعات السعودية مع متطلبات سوق العمل الإعلامي الحديث.
٢. قياس مستوى رضا الخريجين والمؤسسات الإعلامية عن الكفاءات المعرفية والمهارية المكتسبة من البرامج الأكاديمية.
٣. تحديد الفجوات والتحديات التي تؤثر في جاهزية الخريجين للالتحاق بسوق العمل الإعلامي في ظل التحول الرقمي.
٤. تقديم توصيات تطويرية تساهم في تحسين المناهج وأساليب التدريب والتدريس، وتعزيز الشراكات بين الجامعات والمؤسسات الإعلامية

تساؤلات الدراسة:

تنطلق هذه الدراسة من التساؤل الرئيس الآتي:

ما مدى مواءمة مخرجات التعليم الإعلامي في الجامعات السعودية لمتطلبات سوق العمل الإعلامي الحديث من وجهة نظر الخريجين والمؤسسات الإعلامية؟

ويتفرع عن هذا التساؤل الرئيس الأسئلة الآتية:

١. ما مدى رضا الخريجين عن مستوى المهارات النظرية والتطبيقية التي اكتسبوها خلال دراستهم الجامعية؟

٢. ما مدى رضا المؤسسات الإعلامية عن كفاءة خريجي كليات الإعلام ومدى توافقهم مع متطلبات سوق العمل؟
٣. ما أبرز أوجه الفجوة بين مخرجات التعليم الإعلامي ومتطلبات سوق العمل الإعلامي الحديث؟
٤. ما التحديات التي تواجه الجامعات السعودية في تطوير برامج الإعلام بما يتواءم مع التحول الرقمي ومتطلبات السوق؟
٥. ما التوصيات والمقترحات التي يقترحها الخريجون وأرباب العمل لتطوير المناهج وأساليب التدريب والتعليم الإعلامي؟

فروض الدراسة:

لاختبار تساؤلات الدراسة ميدانيًا، تفترض الباحثة ما يلي:

- الفرضية الأولى: لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى (0.05) بين متوسطات آراء الخريجين والمؤسسات الإعلامية حول مدى مواءمة برامج التعليم الإعلامي لمتطلبات سوق العمل.
- الفرضية الثانية: لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى (0.05) بين متوسطات آراء الخريجين حول مستوى المهارات النظرية والتطبيقية التي اكتسبوها باختلاف التخصص الأكاديمي.
- الفرضية الثالثة: لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى (0.05) بين متوسطات آراء المؤسسات الإعلامية حول كفاءة الخريجين باختلاف نوع المؤسسة الإعلامية (حكومية / خاصة).
- الفرضية الرابعة: توجد علاقة ارتباطية موجبة ذات دلالة إحصائية عند مستوى (0.05) بين مدة التدريب العملي ومستوى رضا الخريجين عن جاهزيتهم لسوق العمل الإعلامي.
- الفرضية الخامسة: لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى (0.05) في تحديد التحديات التي تواجه تطوير برامج التعليم الإعلامي باختلاف نوع الجامعة (حكومية / خاصة).

الدراسات السابقة:

تقوم الباحثة بعرض الدراسات السابقة ذات الصلة بموضوع البحث بشكل منهجي ومنظم، وذلك من الأحدث إلى الأقدم، مع التركيز على محورين أساسيين يرتبطان مباشرةً بمشكلة الدراسة:

أولاً: دراسات متعلقة ببرامج التعليم الإعلامي ومواءمتها مع متطلبات سوق العمل

• Ndibalema (2025):

تطرقت الدراسة إلى تقييم فجوات محو الأمية الرقمية لدى الطلاب في مؤسسات التعليم العالي في أفريقيا جنوب الصحراء وتأثيرها على تطوير مهارات القرن الواحد والعشرين. اعتمد الباحث على جمع البيانات من الطلاب وأساتذة الجامعات باستخدام استبيانات ومقابلات ميدانية. أظهرت النتائج ضعف الكفاءات الرقمية الأساسية لدى الطلاب، مما يعيق اكتساب المهارات الحديثة المطلوبة في سوق العمل. وتتميز هذه الدراسة عن الدراسات السابقة بربطها بين محو الأمية الرقمية وتطوير المهارات العملية، بدلاً من التركيز على المعرفة النظرية فقط. وأوصى الباحث بدمج التدريب العملي الرقمي ضمن المناهج التعليمية لتعزيز جاهزية الطلاب لمتطلبات القرن الواحد والعشرين.

• (2025) Mhaske:

ركزت الدراسة على التحديات والاستراتيجيات لسد فجوات المهارات الرقمية في القوى العاملة العالمية. استخدم الباحث مراجعة منهجية للسياسات التعليمية واستطلاعات الرأي حول التدريب الرقمي في مؤسسات متعددة. أظهرت النتائج أن عدم مواءمة التعليم مع احتياجات السوق يؤدي إلى ضعف الجاهزية المهنية للمتقدمين للعمل. وتتميز الدراسة عن غيرها بربط التعليم بسوق العمل بشكل مباشر، مع تقديم استراتيجيات عملية لسد الفجوات الرقمية. وأوصى الباحث بتطوير برامج تدريبية متخصصة وربط المناهج التعليمية بالمتطلبات المهنية الحقيقية.

• Zborowski, Mayne & Macrae (2024):

تطرقت الدراسة إلى تقييم جاهزية الطلاب الإعلاميين قبل التخرج في سوق العمل البريطاني. استخدم الباحثون استبيانات للطلاب وأرباب العمل لتحليل مستوى المهارات العملية المكتسبة. أظهرت النتائج وجود فجوة في المهارات العملية لدى الطلاب قبل التخرج، خصوصاً في التدريب العملي والتواصل الإعلامي الفعلي. وتتميز الدراسة عن غيرها بتركيزها على مرحلة ما قبل التخرج وربطها مباشرة بجاهزية الطالب لسوق العمل، مما يوفر إطاراً للمقارنة مع قطاع الإعلام السعودي في الدراسة الحالية.

• المطيري: (2023)

تطرقت الدراسة إلى استعراض المهارات التي يفضلها أصحاب العمل في خريجي الإعلام ومدى توافرها

مع ما تقدمه الجامعات السعودية. اعتمد الباحث على التحليل الميداني لبيانات مؤسسات إعلامية باستخدام استبيانات ومقابلات مع خبراء سوق العمل. أظهرت النتائج أن أهم المهارات المطلوبة تشمل تحرير المحتوى متعدد الوسائط، العمل ضمن فرق رقمية، والتعامل مع أدوات الذكاء الاصطناعي في النشر. وتتميز هذه الدراسة عن السابقة بتركيزها المباشر على احتياجات سوق العمل الحديث بدلاً من تقييم البرامج الأكاديمية فقط. وأوصى الباحث بتحديث المناهج لتشمل مقررات في التواصل الرقمي وإدارة السمعة الإلكترونية.

• العبد: (2023)

تطرقَت الدراسة إلى قياس الفجوة بين مخرجات التعليم العالي ومتطلبات سوق العمل في قطاع الأعمال. اعتمد الباحث على دراسة حالة وتحليل بيانات من مؤسسات مختلفة. أظهرت النتائج وجود فجوة واضحة بين ما يتلقاه الطلاب أكاديميًا وما يحتاجه السوق. وتتميز الدراسة بتركيزها على قطاع الأعمال، بينما الدراسة الحالية تطبق المفهوم على قطاع الإعلام السعودي. أوصى الباحث بتطوير البرامج الأكاديمية بما يتوافق مع متطلبات سوق العمل.

• Carlson (2023):

ركزت الدراسة على تحديات التعليم الإعلامي في العصر الرقمي. اعتمد الباحث على تحليل برامج الإعلام وبيانات الطلاب والخريجين، بالإضافة إلى مقابلات مع خبراء الصناعة. أظهرت النتائج استمرار اعتماد البرامج على نماذج تقليدية وعدم مواكبتها للتغيرات الرقمية. وتتميز الدراسة بدمج التحليل النظري والعملي للبرامج مقارنة بالدراسات السابقة. أوصى الباحث بدمج مهارات متعددة وتحديث المناهج لتشمل التحول الرقمي.

• Deeley & Love (2022):

ركزت الدراسة على دور التدريب العملي في تعزيز جاهزية خريجي الإعلام لسوق العمل. استخدم الباحث منهجية شاملة شملت طلابًا ومؤسسات إعلامية. أظهرت النتائج أن التدريب العملي يساهم في تقليص الفجوة بين النظرية والتطبيق. وتتميز الدراسة بتقديم إطار تطبيقي شامل يمكن تكراره في سياقات مختلفة. أوصى الباحث بإنشاء برامج تدريبية متكاملة تشمل الطلاب والمؤسسات الإعلامية.

• الحربي: (2022)

ركزت الدراسة على تطوير مناهج الإعلام في ضوء التحول الرقمي. اعتمد الباحث على مراجعة المناهج وتحليل بيانات من الطلاب وأساتذة الإعلام. أظهرت النتائج أن 70% من المناهج لم تُحدث منذ أكثر من خمس سنوات، مع نقص كبير في مواد الإعلام الرقمي. وتتميز الدراسة بتركيزها على تقييم التحديث المنهجي وتقديم حلول عملية، مع توصية بإدخال مقررات متخصصة وربطها بالمهارات المطلوبة في السوق.

• الهاجري: (2022)

ناقشت الدراسة مواءمة كفاءة خريجي الإعلام مع سوق العمل الخليجي. استخدم الباحث بيانات من عدة دول عربية وخليجية، عبر استبيانات ومقابلات مع خبراء الإعلام. أظهرت النتائج تفاوتاً في مستوى المهارات الرقمية بين الخريجين، مع محدودية التعاون بين الجامعات والمؤسسات الإعلامية. وتتميز الدراسة بطرح مقارنة إقليمية لتوحيد المعايير التعليمية. أوصى الباحث بوضع معايير إقليمية موحدة لتطوير المهارات الإعلامية.

• Lamble (2020):

تطرقَت الدراسة إلى توقعات الصناعة من خريجي الإعلام والفجوة في المهارات. اعتمد الباحث على مقابلات مع أرباب العمل وتحليل المناهج الأكاديمية. أظهرت النتائج وجود قصور في المهارات المهنية والتقنية. وتتميز الدراسة بتحليل شامل للمواءمة بين التعليم ومتطلبات السوق.

• Mensing & Franklin (2020):

ركزت الدراسة على سد الفجوة بين التعليم الإعلامي والممارسة المهنية من منظور عالمي. اعتمد الباحث على تحليل برامج الإعلام واستبيانات مع خريجين وأرباب العمل. أظهرت النتائج أهمية الربط المستمر بين المناهج ومتطلبات السوق. وتتميز الدراسة بتقديم توصيات قابلة للتطبيق في السياق السعودي بشكل ميداني.

ثانياً: دراسات متعلقة بالفجوة بين التعليم الأكاديمي والمهارات العملية في قطاع الإعلام

• Mihailidis (2025):

ركزت الدراسة على دور العلاقات والتفاعل في ممارسة محو الأمية الإعلامية باستخدام منهجية تحليل ميداني شملت ممارسي الإعلام وأساتذة الإعلام. أظهرت النتائج أن تعزيز العلاقات العملية مع المؤسسات الإعلامية يقلل من فجوة المهارات لدى الطلاب. وتتميز الدراسة عن السابقة بتركيزها على الجانب التفاعلي والتطبيقي في التعلم الإعلامي بدلاً من التركيز على المحتوى النظري فقط. وأوصى الباحث بتوسيع فرص التدريب العملي مع تقييم احتياجات سوق العمل بشكل مستمر.

• Adjin-Tettey (2024):

ناقشت الدراسة مدى توافق برامج الصحافة في أفريقيا مع احتياجات الصناعة الإعلامية، استخدم الباحث دراسة حالة شاملة مع تحليل محتوى المناهج ومقابلات مع أساتذة وصحفيين، أظهرت النتائج وجود فجوة كبيرة بين التعليم الأكاديمي ومتطلبات الممارسة الإعلامية العملية، وتتميز الدراسة عن غيرها بتطبيقها التحليل على السياق الأفريقي بشكل محدد، مع توصيات لإعادة تصميم المناهج بما يواكب احتياجات سوق العمل.

- العيسى: (2023)

ركزت الدراسة على الفجوة بين مخرجات التعليم الإعلامي واحتياجات الإعلام الرقمي في الجامعات السعودية. استخدم الباحث استبيانات للطلاب والخريجين ومقابلات مع خبراء الإعلام الرقمي. أظهرت النتائج ضعف المعرفة التقنية لدى الخريجين في مجالات الإنتاج الرقمي وإدارة المحتوى، مع فجوة واضحة بين التعليم الأكاديمي ومتطلبات سوق الإعلام. وتتميز الدراسة بتركيزها على التكامل بين التعليم الإعلامي والتقنيات الرقمية الحديثة. أوصى الباحث بدمج المناهج الإعلامية مع تخصصات التقنية والتسويق لتعزيز كفاءة الخريجين.

- السعيد: (2023)

تناولت الدراسة مخرجات التعليم الإعلامي ومدى مطابقة المهارات العملية للطلاب مع احتياجات سوق العمل. اعتمد الباحث على بيانات من الخريجين والمؤسسات الإعلامية باستخدام استبيانات ومقابلات. أظهرت النتائج فجوة بين ما يتعلمه الطلاب والمستوى المطلوب للمهارات العملية، خاصة في الإنتاج الرقمي والتحليل الإعلامي وإدارة الحملات الإعلامية. وتتميز الدراسة بتركيزها على تقييم كفاءات الطلاب العملية مقارنة بمتطلبات سوق العمل بدلاً من تقييم البرامج الأكاديمية بشكل عام. أوصى الباحث بإعادة تصميم المناهج وتكثيف التدريب العملي لتعزيز جاهزية الخريجين.

- عبد الحميد: (2023)

ركزت الدراسة على مواءمة مخرجات التعليم الجامعي مع سوق العمل في مصر، من خلال تحليل مقارنة بين بعض الجامعات العربية. اعتمد الباحث على مقابلات مع الطلاب والخريجين وأرباب العمل، بالإضافة إلى مراجعة محتوى المناهج. أظهرت النتائج وجود فجوات في المحتوى والتطبيق العملي للمهارات الإعلامية. وتتميز الدراسة بكونها مقارنة بين مؤسسات متعددة، مع توصية بإعادة تصميم المناهج لتعزيز التطبيق العملي.

- McFarlane (2023):

ركزت الدراسة على الفجوات المعرفية وتأثيرها على الكفاءة الإعلامية، خاصة في سياق الحملات التوعوية الصحية. اعتمد الباحث على تجارب ميدانية واستبيانات مع الطلاب والخريجين. أظهرت النتائج أن نقص التدريب العملي يؤثر على قدرة الطلاب على تطبيق المعرفة الإعلامية. وتتميز الدراسة بتوسيع التحليل ليشمل المهارات العملية للخريجين بدلاً من التركيز على المعرفة النظرية فقط. أوصى الباحث بإدخال برامج تدريب عملي مكثف لتعزيز الكفاءة المهنية.

- العنزي: (2022)

تطرقت الدراسة إلى مواءمة برامج الإعلام الجامعية مع متطلبات سوق العمل في السعودية. استخدم الباحث استبيانات للطلاب والخريجين ومقابلات مع مسؤولي المؤسسات الإعلامية. أظهرت النتائج

فجوة واضحة بين ما يتعلمه الطلاب أكاديميًا وما يحتاجه السوق، خصوصًا في مهارات الإنتاج الرقمي وإدارة المحتوى الإعلامي. وتتميز الدراسة بتركيزها على السياق السعودي، مع توصية بتحديث الخطط الدراسية وتعزيز الشراكات بين الجامعات والمؤسسات الإعلامية.

• المحمدي: (2022)

ركزت الدراسة على التدريب العملي في برامج الإعلام من خلال دراسة حالة عربية. اعتمد الباحث على تقييم وحدات التدريب العملي في عدة جامعات ومؤسسات إعلامية. أظهرت النتائج أن التدريب العملي محدود وغير متكامل. وتتميز الدراسة بتركيزها على التوصيات العملية لإنشاء شراكات استراتيجية بين الجامعات والمؤسسات الإعلامية لتعزيز التطبيق العملي.

• الشريف: (2022)

تناولت الدراسة تحليل فجوة التعليم الإعلامي والتدريب العملي عبر دمج بيانات الطلاب والمشرفين من ست جامعات. أظهرت النتائج ضعف الجانب التطبيقي في البرامج الأكاديمية. وتتميز الدراسة بدمج منظور الطلاب والمشرفين لتقييم فعالية التدريب العملي. أوصى الباحث بإدخال مشاريع تطبيقية وشراكات مع المؤسسات الإعلامية.

• الشمراني: (2021)

ركزت الدراسة على تقييم البرامج الأكاديمية في الإعلام من منظور مهني. اعتمد الباحث على استبيانات للطلاب والخريجين ومقابلات مع أساتذة الإعلام. أظهرت النتائج أن أغلب البرامج تركز على الجانب النظري مع ضعف التدريب الميداني. وتتميز الدراسة بتقديم تقييم مهني واقعي للبرامج، مع توصية بإعادة النظر في المقررات العملية لتعزيز مهارات الخريجين.

• الغامدي: (2021)

تطرقت الدراسة إلى العلاقة بين التدريب الإعلامي وفرص التوظيف في القطاعات الإعلامية السعودية. استخدم الباحث بيانات من خريجين وبرامج تدريبية ومؤسسات إعلامية. أظهرت النتائج أن التدريب العملي المكثف يزيد فرص التوظيف بنسبة 40%. وتتميز الدراسة بتقديم بيانات كمية حول أثر التدريب العملي على التوظيف. أوصى الباحث بتنسيق أفضل بين الجامعات والمؤسسات الإعلامية لتعزيز الاستفادة.

• العلوي: (2021)

تناولت الدراسة مدى جاهزية خريجي الإعلام لمهن الإعلام الرقمي. استخدم الباحث مقابلات واستبيانات مع الخريجين وأرباب العمل. أظهرت النتائج فجوة واضحة في المهارات التقنية، مع ضعف

التدريب العملي. وتتميز الدراسة بربط التدريب العملي مباشرة بفرص التوظيف في الإعلام الرقمي. أوصى الباحث بتعزيز الشراكة مع القطاع الإعلامي لتقليل الفجوة.

• البدري: (2020)

تطرقت الدراسة إلى واقع الفجوة بين التعليم الأكاديمي ومتطلبات الممارسة الإعلامية في العالم العربي. اعتمد الباحث على تحليل محتوى البرامج والمقابلات مع خريجين وأساتذة الإعلام. أظهرت النتائج ضعف الجانب المهاري والتقني لدى الخريجين. وتتميز الدراسة بتقديم توصية لتطوير المناهج بشكل دوري لمواكبة احتياجات السوق.

• الروقي: (2020)

ركزت الدراسة على تقييم تجربة التدريب العملي في كليات الإعلام السعودية. استخدم الباحث استبيانات ومقابلات مع الطلاب والمشرفين. أظهرت النتائج أن التجربة التدريبية تحتاج إلى تطوير، مع نقص في التنسيق بين الجامعات والمؤسسات الإعلامية. وتتميز الدراسة بتركيزها على تحسين وحدات التدريب العملي. أوصى الباحث بإنشاء وحدات متخصصة لتنسيق التدريب وتحسين التطبيق العملي.

• الزهراني: (2020)

تطرقت الدراسة إلى تطوير مهارات الخريجين الإعلاميين لمواجهة تحديات سوق العمل. اعتمد الباحث على استبيانات ومقابلات مع الخريجين وأرباب العمل. أظهرت النتائج أن التدريب العملي محدود، مع توصية بإدخال برامج تدريبية ودورات قصيرة لتعزيز المهارات الرقمية. وتتميز الدراسة بتقديم حلول عملية لتطوير المهارات الرقمية والتطبيقية.

• الحسن: (2020)

ركزت الدراسة على تدريب الإعلاميين الشباب في الوطن العربي والفجوة بين التعليم والممارسة. استخدم الباحث مقابلات واستبيانات مع خريجين وأساتذة الإعلام. أظهرت النتائج قصور البرامج الجامعية في المهارات العملية. وتتميز الدراسة بتقديم توصيات واضحة لتطوير برامج التدريب العملي لتعزيز كفاءة الخريجين.

تعقيب الباحثة على الدراسات السابقة:

في ضوء مراجعة الدراسات السابقة وتحليل توجهاتها ونتائجها، تقدم الباحثة تعقيباً علمياً يوضح أوجه التشابه والاختلاف بينها وبين الدراسة الحالية، وذلك على النحو التالي:

تلاحظ الباحثة أن الدراسات السابقة وفرت أساساً معرفياً مهماً لفهم مواءمة برامج التعليم الإعلامي مع متطلبات سوق العمل، وأسهمت في تحديد أوجه القصور في البرامج الأكاديمية، خصوصاً فيما يتعلق بضعف التدريب العملي ونقص المهارات الرقمية. على سبيل المثال، أظهرت دراسات مثل المطيري (2025/2023) والعنزي (2022) والسعيد (2023) وجود فجوة واضحة بين ما يقدمه التعليم الأكاديمي وما يحتاجه سوق العمل، خاصة في مجالات الإنتاج الرقمي وإدارة المحتوى الإعلامي والعمل ضمن فرق رقمية. بالمثل، أكدت الدراسات العربية والدولية مثل الحربي (2022) و Carlson (2023) و Lamble (2020) أهمية تحديث المناهج وربطها بالتحولات الرقمية والتقنيات الحديثة، بما يشمل أدوات الذكاء الاصطناعي وتحليل البيانات الإعلامية.

إلا أن الباحثة لاحظت أن معظم الدراسات ركزت على جانب واحد فقط، إما تحليل الخطط الدراسية أو تقييم التدريب العملي، دون الدمج بين الجانبين. على سبيل المثال، دراسات الروقي (2020) والمحمدي (2022) ركزت على التدريب العملي، بينما درست دراسات البنا (2019) والشمراني (2021) تقييم البرامج الأكاديمية من منظور نظري، دون دمج تقييم ميداني للخريجين وجهات التوظيف هذا يجعل النتائج جزئية ولا تعكس الصورة الكاملة للفجوة بين التعليم الأكاديمي ومتطلبات سوق العمل.

كما تشير الباحثة إلى أن بعض الدراسات لم تشمل وجهات نظر الخريجين أو المؤسسات الإعلامية في الوقت نفسه، مما حد من شمولية النتائج على سبيل المثال: دراسات النجار (2021) و Allan & Singer (2021) ركزت على آراء الخبراء، بينما الدراسات الأخرى ركزت على الطلاب فقط، دون الجمع بين الطرفين. كذلك، تناولت بعض الدراسات تخصصات أخرى مثل المحاسبة (الطريفي 2020، أبو عودة 2020) أو أجريت خارج السياق المحلي (Mensing & Franklin 2020)، Deeley & Love (2022)، مما يحد من قابلية تطبيق نتائجها على قطاع الإعلام السعودي الحديث.

تتميز الدراسة الحالية بحسب رؤية الباحثة بتقديم إطار ميداني متكامل يجمع بين:

- ١ . تقييم البرامج الأكاديمية: تحليل المناهج والخطط الدراسية من منظور مهني.
- ٢ . استطلاع آراء الخريجين: قياس مدى رضاهم عن المهارات النظرية والتطبيقية المكتسبة خلال الدراسة.

٣ . تحليل متطلبات جهات التوظيف الإعلامي: رصد احتياجات المؤسسات الإعلامية في المملكة وربطها بالمهارات المطلوبة.

هذا الدمج يجعل الدراسة أكثر شمولية ومصادقية، ويمنحها ميزة واضحة مقارنة بالدراسات السابقة، إذ توفر رؤية متكاملة للفجوة بين التعليم الجامعي والإعلام الرقمي وسوق العمل السعودي، مع التركيز على المهارات العملية والتقنيات الحديثة والجاهزية المهنية للخريجين، وهو ما لم تغطيه أغلب الدراسات السابقة بشكل متكامل.

إجراءات الدراسة:

منهج الدراسة:

تعتمد هذه الدراسة على المنهج المسحي الوصفي، الذي يجمع بين الأسلوب الكمي والتحليل التفسيري للبيانات، ويُعد هذا المنهج الأنسب لدراسة مدى مواءمة مخرجات برامج التعليم الإعلامي في الجامعات السعودية لمتطلبات سوق العمل، إذ يمكن الباحثة من جمع بيانات ميدانية من فئتين رئيسيتين هما: الخريجون والمؤسسات الإعلامية. ويسمح هذا المنهج بوصف الواقع الفعلي، وتحليل العلاقة بين جودة البرامج الأكاديمية واحتياجات السوق، بما يساهم في تحديد الفجوات القائمة واقتراح حلول عملية لتطوير برامج التعليم الإعلامي.

مجتمع وعينة الدراسة:

مجتمع الدراسة:

يتكوّن مجتمع الدراسة من خريجي برامج التعليم الإعلامي في الجامعات السعودية، بالإضافة إلى المؤسسات الإعلامية الحكومية والخاصة التي توظف هؤلاء الخريجين ويشمل المجتمع خريجين من مختلف التخصصات الإعلامية والمناطق الجغرافية بالمملكة، ومؤسسات متنوعة مثل القنوات التلفزيونية، الصحف، وكالات الإعلام الرقمي.

عينة الدراسة

اعتمدت الدراسة في اختيار العينة على أسلوب العينة العشوائية الطبقية لضمان تمثيل متوازن من المجتمع، حيث سيتم اختيار:

- 200-150 خريجًا من مختلف الجامعات والتخصصات والمناطق الجغرافية.
- 40-30 مؤسسة إعلامية من القطاعين الحكومي والخاص وغير الربحي، وبتنوع بين الإعلام التقليدي والرقمي.

وتم توزيع الاستبيانات إلكترونياً على المشاركين، مع الاستفادة من وسائل التواصل لتوسيع نطاق العينة وتحقيق التمثيل الأمثل.

حدود الدراسة: (المكانية، الزمانية، البشرية)

المجال المكاني:

تم تطبيق الدراسة على مستوى المملكة العربية السعودية، مع تركيز خاص على منطقتي الوسطى (الرياض) والغربية (مكة وجدة) باعتبارهما من أهم المراكز التعليمية والإعلامية في المملكة.

المجال الزمني:

ستجرى الدراسة للخريجين في الفترة من عام 2020 – 2025 م .

المجال البشري:

تضمنت الدراسة عينة من خريجي برامج الإعلام في الجامعات السعودية، إضافة إلى ممثلين من المؤسسات الإعلامية المختلفة، مع اختلاف في البيانات الديموغرافية ومستويات الخبرة الأكاديمية والعملية.

وسائل جمع بيانات الدراسة:

نوع الدراسة وطرق الحصول على البيانات:

تُعد الدراسة من الدراسات المسحية الوصفية، وتعتمد على جمع البيانات الكمية من خلال الاستبيان الإلكتروني الموجه إلى كل من الخريجين والمؤسسات الإعلامية، وذلك لقياس آرائهم حول جودة البرامج، المهارات المكتسبة، ومستوى التوافق مع متطلبات سوق العمل، على 5 محاور رئيسية:

- المحور الأول: بيانات شخصية (الجنس، المرحلة الدراسية، الجامعة، التخصص العام والدقيق).
- المحور الثاني: تقييم مستوى المهارات النظرية والتطبيقية التي اكتسبها الخريجون.
- المحور الثالث: تقييم رضا المؤسسات الإعلامية عن كفاءة الخريجين ومهاراتهم العملية.
- المحور الرابع: التعرف على الفجوات بين مخرجات التعليم الإعلامي ومتطلبات سوق العمل.
- المحور الخامس: آراء المشاركين حول التحديات الحالية والاحتياجات المستقبلية لتطوير البرامج التعليمية.

متغيرات الدراسة:

- المتغير المستقل: برامج التعليم الإعلامي في الجامعات السعودية.

- المتغير التابع: مواءمة خريجي الإعلام مع متطلبات سوق العمل.
- المتغيرات الوسيطة: جودة التدريب العملي – مستوى الشراكة مع المؤسسات الإعلامية – المهارات الرقمية لدى الطلبة.

نموذج العلاقات بين المتغيرات

برامج التعليم الإعلامي



(جودة التدريب العملي + + قوة الشراكات الأكاديمية + تنمية المهارات الرقمية)



مواءمة الخريجين مع متطلبات سوق العمل الإعلامي الحديث

مصطلحات الدراسة وتعريفاتها الإجرائية

١. برامج التعليم الإعلامي:

تعرف برامج التعليم الإعلامي بأنها المسارات الأكاديمية التي تهدف إلى إعداد الطلاب للعمل في مجالات الإعلام المختلفة، من خلال مقررات نظرية وتطبيقية تغطي مهارات الاتصال، الصحافة، والإعلام الرقمي. (Alghamdi, 2019)

التعريف الإجرائي من وجهة نظر الباحثة: تشير إلى المقررات والمسارات الدراسية التي تقدمها الجامعات السعودية لتأهيل الطلاب للعمل في مجالات الإعلام المختلفة، وتشمل الجوانب النظرية والعملية المتعلقة بالإعلام.

٢. مواءمة برامج التعليم الإعلامي مع سوق العمل:

تشير إلى مدى توافق محتوى المناهج التعليمية مع متطلبات سوق العمل الإعلامي، بحيث تضمن تزويد الطلاب بالمهارات والمعارف اللازمة للعمل بفعالية. (Ahmed & Mohamed, 2021)

التعريف الإجرائي من وجهة نظر الباحثة: يعني مدى توافق محتوى المناهج والمهارات التي يكتسبها الطلاب مع الاحتياجات الفعلية لسوق العمل في مجال الإعلام، بما يتيح لهم فرص توظيف أفضل.

٣. الخريجون:

هم الأفراد الذين أكملوا بنجاح متطلبات برنامج التعليم الإعلامي في الجامعات، ويشكلون العينة التي تستخدم لتقييم جودة البرامج التعليمية (وزارة التعليم السعودية، 2020).
التعريف الإجمالي من وجهة نظر الباحثة: هم الطلبة الذين أنهوا بنجاح دراستهم في برامج الإعلام بالجامعات السعودية، والذين يمثلون نتائج العملية التعليمية.

٤. المؤسسات الإعلامية:

تشمل المؤسسات التي تقدم خدمات إعلامية مثل التلفزيون، الصحف، الإذاعة، ووسائل الإعلام الرقمية، وتمثل سوق العمل الفعلي لخريجي الإعلام (Khalil, 2018).
التعريف الإجمالي من وجهة نظر الباحثة: الجهات التي تعمل في مجال الإعلام داخل المملكة، وتشمل القنوات التلفزيونية، الصحف، الإذاعة، وشركات الإعلام الرقمي، والتي تستقبل الخريجين للعمل.

٥. الفجوة التعليمية والعملية:

هي الفرق بين المهارات التي يتعلمها الطلاب في البرامج الأكاديمية وتلك المطلوبة في سوق العمل، وتؤثر على قابلية توظيفهم (Smith & Jones, 2017).
التعريف الإجمالي من وجهة نظر الباحثة: تعني الفرق بين ما يتعلمه الطلاب في الجامعة من مهارات ومعارف، وما يطلبه سوق العمل منهم عملياً.

٦. التدريب العملي:

يشير إلى فترة اكتساب الخبرة العملية داخل المؤسسات الإعلامية، والتي تعد جزءاً من التأهيل الأكاديمي لتعزيز مهارات التطبيق (Brown, 2020).
التعريف الإجمالي من وجهة نظر الباحثة: الفترة التي يقضيها الطلاب داخل المؤسسات الإعلامية لاكتساب خبرات تطبيقية تكمل ما تعلموه نظرياً في الجامعة.

قائمة المراجع:

- Adjin-Tettey, T. (2024). From the classroom to the African newsroom: Reimagining journalism education in Africa. *African Journalism Review*, 18(2), 44–61.
- Ahmed, S., & Mohamed, H. (2021). Aligning media education with labor market needs: A case study. *International Journal of Educational Development*, 33(4), 120–134.
- Al Essa, R. (2023). Gap between media education outputs and digital media requirements. *Saudi Journal of Communication*, 11(1), 77–98.
- Al-Harbi, M. (2022). Digital transformation and media curriculum development in Saudi Arabia. *Middle East Media Journal*, 14(2), 55–73.
- Al-Mutairi, S. (2023). Media labor market competencies and academic preparation in Saudi universities. *Journal of Digital Media Studies*, 7(1), 33–49.
- Al-Saeed, F. (2023). Practical skills readiness of media graduates. *Journal of Communication Studies*, 15(2), 99–118.
- Alghamdi, A. (2019). Media education in Saudi Arabia: Challenges and opportunities. *Journal of Media Studies*, 15(2), 45–60.
- Alghamdi, N. (2022). Digital skills readiness among media graduates in Saudi Arabia. *International Journal of Media Education*, 6(1), 55–72.
- Allan, S., & Singer, J. (2021). The skills mismatch in journalism education: Insights from industry professionals. *Journalism*, 22(4), 511–527.
- Barakat, S. (2023). National image building and digital media strategies in Saudi Arabia. *Journal of Digital Communication*, 9(3), 144–162.
- Brown, T. (2020). Practical training in media studies. *Education and Practice Review*, 12(2), 55–67.
- Carlson, M. (2023). Closing the gap: Challenges in media education for the digital age. *Digital Journalism*, 11(4), 517–534.
- Deeley, S. J., & Love, L. J. (2022). Practical training and journalism education: Enhancing graduate employability. *Teaching and Teacher Education*, 109, 103562.
- Deeley, S., & Love, K. (2022). Role of practical training in media graduate employability. *International Journal of Media Training*, 4(1), 60–78.

- Khalil, M. (2018). Media organizations in the Gulf region: Structure and challenges. *Gulf Media Journal*, 9(1), 22–38.
- Lamble, S. (2020). Industry expectations and journalism education: Preparing students for the media landscape. *Journalism Studies*, 21(6), 745–762.
- McFarlane, A. (2023). Knowledge gaps, cognition and media learning: An exploration of vaccine hesitancy. *Media Psychology Review*, 17(2), 110–132.
- Mensing, D., & Franklin, B. (2020). Bridging the gap between journalism education and practice: An international perspective. *Journalism Practice*, 14(8), 950–965.
- Mensing, D., & Franklin, S. (2020). Bridging journalism education and professional practice. *Journalism Practice*, 14(8), 950–965.
- Mhaske, R. (2025). Bridging digital skill gaps in the global workforce: Challenges and strategies. *Global Journal of Skills Development*, 12(1), 1–22.
- Mihailidis, P. (2025). Centering relation in media literacy practice: A critical pedagogical approach. *Media Education Review*, 19(1), 55–74.
- Ministry of Media. (2023). Annual report on media transformation in Saudi Arabia. Ministry of Media.
- Ministry of Education. (2020). Annual statistics report. Saudi Ministry of Education.
- Mohamed, S. (2021). Evaluating media education programs in Egypt and their alignment with labor market needs. *Journal of Media Research*, 23(1), 101–134.
- Ndibalema, P. (2025). Digital literacy gaps in higher education in Sub-Saharan Africa. *Journal of 21st Century Skills*, 9(1), 15–37.
- Skinner, D. (2019). From classroom to newsroom: Developing practical skills in journalism education. *Journalism*, 20(3), 396–412.
- Smith, R., & Jones, L. (2017). The theory–practice gap in media education. *Journal of Vocational Education*, 24(3), 89–101.
- Vision 2030. (2024). Human capital & media sector development report. Vision 2030 Program.
- أبو عودة، م. (2020). مدى ملاءمة مخرجات التعليم العالي واحتياجات سوق العمل الفلسطيني. *مجلة جامعة الأزهر*، 22(1)، 125–150.
- البنا، ه. ع. (2019). دراسة تحليلية لبرامج الإعلام ومدى ملاءمتها لسوق العمل. *مجلة الدراسات الإعلامية*، 15(1)، 45–78.

- البدرى، أ. (2020). واقع الفجوة بين التعليم الأكاديمي ومتطلبات الممارسة الإعلامية. مجلة الإعلام العربي، (2)12، 88-112.
- الحسن، م. (2020). تدريب الإعلاميين الشباب في الوطن العربي. مجلة الإعلام والاتصال، (3)6، 55-72.
- الحربي، م. (2022). تطوير مناهج الإعلام في ضوء التحول الرقمي. مجلة التربية والإعلام، (1)18، 24-49.
- الحمادي، س. (2021). مهارات القرن الحادي والعشرين في تعليم الإعلام. مجلة الإعلام الرقمي، (2)7، 14-36.
- الزهراني، أ. (2020). تطوير مهارات الخريجين الإعلاميين. مجلة التعليم والإعلام، (1)5، 60-81.
- الزهراني، ف. (2021). اتجاهات الطلبة نحو مواءمة دراسة الإعلام. مجلة بحوث الاتصال، (2)13، 77-94.
- السعيد، ف. (2023). مخرجات التعليم الإعلامي ومطابقة المهارات العملية. مجلة الإعلام التطبيقي، (1)9، 55-84.
- الطريقي، ع. (2020). مدى ملائمة المناهج الدراسية للبرامج المحاسبية. مجلة البحوث المالية والاقتصادية، 59، 163-198.
- العيسى، ر. (2023). الفجوة بين مخرجات التعليم الإعلامي. المجلة السعودية للاتصال، (1)15، 41-65.
- العنزي، ن. (2022). مواءمة برامج الإعلام الجامعية. مجلة العلوم الإنسانية، (3)30، 77-101.
- العلوي، ش. (2021). مدى جاهزية خريجي الإعلام. مجلة بحوث الإعلام، (1)8، 22-46.
- العويسي، م. (2021). الفجوة بين المناهج الأكاديمية ومتطلبات الإعلام. مجلة الاتصال المعاصر، (2)10، 61-87.
- المحمدي، ف. (2022). التدريب العملي في برامج الإعلام. مجلة الإعلام التطبيقي، (2)8، 33-58.
- المطيري، س. (2023). الكفاءات المهنية المطلوبة في خريجي الإعلام. مجلة الإعلام الحديثة، (1)12، 110-135.
- النجار، ع. (2021). علاقة التعليم الإعلامي بالفرص الوظيفية. مجلة التنمية المهنية، (3)14، 70-92.
- الهاجري، خ. (2022). مواءمة كفاءة خريجي الإعلام. مجلة الدراسات الخليجية، (1)19، 99-120.
- الشريف، ن. (2022). تحليل فجوة التعليم الإعلامي. مجلة تعليم الإعلام، (1)4، 50-72.
- الشمراني، أ. (2021). تقييم البرامج الأكاديمية. مجلة الإعلام السعودي، (2)9، 21-44.