

جامعة ميدأوشن

كلية الإعلام والتسويق الرقمي

درجة مواءمة 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 كمال بن عبد العزيز مغربي

رسالة مقدمة لجامعة ميدأوشن لاستكمال متطلبات نيل درجة الدكتوراه

في

الإعلام الرقمي

2027

هديل كمال مغربي - 2025

إهداء

إلى أولئك الذين كان لحضورهم الأثر العميق في رحلتي العلمية والعملية
إلى أسرتي الكريمة، النور الذي أضاء دربي، والسند الذي لم يتزعزع،
والدعاء الصادق الذي رافق خطواتي في كل مراحل الطريق
إلى والديّ العزيزين، نبض القلب ومصدر الإلهام، اللذين غرسا في نفسي حب العلم،
وسقيا طموحي بالصبر والدعم والتشجيع اللامحدود
إلى إخوتي وأخواتي، الذين كانوا دوماً العون في لحظات الصمت، والفرح في أوقات التعب،
واليد التي تمتد بالعطاء دون طلب
وإلى أصدقائي وزملائي، من شاركوني هذه المسيرة بتفاصيلها؛ تعبها وسهرها، أملها وطموحها،
من تقاسموا معي المعرفة والقلق، وشاركوا الفرح والنجاح،
وكانوا العون المعنوي في لحظات التحدي، والضحكة التي تخفف وطأة الأيام
لكم جميعاً، أهدي هذا العمل المتواضع، تقديرًا وامتنانًا،
واعترافًا بأن كل إنجاز هو ثمرة لقلوب صادقة آمنت وساندت، قبل أن يكون نتاج جهد فردي

هديل كمال مغربي

شكر وتقدير

الحمد لله الذي بنعمته تتم الصالحات

وبتوفيقه تمضي الخطى وتكُلّ الجهود بالإنجاز

نحمده على فضله، ونشكره على عظيم منته

قال تعالى: ﴿لَئِنْ شَكَرْتُمْ لَأَزِيدَنَّكُمْ﴾ (إبراهيم: ٧)

نتقدّم بالشكر إلى جامعة ميداووشن، لما هيأت له من بيئة علمية محفّزة، ودعم أكاديمي مثمر، كان له بالغ الأثر في إتمام هذا البحث على النحو المنشود

تقديرًا وعرفانًا وامتنانًا، نبعث إليكم هذه الكلمات، محمّلة بالشكر، وخالصة من القلب

ملخص البحث

عنوان الدراسة: درجة مواءمة مخرجات التعليم الإعلامي في الجامعات السعودية لمتطلبات سوق العمل: دراسة ميدانية

يشهد المجتمع السعودي تحولات جذرية في مختلف قطاعاته، وقد برز الإعلام كأداة رئيسية لدعم تحقيق رؤية المملكة 2030، من خلال تعزيز الكفاءات الوطنية وتطوير صناعة المحتوى الإعلامي بما يواكب التحولات الرقمية. وقد بذلت الجامعات السعودية جهودًا كبيرة لتحديث برامج التعليم الإعلامي، من خلال تطوير المناهج الأكاديمية، إضافة مسارات جديدة، وتعزيز التدريب العملي، بهدف تقليل الفجوة بين التعليم الأكاديمي ومتطلبات سوق العمل.

ورغم هذه الجهود، لا تزال هناك تساؤلات حول مدى مواءمة هذه البرامج لمتطلبات سوق العمل الإعلامي الحديث، خاصة في ظل انتشار الإعلام الرقمي وتعدد المنصات وأساليب الإنتاج، تشير التقارير والإحصاءات إلى وجود فجوة بين ما يتلقاه الطلاب من مهارات نظرية وعملية وما يتطلبه سوق العمل، مما يؤثر على جاهزية الخريجين وفرص توظيفهم.

تهدف هذه الدراسة إلى تقييم مدى مواءمة برامج التعليم الإعلامي في الجامعات السعودية مع متطلبات سوق العمل، من خلال تحليل آراء الخريجين والمؤسسات الإعلامية، وتحديد الفجوات والتحديات، واقتراح توصيات تطويرية لتحسين المناهج وأساليب التدريب، وتعزيز الشراكات بين الجامعات وسوق العمل.

تعتمد الدراسة على منهجية كمية وتحليلية، مع اختبار فروض محددة تتعلق بالفجوات بين البرامج الأكاديمية ومتطلبات السوق، وأثر التدريب العملي والشراكات مع المؤسسات الإعلامية على جاهزية الخريجين. وتشير الدراسات السابقة إلى ضعف الكفاءات العملية لدى الخريجين، وعدم توافق بعض البرامج الأكاديمية مع التحولات الرقمية، وهو ما يعكس الحاجة إلى تطوير استراتيجيات تعليمية جديدة تربط المعرفة النظرية بالتطبيق العملي.

وتتمثل أهمية الدراسة في مساهمتها النظرية في سد الفجوة البحثية حول مواءمة التعليم الإعلامي مع سوق العمل الرقمي، وفي الأهمية التطبيقية من خلال تقديم بيانات ميدانية تمكّن صناع القرار من تطوير البرامج الأكاديمية بما يرفع كفاءة الخريجين ويعزز فرص توظيفهم في قطاع الإعلام السعودي الحديث.

الكلمات المفتاحية: (التعليم الإعلامي - سوق العمل الإعلامي - برامج الجامعات السعودية - المهارات الرقمية - التدريب

العملي الإعلامي - الفجوة بين التعليم وسوق العمل - الإعلام الرقمي - تطوير المناهج الأكاديمية - كفاءة الخريجين -

الشراكات الأكاديمية والمؤسساتية)

Abstract

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

The Saudi society is witnessing profound transformations across various sectors, with media emerging as a key tool to support the achievement of Saudi Arabia's Vision 2030, by enhancing national competencies and developing media content in line with digital transformations. Saudi universities have made significant efforts to update media education programs by developing academic curricula, introducing new tracks, and strengthening practical training, aiming to reduce the gap between academic education and labor market requirements.

Despite these efforts, questions remain regarding the alignment of these programs with the requirements of the modern media labor market, especially given the proliferation of digital media, multiple platforms, and diverse production methods. Reports and statistics indicate a gap between the theoretical and practical skills acquired by students and the actual needs of the labor market, which affects graduates' readiness and employment opportunities.

This study aims to assess the extent to which media education programs in Saudi universities align with labor market requirements by analyzing the perspectives of graduates and media institutions, identifying gaps and challenges, and proposing developmental recommendations to improve curricula, teaching methods, and partnerships between universities and the labor market.

The study relies on a quantitative and analytical methodology, testing specific hypotheses related to the gaps between academic programs and labor market demands, as well as the impact of practical training and partnerships with media institutions on graduates' readiness. Previous studies indicate weaknesses in graduates' practical competencies and misalignment of some academic programs with digital transformations, highlighting the need to develop new educational strategies that integrate theoretical knowledge with practical application.

The study's significance lies in its theoretical contribution to bridging the research gap on aligning media education with the digital labor market, and in its practical importance by providing field data that enables decision-makers to develop academic programs, enhance graduates' competencies, and improve employment prospects in the modern Saudi media sector.

Keywords: (Media education – Media labor market – Saudi university programs – Digital skills – Practical media training – Education-to-work gap – Digital media – Curriculum development – Graduate competence – Academic and institutional partnerships)

فهرس المحتويات

الموضوع	الصفحة
إهداء	ج
شكر وتقدير	د
الملخص باللغة العربية	هـ
الملخص باللغة الإنجليزية	و
فهرس المحتويات	ط
فهرس الجداول	ي
مقدمة	1
الفصل الأول: الإطار المنهجي للدراسة	3
المبحث الأول: الإطار المنهجي للدراسة	4
مشكلة الدراسة	4
أهمية الدراسة	5
أهداف الدراسة	14
تساؤلات الدراسة	14
فروض الدراسة	14
الدراسات السابقة.	15
التعقيب على الدراسات السابقة	15
مصطلحات الدراسة والتعريفات الإجرائية	

فهرس الجداول

مقدمة

في ظل التحوّلات الجذرية التي يشهدها المجتمع السعودي في مختلف قطاعاته، برز قطاع الإعلام كإحدى الأدوات الحيوية الداعمة لتحقيق رؤية المملكة العربية السعودية 2030، التي تستهدف بناء اقتصاد ومجتمع معرفي، وتعزيز كفاءة الكوادر الوطنية، ورفع جودة التعليم والتدريب في مختلف التخصصات. وقد أولت الرؤية اهتمامًا خاصًا بتطوير قطاع الإعلام وصناعة المحتوى، لما له من دور محوري في تشكيل الوعي المجتمعي، ونقل صورة المملكة وإنجازاتها للعالم بكفاءة واحترافية.

وانطلاقًا من هذا التوجه، بذلت الجامعات السعودية جهودًا متواصلة لتحديث برامج التعليم الإعلامي بما يواكب التطورات التقنية والمهنية المتسارعة. إذ شهدت السنوات الأخيرة تطويرًا للمناهج والخطط الأكاديمية، وإضافة مسارات جديدة، مع التركيز على التدريب العملي والتعاون مع المؤسسات الإعلامية بهدف ردم الفجوة بين الجانبين النظري والتطبيقي.

ورغم هذه الخطوات التطويرية، لا تزال التساؤلات قائمة حول مدى مواءمة هذه البرامج لمتطلبات سوق العمل الذي يشهد منافسة حادة وتغيرات متسارعة، خصوصًا مع هيمنة الإعلام الرقمي وتوسع المنصات الجديدة وأساليب الإنتاج متعدد الوسائط. وتشير بعض الإحصاءات إلى أن نسبة غير قليلة من خريجي الإعلام يواجهون تحديات في الحصول على فرص عمل مناسبة، مما يفتح المجال أمام دراسات معمّقة ترصد أسباب ذلك وتسعى لمعالجته.

وتبرز الحاجة اليوم إلى تقديم دراسات علمية ميدانية تستقري واقع برامج التعليم الإعلامي من منظور الأطراف الرئيسية: الخريجون أنفسهم باعتبارهم نتاج العملية التعليمية، والمؤسسات الإعلامية بصفقتها الجهة المستفيدة من هذه المخرجات. فمن خلال تحليل وجهات النظر المختلفة يمكن تشخيص التحديات والفجوات، ورصد متطلبات السوق الفعلية، واقتراح آليات عملية لتطوير المناهج الأكاديمية وأساليب التدريس، وبناء شراكات أكثر فاعلية مع جهات التوظيف.

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 وتحليلية، بهدف دعم صناعات القرار

الأكاديمي بمؤشرات واقعية تسهم في تحسين جودة البرامج وتقليل الفجوة بين التعليم الأكاديمي ومتطلبات السوق، بما يعزز مكانة خريجي الإعلام كمساهمين فاعلين في مسيرة التنمية الوطنية وتحقيق مستهدفات الرؤية الطموحة.

وعليه، تتمحور مشكلة الدراسة في التساؤل الرئيس التالي:

إلى أي مدى تتوافق برامج التعليم الإعلامي في الجامعات السعودية مع متطلبات سوق العمل الإعلامي الحديث، وما أبرز الفجوات والتحديات التي تواجه خريجي هذا التخصص في ظل التحولات الرقمية المتسارعة؟



الفصل الأول

الإطار المنهجي للدراسة



الإطار المنهجي للدراسة

- مشكلة الدراسة.
- أهمية الدراسة
- أهداف الدراسة
- تساؤلات الدراسة
- فروض الدراسة
- الدراسات السابقة.
- التعقيب على الدراسات السابقة
- مصطلحات الدراسة والتعريفات الإجرائية.

MIDOCEAN
UNIVERSITY
BE EVERYONE'S SMART UNIVERSITY

مشكلة الدراسة :

شهدت الجامعات السعودية خلال العقدین الأخيرین جهودًا تطویریة کبیرة فی مجال التعلیم الجامعی بوجه عام، والتعلیم الإعلامی بوجه خاص، وذلك فی إطار السعی لمواکبة مستهدفات رؤية المملكة العربیة السعودیة 2030 التي أولت اهتمامًا بالغًا بتطویر الموارد البشریة وبناء کفاءات وطنیة قادرة علی المنافسة فی سوق العمل المحلي والإقلمی والعالمی، وقد اتجهت الجامعات إلی تحدیث مناهج الإعلام وإعادة هیکلة البرامج الأكادیمیة لتتلاءم مع التحولات الرقیمیة المتسارعة التي يشهدها قطاع الإعلام والاتصال من خلال إدخال مسارات تخصصیة جدیدة مثل الإعلام الرقمی، وصناعة المحتوى، وإدارة المنصات التفاعلیة، إلی جانب تعزيز الجوانب التقنیة فی التدريب الإعلامی.

ورغم تلك الجهود التطویریة تشير العدید من الدراسات والتقاریر الصادرة عن الجهات المختصة وسوق العمل إلی وجود فجوة واضحة بین مخرجات التعلیم الإعلامی وما يتطلبه سوق العمل الإعلامی الحدیث من معارف ومهارات مهنیة وتقنیة، حیث ما زالت بعض البرامج الأكادیمیة تركّز علی الجوانب النظریة التقلیدیة دون أن تولی الجانب التطبیقی والتدریبی القدر الكافی من الاهتمام، مما یؤدی إلی ضعف الكفاءات العملیة لدى الخریجین، ویحّد من قدرتهم علی الاندماج السریع فی المؤسسات الإعلامیة الحدیثة التي تعتمد علی تقنیات الذكاء الاصطناعی والتحلیل الرقمی وإنتاج المحتوى متعدد المنصات.

وتتجلی مظاهر هذه الفجوة فی ملاحظات متكررة من المؤسسات الإعلامیة حول ضعف بعض الخریجین فی المهارات الرقیمیة والتحریریة والتصمیمیة، فضلًا عن قصور فی الإلمام بأدوات التحلیل الإعلامی الحدیثة، مما یؤثر سلبيًا علی فرص التوظیف، ویزید من حاجة المؤسسات إلی تدريب إضافی قبل دمج الخریجین فعليًا فی بیئة العمل. كما تشير إفادات الخریجین أنفسهم إلی وجود تباین بین ما تلقوه فی البرامج الجامعیة و بین ما یواجهونه من متطلبات فعلیة فی المیدان العملی، سواء علی مستوى المهارات التقنیة أو القدرات الانصالیة والإبداعیة أو حتی فی التعامل مع بیئة الإعلام الرقمی المتغيرة باستمرار.

من هنا تبرز الحاجة إلی دراسة علمیة تحلیلیة تسعى إلی تقویم مستوى مواءمة مخرجات التعلیم الإعلامی فی الجامعات السعودیة لمتطلبات سوق العمل الإعلامی الحدیث، وذلك من وجهتی نظر الخریجین والمؤسسات الإعلامیة معًا، لتشخیص واقع الفجوة بدقة وتحديد أبعادها، واستکشاف العوامل المؤثرة فیها، وصولًا إلی مقترحات تطویریة تسهم فی تحسین جودة برامج التعلیم الإعلامی وتعزيز قدرتها علی إعداد كوادر وطنیة 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 يرافقها من تحديات في مواءمة مخرجات التعليم الإعلامي مع متطلبات سوق العمل الإعلامي الحديث.

أولاً: الأهمية النظرية

- تسعى الدراسة إلى الإسهام في سد الفجوة البحثية في الأدبيات العربية المتعلقة بموضوع مواءمة التعليم الإعلامي مع سوق العمل الرقمي، من خلال دراسة تطبيقية حديثة في البيئة السعودية.
- تقدم إطاراً علمياً متكاملاً لفهم العلاقة بين مكونات التعليم الإعلامي (المناهج، التدريب، المهارات) وبين احتياجات سوق العمل، مما يعزز تراكم المعرفة النظرية في مجال تطوير برامج الإعلام الجامعي.

ثانياً: الأهمية التطبيقية

- توفر نتائج ميدانية واقعية تمكّن صُنّاع القرار في الجامعات السعودية من تقييم فاعلية البرامج الأكاديمية الإعلامية وتوجيه سياسات التطوير المستقبلية.
- تسهم في تعزيز جاهزية خريجي الإعلام للاندماج في سوق العمل من خلال اقتراح حلول عملية لتقليص الفجوة المهارية، وبذلك تُسهم في دعم جهود تقليل معدلات البطالة في هذا القطاع الحيوي.
- تمكّن المؤسسات الإعلامية من التعرف على مستوى كفاءة الخريجين الحاليين واقتراح مجالات للتعاون الأكاديمي والتدريبي مع الجامعات.

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).

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

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.

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

(2025): - Ndibalema

تطرقَت 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.

(2025): Mihailidis -

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.

(2024): Adjin-Tetty -

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.

(2024): Zborowski, Mayne & Macrae -

تطرقَت 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.

- المطير: (2023)

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

- 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.

- السيد: (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.

- 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.

(2023): -Carlson

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.

(2023): -McFarlane

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.

- العن: (2022)

تطرقَت 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.

- 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.

- الهـــــــــــــــــاجري:(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 تفاوتًا 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.

- المحمـــــــــــــــــدي:(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.

- الشـــــــــــــــــريف:(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.

(2022): Love & Deeley-

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.

- الشـــــــــــــــــمراني:(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

التوظيف في الإعلام الرقمي. أوصى الباحث بتعزيز الشراكة مع القطاع الإعلامي لتقليل الفجوة.

- النجار: (2021)

ركزت الدراسة على علاقة التعليم الإعلامي بالفرص الوظيفية في الشرق الأوسط. اعتمد الباحث على تحليل بيانات البرامج التعليمية واستبيانات للخريجين. أظهرت النتائج وجود قصور في المواءمة بين التعليم وفرص العمل. وتتميز الدراسة بربط التعليم مباشرة بالفرص الوظيفية، مع توصية بتطوير المناهج وربطها بالخبرة العملية.

- محمد: (2021)

تطرقَت الدراسة إلى تقييم برامج التعليم الإعلامي في مصر ومدى مواءمتها لمتطلبات سوق العمل. اعتمد الباحث على استبيانات وتحليل محتوى المناهج. أظهرت النتائج قصوراً في تحديث البرامج وعدم مواءمتها للمتغيرات الحديثة. وتتميز الدراسة بتقديم مقارنة مع برامج خارج مصر، مع توصية بتحديث المناهج بما يواكب احتياجات السوق.

(2021): Allan & Singer

ركزت الدراسة على فجوة المهارات في التعليم الإعلامي من وجهة نظر الخبراء الصناعيين. استخدم الباحث استبيانات ومقابلات مع محترفين في الإعلام. أظهرت النتائج وجود قصور في المهارات الرقمية والتحقق من الأخبار. وتتميز الدراسة بدمج تحليل البرامج وآراء الخريجين وجهات التوظيف، مع توصية بتطوير التدريب العملي والمهارات الرقمية.

- البـدرى: (2020)

تطرقَت 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.

- الزهرانى: (2020)

تطرقَت الدراسة إلى تطوير مهارات الخريجين الإعلاميين لمواجهة تحديات سوق العمل.

تعقيب الباحثة على الدراسات السابقة:

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

تلاحظ الباحثة أن الدراسات السابقة وفرت أساسًا معرفيًا مهمًا لفهم مواءمة برامج التعليم الإعلامي مع متطلبات سوق العمل، وأسهمت في تحديد أوجه القصور في البرامج الأكاديمية، خصوصًا 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.

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: تعني 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 الإجرائي 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 الإجرائي 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 عمليًا.

٦. التدريب العملي:

يشير إلى فترة اكتساب الخبرة العملية داخل المؤسسات الإعلامية، والتي تعد جزءًا 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 نظريًا في الجامعة.

