

2022

The role of practical courses in the Faculty of Media at the Middle East University in providing graduates with labor market skills

Ahmad Oreqat Dr.

Faculty of Media, Middle East University

Ramez Abuhasirah Dr.

Faculty of Media, Middle East University

Follow this and additional works at: <https://digitalcommons.aaru.edu.jo/mejcs>

Recommended Citation

Oreqat, Ahmad Dr. and Abuhasirah, Ramez Dr. (2022) "The role of practical courses in the Faculty of Media at the Middle East University in providing graduates with labor market skills," *Middle East Journal of Communication Studies*: Vol. 2: Iss. 2, Article 2.

Available at: <https://digitalcommons.aaru.edu.jo/mejcs/vol2/iss2/2>

This Article is brought to you for free and open access by Arab Journals Platform. It has been accepted for inclusion in Middle East Journal of Communication Studies by an authorized editor. The journal is hosted on [Digital Commons](#), an Elsevier platform. For more information, please contact rakan@aar.edu.jo, marah@aar.edu.jo, u.murad@aar.edu.jo.

دور المساقات العملية في كلية الإعلام بجامعة الشرق الأوسط في إكساب خريجيها مهارات سوق العمل

الدكتور أحمد عريقات، جامعة الشرق الأوسط
الدكتور رامز أبو حصيرة، جامعة الشرق الأوسط

The role of practical courses in the Faculty of Media at the Middle East University in providing graduates with labor market skills

Dr. Ahmad Oreqat – Middle East university
Dr. Ramez Abuhasirah – Middle East university

دور المسابقات العملية في كلية الإعلام بجامعة الشرق الأوسط في إكساب خريجها

مهارات سوق العمل

الدكتور أحمد عريقات، جامعة الشرق الأوسط

الدكتور راز أبو حصيرة، جامعة الشرق الأوسط

الملخص

هدفت الدراسة التعرف إلى دور المسابقات العملية في كلية الإعلام بجامعة الشرق الأوسط في إكساب خريجها مهارات سوق العمل الإعلامي، واستندت الدراسة إلى منهج مسح جمهور وسائل الإعلام، بالتطبيق على عينة عمدية قوامها (48) مفردة من خريجي كلية الإعلام بجامعة الشرق الأوسط الممارسين للعمل الإعلامي في المؤسسات الإعلامية، وأظهرت نتائج الدراسة أن إسهام المسابقات الدراسية العملية في إكساب الخريجين للمواصفات المطلوبة في سوق العمل جاء بدرجة مرتفعة، حيث تمثلت أهم هذه المواصفات في "المظهر اللائق والمقبول" بوسط حسابي (2.69)، و"قوة الشخصية" بوسط حسابي (2.58)، بينما جاء إسهام المسابقات الدراسية العملية في إكساب الخريجين للمهارات المهنية المطلوبة في ممارسة العمل الإعلامي بدرجة مرتفعة، حيث تمثلت أهم هذه المهارات في "القدرة على جمع البيانات والمعلومات من مصادرها المختلفة بسهولة" بوسط حسابي (2.54)، و"إتقان اللغة العربية" و"الدقة والموضوعية في التناول الإعلامي" بوسط حسابي (2.46) لكل منهما، وخلصت الدراسة إلى ضرورة إعادة النظر في المقررات الدراسية العملية في كليات الإعلام، بحيث تسهم في توعية الطلبة وتوجيههم بحاجات السوق الإعلامي الجديد ومتطلباته في العصر الرقمي.

الكلمات المفتاحية: المسابقات العملية، خريجي كلية الإعلام، مهارات سوق العمل

The role of practical courses in the Faculty of Media at the Middle East University in providing graduates with labor market skills

Dr. Ahmad Oreqat – Middle East university

Dr. Ramez Abuhasirah – Middle East university

Abstract

The study aimed at identifying the role of the practical courses at the Faculty of Media at the Middle East University in providing its graduates with skills in the media labor market. The study adopted the media audience survey method. A questionnaire was distributed to an available sample of (48) graduates of the Faculty of Media at Middle East University who practice the media profession. The results showed that practical study courses' contribution to providing graduates with the required specifications in the labor market came to a high degree, as the most important of these specifications were: "decent and acceptable appearance", with a mean of (2.69), and "personal strength" with a mean of (2.58). In contrast, the practical study courses' contribution to providing graduates with the required professional skills in media professionalism was of a high degree, as the most important of these skills were: "the ability to collect data, information from different sources easily" with a mean of (2.54), and "Proficiency in the Arabic language" and "Accuracy, objectivity in media" with a mean of (2.46) for each. The study concluded that it is necessary to reconsider the practical curricula in media faculties to contribute to educating and guiding students in terms of the needs and requirements of the media market in the digital age.

Key words: practical courses, Faculty of Media graduates, labor market skills.

المقدمة:

فرضت التطورات المتسارعة التي شهدها القرن الحادي والعشرين اهتمامًا كبيرًا بالمهارات الضرورية اللازمة للنجاح في ممارسة العمل الإعلامي؛ لذا أصبحت هناك حاجة لمواكبة تلك المهارات في المنظومة التعليمية الإعلامية، وإحداث تحول جذري في السياسات التعليمية، وبناء الخطط والمناهج الدراسية التي تواكب سوق العمل، من أجل إعداد طلبة قادرين على التعامل مع طبيعة تلك التطورات، من خلال بناء المعارف والمهارات العلمية والعملية وتنميتها؛ مثل مهارات حل المشكلات، والتفكير الناقد الابتكاري والإبداعي، وتنمية مهارات التعلم الذاتي، ومهارات التواصل الفعّال، ومهارات البحث والتعاون، وإدارة المهارات الحياتية والمهنية، التي تبرز روح العمل داخل الفريق، والقدرة على القيادة والإدارة وتحمل المسؤولية، وصقل الشخصية، وغرس الثقة، والمواطنة الرقمية، وبناء روح الإبداع والمهارات التقنية وغيرها (أحمد، 2020).

وتُعد المسابقات العملية في كليات الإعلام بالمؤسسات الأكاديمية جزءًا لا يتجزأ من المنظومة التعليمية في مسار الطالب الجامعي خلال مرحلته الجامعية، إذ تؤدي هذه المسابقات دورًا مهمًا في إكساب الطلبة المعارف والمهارات اللازمة التي تسمح له بممارسة العمل الإعلامي في المستقبل؛ فيكتسب الطلبة خلال هذه المسابقات المهارات الفنية والتقنية، إلى جانب التعرف إلى كيفية توظيف التكنولوجيا والتقنيات والتطبيقات والأدوات الحديثة في إنتاج المواد الإعلامية سواءً في مجال التحرير الصحفي في الصحافة المكتوبة أو الإلكترونية أو في إنتاج البرامج الإذاعية والتلفزيونية وإعدادها، وغيرها من المهارات المرتبطة بعملية الإنتاج الإعلامي.

ولكي تتمكن المؤسسات الإعلامية الأردنية من إكمال دورها في تقديم أداء إعلامي محترف يعتمد على ممارسة إعلامية ناجحة؛ فعليها أن تُكمل دور المؤسسات الأكاديمية في تأهيل إعلاميها وتدريبهم، وخصوصًا الجُدد منهم، وتُنظم برامج تدريبية مستمرة من أجل رفع مستواهم وإكسابهم القدرة على أداء مهامهم، كما يجب أن تخرج من إطار التفكير التقليدي الذي يرى أنّ الممارسة الإعلامية الناجحة تنطلق من ممارسة العمل اليومي، ولا يرتبط بالمعرفة والمهارات التي يحصل عليها الإعلامي خلال مرحلة تأهيله الأكاديمي، إذ إنّ من الخطأ الكبير اعتبار أنّ الممارسة المهنية اليومية والخبرة العملية، تُغني عن التأهيل، أو أنّ التأهيل دون ممارسة مهنية قد يوصل الطلبة إلى ممارسة إعلامية مهنية مقبولة؛ فهذه مسؤولية مشتركة ولا تتم إلا بالتكامل فيما بينهما.

وبناءً على ما سبق، فإنّ الممارسة الإعلامية، تتركز في الدرجة الأولى على ما يكتسبه الطالب من معرفة ومهارات خلال مرحلة دراسته الجامعية؛ فالطلبة بحاجة إلى تأهيل أكاديمي متكامل يجمع بين الجانبين النظري والتطبيقي، من أجل ممارسة مهنة الإعلام بكفاءة، لذلك تأتي هذه الدراسة للتعرف إلى دور المسابقات العملية في كلية الإعلام بجامعة الشرق الأوسط في إكساب خريجها مهارات سوق العمل الإعلامي.

مشكلة الدراسة:

أدى الانتشار الكبير للمؤسسات الإعلامية وتطورها في الأردن؛ إلى فتح الأبواب أمام طلبة كليات الإعلام للانخراط في سوق العمل، حيث كان للتطور الحتمي للتقنيات التكنولوجية وبرامجها المتعددة في الإنتاج الإعلامي، دور كبير في ضرورة امتلاك طلبة الإعلام مهارات متنوعة من مهارة الكتابة والتحرير، والتصوير، والمونتاج، واستخدام الموبايل في إنتاج المحتوى الإعلامي، حتى يتمكنوا من المنافسة في سوق عمل يتواجد فيه عدد كبير من خريجي كليات الإعلام. وبناءً على ما سبق، وفي ضوء ضرورة تطوير كليات الإعلام لمناهجها الدراسية وخططها بما يتماشى مع متطلبات سوق العمل الإعلامي، وفي ضوء ندرة وجود دراسات أردنية ذات صلة مباشرة بأهمية المسابقات العملية في كليات الإعلام، فإن مشكلة الدراسة تتمثل في السؤال الآتي: **ما دور المسابقات العملية**

في كلية الإعلام بجامعة الشرق الأوسط في إكساب خريجيها مهارات سوق العمل؟

أهمية الدراسة:

أهمية علمية:

1. تكمن أهمية الموضوع محل الدراسة في ظل ندرة الدراسات على المستوى الأردني التي تناولت العلاقة بين المسابقات العملية في كليات الإعلام، ومهارات سوق العمل الإعلامي.
2. الكشف عن العلاقة بين واقع المسابقات العملية في كليات الإعلام في إكساب خريجيها المهارات الإعلامية المطلوبة في سوق العمل التي تمكنهم من ممارسة العمل الإعلامي.
3. تسليط الضوء على المهارات الواجب توافرها في خريجي كليات الإعلام التي تمكنهم من ممارسة العمل الإعلامي في المؤسسات الإعلامية الأردنية.

أهمية عملية:

1. تفيد نتائج الدراسة في أن تكون مرجعاً لأصحاب القرار في المؤسسات الأكاديمية يُمكن الرجوع إليه لتطوير المناهج الدراسية وخططها للمساقات العملية في كليات الإعلام.
2. الوقوف على نقاط الضعف والقوة في المساقات العملية في كليات الإعلام، ومتطلبات سوق العمل، وبالتالي اتخاذ الإجراءات اللازمة للتغلب عليها.
3. تفيد نتائج الدراسة في تضييق الفجوة الحاصلة بين المنظومة التعليمية لخريجي كليات الإعلام، ومتطلبات سوق العمل؛ بما ينعكس على الممارسة الإعلامية.

أهداف الدراسة:

- تهدف هذه الدراسة التعرف إلى دور المساقات العملية في كلية الإعلام بجامعة الشرق الأوسط في إكساب خريجها مهارات سوق العمل الإعلامي، وينبثق من هذا الهدف، الأهداف الفرعية الآتية:
1. التعرف إلى درجة إسهام المساقات الدراسية العملية في إكساب خريجي كلية الإعلام بجامعة الشرق الأوسط المواصفات المطلوبة في سوق العمل.
 2. التعرف إلى درجة إسهام المساقات الدراسية العملية في إكساب خريجي كلية الإعلام بجامعة الشرق الأوسط المهارات المهنية المطلوبة في ممارسة العمل الإعلامي.

أسئلة الدراسة:

1. ما درجة إسهام المساقات الدراسية العملية في إكساب خريجي كلية الإعلام بجامعة الشرق الأوسط المواصفات المطلوبة في سوق العمل؟
2. ما درجة إسهام المساقات الدراسية العملية في إكساب خريجي كلية الإعلام بجامعة الشرق الأوسط المهارات المهنية المطلوبة في ممارسة العمل الإعلامي؟

فرضيات الدراسة:

- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين درجة اكتساب خريجي كلية الإعلام بجامعة الشرق الأوسط مهارات سوق العمل، وفقاً للمتغيرات الشخصية التالية: النوع الاجتماعي، التخصص، سنوات الخبرة، نوع الوسيلة الإعلامية، مكان العمل.
- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين درجة إسهام المساقات الدراسية العملية في إكساب خريجي كلية الإعلام بجامعة الشرق الأوسط المهارات المهنية في ممارسة العمل الإعلامي، وفقاً للمتغيرات الشخصية الآتية: النوع الاجتماعي، التخصص، وسنوات الخبرة، ونوع الوسيلة الإعلامية، ومكان العمل.
- توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين إسهام المساقات الدراسية العلمية في إكساب خريجي كلية الإعلام المواصفات المطلوبة في سوق العمل، والمهارات المهنية المطلوبة في ممارسة العمل الإعلامي.

المفاهيم الإجرائية:

المساقات العملية في كليات الإعلام: يُقصد بها المقررات التطبيقية التي يدرسها الطلبة في كلية الإعلام بجامعة الشرق الأوسط، ويتم من خلالها تنمية مهاراتهم اللازمة التي تؤهلهم للعمل في المؤسسات الإعلامية المختلفة.

مهارات سوق العمل: يُقصد بها مجموعة المهارات الأساسية التي يجب أن تتوافر في خريج كلية الإعلام بجامعة الشرق الأوسط، والتي تؤهله للحصول على وظيفة أو ممارسة العمل الإعلامي.

الممارسة المهنية: مزاوله خريج كلية الإعلام بجامعة الشرق الأوسط العمل الإعلامي، وما يرتبط به من أسس ومعايير في تحديد الواجبات والمهام التي يضطلع بها داخل المؤسسة الإعلامية التي يعمل بها.

حدود الدراسة:

- **الحدود الموضوعية:** وتتمثل في دور المسابقات العملية في كلية الإعلام بجامعة الشرق الأوسط في إكساب خريجها مهارات سوق العمل الإعلامي.
- **الحدود الزمانية:** تتمثل في الفترة الزمنية من 30 يوليو/ تموز حتى 17 أغسطس/ آب 2022.
- **الحدود المكانية:** تم تطبيق هذه الدراسة على عينة من خريجي كلية الإعلام بجامعة الشرق الأوسط الممارسين للعمل الإعلامي في المؤسسات الإعلامية الأردنية.

الدراسات السابقة:

بمراجعة الدراسات السابقة ذات الصلة بموضوع الدراسة، يتضح وجود اهتمام كبير في الدراسات الأجنبية والعربية بهذا الموضوع، مع ندرة وجود دراسات أردنية ذات صلة مباشرة بها، ونظرًا لذلك يتناول الباحث تلك الدراسات، وذلك على النحو الآتي:

هدفت دراسة **Zhang (2022)**، الكشف عن العلاقة بين تعليم الصحافة والإعلام في الجامعات الصينية، ومتطلبات سوق العمل، من أجل إصلاح التعليم المهني للإعلام بما يواكب عصر التكنولوجيا الرقمية، واستندت الدراسة إلى البحث التجريبي عبر اختيار (120) طالبًا في إحدى الجامعات الصينية، حيث تم اختيارهم من أربعة فصول دراسية، وتم تقسيمهم إلى مجموعتين تجريبية وضابطة، وأظهرت نتائج الدراسة وجود قصور في تعليم الإعلام في الجامعات الصينية، كما أكدت ضرورة امتلاك الطلبة للمهارات المعرفية والتقنية الجديدة التي تمكنهم من ممارسة العمل الإعلامي، إلى جانب تغيير نمط التعليم التقليدي، وأشارت النتائج إلى أنّ إصلاح التعليم يتطلب زيادة ربط المقررات الدراسية بالممارسة المهنية (79%).

هدفت دراسة **Wang (2022)**، التعرف إلى المهارات المهنية لخريجي طلبة الصحافة والإعلام، ومدى توافقها مع المناهج الدراسية في كليات الإعلام في الصين، واستندت الدراسة إلى المنهج الوصفي، عبر تحليل محتوى المناهج الدراسية وخططها في (120) جامعة تُدرس الإعلام في الصين، إلى جانب تحليل (724) عرض عمل يتضمن المهارات المهنية الواجب توافرها في المتقدم إلى الوظيفة الإعلامية، وأظهرت النتائج أنّ المؤسسات الإعلامية والشركات تميل إلى توظيف الخريجين الذين يمتلكون مهارات الإعلام الرقمي، وإنتاج الفيديو، وتحليل البيانات، والقدرة على التواصل الجيد، والعمل تحت الضغط، وأشارت النتائج إلى أنّ العديد من الجامعات، تُقدم برامج عملية ضمن مساقاتها، إلا أنّ هناك فجوة بين عدد خريجي الصحافة والطلب في السوق.

هدفت دراسة **المسهلي (2022)**، التعرف إلى درجة المواءمة بين مخرجات التعليم العالي في الجامعات اليمنية واحتياجات سوق العمل، واعتمدت الدراسة على المنهج المسحي، بالتطبيق على عينة قوامها (42) فرداً من الإداريين وأعضاء هيئة التدريس بجامعة حجة، وأظهرت نتائج الدراسة أنّ اتجاهات أفراد العينة لدرجة مواءمة مخرجات التعليم العالي واحتياجات سوق العمل، والمستوى النوعي للخريجين كانت منخفضةً.

هدفت دراسة **Tang & Chand (2021)**، التعرف إلى الأساليب الجديدة والمبتكرة في تدريس تخصص الإعلام في جامعتي شيامن الصينية، وسيدني الأسترالية، واستكشاف التحديات التي تواجه تلك المؤسسات في إعداد خريجين يمتلكون مهارات العمل الإعلامي، واعتمدت الدراسة على أسلوب السيناريوهات والمحاكاة لتجارب الطلبة الواقعية في التعليم وتطبيقها في العمل الإعلامي، عبر تنظيم برنامج تبادل الخبرات بين طلبة الجامعتين، وحضور محاضرات في الإعلام، إلى جانب تلقي تدريب داخلي وخارجي، وخلصت نتائج الدراسة إلى أن طلبة جامعة سيدني يتمتعون بخبرات علمية وعملية بعد التخرج يستطيعون من خلالها ممارسة العمل الإعلامي والتكيف مع بيئة العمل العالمية، نظراً لما تعلموه في المحاضرات والبرامج التدريبية.

هدفت دراسة **Hui (2021)**، تحليل مشكلات التدريس في الكليات والجامعات الصينية، من حيث إدماج أدوات وسائل الإعلام التقليدية مع وسائل الإعلام الرقمية، من أجل تحقيق التكامل الإعلامي للطلبة؛ مما ينعكس على مهاراتهم الإعلامية. وأظهرت النتائج أن التكامل في عملية التدريس الإعلامي يتطلب دعم الجامعات في إنشاء منصات للمقررات الدراسية التي تُدرس عن بُعد، وتحسين نظام المناهج التقليدية وطرق التقييم، والتحسين المستمر لقدرة المعلمين على تدريس دمج أدوات وسائل الإعلام التقليدية مع وسائل الإعلام الرقمية.

وهدفت دراسة **فخر الدين (2021)**، رصد التأهيل الأكاديمي وتقييمه لطلاب كليات الإعلام المصرية الحكومية والخاصة وأقسامها وتحديد مدى ملاءمته لمتطلبات سوق العمل المتغيرة، واعتمدت على منهج المسح بالعينة، بالتطبيق على (620) مبحوثاً، تضمنت (363) طالباً و(156) خريجاً، و(101) من الخبراء، يشملون كافة المجالات الإعلامية، وأظهرت نتائج الدراسة الأهمية الكبيرة لإتقان التكنولوجيا كأهم مهارة مطلوبة لسوق العمل في العصر الرقمي، إلى جانب أن المواصفات الجديدة لخريجي الإعلام تتضمن ضرورة إتقان استخدام تكنولوجيا الاتصال في المجال الإعلامي، والإلمام بحاجات سوق العمل الإعلامي الجديد ومتطلباته المتغيرة.

وهدفت دراسة **عليقات وجوينات (2020)**، إلى تسليط الضوء على إشكالية تدريس علوم الإعلام والاتصال في الجامعات الأردنية الحكومية، واستندت الدراسة إلى المنهج الوصفي التحليلي، عبر إجراء ثماني مقابلات مع عدد من الأساتذة الأكاديميين في الجامعات الأردنية، وأظهرت نتائج الدراسة ضرورة ارتباط الإطارين النظري والعلمي لعلوم الإعلام والاتصال وتكاملهما. وعلى خلاف العلوم الإنسانية الأخرى التي يقل الاهتمام بتطبيق مخرجاتها، وتأثيرها في المجتمعات، كما أشارت الدراسة إلى ضرورة التعمق في تدريس علوم الإعلام والاتصال من ناحية أصوله ومناهجه ونظرياته وأخلاقياته وربطه بتقنيات وسائل الإعلام والاتصال الحديثة.

وهدفت دراسة **السويد (2020)**، الكشفت عن واقع توظيف الخريجين الإعلاميين السعوديين، وتقديم الحلول المقترحة بشأنه، واعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي، وأسلوب دراسة الحالة، عبر إجراء مقابلات مع (32) شخصية إعلامية متنوعة من الأكاديميين والمسؤولين والمهنيين في مدينة الرياض، مثلوا مختلف الجهات الإعلامية الحكومية والخاصة، وخلصت نتائج الدراسة إلى ندرة فرص التوظيف الحكومي للخريجين ووجود عوائق تحد من التحاقهم في مؤسسات القطاع الخاص، وأكدت النتائج ضرورة توجه الجامعات إلى إكساب طلبتها للمهارات، واللتجاه نحو توظيف الكثير من الوظائف الإعلامية في مؤسسات القطاع الخاص.

وهدفت دراسة **عزمي (2019)**، استكشافت مهارات سوق العمل المطلوبة لوظائف المستقبل، وكيف يمكن لنظام التعليم الرقمي أن يقوم بدور أساس في دعمها، بالإضافة إلى استعراض أربعة نماذج لتجارب دولية في التعليم الرقمي داعمة لمهارات سوق العمل وتحليلها (جامعة "سان جوزيه" بولاية كاليفورنيا الأميركية، كلية "إيمليون" للأعمال الذكية بفرنسا، شركة IBM في تطوير نظام التعليم الثانوي في أميركا، خطة التحول إلى التعليم الرقمي في دول الاتحاد الأوروبي)، وخلصت نتائج الدراسة إلى أن أهم المهارات التي يحتاجها سوق العمل هي: مهارات حل المشاكل المعقدة المقترنة بالذكاء الرقمي والمرتبطة بمهارات التفكير والتحليل والإبداع، والتعاون، والذكاء البيئي والمرونة وإدارة الأزمات، ومهارات التفكير الناقد والإبداع، والتعامل مع التخزين والتعاون، والذكاء العاطفي والتنسيق والتفاوض، وأشارت النتائج إلى أن التعليم الرقمي له دور بارز وحيوي في تنمية المهارات والمعارف والتجاهات اللازمة للوفاء باحتياجات سوق العمل الحالي والمستقبلي.

التعليق على الدراسات السابقة:

بعد استعراض الدراسات السابقة المرتبطة بموضوع الدراسة، أتضح ما يأتي:

1. اعتمدت الدراسات الأجنبية بشكل رئيس على تحليل محتوى المناهج الدراسية وخططها في الجامعات، وإجراء المقابلات، وخلصت من الأدوات الميدانية لجمع البيانات، باستثناء دراسة (Tang & Chand, 2021)، التي اعتمدت على أسلوب السيناريوهات والمحاكاة للواقع، ودراسة (Zhang, 2022)، التي اعتمدت على البحث التجريبي، بينما اعتمدت الدراسات العربية على المنهج المسحي باستخدام أداة الاستبانة لجمع البيانات، وأداة المقابلة، باستثناء دراسة (عزمي، 2019)، التي اعتمدت على استكشاف سوق العمل عبر استعراض أربعة نماذج لتجارب دولية في التعليم الرقمي داعمة لمهارات سوق العمل.

2. اتفقت الدراسات السابقة على وجود فجوة بين المقررات الدراسية ومتطلبات السوق الإعلامي، وأن إصلاح التعليم الأكاديمي يتطلب زيادة ربط المقررات الدراسية بالممارسة المهنية، إلى جانب ضرورة توجه الجامعات إلى إكساب طلبتها مزيداً من المهارات الإعلامية، كما أن أهم المهارات التي يحتاجها سوق العمل في الفترة الحالية والمستقبلية هي: مهارات حل المشاكل المعقدة المقترنة بالذكاء الرقمي.

الإطار النظري للدراسة:

تتخذ هذه الدراسة في إطارها النظري على ما تم طرحه في الدراسات العلمية حول المقررات الدراسية في كليات الإعلام، إلى جانب المهارات اللازمة لممارسة العمل الإعلامي، وذلك على النحو الآتي:

1. واقع المساقات العملية في كلية الإعلام بجامعة الشرق الأوسط:

تُعد كلية الإعلام في جامعة الشرق الأوسط أول كلية في الأردن تمنح درجة الماجستير في الإعلام، حيث بدأ التعليم الأكاديمي في تخصص الصحافة والإعلام عندما تأسست عام 2005، كقسم تابع لكلية الآداب، وبطول الفصل الدراسي الثاني من العام الدراسي 2008/2009، تم إطلاق برنامج البكالوريوس لتخصصي الإذاعة والتلفزيون والصحافة، وفي عام 2010/2009 تم إنشاء كلية الإعلام، وتماشياً مع متطلبات سوق العمل الإعلامي شهد الفصل الدراسي الأول من العام الدراسي 2019/2020، حدثين مهمين، الأول: تغيير اسم تخصص الصحافة؛ ليُصبح "الصحافة والإعلام"، والثاني: إطلاق تخصص "الإعلام الرقمي"، وبالتالي فإن كلية الإعلام بجامعة الشرق الأوسط تطرح بالإضافة إلى برنامج الماجستير في الإعلام، ثلاثة برامج بكالوريوس، هي: الصحافة والإعلام، والإذاعة والتلفزيون، والإعلام الرقمي (Middle East University, n.d.).

وتعمل كلية الإعلام بجامعة الشرق وفق سياسة واضحة للتعليم والتدريس، تهدف إلى خلق بيئة محفزة للعملية التعليمية لمواكبة التطورات العلمية والتكنولوجية والتقنية، من خلال ربط مخرجات برامجها الأكاديمية مع مستجدات العصر، ومتطلبات سوق العمل الإعلامي، وفق معايير هيئة اعتماد مؤسسات التعليم العالي. ويتكون البرنامج الأكاديمي لنيل درجة البكالوريوس في تخصصات كلية الإعلام بجامعة الشرق الأوسط من (الصحافة والإعلام، والإذاعة والتلفزيون، والإعلام الرقمي) من 132 ساعة معتمدة، بالإضافة إلى المواد الإجبارية والاختيارية من متطلبات الجامعة، كما يتضمن البرنامج ست ساعات مُخصصة للتدريب الميداني في المؤسسات الإعلامية، أما فيما يتعلق بالمساقات الدراسية في الخطط الدراسية للبرامج الأكاديمية فإنها تتوزع بين الجانب النظري والجانب العملي، ويحظى الجانب العملي بجزء كبير من هذه الخطط الدراسية؛ إذ إنّ تخصص الصحافة والإعلام يتضمن حوالي (60) ساعة عملية، وتخصص الإذاعة والتلفزيون نحو (80) ساعة عملية، بينما تصل المقررات العملية في تخصص الإعلام الرقمي إلى نحو (90) ساعة عملية، ويصل مجمل ساعات المقررات الدراسية العملية في كلية الإعلام إلى نحو (105) ساعات، كما يقوم أعضاء هيئة التدريس بالكلية بدمج بعض المقررات النظرية التي تحتاج إلى تطبيق عملي من خلال التكاليفات والمشاريع، ومناقشتها داخل الغرف الصفية، ويوضح الجدول الآتي المساقات العملية التي تُدرس في كلية الإعلام بجامعة الشرق الأوسط:

جدول رقم (1): المسابقات العملية لبرنامج الإعلام (صحافة وإعلام، إذاعة وتلفزيون، إعلام رقمي)

#	اسم المساق	الساعات	#	اسم المساق	الساعات
1	الخبر الإذاعي والتلفزيوني	3	18	المراسل الصحفي	3
2	الخبر والتقرير الصحفي	3	19	منصات التواصل الاجتماعي	3
3	التصوير الصحفي	3	20	تصميم وإدارة المواقع الإلكترونية	3
4	التصوير التلفزيوني	3	21	مراسم وتهيئة	3
5	التغطية الإخبارية الخاصة للإذاعة والتلفزيون	3	22	التحقيق الصحفي والمقابلات الصحفية	3
6	تقنيات المونتاج	3	23	الإخراج الإذاعي والتلفزيوني	3
7	الإعلام الرقمي	3	24	تطبيقات في الإعلام الرقمي	3
8	إعداد البرامج الإذاعية والتلفزيونية وإنتاجها	3	25	تصميم وإنتاج الإعلان في وسائل الإعلام	3
9	الصحافة الاستقصائية (1)	3	26	مهارات المقابلة الإذاعية والتلفزيونية	3
10	الصحافة الاستقصائية (2)	3	27	صحافة البيانات	3
11	الصحافة الإلكترونية	3	28	صحافة الجوال	3
12	مبادئ الإنتاج الرقمي	3	29	صناعة القصة الخيرية	3
13	فن الإلقاء الإذاعي والتلفزيوني	3	30	الفيلم الوثائقي (1)	3
14	السينما الرقمية	3	31	الفيلم الوثائقي (2)	3
15	الحملات الإعلامية الإلكترونية	3	32	فنيات التواصل الجماهيري	3
16	التصوير والمونتاج الرقمي	3	33	مشروع تخرج	3
17	مناهج البحث في الإعلام	3	34	التدريب الميداني	6
مجموع عدد ساعات المقررات العملية		105 ساعات			

المصدر: الخطط الدراسية لكلية الإعلام بجامعة الشرق الأوسط. إعداد الباحثين

وتسعى كلية الإعلام بجامعة الشرق الأوسط عبر برامجها الأكاديمية إلى إعداد خريجين مميزين قادرين على مواكبة التطورات العلمية والعملية في مختلف المجالات الإعلامية، وتستند رؤية الكلية إلى الريادة في البرامج الأكاديمية وخدمة المجتمع، ورسالة تهدف إلى إعداد خريجين متميزين وتأهيلهم ليكونوا قادرين على المنافسة في مجال الإعلام من خلال إكسابهم المفاهيم والمهارات الحديثة، التي تمكنهم من ممارسة العمل الإعلامي، حيث تركز الخطط الدراسية على التطبيق والممارسة، ويتم تدريب الطلبة في استوديوهات الكلية التي تحتوي على مختبرات لتحرير الصحافة والوسائط الرقمية وتقنياتها، إلى جانب استوديوهات تلفزيون وراديو مجهزة بأحدث التقنيات، كما تقوم الكلية بتدريب طلبتها في مختلف المؤسسات الإعلامية الأردنية. وحرصاً على تأهيل الخريجين لسوق العمل، وإدراك احتياجاته من أجل تلبيتها، تقوم الكلية بشكل دوري بدراسة احتياجات سوق العمل، وبناءً على ذلك تطور خططها الدراسية (Middle East University, n.d.).

2. مهارات سوق العمل الإعلامي:

إن دور المؤسسات الأكاديمية والتدريبية على اختلاف مسمياتها في تأهيل خريجين إعلاميين مهنيين في مجال الممارسة الإعلامية باختلاف تخصصاتها، مرهون بتنظيم برامج فعالة للتعليم والتدريب الإعلامي تقوم على استيعاب تطورات العصر وتقنياته في مجال الإعلام، واستشراق آفاق المستقبل في هذا المجال، وفق محددات وأسس علمية سليمة، من أجل مواكبة احتياجات سوق العمل الإعلامي وتلبيتها (البناء، 2019).

لكن، يواجه الخريجون الإعلاميون حقيقة أنّ سوق العمل الإعلامي غير قادر على استيعابهم، نظرًا لافتقار المؤسسات الإعلامية الحكومية منهم، في حين يبحث القطاع الخاص عن الخريجين المتميزين أصحاب المهارة والكفاءة اللازمة لممارسة العمل الإعلامي، إلى جانب غياب الموازنة بين نوعية مخرجات التعليم والتدريب المهني والمتطلبات المهنية لسوق العمل، وقلة اهتمام الخريجين بتطوير مهاراتهم (السويّد، 2020).

هذه المعضلة التي تواجه خريجي كليات الإعلام، دفعت المنتدى الاقتصادي العالمي لإصدار تقرير عن وظائف المستقبل، يوضح فيها أبرز المهارات المطلوبة في سوق العمل، كما أجرى التقرير مقارنات بين أعلى عشر مهارات مطلوبة في سوق العمل بحلول عام 2020، وهذه المهارات، هي: حل المشاكل المعقدة، والتفكير الناقد، والإبداع، وإدارة الأفراد، والتنسيق مع الآخرين، والذكاء العاطفي، والتحكيم واتخاذ القرارات، والتوجه نحو قطاع الخدمات، والتفاوض، والمرونة المعرفية والإدراكية (World Economic Forum, 2016).

وقدمت شبكة الصحفيين الدوليين أهم سبع مهارات يحتاجها سوق العمل الصحفي والإعلامي. هذه المهارات يجب أن يتسلح بها كل ممارس للمهنة، حتى يواكب التطور ويستطيع إيجاد فرصة عمل في مؤسسة إعلامية كبيرة ومهمة، وهذه المهارات، هي: مهارة "الشغف"، الذي يميز الصحفي في مجاله، ويجعله يدرك المهارات التي يتطلبها النجاح في عمله، ومهارة "إتقان معايير المهنة"، إذ إنّ مفتاح نجاح الصحفي هي جودة ما يقدمه للجمهور واحترافيته ومهنيته، ومهارة "التدريب والتطوير المستمر"، بمعنى عدم اكتفاء خريجي الإعلام بالتعليم والتدريب اللذين تلقاهما في بداية حياته الأكاديمية والمهنية، ويندرج ضمن ذلك الإلمام بإدارة المحتوى سواء المطبوع أو الإلكتروني، وفهم عالم وسائل التواصل الاجتماعي وكيفية إدارة المنصات المختلفة، والتقنيات الجديدة في عالم الصحافة، ومهارة "إجادة اللغة الأم ولغة ثانية معها على الأقل"، فالمهارات اللغوية تفيد في الاطلاع على مقالات وأفكار ووسائل إعلام تتحدث بلغة غير لغة الأم، إلى جانب أنّها قد تفيد إيجاد فرص عمل كمراسل ميداني في مؤسسات دولية مهمة، ومهارة "القدرة على كتابة كافة الأشكال الصحافية المختلفة"، سواء كانت قصصاً إنسانية، أو تقارير، أو مقالات رأي، أو تحقيقات، أو صحافة استقصائية، أو غيرها من الأشكال الأخرى؛ فالصحفي يجب أن يكون شاملاً وقادراً على الكتابة في كل فروع الصحافة، ومهارة "القدرة على بناء شبكة مصادر ضخمة"، وأن تتضمن تلك القدرة على إيجاد المصدر المناسب في التخصص أو الموضوع الذي يعمل عليه الصحفي، على أن يكون له مصداقية، ومهارة "إجادة التصوير"، وإتقان استخدام الكاميرا الاحترافية، أو حتى كاميرا

الموبايل، سواء من أجل التصوير الفوتوغرافي أو الفيديو، ومهارة تحرير الصور والفيديوهات بأكثر من برنامج وتطبيق، والبحث دائماً عن الجديد في التصوير (شبكة الصحفيين الدوليين، 2018).

الإجراءات المنهجية للدراسة:

نوع الدراسة ومنهجها:

تنتمي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية التي تستهدف تفسير خصائص قضية معينة، وتقديم وصف للشخص واللاتجاهات نحو القضية المدروسة، وفي إطار الدراسات الوصفية تم الاعتماد على منهج مسح جمهور وسائل الإعلام الذي يهدف من خلاله تقديم توصيف لآراء خريجي كلية الإعلام بجامعة الشرق الأوسط نحو المسابقات العملية في إكسابهم مهارات سوق العمل الإعلامي.

مجتمع الدراسة وعينتها:

يتمثل مجتمع الدراسة في خريجي كلية الإعلام بجامعة الشرق الأوسط الممارسين للعمل الإعلامي في المؤسسات الإعلامية، ونتيجة لعدم توفر إحصائية رسمية لأعداد الخريجين العاملين في المؤسسات الإعلامية، اعتمد الباحث على عينة عمدية قوامها (48) مفردة من خريجي كلية الإعلام بجامعة الشرق الأوسط الممارسين للعمل الإعلامي في المؤسسات الإعلامية، ويوضح الجدول رقم (2) للمتغيرات الشخصية لعينة الدراسة:

جدول رقم (2): التوزيع التكراري والنسب المئوية للمتغيرات الشخصية لعينة الدراسة

المتغير	الفئة	التكرار	النسبة المئوية
النوع	ذكور	30	62.5%
	إناث	18	37.5%
التخصص	الصحافة والإعلام	15	31.3%
	الإذاعة والتلفزيون	33	68.8%
نمط ملكية الوسيلة الإعلامية التي تعمل بها	قطاع خاص أردني	30	62.5%
	قطاع حكومي	12	25%
	قطاع خاص غير أردني	6	12.5%
طبيعة الوسيلة الإعلامية التي تعمل بها	محطة إذاعية	3	6.3%
	قناة تلفزيونية	12	25%
	مواقع إخبارية إلكترونية	15	31.3%
	شركات إنتاج إعلامية	18	37.5%
سنوات الخبرة	أقل من سنة	14	29.2%
	من سنة إلى سنتين	13	27.1%
	أكثر من سنتين	21	43.8%
المجموع (ن) = 48			

أدوات جمع البيانات:

اعتمد الباحث على الاستبانة أداةً في جمع بيانات الدراسة، من خريجي كلية الإعلام بجامعة الشرق الأوسط، عبر تصميم استبانة إلكترونية على موقع (Google Drive)، حيث تم إرسال رابط الاستبانة الإلكترونية إلى أفراد العينة عبر موقع الفيس بوك وتطبيق واتساب خلال الفترة من 30 يوليو/ تموز حتى 17 أغسطس/ آب 2022، وتضمنت الاستبانة المحاور والمقاييس الآتية: محور إسهام المساقات الدراسية العملية في إكساب خريجي كلية الإعلام بجامعة الشرق الأوسط للمواصفات المطلوبة في سوق العمل، وتكون هذا المحور من (17) بند، ومحور درجة إسهام المساقات الدراسية العملية في إكساب خريجي كلية الإعلام بجامعة الشرق الأوسط للمهارات المهنية المطلوبة في ممارسة العمل الإعلامي، وتكون هذا المحور من (14) بند، وتدرج المقياس في كلا المحورين كما يلي: (3) مرتفعة، (2) متوسطة، (3) منخفضة، وتم تقدير مستويات المتوسطات الحسابية وفقاً للدرجات الآتية: (0-99.0) منخفضة / (1-1.99) متوسطة / (2-3) مرتفعة.

إجراءات الصدق والثبات:

يهدف التأكد من الصدق لأداة الدراسة (الاستبانة)، تم عرض الأداة على ثلاثة مختصين في مجال الإعلام ومناهج البحث العلمي⁽¹⁾، من أجل مراجعتها، والحكم على صلاحيتها للتطبيق الميداني، كما تم إجراء الاختبار القبلي (Test- Pre) عبر توزيع الاستبانة على عينة جزئية من أفراد العينة قوامها (5) مفردات، وبنسبة (10%) من عينة الدراسة الكلية البالغ عددها (48)؛ بهدف التأكد من وضوح محاورها، وإجراء التعديلات اللازمة بناءً على ذلك، أما فيما يتعلق بالتحقق من ثبات الأداة؛ فقد تم استخدام معامل الثبات كرونباخ ألفا (Cronbach Alpha)؛ لقياس الاتساق الداخلي للاستبانة، وقد بلغت قيمة معامل الثبات للمحاور كما يأتي:

جدول رقم (3): معامل الثبات كرونباخ ألفا (Cronbach Alpha) لمحاور الدراسة

قيمة معامل الثبات	المحور
0.858	إسهام المساقات الدراسية العملية في إكساب خريجي كلية الإعلام بجامعة الشرق الأوسط المواصفات المطلوبة في سوق العمل
0.841	إسهام المساقات الدراسية العملية في إكساب خريجي كلية الإعلام بجامعة الشرق الأوسط المهارات المهنية المطلوبة في ممارسة العمل الإعلامي

المعالجة الإحصائية للبيانات

* 1. أ.د عزت حجاب: أستاذ دكتور في كلية الإعلام بجامعة الشرق الأوسط.
2. د. كامل خورشيد: أستاذ مشارك في كلية الإعلام بجامعة الشرق الأوسط.
3. د. ليلي جرار: أستاذ مساعد في كلية الإعلام بجامعة الشرق الأوسط.

تمت معالجة البيانات إحصائيًا وتحليلها باستخدام برنامج التحليل الإحصائي (SPSS)، وذلك باللجوء إلى المعاملات والاختبارات والمعالجات الإحصائية الآتية: التكرارات البسيطة، والنسب المئوية، والوسط الحسابي (Mean)، والانحراف المعياري (Standard Deviation)، واختبار عينتين مستقلتين (Independent Sample T Test)، واختبار تحليل التباين الأحادي (One-way Anova)، واختبار معامل الارتباط سبيرمان (Spearman Correlation).

نتائج الدراسة ومناقشتها:

أولاً: نتائج الدراسة الميدانية:

السؤال الأول: ما درجة إسهام المسابقات الدراسية العملية في إكساب خريجي كلية الإعلام بجامعة الشرق الأوسط المواصفات المطلوبة في سوق العمل؟

الجدول رقم (4): إسهام المسابقات الدراسية العملية في إكساب خريجي كلية الإعلام بجامعة الشرق

الأوسط المهارات المهنية المطلوبة في ممارسة العمل الإعلامي

الدرجة	الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	منخفضة		متوسطة		مرتفعة		الدرجة العبارات
			%	ك	%	ك	%	ك	
مرتفعة	0.589	2.69	%6.3	3	%18.8	9	%75	36	المظهر اللائق والمقبول
مرتفعة	0.577	2.58	%4.2	2	%33.3	16	%62.5	30	قوة الشخصية
مرتفعة	0.616	2.56	%6.3	3	%31.3	15	%62.5	30	إجادة مهارات الاتصال والتواصل
مرتفعة	0.651	2.54	%8.3	4	%29.2	14	%62.5	30	القدرة على اتخاذ القرار
مرتفعة	0.583	2.52	%4.2	2	%39.6	19	%56.3	27	معرفة آداب مهنة الإعلام وأخلاقياتها
مرتفعة	0.652	2.48	%8.3	4	%35.4	17	%56.3	27	الإلمام بالمعارف المتنوعة في تخصص الإعلام
مرتفعة	0.683	2.46	%10.4	5	%33.3	16	%56.3	27	التواصل الاجتماعي مع أفراد المجتمع
مرتفعة	0.683	2.46	%10.4	5	%33.3	16	%56.3	27	العمل الجماعي
مرتفعة	0.703	2.37	%12.5	6	%37.5	18	%50	24	القدرة على حل المشكلات بأسلوب علمي وواقعي
مرتفعة	0.689	2.31	%12.5	6	%43.8	21	%43.8	21	التفكير الناقد
مرتفعة	0.689	2.31	%12.5	6	%43.8	21	%43.8	21	الإبداع والابتكار في التخصص الإعلامي
مرتفعة	0.617	2.29	%8.3	4	%54.2	26	%37.5	18	مهارة القيادة

مرتفعة	0.644	2.27	%10.4	5	%52.1	25	%37.5	18	الذكاء الاجتماعي
متوسطة	0.838	1.98	%35.4	17	%31.3	15	%33.3	16	الإلمام بأسس إدارة المؤسسات الإعلامية واقتصاداتها
متوسطة	0.789	1.87	%37.5	18	%37.5	18	%25	12	معرفة أسس التسويق الاجتماعي للأفكار المستحدثة
متوسطة	0.743	1.85	%35.4	17	%43.8	21	%20.8	10	الوعي بالمتغيرات السياسية والاقتصادية والاجتماعية محلياً وإقليمياً ودولياً
متوسطة	0.778	1.77	%43.8	21	%35.4	17	%20.8	10	الإلمام بحاجات سوق العمل الإعلامي الجديد ومتطلباته المتغيرة في العصر الرقمي في العصر الرقمي
مرتفعة	0.677	2.31							المتوسط العام

تُشير بيانات الجدول رقم (4) إلى أنّ درجة إسهام المساقات الدراسية العملية في إكساب خريجي كلية الإعلام بجامعة الشرق الأوسط المواصفات المطلوبة في سوق العمل، قد تمثلت في "المظهر اللائق والمقبول" بوسط حسابي (2.69)، ثم "قوة الشخصية" بوسط حسابي (2.58)، ثم "إجادة مهارات الاتصال والتواصل" بوسط حسابي (2.56)، ثم "القدرة على اتخاذ القرار" بوسط حسابي (2.54)، ثم "معرفة آداب مهنة الإعلام وأخلاقياتها" بوسط حسابي (2.52)، ثم "الإلمام بالمعارف المتنوعة في تخصص الإعلام" بوسط حسابي (2.48) ثم "التواصل الاجتماعي مع أفراد المجتمع" و"العمل الجماعي" بوسط حسابي (2.46) لكل منهما، ثم "القدرة على حل المشكلات بأسلوب علمي وواقعي" بوسط حسابي (2.37)، ثم "التفكير الناقد" و"الإبداع والابتكار في التخصص الإعلامي" بوسط حسابي (2.31) لكل منهما، ثم "مهارة القيادة" بوسط حسابي (2.29)، ثم "الذكاء الاجتماعي" بوسط حسابي (2.27)، ثم "الإلمام بأسس إدارة المؤسسات الإعلامية واقتصاداتها" بوسط حسابي (1.98)، ثم "معرفة أسس التسويق الاجتماعي للأفكار المستحدثة" بوسط حسابي (1.87)، ثم "الوعي بالمتغيرات السياسية والاقتصادية والاجتماعية محلياً وإقليمياً ودولياً" بوسط حسابي (1.85)، ثم "الإلمام بحاجات سوق العمل الإعلامي الجديد ومتطلباته المتغيرة في العصر الرقمي" بوسط حسابي (1.77).

ويمكن تفسير هذه النتائج في ضوء أهمية المظهر اللائق لخريج الإعلام، إذ يُعد المظهر جزءاً من الشخصية، وخصوصاً إذا كان الإعلامي يظهر على شاشة التلفزيون؛ ولذلك تقوم المقررات الدراسية العملية بتوجيه الخريجين نحو امتلاك هذه الصفة، إلى جانب قوة الشخصية والثقة بالنفس التي تنعكس على التأثير في الجمهور، وهذا من شأنه أن يزيد من مهارات الاتصال والتواصل في تقديم مختلف المعلومات، وبالرغم من أن عبارة "الإلمام بحاجات سوق العمل الإعلامي الجديد ومتطلباته المتغيرة في العصر الرقمي"، جاءت في الترتيب الأخير فإنّها حصلت على درجة متوسطة، وقد يرجع ذلك إلى أنّ سوق العمل الإعلامي متطور بشكل مستمر، إلى جانب اختلاف حاجات سوق العمل الإعلامي ومتطلباته وفق الوظيفة الشاغرة في المؤسسة الإعلامية.

وتتفق نتائج هذه الدراسة مع نتائج دراسة Wang (2022)، التي توصلت إلى أن أهم المهارات الواجب توفرها لدى خريجي طلبة الصحافة والإعلام مهارات الإعلام الرقمي، والقدرة على التواصل الجيد، والعمل تحت الضغط، في حين تختلف نتائج هذه الدراسة مع نتائج دراسة عزمي (2019)، التي توصلت إلى أن أهم المهارات التي يحتاجها سوق العمل هي: مهارات حل المشاكل المعقدة المقترنة بالذكاء الرقمي والمرتبطة بمهارات التفكير والتحليل والإدراك المعرفي، كما تختلف مع دراسة فخر الدين (2021)، التي توصلت إلى أن المواصفات الجديدة لخريجي الإعلام تتضمن ضرورة إتقان استخدام تكنولوجيا الاتصال في المجال الإعلامي، والإلمام بحاجات سوق العمل الإعلامي الجديد ومتطلباته المتغيرة.

السؤال الثاني: ما درجة إسهام المساقات الدراسية العملية في إكساب خريجي كلية الإعلام بجامعة الشرق الأوسط المهارات المهنية المطلوبة في ممارسة العمل الإعلامي؟

جدول رقم (5): إسهام المساقات الدراسية العملية في إكساب خريجي كلية الإعلام بجامعة الشرق الأوسط

المهارات المهنية المطلوبة في ممارسة العمل الإعلامي

الدرجة	الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	منخفضة		متوسطة		مرتفعة		الدرجة	العبارات
			%	ك	%	ك	%	ك		
مرتفعة	0.651	2.54	8.3%	4	29.2%	14	62.5%	30		القدرة على جمع البيانات والمعلومات من مصادرها المختلفة بسهولة
مرتفعة	0.651	2.46	8.3%	4	37.5%	18	54.2%	26		إتقان اللغة العربية
مرتفعة	0.683	2.46	10.4%	5	33.3%	16	56.3%	27		الدقة والسرعة والموضوعية في تناول الإعلامي والتحقق من صدق الوقائع
مرتفعة	0.606	2.38	6.3%	3	50%	24	43.8%	21		استخدام الأدوات والإمكانات التكنولوجية الملائمة للتخصص الإعلامي في إنتاج المحتوى الإعلامي
مرتفعة	0.699	2.35	12.5%	6	39.6%	19	47.9%	23		تحديد مبادئ وقوانين حرية التعبير والالتزام بمواثيق الشرف الإعلامي
مرتفعة	0.635	2.35	8.3%	4	47.9%	23	43.8%	21		الكتابة السليمة والواضحة باستخدام القوالب الملائمة للتخصص الإعلامي وبما يناسب الجمهور المستهدف

مرتفعة	0.683	2.29	%12.5	6	%45.8	22	%41.7	20	إتقان فن الإلقاء وتقديم الذات (self-presentation)
مرتفعة	0.668	2.25	%12.5	6	%50	24	%37.5	18	تخطيط الإنتاج الإعلامي وتنفيذه وفقاً للتخصص
مرتفعة	0.713	2.21	%16.7	8	%45.8	22	%37.5	18	إتقان فن إدارة الحوار
مرتفعة	0.866	2.13	%31.3	15	%25	12	%43.8	21	معرفة استراتيجيات الاتصال في إدارة الأزمات
متوسطة	0.863	1.98	%37.5	18	%27.1	13	%35.4	17	إجراء البحوث العلمية وتقييم المعلومات للتخصص الإعلامي
متوسطة	0.755	1.94	%31.3	15	%43.8	21	%25	12	معرفة أساليب قياس الرأي العام واتجاهاته نحو القضايا
متوسطة	0.692	1.90	%29.2	14	%52.1	25	%18.8	9	إتقان اللغة الإنجليزية
متوسطة	0.761	1.87	%35.4	17	%41.7	20	%22.9	11	إتقان الترجمة باللغات المختلفة
مرتفعة	0.709	2.22	المتوسط العام						

تُشير بيانات الجدول رقم (5) إلى أن درجة إسهام المساقات الدراسية العملية في إكساب خريجي كلية الإعلام بجامعة الشرق الأوسط المهارات المهنية المطلوبة في ممارسة العمل الإعلامي، قد تمثلت في "القدرة على جمع البيانات والمعلومات من مصادرها المختلفة بسهولة" بوسط حسابي (2.54)، ثم "إتقان اللغة العربية" و"الدقة والسرعة والموضوعية في تناول الإعلام والتحقق من صدق الوقائع" بوسط حسابي (2.46) لكل منهما ثم "استخدام الأدوات والإمكانات التكنولوجية الملائمة للتخصص الإعلامي في إنتاج المحتوى الإعلامي" بوسط حسابي (2.38)، ثم "تحديد مبادئ وقوانين حرية التعبير والالتزام بمواثيق الشرف الإعلامي" و"الكتابة السليمة والواضحة باستخدام القوالب الملائمة للتخصص الإعلامي وبما يناسب الجمهور المستهدف" بوسط حسابي (2.35) لكل منهما، ثم "إتقان فن الإلقاء وتقديم الذات (self-presentation)" بوسط حسابي (2.29)، ثم "تخطيط الإنتاج الإعلامي وتنفيذه وفقاً للتخصص" بوسط حسابي (2.25) ثم "إتقان فن إدارة الحوار" بوسط حسابي (2.21)، ثم "معرفة استراتيجيات الاتصال في إدارة الأزمات" بوسط حسابي (2.13)، ثم "إجراء البحوث العلمية وتقييم المعلومات للتخصص الإعلامي" بوسط حسابي (1.98)، ثم "معرفة أساليب قياس الرأي العام واتجاهاته نحو القضايا" بوسط حسابي (1.94)، ثم "إتقان اللغة الإنجليزية" بوسط حسابي (1.90)، ثم "إتقان الترجمة باللغات المختلفة" بوسط حسابي (1.87).

وتدل هذه النتائج على أن المساقات الدراسية العملية أسهمت في إكساب خريجي كلية الإعلام بجامعة الشرق الأوسط المهارات المهنية المطلوبة في ممارسة العمل الإعلامي. ويمكن تفسير هذه النتائج في ضوء تقرير شبكة الصحفيين الدوليين الذي أكد أهمية قدرة الإعلامي على جمع البيانات والمعلومات من مصادرها المختلفة

بسهولة، وإتقان اللغة العربية، وإتقان معايير المهنة من حيث معايير العمل الصحفي والدقة والسرعة والموضوعية في تناول الإعلامي والتحقق من صدق الوقائع، إذ أصبحت هذه المهارات من أهم المهارات الواجب توافرها في الإعلامي الممارس للمهنة، حتى يواكب التطور ويستطيع إيجاد فرصة عمل في مؤسسة إعلامية كبيرة ومهمة، وعلى الرغم من أن المهارات المتعلقة باللغة الإنجليزية جاءت في المراتب الأخيرة فإنها حصلت على درجة متوسطة، ويمكن تفسير ذلك في ضوء أن معظم المقررات الدراسية العملية تُدرس باللغة العربية، لكن يتم تضمين المصطلحات الخاصة بالإعلام باللغة الإنجليزية.

وتتفق نتائج هذه الدراسة مع نتائج دراسة Wang (2022)، التي توصلت إلى أن المهارات المطلوبة في ممارسة العمل الإعلامي هي مهارات جمع البيانات وتحليلها، في حين تختلف هذه النتائج مع نتائج دراسة Zhang (2022) التي توصلت إلى أن سوق العمل الإعلامي يتطلب امتلاك الطلبة للمهارات المعرفية والتقنية الجديدة التي تمكنهم من ممارسة العمل الإعلامي.

ثانياً: نتائج اختبار فرضيات الدراسة

1. الفرض الأول: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين درجة اكتساب خريجي كلية الإعلام بجامعة الشرق

الأوسط لمهارات سوق العمل، وفقاً للمتغيرات الشخصية الآتية: النوع الاجتماعي، والتخصص، وسنوات الخبرة، والوسيلة الإعلامية، ومكان العمل.

لاختبار صحة هذا الفرض تم الاعتماد على برنامج التحليل الإحصائي (SPSS)، عبر استخدام كلٍ من: اختبار (Independent Sample T-Test)، واختبار (One Way Anova)، وقد توصلت نتائج الاختبارات إلى كل مما يأتي: النوع الاجتماعي: أظهر اختبار (T - test)، عدم وجود فروق دالة إحصائية في درجة اكتساب خريجي كلية الإعلام بجامعة الشرق الأوسط مهارات سوق العمل، وفقاً لمتغير النوع، حيث بلغت قيمة ت (1.329) عند مستوى الدلالة (0.198) وهي غير دالة إحصائية عند مستوى (0.05).

جدول رقم (6): اختبار (T - test)، الفروق في درجة اكتساب خريجي كلية الإعلام بجامعة الشرق الأوسط مهارات

سوق العمل وفقاً لمتغير النوع الاجتماعي

النوع الاجتماعي	العدد (N)	الوسط الحسابي (M)	الانحراف المعياري (SD)	قيمة ت (T)	درجة الحرية (DF)	مستوى المعنوية
ذكر	30	2.3765	0.22150	1.329	20.976	0.198
أنثى	18	2.2092	0.50571			

التخصص: أظهر اختبار (One Way Anova)، عدم وجود فروق دالة إحصائية في درجة اكتساب خريجي كلية الإعلام بجامعة الشرق الأوسط مهارات سوق العمل، وفقاً لمتغير التخصص، حيث بلغت قيمة ف (0.577) عند مستوى الدلالة (0.899)، وهي غير دالة إحصائية.

سنوات الخبرة: أظهر اختبار (One Way Anova)، عدم وجود فروق دالة إحصائية في درجة اكتساب خريجي كلية الإعلام بجامعة الشرق الأوسط مهارات سوق العمل، وفقاً لمتغير سنوات الخبرة، حيث بلغت قيمة ف (1.065) عند مستوى الدلالة (0.434)، وهي غير دالة إحصائياً.

نوع الوسيلة الإعلامية: أظهر اختبار (One Way Anova)، عدم وجود فروق دالة إحصائية في درجة اكتساب خريجي كلية الإعلام بجامعة الشرق الأوسط مهارات سوق العمل، وفقاً لمتغير نوع الوسيلة الإعلامية، حيث بلغت قيمة ف (0.887) عند مستوى الدلالة (0.606)، وهي غير دالة إحصائياً.

مكان العمل: أظهر اختبار (One Way Anova)، عدم وجود فروق دالة إحصائية في درجة اكتساب خريجي كلية الإعلام بجامعة الشرق الأوسط مهارات سوق العمل، وفقاً لمتغير مكان العمل، حيث بلغت قيمة ف (1.325) عند مستوى الدلالة (0.246)، وهي غير دالة إحصائياً.

جدول رقم (7): تحليل التباين في اتجاه واحد (Anova) في درجة اكتساب خريجي كلية الإعلام بجامعة الشرق

الأوسط مهارات سوق العمل وفقاً للمتغيرات الشخصية

مستوى المعنوية	قيمة (F)	متوسط المربعات	درجات الحرية	مجموع المربعات	مصادر التباين	المتغيرات الشخصية
0.899	0.5770	0.156	21	3.279	بين المجموعات	التخصص
		0.271	26	7.033	داخل المجموعات	
			47	10.313	المجموع	
0.434	1.065	0.748	21	15.712	بين المجموعات	سنوات الخبرة
		0.703	26	18.267	داخل المجموعات	
			47	33.979	المجموع	
0.606	.887	0.835	21	17.533	بين المجموعات	الوسيلة الإعلامية
		0.941	26	24.467	داخل المجموعات	
			47	42.000	المجموع	
0.246	1.325	0.425	21	8.917	بين المجموعات	مكان العمل
		0.321	26	8.333	داخل المجموعات	
			47	17.250	المجموع	

الفرض الثاني: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين درجة إسهام المساقات الدراسية العملية في إكساب خريجي كلية الإعلام بجامعة الشرق الأوسط المهارات المهنية المطلوبة في ممارسة العمل الإعلامي، وفقاً للمتغيرات الشخصية التالية: النوع الاجتماعي، التخصص، سنوات الخبرة، الوسيلة الإعلامية، مكان العمل.

لاختبار صحة هذا الفرض تم الاعتماد على برنامج التحليل الإحصائي (SPSS)، عبر استخدام كلٍ من: اختبار (Independent Sample T-Test)، واختبار (One Way Anova)، وقد توصلت نتائج الاختبارات إلى كلٍ مما يأتي:

النوع الاجتماعي: أظهر اختبار (T - test)، عدم وجود فروق دالة إحصائية في إسهام المسابقات الدراسية العملية في إكساب خريجي كلية الإعلام بجامعة الشرق الأوسط المهارات المهنية المطلوبة في ممارسة العمل الإعلامي، وفقاً لمتغير النوع الاجتماعي، حيث بلغت قيمة ت (1.211) عند مستوى الدلالة (0.237) وهي غير دالة إحصائياً عند مستوى (0.05).

جدول رقم (8): اختبار (T - test)، الفروق في إسهام المسابقات الدراسية العملية في إكساب خريجي كلية

الإعلام المهارات المهنية المطلوبة في ممارسة العمل الإعلامي وفقاً لمتغير النوع الاجتماعي

النوع الاجتماعي	العدد (N)	الوسط الحسابي (M)	الانحراف المعياري (SD)	قيمة ت (T)	درجة الحرية (DF)	مستوى المعنوية
ذكر	30	2.2690	0.26240	1.211	26.222	0.237
أنثى	18	2.1429	0.39276			

التخصص: أظهر اختبار (One Way Anova)، عدم وجود فروق دالة إحصائية في إسهام المسابقات الدراسية العملية في إكساب خريجي كلية الإعلام بجامعة الشرق الأوسط المهارات المهنية المطلوبة في ممارسة العمل الإعلامي، وفقاً للتخصص، حيث بلغت قيمة ف (1.893) عند مستوى الدلالة (0.62)، وهي غير دالة إحصائياً.

سنوات الخبرة: أظهر اختبار (One Way Anova)، عدم وجود فروق دالة إحصائية في إسهام المسابقات الدراسية العملية في إكساب خريجي كلية الإعلام بجامعة الشرق الأوسط المهارات المهنية المطلوبة في ممارسة العمل الإعلامي، وفقاً لمتغير سنوات الخبرة، حيث بلغت قيمة ف (1.580) عند مستوى الدلالة (0.134)، وهي غير دالة إحصائياً.

نوع الوسيلة الإعلامية: أظهر اختبار (One Way Anova)، عدم وجود فروق دالة إحصائية في إسهام المسابقات الدراسية العملية في إكساب خريجي كلية الإعلام بجامعة الشرق الأوسط المهارات المهنية المطلوبة في ممارسة العمل الإعلامي، وفقاً لمتغير نوع الوسيلة الإعلامية، حيث بلغت قيمة ف (2.357) عند مستوى الدلالة (0.020)، وهي غير دالة إحصائياً.

مكان العمل: أظهر اختبار (One Way Anova)، عدم وجود فروق دالة إحصائية في إسهام المسابقات الدراسية العملية في إكساب خريجي كلية الإعلام بجامعة الشرق الأوسط المهارات المهنية المطلوبة في ممارسة العمل الإعلامي، وفقاً لمتغير مكان العمل، حيث بلغت قيمة ف (1.271) عند مستوى الدلالة (0.275)، وهي غير دالة إحصائياً.

جدول رقم (9): تحليل التباين في اتجاه واحد (Anova) إسهام المساقات الدراسية العملية في إكساب خريجي

كلية الإعلام المهارات المهنية المطلوبة في ممارسة العمل الإعلامي وفقاً للمتغيرات الشخصية

المتغيرات الشخصية	مصادر التباين	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	قيمة (F)	مستوى المعنوية
التخصص	بين المجموعات	5.096	16	0.318	1.893	0.062
	داخل المجموعات	5.217	31	0.168		
	المجموع	10.313	47			
سنوات الخبرة	بين المجموعات	15.263	16	0.954	1.580	0.134
	داخل المجموعات	18.717	31	0.604		
	المجموع	33.979	47			
الوسيلة الإعلامية	بين المجموعات	23.050	16	1.441	2.357	0.020
	داخل المجموعات	18.950	31	0.611		
	المجموع	42.000	47			
مكان العمل	بين المجموعات	6.833	16	0.427	1.271	0.275
	داخل المجموعات	10.417	31	0.336		
	المجموع	17.250	47			

الفرض الثالث: توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين إسهام المساقات الدراسية العملية في إكساب خريجي كلية

الإعلام المواصفات المطلوبة في سوق العمل، والمهارات المهنية المطلوبة في ممارسة العمل الإعلامي.

أظهر استخدام معامل ارتباط سبيرمان وجود علاقة ارتباط إيجابية دالة إحصائياً بين درجة إسهام المساقات الدراسية العملية في إكساب خريجي كلية الإعلام المواصفات المطلوبة في سوق العمل، والمهارات المهنية المطلوبة في ممارسة العمل الإعلامي، حيث بلغت قيمة معامل الارتباط سبيرمان (Spearman's rho=0.665**) عند مستوى الدلالة (0.000)، وهي دالة إحصائياً.

جدول رقم (10): معامل ارتباط سبيرمان لقياس العلاقة بين إسهام المساقات الدراسية العملية في إكساب

خريجي كلية الإعلام المواصفات المطلوبة في سوق العمل، والمهارات المهنية المطلوبة في ممارسة العمل

إسهام المساقات الدراسية العملية في إكساب خريجي كلية الإعلام المواصفات المطلوبة في سوق العمل			المهارات المهنية المطلوبة في ممارسة العمل الإعلامي
مستوى المعنوية	معامل ارتباط سبيرمان	التكرار (N)	
0.000	0.665**	48	

أهم نتائج الدراسة:

تتمثل أهم نتائج الدراسة في كل مما يأتي:

1. جاءت درجة إسهام المسابقات الدراسية العملية في إكساب خريجي كلية الإعلام بجامعة الشرق الأوسط المواصفات المطلوبة في سوق العمل بدرجة مرتفعة، حيث تمثلت أهم هذه المواصفات في "المظهر اللائق والمقبول" بوسط حسابي (2.69)، و"قوة الشخصية" بوسط حسابي (2.58)، وإجادة مهارات الاتصال والتواصل" بوسط حسابي (2.56).
2. جاءت درجة إسهام المسابقات الدراسية العملية في إكساب خريجي كلية الإعلام بجامعة الشرق الأوسط المهارات المهنية المطلوبة في ممارسة العمل الإعلامي، بدرجة مرتفعة، حيث تمثلت أهم هذه المهارات في "القدرة على جمع البيانات والمعلومات من مصادرها المختلفة بسهولة" بوسط حسابي (2.54)، و"إتقان اللغة العربية" و"الدقة والسرعة والموضوعية في تناول الإعلامي والتحقق من صدق الوقائع" بوسط حسابي (2.46).
3. أظهرت النتائج عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين درجة اكتساب خريجي كلية الإعلام بجامعة الشرق الأوسط مهارات سوق العمل، وفقاً للمتغيرات الشخصية الآتية: النوع الاجتماعي، والتخصص، وسنوات الخبرة، والوسيلة الإعلامية، ومكان العمل.
4. أظهرت النتائج عدم فروق ذات دلالة إحصائية بين درجة إسهام المسابقات الدراسية العملية في إكساب خريجي كلية الإعلام بجامعة الشرق الأوسط المهارات المهنية المطلوبة في ممارسة العمل الإعلامي، وفقاً للمتغيرات الشخصية الآتية: النوع الاجتماعي، والتخصص، وسنوات الخبرة، والوسيلة الإعلامية، ومكان العمل.
5. أظهرت النتائج وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين إسهام المسابقات الدراسية العملية في إكساب خريجي كلية الإعلام المواصفات المطلوبة في سوق العمل، والمهارات المهنية المطلوبة في ممارسة العمل الإعلامي.

التوصيات:

في ضوء النتائج السابقة، توصي الدراسة في كل مما يأتي:

1. إعادة النظر في المقررات الدراسية العملية في كليات الإعلام، بحيث تسهم في توعية الطلبة وتوجيههم إلى حاجات السوق الإعلامي الجديد ومتطلباته في العصر الرقمي.
2. أن تقوم كليات الإعلام من خلال مقرراتها الدراسية العملية في زيادة وعي طلبتها بالمتغيرات السياسية والاقتصادية والاجتماعية محلياً وإقليمياً ودولياً.

3. مواكبة المقررات الدراسية العملية في كليات الإعلام أُسس التسويق الاجتماعي للأفكار المستحدثة؛ بما ينعكس على مهارات الطلبة في ممارسة العمل الإعلامي في المستقبل.
4. أن تتضمن المقررات الدراسية العملية في كليات الإعلام أُسس إدارة المؤسسات الإعلامية واقتصاداتها، نظرًا لأنّ المؤسسات الإعلامية استفادت بشكلٍ كبير من التطورات التكنولوجية الحديثة، من حيث تطبيق الابتكارات والتقنيات والتطبيقات الإعلامية الرقمية، في تعزيز جودة الإنتاج الإعلامي.
5. ضرورة أن تقوم كليات الإعلام من خلال مقرراتها الدراسية العملية في تطوير مهارات اللغة الإنجليزية للطلبة، حيث تُعد هذه المهارة من أهم المهارات في سوق العمل الإعلامي.
6. أن تواكب المقررات الدراسية العملية أساليب قياس الرأي العام، ومنهجيات البحث العلمي، من أجل قياس آراء الجمهور واتجاهاته نحو الخدمات التي تقدمها، حيث أصبحت وسائل الإعلام تعتمد اعتمادًا رئيسًا على الدراسات العلمية للحفاظ على تطورها المستمر، من خلال قياس ردود الجماهير تجاه خدماتها.

المراجع

- أحمد، أميرة (2020). تصور مقترح للارتقاء بمنظومة التعليم الإعلامي بالجامعات المصرية: دراسة كيفية في ضوء مهارات القرن الحادي والعشرين. مجلة البحوث الإعلامية، 54(6)، 3746-3786.
<https://doi.org/10.21608/jsb.2020.110189>
- البناء، دعاء (2019). اتجاهات طلاب كليات الإعلام نحو دور مؤسسات التدريب الإعلامي في تأهيلهم لسوق العمل. المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، 18(3)، 465-
<https://doi.org/10.21608/joa.2019.92394.558>
- السويد، محمد بن علي (2020). تقييم الإعلاميين لواقع توظيف خريجي الإعلام.. ومستقبلهم الوظيفي دراسة كيفية على عينة من الأكاديميين والمسؤولين والمهنيين الإعلاميين في مدينة الرياض. مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية، 40(1437)، 149-209.
<https://www.imamjournals.org/index.php/jshs/article/view/411>
- شبكة الصحفيين الدوليين (2018، 30 تشرين الأول). بينها التصوير.. إليكم أكثر من 7 مهارات يحتاجها سوق العمل الصحفي اليوم. تم الاسترجاع في 16 آب، 2022، من الرابط <https://ijnet.org/en/node/70>
- عزمي، إيمان (2019). التعليم الرقمي ومهارات سوق العمل: المفاهيم الأساسية والتجارب العملية في عصر الثورة الرقمية. المجلة العربية للتداب والدراسات الإنسانية، 7(3)، 67-102.
<https://doi.org/10.21608/AJAHS.2019.44589>
- عليمات، فرحان وجوينات، مارسيل (2020). واقع تدريس علوم الإعلام والاتصال في الجامعات الأردنية الحكومية. مجلة اتحاد الجامعات العربية للبحوث في التعليم العالي، 40(2)، 143-163.
https://digitalcommons.aaru.edu.jo/jaar_rhe/vol40/iss2/10/
- فخر الدين، أريج (2021). التأهيل الأكاديمي لطلاب أقسام وكليات الإعلام وفق متطلبات سوق العمل في العصر الرقمي. المجلة المصرية لبحوث الإعلام، 77(1)، 221-276.
<https://doi.org/10.21608/EJSC.2021.217953>
- المسهلي، أمة الله (2022). درجة مواءمة مخرجات التعليم العالي واحتياجات سوق العمل بالجمهورية اليمنية "جامعة حجة نموذجًا". مجلة كلية التربية، جامعة أسسوط، 38(1)، 248-287.
https://mfes.journals.ekb.eg/article_203843.html

References

- Ahmed, Amira (2020). **A Proposed Vision for Upgrading the Media Education System in Egyptian Universities: A Qualitative Study in Light of the Skills of the Twenty-First Century**. Journal of Mass Communication Research, Al-Azhar University, 54(6), 3746-3786. <https://doi.org/10.21608/jsb.2020.110189>
- Al-Banna, Doaa (2019). **Attitudes of Media College Students Towards the Role of Media Training Institutions in Preparing them for the Labour Market**. Egyptian Journal of Public Opinion Research, 18(3), 465-558. <https://doi.org/10.21608/joa.2019.92394>
- Al-Mosahlee, Amat Allah (2022). **The Degree of Compatibility of Higher Education Outcomes with the Needs of the Labor Market in the Republic of Yemen, "Hajjah University as a Model"**. Journal of Faculty of Education Assiut University, 38(1), 248-287. https://mfes.journals.ekb.eg/article_203843.html
- Azmi, Eman (2019). **Digital Education and Labor Market Skills: Basic Concepts and Practical Experiences in the Age of the Digital Revolution**. The Arab Journal of Arts and Humanities, 3(7), 67-102. <https://doi.org/10.21608/AJAHS.2019.44589>
- Fakhr Al-Deen, Areej (2021). **Academic Qualification for Students of Media Departments and Colleges in Accordance with the Requirements of the Labor Market in the Digital Age**. The Egyptian Journal of Media Research, 77(1), 221-276. <https://doi.org/10.21608/EJSC.2021.217953>
- Hui, Huang (2021). **Measures of Integrating Media Teaching in Colleges**, In C. Kahl & N. Fatima (Eds.), Proceedings of the 2021 International Conference on Public Relations and Social Sciences (ICPRSS 2021): Vol. 586. (pp. 263-267). Atlantis Press. <https://doi.org/10.2991/assehr.k.211020.164>
- International Center for Journalists (2018, October 30). **Including Photography. Here are the 7 Skills that the Journalistic Labor Market Needs Today**. Retrieved August 16, 2022, from <https://ijnnet.org/en/node/70>

- Middle East University. (n.d.). **About Faculty of Media**. Retrieved August 22, 2022, from <https://www.meu.edu.jo/faculties/faculty-of-media/>
- Middle East University. (n.d.). **Dean's Message**. Retrieved August 22, 2022, from <https://www.meu.edu.jo/faculties/faculty-of-media/dean-message/>
- Olaimat, Farhan, Jwainat, Marcill (2020). **The Effect of Teaching Media and Communication Sciences in Jordanian Public Universities**. Journal of the Association of Arab Universities for Research in Higher Education, 40(2), 143-164.
https://digitalcommons.aaru.edu.jo/jaaru_rhe/vol40/iss2/10
- Sweden, Muhammad bin Ali (2020). **Media Professionals' Evaluation of the Reality of the Employment of Media Graduates and their Future Career. A Qualitative Study on a Sample of Academics, Officials and Media Professionals in the City of Riyadh**. Imam Muhammad ibn Saud Journal of Humanities and Social Studies, 40(1437), 149-209.
<https://www.imamjournals.org/index.php/jshs/article/view/411>
- Tang, Cimei, Chand, Asha (2021). **Panda Meets Koala: A Comparison of Journalism Education Practices in China and Australia**. Global media Journal: Australian Edition, 15(2021), 1-23. <https://www.hca.westernsydney.edu.au/gmjau/?p=4099>
- Wang, Li. (2022). **Constructing Opening Educational Community: Bridge the Gap between University Studies and the Labour Market of Journalism Education in China**, Heliyon, 1-20. <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.4146369>
- World Economic Forum. (2016). **The Future of Jobs Employment, Skills and Workforce Strategy for the Fourth Industrial Revolution**. Global Challenge Insight Report.
<https://reports.weforum.org/future-of-jobs-2016/>
- Zhang, Fuyin (2022). **The Reform of Journalism Education Driven by Digital Technology in the Era of Media Integration**, Wireless Communications and Mobile Computing, 2022. 1-9.
<https://doi.org/10.1155/2022/2144718>

الدكتور أحمد عريقات، جامعة الشرق الأوسط ، Aoreqat@meu.edu.jo ،
الدكتور رامز أبو حصيرة، جامعة الشرق الأوسط ، rabuhasserah@meu.edu.jo ،