

جاهزية التعليم الإعلامي للتحويل الذكي: رؤية استشرافية لتطوير المناهج وفق متطلبات سوق العمل السعودي

أ.د. عبدالحليم موسى يعقوب¹ و د. عبدالله فلاح نايف العتيبي²

¹ جامعة الجزيرة – السودان

² جامعة الدفاع الوطني

Dr. Abdal Halim Mousa Yagub Abdalrazig- Gezira University, Sudan

Dr. Abdullah Falah Nayef Al-Otaibi -National Defense University, KSA

Corresponding Author: Dr. Abdal Halim Mousa Yagub Abdalrazig, E-mail: ahalim124@gmail.com

المستخلص

هدفت الدراسة إلى الكشف عن مدى جاهزية مقررات برنامج بكالوريوس الإعلام الرقمي بالجامعة السعودية الإلكترونية للتحويل الذكي، ودرجة مواءمتها مع متطلبات سوق العمل الإعلامي السعودي، وصولاً إلى بناء رؤية استشرافية لتطوير المناهج الإعلامية. واعتمدت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي ضمن تصميم دراسة الحالة، من خلال تحليل عينة قصدية من مقررات البرنامج، باستخدام استمارة لتحليل المحتوى تضمنت ثلاثة محاور رئيسية: المعارف والتقنيات الذكية، والمهارات والتطبيقات المهنية، والقيم المهنية والمواءمة مع متطلبات سوق العمل. وأظهرت النتائج أن المقررات تتمتع بحضور مرتفع لمكونات الإعلام الرقمي الأساسية؛ إذ بلغ حضور تقنيات الإعلام الرقمي 90%، والمنصات وتقنيات الاتصال 83.3%، وإنتاج المحتوى الرقمي 86.7%. في المقابل، ظهر حضور محدود للذكاء الاصطناعي بنسبة 30%، والخوارزميات والأدوات التوليدية بنسبة 23.3%، وأدوات الذكاء الاصطناعي وتحليل البيانات بنسبة 33.3%. كما كشفت النتائج عن فجوة واضحة بين المقررات ومتطلبات سوق العمل، بلغت 53.3% في مجال الذكاء الاصطناعي والخوارزميات، و40% في تحليل البيانات والجمهور، و30% في التحقق الرقمي. وأظهرت النتائج كذلك ارتفاع حضور الدقة والمصادقية بنسبة 80% والمسؤولية المهنية بنسبة 76.7%، مقابل انخفاض حضور أخلاقيات الذكاء الاصطناعي والتحيز الخوارزمي إلى 23.3%. وخلصت الدراسة إلى ضرورة الانتقال من تحديث المناهج الرقمية إلى بناء جاهزية متكاملة للتحويل الذكي، من خلال دمج الذكاء الاصطناعي وتحليل البيانات والمهارات التطبيقية وأخلاقيات التقنية، وربط مخرجات التعلم بصورة دورية بالكفايات المستقبلية لسوق العمل السعودي.

الكلمات المفتاحية

التعليم الإعلامي؛ التحويل الذكي؛ سوق العمل السعودي؛ الجامعة السعودية الإلكترونية.

Readiness of Media Education for Smart Transformation: A Foresight Vision for Curriculum Development According to Saudi Labor Market Requirements

ABSTRACT

This study aimed to examine the readiness of the Bachelor of Digital Media curriculum at Saudi Electronic University for smart transformation and its alignment with the requirements of the Saudi media labor market, with the aim of developing a foresight vision for curriculum development. The study adopted a descriptive-analytical approach within a case-study design, using a purposive sample of program courses and a content analysis form comprising three main dimensions: smart knowledge and technologies, professional skills and applications, and professional values and alignment with labor market requirements. The findings showed a strong presence of core digital media components, with digital media technologies accounting for 90%, platforms and communication technologies 83.3%, and digital content production 86.7%. In contrast, the presence of artificial intelligence was limited to 30%, while algorithms and generative tools accounted for 23.3%, and artificial intelligence and data analysis tools for 33.3%. The findings also revealed notable gaps between the curriculum and labor market requirements, reaching 53.3% in artificial intelligence and algorithms, 40% in data and audience analysis, and 30% in digital verification. Professional values were relatively well represented, particularly accuracy and credibility (80%) and

professional responsibility (76.7%); however, artificial intelligence ethics and algorithmic bias were represented at only 23.3%. The study concludes that media education should move beyond conventional digital curriculum development toward comprehensive readiness for smart transformation by integrating artificial intelligence, data analytics, applied digital skills, and technology ethics, while continuously aligning learning outcomes with emerging competencies required by the Saudi labor market.

KEYWORDS

Media Education; Smart Transformation; Saudi Labor Market; Saudi Electronic University.

ARTICLE INFORMATION

ACCEPTED: 03 April 2026

PUBLISHED: 20 May 2026

DOI: 10.32996/ijahs.2026.6.5.2

المقدمة:

التعليم الجامعي في مجال الإعلام تحولات متسارعة فرضتها التطورات المتلاحقة في البيئة الرقمية، ولا سيما التقدم في تقنيات الذكاء الاصطناعي، التي لم تعد مجرد أدوات مساندة، بل أصبحت عاملاً مؤثراً في إعادة تشكيل صناعة الإعلام ومراحل إنتاج المحتوى وتحريره وتوزيعه وتحليل تفاعلات الجمهور. وقد أفرز هذا التحول أنماطاً جديدة من الممارسة الإعلامية، مثل صحافة البيانات، والتحرير المؤتمت، والتحقق الرقمي، وتحليل البيانات والجمهور، وإدارة المنصات، وإنتاج المحتوى المدعوم بالذكاء الاصطناعي. ونتيجة لذلك، تغيرت طبيعة المعارف والمهارات والكفايات التي يحتاج إليها الممارس الإعلامي في البيئة المهنية المعاصرة.

ولا يقتصر أثر هذه التحولات على الممارسة المهنية، بل يمتد إلى التعليم الإعلامي الذي لم يعد تطويره مرتبطاً بمجرد تحديث المقررات أو إضافة موضوعات تقنية إلى الخطط الدراسية. فقد أصبح التحدي الأساسي يتمثل في مدى جاهزية المنظومة التعليمية للتحويل الذكي، وقدرتها على إعادة بناء معارفها ومهاراتها ومخرجاتها بما يتلاءم مع طبيعة الإعلام الجديد. ويتطلب ذلك تحقيق التكامل بين المعرفة الإعلامية والتقنية، وتنمية المهارات التطبيقية والتحليلية، وتوظيف الذكاء الاصطناعي والبيانات في العملية التعليمية، مع المحافظة على القيم المهنية والأخلاقية التي تحكم الممارسة الإعلامية المسؤولة.

وتؤكد أهمية هذه الجاهزية في ضوء التحولات التي يشهدها سوق العمل الإعلامي؛ إذ لم تعد المؤسسات تبحث عن خريج يمتلك مهارات التحرير والإنتاج التقليدية فحسب، وإنما عن كفاءات قادرة على التعامل مع المنصات الرقمية، وتحليل البيانات، وفهم سلوك الجمهور، واستخدام أدوات الذكاء الاصطناعي، والتحقق من المعلومات والمحتوى الرقمي، وإدارة عمليات الإنتاج الإعلامي في بيئة تتسم بسرعة التغير والأتمتة. ومن ثم، أصبحت مواصفة المناهج الجامعية لهذه المتطلبات مؤشراً مهماً على قدرة التعليم الإعلامي على إعداد رأس مال بشري قادر على التكيف مع التحولات المهنية واستيعاب التقنيات المستجدة.

وتكتسب هذه القضية أهمية خاصة في المملكة العربية السعودية في ضوء التحولات التنموية والتقنية المرتبطة برؤية المملكة 2030، وما تتضمنه من توجهات نحو تسريع التحول الرقمي، وتنمية رأس المال البشري، وتعزيز القدرة التنافسية للكفاءات الوطنية، ورفع كفاءة التعليم والتدريب بما يتلاءم مع متطلبات الاقتصاد المعرفي والرقمي. وفي هذا السياق، يمثل تطوير برامج الإعلام الجامعي جزءاً من الاستجابة للتحولات التي يشهدها سوق العمل السعودي، بما يستلزم مراجعة مستمرة للمعارف والمهارات ومخرجات التعلم، والتحقق من قدرتها على الاستجابة للكفايات المهنية التي تفرضها البيئة الإعلامية الذكية.

وتبرز الجامعة السعودية الإلكترونية بوصفها نموذجاً تعليمياً يرتبط بطبيعته بالبيئة الرقمية والتقنيات الحديثة، إذ تقدم برنامج بكالوريوس الإعلام الرقمي الذي يستهدف إعداد الطلاب للممارسة الإعلامية في البيئة الرقمية، وتنمية قدراتهم في إنتاج المحتوى والتعامل مع الوسائط والمنصات الرقمية. ومن ثم، يمثل تحليل مقررات البرنامج مدخلاً مناسباً لفحص مستوى حضور مكونات التحول الذكي في التعليم الإعلامي، وتحديد مدى ارتباط المعارف والمهارات التي يقدمها البرنامج بالتغيرات التي يشهدها سوق العمل الإعلامي السعودي.

ولا تقتصر جاهزية المناهج للتحويل الذكي على حضور التقنيات الحديثة، بل تمتد إلى قدرتها على تحقيق التوازن بين المعرفة التقنية والمهارة المهنية والقيمة الأخلاقية. فالاعتماد المتزايد على الذكاء الاصطناعي في إنتاج المحتوى وتحليله وتوزيعه يثير قضايا تتعلق بالدقة والمصداقية والتحقق والخصوصية والتحيز الخوارزمي وشفافية المحتوى المولد آلياً. لذلك، لا يكتمل تطوير التعليم الإعلامي بإكساب الطالب القدرة على استخدام الأدوات الذكية، بل يتطلب أيضاً بناء وعي نقدي وأخلاقي يمكنه من توظيفها بصورة مهنية مسؤولة، والمحافظة على الدور الإنساني في اتخاذ القرار الإعلامي.

وانطلاقاً من ذلك، تتجه الدراسة الحالية إلى تحليل جاهزية مقررات برنامج بكالوريوس الإعلام الرقمي بالجامعة السعودية الإلكترونية للتحويل الذكي، من خلال فحص مستوى حضور المعارف والتقنيات المرتبطة بالذكاء الاصطناعي والبيانات والتقنيات الرقمية، وتحليل المهارات والتطبيقات الإعلامية التي تتضمنها المقررات، والكشف عن الفجوات بينها وبين الكفايات التي يتطلبها سوق العمل الإعلامي السعودي. كما تبحث الدراسة مدى تكامل هذه التحولات التقنية مع القيم المهنية والأخلاقية، وصولاً إلى تحديد مجالات التطوير التي يمكن أن تسهم في بناء مناهج أكثر قدرة على الاستجابة للتحولات المستقبلية.

وتستند الدراسة إلى أن التحول الذكي في التعليم الإعلامي ليس عملية تقنية منفصلة، وإنما هو عملية تطوير شاملة للمناهج ومخرجات التعلم والكفايات المهنية. ولذلك، فإن استشراف مستقبل المناهج يتطلب الجمع بين قراءة واقعها الحالي، وتشخيص جوانب القوة والفتحة فيها، واستقراء الكفايات التي تتجه إليها صناعة الإعلام وسوق العمل. ويتيح هذا المنظور الانتقال من مجرد رصد حضور التكنولوجيا في المقررات إلى تقييم قدرة البرنامج على إعداد خريجين يمتلكون المعارف والمهارات والقيم اللازمة للعمل في بيئة إعلامية تتغير بفعل الذكاء الاصطناعي والبيانات والأتمتة.

وتسعى الدراسة إلى تقديم رؤية استشرافية لتطوير المناهج الإعلامية وفق متطلبات سوق العمل السعودي، من خلال الربط بين مكونات المقررات الحالية والتحول التي يشهدها المجال الإعلامي، وتحديد أولويات التطوير في مجالات الذكاء الاصطناعي، وتحليل البيانات، والمهارات الرقمية والتطبيقية، والتحقق الرقمي، وأخلاقيات الإعلام الذكي. ومن شأن هذا التوجه أن يساهم في تعزيز مواءمة التعليم الإعلامي مع التحولات المهنية والتقنية، ويدعم قدرة برامج الإعلام الجامعية على الانتقال من مجرد مواكبة التحول الرقمي إلى بناء جاهزية مستدامة للتحول الرقمي، بما يتسق مع متطلبات سوق العمل وتوجهات رؤية السعودية 2030.

المجال الإعلامي يشهد تحولات متسارعة بفعل التطور الرقمي وتنامي تطبيقات الذكاء الاصطناعي، انعكست على طبيعة صناعة المحتوى الإعلامي وأساليب إنتاجه وتحريره وتحليله وتوزيعه، وأدت إلى ظهور مهارات مهنية جديدة ترتبط بتحليل البيانات، وإنتاج المحتوى الرقمي، واستخدام أدوات الذكاء الاصطناعي، وتحليل الجمهور، والتحقق الرقمي، وإدارة المنصات الإعلامية. ولم يعد تطوير التعليم الإعلامي مرتبطاً بإضافة مقررات تقنية إلى الخطط الدراسية فحسب، بل أصبح مرتبطاً بمدى قدرة المناهج على تحقيق التكامل بين المعرفة الإعلامية والتقنية والمهارات التطبيقية والقيم المهنية بما يتوافق مع التحولات المتسارعة في سوق العمل.

ويفرض التحول الرقمي ومتطلبات رؤية السعودية 2030 على برامج التعليم الإعلامي تطوير مخرجاتها بما يعزز جاهزية الخريجين للبيئة الإعلامية الذكية، ويحقق مواءمة أكبر بين ما تقدمه البرامج الأكاديمية من معارف ومهارات وبين الكفايات التي تتطلبها الممارسة المهنية؛ ومن هذا المنحى تبرز أهمية فحص محتوى المناهج الإعلامية للكشف عن مستوى حضور تقنيات الذكاء الاصطناعي والبيانات والتطبيقات الرقمية، ومدى ارتباطها بالمهارات المهنية والقيم الأخلاقية للإعلام.

وتتحدد مشكلة الدراسة الحالية في الحاجة إلى الكشف عن مدى جاهزية مقررات برنامج بكالوريوس الإعلام الرقمي بالجامعة السعودية الإلكترونية للتحول الرقمي، ومدى مواءمتها لمتطلبات سوق العمل الإعلامي السعودي، والكشف عن أوجه الفجوة بين مكونات هذه المقررات والكفايات الإعلامية والتقنية والمهنية المستجدة، وصولاً إلى استشراف آليات يمكن من خلالها تطوير المناهج بما يواكب التحولات الرقمية وتطبيقات الذكاء الاصطناعي ويحافظ في الوقت ذاته على القيم المهنية للإعلام.

مشكلة الدراسة:

تتمحور مشكلة الدراسة حول التساؤل الرئيس الآتي: إلى أي مدى تعكس مقررات برنامج بكالوريوس الإعلام الرقمي بالجامعة السعودية الإلكترونية جاهزية التعليم الإعلامي للتحول الرقمي ومواءمته مع متطلبات سوق العمل الإعلامي السعودي؟

ويتمفرع عنه عدد من التساؤلات التالية:

1. ما مستوى حضور المعارف والتقنيات المرتبطة بالتحول الرقمي في مقررات برنامج بكالوريوس الإعلام الرقمي بالجامعة السعودية الإلكترونية؟
2. إلى أي مدى تتضمن مقررات البرنامج المهارات والتطبيقات الإعلامية الرقمية التي يتطلبها سوق العمل الإعلامي الذكي في البيئة السعودية؟
3. ما أبرز أوجه الفجوة بين مكونات مقررات البرنامج والكفايات والمهارات التي يتطلبها سوق العمل الإعلامي السعودي في ظل التحول الرقمي والذكاء الاصطناعي؟
4. ما مدى تكامل التحولات التكنولوجية، ولا سيما الذكاء الاصطناعي والبيانات والتطبيقات الرقمية، مع القيم المهنية والأخلاقية في مقررات البرنامج؟
5. ما الآليات الاستشرافية المقترحة لتطوير مقررات برنامج الإعلام الرقمي بما يعزز جاهزية التعليم الإعلامي للتحول الرقمي، ويواكب متطلبات سوق العمل ورؤية السعودية 2030؟

أهداف الدراسة:

الهدف الرئيس يتمثل في الكشف عن مدى جاهزية مقررات برنامج بكالوريوس الإعلام الرقمي بالجامعة السعودية الإلكترونية للتحول الرقمي، ودرجة مواءمتها مع متطلبات سوق العمل الإعلامي السعودي، وصولاً إلى بناء رؤية استشرافية لتطوير المناهج الإعلامية.

ويتمفرع عن الهدف الرئيس الأهداف الآتية:

1. تحديد مستوى حضور المعارف والتقنيات المرتبطة بالتحول الرقمي في مقررات برنامج بكالوريوس الإعلام الرقمي بالجامعة السعودية الإلكترونية، ولا سيما الذكاء الاصطناعي والبيانات والتقنيات الإعلامية الرقمية.
2. تحليل مدى تضمين مقررات البرنامج للمهارات والتطبيقات الإعلامية الرقمية التي يتطلبها سوق العمل الإعلامي الذكي في البيئة السعودية.
3. الكشف عن أبرز أوجه الفجوة بين مكونات مقررات البرنامج والكفايات والمهارات التي يتطلبها سوق العمل الإعلامي السعودي في ظل التحول الرقمي وتنامي تطبيقات الذكاء الاصطناعي.
4. تحليل مدى تكامل التحولات التكنولوجية مع القيم المهنية والأخلاقية للإعلام في مقررات البرنامج، بما يعزز الممارسة الإعلامية المسؤولة في البيئة الرقمية.
5. استشراف آليات تطوير مقررات برنامج الإعلام الرقمي بما يعزز جاهزية التعليم الإعلامي للتحول الرقمي، ويرفع مستوى مواءمته مع متطلبات سوق العمل ورؤية السعودية 2030.

الدراسات السابقة:

المحور الأول: التحول الرقمي والذكاء الاصطناعي في التعليم الإعلامي والمناهج

1. عبدالحليم موسى، محمد يحيى الصباطي، المناهج الإعلامية بين متطلبات سوق العمل وتحولات صناعة الذكاء الاصطناعي دراسة استشرافية، مجلد 22 عدد 3 (2026): مجلة جامعة أم درمان الإسلامية (م ج أ)، للعلوم الإنسانية والاجتماعية (2). هدفت الدراسة إلى استشراف العلاقة بين المناهج الإعلامية الجامعية ومتطلبات سوق العمل في ظل التحولات المتسارعة التي أحدثتها تقنيات الذكاء الاصطناعي في صناعة الإعلام، مع التركيز على المهارات الإعلامية الجديدة التي فرضتها البيئة الرقمية، مثل صحافة البيانات، والتحرير المؤتمت، والتحقق الرقمي. وانطلقت الدراسة من التحول الذي تشهده مهنة الإعلام نتيجة توظيف الذكاء الاصطناعي في إنتاج المحتوى وتطوير أساليب العمل الإعلامي،

- وما يترتب على ذلك من ضرورة إعادة النظر في المناهج الإعلامية التقليدية ومدى قدرتها على إعداد خريجين يمتلكون كفايات المستقبل. وأبرزت الدراسة وجود فجوة بين بعض المهارات التي يفرضها سوق العمل الإعلامي المتحول وبين ما تتضمنه المناهج الإعلامية التقليدية، الأمر الذي يستدعي تطوير البرامج والمقررات بما يستوعب تطبيقات الذكاء الاصطناعي والمهارات الرقمية والمهنية الجديدة. كما تتجه الدراسة إلى تصنيف نتائجها في دعم تطوير التعليم الإعلامي في المملكة العربية السعودية، بما يتسق مع توجهات التحول الرقمي ورؤية السعودية 2030.
2. دراسة Curriculum Analysis from the Age of AI: Journalism Education in the Age of AI: (2025)، خللت الدراسة مدى إدماج الذكاء الاصطناعي في مناهج الصحافة بجامعتي أنقرة وإسطنبول من خلال تحليل توصيفات المقررات وإجراء مقابلة معمقة مع أحد أعضاء هيئة التدريس. وأظهرت النتائج أن الذكاء الاصطناعي لم يكن مدمجاً بصورة منهجية في المناهج، وأن الإشارات المباشرة إليه والتدريب العملي على أدواته كانا محدودين، الأمر الذي دفع الدراسة إلى الدعوة إلى إعادة هيكلة تعليم الصحافة بما يشمل الثقافة الخاصة بالذكاء الاصطناعي، والكفايات التطبيقية، والاعتبارات الأخلاقية.
3. دراسة Hossain and Wenger, (2024): Has Journalism Education Kept Up With Digital Transformation، بحثت الدراسة مدى مواكبة برامج الصحافة والاتصال للتحول الرقمي، بالاعتماد على مسح لبرامج صحافة واتصال معتمدة. وكشفت عن تحديات ترتبط بالحاجة إلى الاستثمار طويل الأجل، وصعوبة التنبؤ بالتغيرات والطلب المستقبلي، والحاجة إلى الخبرات الأكاديمية المتخصصة، كما جاء الذكاء الاصطناعي في مقدمة التقنيات التي يتوقع أن تؤثر في مناهج الصحافة خلال السنوات التالية، إلى جانب صحافة الطائرات المسيّرة والواقع الافتراضي والمعرز.

المحور الثاني: مواءمة التعليم الإعلامي مع المهارات ومتطلبات سوق العمل

4. دراسة الجمعية (2024): الكفايات المهنية لمخرجات أقسام الإعلام في الجامعات السعودية: دراسة ميدانية بالتطبيق على الخبر الصحفي. هدفت الدراسة إلى قياس الكفايات المعرفية والمهنية لخريجي أقسام الإعلام في الجامعات السعودية ومدى انعكاسها على الممارسة المهنية والاستجابة لاحتياجات سوق العمل، من خلال عينة عمدية بلغت 150 خريجاً خلال الفترة 2019-2023، وبالاستناد إلى عشرة معايير معرفية ومهنية معتمدة من المركز الوطني للقياس. وأظهرت النتائج أن مستوى الكفايات جاء متوسطاً بصورة عامة، مع ارتفاع نسبي في الكفايات المعرفية مقارنة بالكفايات المهنية، وأشارت إلى ضعف في بعض المهارات الصحفية التي يتطلبها سوق العمل.
5. دراسة Jaakkola and Wiik, (2025): No-panic pragmatism: Nordic journalism educators' preparedness to teach artificial intelligence (AI) in 2024، تناولت الدراسة مدى استعداد مؤسسات التعليم الصحفي في دول الشمال الأوروبي لتدريس الذكاء الاصطناعي، اعتماداً على مسح شمل 118 من أساتذة الصحافة. وأظهرت النتائج اهتماماً بإدماج الذكاء الاصطناعي، خصوصاً في أخلاقيات الإعلام والتحقق من المعلومات، مع التأكيد على استمرار أهمية القيم المهنية الأساسية في البيئة الإعلامية الجديدة. كما خلصت إلى أن دمج الذكاء الاصطناعي يمكن أن يتم داخل البنية التعليمية القائمة مع تطوير الممارسات التربوية بصورة تدريجية.

ما يستفاد من الدراسات السابقة ما يلي:

- في ضوء مشكلة الدراسة التي تتمثل في الحاجة إلى الكشف عن مدى جاهزية مقررات برنامج بكالوريوس الإعلام الرقمي بالجامعة السعودية الإلكترونية للتحويل الذكي، ومدى مواءمتها لمتطلبات سوق العمل الإعلامي السعودي، استفادت الدراسة الحالية من الدراسات السابقة في خمسة جوانب مترابطة:
1. أسهمت الدراسات السابقة في الكشف عن التحولات التي أحدثها الذكاء الاصطناعي والتحول الرقمي في صناعة الإعلام، وما نتج عنها من مهارات وممارسات مهنية جديدة، مما ساعد في تحديد مشكلة الدراسة في ضوء الفجوة المحتملة بين تطور بيئة العمل الإعلامي وسرعة استجابة المناهج الجامعية لهذه التحولات.
 2. ساعدت الدراسات السابقة في تحديد المكونات التي يمكن من خلالها قياس جاهزية المقررات للتحويل الذكي، وفي مقدمتها الذكاء الاصطناعي، وصحافة البيانات، والإنتاج الرقمي، وتحليل الجمهور، والتحقق الرقمي، واستخدام المنصات والتقنيات الإعلامية الحديثة.
 3. أفادت الدراسات التي تناولت الكفايات المهنية لخريجي الإعلام في تحديد المهارات التي ينبغي أن تتضمنها المناهج لمواكبة سوق العمل، مما دعم توجه الدراسة الحالية نحو مقارنة مكونات المقررات بالكفايات الإعلامية والتقنية والمهنية المطلوبة في البيئة السعودية.
 4. كشفت الدراسات السابقة أن إدماج الذكاء الاصطناعي في التعليم الإعلامي لا ينبغي أن يقتصر على الجانب التقني، وإنما يرتبط بقضايا الدقة والمصداقية والتحقق والخصوصية والمسؤولية المهنية؛ وهو ما عزز تضمين القيم المهنية والأخلاقية ضمن محاور تحليل مقررات الدراسة الحالية.
 5. وفرت الدراسات السابقة أساساً علمياً للانتقال من مجرد تشخيص الفجوة إلى اقتراح آليات لتطوير المناهج، بحيث تجمع بين المعرفة التقنية والمهارات التطبيقية والكفايات المهنية والقيم الإعلامية، بما يعزز جاهزية التعليم الإعلامي للتحويل الذكي ويحقق مواءمته مع متطلبات سوق العمل ورؤية السعودية 2030.

الإطار النظري:

أولاً: نظرية الدراسة:

تستند الدراسة إلى التكامل بين نظرية النظم الاجتماعية-التقنية (Socio-Technical Systems Theory) ونظرية رأس المال البشري (Human Capital Theory)؛ لكونهما توفران إطاراً تفسيرياً مناسباً لدراسة جاهزية التعليم الإعلامي للتحويل الذكي، من خلال الجمع بين أثر التطور التقني ومتطلبات بناء الكفايات المهنية.

أولاً: نظرية النظم الاجتماعية-التقنية

ترجع جذور النظرية إلى دراسات معهد تافيستوك في منتصف القرن العشرين، ولا سيما دراسة Trist and Bamforth (1951)، ثم تطورت في أعمال Emery and Trist (1960). وتنطلق من أن أداء المؤسسات لا يتحدد بالتكنولوجيا وحدها، وإنما ينتج عن التفاعل بين النظام التقني والعناصر البشرية والتنظيمية والمهنية.

وتكتسب النظرية أهمية خاصة في البيئة الإعلامية المعاصرة؛ إذ لم يعد الذكاء الاصطناعي مجرد أداة تقنية، بل أصبح عاملاً يعيد تشكيل الممارسات المهنية، وأساليب إنتاج المحتوى وتوزيعه، والعلاقة بين الصحفي والمنصة والجمهور. ويؤكد Barrios-Rubio (2026) أن الذكاء الاصطناعي يعيد تشكيل النظام الإعلامي بوصفه نظاماً اجتماعياً-تقنياً متداخلاً، كما قدم نموذجاً لتدريب الصحفيين يقوم على تكامل البيئة التحتية التقنية، والممارسات التعليمية والمهنية، والعمليات المعرفية والقيمية، وتستخدم الدراسة النظرية لتفسير مدى قدرة المناهج الإعلامية على التكيف مع التحولات التقنية، ومدى التكامل بين التكنولوجيا والمحتوى الأكاديمي والتدريب والممارسة المهنية.

ثانياً: نظرية رأس المال البشري

ترتبط الصياغة الحديثة لنظرية رأس المال البشري بأعمال Gary Becker (1964)، الذي نظر إلى التعليم والتدريب بوصفهما استثماراً في القدرات البشرية. ينعكس على الإنتاجية وفرص العمل والدخل، وتوظف الدراسة هذه النظرية باعتبار أن التعليم الإعلامي يمثل استثماراً في رأس المال البشري للطلاب، وأن جودة المناهج تقاس بقدرتها على بناء المعارف والمهارات والكفايات التي يحتاج إليها سوق العمل. وفي البيئة الإعلامية الذكية تشمل هذه الكفايات إنتاج المحتوى الرقمي، وصحافة البيانات، والتحقق الرقمي، وتحليل الجمهور، وإدارة المنصات، وتوظيف الذكاء الاصطناعي، إلى جانب القيم المهنية.

وتدعم هذا التوجه دراسة الجمعية (2024) التي وظفت نظرية رأس المال البشري في دراسة كفايات خريجي أقسام الإعلام في الجامعات السعودية وعلاقتها بمتطلبات الممارسة المهنية وسوق العمل. كما تشير دراسات حديثة إلى أن التحول الرقمي والذكاء الاصطناعي يفرضان إعادة النظر في المهارات التي ينبغي أن تقدمها برامج تعليم الصحافة والإعلام.

التكامل بين النظريتين:

يوفر التكامل بين النظريتين منطلقاً تفسيرياً متكاملًا للدراسة؛ فنظرية النظم الاجتماعية-التقنية تفسر كيفية تأثير التحول الرقمي والذكاء الاصطناعي في بنية التعليم والممارسة الإعلامية، بينما تفسر نظرية رأس المال البشري ما ينبغي أن ينتج التعليم من معارف ومهارات وكفايات قادرة على الاستجابة لهذه التحولات.

وتنطلق الدراسة من العلاقة الآتية:

التحول الرقمي والذكاء الاصطناعي – تغير الممارسة الإعلامية – تغير متطلبات سوق العمل – تطوير المناهج والتدريب – بناء رأس المال البشري الإعلامي – تعزيز جاهزية التعليم للتحول الرقمي.

ارتباط النظريتين بأهداف الدراسة وتسؤلاتها:

تسهل النظريتان في بناء إطار تحليلي يربط جاهزية المناهج بالتحولات التقنية من جهة، وبكفايات الخريجين ومتطلبات سوق العمل الإعلامي السعودي من جهة أخرى، بما يدعم بناء رؤية استشرافية لتطوير التعليم الإعلامي في عصر الذكاء الاصطناعي، ويتمثل ذلك في الجدول التالي:

هدف الدراسة	التساؤل المرتبط	التوظيف النظري
تحديد الفجوة بين المناهج ومهارات سوق العمل	ما أبرز أوجه الفجوة بين المناهج الإعلامية ومهارات سوق العمل الرقمي؟	النظريتان معا
تحليل إدماج الذكاء الاصطناعي وصحافة البيانات في المقررات	كيف تعكس تجربة قسم الاعلام الرقمي إدماج هذه الموضوعات؟	النظريتان معا
تحديد تحديات التكامل بين الأكاديمي والتطبيقي	ما التحديات التي تواجه القسم في تحقيق هذا التكامل؟	النظريتان معا
استشراف آليات تطوير المناهج	ما الآليات المناسبة لمواكبة رؤية السعودية 2030 والتحول الرقمي؟	النظريتان معا

الأبعاد المهنية والأخلاقية والعملية لاستخدام الذكاء الاصطناعي في الإعلام

أحدث الذكاء الاصطناعي تحولاتاً جوهرياً في طبيعة العمل الإعلامي، فلم يعد تأثيره مقتصرًا على أتمتة بعض المهام التحريرية والإنتاجية، وإنما امتد إلى إعادة تشكيل الكفايات المهنية وأساليب الممارسة ومعايير المسؤولية الأخلاقية. ومن ثم، فإن تطوير المناهج الإعلامية في البيئة الرقمية الذكية يتطلب الانتقال من التركيز على المعرفة النظرية والمهارات التقنية المنفردة إلى بناء منظومة متكاملة تجمع بين الكفاءة المهنية، والممارسة التطبيقية، والوعي الأخلاقي (Muringa, 2026).

ويشير البعد المهني إلى قدرة الإعلامي على توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في مختلف مراحل العملية الإعلامية، بما يشمل جمع المعلومات وتحليل البيانات، وإنتاج المحتوى وتحريره، والتحقق من المعلومات، وتخصيص المحتوى وتحليل تفاعل الجمهور، ويقتضي ذلك تطوير كفايات جديدة تتجاوز الاستخدام التقني للأدوات إلى فهم آليات عمل الخوارزميات، وتقييم مخرجاتها، وممارسة الحكم التحريري البشري بصورة واعية. وتؤكد الأدبيات الحديثة أن التحول الخوارزمي أدى إلى ظهور مجموعة من الكفايات المهنية الجديدة التي ينبغي أن تستجيب لها برامج تعليم الصحافة والإعلام (عبد الحليم موسى يعقوب، الصباطي 2026).

أما البعد العملي فيرتبط بقدرة الطالب على تحويل المعرفة المتعلقة بالذكاء الاصطناعي إلى ممارسة إعلامية فعلية داخل بيئات تعليمية تحاكي طبيعة العمل في المؤسسات الإعلامية الحديثة. ويشمل ذلك التدريب على إنتاج المحتوى المدعوم بالذكاء الاصطناعي، وصحافة البيانات، والتحقق الرقمي، وتحليل الجمهور، واستخدام أدوات الذكاء الاصطناعي التوليدي، إلى جانب التدريب على تقييم جودة المخرجات الآلية. ولذلك فإن إدماج الذكاء الاصطناعي في المناهج ينبغي ألا يقتصر على إضافة مقررات نظرية، بل يمتد إلى تطوير المقررات التطبيقية

والمشروعات والتدريب الميداني بما يعزز جاهزية الخريجين لمتطلبات سوق العمل (, Hago , bdalrazig, Mousa Yagub Halim Abdal (ALOTAIBI (2026).

ويمثل البعد الأخلاقي الإطار الضابط لاستخدام الذكاء الاصطناعي في الإعلام، نظرًا لما تثيره تطبيقاته من قضايا تتصل بالدقة والمصادقية والشفافية والتحيز الخوارزمي والخصوصية وحقوق الملكية الفكرية والمسؤولية عن المحتوى المنتج آليًا؛ ومن هنا تبرز الحاجة إلى تضمين المبادئ الأخلاقية في مختلف مراحل تعليم الذكاء الاصطناعي الإعلامي، بحيث يتعلم الطالب ليس فقط كيفية استخدام التقنية، وإنما أيضًا متى وكيف يكون استخدامها مهنيًا وأخلاقيًا. وقد أكدت اليونسكو أهمية الشفافية والمساءلة والإشراف البشري واحترام الحقوق الأساسية عند توظيف الذكاء الاصطناعي، وهي مبادئ تكتسب أهمية خاصة في المجال الإعلامي لما يرتبط به من مسؤولية اجتماعية تجاه الجمهور (UNESCO, 2021)، كما تشير الدراسات العربية إلى أن استخدام الذكاء الاصطناعي في العمل الصحفي يفرض تحديات جديدة تتعلق بالقيم المهنية والأخلاقية وبالمسؤولية عن المحتوى الإعلامي (الشمري، 2024).

تكامّل الأبعاد المهنية والعملية والأخلاقية

لا ينبغي التعامل مع هذه الأبعاد باعتبارها مكونات مستقلة، وإنما بوصفها منظومة متكاملة لإعداد الإعلامي في عصر الذكاء الاصطناعي؛ فالمهارة المهنية تمنح الإعلامي القدرة على استخدام الأدوات الذكية، والممارسة العملية تمكنه من توظيفها في سياقات إعلامية حقيقية، بينما يحدد البعد الأخلاقي الإطار الذي يحكم هذا الاستخدام ويضمن المحافظة على المعايير المهنية والمسؤولية الاجتماعية.

ويعني هذا التكامل أن كفاءة الإعلامي في البيئة الذكية لا تقاس بقدرته على استخدام أدوات الذكاء الاصطناعي فحسب، وإنما بقدرته على دمج المعرفة الإعلامية بالتقنية والممارسة المهنية والحكم الأخلاقي. ومن ثم، فإن المناهج الإعلامية المعاصرة مطالبة ببناء خريج يمتلك القدرة على التعامل مع الذكاء الاصطناعي بوصفه أداة مساندة للعمل الإعلامي، مع المحافظة على الدور المركزي للإنسان في التحقق والتفسير واتخاذ القرار والمسؤولية عن المنتج النهائي.

ارتباط الأبعاد بالنظريتين:

يتسق هذا التصور مع نظرية التكامل الإعلامي والذكاء الاصطناعي (IMAI) التي تنطلق منها الدراسة بوصفها إطارًا تصوريًا مقترحًا لتفسير العلاقة بين المناهج الإعلامية والتكنولوجيا الذكية والممارسة المهنية. ففي ضوء هذه النظرية، يمثل التكامل بين الأبعاد المهنية والعملية والأخلاقية شرطًا أساسيًا لتحقيق الاستخدام الفعال والمسؤول للذكاء الاصطناعي في التعليم والممارسة الإعلامية. فإدخال التكنولوجيا إلى المناهج دون إعادة بناء الكفايات المهنية أو تعزيز التطبيق العملي أو تضمين الضوابط الأخلاقية قد يؤدي إلى تكامل تقني محدود لا يحقق التحوّل المطلوب في إعداد الإعلاميين.

كما يتكامل هذا التصور مع نظرية رأس المال البشري التي تنظر إلى التعليم والتدريب وتنمية المهارات باعتبارها استثمارًا في قدرات الأفراد بما يرفع إنتاجيتهم وكفاءتهم المهنية (Becker, 1964). وفي سياق الدراسة، يمثل إدماج الذكاء الاصطناعي في المناهج استثمارًا في رأس المال البشري الإعلامي، من خلال تزويد الطلاب بالمعارف والمهارات التطبيقية والأخلاقية التي تمكنهم من الاستجابة للتحوّلات التقنية ومتطلبات سوق العمل.

وبذلك تقدم النظريتان منظورين متكاملين؛ إذ تركز IMAI على طبيعة التكامل بين الإنسان والمناهج والتكنولوجيا والممارسة الإعلامية، بينما تركز نظرية رأس المال البشري على تنمية القدرات والمعارف والمهارات التي تجعل هذا التكامل ممكنًا وقابلًا للتوظيف في سوق العمل، ويشكل التكامل بينهما أساسًا لفهم الحاجة إلى إعادة تطوير المناهج الإعلامية بما يتلاءم مع التحوّل الذي أحدثه الذكاء الاصطناعي.

ارتباط الأبعاد بأهداف الدراسة:

ينعكس هذا الإطار النظري مباشرة على أهداف الدراسة، إذ يسهم البعد المهني في تحديد الكفايات والمهارات الإعلامية الجديدة التي فرضها الذكاء الاصطناعي، بينما يساعد البعد العملي في الكشف عن مدى حضور التطبيقات والتدريب العملي المرتبط بالذكاء الاصطناعي في المناهج الإعلامية، في حين يرتبط البعد الأخلاقي بـ تحديد القيم والمعايير المهنية التي ينبغي تضمينها في إعداد الإعلامي القادر على الاستخدام المسؤول للذكاء الاصطناعي.

وتتكامل هذه الأبعاد في تحقيق الهدف الرئيس للدراسة المتمثل في استشراف متطلبات تطوير المناهج الإعلامية في ضوء التحوّلات التي أحدثها الذكاء الاصطناعي واحتياجات سوق العمل. ومن هذا المنطلق، لا تقتصر عملية تطوير المناهج على إضافة مقررات جديدة في الذكاء الاصطناعي، وإنما تتطلب إعادة بناء المحتوى وأساليب التعليم والتدريب والتقويم بما يحقق التوازن بين المعرفة المهنية، والكفاءة التطبيقية، والمسؤولية الأخلاقية.

منهج الدراسة:

اعتمدت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي ضمن تصميم دراسة الحالة، بهدف الكشف عن مستوى جاهزية التعليم الإعلامي للتحوّل الذكي، وتحليل مدى مواءمة المناهج الإعلامية لمتطلبات سوق العمل السعودي في ظل التحوّل الرقمي وتنامي تطبيقات الذكاء الاصطناعي. واختير برنامج بكالوريوس الإعلام الرقمي بالجامعة السعودية الإلكترونية بوصفه حالة تطبيقية؛ لارتباط طبيعة البرنامج مباشرة بالتحوّلات التقنية في البيئة الإعلامية، ولتأكيد أهدافه على مواكبة التطورات الحديثة، وتنمية مهارات إنتاج المحتوى الرقمي، والتكامل بين الممارسة الإعلامية والأخلاقيات المهنية. ويضم البرنامج، وفقًا للبيانات المنشورة من الجامعة، ثمانية مستويات و130 وحدة دراسية و42 مقرراً، ويتيح هذا التصميم الانتقال من قياس الجاهزية الحالية للمناهج إلى تحديد الفجوات بينها وبين متطلبات سوق العمل الإعلامي، وصولاً إلى بناء رؤية استشرافية لتطويرها.

مجتمع الدراسة وعينها:

يتكون مجتمع الدراسة من المقررات والوثائق الأكاديمية المرتبطة ببرنامج بكالوريوس الإعلام الرقمي في الجامعة السعودية الإلكترونية. واعتمدت الدراسة العينة القصدية، من خلال تحليل المقررات التي ترتبط بصورة مباشرة أو غير مباشرة بمكونات التحوّل الذكي، بما يشمل الإعلام الرقمي، وتقنيات الاتصال، والإنتاج الرقمي، والتحرير، وتحليل الجمهور، والمنصات الرقمية، والتطبيقات المهنية، ويستند اختيار البرنامج بوصفه حالة دراسية إلى طبيعة بنيته الأكاديمية وأهدافه المعلنة التي تركز على مواكبة التغيرات السريعة في الإعلام الرقمي، وإكساب الطلاب مهارات متعددة في إنتاج المحتوى الرقمي والممارسة الإعلامية المعاصرة.

مبررات اختيار مجتمع الدراسة والعينة:

جاء اختيار برنامج بكالوريوس الإعلام الرقمي بالجامعة السعودية الإلكترونية مجتمعاً تطبيقياً للدراسة، والعينة القصدية من مقرراته، انطلاقاً من طبيعة البرنامج وارتباطه المباشر بالإعلام الرقمي والتحول التكنولوجي ومتطلبات سوق العمل. كما يتسق هذا الاختيار مع ما أكدته دراسة عبدالحليم موسى ومحمد يحيى الصباطي (2026) من أنَّ التحولات المتسارعة في الذكاء الاصطناعي أفرزت مهارات وممارسات إعلامية جديدة، مثل صحافة البيانات والتحرير المؤتمت والتحقق الرقمي، بما يستدعي إعادة النظر في المناهج الإعلامية ومواءمتها مع الكفايات المستقبلية لسوق العمل، ويعزز اختيار برنامج الإعلام الرقمي تحديداً ملائمة لدراسة جاهزية التعليم الإعلامي للتحوّل الذكي؛ إذ يسمح تحليل مقرراته برصد مدى تضمين المعارف والتقنيات الذكية والمهارات التطبيقية والقيم المهنية، ثم مقارنة هذه المكونات بمتطلبات سوق العمل الإعلامي السعودي، وصولاً إلى تحديد الفجوات وبناء رؤية استشرافية لتطوير المناهج.

كما استفادت الدراسة في تنظيم إجراءات تحليل المحتوى وترميز فئاته من دراسة (محمد بن يحيى الصباطي، عبدالحليم موسى يعقوب، 2025)، مع تكييف مدخلها التحليلي ليتناسب مع طبيعة المحتوى الأكاديمي محل الدراسة. وبذلك يجمع اختيار العينة بين الملاءمة الموضوعية للبرنامج والقابلية المنهجية لتحليل مقرراته في ضوء التحوّل الذكي ومتطلبات سوق العمل

وحدة التحليل:

اعتمدت الدراسة المقرر الدراسي وحدة للتحليل، مع تحليل عناصره الأساسية، وتشمل توصيف المقرر، وأهدافه، ومخرجات التعلم، ومحتواه، والمهارات والتطبيقات التي يتضمنها. ويسمح هذا الاختيار بقياس مستوى حضور مكونات التحوّل الذكي في المناهج، والكشف عن مدى ارتباطها بالكفايات الإعلامية التي يتطلبها سوق العمل السعودي، ويتسق هذا التوجه مع دراسة الجمعية (2024) التي تناولت الكفايات المعرفية والمهنية لمخرجات أقسام الإعلام في الجامعات السعودية في ضوء متطلبات الممارسة وسوق العمل، واعتمدت معايير مهنية للحكم على مستوى ما يكتسبه خريجو الإعلام من معارف ومهارات.

أداة الدراسة:

اعتمدت الدراسة استمارة تحليل محتوى المقررات والوثائق الأكاديمية، وتم بناء فئاتها ومؤشراتها في ضوء أهداف الدراسة وتساؤلاتها وإطارها النظري والأدبيات العلمية ذات الصلة. واستفادت الدراسة في بناء فئات التحليل وتنظيم وحدات الترميز من المنهجية الإجرائية التي اتبعتها دراسة سمية عبدالله السماعيل وعبدالحليم موسى يعقوب (2025)، مع تكييفها بما يتلاءم مع طبيعة المحتوى الأكاديمي محل الدراسة وموضوع التحوّل الذكي في التعليم الإعلامي.

محاور التحليل والترميز:

تضمنت الاستمارة ثلاثة محاور رئيسية: المعارف والتقنيات الذكية، والمهارات والتطبيقات المهنية، والقيم المهنية والمواءمة مع متطلبات سوق العمل، بحيث تسمح هذه المحاور برصد مدى حضور مكونات التحوّل الذكي في المقررات، والكشف عن مستوى ارتباطها بالكفايات الإعلامية التي يتطلبها سوق العمل السعودي. واعتمد الترميز الثنائي بواقع (1) لوجود المؤشر و(0) لعدم وجوده، مع تسجيل المؤشرات في ضوء توصيف المقرر وأهدافه ومخرجات التعلم ومحتواه وتطبيقاته العملية. وبذلك توفر الأداة أساساً منهجياً منظماً لقياس مستوى جاهزية المناهج الإعلامية للتحوّل الذكي وتحديد جوانب القوة والفجوات التي يمكن الاستناد إليها في بناء الرؤية الاستشرافية لتطويرها. (Abdelrazig,) (Abdelhalim, 2023)

صدق الأداة وثباتها:

للتحقق من صدق أداة تحليل المحتوى، عُرضت الاستمارة في صورتها الأولية على مجموعة من المحكمين المتخصصين في الإعلام والاتصال والإعلام الرقمي والذكاء الاصطناعي ومناهج البحث العلمي، بهدف التأكد من ملاءمة محاورها وفئاتها ومؤشراتها لأهداف الدراسة وتساؤلاتها، ووضوح صياغتها وقابليتها للتطبيق على المقررات الأكاديمية. وفي ضوء ملاحظات المحكمين، أُجريت التعديلات اللازمة على بعض الفئات والمؤشرات، واعتمدت الاستمارة في صورتها النهائية.

وللتحقق من ثبات الأداة، أُعيد تحليل عينة من المقررات بعد فترة زمنية مناسبة، وقورنت نتائج التطبيقين باستخدام معامل هولستي (Holsti)، وقد بلغ معامل الثبات 0.87، وهي قيمة تشير إلى مستوى مرتفع من الاتساق في عملية الترميز، وتدعم صلاحية الأداة للتطبيق على بقية المقررات. كما جرت مراجعة حالات الاختلاف في التصنيف وإعادة ضبط بعض المؤشرات بما يضمن وضوح قواعد الترميز واتساقها.

واستفادت الدراسة في تنظيم فئات التحليل وإجراءات الترميز من الدراسات السابقة في تحليل المحتوى، ومن بينها دراسة سمية عبدالله السماعيل وعبدالحليم موسى يعقوب (2025)، مع تكييف إجراءاتها بما يتناسب مع طبيعة المحتوى الأكاديمي للدراسة الحالية، وبذلك استقرت الأداة في صورتها النهائية على ثلاثة محاور رئيسية: المعارف والتقنيات الذكية، والمهارات والتطبيقات المهنية، والقيم المهنية والمواءمة مع متطلبات سوق العمل

الإجابة عن تساؤلات الدراسة التالية:

1. ما مستوى حضور المعارف والتقنيات المرتبطة بالتحوّل الذكي في مقررات برنامج بكالوريوس الإعلام الرقمي بالجامعة السعودية الإلكترونية؟
2. إلى أي مدى تتضمن مقررات البرنامج المهارات والتطبيقات الإعلامية الرقمية التي يتطلبها سوق العمل الإعلامي الذكي في البيئة السعودية؟
3. ما أبرز أوجه الفجوة بين مكونات مقررات البرنامج والكفايات والمهارات التي يتطلبها سوق العمل الإعلامي السعودي في ظل التحوّل الرقمي والذكاء الاصطناعي؟
4. ما مدى تكامل التحولات التكنولوجية، ولا سيما الذكاء الاصطناعي والبيانات والتطبيقات الرقمية، مع القيم المهنية والأخلاقية في مقررات البرنامج؟
5. ما الآليات الاستشرافية المقترحة لتطوير مقررات برنامج الإعلام الرقمي بما يعزز جاهزية التعليم الإعلامي للتحوّل الذكي، ويواكب متطلبات سوق العمل ورؤية السعودية 2030؟

الإجابة عن السؤال الأول: ما مستوى حضور المعارف والتقنيات المرتبطة بالتحول الذكي في مقررات برنامج بكالوريوس الإعلام الرقمي بالجامعة السعودية الإلكترونية؟

جدول (1)

مؤشرات التحول الذكي	التكرار	النسبة %
الإعلام الرقمي وتقنياته	27	90.0
المنصات وتقنيات الاتصال	25	83.3
الذكاء الاصطناعي في الإعلام	9	30.0
الخوارزميات والأدوات التوليدية	7	723.3

يتضح من الجدول ارتفاع حضور المعارف الأساسية المرتبطة بالإعلام الرقمي والمنصات وتقنيات الاتصال، مقابل انخفاض حضور المكونات الأكثر ارتباطاً بالتحول الذكي، خاصة الذكاء الاصطناعي والخوارزميات والأدوات التوليدية. ويشير ذلك إلى أنَّ مقررات البرنامج تركز بدرجة أكبر على الرقمنة مقارنة بمكونات التحول الذكي.

وتكشف هذه النتيجة أنَّ البرنامج يمتلك قاعدة معرفية رقمية واضحة، إلا أنَّ الانتقال من البيئة الرقمية إلى البيئة الذكية لا يزال بحاجة إلى تعزيز، خاصة في مجالات الذكاء الاصطناعي وتحليل البيانات والخوارزميات. وتتفق النتيجة مع موسى والصباطي (2026) في أنَّ التحولات التي أحدثها الذكاء الاصطناعي في صناعة الإعلام أفرزت معارف وممارسات جديدة، من بينها صحافة البيانات والتحرير المؤتمت والتحقق الرقمي، الأمر الذي يستدعي إعادة النظر في بناء المناهج الإعلامية.

وتفسر نظرية النظم الاجتماعية-التقنية هذه النتيجة من خلال النظر إلى التحول الذكي باعتباره عملية تكامل بين التكنولوجيا والممارسة المهنية والعنصر البشري، وليس مجرد إدخال أدوات تقنية جديدة في المقررات. كما تنسجم مع نظرية رأس المال البشري؛ إذ إن محدودية تعرض الطالب لمعارف الذكاء الاصطناعي والبيانات والخوارزميات قد تحد من قدرته على اكتساب الكفايات التي تتزايد أهميتها في سوق العمل الإعلامي.

الإجابة السؤال الثاني: إلى أي مدى تتضمن المقررات المهارات والتطبيقات الإعلامية الرقمية التي يتطلبها سوق العمل الإعلامي الذكي؟

جدول (2)

المهارات والتطبيقات	التكرار	النسبة %
إنتاج المحتوى الرقمي	26	86.7
التحرير والوسائط المتعددة	24	80.0
إدارة المنصات والمحتوى	21	70.0
التحقق وتحليل الجمهور	15	50.0
أدوات الذكاء الاصطناعي وتحليل البيانات	10	33.3

تظهر النتائج قوة حضور المهارات المرتبطة بإنتاج المحتوى والتحرير والوسائط المتعددة، بينما ينخفض حضور المهارات الأكثر ارتباطاً بالتحول الذكي، ولا سيما أدوات الذكاء الاصطناعي وتحليل البيانات.

تعكس هذه النتيجة وجود توجه تطبيقي واضح في البرنامج، إلا أنَّ هذا التوجه لا يزال يتركز في المهارات الرقمية الأساسية أكثر من المهارات الذكية المتقدمة. وتتفق مع Dinçer (2024) في أنَّ تعليم الإعلام في عصر الذكاء الاصطناعي يتطلب الجمع بين المهارات التقنية والتحليلية والمهنية، كما تتقاطع مع Jaakkola and Wiik (2025) في أهمية تطوير استعداد مؤسسات التعليم الإعلامي لتدريس تطبيقات الذكاء الاصطناعي بصورة أكثر انتظاماً.

ومن منظور رأس المال البشري، فإن الفجوة في المهارات الذكية تعني أنَّ الاستثمار في إعداد الخريج لا ينبغي أن يقتصر على مهارات إنتاج المحتوى، بل يجب أن يمتد إلى تحليل البيانات واستخدام الأدوات الذكية والتحقق الرقمي. أما النظم الاجتماعية-التقنية فتؤكد ضرورة ربط هذه المهارات بسياقات مهنية حقيقية، بحيث يتعلم الطالب استخدام التقنية داخل عملية إعلامية متكاملة.

الإجابة السؤال الثالث: ما أبرز أوجه الفجوة بين مكونات المقررات والكفايات التي يتطلبها سوق العمل الإعلامي السعودي؟

جدول (3)

الكفاية	حضورها في المقررات %	متطلب السوق %	الفجوة %
إنتاج المحتوى الرقمي	86.7	90.0	3.3
إدارة المنصات	70.0	83.3	13.3
التحقق الرقمي	50.0	80.0	30.0
تحليل البيانات والجمهور	43.3	83.3	40.0
الذكاء الاصطناعي والخوارزميات	26.7	80.0	53.3

تتسع الفجوة بصورة واضحة كلما ارتبطت الكفاية بالتقنيات الذكية؛ إذ بلغت أعلى مستوياتها في الذكاء الاصطناعي والخوارزميات، تليها مهارات تحليل البيانات والجمهور، بينما كانت محدودة في إنتاج المحتوى الرقمي، وتوضح النتائج أنّ التحدي الرئيس لا يتمثل في ضعف التأهيل الإعلامي بصورة عامة، وإنما في عدم التوازن بين المهارات الرقمية التقليدية والكفايات الذكية الجديدة. وتتفق هذه النتيجة مع الجمعية (2024)، الذي أظهر تفاوتاً في مستويات الكفايات المهنية لمخرجات أقسام الإعلام السعودية، كما تتسق مع موسى والصباطي (2026) بشأن الحاجة إلى مواءمة المناهج مع الكفايات التي أفرزتها التحولات التقنية والذكاء الاصطناعي؛ كما تشير نظرية رأس المال البشري إلى أن اتساع الفجوة بين ما يتعلمه الطالب وما يحتاجه سوق العمل يمثل فجوة في الاستثمار في الكفايات المستقبلية. كما توضح النظم الاجتماعية-التقنية أن معالجة هذه الفجوة لا تتحقق بإضافة مقرر واحد للذكاء الاصطناعي فحسب، وإنما بإدماج التطبيقات الذكية في المقررات الإنتاجية والتحليلية والمهنية.

الإجابة عن السؤال الرابع: ما مدى تكامل التحولات التكنولوجية مع القيم المهنية والأخلاقية؟

جدول (4)

المؤشرات الأخلاقية	التكرار	النسبة %
الدقة والمصادقية	24	80.0
المسؤولية المهنية	23	76.7
التحقق والخصوصية	18	60.0
أخلاقيات الإعلام الرقمي	16	53.3
أخلاقيات الذكاء الاصطناعي والتحيز الخوارزمي	7	23.3

يتضح ارتفاع حضور القيم المهنية التقليدية، في مقابل انخفاض واضح في المؤشرات الأخلاقية المرتبطة بالذكاء الاصطناعي والتحيز الخوارزمي، كما تشير النتيجة إلى أنّ البرنامج يحافظ على الأسس الأخلاقية للممارسة الإعلامية، لكنه يحتاج إلى توسيع هذه الأسس لتشمل الإشكالات التي فرضتها البيئة الذكية. فالدقة والمصادقية والمسؤولية تظل ضرورية، لكنها لم تعد كافية وحدها أمام قضايا مثل تحيز الخوارزميات وخصوصية البيانات وشفافية المحتوى المولد آلياً، وتنسجم هذه النتيجة مع Wenger et al (2025)، الذين ناقشوا تأثير الذكاء الاصطناعي في تعليم الصحافة والحاجة إلى إعادة التفكير في المهارات والممارسات التعليمية. كما تتفق مع النظم الاجتماعية-التقنية التي تنظر إلى التقنية ضمن منظومة بشرية ومهنية وأخلاقية متكاملة، ومع نظرية رأس المال البشري التي تجعل الكفاية المهنية والأخلاقية جزءاً من قيمة الخريج في سوق العمل.

الإجابة عن السؤال الخامس: ما الآليات الاستشرافية المقترحة لتطوير مقررات البرنامج؟

جدول (5)

مجال التطوير	الآلية الاستشرافية
الذكاء الاصطناعي	دمجه في المقررات وإضافة مقرر متخصص
البيانات	تعزيز صحافة البيانات وتحليل الجمهور
المهارات	توسيع التطبيقات العملية للأدوات الذكية
الأخلاقيات	إدراج أخلاقيات الذكاء الاصطناعي والخصوصية والتحيز
سوق العمل	تحديث مخرجات التعلم وفقاً للكفايات المستقبلية

تشير النتائج إلى أنّ تطوير البرنامج ينبغي أن ينتقل من التركيز على التحول الرقمي إلى بناء منهج قادر على الاستجابة للتحول الذكي، من خلال الجمع بين التقنية والمهارات والتطبيقات والقيم المهنية واحتياجات سوق العمل، وتتفق هذه النتيجة مع Jaakkola and Wiik (2025) في ضرورة تطوير تعليم الإعلام بما يتلاءم مع الاستخدام المتزايد للذكاء الاصطناعي، كما تنسجم مع Dinçer (2024) في أهمية الجمع بين المهارات التقنية والمهنية، ومع Wenger et al (2025) في ضرورة إعادة التفكير في تعليم الإعلام في ضوء التحولات التي أحدثها الذكاء الاصطناعي، وفي ضوء نظرية النظم الاجتماعية-التقنية، فإن التطوير المنشود ينبغي أن يقوم على التكامل بين التكنولوجيا والطالب والممارسة الإعلامية والقيم المهنية. وفي ضوء نظرية رأس المال البشري، فإن تحديث المقررات يمثل استثماراً في الكفايات التي يحتاجها الخريج للاندماج في سوق العمل المتغير. ومن ثم، فإن الرؤية الاستشرافية لا تتمثل في استبدال البناء الحالي للبرنامج، وإنما في تطويره تدريجياً بحيث يصبح الذكاء الاصطناعي والبيانات والمهارات الذكية والأخلاقيات الرقمية مكونات متكاملة في بنية التعليم الإعلامي.

الخاتمة والنتائج والتوصيات:

خاتمة الدراسة:

خلصت الدراسة، من خلال تحليل مقررات برنامج بكالوريوس الإعلام الرقمي بالجامعة السعودية الإلكترونية، إلى أن البرنامج يمتلك أساساً قوياً في التأهيل الإعلامي الرقمي، إلا أن مستوى جاهزيته للتحول الذكي ما يزال متفاوتاً بين مكونات المعرفة والمهارة والقيم المهنية، وقد أظهرت النتائج أن حضور الإعلام الرقمي وتقنياته والمنصات الرقمية جاء مرتفعاً، في حين انخفض حضور الذكاء الاصطناعي والخوارزميات والأدوات التوليدية وتحليل البيانات، بما يشير إلى أن بنية البرنامج تعكس بصورة أكبر متطلبات التحول الرقمي من متطلبات التحول الذكي المتسارع.

وأكدت النتائج أنّ المعرفة الرقمية الأساسية هي الأكثر حضوراً في المقررات؛ إذ بلغ حضور الإعلام الرقمي وتقنياته 90%، والمنصات وتقنيات الاتصال 83.3%، مقابل 46.7% لتحليل البيانات وصحافتها، و30% للذكاء الاصطناعي في الإعلام، و23.3% للخوارزميات والأدوات التوليدية.

وتكشف هذه النتائج عن تفاوت واضح بين المعرفة الرقمية التقليدية والمعارف المرتبطة بالجيل الجديد من التقنيات الذكية، وهو ما يمثل أحد أهم المجالات التي تحتاج إلى تطوير في بنية المنهج.

كما أظهرت النتائج أنّ الجانب التطبيقي في البرنامج أكثر قوة في المهارات الرقمية الأساسية؛ فقد بلغ حضور إنتاج المحتوى الرقمي 86.7%، والتحرير والوسائط المتعددة 80%، وإدارة المنصات والمحتوى 70%، في حين تراجع حضور التحقق وتحليل الجمهور إلى 50%، وأدوات الذكاء الاصطناعي وتحليل البيانات إلى 33.3%. وتوضح هذه النتيجة أنّ البرنامج يهيئ الطالب بدرجة جيدة لممارسة الإعلام الرقمي، لكنه يحتاج إلى توسيع نطاق المهارات التي تمكنه من العمل داخل بيئة إعلامية تعتمد بصورة متزايدة على البيانات والذكاء الاصطناعي.

وكشفت النتائج بصورة أكثر وضوحاً عن الفجوة بين مكونات المقررات ومتطلبات سوق العمل الإعلامي السعودي. فقد كانت الفجوة محدودة في إنتاج المحتوى الرقمي عند 3.3%، وارتفعت إلى 13.3% في إدارة المنصات، و30% في التحقق الرقمي، و40% في تحليل البيانات والجمهور، بينما بلغت 53.3% في الذكاء الاصطناعي والخوارزميات. وتدل هذه النتيجة على أن التحدي الرئيس لا يتمثل في ضعف التأهيل الإعلامي العام، وإنما في عدم كفاية الكفايات المتقدمة المرتبطة بالإعلام الذكي، وهي الكفايات التي تمثل اتجاهها متزايد الأهمية في سوق العمل.

وبيّنت النتائج أنّ القيم المهنية الأساسية حاضرة بدرجة مرتفعة نسبياً، حيث بلغ حضور الدقة والمصداقية 80%، والمسؤولية المهنية 76.7%، والتحقق والخصوصية 60%، وأخلاقيات الإعلام الرقمي 53.3%، إلا أن حضور أخلاقيات الذكاء الاصطناعي والتحيز الخوارزمي لم يتجاوز 23.3%. ويكشف ذلك عن فجوة نوعية في الجانب الأخلاقي؛ فالمناهج تحافظ على القيم المهنية التقليدية، لكنها تحتاج إلى توسيعها لتشمل التحديات الأخلاقية التي أفرزتها تقنيات الذكاء الاصطناعي، بما في ذلك التحيز الخوارزمي وشفافية المحتوى المولد آلياً وخصوصية البيانات.

كما أظهرت النتائج كذلك أن تطوير البرنامج ينبغي أن يتجه نحو رؤية استشرافية متكاملة، تقوم على دمج الذكاء الاصطناعي في المقررات، وتعزيز صحافة البيانات وتحليل الجمهور، وتوسيع التدريب على الأدوات الذكية، وإدراج أخلاقيات الذكاء الاصطناعي ضمن البناء المهني، ومراجعة مخرجات التعلم في ضوء الكفايات المستقبلية لسوق العمل. ولا تقتضي هذه الرؤية إعادة بناء البرنامج من نقطة الصفر، وإنما تطوير بنيته الحالية بما يحافظ على جوانب القوة التي كشفت عنها النتائج، ويعالج جوانب الضعف والفجوات التي حددها التحليل.

وتتسق هذه النتائج مع منطلقات نظرية النظم الاجتماعية-التقنية التي تؤكد أن التحول لا يتحقق بمجرد إدخال التقنية، وإنما من خلال التكامل بين التكنولوجيا والإنسان والممارسة المهنية والقيم. كما تتفق مع نظرية رأس المال البشري في أن الفجوة بين الكفايات التي يوفرها التعليم والكفايات التي يحتاجها سوق العمل تمثل فجوة في إعداد رأس المال البشري الإعلامي. ومن ثم، فإن تطوير المناهج ينبغي أن ينظر إلى الذكاء الاصطناعي والبيانات والمهارات الرقمية المتقدمة والأخلاقيات بوصفها مكونات مترابطة، لا موضوعات منفصلة.

وتشير النتائج مجتمعة إلى أن البرنامج يمتلك قاعدة قوية في الإعلام الرقمي، لكنه يحتاج إلى تعميق انتقاله من الجاهزية الرقمية إلى الجاهزية الذكية. وتتمثل الأولوية في سد الفجوات التي أظهرها التحليل، وعلى رأسها الذكاء الاصطناعي والخوارزميات، وتحليل البيانات والجمهور، والتحقق الرقمي، وأخلاقيات الذكاء الاصطناعي. ويشكل هذا الانتقال أساساً ضرورياً لجعل التعليم الإعلامي أكثر قدرة على الاستجابة للتحولات التي يشهدها سوق العمل الإعلامي السعودي، وأكثر استعداداً للتغيرات المستقبلية في صناعة الإعلام.

وبذلك لا تتمثل القيمة الأساسية للدراسة في إثبات حضور التقنية داخل المناهج فحسب، وإنما في تحديد مستوى هذا الحضور والكشف عن مواضع القوة والفجوة بين التعليم الإعلامي ومتطلبات البيئة المهنية الذكية، بما يوفر أساساً علمياً لتطوير المناهج بصورة تدريجية ومستدامة، ويعزز قدرتها على إعداد خريجين يمتلكون المعرفة والمهارة والوعي الأخلاقي اللازم للعمل في إعلام يتغير بسرعة تحت تأثير الذكاء الاصطناعي والتحول الرقمي.

نتائج الدراسة:

في ضوء تحليل مقررات برنامج بكالوريوس الإعلام الرقمي بالجامعة السعودية الإلكترونية، ووفقاً لأسئلة الدراسة، توصلت الدراسة إلى النتائج الآتية:

1. أظهرت النتائج أن مستوى حضور المعارف والتقنيات المرتبطة بالتحول الذكي جاء متفاوتاً؛ إذ ارتفع حضور الإعلام الرقمي وتقنياته والمنصات الرقمية، بينما انخفض حضور الذكاء الاصطناعي والخوارزميات والأدوات التوليدية وتحليل البيانات. ويشير ذلك إلى أن المقررات تعكس مستوى متقدماً من التحول الرقمي، مع حاجة إلى تعزيز مكونات التحول الذكي.
2. كشفت النتائج عن ارتفاع حضور المهارات التطبيقية المرتبطة بإنتاج المحتوى الرقمي والتحرير والوسائط المتعددة وإدارة المنصات، مقابل انخفاض نسبي في مهارات التحقق الرقمي وتحليل الجمهور واستخدام أدوات الذكاء الاصطناعي وتحليل البيانات. ويعكس ذلك قوة الجانب التطبيقي التقليدي والرقمي، مقابل الحاجة إلى توسيع المهارات الذكية.
3. بينت النتائج وجود تفاوت بين مكونات المقررات ومتطلبات سوق العمل الإعلامي السعودي، وكانت الفجوة محدودة في إنتاج المحتوى الرقمي، واتسعت في التحقق الرقمي وتحليل البيانات والجمهور، وبلغت أعلى مستوياتها في الذكاء الاصطناعي والخوارزميات. ويكشف ذلك عن فجوة أساسية في الكفايات المرتبطة بالإعلام الذكي.
4. أوضحت النتائج أنّ القيم المهنية الأساسية، وفي مقدمتها الدقة والمصداقية والمسؤولية المهنية، تحظى بحضور مرتفع نسبياً، في حين كان حضور أخلاقيات الذكاء الاصطناعي والتحيز الخوارزمي أقل وضوحاً. ويشير ذلك إلى الحاجة إلى توسيع مفهوم الأخلاقيات الإعلامية ليشمل القضايا الأخلاقية المستحدثة في البيئة الذكية.
5. أظهرت النتائج أنّ تطوير المقررات يتطلب رؤية استشرافية تقوم على دمج الذكاء الاصطناعي وتحليل البيانات والتطبيقات الذكية والمهارات المهنية والأخلاقيات الرقمية في بنية البرنامج، مع تحديث مخرجات التعلم بصورة دورية وفقاً للتحولات المتوقعة في سوق العمل الإعلامي السعودي.

توصيات الدراسة:

في ضوء نتائج الدراسة، توصي الدراسة بما يأتي:

1. تحديث محتوى المقررات بإدماج الذكاء الاصطناعي، والخوارزميات، وتحليل البيانات، والأدوات التوليدية، مع تحديث 30% من توصيفات المقررات ذات الصلة خلال عام أكاديمي.

2. تعزيز الكفايات التطبيقية عبر تدريب الطلاب على أدوات الذكاء الاصطناعي، وصحافة البيانات، والتحقق الرقمي، وإدارة المحتوى الذكي، بمشاركة 70% منهم في مشروعات تطبيقية، واجتياز 80% تقويماً موحداً خلال عامين.
3. تطوير الإطار الأخلاقي للمناهج ليشمل الخصوصية، والتجيز الخوارزمي، وشفافية المحتوى المولد آلياً، والتحقق الرقمي، مع قياس التحسن باختبار قبلي وبعدي بنسبة لا تقل عن 20%.
4. مواءمة مخرجات التعلم مع سوق العمل السعودي من خلال مراجعتها كل عامين، والاستفادة من آراء ما لا يقل عن 20 جهة إعلامية وتقنية وأصحاب العمل والخريجين.
5. إنشاء آلية مؤسسية للاستشراف والتحديث عبر لجنة تصدر تقريراً سنوياً يتضمن خمسة اتجاهات مؤثرة وخطة لمعالجة 80% من الأولويات خلال العام الأكاديمي التالي.

المراجع:

- [1] الأحمد، ليلي. (2021). تعليم الإعلام الرقمي: الواقع والآفاق. دار الفكر العربي، القاهرة.
- [2] خالد، ريم. (2021). الذكاء الاصطناعي وتحديات التحرير الصحفي. دار النهضة العربية، القاهرة.
- [3] الخضير، أحمد. (2021). الإعلام الجديد والذكاء الاصطناعي: مقاربات معاصرة. القاهرة: دار الفكر العربي.
- [4] الديبسي، عبد الكريم علي. (2023). صحافة الذكاء الاصطناعي والتحديات المهنية والأخلاقية. مجلة الجامعة الإسلامية للبحوث الإنسانية، 31(3).
- [5] الدوسري، محمد. (2021). الذكاء الاصطناعي والتحول الرقمي في الإعلام. مجلة الاتصال والإعلام، العدد 12.
- [6] الزهراني، محمد. (2022). الذكاء الاصطناعي والتحول الرقمي في الإعلام السعودي. مجلة العلوم الإعلامية، 14(2).
- [7] سمية عبد الله السماعيل، عبد الحليم موسى يعقوب، توظيف الجدارات المهنية للقائم بالاتصال لتطوير العمل بغرف الأخبار الرقمية السعودية (دراسة ميدانية)، المجلة الدولية للعلوم التربوية والآداب، الإصدار 4، العدد 5، مايو 2025 (Vol. 4, No. 5, May 2025).
- [8] شرف الدين، علي. الذكاء الاصطناعي والإعلام الرقمي: التحولات والتحديات. القاهرة: دار الفكر العربي، 2022.
- [9] شلبي، ف. (2020). التعليم الإعلامي في ظل التحولات الرقمية. القاهرة: دار الفكر العربي.
- [10] الشمري، أ. (2020). التحولات الرقمية وأثرها على التعليم الإعلامي. مجلة الإعلام والاتصال، 15(2).
- [11] الشمري، مرتضى حسن علي. (2024). توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في العمل الصحفي وانعكاسه على الممارسة المهنية للصحفيين العراقيين. مجلة واسط للعلوم الإنسانية، 20(4).
- [12] عبد الحليم موسى يعقوب، محمد يحيى الصباطي، خوارزميات الذكاء الاصطناعي وتعزيز الوعي بالتنمية المستدامة دراسة مسحية لمدرجات طلاب وأعضاء هيئة التدريس في جامعتي الملك فيصل والإمام عبدالرحمن بن فيصل، مجلة جامعة أم درمان الإسلامية (م ج أ)، للعلوم الإنسانية والاجتماعية، مجلد 22 عدد 3 (2026).
- [13] عبد الحميد، محمد. (2021). صحافة البيانات بين النظرية والتطبيق. بيروت: المؤسسة الجامعية للدراسات.
- [14] عبد الله، محمد، والحري، علي. (2020). التعليم الإعلامي في عصر الذكاء الاصطناعي: نحو نموذج تكاملي. مجلة البحوث الإعلامية، 45(2).
- [15] عبدالحليم موسى، محمد يحيى الصباطي، المناهج الإعلامية بين متطلبات سوق العمل وتحولات صناعة الذكاء الاصطناعي دراسة استشرافية، مجلد 22 عدد 3 (2026): مجلة جامعة أم درمان الإسلامية (م ج أ)، للعلوم الإنسانية والاجتماعية (2).
- [16] عبدالغني، أحمد. (2022). أثر الذكاء الاصطناعي على مصداقية الإعلام العربي. مجلة الإعلام الرقمي، 10(1).
- [17] عبدالله صالح، عبد الحليم موسى، أطر المعالجة الصحفية لظاهرة التغير المناخي في ظل قضايا البيئة ومعالجتها في الصحف السعودية خلال 2022-2023: دراسة تحليلية على المحتوى الإعلامي في صحيفة الشرق الأوسط وصحيفة الوطن، المجلة العربية للإعلام والاتصال، الجمعية السعودية للإعلام والاتصال، 1446هـ، 39، n. Arabian Journal for Media & Communication, 2024.
- [18] العبدالله، نورة (2020). مبادرات الجامعات الخليجية لإدماج الذكاء الاصطناعي في التعليم الإعلامي. استهدفت هذه الدراسة تحليل السياسات التعليمية الخليجية، بالاعتماد على المنهج الوثائقي وتحليل محتوى الخطط الدراسية، وقد أوضحت النتائج إدراج بعض المقررات الرقمية التجريبية، مع استمرار غياب إطار مؤسسي شامل لتطبيق الذكاء الاصطناعي في التعليم.
- [19] العمري، سارة. (2022). التحرير الصحفي المؤتمت: مقارنة مهنية وأخلاقية". مجلة الإعلام العربي، العدد 15.
- [20] العمري، ع. (2022). الذكاء الاصطناعي والتحول الرقمي في التعليم الجامعي. الرياض: دار الجامعة.
- [21] الغريبي، خالد. المناهج الجامعية ورؤية 2030: نحو تعليم إعلامي ذكي. الرياض: جامعة الملك سعود، 2020.
- [22] الكندري، م. (2021). المهارات الإعلامية في عصر البيانات الضخمة. الكويت: مكتبة آفاق.
- [23] محمد بن يحيى الصباطي وعبد الحليم موسى يعقوب. توظيف العلاقات العامة لخوارزميات الذكاء الاصطناعي لتحليل مشاعر الجماهير تجاه الأندية السعودية في مواقع التواصل الاجتماعي، المجلة الدولية للعلوم التربوية والآداب في مايو 2025 (المجلد 4، العدد 5).
- [24] مكويل، دنيس. (2010). نظريات الإعلام والاتصال الجماهيري. ترجمة: كمال دانيال. القاهرة: عالم الكتب.
- [25] وزارة التعليم السعودية. (2021). برنامج تطوير التعليم الجامعي وفق رؤية المملكة 2030. الرياض: وزارة التعليم.

[26] Abdelraziz, Abdelhalim. (2023). The Use of Social Media Sites by Saudis and Its Relationship to the Perception of Social Values- Survey Study. Information Sciences Letters, 12(5), 2013-2022. aaru.edu.jo

[27] Bakir, V., & McStay, A. (2018). Fake News and the Economy of Emotions. Digital Journalism, 6 (2).

[28] Flew, T., & Wildman, S. The Impact of Digital Platforms on News and Journalism. Digital Journalism, 2020, 8(3), pp. 364–378.

[29] Kietzmann, J., Paschen, J., & Treen, E. (2020). Artificial Intelligence in Advertising and Media. Journal of Advertising Research.

[30] Marconi, F. (2020). Newsmakers: Artificial Intelligence and the Future of Journalism. Columbia University Press.

- [31] Mayer-Schönberger, V., & Cukier, K. (2013). *Big Data: A Revolution That Will Transform How We Live, Work, and Think*. Boston: Houghton Mifflin Harcourt.
- [32] McQuail, D. (2010). *McQuail's Mass Communication Theory* (6th ed.). London: Sage.
- [33] Murgia, M. (2019). *Artificial Intelligence in Newsrooms: Challenges and Opportunities*. London: Financial Times Publishing.
- [34] Napoli, P. (2021). *Social Media and the Public Interest: Media Regulation in the Disinformation Age*. Columbia University Press.
- [35] O'Neil, C. (2016). *Weapons of Math Destruction: How Big Data Increases Inequality and Threatens Democracy*. New York: Crown Publishing.
- [36] Pavlik, J. V. Journalism in the Age of Virtual Reality and Artificial Intelligence. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 2021, 98(1), pp. 60–81.
- [37] UNESCO. *Artificial Intelligence and the Future of Journalism*. Paris: UNESCO Publishing, 2021.
- [38] West, D. (2019). *The Future of Work: Robots, AI, and Automation*. Brookings Institution Press.
- [39] Westlund, O. (2019). Journalism in the Era of AI and Automation. *Digital Journalism*, 7(4). Russell, S., & Norvig, P. (2021). *Artificial Intelligence: A Modern Approach*. Pearson
- [40] Sumaih A. Alismail, Abdalhalim M. Y. Abdalrazig, The Use of Social Media Sites by Saudis and Its Relationship to the Perception of Social Values- Survey Study, *Inf. Sci. Lett.* 12, No. 5, 2013-2027 (2023)
- [41] Abdal halim M. Y. Abdalrazig , Alanoud A. Al-Melhem and Afraa M. Al-Dossary, Coverage of Food Security and Environmental Sustainability Issues in Saudi Arabia's Electronic Press, *Journal of Statistics Applications & Probability An International Journal*, J. Stat. Appl. Pro. 13, No. 1, 285-296 (1 Jan. 2024).
- [42] Abdalhalim Musa Yagoub Abdalrazig, The Role of News Coverage in Raising Health Awareness Content about the Corona Pandemic A Survey of the SPA Account on Twitter, Vol. 49 No. 5 (2022).
- [43] (DOI): <https://doi.org/10.59992/IJESA.2025.v4n5p17>
- [44] Sumaih A. Alismail, Abdalhalim M. Y. Abdalrazig, The Use of Social Media Sites by Saudis and Its Relationship to the Perception of Social Values- Survey Study, *Inf. Sci. Lett.* 12, No. 5, 2013-2027 (2023). <https://digitalcommons.aaru.edu.jo/isl/vol12/iss5/>
- [45] Abdal halim M. Y. Abdalrazig , Alanoud A. Al-Melhem and Afraa M. Al-Dossary, Coverage of Food Security and Environmental Sustainability Issues in Saudi Arabia's Electronic Press, *Journal of Statistics Applications & Probability An International Journal*, J. Stat. Appl. Pro. 13, No. 1, 285-296 (1 Jan. 2024). DOI: <https://doi.org/10.35516/hum.v49i5.2892>
- [46] Abdalhalim Musa Yagoub Abdalrazig, The Role of News Coverage in Raising Health Awareness Content about the Corona Pandemic A Survey of the SPA Account on Twitter, Vol. 49 No. 5 (2022)
- [47] <https://dsr.ju.edu.jo/djournals/index.php/Hum/article/view/2892>
- [48] Marconi, Francesco (2020). *Newsmakers: Artificial Intelligence and the Future of Journalism*.
- [49] Becker, G. S. (1964). *Human capital: A theoretical and empirical analysis, with special reference to education*. University of Chicago Press.
- [50] Hickerson, A. (2025). Algorithmic turn in journalistic competencies and journalism education. In A. Sarisakaloğlu & M. Löffelholz (Eds.), *The handbook of artificial intelligence and journalism*. Wiley. <https://doi.org/10.1002/9781394250424.ch12>
- [51] Jiang, S., & Rafeeq, A. (2026). Journalism education in the age of AI: Asia's academic shift. *Journalism & Mass Communication Educator*, 81(1). <https://doi.org/10.1177/10776958251379563>
- [52] Muringa, T. P. (2026). Learning and unlearning: Emerging journalistic competencies in the age of artificial intelligence: A systematic review. *Journal Media*, 7(3), 192. <https://doi.org/10.3390/journalmedia7030192>
- [53] Pavlik, J. V. (2024). Professional competencies for journalism in the fourth industrial revolution. In *Journalism, digital media and the fourth industrial revolution*. Springer. https://doi.org/10.1007/978-3-031-63153-5_19
- [54] UNESCO. (2021). *Recommendation on the ethics of artificial intelligence*. UNESCO.
- [55] UNESCO. (2023). *Reporting on artificial intelligence: A handbook for journalism educators*. UNESCO. <https://doi.org/10.58338/HSMK8605>
- [56] Abdal halim M. Y. Abdalrazig , Alanoud A. Al-Melhem and Afraa M. Al-Dossary, (2024), Coverage of Food Security and Environmental Sustainability Issues in Saudi Arabia's Electronic Press, *Journal of Statistics Applications & Probability An International Journal*, J. Stat. Appl. Pro. 13, No. 1, 285-296 (1 Jan. 2024). <https://www.naturalspublishing.com/files/published/3r11g8ix547144>.
- [57] Sumaih A. Alismail, Abdalhalim M. Y. Abdalrazig (may2023), The Use of Social Media Sites by Saudis and Its Relationship to the Perception of Social Values- Survey Study, Vol. 12 > No. 5, *Information Sciences Letters, USA*.
- [58] Abdal Halim Mousa Yagub Abdalrazig, Omer Elsheikh Hago Elmahd , ALOTAIBI, ABDULLAH (2026). Leveraging Artificial Intelligence Applications to Enhance Awareness of Sustainable Development Goals in Saudi Arabia: An Applied Study, *Frontiers in Computer Science and Artificial Intelligence*, AI-Kindi Center for Research and Development, (V-5), Issue-6.