

آليات التحيين المعرفي للتكوين الإعلامي بالجزائر في ظل استخدام الذكاء الاصطناعي:

دراسة في مساعي ومقترحات عينة من أساتذة حقل الإعلام والاتصال

Mechanisms for Cognitive Updating of Media Training in Algeria in Light of the Use of Artificial Intelligence

A study on the efforts and proposals of a sample of media and communication professors

مكيري مالمية*¹

¹ جامعة الجليلي بونعامة-خميس مليانة (الجزائر). m.mekkerri@univ-dbkm.dz

تاريخ النشر: 2024/06/13

تاريخ قبول النشر: 2024/05/10

تاريخ الإستلام: 2024/01/29

ملخص:

تهدف هذه الورقة البحثية إلى استكشاف جهود ومقترحات عينة من أساتذة حقل الإعلام والاتصال لتحيين الجانب المعرفي للتكوين الإعلامي بالجزائر في ظل استخدام الذكاء الاصطناعي، لاسيما وأن صناعة الإعلام الجزائري ستتجه لا مفر نحو استخدام تطبيقاته المختلفة، ما يتطلب تكييف التكوين الإعلامي الأكاديمي مع هذه المتطلبات التقنية.

ولإجراء الدراسة تم إعتداد المقابلة كأداة أساسية لجمع المعلومات ميدانيا، حيث صيغت في شكل دليل تضمن مجموعة من الأسئلة وُجّهت لعينة من أساتذة الاعلام والاتصال اختيروا بناءً على خبراتهم واختصاصهم في مجال الاعلام، وتوصلت الدراسة إلى عدة مقترحات قدمها الأساتذة أهمها: إدراج تخصصات جديدة في التكوين الإعلامي الأكاديمي تتوافق مع البيئة الإعلامية الرقمية الجديدة، مثل "صحافة الذكاء الاصطناعي" أو "صحافة الروبوت" في المستويين الليسانس والماستر، كما تم اقتراح توظيف أساتذة متخصصين في الذكاء الاصطناعي لمساعدة الطلاب على اكتساب مهارات استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي في صناعة الإعلام.

الكلمات المفتاحية: التكوين الإعلامي؛ الصناعة الإعلامية؛ الذكاء الاصطناعي؛ صحافة الروبوت؛ تحيين.

Abstract:

This research paper aimed at exploring the proposals of media and communication sciences professors to update the cognitive aspect of media training in Algeria in light of the use of artificial intelligence, especially since the Algerian media industry is undoubtedly moving towards the use of artificial intelligence applications.

The results obtained from analyzing the sample members' answers to the questions included in the interview, which was adopted as the main tool for collecting data. We found that their most important proposals revolved around integrating new specializations in media education that are compatible with the requirements of the new digital media environment, such as "Artificial Intelligence Journalism." Or "Robot Journalism" at the bachelor's and master's levels. In addition, it has been suggested to employ specialized AI teachers to help students in the field of media and communication acquire skills in using AI applications in the media industry.

Keywords: Media education; Media industry; Artificial intelligence; Robot journalism; Updating.

1. مقدمة:

أحدث الذكاء الاصطناعي تطورات جلية في مجال صناعة الإعلام نتيجة تزايد الاعتماد على تطبيقاته المختلفة والتي قدمت للمؤسسات الإعلامية أدوات تقنية لها مزايا عديدة كتتحقيق السرعة في عملية إنتاج المواد الإعلامية ونشرها بشكل أني وبصفة دورية ومستمرة، فضلا عن ظهور "صحافة الروبوت" الخالصة القائمة على الألة في صناعة المادة الإعلامية دون تدخل بشري، حيث يتولى روبوت متخصص عملية إعداد وإنتاج المواد الإخبارية وإذاعتها ونشرها عبر الشاشات المرئية مخاطبا الجمهور شأنه شأن الصحفي الواقعي.

وصناعة الإعلام الجزائري لا مفر لها من إستخدام تطبيقات الذكاء الإصطناعي وهو واقع ينبغي التعامل معه ويفرض ضرورة الإعداد العلي الأكاديمي والتكوين المهني وتحيينه لكل من الصحفيين الممتهين للإعلام في الميدان فعليا، وأيضا للطلبة الذين يدرسون تخصص علوم الإعلام والإتصال تحسبا لتخرجهم كصحفيين مستقبلا، وذلك بُغية ضمان إعدادهم معرفيا وأكاديميا لتأدية وممارسة مهنة الاعلام بما يتوافق مع المتغيرات المختلفة التي تشهدها البيئة الاتصالية والتكنولوجية بالأخص في ظل التوجه نحو توسع إستخدام الذكاء الإصطناعي لاسيما في مجال صناعة الإعلام.

من هذا المنطلق، نجد العديد من أساتذة الإعلام يحاولون جاهدين تحيين معارف الطلبة بهذا الخصوص سواء عبر توسيع قراءاتهم الشخصية (أي الأساتذة) لمختلف الدراسات البحثية في مجال "الذكاء الإصطناعي" و"صحافة الروبوت" لإفادة الطلبة بمخرجاتها، أو من خلال إقتراح تخصصات بمقاييس جديدة تتوافق مع البيئة الرقمية الإعلامية الجديدة، موازاة مع تخصيص تربصات ميدانية للطلبة، وغيرها من المقترحات والمسااعي التي من شأنها العمل على تحيين وتكبيف الجانب المعرفي للتكوين الإعلامي بالجزائر في ظل إستخدام الذكاء الإصطناعي في صناعة الإعلام، وهو ما تحاول هذه الدراسة الكشف عنه عبر إستقصاء آراء عينة من أساتذة علوم الإعلام والإتصال تم إختيارهم بناء على خبرتهم وتخصصهم في مجال تدريس علوم الإعلام والإتصال في جامعات وطنية مختلفة.

وعليه يتمحور التساؤل الأساسي على النحو التالي: فيما تتمثل مساعي ومقترحات أساتذة حقل علوم الإعلام والإتصال لتحيين الجانب المعرفي للتكوين الإعلامي بالجزائر في ظل إستخدام الذكاء الإصطناعي وما هي أليات تجسيدها على أرض الواقع؟

وتندرج في طي هذا السؤال الرئيس التساؤلات الفرعية التالية:

- 1- ما المقصود بالذكاء الإصطناعي وما هي تطبيقات إستخدامه في الصناعة الإعلامية؟
- 2- ما هي متطلبات تحيين التكوين الإعلامي بالجامعات الجزائرية في ظل تطور صحافة الروبوت من وجهة نظر أساتذة علوم الإعلام والإتصال عينة البحث؟
- 3- هل يعتبر الذكاء الإصطناعي مجرد تقنية يكفي تعريف الطالب بها وبإستخداماتها في مجال الصناعة الإعلامية؟ أم أن الأمر يتطلب إدراج تخصصات أكاديمية معرفية جديدة لتدريسها للطلبة في مجال الإعلام؟
- 4- كيف يمكن للأساتذة المبحوثين المساهمة في تكبيف الجانب المعرفي للتكوين الأكاديمي الإعلامي في البيئة الإعلامية الرقمية الحالية المتسمة بتوظيف الذكاء الإصطناعي؟

2. ضبط مفاهيم ومصطلحات الدراسة:

أ. التكوين الأكاديمي:

يقصد به التحصيل العلمي في الأكاديميات أي في معاهد التعليم العالي والكليات المتخصصة المنتشرة في الإطار الجامعي أو خارجه، كما يقصد به تحصيل المهارات والقدرات المعرفية العالية، كما يعني التكوين المهني الذي يسمح بالاستفادة من مضامين هذه المعارف بشكل خلاق، وعليه فالتكوين الأكاديمي الإعلامي هو المعارف النظرية والتطبيقية التي يتلقاها الفرد في المعاهد والكليات ومؤسسات التعليم العالي المتخصصة في علوم الإعلام والاتصال من معاهد وكليات وأقسام (العابد، 2018، الصفحات 38-39).

كما يعرف التكوين على أنه إعداد الشخص للإستخدام أو الترقى في أي فرع من فروع النشاط ومساعدته في الإفادة من قدراته حتى يحقق لنفسه وللمجتمع أكثر من مزايا، كما يُشار بالتكوين إلى ذلك الفعل البيداغوجي الذي يُكتسب ويُبنى وليس مجرد تسجيل للمعلومات أو مجرد تعليم لعادات معينة، فالتكوين ينبغي أن يسعى إلى البناء وإلى تحليل المواقف البيداغوجية وإلى توضيح المكتسب المعرفي وإملاك المهارات والكفاءات البيداغوجية مع إمكان إستثمارها من جديد في التكوين وتحليل المواقف البيداغوجية المتلقاة بقدر الإمكان (العابد، 2018، الصفحات 33-34).

ويقصد بالتكوين في دراستنا التكوين الذي يتلقاه الطالب الجامعي في تخصص علوم الإعلام والاتصال سواء على مستوى الجامعات أو المعاهد وكليات وأقسام متخصصة في علوم الإعلام والاتصال، حيث يتلقون تكويننا في هذا المجال وهو ما يطلق على تسميته بـ "التكوين الأكاديمي الإعلامي" فما المقصود به؟

ب. التكوين الأكاديمي الإعلامي:

يمكن تعريف التكوين الإعلامي الأكاديمي بأنه تكوين متخصص يتطلب تدريس أو تعليم إعلامي قائم على طرق وأساليب نظرية وعملية ومناهج مواكبة للتغيرات الحاصلة، إضافة إلى الاهتمام بالتدريب العملي للطالب بأشكاله المختلفة داخل الجامعة وخارجه بالتنسيق مع المؤسسات الإعلامية، من أجل إعداد كفاءات إعلامية مؤهلة معرفيا وعمليا ومهنية، ومنه فمفهوم التكوين الإعلامي يتضمن بعدين هما: عملية التدريس والتدريب لطلبة علوم الإعلام والاتصال في الجامعة من أجل تأهيلهم لممارسة العمل الإعلامي بكفاءة وفعالية (حدادي، 2018، صفحة 376).

وعليه يمكن القول بأن التكوين الأكاديمي الإعلامي هو تلك المعارف والأسس النظرية التي تُلقن للطالب الجامعي في تخصص علوم الإعلام والاتصال مع ضرورة مرافقتها بتربصات ودورات تطبيقية من أجل إعداده للعمل المهني الميداني.

ج. الذكاء الإصطناعي:

هناك العديد من التعاريف التي تناولت مفهوم الذكاء الإصطناعي نوضح بعضها على النحو التالي:

يعرف الباحث "كورزوال" (kurzweil) الذكاء الاصطناعي بأنه "فن تصنيع آلات قادرة على القيام بعمليات تتطلب الذكاء عندما يقوم بها الإنسان" (خالد، 2022، صفحة 142).

ويرى "أيان ريتش" أن الذكاء الإصطناعي هو ذلك العلم الذي يبحث في كيفية جعل الحاسوب يؤدي الأعمال التي يؤديها البشر بطريقة أقل منهم (معمرى وبوشقورة، 2023، صفحة 84).

كما يُعرّف الذكاء الاصطناعي على أنه مجموعة من التقنيات والأنظمة التي تُمكن الآلة من تنفيذ مهام تتطلب تفكيرًا وتحليلًا شبيهين بالذكاء البشري (محمود، 2020، صفحة 183).

ويعرف أيضا على أنه محاكاة لذكاء الإنسان وفهم طبيعته عن طريق عمل برامج للحاسب الآلي قادرة على محاكاة السلوك الإنساني المتسم بالذكاء (جبيل و لخضاري، 2023، صفحة 345).

مما سبق يمكن القول أن الذكاء الإصطناعي هو تلك الأنظمة التقنية التي تعتمد على محاكاة العقل البشري مما يمكنها من القيام ببعض أعمال الإنسان بدقة وسرعة أكثر منه، كما يشار به إلى ذلك الذكاء الذي يصنعه أو يصطنعه الإنسان في الآلة أو الحاسوب، أو الذكاء الذي يصدر عن الإنسان بالأصل ثم يمنحه للآلة أو للحاسوب.

ومن بين المجالات التي تستخدم فيها تقنيات الذكاء الإصطناعي مجال الإعلامي، فظهر مصطلح الذكاء الإصطناعي الإعلامي فما المقصود به؟

د. الذكاء الإصطناعي الإعلامي:

نتج عن الإستعانة بتقنيات الذكاء الاصطناعي في مجال الإعلام ظهور ما يسمى بـ"صحافة الذكاء الإصطناعي" أو "صحافة الروبوت" أو "صحافة الخوارزميات"، ويشار بها إلى تلك الصحافة التي تعتمد على جمع وتصنيف المعلومات وكتابتها في شكل أخبار وتقارير إخبارية كاملة بطريقة آلية، يتم الاستغناء فيها عن التدخل البشري المعروف خلال عملية جمع الأخبار وتحريرها... وتعني الإنشاء التلقائي للنصوص من البيئة الرقمية من خلال برمجيات حاسوبية، إذ ظهرت هذه التقنية لأول مرة في عام 1950 كجزء من الجهود التي بُذلت في مجال الترجمة الآلية، وقد توسع مجال هذه التقنية من حيث الاستخدام ليشمل مهمات أخرى من بينها استخدامها بشكل متسارع في أتمتة مهام روتينية داخل المؤسسة الإعلامية... وأول روبوت صحافي تم تصميمه هو "Narrative Science" (الصريرة، 2018).

ومن مزايا استخدام الذكاء الاصطناعي في الإعلام يذكر: (محمد، 2023).

- الكفاءة: يمكن للذكاء الاصطناعي معالجة وتحليل كميات هائلة من البيانات مما يساعد الصحفيين على جمع المعلومات وإنشاء التقارير في وقت قصير.

- تدقيق المعلومات: يمكن لأدوات التحقق من الحقائق التي تعمل بالذكاء الاصطناعي التحقق بسرعة من دقة المعلومات وتحديد المعلومات الخاطئة المحتملة أو الأخبار المزيفة، مما يؤدي إلى تحسين موثوقية الصحافة.

- معرفة الجمهور: حيث يمكن لأدوات الذكاء الاصطناعي تحليل سلوك الجمهور وتفضيلاته، وتمكين الصحفيين من إنشاء محتوى يكون له صدى أفضل مع القراء المستهدفين.

فمن مجالات استخدام الذكاء الاصطناعي في الصناعة الإعلامية: استخراج البيانات، وتحسين طرق البحث، والتنبؤ بالموضوعات، والتفاعل مع تعليقات الجمهور، ومكافحة الأخبار المزيفة، وكتابة النصوص الإخبارية بشكل كامل، وذلك بهدف توفير أدوات أكثر ذكاء وسرعة في نقل الخبر إلى المتلقي، وتفاعل الجمهور بسهولة ويسر، وقد أدى ذلك إلى ظهور بعض المفاهيم المستحدثة، مثل صحافة الروبوت، وتوليد اللغة الطبيعية، والخوارزميات، وغيرها (فرجاني، 2023).

في المقابل يخلق استخدام الذكاء الإصطناعي في مجال الإعلام سلبيات منها: (الذكاء الإصطناعي في الإعلام: الاتفاقيات الدولية ودور الصحفيين في ظل تطور أدوات الذكاء الإصطناعي، 2023)

1. تهديد الوظائف: قد يؤدي استخدام الذكاء الاصطناعي في الإعلام والصحافة إلى تقليص الحاجة إلى العمالة البشرية، وذلك من خلال استبدال بعض الوظائف الإعلامية والصحافية بتقنيات الذكاء الاصطناعي.
 2. التأثير على الحيادية الإعلامية: من خلال تحليل البيانات وتوجيه المحتوى وفقاً لتفضيلات الجمهور، مما يمكن أن يؤدي إلى تعزيز الآراء المتشابهة وتقليل التنوع الإعلامي.
 3. خطورة تداول الأخبار الكاذبة والمضللة مما قد يؤثر على مصداقية وثقة الجمهور بالإعلام والصحافة.
 5. حقوق النشر والملكية الفكرية: قد تستخدم أدوات الذكاء الاصطناعي قواعد البيانات المحمية بحقوق الطبع والنشر من دون إذن أصحابها.
 4. الخصوصية والأمان: قد يؤدي استخدام الذكاء الاصطناعي في الإعلام والصحافة إلى تهديد الخصوصية والأمن الإلكتروني، حيث يمكن أن يتم جمع وتحليل البيانات الشخصية للمستخدمين دون علمهم أو موافقتهم، مما يشكل تهديداً لخصوصيتهم وأمنهم الإلكتروني.
- هذه أهم المفاهيم المتعلقة بالذكاء الاصطناعي الإعلامي حاولنا تقديمها في شكل عموميات.

3. الإجراءات المنهجية للدراسة:

أ. أهداف الدراسة:

تهدف هذه الدراسة إلى:

- تحديد ماهية التكوين الأكاديمي الإعلامي.
- إستشفاف ماهية الذكاء الاصطناعي الإعلامي أو ما يسمى بصحافة الروبوت.
- معرفة آليات التحيين المعرفي للتكوين الإعلامي بالجزائر في ظل إستخدام الذكاء الاصطناعي من وجهة نظر أساتذة علوم الإعلام والاتصال.
- دراسة مساعي ومقترحات أساتذة حقل الإعلام والاتصال بخصوص كيفية تحقيق التوافق بين البيئة الإعلامية الرقمية الحديثة وبرامج التكوين الأكاديمي في تخصص الإعلام والاتصال.
- محاولة تقديم مقترحات من شأنها المساهمة في تحيين للتكوين الإعلامي بالجزائر في ظل إستخدام الذكاء الاصطناعي.

ب. مجتمع البحث وعينة الدراسة:

يتمثل مجتمع البحث في هذه الدراسة في أساتذة علوم الإعلام والاتصال من مختلف الجامعات الجزائرية، كونهم يشكلون الشريحة الأساسية التي لها إحتكاك بواقع التكوين الأكاديمي الإعلامي بمختلف تخصصاتها، وعلى إطلاع بالتطورات الحاصلة في هذا المجال سواء في شقه الأكاديمي المعرفي أو الميداني وما تشهده الساحة الإعلامية من مستجدات تكنولوجية متنامية أحدثتها "صحافة الروبوت" كأخر مستجد شهدته الساحة التكنولوجية والتقنية المترتبة عن إستخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي في الصناعة الإعلامية.

أما عن عينة الدراسة المختارة فقد تمثلت في "العينة المتاحة" التي تعرف على أنها تلك العينة التي يقوم فيها الباحث بإختيار الحالات التي تصادفه أو الذين تتاح له مقابلتهم، أي يحاول فيها الباحث الحصول على عينة من

المبحوثين الذين تعنيهم المشكلة موضع الدراسة بغض النظر عن نسبة تواجدهم في المجتمع الكلي (الطائي و أبو بكر، 2007، صفحة 215).

حيث قمنا بإختيار عينة مشكلة من أساتذة علوم الإعلام والإتصال الذين تجمعنا بهم روابط تواصل مهنية وأكاديمية، تم إختيارهم على أساس خبراتهم وتخصصهم في مجال التدريس والتكوين الإعلامي، وقدر حجم العينة النهائي لهذه الدراسة ب6 مفردات، حيث حاولنا الحصول على عينة بحثية الذين تعنيهم المشكلة موضع الدراسة بغض النظر عن نسبة تواجدهم في المجتمع الكلي.

ج. منهج الدراسة وأدواته:

- منهج الدراسة: إعتدنا في دراستنا على المنهج المسحي بوصفه "جهدا علميا منظما للحصول على بيانات ومعلومات وأوصاف عن الظاهرة أو مجموعة الظواهر موضوع البحث (قنديلي، 2008، صفحة 99) يسمح بالحصول على "معلومات واقعية تصور الواقع الإجتماعي خلال فترة زمنية محددة، يمكن فيما بعد تحليلها (المعلومات) وتفسيرها ومن ثم الخروج بإستنتاجات منها (قنديلي، 2008، صفحة 100)، حيث هو منهج قائم على تصوير الظاهرة وتحليلها وتفسيرها في إطار وضعها الراهن وضمن ظروفها الطبيعية غير المصطنعة من خلال جمع البيانات والمعلومات المحققة لذلك، فهو لا يقف عند مجرد الوصف الظاهري للمشكلة موضع الدراسة بل يحاول أن يتعرف عليها من حيث العوامل المكونة لها والعلاقات السائدة بينها كما هي في الحيز الواقعي، وبلورة الحلول التي تتمثل في التوصيات والمقترحات التي يسوقها الباحث.

- أداة الدراسة: إعتدنا في دراستنا على أداة المقابلة والتي تعرف على أنها "عبارة عن تفاعل لفظي يتم عن طريق موقف مواجهة يجادل فيه شخص قائم بالمقابلة لكي يستشير معلومات وآراء أو معتقدات شخص آخر أو للحصول على بيانات بموضوعية، وتستخدم المقابلة في مختلف البحوث الاستطلاعية والوصفية والتجريبية"، كما تعد المقابلة محادثة أو حوار بين الباحث من جهة وشخص أو شخص آخر من جهة أخرى بغرض الوصول الى معلومات تعكس حقائق أو مواقف محددة، يحتاج الباحث الوصول إليها بضوء أهداف بحثه (المحمودي، 2015، صفحة 141).

أما عن نوع المقابلة التي اعتمدنا عليها في دراستنا فكانت "المقابلة المقننة أو الموجهة" كما يطلق عليها تسمية "المقابلة المركبة" ومن ميزات أن الباحث لا يجد صعوبة في تسجيل الملاحظات أثناء عملية المقابلة نظرا لان الإجابات محددة (سعد، بلا تاريخ)، هدفها الحصول على معلومات معينة وفق نموذج مقرر سلفا والأشخاص الذين تجري مقابلتهم على هذا النحو يجيبون جميعا على أسئلة متشابهة (محمد العبيدي و محمد العبيدي، 2010، صفحة 111)، إذ يستعين الباحث هنا بدليل المقابلة يتضمن مجموعة من الأسئلة، وتصبح هنا المقابلة شبيهة بأداة الاستمارة تتضمن مزيجا من الأسئلة المفتوحة والمغلقة.

وقد تم إعداد دليل المقابلة متضمنا 6 أسئلة جمعت بين الأسئلة المفتوحة التي تكون فيها إجابات المبحوث محددة مسبقا بإختيارات معينة، وأسئلة مفتوحة التي يترك فيها للمبحوث حرية الإجابة بدون تقييد، وقد إستهدفت هذه الأسئلة التعرف على رأي الأساتذة المبحوثين بخصوص برامج التكوين الإعلامي الجزائري ومدى ملائمتها للمستجدات التي طرحها إستخدام الذكاء الإصطناعي في مجال الصناعة الإعلامية والتي ترجمت بظهور "صحافة الروبوت" أو "صحافة الذكاء الإصطناعي"، مع إستكشاف مقترحاتهم لتحسين برامج التكوين الإعلامي في ظل هذا الرافد الجديد (أنظر دليل المقابلة المرفق كملحق في الصفحة 13).

وقد تم إرسال دليل المقابلة إلى عينة من مجموعة من أساتذة علوم الإعلام والإتصال المتاحين للتواصل معهم وذلك عبر "تطبيق الميسنجر" دون تحديد جامعة الإنتساب بشرط أن يكونوا من مدرسي تخصص الإعلام والإتصال، وقد عدد الأساتذة الذين قاموا بالإجابة على الأسئلة بـ 6 أساتذة.

4. تحليل نتائج الدراسة:

أ. التحليل الكيفي لنتائج المقابلة:

بعد إستلام ردود وإجابات المبحوثين حول الأسئلة المتضمنة في دليل المقابلة الذي وجه إليهم إلكترونيا عبر تطبيق الميسنجر، تحصلنا على جملة من الإجابات عملنا على تصنيفها وتبويبها وكذا تحليلها على النحو التالي:

✓ فيما يتعلق بمدى إهتمام الأساتذة المبحوثين بمواضيع الذكاء الإصطناعي وهل يرون ضرورة لتوسيع إهتماماتهم بها، تبين أن جلهم (بما يوافق 6 أساتذة عينة البحث) لديهم ميولات شخصية نحو البحوث والدراسات حول هذا الموضوع، لأنه أصبح واقع يفرض نفسه في مختلف مجالات الحياة المهنية وأضحى أداة رئيسية وجزء لا يتجزأ منها في العديد من البلدان المتقدمة، والجزائر ليست بمنأى عن هذه التطورات التقنية، وهو الأمر الذي يتطلب -حسب المبحوثين- التعرف على هذه التقنية الجديدة ومجالات إستخداماتها وكذا إنعكاساتها، وضرورة الإطلاع على مختلف الأدبيات البحثية التي تناولته بالدراسة والبحث.

بل ويرون أنه بات من الضروري الاهتمام بهاته النوعية من البحوث والمعارف المتعلقة بتطبيقات الذكاء الإصطناعي خاصة ما تعلق منها بإنعكاسات إستخدامه في مجال الصناعة الإعلامية التي تشهد تغيرات في المفاهيم والأسس والذي أحد مظاهره ظهور "صحافة الـ ريبوت" وما أفرزته من مفاهيم جديدة منها: مفهوم الواقع المعزز، الميتافيرس،... إلخ، ما يتطلب تحيين المعارف البحثية للأستاذ الباحث حول هذا الرافد الجديد والجوانب التي يثيرها كمواضيع بحثية في مجال الدراسات الإعلامية الإتصالية.

وبالفعل، فالواقع يثبت أنه كلما ظهرت وسيلة أو تقنية أو تكنولوجيا جديدة تطلب الأمر إجراء دراسات حولها وحول إنعكاساتها على الصناعة الإعلامية بمختلف مراحل سيرورتها وعلى الفاعلين في عملية إنتاجها من: مرسل، رسالة، وسيلة، الأثر، والجمهور، وذلك لمعرفة التغيرات التي حدثت في هذه المفاهيم، فعلى سبيل المثال نشير إلى أن ظهور "صحافة الموبايل" و"الإعلام البديل" وكذا "صحافة المواطن" وما فرضته من تغيير في مفاهيم ومجريات الصناعة الإعلامية، تمخض عنه إعادة تأسيس بعض المفاهيم في مجال البحث العلمي ما تطلب وإستلزم أن يكون الأستاذ الباحث على إطلاع عليها حتى لا يكون بعيدا عن الواقع الذي فرضته في مجال إنتاج المواد الإعلامية وكذا البحث العلمي الإعلامي.

وهذا التطور التقني نجد أنه قد واكبه تحيين في مقررات ومناهج التكوين الإعلامي على المستوى العالمي، وكذا على المستوى الوطني إذ تم تحيين برامج التكوين الإعلامي بالجزائر بإدراج مقاييس تتوافق مع هذه التغيرات مثل: مقياس تكنولوجيايات الإعلام والإتصال، مقياس مجتمع المعلومات، مقياس الصحافة الإلكترونية... إلخ.

كما تم تحيين نوعية المناهج البحثية في دراسة الظواهر الإعلامية إذ تحول الإهتمام إلى إعتداد المناهج الكيفية كالمنهج الإثنوغرافي، وإعتداد العينات البؤرية، وإستخدام الأدوات البحثية الإلكترونية، برامج الإحصاء... وغيرها.

وعليه نرى أن الأستاذ الباحث مُطالب أن يكون على إطلاع دائم بمستجدات الساحة البحثية من مختلف العلوم ذات الصلة بالإعلام والإتصال حتى لا يبقى حبيس الأفكار التقليدية المرتبطة بخلاصة الأبحاث التي أجريت على وسائل الإعلام التقليدية والظواهر الإتصالية والإعلامية المتصلة بها، بالأخص ونحن نشهد تناميا متسارعا في تحول معظم المؤسسات الإعلامية خاصة العالمية نحو إعتداد تقنيات الذكاء الإصطناعي في ممارسة مهامها، ترتبت عنه تغيرات في

الصناعة الإعلامية كما وكيفا: على مستوى إنتاج المضامين والمواد الإعلامية ونشرها من جهة، وفي أساليب تعامل وتجاوب المستخدمين معها من جهة أخرى.

✓ بخصوص آراء الأساتذة المبحوثين حول المناهج والمقررات الدراسية التي يتلقاها الطالب في مجال الإعلام والاتصال في الوقت الحالي، يرون بالإجماع أنها لا تزال يسودها نوع من القصور في مواكبة التطورات الحاصلة في مجال التكوين الإعلامي، رغم الإجهادات والجهود التي تُبذل في سبيل تحيينها من قبل الجهات المسؤولة، فعلى سبيل المثال كما تمت الإشارة إليه سابقا، فإن ظهور "صحافة الموبايل" و"المواطنة" و"أكبه تحيين في مقررات ومناهج التكوين الإعلامي على المستوى الوطني، إذ تم تحيين برامج التكوين الإعلامي بالجزائر عبر إدراج مقاييس تتوافق مع هذه التغيرات مثل: مقياس تكنولوجيايات الإعلام والاتصال، مقياس مجتمع المعلومات، مقياس الصحافة الإلكترونية...إلخ.

أيضا تمت مواكبة هذه التغيرات عبر إنشاء هياكل في جامعات وكليات الإعلام والاتصال بمعظم الجامعات الجزائرية لمحاولة تقريب الجانب الميداني لمهنة الإعلام للطلبة، على سبيل المثال تدعمت جامعة خميس مليانة بأستديو خاص بإعداد البرامج الإذاعية، ونفس الشيء بالنسبة لجامعة الجزائر 3 والمدرسة العليا للصحافة والإعلام، كما تم تسجيل تحول في المناهج البحثية المعتمدة من قبل الباحثين والطلبة في دراسة الظواهر الإعلامي والاتصالية كما سبقت الإشارة إليها في العنصر السابق.

لكن في المقابل يرى المبحوثين أن إجهاد الأستاذ يبقى عامل أساسي ومهم في المساهمة في تحيين معارف الطلبة في مجال الإعلام والاتصال لاسيما في ظل عصر الذكاء الإصطناعي وإستخداماته في مجال الإعلام، لأن تحيين المقررات الدراسية قد يتطلب وقتا ليتم تجسيده فعليا عبر أرض الواقع لإرتباط ذلك بإجراءات إدارية وقانونية، في حين أن الأستاذ من خلال إحتكاكه بالطلبة يمكن له أن يقدم لهم شروحات بخصوص مستجدات الساحة البحثية في مجال الإعلام وكذا تقنيات وتكنولوجيايات المعلوماتية والرقمية التي تستخدم في الصناعة الإعلامية، بناء على قراءته البحثية الشخصية وتوسيعها.

✓ إذ تبين حسب إجابات المبحوثين أن الأستاذ يمكن أن يساهم في تحيين معارف الطلبة في مجال الاعلام والاتصال في ظل تنامي إستخدام الذكاء الإصطناعي في الصناعة الإعلامية من خلال:

- العمل على توسيع القراءات الشخصية للأستاذ الباحث في مجال الدراسات الإعلامية والاتصالية سواء تلك التي تُجرى على المستوى العالمي الغربي والعربي على حد السواء، دون إهمال الدراسات التي تُجرى على المستوى الوطني فهي لا تقل أهمية عن الدراسات الأخرى بل بالعكس هي تعتبر أكثر أهمية كونها تدرس الواقع والظواهر الإعلامية والاتصالية بالجزائر.

- حث الطلبة على الإطلاع على البحوث والأدبيات التي تتناول مواضيع الإعلام والاتصال وما يرتبط بها من مواضيع فرعية ذات صلة بالفروع العلمية الأخرى: الاجتماعية، النفسية والإقتصادية وكذا التقنية...وغيرها، الأمر الذي من شأنه مساعدتهم على تكوين أفكار يمكن أن تتحول في نهاية تكوينهم الأكاديمي إلى مواضيع لمذكرات وأطروحات يمكن دراستها وتمتع بأصالة الموضوع وحدثته، وتقربهم من الواقع الإعلامي المهني الميداني.

- إرفاق البرامج النظرية للتكوين الإعلامي الأكاديمي بتكوينات وتربصات تطبيقية يمكن للطلاب من خلالها تطبيق ما يتلقاه من معارف حول ميدان صناعة المادة الإعلامية في ظل إستخدام تقنيات تكنولوجياية حديثة وهنا نتحدث عن تطبيقات الذكاء الإصطناعي على وجه التحديد.

✓ بخصوص إجابات المبحوثين حول موقع ومكانة الذكاء الإصطناعي، مستقبلا، ضمن مقررات ومناهج التكوين الإعلامي بالجزائر في ظل ظهور صحافة الذكاء الإصطناعي تباينت بين من يرى ان الذكاء الاصطناعي هو مجرد تقنية يمكن الإكتفاء فقط بتعريف الطلبة بوجودها وبمجالات إستخدامها في الصناعة الإعلامية دون التعمق في حيثيات ذلك (بما يوافق إجابتين (2) من مجموع إجابات الأساتذة المبحوثين)، ويكون ذلك من خلال إدراج مواضيع ذات صلة بالذكاء الإصطناعي وعلاقته بالصحافة والإعلام ضمن بحوث يُكلف الطلبة بإنجازها في حصص الأعمال الموجهة والأعمال التطبيقية.

بينما فريق آخر من الباحثين (بما يوافق 4 إجابات من مجموع إجابات الأساتذة المبحوثين)، يرى أن هناك ضرورة حتمية لإدراج "الذكاء الإصطناعي" ضمن المنهاج التكويني الإعلامي كمقياس يدرس في شكل محاضرة وأعمال تطبيقية معا، ولما لا كتخصص قائم لحد ذاته، حيث لا يمكن الإكتفاء فقط بالتعريف به كتقنية تستعمل في مختلف مجالات الحياة اليوم، وإنما يجب التعامل معه كحقيقة إستخدامها أحدث تغييرات على نمط الممارسة الإعلامية في وقتنا الحالي، ويمكن أن تتنامى تلك التغييرات مستقبلا لذا لابد من إدراج الذكاء الإصطناعي كتخصص أساسي بمقاييس تدريسية في مناهج ومقررات التكوين الإعلامي الأكاديمي بالجزائر، لأن هناك فرق شاسع بين الذكاء الإصطناعي كأداة صممها تقنيون مختصين في التكنولوجيا وبين إستخدامه فعليا من قبل الصحفيين في مجال الإعلام.

✓ بخصوص مقترحات المبحوثين لتحيين البرامج والمقررات الدراسية في التكوين الإعلامي بالجزائر في ظل التحول نحو الذكاء الاصطناعي تمحورت حول النقاط التالية:

- ادراج مقاييس جديدة ضمن مقررات التكوين الإعلامي الأكاديمي كالذكاء الاصطناعي في الاعلام، أخلاقيات المهنة في ظل انتشار الذكاء الاصطناعي.
- الإستعانة بأساتذة مكونين في مجال الذكاء الإصطناعي لمساعدة الطالب المتكون في مجال الإعلام والإتصال على اكتساب مهارات إستخدام تطبيقات الذكاء الإصطناعي في الصناعة الإعلامية.
- إقتراح مقررات دراسية خاصة بالتشريعات والقوانين المنظمة لقطاع التكنولوجيا والجرائم الإلكترونية

ب. نتائج الدراسة:

بناء على ما سبق يمكن الخروج بمجموعة من الإستنتاجات تجيب عن التساؤل الرئيس للدراسة نوجزها في النقاط التالية:

صناعة الإعلام الجزائري ستجه لا مفر نحو إستخدام تطبيقات الذكاء الإصطناعي، وهو واقع ينبغي التعامل معه ويفرض في الوقت ذاته ضرورة الإعداد العلمي الأكاديمي والتكوين المهني وتحيينه بما يتوافق مع المتغيرات المختلفة التي تشهدها البيئة الاتصالية والتكنولوجية بفضل توسع إستخدام الذكاء الإصطناعي خاصة في مجال صناعة الإعلام.

وهذا الأمر يتوقف على محورين أساسيين: **الأول** يتعلق بالشق التنظيمي للمقررات الدراسية الذي هو مسؤولية الجهات الوصية على قطاع التعليم العالي الأكاديمي بالأخص في مجال الإعلام والإتصال، من خلال العمل على تحيين مضامين تلك المقررات وفق مستجدات البيئية الرقمية الإعلامية من إدراج تخصصات بمقاييس جديدة تتوافق مع البيئة الرقمية الإعلامية الجديدة كتخصص "صحافة الذكاء الإصطناعي" أو "صحافة الروبوت" في الطورين التعليميين: الليسانس والماستر.

وكذا الاهتمام بالبعد التقني التكنولوجي في برامج التكوين الإعلامي من خلال الإستعانة بأساتذة متخصصين في مجال الذكاء الإصطناعي لتدريس الطالب المتكون في مجال الإعلام والإتصال ومساعدته على اكتساب مهارات إستخدام تطبيقات الذكاء الإصطناعي في الصناعة الإعلامية.

أما الشق الثاني الذي يمكن من خلاله المساهمة في تحيين التكوين الإعلامي الأكاديمي يتعلق الأستاذ الباحث الذي يلعب دورا أساسيا في المساهمة في تحيين المعارف الأكاديمية لطلبة علوم الإعلام والإتصال اعتمادا على تجربته وقراءاته الشخصية في المجال وعلى إجهاداته البحثية وقدرته ومدى تمكنه من إيصال مخرجاتها البحثية لإفادة الطلبة بها.

ج. توصيات الدراسة:

بناء على التحليل والنتائج المتوصل إليها في الدراسة الميدانية يمكن تقديم مجموعة من التوصيات على النحو الآتي:

- ضرورة حرص الأساتذة على توسيع إهتماماتهم البحثية في مجال الإعلام والإتصال وعلى متابعة التطورات الحاصلة فيها، وكذا تنمية أفق قراءاتهم وأبحاثهم حول مختلف الدراسات البحثية في مجال "الذكاء الإصطناعي" و"صحافة الروبوت" لإفادة الطلبة بمخرجاتها.
- إقتراح تخصصات بمقاييس جديدة تتوافق مع البيئة الرقمية الإعلامية الجديدة كتخصص "صحافة الذكاء الإصطناعي" أو "صحافة الروبوت" في الطورين التعليميين: الليسانس والماستر.
- الإستعانة بأساتذة مكونين في مجال الذكاء الإصطناعي لمساعدة الطالب المتكون في مجال الإعلام والإتصال على اكتساب مهارات إستخدام تطبيقات الذكاء الإصطناعي في الصناعة الإعلامية.
- برمجة تربيصات ميدانية بصفة دورية لفائدة الطلبة للإحتكاك بمجال العمل الصحفي الميداني من جهة، وبمجال التقنيات التكنولوجية التي يتم توظيفها في مجال الصناعة الإعلامية من جهة أخرى كتقنيات الذكاء الإصطناعي على سبيل المثال.

5. خاتمة:

حاولت هذه الدراسة تقديم جملة من المقترحات التي من شأنها تحيين الجانب المعرفي للتكوين الإعلامي بالجزائر وذلك من منظور عينة من أساتذة حقل علوم الإعلام والإتصال، لاسيما مع تنامي إستخدام الذكاء الإصطناعي في مجال الصناعة الإعلامية.

وقد تمحورت المقترحات المقدمة من قبل المبحوثين لأجل تكييف هذا الجانب مع متطلبات البيئة التقنية الرقمية الذكية الحالية حول عدة نقاط، أولاها إدراج تخصصات تكوينية أكاديمية بمقاييس جديدة تتوافق مع البيئة الرقمية الإعلامية الجديدة كتخصص "صحافة الذكاء الإصطناعي" أو "صحافة الروبوت" في الطورين التعليميين: الليسانس والماستر، وكذا الاهتمام بالبعد التقني التكنولوجي في برامج التكوين الإعلامي من خلال الإستعانة بأساتذة مكونين في مجال الذكاء الإصطناعي لمساعدة الطالب في مجال الإعلام والإتصال على اكتساب مهارات إستخدام تطبيقات الذكاء الإصطناعي في الصناعة الإعلامية.

ثانيا: لابد من التأكيد على ضرورة عدم إهمال دور الأستاذ كفاعل ومساهم أساسي في تحيين المعارف الأكاديمية لطلبة علوم الإعلام والاتصال إعتقادا على تجربته وقراءاته الشخصية وإجتهاداته البحثية في مجال الصحافة وتبعه للتطورات المتلاحقة التي تعرفها والعمل على إفادة الطلبة بمخرجاتها ونتائجها.

في الأخير نرى أن إستخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي في مجال الصناعة الإعلامية بالجزائر لا يزال في مراحله الجنينية، ولا يزال محدودا إن صح التعبير، لكنها ليست في منأى عن هذه الحتمية التكنولوجية، ما يتطلب إعادة النظر في المناهج والمقررات الدراسية على مستوى التكوين الإعلامي الأكاديمي وتحيينها بما يحقق التوافق مع مستجدات البيئة الرقيمة الجديدة، وفي نفس الوقت يجب عدم إهمال أبعاديات العمل الصحفي من توخي الحرص على دقة وصحة المعلومات والإلتزام بأخلاقيات العمل الإعلامي بصفة عامة عند إستخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي في صناعة وإنتاج المادة الإعلامية، فالذكاء الاصطناعي يبقى مجرد تقنية يتم الإستعانة بها في أداء العمل الصحفي من وجهة نظرنا.

6. قائمة المراجع:

• المؤلفات:

- المحمودي، محمد سرحان على، (2019)، مناهج البحث العلمي، صنعاء. دار الكتب.
- الطائي، مصطفى حميد، خير ، ميلاد أبو بكر، (2007)، البحث العلمي وتطبيقاته في الإعلام والعلوم السياسية، القاهرة، دار الوفاء لندنيا الطباعة والنشر.
- قنديليجي، عامر، (2008)، البحث العلمي وإستخدام مصادر المعلومات التقليدية والإلكترونية: أسسه، أساليبه، مفاهيمه، أدواته، عمان، دار المسيرة للنشر والتوزيع.
- محمد العبيدي، جاسم، محمد العبيدي، جاسم، طرق البحث، (2010)، المنهل.

• الأطروحات:

- العابد، صليحة، (2017-2018)، التكوين الإعلامي الأكاديمي، دراسة ميدانية في كلية علوم الإعلام والاتصال من خلال مدخل الجودة، أطروحة مقدمة لنيل درجة الدكتوراه في علوم الإعلام والاتصال، كلية علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر 3، الجزائر.

• المقالات:

- جبيل، سمير، لخضاري نسيم، (2023)، الوجيهات السياحية الذكية واعتماد تطبيقات الذكاء الاصطناعي: دراسة حالة دبي، مجلة الإدارة والتنمية للبحوث والدراسات، المجلد 12، العدد 1، الصفحات 342-363:
- حدادي، وليدة، (2018)، التكوين الإعلامي في الجامعة الجزائرية ومشكلاته، مجلة مقاربات مجلة العلم والمعرفة، المجلد5، العدد2، الصفحات 375-385:
- زواتين، خالد، (2022)، الذكاء الاصطناعي وحقوق الملكية الفكرية أي علاقة ترابطية؟، مجلة حقوق الإنسان والحريات العامة المجلد 07، العدد 02، الصفحات 137-153:
- معمري، مروة، سولاف، بوشقورة، (2023)، تطبيق الذكاء الاصطناعي في الاعلام الرقمي فرص كبيرة وتحديات أكثر، مجلة رقمية مجلة الدراسات الإعلامية والاتصالية، المجلد 03، العدد 02، الصفحات 49-74:
- عبد الرزاق، مختار محمود، (2020)، تطبيقات الذكاء الاصطناعي: مدخل لتطوير التعليم في ظل تحديات جائحة فيروس كورونا، المجلة الدولية للبحوث في العلوم التربوية، المجلد 3، العدد 4، الصفحات 171-224:

• مواقع الإنترنت:

- الصرايرة محمد نجيب، (2018)، صناعة صحافة الروبوت وتحدياتها المهنية والأخلاقية، ظهر على الموقع الإلكتروني: <https://studies.aljazeera.net/ar/mediastudies/2018/09/180904090616553.html> (consulté le 23/12/2023)
- عبد اللطيف حاج محمد، (2023)، دليل استخدام الذكاء الاصطناعي في الصحافة، ظهر على الموقع الإلكتروني: <https://ijnet.org/ar/story/> (consulté le 23/12/2023)
- فرجاني علي، (2023)، صحافة الذكاء الاصطناعي... ومواجهة الأخبار الزائفة، ظهر على الموقع الإلكتروني: <https://www.siyassa.org.eg/News/19674.aspx> (consulté le 14/12/2023)
- بدون مؤلف، (2023)، الذكاء الإصطناعي في الإعلام: الاتفاقيات الدولية ودور الصحفيين في ظل تطور أدوات الذكاء الإصطناعي، ظهر على الموقع الإلكتروني: <https://irtvu.co/article.php?id=376332> (consulté le 14/12/2023)
- يحيى سعد، أنواع المقابلة في البحث العلمي، ظهر على الموقع الإلكتروني: <https://drasah.com/Description.aspx?id=3041> (consulté le 22/12/2023)

ملاحق:

ملحق رقم 01: دليل المقابلة

دليل المقابلة

1- هل لديك ميولات بحثية حول مواضيع الذكاء الإصطناعي؟

- نعم - لا

- علل إجابتك في كلتا الحالتين:

2- هل ترى ضرورة لتوسيع إهتماماتك البحثية لتشمل الذكاء الإصطناعي؟

- نعم - لا

- علل إجابتك في كلتا الحالتين:

3- كيف ترى المناهج والمقررات الدراسية التي يتلقاها الطالب في مجال الإعلام والإتصال؟

- مواكبة للتطورات الحاصلة في مجال الصناعة الإعلامية التي تصطبغ حاليا بظهور بتطبيقات الذكاء

الإصطناعي. - يسودها نوع من القصور في مواكبة تطورات الصناعة الإعلامية في عصر صحافة الذكاء الإصطناعي.

- أخرى أذكرها:

4- في ظل ظهور صحافة الذكاء الإصطناعي هل ترى ان:

- إدراج "الذكاء الإصطناعي" ضمن المنهاج التكويني في تخصص علوم الاعلام والإتصال ضرورة حتمية. - يعتبر الذكاء الاصطناعي مجرد تقنية يكفي التعريف بها للطلبة - هناك ضرورة لتطوير مقاربات دراسية جديدة لأبحاث الإعلام تأخذ بعين الإعتبار الذكاء الإصطناعي.

- علل إجابتك في كل حالة:

6- ما هي مقترحاتكم لتحيين البرامج الدراسية في ظل التحول نحو الذكاء الاصطناعي؟