



الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية  
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي



جامعة الجزائر 03

كلية علوم الإعلام والاتصال

مشروع البحث التكويني الجامعي PRFU

مضانة المؤسسات الإعلامية الرقمية الناشئة في الجزائر

## حصيلة أشغال الملتقى الوطني - عن بعد -

يوم 2024/04/21

موسوم ب:

المؤسسات الإعلامية الرقمية الناشئة

معالم التحول وتحديات التطور

رئيسة مشروع البحث التكويني والملتقى الوطني: أ.د حنان شعبان

2025-2024



## أهداف الملتقى

- بناء خلفية أكاديمية حول فكرة المؤسسات الإعلامية الرقمية الناشئة
- توضيح أهمية السيانات التكنولوجية الحديثة وتأثيرها على ممارسات وسائل الإعلام
- بناء أطر تنظيمية وتشريعية للمؤسسات الإعلامية الرقمية الناشئة
- تطوير بيئة مشاريع المؤسسات الإعلامية الناشئة والاطلاع على نماذج ريادة ناجحة

## مواضيع الملتقى

- المحور الأول: المؤسسات الإعلامية الرقمية الناشئة: دلالة المفهوم
- المحور الثاني: التكاء الاصطناعي وثورة الخوارزميات وتأثيرهما على صناعة الإعلام
- المحور الثالث: الإطار التنظيمي والتشريعي للمؤسسات الإعلامية الرقمية الناشئة
- المحور الرابع: نماذج محلية وعالمية للمشاريع الرائدة في مجال الإعلام

## مواضيع مهمة

إرسال المدخلات كاملة قبل تاريخ 31/03/2024

إنعقاد الملتقى يوم 21/04/2024

## البريد الإلكتروني

يرجى إرسال المدخلات لإل البريد الإلكتروني الآتي  
mediastartup4@gmail.com



## دياجية الملتقى

يشهد عالم اليوم تغيرات شديدة ومتسارعة على مستوى الأنساق الاجتماعية والاقتصادية والثقافية، وذلك بسبب التطورات الحاصلة في تكنولوجيا الإعلام والاتصال وإقراضها المتنامية. فقد فرضت ثورة الخوارزميات والذكاء الاصطناعي أشكالاً جديدة من المجتمعات البعيدة التي تعيش في مدن قاضلة رقمياً. وأسست لنماذج اقتصادية غير تقليدية كالريادة والابتكار والمؤسسات الناشئة، ومكنت من بروز استثمارات جديدة ذات رأسمال ثقافي / اقتصادي / مهني، تحولت شيئاً فشيئاً إلى فرص وممارسات جديدة غيرت من بنى وسائل الإعلام شكلاً ومضموناً.

بعد المؤثرون الاجتماعيون ورواد الشبكات الاجتماعية، ومنتجو المحتويات الإعلامية، والوالب ماسترومديروا المواقع الإعلامية والروبوتات الصحفية والاستديوهات الذكية، وغيرها... أشكالاً وأفكاراً ابتكارية في بيئة رقمية سرعان ما تحولت إلى مشاريع ومؤسسات ناشئة في حقل الإعلام والاتصال. وغيّرت معها طرق الممارسات الإعلامية كأنماط التحرير الجديدة وطرق التفاعل وحتى أساليب الملكية والتمويل والتأثير. وأما بات يعرف في الأدبيات بالمؤسسات الإعلامية الرقمية الناشئة.

تبلورت فكرة للمؤسسات الإعلامية الرقمية الناشئة مستغلة فرص البيئة الحرة والمفتوحة للمضامين الاجتماعية والثقافية من جانب، والمبد التكنولوجي والوساطي من جانب آخر، مما أحدث تحولات عميقة ومركزية على مستوى طبيعة التنظيم وسوسيلولوجية المهنة الإعلامية والصحفية التي أصبحت تستند على علاقات جديدة مودعة في النظام الإعلامي الذي فرضته الثورة الرقمية والخوارزمية.

وبالرغم من أن المؤسسات الإعلامية الرقمية الناشئة تحور العديد من المميزات والفرص، إلا أنها تعيش مرحلة غير مستقرة وتحديات جمة تتعلق خاصة بعدم احترامها للقيم والمبادئ المهنية والأخلاقية وعدم إسهامها في الحفاظ على سلامة المجتمعات وتموية.

تسببها واحترام الخصوصية وصيانتها فالمؤسسات الإعلامية الحديثة ليست فقط استعراض للقدرة التكنولوجية أو الألية الباطنة، أو أدوات اتصالية ذاتية بيد الصانع العرضية قد تروج للمعلومات والأخبار المضللة. وإنما هي ممارسة إعلامية أصيلة تجمع بين المهنة والمصداقية والفورية والتشاركية التي تراعي القاطنين البعد كالمواطنين، وتقدم إتاحة إعلامياً قيماً.



جامعة الجزائر 03

كلية علوم الإعلام والاتصال  
(PRFU) مشروع البحث التكويني

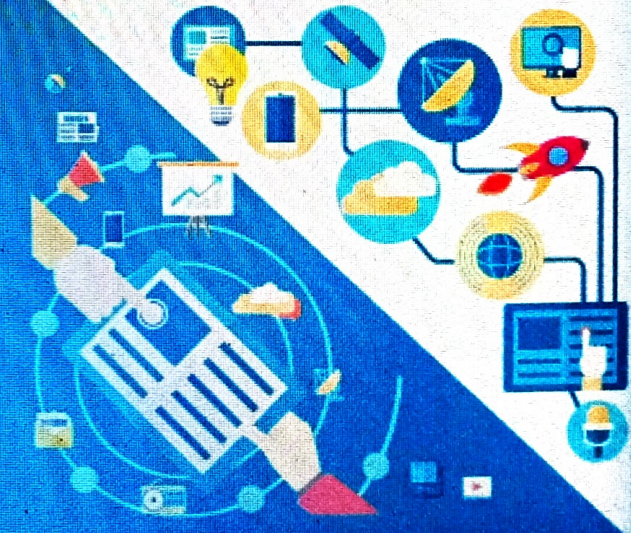
حضانة المؤسسات الإعلامية الرقمية الناشئة في الجزائر  
ينظم ملتقى وطني عن بعد موسوم بـ

## المؤسسات الإعلامية الرقمية الناشئة معالم التحول وتحديات التطور

يوم 21 أبريل 2024

الهيئة الشرفية للملتقى

أ.د/ خالد رواسكي مدير جامعة الجزائر 3  
أ.د/ مليكة عطوي عميدة الكلية  
أ.د/ الحاج سالم عطية رئيس المجلس العلمي  
د/ أمال بدرين رئيسة قسم علوم الاتصال  
رئيسة الملتقى: أ.د/ حنان شعبان





رئيسة الملتقى: أ.د حنان شعبان

رئيس اللجنة العلمية: أ.د مراد

كموش

رئيسة اللجنة التنظيمية:

أ. ياسمينه حدوش

- أعضاء اللجنة العلمية:

أ.د صبيات نصيرة جامعة الجزائر 3

أ.د بوخبزة نبيلة جامعة الجزائر 3

أ.د جمال شعبان شاوش جامعة الجزائر 3

أ.د إبراهيم بعزيز جامعة الجزائر 3

أ.د بلخيمر إبراهيم المركز الجامعي تيبازة

أ.د بلخيري رضوان جامعة تبسة

أ.د أفراد حسينة جامعة الجزائر 3

أ.د الزهرة بريك جامعة الجزائر 3

أ.د وهيبة بوزيفي جامعة الجزائر 3

د. كريمة بوفلاحة جامعة الجزائر 3

د. قراينية وردة جامعة الجزائر 3

د. دليلة العوفي جامعة الجزائر 3

د. منى بن عون جامعة الجزائر 3

د. نور الهدى عبادة جامعة الجزائر 3

د. زينب بلعوج جامعة الجزائر 3

د. مصطفى كشايري جامعة الجزائر 3

د. حنان عياد جامعة الجزائر 3

د. حميداش جميلة جامعة الجزائر 3

د. كريمة غديري م و ع للصحافة وعلوم الإعلام

د. قانة حسينة جامعة الجزائر 3

د. تكررارت يوسف جامعة الجزائر 3

د. قادم جميلة جامعة الجزائر 3

- أعضاء اللجنة التنظيمية:

رئيس اللجنة التنظيمية: حدوش ياسمينه

- أ.د أمال قاسيمي جامعة الجزائر 3

- د. سامية خبيزي جامعة الجزائر 3

- أ. قويزي ميادة جامعة الجزائر 3

- ط.د دحمون صورية جامعة الجزائر 3

- ط.د. محمد دويقي جامعة الجزائر 3

- ط.د قراطي حميد جامعة الجزائر 3

- ط.د طاهر عبد السميع جامعة الجزائر 3

- رئيسة الملتقى: أ.د حنان شعبان
- رئيس اللجنة العلمية: أ.د مراد كموش
- رئيسة اللجنة التنظيمية: أ. ياسمين حدوش

## برنامج الملتقى

الجلسة الافتتاحية : 14:00 سا  
تلاوة آيات بَيِّنَات من القرآن الكريم  
الاستماع للنشيد الوطني  
كلمة عميدة الكلية: أ.د مليكة عطوي  
كلمة رئيسة الملتقى: أ.د حنان شعبان

الجلسة الأولى: المؤسسات الإعلامية الرقمية الناشئة معالم التحول

رئيس الجلسة: أ.د جمال شعبان شاوش مقررة الجلسة: د. سامية خبيزي

رابط الجلسة الأولى:

<https://calendar.app.google/qhPu3aKD9bMBPwH36>

الجلسة الأولى: 14:00 سا

اسم المتحدث	الجامعة	عنوان المداخلة
د. إيمان بن نعمة	جامعة الجزائر 3	مدخل مفاهيمي للمؤسسات الناشئة في سياق الإعلام الرقمي
د. رزيقة حيزير	جامعة الجزائر 2	المؤسسات الاعلامية الرقمية الناشئة في الجزائر بين فرص المؤسسة ومتهات الممارسة: رؤية نقدية
د. رضوان مختاري	جامعة التكوين المتواصل	Media start up at the age of digital media:Prospecting Algerian
د. عبد المالك تكرارت	م ع ع ا	الإطار التشريعي والقانوني للمؤسسات الإعلامية الرقمية الناشئة
أ.د إبراهيم بلحيمر أ.د مراد كموش	المركز الجامعي تيبازة	اقتصاديات المؤسسات الإعلامية الرقمية الناشئة: التحولات والآفاق
ط.د حميد قراطي	جامعة الجزائر 3	واقع الصناعات الإشهارية الحديثة في المؤسسات الإعلامية الرقمية الناشئة
د. كريمة غديري	المدرسة الوطنية العليا للصحافة وعلوم الإعلام	دور التربية الإعلامية في تعزيز الاستخدام الآمن للإعلام الرقمي

مناقشة عامة

الجلسة الثانية: الذكاء الاصطناعي وثورة الخوارزميات وتأثيرهما على صناعة الإعلام

رئيسة الجلسة: د/ حنان عياد مقرر الجلسة: د/ حسينة قانة

رابط الجلسة: <https://meet.google.com/fzv-evay-ubm>

الجلسة الثانية: 14:30 سا

اسم المتدخل	الجامعة	عنوان المداخلة
أ. حياة عمروش د. حماد خالد	المركز الجامعي تيزازة	واقع وتحديات المؤسسات الإعلامية الرقمية الناشئة في الجزائر: دراسة حالة جريدة شرشال نيوز نموذجاً
ط.د/ عبد الرحيم مداسي	جامعة الجزائر 3	استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي في صناعة المحتويات الاعلامية: معالم صحافة الجيل السابع
أ.د ابراهيم بعزیز	جامعة الجزائر 3	صناعة المحتوى الإعلامي في المؤسسات الإعلامية الرقمية الناشئة: الضوابط والأخلاقيات

ط.د/ إسلام سيف الدين بومعقل	جامعة عبد الحميد بن باديس، مستغانم	الذكاء الاصطناعي و صحافة الروبوتات،
د.قاسي يسمينة	جامعة احمد زبانة - غليزان	توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي كمحرك للابتكار الإعلامي ومدى استخدامه في الصحافة
ط.د طاهر عبد السميع، ط.د شايب الذراع زياد،	جامعة الجزائر 3	تقنيات الذكاء الاصطناعي: بين ثنائية الإنتاج وصناعة الهوية البصرية بالمؤسسات الإعلامية - قناة سكاي نيوز عربية أنموذجاً:
محمد ضويفي	جامعة الجزائر 3	تأثير استخدام الذكاء الاصطناعي على صناعة الإعلام، بين تعزيز المصدقية وتنامي الأخبار الزائفة

مناقشة عامة

قراءة التوصيات

# ملخصات المداخلات

## 1- المداخلة الأولى: مدخل مفاهيمي للمؤسسات الناشئة في سياق الإعلام الرقمي

د. إيمان بن نعمة- كلية علوم الإعلام والاتصال – جامعة الجزائر 3

الملخص: شهد العالم في العقود الأخيرة ثورة رقمية غير مسبوقة أثرت على جميع جوانب الحياة، بما في ذلك مجال الإعلام، وقد أدى ظهور الأنترنت وتكنولوجيا المعلومات والاتصالات إلى ظهور أشكال جديدة من الإعلام وتغيير طريقة تفاعل الجمهور مع المعلومات.

وفي ظل هذه التحولات، أصبحت المؤسسات الناشئة في مجال الإعلام تؤدي دورا هاما في تشكيل المشهد الإعلامي الجديد، فمن خلال ابتكارها لأدوات وتقنيات جديدة، تساهم هذه المؤسسات في إعادة تعريف مفهوم الإعلام وتوسيع نطاق الوصول إلى المعلومات.

وعليه تهدف هذه المداخلة إلى تقديم مدخل مفاهيمي لفهم المؤسسات الناشئة في سياق الإعلام الرقمي وذلك من خلال العناصر التالية:

- المؤسسة الناشئة مدخل مفاهيمي
- المؤسسات الإعلامية الرقمية الناشئة

الكلمات المفتاحية: المؤسسة الناشئة، المؤسسات الإعلامية الرقمية الناشئة، الإعلام الرقمي

## 2- المداخلة الثانية: المؤسسات الاعلامية الرقمية الناشئة في الجزائر: بين فرص المؤسسة ومتاهات الممارسة: رؤية نقدية - دة. رزيقة حيزير استاذة باحثة في علوم الاعلام والاتصال جامعة الجزائر 2

الملخص :

أدت الثورة التكنولوجية التي عصفت بالحياة البشرية إلى تغيير مرتكزات مختلف المؤسسات ونشاطاتها وإدارة وظائفها، وشهد الحقل الإعلامي من جهته ظهور عدة أشكال من المؤسسات الإعلامية غير المعهودة، بعدما تبنت ما فرضته حتمية التطور التكنولوجي، وما وقّره من أدوات وطرق ممارسة لم تكن موجودة. وأدت جملة الاغراءات التي قدمتها املاءات الوضع الجديد الى الاستحواذ على شريحة واسعة من جمهور مؤسسات الإعلام الجماهيري التقليدي.

هذا المضمار فرض على العاملين في القطاع الاعلامي أهمية تجنّب الفجوة الرقمية وتبعاتها السلبية، فسارعوا إلى ابتكار مؤسسات ناشئة اعلامية تصبّ عملها الاعلامي في العالم الافتراضي لسدّ الفجوات المستحدثة جراء نقص الطرق الجديدة لتقديم المعلومات، والمنافسة الشرسة التي فرضتها التحولات العالمية في الميدان، على أمل تحقيق الارباح وتوفير مناصب الشغل.

وعليه فإنّ الدّراسة الرّاهنة تروم تشريح تفاصيل ظاهرة المؤسّسات النّاشئة التي بسطت موضتها وسمحت بفتح الأبواب أمام الأفكار الجديدة التي تسمح بإنشاء محتويات رقمية من جهة، كذا محاولة التّغلغل في متاهات الممارسات الاعلامية التي فرضها الانتشار الكثيف للتكنولوجيات الاستهلاكية من جهة أخرى. وهذا من أجل الوقوف على واقع الفرص الممنوحة لهذه المؤسّسات وصعوبات الممارسة التي تواجهها. الكلمات المفتاحية: التكنولوجيا، المؤسسة الاعلامية الرقمية، المؤسسة الناشئة، الممارسة، الابتكار.

## المدخلة الثالثة: د. رضوان مختاري: جامعة التكوين المتواصل، الجزائر

### Prospecting Algerian Media start up at the age of digital media:

#### Abstract :

A media-tech startup as recognized as a company that helps to create, manage and deliver content and services to the digital media empire. Thus, Media startups, including news-centric platforms such as BuzzFeed in the US, Mediapart in France and Project R in Switzerland, are models of innovation, inspiration and radical new ideas for funding, as well as hope for the future of journalism.

In this rush , we shed light on the formation of New media institutions start primarily from the perspective of “pioneers , furthermore seeking to transfer the professional standards adopted in journalism to the digital media landscape” , Often the goal of these new startups when launching production is to provide high-quality content It , all of which trying to answer the main issue Can new media startup projects save journalism? .

## المدخلة الرابعة: الإطار التشريعي والقانوني للمؤسّسات الإعلامية الرقمية الناشئة

د. عبد المالك تركات : م ع ع إ

ملخص:

يعد الإطار التشريعي والقانوني ركيزة أساسية في بناء أي مؤسسة، ومنها المؤسّسات الإعلامية الرقمية الناشئة، ويعد المرسوم التنفيذي رقم 20-254 مؤرخ في 27 محرم 1442 الموافق 15 سبتمبر 2020، نصا مهما يتضمن إنشاء لجنة وطنية لمنح علامة "مؤسسة ناشئة" و "مشروع مبتكر" و "حاضنة أعمال"، وتحديد مهامها وتشكيلتها وسيره.

كما يتضمن المرسوم التنفيذي رقم 20-356 مؤرخ في 14 ربيع الثاني 1442 الموافق 30 نوفمبر 2020، إنشاء مؤسسة ترقية وتسيير هياكل دعم المؤسسات الناشئة ويحدد مهامها وتنظيمها وسيرها.

تعد فكرة المؤسسات الناشئة طفرة مهمة في إقتصاديات العالم اليوم، وتسعى الجزائر من خلال سياستها الاقتصادية الجديدة إلى تطوير نظام بيئي ملائم وقوي يرمي إلى تنويع ومضاعفة الأجهزة المخصصة لإنشاء ودعم المؤسسات الناشئة لجعلها القاطرة التي تقود الانتقال بالاقتصاد الجزائري من نظام ريعي إلى نموذج يعتمد على قطاعات منتجة أخرى وعلى اقتصاد المعرفة.

يسعى المشرع الجزائري إلى خلق نظام بيئي يراعي حاجات المؤسسات الناشئة وخاصة الإعلامية الرقمية، ويرافقها من كل الجوانب، وهذا ما تحاول هذه المداخلة التطرق إليه ، من خلال الإجابة على السؤال الجوهرى الآتي:

ما هي الأطر التشريعية والقانونية للمؤسسات الإعلامية الرقمية الناشئة في الجزائر؟  
كلمات مفتاحية: التشريع، القانون، المؤسسات الناشئة، الإعلام الرقمي، البيئة.

#### المداخلة الخامسة: اقتصاديات المؤسسات الإعلامية الرقمية الناشئة: التحولات والآفاق

أ.د إبراهيم بلحيمر / أ.د مراد كموش المركز الجامعي تيبازة

##### الملخص:

تعالج هذه المداخلة موضوع اقتصاديات المؤسسات الإعلامية الرقمية الناشئة، من جوانب التحولات والآفاق، فقد طرحت فكلو التمويل والملكية في وسائل الإعلام منذ ما يزيد عن قرنين من الزمن، وتطوت بتطور الوسائط والتكنولوجيات، ومرورا بإمبراطوريات الميديا الكلاسيكية أو ما يعرف بالتمركزات الإعلامية على غرار تمرکز -روبرت ماردوخ - في الولايات المتحدة الأمريكية، و تمرکز -برلسكوني- في أوروبا، تأسست إقتصاديات حديثة تعرف اليوم بعمالقة التكنولوجيا GAFAM في الولايات المتحدة الأمريكية أو نموذج PATEX الصيني، وهي تجمعات مالية وإعلامية ضخمة تهيمن على العالم إقتصاديا وسياسيا، بل وأصبحت تحل محل الحكومات في اتخاذ القرارات في العالم -الحكومات الخفية-.

تأتي هذه المداخلة لمراجعة أشكال الملكية واقتصاديات وسائل الإعلام الحديثة، من حيث التحول والمآلات، مستعرضين في الآن ذاته أهم النماذج الدولية والمحلية، والآليات الحديثة في التمويل المرتبط بشكل مباشر بالجمهور العريض -التمويل القاعدي-.

كلمات مفتاحية: اقتصاديات، المؤسسات الإعلامية الرقمية الناشئة، التحولات، التمويل

##### المداخلة السادسة: ط / د قراطي حميد:

" واقع الصناعات الإشهارية الحديثة في المؤسسات الإعلامية الرقمية الناشئة "



## الملخص

تستخدم المؤسسات الناشئة الإشهار الرقمي الذي تمظهرت أشكاله وتعددت، بمجرد التّقر على المحتويات والمواقع الإشهارية سواء بصفة مقصودة أو عشوائية، وهذا ما قد ينعكس بالإيجاب على المؤسسة من جهة، وعن علامتها التجارية ومحتواها من جهة أخرى فكل مؤسسة مطالبة بتفعيل برامج وخدمات تحدّد نجاحها وإستمراريتها في السوق وخلق قيمة مضافة لها، فالمؤسسات الناشئة تنشط في بيئة رقمية نشطة تشهد منافسة شديدة نظرا للتّشجيع على تطوير هذا النوع من المؤسسات، في العالم ككل لما لها من دور في تحريك وتيرة ونمو الاقتصاد، وخلق جو الابتكار، لكن تبقى مسألة التسويق الإلكتروني وغيرها من التّحدّيات عقبة في طريق عديد المؤسسات التي تعمل على تطوير إستراتيجيتها الإشهارية الرّقميّة بغية الوصول إلى تحقيق الأهداف المرجوة عن طريق عرض الخدمات و الأفكار، خاصّة وأنّ العالم يشهد هذا التطوّر المتسارع ، بحيث نجد العديد من المؤسسات العاملة في مجال الرّقمنة فرضت سيطرتها من خلال المداخل الكثيرة وفي مقدّمتها غوغل ، التي تستحوذ على حصّة الأسد من عوائد الإشهار الرّقمي، إنّ ميزة المؤسسات الناشئة هي تطوير الأفكار ومحاولة الابتكار في المجال الرّقمي، وإذا ما أتينا إلى ترتيب الدّول في جال الابتكار نجد أنّ سويسرا في المرتبة الأولى، تليها كل من السويد والولايات المتّحدة الأمريكية، "ونجد أنّ الجزائر في المرتبة 120 من أصل 132 دولة، خاصّة وأنّ بعض البلدان العربية كالإمارات، والعربية السعودية، وقطر وتونس تأتي في المرتبة 33،66،68،71 تبعاً<sup>1</sup>"، وهو ما يؤكّد أنّ التّمو في الجزائر متباطئ مع بقية البلدان الأخرى، وهو ما يفتح الباب أمام الشباب الرّاغب والطموح بالنّفوض بهذا المجال الحيوي، خاصّة وأنّ تأثيره في الاقتصاد ملاحظ، ولإثراء هذه الدّراسة أكثر نطرح الإشكالية الآتية:

كيف تستفيد المؤسسات الإعلاميّة الناشئة الرّقميّة من الإشهار؟

وللإجابة على هذا السؤال نفتح الأسئلة الفرعية التّالية:

- ماهي أدوار المؤسسة الإعلاميّة الرّقميّة الناشئة في صناعة الإشهار؟
- ما طبيعة الأهداف التي تُحاول المؤسسة الإعلاميّة الرّقميّة الناشئة الوصول إليها من خلال صناعة الإشهار؟
- ماهي الخطوات الرّئيسة في إعداد إشهار في المؤسسة الإعلاميّة الرّقميّة الناشئة؟
- بمّ يتميّز الإشهار في المؤسسة الإعلاميّة الرّقميّة الناشئة؟
- الكلمات المفتاحية: الإشهار، المؤسسات الرقمية الناشئة

المدخل السابعة: كريمة غديري: المدرسة الوطنية العليا للصحافة وعلوم الإعلام

دور التربية الإعلاميّة في تعزيز الاستخدام الامن للإعلام الرقمي

---

<sup>1</sup> - المنظمة الفكرية العالمية،(2021)، مؤشر الابتكار العالمي(18)،2021.

## الملخص

عرف المشهد الإعلامي تغيرًا جذريًا، خاصة فيما يتعلق بالمحتوى والمضامين التي انتشرت عبر الوسائل الإعلامية الرقمية، والتي أصبحت في غالبيتها تنتج باستخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي. بفضل مزايا وإمكانيات هذه التكنولوجيا الخارقة في الصناعة الإعلامية كان لهذا التحول أثرًا عميقًا على العديد من جوانب الإنتاج، بدءًا من جودة المحتوى وطريقة الإنتاج وسرعته وخصوصاً تكلفته، فضلاً عن جانب المصداقية الذي يشكل تحديًا متزايدًا. خصوصاً مع تنامي مخاطر وسائل الإعلام الرقمي وشبكات التواصل الاجتماعي كإشاعة الفوضى وبث الشائعات والأخبار المزيفة، ونشر ثقافة العنف، ومخاطر المساس بالقيم الأخلاقية والدينية، ومخاطر انتشار الجرائم الإلكترونية صارت الحاجة ملحة في خلق المعادلة الصحيحة بين استخدام تلك الوسائل وحماية الحرية والخصوصية من جهة، وضمان أمن الجمهور الإلكتروني وتجنبيه مخاطر استخدامها من جهة أخرى وبناءً على هذا التأثير، فإنه يتطلب من مجتمع الإعلام والمستخدمين، والمهتمين بمجال الإعلام، استيعاب هذه التغيرات وتكييف أنفسهم معها هذه الوضعية تتطلب تبني أساليب جديدة في التعامل مع الواقع الإعلامي الحالي. ومن هنا، تزايد التركيز على تعزيز التربية الإعلامية، التي تسعى إلى تمكين الأفراد من اكتساب المهارات اللازمة لفهم ومعالجة المعلومات بشكل ذكي وفعال. وتتضمن هذه المهارات القدرة على تحليل المعلومات بشكل نقدي، وتقييم مصادرها، والتمييز بين المعلومات الصحيحة والمضللة، وكذلك القدرة على التفاعل بشكل إيجابي مع التكنولوجيا والوسائط الرقمية بما يحقق استخدامًا آمنًا وفعالاً لها. بناءً على ذلك، فإن التركيز على التربية الإعلامية يعتبر جزءًا حيويًا من تأهيل الأفراد للمشاركة الفعالة في مجتمع معلوماتي متغير بسرعة، وتعزيز فهمهم للتحديات والفرص التي يوفرها العصر الرقمي. ولذلك، تهدف هذه الورقة إلى استكشاف مفهوم التربية الإعلامية وفهم دورها في تحقيق الاستخدام الآمن للإعلام الرقمي.

كلمات مفتاحية: التربية الإعلامية، الدور، الاستخدام، الأمن، الإعلام الرقمي

## المداخلة الثامنة: عمروش حياة المركز الجامعي تيبازة، حمادن خالد جامعة الجزائر 3

### واقع وتحديات المؤسسات الإعلامية الرقمية الناشئة في الجزائر

#### دراسة حالة جريدة شرشال نيوز نموذجاً

ملخص: نحاول من خلال هذه الورقة البحثية أن نتطرق إلى مفهوم المؤسسات الإعلامية الناشئة في الجزائر، إذ تعتبر هذه الأخيرة من الأفكار الفتية في بيئة الأعمال الإعلامية في الجزائر، وذلك من خلال عرض تجربة جريدة شرشال نيوز والتطرق إلى مختلف التحديات التي تواجهها هذه المؤسسة، لذا يتعين إيلاء اهتمام كبير بالمؤسسات الناشئة في ميدان الإعلام نتيجة للتحول الرقمي الذي يمس جميع قطاعات الحياة.

إذ نسعى من خلال مداخلتنا هذه تجسيد الأهداف الآتية:

- التطرق إلى أهم مفاهيم المؤسسات الناشئة
- عرض مختلف الإحصائيات حول المؤسسات الناشئة بصفة عامة والمؤسسات الإعلامية الرقمية الناشئة بصفة خاصة

- عرض نموذج لمؤسسة إعلامية ناشئة في ميدان الإعلام ألا وهي جريدة شرسال نيوز

كلمات مفتاحية: مؤسسة ناشئة، مؤسسة إعلامية ناشئة، جريدة شرسال نيوز

**المداخلة التاسعة: استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي في صناعة المحتويات الاعلامية: معالم صحافة الجيل السابعة: ط.د/ عبد الرحيم مداسي جامعة الجزائر3**

ملخص:

تسعى هذه المداخلة الى التعرف على مدى استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في صناعة المحتويات الاعلامية من خلال رصد مفهوم الذكاء الاصطناعي واستخدامه في المجال الاعلامي عن طريق الخوارزميات وبروز مفاهيم جديدة مثل الواقع المعزز، وبوادر ظهور ما يعرف بصحافة الجيل السابع، هذا ما جعل المؤسسات الاعلامية امام تحديات كبيرة لتطوير وتحسين جودة المحتويات المنتجة.

ومنه تهدف هذه المداخلة إلى التعرف على المكاسب المحققة من تطبيق تقنيات الذكاء الاصطناعي في مجال العمل الإعلامي ومدى الدور الإيجابي الذي حققه ضمن التحول نحو نماذج ذكية عبر مداخل إدراج الروبوت والشبكات في ميادين الاعمال وصناعة المحتوى للمؤسسات الاعلامية، كما ساعدت هذه الخوارزميات على تحليل بيانات الاعمال الإبداعية.

الكلمات المفتاحية: الذكاء الاصطناعي، صناعة المحتوى، الخوارزميات، صحافة الجيل السابع.

**المداخلة العاشرة: أ.د ابراهيم بعزیز جامعة الجزائر 3**  
**صناعة المحتوى الإعلامي في المؤسسات الإعلامية الرقمية الناشئة: الضوابط والأخلاقيات**

ملخص:

بدأت تأخذ صناعة المحتويات الرقمية منحى جديدا في العالم بسبب التحول الرقمي الذي مس جميع مناحي الحياة، فظهور المؤسسات الإعلامية الرقمية الناشئة أعطى دفعا وانطلاقة حقيقية لبروز ما يسمى بالإعلام الرقمي، فأصبحت صناعة المحتوى الرقمي من أشهر الموضوعات بحثا وحديثا بين الناس، لكن صناعة هذا المحتوى لابد أن تخضع لمجموعة من الضوابط والأخلاقيات من أجل بناء محتوى هادف، لذلك نحاول من خلال ورقتنا البحثية أن نتطرق إلى مختلف الاعتبارات الأساسية والضرورية من أجل صنع محتوى مؤثر له قيمة مضافة للجمهور

الكلمات المفتاحية: صناعة المحتوى، المؤسسات الإعلامية الرقمية الناشئة، المحتوى الرقمي، الأخلاقيات.

المداخلة الحادية عشر: الذكاء الاصطناعي و صحافة الروبوتات: طالب دكتوراه : إسلام سيف الدين بومعقل ، جامعة عبد الحميد بن باديس ، مستغانم

ملخص المداخلة :

تعد الأنترنت أهم محطة محورية في تطور الصحافة من شكلها المطبوع الى نسختها الرقمية باستخدام التقنيات الحديثة و الحاسب الآلي ، والتي كانت السبب الأول في ميلاد الصحافة الالكترونية التي تميزت عن الصحافة الورقية بعدة مميزات و خصائص ، خاصة بعد انتشار صحافة الهاتف المحمول و ظهور صحافة الروبوت الاعلامي المزودة بتقنيات الذكاء الاصطناعي

من خلال هذه الورقة البحثية سنتناول تأثير التكنولوجيا على الصحافة بشكل عام ، حيث أضحي يطلق مصطلح الصحافة الرقمية بفعل التغيرات التي أنتجتها التكنولوجيات الحديثة ، سواء في الرسالة أو الوسيلة أو نمط الارسال ، ناهيك عن بيئة الصحفي عموما ، فالنص الصحفي خضع لما يعرف بالتحرير الالكتروني ، وتراجع الاستخدام الورقي مقابل الكمبيوتر و الألواح الالكترونية و انتشار صحافة الهواتف الذكية و كذا المولود الجديد المعروف بالروبوت ، فضلا عن تطبيقات متنوعة للذكاء الاصطناعي ، التي أعطت شكلا مغايرا للصحافة و التحرير الصحفي و طريقة إخراجها بشكلها النهائي الى الجمهور

الكلمات المفتاحية : التكنولوجيات الرقمية ، الروبوت ، الذكاء الاصطناعي

المداخلة الثانية عشر: توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي كمحرك للابتكار الإعلامي ومدى استخدامه في الصحافة. د.قاسي يسمينة ،جامعة احمد زبانة - غليزان -

ملخص :

تعمل تقنية الذكاء الاصطناعي على أتمتة مهام معينة في الصحافة ،مما يوفر وقت الصحفيين لمزيد من التقارير و التحليل المتعمق وعلى سبيل المثال يمكن لروبوتات الدردشة المدعومة بالذكاء الاصطناعي التعامل مع الاستفسارات الروتينية من القراء ،بينما تساعد خوارزميات معالجة اللغة الطبيعية في التحقق من المعلومات وتحليل البيانات.

وتهدف هذه الدراسة إلى أن الذكاء الاصطناعي يعتبر كمحرك للابتكار الإعلامي وهذا ما يشجع ثقافة الابتكار بحيث أن على المؤسسات الإعلامية تعزيز ثقافة تقدر وتشجع الابتكار،ويمكن ذلك من خلال تحفيز الإبداع بين المحترفين وتوفير فرص الموظفين للمساهمة بأفكارهم الابتكارية.

وتوصلت هذه الدراسة إلى أن الذكاء الاصطناعي يجلب كثيرا من الفوائد للصحافة ، فانه يثير أيضا اعتبارات و تحديات أخلاقية ، تتمثل في الاستخدام المسؤول والأخلاقي للذكاء الاصطناعي في الصحافة.



الكلمات المفتاحية : الذكاء الاصطناعي ، الابتكار الإعلامي ، المؤسسات الإعلامية ، الصحافة.

المداخلة الثالثة عشر: تقنيات الذكاء الاصطناعي: بين ثنائية الإنتاج وصناعة الهوية البصرية بالمؤسسات الإعلامية - قناة سكاى نيوز عربية أنموذجاً - طاهر عبد السميع، شايب الذراع زياد، كلية علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر 3

ملخص:

يشهد القطاع الإعلامي في الوقت الراهن تحولات جذرية بفعل ثورة المعلومات والتطور التكنولوجي في الصناعة والإنتاج الإعلامي، التي أحدثتها تقنيات الذكاء الاصطناعي من خلال قدرته على محاكاة السلوك البشري وقيامه بالعديد من المهام الإعلامية (كالتحرير والإلقاء) بكفاءة وسرعة عالية، مع إمكانية فهم سلوكيات الجماهير ومن ثم توجيه الرسائل الإعلامية المناسبة (عملية التكييف) من خلال الخوارزميات، فبالنالي هي أدوات أساسية تعمل على تسهيل عملية تحليل وتحيين المعلومات والأشكال الإعلامية (مقالات، برامج إذاعية وتلفزيونية، محتوى رقمي افتراضي...) بشكل فعال.

في المقابل، تلعب تقنيات الذكاء الاصطناعي والخوارزميات الذكية دوراً حيوياً في بناء هوية المؤسسات الإعلامية، عن طريق توجيه الإنتاج الإعلامي (شكلاً ومضموناً) عبر الوسائط الرقمية والافتراضية، بشكل يعكس قيم ومبادئ المؤسسة ويسهم في تشكيل هوية إيجابية (ترتبط ارتباطاً وثيقاً بسمعة وصورة المؤسسة)، خاصة إذا ما تعلق الأمر باستحداث وابتكار أساليب فنية وتقنية تبرز تفاصيل الهوية البصرية للمؤسسة الإعلامية بطرق إبداعية لا يشوبها التشويه أو التلاعب بمحتواها (الدلالات والمعاني)، ولكن مع جميع هذه الجوانب المواتية لمخرجات أدوات الذكاء الاصطناعي في تطوير ثقافة وإنتاج المؤسسات الإعلامية، لا تزال هناك فجوة تمثل تحديات -حالية ومستقبلية- أخلاقية ومهنية في شروط وضوابط تبني هذه التكنولوجيات الذكية، واعتبارها ضرورية وبديل بشري لا غنى عنه.

الكلمات المفتاحية: تقنيات الذكاء الاصطناعي، الإنتاج الإعلامي، الهوية البصرية، المؤسسة الإعلامية.

المداخلة الرابعة عشر: عنوان المداخلة: تأثير استخدام الذكاء الاصطناعي على صناعة الإعلام، بين تعزيز المصداقية وتنامي الأخبار الزائفة، ط/د محمد ضويفي

جامعة الجزائر 03

الملخص:

تهدف هذه المداخلة إلى تسليط الضوء على تطبيقات الذكاء الاصطناعي، ومحاولة الكشف عن إمكانية تفوقها على العقل البشري، وتوظيفها من أجل صناعة المحتوى الإعلامي، وتأثير كل ذلك على مصداقية الأخبار، والكشف عن الأخبار الكاذبة، من خلال التعرف على مفهوم الذكاء الاصطناعي، والذكاء الاصطناعي

الإعلامي، والعلاقة التي تربط الذكاء الاصطناعي بالإعلام، والكشف عن بعض التطبيقات التي تعمل بالذكاء الاصطناعي التي يمكن للصحفيين توظيفها لإنشاء الصور أو الفيديوهات أو إنتاج النصوص في غرف الأخبار، ضمن ما يعرف بصناعة الإعلام، ثم محاولة إبراز بعض النماذج الخاصة ببعض التطبيقات التي يتم بفضلها الكشف عن الأخبار الزائفة، والتي تم إنشائها من طرف كبريات المؤسسات الإعلامية والمنظمات الاجتماعية الأجنبية وحتى على مستوى الوطن العربي، حيث تبين من خلال هذه الدراسة وجود تأثير بالغ لتطبيقات الذكاء الاصطناعي في إنتاج المحتوى المزيف أكثر من تعزيز المصداقية، حتى أنّ تطبيقات الكشف عن الأخبار الزائفة تبقى قاصرة نوعاً ما، بسبب حداتها من جهة، وعدم تفوقها في كثير من الأحيان على العقل البشري من جهة أخرى.

الكلمات المفتاحية: الذكاء الاصطناعي، صناعة الإعلام، المحتوى الإعلامي، الأخبار الزائفة، تعزيز المصداقية، منصات.

## تقرير عن فعاليات انعقاد ملتقى المؤسسات الإعلامية الرقمية الناشئة معالم التحول وتحديات التطور

تم تنظيم الملتقى في وقته المحدد بتاريخ 21 أبريل 2024 بكلية علوم الإعلام والاتصال وقد انطلق على الساعة 14:00 مساءً واستمر إلى غاية الساعة 17:00 وجرى في ظروف جيدة ومفعمة بالحضور الكامل للمتدخلين عبر تقنية التحاضر عن بعد عبر تطبيق google meet وقد حاول المتدخلون معالجة هذا الموضوع من جوانبه المختلفة:

### التقرير العام للجلسة الثانية

عنوان الجلسة: الجلسة الأولى: المؤسسات الإعلامية الرقمية الناشئة معالم التحول

- التاريخ: 21 افريل 2023
- المكان: كلية علوم الاعلام والاتصال
- المنظمون: مشروع البحث التكويني حضانة المؤسسات الإعلامية الرقمية الناشئة في الجزائر.
- رئيس الجلسة: د. شعبان شاوش جمال
- مقررة الجلسة: د. سامية خبيزي
- توقيت الجلسة: 14:00

### الجلسة الأولى تمحورت مداخلاتها حول: المؤسسات الإعلامية الرقمية الناشئة معالم التحول

رئيس الجلسة : أ.د جمال شعبان شاوش مقررة الجلسة: د.خبيزي سامية

المداخلة الأولى: د. إيمان بن نعمة مدخل مفاهيمي للمؤسسات الناشئة في سياق الإعلام الرقمي

تطرقت المتدخلة في هذه المداخلة إلى تعريف المؤسسات الناشئة في البيئة الرقمية كما وضحت الفرق بين المؤسسات التقليدية والناشئة هذه الأخيرة التي لا بد لها أن تقدم حلا مبتكرا وخدمات غير مألوقة، وقد قدمت مفهوما للمؤسسات الإعلامية الناشئة الرقمية وهي التي تقدم خدمة مبتكرة باستخدام التكنولوجيا والتي تساهم في تحسين نظام إعلامي قائم، وهذا الابتكار في هذه المؤسسات يكون من حيث المحتوى أو من حيث أدوات وتقنيات جديدة لإنشاء المحتوى أو من حيث منصات التوزيع لنشر المحتوى، كما وضحت شروط منح علامة مؤسسة ناشئة.

المداخلة الثانية: د. رزيقة حيزير المؤسسات الإعلامية الرقمية الناشئة في الجزائر بين فرص المؤسسة ومataها الممارسة

تطرفت المتدخلة في هذه المداخلة إلى رهانات التوجه إلى المؤسسات الإعلامية الرقمية الناشئة في الدولة الجزائرية، كما أشارت إلى الصفات الجوهرية للمؤسسات الناشئة كاعتماد على الريادة والابتكار للوصول إلى مجتمع الوفرة والتقرب من المواطن، ووضحت أهم التحديات التي أضحت تواجهها المؤسسات الإعلامية الرقمية الناشئة في الجزائر.

### المداخلة الثالثة: الأستاذ مختاري رضوان

ركز من خلال مداخلته على رهانات المؤسسات الإعلامية في البيئة الرقمية الجديدة وقد طرح العديد من التساؤلات المرتبطة بهذا التحول كالتوجه نحو إنشاء مؤسسات إعلامية من قبل المقاول الذي يسعى إلى تحقيق الأرباح من خلال المنتجات الإعلامية والتي لا تتشابه مع المنتجات الأخرى، وكذا طبيعة المعلومات الإعلامية التي أصبحت كسلعة يسعون من خلالها إلى تحقيق الأرباح وعليه فقد تراجع دور الصحفي في المؤسسات الصحفية التي أصبح هدفها ربحي.

### المداخلة الرابعة: أ.د إبراهيم بلحيمر أ.د مراد كموش اقتصاديات المؤسسات الإعلامية الرقمية الناشئة : التحولات والأفاق

تطرق المتدخل من خلال مداخلته إلى المراحل التاريخية التي مرت بها المؤسسات الاقتصادية وصولاً إلى القطاع الرقمي الذي أنتج اقتصاد المعلومات واقتصاد البيانات، وفي نفس السياق ركز على عنصرين أساسيين طبيعة التحول وطبيعة الفرص الممنوحة لهذه المؤسسة وبروز نموذج الاستثمار الذاتي، كما أشار إلى أن السياق الرقمي سمح بإنشاء مؤسسات ناشئة وسمح للأفراد بالتوسع في هذا المجال وتجسيد الأفكار النظرية في إطار عالمي وإبراز الكثير من الكفاءات، وقد تطرق إلى التحديات البيئية والتشريعية والقانونية التي تواجه اقتصاديات المؤسسات الإعلامية الرقمية الناشئة.

### المداخلة الخامسة : ط.د حميد قراطي واقع الصناعات الإشهارية الحديثة في المؤسسات الإعلامية الرقمية الناشئة

حاول المتدخل من خلال مداخلته التطرق إلى إشكال مهم يرتبط بكيف تستفيد المؤسسات الإعلامية الرقمية الناشئة من الإشهار، فهذه المؤسسات أصبحت تستخدم الإشهار في البيئة الرقمية وتستهدف العميل الرقمي لخلق قيمة مضافة ولتقليل من التكاليف الضخمة الناتجة عن التسويق التقليدي، وقد أشار إلى التحديات التي أصبحت تواجه هذه الصناعة والتي من أبرزها التمويل، جذب المتصفحين لتفقد الإشهار، التعديل وإعادة الصياغة، تحدي الحصول على البيانات.... وغيرها.

### التوصيات

من أهم التوصيات التي تمخضت عن هذا الملتقى:

- ضرورة تنمية الحس المقاوالاتي لدى الطلبة الجامعيين دون الاقتصار على البعد الاقتصادي والمالي لمفهوم المقاوالاتية.
- تفعيل دور الاتصال في مرافقة مشاريع المؤسسات الاعلامية الرقمية الناشئة من خلال إقامة الندوات والأيام التكوينية.



- ضرورة إقامة ورشات تدريبية متخصصة لصحفيين والإعلاميين لتطوير قدراتهم ومهاراتهم في استخدام الذكاء الاصطناعي.
- أهمية الجانب الأخلاقي في استخدامات الذكاء الاصطناعي في المؤسسات الإعلامية الراهنة.

## التقرير العام للجلسة الثانية

- عنوان الجلسة: الذكاء الاصطناعي وثورة الخوارزميات وتأثيرهما على صناعة الاعلام
- التاريخ: 21 افريل 2023
- المكان: كلية علوم الاعلام والاتصال
- المنظمون: مشروع البحث التكويني حضانة المؤسسات الإعلامية الرقمية الناشئة في الجزائر.
- رئيسة الجلسة: د. عياد حنان
- مقررة الجلسة: د. قانة حسينة
- توقيت الجلسة: 14:30

### المتحدثون:

#### المداخلة الأولى: على الساعة 14: 46

- مداخلة حياة عمروش، د. حمادن خالد، واقع وتحديات المؤسسات الإعلامية الرقمية الناشئة في الجزائر: دراسة حالة جريدة شرشال نيوز نموذجاً
- المتحدثة حياة عمروش وتناولت النقاط الرئيسية التالية:
- البداية التعريف بجريدة شرشال نيوز
  - عرض واقع وتحديات جريدة شرشال نيوز
  - ركزت المداخلة على الإجابة على بعض القضايا منها:

- ما هي بعض العوامل المحددة التي تساهم في تحديات المؤسسات الإعلامية الرقمية الناشئة في الجزائر؟
- كيف تغلبت جريدة شرشال نيوز على هذه التحديات؟
- ما هي الدروس المستفادة التي يمكن للمنظمات الإعلامية الرقمية الناشئة الأخرى في الجزائر التعلم منها من تجربة جريدة شرشال نيوز؟
- ما هو مستقبل المؤسسات الإعلامية الرقمية في الجزائر؟

جاء بعدها التعقيب على المداخلة من طرف رئيسة الجلسة في دقيقتين ثم أعطت الكلمة للمتحدث عن المداخلة التالية

### **المداخلة الثانية: على الساعة 14:58**

المتحدث ط.د/ عبد الرحيم مداسي من جامعة الجزائر 3، عنوان المداخلة: استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي في صناعة المحتويات الاعلامية معالم صحافة الجيل السابع - اهم النقاط التي تناولها العرض:

- **تقديم جدول مقارنة بين الذكاء البشري والذكاء الاصطناعي:** عرضت المتدخلة جدولاً يوضح الفروق بين الذكاء البشري والذكاء الاصطناعي. وذكرت أن الذكاء البشري يتميز بالإبداع والابتكار والقدرة على التعاطف، بينما يتميز الذكاء الاصطناعي بالقدرة على معالجة البيانات بسرعة ودقة عالية.
- **أهمية الذكاء الاصطناعي في صناعة المحتوى الإعلامي:** اشارت المتدخلة الى أهمية الذكاء الاصطناعي في صناعة المحتوى الإعلامي. وذكرت أن عدم فهم كيفية عمل هذه التكنولوجيا يمكن أن يؤدي إلى استخدامها بشكل غير مسؤول أو ضار.
- **كيف يتم توظيف الذكاء الاصطناعي في صناعة المحتوى الإعلامي:** قدمت المتدخلة أمثلة على كيفية توظيف الذكاء الاصطناعي في صناعة المحتوى الإعلامي. وذكرت أن هذه التكنولوجيا يمكن استخدامها لإنشاء محتوى إعلامي موجه إلى جمهور محدد، ولترجمة المحتوى إلى لغات أخرى، وللتحقق من صحة المعلومات.
- **الحديث عن صحافة الجيل السابع واستخداماتها:** ربطت المتدخلة بين الذكاء الاصطناعي وصحافة الجيل السابع. وذكرت أن هذه التكنولوجيا يمكن استخدامها لتحسين جودة المحتوى الصحفي، ولزيادة تفاعل الجمهور مع وسائل الإعلام، وللحفاظ على استقلالية الصحافة.
- **الاستنتاج والخلاصة:** لخصت المتدخلة النقاط الرئيسية في مداخلتها. وذكرت أن الذكاء الاصطناعي يمكن أن يكون أداة قوية لتحسين أداء المؤسسات الإعلامية الرقمية الناشئة في الجزائر، ولكن من المهم استخدام هذه التكنولوجيا بشكل مسؤول وأخلاقي.

- انتهاء المداخلة على الساعة 15:09

- التعقيب على المداخلة من طرف رئيسة الجلسة لمدة دقيقتين ثم فصح المجال امام المداخلة التالية وانتظار الاستجابة

### **المداخلة الثالثة:**

تسجيل غياب صاحب المداخلة الثالثة أ.د ابراهيم بعزیز، جامعة الجزائر 3، بعنوان صناعة المحتوى الإعلامي في المؤسسات الإعلامية الرقمية الناشئة: الضوابط والأخلاقيات.

## المدخلة الرابعة: على الساعة: 15:13

المتحدث: ط.د/ إسلام سيف الدين بومعقل، من جامعة عبد الحميد بن باديس مستغانم،  
الذكاء الاصطناعي وصحافة الروبوتات  
العناصر الرئيسية للمدخلة:

- البداية بمتقدمة موجزه عن الذكاء الاصطناعي
- ثم عرض اهم العناصر التي سعت المدخلة الى تقديمها ومنها:  
1- كيف يتم انجاز المحتوى الاعلامي والتحولت في مفهوم الجمهور  
2- ازدهار الصحافة والتطور التكنولوجي  
3- تقديم الانماط الجديدة في صناعة المحتوى الرقمي  
4- الحديث عن الاندماج الاعلامي في الوسائط الجديدة  
5- اهم استخدامات الذكاء الاصطناعي في المحتوى الاعلامي
- أخيرا خاتمة موجزة

انتهاء المدخلة: 15:25

التعقيب على المدخلة 15:26. مع تدخل رئيسة المتلقي للإعلان على ملتقى لاحق في الأشهر القادمة موضوعه مرتبط بنفس الموضوع المقدم.

## المدخلة الخامسة: 15:33

د.قاسي يسمينة جامعة احمد زبانة – غليزان، توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي كمحرك  
للابتكار الإعلامي ومدى استخدامه في الصحافة  
في هذا التوقيت لم تكن المتحدثة حاضرة بعد فأعطيت الكلمة للمتحدث عن المدخلة التالية

## المدخلة السادسة: 15:35

ط.د طاهر عبد السميع، ط.د شايب الذراع، زياد، جامعة الجزائر 3، تقنيات الذكاء الاصطناعي  
بين ثنائية الإنتاج وصناعة الهوية البصرية بالمؤسسات الإعلامية- قناة سكاى نيوز عربية  
أنموذجاً.

المتحدث عن المدخلة كان ط.د شايب الذراع، وقد استهل العرض بمقدمة موجزة عن  
الموضوع، وقد تمحور العرض على النقاط الرئيسية التالية:

- عرض أهمية الدراسة ومنهجيتها.
- عرض الجانب التطبيق للمدخلة.

-عرض تطور تطبيقات الذكاء الاصطناعي في الصناعة الإعلامية وظهور ما يسمى بصحافة الروبوتات او صحافة الخوارزميات.

- الحديث عن الهوية البصرية ومكوناتها وكيفية تأثيرها على المستخدم
- شرح برامج الذكاء الاصطناعي المستخدمة في القناة محل الدراسة وكل ما يساهم في جودة البث والحياز على الهوية البصرية الخاصة
- تقديم مجموعة من التوصيات

انتهاء المداخلة 53: 15 التعقيب على العرض 54: 15 ، مع تدخل رئيسة الملتقى لإثراء الموضوع في اطار مناقشة ثرية مع رئيسة الجلسة

### **التحاق صاحبة المداخلة الخامسة على الساعة 15:57**

تمحور العرض في النقاط الرئيسية التالية:

- تقديم مقدمة وجيزة ثم عرض الإشكالية المتمثلة في: كيف يتم استخدام الذكاء الاصطناعي في الابتكار الإعلامي؟
- تقديم اهداف الدراسة
- التعرض إلى مفاهيم الذكاء الاصطناعي
- إعطاء لمحة عن صحافة الابتكار الاعلامي
- الخاتمة

- تقديم بعض التوصيات

انتهاء المداخلة على الساعة 16:02

التعقيب على المداخلة من طرف رئيسة الجلسة 16:03

### **المداخلة السابعة: 16:04**

- عرض مقدمة موجزة على الموضوع من خلال عرض ملخص على الشاشة. . طرح الاشكالية والتساؤلات الفرعية.

- تناول في المحور الأول: مفاهيم حول الذكاء الاصطناعي وتميزه عن بعض المفاهيم المشابهة له كالروبوت والأتمتة ثم انتقل إلى مفهوم صناعة المحتوى الإعلامي، ثم عرض تجارب الاعتماد على تقنيات الذكاء الاصطناعي في صناعة المحتوى الاعلامي ثم أوجه استفادة الاعلام من الذكاء الاصطناعي، ثم عرض بعض ادوات الاستفادة من الذكاء الاصطناعي.

المحور الثاني: مظاهر استخدام خوارزميات الذكاء الاصطناعي في صناعة المحتوى الاعلامي



وفي أيضا تطرق الى مفهوم الأخبار الزائفة وأخبارها  
- المحور الثالث: عرض لبعض التجارب على استخدام تطبيقات التحقق من الأخبار الزائفة  
في الأخير تم عرض الخاتمة والتوصيات

انتهاء المتداخلة - 16:20

التعقيب على المداخلة

**فتح باب المناقشة: لم يتم تسجيل أي تعقيب او طرح أسئلة او مناقشة أي فكرة**

على الساعة 16:24 القاء الكلمة الختامية لرئيسة المتلقي والاعلان عن ملتقى آخر لشهر جوان  
المقبل

على الساعة 16:26 عرض رئيسية اللجنة التنظيمية لاهم مخرجات، وتوصيات الملتقى.

## توصيات الملتقى المنظم يوم 21 أبريل 2024

- تنمية الحس النقاولاتي لى الطلبة الجامعيين دون الاقتصار فقط على المفهوم الاقتصادي والمالي لمفهوم النقاولاتية؛
- تفعيل دور الاتصال في مرافقة مشاريع المؤسسات الإعلامية الرقمية الناشئة من خلال الندوات والأيام التكوينية ومختلف البرامج الإعلامية في وسائل الإعلام والاتصال
- تنظيم أيام تحسيسية ودورات تكوينية حول أهمية النقاولاتية ودورها في تحقيق التنمية في المجتمع؛
- توجيه المؤسسات الإعلامية الرقمية الناشئة أو المشاريع حول كيفية أساسيات المنافسة الشريفة في المجتمع
- إقامة ورشات تدريبية متخصصة للصحفيين والإعلاميين من أجل تطوير قدراتهم ومهاراتهم في التعامل مع تقنيات وتطبيقات الذكاء الاصطناعي، كما تسهم إلى تكييفهم مع هذه التكنولوجيات (الاغتراب التكنولوجي) والتطرق إلى مسألة عدم التخلي عن اليد العاملة البشرية وتعويضها بالروبوتات والبرامج الذكية.
- التأكيد على الجانب الأخلاقي لاستخدامات الذكاء الاصطناعي في الممارسات الإعلامية من حيث احترام خصوصية المشاهدين وبيانات المستخدمين والأمان المعلوماتي،
- إقامة ورشات تدريبية متخصصة للصحفيين والإعلاميين من أجل تطوير قدراتهم ومهاراتهم في التعامل مع تقنيات وتطبيقات الذكاء الاصطناعي، كما تسهم إلى تكييفهم مع هذه التكنولوجيات (الاغتراب التكنولوجي) والتطرق إلى مسألة عدم التخلي عن اليد العاملة البشرية وتعويضها بالروبوتات والبرامج الذكية.
- التأكيد على الجانب الأخلاقي لاستخدامات الذكاء الاصطناعي في الممارسات الإعلامية من حيث احترام خصوصية المشاهدين وبيانات المستخدمين والأمان المعلوماتي،

01:30



0,00 B/S 4G 4G 6



21 avr. 2024

15:45



01:28



0,00 B/S 4G 4G 6



21 avr. 2024

15:53





01:27

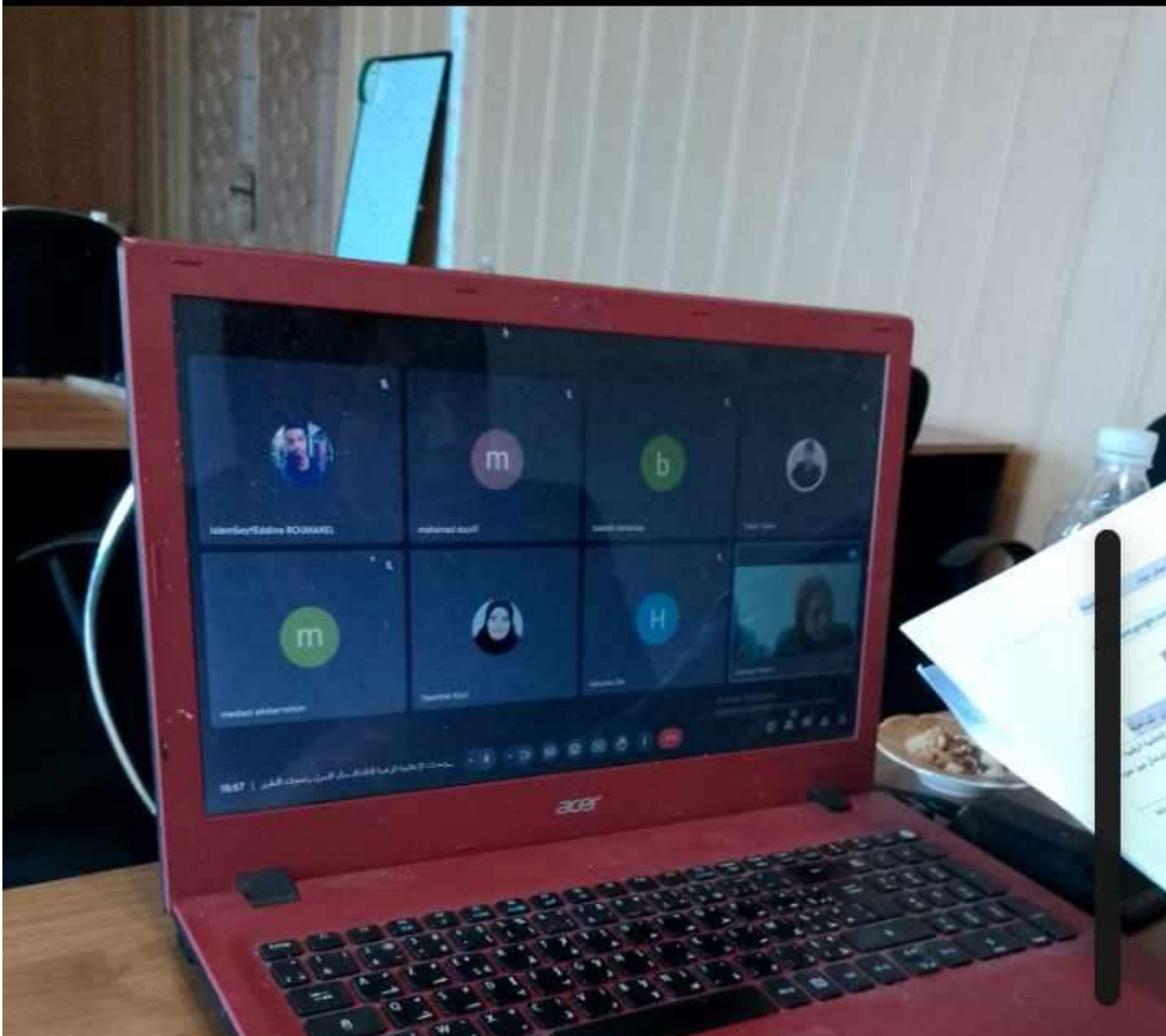


0,00 B/S 4G 4G 6



21 avr. 2024

15:57



01:25

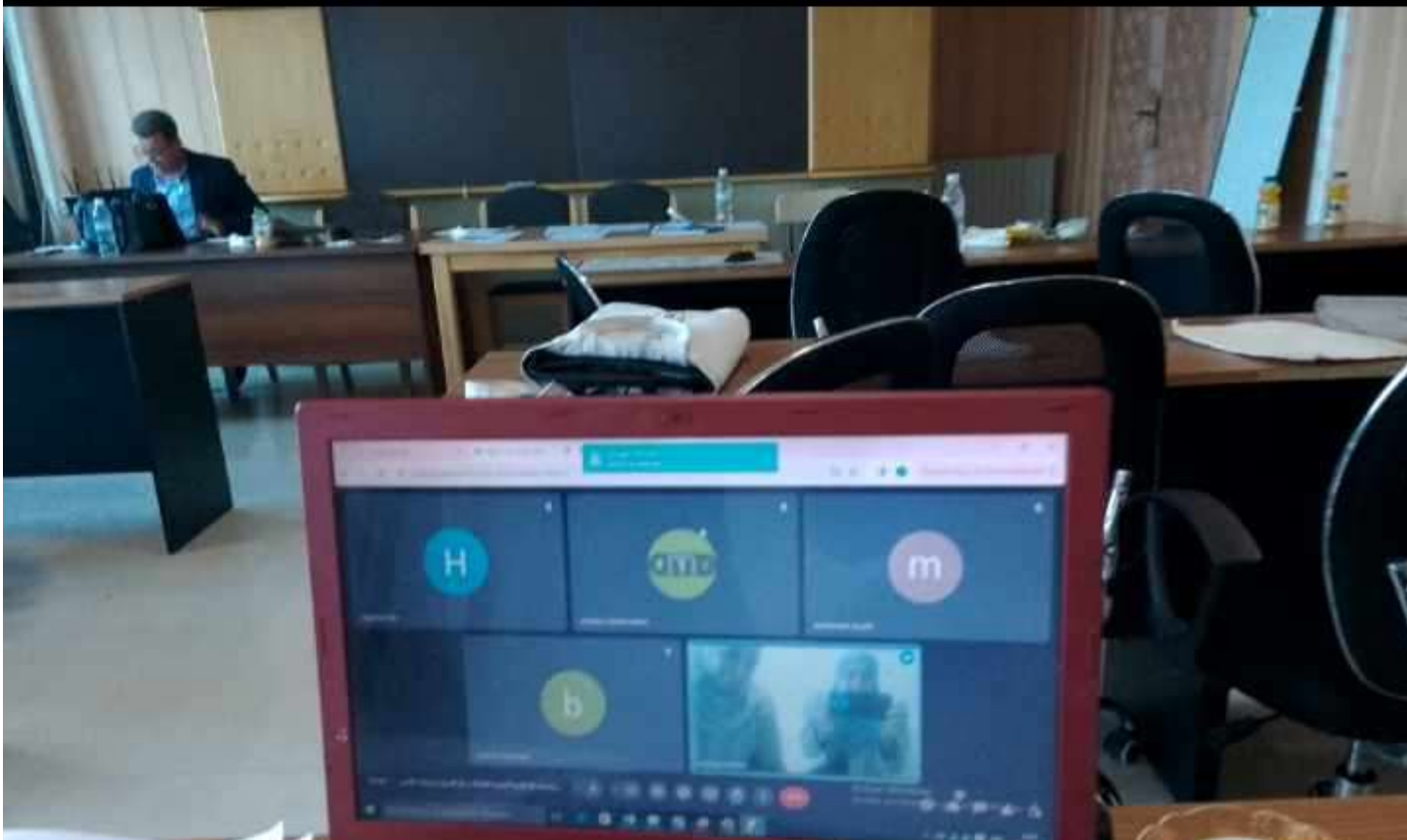


0,00 B/S 4G 4G 7



21 avr. 2024

16:28



01:24



656  
B/S

4G

4G

7



21 avr. 2024

16:30



01:21



0,00 B/S 4G 4G 7



21 avr. 2024

16:32





01:31



91,0  
B/S

4G

4G

6



21 avr. 2024

15:44



01:40



0,00 B/S 4G 4G 5



21 avr. 2024

14:24



01:38



407 B/S

4G

4G

5



20 avr. 2024

19:41





01:37

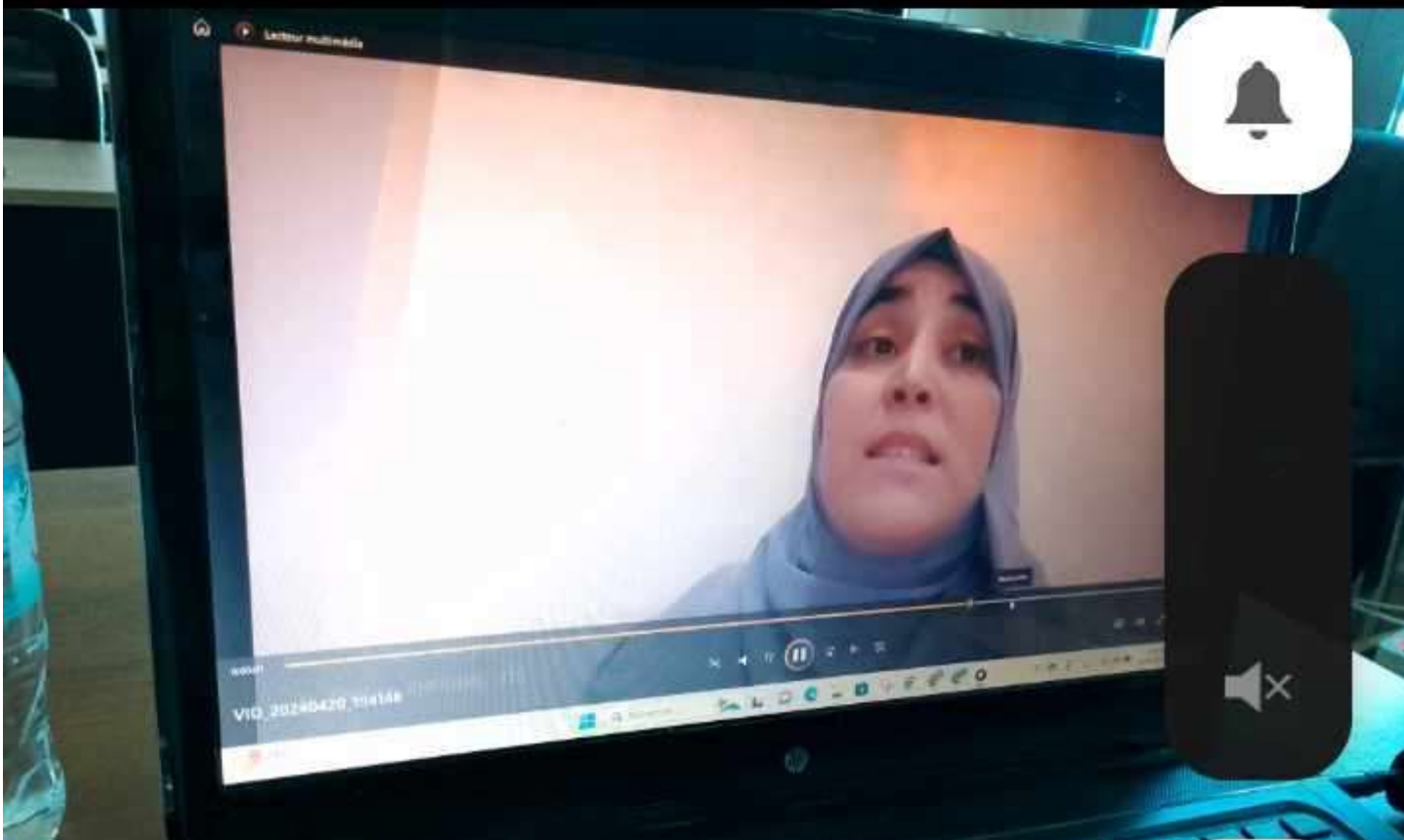


9,55 K/S 4G 4G 5



21 avr. 2024

14:21



01:36

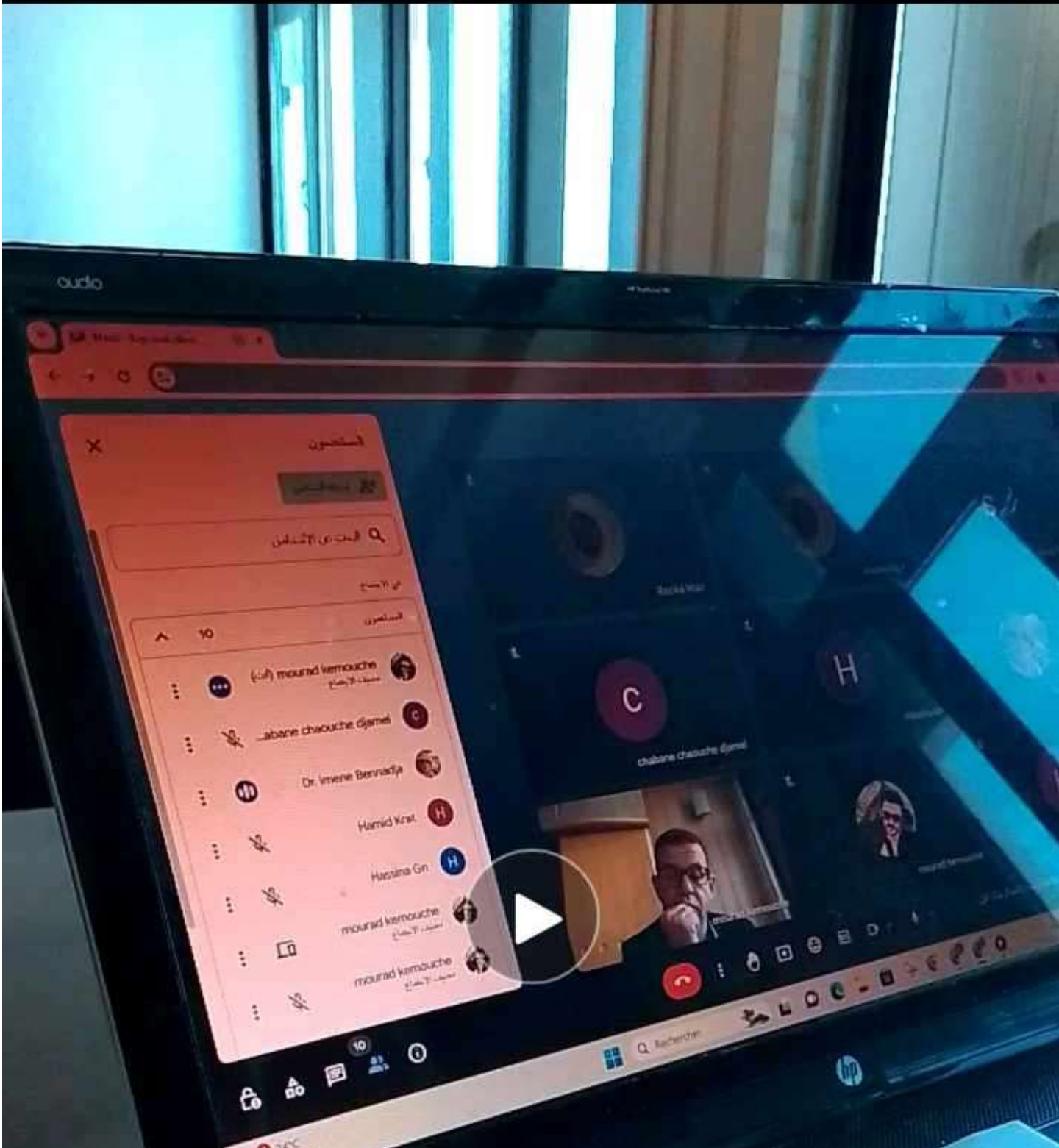


0,00 B/S 4G 4G 5



21 avr. 2024

14:34



01:34



0,00 B/S 4G 4G 6



21 avr. 2024

15:26



