



مشروع البحث التكويني الجامعي PRFU

مختبر المؤسسات الإعلامية الرقمية الناشئة في الجزائر

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي



جامعة الجزائر 03

كلية علوم الإعلام والاتصال

حصيلة أشغال الملتقى الوطني - عن بعد -

2024/04/21 يوم

موسوم بـ :

المؤسسات الإعلامية الرقمية الناشئة

معالم التحول وتحديات التطور

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

2025-2024

أهداف الملتقى

- بناء خلقة أكاديمية حول فكرة المؤسسات الإعلامية الرقمية الناشئة
- توضيح أهمية السياسات التكنولوجية الحديثة وتأثيرها على ممارسات وسائل الإعلام
- بناء إطار تنظيمي وتشريعية للمؤسسات الإعلامية الرقمية الناشئة
- تطويرية مشاريع المؤسسات الإعلامية الناشئة والاطلاع على تماذج رياضية فاجحة

محاور الملتقى

- المحور الأول: المؤسسات الإعلامية الرقمية الناشئة دلالة المفهوم
- المحور الثاني: الذكاء الاصطناعي وثورة الخوارزميات وتأثيرها على صناعة الإعلام
- المحور الثالث: الإطار التنظيمي والتشريعى للمؤسسات الإعلامية الرقمية الناشئة
- المحور الرابع: تماذج محلية وعالمية للمشاريع الريادية في مجال الإعلام

مواعيد مكثفة

لرسال المداخلات كاملة قبل تاريخ 31/03/2024

إنعقاد الملتقى يوم 21/04/2024

البريد الإلكتروني

يرجى إرسال المداخلات إلى البريد الإلكتروني الآتي

mediastartup4@gmail.com



ريادة الملتقى

يشهد عالم اليوم تغيرات شديدة ومتسرعة على مستوى الأنساق الاجتماعية والاقتصادية والثقافية، وذلك بسبب التطورات الحاسمة في تكنولوجيا الاتصال والاتصال وإفرازها المتباينة، فقد فرضت ثورة الخوارزميات والذكاء الاصطناعي أشكالاً جديدة من المجتمعات البعدية التي تعيش في مدن فاضلة رقمياً وأسست لمناخ اقتصادية غير تقليدية كالريادة والابتكار والمؤسسات الناشئة، ومكنت من بروز استثمارات جديدة ذات رأسمال ثقافي / اقتصادي / مهني، تحولت شيئاً فشيئاً إلى فرص وماركات جديدة غيرت من بي وسائل الإعلام شكلاً ومضموناً

يعد المؤذون الاجتماعيون ورواد الشبكات الاجتماعية، ومتوجهون بالحوارات الإعلامية، والواب ماستر و مدبر الواقع الإعلامي والروبوتات الصحفية والمستويات الذكية وغيرها... أشكالاً وأفكاراً ابتكارية في بيئة رقمية مسرعان ما تحولت إلى مشاريع ومؤسسات ناشئة في حقل الإعلام والاتصال، وفجرت معها طرق المؤسسات الإعلامية كاتجاهات التحرير الجديدة وطرق التعامل وحتى أساليب الملكية والتمويل والتغطية، أو ما يات يعرف في الآدبيات بالمؤسسات الإعلامية الرقمية الناشئة

تطورت فكرة للمؤسسات الإعلامية الرقمية الناشئة مستندة إلى فرص البيئة الحرة والمفتوحة للصاصين الاجتماعيين والثقافية من جانب، ولذ التكنولوجي والوسائل من جانب آخر، مما أحدث تحولات عميقة ومركبة على مستوى طبيعة التقليم ورسوسيولوجية الهيئة الإعلامية والصحافية التي أصبحت تستند على علاقات حديثة مودعة في النظام الإعلامي الذي فرضته الثورة الرقمية والخوارزمية

وبالرغم من أن المؤسسات الإعلامية الرقمية الناشئة تجور العديد من الامتدادات والفرص، إلا أنها تعيش مرحلة غير مستقرة وتحتاجيات جمة تتطلع خاصة بعد احترامها لقيم والمادن المثلية والأخلاقية وتدلي إسهامها في العطاء على سلامة المجتمعات وتطورها، تسييدها واحترام المسؤوليات ورسالتها

فالمؤسسات الإعلامية الحديثة ليست فقط استعراض للقدرات التكنولوجية أو الآلية البائمة أو أدوات اتصالية ذاتية بين العاملين العريضة قد تردد للمعلومات والاتصال، وإنما هي ممارسة إعلامية أصلية تجمع بين المهمة والقصدية والقدرة والشراكة التي تراعي المعايير العدالة والمواطين، وتقدم إنتاجاً إعلامياً فيما



جامعة الجزائر 03



كلية علوم الاعلام والاتصال
مشروع البحث التكوفي (PRFU)

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

المؤسسات الإعلامية الرقمية الناشئة معالم التحول وتحمّلات 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 بدر الدين رئيسة قسم علوم الاتصال
رئيسة الملتقى: أ.د. حنان شعبان



د. مصطفى كشايри	جامعة الجزائر 3	جامعة الجزائر	د. حنان عياد
د. حميداوش جميلة	جامعة الجزائر 3	جامعة الجزائر	د. كريمة غديرى
د. قانة حسينة	جامعة الجزائر 3	جامعة الجزائر	د. تكركارت يوسف
د. قادم جميلة	جامعة الجزائر 3	جامعة الجزائر	د. قادم جميلة

- أعضاء اللجنة العلمية:

جامعة الجزائر 3	د. صبيات نصيرة
جامعة الجزائر 3	أ.د. بوخبزة نبيلة
جامعة الجزائر 3	أ.د. جمال شعبان شاوش
جامعة الجزائر 3	أ.د. إبراهيم عزيز
المركز الجامعي تيبازة	أ.د. بلحيمير إبراهيم
جامعة تبسة	أ.د. بلخيري رضوان
جامعة الجزائر 3	أ.د. أفراد حسينة
جامعة الجزائر 3	أ.د. الزهرة بربك
جامعة الجزائر 3	أ.د. وهيبة بوزيفي
جامعة الجزائر 3	د. كريمة بوفلاقة
جامعة الجزائر 3	د. قرایینیہ وردة
جامعة الجزائر 3	د. دلیلہ العوفی
جامعة الجزائر 3	د. منی بن عون
جامعة الجزائر 3	د. نور الهدی عبادة
جامعة الجزائر 3	د. زینب بعلوج

رئيسة الملتقى: أ.د. حنان شعبان

رئيس اللجنة العلمية: أ.د. مراد

كموش

رئيسة اللجنة التأليمية:

أ. ياسمينة حدوش

<u>أعضاء اللجنة التنظيمية:</u>	
رئيس اللجنة التنظيمية: حدوش ياسمينة	
جامعة الجزائر 3	أ.د. أمال قاسيبي
جامعة الجزائر 3	د. سامية خبزي
جامعة الجزائر 3	أ. قويزي ميادة
جامعة الجزائر 3	ط.د. دحمون صورية
جامعة الجزائر 3	ط.د. محمد دويهي
جامعة الجزائر 3	ط.د. قراطبي حميد
جامعة الجزائر 3	ط.د. طاهر عبد السميم

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

برامج الملتقى

الجلسة الافتتاحية : 14:00 سا

تلاوة آيات بينات 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 خبزي

رابط الجلسة الأولى:

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

الجلسة الأولى: 14:00 سا

مناقشة عامة

اسم المتدخل	الجامعة	عنوان المداخلة
د: إيمان بن نعجة	جامعة الجزائر 3	مدخل مفاهيمي للمؤسسات الناشئة في سياق الإعلام الرقمي
د: رزيقة حيزير	جامعة الجزائر 2	المؤسسات الإعلامية الرقمية الناشئة في الجزائر بين فرص المؤسسة ومتاهات الممارسة: رؤية نقدية
د. رضوان مختارى	جامعة التكوين المتواصل	Media start up at the age of digital media:Prospecting Algerian
د. عبد المالك تكركارت	م ع ع ١١	الإطار التشريعى والقانونى للمؤسسات الإعلامية الرقمية الناشئة
أ.د إبراهيم بلحيمير	المركز الجامعي تيبارزة	اقتصاديات المؤسسات الإعلامية الرقمية الناشئة: التحولات والآفاق
أ.د مراد كموش	جامعة الجزائر 3	واقع الصناعات الإشهارية الحديثة في المؤسسات الإعلامية الرقمية الناشئة
ط.د حميد قراطبي	جامعة الجزائر 3	دور التربية الإعلامية في تعزيز الاستخدام الآمن للإعلام الرقمي
د: كريمة غديرى	المدرسة الوطنية العليا للصحافة وعلوم الإعلام	

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 مسا

عنوان المداخلة	الجامعة	اسم المتدخل
واقع وتحديات المؤسسات الإعلامية الرقمية الناشئة في الجزائر: دراسة حالة جريدة شرشال نيوز نموذجاً	المركز الجامعي تيبيازة	أ. حياة عمروش د. حمادن خالد
استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي في صناعة المحتويات الإعلامية: عالم صحفة الجيل السابع	جامعة الجزائر 3	ط.د/ عبد الرحيم مدارسي
صناعة المحتوى الإعلامي في المؤسسات الإعلامية الرقمية الناشئة: الضوابط والأخلاقيات	جامعة الجزائر 3	أ.د ابراهيم بعزيز

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

مناقشة عامة

قراءة التوصيات

ملخصات المدخلات

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

د. إيمان بن نعجة- 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- المدخلة الثانية: المؤسسات الإعلامية الرقمية الناشئة في الجزائر: بين فرص المؤسسة ومتاهات

الممارسة: رؤية نقدية - دة. رزique حيزير استاذة باحثة في علوم الإعلام والاتصال جامعة الجزائر 2

الملخص :

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

هذا المضمون فرض على العاملين في القطاع الإعلامي أهمية تجنب الفجوة الرقمية وتأثيراتها السلبية، فسارعوا إلى ابتكار مؤسسات ناشئة اعلامية تصب عملها الإعلامي في العالم الافتراضي لسد الفجوات المستحدثة جراء نقص الطرق الجديدة لتقديم المعلومات، والمنافسة الشرسة التي فرضتها التحولات العالمية في الميدان، على أمل تحقيق الارباح وتوفير مناصب الشغل.

وعليه فان الدراسة الراهنة تروم تшиريح تفاصيل ظاهرة المؤسسات الناشئة التي بسطت موضتها وسمحت بفتح الأبواب أمام الأفكار الجديدة التي تسمح بإنشاء محتويات رقمية من جهة، كذا محاولة التغلغل في متأهات الممارسات الإعلامية التي فرضها الانتشار الكثيف للتكنولوجيات الاستهلاكية من جهة أخرى. وهذا من أجل الوقوف على واقع الفرص الممنوعة لهذه المؤسسات وصعوبات الممارسة التي تواجهها.

الكلمات المفتاحية: التكنولوجيا، المؤسسة الإعلامية الرقمية، المؤسسة الناشئة، الممارسة، الابتكار.

المداخلة الثالثة: د. رضوان مختارى: 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? .

المداخلة الرابعة: الإطار التشريعي والقانوني للمؤسسات الإعلامية الرقمية الناشئة

د. عبد المالك تكركارت : م ع ع إ

ملخص:

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

كما يتضمن المرسوم التنفيذي رقم 356-20 المؤرخ في 14 ربيع الثاني 1442 الموافق 30 نوفمبر 2020، إنشاء مؤسسة ترقية وتسير هيكل 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 وقوى يرمي إلى تنوع 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 الآتى:

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 بلحيم / أ.د مراد كموش المركز الجامعي تيابازة

الملخص:

تعالج هذه المداخلة موضوع اقتصاديات المؤسسات الإعلامية الرقمية الناشئة، من جوانب التحولات والآفاق، فقد طرحت فكره التمويل والملكية في وسائل الإعلام منذ ما يزيد عن قرنين من الزمن، وتطور بتطور الوسائل والتكنولوجيات، ومروراً بامبراطوريات الميديا الكلاسيكية أو ما يعرف بالتمركزات الإعلامية على غرار تمركز -روبرت ماردوخ- في الولايات المتحدة الأمريكية، و تمركز -برلسكوني- في أوروبا، تأسست إقتصاديات حديثة تعرف اليوم بعمالة 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 والمالات، 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 قراطبي حميد:

"واقع الصناعات الإشهارية الحديثة في المؤسسات الإعلامية الرقمية الناشئة "

الملخص

تستخدم المؤسسات الناشئة الإشهار الرقمي الذي تمظهرت أشكاله وتعده، بمجرد النقر على المحتويات والموقع الإشهاري سواء بصفة مقصودة أو عشوائية، وهذا ما قد ينعكس بالإيجاب على المؤسسة من جهة، وعن علامتها التجارية ومحتها من جهة أخرى فكل مؤسسة مطالبة بتفعيل برامج وخدمات تحدد نجاحها واستمراريتها في السوق وخلق قيمة مضافة لها، فالمؤسسات الناشئة تنشط في بيئة رقمية نشطة تشهد منافسة شديدة نظراً للتشجيع على تطوير هذا النوع من المؤسسات، في العالم كلّ لما لها من دور في تحريك وتيرة ونمو الاقتصاد، وخلق جو الابتكار، لكن تبقى مسألة التسويق الإلكتروني وغيرها من التحديات عقبة في طريق عديد المؤسسات التي تعمل على تطوير إستراتيجيتها الإشهارية الرقمية بغية الوصول إلى تحقيق الأهداف المرجوة عن طريق عرض الخدمات والأفكار، خاصة وأنّ العالم يشهدُ هذا التطور المتسارع ، بحيث نجد العديد من المؤسسات العاملة في مجال الرقمنة فرضت سيطرتها من خلال المداخلات الكثيرة وفي مقدمتها غوغل ، التي تستحوذ على حصة الأسد من عوائد الإشهار الرقمي، إنّ ميزة المؤسسات الناشئة هي تطوير الأفكار ومحاولة الابتكار في المجال الرقمي، وإذا ما أتينا إلى ترتيب الدول في جال الابتكار نجد أنّ سويسرا في المرتبة الأولى، تليها كل من السويد والولايات المتحدة الأمريكية، "ونجد أنّ الجزائر في المرتبة 120 من أصل 132 دولة، خاصة وأنّ بعض البلدان العربية كالإمارات، والعربية السعودية، وقطر وتونس تأتي في المرتبة 71، 68، 66، 33 تباعاً¹، وهو ما يؤكد أنّ التموي في الجزائر متباطئ مع بقية البلدان الأخرى، وهو ما يفتح الباب أمام الشباب الراغب والطموح بالتفوض بهذا المجال الحيوي، خاصة وأنّ تأثيره في الاقتصاد ملحوظ، وإثراء هذه الدراسة أكثر نطرح الإشكالية الآتية:

كيف تستفيد المؤسسات الإعلامية الناشئة الرقمية من الإشهار؟.

وللإجابة على هذا السؤال نقترح الأسئلة الفرعية التالية:

- ماهي أدوار المؤسسة الإعلامية الناشئة في صناعة الإشهار؟.

- ما طبيعة الأهداف التي تُحاول المؤسسة الإعلامية الناشئة الوصول إليها من خلال صناعة الإشهار؟.

- ماهي الخطوات الرئيسية في إعداد إشهار في المؤسسة الإعلامية الناشئة؟

- بم يتميز الإشهار في المؤسسة الإعلامية الرقمية الناشئة؟.

الكلمات المفتاحية: الإشهار، المؤسسات الرقمية الناشئة

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

دور التربية الإعلامية في تعزيز الاستخدام الامن للإعلام الرقمي

¹ - المنظمة الفكرية العالمية،(2021)،مؤشر الابتكار العالمي(18)،2021.

الملخص

عرف المشهد الإعلامي تغييرًا جذريًّا، خاصة فيما يتعلق بالمحتوى والمصامين 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 أثراً عميقاً على العديد من جوانب الإنتاج، بدءاً من جودة المحتوى وطريقة الإنتاج وسرعته وخصوصاً تكلفته، فضلاً عن جانب المصداقية الذي يشكل تحديًّا متزايداً. خصوصاً مع تنايٍ 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 وتجنيبه مخاطر استخدامها من جهة أخرى وبناءً على هذا التأثير، فإنه يتطلب من مجتمع الإعلام والمستخدمين، والمهتمين ب مجال 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 الالازمة لفهم ومعالجة المعلومات بشكل ذكي وفعال. وتتضمن هذه المهارات القدرة على تحليل المعلومات بشكل نبدي، وتقييم مصادرها، والتمييز بين المعلومات الصحيحة والمضللة، وكذلك القدرة على التفاعل بشكل إيجابي مع التكنولوجيا والوسائل الرقمية بما يحقق استخداماً آمناً وفعالاً لها. بناءً على ذلك، فإن التركيز على التربية الإعلامية يعتبر جزءاً حيوياً 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 بيئه 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 مس جميع قطاعات الحياة.

إذ نسعى من خلال مداخلتنا هذه تجسيد الأهداف الآتية:

- التطرق إلى أهم مفاهيم المؤسسات الناشئة
- عرض مختلف الاحصائيات 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 صحفة

الجيل السابعة: ط.د/ عبد الرحيم مدارسي جامعة الجزائر 3

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 الإعلامي عن طريق الخوارزميات وبروز مفاهيم جديدة مثل الواقع المعزز، وبوادر ظهور ما يعرف بصحفة 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 افي ميادين الاعمال وصناعة المحتوى للمؤسسات الاعلامية، كما ساعدت هذه الخوارزميات على تحليل بيانات الاعمال الإبداعية.

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

المداخلة العاشرة: أ.د ابراهيم بعزيز 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 وانطلاقا حقيقة 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 وصحافة 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 والحاسب الآلي ، والتي كانت السبب الأول في ميلاد الصحافة الالكترونية التي تميزت عن الصحافة الورقية بعدة مميزات وخصائص ، 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 أصبح 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 والألوان الالكترونية و انتشار صحافة الهواتف الذكية وكذا المولود الجديد المعروف بالروبوت ، فضلا عن تطبيقات المتنوعة للذكاء الاصطناعي ، التي أعطت شكلًا مغایرًا للصحافة والتحرير الصحفي و طريقة إخراجها بشكلها النهائي إلى 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 زيان - غليزان -

ملخص :

تعمل تقنية الذكاء الاصطناعي على أتمتة مهام معينة في الصحافة ، مما يوفر وقت الصحفيين لمزيد من التقارير و التحليل المعمق وعلى سبيل المثال يمكن لروبوتات الدردشة المدعومة بالذكاء الاصطناعي التعامل مع الاستفسارات الروتينية من القراء ، بينما تساعد خوارزميات معالجة اللغة الطبيعية في التتحقق 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 تقدّر وتشجع الابتكار ، ويمكن ذلك من خلال تحفيز الإبداع بين المحترفين و توفير فرص الموظفين للمساهمة بأفكارهم الابتكارية.

وتوصلت هذه الدراسة إلى أن الذكاء الاصطناعي يجلب كثيرا من الفوائد للصحافة ، فإنه 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 سكاي نيوز عربية أنمودجا - 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 (التحرير والإلقاء) بكفاءة وسرعة عالية، مع إمكانية فهم سلوكيات الجماهير ومن ثم توجيه الرسائل الإعلامية المناسبة (عملية التكيف) من خلال الخوارزميات، فبالتالي 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 (شكلًا ومضمونًا) 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 التلاعيب بمحتها (الدلالات والمعنى)، 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 وبدليل بشرى 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 الزائفية، ط/د محمد ضويفي

جامعة الجزائر 03

الملخص:

تهدف هذه المداخلة إلى تسلیط 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 أن تطبيقات الكشف عن الأخبار الزائفة تبقى قاصرة نوعاً ما، بسبب حداثتها 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 أفريل 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 التكوفي حضانة المؤسسات الإعلامية الرقمية الناشئة في الجزائر.
- رئيس الجلسة: د. شعبان شاوش جمال
- مقررة الجلسة: د. سامية خبيري
- 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. خبيري سامية

المداخلة الأولى: د. إيمان بن نعجة 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 حلًا مبتكرًا وخدمات غير مألوفة، وقد قدمت مفهوماً 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 ومتاهات الممارسة

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

المداخلة الثالثة: الأستاذ مختارى رضوان

ركز من خلال مداخلته على رهانات المؤسسات الإعلامية في البيئة الرقمية الجديدة وقد طرح العديد من التساؤلات المرتبطة بهذا التحول كالتحول 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 بلحيم أ.د مراد كموش اقتصadiات المؤسسات الإعلامية الرقمية الناشئة : التحولات والأفاق

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

المداخلة الخامسة : ط.د. حميد قراطبي 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 لفقد الإشهار، التعديل وإعادة الصياغة، تحدي الحصول على البيانات....وغيرها.

الوصيات

من أهم التوصيات التي تم خصت عن هذا الملتقى:

- ضرورة تنمية الحس المقاولاتي لدى الطلبة الجامعيين دون الاقتصار على البعد الاقتصادي والمالي لمفهوم المقاولاتية.
- تفعيل دور الاتصال في مرافقة مشاريع المؤسسات الإعلامية 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 الإعلام
- 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 مدارسي 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 المتداخلة جدولًا 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 المتداخلة إلى 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 المتداخلة 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، وللحصول على صحة المعلومات.
- الحديث عن صحافة الجيل السابع واستخداماتها: ربطت المتداخلة بين الذكاء الاصطناعي وصحافة الجيل السابع. وذكرت أن هذه التكنولوجيا يمكن استخدامها لتحسين جودة المحتوى الصحفى، ولزيادة تفاعل الجمهور مع وسائل الإعلام، وللحفاظ على استقلالية الصحافة.
- الاستنتاج والخلاصة: لخصت المتداخلة 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 فسح المجال امام المداخلة التالية وانتظار الاستجابة

المداخلة الثالثة:

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

المداخلة 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 للمداخلة:

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

انتهاء المداخلة: 15:25

التعليق على المداخلة 15:26. مع تدخل رئيسة المتعلق للإعلان على ملتقى لاحق في الأشهر القادمة موضوعه مرتبط بنفس الموضوع المقدم.

المداخلة الخامسة: 15:33

د.قاسي يسمينة جامعة احمد زيانة – غليزان، توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي كمحرك للابتكار الإعلامي ومدى استخدامه في الصحافة

في هذا التوقيت لم تكن المتحدثة حاضرة بعد فأعطيت الكلمة للمتحدث عن المداخلة التالية

المداخلة السادسة: 15:35

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

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

- عرض أهمية الدراسية ومنهجيتها.
- عرض الجانب التطبيقي للمداخلة.

- 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 15:53 : التعقيب على العرض 15:54 ، 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 صناعة الابتكار الإعلامي
- 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 الإشكالية والتساؤلات الفرعية.

- تناول في المحور الأول: مفاهيم حول الذكاء الاصطناعي وتمييزه 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 الإعلامي ثم أوجه استفادة الإعلام من الذكاء الاصطناعي، ثم عرض بعض أدوات الاستفادة من الذكاء الاصطناعي.

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

وفي أيضاً 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 المداخلة - 16:20

التعليق 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 المتدخل والاعلان عن ملتقى آخر لشهر جوان المقبل

على الساعة 16:26 عرض رئيسية اللجنة التنظيمية لهم مخرجات، وتصانيف الملتقى.

توصيات الملتقى المنظم يوم 21 أفريل 2024

- تنمية الحس المقاولاتي لدى الطلبة الجامعيين دون الاقتصار فقط على المفهوم الاقتصادي والمالي لمفهوم المقاولاتية؛
- 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 المقاولاتية 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 التخلّي 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 التخلّي 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 🔋

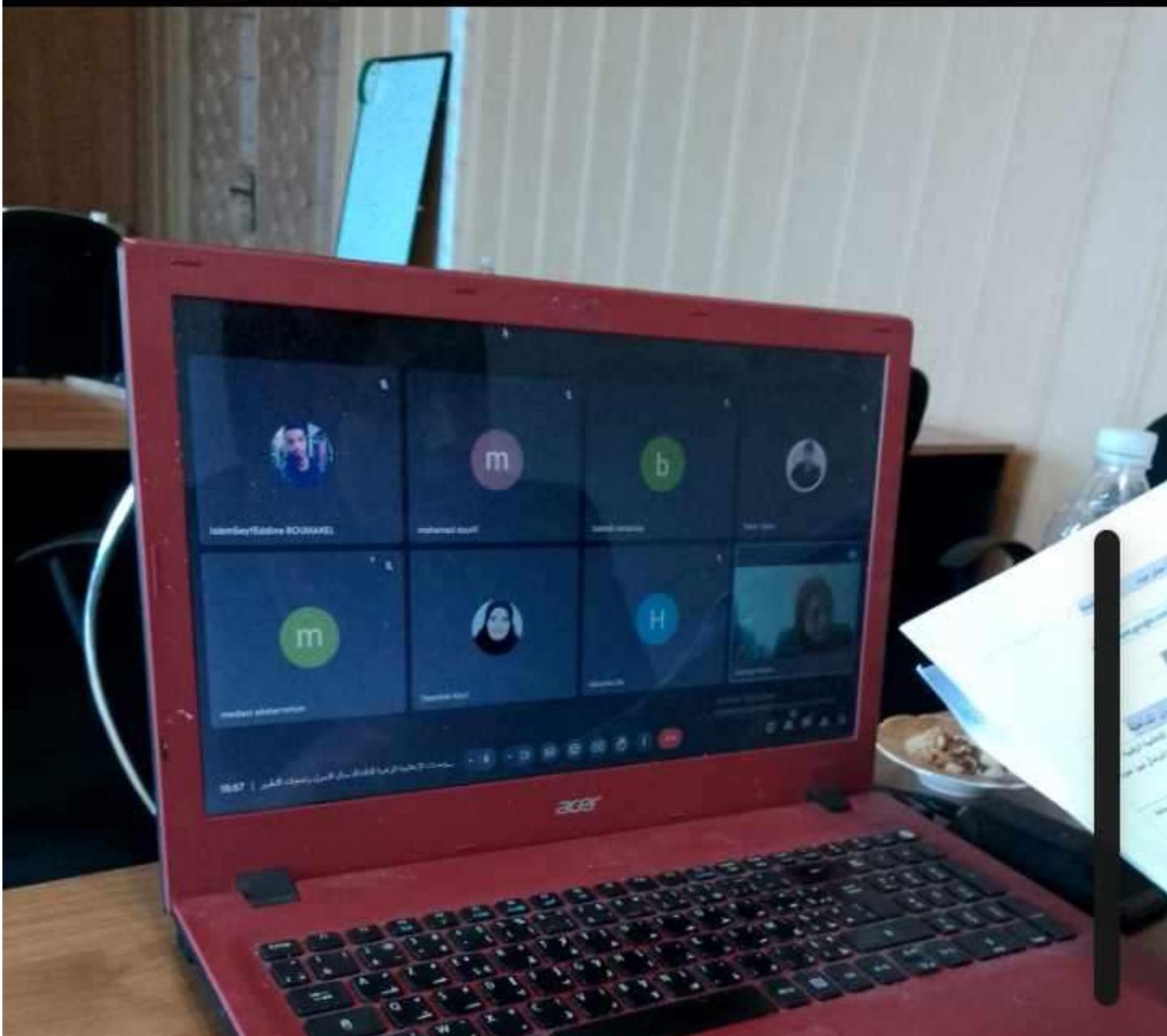
← 21 avr. 2024
15:53



01:27 🌐 🎵 🎞 🎵 🎵

0,00 B/S 4G 4G 6 🔋

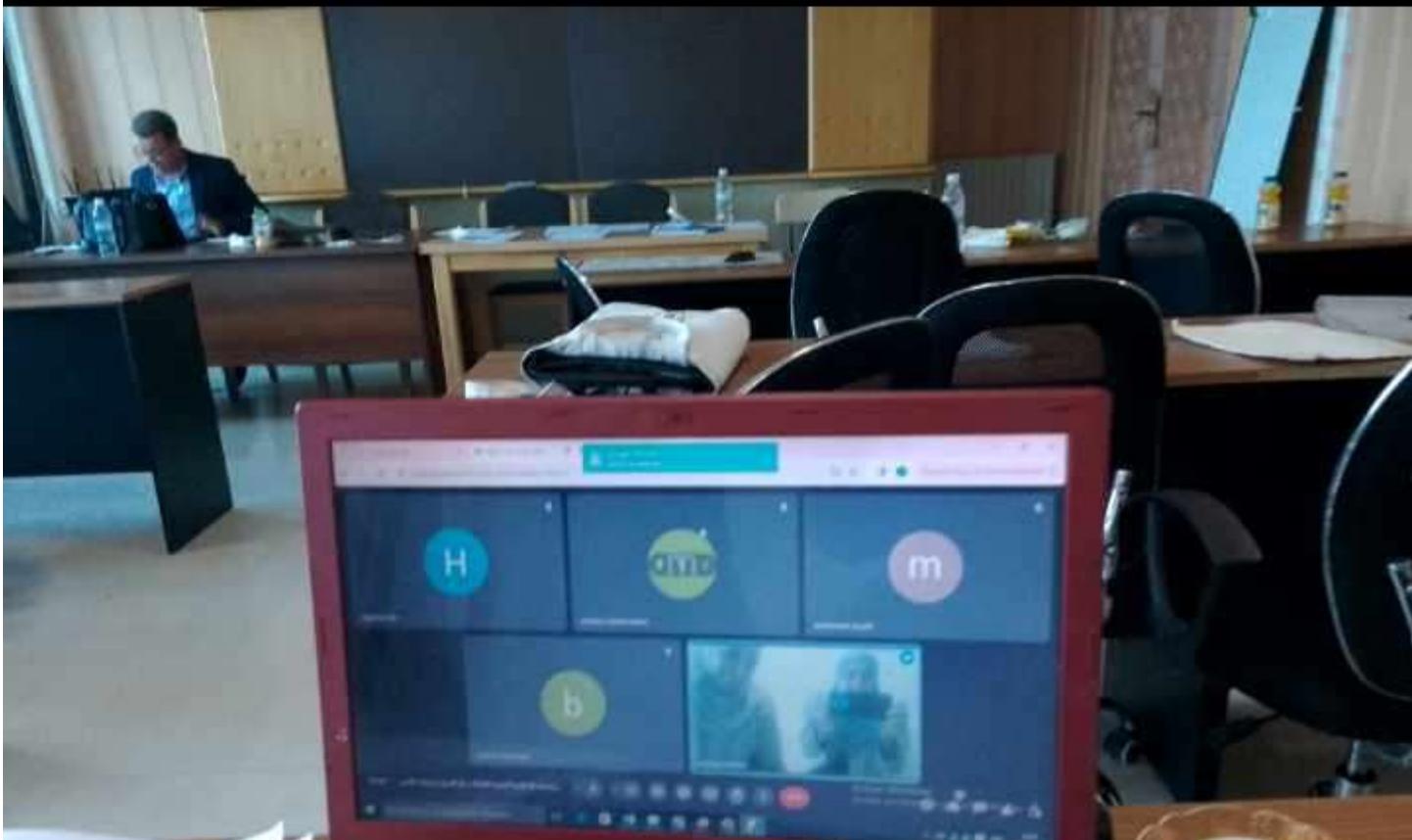
← 21 avr. 2024
15:57



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

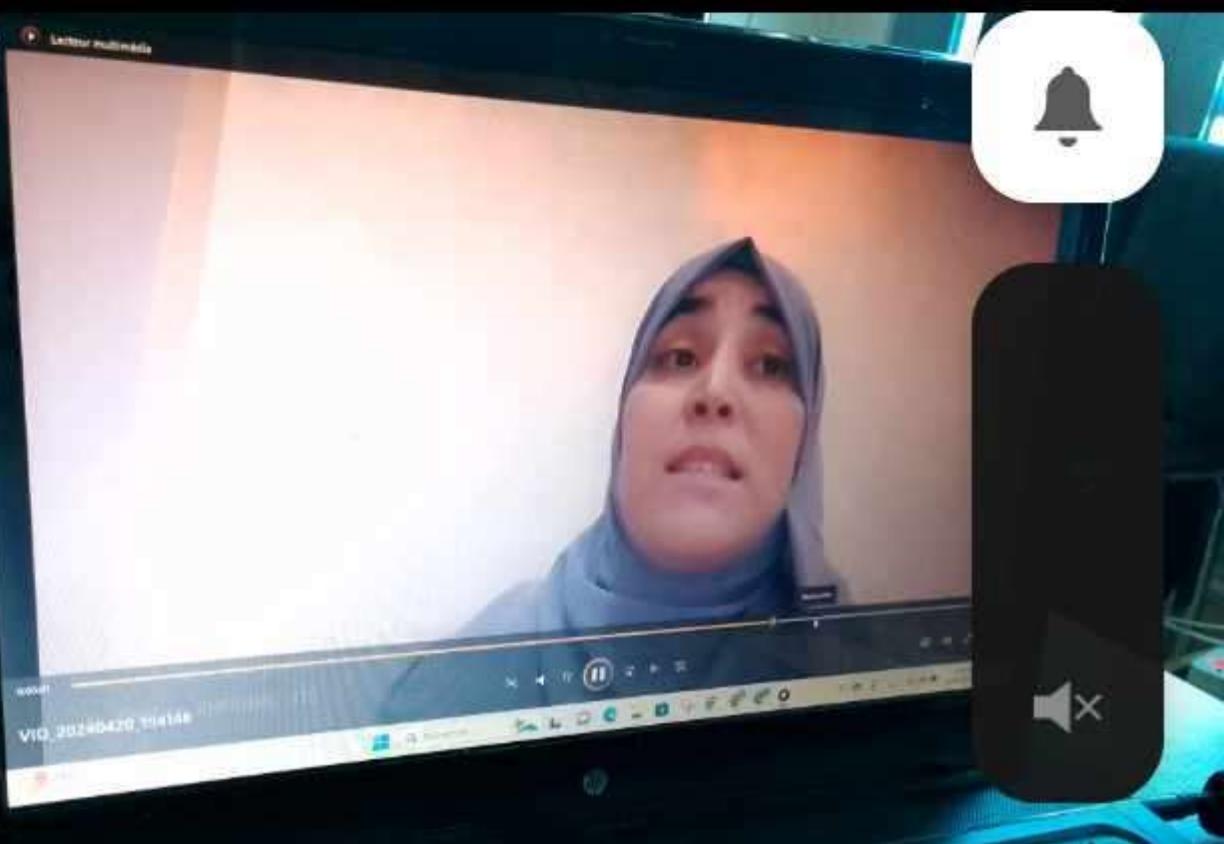


01:37



9,55
K/S 4G 4G 5

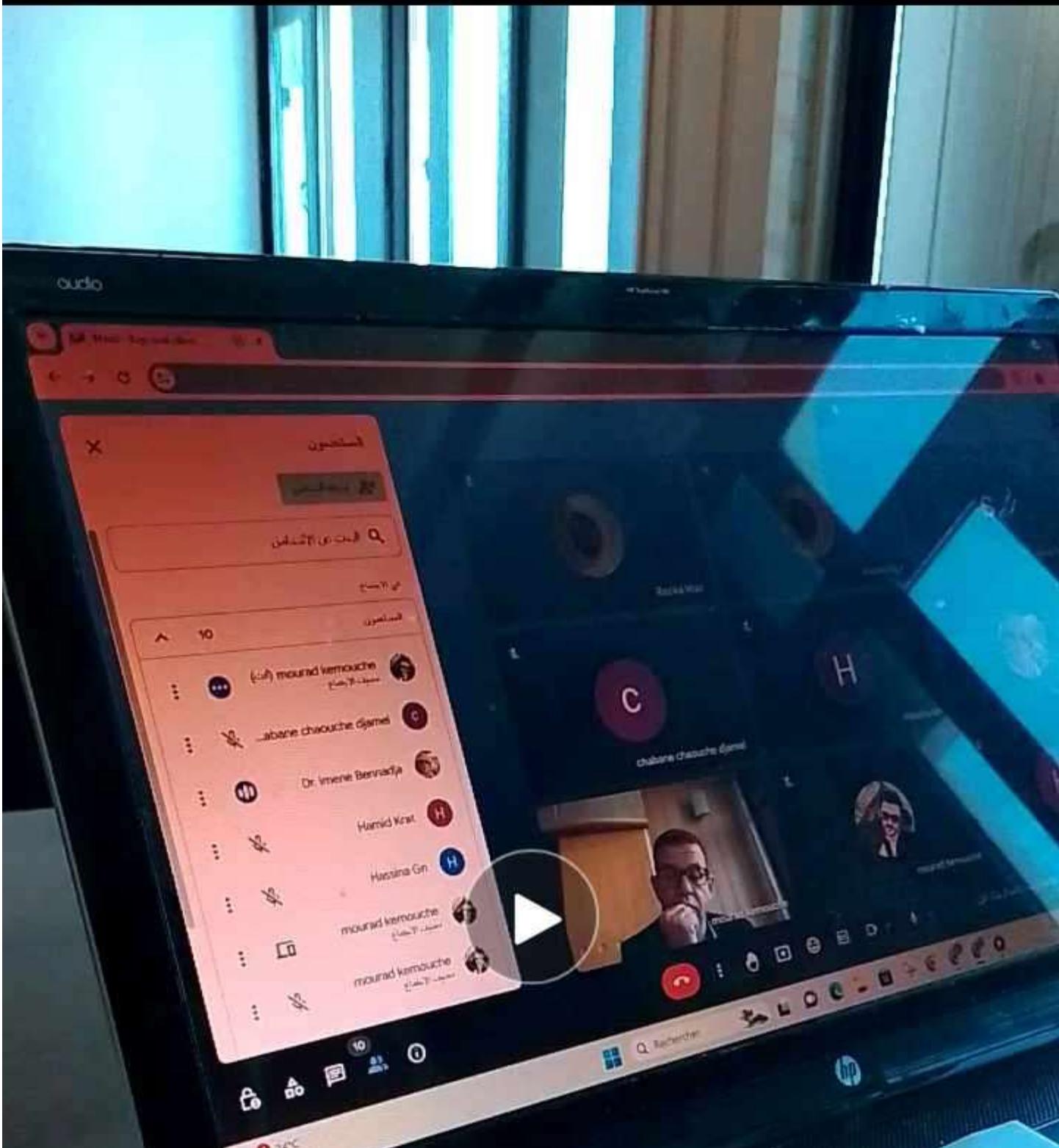
21 avr. 2024
14:21



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



