

الجامعة المفتوحة
وزارة التعليم المالي والبيئة المائية

جامعة محمد السادس - المحمدية

معهد علوم وتقنيات النشاطات الدينية والرياضية
مختبر حوكمة الاعلام الرياضي والتسهيل الرياضي في الجزائر

شهادة مشاركة



يشهد السيد رئيس المؤتمر بأن
السيد (ة): د. سالمي عبد الدار -
د. بوشاد الباهنة

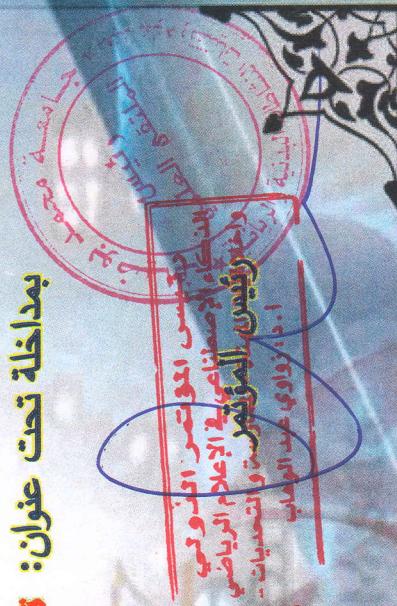
قد شارك في فعاليات المؤتمر العلمي الدولي الأول حول:
الذكاء الاصطناعي في الاعلام الرياضي وأخلاقيات المهنة
- الممارسة والتحديات -

والذي عقد أيام: 11-10-11 نونبر 2025

بمداشرة تحت عنوان: **تنمية المحتوى الالكتروني لمراقبة غالبية المراقبة والعدالة في الاعلام** ببر

جامعة التواصل الالكتروني

دكتور مصطفى بنسير شؤون
النشاطات الدينية و تقنيات مدير المعهد
حسن ولوي عاصي مدير المختبر





جامعة محمد بوضياف - المسيلة
Université Mohamed Boudiaf - M'sila



جامعة محمد بوضياف - المسيلة
Université Mohamed Boudiaf - M'sila

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
محمد بوضياف المسيلة جامعة
معهد علوم وتقنيات النشاطات البدنية والرياضية
مخبر حوكمة اعلام الرياضي والتسيير الرياضي في الجزائر

المؤتمر العلمي الدولي الأول حول

الذكاء الاصطناعي في الإعلام الرياضي وأخلاقيات المهنة الممارسة والتحديات

يومي 10 / 11 نوفمبر 2025

برنامج الملتقى



استقبال و تسجيل المشاركين

(قاعة ابن الهيثم)

09:00 – 08:00

آيات من القرآن الكريم

النشيد الوطني

كلمة رئيس المؤتمر : أ.د / زواوى عبد الوهاب

كلمة مدير المخبر : أ.د / جلال صلاح الدين

كلمة مدير المعهد : أ.د / عامر حملاوي

كلمة مدير الجامعة : أ.د / عمر بودلاعة

كلمة والي ولاية المسيلة : السيد نجم الدين الطيار

الجلسة الافتتاحية

مقرر الجلسة : أ.د / بن عكي محدادي

11:00 - 09:30

رئيس الجلسة : أ.د / بوداود عبد اليامين

Media ; sport et Inteligance Artifacial a l'horizon 2030 mutaions ; risques et opportunitées
Prof : ZOUDJI BACHIR UPHF / France

L'IA et le sport : Les facettes du sport évoluent grâce aux nouvelles technologies
Prof : Serge PAUTOT Université Marseille

التكامل بين الذكاء الاصطناعي ووسائل التواصل الاجتماعي في صناعة الإعلام الرياضي
وزارة الشباب والرياضة - مصر -
محمد فوزي عبد المنعم

الإعلام الرياضي العربي في عصر الذكاء الاصطناعي: ملامح التحول واستراتيجيات التكيف المهني - دراسة في نماذج مؤسساتية"
أ/ حسين بوصالح
جامعة البويرة - الجزائر

المؤتمر العلمي الدولي بعنوان : النقاد الاصطناعي في الاعلام الرياضي وانفلاتات المهمة - المعلمة والتحديات.

برنامجه الورشة الثامنة

اليوم الأول : 10 نوفمبر 2025

نقط الورشة : حضوريا

الجلسة رقم 02

مقرر الجلسة : د. الدراجي عروسي

رئيس الجلسة : أ.د مجد نمار

المتدخلون / عنوان المداخلة	التوقيت
أ.د أوشن بوزيد / جامعة المسيرة مخاطر استخدام الذكاء الاصطناعي في الأخلاقيات الرياضية	15:10-15:00
أ.د عائدة عمر / جامعة الانحوط استثمار الذكاء الاصطناعي في حوكمة إدارة المنشآت الرياضية	15:20-15:10
د. سعید شمر - أ.د فاطمة سعيد - أ.د رضوان بن جلوبيطة / جامعة الانحوط صناعة المحتوى الرياضي بين الالتزامات الأخلاقية وتداعيات الذكاء الاصطناعي: دراسة تحليلية	15:30-15:20
أ.د بنان كربلة / جامعة العزيز الذكاء الاصطناعي ورهانات أو تحولات أدوار الإعلام الرياضي الإلكتروني-غيرها: تحليلية في جدلية العلاقة بينهما	15:40-15:30
د. خالد عبد البور / جامعة المسيرة الأخلاق التطبيقية في وسائل الإعلام والاتصال وال المجال الرقمي	15:50-15:40
د. تكرار كارت فريسل / جامعة المسيرة - د. هشام وليد / جامعة خليفة المفهولية الأخلاقية الإعلامية في العصر الرقمي لادارة الاعمال الرقمية ، الفروع و التحديات	16:00-15:50

المقاولاتية الاعلامية في العصر الرقمي ادارة الاعمال الرقمية - الفرص و التحديات

إعداد الأستاذين :

د. تكركارت فيصل - جامعة مسيلة
د. شلابي وليد - جامعة غليزان

خطة الورقة البحثية:

مقدمة

مفهوم المقاولاتية الإعلامية في العصر الرقمي

إدارة الأعمال الرقمية في المؤسسات الإعلامية الناشئة

الفرص التي يوفرها العصر الرقمي للمقاولاتية الإعلامية

التحديات التي تواجه المقاولاتية الإعلامية الرقمية

خاتمة

مقدمة :

يشهد العالم المعاصر تحولات رقمية عميقة غيرت طبيعة الصناعات والقطاعات، وكان قطاع الإعلام في مقدمة المجالات التي تأثرت بهذه الثورة التكنولوجية. فقد أدى الانتشار الواسع للإنترنت، وتطور تقنيات الاتصال، وظهور المنصات الرقمية إلى إعادة تشكيل طرق إنتاج المحتوى، توزيعه واستهلاكه. وفي ظل هذه التحولات، برزت المقاولاتية الإعلامية كمسار جديد يتيح تأسيس مشاريع إعلامية ناشئة تعتمد على التكنولوجيا والابتكار لإنتاج محتوى يتناسب مع جمهور متغير ومتطلب.

وتشكل إدارة الأعمال الرقمية حجر الأساس لضمان استدامة هذه المشاريع وتكيفها مع البيئة الرقمية المتتسارعة. إن دراسة المقاولاتية الإعلامية في العصر الرقمي تكتسي أهمية كبيرة، لأنها تمثل فرصة اقتصادية وثقافية، وفي الوقت نفسه تواجه تحديات جوهريّة تعيق تطورها. ومن خلال هذه الورقة، سيتم تناول المفهوم، وإبراز الفرص التي يتيحها التحول الرقمي للمؤسسات الإعلامية الناشئة، إلى جانب التحديات التي تواجهها.

أولاً: مفهوم المقاولاتية الإعلامية في العصر الرقمي

تُعرَّف المقاولاتية الإعلامية بأنها عملية إنشاء مشاريع أو مؤسسات إعلامية جديدة تعتمد على الابتكار في إنتاج المحتوى أو تقديم خدمات إعلامية عبر قنوات تقليدية أو رقمية. وفي العصر الرقمي، اكتسب هذا المفهوم بعداً جديداً مرتبطاً بالمرونة، السرعة، واستخدام أدوات تكنولوجية متقدمة.

وتتميز المقاولاتية الإعلامية الرقمية بعدها **خصائص** أبرزها

- الاعتماد على المنصات الرقمية كوسيلة رئيسية للنشر والتوزيع.
- انخفاض تكاليف إنشاء المشاريع مقارنة بالإعلام التقليدي.
- القدرة على التفاعل الفوري مع الجمهور.

- استخدام تحليل البيانات لفهم الاهتمامات وسلوكيات المتلقي.

ويختلف هذا النوع من المقاولاتية عن النموذج التقليدي الذي يعتمد على القنوات الورقية والمسنوعة-المرأوية ذات التكلفة العالية. فالتكنولوجيا أصبحت اليوم محوراً رئيسياً في إعادة تشكيل الصناعة الإعلامية، سواء من حيث طرق الإنتاج أو من حيث استراتيجيات الوصول إلى الجمهور.

ثانياً: إدارة الأعمال الرقمية في المؤسسات الإعلامية الناشئة

تُعد إدارة الأعمال الرقمية عملية متكاملة تهدف إلى تنظيم الموارد، التخطيط، الإنتاج، والتسويق باستخدام أدوات رقمية متقدمة. وتشمل هذه الإدارة عدة عناصر مثل:

التحول الرقمي: إدماج التكنولوجيا في جميع مراحل الإنتاج الإعلامي.

التسويق الرقمي: الاعتماد على الشبكات الاجتماعية ومحركات البحث للترويج للمحتوى.

تحليل البيانات: استخدام البيانات الضخمة لتحديد الجمهور المستهدف وتحسين استراتيجيات النشر.

أتمتة العمليات: استخدام الذكاء الاصطناعي في التحرير، المونتاج، وإدارة الجداول الزمنية. وتساعد هذه الأدوات المؤسسات الإعلامية الناشئة على إنشاء نموذج عمل فعال يقوم على السرعة، خفض التكاليف، والقدرة على التكيف مع تغيرات السوق الرقمية.

أنواع المشاريع الرقمية الإعلامية

- منصات الأخبار الرقمية:** مواقع أو صفحات تقدم محتوى اخباري وتحليلي عبر الإنترنط.
- قنوات الفيديو الإعلامي:** إنتاج تقارير قصيرة، وثائقيات، برامج على يوتوب .
- البودكاست الإعلامي:** برامج صوتية تحليلية أو حوارية حول قضايا المجتمع.
- المدونات والميكرو-ميديا:** صفحات ومدونات محتوى إعلامي متخصص (تعليمي، رياضي،...).
- وكالات التسويق الإعلامي الرقمي :** إدارة المحتوى، الحملات الإعلانية، بناء الهويات الرقمية. إدارة
- شبكات التواصل الاجتماعي:** إنشاء، تنظيم، تحليل وتطوير صفحات إعلامية أو تجارية.
- إنتاج الوسائط المتعددة :** تصوير، موئاج، غرافيك، تصميم محتوى بصري.
- المنصات التشاركية وصحافة المواطن :** منصات تسمح للمستخدمين بمشاركة الأخبار والبلاغات.
- البث المباشر الرقمي :** تغطية فعاليات، أحداث، محاضرات بث مباشر.
- الإعلام التعليمي:** إنتاج محتوى تعليمي بصيغة إعلامية رقمية.
- الإعلام بالذكاء الاصطناعي :** يكتابه أو تلخيص الأخبار تلقائياً.
- صحافة البيانات** تحليل ونشر تقارير مدعومة بالرسوم البيانية والبيانات.

ثالثاً : الفرص التي يوفرها العصر الرقمي للمقاولاتية الإعلامية

- أتاح العصر الرقمي مساحات واسعة أمام رواد الأعمال في المجال الإعلامي، ومن أهمها :
1. انخفاض تكاليف بدء المشاريع: لم يعد إنشاء مؤسسة إعلامية يتطلب معدات باهظة أو قنوات بث، بل يكفي امتلاك أدوات رقمية بسيطة ومنصات نشر مجانية أو منخفضة التكلفة.
 2. اتساع الوصول إلى الجمهور العالمي: ألغت المنصات الرقمية الحدود الجغرافية، مما يسمح لأي مشروع ناشئ بالوصول إلى جمهور عالمي دون تكاليف إضافية.
 3. تنوع مصادر التمويل : بظهور التمويل الجماعي، وحاضنات الأعمال، وحوافز الدولة للمؤسسات الناشئة، وهي جميعها مصادر تدعم المشاريع الإعلامية.
 4. الابتكار في إنتاج المحتوى: أصبحت تقنيات الذكاء الاصطناعي، والواقع الافتراضي، والبث التفاعلي، أدوات تمكّن الرواد من إنتاج محتوى غير تقليدي وجذّاب.
 5. ظهور وظائف وخصائص جديدة: ازدهرت وظائف مثل مدير المحتوى، محلل البيانات الإعلامية، وصانع المحتوى الرقمي، مما وفر فرص عمل جديدة للشباب.

رابعاً : التحديات التي تواجه المقاولاتية الإعلامية الرقمية

رغم الفرص الواسعة، تواجه المقاولاتية الإعلامية الرقمية عدّة تحديات، أبرزها:

- 1- المنافسة الشرسة : العدد الهائل من المنصات والمؤسسات يجعل من الصعب تحقيق التميز .
2. صعوبة تحقيق الاستدامة المالية : رغم سهولة البداية، إلا أن تحقيق أرباح مستدامة يتطلب استراتيجيات دقيقة وخطيطة طويل المدى.
3. تغيير خوارزميات المنصات : الاعتماد على منصات مثل فيسبوك أو يوتوب يجعل المؤسسات رهينة لخوارزميات تتغير باستمرار.
4. قضايا الملكية الفكرية : تزايد المحتوى المكرر والسرقات الرقمية يهدّد حقوق المنتجين ويؤثّر على جودة الإعلام.
5. نقص المهارات الرقمية لا يزال الكثير من رواد الإعلام يفتقرُون للمهارات الرقمية الازمة، مما يؤثّر على قدرة مشاريعهم على المنافسة.
6. التهديدات السيبرانية : الهجمات الإلكترونية وتسريب البيانات يشكّلان خطراً مستمراً على المؤسسات الإعلامية الناشئة.

خاتمة

تظهر الدراسة أن المقاولاتية الإعلامية في العصر الرقمي تمثل مجالاً واعداً يجمع بين الابتكار والتكنولوجيا ويتوفر فرصاً كبيرة أمام الشباب لإنشاء مؤسسات إعلامية ناشئة. غير أنها في الوقت نفسه تواجه تحديات حقيقة تتطلب استراتيجيات فعالة في إدارة الأعمال الرقمية، وتطوير مهارات بشرية قادرة على التكيف مع التحولات المتسرعة. ومن ثم، فإن مستقبل المقاولاتية الإعلامية مرهون ب مدى قدرة رواد الأعمال والمؤسسات الأكاديمية والدول على توفير بيئة داعمة قائمة على التكوين، التمويل، والإطار القانوني الملائم.