

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة محمد بوضياف - المسيلة



معهد علوم وتقنيات النشاطات البدنية والرياضية
مخبر حوكمة الاعلام الرياضي والتسيير الرياضي في الجزائر

شهادة مشاركة

يشهد السيد رئيس المؤتمر بأن

السيد (ة): **د. صالح محمد الروحمان - د. رمضان الخامسة**

قد شارك في فعاليات المؤتمر العلمي الدولي الأول حول:

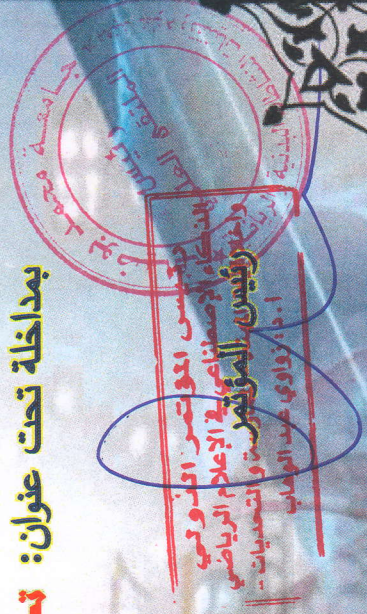
**الذكاء الاصطناعي في الاعلام الرياضي وأخلاقيات المهنة
- الممارسة والتحديات -**

والذي عقد أيام: 10-11 نوفمبر 2025

بمداخلة تحت عنوان: تطبيقات الذكاء الاصطناعي كأداة لمراقبة خطابه الجماهيرية والعنف في الملاعب عبر

مناهج التواصل الاجتماعي

المكلف بتسيير شؤون
معهد علوم و تقنيات
النشاطات البدنية والرياضية
حملاوي عامر





المؤتمر العلمي الدولي الأول حول

الذكاء الاصطناعي في الإعلام الرياضي وأخلاقيات المهنة

الممارسة والتحديات

يومي 10 / 11 نوفمبر 2025

برنامج الملتقى



إستقبال و تسجيل المشاركين

(قاعة ابن الهيثم)

09:00 – 08:00

آيات من القرآن الكريم

النشيد الوطني

كلمة رئيس المؤتمر : أ.د / زواوي عبد الوهاب

كلمة مدير المخبر : أ.د / جلال صلاح الدين

كلمة مدير المعهد : أ.د / عامر حملاوي

كلمة مدير الجامعة : أ.د / عمار بودلاعة

كلمة والي ولاية المسيلة : السيد نجم الدين الطيار

الجلسة الافتتاحية

مقرر الجلسة : أ.د / بن عكي محمداكي

11:00 - 09:30

رئيس الجلسة : أ.د / بوداود عبد اليامين

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

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

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

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

الملتقى العلمي الدولي بعنوان : إلقاء الإسطعاني في الإعلام الرياضي وأخلاقيات المهنة – الممارسة والتحديات.

برنامج الورشة الثامنة

اليوم الأول : 10 نوفمبر 2025

نعت الورشة : حضورية

الجلسة رقم 02

مقرر الجلسة : د. الدراجي عروسي		رئيس الجلسة : أ.د. محمد تعار	
المتدخلون / عنوان المداخلة	التوقيت		
أبراهيم بوزيد / جامعة المسيلة	15:10 - 15:00		
مخاطر استخدام الذكاء الاصطناعي في الإعلام الرياضي			
أحمدالة عمر / جامعة الأغواط	15:20 - 15:10		
استثمار الذكاء الاصطناعي في حوكمة إدارة المنشآت الرياضية			
د. يسعود كسر - أدر قاطف محمد - أدر رضوان بن جندوب غيط / جامعة الأغواط	15:30 - 15:20		
صناعة المحتوى الرياضي بين الالتزامات الأخلاقية وتداعيات الذكاء الاصطناعي: دراسة تحليلية			
أدر بن لعلا سمهان - أدر بنان كريمة / جامعة الجزائر 03	15:40 - 15:30		
الذكاء الاصطناعي ورهانات أو تحولات أداء الإعلام الرياضي الإلكتروني: قراءة تحليلية في جدانية العلاقة بينهما			
درخشى عبد النور / جامعة المسيلة	15:50 - 15:40		
الأخلاقيات التطبيقية في وسائل الإعلام والاتصال والمجال الرقمي			
د. تكرارت فيصل / جامعة المسيلة - د. بلالي وايد / جامعة غليزان	16:00 - 15:50		
المطاولات الإعلامية في العصر الرقمي إدارة الأعمال الرقمية ، الفرص والتحديات			

المقاوالاتية الاعلامية في العصر الرقمي إدارة الاعمال الرقمية – الفرص و التحديات

إعداد الأستاذين :

د. تكرارات 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 غيّرت 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.

وتشكّل إدارة الأعمال الرقمية حجر الأساس لضمان استدامة هذه المشاريع وتكيفها مع البيئة الرقمية المتسارعة. إن دراسة المقاولاتية الإعلامية في العصر الرقمي تكتسي أهمية كبيرة، لأنها تمثل فرصة اقتصادية وثقافية، وفي الوقت نفسه تواجه تحديات جوهرية تعوق 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

تُعرّف 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 بعدة **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

والمسموعة. المرئية ذات التكلفة العالية. فالتكنولوجيا أصبحت اليوم محورياً رئيسياً في

إعادة تشكيل الصناعة الإعلامية، سواء من حيث طرق الإنتاج أو من حيث استراتيجيات

الوصول إلى الجمهور.

ثانيا: 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 الاعلامية

- منصات الأخبار الرقمية: مواقع أو صفحات تقدم محتوى اخبري وتحليلي عبر الإنترنت.
- قنوات الفيديو الإعلامي :إنتاج تقارير قصيرة، وثائقيات، برامج على يوتيوب .
- 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 الاعلانية، بناء الهويات الرقمية. إدارة شبكات التواصل الاجتماعي: إنشاء، تنظيم، تحليل وتطوير صفحات إعلامية أو تجارية.
- إنتاج الوسائط المتعددة : تصوير، مونتاج، غرافيك، تصميم محتوى بصري.
- المنصات التشاركية وصحافة المواطن : منصات تسمح للمستخدمين بمشاركة الأخبار والبلاغات.
- البث المباشر الرقمي :تغطية فعاليات، أحداث، محاضرات بث مباشر.
- الاعلام التعليمي: إنتاج محتوى تعليمي بصيغة إعلامية رقمية.
- الإعلام بالذكاء الاصطناعي :يكتابة أو تلخيص الأخبار تلقائياً، .
- صحافة البياناتتحليل 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 وجذاب.
 5. ظهور وظائف وتخصصات 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 عدة 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 وتخطيطاً طويلاً المدى.
3. تغير خوارزميات المنصات : الاعتماد على منصات مثل فيسبوك أو يوتيوب يجعل المؤسسات رهينة لخوارزميات تتغير باستمرار.
4. قضايا الملكية الفكرية : تزايد المحتوى المكرر والسرقات الرقمية يهدد حقوق المنتجين ويؤثر على جودة الإعلام.
5. نقص المهارات الرقمية لا يزال الكثير من رواد الإعلام يفتقرون للمهارات الرقمية اللازمة، مما يؤثر على قدرة مشاريعهم على المنافسة.
6. التهديدات السيبرانية : الهجمات الإلكترونية وتسريب البيانات يشكلان خطراً مستمراً على المؤسسات الإعلامية الناشئة.

خاتمة

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