



تقرير الملتقى الوطني الأول الحضوري

عنوان الملتقى: الملكية الفكرية وحقوق المؤلف في الإشهار: إشكالية الإبداع، الاستنساخ والسرقة الفنية
المنعقد يوم: 29 أكتوبر 2025 م. المسمع الجامعي تامدا



- رئيس الملتقى الوطني: الدكتور عبد الغني إرشن
- رئيس اللجنة العلمية للملتقى: البروفيسور عبد النور بوصابة
- رئيسة اللجنة التنظيمية للملتقى: الدكتورة سميرة معمري

إشكالية الملتقى العلمي:

يلعب الاشهار دورًا هامًا في الاقتصاد، حيث يساعد في تعزيز الاعمال وتحقيق الأرباح للمؤسسات الاقتصادية، عبر خلق فضاءات تنافسية بين المنتجات والسلع والعلامات التجارية التي تبني صورتها عبر الومضات، الملصقات والأفلام والفواصل الاشهارية التي تبث عبر وسائل الإعلام التقليدية من إذاعة وتلفزيون وصحافة مكتوبة، وكذلك عبر الوسائط الجديدة خاصة مواقع التواصل الاجتماعي، فالإشهار يُعتبر عصب العملية التسويقية والترويجية في اقتصاد السوق، وأمام المنافسة الاشهارية الشرسة عبر وسائل الاعلام والبيئة الرقمية، أصبح الاشهار موضع الاستنساخ والسرقة الفنية دون الاحتكام لحقوق المؤلف والقواعد القانونية للملكية الفكرية والفنية، فهذه الأخيرة تُعرف على أنها تشمل الحقوق الشخصية للمؤلف على ابداعاته الشخصية الناتجة عن الجهد العقلي والذهني والخيالي والملكات الإبداعية للشخص فتمنح لصاحبها حقوق تُعرف بحقوق المؤلف والحقوق المجاورة تمنح لصاحبها حقوق خاصة أو مانعة، وسمح له بالاحتجاج اتجاه غيره في حالة استغلال مؤلفه بدون ترخيص منه، فالملكية الفكرية هي حقوق قانونية شرعها المشرع الجزائري في نصوص وأحكام قانونية تمنح وتضمن للمبدعين والمؤلفين في مختلف المجالات الفنية والابداعية (أدب، سينما، موسيقى، مسرح، إشهار وكل الأعمال الفنية التي تنطوي تحت الصناعات الثقافية) حماية وحقوق قانونية لأعمالهم الفكرية الأصلية من ظاهرة النسخ أو الاستخدام غير المصرح به، الا ان في العصر الحالي مع الانتشار الهائل للملصقات والومضات الاشهارية في الفضاءات الإعلامية عامة والرقمية خاصة، تشهد هذه الاخيرة وجود فراغ قانوني يؤثر ويضبط هذا العملية الفنية الابداعية (الاشهار)، نتج عن هذه الوضعية بيئة اشهارية إعلامية ورقمية تخللتها أشكال انتهاك حقوق الملكية الفكرية وحقوق المؤلف دون وجود آليات الرقابة التي تحد من ظاهرة السرقة الفنية، وكذلك من افرازات هذه البيئة تشكل عوائق أمام استمرار الإبداع والتميز الفكري، فالملكية الفكرية والحقوق المجاورة هي الضمانة الوحيدة لتنظيم السوق الاشهاري بشكل قانوني يتيح خلق فضاء يساعد على الإبداع والابتكار.

من خلال هذا جلسات هذا الملتقى الوطني تم مناقشة الإشكالية التالية: كيف تساهم حقوق الملكية الفكرية وحقوق المؤلف في حماية الابداع الفني في الفضاء الاشهاري؟



أهداف للملتقى الوطني:

- ❖ تعزيز الوعي حول حقوق الملكية الفكرية في الأوساط الجامعية والمهنية وضرورة حمايتها.
- ❖ تبادل المعارف والخبرات حول الملكية الفكرية للأعمال الإشهارية بين الخبراء في مجال القانون والإعلام والتسويق.
- ❖ تطوير استراتيجيات وتقنيات جديدة لتعزيز الملكية الفكرية في القطاع الإشهاري في الجزائر.
- ❖ تحسين جودة الإشهار في الأعمال التجارية وتعزيز تأثيره على العملاء الاقتصاديين والإعلاميين.
- ❖ تطوير السياسات والتشريعات المتعلقة بالملكية الفكرية وحقوق المؤلف للإشهار لتشجيع وحماية الابتكار والأفكار الأصلية.
- ❖ تنظيم الإشهار الإلكتروني في مواقع التواصل الاجتماعي من الناحية القانونية والترويجية للحد من ظواهر الاستساخ والسرقة الفكرية للأعمال الإشهارية.

ملخصات المداخلات العلمية للملتقى:

المدخلة الأولى:

د. مصطفى أمين بوخاري
جامعة أحمد زبانه غليزان

● عنوان المدخلة:

مفهوم الملكية الفكرية وحقوق المؤلف بين التقليد والتطور التكنولوجي

● ملخص المدخلة:

تعتبر الملكية الفكرية و حقوق المؤلف من الأموال المعنوية التي يمكن لأي شخص له قدرات ذهنية أن يكتسبها دون ضرورة وجود تمويل مادي معتبر و عليه يعتبر وضع تعريف واضح و محدد لتلك الحقوق ضرورة ملحة لضمان حقوق الأشخاص و التعريف بمواهبهم ، و المقصود بالمفهوم لهذه الحقوق إعلام الغير بمضمونها و موقف القانون منها و نوعية الحماية المبسطة عليها، و هذه التعاريف لا تكون لها مصداقية إلا إذا تم التطرق إلى المعنى التقليدي المتوارث و المعنى الحديث الذي يواكب التطور التكنولوجي والذي يصب في الأخير إلى الشفافية و الوضوح لحقوق الملكية الفكرية و حقوق المؤلف.

المدخلة الثانية:

أ.د. رشيد فريح

جامعة الجزائر 3



• عنوان المدخلة:

الأطر القانونية لتنظيم الاشهار في الجزائر

• ملخص المدخلة:

نحاول في هذه الورقة البحثية الحديث عن مختلف القوانين المنظمة للممارسة الاشهارية في الجزائر ضمن مختلف النصوص القانونية سواء القانون العضوي الاعلام او قانون السمي البصري كما تتناول الورقة البحثية بعض الامثلة عن الممارسات الاشهارية في الجزائر في مختلف المؤسسات الاعلامية سواء كانت عمومية او خاصة.

المدخلة الثالثة:

د. طارق شامي

جامعة عبد الرحمان ميرة / بجاية

• عنوان المدخلة: La propriété intellectuelle dans le monde numérique Cas de l'union

européenne

• ملخص المدخلة:

L'avènement d'Internet et sa démocratisation à grande échelle ont offert de nouvelles opportunités aux auteurs et aux intellectuels pour faire connaître leurs œuvres et accéder à un large public. Néanmoins, cet espace numérique, souvent mal régulé, soulève de nombreuses interrogations, notamment en matière de propriété intellectuelle. En effet, les auteurs et créateurs peinent à conserver le contrôle sur leurs créations, en raison des risques accrus de reproduction, de diffusion non autorisée, voire de détournement, notamment avec la prolifération des plateformes numériques et l'émergence de l'intelligence artificielle. Cette problématique a poussé de nombreux États à repenser et à moderniser leur cadre juridique relatif aux droits d'auteur et aux droits voisins. En ce sens, l'Union européenne a mis en place une batterie de textes réglementaires visant à mieux protéger les créateurs face aux défis du numérique. Comme par exemple de la directive sur le droit d'auteur dans le marché unique numérique. L'intégration de ces lois dans les législations nationales renforce le pouvoir sur l'exploitation des œuvres et accroît la protection des droits des créateurs aux réalités contemporaines. C'est dans cette perspective

que s'inscrit notre proposition de communication, qui vise à dresser un panorama analytique et descriptif du cadre juridique européen en matière de protection de la propriété intellectuelle à l'ère numérique, en mettant l'accent sur les nouveautés introduites ces dernières années.

المداخلة الرابعة:

د. صافية كادم



جامعة مولود معمري / تيزي وزو

● عنوان المداخلة: **Influenceurs, contenus sponsorisés et usage illicite de marques en Algérie: regards croisés entre droit de la publicité et droit des marques**

● ملخص المداخلة:

Avec l'essor fulgurant des réseaux sociaux en Algérie, les influenceurs sont devenus des acteurs majeurs de la communication commerciale. Entre collaborations sponsorisées, placements de produits et contenus promotionnels déguisés, une nouvelle forme de publicité s'impose, souvent en marge des cadres juridiques classiques. Ce phénomène soulève de nombreuses interrogations en matière de propriété intellectuelle, notamment quant à l'usage des marques dans les contenus diffusés sans autorisation préalable, ainsi que l'absence de transparence sur la nature publicitaire de certaines publications. Or, le droit algérien reste relativement silencieux sur la régulation spécifique de ces pratiques émergentes. Cela conduit à des situations où les marques sont utilisées à des fins commerciales sans respect des droits des titulaires, ni des obligations de loyauté prévues par le droit de la concurrence et de la publicité.

De cette optique, il s'avère judicieux de répondre à cette problématique : Dans quelle mesure les pratiques publicitaires des influenceurs en Algérie exposent-elles à des atteintes aux droits de propriété intellectuelle, en particulier les marques, et comment le droit algérien peut-il encadrer ces dérives ?

Ainsi, pour saisir pleinement ce contexte, il est essentiel de considérer quatre axes fondamentaux :

- I. Un nouveau paysage publicitaire marqué par la montée des influenceurs
- II. Le cadre juridique de la publicité en Algérie à l'épreuve des pratiques numériques
- III. L'usage illicite des marques dans les contenus sponsorisés : atteintes et voies de recours

المداخلة الخامسة:

د. أحمد عبد الرحمان بن سالم
د. فاروق عريشة
المركز الجامعي ايليزي



• عنوان المداخلة:

الإبداع والابتكار في الإعلانات: مواجهة السرقة الفنية من منظور قانوني

• ملخص المداخلة:

تعد صناعة الإعلانات من أكثر المجالات التي تعتمد على الإبداع والابتكار الفني، اذ تمثل وسيلة لتوصيل الرسائل التسويقية بطريقة مبتكرة وجذابة، وتساهم في بناء العلامة التجارية وتعزيز التفاعل مع الجمهور، غير ان هذه البيئة الإبداعية تواجه تحديات متزايدة، أبرزها ما يعرف بالسرقة الفنية أو الاستنساخ غير المشروع للأعمال الإبداعية، وهو ما يهدد حقوق المؤلف ويضعف الحافز على الابتكار.

من هذا المنطلق، أصبح من الضروري دراسة الإطار القانوني الذي يكفل حماية حقوق المؤلف والمبدع في المجال الإعلاني، سواء على المستوى الوطني أو الدولي، فالقوانين الوطنية لحماية الملكية الفكرية، بما في ذلك حقوق المؤلف والحقوق المجاورة تسعى لخلق توازن بين حرية الإبداع ومكافحة الانتهاكات الفنية، بينما توفر الاتفاقيات الدولية مثل اتفاقية بيرن واتفاقية التجارة الدولية المتعلقة بالحقوق الفكرية (TRIPS) حماية عابرة للحدود للأعمال الإبداعية.

يهدف هذا البحث إلى تسليط الضوء على أبعاد حماية الأبداع الإعلاني من منظور قانوني، مع التركيز على الآليات القانونية لمواجهة السرقة الفنية والاستنساخ غير المشروع، وتحليل فعالية هذه الآليات في الحفاظ على حقوق المبدعين، كما يسعى البحث إلى استكشاف التحديات المعاصرة الناتجة عن التطورات التكنولوجية والرقمية، التي جعلت عملية الاستنساخ أكثر سهولة وانتشاراً، وبالتالي زيادة الحاجة لتحديث الأدوات القانونية لمواكبة هذه المستجدات.

د. تسعديت نباد

د. سهيلة مباركي

جامعة مولود معمري / تيزي وزو



● عنوان المدخلات:

الاستغلال غير المشروع للصورة في الإعلانات الإشهارية والمسؤولية المترتبة عن ذلك: دراسة تحليلية على ضوء التشريع الجزائري والاتفاقيات الدولية

● ملخص المدخلات:

يشكل الاستغلال غير المشروع للصورة في الإعلانات الإشهارية إشكالية قانونية وأخلاقية متزايدة في ظل التطور السريع لوسائل الإعلام التقليدية والرقمية، ذلك لأن الصور سواء كانت لأشخاص أو أعمال فنية تعد من المصنفات المحمية قانونا، يترتب على استخدامها دون إذن صاحبها انتهاك للحقوق الشخصية وحقوق الملكية الفكرية. يهدف هذا البحث إلى دراسة الإطار القانوني المنظم لاستعمال الصور في الإشهار، من خلال تحليل النصوص القانونية الوطنية ذات الصلة كالقانون المدني وقانون حماية المؤلف والحقوق المجاورة وقانون الإعلام، بالإضافة إلى الاتفاقيات الدولية كاتفاقية برن لحماية المصنفات الأدبية والفنية، والعهد الدولي لحقوق المدنية والسياسية. ويتم من خلال هذا البحث التطرق إلى أبرز القضايا العملية المتعلقة بالنزاعات القضائية المرتبطة باستخدام الصور في الحملات الإشهارية والوقوف على التحديات التي يفرضها الانتشار الواسع للإعلانات عبر الانترنت وشبكات التواصل الاجتماعي، لنصل في الأخير إلى تقديم بعض التوصيات العملية القابلة للتطبيق تشمل الجوانب التشريعية والتنظيمية والتوعوية.

المدخلات السابعة:

د. غانية كباش

د. فائزة تمساوت

جامعة مولود معمري / تيزي وزو

● عنوان المدخلات:

التصميم الإشهاري في ظل البيئة الرقمية وإشكالية الملكية الفكرية

● ملخص المدخلات:

أصبح الإشهار في العصر الحالي من الأدوات الأساسية في التسويق، حيث يعد مقوما أساسيا في جلب انتباه المستهلك والتأثير فيه، كما يعد تصميم الرسائل الإشهارية من أبرز الفنون التي يعتمد عليها كاستراتيجية لتحقيق الأهداف التسويقية والغايات التي تسعى المنظمات للوصول إليها. وتعد الإعلانات في البيئة الرقمية من

أكثر أشكال التعبير الإبداعي انتشارا في العصر الحديث حيث تجمع بين الصورة والصوت والموسيقى والمؤثرات البصرية والسمعية المختلفة من ألوان، أشكال، رموز، رسوم وغير ذلك، لهذا يعد تصميم مثل هذه الرسائل استراتيجية إبداعية لا بد الأخذ بعين الاعتبار أهميتها والتركيز في تصميمها لضمان نجاحها. فالإعلانات تعد ملكية فكرية محمية قانونيا وحق المؤلف يركز على حماية التعبير والأفكار والنص الإعلاني والصور والموسيقى السيناريو والتصميم البصري. كما أن هذه الابداعات تمنح حق الملكية الفكرية لمبدعيها كبراءات العلامات التجارية، التصميم الإشهاري وغير ذلك.



المداخلة الثامنة:

د. ليندة صيمود

جامعة مولود معمري / تيزي وزو

د. موراأ أحأاء

جامعة أبوقاسم سعد الله / الجزائر 2

• عنوان المداخلة:

من الإلهام البشري الى الإبداع الخوارزمي: تحولات التصميم الاشهاري وإشكالية الملكية الفكرية في البيئة الرقمية

• ملخص المداخلة:

يشهد التصميم الاشهاري في العصر الرقمي تحولا نوعيا مع دخول تقنيات الذكاء الاصطناعي التوليدي إلى عملية الإبداع الإعلاني، حيث أصبحت خوارزميات الذكاء الاصطناعي قادرة على إنتاج تصاميم، صور وفيديوهات اشهارية بجودة احترافية، ما أحدث تغييرات جوهرية في مفاهيم الابداع والابتكار، وطرح إشكاليات جديدة حول الملكية الفكرية وحقوق المؤلف. وعليه تهدف هذه الورقة البحثية إلى دراسة تحولات مفهوم الملكية الفكرية في سياق التصميم الاشهاري المعتمد على الذكاء الاصطناعي من خلال تحليل نظري لدور الذكاء الاصطناعي التوليدي في إعادة تشكيل مفاهيم الابداع في التصميم الاشهاري الرقمي، استكشاف التحولات التي أحدثتها الخوارزميات الذكية في أساليب إنتاج الرسائل الاشهارية ومضامينها وعلى المصمم البشري والأدوات التكنولوجية في العملية الإبداعية ورصد التحديات الإبداعية والأخلاقية التي تواجه المصممين في ظل الاعتماد على الذكاء الاصطناعي مع اقتراح رؤى مستقبلية لتطوير التصميم الاشهاري الرقمي بما يحقق التوازن بين الابتكار والمحافظة على أصالة العمل الإبداعي المسؤول.

د. نصيرة خالفي

جامعة مولود معمري/ تيزي وزو

• عنوان المدخلة:

إشكالية استخدام المواد الثقافية الأمازيغية في الإشهار الرقمي الجزائري: بين حقوق المؤلف ومجال الملك العام

• ملخص المدخلة:

تعالج هذه المدخلة إشكالية توظيف المواد الثقافية الأمازيغية في الإشهار الرقمي الجزائري، في ظل التداخل القائم بين حماية حقوق المؤلف وحدود مجال الملك العام. إذ يُلاحظ تزايد استخدام المكونات الثقافية الأمازيغية، كاللغة، والزخارف، والموسيقى، والرموز، في الحملات الإعلانية الرقمية، سواء بهدف تعزيز الهوية المحلية أو لتحقيق غايات تجارية. غير أن هذا الاستخدام يتم غالبًا في غياب إطار قانوني واضح يُنظم كيفية استغلال هذا التراث، خاصة إذا تعلق الأمر بالتعبيرات الثقافية الفلكلورية ذات الطابع الجماعي والمصدر غير المحدد، مما يجعلها عرضة للاستغلال غير العادل. تسلط الدراسة الضوء على مظاهر الاستعمال التجاري للمواد الثقافية الأمازيغية في الفضاء الرقمي، وتُبرز محدودية القوانين الجزائرية الحالية، وعلى رأسها القانون 19-75 المتعلق بحقوق المؤلف، في توفير حماية مناسبة لهذا النوع من التراث الثقافي غير المادي. كما تسعى المدخلة إلى اقتراح مداخل تشريعية وأخلاقية تتيح حماية هذا التراث وضمان حقوق الجماعات المنتجة له، ضمن منظور يوازن بين حرية التعبير الثقافي ومتطلبات العدالة التراثية.

المدخلة العاشرة:

د. فتيحة بوغازي

د. سعيد شيكدان

جامعة الجزائر 3

• عنوان المدخلة:

العنف الرمزي في الإشهار التلفزيوني الجزائري دراسة تحليلية لبعض الومضات الإشهارية

• ملخص المدخلة:

العنف الرمزي هو عبارة عن عنف لطيف وغير محسوس يسمى أحيانا بالعنف المقنع أو المستور أو الخفي وهو أسلوب موجه إلى عامة الناس خلاف العنف المادي أو المباشر الذي يكون هدفه محدد، فالعنف الرمزي يتخذ عدة أشكال وأنماط تشكل في مجملها إشارات أو رموز للمواجهة غير المباشرة، وهناك تمييز بين العنف المادي والعنف الرمزي، فالعنف المادي يلحق الضرر بالموضوع الذي يمارس عليه فيزيائيا في البدن، أما العنف الرمزي يلحق الضرر بالموضوع نفسيا وهو الأكثر

خطورة حيث يفح الباب على مصراعيه لجميع الانحرافات الاجتماعية بعد هدم القيم ومقدسات الفرد والمجتمع. ومن المجالات الأكثر اختراقاً بهذا العنف، مجال الومضات الاشهارية التي أصبحت مصدر تهديد للقيم والأخلاق وهذا ما نعالجه في هذه المداخلة بتحليل بعض الومضات الاشهارية.

المداخلة الحادة عشرة:

د. كنزة حاج حامدري
جامعة الجزائر 3



• عنوان المداخلة:

إشكالية الملكية الفكرية في التصميم الاشهاري الرقمي: قراءة في التجارب الدولية

• ملخص المداخلة:

أصبح الاشهار الرقمي أحد أهم أدوات الاقتصاد والإعلام في العصر الحديث. فهو يجمع بين الإبداع الفني والتكنولوجيا الرقمية، ويُنتج في بيئة مفتوحة تسمح بالانتشار العالمي الفوري. إلا أن هذه البيئة نفسها أفرزت معضلة معقدة هي حماية حقوق الملكية الرقمية للمصممين والمؤسسات. في ظل هذا السياق، تسعى المداخلة إلى إبراز التحولات الكبرى في التصميم الاشهاري داخل البيئة الرقمية، ثم مناقشة إشكالية الملكية الرقمية، مع استعراض بعض التجارب الدولية الرائدة وتقديم حلول تطبيقية:

1. الاتحاد الأوروبي: أصدر البرلمان الأوروبي في 2019 التوجيه الأوروبي لحقوق المؤلف في السوق الرقمية (EU Copyright Directive) المادة 17 من حملت منصات كبرى مثل يوتيوب وفيسبوك مسؤولية التأكد من أن المحتوى المنشور لا ينتهك حقوق الملكية. بعض الدول الأوروبية مثل فرنسا وألمانيا بدأت في إنشاء هيئات متخصصة لمراقبة حقوق المصممين في البيئة الرقمية.

2. الولايات المتحدة الأمريكية: تعتمد على قانون الملكية الفكرية الرقمية (DMCA) منذ 1998، الذي يتيح لصاحب الحق أن يطلب من المنصة إزالة أي محتوى منسوخ. (Takedown Notice) شركات مثل Adobe و Microsoft طورت أنظمة تقنية للتوقيع الرقمي وإدماج بيانات المالك داخل التصميم. مع ذلك، تبقى الإشكالية قائمة بسبب توسع الذكاء الاصطناعي التوليدي الذي ينتج أعمالاً يصعب تحديد ملكيتها

إن مستقبل التصميم الاشهاري في البيئة الرقمية مرهون بقدرتنا على التوفيق بين حرية الإبداع التي يتيحها الفضاء الرقمي، وحماية الملكية التي تضمن استدامة هذا الإبداع. والتجارب الدولية تثبت أن الحل ليس قانونياً فقط ولا تقنياً فقط، بل هو مقارنة شاملة تجمع بين التشريع، التقنية، التوعية، والتعاون المؤسسي. بذلك يمكن تحويل البيئة الرقمية من فضاء فوضوي إلى بيئة عادلة تضمن حقوق المبدعين وتدفع صناعة الاشهار نحو مزيد من الابتكار والشفافية.

المدخلية الثانية عشرة:

د. وفاء بورحلي

جامعة لونيدي علي البلدية 2

• عنوان المدخلية:

استخدام المؤثرين للعلامات التجارية في الإعلانات الالكترونية: مظاهر الممارسة واشكاليات المحتوى المحمي في التسويق المؤثر

• ملخص المدخلية:

شهدت العقود الأخيرة تطوراً هائلاً في مجال التسويق الرقمي والإعلان الإلكتروني، حيث برزت ظاهرة "التسويق المؤثر" كاستراتيجية فعالة للوصول إلى الجماهير المستهدفة. يعتمد هذا النوع من التسويق على استخدام الأشخاص ذوي المتابعة الواسعة بأعداد كبيرة في منصات التواصل الاجتماعي من أجل الترويج للمنتجات والخدمات، مما خلق نموذجاً جديداً للتفاعل التجاري والإعلامي على حد سواء، وهو ما أفرز بدوره تحديات قانونية معقدة تتطلب دراسة أكاديمية معمقة؛ وعليه تتجسد إشكاليات عديدة أهمها التوازن بين حرية التعبير والترويج التجاري من جهة، وحماية حقوق الملكية الفكرية من جهة أخرى. بناء عليه، تهدف هذه الورقة البحثية إلى تسليط الضوء على هذه التحديات القانونية المعاصرة في مجال التسويق المؤثر، ومن خلال ذلك المظاهر المرتبطة بانتهاكات حقوق الملكية الفكرية والعلامات التجارية. وفي هذا السياق تكمن أهمية البحث في الحاجة المتزايدة لفهم الأطر القانونية

المنظمة لهذا القطاع الناشئ، خاصة مع تنامي الاستثمارات في التسويق الرقمي. يكشف البحث عن وجود تضارب جوهري بين النصوص التشريعية التقليدية ومتطلبات تنظيم الممارسات التسويقية في البيئة الرقمية لاسيما في البيئة الجزائرية، ما يستدعي إعادة وتطوير إطار مفاهيمي متكامل وتأصيل تشريعي محترف ومعاصر للمفاهيم القانونية الأساسية. ويخلص إلى ضرورة بناء نظرية قانونية حديثة للتسويق المؤثر تتضمن مبادئ تأسيسية جديدة تحقق التوازن بين مختلف العناصر والمؤشرات والممارسات.

المدخلية الثالثة عشرة:

د. نجمة زراري

المدرسة الوطنية للصحافة وعلوم الاعلام

• عنوان المدخلية:

الإشهار والاقتباس الفني: حدود الاستلham والسرقعة الأدبية والبصرية



● ملخص المداخلة:

يبحث موضوع هذه المداخلة في إشكالية معقدة تربط بين الإبداع الفني والإشهادي من جهة وبين الحقوق الفكرية والأخلاقية من جهة أخرى، وذلك من خلال تحديد الحدود الفاصلة بين الإقتباس المشروع والإستلهام المبدع وبين السرقة الأدبية والبصرية التي تمس جوهر الأصالة والملكية الفكرية في الإشهاد. حيث سنعرض من خلالها التداخل الحاصل في الإعلانات التجارية (السينما، الفيديو كليب، الومضات الإشهادية) مسألة الإستلهام والإقتباس كفعل إبداعي تطوري والسرقة مفعّل انتهاكي، كما نسلط الضوء على السياقات الثقافية والقانونية التي تحدد هذين المفهومين.

الأهداف: تهدف المداخلة إلى تحديد المفهوم الدقيق للإستلهام والإقتباس الفني في مقابل السرقة الأدبية والبصرية في الإشهاد، كما تحاول رصد الحالات التطبيقية الواقعية من الساحة الدولية والعربية والتي أثارت جدلا حول حدود التقليد والابتكار. كما تسلط المداخلة الضوء على أثر التطور التكنولوجي وثقافة الصورة على تزايد ظاهرة السرقات البصرية في العصر الرقمي.

ومن بين النتائج المتوصل إليها أن مسألة السرقة البصرية بدأت تأخذ منحى جديدة خصوصا في البيئة الرقمية ما يجعل أعمال المبدعين معرضة لانتهاكات وسرقات مختلفة إن على مستوى الشكل أو المضمون ما يدفع بالقائمين إلى وضع قواعد صارمة لحماية المصنفات.

المداخلة الرابعة عشرة:

د. مليكة بوخاري

المدرسة الوطنية للصحافة وعلوم الاعلام

● عنوان المداخلة:

ازمة التداول الرمزي في الاشهار: نماذج جزائرية وعالمية

● ملخص المداخلة:

تسعى "الماركات" العلامات التجارية سواء تلك التي تمثل وتقدم منتج أو التي تقدم خدمات لبناء تداول رمزي يترسخ لدى المستخدم لبناء ذاكرة تأويلية تخضع لمقاييس تداولية قوية لإرساء ذلك البعد الدلالي، غير أنّ ما نلاحظه اليوم في البيئة الافتراضية خاصة هو تقييم هذه الدلالات الرمزية للمنتج لذا يتوجب على أي علامة أن تتعامل بالكثير من الحذر في تقديم منتجها في عالم افتراضي لا تحده الحدود التقليدية المرتبطة بالدول وإنما في وعاء أكبر تجاوز كرة العولمة أو الكوكبة.

وما نحاول تقديمه في هذه المداخلة هو تقديم وتفكيك بعض النماذج الاشهارية العالمية والمحلية أين تنتهج بعض الماركات الاتجاه نحو استراتيجية جديدة تعرف بـ bad buzz، بصورة قصصية في حين قد تسقط بعض النماذج

المحلية في هذا الاتجاه دون قصد وإنما بالنظر للضعف في طرف الأفكار الإبداعية المقترنة بصور دلالية ضعيفة



المداخلة الخامسة عشرة:

د. حياة حميدي

جامعة الجزائر 3

د. أميرة أوشريف

جامعة مولود معمري / تيزي وزو

• عنوان المداخلة:

تطور الإطار القانوني للإشهار في الجزائر من الاستقلال إلى اليوم: دراسة نقدية تحليلية

• ملخص المداخلة:

يُعد الإشهار أحد أبرز آليات الاتصال الجماهيري الحديثة التي ترافق المجتمعات في تحولاتها الاقتصادية والاجتماعية والثقافية، وتُسهم بفعالية في تشكيل السلوك الاستهلاكي والتأثير في الوعي الجمعي. وإذا كان الإشهار يُقدّم تقليدياً كأداة ترويجية تسويقية تستهدف المستهلك وتدفعه نحو اقتناء سلع أو خدمات معينة، فقد تجاوز هذا الدور الضيق ليصبح فاعلاً استراتيجياً في الاقتصاد والسياسة والثقافة، بل وفي صلب قضايا السيادة والهوية الوطنية.

في السياق الجزائري، لا يمكن فصل تطور الإشهار عن التحولات الكبرى التي شهدتها البلاد منذ الاستقلال سنة 1962. فقد بدأ الإشهار بوصفه امتداداً لدور الدولة المركزية التي كانت تهيمن على وسائل الإعلام وعلى السوق، في ظل نظام اشتراكي يحدّ من المبادرة الفردية ويكرّس احتكار الدولة للفضاء الاقتصادي والإعلامي. في هذه المرحلة، لم يكن الإشهار نشاطاً تجارياً مستقلاً أو سوقاً تنافسية، بل كان وسيلة لترويج إنجازات الدولة ومشاريعها، ضمن ما يُعرف بـ"الإشهار السياسي" أو "الإشهار الإيديولوجي".

غير أن هذا الوضع بدأ يتغير تدريجياً مع التحولات الاقتصادية التي عرفت الجزائر منذ منتصف الثمانينيات، والتي بلغت ذروتها مع اعتماد اقتصاد السوق في بداية التسعينيات، وما رافقه من انفتاح إعلامي وتحرير نسبي للقطاع السمعي البصري وصدور بعض التشريعات المنظمة للمجال. وقد ظهرت إلى الواجهة في هذه المرحلة فاعلون جدد في مجال الإشهار، من مؤسسات خاصة ووكالات اتصال، ما دفع إلى التساؤل حول مدى نجاعة الإطار القانوني المنظّم لهذا النشاط.

المداخلة السادسة عشرة:

د. يسمينة حدوش

أ.د. جمال شاوش شعبان

جامعة الجزائر 3

• عنوان المداخلة:

الممارسات الإشهارية في القنوات التلفزيونية في الجزائر: من أزمة النصوص القانونية إلى قصور آليات الرقابة

• ملخص المداخلة:

سنحاول في هذه المداخلة عرض مختلف الإشكاليات المرتبطة بالممارسات الإشهارية في القنوات الخاصة الجزائرية من الناحية القانونية والتشريعية والعملية، محاولين في نفس الإطار تقديم قراءة تحليلية ونقدية للمواد القانونية التي جاءت في قانون السمعي البصري رقم 20-23 المتعلق بالنشاط السمعي البصري. علاوة على ذلك، سنقوم بتوسيع مجال المداخلة للحديث عن طبيعة التجاوزات التي شملت الجوانب التعبيرية والفنية والتقنية والزمنية ... وقصور النصوص القانونية ومنظومات المتابعة والرقابة مقارنة بالممارسات الإشهارية الواقعية السائدة والمهيمنة. ثم على ضوء ذلك، سنركز بشكل حصري على بعض المحاور الرئيسة ومنها، إشكالية قصور المواد القانونية، وعدم مراعاة مضامين الرسائل الإشهار بطابعها الظاهر، والخفي والقسري، بسبب الاغفال أو التجاوز، ومسألة ضبابية المفاهيم وشمولية معاني المواد التي جاءت دون محددات قانونية وممارستية دقيقة، إلى جانب غياب الهيئات القانونية التي تمتلك سلطة متابعة المضامين الإشهارية.

المداخلة السابعة عشرة:

د. يوسف تكررارت

جامعة الجزائر 3

• عنوان المداخلة:

الإعلان الإشهاري التلفزيوني، بين تراكمية ونمطية الصورة التسويقية وأصلية العمل الفني

• ملخص المداخلة:

يُعرف الإشهار على أنه كل شكل مدفوع من التقديم، والترويج غير الشخصي للأفكار والسلع، الخدمات من طرف مُعلن مُحدد، وعليه يتضمن فكرة الدفع وتحديد المُعلن. إنه يحث على الإقناع، الإخبار والمنافسة مع شركات أو متعاملين إقتصاديين آخرين ويساهم في تحديد خيارات الزبائن في البداية واستجابة لمتطلبات إغراء وجذب الزبائن. هناك تداخل واضح بين الفن والإشهار الذي ينعكس في الوسائط الاتصالية. لا نرى الفن إلا من خلال عين الإشهار، وهذا يعني أنه من الممكن أن يُوظف خارج الحدود المؤسساتية، التي يعاد تكوينها وتشكيلها لحاجات الاتصال التجاري.

التدابير اللازمة لضمان احترام حقوق الملكية الفكرية، من خلال تفعيل آليات الرقابة والمراقبة، والعمل على حماية أعمالهم من عمليات السرقة الفنية والاستنساخ غير القانوني، خاصة في البيئات الرقمية والإعلامية الحديثة.

السؤال الجوهرى كيف تؤثر ظاهرة السرقة الفنية في مجال الإشهار، خاصة الإشهار التلفزيوني في الجزائر، على حقوق المؤلفين والمبدعين، وما هي الحلول القانونية والتنظيمية الممكنة للحفاظ على الإبداع وضمان العدالة في السوق؟ [3M]

ومنه، سنجيب من خلال مداخلتنا هذه، على السؤال الجوهرى الآتى:

■ كيف تؤثر ظاهرة السرقة الفنية في مجال الإشهار، خاصة الإشهار التلفزيوني في الجزائر، على حقوق المؤلفين والمبدعين، وما هي الحلول القانونية والتنظيمية الممكنة، للحفاظ على الإبداع وضمان العدالة في السوق؟

كما وأننا سنسلط الضوء على الإشكاليات الأخلاقية والقانونية المرتبطة بهذا القطاع، ونبحث في سبل حماية حقوق المؤلفين المبدعين، وهذا من خلال المحاور الآتية:



1. دور الإشهار في السياقين الاقتصادي والثقافي
2. اختلالات القطاع الإشهاري في الجزائر
3. مظاهر السرقة الفنية في الإشهار التلفزيوني
4. الانعكاسات على حقوق المبدعين والإنتاج الإبداعي
5. ضرورة الإصلاح القانوني والتنظيم إبراز دور الإشهار.

المداخلة التاسعة عشرة:

د. سميرة معمري

د. حسين تومي

جامعة مولود معمري / تيزي وزو

● عنوان المداخلة:

الاستنساخ في الاشهار الرقمي آليات الضبط والمجابهة

● ملخص المداخلة:

سنحاول من خلال هذه المداخلة العلمية للتطرق لإشكالية الاستنساخ في الإشهار الرقمي التي تطرح تحديات كبيرة في الفضاء الإبداعي الإشهاري، خاصة فيما يتعلق بحماية حقوق الملكية الفكرية للمنتوجات الإبداعية والفنية ولمجابهة الظاهرة المتفشية في عالم الاشهار نقترح بعض آليات المجابهة:

- تطوير تقنيات التتبع: استخدام تقنيات مثل البصمات الرقمية (Digital Fingerprinting) وتتبع الأصول (Content Recognition) لتحديد المحتوى المستنسخ.
- الحماية القانونية بتعزيز القوانين واللوائح التي تحمي حقوق الملكية الفكرية في البيئة الرقمية.
- التعاون بين الشركات بتبادل المعلومات والخبرات في مجال مكافحة الاستنساخ.
- توعية المستخدمين بأهمية احترام حقوق الملكية الفكرية وتأثير الاستنساخ على الإبداع والابتكار.
- استخدام تقنيات البلوكشين لتسجيل وتتبع حقوق الملكية الفكرية بشكل آمن وشفاف.
- استخدام برامج مثل Google Images Reverse Search وTinEye للكشف عن الصور المستنسخة.
- استخدام تقنيات التشفير لحماية المحتوى الرقمي من الاستنساخ.

بشكل عام، المجابهة الفعالة للاستنساخ في الإشهار الرقمي تتطلب تعاوناً بين الشركات والمؤسسات والمستخدمين، بالإضافة إلى تطوير تقنيات وأدوات فنية متقدمة.

المداخلة العشرين:

د. عبد الغني ارشن

جامعة مولود معمري / تيزي وزو

• عنوان المداخلة:

الصورة التوليدية الاشهارية في ظل بيئة الذكاء الاصطناعي وإشكالية الملكية الفكرية

• ملخص المداخلة:

تعتمد الصورة التوليدية في الإشهار على تقنيات متقدمة لإنشاء صور ورسومات بشكل ذكي ومبتكر في بناء العمل الفني الاشهاري ومع ذلك، تثير هذه التقنيات للذكاء الاصطناعي عبر برمجياتها الذكية تحديات قانونية وأخلاقية، خاصة فيما يتعلق بالملكية الفكرية ولتفكيك الإشكالية البحثية في هذه المداخلة العلمية فككناها الى مجموعة التساؤلات في النقاط التالية: حقوق النشر: عند استخدام الصور التوليدية كيف يحدد من يملك حقوق النشر: الشركة التي طورت البرنامج أم المستخدم الذي قام بإنشاء الصورة؟

الابتكار والإبداع: كيف يمكن تقييم مدى ابتكار وإبداع الصور التوليدية، وما هي المعايير التي يجب تطبيقها لتحديد ما إذا كانت الصورة تعتبر عملاً أصلياً؟

وامام هذه الإشكاليات المعقدة يجب تطوير قوانين الملكية الفكرية لتشمل الصور التوليدية وتحديد حقوق الملكية بصورة واضح ..

بأن يكون المسؤول الذي ي

عنوان المداخلة:

● ملخص المداخلة:

المدخلة الثانية والعشرون:

● عنوان المداخلة:

● ملخص المداخلة:

18

لانتهاكات متزايدة ويطرح الحاجة إلى آليات قانونية أكثر صرامة وفعالية. وقد أدرك المجتمع الدولي مبكراً ضرورة إرساء إطار قانوني مشترك يضمن حماية هذه الحقوق، فتم اعتماد عدة مواثيق دولية، على غرار اتفاقية برن لحماية المصنفات الأدبية والفنية (1886)، والاتفاقية العالمية لحقوق المؤلف (1952)، واتفاقية "تريبس" (TRIPS) لعام 1994 التي أقرت معايير دقيقة وواسعة النطاق لحماية الملكية الفكرية في إطار منظمة التجارة العالمية. هذه المواثيق أرست مبادئ أساسية تتعلق بحقوق المؤلف، ومدى الحماية، وآليات الإنفاذ، مما جعلها مرجعاً إلزامياً للدول الأطراف، ومنها الجزائر. في هذا السياق، تبرز الإشكالية الجوهرية التالية: إلى أي مدى يتلائم القانون الجزائري المتعلق بحقوق المؤلف مع المعايير التي نصت عليها المواثيق الدولية، وهل يشكل بالفعل أداة فعالة لحماية المبدعين وردع الانتهاكات، خصوصاً في ظل التحديات الرقمية الراهنة؟ تتفرع عن هذه الإشكالية إلى عناصر رئيسية يمكن حصرها فيما يلي:

1. الإطار المفاهيمي والقانوني للملكية الفكرية وحقوق المؤلف، مع توضيح الطبيعة القانونية وأبعادها الاقتصادية والاجتماعية.

2. استعراض أهم المواثيق الدولية ذات الصلة وتحليل المبادئ الأساسية التي جاءت بها، ولاسيما اتفاقية برن وتريبس.
3. دراسة التشريع الجزائري المتعلق بحقوق المؤلف والحقوق المجاورة، ومقارنته بالالتزامات الدولية.
4. رصد التحديات العملية التي تواجه التطبيق، مثل ظاهرة القرصنة الرقمية، وضعف آليات الردع، وإشكالية الوعي المجتمعي.

إن تناول هذا الموضوع يكتسي أهمية علمية وعملية بالغة، إذ يتيح من جهة تقييم مدى انسجام التشريع الجزائري مع المعايير الدولية، ومن جهة أخرى استشراف الحلول الممكنة لتعزيز فعالية الحماية القانونية لحقوق المؤلف، بما يساهم في دعم الإبداع وترسيخ مكانة الجزائر ضمن الاقتصاد القائم على المعرفة. يتضح مما سبق أن موضوع الملكية الفكرية وحقوق المؤلف يشكل مجالاً حيوياً تتقاطع فيه الأبعاد القانونية والاقتصادية والثقافية، مما يفرض ضرورة مواكبة التشريع الجزائري للمعايير الدولية والتطورات التكنولوجية المتسارعة. ومن ثم فإن تعزيز آليات الحماية وتفعيل سبل الردع يشكلان شرطاً أساسياً لضمان حقوق المبدعين ودعم الابتكار، بما يساهم في تحقيق تنمية مستدامة ويعزز حضور الجزائر في مجتمع المعرفة العالمي.

المداخلة الثالثة والعشرون:

د. كريمة سبيلي

جامعة مولود معمري / تيزي وزو

د: سليمة شيقر

جامعة محمد خيضر بسكرة

• عنوان المداخلة: الملكية الفكرية في المواثيق الدولية وفي القانون الجزائري

● ملخص المداخلة:

يشكل الإشهار الإذاعي أحد أبرز أساليب التواصل الجماهيري التي تراهن عليها المؤسسات للتعريف بمنتجاتها وخدماتها، مستندًا في ذلك إلى ما يمتلكه من قوة صوتية وقدرة إيحائية تفتح المجال أمام الخيال وتستثير الحواس. ولعل ما يميّزه عن غيره من الأشكال الإشهارية هو اعتياده الكلي على الصوت باعتباره أداة للتأثير وبناء الصورة الذهنية لدى المستمع. وانطلاقًا من هذه الخصوصية، يطرح الإبداع الفني نفسه كعامل أساسي يحدّد مدى جاذبية الإعلان وقدرته على الإقناع. فاختيار الكلمات، نغمة الصوت، الموسيقى المصاحبة، والإخراج الإذاعي، كلها عناصر تُسهم في تشكيل رسالة لا تُسمع فحسب، بل تُحفر في الذاكرة وتثير التفاعل. تسعى هذه المداخلة إلى تتبع مظاهر هذا الإبداع من خلال دراسة الإشهار الإذاعي في إذاعة تيزي وزو، باعتبارها فضاءً إعلاميًا يجمع بين الخصوصية اللغوية وتنوّع المرجعيات الثقافية. وسيتم التركيز على كيفية توظيف هذه الخصوصيات في صياغة الرسائل الإشهارية في خلق الإبداع الفني الإشهاري، وما تضيفه من بعد فني يُقرّب الإعلان من المستمع ويجعله أكثر تأثيرًا، لتنتقل الإشكالية الأساسية لهذه الدراسة من التساؤل الرئيس التالي: كيف يوظف الإشهار الإذاعي في إذاعة تيزي وزو عبر حضور مجموعة من المعطيات اللغة والثقافة الأمازيغية لبناء خطاب إبداعي جذاب يؤثر في المتلقي المستمع؟.

تعتمد الدراسة على مقارنة تحليلية - وصفية، تركز على تحليل عينة من الإعلانات الإذاعية المذاعة عبر محطة تيزي وزو.

المداخلة الرابعة والعشرون:

أ.د. عبد النور بوصابة

جامعة مولود معمري / تيزي وزو

● عنوان المداخلة:

الملكية الفكرية في المواثيق الدولية وفي القانون الجزائري

● ملخص المداخلة:

نتناول في هذا البحث موضوعا في غاية الأهمية، متعلق بقراءة مفصلة لفهم واقع التشريع الجزائري في مجال الإشهار بصفة عامة والإشهار الإلكتروني بصفة خاصة، حيث وبرز الإشهار الإلكتروني في الجزائر، اتجهت الكثير من الوكالات الاتصالي والإشهارية إلى تصميم إعلانات مختلفة على مختلف الوسائط الإلكترونية وعلى شبكة الأنترنت، وتقوم العديد من المواقع للترويج عن السلع والخدمات لمختلف المعلنين، بينما تثار مسألة التشريع وتقنين هذه النشاطات، في ظل غياب قانون ينظم قطاع الإشهار بصفة عامة والإشهار الإلكتروني خاصة، فنقف بالتحليل والقراءة لمختلف المشاريع التي قدمت لتنظيم القطاع في الجزائر منذ نهاية التسعينات من القرن الماضي إلى يومنا هذا.

د. أمينة شلابي

د. سولاف بوشقورة

جامعة مولود معمري / تيزي وزو

• عنوان المدخلات:

أتمتة الابداع وأنسنة الملكية الإشهارية

• ملخص المدخلات:

يعد التصميم الإشهاري ممارسة إبداعية تتخطى حدود الاتصال البسيطة إذ تسعى من خلال مخاطبة المتلقين إلى خلق حاجات مرتبطة بالسلعة أو الفكرة أو الخدمة ودفعهم إلى مرحلة الفعل، هذا الأمر يتطلب بناء تقنيا وفنيا وعلميا للرسائل الإشهارية. وبفضل التطورات التقنية المتواصلة شهد التصميم الإشهاري تحولات عميقة خاصة بظهور الذكاء الاصطناعي التوليدي، إذ أصبحت الخوارزميات والآلة شريكا فعالا في إنتاج أنماط جديدة من التصميمات الإعلانية أخذت من عصر التسارع والسيولة ميزاته. غير أن هذا التحول يطرح تساؤلات جوهرية تتعلق بحدود الإبداع وأصالته انطلاقا من جدلية قائمة على منبر من يملك الملكية الفكرية لهذا الزخم الإشهاري المبتكر. ففي الوقت الذي يميل فيه الاتجاه التقني إلى اعتبار أتمتة الإبداع ضرورة في ظل اقتصاد الانتباه الرقمي الذي يتطلب الكفاءة والإنتاجية الجمالية والابتكارية العالية والقدرة على التكيف مع متطلبات السوق حيث تستطيع النماذج التوليدية مثل -DALL.E- و -MIDJOURNEY- إنتاج آلاف التصميمات في وقت واحد بما يجعلها أداة تسويقية ذات جودة عالية للشركات والمعلنين، بينما يعتبر الحقوقيون والأخلاقيون أن هذه الثورة خلقت إشكالية أنسنة الملكية إذ تعتبر حقوق المؤلف الملكية الفكرية وحقوق المؤلف في الإشهار: إشكالية الإبداع ، الاستنساخ والسرقة العلمية والمصمم أسئلة معلقة حول: من هو المالك الشرعي للتصميم التوليدي ؟ هل هو المبرمج أم الشركة المالكة للخوارزمية، أم المستخدم الذي أتاح الأمر؟

المدخلات السادسة والعشرون:

طالبة دكتوراه: شهرزاد جواد

جامعة الجزائر 3

• عنوان المدخلات:

التصميم الإشهاري في ظل البيئة الرقمية وإشكالية الملكية الفكرية

• ملخص المدخلات:

يشهد قطاع الإشهار تحولات جوهرية بفعل التطورات المتسارعة في تكنولوجيات الإعلام والاتصال، ما أدى إلى بروز الإشهار الرقمي كصيغة مبتكرة تختلف عن الإشهار التقليدي من حيث الوسائط، الأدوات، وأنماط التصميم، وقد دفع ذلك المؤسسات الاقتصادية، ومنها الجزائرية، إلى توظيف الإمكانيات الرقمية لتعزيز سرعة وجاذبية الترويج لمنتجاتها وخدماتها. غير أن هذا التطور أفرز تحديات معقدة، أبرزها سهولة نسخ وإعادة

إنتاج التصاميم الإشهارية دون إذن من أصحابها، مما يشكل انتهاكا لحقوق الملكية الفكرية والفنية، وتتفاقم هذه الإشكالية أمام صعوبة ضبط ومراقبة المحتوى الرقمي وحمايته من السرقة أو الاستغلال غير المشروع. تهدف هذه المداخلة إلى دراسة واقع ومستقبل حقوق المؤلف والملكية الفكرية في الإشهار الرقمي، من خلال تحليل أثر البيئة الرقمية على حماية الإبداعات الإشهارية، وتشخيص العوائق التقنية والقانونية التي تحد من فعاليتها، واستعراض الأطر التشريعية السارية في الجزائر.

وتخلص الدراسة إلى ضرورة إرساء آليات تشريعية وتقنية أكثر فعالية، يسنها المشرع الجزائري لضمان التوازن بين حرية الإبداع واستثمار التكنولوجيا الحديثة، وبين حماية الحقوق المشروعة للمبدعين، بما يضمن بيئة إشهارية رقمية شرعية ومسؤولة.

المداخلة السابعة والعشرون:

طالبة دكتوراه: نسيم توازي

مولود معمري / تيزي وزو

• عنوان المداخلة:

حقوق المؤلف كآلية لحماية الإبداع الفني وتعزيز جودة الإشهار

• ملخص المداخلة:

يُعد الإشهار اليوم أحد أهم أدوات التأثير والإقناع في مختلف المجالات الاقتصادية والاجتماعية، فهو لا يقتصر فقط على عرض المنتجات أو الخدمات، وإنما يسعى إلى بناء وتكوين صورة ذهنية إيجابية ومميزة لها لدى الجمهور المستهدف، ولتحقيق هذا الهد يلجأ القائلون على الإشهار إلى توظيف الإبداع الفني بأساليبه المتنوعة، من تصميمات مبتكرة، ورسوم، وصور، وشعارات تعكس هوية العلامة التجارية، فهذا الإبداع هو ثمرة جهد فكري وفني يتطلب الوقت والخبرة والمهارة، وذلك ما يجعله قيمة اقتصادية ومعنوية ينبغي الحفاظ عليها، ومن هنا تبرز أهمية حقوق المؤلف باعتبارها الإطار القانوني الذي يضمن للمبدع الاحتفاظ بملكته الفكرية، ويحمي أعماله من التقليد أو الاستغلال غير المشروع، وعليه فإن ترسيخ ثقافة احترام حقوق المؤلف داخل الوسط الإشهاري يمثل خطوة أساسية نحو بيئة عمل عادلة ومحفزة على الإبداع والابتكار.

المداخلة الثامنة والعشرون:

طالبة دكتوراه: سهام شاشوة

مولود معمري / تيزي وزو

• عنوان المداخلة:

الإشهار الرقمي وإشكالية الملكية الفكرية

- ملخص المداخلة: يشهد الإشهار في الآونة الأخيرة قفزة نوعية نظرا للتطور التكنولوجي الحاصل، وذلك بعد بروز البيئة الرقمية التي غيرت مساره من بث عرب وسائل الإعلام التقليدية إشهار تقليدي سواء في التلفزيون أو الراديو أو الصحف و الملتصقات، ليتطور مفهومه إلى إشهار رقمي بعد ولوجه في مواقع التواصل الاجتماعي يحمل معه مفهوم جديدا فك قيود الرقابة القانونية و فتح جمال للسرقة الفنية من أعمال و أفكار إبداعية كالموسيقى، الصوت، الصور و الفيديوهات و نصوص محمية بحقوق الطبع و النشر، و التي أدت إلى المساس بالملكية الفكرية ، و ابت النسخ غري المشروع اشكال حماية حقوق المؤلفين، و جعل المنظومة القانونية تواجه تعقيدات لعدم وجود تحديثات قانونية تخدم الإشهار الرقمي و تحمي الملكية الفكرية
- المداخلة التاسعة والعشرون:



د. ليدية تركي

د. نسيمة نايلي

مولود معمري/ تيزي وزو

● عنوان المداخلة:

المسؤولية الجزائية عن الإشهار المظلل في التشريع الجزائري دراسة تحليلية وفقا لأحكام القانون

رقم 03-09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش المعدل والمتمم

● ملخص المداخلة:

يشكل الإشهار أحد الأدوات الأساسية في الاقتصاد الحديث، حيث يسهم في التعريف بالمنتجات والخدمات وتوجيه سلوك المستهلكين وتعزيز المنافسة بين المؤسسات، غير أنّ هذه الوظيفة الحيوية قد تستغل في الاتجاه الخاطئ عندما يستخدم الإشهار كوسيلة للتضليل والخداع، ما يؤدي إلى اختلال التوازن الاقتصادي والاجتماعي. بناء على ذلك، تدخل المشرع الجزائري من أجل تجريم بعض ممارسات الإشهار الكاذب أو المضلل ضمن قوانين متفرقة، ومن بين هذه القوانين نجد القانون رقم 03-09 المؤرخ في 25 فيفري 2009 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش المعدل والمتمم ليؤسس لهذه الحماية من خلال تجريم بعض صور الإشهار الكاذب أو المضلل وفرض عقوبات جزائية على مرتكبيه من بينها الغرامات و الحبس وسحب المنتجات من السوق، حيث يحمل هذا القانون المسؤولية الجزائية لكل من يشارك في نشر إعلانات مضللة، سواء المنتج أو المعلن أو الوسيلة الإعلامية، ويشترط لتوافر الجريمة وجود فعل مادي مضلل ونية خداع المستهلك، عليه فإنّ هذا الإطار القانوني يهدف إلى حماية المستهلك وضمان شفافية المعاملات التجارية.

المداخلة الثلاثون:

د. رمضان بن منصور

مولود معمري/ تيزي وزو

● عنوان المداخلة: الإشهار في عصر الذكاء الاصطناعي: تطورات في المفهوم والماهية

● ملخص المداخلة:

- ارتبط الاشهار ارتباطا وثيقا بوسائل الاعلام والاتصال منذ القدم، باعتبارها حوامل لمضامينه ومحتوياته لذلك نجد الاشهار المكتوب، المسموع والمرئي وصولا الى الاشهار الالكتروني عبر الانترنت. وعليه يمكن القول ان الاشهار كمفهوم بقي في تطور مستمر في ضل التطور الكبير والمتواصل لتكنولوجيات الاعلام والاتصال خاصة مع بروز تقنيات الذكاء الاصطناعي واليات الواقع الافتراضي وكذا الواقع المعزز التي ساهمت في بلورة مفهوم الاشهار باعتباره اليوم أحد أبرز اساليب التسويق المعاصرة بطريقة تفاعلية مع المستخدمين، الى جانب تحسين عملية تحليل البيانات وتصميم الرسائل بما يتناسب والجمهور المستهدف بطريقة مبتكرة وانتاج كميات ضخمة من البيانات متعددة المصادر. البيانات الانسانية والاجتماعية
- من خلال هذه المداخلة سنحاول الوقوف على اهم التحولات والتطورات التي صاحبت الاشهار من حيث المفهوم والممارسة وذلك بالإجابة على التساؤل الرئيسي التالي : ما هي التطورات التي عرفها الاشهار في عصر الذكاء الاصطناعي على مستوى المفهوم والماهية؟.

المداخلة الواحد والثلاثون:

د. سمير عرجون

المدرسة الوطنية للصحافة وعلوم الاعلام

● عنوان المداخلة:

L'optimisation des contenus médiatiques et l'usage des référencement Naturel et payant

● ملخص المداخلة:

L'optimisation des contenus médiatiques à laide du référencement naturel (SEO) et payant (SEA) est devenue un impératif stratégique pour toute organisation cherchant à maximiser sa visibilité et son impact à l'ère du numérique. Autrefois, la diffusion de l'information était largement contrôlée par les médias traditionnels, mais aujourd'hui, le paysage est radicalement transformé par l'émergence des différents dispositifs et plateformes numériques. Dans ce contexte, la simple qualité d'UN contenu ne suffit plus à garantir son succès ; il doit être à la fois découvrable et pertinent pour les publics ciblés. La synergie du SEO et du SEA Le référencement naturel (SEO) est la pierre angulaire de cette stratégie. Il s'agit d'un ensemble de techniques visant à améliorer le

classement d'un site web dans les résultats organiques des moteurs de recherche. Son efficacité repose sur plusieurs piliers : la recherche de mots-clés pertinents, l'optimisation technique du site et la création de contenus de haute qualité qui répondent aux besoins et aux questions des utilisateurs. Le SEO est une stratégie à Long terme. Ses bénéfices se construisent progressivement et, une fois établis, ils offrent une visibilité durable.

Le référencement payant (SEA), quant à lui, complète cette démarche en offrant une visibilité immédiate. Via des plateformes dédiées, les annonceurs peuvent acheter des mots-clés pour que leurs annonces apparaissent en haut des pages de résultats. Le SEA permet de cibler des audiences très spécifiques et d'obtenir des résultats rapides pour des campagnes marketing ou des lancements de produits. Bien que son coût soit directement lié au nombre de clics, il offre une flexibilité et un contrôle inégalés sur les messages et le ciblage médiatique.

Notre proposition de communication s'étalera à développer cette opportunité qui offre aux contenus médiatiques une nouvelle allure et un porté communicationnel qui dépasse ses attentes.





توصلت الجلسات والورشات العلمية للملتقى العلمي الى مجموعة من التوصيات التي نسردها على النحو التالي:

1. الضرورة الملحة لإنشاء هيئة وطنية للرقابة على الإعلانات الرقمية والمحتوى على ان تكون هذه الهيئة مكلفة بمتابعة أنشطة المؤثرين واستقبال الشكاوى واتخاذ الإجراءات القانونية ضد السرقات والاستنساخ غير المشروع.
2. تعزيز آليات حماية الملكية الفكرية وحقوق المؤلف في الفضاء التقليدي والرقمي وذلك من خلال تحديث التشريعات المتعلقة بالعلامة التجارية وحقوق المؤلف.
3. تطوير مستوى الرسالة الاعلانية الرقمية وصياغتها وفق أسس علمية وفنية وإبداعية.
4. ضرورة الإسراع بالتشريع في مجال الممارسة الاشهارية في الجزائر لضبط المنافسة غير المشروعة التي تستمد أفكار وسيناريوهاتها من الاقتباس والاستنساخ غير المشروع من اجل حماية المبدعين في مجال الاشهار.
5. الاعتماد على برامج الجرافيك المتطورة وبرمجيات الذكاء الاصطناعي في تصميم ومضات اشهارية تحاكي التطور التكنولوجي الراهن.
6. اشراك وزارة الثقافة والاتصال والمؤسسات المجتمعية والاقتصادية وبالتنسيق والاشراف العام للديوان الوطني لحقوق المؤلف والحقوق المجاورة والوكالة الوطنية الجزائرية للإشهار لحماية ومراقبة التراث الجزائري والابداع الفني الاشهاري من اجل تحفيز عرض الثقافة الجزائرية الاصيلية في المضامين الاشهارية الجزائرية.
7. العمل على ترسيخ الابداع الفني في بناء وتصميم الرسائل الاشهارية لاسيما في المنصات الرقمية.
8. اعتماد ميثاق أخلاقي للمهنة المتعلقة بالإشهار يحدد حدود استخدام الذكاء الاصطناعي مع ضمان البعد الثقافي واحترام القيم الدينية والاجتماعية للمجتمع الجزائري.
9. تعزيز الوعي القانوني لدى المصممين والمعلنين حول قضايا حقوق المؤلف والملكية الفكرية خاصة في المؤسسات الإعلامية ووكالات الاشهار.
10. استحداث واستخدام برمجيات التشفير لحماية المحتوى الإعلاني الرقمي خاصة من الاستنساخ غير المشروع لمجابهة كل أشكال السرقة والاستخدام غير المرخص لأفكار ومضات اشهارية اصيلة.
11. تنظيم طبعات أخرى حول موضوع الملكية الفكرية في الاعلام والفنون والسينما والمسرح وترقية الملتقى الوطني الى ملتقى دولي لتبادل التجارب والخبرات في مجال حقوق المؤلف والملكية الفكرية تتحاقل فيها مختلف الميادين والعلوم لتقديم رؤى عابرة للتخصصات على المستوى الوطني والدولي.



خلاصة الملتقى العلمي:

من هذا المناقشات العلمية والاحتفاء العام لتوجه الملتقى الوطني تتجلى أهمية هذه الإشكالية البحثية التي تربط بين مجالين هامين: الإشهار والملكية الفكرية وحقوق المؤلف في وسائل الاعلام والبيئة الرقمية الجديدة، فالملتقى العلمي سمح ببناء تجاسر وتحاقل معرفي وعلمي بين مختصين في الإشهار والاعلام والتسويق والقانون والخروج بتوصيات علمية وعملية لتنظيم العلمية الاشهارية في وسائل الاعلام والبيئة الرقمية من باب القانوني في الجزائر.

تامدا، 2025/10/29

- رئيس الملتقى الوطني: الدكتور عبد الغني إرشن