الجمهورية التونسية
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة منوبة
Université de la Manouba

الملتقى الدولي

مهن الاتصال

التحديات والرهانات في العصر الرقمي

تونس – من 22 إلى 24 أفريل 2026

دعوة للمشاركة

معهد الصحافة وعلوم الإخبار
المركب الجامعي بمنوبة، 2010 سيدي عمر
الهاتف : 831 600 71 / 981 600 71 (216) - الفاكس : 465 600 71 (216)
موقع الواب : www.ipsi.rnu.tn / البريد الإلكتروني : colloque@ipsi.uma.tn

دعوة للمشاركة في الملتقى الدولي
"مهن الاتصال: التحولات والرهانات في العصر الرقمي"
من تنظيم معهد الصحافة وعلوم الإخبار، جامعة منوبة، تونس

السياق المعرفي وأسس النشأة العلمية

1. الاتصال، التكنولوجيا والمجتمع: نحو إعادة تعريف مهن الاتصال

شهدت مهن الاتصال تحولات عديدة عميقاً خلال العقدين الماضيين متصلة بالتطورات التكنولوجية والسياسية وازدهار المنصات الرقمية والذكاء الاصطناعي. وقد أدّت هذه التحولات إلى تنوع مهن الاتصال وتخصصها في المجال العمومي والسياسي والمؤسسي وفي الفضاءات الخاصة. ومن ثم، أصبح من الضروري التفكير في هذه المهن الجديدة في ضوء المتطلبات الديمقراطية والديناميكيات الاجتماعية والسياسية المحلية والمعايير الدولية.

ويؤكد دومينيك وولتون (D. Wolton) على ان هذه التغيرات العميقة تعيد التفكير في الاتصال ليس فقط كممارسة مهنية، بل أيضاً كقضية مركزية " للتماسك الاجتماعي". ويضيف: "الاتصال هو «بالون الأكسجين» الذي يربط الحياة الفردية بالحياة الجماعية" (Dominique Wolton). وبالتالي "فإن التوفيق بين الحرية الفردية والمساواة يمثل أحد التحديات التي تطرحها العولمة" (Lafontaine Orvild , 2022). وبناءً عليه، يُعتبر الاتصال "مسألة علمية وسياسية رئيسية في القرن الحادي والعشرين. فانتشار التكنولوجيا، أدوارها في العلاقات الانسانية وبين المجتمعات، يفرض جهداً معرفياً كبيراً في سياق يتسم بهيمنة المنطق التكنولوجي والتجاري وفقدان المعنى في التفاعلات الرقمية (Lafontaine Orvild , 2022).

ومن جانبه يوضح برنارد موتولسكي (Motulsky. B) أنّ : " الاتصال لم يُمارس كمهنة من قبل مختصين في المجال إلا ابتداء من القرن التاسع عشر، حيث بدأ بعض الافراد يعتمدون عليه كمصدر دخل رئيسي، وكان هدفهم مساعدة الشركات والدول والمنظمات على التواصل بشكل فعّال" (Motulsky, B., 2018). ويضيف "إن التواصل الفعال يعني نقل رسالة بهدف محدد، مع السعي للتأثير على تصورات الجمهور المستهدف أو مواقفهم أو سلوكياتهم" (Motulsky, B., 2018).

وتشهد المهن المرتبطة بمجال الاتصال اليوم مسارا جديدا للاعتراف بها، ومع ذلك فإنها لا تزال تتنوّع وتتطوّر باستمرار. ويمكن اعتبار العديد منها مهنا "تقليدية" لا تتماشى مع التحديات الحالية مثل: مسؤول العلاقات العامة والملحق الصحفي وموظف الإعلان والمسؤول عن الاتصال الخارجي أو الداخلي ومدير الاتصال وغيرها. أما المهن الناشئة فترتبط غالباً بـ "مهن الإنترنت" (Colloque, *Calenda*, 2014).

كذلك أدى التحول الرقمي إلى "تضاعف المؤشرات المرتبطة بالاستخدامات: النقرات، والزيارات، والمشاركات، والتحميل أو النفاذ إلى المحتويات. هذه البيانات تستقطب اهتمام المهنيين في مجال الاتصال الباحثين عن أداء قابل للقياس، لكنها تطرح سؤالاً حول المعنى الحقيقي لهذه المقاييس وملاءمتها لتقييم الاتصال. هل يمكن – أو يجب – الحكم على أي فعل اتصالي استنادا إلى فعاليته الرقمية، وبأي معايير؟" (Colloque, *Calenda*, 2014).

من هذا المنظور تناول أوليفييه إرتزشايد (Olivier Ertzscheid,2012) إعادة تشكيل الهويات المهنية في ظلّ ازدهار المنصات والأنظمةالخوارزمية، مع التركيز على تحديات السمعة الإلكترونية والذاكرة الرقمية.

وفي هذا السياق، يُعقد الملتقى الدولي بعنوان " مهن الاتصال: التحديات والرهانات في العصر الرقمي" في تونس من 22 إلى 24 أفريل 2026. وتهدف هذه التظاهرة العلمية إلى مناقشة التغيرات المختلفة التي تشهدها مهن الاتصال على المستوى العالمي وفي العالم العربي وفي إفريقيا وفي وتونس. وسيلتقي باحثون في علوم الإعلام والاتصال من خلفيات أكاديمية وجغرافية متنوعة للتفكير بشكل جماعي في التحدّيات الحالية والمستقبلية لهذا القطاع، وفي كيفية تكّيف الممارسات الاتصالية مع التحولات الرقمية، بالإضافة الى دراسة أثر التقنيات الناشئة (الذكاء الاصطناعي، الشبكات الاجتماعية، البيانات، إلخ) على المهارات ومنظومات التكوين والنماذج التنظيمية في سياق تنامي الخصوصيات الثقافية والاقتصادية والاجتماعية.

2. الرؤى المعرفية حول تحوّل مهن الاتصال في ظل البيئة الرقمية

تشهد مهن الاتصال في ظل الانتقال الرقمي المتسارع تحوّلات عميقة، في ممارساتها أو في أشكال الاعتراف المهني بها. ولا يقتصر هذا الانتقال على إدخال تكنولوجيات جديدة فحسب، بل يشمل إعادة تشكيل أوسع للأدوار والمهارات ومنظومات التكوين، فضلاً عن التصوّرات الاجتماعية المرتبطة بمهن العاملين في مجال الاتصال. وقد أتاحت العديد من الدراسات العلمية الحديثة تحليل دوافع هذا التحوّل واستجلاء رهاناته.

ويعدّ أوّل تحوّل يمكن الإشارة إليه ذلك الذي ورد في تعريف الأدوار المهنيّة وفي قدرتها على التفاعل مع التكنولوجيات الرقمية. ووفقاً لسوفي بين[1] (Pène, 2020)، فإن الرقمنة لا تؤثر في المرفق العمومي على أدوات العمل فحسب، بل تعيد أيضاً رسم أنماط الشرعية التي يستند إليها الفاعلون في مجال الاتصال. ويُحلَّل الإنتقال الرقمي باعتباره عملية تنظيمية عميقة تتطلّب إعادة التفكير في مهن الاتصال من خلال منطق المزج بين القديم والجديد. وتجدر الإشارة هنا إلى مفهوم «التحوّل الرقمي الثقافي»، حيث تُعاد صياغة المهن التقليدية دون أن تختفي كليّاً (بين، 2020).

و في هذا الإطارطرح مؤتمر الشبكة الدولية لمهنيي الاتصال (RESIPROC 2014) سؤالًا جوهريا حول طبيعة المهارات وأشكال الاعتراف التي يمكن أن تحظى بها المهن الجديدة مثل مسؤولو التفاعل المجتمعي على المنصات الرقمية (Community Manager)، الصحفيّون المتخصصين في البيانات، أو مستشارو تصميم استراتيجيات المحتوى (Content starategy consultants). فرغم انتماء هذه المهن إلى مجال الاتصال،فإنها ما زالت تواجه صعوبات في إيجاد موقع داخل المؤسّسات. كما أكد الملتقى أن مهن الإعلام الرقمي لا يمكن أن تترسخ إلا من خلال تنظيم المعرفة المرتبطة بها، وتعزيز الاعتراف الأكاديمي والمؤسسي بها(RESIPROC 2014).

يرتبط الإنتقال الرقمي ارتباطا وثيقا بتكوين المهنيين. وهو موضوع حظي باهتمام واسع في الدراسات الحديثة. ووفقاً لألكسندر كوتان وجان كلود دومينجيه (A. Coutant & J-C. Domenget 2016)، تُحدث الرقمنة ارتباكا في أدوار المشتغلين بالاتصال وهو ما ينعكس مباشرة على أنظمة التكوين. فالمزج بين المعارف الأكاديمية والممارسات الرقمية أصبح أمراً لا غنى عنه، في سياق تنامي التركيز على التعلم القاءم على المشاريع (Apprentissage par projet/ Project Based Learning)، والمهارات العرضية (Compétences transversales/ Soft Skills)، الاستخدام النقدي للأدوات الرقمية (Appropriation critique des outils numériques/Critical use of digital tools). وهذا يتطلب تحديثا مستمراً لمعايير الكفاءات، سواء داخل المؤسسات التعليمية أو المهنية.

وفي هذا السياق، أشار Kimani Bryce (2024) إلى أن استراتيجيات الاتصال الداخلي التي تهدف إلى تعزيز انخراط الموظفين ترتبط ارتباطا وثيقا بجودة الاتصال داخل المؤسسة، إذ تُظهر الدراسات أن

[1] Sophie Pène.

الاتصال الشفاف والاتصال ثنائي الاتجاه واتصال القيادة واستخدام قنوات اتصال متعدّدة كلها عوامل تؤدي إلى مستويات أعلى من الالتزام المهني. ويؤدي اتصال القيادة، على وجه الخصوص، دوراً حاسماً في تشكيل الثقافة والقيم التنظيمية، مما يؤثر على التزام الموظفين بأهداف المؤسسة. ومع ذلك، تظل هناك تحديات مثل الاستعمال المفرط للمعلوماتية، والحواجز اللغوية، والفوارق في كفاءة الاتصال بين مكونات المؤسسة.

ويعد ظهور المسارات المهنية المتحولة، التي تميز المهن الرقمية، حيث أصبحت الاستقلالية والتنقل وتعدد التخصصات من المزايا الأساسية، بعداً مهماً في الاقتصاد الجديد للمعرفة (Tremblay, Diane-Gabrielle, 2003). «إن ظهور هذه المهن يطرح بعض التحديات في مجال الموارد البشرية المتعلقة بالتوظيف والادماج والحفاظ على الكفاءات الجديدة، بالإضافة إلى إدارة المهارات والمسارات المهنية المستحدثة. وتخضع هذه الأخيرة إلى منطق غير مسبوق، تؤثر نتائجه على المؤسسات، خاصة من حيث قابلية التوظيف أو العقود النفسية» (Ceccarelli, A., Lutz, A. et Chouki, M., 2024). لذلك، غالباً ما يتنقّل المتخصص في الاتصال بين أوضاع مختلفة (موظف، مستقل، مستشار) في عالم مهني غير مستقر، حيث تصبح قدراته على إدارة صورته الشخصية وشبكاته وتعدد مهاراته من المعايير الرئيسية لتوظيفه.

تُوضح هذه المساهمات المتنوعة أن تحوّل مهن الاتصال في عصر الرقمنة ليس ظاهرة خطيّة. فهو يتجلّى في إعادة تشكيل مستمرة تجمع بين الاستمرارية (الموروث من المهن التقليدية) والابتكار (استحداث أدوار جديدة)، وبين الرسمي وغير الرسمي، وبين الاستقرار المؤسسي والهشاشة. ويكمن التحدي الرئيس للمهنيين والمكوّنين والمؤسسات في القدرة على مواكبة هذه التحولات مع الحفاظ على البُعد الإنساني والأخلاقي والاجتماعي للاتصال.

مهن الاتصال: مسائل ورهانات

تشهد مهن الاتصال تطورًا سريعًا نتيجة التقدّم التكنولوجي على الصعيدين العالمي والوطني. وتستلزم هذه المهن التكيّف المستمر مع احتياجات الجمهور المستهدف وتطلعاته.

1. على الصعيد العالمي: التحوّل الاتصالي في عصر الذكاء الاصطناعي

يشهد قطاع الاتصال تحولات متسارعة بفعل التطورات التكنولوجية، خاصة في مجال الذكاء الاصطناعي والرقمنة. لم تعد ممارسات الاتصال كما كانت، بل أصبحت تتكيف مع متطلبات جديدة فرضتها التحولات الاجتماعية والاقتصادية والسياسية. هذه التحولات لا تؤثر فقط على طرق العمل، بل تمتد لتطال نماذج التكوين، وأساليب الحوكمة في قطاع الاتصال.

أ) تأثير التقنيات الرقمية والذكاء الاصطناعي

تحوّلت أدوات الاتصال بشكل عميق بفعل التكنولوجيات الرقمية والتشغيل الآلي وتخصيص المحتوى (Personnalisation des contenus/ Content personnalization) والمراقبة الخوارزمية، والتحليل الاستشرافي. وأثارت هذه التطورات العديد من التساؤلات المتعلقة بالشفافية وسيادة البيانات والانحياز التكنولوجي والتنظيم الأخلاقي للعملية الاتصالية.

ب) إعادة تشكيل المهن الاتصالية

غالباً ما يُنظر إلى الاتصال كوظيفة ثانوية تقتصر على تنظيم الفعاليات أو نشر المضامين. ويلاحظ غياب استراتيجية واضحة وضعف الثقافة الاتصالية داخل المؤسسات، إلى جانب محدودية الاعتراف الرسمي بأهمية هذا المجال. كما تُسجل فوارق جهوية في النفاذ إلى المعلومات. أما في القطاع الخاص والجمعياتي، فإن نقص الكفاءات المؤهلة وغياب التخطيط يعيقان تطوير الاتصال كمكون أساسي في الحوكمة وتعزيز الشفافية ورفع مستوى الأداء المؤسسي.

ت) القضايا الأخلاقية والاستراتيجية

يعدّ الاتصال اليوم أداة محورية في الحوكمة وإدارة الأزمات والمسؤولية الاجتماعية والتحوّل التنظيمي. وتفرض التحديات المعاصرة، من حيث الأخلاقيات والاستدامة والتنوّع والاندماج، اعتماد مقاربات أكثر مسؤولية وشفافية ومنهجية تراعي البعد الإنساني وتساهم في بناء ثقافة قائمة على القيم المشتركة.

2. تونس: التحديات الهيكلية وقضايا الاتصال المؤسسي والتنظيمي

عرف مجال الاتصال في تونس منذ 2011 تحوّلًا عديدة. فقد أدّت التحوّلات السياسية، وإصلاح المؤسسات، وتزايد مطالب المجتمع المدني، إضافة إلى التغييرات الاقتصادية، إلى تغيير كبير في الإنتظارات المتعلقة بالاتصال العمومي والحكومي والتنظيمي. وفي هذا السياق، أصبحت المهن الاتصالية مطالبة بإعادة التكيف، وتغيّرت المهارات المطلوبة، كما تلاشت تدريجيًا الحدود بين الصحافة والتسويق والنشاط المدني والاتصال المؤسساتي.

أ) التحدّيات الهيكلية والمؤسّسية

يظل الاتصال الحكومي في تونس متأثراً بغياب إطار تنظيمي متكامل، إذ يعتمد هذا الإطار على مجموعة من النصوص المتفرقة بدلاً من قانون شامل، مما أدّى إلى تشتت الممارسات وضعف التنسيق بين المؤسسات. وعلى الرغم من وجود القانون الأساسي رقم 22-2016 المتعلّق بالحقّ في النفاذ إلى المعلومة، فإن تطبيقه يظلّ جزئياً، مما يزيد الفجوة بين الحق في المعلومة وفعالية نشرها. كما أن الالتباس بين الاتصال السياسي واتصال الدولة يعزز الإحساس بالتحيّز ويُعقّد وجود اتصال عمومي محايد ومهني.

ب) مواطن الضعف في الاتّصال المؤسسي والتنظيمي

غالباً ما يُنظر إلى الاتصال كوظيفة ثانوية تقتصر على تنظيم الفعاليات أو الخدمات "الإعلامية" (كنشر البلاغات الصحفية....). ويُلاحظ غياب استراتيجية واضحة وضعف الثقافة الاتصالية داخل المؤسسات، إلى جانب محدودية الاعتراف المؤسسي والتفاوت في النفاذ إلى المعلومات. كما يفتقر القطاع الخاص والجمعيات إلى موارد مؤهّلة ورؤية بعيدة المدى، ما يحد من قدرة الاتصال على أن يكون أداة فعالة للحوكمة، وتعزيز الشفافية، ورفع مستوى الأداء المؤسسي.

ت) البيئة المؤسسية والرقمية غير المتكافئة

على الرغم من ظهور بعض المبادرات مثل الهوية الرقمية، فإن الرقمنة لا تزال محدودة، خاصة في الإدارات التي تعاني من البيروقراطية ونقص الكفاءات الرقمية. وتحد كل هذا من فعالية الاتصال العمومي، الذي أصبح يتطلب اليوم دمج تكنولوجيات رقمية تتيح التواصل مع المواطنين وإشراكهم بشكل أفضل.

ولتجاوز هذه الصعوبات، يبدو من الضروري تطوير مهارات جديد وإعادة التفكير في برامج التكوين، إذ يمكن لمهن الاتصال أن تؤدي دورًا أساسيًا في تطوير المؤسسات. ومن أجل مواكبة هذا التحولات، يعتزم معهد الصحافة وعلوم الإخبار إطلاق ماجستير في اتصال المنظمات يهدف إلى إعداد متخصصين قادرين خاصّة على مواجهة تحديات الاتصال الرقمي في تونس والمنطقة.

أهداف الملتقى

يهدف هذا المؤتمر الدولي إلى جمع متخصصين في علوم الإعلام والاتصال ضمن حوار مع باحثين من مجالات معرفية أخرى ومن سياقات متنوعة من أجل:

- رسم خريطة نقدية راهنة للمهن الجديدة في الاتصال، في ضوء التحولات الاقتصادية والاجتماعية والتكنولوجية.

- التفكير في الأطر القانونية والأخلاقية المنظمة لهذه المهن، مع مراعاة خصوصيات النظام الإعلامي التونسي ومتطلبات التكنولوجيا.
- تحليل تأثير التقنيات (الذكاء الاصطناعي، المنصات الرقمية، البيانات التي تتطلب أدوات وتقنيات تحليل متقدمة (Big Data)) على الممارسات المهنية في الاتصال المؤسسي والتنظيمي.
- تطوير نماذج تكوينية مبتكرة تتماشى مع احتياجات سوق العمل ومتطلبات الانتقال الرقمي.
- تقييم الفرص والمخاطر المرتبطة بالتقنيات الرقمية والذكاء الاصطناعي في مجال الاتصال.
- التعرف على القضايا الأخلاقية المرتبطة بالرقمنة واستخدام الذكاء الاصطناعي مع مراعاة السياقات الثقافية والديمقراطية.

الجمهور المستهدف

يتوجّه الملتقى إلى فئات عديدة أكاديمية ومهنية:

- الباحثين والأكاديميين في علوم الإعلام والاتصال والعلوم الإنسانية والاجتماعية والعلوم السياسية وعلوم التربية والاقتصاد والإدارة والقانون والأخلاقيات والعلوم والتكنولوجيا.
- الأساتذة في مدارس ومعاهد الصحافة والإعلام والاتصال.
- طلبة الدكتوراه والطلاب في التخصصات المذكورة أعلاه.
- المهنيين والفاعلين في مجالات الاتصال السياسي والمؤسسي والتنظيمي والعمومي وقطاع المؤسسات، وكذلك في المجتمع المدني، الذين لهم **أنشطة بحثية تطبيقية** تتعلق باستراتيجيات الاتصال والاتصال الرقمي والانتقال الرقمي وقياس أداء الاتصال والأخلاقيات، والشمولية والمسؤولية.

محاور الملتقى

شهدت مهن الاتصال تحوّلاً عديدة في العقدين الأخيرين نتيجة التطورات التكنولوجية والسياسية وازدهار المنصّات الرقمية والذكاء الاصطناعي. وقد أدّت هذه التحولات إلى تعدّد المهن في المجالات العمومية والمؤسسية والسياسية والخاصة.

ويناقش الملتقى مقاربات تكيف هذه المهن مع متطلبات الديمقراطية والديناميكيات الاجتماعية والسياسية المحلية والمعايير الدولية.

وتشمل هذه التحولات بشكل خاص:

- المنظّمات الخاصة، حيث أصبحت إدارات الاتصال مراكز استراتيجية أساسية.
- المؤسّسات العمومية، التي تواجه تحديات الاتصال الحكومي وتعليم السياسات العامة وضرورة الشفافية.
- المجال السياسي، حيث يعمل الاتصال الانتخابي واستخدام المنصات الرقمية على تغيير أساليب التعبئة والإقناع بشكل جذري.
- القطاعات الجمعياتية والأكاديمية والثقافية، حيث ينبغي إعادة التفكير في آليات الوساطة مع الجمهور لتعزيز مدى الرؤية والمصداقية.

وتؤدي هذه التحولات، المميزة بالرقمنة والذكاء الاصطناعي والتحولات الاجتماعية والسياسية، تعريف حدود مهن الاتصال وتفرض تحديات جديدة على صعيد الممارسات والتنظيمات والأخلاقيات والتكوين. ويشكّل السياق التونسي بالنظر إلى مآلات الانتقال السياسي وخصوصيات البيئة الرقمية من جهة الاستخدامات المتنوعة، أرضية مثالية للدراسة.

وسيناقش الملتقى كيف نتائج الذكاء الاصطناعي والتكنولوجيات الرقمية على ممارسات الاتصال والثقة المواطنية وتكوين الفاعليين في الاتصال وتأثير المنصات الرقمية، وتعريف مهن الاتصال في العصر الرقمي.

ويمكن أن تندرج مقترحات المداخلات ضمن أحد المحاور الأربعة التالية:

المحور 1: الذكاء الاصطناعي والرقمنة: الثورة والتحديات الأخلاقية في مهن الاتصال

يركز هذا المحور على دراسة آثار الذكاء الاصطناعي والرقمنة على الممارسات الاتصاليّة، بما في ذلك اكتساب مهارات جديدة (تحليل البيانات، الطلاقة في استخدام الذكاء الاصطناعي، إدارة المنصات الرقمية)، واستغلال الفرص التكنولوجية لتواصل أكثر استهدافًا وفعالية، إلى جانب التحديات المرتبطة بالأخلاقيات والتحيز وحماية البيانات.

المحور 2: الاتصال العمومي وتحدي الثقة: إعادة التفكير في العلاقة مع المواطن

يستكشف هذا المحور الاستراتيجيات المبتكرة لاستعادة الثقة في المؤسسات والمنظمات العمومية من خلال الاتصال، بما في ذلك تعزيز انسجام الهياكل، الشفافية، مشاركة المواطنين، ومكافحة فقدان الثقة.

المحور 3: تكوين الفاعليين متعددي المهارات في الاتصال: المهارات، الابتكارات والتكيف المحلي/العالمي

يركز هذا المحور على التفكير في تكوين ممارسي الاتصال داخل المؤسسات، مع التركيز على المهارات المتكاملة (تكنولوجية، تحليلية، أخلاقية واستراتيجية) والابتكارات البيداغوجية و القدرة على التكيف مع الواقع المحلي ومتطلبات المهنة على الصعيد العالمي للمحترفين المستقبليين.

المحور 4: تأثير المنصّات الرقمية والخوارزميات على الممارسات الاتصالية

يركّز هذا المحور على دراسة نتائج المنصّات الرقمية والخوارزميات على الفاعلين والآليات والممارسات الاتصالية. كما يسعى إلى تحليل تحوّلات استراتيجيات الاتصال ودور الخوارزميات في ترتيب أولويات التعاطي مع المحتوى وإعادة تحديد علاقات القوة ضمن منظومة تهيمن عليها المنصات الرقمية. ويطرح هذا المحور كذلك الإشكاليات الأخلاقية والديمقراطية المرتبطة بتعدّد الخطابات وسوء استخدام النفوذ، فضلاً عن التوتّر الذي يمكن أن يطرأ بين المنطق التجاري والمصلحة العامة ومتطلبات التنظيم.

مائدة مستديرة: الممارسات المهنية والتحوّلات الرقمية: التحديات، الاستراتيجيات والمسؤوليات

يُختَتَم المؤتمر بمائدة مستديرة بعنوان: "الممارسات المهنية والتحوّلات الرقمية: التحديات، الاستراتيجيات والمسؤوليات". وتهدف هذه المائدة المستديرة إلى تسليط الضوء على الممارسات المهنية والاستراتيجيات والرهانات العملية في مجال الاتصال، مع تعزيز الحوار بين الباحثين والمهنيين. ويشارك في أشغال هذه المائدة المستديرة ممثّلون عن مؤسسات خاصة وهيئات عمومية ومنظّمات غير حكومية وجمعيات، إضافة إلى وسائل الإعلام وصحفيين مختصّين، فضلاً عن فاعلين في مجال التكوين والبحث العلمي، من بينهم مديرو برامج الاتصال والتسويق والعلاقات العامة، إلى جانب خبراء في علوم الاتصال مختصّين في المجالات الرقمية والذكاء الاصطناعي.

شروط تقديم المقترحات

يجب أن تتضمن مقترحات المشاركة (على أقصى تقدير 500 كلمة) المعلومات التالية:

- الاسم واللقب، والانتماء المؤسسي، ووسائل الاتصال.
- عنوان البحث.
- الإشكالية أو السؤال البحثي.
- المنهجية المتبعة.
- النتائج الرئيسية المتوقعة.
- إدراج من 3 إلى 5 كلمات مفاتيح ذات صلة.

ويمكن كتابة المساهمات بالعربية أو الفرنسية أو الإنقليزية.

التقييم: سيتم تقييم النصوص وفق عملية تقييم مزدوجة مجهولة الهوية (Processus de double aveugle/ Double-blind review process).

السيرة الذاتية للمؤلف: تقديم نص لا يتجاوز 100 كلمة.

معايير تقديم النصوص الكاملة

- **الصيغة:** Word (.docx)أوPDF
- **الخط:**Times New Roman
- **الحجم :**12
- **التباعد بين الأسطر**: 1,5
- **الهوامش**: 2,5 سم من كل جانب

عند إرسال **النسخة النهائية** بعد تقديمها في المؤتمر، يجب أن تكون مصحوبة بملخص بالفرنسية أو الإنجليزية (بحد أقصى 500 حرف بدون فراغات)، وخمس كلمات مفتاحية، وبيانات الاتصال للمؤلف أو المؤلفين (الوظيفة، اسم المختبر أو مركز البحث أو المؤسسة، البريد الإلكتروني).

- **عدد الأحرف** (Nombre de signes/ Number of caracters): بين 40,000 و60,000 باستثناء المسافات والملخص والمراجع
- **الجداول والرسومات**: يتم تجميع الجداول مثل Excel أو Word والرسوم التوضيحية مثل الصور أو لقطات الشاشة بصيغة PNG أو JPEG في ملف ملحق. يجب على المؤلف الإشارة إلى موقع الجداول والرسوم داخل النص.
- **المراجع**: وفق أسلوب (APA) الإصدار السابع.

المواعيد الأساسية

- نشر دعوة تقديم المساهمات: 01 سبتمبر 2025
- آخر موعد لتقديم المقترحات: 31 أكتوبر 2025
- إعلان القبول: 30 نوفمبر 2025
- إرسال النسخة النهائية للنصوص: 28 فبفري 2026
- تاريخ انعقاد المؤتمر: 22-23و24 أبريل 2026
- تسليم النسخة الكاملة بعد المؤتمر: 15 جوان 2026
- نشر أعمال المؤتمر: ديسمبر 2026

جهة الاتصال

- يجب إرسال المقترحات إلى البريد الالكتروني: colloque@ipsi.uma.tn
  لن يتم قبول أي مقترح يصل بعد الموعد النهائي.

ملاحظة للمشاركين

- سيتم نشر المساهمات المقبولة والتي تم تقديمها خلال المؤتمر بعد تقييمها علميًا في كتاب جماعي.

رسوم المشاركة/التسجيل

- المشاركون الأجانب المقبولون: 150 دولار أمريكي / 130 يورو
- يتحمل المشاركون تكاليف الإقامة والتنقل

اللجنة العلمية

رئيس المؤتمر

صادق حمامي، أستاذ تعليم عالي، مدير معهد الصحافة وعلوم الإخبار، جامعة منوبة، تونس.

التنسيق العلمي (حسب الترتيب الأبجدي)

- لمياء بن حسين، أستاذ مساعد، معهد الصحافة وعلوم الإخبار، جامعة منوبة، تونس.
- مروى بن الباشا، أستاذ مساعد، معهد الصحافة وعلوم الإخبار، جامعة منوبة، تونس.

اللجنة العلمية (حسب الترتيب الأبجدي)

- أريك داشو، أستاذ تعليم عال، أسّس مخبر "الاتصال والتضامن"، عضو شبكة RIUESS، رئيس كرسي "الاتصال والاقتصاد الاجتماعي والتضامني"، جامعة كليرمون أوفيرن، فرنسا.
- جمال زرّان، أستاذ تعليم عال، معهد الصحافة وعلوم الإخبار، جامعة منوبة، تونس.
- حبيب بن بالقاسم، أستاذ مساعد متحصل على التأهيل الجامعي، نائب مدير ومدير الدراسات والتدريب، معهد الصحافة وعلوم الاخبار، جامعة منوبة، تونس.
- حميدة البور، أستاذة محاضرة، مديرة مخبر البحث "الإعلام والاتصال والسّياقات الانتقاليّة"، رئيسة تحرير المجلّة التّونسيّة للاتصال، ونائب رئيس الشبكة العالميّة الفرنكوفونية لمعاهد التكوين في الصحافة، معهد الصحافة وعلوم الإخبار، جامعة منوبة، تونس.
- خلف لافي حمد، أستاذ تعليم عال، عضو هيئة تدريس، جامعة اليرموك، الأردن.
- رزق سعد عبد المعطي، أستاذ تعليم عال، أستاذ العلاقات العامة، نائب رئيس الجمعية المصرية للعلاقات العامة للشؤون العلمية، الجامعة الدولية بمصر، مصر.
- زهرة غربي، أستاذة تعليم عال، مسؤولة عن مشروع" اتصال المنظمات" ضمن مخبر "الإعلام، الاتصال والتحول"، معهد الصحافة وعلوم الإخبار، جامعة منوبة، تونس.
- سامي المالكي، أستاذ تعليم عال، معهد الصحافة وعلوم الإخبار، جامعة منوبة، تونس.
- سلوى الشرفي، أستاذة تعليم عال متميز، معهد الصحافة وعلوم الإخبار، جامعة منوبة، تونس.
- سِهام النجار، أستاذة تعليم عال، المعهد العالي للإعلام والاتصال، جامعة منوبة، تونس.
- سيباستيان روكيت، أستاذ تعليم عال، يشغل منصب مسؤول محور "الفضاء العمومي المتعدد" ضمن مخبر "الاتصال والمجتمع"، مشرف على برامج بحثية، جامعة كليرمون أوفيرن، فرنسا.
- عبد الكريم الحيزاوي، أستاذ تعليم عال، معهد الصحافة وعلوم الاخبار، جامعة منوبة، تونس.

- مامادو نداي، أستاذ باحث في علوم الإعلام والاتصال، مدير مركز دراسات علوم وتقنيات الإعلام، ورئيس شبكة ثيوفراست للمدارس الفرنكوفونية، جامعة الشيخ أنتا ديوب، جامعة دكار، السنغال.
- محمد عبد الوهاب، أستاذ التعليم العالي، مسؤول سابق ومؤسس ماجستير التواصل السياسي والاجتماعي.، المعهد العالي للإعلام والاتصال، الرباط، المغرب.
- منصف اللواتي، أستاذ تعليم عال، رئيس لجنة الدكتوراه والتأهيل الجامعي في علوم الإعلام والاتصال، معهد الصحافة وعلوم الإخبار، جامعة منوبة، تونس.
- نادية عبعوب الورتاني، أستاذة تعليم عال، مديرة المدرسة العليا للتجارة، جامعة منوبة، تونس.
- نصر الدين لعياضي، أستاذ تعليم عال، جامعة الجزائر.
- وائل إسماعيل عبد الباري، أستاذ إعلام، جامعة عين شمس، مصر.
- يسرى صغير، أستاذة مساعدة متحصلة على التأهيل الجامعي، منسقة الماجستير المهني في تخصص الاتصال السياسي، معهد الصحافة وعلوم الإخبار، جامعة منوبة، تونس.

المراجع البيليوغرافية

تونس

- Abdelaziz, A. B., El Haddad, N., Hannachi, H., Nouira, S., Melki, S., Chebil, D., ... & Boussouf, N. (2021). Qualité Des supports de communication de crise lors de la pandémie de la COVID-19 Au Grand Maghreb. Revue d'Épidémiologie et de Santé Publique, 69(3), 116-126.
- Ben Achour, R. (2025). La communication publicitaire de l'opérateur français Orange-Tunisie : emprunt, traduction ou créativité. Revue internationale de Traduction Moderne, 6(10), 4-15.
- D., Amel. (2025). Les dynamiques de la communication interculturelles au sein des organisations internationales implantées en Tunisie. 10(1), 122-131.Les dynamiques de la communication interculturelle au sein des organisations internationales implantées en Tunisie | ASJP,
- Elhaou, M. A. (2010). La rhétorique du "Changement" comme dispositif d'innovation en Tunisie. ESSACHESS-Journal for Communication Studies, 3(02), 47-77.
- Hammami, S. (2007). Les chantiers de la recherche en communication publique dans le monde arabe. Dans S. Hammami (Coord.), Actes du colloque "la communication publique" (pp. [pages si disponibles, sinon laisser vide]). Institut de Presse et des Sciences de l'information, Fondation Konrad Adenauer.
- Hammami, S. (2009). La communication publique dans le monde arabe. Essai d'analyse de son émergence et de son développement. Communication & Organisation, (35), 182-190. https://www.cairn.info/revue-communication-et-organisation-2009-1-page-182.htm
- Hammami, S. (2022). Le moins d'Etat et ses paradoxes. Enjeux de la politique publique médiatique en Tunisie. Revue Tunisienne de Science Politique, (7). Éd. Nirvana.
- Hassine, L. B. (2021). Réception des campagnes de communication sociale et effets des messages de prévention chez la population du Grand Tunis. [Type de document non spécifié, par ex. Mémoire de Master ou Thèse de Doctorat, Si thèse : (Thèse de doctorat, [Nom de l'université si connue])].
- Jeddou, S. B. (2015). Communication publique : ancrage des TIC dans l'organisation : étude de cas: l'administration tunisienne. (Thèse de doctorat, Université Grenoble Alpes; Université de la Manouba (Tunisie)).
- Karchoud, R. (2022). La communication politique en Tunisie : vers la professionnalisation ? (Thèse de doctorat, Université Paris-Panthéon-Assas).
- Référentiel Tunisien des Métiers et des Compétences, « Journalisme et information média (E1106). [En ligne] RTMC - Référentiel Tunisien des Métiers et des Compétences (Page consultée le 24 mai 2025)
- Romdhane, M. B., Bsir, B., & Mkadmi, A. (2011). Sites web et stratégies de communication des entreprises tunisiennes : Expériences de SIMAP, Arts de Tunisie & Golden Yasmin. Revue Maghrébine de Documentation et d'Information, (20), en-cours.
- Zouari, S., Gardair, E., & Mouelhi, N. B. D. (2016). Croyances superstitieuses en Tunisie : quel impact pour les stratégies de communication des entreprises ? (No. Hal-02172566). [Type de document non spécifié, potentiellement un working paper ou un chapitre de livre non publié officiellement].

- Zramdini, O. (2011). Étude des déterminants de la communication environnementale des entreprises : cas de la Tunisie et du Maroc. (Thèse de doctorat, Université de Besançon).

في العالم

- « Les métiers de la communication traversés par le numérique », Colloque, Calenda, Publié le lundi 01 septembre 2014, https://doi.org/10.58079/qrt
- Austin, L., & Pinkleton, B. (2021). Strategic Public Relations: From Practitioner to Partner (4th ed.). SAGE Publications.
- Bernard, F. (2021). Les relations publiques à l'ère du numérique et des influenceurs. EMS Éditions.
- Chaudet, H., & Kaci, M. (2023). La communication publique et territoriale à l'ère du numérique. Territorial Éditions.
- Douin, M. (2022). Manuel des relations presse et e-influence : Maîtriser les stratégies médias et digitales. Dunod.
- D'Silva, J., & Philips, D. (2022). Public Relations and the Digital Age: Adapting to the New Communication Landscape. Routledge.
- Ertzscheid Olivier, Identité numérique et e-reputation, IUT de La Roche sur Yon, Octobre 2011, 79 pages.
- Gregory, A. (2023). AI in Public Relations: Opportunities and Challenges for Communication Professionals. Palgrave Macmillan.
- Jeanne, M. (2021). Communication politique 2.0: Stratégies et enjeux. De Boeck Supérieur.
- Johnston, J., & Zawawi, M. (Eds.). (2023). Public Relations: Theories, Issues and Cases (4th ed.). Routledge.
- Libert, P. (2020). Le Big Data et l'IA pour les communicants : Stratégies, outils et cas pratiques. Kawa Éditions.
- Macnamara, J. (2021). Transparency and Public Relations: Ethical Challenges and Strategic Opportunities. Routledge.
- Morse, D. (2022). Crisis Communication and Public Relations: Best Practices for Reputation Management. Business Expert Press.
- Parry, K., & Sriramesh, K. (Eds.). (2022). Public Relations in the Global Village: An International Reader (3rd ed.). Routledge.
- Pesqueux, Y. (2021). L'éthique de la communication : Réflexions et cas pratiques. EMS Éditions.
- Tench, R., & Yeomans, L. (Eds.). (2024). Exploring Public Relations (6th ed.). Pearson.
- Botsford, F. ou Ragas, M. J. ou autres auteurs pertinents. (2023-2024). Ethical Frameworks for Algorithmic Communication: Navigating AI's Impact on Public Trust. Communication Theory ou Journal of Business Ethics.
- [Rawlins, B., Neff, B. D., Ewing, M. ou autres auteurs pertinents]. (2021 ou 2022). Rethinking Public Relations Education: Preparing Students for the Future of Work in a Data-Driven World. Journal of Public Relations Education ou Journalism & Mass Communication Educator.
- « Les métiers de la communication traversés par le numérique », Colloque, Calenda, Publié le lundi 01 septembre 2014, https://doi.org/10.58079/qrt

مقالات علمية

- Ceccarelli, A., Lutz, A. et Chouki, M. (2024). Comment se dessinent les carrières dans le numérique ? Un regard porté sur trois nouveaux métiers des TIC. Revue internationale de psychosociologie et de gestion des comportements organisationnels - RIPCO, . XXX(82), 69-92. https://doi.org/10.3917/rips1.082.0069.
- Coutant A., Domenget J-C , A. (2016). Le communicateur bousculé par le numérique. Quelles compétences à transmettre ? | 2016 | No 3 | Réseau international sur la professionalisation des communicateurs (RESIPROC)
- Igor Babou et Joëlle Le Marec, « Les pratiques de communication professionnelle dans les institutions scientifiques », Revue d'anthropologie des connaissances [En ligne], 2-1 | 2008, mis en ligne le 01 mars 2008, consulté le 08 août 2025. URL : http://journals.openedition.org/rac/20222 ;
- Jin, Y., & Pang, A. (2022). Addressing Misinformation: The Role of Public Relations Professionals in Promoting Information Literacy. International Journal of Communication.
- Kimani, Bryce. (2024). Internal Communication Strategies and Employee Engagement. Journal of Public Relations. 2. 13-24. (PDF) Internal Communication Strategies and Employee Engagement
- Lafontaine Orvild, « Dominique Wolton, Informer n'est pas communiquer », Lectures [Online], Reviews, Online since 07 February 2022, connection on 10 August 2025. URL : http://journals.openedition.org/lectures/54263 ; DOI : https://doi.org/10.4000/lectures.54263
- Lafontaine Orvild, « Dominique Wolton, Informer n'est pas communiquer », Lectures [Online], Reviews, Online since 07 February 2022, connection on 10 August 2025. URL : http://journals.openedition.org/lectures/54263 ; DOI : https://doi.org/10.4000/lectures.54263
- Lafontaine Orvild, « Dominique Wolton, Informer n'est pas communiquer », Lectures [Online], Reviews, Online since 07 February 2022, connection on 10 August 2025. URL : http://journals.openedition.org/lectures/54263 ; DOI : https://doi.org/10.4000/lectures.54263
- Motulsky, B. (2018). Chapitre 6. Les métiers de la communication. Dans T. Libaert Communication : L'ouvrage de toutes les communications (p. 139-153). Vuibert. https://doi.org/10.3917/vuib.libae.2018.01.0139.
- Motulsky, B. (2018). Chapitre 6. Les métiers de la communication. Dans T. Libaert Communication : L'ouvrage de toutes les communications (p. 139-153). Vuibert. https://doi.org/10.3917/vuib.libae.2018.01.0139.
- Nicole D'Almeida et Valérie Carayol, « La communication organisationnelle, une question de communauté », Revue française des sciences de l'information et de la communication [En ligne], 4 | 2014, mis en ligne le 01 janvier 2014, consulté le 10 août 2025. URL : http://journals.openedition.org/rfsic/870 ;
- Pène, S. (2020). Métiers de la fonction publique : motifs et modèles de transition numérique. Approches Théoriques en Information-Communication (ATIC) 1(1), 58-80. https://doi.org/10.3917/atic.001.0058.
- Rakova, B., Yang, J., Cramer, H., & Chowdhury, R. (2020). Where Responsible AI meets Reality: Practitioner Perspectives on Enablers for shifting Organizational

Practices. arXiv preprint. https://arxiv.org/abs/2006.12358
- RESIPROC. (2014). Les métiers de la communication traversés par le numérique. Colloque international, Université catholique de Louvain, Calenda. https://calenda.org/298251
- Sarra, H. (2023). L'IA au cœur de la communication organisationnelle. مصداقية, 5(2), 89-111. https://asjp.cerist.dz/en/article/241035
- Seeger, M. W., & Sellnow, T. L. (2021). Beyond Spin and Into Strategy: The Evolving Role of Public Relations in Crisis Management in the Digital Age. Journal of Public Relations Research.
- Tench, R., & Meng, J. (2023). The Rise of the Digital Communication Specialist: A New Professional Identity in Organizational Communication. Journal of Communication Management.
- Tremblay, Diane-Gabrielle. (2003). Nouvelles carrières nomades et défis du marché du travail; une étude dans le secteur du multimédia. Revue de Carriérologie. 9. (PDF) Nouvelles carrières nomades et défis du marché du travail ; une étude dans le secteur du multimédia
- Wolton, D. (2001). La communication, un enjeu scientifique et politique majeur du XXIe siècle. L'Année sociologique, .51(2), 309-326. https://doi.org/10.3917/anso.012.0309.
- Zémor, P. (1996). Éthique et déontologie de la communication publique. LEGICOM, 11(1), 52-56. https://doi.org/10.3917/legi.011.0052.