المقاولاتية الفنية والذكاء الاصطناعي: (تفاعل الإبداع مع التقنية)

Artistic Entrepreneurship and Artificial Intelligence: (Interaction of Creativity with Technique)

د. سلاف كبوط[1]

[1]جامعة صالح بوبنيدر قسنطينة 3، الجزائر، soulafkabote@gmail.com

تاريخ الاستلام: 2025/05/07 تاريخ القبول: 2025/06/29 تاريخ النشر: 2025/12/18

الملخص:

للمقاولاتية الفنية أهمية كبيرة في تحويل العمل الفني التشكيلي إلى مشروع اقتصادي، يتم فيه تفاعل الإبداع مع التقنية بتوظيف التقنيات الذكية لتعزيز الابتكار، حيث يمكن للذكاء الاصطناعي تطوير أدوات جديدة تمكن الفنانين من تحسين جودة أعمالهم، ودراسة السوق للوصول إلى أكبر عدد ممكن من الجماهير بتكاليف أقل. لذلك تهدف هذه الدراسة إلى التعرف أكثر على المقاولاتية الفنية، وكيفية استخدام الذكاء الاصطناعي في تصميم العمل الفني وتسويقه، والبحث في الآفاق المستقبلية لاستخدام تقنية الذكاء الاصطناعي في المقاولاتية الفنية.

كلمات مفتاحية: المقاولاتية الفنية؛ الذكاء الاصطناعي؛ التسويق الالكتروني؛ المحاكاة.

Abstract:

Artistic contracting plays a significant role in transforming plastic artworks into viable economic projects, where creativity and technology intersect. By employing smart technologies and leveraging artificial intelligence (AI), artists can enhance the quality of their work, foster innovation, and analyze markets at lower costs. This study aims to explore the concept of artistic contracting, examine how AI can be utilized in the design and marketing of artworks, and investigate the future prospects for integrating AI technologies into artistic contracting.

Keywords: Technical Contracting; Artificial Intelligence; E-Marketing; Simulation.

المؤلف المرسل: سلاف كبوط، **الإيميل:** soulafkabote@gmail.com

مقدمة:

تمثل المقاولاتية الفنية تفاعلا بين الإبداع الفني والروح الريادية، لهذا يمكن للفنان التشكيلي استخدام إبداعاته كمادة أساسية لنشاط مقاولاتي ناجح، بتحويل أعماله الفنية من لوحات تشكيلية إلى منتجات ذات قيمة اقتصادية؛ واستغلال موهبته في الإبداع والتعبير البصري الدقيق وحسن انتقاء الألوان والأشكال كوسيلة لجذب انتباه العميل أو الجمهور المستهلك لاقتناء أعماله كمادة فنية ضرورية. ولتطوير مشروعه والتسويق له يتطلب على الفنان التمكن من التكنولوجيا الجديدة وإتقان مهارات استخدام التقنيات الرقمية.

ومع التطور التكنولوجي الحاصل ظهرت الحاجة إلى استخدام الذكاء الاصطناعي كأداة مساعدة للفنان المقاول نظرا لحاجته لوسائل ذات تكلفة أقل ووقت أسرع. وفي الوقت نفسه تفتح المجال لدخول الفنان المقاول إلى السوق الرقمية لبيع أعماله والترويج لها بتقنيات وأدوات تكنولوجية جديدة كالذكاء الاصطناعي.

اعتمادا على ما سبق تطرح هذه الدراسة الإشكال التالي: كيف يمكن استخدام الذكاء الاصطناعي في إنتاج الأعمال الفنية والتسويق لها ضمن مشروع مقاولاتي فني؟

استنادا إلى ذلك نقترح جملة من الفرضيات:

–للفنان المقاول قدرات ومهارات إبداعية وتقنية ومقاولاتية، تؤهله لبناء مشروعه وإدارته باستخدام التقنيات الرقمية الجديدة كالذكاء الاصطناعي.

-يمكن للذكاء الاصطناعي توليد العمل الفني بتحكم من الفنان المقاول ودراسة السوق لبناء استراتيجيات تسويق مناسبة حسب الجمهور المستهدف.

كما تهدف هذه الورقة البحثية إلى التعرف أكثر على المقاولاتية الفنية والفنان المقاول، بالإضافة إلى تحديد أهم سمات الفنان المقاول، وطرق استفادته من الذكاء الاصطناعي لتطوير مشروعه المقاولاتي من جانب توليد العمل الفني وصولا إلى تسويقه وبيعه.

بالاعتماد على المنهج الوصفي لدراسة ظاهرة استخدام الذكاء الاصطناعي في المقاولاتية الفنية؛ وتحليل هذه الظاهرة من خلال جمع المعلومات وتنظيمها وتفسيرها لفهم أبعادها بداية من توليد العمل الفني التشكيلي وصولا إلى تسويقه وبيعه مع استشراف آفاقها المستقبلية. ويكون ذلك من خلال خمس خطوات أساسية وهي: جمع البيانات النظرية؛ وتصنيف وتحليل المعطيات تحليلا نظريا استنتاجي؛ ثم عرض النتائج والتوصيات.

وبالنسبة لحدود هذه الدراسة فقد اقتصرت على الفن التشكيلي في الجزائر سنة 2024، مع التركيز على كيفية استخدام الذكاء الاصطناعي في المقاولاتية الفنية من جانب إنتاج الأعمال الفنية التشكيلية وآليات التسويق لها.

الدراسات السابقة:

سنحاول في هذه الجزئية الإشارة إلى بعض الدراسات السابقة للاستفادة منها، من أجل التركيز على الجوانب التي لم يتم دراستها:

الدراسة الأولى: بعنوان توظيف **تقنيات الذكاء الاصطناعي كآلية لتفعيل التسويق الرقمي: عرض لأمثلة وتجارب عالمية**، للباحثة **عليط نصيرة، (مجلة اقتصاد المال والأعمال، الجزائر**، المجلد:07، العدد:01، 2023)؛ وتتناول هذه الدراسة إشكالية: هل سيسمح الدمج بين أنشطة التسويق وتقنيات الذكاء الاصطناعي برفع أداء المؤسسة وزيادة فعالية أنشطتها التسويقية؟ واقترحت الباحثة بعض الفرضيات أبرزها اعتبار الذكاء

الاصطناعي تقنية مهمة لتفعيل للتسويق، بالاعتماد على المنهج الوصفي التحليلي. وتوصلت الباحثة في الأخير إلى جملة من النتائج أهمها قدرة التقنيات التكنولوجية على تغيير طرق عمل المؤسسات، من بين تلك التقنيات اعتبرت الذكاء الاصطناعي (AI) أحدث تطور تكنولوجي لديه إمكانات هائلة لتطوير الأنشطة التسويقية وزيادة نجاحها، باعتباره يساعد على تجاوز عدة نقائص في التسويق التقليدي. وبالنسبة لأوجه التشابه مع دراستنا فهي اعتماد الباحثة في دراستها على فكرة اعتبار الذكاء الاصطناعي تقنية وأداة داعمة للتسويق ويمكن إسقاط ذلك في المجال المقاولاتي، أما أوجه الاختلاف فهي تركيزها على الجانب المفاهيمي من البحث أما دراستنا فتركز على الجانب التقني وطرق توظيف الذكاء الاصطناعي في المقاولاتية الفنية. ويمكن الاستفادة من هذه الدراسة في التعرف أكثر على الذكاء الاصطناعي وتطبيقاته في التسويق الرقمي لإسقاط ذلك على الأعمال الفنية التشكيلية في المشاريع المقاولاتية.

الدراسة الثانية: بعنوان **استخدام الذكاء الاصطناعي في التسويق أمثلة عن بعض العلامات التجارية العالمية**، للباحث: **بوزيان حسان، (مجلة العلوم الاقتصادية والتسيير والعلوم التجارية، الجزائر، جامعة مسيلة**، المجلد: 16، العدد:01، 2023). وتتناول هذه الدراسة إشكالية: ما مدى استفادة التسويق من تكنولوجيا الذكاء الاصطناعي؟ واقترح الباحث بعض الفرضيات المتمثلة في اعتماد التسويق الحديث على فهم معمق لاحتياجات المستهلك بسرعة وفعالية؛ بالإضافة إلى تزايد مستوى الاهتمام باستخدام الذكاء الاصطناعي في التسويق بغرض بحث المسوقين على طرق لزيادة تأثيرهم دون زيادة ميزانية التسويق. بالاعتماد على المنهج الوصفي، وتوصل في الأخير إلى نتيجة رئيسة متمثلة في دور الذكاء الاصطناعي في توليد العديد من الأنشطة التسويقية، ما يسمح بزيادة الإنتاجية وتوفير الوقت

والمال. كما أن هذه الدراسة لها أوجه تشابه مع دراستنا من خلال اعتمادها على المنهج الوصفي، حيث سعى الباحث من خلالها إلى وصف الظاهرة وآفاقها المستقبلية مع اقتراح حلول لها؛ وبالنسبة لأوجه الاختلاف فتكمن في دراسة الباحث للذكاء الاصطناعي في مجال التسويق الرقمي، أما دراستنا فسنحاول من خلالها إدراج الذكاء الاصطناعي في الجانب الفني التشكيلي وذلك عن طريق جمعه بالمقاولاتية الفنية. ويمكن الاستفادة من هذه الدراسة في تحديد أهمية الذكاء الاصطناعي في التسويق عامة والمقاولاتية خاصة وتحديد طبيعة التفاعل بينهما.

1. مفهوم المقاولاتية:

حظيت المقاولاتية باهتمام الكثير من الكتاب في أدبيات التسيير والاقتصاد، هذا ما جعل المفاهيم تختلف باختلاف كل مفكر، حيث يعود مصطلح المقاولاتية إلى الكاتب الأيرلنديR. Cantillon(1680–1734) في القرن الثامن عشر ليعبر عن عملية شراء المنتجات وإعادة تغليفها ثم تسويقها بسعر غير مؤكد وغير قابل للتنبؤ به. فحسب هذا الكاتب يعتبر المصطلح قلب الحركة الاقتصادية ترتكز على عامل المخاطرة وظروف عدم التأكد التي يصعب قياسها. كما قام الكاتب الفرنسيJ.B.Say(1787–1832)في أواخر القرن العشرين بإثراء أفكار R.Cantillon واعتبر المقاولاتية نشاطًا يقوم من خلاله المقاول بتحمل المخاطر، لذلك تعتبر المقاولاتية عملية إنشاء جديدة ذات قيمة، من خلال تخصيص الوقت والجهد والمال اللازم للمشروع، وتحمل المخاطر المصاحبة لذلك واستقبال المكافئة الناتجة[1].

2.1. مفهوم المقاولاتية الفنية:

نظرا لنقص المراجع التي تتحدث عن مفهوم المقاولاتية الفنية سنحاول تحديد مفهوم شامل لها، حيث يمكن اعتبار المقاولاتية الفنية أحد الاتجاهات الجديدة التي لاقت إقبالا واسعا مؤخرا من طرف الفنانين المقاولين المتميزين بالإبداع والابتكار في مجال الفن التشكيلي. باعتبارها أحد أهم متطلبات العصر مع التطور التكنولوجي الحاصل، لذلك فهي مجموعة من المشاريع الجديدة التي تسعى لتطوير الجانب الفني والإبداعي، سواء من ناحية تصميم العمل الفني التشكيلي أو من ناحية إستراتيجيات تسويقه وبيعه. ويكون ذلك من خلال قدرة المقاول على إنشاء أعمال فنية مرتبطة بالتكنولوجيا الجديدة، كالأعمال الفنية الرقمية بالاستعانة بالذكاء الاصطناعي؛ أو مشروع فني يعالج مشكلة يعاني منها المجتمع.

2. رؤية شاملة حول المقاول والمقاولاتية الفنية:

1.2. مقومات الفنان المقاول:

تنقسم مقومات الفنان المقاول الناجح إلى دوافع شخصية ومهارات خاصة بالإضافة إلى تأثير المحيط الاجتماعي، فكل هذه العناصر تُسهم في بناء فنان مقاول ناجح إذا توفر الدعم والتحفيز.

1.1.2. دوافع شخصية: هناك العديد من السمات الشخصية التي يتمتع بها الفرد المقاول والتي تدفع به إلى إنشاء مقاولة والتي تتمثل في:

أ. **الرغبة في النجاح:** يجب أن يعرف المقاول أهدافه جيدا، ويعمل بمثابرة لتحقيقها، لأن شخصية المقاول نظامية فسيولوجيا. لكن المقاولين عامة يختلفون في درجة

الرغبة في النجاح، ويملكون درجات أكبر من الأشخاص العاديين حيث يقدمون مسؤولية ذاتية لأعمالهم ووظائفهم[2].

ب. **الثقة بالنفس:** إن الناس الذين يملكون الثقة بالنفس يشعرون بأنهم يمكن أن يقابلوا التحديات، وعن طريق الثقة بالنفس يستطيع أصحاب الأعمال الفنية الصغيرة أن يجعلوا من أعمالهم الصغيرة أعمالا ناجحة، لأنهم يملكون شعورا متفوقا، وإحساسا بأنواع المشاكل المختلفة بدرجات أعلى[3].

2.1.2. المهارات: وتتمثل في:

أ. **المهارات الإنسانية:** تتمثل في المهارات الخاصة بالتعامل الإنساني والتركيز على إنسانية العاملين، ودراسة ظروفهم الاجتماعية وتهيئة الأجواء الخاصة بتقدير الذات الإنسانية[4].

ب. **المهارات التقنية:** وتتمثل في معرفة الشاب المقاول بطبيعة العلاقات بين المراحل الإنتاجية والمهارات التصميمية للسلع أو المادة الفنية المراد تسويقها كاللوحات الفنية التشكيلية مثلا؛ ومعرفة كيفية أداء العديد من الأعمال الفنية خاصة فيما يتعلق بإتقان استعمال الآلة لتصميم المنتج، وكل ما يرتبط بالجوانب التشغيلية ومعرفة كيفية تركيب الأجزاء وصيانة بعض المعدات[5].

ت. **المهارات التحليلية:** أي القدرة على التفكير المجرد لمؤسساتهم التي تعمل ككل، وليس كجزء لأن أجزائها ووظائفها تترابط مع بعضها البعض لتصبح كلا في

محيطها، فلا يمكن تسيير المشاريع المقاولاتية في ظل غياب مهارة التحليل والتنسيق بين الأفكار والأعضاء المساهمين في المشروع[6].

ث. **المهارات الفكرية:** وتتمثل في قدرة المقاول الفنان على اتخاذ القرارات وحل المشاكل التي قد تواجه المشروع، وامتلاكه المعارف التي تسمح له بالتخطيط الاستراتيجي والتنبؤ بالمستقبل، كما تضمن قدرته على الوظائف الإدارية من رقابة وتوجيه وتنظيم شؤون العاملين لديه، حيث يكتسبها من خلال خبرته في العمل وما يتلقاه من معارف في الجامعة[7].

3.1.2. المحيط الاجتماعي: يعتبر المحيط الاجتماعي عنصرا مهما في الدفع نحو إنشاء المؤسسة أو المشروع المقاولاتي الفني نظرا لتركيبته المعقدة والثرية.

أ. **الأسرة:** يمكن للأسرة أن تعمل على تنمية القدرات المقاولاتية لأبنائها منذ الصغر، كتطوير مهاراتهم الفنية وصقلها ودفعهم لتبني إنشاء المؤسسات كمستقبل مهني، خاصة إذا كان هؤلاء الآباء يمتلكون مشاريع خاصة، عن طريق تشجيع الأطفال منذ الصغر على القيام ببعض النشاطات وتحمل بعض المسؤوليات؛ والتحكم في جانبهم المالي بكل مسؤولية وبمرافقة الأهل بالطبع[8].

ب. **المدرسة:** بالإضافة إلى دورها التكويني والتربوي المعتاد يتعين عليها أن تقيم مبادرات للتشجيع على المقاولاتية الفنية منذ الصغر، وبالتالي تشكل قاطرة التنمية من خلال انفتاحها على المقاولاتية وثقافتها لدى التلاميذ والطلبة منذ الصغر. كعرض لوحاتهم الفنية في معرض

خاص يمكن فيه بيع أعمالهم، لتكوين فكرة المشاريع المقاولاتية الفنية واستغلال الإبداع التشكيلي للحصول على دخل مادي ولو بسيط في وقت مبكر[9].

ت. الدين: يعتبر الدين من بين العوامل الاجتماعية التي يستمد منها الفاعلون الاجتماعيون الكثير من القيم والمعايير، كقيم العمل وإتقانه وكذا الاعتماد على النفس في الحصول على القوت. كلها محفزات للتشجيع على المبادرة في الاعتماد على النفس وفتح مشروع خاص والعمل بجد لتطويره[10].

ث. العادات والتقاليد: تعتبر العادات والتقاليد من العوامل المؤثرة على التوجه نحو إنشاء المؤسسات، فالمجتمعات البدوية تمارس الزراعة والرعي مع أبنائها كنشاط يقتاتون منه. أما الصناعات التقليدية والأنشطة التجارية فيتوارثونها أبا عن جد، مما يكسبهم القدرة على تجربة أفكار جديدة انطلاقا من تجاربهم مع آبائهم وتطوير تلك التجارب لمشروع مقاولاتي فني يدعم قدراتهم وإبداعاتهم، ويكون في الوقت نفسه مصدر دخل لهم[11].

2.4 خصائص المقاولاتية الفنية:

تعتبر المقاولاتية ظاهرة متعددة المداخل والسياقات، وهي بنية اقتصادية وظاهر فنية اجتماعية ومنظومة قانونية، تتفاعل فيما بينها في إطار فني وثقافي وفكري وتقني. لذلك تتميز بمجموعة من الخصائص أبرزها:

1.2.4 المقاولاتية حقيقة ثقافية: تعتبر المقاولاتية بكل مجلاتها واهتماماتها غير منفصلة عن الثقافة، كونها لا تستطيع أن تتبلور وتتطور بدون أن يكون لها ثقافة ذاتية وفي إطار

مناخ ثقافي يسمح بتماسك عناصرها لتشكل نسقا تتفاعل فيه، لتكوين بنية مقاولاتية فنية كما لا تستمر دون توفر مرجعية فكرية ثقافية تستند عليها[12].

2.2.4 المقاولاتية حقيقة إنسانية: تظل المقاولاتية مؤسسة إنسانية وكائن شبه بشري يخدم جوانب إنسانية، كونها كيانا يضم موارد بشرية وطاقات إنسانية تقوم على نظام من العلاقات والتفاعلات التي تكون على مستوى الثقافة السائدة[13].

3.2.4 المقاولاتية حقيقة اجتماعية: ينظر للمقاولاتية على أنها كيان وبنية اقتصادية واجتماعية وثقافية تعبر عن إبداعات وطموحات الأفراد، وتنشأ عبرها قيم تربط بين المقاولة والمجتمع الذي يحتضنها ويستفيد من إبداعاتها وخدماتها وصناعتها. لذلك تعد المقاولة الفنية هي أيضا منظومة إدارية تشريعية وتنظيمية هيكلية، تقوم على أساس الإدارة كما تتشكل من خلال تفاعل القدرات الفنية للمقاول مع البناء الاجتماعي والمكون الثقافي والمحرك الاقتصادي[14].

3.4 تأثير ثقافة المقاولاتية الفنية في السلوك المقاولاتي:

هناك عدة بحوث تطرقت إلى العلاقة بين الثقافة والسلوك المقاولاتي تبين من خلالها تأثير الثقافة على السلوك والنشاط المقاولاتي بشكل كبير، ومن ضمن الدراسات التي يستوجب الإشارة إليها هي التي قام بها كل من الباحثين (Freytag etThurik) سنة 2010

بالإضافة إلى الباحثين (Thurik et Dejardin) سنة 2012، حيث ركزوا في دراستهم على ثلاثة أساسيات يمكن تحديدها في ما يلي:

1.3.4 التأثير من جانب تجميع السمات والصفات النفسية:

الصلة بين القيم التي يتحلى بها الفرد وبين معتقداته وسلوكه ليست بحاجة إلى براهين، وبالرجوع إلى المقاربة القائمة على تجميع السمات والصفات النفسية، فكلما زاد في مجتمع ما عدد الأشخاص الذين يتحلون بالقيم التي تتماشى وإنشاء المشاريع المقولاتية، كلما ارتفع عدد الأفراد الذين يتمتعون بالسلوك الخاص بإنشاء هذا النوع من المشاريع المقولاتية، وخوض غمار عالم الأعمال. لذلك يمكن اعتبار الاختلافات الثقافية سببا رئيسا في التأثير على سلوك الفنان المقاول واندفاعه إلى خطوة تحويل إبداعاته ولوحاته التشكيلية إلى مشروع خاص، كما يمكن التمييز من خلال سلوك الأشخاص وقراراتهم الخاصة إذا ما كانوا مؤهلين لإنشاء مشاريع ومؤسسات مقاولاتية تمكنهم من أن يصبحوا أسياد أنفسهم، ويعملون على تطوير أفكارهم إبداعاتهم لحسابهم الخاص بدلا من العمل لصالح الغير[15].

2.3.4 التأثير من جانب الموافقة الأخلاقية (أو ما يعرف بالشرعية الاجتماعية):

فيما يخص هذه المقاربة يجب التركيز هنا على مدى تأثير الأعراف والمنظمات الاجتماعية على المجتمع ككل، فإن وجد هذا التأثير فإنه يوحي بكثافة تنظيمية أكبر تظهر في المجتمعات التي يحصل فيها المقاول على مكانة اجتماعية عالية، غالبا ما تكون نتيجة لعوامل أهمها النظام التعليمي الذي يولي المقاولاتية مكانا هاما؛ والمحيط التشريعي والمالي الذي يسير في اتجاه التشجيع على المقاولاتية الفنية. وبالتالي بالنسبة إلى مؤيدي الشرعية الاجتماعية يمكن القول بأن روح المقاولاتية بصفة عامة أكثر تطورا في بعض البلدان المهتمة بهذا الجانب، من خلال التأثير العام للثقافة والمنظمات على ثقافة المقولاتية لدى

الأفراد، حيث تركز هذه المقاربة على اشتقاق مبادئها من الخصائص والسلوكيات الفردية التي يكتسبها الفرد من مجتمعه ومحيطه[16].

3.3.4 التأثير من جانب عدم الرضا:

تختلف هذه المقاربة اختلافا جوهريا عن المقاربتين السابقتين، حيث يكمن أساس هذا الاختلاف في قيم ومعتقدات المقاولين المحتملين مقارنة بالسكان ككل، عندما تكون الثقافة السائدة غير الثقافة المقاولاتية وبصفة دائمة في كل المجتمع، كما يمكن لتعارض القيم بين المجموعات أن يدفع المقاولين المحتملين إلى ترك وضعهم الحالي غير الريادي، ويلجئون إلى البدء في محاولة تكوين مشروعهم الخاص والتحرر من شعور عدم الرضا لجوءا إلى تسيير أفكارهم وإبداعاتهم بحرية ليصبحوا مقاولين وبشكل فعال، وبالتالي فإن العلاقة المتوقعة بين مؤشرات الثقافة المقاولاتية الفنية، قد تتعارض مع ما ستكون عليه وفقا للمقاربة القائمة على الشرعية الاجتماعية[17].

4.4 آليات نشر ثقافة المقاولاتية الفنية:

1.4.4 الأسرة:

للأسرة القدرة الكبيرة والأولى على نشر ثقافة المقاولاتية عامة والفنية خاصة إذا ما كان للطفل حس فني إبداعي، من أجل تنمية القدرات الإبداعية لدى الطفل منذ الصغر وربطها بالجانب الاقتصادي، لخلق روح المقاولاتية الفنية لأبنائها، وتربية الطفل على مبدأ تحويل أفكاره الفنية الصغيرة إلى مشاريع مقاولاتية كبيرة،من خلال العمل على بناء الثقة بالنفس وحب المغامرة والاعتماد على النفس منذ الصغر، ثم تهيئتهم تدريجيا ودفعهم لتبني فكرة

إنشاء مؤسسات خاصة كمستقبل مهني لهم، خاصة إذا كان الأولياء يمتلكون هم أيضا مشاريعهم الخاصة، ويكون ذلك عن طريق تشجيع أبنائهم منذ الصغر على بعض النشاطات المحفزة، كتدريبهم على وسائل الرسم الرقمية وصقل موهبتهم أكثر ثم تدريبهم على كيفية عرضها والتسويق لها لبيعها إلكترونيا، ليكبروا على الفكر المقاولاتي؛ ومحاولة التسويق لأفكارهم وإبداعاتهم بطرق جديدة، لتعزز ثقتهم بأنفسهم وتقوية طموحاتهم مستقبلا[18].

2.4.4 المؤسسات التعليمية والجامعات:

يمكن استعمال المؤسسات التعليمية لنشر وترسيخ ثقافة المقاولاتية الفنية، ويكون ذلك عن طريق إدراج ما يوحي إلى الثقة بالنفس وقوة العزيمة وجوانب الإبداع في المقررات الدراسية، في مختلف المواد التي يتم تلقينها للتلاميذ لتنمية تلك الثقافة منذ الصغر؛ أو إدراج مادة المقاولاتية كمقياس يتم تدريسه في مختلف المؤسسات التربوية والجامعات الجزائرية، وربطها مباشرة بمؤسسات مختصة لتبني تلك الإبداعات ودعمها وتطويرها، كما هو الحال في بعض البلدان العربية المجاورة مثل تونس والمغرب، مع تفعيل النشاطات وتنظيم الخرجات الميدانية للاطلاع على المشاريع المقاولاتية الفنية؛وورشات الأعمال والمصانع وحاضنات الأعمال في المجال الفني التشكيلي[19].

3.4.4 مؤسسات التكوين والتعليم المهنيين:

يرتبط التكوين والتعليم المهني ارتباطا وثيقا بالمقاولاتية، كون المتربص مكتسب لحرفة ما أو مهارة فنية تؤهله في المستقبل إلى التطلع وخوض تجربة المقاولاتية. بالإضافة إلى كونه جاهزا للتحدي وفتح مشروع خاص، نظرا لالتحاقه بمجال التكوين المهني في سن الشباب، الذي غالبا ما يكون فيه الإنسان مبدعا وجاهزا للمغامرة ومحاولة إثبات الذات،

وذلك بعرض فكرة مشروعه الثقافي أو الفني على إحدى حاضنات الأعمال، والتي بدورها ستتكفل بدعم أصحاب المشاريع ماديا ومعنويا[20].

4.4.4 هيئات المرافقة:

تعد المجتمعات التي تنشط فيها العديد من المؤسسات أكثر وعيا بثقافة المقاولاتية الفنية من غيرها، كما أن للهيئات المرافقة دور أساسي في ترسيخ هذا النوع من المشاريع، سواء عن طريق الاستقبال أو الإعلام والتوجيه والمرافقة والتكوين من بين هذه الهيئات نذكر كلا من:

أ. الوكالة الوطنية لدعم وتشغيل الشباب.

ب. الصندوق الوطني للتأمين على البطالة.

أ. الوكالة الوطنية لتسيير القرض المصغر.

ب. الوكالة الوطنية للتكوين والاستثمار[21].

5.4 أهداف المقاولاتية الفنية:

تختلف الأهداف الأساسية للمقاولاتية حسب طبيعة المشروع نفسها، بل وحسب نظرة المقاول والمشاركين في الفكرة الجوهرية لمشروعه، ومن بين الأهداف الإجرائية التي تمارسها المقاولاتية بصفة عامة ويمكن تطبيقها على المشاريع ذات الطابع الفني التشكيلي نشير إلى ما يلي:

1.5.4 خدمة السوق:

ويكون ذلك من خلال إنتاج أعمال فنية تشكيلية والتسويق لهالتلبي الحاجات الفنية للأفراد، أو تحل مشاكل غفل عنها الكثيرون، حيث لا يمكن لأي مشروع مقاولاتي فني الصمود والاستمرار بوتيرة جيدة في ظل المنافسة الشرسة التي غزت السوق، إلا باعتبار ذلك العمل الفني أو الخدمة تحتل مكانة خاصة في السوق لتجذب المتذوق لها، أو تكون من الأولويات المركزية للمستهلك والمستفيد منها[22].

2.5.4 تحقيق المكاسب المالية وتعظيم الربح:

إن الحصول على أرباح مالية وتعظيم الربح يعتبر بالنسبة للمقاولاتية الفنية أهم هدف تسعى إلى تحقيقه، لأن الربح هو بمثابة مقابل مالي للمخاطرة. كما أن كل من ساهم في المشروع ولو برأسمال بسيط يحفزه الحصول على نصيب من الربح الموزع على كل أعضاء المشروع وبشكل مدروس مسبقا[23].

3.5.4 تعظيم المنفعة الاجتماعية:

ويكون ذلك من خلال تعظيم الربح حيث ينتظر من المقاولاتية تعظيم المنفعة الاجتماعية، وذلك عن طريق تحسين وضعية الفنان كفرد أعضاء المشروع معا ثم المجتمع، بالدخل الذي تجنيه الشركة والذي يمتلك دورا أساسيا في تنشيط اقتصاد الدولة والقضاء على البطالة، أي تتمثل المسؤولية الاجتماعية للمقاولاتية الفنية في مشاركتها في مفهوم التنمية المستدامة[24].

5. الذكاء الاصطناعي في خدمة المقاولاتية الفنية:

1.5 الذكاء الاصطناعي وإنتاج الأعمال الفنية:

يعتبر استخدام الذكاء الاصطناعي في إنتاج الأعمال الفنية التشكيلية شكلا فنيا متجددا بتجدد التكنولوجيا الرقمية، حيث يسعى هذا الترابط بين الفن والعلم إلى تعزيز قدرات الفنان المقاول؛ وفتح آفاق جديدة للتعبير والإبداع الفني، مع تسريع عملية الإنتاج وتوليد الأفكار الجديدة.

بالنسبة إلى بدايات استخدام الذكاء الاصطناعي في الفن التشكيلي وإنشاء اللوحات الفنية، فيعود حسب رأي (Audry & Ippolito) إلى سنة 1968م قبل الإقرار بدور الذكاء الاصطناعي في بناء وتصميم العمل الفني وذلك من خلال العمل بالفن الخوارزمي، ومن الأوائل المستخدمين لبرامج الكمبيوتر لصناعة الفن نجد العالم (Harold Cohen) الذي أطلق أول برنامج فني يعتمد على الذكاء الاصطناعي سمي بـ (AARON)، يعمل على ابتكار الأعمال الفنية وتم تطويره في بداية السبعينيات واستمر في التطور إلى يومنا هذا، حيث يقوم بإنتاج أعمال فنية مبتكرة بأساليب وتقنيات متنوعة تمزج بين الفن الإبداعي والابتكار العلمي، ويفتح المجال للتفاعل مع أدواته لإنتاج كمية كبيرة من الأعمال الفنية التشكيلية بسرعة فائقة.[25]

لذلك فإن لاستخدام الذكاء الاصطناعي أهمية بالغة في الفن والتصميم كمساعد افتراضي، حيث يقوم الذكاء الاصطناعي بإنتاج الأعمال الفنية التي تتطلب جهدا ووقتا، مع تركيز الفنان على صياغة الأفكار الإبداعية؛ والاستفادة من سمات الذكاء الاصطناعي في الجانب الإنتاجي من سرعته في التصميم والتشكيل وجودة الإنتاج، وليتفرغ الفنان التشكيلي

لإنجاز أعمال فنية أسرع وبتكلفة أقل نظرا لزيادة السرعة والكفاءة في الذكاء الاصطناعي، وقابلية التعديل واقتراح أفكار مختلفة بالاعتماد على خوارزميات تستند إلى سلسلة بيانات تستمد من لوحات فنية قديمة لمحاكاتها[26].

بالإضافة إلى الباحثة في مجال الفن والتكنولوجيا (Zylinska, Joanna)، ناقشت في كتابها ظاهرة الذكاء الاصطناعي في الفن التشكيلي لإنتاج الأعمال الفنية وتسويقها مع التلميح إلى اقتصاد الفن وتأثير الذكاء الاصطناعي في هيكلة السوق الفنية، مما يؤثر في رأيها على دور الفنان التقليدي، لكن مع ذلك تعمقت في تحليل مجموعة من الأعمال الفنية التشكيلية التي اعتمد فيها الفنان على الذكاء الاصطناعي. واستنتجت في الأخير بأن هذه التقنية تتيح لنا أنواع جديدة من اللوحات قسمتها لثلاثة أنواع، النوع الأول يعتمد على نقل الأسلوب البصري ويتم فيه استخدام خوارزميات تعمل على إعادة إنتاج أعمال فنية تشكيلية جديدة بأساليب فنانين مشهورين؛ أما النوع الثاني فيعتمد فيه على التجارب الخوارزمية انطلاقا من بيانات وتدريبات سابقة يضعها الفنان؛ وبالنسبة للنوع الثالث والأخير فسمته بالفن الروبوتي وفن الشبكة، بالنسبة للفن الروبوتي فهو نوع من الفن الرقمي يتم الاعتماد فيه على روبوتات سواء في رسم اللوحات الفنية، أو تشكيل العمل الفني كالتماثيل الروبوتية، أما فن الشبكة فهو فن رقمي يعتمد على الذكاء الاصطناعي لتصميم وعرض أعمال فنية تشكيلية والتفاعل معها[27].

2.5 الذكاء الاصطناعي وتسويق الأعمال الفنية:

سنتطرق في هذه المرحلة لتوضيح دور تقنيات الذكاء الاصطناعي في تحليل السوق، وبناء العمل الفني واستهداف الجمهور مما يعزز فرص نجاح المشاريع الفنية في مجال المقاولاتية، باعتبار التسويق الالكتروني والذكاء الاصطناعي علوما مستحدثة تشهد

محاولة توليف وتطور متسارع في الآونة الأخيرة، باعتبارهما وسيلة فعالة لبناء العمل الفني الرقمي وتسويقه وبيعه، لذلك تظهر الحاجة إلى استخدامهما لتكوين مشروع مقاولاتي فني ومواكب للتكنولوجيا الجديدة.

في هذا الجانب يمكننا الإشارة إلى دراسة الباحثين **(بن لوصيف وبولحية)**، اللذيْن سميا هذا العصر بعصر التسويق بالذكاء الاصطناعي، الذي فرض تقنياته في هذا المجال وأصبح على المستهلكين والمقاولين استخدام الذكاء الاصطناعي وتكنولوجياته للتفاعل مع عملائهم، بداية من دراسة السوق وصولا إلى بيع المنتج الفني، ويكون ذلك بالاعتماد على طرق ووسائل رقمية، متطورة تساعدهم على تشكيل استراتيجيات تسويقية والاطلاع على نتائجها مسبقا باستخدام الذكاء الاصطناعي، وتتمثل في أربعة مراحل مهمة أوّلها سميت بالصيد العميق، ويقوم فيه المقاول باستخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي لمساعدتهم على تحليل أنماط بحث العملاء، وتحديد المنتجات والأفكار والمجالات الرئيسية التي يجب تركيز جهودهم عليها[28].

وبعد ذلك ينتقلان إلى مرحلة إعلانات (Genius)، التي يعمل فيها الذكاء الاصطناعي على جمع معلومات أكثر عن المستهلك، من الكلمات الرئيسة والملفات الشخصية والاجتماعية للمستهلك واستخدامها لإنشاء إشهار وإعلانات مخصصة ومستهدفة لتلك الفئة، أما المرحلة الثالثة فسمياها بالمحتوى المفلتر والذي يقوم فيه المسوقون بفهم العملاء بصفة فردية، لتحديد المستهدفين من العملية التسويقية بدقة، وذلك عن طريق الاستعانة بالذكاء الاصطناعي لتصفية المشترين للسلع كاللوحات الفنية على سبيل المثال، وإنشاء لوحات فنية رقمية مثالية وملائمة لرغبات العملاء المحتملين. وبعد ذلك تأتي المرحلة الرابعة والأخيرة

والتي سمياها بروبوتات الذكاء الاصطناعي (Chatbots)، ويتم الاستفادة منها للحفاظ على العملاء كزبائن أوفياء، مع محاولة إضافة عملاء جدد للقائمة عن طريق قيام الذكاء الاصطناعي بإعادة تشكيل التسويق، من خلال الاستفادة من البيانات المحتملة ونتائج الدراسات القائمة في هذا المجال والاستفادة منها من جديد، حيث أصبح للذكاء الاصطناعي القدرة على محاكاة العقل البشري، في عملية التعلم وحل المشكلات وممارسة الإبداع والتفكير والإدراك وحتى التفاعل مع المحيط[29].

3.5 الآفاق المستقبلية لاستخدام الذكاء الاصطناعي في المقاولاتية الفنية:

- الاستفادة من سرعة الذكاء الاصطناعي وتدفق المعلومات لتصميم استراتيجيات تسويق خاصة تناسب كل مستهلك على حدة.
- التركيز أكثر على تطوير تقنيات البحث ليصبح بإمكان المستهلك استخدام البحث الصوتي والمرئي؛ وتطوير أبعاد جديدة في الوصول للمنتج الفني كدمج تقنيات افتراضية تجسد المنتج الفني للمستهلك بصورة ثلاثية الأبعاد قبل شرائها.
- تطبيق رغبات المستهلكين في الوقت الفعلي عن طريق توفير الذكاء الاصطناعي تطبيق سريع يتماشى مع رؤى العملاء، ويسمح باتخاذ قرارات تسويقية سريعة وأكثر ديناميكية تتماشى مع التغيرات الفورية في السوق.
- الاستفادة من تنبؤات الذكاء الاصطناعي لإدارة مخزون الأعمال الفنية التشكيلية، عن طريق تحديد نسبة طلب المستهلك على المنتجات الفنية لتوفيرها والأخذ بعين الاعتبار توجهات السوق.
- استخدام الذكاء الاصطناعي في تصميم واجهات المواقع التسويقية بطريقة ذكية تتماشى مع تفضيلات العملاء.

- الاستفادة من الذكاء الاصطناعي لدراسة السوق والظروف السائدة وتحديد السعر بطريقة ديناميكية متجددة تتماشى مع التغيرات الحاصلة لتحقيق الميزة التنافسية.

خاتمة:

للمقاولاتية الفنية دور فعال في تحقيق وتحسين وتيرة الاقتصاد وتحريك الاستثمار الداخلي والخارجي، من خلال نشرها في جميع المؤسسات التعليمية والجامعة وفتح حاضنات للمقاولة وتدعيم المشاريع وتوجيهها، فالوظيفة الأساسية للمقاولة تتمثل في خدمة السوق والرفع من إنتاج الأعمال الفنية وتسويقها لتحقيق مداخل مالية والزيادة في الربح، نظرا لما يتميز به المقاول من خصائص وصفات تجعله مختلفا عن الفرد العادي، فروح المنافسة والمخاطرة والإبداع والابتكار يجعله قادرا على إنشاء المشاريع المقاولاتية في مجال الفن التشكيلي.

كما يمكن للمقاول في مشروعه المقاولاتي الفني الاستعانة بالذكاء الاصطناعي للمساهمة في تصميم العمل الفني وتسويقه وحتى دراسة السوق وبيعه، وتسيير الموارد المالية والبشرية وذلك من خلال أن يكون الفنان المقاول متمكنا من التقنيات التكنولوجيا المتطورة، وهذا ما يسهل من عملية بناء وتسويق العمل الفني التشكيلي؛ وتوفير مناصب شغل وتحقيق منافع في هذا المجال الإبداعي؛ مع خلق تنمية مستدامة تعتمد على الذكاء الاصطناعي في دراسة السوق وتحديد السعر وحتى جذب المستهلكين، ليسهم ذلك في رفع الاستثمار وبناء قاعدة اقتصادية الكترونية متينة، تؤدي إلى ازدهار الجانب الفني والاقتصادي والتقليل من نسبة البطالة.

نستنتج أيضا بأن المقاولاتية الفنية لها دور كبير في غرس قيم العمل الحر، وتكوين الرغبة في إنشاء الفنانين لمؤسساتهم الخاصة ودخول عالم التقنية، لأنها ليست حكرا على المجال الاقتصادي، بل تمس جميع المجالات والتخصصات سواء أكانت علمية أم فنية، فهذه الأخيرة إذا ما تفاعلت مع التكنولوجيا الجديدة وتقنيات الذكاء الاصطناعي يمكن أن تصنع الفارق الاقتصادي بين البلدان، ليصبح الفنان مستثمرا في إبداعاته الخاصة.

وخلصت الدراسة في الأخير إلى جملة من التوصيات:

– ضرورة اهتمام الفنانين بمواكبة التطور التكنولوجي ودعم إدراج الذكاء الاصطناعي في خدمة المقاولاتية الفنية لتشكيل الأعمال الفنية وتسويقها.

–ضرورة تدريس مقياس الذكاء الاصطناعي في الجامعة وتكوين طلاب الفنون والفنانين عامة في المقاولاتية الفنية وفي طرق تحويل أعمالهم الفنية التشكيلية إلى استثمار حر.

–ضرورة تمكين الفنانين التشكيليين من إتقان استخدام التكنولوجيا والمساهمة في نشر ثقافة المقاولاتية الفنية.

الهوامش:

1. خواني ليلى، المقاولاتية وروح الابداع في المؤسسات–دراسة حالة الجزائر، المجلة المغربية للريادة والابتكار والإدارة، المجلد: 03، العدد: 01، 26 جوان 2018، ص. 78.
https://revues.imist.ma/index.php/RMEIM/article/view/12796/7105

2. عمراوي حادة، تأثير الديناميكية الاجتماعية والتنظيمية على المقاولاتية الشبابية في الجزائر – دراسة ميدانية لعينة من المقاولين الشباب بولاية بجاية– أطروحة دكتوراه، جامعة محمد لامين دباغين سطيف 2، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، الجزائر، 2021، صص. 182–183.

https://scholar.google.com/citations?hl=fr&user=m69rvt8AAAAJ&view_op=list_works&sortby=title

3. المرجع نفسه، ص. 182.
4. المرجع نفسه، ص.182.
5. المرجع نفسه، ص. 183.
6. المرجع نفسه، ص.183.

7. المرجع نفسه، ص.183.

8. بدراوي سفيان، ثقافة المقاولة لدى الشباب الجزائري المقاول، أطروحة دكتوراه في علم الاجتماع، كلية العلوم الإنسانية والعلوم الاجتماعية، جامعة أبي بكر بالقايد، الجزائر، 2015، ص. 78.

http://dspace.univ-tlemcen.dz/bitstream/112/7153/1/%D8%AB%D9%82%D8%A7%D9%81%D8%A9_%D8%A7%D9%84%D9%85%D9%82%D8%A7%D9%88%D9%84%D8%A9_%D9%84%D8%AF%D9%89_%D8%A7%D9%84%D8%B4%D8%A8%D8%A7%D8%A8_%D8%A7%D9%84%D8%AC%D8%B2%D8%A7%D8%A6%D8%B1%D9%8A%D8%A7%D9%84%D9%85%D9%82%D8%A7%D9%88%D9%84_%D8%AF%D8%B1%D8%A7%D8%B3%D8%A9_%D9%85%D9%8A%D8%AF%D8%A7%D9%86%D9%8A%D8%A9_%D8%A8%D9%88%D9%84%D8%A7%D9%8A%D8%A9_%D8%AA%D9%84%D9%85%D8%B3%D8%A7%D9%86.pdf

9. المرجع نفسه، ص.78.

10. المرجع نفسه، ص.78.

11. المرجع نفسه، ص.78.

12. بن دنية ميلود، الإسلام والمقاولاتية في الجزائر–دراسة حالة مؤسسة ألف للإعلام الآلي للزاوية العلوية بمستغانم–، أطروحة دكتوراه في علم الاجتماع، كلية العلوم الاجتماعية، جامعة عبد الحميد ين باديس، الجزائر، 2021، ص. 104.

http://e-biblio.univ-mosta.dz/bitstream/handle/123456789/17801/%d8%a7%d9%84%d9%85%d8%b0%d9%83%d8%b1%d8%a9.pdf?sequence=1&isAllowed=y

13. المرجع نفسه، ص.104.

14. المرجع نفسه، ص.104.

15. مولاي علي، المقاولاتية بين الثقافة المقاولاتية واشكالية إنشاء المؤسسات (محاضرة)، معهد العلوم والتقنيات المطبقة، جامعة أحمد بن بلة بوهران، الجزائر، 2020، صص. 59–61.

https://fr.scribd.com/document/666396143/%D8%A7%D9%84%D8%AB%D9%82%D8%A7%D9%81%D8%A9-%D8%A7%D9%84%D9%85%D9%82%D8%A7%D9%88%D9%84%D8%AA%D9%8A%D8%A9-%D8%A7%D9%84%D9%85%D8%B7%D8%A8%D9%88%D8%B9%D8%A9-%D8%A7%D9%84%D8%AC%D8%A7%D9%85%D8%B9%D9%8A%D8%A9-1

16. المرجع نفسه، ص. 60.

17. المرجع نفسه، ص.61.

18. قدور أشواق، محمد بالخير، أهمية نشر ثقافة المقاولة وإنعاش الحس المقاولاتي في الجامعة، مجلة الإجتهاد للدراسات القانونية والاقتصادية، المجلد: 06، العدد: 01، 01 جانفي 2017، ص. 352. https://asjp.cerist.dz/en/article/9148

19. المرجع نفسه، ص.352.

20. المرجع نفسه، ص.352.

21. المرجع نفسه، صص. 352 -353.

22. كريبتو العسري، من أهداف وغايات المقاولة، 24 فيفري 2022، اطلع عليه: 20 أوت 2022. https://www.elaasri.com/2021/09/blog-post_60.html

23. المرجع نفسه.

24. المرجع نفسه.

25.Audry Sougwen, Ippolito Jon, Can Artificial Intelligence Make Art Without Artists? Ask the Viewer, Art Journal, 2019, p. 03.

26. ينظر: الحلواني فاروق فاتن، سندس عشميل عمر، فاعلية الذكاء الاصطناعي لإثراء التصميم الإبداعي للشخصيات الكرتونية، المجلة الدولية للذكاء الاصطناعي في التعليم والتدريب، (مصر، جامعة عين شمس)، المجلد: 03، العدد 01، 2022، صص.01-18. https://journals.ekb.eg/article_414654_21cc8217ea585eb79b4f5a8829dad446.pdf

27. Zylinska Joanna, AI Art: Machine Vision and Warped Dreams. London: Open Humanities Press, 2020.

28. المرجع نفسه.

29. ينظر: بن لوصيف حنان، سليم بولحية، التسويق الالكتروني وتطبيقات الذكاء الاصطناعي، مجلة الاعلام والمجتمع (جامعة قسنطينة 3، الجزائر)، المجلد: 11، العدد: 01، 2023، صص. 145-150. https://asjp.cerist.dz/en/article/226657

قائمة المراجع:

*المراجع:

- Zylinska Joanna, AI Art: Machine Vision and Warped Dreams. London: Open Humanities Press, 2020.

***الدوريات:**

– الحلواني فاروق فاتن، سندس عشميل عمر، فاعلية الذكاء الاصطناعي لإثراء التصميم الإبداعي للشخصيات الكرتونية، المجلة الدولية للذكاء الاصطناعي في التعليم والتدريب، (مصر، جامعة عين شمس)، المجلد: 03، العدد 01، 2022، صص.01–15.
https://journals.ekb.eg/article_414654_21cc8217ea585eb79b4f5a8829dad446.pdf

– خواني ليلى، المقاولاتية وروح الابداع في المؤسسات–دراسة حالة الجزائر–، المجلة المغربية للريادة والابتكار والإدارة، المجلد: 03، العدد: 01، 26 جوان 2018، صص.77–88.
https://revues.imist.ma/index.php/RMEIM/article/view/12796/7105

– قدور أشواق، محمد بالخير، أهمية نشر ثقافة المقاولة وإنعاش الحس المقاولاتي في الجامعة، مجلة الإجتهاد للدراسات القانونية والاقتصادية، المجلد: 06، العدد: 01، 01 جانفي 2017، صص.343–356.
https://asjp.cerist.dz/en/article/9148

– بن لوصيف حنان، سليم بولحية، التسويق الالكتروني وتطبيقات الذكاء الاصطناعي، مجلة الاعلام والمجتمع (الجزائر، جامعة قسنطينة 3)، المجلد: 11، العدد: 01، 2023، صص.134–153.
https://asjp.cerist.dz/en/article/226657

- Sougwen Audry, Ippolito Jon, Can Artificial Intelligence Make Art Without Artists? Ask the Viewer, Art Journal, 2019, Vol.08, N°01, PP.01-09.
https://doi.org/https://www.mdpi.com/2076-0752/8/1/35

***المحاضرات:**

– مولاي علي، المقاولاتية بين الثقافة المقاولاتية واشكالية إنشاء المؤسسات (محاضرة)، معهد العلوم والتقنيات المطبقة، جامعة أحمد بن بلة بوهران، الجزائر، 2020.
https://fr.scribd.com/document/666396143/%D8%A7%D9%84%D8%AB%D9%82%D8%A7%D9%81%D8%A9-%D8%A7%D9%84%D9%85%D9%82%D8%A7%D9%88%D9%84%D8%AA%D9%8A%D8%A9-%D8%A7%D9%84%D9%85%D8%B7%D8%A8%D9%88%D8%B9%D8%A9-%D8%A7%D9%84%D8%AC%D8%A7%D9%85%D8%B9%D9%8A%D8%A9-1

***الرسائل الجامعية:**

– بدراوي سفيان، ثقافة المقاولة لدى الشباب الجزائري المقاول، أطروحة دكتوراه في علم الاجتماع، كلية العلوم الإنسانية والعلوم الاجتماعية، جامعة أبي بكر بالقايد، الجزائر، 2015.

http://dspace.univ-tlemcen.dz/bitstream/112/7153/1/%D8%AB%D9%82%D8%A7%D9%81%D8%A9_%D8%A7%D9%84%D9%85%D9%82%D8%A7%D9%88%D9%84%D8%A9_%D9%84%D8%AF%D9%89_%D8%A7%D9%84%D8%B4%D8%A8%D8%A7%D8%A8_%D8%A7%D9%84%D8%AC%D8%B2%D8%A7%D8%A6%D8%B1%D9%8A%D8%A7%D9%84%D9%85%D9%82%D8%A7%D9%88%D9%84_%D8%AF%D8%B1%D8%A7%D8%B3%D8%A9_%D9%85%D9%8A%D8%AF%D8%A7%D9%86%D9%8A%D8%A9_%D8%A8%D9%88%D9%84%D8%A7%D9%8A%D8%A9_%D8%AA%D9%84%D9%85%D8%B3%D8%A7%D9%86.pdf

– بن دنية ميلود، الإسلام والمقاولاتية في الجزائر –دراسة حالة مؤسسة ألف للإعلام الآلي للزاوية العلوية بمستغانم–، أطروحة دكتوراه في علم الاجتماع، كلية العلوم الاجتماعية، جامعة عبد الحميد ين باديس، الجزائر، 2021.

http://e-biblio.univ-mosta.dz/bitstream/handle/123456789/17801/%d8%a7%d9%84%d9%85%d8%b0%d9%83%d8%b1%d8%a9.pdf?sequence=1&isAllowed=y

– عمراوي حادة، تأثير الديناميكية الاجتماعية والتنظيمية على المقاولاتية الشبابية في الجزائر – دراسة ميدانية لعينة من المقاولين الشباب بولاية بجاية– أطروحة دكتوراه، جامعة محمد لامين دباغين سطيف2، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، الجزائر، 2021.

https://scholar.google.com/citations?hl=fr&user=m69rvt8AAAAJ&view_op=list_works&sortby=title

*** النصوص الالكترونية:**

– كريبتو العسري، من أهداف وغايات المقاولة، 24 فيفري 2022، اطلع عليه: 20 أوت 2022.

https://www.elaasri.com/2021/09/blog-post_60.html

Bibliography:

Books:

- Zylinska Joanna, AI Art: Machine Vision and Warped Dreams. London: Open Humanities Press, 2020. (In English)

Periodicals:

- Al-Helwani, Faten Farouk & Ashmail, Omar Sundus, The Effectiveness of Artificial Intelligence in Enriching the Creative Design of Cartoon Characters, International Journal of Artificial Intelligence in Education and Training (Egypt, Ain Shams University), Vol. 03, N°. 01, 2022, PP.01-15. (In Arabic)

https://journals.ekb.eg/article_414654_21cc8217ea585eb79b4f5a8829dad446.pdf

- Ben Lousif, Hanan & Boulehya, Salim. E-Marketing and Artificial Intelligence Applications. Journal of Media and Society (Algeria, University of Constantine 3), Vol. 11, No. 01, 2023, PP.134-153. (In Arabic)
https://asjp.cerist.dz/en/article/226657
- Kaddour, Ashwaq & Belkheir, Mohamed. The Importance of Promoting an Entrepreneurial Culture and Spirit at the University. Al-Ijtihad Journal for Legal and Economic Studies, Vol. 06, No. 01, January 1, 2017, PP.343-356. (In Arabic)
https://asjp.cerist.dz/en/article/9148
- Khwani, Leila. Entrepreneurship and the Spirit of Innovation in Institutions –A Case Study of Algeria, Moroccan Journal of Entrepreneurship-, Innovation, and Management, Vol. 03, No. 01, June 26, 2018, PP.77-88. (In Arabic)
https://revues.imist.ma/index.php/RMEIM/article/view/12796/7105
- Sougwen Audry, Ippolito Jon, Can Artificial Intelligence Make Art Without Artists? Ask the Viewer, Art Journal, 2019, Vol.08, N°01, PP.01-09. (In English)
https://doi.org/https://www.mdpi.com/2076-0752/8/1/35

Conferences:

1. Moulay, Ali. Entrepreneurship between Entrepreneurial Culture and the Problem of Business Creation (Lecture), Institute of Applied Science and Technology, Ahmed Ben Bella University, Oran, Algeria, 2020. (In Arabic)
https://fr.scribd.com/document/666396143/%D8%A7%D9%84%D8%AB%D9%82%D8%A7%D9%81%D8%A9-%D8%A7%D9%84%D9%85%D9%82%D8%A7%D9%88%D9%84%D8%AA%D9%8A%D8%A9-%D8%A7%D9%84%D9%85%D8%B7%D8%A8%D9%88%D8%B9%D8%A9-%D8%A7%D9%84%D8%AC%D8%A7%D9%85%D8%B9%D9%8A%D8%A9-1

Thesis:

- Amraoui, Hadda. The Impact of Social and Organizational Dynamics on Youth Entrepreneurship in Algeria – Field Study on a Sample of Young Entrepreneurs in Bejaia Province-, PhD Thesis, Mohamed Lamine Debaghine University – Setif 2, Faculty of Humanities and Social Sciences, Algeria, 2021. (In Arabic)
https://scholar.google.com/citations?hl=fr&user=m69rvt8AAAAJ&view_op=list_works&sortby=title
− Ben Denia, Miloud. Islam and Entrepreneurship in Algeria – Case Study of Alpha IT Company affiliated with the Alawiyya Order in Mostaganem, PhD Thesis in Sociology, Faculty of Social Sciences, Abdelhamid Ibn Badis University, Algeria, 2021. (In Arabic)
http://e-biblio.univ-mosta.dz/bitstream/handle/123456789/17801/%d8%a7%d9%84%d9%85%d8%b0%d9%83%d8%b1%d8%a9.pdf?sequence=1&isAllowed=y

- Boudraoui, Sofiane. Entrepreneurial Culture among Algerian Youth Entrepreneurs, PhD Thesis in Sociology, Faculty of Humanities and Social Sciences, Algeria, University of Abou Bekr Belkaid,Tlemcen , 2015. (In Arabic)
http://dspace.univ-tlemcen.dz/bitstream/112/7153/1/%D8%AB%D9%82%D8%A7%D9%81%D8%A9_%D8%A7%D9%84%D9%85%D9%82%D8%A7%D9%88%D9%84%D8%A9_%D9%84%D8%AF%D9%89_%D8%A7%D9%84%D8%B4%D8%A8%D8%A7%D8%A8_%D8%A7%D9%84%D8%AC%D8%B2%D8%A7%D8%A6%D8%B1%D9%8A%D8%A7%D9%84%D9%85%D9%82%D8%A7%D9%88%D9%84_%D8%AF%D8%B1%D8%A7%D8%B3%D8%A9_%D9%85%D9%8A%D8%AF%D8%A7%D9%86%D9%8A%D8%A9_%D8%A8%D9%88%D9%84%D8%A7%D9%8A%D8%A9_%D8%AA%D9%84%D9%85%D8%B3%D8%A7%D9%86.pdf

Websites:

- Crypto El-Aasri. On the Goals and Objectives of Entrepreneurship, 24 February 2022, Accessed: 20 August 2022. (In Arabic)
https://www.elaasri.com/2021/09/blog-post_36.html