

الإعلام الرياضي وتمظهرات الخطاب السياسي في ظل ثورة الذكاء الاصطناعي

Sports Media and the Manifestations of Political Discourse
in the Era of the Artificial Intelligence Revolution

مروان شتوح*

جامعة زيان عاشور بالجلفة

merouane.chettouh@univ-djelfa.dz

تاريخ القبول: 2025/12/03

تاريخ الاستلام: 2025/02/10

الملخص

تهدف هذه الدراسة إلى تحليل كيفية تمظهر الخطاب السياسي داخل الفضاء الرياضي عبر قنوات الإعلام الرياضي في سياق التحولات التكنولوجية التي فرضتها ثورة الذكاء الاصطناعي. وتتناول الدراسة مظاهر حضور الخطاب السياسي في التغطية الرياضية، والآليات التي تسهم من خلالها تقنيات الذكاء الاصطناعي في إعادة تشكيل هذا الخطاب. وقد خلصت الدراسة إلى أن الإعلام الرياضي أصبح فضاءً خصباً لتمظهر الخطاب السياسي، سواء عبر تعزيز الهوية الوطنية أو تحسين صورة الدول أو دعم توجهات سياسية معينة، كما أظهرت أن الذكاء الاصطناعي يزيد من فعالية هذا التمظهر من خلال تحليل البيانات الضخمة وتوجيه المحتوى الإعلامي. وتبرز الدراسة الحاجة إلى ضوابط أخلاقية وتنظيمية لضمان الاستخدام المسؤول للذكاء الاصطناعي في تشكيل الخطاب الإعلامي السياسي داخل الرياضة.

الكلمات المفتاحية: الإعلام؛ الخطاب؛ الرياضة؛ السياسة؛ الذكاء؛

Abstract

The research paper explores the relationship between sports media and political discourse in the context of technological advancement and the artificial intelligence revolution. Major sporting events, such as the World Cup and the Olympics, are used as platforms to enhance the self-image of politicians and promote political agendas. These events work to improve the image of nations and strengthen their international standing. Additionally, sports are used as a diplomatic tool to improve relations between countries or ease tensions. They have even become part of cultural diplomacy, serving to disseminate national values and culture. With rapid technological development and the AI revolution, political discourse has become more complex and influential a topic that this study addresses.

Keywords: Media ; Sports ; Politics ; Artificial Intelligence;

* المؤلف: مروان شتوح، الايميل: chemer17@gmail.com

مقدمة:

إن الأحداث الرياضية الكبرى، مثل كأس العالم والألعاب الأولمبية وغيرها من الفعاليات الرياضية، قد أصبحت منصات فعالة للسياسيين لتعزيز صورهم الذاتية وترويج أجنداتهم السياسية، ففي كثير من الأحيان يتم توظيف هذه الأحداث لإظهار القوة الناعمة للدول، حيث تعمل على تحسين صورتها الدولية وتعزيز مكانتها على الساحة العالمية، كما تُستخدم الرياضة كأداة دبلوماسية لتحسين العلاقات بين الدول ، ففي بعض الأحيان يتم تنظيم الأحداث الرياضية لتعزيز العلاقات الثنائية أو لتخفيف حدة النزاعات، إذ باتت الرياضة كوسيلة لتعزيز صورة الدولة على الساحة الدولية وتحسين علاقاتها مع الدول الأخرى

إذن خلال استضافة الأحداث الرياضية الكبرى أو المشاركة فيها، يمكن للدول أن تعزز سمعتها وتظهر كدول مسالمة ومنفتحة على العالم، ومن الأمثلة الكثيرة الحية على ذلك ما فعلته جنوب إفريقيا من خلال استضافة لكأس العالم 2010، حيث ساعدت في تحسين صورتها بعد انتهاء نظام الفصل العنصري، كما تعتبر الرياضة أيضا جزءًا من الدبلوماسية الثقافية، حيث تُستخدم لنشر القيم والثقافة الوطنية، وذلك من خلال المشاركة في الأحداث الرياضية الدولية، إذ يمكن للدول أن تعرض ثقافتها وتقاليدها للعالم، كما فعلت، اليابان عند استضافتها للألعاب الأولمبية 2020 ، حيث كانت فرصة سانحة لعرض ثقافتها وتقنياتها المتقدمة، كما لعب الخطاب السياسي دورا من خلال استخدام الإعلام الرياضي لتعزيز الصورة الوطنية لتسليط الضوء على الإنجازات كما هي الحال بالنسبة للجزائر ، مما ساهم في تعزيز الصورة الوطنية داخليًا وخارجيًا، كمقاطعة مختلف المنافسات والمباريات التي يكون الخصم فيها إسرائيليا، وذلك مساندة للفلسطينيين ووقوفًا مع المبدأ الذي يقره الخطاب السياسي الجزائري

فالأحداث الرياضية الكبرى مثل كأس العالم والألعاب الأولمبية وغيرها أضحت فضاءات تتجاوز البعد التنافسي البحت لتتحول إلى منصات تُسخر لأغراض سياسية متنوعة، ويعود ذلك إلى ما تتمتع به الرياضة من قدرة على استقطاب جماهير واسعة، وما تمتلكه من قوة رمزية تجعلها مجالا مناسبًا لتمرير رسائل سياسية أو تعزيز صورة الدول أو دعم توجهات معينة، ومع التطور التكنولوجي المتسارع، خاصة مع بروز الذكاء الاصطناعي، تعززت قدرة الإعلام الرياضي أكثر فأكثر على إعادة تشكيل الخطاب السياسي وإظهاره في صور متعددة

وفي ظل هذا الواقع، أصبح من الضروري فهم الكيفية التي يتمظهر بها الخطاب السياسي عبر الإعلام الرياضي، وهذا من خلال طرح التساؤل التالي:

كيف يتمظهر الخطاب السياسي من خلال الإعلام الرياضي في ظل التطور التكنولوجي وثورة الذكاء الاصطناعي؟

1. تحديد المفاهيم:

1.1. الخطاب السياسي:

أ. التعريف الاصطلاحي:

يعرف الخطاب السياسي في العلوم السياسية على "أنه مجموعة من الرسائل اللغوية والرمزية التي يستخدمها السياسيون أو النخب الحاكمة أو المعارضة لتوصيل أفكارهم وأيديولوجياتهم وبرامجهم إلى الجمهور" (حسين، 2001، ص 56)، فمن هذا التعريف يمكن للخطاب أن يعكس القيم والمعتقدات والسياسات التي تسعى الجهة السياسية أو النظام السياسي إلى تعزيزها والدفاع عنها

ب. التعريف الإجرائي:

يقصد به في هذا البحث كل خطاب أو مضمون ذي دلالة سياسية يُعاد إنتاجه أو إبرازه داخل التغطية الرياضية عبر الوسائط الإعلامية، سواء كان مباشرًا أو ضمانيًا

2.1. الرياضة:

أ. التعريف الاصطلاحي :

الرياضة نشاط بدني أو عقلي يخضع لقواعد محددة، ويهدف إلى المنافسة أو الترفيه أو تحسين اللياقة البدنية، وتتعدد الأنشطة البدنية والرياضية بحسب رغبة وإمكانيات الممارس، "وتشمل الرياضة مجموعة واسعة من الأنشطة مثل كرة القدم، كرة السلة، السباحة، وألعاب القوى، التي تهدف إلى المنافسة أو الترويح، أو تقوية العضلات" (حسن، 2018، ص 26)

ب. التعريف الإجرائي :

في البحث، يمكن تعريف الرياضة على أنها الأنشطة البدنية أو الفكرية المنظمة التي يتم ممارستها بشكل فردي أو جماعي، مع التركيز على تأثيرها على الصحة، الثقافة، والتفاعل الاجتماعي

3.1. الإعلام الرياضي:

أ. التعريف الاصطلاحي :

الإعلام الرياضي هو فرع من فروع الإعلام الذي يتخصص في تغطية الأحداث الرياضية، ونقل أخبار الرياضة، وتحليل الأداء الرياضي، وإبراز الشخصيات الرياضية" الإعلام الرياضي وجه من وجوه الإعلام العام يعمل على جذب الجمهور المهتم بالرياضة ويعكس الثقافة الرياضية السائدة" (أمين، 2020، ص 23)

ب. التعريف الإجرائي :

في البحث، يمكن تعريف الإعلام الرياضي على أنه المحتوى الإعلامي الذي يركز على الأحداث الرياضية، والرياضيين، والمؤسسات الرياضية، مع تحليل دوره في تشكيل الهوية الرياضية، وتعزيز القيم الاجتماعية المرتبطة بالرياضة

4.1. الذكاء الاصطناعي:

أ. التعريف الاصطلاحي :

هو مجموعة التقنيات التي تمكن الآلات من أداء مهام ذكية وسريعة في الوقت نفسه

ب. التعريف الإجرائي :

ونقصد به في دراستنا الأدوات والخوارزميات التي تُستخدم داخل المؤسسات الإعلامية لتوجيه المحتوى وتحليل البيانات بما يسمح بظهور أو تعزيز مظاهرات الخطاب السياسي في التغطية الرياضية

2. أهداف البحث:

تهدف هذه الدراسة في نهاية المطاف إلى تحقيق جملة من الغايات العملية، والتي يمكن تلخيصها في:

- وصف مظاهرات الخطاب السياسي على الرياضة، وذلك من خلال فهم كيف يستخدم الخطاب السياسي الرياضة كأداة لتعزيز الأجندات السياسية، مثل تعزيز الوحدة الوطنية، أو تحسين الصورة الدولية، أو تعبئة الجماهير، إضافة إلى ذلك دراسة حالات محددة مثل استخدام الرياضة في الحملات الانتخابية أو في تعزيز الهوية الوطنية خلال الأحداث الرياضية الكبرى.
- دراسة دور الذكاء الاصطناعي في تشكيل الخطاب السياسي وتحليل كيف يمكن للذكاء الاصطناعي أن يلعب دورًا في صياغة الخطاب السياسي الموجه نحو الرياضة، مثل استخدام خوارزميات لتحليل ردود الفعل العامة أو إنشاء محتوى سياسي مؤثر، وأيضاً دراسة استخدام الذكاء الاصطناعي في تحليل بيانات الجمهور لصياغة خطابات سياسية تدعم الرياضة أو تستغلها لأغراض سياسية.

- استكشاف التفاعل بين الخطاب السياسي والرياضة في عصر الذكاء الاصطناعي من خلال فهم وتحليل الكيفية التي يمكن أن يتفاعل بها الخطاب السياسي مع التطورات التكنولوجية في الرياضة، مثل استخدام البيانات الضخمة والذكاء الاصطناعي لتوجيه السياسات الرياضية التطبيق: دراسة حالات حيث تم استخدام الذكاء الاصطناعي لتوجيه القرارات السياسية المتعلقة بالرياضة، مثل تمويل المشاريع الرياضية أو تنظيم الأحداث

3. الدراسات المشابهة:

هناك العديد من الدراسات والبحوث التي عالجت جدلية ارتباط السياسة بالرياضة من خلال الإعلام الرياضي، وذلك من مناهير مختلفة بحسب الخلفية العلمية لكل باحث، فمن هذه البحوث ذات الخلفية الإعلامية، ومنها ذات خلفية تستند إلى العلوم السياسية، ومنها ذات خلفية متعلقة بالرياضة، وغيرها من وجهات النظر المتكئة على اختلاف تخصصات العلوم الاجتماعية، ومن هذه البحوث يمكن الاقتصار على ثلاثة منها ، نوردتها فيما يلي:

1.3. الدراسة الأولى :

دور الخطاب السياسي في تشكيل الهوية الرياضية: دراسة حالة الأحداث الرياضية الكبرى للباحث أحمد محمد 2020، قسم التربية البدنية، الموصل، العراق، وقد توصلت الدراسة إلى أن الخطاب السياسي يستخدم الأحداث الرياضية الكبرى مثل كأس العالم لتعزيز الهوية الوطنية وخلق شعور بالوحدة بين المواطنين وأشارت الدراسة إلى أن الخطاب السياسي يمكن أن يؤثر على تصورات الجمهور تجاه الرياضة، خاصة في سياقات الأزمات السياسية، وأوصت الدراسة بضرورة مراقبة تأثير الخطاب السياسي على الرياضة لضمان عدم استغلالها لأغراض سياسية

بحة

2.3. الدراسة الثانية:

تأثير الإعلام الرياضي على الرأي العام في ظل التطورات التكنولوجية للباحثة سارة الخلفي 2019، كلية الإعلام، القاهرة ، مصر، حيث وجدت الدراسة أن الإعلام الرياضي أصبح أداة قوية في تشكيل الرأي العام، خاصة مع استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في تحليل بيانات الجمهور، وأشارت إلى أن الذكاء الاصطناعي يساعد في تخصيص المحتوى الرياضي، مما يعزز تفاعل الجمهور مع الأحداث الرياضية ،كما حذرت الدراسة من مخاطر التحيز في الخوارزميات التي قد تؤثر على تغطية الأحداث الرياضية

3.3. الدراسة الثالثة:

الذكاء الاصطناعي وتأثيره على صناعة القرار في المؤسسات الرياضية للباحث خالد عبد الرحمن 2020، قسم التربية البدنية، الموصل، العراق ، إذ توصلت الدراسة إلى أن الذكاء الاصطناعي يساعد في تحسين صناعة القرار في المؤسسات الرياضية من خلال تحليل البيانات الضخمة، وألمحت الباحثة إلى أن استخدام الذكاء الاصطناعي في إدارة الفرق الرياضية وتحليل أداء اللاعبين يعزز من فرص النجاح

4. تعليق على نتائج الدراسات المشابهة:

تتفق الدراسات المشابهة على أن الخطاب السياسي يستخدم الرياضة كأداة فعالة لتعزيز الهوية الوطنية وتحسين الصورة الدولية، خاصة في الأحداث الرياضية الكبرى، ومع التطورات التكنولوجية، أصبح الذكاء الاصطناعي لاعباً رئيسياً في تحليل وتوجيه هذا الخطاب، حيث يعمل على تحسين كفاءة إنتاج المحتوى الرياضي وتخصيصه للجمهور، ومع ذلك تظهر الدراسات تحذيرات من مخاطر التحيز في الخوارزميات، والتي قد تؤثر على تغطية الأحداث الرياضية وتشكيل الرأي العام، بالإضافة إلى ذلك، تؤكد الدراسات على ضرورة وضع ضوابط أخلاقية لضمان استخدام الذكاء الاصطناعي بشكل مسؤول في الإعلام الرياضي والخطاب السياسي هذه النتائج تشير إلى أن التفاعل بين الخطاب السياسي والرياضة في ظل الذكاء الاصطناعي هو مجال غني بالفرص والتحديات، مما يتطلب مزيداً من البحث لفهم آثاره بعمق

5. الإعلام الرياضي والخطاب السياسي:

في عصر العولمة والتطور التكنولوجي، وتبني تقنيات الذكاء الاصطناعي المختلفة وتغلغلها في شتى المجالات، أصبح الإعلام الرياضي أداة قوية ليس فقط لتغطية الأحداث الرياضية، بل أيضاً لتعزيز الخطاب السياسي، فالإعلام الرياضي بوصفه جزءاً لا يتجزأ من المنظومة الإعلامية، يمتلك قدرة فريدة على الوصول إلى جماهير واسعة ومتنوعة، مما يجعله وسيلة فعالة لنشر الرسائل السياسية وتشكيل الرأي العام

ومن أجل إدراك الآلية التي تتمحور حول كيفية توظيف الإعلام الرياضي لتعزيز مظهر الخطاب السياسي، مع تحليل الأساليب التي يستخدمها لتحقيق سرديات معينة وحياسة توظيف الإنجازات الرياضية سياسياً يمكن صياغة السؤال التالي : كيف يمكن للإعلام الرياضي أن يعزز الخطاب السياسي، وما هي الآليات التي يستخدمها لتحقيق هذا التمهيد؟

1.5. الإعلام الرياضي كأداة للتأثير السياسي:

إن الإعلام الرياضي أضحى يستخدم كمنصة لنشر الرسائل السياسية من خلال تغطية الأحداث الرياضية الكبرى، ومن أجل فهم هذا الدور يمكن الاستعانة بمثال على ذلك ، فخلال كأس العالم 2018 في روسيا، استغل الرئيس الروسي فلاديمير بوتين الحدث لعرض صورة إيجابية عن بلاده على الساحة الدولية ، هذا يوضح كيف يمكن للإعلام الرياضي أن يكون أداة فعالة في تحسين الصورة العامة للدول، وإعطائها مكانة معتبرة في الإطار الوطني أو الإقليمي أو الدولي، "لا يمكن تجاهل الدور الفعال الذي يلعبه الإعلام في تغيير المواقف وتثبيت القيم، بل ونشر سياسات الدول المختلفة، باسم ما بات يعرف رسمياً في أدبيات العلوم السياسية بالقوى الناعمة" (مبروك، 2021، ص117)

2.5. تعزيز الهوية الوطنية:

بات يلعب الإعلام الرياضي دوراً محورياً في تعزيز الهوية الوطنية من خلال تغطية الأحداث الرياضية التي تجمع الجماهير حول قضية مشتركة. فعندما يفوز فريق وطني ببطولة كبرى، يتم توظيف هذا الإنجاز لتعزيز الشعور بالفخر الوطني والوحدة. على سبيل المثال، كان لفوز المنتخب الفرنسي بكأس العالم 1998 تأثير كبير على تعزيز الوحدة الوطنية في فرنسا في السياق العربي، كان لفوز المنتخب القطري بكأس آسيا 2019 تأثير كبير على تعزيز الشعور بالفخر الوطني في قطر، خاصة في ظل الحصار الذي فرضته بعض الدول المجاورة

3.5. استخدام الرياضة كأداة دبلوماسية:

لا يمكن نكران أن الرياضة اليوم في ظل تكنولوجيا الذكاء الاصطناعي صارت تُستخدم كأداة دبلوماسية لتحسين العلاقات بين الدول، والعمل على الجمع بين الشعوب وتقريب وجهات النظر وجسر الهوة بين سياسات الدول المختلفة، حيث أن تنظيم مباريات ودية بين دولتين من شأنه تعزيز العلاقات الثنائية أو لتخفيف حدة النزاعات، إذا تم توظيفه ضمن خطاب سياسي حكيم فعلى سبيل المثال، لعبت مباريات كرة القدم بين الولايات المتحدة وكوبا دوراً مهماً في تحسين العلاقات بين البلدين خلال فترة الذوبان الجليدي الدبلوماسي

وفي العالم العربي، "لا يمكن نسيان مباراة أم درمان التي ترافقت مع توظيف سياسي مصري مشين، إلا أنه وبعد فترة تم استدراك الأمر و استخدام المباريات بين البلدين، مصر والجزائر سياسياً في تحسين العلاقات الثنائية بين البلدين، وهذا رغم التوترات السياسية التي شهدتها العلاقات في فترات سابقة" (شتوح، 2020، ص57)

4.5. التحديات الأخلاقية:

بالرغم من الفوائد التي يمكن أن يجلبها الإعلام الرياضي في تعزيز الخطاب السياسي، إلا أنه يواجه تحديات أخلاقية كبيرة، و من أهم هذه التحديات انتهاك الخصوصية وحماية البيانات فعندما يتم جمع البيانات الشخصية للجماهير دون موافقتهم، يمكن أن يؤدي ذلك إلى انتهاكات خطيرة للخصوصية بالإضافة إلى ذلك، يمكن أن تؤدي التغطية الإعلامية المتحيزة إلى تعزيز الصور النمطية السلبية أو تأجيج العداء بين الجماهير، والمثال على ذلك، أنه في بعض الأحيان يتم تصوير الفرق الرياضية من دول معينة بشكل سلبي في الإعلام الغربي، مما يعزز الصور النمطية السلبية عن هذه الدول، وهذا يعد انتهاكا واضحا للخصوصية "إن التحدي الأخلاقي الذي يمكن أن يواجه إعلام الذكاء الاصطناعي هو تحدي المسؤولية، فأنظمة الذكاء لا يمكن لها أن تحدد ما يمكن أن ينشر وما لا ينشر" (كامل، 2024)

6. نظرية التأطير الإعلامي:

تشير نظرية التأطير الإعلامي إلى عملية اختيار وتقديم جوانب معينة من الواقع في الرسائل الإعلامية، بحيث يتم تعزيز تفسير معين أو وجهة نظر محددة بمعنى آخر "التأطير هو الطريقة التي يتم بها "تغليف" المعلومات لتوجيه انتباه الجمهور إلى جوانب معينة وتجاهل جوانب أخرى" (أحمد، 2018، ص125)

و تشير هذه النظرية إلى الطريقة التي يتم بها تقديم المعلومات أو القضايا في الرسائل الإعلامية من خلال التأطير أو الإطار، وذلك من خلال بلورة وعي الجمهور حول رأي ما أو قضية ما، "فالإطار يمكن أن يكون لفظيًا أو بصريًا، ويؤثر على كيفية تفسير الجمهور للرسالة العملية التي يتم من خلالها اختيار وتقديم جوانب معينة من الواقع في الرسائل الإعلامية التأثير الذي يحدثه الإطار على تصورات الجمهور واتخاذ القرارات" (أحمد ي.، 2021، ص27)، فالطريقة التي يتم بها تقديم المعلومات أو القضايا في الرسائل الإعلامية تدعى الإطار، حيث يمكن أن يكون لفظيًا أو بصريًا، ويؤثر على كيفية تفسير الجمهور للرسالة

1.6. نظرية التأطير في واقع الإعلام الرياضي:

تتعد إسقاطات هذه النظرية الحديثة في مجالات لا يمكن حصرها، لكن يمكن أن تقتصر على تناولها في شقي الشأن الرياضي ، والمجال السياسي، بشكل من الإيجاز حتى تتضح الصورة، وهو ما يهمنا كونهما يتعلقان بموضوع هذا البحث ،

ففي مجال تأطير الأحداث الرياضية يؤطر الإعلام الرياضي الأحداث الرياضية بطريقة تعزز الهوية الوطنية أو تحسن العلاقات الدولية ما بين الدول، ففي خلال كأس العالم 2022 في قطر، كان هذا التأطير جليا لا يمكن أت تخطئه العين، حيث عمدت باستغلالها للحدث سياسيا من تعزيز صورة الدولة

ومن جهة أخرى نجد هذه النظرية حاضرة في تأطير الشخصيات الرياضية أيضا، إذ تمكن الإعلام الرياضي من أن يبلور الشخصيات الرياضية كنماذج يحتذى بها وفي الجانب السياسي أسهم الإعلام الرياضي في القضايا السياسية من خلال تغطية الأحداث الرياضية، في بلورة تصورات الجمهور وآرائه تجاه قضايا مختلفة سواء محلية أو دولية

7. استخدام الذكاء الاصطناعي في تشكيل الرأي العام:

يمكن أن يساعد الذكاء الاصطناعي في تشكيل الرأي العام من خلال تحليل البيانات وتوجيه الخطاب السياسي بشكل أكثر فعالية، "حيث يمكن للذكاء الاصطناعي تحليل ردود أفعال الجماهير على الأحداث الرياضية وتوجيه الخطاب السياسي لتعزيز الهوية الوطنية أو تحسين العلاقات الدولية" (العلي، 2022، ص73)

وفي السياق العربي، تم استخدام الذكاء الاصطناعي لتحليل ردود أفعال الجماهير على الأحداث الرياضية، مما ساعد في تعزيز الخطاب السياسي، ومن ذلك، لا بأس في أن نذكر مرة أخرى بمثال سبق وأن ذكرناه في مقدمة البحث، ففي خلال كأس العالم 2022 في قطر، تم استخدام الذكاء الاصطناعي لتحليل ردود أفعال الجماهير على التغطية الإعلامية، مما ساعد في تعزيز الصورة الإيجابية للدولة المضيفة

وفي الشأن الرياضي يتم استخدام الذكاء الاصطناعي لتحليل ردود أفعال الجماهير على الأحداث الرياضية، مما يساعد في توجيه التغطية الإعلامية لتعزيز الهوية الوطنية أو تحسين العلاقات الدولية، كما يمكن أن يؤثر الإعلام الرياضي باستخدامه لتقنيات الذكاء الاصطناعي المختلفة بشكل كبير على الرأي العام من خلال تغطية الأحداث الرياضية الكبرى كما جرى خلال الألعاب الأولمبية في الصين 2008، حيث استخدمت الصين الإعلام الرياضي لعرض قوتها الاقتصادية والسياسية على العالم، مما ساهم في تحسين صورتها الدولية" أضحي استخدام الذكاء الاصطناعي في حقل الإعلام ذا أثر واضح في تقديم خدمة أفضل لدى المتلقي، وأسهل في تشكيل مواقفه واتجاهاته" (الرفاعي، 2019، ص155)

يمكن إذن الوصول إلى أن إحدى الوظائف الحيوية للذكاء الاصطناعي في الإعلام الرياضي هي قدرته على تشكيل الرأي العام، سواء كان ذلك في سياق التأثير على الجمهور الرياضي أو التأثير على المواقف السياسية والاجتماعية المرتبطة بالرياضة، و يمكن للذكاء الاصطناعي أن يساعد الإعلام في تحديد المواضيع الأكثر اهتمامًا بين الجماهير، وتوجيه النقاش حول قضايا معينة في الرياضة مثل حقوق اللاعبين، الفساد الرياضي، أو القضايا الاجتماعية مثل المساواة بين الجنسين

ومنه يمكن القول أن للإعلام الرياضي القدرة على توجيه الخطاب الإعلامي بناءً على هذه البيانات، إذا كان هناك توجهات معينة من الجمهور تُظهر استياءً من موضوع ما، يمكن للإعلام أن يعكس هذا الاستياء أو يُعزز النقاش حوله، مما يؤثر بشكل غير مباشر على الخطاب السياسي والاجتماعي في الرياضة

8. دور الذكاء الاصطناعي في تشكيل الخطاب الإعلامي الرياضي:

يعد الذكاء الاصطناعي ركيزة أساسية في مجال الإعلام الرياضي على وجه الخصوص، إذ أصبح له تأثير بالغ في شكل الخطاب الإعلامي وطريقة توجيه الرسائل للجمهور، فهو يعكس هذا التحول التكنولوجي في الطريقة التي يتم بها إنتاج وتحليل وتوزيع المحتوى الرياضي، حيث يتم الاستفادة من أدوات الذكاء الاصطناعي لتعزيز التفاعل مع الجمهور، وتحسين جودة المحتوى، وتحليل البيانات بشكل أكثر دقة وفعالية

وفي هذا السياق يمكن للذكاء الاصطناعي أن يساهم في تشكيل الخطاب الإعلامي الرياضي بطرق متعددة، بدءًا من تحسين التحليل الرياضي، وصولاً إلى التأثير على القضايا السياسية والاجتماعية المرتبطة بالرياضة، وهذا برغم التحديات التي تواجه الإعلام التقليدي، حيث يبدو متأخرا عن ركب ثورة الذكاء الاصطناعي "ومع بداية السنة الجارية وقت ثورة غير مسبوقة في الذكاء الاصطناعي.. جعلت المؤسسات الإعلامية عبر العالم أمام تحديات أكثر تعقيدا حول كيفية التكيف مع هذه التحولات التكنولوجية" (غربي، 2024، ص7)

1.8. الذكاء الاصطناعي وتخصيص المحتوى الرياضي:

إن من أهم أدوار الذكاء الاصطناعي في الإعلام الرياضي هو قدرته على تخصيص المحتوى استنادًا إلى بيانات ضخمة يتم جمعها وتحليلها من مختلف المصادر "تقنيات مثل التعلم الآلي والتحليل التنبؤي تُستخدم لتحليل تفضيلات الجمهور وأنماط اهتماماته، وبالتالي يتم تشكيل

الخطاب الإعلامي بناءً على هذه البيانات" (محبوب، 2020، ص33) ومنه يمكن للذكاء الاصطناعي تحليل تفاعل المشاهدين مع الأخبار الرياضية على وسائل التواصل الاجتماعي، ومعرفة الفرق أو اللاعبين الذين يحظون بشعبية أكبر في فترات معينة، وبالتالي يتم تكييف الخطاب الإعلامي ليواسب هذه الاهتمامات

لا يقدم الإعلام الرياضي محتوى عامًا فقط، بل يتم تخصيصه لكل مجموعة من الجمهور بناءً على اهتماماتهم الشخصية، إذا كانت مجموعة معينة من المشاهدين تهتم بأخبار كرة القدم الأوروبية، يتم تزويدهم بمحتوى يناسب ذلك، مما يعزز التفاعل مع الأخبار ويزيد من حجم الاستهلاك الإعلامي. هذه العملية تُعد من أوجه استخدام الذكاء الاصطناعي لتحسين تجربة المشاهدين وجعلها أكثر تخصيصًا.

خاتمة:

إن ختاماً وفي ظل التطورات التكنولوجية المتسارعة وثورة الذكاء الاصطناعي، أصبح الإعلام الرياضي أداة قوية ليس فقط لتغطية الأحداث الرياضية، بل أيضاً لتشكيل الرأي العام وتعزيز الخطاب السياسي من خلال الذكاء الاصطناعي، بوصفه تقنية متقدمة، حيث أعاد تشكيل مهمة الإعلام الرياضي من خلال كيفية جمع البيانات وتحليلها، مما أتاح للإعلام الرياضي فرصاً جديدة لتوجيه الرأي العام بشكل أكثر دقة وفعالية سواء بشكل سلبي أو إيجابي ومع ذلك، فإن هذا التطور يطرح تساؤلات أخلاقية حول كيفية استخدام هذه الأدوات بشكل مسؤول دون انتهاك الخصوصية أو نشر المعلومات المضللة.

وقد بينت الوقفة أن الخطاب السياسي أداة قوية تؤثر على الشأن الرياضي من خلال استخدام الإعلام الرياضي لتوجيه الرسائل السياسية وتعزيز الأجندات السياسية، فالإعلام الرياضي، بوصفه وسيطاً رئيسياً بين الرياضة والجمهور، يلعب دوراً محورياً في تعزيز هذا التأثير من خلال استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي الذي أصبح يعزز قدرة الإعلام الرياضي على تحليل البيانات وفهم توجهات الجمهور، مما يساعد في صياغة رسائل سياسية أكثر فعالية، إذ يمكن للإعلام الرياضي أن يعزز الهوية الوطنية من خلال تغطية الأحداث الرياضية التي تجمع الجماهير حول قضية مشتركة، أو أن يعزز التقارب بين الشعوب من خلال تغطية الأحداث الرياضية، والمنافسات المختلفة الوطنية أو القارية

كما أن استخدام الذكاء الاصطناعي في الإعلام الرياضي أصبح يطرح تحديات أخلاقية، بما في ذلك انتهاك الخصوصية ونشر المعلومات المضللة، وهو أمر بالغ الأهمية، خاصة إن تصادف ذلك مع خطاب سياسي غير شفاف، ويخفي وراءه إرادة سيئة، وهو ما قد يؤثر سلباً على الشأن الرياضي

إذن يتضح من خلال هذه الدراسة أن الإعلام الرياضي يشكل فضاءً خصباً لتمظهر الخطاب السياسي، وأن الذكاء الاصطناعي أسهم في تعزيز هذا التمظهر عبر آليات تحليل البيانات والتخصيص الإعلامي، غير أن هذا التطور يفرض الحاجة إلى ضوابط أخلاقية تضمن الاستخدام المسؤول لهذه الأدوات، وتحول دون توظيف الرياضة لأغراض سياسية قد تعمق الانقسامات أو تروج لمضامين غير شفافة.

توصيات:

- يجب أن تكون هناك سياسات واضحة تحكم استخدام الخطاب السياسي في الإعلام الرياضي، مع التأكيد على أهمية الإفصاح عن الأهداف السياسية وراء تغطية الأحداث الرياضية، ويمكن أن تلعب المؤسسات الإعلامية دوراً في تطوير مدونات سلوك تحدد كيفية استخدام الخطاب السياسي في الإعلام الرياضي، مع التأكيد على أهمية الشفافية.
- يجب أن تكون هناك جهود لتجنب استخدام الإعلام الرياضي لتأجيج النزاعات السياسية أو تعزيز الانقسامات الاجتماعية، ويمكن أن يلعب أيضاً الإعلام دوراً في تقديم محتوى يعزز الوحدة الوطنية ويجنب التركيز على القضايا المثيرة للخلافات السياسية
- يجب أن تكون هناك جهود لتعزيز الهوية الوطنية من خلال الإعلام الرياضي، مع التركيز على الأحداث الرياضية التي تجمع الجماهير حول قضية مشتركة، إذ يمكن أن تلعب الحكومات دوراً في استخدام الإعلام الرياضي لتغطية الأحداث الرياضية التي تعزز الشعور بالفخر الوطني والوحدة.
- يجب أن تكون هناك جهود لاستخدام الإعلام الرياضي كأداة دبلوماسية لتحسين العلاقات بين الدول، من خلال تغطية الأحداث الرياضية التي تعزز التفاهم المتبادل ، وذلك بأن تلعب المؤسسات الإعلامية دوراً في تنظيم فعاليات رياضية مشتركة بين دولتين لتعزيز العلاقات الثنائية

- يجب أن تكون هناك برامج تدريبية لتعزيز الوعي الأخلاقي لدى العاملين في الإعلام الرياضي، مع التأكيد على أهمية مراعاة الحدود والضوابط والالتزام بالمسؤولية المهنية والاجتماعية

المراجع:

1. أحمد محمود الرفاعي. (2019). **عصر الذكاء الاصطناعي**. القاهرة: دار الفكر.
2. أيمن زيد الخير أحمد. (2018, 2 13). **نظريات الإعلام الحديثة**. مجلة الإعلام ، صفحة 125.
3. جميل احمد حسن. (2018). **الرياضة للجميع**. القاهرة: دار الفكر.
4. رضا سليمان العلي. (2022). **الذكاء الاصطناعي وتطبيقاته**. عمان: دار الوراق.
5. سلمى علي مبروك. (2021). **الإعلام والسياسة العالمية**. بيروت: دار المنهل.
6. علي جاد الله حسين. (2001). **مبادئ في السياسة**. بيروت: دار المنهل.
7. علي طه أمين. (2020). **مستقبل الإعلام في ظل الوسائط الجديدة**. عمان، الاردن: دار المناهج للنشر والتوزيع.
8. فاتن حسن محجوب. (2020). **الخطاب الإعلامي والثورة التكنولوجية**. بيروت: دار راس النبع.
9. فياض قاسم محمود. (2022). **الذكاء الاصطناعي لغة العصر**. عمان: دار الوراق.
10. مروان شتوح. (2020). **المسؤولية الاجتماعية وعلاقتها بالأداء الصحفي الرياضي لدى كل من جريدتي الشروق الجزائرية والأهرام المصرية**. الجزائر: جامعة الجزائر3.

دوريات:

1. ياسين ولد دادا أحمد. (2021, 4 2). **الإعلام الحديث والتغطية السياسية**. أوراق ، صفحة 141.
 2. احمد غربي. (2024, 09 30). **الإعلام والذكاء الاصطناعي: تحديات قانونية وتقنية وسائطية**. التشريع الإعلامي ، صفحة 7.
 3. نجيب كامل. (2024, 7 31). **الذكاء الاصطناعي في الإعلام، مفهوم جديد في صناعة الأخبار ومخاطر جديدة**. المجلة الجزائرية للأبحاث والدراسات ، صفحة 102.
- مواقع انترنت:

-دور-الإعلام-الرقمي-و-الذكاء-الاصطناعي-في-تشكيل-الوعي-السياسي:

<https://alwatannews.net/opinion/article/4002313>

الذكاء-الاصطناعي-ومستقبل-الإعلام:

- www.aljazeera.net/opinions/2023/3/13 /