

تصورات حول دور الذكاء الاصطناعي في تطوير الأداء الإعلامي الرياضي "من وجهة نظر المختصين"

Perspectives on the role of artificial intelligence in developing sports media performance

"From the perspective of experts"

عبد الكريم بكري¹، عمر بوعجيلة²، عبد الرزاق توميات³

Abdelkarim Bakri¹, Omar Bouadjila², abderrazak toumiat³

¹ معهد علوم وتقنيات النشاطات البدنية والرياضية جامعة المسيلة

abdelkarim.bakri@univ-msila.dz

² معهد علوم وتقنيات النشاطات البدنية والرياضية جامعة قسنطينة 2

Bouadjila.omar@univ-constantine2.dz

³ معهد علوم وتقنيات النشاطات البدنية والرياضية جامعة المسيلة

abderrazak.toumiat@univ-msila.dz

تاريخ النشر: 2026/09/14

تاريخ القبول: 2026/08/06

تاريخ الاستلام: 2026/07/11

الملخص:

يهدف هذا البحث إلى استكشاف تصورات أهل الاختصاص من إعلاميين، أكاديميين، وتقنيين حول تطوير الذكاء الاصطناعي في تطوير الأداء الإعلامي الرياضي الإلكتروني انطلاقاً بمعرفة مدى وعي المختصين بمفاهيم الذكاء الاصطناعي، مروراً بتحديد أبرز المجالات التي يستخدم فيها، وصولاً لاكتشاف العقبات التي تحول دون توظيفه بشكل فعال. اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي عن طريق استخدام الاستبيان الإلكتروني لجمع البيانات من عينة البحث والتي تتكون من مجموعة من الإعلاميين والأكاديميين والتقنيين تم اختيارهم باستخدام طريقة العينة القصدية لتحقيق أغراض البحث. توصلت النتائج إلى أن الذكاء الاصطناعي ينظر إليه بشكل إيجابي كأداة واعدة لتطوير الإعلام الرياضي، خاصة في الجوانب المرتبطة بالتحليل الرقمي وتخصيص المحتوى والتفاعل مع الجمهور. كما أبرزت الدراسة جملة من التحديات، من بينها نقص التكوين التقني، ضعف البنية التحتية، والهواجس الأخلاقية..

-الكلمات الدالة: الذكاء الاصطناعي؛ الاعلام الرياضي.

Abstract:

The purpose of this study is to explore how academics, technicians, and media professionals perceive the use of artificial intelligence in developing e-sports media performance. It starts by determining the level of expertise in AI principles, then identifies the most common applications of AI, and lastly, it identifies the barriers to its efficient application.

The study relied on a descriptive methodology. An electronic questionnaire was used to gather data from the research sample, which is made up of a group of

academics, technicians, and media professionals who were chosen through the purposeful sampling method to achieve the study's aims. The results indicated that artificial intelligence is viewed positively as a promising tool for developing sports media, particularly in areas related to digital analysis, content personalization, and audience engagement. The study also highlighted a number of challenges, including a lack of technical training, weak infrastructure, and ethical concerns.

-Keywords: artificial intelligence ; e-sports media.

1. مقدمة:

ارتبط مضمون الاعلام في بدايته بشكل جزئي مع التكنولوجيا، من خلال استخدام اجهزة الاعلام الآلي في عمليات التحرير، التصميم، والاخراج، ومعالجة المعلومات، وكذا الطباعة، الا ان طرق التوزيع كانت تقليدية لأبعد الحدود مما جعل الصدى الاعلامي مرهون على فئة دون غيرها، هذا ما جعل المؤسسات الاعلامية للسعي لايجاد وسائل اسهل وولها صدى أكبر واوسع صدى، ومنه شهد الإعلام وصناعاته تطورا ملحوظ مستندا على التطور التكنولوجي الممتد في مجال الاتصالات والتكنولوجيا، ومنه اتجهت المؤسسات الاعلامية لدمج التقنية في عملية التحرير والتصميم الاعلامي من خلال تقنيات الذكاء الاصطناعي وقاموا بأتممة تامة لوظيفة الاعلام، من اول مرحلة للاعلامي الى آخر مرحلة جمع المعلومات ثم تصميمها وتحريرها وصولا إلى عملية التوزيع عبر مختلف الوسائط التقنية الحديثة التي تتماشى مع المجتمع المقصود.

كل ما سلف ذكره مكن وسائل الاعلام بقدرة اكبر في عمليات التصميم والتأثير على المشاهد وكذا زيادة نسبة الجذب والتأثير على الرأي العام، كما سهلت عمليات نقل الخبر وجعلتها ذات نوعية واكثر وصولا وانتشار وتفاعلا.

ومما لاشك فيه ولأن الصحافة الرياضية جزء من المنظومة الاعلامية الالكترونية، فكان لها نصيب من هذا التطور التكنولوجي الحاصل، فقد تمكنت هي ايضا من استخدام الذكاء الاصطناعي وتقنياته على نطاق واسع، سواء في تحليل البيانات وكذا إشراك الجمهور وتصميم المحتوى وانشائه، هذا ما سهل على الصحفيين العمل بانثاجية وكفاءة اكبر، ايضا اصبح صحفي الرياضة اليوم يستعمل برامج المحادثة المدعومة بتقنيات الذكاء الاصطناعي بشكل ملحوظ للتفاعل مع المشاهدين على مختلف وسائط التواصل المعروفة وكذا المواقع الإلكترونية، مما سهل عملية الاستجابة الفورية

لمختلف تساوؤلات المعجبين والمتفاعلين، ولم تتوقف التقنية عند هذا الحد بل دخلت مجال التنبؤ بنتائج الالعب الرياضية والمنافسات الرياضية من خلال اعتمادها على خوارزميات آلية وتقنية تعمل على تحليل مختلف البيانات المتعلقة بتلك الالعب والرياضات.

مفهوم الذكاء الاصطناعي :

يرى " ايان ريتش" أن الذكاء الاصطناعي هو ذلك العلم الذي يبحث في كيفية جعل الحاسوب يؤدي الأعمال التي يؤديها البشر بطريقة أقل منهم ، فعلم الذكاء الاصطناعي يهدف إلى فهم طبيعة الذكاء الإنساني عن طريق عمل برامج للحاسب الآلي قادرة على محاكاة المتسم بالذكاء ، وتعني قدرة برنامج الحاسب على حل مسألة ما أو اتخاذ قرار في موقف ما بناء على وصف هذا الموقف أن البرنامج نفسه يجد الطريقة التي يجب أن تتبع لحل المسألة، أو الوصول إلى القرار بالرجوع إلى العديد من العمليات الاستدلالية المتنوعة التي غذي بها البرنامج. (ساعد، 2020، 202)

ويعرف بأنه فرع من علم الحاسوب يهتم بدراسة وصناعة أنظمة حاسوبية تتعلم مفاهيم ومهام جديدة، يمكنها أن تفكر وتستنبط استنتاجات مفيدة حول العالم الذي نعيش فيه، وتستوعب اللغات الطبيعية وتلاحظ وتقيم المناظر المرئية ويمكنها إنجاز أعمال تتطلب ذكاء بشريا (الرتيمي، 2012، 03)

وعليه فإن الذكاء الاصطناعي هو فرع من فروع علوم الحاسوب والذي يهتم بتطوير الأنظمة والبرامج التي تتمتع بالقدرة على التفكير والتعلم واتخاذ القرارات بشكل مستقل بطريقة تشبه القدرات العقلية للإنسان ويعتمد الذكاء الاصطناعي على تقنيات مثل التعلم الآلي ومعالجة اللغات الطبيعية والتعرف على الصوت والصورة والروبوتات والشبكات العصبية الاصطناعية وغيرها من التقنيات الحديثة. ويستخدم الذكاء الاصطناعي في العديد من المجالات مثل الطب والصناعة والتجارة والترفيه وغيرها، ويعد من أهم التقنيات الحديثة التي تشكل مستقبل الحياة البشرية.

الذكاء الاصطناعي في الإعلام:

يُشير مصطلح "الذكاء الاصطناعي في الإعلام" إلى استخدام تقنيات وأدوات الذكاء الاصطناعي في معالجة وتحليل البيانات الإعلامية مثل تحليل تفاعل الجمهور مع المحتوى الإعلامي لفهم اهتماماتهم وتقديم محتوى مناسب. كذلك تطوير الأدوات لتحسين الإنتاج والمحتوى الإعلامي، يشمل ذلك العديد من التطبيقات وأدوات مثل تحليل الأخبار. كذلك توليد المحتوى المرئي أو الصوتي تلقائياً ككتابة المقالات أو الأخبار بناءً على بيانات مدخلة. التوصية بالمحتوى، وتحسين تجربة المستخدمين عبر

تخصيص المحتوى الذي يتم تقديمه للجمهور بناءً على تفضيلاتهم، والتفاعل مع الجمهور عبر روبوتات المحادثة أو أدوات الذكاء الاصطناعي التي تساعد في تقديم إجابات فورية.

ولأن التحول الذي عرفه مفهوم الجمهور في بنيته وخصوصياته النفسية والاجتماعية والثقافية، بل وحتى السياسية، جعل من القائمين على صناعة المحتوى الإعلامي المنظمين في شكل مؤسساتي يعيدون رسم خططهم للوصول إلى إقناعه بالتعامل معهم واستهلاك ما ينتجونه من مواد إعلامية على اختلاف مخرجاتها، فالمادة الإعلامية أصبحت مسلعة خاضعة لمنطق التسويق والتطورات الحاصلة في خطته واستراتيجياته، فالمعلومة لم تعد كما كانت، بل إن انتاجها لم يعد يخضع للقواعد والشروط التقليدية، بل اضحت مبنية على عنصر الجذب والإقناع وكسب ثقة المشاهد. إضافة إلى التحول سالف الذكر وما حمله من تغير في أدواره ووظائفه، كان التحدي الاقتصادي من أهم التحديات التي واجهتها المؤسسات الإعلامية قبل عملية التكيف مع السياق، حيث كان عليها الانسجام مع ما فرضته التكنولوجيا للبقاء والاستمرارية في قطاع اقتصادي ينافس فيه الإعلام نفسه من جهة باختلاف الحوامل وينافس الاتصال من جهة أخرى، فالقائم على المؤسسة الإعلامية أصبح هدفه الأساسي في تسيير مؤسسته التي لا تختلف من حيث البنية وفلسفة التسيير مع المؤسسات الاقتصادية الأخرى في مختلف قطاع النشاط، أصبح هدفه تقليص تكاليف الوصول إلى الجمهور، خاصة في ظل اعتماد المؤسسات الاقتصادية التي تخصص ميزانيات كبرى للإشهار بتكلفة الوصول إلى المستهلك الواحد. (غال، 2023، 332)

وقد ارتبط الإعلام بالذكاء الاصطناعي والرقمنة، فقد أصبح الإعلام صناعة تراعي طبيعة المحتوى المراد تسويقه وفق استراتيجيات تسويق مكيفة مع طبيعة المنتج، خاصة في ظل المنافسة التي أصبحت مفروضة على الإعلام المؤسس من طرف الإعلام الهادي الذي يمارس بعيدا عن الرهانات الاقتصادية في غالب الحالات، فالمؤسسات تنظر إلى الإعلام على أنه قطاع استثماري مربح، بينما يتعامل الهواة معه على أنه هواية وممارسة لدور اجتماعي.

من هذا المنطلق، أصبح المضمون الإعلامي لمنتج قابل للتسويق يقترب من الاتصال أكثر من الإعلام، ذلك أن المؤسسات الإعلامية أصبحت تسعى إلى ربط علاقة مستمرة مع الجمهور وإعطائه منتجا قابلا للاستهلاك ضمن السياقات الزمنية والمكانية التي يريدها وبالتفاصيل التي يسعى إلى معرفتها، الأمر الذي يؤدي إلى طرح السؤال: كيف يتم تكيف انتاج مضامين الاعلام الرياضي باعتماد متطلبات الذكاء الاصطناعي ؟

تساؤلات الدراسة:

- 1- ما مستوى وعي أهل الاختصاص بمفاهيم الذكاء الاصطناعي في الإعلام الرياضي الإلكتروني؟
- 2- ما أبرز مجالات توظيف الذكاء الاصطناعي في الإعلام الرياضي الإلكتروني من وجهة نظر أهل الاختصاص؟
- 3- ما التحديات التي تعيق التوظيف الفعال للذكاء الاصطناعي في تطوير الإعلام الرياضي الإلكتروني من وجهة نظر أهل الاختصاص؟

فرضيات الدراسة:

- 1- مستوى وعي أهل الاختصاص بمفاهيم الذكاء الاصطناعي في الإعلام الرياضي الإلكتروني مرتفع.
- 2- أبرز مجالات توظيف الذكاء الاصطناعي في الإعلام الرياضي الإلكتروني من وجهة نظر أهل الاختصاص هي إدارة التفاعل مع الجمهور وتخصيص المحتوى.
- 3- التحديات التي تعيق التوظيف الفعال للذكاء الاصطناعي في تطوير الإعلام الرياضي الإلكتروني من وجهة نظر أهل الاختصاص هي ضعف التكوين وارتفاع التكاليف.

أهداف الدراسة:

- 1- لقاء الضوء على الوعي بمفاهيم الذكاء الاصطناعي في الإعلام الرياضي الإلكتروني.
- 2- تحديد أبرز مجالات توظيف الذكاء الاصطناعي في الإعلام الرياضي الإلكتروني.
- 3- توضيح التحديات التي تعيق التوظيف الفعال للذكاء الاصطناعي في تطوير الإعلام الرياضي.

أهمية الدراسة:

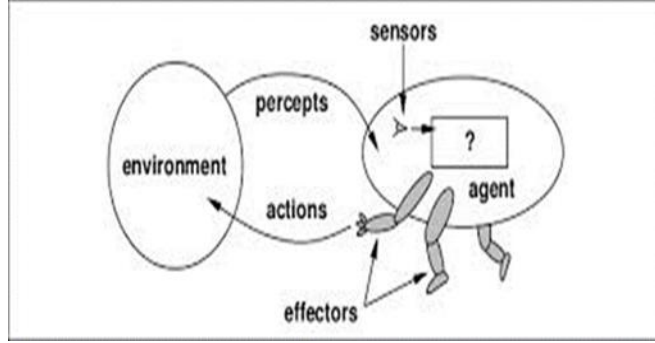
التعريف بمفاهيم الذكاء الاصطناعي في الإعلام الرياضي الإلكتروني كحجر أساس والتعرف على مجالاته والحد من التحديات التي تعيق التوظيف الفعال له، وتقديم اقتراحات للتحسين والتطوير في المستقبل.

الكلمات الدالة في الدراسة :

- مفهوم الذكاء الاصطناعي:

طريقة ملائمة وقوية لوصف البرامج المعقدة فهو كيان قادر على العمل مع درجة معينة من الحكم الذاتي من أجل إنجاز المهام نيابة عن المستخدم ولكن على عكس الكائنات، والتي تم تعريفها من حيث الأساليب والصفات (زيتون ، 2021 ، ص59).

ويوضح الشكل (1) مفهوم الذكاء الاصطناعي بشكل مبسط :



(المصدر: النمري، 2024)

- مفهوم الاعلام الرياضي الالكتروني:

الاعلام الرياضي هو تلك العملية التي تهتم بنشر الأخبار و المعلومات و الحقائق المرتبطة بالرياضة و تفسير القواعد والقوانين والمبادئ المنظمة للألعاب وأوجه النشاط الرياضي و ذلك للجمهور بقصد نشر ثقافة الرياضة بين أفراد المجتمع وتنمية الوعي الرياضي و انه من خلال وسائل الاتصال الجماهيرية يتم التأثير في النمو السلوكي و القيمي لجمهوره. (الهادي، رعاش، 2020، 72)

-إجرائيا: الإعلام الرياضي في دراستنا يبين لنا القوانين الرياضية و الفعاليات سواء من قبل اللاعبين والمدربين والجمهور أي الطلبة و هذا من اجل بلوغ درجة عالية من الوعي الرياضي و الثقافة الرياضية

2-الدراسات السابقة والمثابفة :

1.2. دراسة لمرارة خالد، نذير منى سامية (2023): تهدف هذه الورقة البحثية الى مناقشة موضوع مهن الإعلام ومدى تأثيرها سلبا وإيجابا بتقنيات الذكاء الاصطناعي، في ظل الانتشار الواسع لهذا الأخير على جميع مناحي الحياة المهنية للبشر. حيث ذكرت عدة دراسات لباحثين غربيين أن الذكاء الاصطناعي سيلغي حوالي 300 وظيفة ومهنة في م أ وأوروبا من بينها مهن الإعلام وصناعة المحتوى الإعلامي إذا استمر في التطور وكذا في ظل لجوء عدد معتبر من المؤسسات الإعلامية إلا الاستعانة به لإنتاج موادها الإعلامية. وقد اسفرت هذه الدراسة إلى عدة نتائج أهمها أن من المستحيل الجزم بأن الذكاء الاصطناعي سيحل محل الصحفي في المؤسسات

الإعلامية، غير أنه بات من الضروري على هذه الأخيرة استخدام أدوات AI في مختلف أنشطتها الإعلامية.

2.2. دراسة محمد الغباري، باسل عثمان (2023): هدفت الدراسة إلى التعرف على التغييرات التي أحدثتها تقنيات الذكاء الاصطناعي في عمل الإعلام الرقمي والتوجه نحو إعلام افتراضي جديد المبتاعيرس. استخدم الباحث المنهج الوصفي لدراسة الظاهرة، كما استعانة بالنظرية الموحدة لقبول واستخدام تكنولوجيا المعلومات وتوصل إلى مجموعة من النتائج والسيناريوهات المستقبلية وهي: السيناريو التفاؤلي، وسيناريو الثبات، والسيناريو التشاؤمي، وقد أشارت نتائج الدراسة إلى أن المستقبل في الإعلام الرقمي سيكون لصالح المؤسسات العاملة بالروبوت والبرامج الذكية من أجل تحسين جودة المحتوى ورفع كفاءة العمل وزيادة الإيرادات والأرباح للمؤسسة وأن على المؤسسات الإعلامية الحالية التأقلم مع الواقع الجديد بتغيير استراتيجيتها الحالية وضرورة التحول الى العلم الذكي، كما توصلت الدراسة إلى تزايد عمليات اتمتة الصحف والتوجه نحو النشر الرقمي عالمياً مع الإبقاء على التلفاز كوسيلة مشاهدة ذكية.

الجانب التطبيقي:

1-الطرق المنهجية المتبعة:

مجتمع البحث: الإعلاميين والأكاديميين والتقنيين المختصين في المجال الرياضي.

عينة البحث: مجموعة من الإعلاميين والأكاديميين والتقنيين تم اختيارهم باستخدام طريقة العينة القصدية بلغ عددهم 10 أفراد في العينة الاستطلاعية و26 مفردة في العينة الأساسية.

أداة جمع البيانات: تم استخدام الاستبيان الإلكتروني لجمع البيانات باستخدام استمارة مكونة من ثلاث محاور و15 عبارة تخدم التساؤلات المطروحة.

الخصائص السيكومترية للأداة:

الثبات:

* جدول رقم (1) يوضح ثبات الاستبيان بطريقة الفا كرونباخ :

المحور	عدد العبارات	قيمة الفا كرونباخ	القرار
مستوى الوعي	05	0,837	ثابت
أبرز مجالات توظيف الذكاء الاصطناعي	05	0,733	ثابت
التحديات التي تعيق التوظيف الفعال للذكاء الاصطناعي في تطوير الإعلام الرياضي الإلكتروني	05	0,838	ثابت

من خلال الجدول رقم (1) نجد ان قيم الفا كرونباخ على مستوى المحاور الثلاث للاستبيان كلها أكبر من (0,7) وبالتالي تدل على ثبات مرتفع للاستبيان يسمح باستخدامه في جمع البيانات.

الصدق:

* جدول رقم (2) يوضح الصدق التمييزي للاستبيان :

المحور	الفئة	المتوسط الحسابي	اختبار ستودنت لعينتين مستقلتين Independent Samples Test	القرار
مستوى الوعي	عليا	23,00	قيمة الاختبار T 9,50	توجد فروق
	دنيا	16,67		
أبرز مجالات توظيف الذكاء الاصطناعي	عليا	23,33	درجة المعنوية Sig 0,001	توجد فروق
	دنيا	18,66		
التحديات التي تعيق تطوير الإعلام الرياضي	عليا	22,67	قيمة الاختبار T 13,43	توجد فروق
	دنيا	16,33		

من خلال الجدول رقم (2) وبعد المقارنة بين الفئات العليا والفئات الدنيا للدرجات المحصل عليها من قبل العينة الاستطلاعية باستخدام اختبار ستودنت لعينتين مستقلتين توصلت النتائج لفروق دالة احصائية بين الفئات الدنيا والعليا مما يدل على صدق طرفي عالي وعلى ان الاستبيان قادر على التمييزي بين الدرجات مما يجعل له موثوقية تسمح باستخدامه في جمع البيانات.

التأكد من اعتدالية البيانات: جدول رقم (3) يوضح التوزيع الخاص بالبيانات :

المحور			اختبار كولموجروف
			Kolmogorov-Smirnov
قيمة الاختبار	Sig	القرار	
0,082	* 0,200	توزيع طبيعي	مستوى الوعي
0,137	* 0,200	توزيع طبيعي	أبرز مجالات توظيف الذكاء الاصطناعي في الإعلام الرياضي
0,158	0.094	توزيع طبيعي	تحديات تعيق التوظيف للذكاء الاصطناعي في تطوير الإعلام الرياضي الإلكتروني

من خلال الجدول رقم (3) نجد ان نتائج اختبار الاعتدالية كولموجروف كلها غير دالة احصائيا مما يدل على عدم وجود فروق في البيانات لصالح أحد الاتجاهات أي انها تتبع التوزيع الطبيعي وبالتالي يمكن تحليلها باستخدام الاختبارات الاحصائية المعلمية.

2- عرض النتائج وتفسيرها ومناقشتها

عرض وتحليل ومناقشة النتائج الخاصة بالفرضية الأولى:

- مستوى وعي أهل الاختصاص بمفاهيم الذكاء الاصطناعي في الإعلام الرياضي الإلكتروني مرتفع.

* جدول رقم (4) يوضح الوصف الاحصائي الخاص بنتائج المحور الأول :

العبارة	المتوسط الحسابي	اتجاه الإجابة حسب سلم ليكرت الخماسي
لدي معرفة أولية بمفهوم الذكاء الاصطناعي وتطبيقاته العامة.	3,77	موافق
أدرك أن الذكاء الاصطناعي يستخدم حاليا في تحليل الأداء والإحصاءات في الإعلام الرياضي الإلكتروني.	3,88	موافق

أميز بين المحتوى الرياضي التقليدي والمحتوى المدعوم بخوارزميات الذكاء الاصطناعي.	3,81	موافق
لدي وعي بأن الذكاء الاصطناعي يساهم في تخصيص الأخبار والمحتويات للجمهور الرياضي وفقاً لاهتماماتهم.	3,92	موافق
أعتبر الذكاء الاصطناعي من الأدوات الأساسية لمستقبل الإعلام الرياضي الإلكتروني.	3,85	موافق

من خلال الجدول رقم (4) نجد ان المتوسطات الحسابية لدرجات افراد العينة في الإجابة عن فقرات المحور الأول كلها تقع في نطاق الإجابة (موافق) وبما ان كل العبارات إيجابية فان هاته النتائج تدل على مستوى مرتفع من الوعي لدى المختصين بمفاهيم الذكاء الاصطناعي في الإعلام الرياضي الإلكتروني.

*** جدول رقم (5) يوضح مستوى وعي أهل الاختصاص بمفاهيم الذكاء الاصطناعي في الإعلام الرياضي الإلكتروني :**

المحور الأول	المتوسط الحسابي	المتوسط الفرضي	اختبار ستودنت لعينة واحدة			القرار الاحصائي
One-Sample Test						
مستوى وعي أهل الاختصاص			قيمة الاختبار	درجة الحرية	درجة المعنوية	
			(T)	(df)	(Sig)	
	19,23	15	5,81	25	0,000	دال

من خلال الجدول رقم (5) وبعد المقارنة بين المتوسط الحسابي والمتوسط الفرضي باستخدام اختبار ستودنت لعينة واحدة أتت النتائج لتوضح وجود فروق دالة احصائية لصالح المتوسط الحسابي مما يدل على ان إجابات افراد العينة تذهب في الاتجاه الإيجابي (المرتفع) وبالتالي فان الفرضية الأولى (مستوى وعي أهل الاختصاص بمفاهيم الذكاء الاصطناعي في الإعلام الرياضي الإلكتروني) محققة.

هاته النتائج تؤكد على ان لأهل الاختصاص معرفة أولية بمفهوم الذكاء الاصطناعي وتطبيقاته العامة كما ان لهم إدراك باستخداماته كما انهم يميزون بين المحتوى الرياضي التقليدي والمحتوى المدعوم بخوارزميات الذكاء الاصطناعي ولهم بأن الذكاء

الاصطناعي يساهم في تخصيص الأخبار والمحتويات ويعتبرون الذكاء الاصطناعي من الأدوات الأساسية لمستقبل الإعلام الرياضي الإلكتروني.

عرض وتحليل ومناقشة النتائج الخاصة بالفرضية الثانية:

- أبرز مجالات توظيف الذكاء الاصطناعي في الإعلام الرياضي الإلكتروني من وجهة نظر أهل الاختصاص هي إدارة التفاعل مع الجمهور وتخصيص المحتوى.

* جدول رقم (6) يوضح الوصف الاحصائي الخاص بنتائج المحور الثاني :

الترتيب	الاتجاه الإجابة	المتوسط الحسابي	العبرة
3	موافق	3,81	يواجه توظيف الذكاء الاصطناعي في الإعلام الرياضي صعوبات تتعلق بقلّة الكفاءات البشرية المتخصصة.
5	موافق	3,73	يشكل ضعف البنية التكنولوجية والموارد الرقمية عائقاً أمام الاستخدام الفعال للذكاء الاصطناعي.
2	موافق	3,85	هناك تكاليف مالية مرتفعة تعيق المؤسسات الإعلامية الرياضية من الاستثمار في تقنيات الذكاء الاصطناعي.
3	موافق	3,81	يحد غياب التشريعات والسياسات الواضحة من الاستخدام المنظم والأمن للذكاء الاصطناعي.
1	موافق	3,88	يمثل ضعف الوعي والثقافة الرقمية لدى بعض الإعلاميين والجمهور عائقاً أمام تبني هذه التقنيات.

من خلال الجدول رقم (6) نجد ان المتوسطات الحسابية لدرجات افراد العينة في الإجابة عن فقرات المحور الثاني كلها تقع في نطاق الإجابة (موافق) مما يدل على ان افراد العينة كان لهم رأي إيجابي حول كل المجالات الموضوعة في الاستبيان غير ان الاجابتين المتصدرتين هما (توظيف الذكاء الاصطناعي في إدارة التفاعل مع الجمهور، يساعد الذكاء الاصطناعي في تخصيص الأخبار والمحتويات) بالتالي فان هاته النتائج تدعم الفرضية المطروحة ومنه يمكن القول بان الفرضية الثانية (أبرز مجالات توظيف الذكاء الاصطناعي في الإعلام الرياضي الإلكتروني من وجهة نظر أهل الاختصاص هي إدارة التفاعل مع الجمهور وتخصيص المحتوى). محققة.

بالإضافة لتوظيف الذكاء الاصطناعي في إدارة التفاعل مع الجمهور ومساعدته في تخصيص الأخبار والمحتويات فانه من وجهة نظر أفراد العينة يساهم في التنبؤ بنتائج المباريات أو أداء اللاعبين ويمكن استخدامه في تحليل المباريات والأداء الفني، كما يسهم في إنتاج ملخصات وتقارير رياضية آلية بجودة عالية.

عرض وتحليل ومناقشة النتائج الخاصة بالفرضية الثالثة: التحديات التي تعيق التوظيف الفعال للذكاء الاصطناعي في تطوير الإعلام الرياضي الالكتروني من وجهة نظر اهل الاختصاص هي ضعف التكوين وارتفاع التكاليف.

*** جدول رقم (7) يوضح الوصف الاحصائي الخاص بنتائج المحور الثالث:**

الترتيب	المتوسط الحسابي	اتجاه الإجابة	العبرة
4	4,08	موافق	يمكن استخدام الذكاء الاصطناعي في تحليل المباريات والأداء الفني بشكل أسرع وأكثر دقة.
5	4,04	موافق	يسهم الذكاء الاصطناعي في إنتاج ملخصات وتقارير رياضية آلية بجودة عالية.
1	4,12	موافق	يساعد الذكاء الاصطناعي في تخصيص الأخبار والمحتويات حسب اهتمامات كل مشجع رياضي.
3	4,11	موافق	يساهم الذكاء الاصطناعي في التنبؤ بنتائج المباريات أو أداء اللاعبين بالاعتماد على البيانات الضخمة.
1	4,12	موافق	يمكن توظيف الذكاء الاصطناعي في إدارة التفاعل مع الجمهور عبر روبوتات الدردشة والمنصات الرقمية.

من خلال الجدول رقم (7) نجد ان المتوسطات الحسابية لدرجات افراد العينة في الإجابة عن فقرات المحور الثالث كلها تقع في نطاق الإجابة (موافق) مما يدل على ان التحديات الموضوعية في الاستبيان لاقت قبولا من فارد العينة وتصدر هات التحديات (ضعف الوعي والثقافة الرقمية، تكاليف مالية مرتفعة تعيق الاستثمار في الذكاء الاصطناعي) مما يدل على ان الفرضية الثالثة (التحديات التي تعيق التوظيف الفعال للذكاء الاصطناعي في تطوير الإعلام الرياضي الالكتروني من وجهة نظر اهل الاختصاص هي ضعف التكوين وارتفاع التكاليف.) محققة.

بالإضافة لهاته التحديات هناك تحديات أخرى تحول دون استخدام الذكاء الاصطناعي من وجهة نظر أهل الاختصاص ألا وهي غياب التشريعات والسياسات اللازمة وقلة الكفاءات البشرية المتخصصة وضعف البنية التكنولوجية والموارد الرقمية.

- الاستنتاجات والاقتراحات:

- يوجد مستوى وعي كبير ومرتفع من قبل أهل الاختصاص بمفاهيم الذكاء الاصطناعي في الإعلام الرياضي الالكتروني.
- مجالات توظيف الذكاء الاصطناعي في الإعلام الرياضي الالكتروني متعددة أبرزها تخصيص المحتوى وإدارة التفاعل وتحليل ورطب البيانات وتقديم الإحصاءات.
- هناك العديد من التحديات التي تعيق التوظيف الفعال للذكاء الاصطناعي في تطوير الإعلام الرياضي الالكتروني أهمها التكاليف المالية ونقص الخبرة والكوادر البشرية قلة الوعي ونقص المواد الرقمية والبنية التحتية والتشريعات اللازمة.

- الاقتراحات:

- نشر ثقافة استخدام الذكاء الاصطناعي في الاعلام الرياضي والاعلام الرياضي الالكتروني.
- تكوين الكوادر للتعامل مع تقنيات الذكاء الاصطناعي.
- وضع تشريعات وقوانين واضحة لإدارة هذا النوع من الاستخدام للذكاء الاصطناعي.
- توفير الإمكانيات المادية والتقنيات اللازمة لتطوير استخدامات الذكاء الاصطناعي.

- قائمة المصادر والمراجع:

1. امل محمد على على النمري (2024) اسهامات تطبيقات الذكاء الاصطناعي في التدريس، جامعة ام القرى مكة المكرمة.
2. ساعد ساعد (2020) الصحافة في عصر التكنولوجيا الرقمية، مجلة العلوم الانسانية، المجلد 4 العدد 5.
3. عيسى الهادي، رعاش كمال، 2020، الإعلام الرياضي الالكتروني وأثره في تنمية الثقافة الرياضية لدى الطلبة الجامعيين، مجلة الحكمة للدراسات الاعلامية والاتصالية، المجلد 7 العدد (3).

4. لراة خالد، نذير منى سامية (2023) مستقبل مهنة الإعلام في ظل بروز الذكاء الاصطناعي - هل ستستغني المؤسسات الإعلامية عن صحافييها؟ مجلة رقمنة الدراسات الإعلامية والاتصالية المجلد 3 العدد 2
5. لواء دكتور محمد الغباري، باسل سري عبدا لفتاح عثمان دور تقنيات الذكاء الاصطناعي في تطوير الاعلام الرقمي، المجلة العربية لبحوث الاعلام والاتصال، العدد 43.
6. محمد أبو القاسم الرتيمي (2012) الذكاء الاصطناعي والأنظمة الخبيرة (طبعة 1) ليبيا، د. د.
7. محمد غشام، محمد حسين النظاري 2025 تأثير الذكاء الاصطناعي على تطوير الأداء الرياضي: فحص واقع توظيف التكنولوجيا الذكية في خدمة العلوم الرياضية، مجلة جامعة البيضاء : المجلد السابع- العدد الأول- فبراير 2025م عدد خاص بأبحاث المؤتمر العلمي الخامس لجامعة البيضاء
8. معمر مروة، بوشقورة سولاف 2023، تطبيق الذكاء الاصطناعي في الاعلام الرقمي فرص كبيرة و تحديات اكبر ، رقمنة مجلة الدراسات الإعلامية والاتصالية، المجلد (3) العدد (2).