

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة محمد بوضياف - المسيلة

معهد علوم وتقنيات النشاطات البدنية والرياضية



شهادة مشاركة

يشهد السيد رئيس المؤتمر بأن

السيد (ة): د.بوعجيلة عمر د.بكري عبد الكريم د.توميات عبد الرزاق
الجامعة : قسنطينة 2/المسيلة/المسيلة

قد شارك في فعاليات المؤتمر العلمي الدولي الأول حول:

الذكاء الاصطناعي في الاعلام الرياضي وأخلاقيات المهنة - الممارسة والتحديات -

والذي عقد أيام: 10-11 نوفمبر 2025

بمداخلة تحت عنوان: **تصورات أهل الاختصاص حول توظيف الذكاء الاصطناعي في تطوير الإعلام الرياضي الإلكتروني**

مدير المعهد

مدير المخبر

رئيس المؤتمر



رئيس المؤتمر الدولي
الذكاء الاصطناعي في الإعلام الرياضي
وأخلاقيات المهنة - الممارسة والتحديات -
د. زواوي عبد الوهاب





العنوان : تصورات أهل الاختصاص حول توظيف الذكاء الاصطناعي في تطوير الإعلام الرياضي الإلكتروني

Experts' perceptions of using artificial intelligence in developing e-sports media

توميات عبد الرزاق

جامعة المسيلة (الجزائر)

abderrazak.toumiat@univ-msila.dz

بكري عبد الكريم

جامعة المسيلة (الجزائر)

abdelkarim.bakri@univ-msila.dz

بوعجيلة عمر

جامعة قسنطينة 2 (الجزائر)

bouadjila.omar@univ-constantine2.dz

الملخص: (لا يتجاوز 10 أسطر)

يهدف هذا البحث إلى استكشاف تصورات أهل الاختصاص من إعلاميين، أكاديميين، وتقنيين حول توظيف الذكاء الاصطناعي في تطوير الأداء الإعلامي الرياضي الإلكتروني انطلاقا 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.

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.

معلومات المقال

تاريخ الإرسال:

2025/09/25

الكلمات المفتاحية:

- ✓ الذكاء الاصطناعي
- ✓ الإعلام الرياضي الإلكتروني

Received

.../...../20.....

Keywords:

- ✓ artificial intelligence.
- ✓ e-sports media.



*المؤلف المرسل:



مقدمة واشكالية الدراسة :

إن ارتباط المضمون الإعلامي بالتكنولوجيا في البداية كان جزئياً، فقد كان يشمل عملية المعالجة الإلكترونية للمعلومات عن طريق أجهزة الإعلام الآلي، عملية التصميم والإخراج، الطباعة، بينما كانت عملية التوزيع تتم عبر طرق تقليدية عبر الأكشاك من خلال سيادة الحامل الورقي، حيث تبنت مؤسسات الإعلام العديد من الأنظمة الاقتصادية الخاصة بتوزيع المحتوى الإعلامي على غرار المجاني نصف المجاني والمدفوع فالحامل كان حاملاً تقليدياً متمثلاً في الورق يزيد من تكلفة إيصال المعلومة إلى المتلقي، بينما أصبح مع التطور التكنولوجي الأمر يتعلق بعملية أتمتة كلية لهذه الوظيفة المهمة في المجتمع، انطلاقاً من جمع المعلومة إلى تصميمها وصولاً إلى توزيعها عن طريق الوسائط التقنية المختلفة، حيث يعتبر هذا تماشياً مع التحولات الكبرى التي عرفها مفهوم المتلقي والتغير في خصوصياته النفسية والاجتماعية وحتى الاقتصادية، فالمتلقي الحالي أصبح أكثر استخداماً وتحكماً في الوسائط التكنولوجية المختلفة، بل أصبح يساهم في تقديم المعلومة وجمعها وحتى معالجتها بالشكل الذي أصبح يشكل من أهم المخاطر التي يأخذها المؤسسات الإعلامية بعين الاعتبار في سبيل تحقيق أهداف الاستثمار في هذا القطاع الموصوف بالحساس خاصة في السياق الجزائري.

وقد شهدت صناعة الإعلام تطورات كبيرة خلال السنوات القليلة الماضية، مستفيدة من التقدم التكنولوجي الهائل في مجال الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات، واتجاه العديد من المؤسسات الصحفية العالمية نحو استخدام تقنيات الذكاء الصناعي Artificial Intelligence وغرف الأخبار المدمجة، وظهر ما يسمى بصحافة الذكاء الاصطناعي Artificial Intelligence Journalism، وقد أحدثت تقنيات الذكاء الاصطناعي تحولات كبيرة في قدرة وسائل الإعلام على التأثير ومخاطبة الرأي العام، ووفرت أدوات أكثر ذكاء وتقدم وسرعة في نقل الخبر إلى المتلقي وتفاعل الجمهور بسهولة ويسر.

وتقوم الصحافة الرياضية بدوراً حاسماً في إعلام الجمهور بالأخبار الرياضية وتقديم التحليلات لمجريات الأحداث وتقديم التعليقات، وبالتالي تشكيل صورة الرياضة داخل المجتمع، كما يتضمن هذا النوع من الصحافة العديد من التنسيقات مختلفة مثل المقالات الإخبارية والمقالات والمقابلات ومحتوى الوسائط المتعددة عبر منصات متعددة.

وقد استفادت الصحافة الرياضية من التطور التكنولوجي الهائل فقد استطاعت توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي على نطاق كبير وخاصة في تحليل البيانات وإشراك الجمهور وإنشاء المحتوى، مما يساعد الصحفيين على العمل بكفاءة أكبر، كما يمكن للذكاء الاصطناعي تحليل كميات هائلة من البيانات بسرعة، مما يسمح بالحصول على رؤى أعمق حول أداء اللاعبين وتفضيلات المشجعين واستراتيجيات اللعب المختلفة، ويتم استخدام برامج المحادثة المدعومة بالذكاء الاصطناعي بشكل متزايد للتفاعل مع المعجبين على وسائل التواصل الاجتماعي والمواقع الإلكترونية، مما يوفر استجابات فورية للاستفسارات ويعزز تجربة المستخدم، كما تتمتع خوارزميات التعلم الآلي بالقدرة على التنبؤ بالنتائج في الأحداث الرياضية من خلال تحليل البيانات والاتجاهات التاريخية.

مفهوم الذكاء الاصطناعي:

يرى "إيان 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 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)

يمكن اعتبار الذكاء الاصطناعي تكنولوجيا تقوم بإعادة إنتاج (نسخ) الذكاء البشري وتطوير العديد من القدرات التي تنتج عن برمجيات الحاسوب التي يطلق عليها تسمية Deep learning أو التعلم العميق (المتعمق) الذي يشير إلى تعلم الآلة . نفسها، وتعرفه مؤسسة "أوراكل" الأمريكية بالتعلم في العمق أين تقوم الآلة بمحاولة فهم الكمات بمزيد من الدقة وذلك بتحليل البيانات على أعلى مستوى من التجريد من خلال الفهم الخطي سراد) و (معمر، بوشقورة 2023، 84)

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. تشير الإحصائيات إلى أن قيمة الذكاء الاصطناعي العالمي في سوق الإعلام والترفيه بلغ (10.87) مليار دولار أمريكي في عام 2021. ويستعد هذا القطاع المزدهر لتوسع ملحوظ، مع معدل نمو سنوي مركب متوقع بنسبة (26.9%) من عام 2022 إلى عام 2030.

إن التحول الذي عرفه مفهوم الجمهور في بنيته وخصائصاته 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، من الأخبار البسيطة إلى التقارير والبرورتاجات والتحقيقات الكبرى، حيث أصبح الجمهور متطلبا أكثر من الجمهور الذي كان تقليديا في تعامله مع محتويات الصحف التقليدية ، 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.

إضافة إلى التحول في مفهوم الجمهور 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 من 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 الهاوي 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 يريدونها وبالتفاصيل التي يسعى إلى معرفتها، الأمر الذي يؤدي إلى طرح السؤال: كيف يتم تكييف انتاج مضامين الاعلام الرياضي باعتماد متطلبات الذكاء الاصطناعي ؟

التساؤلات:

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

الفرضيات:

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

الأهداف:

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

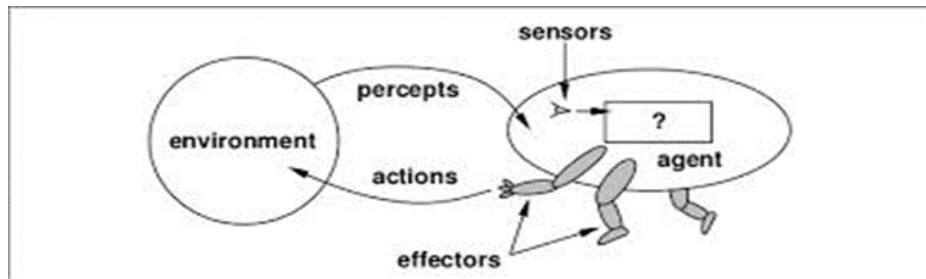
الأهمية:

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

1- الكلمات الدالة في الدراسة :

- مفهوم الذكاء الاصطناعي:

إن كلمة الذكاء الاصطناعي تصف تجريد البرمجيات، والفكرة، أو المفهوم، على غرار شروط صافية مثل الطرق والوظائف والكائنات. مفهوم الذكاء الاصطناعي يوفر 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، الذكاء الاصطناعي يعرف من حيث سلوكه (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: غشام والنظاري 2025 تهدف الدراسة إلى الكشف عن طرق استخدام الذكاء الاصطناعي في تحليل البيانات والإحصائيات الرياضية والتعرف على طريقة تحسين تدريب الرياضيين وتطوير استراتيجيات اللعب، كما تسعى إلى دراسة دور الذكاء الاصطناعي في تقديم توجيه شخصي للرياضيين وتحسين أدائهم الفردي وتحليل مساهمة الذكاء الاصطناعي في التوقع والتصدي للإصابات الرياضية، حيث ستتضمن المنهجية استعراضاً شاملاً للأدبيات المتاحة حول تأثير الذكاء الاصطناعي في العلوم الرياضية، إلى جانب إجراء دراسات حالة ومقابلات مع خبراء في المجال، يتم من خلالها تحليل البيانات باستخدام أساليب إحصائية وتقنيات البيانات الكبيرة، كما سيسلط البحث الضوء على أهمية تكنولوجيا الذكاء الاصطناعي في تطوير الرياضة، مما قد يساهم في توجيه الاستثمارات والجهود البحثية نحو تحقيق تطور مستدام في مجال العلوم الرياضية، أين يمكن تطبيق النتائج على مستويات التدريب الرياضي، وتطوير التكنولوجيا الرياضية، وإدارة الفرق واللاعبين.

2.2. دراسة لراة خالد، نذير منى سامية (2023): تندرج هذه المداخلة ضمن بنود المحور الثالث الموسوم بتأثير الذكاء الاصطناعي على الهوية الوظيفية للإعلام. نناقش فيها موضوع مهن الإعلام ومدى تأثيرها سلباً وإيجاباً بتقنيات الذكاء الاصطناعي، في ظل طغيان هذا الأخير على جميع مناحي الحياة المهنية للبشر. عديد الدراسات التي أنجزها باحثون غربيون تشير إلى 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. نحاول أن نجيب عن السؤال الجوهرى الآتي: هل مستقبلاً ستلجأ المؤسسات الإعلامية إلى الاستغناء عن صحافييها واستبدالهم بالروبوتات وتقنيات الذكاء الاصطناعي لصناعة محتوياتها الإعلامية؟ توصلنا 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.

3.2. دراسة محمد الغباري، باسل عثمان (2023) هدفت الدراسة إلى التعرف على التغييرات التي أحدثتها تقنيات الذكاء الاصطناعي في عمل الإعلام الرقمي والتي ساعدت في تغيير نمط الاستخدام والإستهلاك للرسالة وأسهمت في ظهور محاور جديدة من ضمن افرازات الثورة الصناعية الرابعة أفادت عمل المؤسسات الإعلامية مثل الحوسبة السحابية وتحليل البيانات والواقع المعزز بالإضافة إلى توظيف الروبوت للقيام بالمهام الإعلامية، والتوجه نحو إعلام افتراضي جديد الميافيرس. 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 هدهم 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 السيكو مترية 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	قيمة الاختبار T	درجة المعنوية Sig	القرار
مستوى الوعي	عليا	23,00	توجد فروق	9,50	0,001	
	دنيا	16,67				
أبرز مجالات توظيف الذكاء الاصطناعي	عليا	23,33	توجد فروق	9,89	0,001	
	دنيا	18,66				
التحديات التي تعيق التوظيف الفعال للذكاء الاصطناعي في تطوير الإعلام الرياضي	عليا	22,67	توجد فروق	13,43	0,000	
	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 احصائيا 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 :

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

من خلال الجدول رقم (3) نجد ان نتائج اختبار الاعتدالية كولموجوروف 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 وفقا 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 One-Sample Test			القرار الاحصائي
مستوى وعي أهل الاختصاص			قيمة الاختبار (T)	درجة الحرية (df)	درجة المعنوية (Sig)	
	19,23	15	5,81	25	0,000	دال

من خلال الجدول رقم (5) وبعد المقارنة لين المتوسط الحسابي والمتوسط الفرضي باستخدام اختبار ستودنت لعينة واحدة أنتت النتائج لتوضح وجود فروق دالة احصائيا 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 الاصطناع 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 :

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

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 الموضوعية 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 يساهم 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 الإلكتروني من وجهة نظر أهل الاختصاص هي ضعف التكوين وارتفاع التكاليف.

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

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

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 الإلكتروني من وجهة نظر أهل الاختصاص هي ضعف التكوين وارتفاع التكاليف.) محققة.

بالإضافة لهاته التحديات هناك تحديات أخرى تحول دون استخدام الذكاء الاصطناعي من وجهة نظر أهل الاختصاص الا وهي غياب التشريعات والسياسات اللازمة وقلّة 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 الإلكتروني.
- مجالات توظيف الذكاء الاصطناعي في الإعلام الرياضي الإلكتروني متعددة أبرزها تخصيص المحتوى وإدارة التفاعل وتحليل ورقب البيانات وتقديم الإحصاءات.
- هناك العديد من التحديات التي تعيق التوظيف الفعال للذكاء الاصطناعي في تطوير الإعلام الرياضي الإلكتروني أهمها التكاليف المالية ونقص الخبرة والكوادر البشرية قلّة الوعي ونقص المواد الرقمية والبنية التحتية والتشريعات اللازمة.

الاقتراحات:

- نشر ثقافة استخدام الذكاء الاصطناعي في الاعلام الرياضي والاعلام الرياضي الإلكتروني.
- 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 المعتمدة في الدراسة.

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 الإلكتروني 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 صحافيينها؟ مجلة رقملة 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، المجللة 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 وتحديات اكبر ، رقملة الدراسات الإعلامية والاتصالية، المجلد (3) العدد (2).