



الجغرافية الجزائرية المعاصرة والتحولات الشهيرة

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

الرسالة - المنشآت المعمارية

المعهد علوم وتقنيات النشاطات اليدنية والرياضية



شماطة مشلحة

يشهد السيد رئيس المؤتمر بأن

السيد (ه): دبو عجيلة عمر دبكري عبد الكريم دبوميات عبد الرزاق

جامعة : المسيلة/المسيلة 2/قسنطينة

قد شرك في فعاليات المؤتمر العلمي الدولي الأول حول:

الذكاء الاصطناعي في الاعلام الرياضي وأخلاقيات المهنة - الممرضة والتحديات -

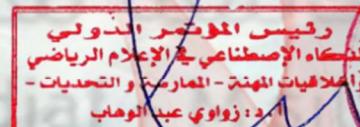
والذى عقد أيام: 11-10 نوفمبر 2025

بمداخلة تحت عنوان: تصريحات أهل الاقتصاد حول توظيف الذكاء الاصطناعي في تطوير الإعلام الرياضي الإلكتروني

مدير المعهد

مدير المخبر

رئيس المؤتمر





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

بوعجيبة عمر

جامعة قسنطينة 2 (الجزائر)

bouadjila.omar@univ-constantine2.dz

الملخص: (لا يتجاوز 10 أسطر)

معلومات المقال

يهدف هذا البحث إلى استكشاف تصورات أهل الاختصاص من إعلاميين، أكاديميين، وتقنيين حول توظيف 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 واحدة 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.

تاريخ الإرسال:
2025/09/25

الكلمات المفتاحية:
✓ الذكاء الاصطناعي

✓ الإعلام الرياضي
الكتروني

Received
..../...../20....

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





مقدمة وشكلية الدراسة :

إن ارتباط المضمون الإعلامي بالเทคโนโลยيا في البداية كان جزئيا، 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 تبنيت مؤسسات الإعلام العديد من الأنظمة الاقتصادية الخاصة بتوزيع المحتوى الإعلامي على غرار المجاني نصف المجاني والمدفوع فالحامل كان حاملا تقليديا ممثلا في الورق يزيد منتكلفة إيصال المعلومة إلى المتلقى، بينما أصبح مع التطور التكنولوجي الأمر يتعلق بعملية أتممة كلية لهذه الوظيفة المهمة في المجتمع، انطلاقا من جمع المعلومة إلى تصميمها وصولا إلى توزيعها عن طريق الوسائل التقنية المختلفة، حيث يعتبر هذا تماشيا مع التحولات الكبرى التي عرفها مفهوم المتلقى والتغير في خصوصياته النفسية والاجتماعية وحتى الاقتصادية ، فالمتلقى الحالي أصبح أكثر استخداما وتحكما في الوسائل 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 وغ Ruf الأخبار المدمجة، وظهور 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 وتقديم وسرعة في نقل الخبر إلى المتلقى وتفاعل الجمهور بسهولة ويسر.

وتقوم الصحافة الرياضية بدورا حاسما 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 ومحظى الوسائل 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 العابات المختلفة، ويتم استخدام برامج المحادثة المدعومة بالذكاء الاصطناعي بشكل متزايد للتفاعل مع المعجبين على وسائل التواصل الاجتماعي والواقع الإلكتروني، 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 ريتشاردز" 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 للحاسوب الآلي قادر على محاكاة المتمس بالذكاء ، وتعني قدرة برنامج الحاسوب 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 تعيدها البرنامج . (ساعد، 2020، 202)



ويعرف بأنه فرع من علم الحاسوب يهتم بدراسة وصناعة أنظمة حاسوبية تتعلم مفاهيم ومهام جديدة، يمكنها أن تفكّر و تستنبط استنتاجات مفيدة حول العالم الذي نعيش فيه، و تستوعب اللغات الطبيعية وتلاحظ و تقييم المناظر المرئية ويمكنها إنجاز أعمال تتطلب ذكاء بشرى (الرتيمي، 2012، 03)

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

و عليه 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، وبعد من أهم التقنيات الحديثة التي تشكل مستقبل الحياة البشرية.

الذكاء الاصطناعي في الإعلام

يشير 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 ككتابية المقالات أو الأخبار بناءً على بيانات مدخلة. التوصية بالمحتوى، وتحسين تجربة المستخدمين عبر تخصيص المحتوى الذي يتم تقديمها 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 لتوسيع ملحوظ، مع معدل نمو سنوي مركب متوقع بنسبة (26.9%) من عام 2022 إلى عام 2030.

إن التحول الذي عرفه مفهوم الجمهور في بيته وخصوصياته النفسية والاجتماعية والثقافية، بل وحتى السياسية، جعل من القائمين على صناعة المحتوى الإعلامي المنظمين في شكل مؤسساتي يعيون رسم خططهم للوصول إلى إقناعه بالتعامل معهم واستهلاك ما ينتجونه من مواد إعلامية على اختلاف مخرجاتها، من الأخبار البسيطة إلى التقارير والريبورتاژات والتحقيقـات الكـبرـى، حيث أصبح الجمهور متطلباً أكثر من الجمهور الذي كان تقليدياً في تعامله مع محتويات الصحف التقليدية ، فالمادة الإعلامية أصبحت مسلعة خاضعة لمنطق التسويق والتطورات الحاصلة في خططه 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 وفلسفـة التسيير من المؤسسات الاقتصادية الأخرى في مختلف قطاع النشاط، أصبح هدفه تقليل تكاليف الوصول إلى الجمهور، خاصة في ظل اعتماد المؤسسات الاقتصادية التي تخصص ميزانيات كبرى للاشهار بتكلفة الوصول إلى المستهلك الواحد. (غالـم، 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 بعيداً 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 منتجاً قابلاً للاستهلاك ضمن السياقات الزمنية والمكانية التي يريدها وبالتفاصيل التي يسعى إلى معرفتها، الأمر الذي يؤدي إلى طرح السؤال: كيف يتم تكيف انتاج مضمون الإعلام الرياضي باعتماد متطلبات الذكاء الاصطناعي ؟

التساؤلات:

- 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؟

الفرضيات:

- 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.

الأهداف:

- 1- القاء 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.

الأهمية:

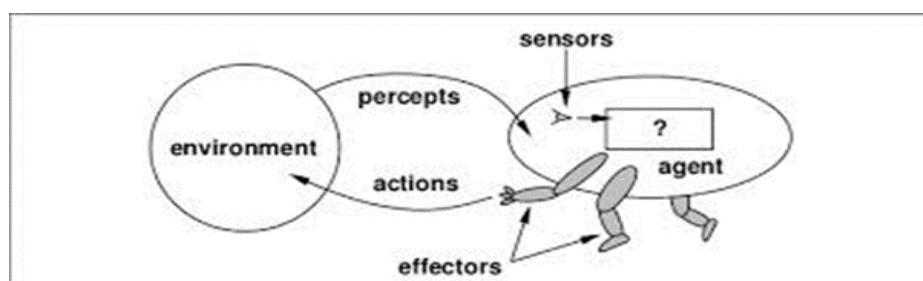
التعريف بمفاهيم الذكاء الاصطناعي في الإعلام الرياضي الإلكتروني كحجر أساس والتعرف على مجالاته والحد من التحديات التي تعيق التوظيف الفعال له، وتقديم اقتراحات للتحسين والتطوير في المستقبل.

1- الكلمات الدالة في الدراسة :

- مفهوم الذكاء الاصطناعي:

إن كلمة الذكاء الاصطناعي تصف تجريد البرمجيات، وال فكرة، 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: النمرى، 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 لجمهور 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)

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

2- الدراسات السابقة والمشابهة :

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 استعراضًا شاملًا 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 يسهم 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): تدرج 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 و م أو ربما من بينها مهن الإعلام وصناعة المحتوى الإعلامي إذا استمر في التطور وكذا في ظل لجوء عدد متعدد من المؤسسات الإعلامية إلا الاستعانة به لإنتاج موادها الإعلامية. نحاول أن نجيب عن السؤال الجوهرى الآتى: هل مستقبلاً ستتجه المؤسسات الإعلامية إلى الاستغناء عن صحافيتها 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 التغيرات التي أحدها 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 الميتافيرس. استخدم الباحث المنهج الوصفي لدراسة الظاهرة، كما استعانت بالنظرية الموحدة لقبول واستخدام تكنولوجيا المعلومات وتوصل إلى مجموعة من النتائج والسيناريوهات المستقبلية وهي: السيناريو التفاؤلي، وسيناريو الثبات، والسيناريو التشاوري، وقد أشارت نتائج الدراسة إلى أن المستقبل في الإعلام الرقمي سيكون صالح المؤسسات العاملة بالروبوت والبرامج الذكية من أجل تحسين جودة المحتوى ورفع كفاءة العمل وزيادة الإيرادات والأرباح للمؤسسة وأن على المؤسسات الإعلامية الحالية التعلم مع الواقع الجديد بتغيير استراتيجيتها الحالية وضرورة التحول إلى العلم الذكي، كما توصلت الدراسة إلى تزايد عمليات اتمنة الصحف والتوجه نحو النشر الرقمي عالمياً مع الإبقاء على التلفاز كوسيلة مشاهدة ذكية.

الجانب التطبيقي

1- الطرق المنهجية المتتبعة :

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 استماره مكونة من ثلاثة محاور و15 عبارات تخدم التساؤلات المطروحة.

الخصائص السيكو متيرية 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 المتوسطة الحسابي	الفنية	المتوسط	الختبار المستقلتين	اختبار ستودنست لعينتين مستقلتين	القرار	درجة المعنوية	قيمة الاختبار
مستوى الوعي	عليها	عليها	16,67	16,67	0,001	توجد فروق		T
أبرز مجالات توظيف الذكاء الاصطناعي	عليها	عليها	18,66	23,33	0,001	توجد فروق		
التحديات التي تعيق التوظيف الفعال للذكاء الاصطناعي في تطوير الإعلام الرياضي	عليها	عليها	22,67	22,67	0,000	توجد فروق	Sig	
	دنيا	دنيا	16,33	16,33				

من خلال الجدول رقم (2) وبعد المقارنة بين الفئات العليا والفئات الدنيا للدرجات المحصل عليها من قبل العينة الاستطلاعية باستخدام اختبار ستودنست لعينتين مستقلتين توصلت النتائج لفروق دالة احصائياً بين الفئات الدنيا وال العليا 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 كولموجروف 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 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 وفقا لاهتماماتهم.	3,92	موافق
اعتبر 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 الاحصائي	القرار	اختبار ستودنت لعينة واحدة One-Sample Test			مستوى وعي أهل الاختصاص
		المتوسط الحسابي	المتوسط الفرضي	قيمة T	
	درجة المعنوية (Sig)	درجة الحرية (df)	قيمة الاختبار (T)		
DAL	0,000	25	5,81	15	19,23

من خلال الجدول رقم (5) وبعد المقارنة بين المتوسط الحسابي والمتوسط الفرضي باستخدام اختبار ستودنت لعينة واحدة أنت النتائج لتوضّح وجود فروق دالة احصائيا لصالح المتوسط الحسابي مما يدل على ان إجابات افراد العينة تذهب في الاتجاه الإيجابي (المرتفع) وبالتالي فإن 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 باستعمالاته 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 اهل الاختصاص هي إدارة التفاعل مع الجمهور وتخصيص المحتوى.

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

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

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 المتتصدرتين هما (توظيف الذكاء الاصطناعي في إدارة التفاعل مع الجمهور، يساعد الذكاء الاصطناعي في تخصيص الأخبار والمحتويات) وبالتالي فان هذه النتائج تدعم الفرضية المطروحة ومنه يمكن القول بن الفرضية الثانية (أبرز مجالات توظيف الذكاء الاصطناعي في الإعلام الرياضي الإلكتروني من وجهة نظر اهل الاختصاص هي إدارة التفاعل مع الجمهور وتخصيص المحتوى). محققة.

بالإضافة لتوظيف الذكاء الاصطناعي في إدارة التفاعل مع الجمهور ومساعدته في تخصيص الأخبار والمحتويات فإنه 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 الإلكتروني من وجهة نظر أهل الاختصاص هي ضعف التكوين وارتفاع التكاليف.

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

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

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 الموضوعة في الاستبيان لاقت قبولاً من فارد العينة وتتصدر 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 الازمة 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 الإلكتروني.

- مجالات توظيف الذكاء الاصطناعي في الإعلام الرياضي الإلكتروني متعددة أبرزها تخصيص المحتوى وإدارة التفاعل

وتحليل ورقب البيانات وتقدير الإحصاءات.

- هناك العديد من التحديات التي تعيق التوظيف الفعال للذكاء الاصطناعي في تطوير الإعلام الرياضي الإلكتروني أهمها التكاليف المالية ونقص الخبرة والكواذر البشرية قلة الوعي ونقص المواد الرقمية والبنية التحتية والتشريعات الازمة.

الاقتراحات:

- نشر ثقافة استخدام الذكاء الاصطناعي في الإعلام الرياضي والاعلام الرياضي الإلكتروني.

- تكوين الكواذر للتعامل مع تقنيات الذكاء الاصطناعي.

- وضع تشريعات وقوانين واضحة لإدارة هذا النوع من الاستخدام للذكاء الاصطناعي.

- توفير الإمكانيات المادية والتقنيات الازمة لتغطية 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 الإنسانية، المجلد 4 العدد 5.

3. عيسى الهادي، رعاش كمال، 2020، الإعلام الرياضي الإلكتروني وأثره في تنمية الثقافة الرياضية لدى الطلبة الجامعيين، مجلة الحكمة للدراسات الإعلامية والاتصالية، المجلد 7 العدد (3).

4. لرارة خالد، نذير منى سامية (2023) مستقبل مهنة الإعلام في ظل بروز الذكاء الاصطناعي - هل ستستغنى المؤسسات الإعلامية عن صحافيتها؟ مجلة رقمنة الدراسات الإعلامية والاتصالية المجلد 3 العدد 2
5. لواء دكتور محمد الغباري، باسل سري عبد الفتاح عثماندور تقنيات الذكاء الاصطناعي في تطوير الإعلام الرقمي، المجلة العربية لبحوث الإعلام 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. معمرى مروء، بوشقورة سولاف 2023، ثبيق الذكاء الاصطناعي في الإعلام الرقمي فرص كبيرة وتحديات أكبر ، رقمنة مجلة الدراسات الإعلامية والاتصالية، المجلد (3) العدد (2).