

آليات استخدام برمجيات الذكاء الاصطناعي في صناعة المضامين الرياضية : من توليد النصوص إلى جودة البث
عبر الوسائط الرقمية

Mechanisms for using artificial intelligence software in the sports content industry: from text generation to digital media broadcast quality

منير عيادي

جامعة سطيف 2 (الجزائر)

m.ayadi@univ-setif2.dz

نصرالدين مهداوي

جامعة قسنطينة 3 (الجزائر)

Nasreddine.mahdaoui@univ-constantine3.dz

الملخص:

معلومات المقال

تتناول هذه الورقة البحثية استخدام أدوات الذكاء الاصطناعي (AI) في صناعة المضمون الإعلامي الرياضي على وجه التحديد ودراسة أدوارهم في الكتابة والتحرير الإعلامي الرياضي، إنتاج وتوزيع محتوى إعلامي رياضي متنوع. كما تتناول الورقة المخاوف التي أثارها الأكاديميون والمهنيون حول الاعتماد المتزايد لهذه الأدوات. خاصة مع التوظيف النشط للمؤسسات الإعلامية والصحفية والأقسام الرياضية لهذه المجموعة المتنوعة من أدوات الذكاء الاصطناعي في بيئة عملهم. بالإضافة إلى ذلك تسلط الورقة الضوء على مختلف التهديدات التي حددها العلماء والمهنيون والتي تشمل إنشاء الأخبار والمعلومات العميقة والأخبار التحيز لاسيما في المجال الرياضي، ونزوح الوظائف، وعدم كفاية الشفافية، والأخلاقية والتحديات.

تاريخ الارسال:

2025/11/21

تاريخ القبول:

2026/12/13

الكلمات المفتاحية:

- ✓ الذكاء الاصطناعي
- ✓ الإعلام الرياضي
- ✓ أدوات الذكاء الاصطناعي

Abstract

Article info

This research paper specifically examines the use of AI intelligence tools in the sports media and press industry, examining their roles in writing and editing, producing and distributing diverse media content. The paper also addresses concerns raised by media academics and professionals about the increasing adoption of these tools. Especially with the active recruitment of media and journalistic institutions for this variety of artificial intelligence tools in their work environment. In addition, the paper highlights the various concerns identified by scientists and professionals, which include the creation of news, in-depth information, biased news, job displacement, inadequate transparency, ethics and challenges.

Received

21/11/2025

Accepted

13/12/2026

Keywords:

- ✓ Artificial Intelligence
- ✓ Sports media
- ✓ Artificial intelligence tools

مقدمة:

أجهزة الكمبيوتر لإنجاز مهام محددة من خلال معالجة كميات كبيرة من البيانات والتعرف على الأنماط. ويمكن تعريف الذكاء الاصطناعي بأنه قدرة الآلة على القيام بالمهام التي تحتاج للذكاء البشري عند أدائها، مثل الاستنتاج المنطقي والتعلم والقدرة على التعليل. دور الذكاء الاصطناعي في تطوير محتوى إدارة الأزمات الإعلامية - نظرة مستقبلية، صفحة مركز القرار) كما يعرف بأنه محاكاة لذكاء الإنسان وفهم طبيعته عن طريق عمل برامج للحاسب الآلي قادرة على محاكاة السلوك الإنساني المتسم بالذكاء. (أحمد، 2018، صفحة ص7)

2-1- تطبيقات الذكاء الاصطناعي في الإعلام:

ويقصد بها التقنيات التي تحاكي القدرات الذهنية البشرية الإعلامية، وأنماط عملها في تحرير المحتوى عبر صياغة المحتوى آليا عن طريق خوارزميات تعمل دون تدخل بشري، عبر مجموعة من الخصائص التي توفرها البرامج الحاسوبية سواء في مجال الصحافة أو البث التلفزيوني والرقمي.

3-1- كرونولوجيا الذكاء الاصطناعي:

يعود تاريخ الذكاء الاصطناعي لعالم الحاسوب "جون مكارثي" حيث طرح المصطلح بالأساس في عام 1956، وعرفه بأنه "علم وهندسة صنع الآلات الذكية" في معهد ماساتشوستس للتقنية (MIT) عام 1958، ليبدأ مشروع الذكاء الصناعي مع "مارفمينسكي" شريكه في جائزة تيورينغ، حيث استغرق عمله في عدة مجالات للدراسة الروبوتية ونظرية الحوسبة، ومنطق الفطرة السليمة، وواجهات التواصل بين الإنسان والحاسوب، كما انه قام باختراع لغة البرمجة "LISP" التي أصبحت الأداة المفضلة على نطاق واسع في أبحاث الذكاء الصناعي وي التعليم حتى يومنا هذا، عدا عن أنها ثاني أقدم لغة برمجة بعد فورتران. وهناك من يقول أن جذور البحوث الخاصة بالذكاء

اجتاحت تقنية الذكاء الاصطناعي مجال الإعلام في عصرنا الحالي، وساهمت في دعم الصحافة الرياضية في مختلف المجالات، كما أنها هدفت لتعزيز القدرات والمساهمات البشرية بشكل كبير، حيث انه بات بمقدور تقنياته سريعة التطور تنفيذ إجراءات معقدة بناء على كمية هائلة من البيانات، وتوسيع التغطية الإعلامية في المناطق التي لا يستطيع الصحفي الوصول إليها، وتحسين التغطية الإخبارية في الوقت الفعلي وتزويد الجمهور بالمحتوى الإخباري حسب اهتماماته استنادا إلى خوارزميات جديدة.

وبالتالي تحاول هذه الورقة البحثية تسليط الضوء على موضوع حديث يتمثل في الذكاء الاصطناعي وتأثيره واستخداماته في مهنة الصحافة.

تساؤلات الدراسة

وعليه طرح التساؤلات الآتية:

- ✓ ما مفهوم الذكاء الاصطناعي؟
- ✓ ما هي أبرز أدوات الذكاء الاصطناعي المستخدمة في إنتاج المضمون الرياضي؟
- ✓ هل استغلال أدوات الذكاء الاصطناعي في صناعة المضامين الرياضية تحدي إيجابي أم تهديدا لها؟

أدبيات الدراسة:

1- مدخل إلى الذكاء الاصطناعي

1-1- تعريف الذكاء الاصطناعي

يشير الذكاء الاصطناعي Artificial intelligence إلى محاكاة الذكاء البشري من خلال إنشاء أجهزة مبرمجة لها القدرة على التفكير مثل الإنسان وتقليد أفعاله. والذكاء الاصطناعي المعروف اختصارا بـ "AI" هو الذي يعطي الآلات القدرة على التعلم من التجارب والتكيف مع المعطيات الجديدة ومحاكاة السلوك البشري في العديد من المهام. و تعتمد روبوتات الذكاء الاصطناعي بشكل كبير على التعلم العميق ومعالجة اللغات الطبيعية حيث يمكن تدريب

تسعى التكنولوجيا من خلال دمج مزيج من الأدوات التحليلية والتقنيات الإحصائية وواجهات البيانات وأساليب التصور وتحليل البرامج. حولت هذه البيانات الضخمة إلى بيانات مفيدة للمسوقين على اتخاذ قرار ذكي لتحسين قيمة منتجاتهم.

2- توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في مجال الإعلام الرياضي

على الرغم من أن فكرة الاعتماد على صياغة الأخبار ليست جديدة أليا , فقبل نصف قرن وصف Glahn (1970) عملية توليد ما أسماه منتجا بواسطة الكمبيوتر تلقائيا عن توقعات الطقس " بالاعتماد على إنشاء بيانات مكتوبة مسبقا تصف أحوال الطقس التي يتوافق كل منها مع ناتج معين لنموذج التنبؤ بالطقس منها على سبيل المثال مزيج من سرعة الرياح وهطول الأمطار ودرجة الحرارة (Glan, 1970) .

وكان التحيز بمثابة الوصمة الذي تواجهها وسائل الإعلام غالبا ما يتم ترتيب المعلومات التي يتم تقديمها للجمهور بدرجات من التحيز تؤدي إلى محتوى مضلل بدلا من الأخبار الواقعية والمتوازنة، وفي هذا الإطار يرى al et Leppänen (2020) أن صحافة الذكاء الاصطناعي، ستساعد في تقليل التفسير الذاتي للبيانات، حيث يتم تدريب خوارزميات التعلم الآلي على مراعاة المتغيرات التي تحسن دقتها التنبؤية فقط، بناء على البيانات المستخدمة، لكنها تحتاج في ذات الوقت إمكانية أن تكون الصحافة الآلية متحيزة من حيث محتوى المعلومات والخيارات المعجمية في النص، ومعرفة الآليات التي تسمح للتحيز البشري بالتأثير على الصحافة الآلية، حتى لو كانت البيانات التي يعمل عليها النظام تعد

محايدة (الحميد، 2020، صفحة ص 55)

وتشير الإحصائيات الصادرة عن مؤسسة Markets and Research) 2019 إلى أنه من المتوقع أن ينمو سوق الذكاء الاصطناعي العالمي من 28.42 مليار دولار في 2019 إلى 40.74 مليار دولار بنهاية 2020 بمعدل نمو سنوي مركب يبلغ 43.39% نتيجة جائحة كورونا وتزايد الاعتماد على الآلات الذكية والروبوتات ومن المتوقع أن يصل إلى 400.2 مليار دولار بحلول عام 2027، ومن المتوقع أن يحتل نمو سوق برمجيات المعلومات الإعلامية والعلاقات العامة والإعلام والترفيه جزء كبير منها.

1. الصحافة الآلية Journalism Automated

الاصطناعي إلى الأربعينات مع انتشار الحاسبات و استخدامها و تركيز الاهتمام في بداية الخمسينات على الشبكات العصبية. وفي الستينات توجه نشاط البحث نحو النظم المبنية على تمثيل المعرفة الذي استمر العمل به في خلال السبعينات. و مع بداية الثمانينات و بعد إعلان المشروع الياباني الذي تبنى الجيل الخامس للحاسبات حدثت طفرة كبيرة في بحوث الذكاء الاصطناعي حاليا (ساعد، 2020، صفحة ص 201)

4-1 وظائف الذكاء الاصطناعي:

1- التعلم الآلي:

قدرة الأنظمة على التعلم دون أن تتم برمجتها بشكل صريح يعرف نموذج جمعيات التعلم البشري والحيواني باسم التعلم الآلي والتعلم الآلي كتطبيق للذكاء الاصطناعي هو القدرة الداخلية لألات العصر للتعلم من الخوارزميات وأدوات التحليل الإحصائي بواسطة الوصول إلى مستودع كبير من قواعد البيانات وتزويد جهات التسويق برؤية ثاقبة قابلة للتنفيذ تمكين الأئمة الذكية واتخاذ القرار (Rouse, 2018)

2- التعلم العميق:

التعلم العميق هو أسلوب محدد للتعلم الآلي ويتم تعريفه على أنه آلية تزويد الآلات بمجموعات ضخمة من البيانات لتمكينها من العمل على حل التعلم الذاتي نموذج كوتون 2018. والتعلم العميق هو مجموعة فرعية من التعلم الآلي يتمثل في تطبيق الذكاء الاصطناعي وقد أسفر عن نتائج بحثية في مجالات التعرف على الكلام ورؤية الكمبيوتر ومعالجة اللغة الطبيعية أنه يعتمد على الشبكات العصبية الاصطناعية كثيرا والاتصالات العصبية البيولوجية على حد سواء

يعتمد جوهر أي عمل إلى حد كبير على الموارد البشرية والتكنولوجيا والبيانات ويعرف توليد البيانات بحجم كبير جدا وسرعة عالية وتنوع كبير باسم البيانات الكبيرة. هذه البيانات متاحة في شكل منظم (على سبيل المثال جدول) وغير منظم (مثل الصوت فيديو). والموجه.

(abadi&mvillanustre&F.khoshgoftaar, 2015, p. p1)

3- البيانات الكبيرة:

جودة البث، حيث يتنافس منتجو المحتوى الرياضي على تقديم أعمال إبداعية تجذب الجمهور، ولتجنب ازدواجية المحتوى الرياضي على المنتج أو المذيع فهم تفضيلات الجمهور الرياضي وسلوكهم من خلال التعلم الآلي والتنبؤ بالفيديوهات التي يحتمل أن يشاهدها الجمهور.

كما قدمت وكالة (شينخوا) الصينية "مذيع الذكاء الاصطناعي" من خلال دمج التسجيل الصوتي والفيديو مع شخصية افتراضية تستطيع محاكاة الصوت والعبارات وحركة الشفاه لتمثل المذيع الإخباري الفعلي، ومن المتوقع أن يقلل تكاليف تسجيل البرامج علاوة على السرعة في التغطية أثناء الحوادث الطارئة وغير ذلك.

وأسهم المصور الآلي Cameraman Robot أو ما أطلق عليه الكاميرا الروبوت "في أن يكون بديلا فعالا عن المصور التقليدي داخل الاستوديوهات التلفزيونية. وكذلك استخدام الطائرات الصغيرة المسيرة بدون طيار لتصوير الأحداث Camera Drone وهذا ما يؤدي مستقبلا أن يكون هناك قدرة على تطوير روبوتات قادرة على التفاعل مع محيطها للتصوير، وإرسال تقارير تصف واقع ما يحدث داخل بؤر الصراعات والحروب بحياضية ومهنية، ما يسهم أيضا في تقليل الخسائر البشرية ويزيد من كفاءة التغطية الإخبارية.

كما طور تلفزيون NHK نظاما لتوليد الصوت لبرامج الطقس بأسلوب مشابه للمذيع المحترف عبر تجربة الإنتاج التلقائي في مارس 2019 بما في ذلك توقعات الطقس اليومية والأسبوعية ودرجة الحرارة وهطول الأمطار، وكذلك استخدام التعليق الصوتي الآلي في البث المباشر للألعاب الرياضية، عبر قاعدة بيانات مسجلة بأسماء اللاعبين، والنتائج، والأوقات المنقضية، والترتيب والنتائج السابقة من خلال نظام صوتي آلي، وتم استخدام أولمبياد ريودي جانيرو وأولمبياد المعاقين.

ووفرت تقنيات الذكاء الاصطناعي تنفيذ الفيديوهات الآلية clip Automated generation، حيث تمكن الأدوات الآلية من تحليل محتوى الفيديو واختيار أهم المقتطفات الواردة به وإعداد فيديو قصير مجمع بها وهو ما استخدمه موقع يوتيوب (الحميد، 2020، صفحة ص55)

التي تعرف أيضا بالأتمتة أو صحافة الروبوت"، بالاعتماد على خوارزميات توليد اللغة الطبيعية التي تدعمها تطبيقات الذكاء الاصطناعي لتحويل البيانات تلقائيا إلى قصص إخبارية سواء نصوص أو صور وفيديوهات وبيانات ثم توزيعها عبر المنصات الرقمية. واكتسبت هذه التقنية أهمية كبيرة مع تزايد تطبيقاتها بالعديد من وكالات الأنباء والصحف والمواقع الإلكترونية، حيث أحدثت طفرات في التغطية الإخبارية للموضوعات الاقتصادية، والرياضية، الطقس، وفي نشر الآلاف من القصص الإخبارية، كما أظهرت مؤسسات إعلامية كفاءة كبيرة في الاعتماد على نشر الأخبار الآلية مثل أسوشيتدبرس، رويترز، لوس أنجلوس تايمز، واشنطن بوست.. وغيرها. (2019، corona)

وعلى سبيل المثال أنتجت وكالة Associated Press قصصا أكثر بمقدار 12 مرة عن طريق تبني برنامج الذكاء الاصطناعي لكتابة قصص إخبارية قصيرة عن الأحداث الاقتصادية، وهذا التطبيق مكن صحفيو الوكالة للتفرغ لكتابة مقالات أكثر عمقا.

ولم يقتصر الاستعانة بالروبوت على كتابة النصوص الإخبارية بل شمل على سبيل المثال، إطلاق موقع Images Getty أداة جديدة للذكاء الاصطناعي للنشر الإعلامي "Panels" توصي بأفضل محتوى مرئي لمرافقة المحتوى الإخباري. (الحميد، 2020، صفحة ص55)

وتشير دراسة 2018 al et Anderson أن ما يقارب من 19 غرفة تحرير بالولايات المتحدة الأمريكية تعمل بالذكاء الاصطناعي، ويمكنها الآن عرض زوايا متعددة للقصة تناسب اهتمامات كل المستهلكين، والأهم من ذلك، يمكن للصحفيين العمل باستخدام الذكاء الاصطناعي لإعادة التخييل للأخبار بطريقة ديناميكية وليست ثابتة، بعد أن كانت العلاقة أحادية الاتجاه تاريخيا مبنية على الشروط والجدول الزمنية من الناشر وبين المؤسسة الإخبارية والجمهور المتصور (2018، janna)

2. الإنتاج التلفزيوني الرياضي

يمكن أن يساعد الذكاء الاصطناعي أيضا في إدارة المحتوى وتنظيمه بكفاءة، والتي كانت مشكلة خطيرة تواجه العاملين في التلفزيون بسبب نقص البيانات الوصفية، كما تساعد الخوارزميات في نشر تحسين كفاءة شبكات التوصيل، وهي ميزة كبيرة لمشغلي التلفزيون المدفوع الذين يرغبون في تحسين

3. أدوات الكتابة:

يمكن لأدوات الكتابة المدعومة بالذكاء الاصطناعي أن تنتج محتوى عالي الجودة وجذابا والمحتوى الرياضي المقنع من خلال تحليل البيانات وتحديد الهوية وتسعى أدوات الذكاء الاصطناعي في هذا المجال باستمرار إلى التحسين أداءهم من خلال فهم الفروق الدقيقة للغة، النحو، المعرفة، المفاهيم، السياقات، الملخصات والتحليلات وحتى كسر التعليمات البرمجية لضمان ذلك مشاركة القارئ وفهمه. وهذه الميزات مفيدة في الأخبار الرياضية الحصرية حيث يحتاج الصحفيون الرياضيون إلى ذلك في إنتاج المحتوى بسرعة ودقة. وهذا أمر حاسم في عصر اليوم أين تنتشر الأخبار المزيفة.

وهذه بعض الأدوات :

Copy.ai أداة توليد النصوص

QuillBot أداة كتابة مدفوعة بـ AI تعيد صياغة ما تقوله.

Postwise.ai أداة كتابة تويتر مدفوعة بمبادرة من المنظمة

الدولية للتويتر

Craft.do أداة وثائق - إنتاج الوثائق ذات الملامح الدقيقة

Jasper.ai أداة تساعد على النسخ

Jenni.ai مساعد جيد للكتابة إذا كنت عالقا في كتلة الكاتب

Repurpose.io أداة التشغيل الآلي لسير العمل. جيد لإرسال

وسائل الإعلام الاجتماعية.

Vista Social: مساعد لكتابة الوظائف في وسائط الإعلام

الاجتماعية

Reflect يمكنك أن تسجل ملاحظة صوتية ، تجعل المساعد

الخاص يحولها إلى مخطط مقالي، ثم تقوم بإعادة صياغة

كتابتك عندما تحصل على تطبيق مع العديد من دمجات AI ،

مثل GPT-4 AI مساعد و Wisper AI transcriber (-ai)

./tools-for-journalists ، 2023)

4. أدوات الذكاء الاصطناعي للإنتاج:

الهدف من هذه الأدوات هو تعزيز الإنتاجية والكفاءة في توصيل المعلومات إلى المشاهدين بسرعة ودقة وتلقائية. باستخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي، يمكن للصحفيين في مجال الإنتاج إنشاء محتوى نصي وصوري وصوتي تلقائيا وربطها مع بعضها البعض، أو حتى إنشاء وسائط مركبة جديدة. وتستخدم نظم الذكاء الاصطناعي بالفعل لإنتاج تقارير والأخبار الرياضية من خلال الوصول إلى قواعد بيانات تحتوي

على معلومات ذات صلة مثل أخبار اللاعبين والنادي الرياضية نتائج المباريات. بالإضافة إلى ذلك، تستخدم تطبيقات الذكاء الاصطناعي على نطاق واسع لتلخيص المحتوى الصوتي المسجل وترجمة المقالات، مما يسهل العمل التحريري اليومي. (J. HEESSEN, 2023)

Overtone.ai يقيم القصص التي تستند فقط على المحتوى

نفسه. وليس المقاييس الثانوية مثل النقرات أو الحصص

لمساعدة الناس على التواصل بشكل أفضل

DeepL Write اقطع/اكتب بعمق مجموعة مختارة من

النصوص و هذه الأداة ستعلمك كيف تحسنها. النماذج الحرة

والمدفوعة الأجر

QUILLBOT pararestreadr نسخة أكثر احترافا أداة جيدة

لكتابة الرسائل الرسمية النماذج الحرة والمدفوعة الأجر

Wordtune Spices أداة تجهيز النصوص المتقدمة النماذج

الحرة والمدفوعة الأجر

CHATGPT طورت هذه الأداة من قبل OpenAI في أواخر عام

2022، وتتفاعل بطريقة محادثة. ويتيح شكل الحوار الفرصة لـ

CHATGPT للإجابة على أسئلة المتابعة، والاعتراف بأخطائها،

والتحدي عن أماكن العمل غير الصحيحة، ورفض الطلبات

غير المناسبة. ويمكنك أن تعرض عليهم ردود فعل على

Discord. ChatGPT لـ جوجل المتصفح امتداد الذي يسمح

لـ ChatGPT للعمل جنباً إلى جنب مع جوجل (J. HEESSEN, 2023).

5. أدوات الذكاء الاصطناعي للتوزيع:

الهدف هو تقديم منتجات رقمية مخصصة لمستخدمي وسائط الإعلام وفقا لاهتماماتهم الشخصية، مع الحفاظ في الوقت نفسه على قاعدة أخبار رياضية واسعة وذات صلة. تسعى مؤسسات الإعلام إلى تقديم قصص مصممة بشكل فريد لكل مستخدم، باستغلال ثراء وتنوع المحتوى المتاح في الذيل الطويل. إذ يمكن للذكاء الاصطناعي أن يساعد في هذه الجهود التخصصية وتعزيز توزيع منتجات الوسائط المتعددة لجماهير معينة عن طريق إنشاء ملفات تفضيلات المستخدمين استنادا إلى بيانات الاستخدام وتوصية بما هو قادم للقراءة. بالإضافة إلى ذلك، كما يمكن للذكاء الاصطناعي تقديم تخصيص أكثر دقة، مثل الاستناد إلى الاهتمامات الإقليمية، أو إنشاء محتوى أخباري وفقا لوسائل الإعلام الرياضي المفضلة للمستخدمين (Adwan, 2023).

6. التطبيقات الذكية المستخدمة في إنتاج المضامين الإعلامية الرياضية (أحوال اللاعبين والنجوم والنوادي والمباريات) يضع الأسئلة وهو ينتج القصة).

و في ظل تطور خوارزميات نظام الأندرويد أفرز هذا النظام تطبيقات الذكاء ❖ تقنية غوغل مابس Google maps الاصطناعي والتي هي اليوم محل استغلال المؤسسات الإعلامية لأن صحافتي شهدت تطورا ملحوظا من الجانب التقنية في ظل تطور الأتمتات والروبوتات لم نرق إليها بعد كتجربة إعلامية بحثة في الجزائر خوارزميات الذكاء الاصطناعي هذا التطبيق المعروف لدى باستثناء بعض الدول الغربية ودول الخليج ودو شرق آسيا التي عرفت تجارب عامة مستخدمى الهواتف الذكية والذي تتضمن مهمته في ناجحة في استعراض ما يعرف بالمذيع الآلي المنشط الآلي تعتمد المؤسسات رسم الخرائط وتفصيلها وتحديدها بدقة من مختلف المواقع على كل الكرة الأرضية ، تفيد جدا هذه التقنية في رصد وجمع الأخبار الرياضية ، مواقع المباريات وتساعد في تحقيق المواقع (الأندرويد نموذجا) هذه التطبيقات الذكية التي أفرزها نظام الأندرويد التي يصعب رصدها أو الوصول إليها. (صحافة

رصد وجمع الأخبار وإنتاج المحتوى الإعلامي الرياضي، غير أن التحولات البيانات data journalsime فرضتها بيئة الذكاء الاصطناعي أفرزت جملة من التطبيقات والتقنيات وهنا عدة تطبيقات ذكية التي يستخدمها الصحفيين في غرف المستحدثة التي من شأنها تحقق قفزة نوعية في مجال الممارسة الإعلامية والتي الأخبار من أجل التحقق والتأكد من صحة المعلومات ، على تعتبر آليات دعم وتعزيز غرفة الأخبار في رصد الأخبار وجمعها وإنتاجها من غرار تطبيقات التدقيق اللغوي والإملائي أبرزها تطبيق نيوزغارد Newsguard والذي يكشف على العديد من مختلف النطاقات أبرزها :

❖ تطبيق كوناكسيون Connexion و يعد محرك ذكي

يمكن وسائل الإعلام منالبحث عن مصادر الأخبار والمعلومات الرياضية والوصول إليها من مختلف النطاقات الجغرافية بشكل دقيق وسريع ، والتي يطلق على تسميتها كذلك تقنيات الزحف التي تمنحه القدرة على الإشارة إلى المواضيع الرائجة والتي تشكل ترند على السوشل ميديا.

❖ ونجد كذلك تطبيق جويسار The Juicer وهو

تطبيق ذكي أطلقته مؤسسة البي بي سي BBC والذي يقوم بتزويد الجمهور بالأخبار الرياضية والمصادر والمعلومات التي يتم تجميعها بشكل آلي في آن واحد والذي يتميز بخاصية التزامنية والفورية والأنية في استحداث المعلومات ونشرها actualité .

❖ تطبيق ورد سميث Word smith

تقنية ذكية تعتمد عليها القنوات الإعلامية كثيرا وهو عبارة عن حيز يتم إدراج فيها المعلومات حول خبر معين لتقوم بدورها في إنشاء قصة خبرية سردية ، وهذه التقنية تعتمد عليها القنوات والمواقع الإخبارية الرياضية في إنتاج القصص الخبرية المتعلقة

❖ تطبيق أوفيسيال ميديا بياس فاكت شيك

Official : Media bias fact check والذي يعمل على تحري وتقصي مدى تلاءم المعلومات الرياضية الصحيحة ومصادر المعلومات الموثوقة .

❖ تقنية فاكر فاكت Facker fact هذه التقنية الذكية

التي تقوم على تحليل الأخبار الرياضية والمقالات والغرض من النشر وما هي القيم الإخبارية (القيمة الخبرية) أو درجة التأثير الذي تود أن تخلفه في القراء والجمهور ، مع تحري الخبر أو المحتوى الرياضي ما إذا كان الغرض من نشره أو إنتاجه هو إثارة غرائز الجمهور أم نشر الحقائق وتنوير الرأي العام.

❖ أما عن مرحلة تحرير القصص الإخبارية الرياضية

ومعالجتها بصياغة إعلامية فنجد تطبيق ناراتفيف سيانس Narrative Science والذي يقوم على توليد وإنتاج قصص سردية دون تدخل العنصر البشري ، فهو يشبه نوعا ما تطبيق وورد سميث غير أنه أكثر

والقوالب الجاهزة وفق مجالات مختلفة، وبإمكانك أن تقوم بعمل عرض (presentation) بسهولة عن طريقه وبشكل مجاني.

• **تطبيق إكسيزيكو EX.CO** تحويل المعلومة الرياضية إلى تجربة تفاعلية عبر هذه المنصة التي تستخدمها عدد من الشركات والناشرون في جميع أنحاء العالم من أجل تحويل المعلومة إلى محتوى لجذب الجماهير وتوفير رؤى مفيدة حول الجمهور المستهدف.

3. مستقبل صحافة الذكاء الاصطناعي في مجال الإعلام الرياضي

أم اعن مستقبلها في مجال الإعلام الرياضي حسب رؤى استشرافية للدكتور محمد عبد الظاهر سوف تشهد ظهور حقبة جديدة نتيجة للتطورات المتسارعة في التكنولوجيا العالمية، وتقنيات الثورة الصناعية الرابعة، حيث أوشك العالم أن يودع صحافة المواطن، بعد أن بدأ بالفعل انطلاق صحافة الذكاء الاصطناعي. حيث ستتيح هذه الثورة تقنيات جديدة لوسائل الإعلام مثل إنترنت الأشياء، والواقع المعزز، والبلوك تشين، والذكاء الاصطناعي، إلى جانب الطباعة ثلاثية الأبعاد والهولوجرام والروبوت، والتي سوف يكون لها تأثيراً كبيراً على صناعة الإعلام خلال العقدين القادمين.

لكن في ظني أنها تحتاج إلى جهد كبير من الابتكار والإبداع، نظير تلاشي أدوار الصحفي وإخفاقه في الابتكار والإنتاج لاسيما ما تعلق بالكتابة أو مراجعة النصوص او حتى قراءة نشرات الأخبار، فهذه الممارسة الكلاسيكية قد تجاوزها الروبوت والعالم الآن يتجه إلى صحافة جديدة وهي صحافة الذكاء الاصطناعي وفي قراءات للدكتور صادق عباس بأننا سنرى غرف إخبارية لا وجود للإنسان بداخلها... وسوف تشهد حقبة صحافة الذكاء الاصطناعي، الاعتماد على أحدث الأقمرة الاصطناعية التي تخترق سرعة الإنترنت فيما إلى ما بعد ألف ميجابايت، وآلاف الروبوت الذين يغطون الأحداث في الأماكن الأكثر خطورة، والتي يصعب على الإنسان الوصول إليها مثل: مناطق الحروب، الحرائق، قاع البحار، في الفضاء، فوق

شيوعاً لما يحتويه من خوارزميات متطورة . و نعتد عليه كثيراً إذا لجأنا إلى إعداد البورتريهات .

❖ فنجد تطبيق أوتومايتيد أنسايت Automated

insights تطبيق ذكي يعمل على تحرير وإنتاج القصص الأكثر إبداعاً وتأثيراً التي تخص المشاهير والنجوم والشخصيات الرياضية ، إذ يقوم بإنتاج قصص متكاملة في شكل توصيف شخصي مادي ومعنوي (فن البور تريه) عن شخصية رياضية منذ ولادته وسيرة ذاتية عن الشخصية.

❖ تطبيق وورد سميث Word smith عرف تطورا على

مستوى التقني إذا تم إضفاء خوارزميات من شأنها توليد اللغات الطبيعية لكتابة الأخبار الرياضية بتلقائية عبر تحليل البيانات في سرد متماسك قابل للتعديل. ويعتبر تطبيق وورد سميث من أشهر تطبيقات الذكاء الاصطناعي استخداماً في مجال الصحافة والإعلام في كتابة الأخبار السردية وإعداد القصص الخبرية.

ولا نسلم فقط بهذه التطبيقات التي أشرنا إليها سلفاً فقط ، بل هناك العديد من التطبيقات الذكية المستخدمة في مجال الإعلامي الرياضي ، لاسيما تطبيقات التصوير الإعلامي ، وتطبيقات دراسة الجمهور ميولاته وأذواقه ، وكذلك تطبيقات دراسة ردود فعل reaction الجمهور والقراء ، كذلك فيه تطبيقات المسح بمواقع الحدث والتي تزود المؤسسات الإعلامية بإحصائيات عن عدد شواهد الحدث ، توقيت الحدث ، إحدائيات موقع الحدث ، جمهور الحدث وهذا التطبيق الأكثر شيوعاً في مجال صحافة البيانات.

وهناك تطبيقات يعتمد عليها القائم بالاتصال في بناء العمل الصحفي الرياضي عبر البيئة الرقمية من الجانب الفني والشكلي والجمالي (التصميم والفوتوشوب) الصوت وانفوغرافيا الصورة المتحركة animation infografie picture

• **تطبيق إيكوتشارت iktochart** تتيح للقائم بالاتصال تحويل البيانات والمعلومات الرياضية إلى تصميم إنفوغرافيك سيميلوجي مستخدماً العديد من التصميمات المختلفة

الناشئة المطلوبة ومعايير الجودة في الصحافة ووسائل الإعلام والمساءلة المهنية والمسؤولية في تصنيف المحتوى التلقائي. في الوقت نفسه، توجد درجة من الشكوك حول تكنولوجيا الذكاء الاصطناعي والقلق من تآكل الهوية المهنية للصحفيين وخبراء الإعلام.¹ (J. HEESSEN, 2023)

وفقا لتقرير تشارلي بيكيت الذي يشير إلى أن 44٪ من منظمات الأخبار التي تم استطلاعها قد شهدت بالفعل تأثير الذكاء الاصطناعي. يوحي التقرير بأن هذا التأثير يمكن أن يشمل فقدان الوظائف وتغييرات في طرق العمل والإنتاج، بالإضافة إلى التحديات الأخلاقية والمعايير في استخدام التقنيات الذكية في الصحافة ووسائل الإعلام. ومع ذلك، يشير التقرير أيضا إلى أن العديد من منظمات الأخبار قد اعتمدت تقنيات الذكاء الاصطناعي لتحسين عملياتها وزيادة الإنتاجية والكفاءة، وتوفير تجربة إعلامية أفضل للجمهور.²

وعلى النحو ذاته يعبر الأكاديميون والمتخصصون في مجالات ومهن مختلفة في الصحافة ووسائل الإعلام عن أهم المخاوف المتعلقة بتوسيع استخدام أدوات وتطبيقات الذكاء الاصطناعي على النحو التالي (Becket, 2019):

أ. الفيديوهات المزيفة:

إن تلاعب السمات الشخصية مثل الأصوات وتعابير وحركات الوجه باستخدام محتوى نصي وصور جديدة أصبح ممكنا الآن. للحفاظ على الثقة في المساهمات المركبة التي تعتمد على الذكاء الاصطناعي، يجب على الصحفيين وفرق التحرير أن يلعبوا دورا حاسما كإجراء صحيحي، وضمان أن يتم تعريض المحتوى الذي تنتجه الآلة لمعايير الجودة الصارمة.

ب. التحيز:

تتمتع أنظمة الذكاء الاصطناعي بالقدرة على تعلم وتكرار التحيزات القائمة في البيانات التي تم تدريبها عليها. إذا كانت البيانات المستخدمة لتدريب نظام الذكاء الاصطناعي محايدة، فقد يكون الإنتاج الذي يتم إنتاجه من قبل النظام أيضا محايدا. يمكن أن يؤدي ذلك إلى قصص أخبار غير دقيقة أو مضللة، أو حتى ضارة، خاصة عندما يتم تغذية النظام ببيانات مزيفة أو غير صحيحة. وعلاوة على ذلك، يمكن أن ينتهك ذلك حقوق الطبع والنشر للوسائط التقليدية. ووفقا لـ أولجا

ناطحات السحاب.

وأكد محمد عبد الظاهر أن صحافة الذكاء الاصطناعي سوف تخلق ثورة جديدة في صناعة الإعلام، حيث لا حدود جغرافية، ولا قانونية، ولا قيود تضعها الحكومات على حرية نقل الخبر، أو الوصول إلى المعلومات، المنافسة قوية للغاية، والرابع في السباق من يقتنص تلك الفرص ويستحوذ على أحدث التقنيات الحديثة ويقوم بدمجها في صناعة الإعلام. وللأسف سوف تتحول دول العالم الثالث إلى سوق مختزقة من كافة تلك القنوات والتقنيات الحديثة وصولا لمعلومات سيادية من قبل وسائل الإعلام وصحافة الذكاء الاصطناعي.

و أخيرا أشار إلى أن صحافة الذكاء الاصطناعي هي مستقبل الإعلام ويجب أن تعي دول العالم الدور الذي يمكن أن تقوم به الثورة الصناعية الرابعة في تمكين الذكاء الاصطناعي من تلك الصناعة والتحديات التي يمكن مواجهتها خوفا من مسبق غزو الروبوت للمؤسسات الإعلامية .

4. المشكلات التي تواجه استخدام أدوات الذكاء الاصطناعي في الإعلام الرياضي

تقدم تقنيات الذكاء الاصطناعي تقدما كبيرا في المشهد الإعلامي من خلال معالجة التحديات الرئيسية في الصحافة ووسائل الإعلام، مثل مكافحة الأخبار الرياضية المزيفة والالتزام بالسياسات التحريرية وتصميم المحتوى حسب الحاجة. علاوة على ذلك، أثبتت الذكاء الاصطناعي فعاليتها في التسويق الرقمي التفاعلي من خلال التنبؤ بسلوكيات الأفراد المستقبلية في القطاع التجاري، فضلا عن تطوير عرض رسائل وسائل الإعلام في برامج التلفزيون ومنصات التواصل الاجتماعي.

مع ذلك، عبر علماء ومهنيين من مختلف التخصصات والمجالات داخل الصحافة ووسائل الإعلام عن ترددهم الكبير بشأن التزايد في استخدام أدوات الذكاء الاصطناعي في تصميم وتحرير وإنتاج ونشر محتوى الإعلام. قد يؤدي الاعتماد على أدوات وتطبيقات الذكاء الاصطناعي إلى فقدان الوظائف ومخاطر التمييز والتحيز وتقليص الجودة والمصداقية وفقدان الشفافية والموضوعية في التقارير والتحليلات. وعلاوة على ذلك، يواجه تكامل أنظمة الذكاء الاصطناعي مخاوف أخلاقية وقيمية تتعلق بطبيعة العمل المتطورة والكفاءات والمهارات

الاصطناعي فعالة بشكل خاص في التطبيقات المفضلة والخادعة. على الرغم من أن الذكاء الاصطناعي لديه القدرة على مساعدة المستهلكين في تصفح المحتوى عبر الإنترنت من خلال البحث الشخصي والتوصيات الشخصية وتحديد حالات التلاعب الخارجي، إلا أن هناك سببا شرعيا للقلق.

رواد ... أكاديميين وباحثين يشجعون على فتح آفاقا لخوض تجربة في مجال صحافة الذكاء الاصطناعي :- الآليات والحلول -

يشهد الوطن العربي خاصة الجزائر ندرة في دراسات صحافة الذكاء الاصطناعي وكانت مصر هي الرائدة في هذا المجال عبد الظاهر وبعض الأساتذة المشاركة أمثال مصطفى صادق عباس المخطط الإعلامي لأبوظبي والدكتور ساعد ساعد بجامعة أم القرى والدكتور كريم زباني أستاذ الأستاذ المتخصص في الإعلام الرقمي وصحافة الذكاء الاصطناعي بالجامعة الأمريكية بدبي الذي ألح وأصر الغوص في هذا المجال وتغيير المقررات الدراسية لمواكبة البيئة الرقمية الجديدة في صحافة الروبوت وصحافة الذكاء الاصطناعي والذي أصبح ضرورة ملحة لبناء جيل رقمي أكاديمي وإعلامي يهتم بهذه التكنولوجيا والعمل على إطلاق ميلاد جديد لعصر الصحافة الرقمية ديجيتال ومساعدتهم الحديثة في تغيير نمطية التدريس والمقررات الدراسية في أقسام علوم الإعلام والاتصال عبر مختلف جامعات الوطن العربي ، والخوض في ما يسمى بالعصر الرقمي والكتابة الصحفية الرقمية والعلاقات العامة الرقمية والتسويق الرقمي التصميم الغرافيكي و صحافة البيانات وصحافة الذكاء الاصطناعي وإنتاج الأخبار الرقمية وصحافة الموبايل .. الذي أشار كذلك بأن المقاييس والمواد العلمية الكاسيكية فقد تجاوزها الزمن... بالموازاة تنظيم دورات تدريبية للأساتذة المؤهلين لتجريس هذه المقاييس الرقمية وكوني باحث في علم الإعلام والاتصال بجامعة الجزائر أردت أن أقدم جملة توصيات وحلول للنهوض بالإعلام الرقمي في الوطن العربي علينا :

- أولا الرجوع إلى التنظير الأكاديمي والتجديد في

ابستمولوجياته وذلك بإخراج الحقل من الممارسة الكلاسيكية إلى الممارسة الحديثة بتوجهات وأسس

روساكوفسكي، أستاذة علوم الكمبيوتر في جامعة برينستون، فإن التحيز في الذكاء الاصطناعي يتعدى مجرد العرق والجنس، ويشمل البيانات أيضا. حيث يتسبب تطوير الذكاء الاصطناعي بواسطة بشر متحيزين بشكل طبيعي في مخاطر كبيرة، مثل إنشاء محتوى مشوه يخدع الجمهور. قد يصعب على أنظمة الذكاء الاصطناعي فهم الفروقات المعقدة بين قصص الأخبار، بما في ذلك السياق الذي كتبت فيه والتأثيرات الاجتماعية والثقافية لمحتواها، مما يؤدي إلى سوء الفهم أو سوء التفسير للأخبار.

تهجير الوظائف:

قد يؤدي استخدام الذكاء الاصطناعي إلى استبدال العاملين في قطاع التحرير ووسائط الإعلام بأنظمة آلية، مما يؤدي إلى فقدان وظائف في هذا المجال. ووفقا لنتائج بعض التقارير والدراسات، من المتوقع فقدان 85 مليون وظيفة بسبب استخدام الذكاء الاصطناعي في معظم الوظائف بين عامي 2020 و2025. ومع تزايد ذكاء ومهارة روبوتات الذكاء الاصطناعي، ستحتاج نفس المهام إلى أقل عدد من البشر. وتتطلب أنظمة الذكاء الاصطناعي والروبوتات استثمارات ونفقات تشغيلية أقل بكثير من العمال البشريين؛ حيث لا يوجد فترات طعام أو إجازات أو إجازات مرضية أو رواتب. لذلك، من المرجح أن تؤدي الاستثمارات في غرف الأخبار التي تعتمد على الذكاء الاصطناعي إلى تقليل عدد الوظائف .

فقد قامت مايكروسوفت بفصل حوالي 50 صحفيا واستبدالهم بالذكاء الاصطناعي منذ يونيو 2020. وعلى الرغم من أن معظم وسائل الإعلام تسعى لحماية قرائها من التزوير والفيديوهات المزيفة العميقة، إلا أن بعض الوسائل تستخدم تقنيات الذكاء الاصطناعي المزيفة لإنتاج صور وتسجيلات صوتية مزيفة بهدف التلاعب بالجمهور (Adwan, 2023). الشفافية:

يمكن أن يثير التحرير الإخباري المدفوع من قبل الذكاء الاصطناعي قضايا شفافية، حيث قد يكون القراء صعب عليهم فهم كيف يتخذ النظام قرارات تتعلق بتحرير الأخبار. علاوة على ذلك، فإن أنظمة الذكاء الاصطناعي لديها قدرات محدودة للإشارة إلى "دوافع" اتخاذ القرارات ويمكن أن تدرك فقط المدخلات والمخرجات. قد يظهر إنشاء محتوى الذكاء الاصطناعي ميلا كبيرا نحو طلب المستهلك في المجالات التي تتعارض مع رفاهية المجتمع، ويمكن أن تكون أدوات الذكاء

بالذكاء الاصطناعي ChatGPT كأحد تحديات الأخلاق، حيث قام العديد من المستخدمين بالاستفادة من التكنولوجيا لاستبدال مهام الكتابة، مما يعرض النزاهة الأكاديمية والابتكار للخطر. (Adwan, 2023)

مناقشة الأفكار:

أدوار الذكاء الاصطناعي في مجال الإعلام والصحافة:

- العمق من خلال تبني الذكاء الاصطناعي لكتابة قصص إخبارية قصيرة عن الأحداث الاقتصادية وهذا التطبيق مكن الصحفيين لكتابة مقالات أكثر عمقا.

- توليد اللغة الطبيعية التي تدعمها تطبيقات الذكاء الاصطناعي لتحويل البيانات تلقائيا إلى قصص إخبارية

- نشر تحسين كفاءة شبكات التوصيل وتحسين جودة البث
- تقليل تكاليف تسجيل البرامج علاوة على السرعة في التغطية أثناء الحوادث الطارئة.

- استخدام التعليق الصوتي الآلي في البث المباشر للألعاب الرياضية عبر قاعدة بيانات مسجلة بأسماء اللاعبين، والنتائج، والأوقات المنقضية، والترتيب والنتائج السابقة من خلال نظام صوتي آلي

- تحسين الأداء من خلال فهم الفروق الدقيقة للغة، النحو، المعرفة، المفاهيم، السياقات، الملخصات والتحليلات وحتى كسر التعليمات البرمجية لضمان ذلك مشاركة القارئ وفهمه. المهددات التي تواجه مهنة الصحافة:

- التحيز بمثابة الوصمة الذي تواجهها وسائل الإعلام إذ يتم ترتيب المعلومات التي يتم تقديمها للجمهور بدرجات من التحيز تؤدي إلى محتوى رياضي مضلل بدلا من الأخبار الواقعية والمتوازنة.

- صحافة الذكاء الاصطناعي تساعد في تقليل التفسير الذاتي للبيانات، حيث يتم تدريب خوارزميات التعلم الآلي على مراعاة المتغيرات التي تحسن دقتها التنبؤية فقط.

- تفتقر خوارزميات الذكاء الاصطناعي إلى القدرة على التحليل الحرج والشفافية.

- يؤدي الاعتماد على أدوات الذكاء الاصطناعي إلى فقدان الوظائف ومخاطر التمييز وتقليص الجودة والمصداقية وفقدان الموضوعية.

ونظريات ورؤى معاصرة تواكب البيئة الرقمية الراهنة وتواكب المحتوى الميدياتيكي الشبكي.

- - التخلي على فنيات الممارسة التقليدية والتوجه نحو استحداث فنيات معالجة وتحرير وتحليل المحتوى الشبكي الالكترونية بفنيات ومناهج معاصرة.. إضافة إلى التطوير في آليات التمنهج و البحث لدراسات أبحاث علوم الإعلام والاتصال بانتهاج أسس و أدوات منهجية معاصرة تواكب الفضاء الافتراضي العام وإعطاء صبغة علمية حديقة بتحليل المحتويات الميدياتيكي. -- العمل على بلوغ مرحلة أخرى من التطور وهو ممارسة الصحافة الافتراضية البحتة لان ما نمارسها هي صحافة شبكية وليس إعلام جديدة فالإعلام الجديد هو أن تتجدد في الوسائل والفنيات والطرائق صحافة الذكاء الاصطناعي المذيع الآلي، فنحن مقبلين على جيل إعلامي رقمي بامتياز يستلزم تهيئة أرضية ميدانية لإقحام طلبتنا وإعلاميين لممارسة ما يعرف بالصحافة الرقمية (ديجيتال) وصحافة الذكاء الاصطناعي.

المخاوف الأخلاقية:

توجد مخاوف أخلاقية حول تنفيذ الذكاء الاصطناعي في مجال تحرير الأخبار، بما في ذلك تأثيراته على جوانب مثل السرية والانفتاح والمساءلة. من المهم تقييم العواقب الأخلاقية بدقة قبل دمج الذكاء الاصطناعي في بيئات الصحافة. تفتقر خوارزميات الذكاء الاصطناعي إلى القدرة على التحليل الحرج والشفافية، بالمقارنة مع القدرة على تهجير الوظائف أو سوء استخدام التكنولوجيا، يحدث بالفعل انتهاكات أخلاقية. فإدخال مجموعات بيانات جانحة في الخوارزميات يؤدي بالضرورة إلى تعزيز التحيزات القائمة. الذكاء الاصطناعي لن يغير المبادئ الأساسية للصحافة؛ في سياق غرف الأخبار، يمكن للذكاء الاصطناعي أن ينجح فقط إذا تم الحفاظ على المعايير الصحافية والتحريرية المحترمة. الخوارزميات عرضة للتحيزات والأخطاء، تماما مثل البشر الذين يطورونها. ونظرا لاعتماد غرف الأخبار على الذكاء الاصطناعي، فمن المستحسن بشدة إنشاء هيئة أخلاقية يمكنها وضع مبادئ أخلاقية لاستخدام الذكاء الاصطناعي في غرف الأخبار. يعتبر ظهور أداة الدردشة

- يواجه تكامل أنظمة الذكاء الاصطناعي مخاوف أخلاقية و
قيمة تتعلق بطبيعة العمل المتطورة والكفاءات والمهارات
الناشئة.

- تأكل الهوية المهنية للصحفيين وخبراء الإعلام الرياضي.

خاتمة

في الأخير يمكن القول أن تكنولوجيا الذكاء الاصطناعي لها
تأثير كبير على الصحافة الرياضية نتيجة توليده لخوارزميات
تحاكي بشكل كبير الطريقة التي يتصرف بها العقل البشري
ويتفاعل بها، إذ أصبحت التغييرات واضحة للعيان عندما تم
التوصل إلى أتمتة المنتج النهائي (الأخبار) أو تنظيمها بل امتدت
لأكثر من ذلك من ناحية الخلق، النشر والاستهلاك.

كما يؤثر الذكاء الاصطناعي في مجال توليد الأخبار الرياضية
على التغطية الإعلامية المنظمة القائمة على البيانات أكثر مما
يؤثر على الأحداث المحلية. ولوحظ أن الخوارزمية ستكرر كل
ما هو متكرر، ومن ثم يشجع على تعزيز المساهمات الشخصية
التي يقدمها الصحفي، بحيث تركز وظيفته على التنفيذ
الاستراتيجي وتفوض الإجراءات الروتينية (التشغيلية) إلى الآلة.
وهو يعادل مشاركة أكبر في وضع جدول الأعمال، مع زيادة إبراز
المساهمات المعرفية للصحفي بحيث يمكن للشركات والمحرفين
على حد سواء أن يفلتوا من الحلول التي يمكن أن تكرر الآلة
بالتكرار.

وبالتالي يجب على الصحفيين أن يكفلوا أن تكون الأدوات التي
يستخدمونها في مجال الإعلام الرياضي متمشية مع المبادئ
التوجيهية الأخلاقية الراسخة وأن يحافظوا على سرية
المعلومات. وضرورة وضع مبادئ توجيهية ومعايير أخلاقية
لاستخدام الذكاء الاصطناعي في وسائط الإعلام والصحافة.
وينبغي أن تتناول هذه المبادئ التوجيهية مسائل مهمة
كخصوصية البيانات، والتلاعب في المحتوى، والتحيزات
الخوارزمية، ومن ناحية أخرى، فإن التنظيم والرقابة ويجب
على الحكومات والهيئات التنظيمية أن ترصد استخدام أدوات
الذكاء الاصطناعي في قطاع وسائط الإعلام وأن تضع سياسات
تصون المصالح العامة. ومن شأن ذلك أن يساعد على منع
إساءة استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات وضمان
التوازن بين الابتكار والرفاه الاجتماعي.

توصيات الدراسة

لتبقى هذه التطبيقات منعدمة الاستخدام في مجال العمل
الإعلامي في الجزائر، ويبدو أن مجال الذكاء الاصطناعي أصبح
حتمية تكنولوجية وضرورة ملحة يستدعي مواكبته في شتى
نواحي الحياة بما فيها قطاع الإعلام والاتصال، على أمل أن
يشهد قطاع الإعلام في الجزائر تطورا بعد مواكبته وإدماجه
لتكنولوجيا الذكاء الاصطناعي في المؤسسات الإعلامية حتى
تقدم العديد من التسهيلات والامتيازات للصحفيين والمحرفين
والإعلاميين لتقديم خدمة هادفة للجمهور، شريطة أن توضع
هذه الممارسة في أطر مقننة ونصوص تشريعية تحدد وتضبط
كيفية ممارسة نشاط الذكاء الاصطناعي في العمل الإعلامي
على ضوء قوانين الإعلام الجديدة في الجزائر.

- تقنية الهولوجرام التي اعتمدها مؤخرا في قناة الجزائر الدولية أثناء
تغطيتها لألعاب البحر الأبيض المتوسط وكانت تغطية احترافية منذ ذلك
الوقت لم يشهد تداول في استخدامه من قبل المؤسسات الإعلامية أخرى
- لوظيفة احترافية في مجال الإعلام الرياضية لاد من مواكبة هذه التطورات
التي تفرضها البيئة التكنولوجية والتي تفرز تحولات من الجانب الممارساتي
تضمن الجودة في الإنتاج وصناعة المحتويات الإعلامية الرياضية.

- لاد من إرادة سياسية من طرف المؤسسات الإعلامية في طرح تكوين حقين
وناجع للقائمين بالاتصال والصحفيين الرياضيين حول آليات استخدام هذه
التقنيات واستغلالها في الممارسة المهنية.

- التقيد بالقيم الخيرية والتخلي بأخلاقيات المهنة الصحفية شيء مقدس في
ظل التحولات التي تطرحها بيئة الذكاء الاصطناعي.

- سن ضوابط أخلاقيات استخدام الذكاء الاصطناعي في العمل

الإعلامي في إطار التربية الإعلامية.

وإذا كانت بوادر الصحافة الذكاء الاصطناعي ستظهر مع جيل
يعيش شظايا عالم وهي فماذا عن الإعلام الجديد والرقمي؟
الذي تكهننا ببروزه تزامنا مع تطور خوارزميات الوسائط
المتعددة، فنحن مقبلون على حقبة تكنولوجية معقدة
لتحقيق حقلة وقفزة نوعية تتجاوز مؤشرات الإعلام الجديد
دون خوضها في غمار السيطرة المعلوماتية، ولقد سبق وأن أُلح
وأصر رواد صحافة الميديا الاجتماعية أمثال الدكتور صادق
الحمامي بأن العالم العربي وخاصة المغرب العربي لا يمارس
إعلاما جديدا رقميا وإنما ما نمارسه اليوم إعلام وسائطي
صحافة multimedia (المحتوى الميدياتيكي) لأن الإعلام
الجديد يتطلب التجديد في الوسائل والتقنيات والفنيات

platform lemend system. تاريخ الاسترداد 13 3, 2024
https://doi.org/10.48669/pls_2023-
 1.

6. janna, Lee Rainie , Alex Luchsinger Anderson
Artificial intelligence and the future of. (2018)
 . pew research center. *humans*

7. muhammad Nour Al Adwan, Sawsan Taha,
 .(june, 2023) .rahima Aissani Rania A.abdellah
 Artificial Intelligence Tools in Media and

Journalism: ROles and Concerns
 .F.khoshgoftaar&mvillanustre&Najaf abadi 8.
 deeplearning application and .(2015)

challenge in big data analytics, journal of big
 data .p 1-21 .data
 9. Rouse .(, 2018) .:

<http://searhenterpriseai.techtarget.com/machi>
ne-learningML. تاريخ الاسترداد 12 07, 2023, من :
<http://searhenterpriseai.techtarget.com/machi>
 ne-learningML

10. (بلا تاريخ). دور الذكاء الاصطناعي في تطوير محتوى
 إدارة الأزمات الإعلامية - نظرة مستقبلية. مركز القرار
 للدراسات الإعلامية.

11. ساعد ساعد. (2020). لصحافة في عصر
 التكنولوجيا الرقمية. مجلة العلوم الإنسانية، 4 (5)،
 صفحة 201.

12. عمرو محمد محمود عبد الحميد. (10, 2020).
 توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في إنتاج المحتوى
 الاعلامي وعلاقتها بمصداقية لدى الجمهور المصري.
 (كلية الاعلام، المحرر) مجلة البحوث الاعلامية،
 5 (55).

13. ماجد أحمد. (2018). الذكاء الاصطناعي بدولة
 الإمارات العربية المتحدة، إدارة الدراسات و
 السياسات الاقتصادية. الإمارات العربية المتحدة.

والوسائل وحتى ذهنيات الممارسة ، إذا أكد في هذا الطرح
 البروفيسور أحمد عظيمي بأن المشاركة أخطأوا في التسمية ،
 فلا وجود لشيء اسمه الإعلام الجديد بل هي وسائط جديدة ،
 والخلل يكمن في عناصر العملية الاتصالية والإعلامية ففي
 الإعلام يتطلب توافر مرسل ووسيلة ورسالة ومستقبل والشيء
 المضاف في هذا الصدد بأن العملية الاتصالية تثمن بالرموز
 المشفرة الحاملة للمشاعر والأحاسيس والسلوكيات النفسية
 وهي الدافع الأساسي لحدوث الأثر effect والتغذية الراجعة
 Feed back

والسؤال الذي أطرحه أنا شخصيا كيف حققنا كل هذه القفزة
 النوعية وتجاوزنا فكرة الإعلام الجديد التي لم تظهر بوادره
 بعد ولا يوجد أي مؤشرات دالة على ممارساته في واقع البيئة
 الإعلامية حتى نصل إلى ما يسمى بصحافة الذكاء الاصطناعي
 أو صحافة الروبوت هل هو الإعلام الجديد نفسه أم له
 تسميات مستحدثة... وبالتالي نحتاج بقراءة نقدية لما ننتجه
 اليوم من معارف ونظريات ومدخل ابستمولوجية على بيئة لا
 تزال تجهل أبجديات الاستخدام خاصة في الوطن العربي.

إلا أنني أؤكد على نقطة مهمة هو أن صحافة الذكاء الاصطناعي
 ستصبح الجناح الخارق لكبت الحرية ومجابهة أزمة التزييف في
 المحتوى الميدياتيكي.

قائمة المصادر والمراجع المعتمدة في الدراسة.

1. (MAY, 2023 25). تاريخ الاسترداد 14 3, 2024، من

SPJ TOOLBOX:

<https://www.journalistoolbox.org/2023/05/2/5/ai-tools-for-journalists>

2. Becket .(2019). NEW Power, new
 responsibilities Aglobal survey of journalism
 and artificial intelligence .2019.

3. Brezina corona .(2019). *artificial intelligence*
 .and you the rosen publishing group.

4. h.r Glan .(1970). *computer-produced worded*
foreacasts (bulletin of the american
usa.meteorological

5. J.HEESEN .(2023). *Artificial intelligence in*
journalism legal and ethical framework of