

الإعلام الرياضي العربي في عصر الذكاء الاصطناعي: ملامح التحول واستراتيجيات التكيف المهني – دراسة في نماذج مؤسسية  
Arab Sports Media in the Age of Artificial Intelligence: Transformation Features and Professional  
Adaptation Strategies – An Institutional Analytical Stud

د. حسين بوصال

جامعة ألكي محند أولحاج البويرة

[h.boussalah@univ-bouira.dz](mailto:h.boussalah@univ-bouira.dz)

الملخص

معلومات المقال

يشهد الإعلام الرياضي العربي تحولاً بنويًا عميقًا بفعل الثورة الرقمية المتسارعة وتزايد الاعتماد على تقنيات الذكاء الاصطناعي داخل غرف الأخبار الرياضية، ما أحدث تغييرًا في نماذج الإنتاج، وسير العمل، والمهارات المهنية المطلوبة في المؤسسات الإعلامية. تهدف هذه الدراسة إلى تحليل ملامح هذا التحول، واستراتيجيات التكيف المهني لدى المؤسسات الرياضية العربية، عبر استثمار نظرية التحول التكنولوجي للإعلام ونموذج غرف الأخبار الذكية. اعتمدت الدراسة منهجًا وصفيًا تحليليًا نوعيًا، واختارت عينة قصدية من ثلاث مؤسسات تمثل مستويات مختلفة من النضج الرقمي (beIN SPORTS (نموذج متقدم)، قناة الكأس (نموذج متوسط)، ومنصات DzairSport/SportDZ (نموذج ناشئ)). أظهرت النتائج وجود فجوة رقمية واضحة في درجة دمج الذكاء الاصطناعي (60%، 30%، 10% على التوالي)، وبيّنت أن نجاح التحول الرقمي يرتبط بالتكامل بين الأتمتة الخوارزمية، التكوين المهني، والإشراف البشري، إلى جانب تبني سياسات تحريرية وأخلاقية تنظم استخدام الذكاء الاصطناعي. وخلصت الدراسة إلى أن الذكاء الاصطناعي لا يمثل مجرد تحديث تقني، بل تحول مؤسسي وثقافي شامل يتطلب إطارًا تنظيميًا وتكوينيًا وأخلاقيًا لضمان جودة المحتوى وحماية القيم المهنية في الإعلام الرياضي العربي.

تاريخ الإرسال:

2025-11-19

تاريخ القبول:

2025/12/13

الكلمات المفتاحية:

الإعلام الرياضي - الذكاء الاصطناعي - غرف الأخبار الذكية - التحول الرقمي - التكيف المهني

Abstract

Article info

Arab sports media is undergoing profound structural transformations driven by accelerated digital advancements and the increasing integration of Artificial Intelligence (AI) tools within sports newsrooms. These developments have reshaped production models, workflows, and professional competencies across media institutions. This study aims to examine the characteristics of this transformation and to analyze professional adaptation strategies adopted by Arab sports media organizations. Drawing on the Media Technological Transformation Theory and the Smart Newsrooms Model, the study employs a qualitative descriptive-analytical approach and uses a purposive sample of three institutions representing different levels of digital maturity: beIN SPORTS (advanced), Al Kass Sports Channel (medium), and DzairSport/SportDZ (emerging). Findings reveal a significant digital gap in AI integration levels (60%, 30%, and 10%, respectively), and show that successful AI-driven transformation requires a synergy between algorithmic automation, continuous professional training, and strong human oversight, in addition to adopting clear editorial and ethical policies governing AI use. The study concludes that AI adoption is not a mere technical upgrade but a comprehensive institutional and cultural transformation that demands regulatory, ethical, and capacity-building frameworks to safeguard journalistic values and ensure high-quality sports content.

Received

19/11/2025

Accepted

13/12/2025

Keywords:

Sports media - Artificial intelligence - Smart newsrooms - Digital transformation - Professional adaptation

**مقدمة:**

يشهد الإعلام الرياضي العربي في السنوات الأخيرة تحولاً بنيوياً عميقاً بفعل التطورات الرقمية المتسارعة وما رافقها من إدماج تقنيات الذكاء الاصطناعي في مختلف مراحل الإنتاج الإعلامي. فقد انتقل العمل الصحفي الرياضي من نموذج تقليدي يقوم على المعالجة الخطية للأحداث والاعتماد على الجهود البشرية الخالصة، إلى نموذج تفاعلي ذكي يعتمد على الأتمتة الخوارزمية، وتحليل البيانات الضخمة، والتنبؤ بسلوك الجمهور (Deuze, 2020). هذا التحول أحدث تغييراً جوهرياً في بنية غرف الأخبار الرياضية وفي طبيعة المهارات المهنية المطلوبة من الصحفيين، الذين أصبحوا مطالبين بفهم أدوات الذكاء الاصطناعي والتفاعل معها، والتحقق من مخرجاتها، وإدماجها ضمن سير العمل اليومي (Schultz & Sheffer, 2022). ورغم أن المؤسسات الرياضية الدولية قطعت أشواطاً كبيرة في هذا المجال، إلا أن المشهد العربي ما يزال متبايناً. فقد حققت مؤسسات خليجية كبرى مثل beIN SPORTS وقناة الكأس تقدماً معتبراً في دمج أدوات التحليل الذكي وأنظمة التوليد الآلي للمحتوى، في حين ما تزال المنصات الرياضية المغربية، خصوصاً الجزائرية منها، تعتمد تجارب محدودة وغير مؤطرة للذكاء الاصطناعي، ما يعكس فجوة رقمية تتصل بالبنية التقنية والتكوين المهني وغياب السياسات التحريرية المواكبة لهذا التحول (اليعقوبي، 2023).

أمام هذا الوضع، تتأكد الحاجة إلى دراسة علمية تتناول استراتيجيات التكيف المهني لدى المؤسسات الإعلامية الرياضية العربية مع تقنيات الذكاء الاصطناعي، باعتبارها ليست مجرد أدوات تقنية جديدة، بل تحولاً مؤسسياً وثقافياً يمس المنظومة التنظيمية والقيم المهنية (Küng, 2017). كما يبرز البعد الأخلاقي باعتباره تحدّياً محورياً، لاسيما ما يتعلق بالتحيز الخوارزمي وفصل الحدود بين المحتوى البشري والآلي ومسؤولية الإشراف التحريري (UNESCO, 2023).

**2. إشكالية الدراسة**

انطلاقاً من التحولات المتسارعة في بيئة الإعلام الرياضي العالمي، وما يقابلها من تفاوت في درجة جاهزية المؤسسات الرياضية العربية لاستيعاب هذا التحول، تبرز الحاجة إلى فهم استراتيجيات التكيف المهني والتقني والأخلاقي مع الذكاء الاصطناعي داخل غرف الأخبار. وعلى ضوء ذلك تُطرح الإشكالية التالية:

كيف تتكيف المؤسسات الإعلامية الرياضية العربية مهنيًا وتقنيًا وأخلاقيًا مع التحولات البنيوية الناتجة عن دمج تقنيات الذكاء الاصطناعي؟

**3. متغيرات وتساؤلات الدراسة**

1. ما أبرز ملامح التحول الرقمي داخل المؤسسات الإعلامية الرياضية العربية؟
2. ما استراتيجيات التكيف المهني المعتمدة في إدماج الذكاء الاصطناعي؟
3. ما التحديات التقنية والبشرية والأخلاقية التي تواجه هذا التحول؟
4. إلى أي مدى توازن المؤسسات بين الكفاءة التقنية وحماية القيم المهنية؟

**4. فرضيات الدراسة**

1. فرضية وصفية: توجد فجوة رقمية واضحة بين المؤسسات الرياضية العربية في مستوى التحول نحو الذكاء الاصطناعي.
2. فرضية سببية تفسيرية: يعود ضعف التكيف المهني إلى غياب برامج تكوين متخصصة في الذكاء الاصطناعي للصحفيين الرياضيين.
3. فرضية ارتباطية: ترتبط درجة النضج الرقمي للمؤسسة بمدى قدرتها

## 8. الدراسات السابقة

### الدراسة الأولى

#### العنوان:

*Artificial Intelligence and Sports Journalism: A New Era of Automation and Data-Driven Reporting*

#### المؤلفان:

Brian A. Schultz & Mary L. Sheffer

#### المؤسسة:

University of Oklahoma – الولايات المتحدة الأمريكية

سنة النشر: 2022

#### مكان إجراء الدراسة:

خمسة مؤسسات رياضية أميركية تعتمد بيانات المباريات

والتحليل الآلي.

#### نوع المنهج:

منهج نوعي Qualitative Analysis قائم على تحليل مضمون

تقارير رياضية مولدة آليًا، إلى جانب مقابلات معمّقة.

#### المجتمع والعينة:

18 صحفيًا وتقنيًا من خمس مؤسسات رياضية كبرى؛ تم

اختيارهم بعينة قصدية لارتباطهم بإنتاج المحتوى الذكي.

#### أدوات الدراسة:

- تحليل محتوى تقارير رياضية منتجة عبر الذكاء الاصطناعي.

- مقابلات نصف موجهة مع الصحفيين والتقنيين.

#### النتائج:

بيّنت الدراسة أن الذكاء الاصطناعي يرفع سرعة الإنتاج بنسبة

تتراوح بين 40% و60% ويُحسّن دقة البيانات الرياضية، لكنه

يهدّد "البعد الإنساني" في التغطية ويزيد مخاطر فقدان

السياق التحريري، إضافة إلى ظهور إشكاليات متعلقة بغياب

الشفافية حول كيفية اشتغال الخوارزميات.

وقد اعتمدت هذه الدراسة لتأطير الجانب المفاهيمي حول

التحليل الخوارزمي والأتمتة داخل الإعلام الرياضي (Schultz &

Sheffer, 2022)

## الدراسة الثانية

### العنوان:

"التحوّل الرقمي في الإعلام الرياضي العربي: التحديات والفرص

الباحث: د. محمد اليعقوبي

المؤسسة: جامعة قطر – كلية الإعلام

على دمج الذكاء الاصطناعي ضمن السياسات

التحريرية والتنظيم المهني.

## 4. فرضية تقييمية معيارية:

يهدّد استخدام الذكاء الاصطناعي دون تأطير أخلاقي

مبادئ الشفافية والمساءلة التحريرية (UNESCO,

2023).

## 5. أهداف الدراسة

تهدف الدراسة إلى:

- تشخيص ملامح التحول الرقمي في الإعلام الرياضي العربي.
- تحليل استراتيجيات التكيف المهني والمؤسسي.
- تحديد العوائق التقنية والبشرية والتنظيمية.
- تقييم البعد الأخلاقي لممارسات الذكاء الاصطناعي.
- تقديم مداخل تنظيمية وتكوينية وأخلاقية لترشيد التحول الذكي.

## 6. أهمية الدراسة

تنبع أهمية الدراسة من بعدها العلمي والتطبيقي، حيث

تساهم في سدّ النقص العربي في بحوث الذكاء الاصطناعي في

الإعلام الرياضي، وتقدم نموذجًا مقارنة لمستويات مختلفة من

النضج الرقمي، ما يسمح ببناء رؤية تطبيقية تساعد المؤسسات

العربية على تحسين أدائها وتطوير سياسات التحول.

## 7. الكلمات الدالة – التعريفات الإجرائية

### 1. الذكاء الاصطناعي (AI)

قدرة الأنظمة الخوارزمية على تحليل البيانات الرياضية، توليد

النصوص، إنتاج الفيديوهات، والمساهمة في اتخاذ قرارات

تحريرية داخل المؤسسات الإعلامية.

### 2. التحول الرقمي

عملية إدماج الأدوات والمنصات الذكية داخل البنية الإعلامية

يهدف تحسين الإنتاج، وتسريع المعالجة، وتنوع قنوات النشر.

### 3. غرف الأخبار الذكية

بنية تحريرية تعتمد العمل المشترك بين الإنسان والخوارزمية،

مع توظيف أدوات الأتمتة والتحليل والتخصيص

(Diakopoulos, 2019).

### 4. التكيف المهني

مجموعة الآليات التنظيمية والتدريبية التي تعتمدها المؤسسة

يهدف استيعاب التحول التقني وضبط أثره على جودة المحتوى.

سنة النشر: 2023

مكان إجراء الدراسة:

12 مؤسسة إعلامية عربية في قطر، الإمارات، تونس، المغرب، الجزائر، السعودية.

نوع المنهج:

منهج وصفي تحليلي مدعم باستبانة كمية وتحليل وثائق رسمي.

المجتمع والعينة:

مجتمع الدراسة: الصحفيون الرياضيون العاملون في

المؤسسات الرياضية العربية.

العينة: 82 صحفياً اختيروا بطريقة قصدية لضمان تمثيل

المؤسسات الرقمية.

أدوات جمع البيانات:

• استبيان إلكتروني حول درجة التحول الرقمي.

• تحليل وثائق مؤسسية (سياسات التحرير – البنية

الرقمية – خطط التدريب).

النتائج:

أظهرت الدراسة وجود فجوة رقمية واضحة بين المؤسسات

الخليجية (ذات التمويل المرتفع والبنية التقنية المتقدمة)،

والمؤسسات المغاربية (ذات التحول المحدود). كما أكدت أن

نقص التكوين المهني وضعف الاستثمار في البنية الرقمية يمثلان

أكبر عائق أمام إدماج الذكاء الاصطناعي.

الدراسة الثالثة

العنوان: "الإعلام الرقمي في الوطن العربي: الواقع والرهانات"

الباحث: د. فضيل دليو

المؤسسة: جامعة الجزائر 3 – معهد علوم الإعلام والاتصال

سنة النشر: 2022

مكان إجراء الدراسة:

12 مؤسسة إعلامية عربية في الجزائر، المغرب، الأردن، قطر، مصر.

نوع المنهج: منهج تحليلي مقارنة يعتمد دراسة وثائق ومقابلات

مع مديري غرف الأخبار.

المجتمع والعينة: مديرو التحرير والتقنيون المسؤولون عن

التحول الرقمي في المؤسسات الـ12.

عينة قصدية من 24 مسؤولاً (مدير + تقني داخل كل

مؤسسة).

أدوات جمع البيانات:

• تحليل سياسات التحول الرقمي.

• مقابلات معمّقة حول تحديات البنية التقنية والموارد البشرية.

النتائج:

أبرزت الدراسة أن غياب الرؤية الاستراتيجية ونقص الاستثمار

في التكنولوجيا يمثلان العائق الأكبر أمام التحول الرقمي في

العالم العربي. كما أكدت أن المؤسسات التي تملك خططاً

واضحة للتدريب المهني تحقق تقدماً أسرع في دمج الأنظمة

الذكاء.

ثانياً: الطرق المنهجية المتبعة

تهدف هذه الدراسة إلى تحليل أنماط التكيف المهني والمؤسسي

داخل ثلاث مؤسسات إعلامية رياضية عربية تختلف في درجة

نضجها الرقمي، من خلال دراسة ميدانية تستند إلى منهج

وصفي تحليلي نوعي. وقد اعتمدت الدراسة منهجية مزدوجة

تجمع بين الدراسة الاستطلاعية الأولية لفهم البيئة الرقمية

الحالية لكل مؤسسة، ثم الدراسة الأساسية التي ركزت على

تحليل مضمون المواد المنتجة باستخدام تقنيات الذكاء

الاصطناعي. وشملت الدراسة ثلاثة نماذج مؤسسية هي:

beIN SPORTS (نموذج متقدم)، قناة الكأس (نموذج

متوسط)، ومنصات DzairSport/SportDZ الجزائرية (نموذج

ناشئ). وتمثل هذه المؤسسات مستويات مختلفة من إدماج

الذكاء الاصطناعي، ما يسمح بتحليل مقارنة يبرز الفوارق

التقنية والتنظيمية والمهنية، انسجاماً مع منظور "التحول

التكنولوجي للإعلام" الذي يرى أن التقنية تُعيد تشكيل البنية

التحريرية والمؤسسية (Küng, 2017; Deuze, 2020)

اعتمدت الدراسة منهجاً وصفيّاً تحليليّاً نوعيّاً مناسباً لطبيعة

الظاهرة قيد البحث، نظراً لكون دمج الذكاء الاصطناعي في

غرف الأخبار يمثل تحوُّلاً بنيويّاً معقداً لا يمكن مقارنته

بأساليب كمية فقط. ويسمح هذا المنهج بتحليل الممارسات

المؤسسية، ورصد الفجوات، وتفسير الفروق بين المؤسسات

ذات النضج الرقمي العالي وتلك التي ما تزال في مراحلها الأولى.

تم تحديد مجتمع الدراسة في جميع المؤسسات الإعلامية

الرياضية العربية التي تنتج محتوى رياضياً عبر القنوات

التلفزيونية ومنصات البث الرقمي خلال الفترة 2024–2025.

أما عينة الدراسة فهي عينة قصدية مكوّنة من ثلاث مؤسسات

يهدف هذا القسم إلى تقديم نتائج الدراسة الميدانية وتحليلها بالاعتماد على كل من تحليل المضمون والمقابلات الصحفية التي أجريت مع عدد من المسؤولين في المؤسسات الإعلامية الرياضية العربية والجزائرية، وذلك من أجل بناء قراءة تفسيرية ومقارنة بين مستويات النضج الرقمي في المؤسسات الثلاث محل الدراسة. وقد مكّن الجمع بين الأدوات الرقمية (تحليل المضمون) والبيانات النوعية (المقابلات) من الحصول على فهم أعمق لواقع التحول الذي في الإعلام الرياضي العربي. اعتمدت الدراسة على تحليل 90 مادة رياضية، بواقع 30 مادة لكل مؤسسة، إلى جانب مقابلات قصيرة مع:

محمد حمدي (رئيس المراسلين beIN SPORTS) – ،  
مصباح قادري (رئيس الاتحاد الجزائري للصحفيين)،  
يوسف تزيير (رئيس منظمة الصحفيين الرياضيين الجزائريين).  
وقد أضيفت هذه المقابلات لتعزيز تفسير النتائج ودمج التصورات المهنية مع الواقع الرقمي الفعلي في غرف الأخبار. أولاً: عرض النتائج الرقمية (الجدول) وتفسيرها  
1. درجة الدمج الكلي للذكاء الاصطناعي داخل المؤسسات الثلاث

الجدول 1: مستوى دمج الذكاء الاصطناعي – مقارنة بين المؤسسات

المؤسسة	الدولة	عدد المواد	عدد المواد التي دمجت AI	النسبة %	مستوى النضج
beIN SPORTS	قطر	30	18	60%	متقدم
قناة الكأس	قطر	30	9	30%	متوسط
DzairSport/SportDZ	الجزائر	30	3	10%	ناشئ

المصدر: إعداد الباحث، 2025

#### التحليل والتفسير

تشير النتائج إلى تفوق واضح لقناة beIN SPORTS التي تعتمد إدماجاً متقدماً للذكاء الاصطناعي بنسبة 60%، وهي نسبة تعكس مأسسة التحول الذي داخل القناة. وقد أكد محمد حمدي هذا المعطى بقوله:

beIN SPORTS "انتقلت في السنوات الأخيرة إلى نموذج غرفة أخبار ذكية، حيث تُدار العديد من الكاميرات في الاستوديو بالذكاء الاصطناعي، كما أصبحت أدوات تحليل المباريات تعتمد على خوارزميات دقيقة تُمكن الصحفي من الوصول إلى بيانات معمقة خلال ثوانٍ."

تم اختيارها بناءً على معيار "درجة التحول الرقمي"، ما يجعلها ممثلة لمستويات مختلفة من النضج التقني. (Bryman, 2016) وقد تم اختيار 30 مادة إعلامية من كل مؤسسة، ليبلغ مجموع العينة 90 مادة، بهدف تحقيق عمق في التحليل ومقارنة كمية وكيفية متوازنة.

واستند البحث إلى مجموعة من أدوات جمع البيانات، أهمها:

1. تحليل الوثائق الرسمية الخاصة بكل مؤسسة، مثل سياسات التحرير، تقارير الأداء الرقمي، وأدلة استخدام الأنظمة الذكية.
2. تحليل المضمون للمواد الإعلامية المختارة (30 مادة لكل مؤسسة)، وفق شبكة ترميز مبنية على عشرة مؤشرات رئيسية تشمل: البنية التقنية، التحرير الآلي للنصوص والفيديو، التخصيص الخوارزمي، سياسات الذكاء الاصطناعي، حماية البيانات، التحيز الخوارزمي، الإشراف البشري، والتكوين المهني (Neuendorf, 2017).
3. المقابلات القصيرة مع صحفيين وتقنيين داخل المؤسسات القطرية والجزائرية في حدود ما سمحت به الظروف المهنية.

وعند بناء الأداة، رُوِعت الشروط العلمية للصدق والثبات، حيث خضعت شبكة الترميز لاختبار ثبات بين محلّين اثنين على عينة من 10% من المواد (9 مواد)، وبلغت نسبة الاتفاق 0.90 وقيمة كابا (Kappa) نحو 0.85، وهي نسبة تُعد "ممتازة" وفق معايير Landis & Koch (1977).

وقد تم تنفيذ الإجراءات الميدانية عبر مراحل متتالية، بدأت بالحصص الأولى للمؤسسات، ثم جمع المواد الإعلامية، ثم تطبيق شبكة الترميز عليها، يليها تحليل النتائج ومقارنتها مع الدراسات السابقة، ثم تفسيرها ضمن الإطار النظري.

وفيما يتعلق بالأساليب الإحصائية، فقد اعتمدت الدراسة على الإحصاء الوصفي لحساب نسب دمج الذكاء الاصطناعي داخل المؤسسات، إضافة إلى بناء مؤشر مركب للاندمج الذكي عبر المعادلة:

$$\text{المؤشر (\%)} = \frac{\text{عدد المواد التي دمجت الذكاء الاصطناعي}}{\text{إجمالي المواد}} \times 100$$

وقد استُكملت هذه القراءة الرقمية بتحليل كافي لتفسير الدلالات المهنية والتنظيمية لكل نتيجة.

الجانب التطبيقي:

- التكوين المهني (80%)
- الإشراف البشري (90%)

وهي مستويات تُعبّر عن نضج واضح في إدارة التحول، يتوافق مع ما يشترطه نموذج "غرف الأخبار الذكية (Diakopoulos, 2019)".

وقد أشار محمد حمدي إلى أن:

"التحول في beIN لا يقوم على التقنية وحدها، بل على تكوين دوري للصحفيين في أدوات الذكاء الاصطناعي، حتى لا تتحول الأتمتة إلى تهديد بل إلى دعم للعمل الصحفي."

وهو تصريح يعزّز قراءة النتائج بأن القناة تمتلك نموذجًا

تدريبياً مستمراً يُعزز العلاقة بين الإنسان والخوارزمية.

أما قناة الكأس، فتظهر فجوة في السياسات التحريرية ووسم المحتوى الآلي (10%)، ما يعني أن التحول يعتمد فقط على الأدوات دون رؤية مؤسسية.

وفي الجزائر، تنعدم تقريباً أدوات التحرير النصي والمرئي الآلي، وهي نتيجة متوقعة بالنظر إلى غياب الاستثمار الرقمي.

وقد قدّم يوسف تزيير تفسيراً مهماً بقوله:

"الذكاء الاصطناعي قادر على إحداث ثورة في الإعلام الرياضي الجزائري، لكن المشكلة ليست في التقنية، بل في كيفية

إدماجها. بعض المناصب مهددة، نعم، لكن إتقان التقنية

أصبح ضرورة ملحة."

هذا التصريح يعمّق البعد الأخلاقي والمهني في النتائج، ويشير إلى التوتر بين الفرص التقنية والتهديدات المهنية.

### 3. المؤشر الموحد للاندماج الذكي

الجدول 3: المؤشر العام للاندماج الذكي داخل المؤسسات

الثلاث

المؤسسة	المؤشر %	الترتيب
beIN SPORTS	60%	1
قناة الكأس	30%	2
DzairSport/SportDZ	10%	3

المصدر: إعداد الباحث

التحليل

يمثل هذا المؤشر خلاصة الفئات العشر، ويُظهر أن beIN SPORTS ليست فقط الأكثر دمجاً للذكاء الاصطناعي، بل

الأكثر توازناً بين:

- التقنية
- التكوين

يمثل هذا التصريح دعماً نوعياً لنتائج التحليل الكمي؛ إذ يوضّح أن التحول ليس مجرد توظيف للأدوات، بل تغيير في البنية التكنولوجية لسير العمل، وهو ما ينسجم مع ما أشار إليه (Schultz & Sheffer, 2022) حول أثر الأتمتة في تسريع الإنتاج وتعزيز الدقة.

أما قناة الكأس، فقد حققت نسبة 30%، وهي نسبة تعكس مرحلة انتقالية تجمع بين أدوات ذكية أولية وبعض العمليات التقليدية، في حين تظهر المنصات الجزائرية بنسبة 10% فقط، ما يُبرز فجوة رقمية واضحة ويؤكد محدودية البنى التقنية ونقص التكوين.

وقد عبّر مصباح قادري عن هذا الواقع بقوله:

"التجربة الجزائرية تحتاج إلى الاندماج الفعلي في الذكاء الاصطناعي، والتطور المنشود لن يتحقق دون تعاون مؤسسي وتكوين مستمر، لأن التقنية وحدها لا تكفي إذا لم يرافقها استيعاب مهني."

هذا التصريح يفسّر سبب النسبة الضعيفة للمنصات الجزائرية، ويربط ضعف الدمج بغياب النظام التدريبي والمؤسسي، وهي النتيجة ذاتها التي توصلت إليها دراسة اليعقوبي (2023).

### 2. تحليل الفئات التفصيلية للدمج الذكي

الجدول 2: مقارنة تفصيلية لدمج الفئات العشر للذكاء الاصطناعي

الفئة	beIN	الكأس	DZ
البنية التقنية	90%	50%	10%
التحرير النصي الآلي	70%	30%	0%
التحرير المرئي	60%	20%	0%
التخصيص الخوارزمي	60%	20%	0%
السياسات التحريرية للذكاء الاصطناعي	50%	10%	0%
وسم المحتوى الآلي	50%	10%	0%
حماية البيانات	70%	30%	10%
تخفيف التحيز	60%	20%	0%
الإشراف البشري	90%	40%	10%
التكوين المهني	80%	20%	0%

المصدر: إعداد الباحث، 2025

التحليل والتفسير

تُظهر نتائج الجدول تفوق beIN SPORTS في جميع الفئات، خصوصاً:

- البنية التقنية (90%)

• السياسات

• الإشراف

وهو ما يشير إلى تحول مؤسسي شامل وليس إلى توظيف آلي محدود.

ثالثاً: مناقشة النتائج في ضوء الدراسات السابقة والإطار النظري

تكشف نتائج الدراسة أن نجاح التحول الذكي يرتبط بعاملين رئيسيين:

1. الاستثمار في البنية الرقمية

2. التكوين المهني المستمر

وهو ما سبق أن أبرزته دراسة Schultz & Sheffer (2022) التي أكدت أن الأتمتة دون إشراف بشري تؤدي إلى ضعف الجودة وتضخيم التحيزات.

كما تتطابق النتائج مع دراسة دليو (2022) التي أوضحت أن المؤسسات العربية تعاني غياب الرؤية والاستراتيجية، باستثناء نماذج محدودة مثل beIN SPORTS.

وتؤكد المقابلات الصحفية هذا الاتجاه؛ إذ يرى محمد حمدي أن التحول لا يكتمل دون تكوين قوي، بينما يدافع يوسف تزيير عن ضرورة مواكبة الذكاء الاصطناعي رغم تهديداته، ويؤكد مصباح قادري على الدور المؤسسي للدولة والنقابات في مواكبة التقنية.

وبذلك، فإن الجانب التطبيقي يعكس بوضوح فرضيات الدراسة الأربع، ويبرهن على أن:

• الفجوة الرقمية حقيقية وواسعة

• التكوين محور استراتيجي

• السياسات التحريرية ضرورة

• التحول الذكي ليس تقنياً فقط بل ثقافي ومهني

أولاً: الاستنتاجات

توصلت الدراسة إلى أن التحول الذكي داخل

المؤسسات الإعلامية الرياضية العربية يتميز بعدم

التوازن بين البنية التقنية والتكوين المهني والسياسات

التحريرية. فقد أظهرت النتائج أن قناة beIN

SPORTS تمثل نموذجاً متقدماً لدمج الذكاء

الاصطناعي في غرف الأخبار، من خلال اعتمادها بنية

تقنية عالية، وتكويناً دورياً للصحفيين، وسياسات

تحريرية واضحة تُنظم استخدام الأنظمة الذكية. كما

أظهرت المقابلات، خصوصاً مع رئيس المراسلين

بالقناة، أن التحول يستند إلى رؤية مؤسساتية تجمع بين الأتمتة والإشراف البشري، ما يعكس تكاملاً بين الإنسان والخوارزمية.

أما قناة الكأس، فقد جاءت في مرحلة انتقالية تتسم باستخدام أدوات ذكية جزئية دون بناء منظومة متكاملة للتدريب أو السياسات التحريرية، وهو ما يفسر المستوى المتوسط لاندماج الذكاء الاصطناعي.

في حين كشفت نتائج المنصات الجزائرية

DzairSport/SportDZ عن مستوى ضعيف

للاندماج، سببه الأساسي محدودية البنية الرقمية

ونقص التكوين الممنهج، إضافة إلى غياب الرؤية

المؤسسية. وقد أكد كل من مصباح قادري ويوسف

تزيير هذه الإشكالات، حيث اعتبر أن التجربة

الجزائرية تحتاج إلى استراتيجية تكوين وإدماج تدريجي

للذكاء الاصطناعي لتجاوز الفجوة الرقمية والحفاظ

على استمرارية المهنة.

وتخلص الدراسة إلى أن مستقبل الإعلام الرياضي

العربي بات مرتبطاً بقدرة المؤسسات على خلق توازن

بين تحديث البنى التقنية، وتأهيل الموارد البشرية،

ووضع سياسات تحريرية وأخلاقية تضبط استخدام

الأنظمة الذكية، بما يضمن جودة المحتوى ويحافظ

على القيم المهنية.

رابعاً: مقترحات الدراسة

1. ضرورة وضع خطط مؤسسية للانتقال نحو غرف أخبار

ذكية تعتمد التكامل بين الأتمتة والتحرير البشري، مع

مراعاة مبادئ الشفافية والحوكمة الرقمية.

2. تطوير برامج تكوين مستمر للصحفيين الرياضيين في

مجالات الذكاء الاصطناعي والتحليل الرقمي، بما يسمح

برفع كفاءة الموارد البشرية ومواكبة التحولات التقنية.

3. اعتماد سياسات تحريرية وأخلاقية واضحة تنظم إنتاج

المحتوى عبر الذكاء الاصطناعي، خصوصاً ما يتعلق

بوسم المحتوى الآلي، حماية البيانات، وتقليل مخاطر

التحيز الخوارزمي.

4. تعزيز التعاون بين المؤسسات الإعلامية الرياضية

العربية لتبادل الخبرات والتجارب في مجال التحول

الرقمي، بما يدعم تطوير نموذج عربي مشترك لغرف

الأخبار الذكية.

Schultz, B. A., & Sheffer, M. L. (2022). Artificial intelligence and sports journalism: A new era of automation and data-driven reporting.

*International Journal of Sport Communication*, 15(3), 289–305.

UNESCO. (2023). *Guidelines for the Governance of Artificial Intelligence in Journalism*. UNESCO Publishing.

ثانيًا: المراجع العربية

دليو، فضيل. (2022). *الإعلام الرقمي في الوطن*

*العربي: الواقع والرهانات*. الجزائر: دار الخلدونية.

اليعقوبي، محمد. (2023). *التحول الرقمي في الإعلام*

*الرياضي العربي: التحديات والفرص*. *المجلة العربية*

*للإعلام الرياضي*, 15(2)، 72-45

اليعقوبي، محمد. (2023). *التحول الرقمي في الإعلام الرياضي*

*العربي*. الدوحة: دار جامعة قطر للنشر.

5. الاستثمار في البنية الرقمية داخل المؤسسات المغربية، خصوصًا الجزائرية، من أجل تقليص الفجوة التقنية وتسهيل اعتماد أدوات الذكاء الاصطناعي.

6. دمج النقابات والمنظمات المهنية في عملية التحول الرقمي، عبر تقديم رؤى تنظيمية وأخلاقية تضمن حماية الصحفيين وتكثيف المهنة مع التحولات المستقبلية  
خامسًا: آفاق مستقبلية للدراسة  
تفتح نتائج هذا البحث المجال أمام دراسات أوسع تستكشف:

- أثر الذكاء الاصطناعي على الأداء المهني للصحفي الرياضي عبر قياس المستوى المعرفي قبل وبعد التكوين.
- دراسة تأثير التوليد الآلي للمحتوى على جودة المادة الرياضية المنشورة في القنوات العربية.
- تحليل الأبعاد الأخلاقية للذكاء الاصطناعي في الإعلام الرياضي في حالات التحيز، الأخبار الزائفة، وتضخيم الإثارة.
- بناء نموذج عربي لمؤشر نضج غرف الأخبار الذكية يُستخدم لقياس مستوى التحول الرقمي في المؤسسات الرياضية.

قائمة المراجع

أولًا: المراجع الأجنبية

Bryman, A. (2016). *Social Research Methods* (5th ed.). Oxford University Press.

Deuze, M. (2020). *Journalism, Media, and Technology: Toward a New Humanity*. Polity Press.

Diakopoulos, N. (2019). *Automating the News: How Algorithms Are Rewriting the Media*. Harvard University Press.

Küng, L. (2017). *Strategic Management in the Media: From Theory to Practice*. SAGE Publications.

Landis, J. R., & Koch, G. G. (1977). The measurement of observer agreement for categorical data. *Biometrics*, 33(1), 159–174.

Neuendorf, K. A. (2017). *The Content Analysis Guidebook* (2nd ed.). SAGE Publications.