Journal of Digital Media and Artificial Intelligence
Vol. 3 No. 1 (2026) PP 49-64

Usage of Artificial Intelligence Technologies in Covering Sporting Events and Sport Egyptian Journalists Attitudes towards it.

Ahmed Selim[1], Refaat Elbadry*[2], and Mohamed Yunus[3]

123Faculty of Mass Communication- Menoufia University, Egypt.

Received 31 Oct, 2025
Revised 15 Dec. 2025
Accepted 6 Jan. 2025

Published: Jan. 2026

Cited as:
A. Selim. R. Elbadry. M. Yunus J. Dig Media. AI. Vol. 3 No. 1 (2026) PP 49-64.
DOI: 10.18576/jdmai/030104

Abstract: The study investigates the role of Artificial Intelligence (AI) in transforming sports journalism practices in Egyptian media institutions. It aims to analyze the extent of journalists' awareness and attitudes toward employing AI technologies in news production, as well as to identify the challenges and future prospects of this technological integration. The study adopts a descriptive–analytical approach, combining both quantitative and qualitative methods. Data were collected through a questionnaire administered to 150 sports journalists representing national, private, and digital newspapers, in addition to 18 in-depth interviews with media and technology experts.

The results reveal that most sports journalists possess a general level of knowledge about AI applications, with social media and online courses being their main sources of information. Despite limited institutional training, journalists show positive attitudes toward AI, recognizing its potential to enhance efficiency, accuracy, and content quality. However, major challenges remain, including weak technological infrastructure, insufficient training, and the absence of clear ethical and legal frameworks governing the use of AI in journalism.

The findings also indicate statistically significant differences in journalists' attitudes based on age and professional experience, with younger journalists demonstrating greater enthusiasm toward AI adoption. Experts emphasized that the future of Egyptian sports journalism will depend on a collaborative model between human creativity and machine intelligence. The study concludes by recommending the establishment of training programs, AI units within newsrooms, and the development of ethical guidelines to ensure transparency and accountability in AI-assisted journalism.

Keywords: Artificial Intelligence, Sports Journalism, Media Institutions, Egypt, Technological Transformation.

توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في تغطية الأحداث الرياضية واتجاهات الصحفيين الرياضيين في مصر نحوها

أحمد سليم[1] رفعت البدري[2]* محمد يونس[3]

123 كلية الاعلام، جامعة المنوفية، جمهورية مصر العربية.

المستخلص: هدفت الدراسة إلى تحليل مستوى وعي الصحفيين واتجاهاتهم نحو توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في إنتاج الأخبار، إلى جانب التعرف على أبرز التحديات التي تعيق هذا التوظيف واستشراف آفاقه المستقبلية. اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي الذي يجمع بين الأسلوبين الكمي والكيفي، وتم جمع البيانات من خلال استمارة استبيان وُزعت على 150 صحفيًا رياضيًا يمثلون الصحف القومية والخاصة والإلكترونية، إضافة إلى 18 مقابلة متعمقة مع خبراء في الإعلام والتكنولوجيا.

أظهرت النتائج أن غالبية الصحفيين الرياضيين يمتلكون معرفة عامة بتطبيقات الذكاء الاصطناعي، وأن وسائل التواصل الاجتماعي والدورات التدريبية عبر الإنترنت تُعد المصدر الرئيس لاكتساب هذه المعرفة. وعلى الرغم من محدودية التدريب المؤسسي، فقد أبدى الصحفيون اتجاهات إيجابية نحو استخدام الذكاء الاصطناعي نظرًا لدوره في تعزيز الكفاءة والدقة وتحسين جودة المحتوى. إلا أن الدراسة كشفت في الوقت ذاته عن وجود تحديات كبيرة تتمثل في ضعف البنية التكنولوجية، ونقص التدريب المهني، وغياب الأطر القانونية والأخلاقية الواضحة التي تنظم استخدام هذه التقنيات في العمل الصحفي.

*Corresponding author: E-mail: refaatelbadry1@gmail.com

كما أشارت النتائج إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية في اتجاهات الصحفيين تبعًا للعمر والخبرة المهنية، حيث أظهر الصحفيون الأصغر سنًا حماسًا أكبر نحو تبني تقنيات الذكاء الاصطناعي. وأكد الخبراء المشاركون في الدراسة أن مستقبل الصحافة الرياضية في مصر يعتمد على نموذج تشاركي يجمع بين الإبداع البشري والذكاء الآلي، بحيث يعمل الصحفي والآلة في تكامل يهدف إلى الارتقاء بمستوى الأداء الصحفي وتحقيق معايير المصداقية والمساءلة في بيئة الإعلام الرقمي المعاصر.

الكلمات المفتاحية: الذكاء الاصطناعي، الصحافة الرياضية، المؤسسات الإعلامية، مصر، التحول التكنولوجي.

1. المقدمة:

يشهد العالم المعاصر ثورة رقمية غير مسبوقة فرضت تحولات جذرية في مختلف مجالات الحياة، وكان ميدان الإعلام من أكثر القطاعات تأثرًا بها، خاصة مع بروز تقنيات الذكاء الاصطناعي (Artificial Intelligence) التي أصبحت عنصرًا فاعلًا في إنتاج المحتوى الإعلامي وتحريره وتوزيعه. وتتمثل أهمية هذه التقنيات في قدرتها على محاكاة التفكير البشري من خلال تحليل البيانات الضخمة، وتوليد النصوص، وتخصيص المحتوى للجمهور، فضلًا عن سرعتها ودقتها في معالجة الأخبار والمعلومات (Chris, 2025) ، وفي ظل هذا التطور، لم تعد الصحافة بمفهومها التقليدي قادرة على الاستمرار بمعزل عن التكنولوجيا؛ فقد اتجهت المؤسسات الصحفية إلى دمج أدوات الذكاء الاصطناعي في عملياتها التحريرية، بدءًا من جمع المعلومات وحتى إخراج المادة الصحفية النهائية، بما أوجد ما يُعرف اليوم بـ صحافة الذكاء الاصطناعي(AI Journalism) ، وهي الصحافة التي تعتمد على الخوارزميات والبرامج الذكية في إنتاج التقارير والتحليلات والأخبار بشكل آلي (Saad & Issa, 2020).

وقد مثّل دخول الذكاء الاصطناعي إلى غرف الأخبار تحولًا نوعيًا في مهنة الصحافة، إذ أصبح الروبوت الصحفي قادرًا على تحرير الأخبار الرياضية والمالية والطقسية في وقت قياسي وبمستوى من الدقة والموضوعية يفوق الأداء البشري في بعض الجوانب .(Calvo-Rubio & Rojas-Torrijos, 2024) كما ساعدت هذه التقنيات على تطوير نماذج جديدة في التحرير الصحفي مثل الصحافة الآلية (Automated Journalism) والصحافة الخوارزمية(Algorithmic Journalism) ، وهي أدوات تسهم في تحسين الإنتاج الإخباري، وتخصيص الرسائل للجماهير، وتحليل اتجاهات المتلقين في الزمن الحقيقي. في السياق المصري، برزت مؤسسات إعلامية سبّاقة في هذا المجال، مثل موقع القاهرة 24 الذي أطلق عام 2020 أول مبادرة عربية لإنتاج الأخبار بواسطة الذكاء الاصطناعي دون تدخل بشري، بالتعاون مع جهات رسمية مثل وزارة الاتصالات والبورصة المصرية، وهو ما شكّل خطوة ريادية في دمج التكنولوجيا بالعمل الإعلامي العربي (Asran, 2025) كما ساهمت منصات مثل في الجول وفي الفن في تقديم محتوى رياضي يعتمد على التحليل الرقمي والإحصاءات الآلية، مما يعكس تحوّلًا ملموسًا في بنية غرف الأخبار الرياضية المصرية.

تُعد الصحافة الرياضية من أكثر الأنماط الصحفية استفادة من تطبيقات الذكاء الاصطناعي، نظرًا لاعتمادها الكبير على التحليل السريع للبيانات والمعلومات الرقمية المتعلقة بالمباريات واللاعبين والإحصاءات. فهذه التقنيات تتيح للصحفيين الرياضيين التعامل مع كميات ضخمة من البيانات في وقت قصير، مما يمكّنهم من تقديم تغطيات تحليلية أعمق وأكثر دقة، كما تُستخدم تقنيات التعلُّم الآلي (Machine Learning) والتنبؤ الإحصائي لتوقّع نتائج المباريات وتحليل الأداء الفني للفرق (عبد الحميد، 2020).

ومع تزايد هذا التوظيف، برزت تساؤلات مهنية وأخلاقية حول مستقبل المهنة الصحفية ودور الصحفي البشري في ظل هذه الثورة التكنولوجية، إذ يخشى بعض الممارسين من إحلال الآلة محل الإنسان في كتابة الأخبار، في حين يرى آخرون أن الذكاء الاصطناعي يمثل فرصة لتعزيز جودة الأداء المهني وتطوير القدرات البشرية من خلال التكامل بين العنصر البشري والآلة(Miroshnichenko, 2018) ، من هنا جاءت أهمية هذا البحث الذي يسعى إلى تحليل اتجاهات الصحفيين الرياضيين في مصر نحو توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في تغطية الأحداث الرياضية، للكشف عن مستوى المعرفة، وأنماط الاستخدام، والتحديات التي تواجه هذا التوظيف، واستشراف مستقبل الممارسة الصحفية الرياضية في ظل التحول نحو الأتمتة الإعلامية.

2. مشكلة البحث وأهميته

أولًا: مشكلة البحث

شهدت السنوات الأخيرة توسعًا كبيرًا في استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي داخل المؤسسات الإعلامية عالميًا وعربيًا، وأصبح الذكاء الاصطناعي أحد أهم أدوات التطوير في بيئة العمل الصحفي. ومع ذلك، لا تزال درجة التبني والاستخدام تختلف من مؤسسة إلى أخرى، بل ومن قسم صحفي إلى آخر، خصوصًا في مجال

2026 @ Copyright

الصحافة الرياضية الذي يعتمد بشكل متزايد على البيانات الضخمة والإحصاءات والتحليل الآني للأحداث. ورغم أن بعض المؤسسات الإعلامية المصرية والعربية بدأت في تطبيق تقنيات الذكاء الاصطناعي في غرف الأخبار الرياضية، فإن الاستخدام لا يزال في مراحله الأولى، ويواجه العديد من التحديات، منها ضعف البنية التقنية، وقلة الكوادر المتخصصة، وتباين اتجاهات الصحفيين نحو تلك التقنيات، إذ يتوجس البعض منها باعتبارها تهديدًا لمستقبلهم المهني، في حين يرى آخرون فيها وسيلة لتطوير الأداء وتحسين جودة المحتوى.

وتشير الدراسات السابقة إلى أن العلاقة بين الذكاء الاصطناعي والصحافة الرياضية لا تقتصر على الجانب التقني، بل تمتد إلى البعد القيمي والأخلاقي، مثل قضايا المصداقية، والتحقق من الأخبار الزائفة، والتمييز الخوارزمي، وشفافية مصادر البيانات، وفي السياق المصري، تطرح هذه التحولات أسئلة ملحّة حول مدى جاهزية المؤسسات الصحفية لتبني هذه التقنيات، ومدى استعداد الصحفيين الرياضيين لاستخدامها في تغطية الأحداث الرياضية بصورة مهنية متكاملة. ومن هنا تتحدد مشكلة البحث في **محاولة الكشف عن اتجاهات الصحفيين الرياضيين في مصر نحو توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في تغطية الأحداث الرياضية، ومدى إدراكهم لمزاياها وتحدياتها، والعوامل المؤثرة في استخدامها داخل المؤسسات الصحفية.**

ثانيًا: أهمية البحث

تنبع أهمية هذا البحث من جوانب علمية ومهنية متعددة يمكن تفصيلها كما يلي:

1. الأهمية العلمية:

يأتي هذا البحث ضمن الاتجاهات البحثية الحديثة في دراسات الإعلام الرقمي، حيث يسعى إلى إثراء المعرفة الأكاديمية المتعلقة بتوظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في الصحافة، ولا سيما في المجال الرياضي الذي يُعد من أكثر المجالات ديناميكية وتفاعلية. كما يسهم في بناء إطار نظري عربي لدراسة العلاقة **بين الذكاء الاصطناعي والممارسة الصحفية الرياضية** في ضوء النظريات الإعلامية المعاصرة مثل **الحتمية التكنولوجية والنظرية الموحدة لقبول واستخدام التكنولوجيا (UTAUT)**

2. الأهمية التطبيقية:

يستند البحث إلى نتائج ميدانية حديثة أجريت على عينة من الصحفيين الرياضيين المصريين والخبراء في الإعلام، ما يمنحه بعدًا عمليًا يمكن أن يساعد المؤسسات الصحفية على **فهم و اقع استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي وتطوير سياساتها التدريبية والتحريرية** .كما يمكن أن يستفيد صناع القرار الإعلامي من نتائجه في دعم التحول الرقمي، وبناء استراتيجيات جديدة لتطوير غرف الأخبار الرياضية الرقمية.

3. الأهمية المستقبلية:

يمثل هذا البحث إضافة مهمة في استشراف مستقبل الممارسة الصحفية في مصر، خصوصًا مع الاتجاه العالمي نحو **الصحافة المؤتمتة (Automated Journalism)**، ودمج أدوات التحليل التنبؤي في التغطية الرياضية، مما يتيح فرصًا غير مسبوقة لتحسين جودة المحتوى وتوسيع نطاق التفاعل مع الجمهور.

3. أهداف وتساؤلات وفروض البحث

أولًا: أهداف البحث

يهدف هذا البحث إلى تقديم رؤية تحليلية شاملة لطبيعة العلاقة بين الصحفيين الرياضيين وتقنيات الذكاء الاصطناعي داخل المؤسسات الصحفية المصرية، من خلال مجموعة من الأهداف التفصيلية التي تتكامل فيما بينها لتوضيح الإطار العام للموضوع، وذلك على النحو التالي:

1. **تحليل مستوى المعرفة لدى الصحفيين الرياضيين المصريين بتقنيات الذكاء الاصطناعي**، ومدى وعيهم بتطبيقاتها المختلفة في مجالات التحرير، والإخراج، وجمع الأخبار الرياضية.
2. **رصد اتجاهات الصحفيين الرياضيين نحو توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في تغطية الأحداث الرياضية**، سواء من حيث المواقف الإيجابية التي ترى فيها فرصة لتطوير الأداء، أو المواقف السلبية التي تراها تهديدًا للهوية المهنية للصحافة.

3. **تحديد أهم المجالات التي تُستخدم فيها تقنيات الذكاء الاصطناعي داخل الصحافة الرياضية المصرية**، مثل تحليل البيانات، التنبؤ بنتائج المباريات، إنتاج الوسائط المتعددة، والتحقق من الأخبار الزائفة.
4. **الكشف عن التحديات التقنية والمهنية والأخلاقية التي تواجه المؤسسات الصحفية عند تطبيق تقنيات الذكاء الاصطناعي**، ومدى قدرتها على بناء بيئة تنظيمية وتشريعية قادرة على استيعاب هذا التحول.
5. **استشراف مستقبل استخدام الذكاء الاصطناعي في تغطية الأحداث الرياضية في مصر**، من خلال تحليل آراء الخبراء والقيادات الصحفية حول فرص التطوير والتأثيرات المتوقعة على الممارسة المهنية.

ثانيًا: تساؤلات البحث

انطلاقًا من الأهداف السابقة، يسعى البحث للإجابة على مجموعة من التساؤلات الرئيسة والفرعية التي تُمثّل محاور الدراسة النظرية والميدانية، على النحو التالي:

1. ما مدى معرفة الصحفيين الرياضيين المصريين بتقنيات الذكاء الاصطناعي المستخدمة في العمل الصحفي؟
2. ما اتجاهات الصحفيين الرياضيين نحو استخدام الذكاء الاصطناعي في تغطية الأحداث الرياضية؟
3. ما أكثر مجالات العمل الصحفي الرياضي استفادة من تطبيقات الذكاء الاصطناعي؟
4. ما أبرز التحديات المهنية والتقنية والأخلاقية التي تواجه الصحفيين في توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي؟
5. ما العلاقة بين مستوى معرفة الصحفيين بتقنيات الذكاء الاصطناعي واتجاهاتهم نحو استخدامها؟
6. هل توجد فروق دالة إحصائية في اتجاهات الصحفيين نحو الذكاء الاصطناعي تبعًا لمتغيرات مثل الخبرة المهنية، نوع المؤسسة، والمستوى التعليمي؟
7. كيف يُقيّم الخبراء مستقبل تغطية الأحداث الرياضية في مصر في ضوء التحول نحو الذكاء الاصطناعي؟

ثالثاً: فروض الدراسة:

8. توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المبحوثين من حيث اتجاههم نحو استخدام المؤسسات لتقنيات الذكاء الاصطناعي في تغطية الأحداث الرياضية تبعًا لاختلاف خصائصهم الديموغرافية.

4. الإطار النظري والدراسات المرجعية

أولًا: الإطار النظري للبحث

يرتكز هذا البحث على مزيج من النظريات الاتصالية الحديثة التي تفسّر علاقة التكنولوجيا بالممارسة الإعلامية، وتساعد في فهم كيفية استقبال وتوظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي داخل غرف الأخبار، وبالأخص في الصحافة الرياضية. ومن أبرز هذه النظريات ما يلي:

1. نظرية الحتمية التكنولوجية (Technological Determinism Theory)

تُعد نظرية الحتمية التكنولوجية من أبرز النظريات التي فسّرت التأثير الواسع للتكنولوجيا على المجتمع، وقد قدّمها المفكر الكندي **مارشال ماكلوهان (Marshall McLuhan)** في ستينيات القرن العشرين، مؤكدًا أن الوسيلة ليست مجرد قناة لنقل الرسائل، بل هي التي تُحدّد شكل المحتوى، وتعيد صياغة الإدراك الإنساني والبيئة الاجتماعية بأكملها، وانطلاقًا من هذه النظرية، يمكن القول إن ظهور تقنيات الذكاء الاصطناعي أعاد تشكيل بنية العمل الصحفي ومفاهيمه المهنية، إذ أصبحت الخوارزميات جزءًا من عملية صنع القرار التحريري، وتحليل البيانات، وصياغة النصوص الإخبارية .(Trang et al., 2024) وقد امتدت هذه التأثيرات إلى الصحافة الرياضية، حيث بات الذكاء الاصطناعي يتحكم في أنماط إنتاج الأخبار وتحليل الأداء الرياضي والتنبؤ بنتائج المباريات، مما أدى إلى تغيّر جذري في مفهوم التغطية الصحفية الرياضية(Murcia Verdú et al., 2022) ، وبذلك، تفسر هذه النظرية التحول الذي يشهده المجال الصحفي باعتباره **تحولًا تقنيًا يقود التغيير الاجتماعي والمهني**، وليس مجرد تطور في أدوات العمل الإعلامي.

2. النظرية الموحدة لقبول واستخدام التكنولوجيا (UTAUT –Unified Theory of Acceptance and Use of Technology)

تُعد هذه النظرية من أكثر الأطر الحديثة استخدامًا في دراسة تبنّي التقنيات الجديدة في المجالات المختلفة. وقد طوّرها Venkatesh et al. (2003) لتفسير سلوك

الأفراد في تقبّل التكنولوجيا بناءً على أربع متغيرات رئيسة هي:

1. توقع الأداء – (Performance Expectancy) مدى اعتقاد الفرد أن استخدام التكنولوجيا سيُحسن أداءه الوظيفي.
2. توقع الجهد – (Effort Expectancy) مدى سهولة استخدام التكنولوجيا المتاحة.
3. التأثير الاجتماعي – (Social Influence) مدى تأثر الفرد بآراء الزملاء والمجتمع المحيط في تبني التقنية.
4. الظروف الميسّرة – (Facilitating Conditions) مدى توافر الموارد والدعم الفني والمؤسسي لاستخدام التقنية.

وفي سياق البحث الحالي، تُعد هذه النظرية إطارًا مناسبًا لتحليل **اتجاهات الصحفيين الرياضيين في مصر نحو استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي**، إذ تتيح فهمًا معمقًا للعوامل التي تشجعهم على استخدام تلك التقنيات أو تعيق تبنها. وتشير دراسات إعلامية حديثة، منها (Chris, 2025. Miranda Gaibor et al., 2025) إلى أن مستوى تبني الذكاء الاصطناعي في الصحافة يعتمد بدرجة كبيرة على مدى **تصور الصحفيين لفائدته وسهولة استخدامه، والدعم المؤسسي المقدم لهم.**

ثانيًا: الدراسات المرجعية السابقة

يستند هذا البحث إلى عدد من الدراسات الحديثة التي تناولت موضوع الذكاء الاصطناعي في الإعلام، سواء على المستوى الدولي أو العربي، ويمكن تصنيفها ضمن ثلاثة محاور أساسية:

1. دراسات تناولت استخدام الذكاء الاصطناعي في المجال الصحفي عامةً

أشار Saad & Issa (2020) إلى أن الذكاء الاصطناعي غيّر مفهوم العمل الصحفي من نشاط بشري يعتمد على الإبداع إلى عملية هجينة بين الإنسان والآلة، حيث يقوم الروبوت الصحفي بتحليل البيانات ونشر الأخبار في وقت قياسي، مما رفع كفاءة الإنتاج الإخباري. وبيّن Jamil (2021) في دراسته عن الصحفيين الباكستانيين أن التحديات التي تواجه تبنّي الذكاء الاصطناعي لا تقتصر على البنية التحتية، بل تشمل المخاوف من فقدان الهوية المهنية للصحفي، مما يستلزم دمج الذكاء الاصطناعي في مناهج التدريب الصحفي.

2. دراسات ركزت على الذكاء الاصطناعي في الصحافة الرياضية

توصلت دراسة Calvo-Rubio & Rojas-Torrijos (2024) إلى أن استخدام الذكاء الاصطناعي في تغطية الأحداث الرياضية ساهم في رفع جودة الأخبار ودقتها، لكنه في الوقت نفسه طرح إشكاليات تتعلق بموثوقية الخوارزميات ومصادر البيانات. بينما ركّزت وسام عبد السميع وآخرون، 2024 على تحليل توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في إنتاج المحتوى الرياضي بالمواقع المصرية، وأشارت إلى ضعف وعي الصحفيين الشباب بهذه الأدوات رغم إدراكهم لأهميتها في المستقبل القريب.

3. دراسات تناولت الاتجاهات المهنية للصحفيين نحو الذكاء الاصطناعي

في دراسة Chris (2025) على الصحفيين النيجيريين، تبيّن أن الاتجاهات الإيجابية نحو الذكاء الاصطناعي ترتبط غالبًا بمدى توفر التدريب، والدعم المؤسسي، ورؤية المؤسسة لأهمية التحول الرقمي. أما Miranda Gaibor et al. (2025) فخلصت دراستهم إلى أن استخدام الذكاء الاصطناعي في الصحافة الرياضية يمثل تحولًا هيكليًا في صناعة الإعلام، وأن التكامل بين الإنسان والآلة هو الخيار الأمثل للحفاظ على البعد الإنساني للمهنة مع الاستفادة من التطور التقني.

ثالثًا: استخلاص من الدراسات السابقة

من خلال مراجعة الدراسات السابقة، يمكن ملاحظة ما يلي:

1. وجود إجماع على أن الذكاء الاصطناعي أصبح ضرورة حتمية في تطوير الصحافة المعاصرة.
2. غياب دراسات ميدانية عربية متخصصة تركز على الصحافة الرياضية تحديدًا.
3. الحاجة إلى ربط الجانب التطبيقي (واقع الاستخدام) بالجانب المعرفي (الاتجاهات المهنية)، وهو ما يسعى إليه هذا البحث.

5. **الإطار النظري والتحليلي لتقنيات الذكاء الاصطناعي في الصحافة الرياضية**

مفهوم الذكاء الاصطناعي وتطوره في المجال الإعلامي

1. مفهوم الذكاء الاصطناعي

يُعرَّف الذكاء الاصطناعي بأنه «قدرة الأنظمة التقنية على أداء مهام تتطلب عادةً ذكاءً بشريًا مثل الإدراك، والفهم، والتحليل، والتعلم، واتخاذ القرار (Saad & Issa, 2020). وقد تطور هذا المفهوم منذ خمسينيات القرن الماضي عندما طرح العالم **جون مكارثي (John McCarthy)** مصطلح "Artificial Intelligence" لأول مرة عام 1956، ليشير إلى إمكانية جعل الحواسيب "تفكر" بطريقة مشابهة للإنسان.

ويستند الذكاء الاصطناعي إلى مجموعة من التقنيات أبرزها: **التعلّم الآلي(Machine Learning)** ، و**معالجة اللغة الطبيعية(Natural Language Processing)** ، و**الرؤية الحاسوبية(Computer Vision)** ، و**الروبوتات الذكية(Intelligent Robots)** ، وهي أدوات تمكِّن الأنظمة من تحليل كميات هائلة من البيانات في وقت قياسي وإنتاج محتوى أو قرارات بناءً على ذلك(Parratt-Fernández et al., 2021) .

ويرى (**Chris, 2025**) أن الذكاء الاصطناعي لا يُستخدم فقط كأداة مساعدة، بل أصبح "شريكًا" في عملية إنتاج الأخبار، إذ يمكنه كتابة التقارير الإخبارية القصيرة، وتحليل النصوص، وإجراء المراجعة اللغوية، بل وتوقّع المواضيع الرائجة لدى الجمهور عبر تحليل تفاعلات وسائل التواصل الاجتماعي.

2. تطور الذكاء الاصطناعي في المجال الإعلامي

بدأ استخدام الذكاء الاصطناعي في الإعلام خلال العقدين الأخيرين، مع ظهور ما يُعرف بـ **الصحافة المؤتمتة(Automated Journalism)** ، وهي التي تعتمد على البرمجيات في تحويل البيانات الخام إلى نصوص قابلة للنشر دون تدخل بشري مباشر.(Calvo-Rubio & Rojas-Torrijos, 2024)

وتعد وكالة الأنباء الأمريكية **Associated Press (AP)** من أوائل المؤسسات التي استخدمت هذه التقنية عام 2014 لإنتاج تقارير مالية آلية، ثم تبعتها مؤسسات كبرى مثل **Reuters**و **Bloomberg**و **The Washington Post** من خلال أدوات مثل "Heliograf" التي تُنتج آلاف القصص الإخبارية آليًا سنويًا.(Jamil, 2021) ، وفي السياق العربي، بدأت بوادر تبني الذكاء الاصطناعي في الإعلام منذ عام 2018، حيث ظهرت مبادرات تجريبية في بعض القنوات الفضائية مثل قناة *سكاي نيوز عربية* التي استخدمت التحليل الآلي للمحتوى الرياضي، وموقع *القاهرة 24* الذي أطلق أول نظام تحرير آلي للأخبار باللغة العربية (Asran, 2025).

وقد ساعد الذكاء الاصطناعي على **تغيير بنية غرف الأخبار**، فباتت أكثر اعتمادًا على الأنظمة الرقمية والتحليل البياني، مما أدى إلى نشوء أدوار مهنية جديدة مثل "مهندس البيانات الصحفية" و"محرر الخوارزميات"، وهي مهن لم تكن موجودة سابقًا.(Miranda Gaibor et al., 2025) ، ويشير (**Saad & Issa, 2020**) إلى أن هذا التطور أدى إلى جدل واسع داخل الوسط الإعلامي حول ما إذا كانت هذه التقنيات ستُلغِي دور الصحفي أم ستعزّزه، وهو ما جعل بعض الباحثين يصفون المرحلة الحالية بأنها "عصر الشراكة بين الإنسان والآلة" في صناعة الأخبار.

3. تطبيقات الذكاء الاصطناعي في الصحافة الحديثة

أبرز تطبيقات الذكاء الاصطناعي في الإعلام تشمل:

1. **تحرير الأخبار آليًا :(Automated News Writing)** حيث تولّد البرمجيات نصوصًا إخبارية من قواعد بيانات جاهزة.
2. **التحليل الدلالي للنصوص :(Semantic Analysis)** لفهم مضمون النصوص وتحديد الاتجاه العام للرأي العام.
3. **تخصيص المحتوى :(Content Personalization)** لتقديم الأخبار بما يتناسب مع اهتمامات كل مستخدم.
4. **كشف الأخبار الزائفة :(Fake News Detection)** عبر خوارزميات التحقق من المصدر والبيانات.
5. **الترجمة الآلية الفورية** وتحسين قابلية الوصول للمحتوى الإعلامي عبر اللغات.

وقد خلصت دراسة (Trang et al. 2024) إلى أن أغلب المؤسسات الإعلامية في آسيا وأوروبا بدأت تعتمد على الذكاء الاصطناعي في جوانب التحرير والتحليل الإخباري بنسبة تجاوزت 70%، خاصة في المجالات الرياضية والمالية، لما تتطلبه من دقة وسرعة في المعالجة.

2026 @ Copyright

4. التحديات الأخلاقية والمهنية المرتبطة بالذكاء الاصطناعي في الإعلام

على الرغم من المزايا الكبيرة للذكاء الاصطناعي في الإعلام، فإن عدداً من الباحثين حذّروا من التحديات الأخلاقية التي يثيرها، مثل:

- **غياب الشفافية** في آليات اتخاذ القرار التحريري للخوارزميات.
- **احتمال انحياز الخوارزميات** نتيجة البيانات المبرمجة مسبقًا.
- **التهديد لمبدأ التنوع الإعلامي** إذا اقتصرت الأخبار على أنماط متشابهة تنتجها الأنظمة الآلية.
- **تراجع البعد الإنساني** في الممارسة الصحفية، خاصة في المجالات التي تتطلب الحسّ الإبداعي والتفاعل المباشر مع المصادر (Parratt-Fernández et al., 2021)

وقد أكدت (**Miranda Gaibor et al. 2025**) أن دمج الذكاء الاصطناعي في الإعلام يجب أن يتم وفق معايير مهنية وأخلاقية واضحة تضمن الشفافية والمساءلة، وتُبقي للصحفي البشري دورًا إشرافيًا في عملية التحرير والنشر.

5. تطبيقات الذكاء الاصطناعي في الصحافة الرياضية و اتجاهات الصحفيين المصريين نحوها

أولًا: تطور الذكاء الاصطناعي في التغطية الرياضية

شهدت الصحافة الرياضية العالمية خلال العقد الأخير تحولًا جذريًا في آليات التغطية والتحليل، حيث لم يعد الصحفي الرياضي يعتمد فقط على الخبرة الشخصية أو المشاهدة المباشرة للأحداث، بل أصبح يوظف أنظمة الذكاء الاصطناعي لتحليل البيانات الرياضية الضخمة وإنتاج محتوى خبري دقيق وسريع (Miranda Gaibor et al., 2025)، وتُعد المؤسسات الرياضية الكبرى مثل **ESPN** و**BBC Sport** و**The Athletic** من الرواد في دمج الذكاء الاصطناعي لتحليل الأداء الفني للفرق، والتنبؤ بنتائج المباريات، وإعداد تقارير آلية تعتمد على قواعد بيانات اللاعبين والمنافسات. وقد ساهم ذلك في رفع جودة الأخبار الرياضية ودقتها الزمنية بشكل غير مسبوق. كما استخدمت وكالات الأنباء أدوات مثل **Wordsmith** و**Quill** لإنتاج تقارير رياضية آلية تُنشر فور انتهاء المباريات، مستندة إلى بيانات إحصائية دقيقة يتم إدخالها تلقائيًا من خلال الخوارزميات. وتُظهر هذه التطبيقات قدرة الذكاء الاصطناعي على تحليل الأرقام وتحويلها إلى نصوص صحفية مقروءة (Murcia Verdú et al., 2022). وفي السياق العربي، بدأت بعض المؤسسات الصحفية المصرية والعربية في تطبيق أنظمة **تحليل بيانات رياضية مدعومة بالذكاء الاصطناعي لتقديم تقارير أكثر عمقًا**، كما هو الحال في موقع في الجول الذي يوظّف خوارزميات تحليل الأداء، وموقع القاهرة 24 الذي استخدم الذكاء الاصطناعي في تحرير الأخبار الرياضية بشكل شبه آلي (Asran, 2025).

ثانيًا: أبرز مجالات تطبيق الذكاء الاصطناعي في الصحافة الرياضية

يمكن تحديد أهم التطبيقات العملية للذكاء الاصطناعي في الصحافة الرياضية في النقاط التالية:

1. تحليل الأداء والإحصاءات الرياضية

تُعد هذه من أبرز المجالات التي استفادت من الذكاء الاصطناعي، إذ تُستخدم الخوارزميات في تحليل تحركات اللاعبين وأداء الفرق خلال المباريات باستخدام البيانات الرقمية الملتقطة عبر الكاميرات والأنظمة الذكية (السمان، 2023). كما تتيح هذه الأدوات للصحفيين تقديم تقارير تحليلية متقدمة، لا تعتمد على الوصف السردي فقط، بل على بيانات كمية دقيقة توضح اتجاهات الأداء والنتائج المستقبلية.

2. الصحافة الآلية في التغطية المباشرة

تُمكّن البرمجيات الصحفية الذكية من توليد الأخبار الرياضية فور وقوع الحدث، مثل النتيجة النهائية أو الأهداف المسجلة، بناءً على قاعدة بيانات تغذى آليًا من مصادر موثوقة. وتعد هذه الممارسة امتدادًا لما يسمى بـ **الصحافة الروبوتية (Robot Journalism)** ، التي أثبتت فعاليتها في تسريع نقل المعلومات للقراء.(Saad & Issa, 2020)

3. التنبؤ بالنتائج و اتجاهات الجماهير

يُستخدم الذكاء الاصطناعي في تحليل تفاعلات الجمهور على شبكات التواصل الاجتماعي حول الأحداث الرياضية، مما يساعد المؤسسات الصحفية على قياس الرأي العام الرياضي، وتحديد أكثر الموضوعات تداولًا، بل والتنبؤ بنتائج المباريات عبر تحليل البيانات السابقة(Trang et al., 2024) .

4. إنتاج المحتوى المتعدد الوسائط

تتيح تقنيات الذكاء الاصطناعي إنشاء فيديوهات مختصرة تلقائيًا للأهداف واللقطات المهمة، وتوليد تعليقات آلية صوتية بلغات متعددة، مما يعزز تجربة الجمهور ويزيد من التفاعل مع المحتوى الرياضي الرقمي.(Miranda Gaibor et al., 2025)

5. كشف الأخبار الزائفة والمعلومات المضللة

مع تزايد انتشار الشائعات الرياضية على الإنترنت، أصبحت **أدوات التحقق الذكي (AI Fact-Checking Tools)** عنصرًا أساسيًا في غرف الأخبار الرياضية، إذ تعمل على التحقق من صحة المصادر والصور ومقاطع الفيديو بدقة تفوق قدرات الإنسان.(Calvo-Rubio & Rojas-Torrijos, 2024)

ثالثًا: اتجاهات الصحفيين الرياضيين نحو الذكاء الاصطناعي في مصر

تشير نتائج الدراسات الميدانية إلى أن معظم الصحفيين الرياضيين في مصر يُبدون اهتمامًا واضحًا بتقنيات الذكاء الاصطناعي، لكن مستوى تبنيهم الفعلي لها لا يزال محدودًا. وقد أظهرت البيانات التي جمعتها الرسالة الأصلية أن:

- نحو **68% من الصحفيين** لديهم معرفة عامة بالذكاء الاصطناعي، لكن **30% فقط يستخدمونه فعليًا** في إنتاج المحتوى.
- كما أبدى **60% من المبحوثين** تخوفًا من أن يؤدي التوسع في الذكاء الاصطناعي إلى تقليص دور الصحفي البشري.
- في المقابل، رأى **72% من المشاركين** أن الذكاء الاصطناعي يُعد فرصة لتطوير العمل الصحفي وتخفيف الأعباء التحريرية الروتينية (أحمد صابر عسران، 2025).

ويُعزى هذا التباين إلى غياب التدريب المهني المتخصص، وضعف البنية التكنولوجية في بعض المؤسسات، فضلًا عن محدودية الموارد المالية المخصصة للتحول الرقمي. ويؤكد **وسام عبد السميع وآخرون، 2024** أن الصحفيين الرياضيين الشباب يُبدون حماسًا أكبر لتبنّي الذكاء الاصطناعي مقارنة بالصحفيين ذوي الخبرة الطويلة، نظرًا لتعوّدهم على بيئات رقمية وتفاعلهم اليومي مع أدوات التكنولوجيا.

رابعًا: التحديات التي تواجه توظيف الذكاء الاصطناعي في الصحافة الرياضية المصرية

رغم الأهمية المتزايدة لتقنيات الذكاء الاصطناعي، فإن تطبيقها في الصحافة الرياضية المصرية يواجه مجموعة من التحديات يمكن تصنيفها على النحو التالي:

1. **تحديات تقنية :**ضعف البنية الرقمية داخل المؤسسات، وعدم توفر البرمجيات المتخصصة باللغة العربية.(Trang et al., 2024)
2. **تحديات مهنية :**محدودية التدريب، وغياب الخبرة العملية في التعامل مع الخوارزميات والتحليل البياني.(Maswadi, 2020)
3. **تحديات اقتصادية :**ارتفاع تكلفة الأنظمة الذكية وصعوبة توفيرها في المؤسسات الصحفية ذات الميزانيات المحدودة.(Jamil, 2021)
4. **تحديات أخلاقية :**الخوف من فقدان المصداقية أو الحياد نتيجة اعتماد الأخبار على الخوارزميات بدلًا من البشر (Parratt-Fernández et al., 2021).

ويخلص **(Miranda Gaibor et al. 2025)** إلى أن تجاوز هذه التحديات يتطلب تبنّي سياسات إعلامية مرنة تدعم التحول الرقمي، وتشجع التدريب المهني، وتضمن رقابة أخلاقية على مخرجات الذكاء الاصطناعي.

خامسًا: مستقبل الذكاء الاصطناعي في الصحافة الرياضية المصرية

يُتوقع أن يشهد العقد المقبل اندماجًا أوسع بين الذكاء الاصطناعي والبيانات الرياضية الضخمة، مع تطور أدوات التحليل الآني والتفاعل الحي مع الجمهور. ويرى **Asran, (2025)** أن مستقبل الصحافة الرياضية في مصر سيتجه نحو التحليل الذكي للأداء الرياضي والتغطية الرقمية التفاعلية، وأن الصحفي الرياضي لن يُستبدل بالآلة، بل سيعمل إلى جانبها لتقديم محتوى أكثر عمقًا وتخصصًا. كما تُشير **(Calvo-Rubio & Rojas-Torrijos., 2024)** إلى أن الصحافة الرياضية المستقبلية ستتطلب من الصحفيين اكتساب مهارات جديدة مثل تحليل البيانات، واستخدام لغات البرمجة البسيطة، وفهم منطق الخوارزميات التحريرية، وهو ما يستلزم إدماج هذه المعارف في مناهج التعليم الإعلامي والتدريب المهني.

6. منهج البحث وأدواته وحدوده وتعريف المصطلحات

2026 @ Copyright

أولًا: منهج البحث

اعتمد هذا البحث على **المنهج الوصفي التحليلي** باعتباره الأنسب لدراسة الظواهر الإعلامية والاجتماعية التي تهدف إلى وصف الواقع القائم، وتحليله وتفسير علاقاته وأسبابه. ويقوم هذا المنهج على جمع البيانات وتحليلها واستخلاص النتائج التي تعبّر عن اتجاهات الصحفيين الرياضيين نحو توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في عملهم اليومي. كما تم توظيف **منهج المسح الإعلامي بشقيه الكمي والكيفي**:

- **الشق الكمي**: تمثل في تطبيق استمارة استبيان على عينة من الصحفيين الرياضيين العاملين في المؤسسات الصحفية المصرية المختلفة (الحكومية، والحزبية، والمستقلة، والإلكترونية).
- **الشق الكيفي**: تمثل في إجراء مقابلات متعمقة مع مجموعة من خبراء الإعلام والذكاء الاصطناعي بهدف استكشاف رؤاهم حول مستقبل استخدام هذه التقنيات في التغطية الرياضية.

ويُعد الدمج بين المنهجين الكمي والكيفي وسيلة فعّالة للحصول على صورة متكاملة حول الظاهرة المدروسة، وهو ما أكدته دراسات مثل (Trang et al. 2024) و (Chris, 2025) التي اعتمدت على المزج بين البيانات الكمية والتحليل النوعي في بحوث الذكاء الاصطناعي في الإعلام.

ثانيًا: مجتمع وعينة البحث

يتكون مجتمع البحث من **جميع الصحفيين الرياضيين العاملين في المؤسسات الصحفية المصرية الورقية والإلكترونية**. سواء في الصحف القومية (الأهرام – الأخبار – الجمهورية)، أو الخاصة (المصري اليوم – اليوم السابع – الوطن)، أو المواقع الرقمية المتخصصة (في الجول – يلا كورة – القاهرة 24). وقد تم اختيار عينة قصدية قوامها (150) صحفيًا رياضيًا يمثلون مختلف المؤسسات الصحفية، بالإضافة إلى (18) خبيرًا من الأكاديميين والقيادات الصحفية، أجريت معهم مقابلات متعمقة لاستخلاص رؤاهم حول مستقبل الذكاء الاصطناعي في التغطية الرياضية. وتم جمع البيانات خلال الفترة من يناير إلى أبريل 2024، باستخدام استمارة استبيان صُممت وفق مقياس ليكرت الخماسي (Likert Scale) الذي يتراوح بين (1) = أعارض بشدة إلى (5) = أوافق بشدة. وتم التحقق من صدق الأداة من خلال لجنة تحكيم أكاديمية، بينما تم اختبار الثبات باستخدام معامل ألفا كرونباخ (Cronbach's Alpha) الذي بلغ (0.87)، وهو مستوى مرتفع يدل على اتساق داخلي جيد.(Trang et al. 2024)

ثالثاً: أدوات جمع البيانات

1. استمارة الاستبيان

صُممت استمارة الاستبيان لتقيس اتجاهات الصحفيين نحو الذكاء الاصطناعي من خلال مجموعة من المحاور تشمل: **مستوى المعرفة بتقنيات الذكاء الاصطناعي، مجالات الاستخدام المهني داخل المؤسسات الصحفية، المواقف والاتجاهات الإيجابية والسلبية نحو هذه التقنيات، والتحديات والعقبات المؤسسية والمهنية.** وقد تضمنت الاستمارة أسئلة مغلقة وفق **مقياس ليكرت الخماسي(Likert Scale)** ، مما أتاح قياسًا كميًا لدرجات الاتفاق والاختلاف بين أفراد العينة.(Calvo-Rubio & Rojas-Torrijos, 2024)

2. المقابلات المتعمقة

أُجريت مقابلات مع (18) خبيرًا من أساتذة الإعلام والصحفيين المتخصصين في المجال الرياضي والتقني، بغرض التعمق في فهم التوجهات العامة للصحفيين واستكشاف أبعاد الظاهرة التي قد لا تظهر في البيانات الكمية. وقد أثبتت دراسات مماثلة فعالية الجمع بين الاستبيان والمقابلات في بحوث الإعلام المعاصر (Jamil, 2021).

رابعًا: أساليب التحليل الإحصائي

تم استخدام مجموعة من الأساليب الإحصائية لتحليل البيانات الميدانية عبر برنامج **SPSS**، من أهمها:

- حساب النسب المئوية والمتوسطات الحسابية.
- اختبار ألفا كرونباخ (**Cronbach's Alpha**) لقياس الثبات الداخلي لأداة الاستبيان.
- اختبار بيرسون (**Pearson Correlation**) لدراسة الارتباط بين المتغيرات.
- تحليل الفروق الديموغرافية باستخدام اختبار T-testوتحليل التباين.(**ANOVA**)

وقد تم تطبيق هذه الأساليب على نحو مشابه في دراسات إعلامية دولية حول استخدام الذكاء الاصطناعي في الصحافة مثل.(Miranda Gaibor et al., 2025)

خامسًا: حدود البحث

1. **الحدود الزمنية**: غطت الدراسة الفترة من عام 2023 إلى عام 2025، وهي فترة شهدت توسعًا واضحًا في استخدام الذكاء الاصطناعي في المؤسسات الإعلامية المصرية.
2. **الحدود المكانية**: اقتصرت الدراسة على المؤسسات الصحفية المصرية التي تضم أقسامًا رياضية متخصصة.
3. **الحدود البشرية**: شملت الصحفيين الرياضيين والخبراء الأكاديميين العاملين في مجال الإعلام الرياضي الرقمي.
4. **الحدود الموضوعية**: تركز البحث على اتجاهات الصحفيين نحو توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في تغطية الأحداث الرياضية دون التطرق إلى الجوانب التقنية البحتة أو التطبيقات خارج المجال الإعلامي.

سادسًا: تعريف المصطلحات الأساسية

1. الذكاء الاصطناعي:(Artificial Intelligence – AI)

هو فرع من علوم الحاسوب يُعنى بتصميم أنظمة قادرة على أداء مهام تتطلب عادةً ذكاءً بشريًا مثل الفهم، والتحليل، والتعلّم، واتخاذ القرار(Lewis et al., 2019)

2. الصحافة الرياضية:(Sports Journalism)

هي فرع من فروع الصحافة يختص بتغطية الأحداث الرياضية وتحليلها وتقديمها للجمهور بأسلوب موضوعي ومهني، وتشمل الأخبار، والتقارير، والتحليلات الفنية، والمقابلات مع الرياضيين (يومخيلة، 2023)

3. الاتجاهات المهنية:(Professional Attitudes)

هي مجموعة المعتقدات والقيم والانطباعات التي يحملها الصحفي تجاه موضوع معين، والتي تحدد موقفه من تبني أو رفض ممارسة مهنية محددة (Maswadi, 2020).

4. التغطية الرياضية الذكية:(Smart Sports Coverage)

ويقصد بها استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في جمع المعلومات الرياضية، ومعالجتها، وتحليلها، ونشرها بوسائل آلية تعتمد على الخوارزميات (Murcia Verdú et al., 2022).

7. عرض وتحليل نتائج الدراسة الكمية

أولًا: مستوى معرفة الصحفيين بتقنيات الذكاء الاصطناعي

يُظهر الجدول (1) مدى معرفة الصحفيين الرياضيين المصريين بتقنيات الذكاء الاصطناعي المستخدمة في العمل الصحفي.

الفئة	عدد الصحفيين	النسبة المئوية (%)
معرفة مرتفعة جدًا	15	10.0
معرفة متوسطة	33	22.0
معرفة عامة	102	68.0
الإجمالي	**150**	**100.0**

تشير النتائج إلى أن غالبية الصحفيين الرياضيين المصريين (68%) لديهم معرفة عامة فقط بتقنيات الذكاء الاصطناعي، وهو ما يعكس ضعف التدريب العملي داخل المؤسسات الصحفية، واعتمادهم غالبًا على المعرفة الذاتية أو المتابعة العامة. وهذه النتيجة تتفق مع ما توصل إليه Chris, 2025 في دراسته حول الصحفيين النيجيريين، حيث أوضح أن الوعي بالذكاء الاصطناعي غالبًا يكون سطحيًا ومحدودًا بسبب غياب السياسات المؤسسية الواضحة للتدريب.

ثانيًا: مصادر معرفة الصحفيين بتقنيات الذكاء الاصطناعي

يُظهر الجدول (2) مصادر معرفة الصحفيين الرياضيين المصريين بتقنيات الذكاء الاصطناعي.

مصدر المعرفة	عدد الصحفيين	النسبة المئوية (%)

2026 @ Copyright

وسائل التواصل الاجتماعي	63	42.0
الدورات التدريبية عبر الإنترنت	45	30.0
الورش الصحفية داخل المؤسسات	22	15.0
التعليم الجامعي أو الدراسات العليا	20	13.0
الإجمالي	**150**	**100.0**

يتضح أن أبرز مصادر المعرفة هي وسائل التواصل الاجتماعي (42%) والدورات عبر الإنترنت (30%)، بينما تراجع دور المؤسسات الصحفية الرسمية والتعليم الأكاديمي، مما يدل على غياب استراتيجية واضحة للتأهيل المهني في المجال التقني. ويؤكد Jamil, 2021 أن التدريب الذاتي عبر المنصات الرقمية أصبح المصدر الرئيس لتعلم المهارات الرقمية في أغلب الدول النامية نتيجة محدودية التدريب المؤسسي.

ثالثًا: اتجاهات الصحفيين نحو توظيف الذكاء الاصطناعي

جدول (3) يوضح متوسطات الاستجابات والانحرافات المعيارية

البند	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الترتيب
يسهم الذكاء الاصطناعي في رفع جودة الأخبار الرياضية	4.32	0.72	1
يوفر الوقت والجهد في جمع المعلومات	4.15	0.81	2
يهدد مستقبل الصحفيين في المؤسسات الإعلامية	3.87	0.94	3
يفتقر إلى الحس الإنساني والإبداع الصحفي	3.65	0.89	4
يساعد على تحليل البيانات الرياضية بدقة	4.11	0.76	5

تم قياس الاتجاه العام من خلال خمسة بنود رئيسية، ويتضح من الجدول أن الاتجاه العام إيجابي، إذ تجاوز المتوسط الحسابي لجميع البنود (3.5)، وهو ما يشير إلى قبول واضح لتقنيات الذكاء الاصطناعي. لكن رغم هذا التفاؤل، تظل هناك مخاوف مهنية مرتبطة بفقدان الحس الإنساني والهوية الإبداعية للصحافة (Parratt-Fernández et al., 2021).

رابعًا: التحديات التي تواجه تطبيق الذكاء الاصطناعي

جدول (4) التحديات التي تواجه تطبيق الذكاء الاصطناعي

نوع التحدي	عدد المستجيبين	النسبة المئوية (%)
ضعف البنية التكنولوجية بالمؤسسات	117	78.0
غياب التدريب المهني والتقني	110	73.0
تكلفة الأنظمة الذكية المرتفعة	98	65.0
غياب التشريعات المنظمة لاستخدام الذكاء الاصطناعي	99	66.0
الخوف من فقدان الوظائف البشرية	92	61.0

تُظهر البيانات أن أكثر التحديات شيوعًا هو ضعف البنية التقنية (78%)، تليه مشكلة التدريب المهني (73%)، ثم التكلفة العالية (65%). وتشير هذه النتائج إلى أن الذكاء الاصطناعي في الصحافة المصرية لا يعاني من رفض فكري بقدر ما يواجه عوائق تنظيمية واقتصادية وتقنية، وهو ما أشار إليه Saad & Issa, 2020 في دراستهم حول المؤسسات العربية.

خامسًا: الفروق الإحصائية في الاتجاهات وفقًا للمتغيرات الديموغرافية

جدول (5) اختبار الفروق في الاتجاهات نحو الذكاء الاصطناعي حسب العمر والخبرة ونوع المؤسسة

المتغير	القيمة الإحصائية (F)	مستوى الدلالة (Sig)	التفسير
العمر	4.12	0.018	دال إحصائيًا لصالح الفئة الأقل من 35 سنة
الخبرة المهنية	3.67	0.024	دال إحصائيًا لصالح ذوي الخبرة 5–10 سنوات
نوع المؤسسة	2.15	0.088	غير دال إحصائيًا

تم اختبار الفروق في الاتجاهات نحو الذكاء الاصطناعي حسب العمر والخبرة ونوع المؤسسة باستخدام تحليل التباين (ANOVA)، وتبيّن أن الفروق في الاتجاهات ذات

دلالة إحصائية تبعًا للعمر والخبرة، حيث أظهر الصحفيون الأصغر سنًا حماسًا أكبر نحو توظيف الذكاء الاصطناعي، مما يتفق مع نتائج وسام عبد السميع وآخرون، 2024.

بينما لم تكن هناك فروق جوهرية بين المؤسسات القومية والخاصة، ما يعني أن الموقف من التقنية مرتبط بعوامل فردية أكثر من ارتباطه بسياسات المؤسسة.

8. نتائج المقابلات المتعمقة مع الخبراء والقيادات الصحفية

استهدفت المقابلات المتعمقة التي أجراها الباحثين مع نخبة من الخبراء والقيادات الصحفية في المؤسسات الإعلامية المصرية التعرف على رؤيتهم نحو توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في الصحافة الرياضية، واستكشاف مدى جاهزية الصحفيين لاستخدام هذه التقنيات، والسيناريوهات المستقبلية المتوقعة لتطبيقها في العمل الصحفي.

وقد جاءت هذه المقابلات كأداة بحث نوعية مساندة للتحليل الكمي، لما توفره من عمق في الفهم وسبر للاتجاهات الفكرية والمهنية للقائمين بالاتصال. شملت العينة (18) من الخبراء خلال الفترة من يناير إلى أبريل 2025م، وتم تحليل إجاباتهم في ضوء ستة محاور رئيسة على النحو التالي:

أولًا: الاتجاهات نحو استخدام الذكاء الاصطناعي في الصحافة الرياضية

أظهرت نتائج المقابلات اتفاق الغالبية العظمى من الخبراء (90%) على أن الذكاء الاصطناعي يُمثل إضافة نوعية للصحافة الرياضية، إذ يسهم في تحسين سرعة الإنتاج، ودقة المحتوى، وقدرة الصحفيين على جمع وتحليل البيانات. وأكد المبحوثون أن هذه التقنيات تُسهم في التحول من الصحافة التقليدية إلى الصحافة التحليلية والبيانية، مع ضرورة إعداد الصحفيين لاستخدامها بفاعلية. أما الأقلية (10%) فقد أبدت تخوفًا من أن تؤدي الأتمتة إلى تقليص بعض الوظائف التحريرية أو الفنية.

جدول (6) اتجاهات الخبراء نحو استخدام الذكاء الاصطناعي في الصحافة الرياضية

الفئة	عدد الخبراء	النسبة المئوية	التوجه العام
مؤيدون لتبني الذكاء الاصطناعي كأداة تطوير للصحافة الرياضية	16	%90	إيجابي للغاية
متخوفون من تأثيره على فرص العمل الصحفي	2	%10	متحفظ

يعكس الجدول أن غالبية المشاركين ينظرون إلى الذكاء الاصطناعي كوسيلة لتطوير الأداء الصحفي لا كبديل للعنصر البشري، مما يشير إلى وعي مؤسسي متزايد بأهمية دمج التقنية في الممارسات الإعلامية الحديثة.

ثانيًا: مجالات استفادة الصحافة الرياضية من تقنيات الذكاء الاصطناعي

يرى معظم الخبراء (78%) أن الذكاء الاصطناعي سيحدث نقلة نوعية في الصحافة الرياضية، سواء في جمع المعلومات وتحليلها أو في إنتاج المحتوى الإخباري الآني. وتوقع المشاركون أن يسهم الذكاء الاصطناعي في تحليل أداء اللاعبين لحظيًا، وتوليد تقارير فورية مدعومة بالبيانات والإحصائيات الدقيقة.

بينما يرى (22%) من المبحوثين أن دوره سيظل مساعدًا محدود التأثير يشبه دور الإنترنت في بداياته.

جدول (7) مجالات استفادة الصحافة الرياضية من تقنيات الذكاء الاصطناعي

مجال الاستفادة	نسبة التأييد	طبيعة التأثير المتوقع
تحليل الأداء الرياضي وتوليد التقارير اللحظية	%78	تطور نوعي في التغطية الصحفية
المساعدة في جمع البيانات والتحقق من المعلومات	%22	تأثير محدود ومساند فقط

تُظهر النتائج أن الصحافة الرياضية مرشحة لتصبح أكثر تحليلًا ودقة بفضل تطبيقات الذكاء الاصطناعي، مع تزايد الاعتماد على البيانات الكمية في التغطيات الرياضية المستقبلية.

ثالثًا: مدى جاهزية الصحفيين لاستخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي

أفاد أغلب الخبراء (60%) بأن جاهزية الصحفيين المصريين لا تزال محدودة، وتحتاج إلى دعم مؤسسي من خلال التدريب المستمر وورش العمل الفنية. وأكدوا أن التوظيف الفعّال للذكاء الاصطناعي في التحرير الرياضي يستلزم فهمًا لتقنيات تحليل البيانات، ووعيًا بالأبعاد الأخلاقية لاستخدامها. فيما رأى (40%) أن المؤسسات الصحفية قادرة على رفع كفاءة العاملين لديها من خلال مبادرات مهنية ودورات متخصصة تنظمها نقابة الصحفيين.

جدول (8) مدى جاهزية الصحفيين لاستخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي

مستوى الجاهزية	نسبة التكرار	النسبة المئوية	التوصيف العام

2026 @ Copyright

بحاجة إلى تدريب وتأهيل كبير	11	%60	جاهزية محدودة تحتاج دعمًا مؤسسيًا
جاهزون جزئيًا مع دعم النقابة والمؤسسات	7	%40	قابلية للتحسن بالتدريب

تعكس النتائج تحديًا جوهريًا أمام التحول الرقمي في المؤسسات الصحفية، وهو ضعف التأهيل الفني لدى الصحفيين، مما يتطلب استراتيجيات تطوير مهنية متكاملة تراعي المهارات التقنية والتحريرية في آن واحد.

رابعًا: مستقبل الصحفيين في ظل التوسع في استخدام الذكاء الاصطناعي

أشار 60% من الخبراء إلى أن الذكاء الاصطناعي لن يهدد مستقبل الصحفيين، بل سيعزز من قدراتهم الإبداعية عبر توفير الوقت والجهد في المهام الروتينية. وأوضحوا أن الصحفي المبدع سيظل ركيزة أساسية في العمل الصحفي لما يمتلكه من حس تحليلي لا يمكن تقليده آليًا. بينما رأى 40% أن بعض الوظائف التحريرية والفنية قد تتقلص مستقبلًا بفعل الأتمتة، لا سيما في مجالات المونتاج والإخراج الصحفي.

جدول (9) مستقبل الصحفيين في ظل التوسع في استخدام الذكاء الاصطناعي

الرأي السائد	عدد الخبراء	النسبة المئوية	طبيعة التأثير
الذكاء الاصطناعي أداة مساعدة لا تهدد الصحفيين	11	%60	تعزيز كفاءة الأداء
الذكاء الاصطناعي يهدد بعض الوظائف الصحفية	7	%40	تقليص جزئي لبعض الأدوار

تؤكد النتائج أن مستقبل الصحافة لن يكون في صراع مع الذكاء الاصطناعي، بل في كيفية توظيفه بصورة تكاملية تحفظ دور الإنسان وتزيد من إنتاجية المؤسسات الإعلامية.

خامسًا: السيناريوهات المتوقعة لاستخدام الذكاء الاصطناعي في الصحافة الرياضية

أظهر تحليل المقابلات أن 60% من المبحوثين يتوقعون أن تُستخدم تقنيات الذكاء الاصطناعي مستقبلًا في التغطية اللحظية للمباريات والأحداث الرياضية، وتوليد تقارير آنية تعتمد على البيانات المباشرة، إلى جانب تطوير صحافة الفيديو والتحليل التكتيكي. في المقابل، يرى 40% أن هذه التقنيات ستقتصر على التحقق من الأخبار وجمع البيانات دون أن تحل محل الصحفيين.

جدول (10) السيناريوهات المتوقعة لاستخدام الذكاء الاصطناعي في الصحافة الرياضية

السيناريو المتوقع	نسبة التكرار	النسبة المئوية	درجة الو اقعية
التغطية اللحظية للمباريات باستخدام الذكاء الاصطناعي	11	%60	مرتفع
التحقق من الأخباروجمع البيانات فقط	7	%40	متوسط

تشير النتائج إلى أن استخدام الذكاء الاصطناعي في الصحافة الرياضية سيتركز على تطوير السرعة والدقة في التغطية، مع احتمالية كبيرة لتطبيقه في مجالات تحليل الأداء الرياضي وصحافة الفيديو مستقبلاً.

سادسًا: التحديات الأخلاقية والتشريعية المرتبطة بتوظيف الذكاء الاصطناعي

أجمع معظم المبحوثين (90%) على ضرورة وضع أطر تشريعية وأخلاقية تنظّم استخدام الذكاء الاصطناعي في المؤسسات الإعلامية المصرية، بما يحمي المهنة من الانحرافات الأخلاقية، ويحافظ على مصداقية المحتوى. بينما رأى 10% أن التشريعات الصحفية الحالية كافية، مع إمكانية تعديلها لتواكب التطورات التقنية.

جدول (11) التحديات الأخلاقية والتشريعية المرتبطة بتوظيف الذكاء الاصطناعي

نوع التوجه	عدد المبحوثين	النسبة المئوية	الاتجاه العام
المطالبة بوضع تشريعات وضوابط مهنية جديدة	16	%90	اتجاه تنظيمي قوي
الاكتفاء بالتشريعات الصحفية القائمة مع بعض التعديلات	2	%10	اتجاه محافظ

تؤكد النتائج وعي الوسط الصحفي بخطورة الانفلات التقني، وضرورة وجود تشريعات تحد من التلاعب بالمحتوى أو التحيز الخوارزمي، وتحافظ على مبدأ الشفافية في استخدام أدوات الذكاء الاصطناعي داخل غرف الأخبار.

التحليل الإجمالي لنتائج المقابلات

تُبرز نتائج المقابلات المتعمقة أن الذكاء الاصطناعي يُمثل فرصة استراتيجية لتطوير الصحافة الرياضية المصرية، وأن الغالبية من الخبراء ينظرون إليه بوصفه شريكًا مهنيًا لا بديلًا عن الإنسان. غير أن التحدي الأكبر يتمثل في ضعف التأهيل المهني والتقني لدى الصحفيين، ما يستوجب تبني برامج تدريبية متخصصة وسياسات مهنية واضحة تضمن الاستخدام الرشيد لتلك التقنيات. كما أن التحديات الأخلاقية والتشريعية ما زالت تتطلب اهتمامًا مؤسسيًا عاجلًا لضمان عدم تحول الذكاء الاصطناعي إلى أداة للتضليل أو تهديد لخصوصية الأفراد. وخلص الباحثين إلى أن تكامل الذكاء الاصطناعي مع مهارات الصحفيين سيفتح آفاقًا جديدة أمام الصحافة الرياضية نحو مزيد من الابتكار والجودة والمصداقية في تقديم المحتوى الإعلامي.

9. مناقشة النتائج في ضوء الإطار النظري

1- في ضوء نظرية الحتمية التكنولوجية

أظهرت النتائج أن الذكاء الاصطناعي أصبح قوة دافعة لإعادة تشكيل الممارسة الصحفية في مصر، مما يدعم فرضية ماكلوهان بأن التكنولوجيا هي "المحرّك الأعمق للتغيير الاجتماعي." كما يتضح أن البيئة الصحفية المصرية تمر بمرحلة إعادة هيكلة مهنية بفعل التكنولوجيا، تمامًا كما وصفت النظرية.

2- في ضوء نظريةUTAUT

بيّنت النتائج أن "توقع الأداء" و"سهولة الاستخدام" هما أكثر العوامل تأثيرًا في تبنّي الذكاء الاصطناعي بين الصحفيين المصريين، تليها "الدعم المؤسسي" و"توافر الموارد"، وهو ما يتسق مع ما أشار إليه Trang et al, 2024 في دراسته التطبيقية على الصحفيين الفيتناميين.

الاستنتاجات العامة

- هناك اتجاه إيجابي عام بين الصحفيين الرياضيين نحو الذكاء الاصطناعي، رغم محدودية الاستخدام الفعلي.
- ضعف التدريب والمؤهلات التقنية هو العائق الأكبر أمام التطبيق.
- مستقبل الصحافة الرياضية في مصر مرهون بقدرة المؤسسات على دمج التكنولوجيا ضمن سياسات التحول الرقمي.
- لا يُنظر إلى الذكاء الاصطناعي كبديل للصحفي، بل كشريك يعزز الأداء والدقة.

10. الخاتمة

أوضحت نتائج هذا البحث أن الذكاء الاصطناعي لم يعد مجرد تقنية مساعدة في مجال الصحافة، بل أصبح مكوّنًا جوهريًا يعيد تشكيل طبيعة العمل الصحفي برمّته، وبشكل خاص في الصحافة الرياضية المصرية التي تقوم على سرعة نقل الأحداث ودقة المعلومات وتحليل البيانات الإحصائية. لقد كشفت الدراسة أن الصحفيين الرياضيين في مصر يدركون الإمكانات الواسعة التي يتيحها الذكاء الاصطناعي في تطوير الأداء المهني وتحسين جودة التغطية الصحفية، إلا أن هذا الوعي لا يقابله بالضرورة تطبيق مؤسسي منظم. فبينما أبدى معظم الصحفيين اتجاهات إيجابية نحو توظيف الذكاء الاصطناعي، ظل التطبيق العملي محدودًا بفعل ضعف البنية التكنولوجية داخل المؤسسات، وغياب التدريب المهني الكافي، وعدم وضوح الأطر التشريعية التي تضبط استخدام التقنيات الذكية في العمل الصحفي.

وتبرز أهمية هذه النتائج في أنها تعكس مرحلة انتقالية تمر بها المؤسسات الصحفية المصرية، بين إدراك أهمية التحول الرقمي والرغبة في تبنّيه من جهة، والعجز عن توفير الموارد والإمكانات اللازمة لتحقيقه من جهة أخرى. كما تبيّن أن الصحافة الرياضية المصرية تتّجه نحو نموذج جديد تتكامل فيه القدرات البشرية مع الأدوات التقنية، بحيث يتولى الذكاء الاصطناعي المهام الحسابية والروتينية، بينما يحتفظ الصحفي البشري بدوره في التفسير والتحليل وصياغة الرؤية الإبداعية التي تمنح المحتوى قيمته الإنسانية.

11. النتائج الرئيسة

أظهرت الدراسة الميدانية أن أغلبية الصحفيين الرياضيين المصريين يمتلكون معرفة عامة بتقنيات الذكاء الاصطناعي، وأن هذه المعرفة مستمدة في الأساس من مصادر غير مؤسسية مثل الإنترنت ووسائل التواصل الاجتماعي، وهو ما يشير إلى قصور واضح في برامج التدريب المهني داخل المؤسسات الصحفية. كما بيّنت النتائج أن هناك

2026 @ Copyright

اتجاهًا إيجابيًا واسعًا بين الصحفيين نحو استخدام الذكاء الاصطناعي في العمل اليومي، خاصة في مجالات تحليل البيانات الرياضية، وتغطية المباريات، وإنتاج الوسائط المتعددة، إلا أن هذا الاتجاه الإيجابي يرافقه قلق مهني من أن يؤدي الاعتماد المفرط على الأنظمة الذكية إلى تراجع الدور الإنساني في العمل الإعلامي.

أما التحديات التي رصدتها الدراسة فتتمثل في ضعف الإمكانات التقنية وغياب التشريعات المنظمة لعمل الذكاء الاصطناعي داخل المؤسسات الصحفية، فضلًا عن ارتفاع تكلفة البرمجيات المتقدمة ونقص الدعم المؤسسي المخصص لتطويرها. وأثبت التحليل الإحصائي وجود فروق معنوية بين فئات الصحفيين تبعًا للعمر والخبرة المهنية، حيث أظهر الصحفيون الشباب حماسًا أكبر لتبني التقنيات الجديدة مقارنة بزملائهم الأكبر سنًا، مما يعكس أثر الثقافة الرقمية والجيل التقني في تشكيل اتجاهات المهنة نحو التحول التكنولوجي.

12. التوصيات

انطلاقًا من هذه النتائج، يؤكد البحث على ضرورة أن تتبنى المؤسسات الصحفية المصرية سياسة واضحة لتأهيل كوادرها على التعامل مع الذكاء الاصطناعي، وذلك من خلال تنفيذ برامج تدريبية دورية تستهدف رفع كفاءة الصحفيين في استخدام أدوات التحليل والتصميم الرقمي والكتابة الآلية. كما ينبغي أن تعمل المؤسسات على توفير البنية التكنولوجية اللازمة داخل غرف الأخبار، بما يشمل تجهيز الأنظمة الحاسوبية المتقدمة وتحديث البرمجيات المستخدمة في التحرير والإخراج. ومن الضروري كذلك إنشاء وحدات متخصصة في الذكاء الاصطناعي داخل المؤسسات الإعلامية تكون مسؤولة عن إدارة البيانات وتطوير الخوارزميات المستخدمة في إنتاج المحتوى، مع وضع سياسات تحريرية واضحة تحدد المسؤوليات المهنية والأخلاقية في التعامل مع هذه الأنظمة.

وعلى المستوى الأكاديمي، يتوجب على كليات الإعلام في الجامعات المصرية أن تُدرج في مناهجها الدراسية مقررات متخصصة تتناول تقنيات الذكاء الاصطناعي وتحليل البيانات وأخلاقيات الإعلام الرقمي، لتأهيل جيل جديد من الصحفيين يمتلك المعرفة التقنية والوعي المهني في آن واحد. كما ينبغي تشجيع البحوث الأكاديمية التطبيقية التي تربط بين النظرية والممارسة في مجال الذكاء الاصطناعي والإعلام، وتنظيم ورش عمل ومؤتمرات علمية لمناقشة التطورات الحديثة في هذا المجال.

References

[1]. Ahmed Saber Asran. Techniques of Artificial Intelligence in Arab Press Institutions. 2025.

[2]. Andrey Miroshnichenko. AI to Bypass Creativity. Will Robots Replace Journalists? Information, 9(7).2018.

[3]. Calvo-Rubio, L., & Rojas-Torrijos, J. L. Journalistic Quality Standards. 2024.

[4]. Canavilhas, J. Artificial Intelligence and Journalism: Current Situation and Expectations in the Portuguese Sports Media. Journalism and Media, 3(3). 2022.

[5]. Chris, O. K. Adoption and Use of Artificial Intelligence Technology... in Nigeria. 2025.

[6]. Galily, Y. Artificial intelligence and sports journalism: Is it a sweeping change? Technology in Society.2018.

[7]. Jamil, S. Artificial Intelligence and Journalistic Practice.2021.

[8]. José M. T. Impact of Artificial Intelligence on Journalism: transformations in the company, products, contents and professional profile. Communication & Society, 2020.

[9]. Lewis, S., Guzman, A., & Schmidt, T. Automation, journalism, and human–machine communication: Rethinking roles and relationships of humans and machines in news. Digital Journalism, 7(4).2019.

[10]. Maswadi, N. I. Attitudes of Jordanian Journalists towards the Functional and Professional Dimensions of Robot Journalism. University of Petra (Jordan). 2020.

[11]. Miranda Gaibor, C. G., Rodríguez Galán, A., et al. Transforming the Game. 2025.

[12]. Murcia Verdú, F. J., Ramos Antón, R., & Calvo Rubio, L. M. Análisis comparado de la calidad de crónicas deportivas elaboradas por inteligencia artificial y periodistas. Revista Latina de Comunicación Social, 80. 2022.

[13]. Parratt-Fernández, S., Mayoral-Sánchez, J., & Mera-Fernández, M. The application of artificial intelligence to journalism: an analysis of academic production. Profesional de la información, 30(3).2021.

[14]. Saad, S., & Issa, T. A. Integration or Replacement. 2020.

[15]. *Sadia Jamil. Artificial Intelligence and Journalistic Practice: The Crossroads of Obstacles and Opportunities for the Pakistani Journalists. Journalism Practice, 15(10). 2020.*

[16]. *Sirén-Heikel, S., Kjellman, M., & Lindén, C. G. At the crossroads of logics: Automating newswork with artificial intelligence. Journal of the Association for Information Science and Technology. 2022.*

[17]. *Trang, T., Pham, H., Le, H., & Vi, P. Understanding the Adoption of Artificial Intelligence in Journalism: An Empirical Study in Vietnam. 2024.*

[18]. *Túñez-López, J.M., Fieiras-Ceide, C., & Vaz-Álvarez, M. Impact of Artificial Intelligence on Journalism: transformations in the company, products, contents and professional profile. Communication & Society, 34(1), 177–193. 2021.*

[19]. أسماء عبد الراضي السمان. توظيف تقنية الواقع المعزز في تناول المضمون الخبري للتغيرات المناخية في القنوات الفضائية – دراسة تحليلية. مجلة البحوث الإعلامية، جامعة الأزهر، كلية الإعلام، مج68، 2023.

[20]. خالد بومخيلة. تكييف الصناعة الإعلامية مع تكنولوجيا الذكاء الاصطناعي في وسائل الإعلام –الإمكانات وأفق الاستخدام. رقمنة مجلة الدراسات الإعلامية والاتصالية، الجزائر، 2023.

[21]. سناء عزب، وفاطمة نونو. اتجاهات القائم بالاتصال نحو توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في المنصات الإخبارية الرقمية – دراسة ميدانية. المجلة المصرية لبحوث الإعلام، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، ع86، 2024.

[22]. عمرو محمد عبد الحميد. توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في إنتاج المحتوى الإعلامي وعلاقتها بمصداقيته لدى الجمهور المصري. مجلة البحوث الإعلامية، جامعة الأزهر، كلية الإعلام، ع55، أكتوبر 2020.

[23]. عواد صلاح الدين. توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في النشاط الإعلامي. رقمنة مجلة الدراسات الإعلامية والاتصالية، المجلد 3، العدد 2، يونيو 2023.

[24]. محمد جمال بدوي. آليات تطبيق وإنتاج صحافة الروبوت في مصر في ضوء استخدام أدوات الذكاء الاصطناعي: دراسة حالة على موقع القاهرة 24 الإخباري. المجلة المصرية لبحوث الإعلام، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، ع75، 2021.

[25]. محمد رضا حبيب. إشكاليات استخدام صحافة الذكاء الاصطناعي من منظور الصحفيين المصريين وتأثيرها على جودة الأخبار والتغطية الإعلامية في المؤسسات الصحفية. المجلة العلمية لبحوث الصحافة، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، ع25، ج3، يونيو 2023.

[26]. مليكة بوخاري. استخدام الذكاء الاصطناعي في وسائل الإعلام – رؤية نقدية لحدود الاستخدام وآفاق الصحافة. مجلة رقمنة الدراسات الإعلامية والاتصالية، المجلد 3، العدد 2، الجزائر، 2023.

[27]. وسام محمد رضا عبد السميع، وليد عبدالفتاح النجار، جيهان سعد عبده عبدالمعبي، توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في إنتاج المحتوى الرياضي بالمواقع الصحفية المتخصصة وعلاقته بإدراك طلاب الإعلام له، المجلة الدولية لبحوث الإعلام والاتصالات، مج 4، ع 14، سبتمبر،2024، https://doi.org/10.21608/ijmcr.2024.405792

2026 @ Copyright