

التكليف السادس لمقرر قضايا بحثية

إعداد : بسمة العنمي



عنوان الدراسة

تبني ممارسي العلاقات العامة والاعلام بالمؤسسات السعودية
لتقنيات الذكاء الاصطناعي في تعزيز التواصل مع الجمهور
دراسة في إطار النظرية الموحدة لقبول واستخدام التكنولوجيا

سالم بن محمد القحطاني

أستاذ مساعد قسم الصحافة والاعلام، جامعة جازان، المملكة العربية السعودية

<https://journals.kau.edu.sa/index.php/JCMS/article/view/2911/874>

تبني ممارسي العلاقات العامة والاعلام بالمؤسسات السعودية لتقنيات الذكاء الاصطناعي في تعزيز التواصل مع الجمهور: دراسة في إطار النظرية الموحدة لقبول واستخدام التكنولوجيا (UTAUT)

سالم بن محمد سالم القحطاني

أستاذ مساعد قسم الصحافة والإعلام، كلية الفنون والعلوم الإنسانية، جامعة جازان، المملكة العربية السعودية

sjafsher@jazanu.edu.sa

المستخلص. هدفت الدراسة إلى التعرف على حجم تبني ممارسي العلاقات العامة والإعلام بالمؤسسات السعودية لتقنيات الذكاء الاصطناعي في تعزيز التواصل مع الجمهور، وذلك في إطار النظرية الموحدة لقبول واستخدام التكنولوجيا UTAUT، وتنتمي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية، وفي إطارها استخدم منهج المسح، واستخدم الباحث في ذلك الاستبيان كأداة لجمع البيانات المطلوبة، وطبقت الدراسة على عينة عشوائية قوامها (٤٥٠) مفردة من ممارسي العلاقات العامة والإعلام بالمؤسسات السعودية بخمس مناطق هي (جازان- الرياض- عسير- جدة- الطائف) بواقع (٩٠) مفردة لكل منطقة، وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها: وجود علاقة ارتباطية موجبة ذات دالة إحصائية بين مستوى استخدام المبحوثين لتقنيات الذكاء الاصطناعي ومستوى توظيف هذه التقنيات في إطار أبعاد النظرية الموحدة لقبول واستخدام التكنولوجيا.

الكلمات المفتاحية: ممارسي العلاقات العامة والاعلام، تقنيات الذكاء الاصطناعي، تعزيز التواصل، العلاقات العامة الرقمية، نظرية القبول التكنولوجي.

المقدمة

يمر العالم بمرحلة انتقالية عميقة وشاملة في جميع المجالات، وهي مرحلة يتعاظم فيها دور التكنولوجيا الحديثة في التحول من الأساليب التقليدية إلى الأساليب الإلكترونية، وبات مفهوم الحكومة الإلكترونية عنصراً تميز المنظمات والدول. وقد أدى التطور في تكنولوجيا الاتصال والمعلومات إلى إعادة النظر في الأداء الحكومي

العنوان

العنوان يعكس بحثًا متخصصًا في مجال حديث ومهم، وهو استخدام الذكاء الاصطناعي في تحسين التواصل مع الجمهور في المؤسسات السعودية.

يتضمن العنوان تحديد المتغيرات

- المتغير المستقل: تبني تقنيات الذكاء الاصطناعي.
- المتغير التابع: تعزيز التواصل مع الجمهور.
- المتغيرات الوسيطة: دقة تحليل البيانات، تخصيص الرسائل، سرعة الاستجابة.

المستخلص

وضح المستخلص بشكل احترافي موجز أهمية الدراسة وأهدافها مع تحديد منهج الدراسة والاداة المستخدمة
موضح عينة الدراسة وعرض اهم نتائجها.

هدفت الدراسة إلى التعرف على حجم تبني ممارسي العلاقات العامة والإعلام بالمؤسسات السعودية لتقنيات الذكاء الاصطناعي في تعزيز التواصل مع الجمهور، وتنتمي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية، مستخدمة منهج المسح، واستخدم الباحث الاستبيان كأداة لجمع البيانات ، وطبقت الدراسة على عينة عشوائية (450) من ممارسي العلاقات العامة والإعلام بالمؤسسات السعودية بخمس مناطق، وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها: وجود علاقة ارتباطيه موجبة ذات دالة إحصائية بين مستوى استخدام المبحوثين لتقنيات الذكاء الاصطناعي ومستوى توظيف هذه التقنيات .

المقدمة

بدأ الباحث المقدمة **بعرض** عام لأهمية التكنولوجيا في العالم مركز على المرحلة الانتقالية في التحول من الأساليب التقليدية الى التكنولوجيا الحديثة ، مما أدى الى إعادة النظر في الأداء الحكومي ، **مبرر** كيف اخذت العديد من المؤسسات التوجه نحو استخدام أساليب أكثر مرونة مستعينة بالانترنت وتقنية المعلومات والاتصالات وتوظيفها لخدمة المجتمع.

موضحا اجندة التنمية المستدامة بالحكم على مدى تقدم الحكومات من خلال وجود حكومة اليكترونية.

وربط اهمية العلاقات العامة في دعم اتصال المنظمة بجمهورها من خلال الانترنت وكيف ان المؤسسات العالمية تتجه نحو استخدام الذكاء الاصطناعي في أمور كثيرة منها التفاعل مع الجمهور ومكافحة الاخبار المزيفة وكتابة النصوص الإخبارية بهدف توفير أدوات أكثر ذكاء.

مشكلة الدراسة

تتلخص المشكلة بأنه في السعودية، تشهد المؤسسات الحكومية تحولاً رقمياً كبيراً، مما يفرض على ممارسي العلاقات العامة والإعلام تبني تقنيات حديثة لتعزيز التواصل مع الجمهور.
• ومع ذلك، هناك تحديات تتعلق بمدى تبني هذه التقنيات وكيفية استخدامها بشكل فعال لتحقيق أهداف التواصل.

اهمية الدراسة

- التطور التكنولوجي تسلط الضوء على دور الذكاء الاصطناعي في توفير أدوات لتحويل استراتيجيات التواصل في المؤسسات السعودية.
- تحسين تجربة الجمهور تقدم رؤى قيمة للممارسين في مجال العلاقات العامة والإعلام حول كيفية الاستفادة من التقنيات الحديثة.
- التنافسية تساهم في تعزيز فهم تأثير الذكاء الاصطناعي على صناعة الاتصال في المملكة.

اهداف الدراسة

- تحديد مدى تبني ممارسي العلاقات العامة والإعلام في السعودية لتقنيات الذكاء الاصطناعي.
- تحليل تأثير هذه التقنيات على تعزيز التواصل مع الجمهور.
- تحديد الفوائد الرئيسية لاستخدام الذكاء الاصطناعي في تعزيز التواصل مع الجمهور.
- استكشاف التحديات التي تواجه تبني الذكاء الاصطناعي في هذا المجال.
- تقديم توصيات لتحسين استخدام الذكاء الاصطناعي في هذا المجال

مصطلحات الدراسة وحدودها

- 1. الذكاء الاصطناعي**، تقنيات تمكن الآلات من محاكاة الذكاء البشري، مثل التعلم الآلي، معالجة اللغة الطبيعية، والروبوتات.
- 2. العلاقات العامة والإعلام**: إدارة التواصل بين المؤسسات وجمهورها لبناء صورة إيجابية وتحقيق الأهداف التنظيمية.
- 3. تعزيز التواصل مع الجمهور**: استخدام أدوات وتقنيات لتحسين التفاعل وفهم احتياجات الجمهور.

أسئلة البحث

- ما هي تقنيات الذكاء الاصطناعي الأكثر استخدامًا من قبل ممارسي العلاقات العامة والإعلام في المؤسسات السعودية؟
- ما هي العوامل التي تؤثر على تبني هذه التقنيات؟
- ما هي التحديات التي تواجه تبني تقنيات الذكاء الاصطناعي في هذا المجال؟
- كيف يمكن لتقنيات الذكاء الاصطناعي أن تعزز التواصل مع الجمهور؟

الدراسات السابقة

- دراسة عمرو عبدالحميد (٢٠٢٠) رصد توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في انتاج المحتوى الإعلامي.
- دراسة احمد علي الزهراني (٢٠٢٢) التعرف مدى تبني الصحفيين لادوات الذكاء الاصطناعي. -
- دراسة جواد راغب الدلو، يوسف أبو حشيش، احمد إسماعيل (٢٠٢٢) -
- دراسة محمد رشاد العطار ورفيق الفيصل (٢٠٢٣) -

منهج الدراسة ومجتمعها والعينة

منهجية الدراسة:
دراسة وصفية تحليلية.

- ادوات الدراسة**
- استبيانات لممارسي العلاقات العامة والإعلام في المؤسسات السعودية.
 - مقابلات مع خبراء في مجال الذكاء الاصطناعي والاتصال.

مجتمع الدراسة
ممارسو ومتخصصي العلاقات العامة والإعلام في المؤسسات الحكومية والخاصة السعودية.

ثانيا نتائج التحقق من صحة الفروض

- زيادة تبني تقنيات الذكاء الاصطناعي بين ممارسي العلاقات العامة والإعلام في السعودية.
- الكشف عن التحديات الرئيسية التي تعيق التبني الكامل لهذه التقنيات.
- تقديم رؤى حول كيفية استخدام الذكاء الاصطناعي لتحسين التواصل مع الجمهور.

نتائج الدراسة

مدى التبني: قد تظهر النتائج أن نسبة كبيرة من المؤسسات السعودية بدأت في تبني تقنيات الذكاء الاصطناعي.

وهذه النتائج قد تدعم فرضية أن الذكاء الاصطناعي يعزز التواصل مع الجمهور، لكنها قد تظهر أيضاً فجوات في التطبيق.

التأثير على التواصل: الذكاء الاصطناعي يساعد في تحسين سرعة ودقة التواصل، لتناسب احتياجات الجمهور.

التحديات: قد تشمل التحديات نقص الكفاءات التقنية، وارتفاع تكاليف التطبيق، ومخاوف تتعلق بالخصوصية والأمان.

التوصيات

- للمؤسسات: تدريب الممارسين زيادة الاستثمار في تدريب الكوادر على استخدام الذكاء الاصطناعي.
- لصانعي السياسات وضع سياسات وإرشادات لضمان الاستخدام الأخلاقي والفعال لتقنيات الذكاء الاصطناعي في التواصل مع الجمهور.
- للباحثين: إجراء مزيد من الدراسات لاستكشاف تطبيقات أخرى للذكاء الاصطناعي في العلاقات العامة والإعلام.

المراجع

- تكروني ، دنيا عبدالرحمن (٢٠٢١). اثر القيادة التحويلية على أداء العلاقات العامة الرقمية في الجامعات الحكومية بمحافظة جدة، مجلة الجامعة الإسلامية للدراسات الاقتصادية والإدارية، فلسطين، ٢٩(٢)
- يحيى عبد الرحمن الصياحين ، الصورة الذهنية لدوائر العلاقات العامة لدى العاممين في الجامعات الأردنية ، 'دورة البحوث الإعلامية ، بكمية الإعلام جامعة اليرموك ، 1113
- محمود حسن اسماعيل، مناج البحث الإعلامية ،القاهرة، دار الفكر العربي، ٢٠١١
- أحمد فاروق ، خيرت عباد ، العلاقات العامة والاتصال المؤسس عبر الإنترنت ، القاهرة ، الدار المصرية اللبنانية، 1115



مجموعة جامعة
الجميع الذكية
للتعليم القابضة

MIDOCEAN
UNIVERSITY

Thank You

بسملة العنمي) :

