

قضايا بحثية ٣ – الاسبوع السادس

خطة بحثية مقترحة

إعداد الطالب/
عبد الهادي حسين آل مطلق

دكتوراه إعلام رقمي

٢٠٢٦



مقدمة الدراسة

شهد قطاع الإعلام والعلاقات العامة خلال العقد الأخير تحولات جوهرية نتيجة الثورة الرقمية والتطور المتسارع في تقنيات الذكاء الاصطناعي، حيث لم تعد العلاقات العامة تقتصر على إدارة الاتصال التقليدي أو نشر المعلومات عبر الوسائل الإعلامية المعتادة، بل أصبحت تعتمد بصورة متزايدة على المنصات الرقمية، وتحليل البيانات الضخمة، والخوارزميات الذكية، وأنظمة التفاعل الآلي مع الجمهور. وقد أسهم هذا التحول في تغيير طبيعة العلاقة بين المؤسسات الإعلامية وجمهورها، إذ أصبح الجمهور أكثر مشاركة وتأثيرًا في صناعة المحتوى وتقييم الأداء المؤسسي.

برز الذكاء الاصطناعي باعتباره أحد أهم التقنيات القادرة على تطوير ممارسات العلاقات العامة الرقمية، من خلال تحليل اهتمامات الجمهور، وتخصيص الرسائل الاتصالية، وإدارة الحملات الإعلامية، والتنبؤ باتجاهات الرأي العام، وتحسين سرعة الاستجابة للأزمات، مما انعكس بصورة مباشرة على كفاءة الاتصال المؤسسي. وفي المقابل، ما تزال العديد من المؤسسات الإعلامية العربية والفلسطينية في مراحل متفاوتة من تبني هذه التقنيات، الأمر الذي يثير تساؤلات علمية حول مدى فاعلية استخدامها، والعوامل المؤثرة في نجاحها، وأثرها في تعزيز تفاعل الجمهور وبناء علاقات مستدامة معه.

مشكلة البحث

تتمثل مشكلة البحث في أن المؤسسات الإعلامية الفلسطينية تواجه تحديات متزايدة في المحافظة على اهتمام الجمهور واستمرارية تفاعله في ظل المنافسة الشديدة بين وسائل الإعلام التقليدية والمنصات الرقمية الحديثة، إلى جانب التغير المستمر في أنماط استهلاك المحتوى الإعلامي. كما أن الاعتماد على الأساليب التقليدية في إدارة العلاقات العامة لم يعد كافياً لتحقيق مستويات مرتفعة من التفاعل أو بناء الولاء المؤسسي، خاصة في بيئة إعلامية تتسم بالسرعة والتنافسية واعتماد الجمهور على التطبيقات والمنصات الرقمية.

ورغم الانتشار العالمي لتقنيات الذكاء الاصطناعي في مجال الاتصال المؤسسي، فإن مستوى تبني هذه التقنيات داخل المؤسسات الإعلامية الفلسطينية لا يزال غير واضح، كما أن الأدلة العلمية المتعلقة بأثرها في تطوير العلاقات العامة الرقمية وتعزيز تفاعل الجمهور ما تزال محدودة. ومن هنا تنبع الحاجة إلى دراسة العلاقة بين استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي وممارسات العلاقات العامة الرقمية، وتحليل مدى مساهمة هذه التقنيات في تحسين جودة الاتصال، وزيادة المشاركة الرقمية، وتعزيز الثقة، ورفع مستويات متابعة الجمهور للمؤسسات الإعلامية.

وتتمثل المشكلة البحثية الرئيسة في التساؤل الآتي: ما أثر توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في تطوير ممارسات العلاقات العامة الرقمية وتعزيز تفاعل الجمهور في المؤسسات الإعلامية الفلسطينية؟

أسئلة البحث

السؤال الرئيس:

- ما أثر توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في تطوير ممارسات العلاقات العامة الرقمية وتعزيز تفاعل الجمهور في المؤسسات الإعلامية الفلسطينية؟

ويتفرع عنه عدد من الأسئلة الفرعية:

- ما مستوى استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في إدارات العلاقات العامة بالمؤسسات الإعلامية الفلسطينية؟
- ما مستوى تطبيق ممارسات العلاقات العامة الرقمية في هذه المؤسسات؟
- ما أثر الذكاء الاصطناعي في تحسين جودة المحتوى الاتصالي؟
- ما أثر استخدام الذكاء الاصطناعي في سرعة الاستجابة لتفاعلات الجمهور وإدارة الأزمات الاتصالية؟
- ما العلاقة بين استخدام الذكاء الاصطناعي ومستوى ثقة الجمهور بالمؤسسات الإعلامية؟
- ما أثر الذكاء الاصطناعي في زيادة المشاركة الرقمية والتفاعل مع المحتوى الإعلامي؟

أهداف البحث

يهدف البحث بصورة رئيسة إلى تحليل أثر توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في تطوير العلاقات العامة الرقمية وتعزيز تفاعل الجمهور داخل المؤسسات الإعلامية الفلسطينية.

كما يسعى إلى تحقيق الأهداف الفرعية الآتية:

- التعرف على مستوى استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في إدارات العلاقات العامة.
- قياس مستوى تطبيق العلاقات العامة الرقمية في المؤسسات الإعلامية الفلسطينية.
- تحليل أثر الذكاء الاصطناعي في تحسين جودة الرسائل الاتصالية.
- دراسة أثر الذكاء الاصطناعي في رفع سرعة الاستجابة لتفاعلات الجمهور.
- قياس أثر الذكاء الاصطناعي في تعزيز ثقة الجمهور وولائه للمؤسسات الإعلامية.
- تقديم توصيات عملية لتطوير العلاقات العامة الرقمية باستخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي.

أهمية البحث

تتبع الأهمية العلمية للدراسة من كونها تسهم في إثراء الأدبيات العربية المتعلقة بالعلاقات العامة الرقمية والذكاء الاصطناعي، وتوفر إطارًا نظريًا يربط بين هذين المجالين في سياق المؤسسات الإعلامية الفلسطينية، وهو موضوع ما يزال بحاجة إلى مزيد من الدراسات التطبيقية.

أما الأهمية التطبيقية فتتمثل في تزويد المؤسسات الإعلامية بنتائج يمكن الاستفادة منها في تطوير سياسات الاتصال، وتحسين الأداء المهني لإدارات العلاقات العامة، وتعزيز استخدام أدوات الذكاء الاصطناعي بما يسهم في رفع جودة الخدمات الإعلامية وزيادة تفاعل الجمهور.

فرضيات البحث

الفرضية الرئيسية:

- توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي وتطوير ممارسات العلاقات العامة الرقمية بما يؤدي إلى تعزيز تفاعل الجمهور.

الفرضيات الفرعية:

- توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين استخدام الذكاء الاصطناعي وتحسين جودة المحتوى الاتصالي.
- توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين الذكاء الاصطناعي وسرعة الاستجابة للجمهور.
- توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين الذكاء الاصطناعي وزيادة المشاركة الرقمية.
- توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين الذكاء الاصطناعي وتعزيز ثقة الجمهور.
- توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين الذكاء الاصطناعي وتحسين فعالية إدارة الأزمات الإعلامية.

المنهجية المقترحة

ستعتمد الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي، نظرًا لملاءمته في دراسة الظواهر الإدارية والإعلامية وتحليل العلاقات بين المتغيرات. وسيتم استخدام أسلوب المسح الميداني لجمع البيانات من العاملين في إدارات العلاقات العامة والإعلام الرقمي بالمؤسسات الإعلامية الفلسطينية، مع توظيف الاستبانة بوصفها الأداة الرئيسة لجمع البيانات، إلى جانب تحليل بعض الوثائق والسياسات التنظيمية ذات الصلة عند الحاجة.

وسيتم تحليل البيانات باستخدام برامج التحليل الإحصائي المناسبة، مع تطبيق الإحصاءات الوصفية لقياس المتوسطات والانحرافات المعيارية، والإحصاءات الاستدلالية مثل معامل ارتباط بيرسون، والانحدار الخطي المتعدد، وتحليل التباين، واختبارات الفروق، بما يسمح باختبار فرضيات الدراسة والوصول إلى نتائج علمية دقيقة.

مجتمع الدراسة وعينتها

يتكون مجتمع الدراسة من العاملين في إدارات العلاقات العامة والإعلام الرقمي بالمؤسسات الإعلامية الفلسطينية، بما يشمل القنوات التلفزيونية، ومحطات الإذاعة، والصحف، والمنصات الإخبارية الرقمية. وسيتم اختيار عينة عشوائية مناسبة تمثل المجتمع الإحصائي، مع مراعاة التوزيع الجغرافي ونوع المؤسسة الإعلامية وطبيعة الوظائف، بما يضمن تمثيلاً كافياً يسمح بتعميم النتائج ضمن حدود الدراسة.

أدوات جمع البيانات

ستعتمد الدراسة بصورة رئيسة على استبانة علمية تُبنى وفق مقياس ليكرت الخماسي، وتتضمن محاور تقيس مستوى توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي، وممارسات العلاقات العامة الرقمية، ومستوى تفاعل الجمهور، بالإضافة إلى البيانات الديموغرافية للمشاركين. كما ستخضع الأداة لاختبارات الصدق والثبات لضمان جودة القياس ودقة النتائج.

النتائج المتوقعة

يتوقع أن تُظهر الدراسة وجود أثر إيجابي لتوظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في تطوير العلاقات العامة الرقمية، وتحسين جودة الاتصال المؤسسي، وزيادة سرعة الاستجابة لتفاعلات الجمهور، وتعزيز مستويات المشاركة والثقة والولاء، مع إبراز عدد من التحديات المرتبطة بالبنية التقنية، والمهارات البشرية، والأطر التنظيمية اللازمة للتطبيق الفعال للذكاء الاصطناعي داخل المؤسسات الإعلامية الفلسطينية.



مجموعة جامعة
الجميع الذكية
للتعليم القابضة

MIDOCEAN
UNIVERSITY



Thank You

