

جامعة ميدأوشن
كلية العلوم الإنسانية
قسم / تخصص العلاقات العامة

عنوان البحث:

أثر استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في كفاءة الأداء المهني لدى
ممارسي العلاقات العامة في المؤسسات السعودية

**The Impact of Artificial Intelligence Techniques on the
Professional Performance Efficiency of Public Relations
Practitioners in Saudi Organizations**

اسم الباحثة:

رواء محمد ترنكانو

التخصص:

العلاقات العامة

الكلية:

كلية العلوم الإنسانية

مقدمة البحث:

يشهد العالم تحولاً رقمياً متسارعاً نتيجة التطور في تقنيات الذكاء الاصطناعي، التي أصبحت من أبرز التقنيات المؤثرة في تطوير أساليب العمل ورفع كفاءة الأداء داخل المؤسسات. ولم يعد استخدام الذكاء الاصطناعي مقتصرًا على المجالات التقنية، بل امتد ليشمل مختلف الوظائف الإدارية والاتصالية، من خلال أتمتة المهام، وتحليل البيانات، ودعم اتخاذ القرار، وتحسين جودة المخرجات، مما أسهم في تعزيز الإنتاجية ورفع كفاءة الأداء المهني للموظفين (Dwivedi et al., 2023). (OECD, 2022).

وفي مجال العلاقات العامة، أحدثت تقنيات الذكاء الاصطناعي تحولاً في الممارسات المهنية، حيث أصبحت تُستخدم في إنتاج المحتوى، وتحليل الجمهور، ورصد وسائل الإعلام، وإدارة منصات التواصل الاجتماعي، وتخصيص الرسائل الاتصالية، والتنبؤ بالآراء، بما يساهم في تحسين سرعة الإنجاز ودقة الأداء وجودة الاتصال مع الجمهور. وتشير الدراسات الحديثة إلى أن الاستخدام الفعال لهذه التقنيات يساهم في تعزيز كفاءة ممارسي العلاقات العامة ودعم التخطيط الاستراتيجي واتخاذ القرار داخل المؤسسات (Yue et al., 2024).

ورغم المزايا التي توفرها هذه التقنيات، إلا أن الدراسات الحديثة تشير إلى مجموعة من التحديات المرتبطة باستخدامها، من أبرزها دقة المعلومات، والتحيز في الخوارزميات، وحماية الخصوصية، وشفافية المحتوى، إضافة إلى الحاجة إلى تطوير مهارات الممارسين ووضع أسس تنظيمية وأخلاقية تضمن الاستخدام المسؤول للذكاء الاصطناعي. كما أشارت هذه الدراسات إلى وجود علاقة إيجابية بين تبني تقنيات الذكاء الاصطناعي وتحسين الكفاءة المهنية والإنتاجية، مع استمرار الحاجة إلى المزيد من الدراسات التطبيقية لفهم هذه العلاقة في بيئات تنظيمية مختلفة (Miao & Bowen, 2024). (Holmes, 2023).

وفي المملكة العربية السعودية، يشهد قطاع الاتصال المؤسسي والعلاقات العامة تطوراً متسارعاً بالتزامن مع مستهدفات رؤية المملكة 2030 التي تدعم التحول الرقمي وتبني التقنيات الحديثة في مختلف القطاعات. ومع تزايد استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي داخل المؤسسات السعودية، تبرز الحاجة إلى دراسة أثر هذه التقنيات في الكفاءة المهنية لدى ممارسي العلاقات العامة، بما يساهم في دعم الممارسات المهنية وتعزيز الاستفادة من التحول الرقمي في هذا المجال.

مشكلة الدراسة:

شهدت السنوات الأخيرة توسعاً ملحوظاً في استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي داخل المؤسسات، وأصبحت هذه التقنيات تُستخدم في العديد من الوظائف المرتبطة بالاتصال المؤسسي والعلاقات العامة، مثل إنتاج المحتوى، وتحليل البيانات، ورصد اتجاهات الجمهور، وإدارة قنوات التواصل، ودعم اتخاذ القرار. وقد أشارت العديد من الدراسات إلى أن هذه التقنيات تساهم في تحسين سرعة الإنجاز وجودة الأداء ورفع الإنتاجية، إلا أن مستوى الاستفادة منها يختلف باختلاف جاهزية المؤسسات ومهارات الممارسين وآليات توظيفها في بيئة العمل (Yue et al., 2024).

وفي المقابل، أوضحت الدراسات الحديثة أن استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في العلاقات العامة لا يخلو من تحديات، من أبرزها الحاجة إلى تطوير المهارات المهنية، وضمان دقة المخرجات، والالتزام بالضوابط الأخلاقية، إضافة إلى محدودية الدراسات التطبيقية التي تناولت أثر هذه التقنيات في كفاءة الأداء المهني لممارسي العلاقات العامة، خاصة في البيئات العربية والسعودية، في ظل التسارع الذي يشهده التحول الرقمي داخل المؤسسات (Bowen, 2024).

وانطلاقاً من ذلك، تتمثل مشكلة الدراسة في الحاجة إلى التعرف على أثر استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في كفاءة الأداء المهني لدى ممارسي العلاقات العامة في المؤسسات السعودية، من خلال قياس مستوى استخدام هذه التقنيات، والكشف عن مدى إسهامها في تحسين الأداء المهني، إلى جانب التعرف على أبرز التحديات التي قد تواجه الممارسين عند توظيفها في بيئة العمل.

أسئلة الدراسة:

السؤال الرئيسي:

- ما أثر استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في كفاءة الأداء المهني لدى ممارسي العلاقات العامة في المؤسسات السعودية؟

الأسئلة الفرعية:

- ما مستوى استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي لدى ممارسي العلاقات العامة في المؤسسات السعودية؟
- ما أبرز مجالات استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في الممارسات المهنية للعلاقات العامة بالمؤسسات السعودية؟
- ما مستوى كفاءة الأداء المهني لدى ممارسي العلاقات العامة في المؤسسات السعودية؟
- ما أثر استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في أبعاد كفاءة الأداء المهني لدى ممارسي العلاقات العامة، والمتمثلة في سرعة إنجاز المهام، وجودة المخرجات الاتصالية، ودعم اتخاذ القرار؟
- ما أبرز التحديات والمتطلبات المهنية والتنظيمية والأخلاقية المرتبطة باستخدام الفعّال لتقنيات الذكاء الاصطناعي في ممارسات العلاقات العامة بالمؤسسات السعودية؟

فرضيات الدراسة:

الفرضية الأساسية:

يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لاستخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في كفاءة الأداء المهني لدى ممارسي العلاقات العامة في المؤسسات السعودية.

الفرضيات الثانوية:

- يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لاستخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في سرعة إنجاز المهام المهنية لدى ممارسي العلاقات العامة في المؤسسات السعودية.
- يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لاستخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في جودة المخرجات الاتصالية لدى ممارسي العلاقات العامة في المؤسسات السعودية.
- يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لاستخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في دعم اتخاذ القرار الاتصالي لدى ممارسي العلاقات العامة في المؤسسات السعودية.
- توجد فروق ذات دلالة إحصائية في مستوى استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي لدى ممارسي العلاقات العامة في المؤسسات السعودية تُعزى إلى المتغيرات الديموغرافية والمهنية، مثل سنوات الخبرة، والتدريب، ونوع المؤسسة.

أهداف الدراسة:

استناداً إلى مشكلة الدراسة وما انبثق عنها من أسئلة، تهدف هذه الدراسة إلى استكشاف أثر استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في كفاءة الأداء المهني لدى ممارسي العلاقات العامة في المؤسسات السعودية، وذلك من خلال تحقيق الأهداف الآتية:

- التعرف على مستوى استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي لدى ممارسي العلاقات العامة في المؤسسات السعودية.
- تحديد أبرز مجالات استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في ممارسات العلاقات العامة بالمؤسسات السعودية.
- قياس مستوى كفاءة الأداء المهني لدى ممارسي العلاقات العامة في المؤسسات السعودية.
- الكشف عن أثر استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في كفاءة الأداء المهني لدى ممارسي العلاقات العامة في المؤسسات السعودية، من حيث سرعة إنجاز المهام، وجودة المخرجات الاتصالية، ودعم اتخاذ القرار الاتصالي.
- التعرف على أبرز التحديات المهنية والتنظيمية والأخلاقية التي تواجه ممارسي العلاقات العامة عند استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في المؤسسات السعودية.

أهمية الدراسة:

تنبع أهمية هذه الدراسة من تناولها أحد الموضوعات الحديثة في مجال العلاقات العامة، والمتمثل في استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي وأثرها في كفاءة الأداء المهني لدى ممارسي العلاقات العامة في المؤسسات السعودية، في ظل التوسع المتسارع في تبني تقنيات الذكاء الاصطناعي والتحول الرقمي داخل المؤسسات. كما تكتسب الدراسة أهميتها من محدودية الدراسات التي تناولت هذا الموضوع في البيئة السعودية، وما يمكن أن تقدمه من نتائج تساهم في دعم الجانبين العلمي والتطبيقي. ويمكن توضيح أهمية الدراسة من خلال الجانبين الآتيين:

i. الأهمية النظرية:

- الإسهام في إثراء الأدبيات العربية المتعلقة باستخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في مجال العلاقات العامة.
- توضيح أثر استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في كفاءة الأداء المهني لدى ممارسي العلاقات العامة.

- تقديم إطار علمي يمكن أن تستفيد منه الدراسات المستقبلية في مجالي العلاقات العامة والذكاء الاصطناعي.
- الإسهام في سد جانب من النقص في الدراسات السعودية التي تناولت أثر استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في كفاءة الأداء المهني لممارسي العلاقات العامة.

ii. الأهمية التطبيقية:

- مساعدة إدارات العلاقات العامة في المؤسسات السعودية على تحديد مجالات الاستخدام الأكثر فاعلية لتقنيات الذكاء الاصطناعي.
- دعم المؤسسات في تطوير سياسات وممارسات تعزز الاستخدام الفعال والمسؤول لتقنيات الذكاء الاصطناعي في أعمال العلاقات العامة.
- الإسهام في تحديد الاحتياجات التدريبية التي تمكّن ممارسي العلاقات العامة من توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي بكفاءة.
- دعم جهود المؤسسات في تعزيز كفاءة الأداء المهني لممارسي العلاقات العامة من خلال تحسين سرعة إنجاز المهام، وجودة المخرجات الاتصالية، ودعم اتخاذ القرار الاتصالي.

حدود الدراسة:

الحدود الموضوعية:

تقتصر هذه الدراسة على بحث أثر استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في كفاءة الأداء المهني لدى ممارسي العلاقات العامة، من خلال دراسة أثرها في سرعة إنجاز المهام، وجودة المخرجات الاتصالية، ودعم اتخاذ القرار الاتصالي، بالإضافة إلى استكشاف أبرز التحديات المهنية والتنظيمية والأخلاقية المرتبطة باستخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي.

الحدود المكانية:

تقتصر هذه الدراسة على المؤسسات الحكومية والخاصة في المملكة العربية السعودية.

الحدود الزمنية:

تُجرى الدراسة خلال عامي 2026-2027.

الحدود البشرية:

تقتصر هذه الدراسة على ممارسي العلاقات العامة والاتصال المؤسسي العاملين في المؤسسات الحكومية والخاصة بالمملكة العربية السعودية.

مصطلحات الدراسة وتعريفاتها الإجرائية:

الذكاء الاصطناعي:

I. التعريف النظري:

هي مجموعة من الأنظمة والتقنيات الحاسوبية التي تحاكي القدرات الذهنية البشرية، مثل التعلم، والاستدلال، وتحليل البيانات، وإنتاج المحتوى، بما يساهم في دعم أداء المهام وتحسين عمليات اتخاذ القرار.

II. التعريف الإجرائي:

يقصد بها في هذه الدراسة مستوى استخدام ممارسي العلاقات العامة لتقنيات الذكاء الاصطناعي في أداء مهامهم المهنية، ويُقاس بالدرجة التي يحصل عليها المشاركون في محور استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في الاستبانة.

ممارسو العلاقات العامة:

I. التعريف النظري:

هم الأفراد الذين يتولون تنفيذ الأنشطة والمهام المتعلقة بالعلاقات العامة والاتصال المؤسسي داخل المؤسسات، مثل إدارة الاتصال، وإعداد المحتوى، والتواصل مع الجمهور، وإدارة السمعة، والرصد الإعلامي.

II. التعريف الإجرائي:

يقصد بهم في هذه الدراسة العاملون في إدارات العلاقات العامة أو الاتصال المؤسسي في المؤسسات الحكومية والخاصة بالملكة العربية السعودية، الذين يشكلون مجتمع الدراسة وعينتها.

كفاءة الأداء المهني:

I. التعريف النظري:

هي قدرة ممارس العلاقات العامة على أداء مهامه المهنية بكفاءة وفاعلية، بما ينعكس على سرعة إنجاز المهام، وجودة المخرجات الاتصالية، ودعم اتخاذ القرار الاتصالي، بما يساهم في تحقيق أهداف المؤسسة.

II. التعريف الإجرائي:

يقصد بها في هذه الدراسة مستوى كفاءة الأداء المهني لدى ممارسي العلاقات العامة، ويُقاس بالدرجة التي يحصل عليها المشاركون في محور كفاءة الأداء المهني في الاستبانة.

الإطار النظري والدراسات السابقة:

الإطار النظري:

I. المحور الأول: تقنيات الذكاء الاصطناعي في العلاقات العامة:

يتناول هذا المحور مفهوم تقنيات الذكاء الاصطناعي، وتطورها، وخصائصها، وأبرز أدواتها، ومجالات توظيفها في العلاقات العامة، إضافة إلى المزايا والتحديات المرتبطة باستخدامها. ويشمل:

- مفهوم تقنيات الذكاء الاصطناعي.
- تطور تقنيات الذكاء الاصطناعي في بيئات العمل.
- خصائص تقنيات الذكاء الاصطناعي.
- أبرز تقنيات الذكاء الاصطناعي المستخدمة في العلاقات العامة.
- مجالات استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في العلاقات العامة.
- مزايا استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي وتحدياته.

II. المحور الثاني: العلاقات العامة في البيئة الرقمية:

يتناول هذا المحور مفهوم العلاقات العامة، ووظائفها، والتحول الرقمي الذي شهدته، إضافة إلى المهارات التي ينبغي أن يمتلكها ممارسو العلاقات العامة في البيئة الرقمية. وتشمل:

- مفهوم العلاقات العامة.
- أهداف ووظائف العلاقات العامة.
- التحول الرقمي في العلاقات العامة.
- أدوار ومهارات ممارسي العلاقات العامة في العصر الرقمي.

III. المحور الثالث: تطبيقات تقنيات الذكاء الاصطناعي في العلاقات العامة:

يركز هذا المحور على أبرز تطبيقات تقنيات الذكاء الاصطناعي في ممارسات العلاقات العامة، وكيفية توظيفها في تحسين العمليات الاتصالية ودعم الأداء المهني. وتشمل:

- صناعة وإدارة المحتوى الاتصالي.
- تحليل الجمهور وسلوك أصحاب المصلحة.
- الرصد الإعلامي وتحليل الاتجاهات.
- إدارة وسائل التواصل الاجتماعي.
- إدارة الأزمات والاتصال في الأزمات.
- تخصيص الرسائل الاتصالية.
- دعم اتخاذ القرار.

IV. المحور الرابع: كفاءة الأداء المهني لدى ممارسي العلاقات العامة:

يتناول هذا المحور مفهوم كفاءة الأداء المهني، وأهميتها في مجال العلاقات العامة، مع التركيز على الأبعاد التي تعتمد عليها الدراسة لقياس كفاءة الأداء المهني. ويشمل:

- مفهوم كفاءة الأداء المهني.
- أهمية كفاءة الأداء المهني في العلاقات العامة.
- سرعة إنجاز المهام.
- جودة المخرجات الاتصالية.
- دعم اتخاذ القرار.
- أثر استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في كفاءة الأداء المهني.

٧. المحور الخامس: التحديات والمتطلبات المرتبطة باستخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي:

يتناول هذا المحور أبرز التحديات المهنية والتنظيمية والأخلاقية التي تواجه استخدام الذكاء الاصطناعي في العلاقات العامة، ويعتمد على:

أولاً: التحديات

- دقة المعلومات.
- التحيز الخوارزمي.
- حماية الخصوصية والبيانات.
- الملكية الفكرية.
- الإفصاح عن المحتوى المنتج باستخدام الذكاء الاصطناعي.
- المسؤولية المهنية والأخلاقية.
- المحافظة على الطابع الإنساني للعلاقات العامة.

الدراسات السابقة والفجوة البحثية:

تم استعراض الدراسات السابقة ذات الصلة بموضوع الدراسة، وذلك بهدف التعرف على أبرز ما توصلت إليه البحوث العلمية في مجال استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في العلاقات العامة، وأثرها في كفاءة الأداء المهني، والاستفادة منها في بناء الإطار النظري وصياغة مشكلة الدراسة وأداتها. ويمكن تصنيف الدراسات السابقة إلى المحاور الآتية:

أولاً: الدراسات المتعلقة باستخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في العلاقات العامة:

ويتناول هذا المحور الدراسات التي بحثت استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في ممارسات العلاقات العامة، وأبرز تطبيقاتها، وأثرها في تطوير العمليات الاتصالية، وإنتاج المحتوى، وإدارة السمعة، وتحليل الجمهور، وإدارة الأزمات.

ثانياً: الدراسات المتعلقة بكفاءة الأداء المهني لدى ممارسي العلاقات العامة:

ويتناول هذا المحور الدراسات التي تناولت مفهوم كفاءة الأداء المهني، والعوامل المؤثرة فيه، وأبعاده، مثل سرعة إنجاز المهام، وجودة المخرجات الاتصالية، ودعم اتخاذ القرار، وأهميته في رفع كفاءة إدارات العلاقات العامة.

ثالثاً: الدراسات المتعلقة بأثر تقنيات الذكاء الاصطناعي في الأداء المهني:

ويتناول هذا المحور الدراسات التي بحثت العلاقة أو الأثر بين استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي وكفاءة الأداء المهني في العلاقات العامة أو المجالات الإدارية والاتصالية ذات الصلة، مع التركيز على النتائج المتعلقة بتحسين الإنتاجية، وجودة الأداء، ودعم اتخاذ القرار، إضافة إلى التحديات المهنية والأخلاقية المصاحبة لاستخدام هذه التقنيات.

وفي ضوء مراجعة الدراسات السابقة، يتضح أن معظمها تناول استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في مجال العلاقات العامة من حيث التطبيقات أو المزايا أو التحديات، بينما ركزت دراسات أخرى على أثر الذكاء الاصطناعي في تحسين الأداء المهني بصورة عامة. وفي المقابل، يُلاحظ محدودية الدراسات التي تناولت بصورة مباشرة أثر استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في كفاءة الأداء المهني لدى ممارسي العلاقات العامة في المؤسسات السعودية، وربط ذلك بأبعاد الأداء المتمثلة في سرعة إنجاز المهام، وجودة المخرجات الاتصالية، ودعم اتخاذ القرار، وهو الأمر الذي يبرز الحاجة إلى إجراء دراسة تتناول هذا الموضوع في البيئة السعودية، وهو ما تسعى الدراسة الحالية إلى معالجته.

وسيتم تحليل الدراسات السابقة العربية والأجنبية وفق محاورها الرئيسية، مع بيان أهدافها، ومناهجها، وأبرز نتائجها، ثم إجراء مقارنة بينها لتوضيح أوجه الاتفاق والاختلاف.

منهج الدراسة:

تعتمد هذه الدراسة على **المنهج الوصفي التحليلي**؛ لملاءمته لدراسة أثر استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في كفاءة الأداء المهني لدى ممارسي العلاقات العامة في المؤسسات السعودية، من خلال وصف الظاهرة وتحليل العلاقات بين متغيراتها.

مجتمع الدراسة:

يتكون مجتمع الدراسة من جميع ممارسي العلاقات العامة والاتصال المؤسسي العاملين في المؤسسات الحكومية والخاصة في المملكة العربية السعودية.

عينة الدراسة:

تتكون عينة الدراسة من عينة متاحة من ممارسي العلاقات العامة والاتصال المؤسسي العاملين في المؤسسات الحكومية والخاصة بالمملكة العربية السعودية، ويُقترح ألا يقل حجمها عن 120 مشاركاً عند تنفيذ الدراسة.

أداة الدراسة:

تعتمد الدراسة على الاستبانة الإلكترونية بوصفها أداة رئيسة لجمع البيانات، وتتكون من المحاور الآتية:

- البيانات الديموغرافية.
- مستوى استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي.
- تطبيقات تقنيات الذكاء الاصطناعي في العلاقات العامة.
- كفاءة الأداء المهني.
- التحديات والمتطلبات المرتبطة باستخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي.

الصدق والثبات:

سيتم التحقق من صدق وثبات أداة الدراسة من خلال:

- عرض الاستبانة على عدد من الأشخاص ذوي الخبرة؛ للتحقق من الصدق الظاهري وصدق المحتوى.
- إجراء دراسة استطلاعية على عينة مناسبة.
- حساب معاملات الاتساق الداخلي لفقرات الاستبانة، ومعامل الثبات باستخدام معامل ألفا كرونباخ.

إجراءات جمع البيانات:

سيتم جمع البيانات وفق الخطوات الآتية:

- إعداد الاستبانة في صورتها الأولية.
- عرضها على المحكمين وإجراء التعديلات اللازمة.
- تطبيق الدراسة الاستطلاعية للتحقق من صدق الأداة وثباتها.
- توزيع الاستبانة إلكترونياً على أفراد عينة الدراسة.
- توضيح هدف الدراسة وضمان سرية المعلومات للمشاركين.
- جمع البيانات ومراجعتها وتنظيفها.
- تحليل البيانات باستخدام الأساليب الإحصائية المناسبة.

الأساليب الإحصائية:

- التكرارات والنسب المئوية.
- المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية.
- معامل ارتباط بيرسون.
- اختبار تحليل التباين الأحادي (One-Way ANOVA)، وغيرها من الاختبارات الإحصائية المناسبة للإجابة عن أسئلة الدراسة والتحقق من فرضياتها.

الجوانب الأخلاقية:

تلتزم هذه الدراسة بالمبادئ الأخلاقية للبحث العلمي؛ بما يضمن حماية حقوق المشاركين، والمحافظة على سرية بياناتهم، واستخدام المعلومات التي يتم جمعها لأغراض البحث العلمي فقط، وذلك من خلال الالتزام بالإجراءات الآتية:

- الحصول على الموافقات اللازمة قبل تنفيذ الدراسة.
- التأكيد على أن المشاركة في الدراسة طوعية.
- توضيح هدف الدراسة للمشاركين.
- عدم جمع أي معلومات تكشف هوية المشاركين.
- الحفاظ على سرية البيانات وخصوصية المشاركين.
- استخدام البيانات لأغراض البحث العلمي فقط.
- حفظ البيانات بطريقة آمنة.
- عرض النتائج بأمانة وموضوعية دون تغيير أو تحريف.

النتائج المتوقعة:

يتوقع أن تسهم الدراسة في الكشف عن:

- مستوى استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي لدى ممارسي العلاقات العامة في المؤسسات الحكومية والخاصة بالمملكة العربية السعودية.
- أبرز تطبيقات تقنيات الذكاء الاصطناعي المستخدمة في مجال العلاقات العامة.
- وجود أثر إيجابي لاستخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في كفاءة الأداء المهني لدى ممارسي العلاقات العامة.
- إسهام استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في تحسين سرعة إنجاز المهام، وجودة المخرجات الاتصالية، ودعم اتخاذ القرار الاتصالي.
- أبرز التحديات المهنية والتنظيمية والأخلاقية المرتبطة باستخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في ممارسات العلاقات العامة.

المراجع:

1. Bowen, S. A. (2024). "If it can be done, it will be done": AI ethical standards and a dual role for public relations. *Public Relations Review*, 50(5), 102513.
2. Dwivedi, Y. K., Kshetri, N., Hughes, L., Slade, E. L., Jeyaraj, A., Kar, A. K., Baabdullah, A. M., Koohang, A., Raghavan, V., Ahuja, M., Albanna, H., Albashrawi, M. A., Al-Busaidi, A. S., Balakrishnan, J., Barlette, Y., Basu, S., Bose, I., Brooks, L., Buhalis, D., ... Wright, R. (2023). *So what if ChatGPT wrote it? Multidisciplinary perspectives on opportunities, challenges and implications of generative conversational AI for research, practice and policy*. *International Journal of Information Management*, 71, Article 102642.
3. European Communication Monitor. (2022). *CommTech and Digital Infrastructure, Managing Hyperconnectivity and Dealing with the Digital Communications Profession*. European Association of Communication Directors.
4. European Communication Monitor. (2023). *Strategic Communication and Artificial Intelligence: Communication Professionals' Attitudes, Experiences and Expectations*. European Association of Communication Directors.
5. Logan, N., & Waymer, D. (2024). Navigating Artificial Intelligence, Public Relations and Race. *Journal of Public Relations Research*, 36(4), 283–299.
6. Nutsugah, N., & Senanu, B. (2024). On the Tech Trek and Industrial Revolutions: Unravelling the Impact of Generative AI on Public Relations Praxis in Africa. *Journal of Public Relations Research*, 36(4), 341–359.
7. OECD. (2022). *OECD Framework for the Classification of AI Systems*. OECD Publishing.
8. OECD. (2023). *Artificial Intelligence in Science: Challenges, Opportunities and the Future of Research*. OECD Publishing.
9. Stanford Institute for Human-Centered Artificial Intelligence. (2024). *AI Index Report 2024*. Stanford University.
10. UNESCO. (2023). *Guidance for Generative AI in Education and Research*. UNESCO.
11. وزارة الاتصالات وتقنية المعلومات. (2024). *الاستراتيجية الوطنية للبيانات والذكاء الاصطناعي*. المملكة العربية السعودية.
12. World Economic Forum. (2023). *The Future of Jobs Report 2023*. World Economic Forum.
13. Yue, C. A., Men, L. R., Davis, D. Z., Mitson, R., Zhou, A., & Al Rawi, A. (2024). Public Relations Meets Artificial Intelligence: Assessing Utilization and Outcomes. *Journal of Public Relations Research*, 36(6), 513–534.
14. Yue, C. A., Men, L. R., Mitson, R., Zhou, A., & Davis, D. Z. (2024). Artificial Intelligence for Internal Communication: Strategies, Challenges, and Implications. *Public Relations Review*, 50(5), 102515.
15. Cusnir, C., & Nicola, A. (2024). Using Generative Artificial Intelligence Tools in Public Relations: Ethical Concerns and the Impact on the Profession in the Romanian Context. *Communication & Society*, 37(4), 309–323.