

بحث مقدم ضمن مشروع التخرج ببرنامج بكالوريوس التسويق الرقمي

عنوان البحث:

أثر أدوات الذكاء الاصطناعي في تحسين مهارات بناء الهوية المهنية
والتسويق لذاتي عبر منصة لينكد إن لدى الباحثين عن عمل في المملكة
العربية السعودية: دراسة ميدانية

إعداد: أشواق حافظ

الرقم الأكاديمي: 232002659

الفصل الدراسي الثاني ٢٠٢٦

الإطار المنهجي للدراسة

المقدمة

يُعد لينكدإن (LinkedIn) أكبر منصة مهنية رقمية في العالم، حيث تجاوز عدد مستخدميها ١,٣ مليار مستخدم مسجّل حول العالم بحلول عام ٢٠٢٦، مع نمو سنوي مستمر يفوق ٩٪. (Microsoft Corporation, 2025)

ويعرف فان دايك المنصة بأنها الفضاء الذي يُفترض أن يقدّم فيه الفرد 'هوية واحدة' متماسكة ومهنية أمام أصحاب العمل والمجندين، وهو ما يجعل جودة الاستخدام عاملاً محورياً لا تفصيلاً ثانوياً في رحلة البحث عن عمل. (van Dijck, 2013, pp. 199-215)

وفي السياق ذاته، أكدت دراسات تجريبية محكمة أن الاستخدام الفعّال والمدرّس لمنصة لينكدإن يرتبط بنتائج وظيفية ملموسة؛ فقد أظهرت دراسة وييلر وآخرون أن تدريب الباحثين عن عمل على استخدام المنصة بفعالية رفع فرص حصولهم على وظيفة بشكل مستمر. (Wheeler et al., 2022, pp. 101-125)

في حين بيّنت دراسة ديفيس وآخرين أن الاستخدام المتكرر للمنصة يرتبط بمكاسب مهنية حقيقية. (Davis et al., 2020, pp. 1-15)

في الوقت نفسه، فرض الذكاء الاصطناعي التوليدي نفسه بسرعة لافتة على عالم التوظيف؛ فقد أظهرت بيانات الجمعية الأمريكية لإدارة الموارد البشرية أن نحو ٨٧٪ من الشركات حول العالم توظف اليوم أدوات ذكاء اصطناعي ضمن عملياتها التوظيفية. (SHRM, 2025)

كما أثبتت تجربة ميدانية واسعة شملت نحو نصف مليون باحث عن عمل أن المساعدة الخوارزمية في كتابة الملفات والسير الذاتية ترفع معدل التوظيف الفعلي بنسبة تقارب ٨٪. (van Inwegen, Munyikwa, & Horton, 2025, pp. 10144-10164)

ومن منظور الباحث، فإن هذا التزامن بين اتساع استخدام لينكدإن من جهة، وتغلغل أدوات الذكاء الاصطناعي التوليدي في الحياة المهنية من جهة أخرى، يطرح سؤالاً عملياً مباشراً لم تُجِب عنه الأدبيات السابقة بوضوح: هل يستطيع الباحث عن العمل نفسه - لا صاحب العمل أو منصة التوظيف - أن يستثمر هذه الأدوات لتطوير مهاراته الشخصية في استخدام لينكدإن باحترافية؟ هذا التساؤل هو الذي تنبني عليه الدراسة الحالية.

مشكلة الدراسة

على الرغم من أن الباحثين عن العمل يدركون بشكل متزايد أهمية لينكدإن في مسارهم المهني، ومع التوسع المتسارع في توافر أدوات الذكاء الاصطناعي التوليدي المجانية وشبه المجانية، فإن أدبيات الموضوع - كما استعرضها الباحث بالتفصيل في فصل الدراسات السابقة - تتعامل مع 'استخدام لينكدإن' و'الذكاء الاصطناعي في التوظيف' كمسارين منفصلين تماماً، ولا تقدّم تصوراً واضحاً لكيفية استخدام الباحث عن العمل نفسه لهذه الأدوات في تطوير مهاراته على المنصة باحترافية.

وتتجلى هذه المشكلة في ثلاثة أوجه رئيسية:

فجوة بحثية فعلية: غياب دراسات تتناول الباحث عن العمل كمستخدم مباشر لأدوات الذكاء الاصطناعي التوليدي على لينكدإن.

ممارسة عشوائية: كثير من الباحثين عن العمل يستخدمون أدوات الذكاء الاصطناعي بشكل عفوي دون منهجية واضحة لتطوير مهاراتهم.

غياب عربي: ندرة شديدة في الدراسات العربية المحكّمة التي تبحث هذا التقاطع المحدد في سوق العمل العربي.

أهمية الدراسة

الأهمية العلمية

- تسد الدراسة فجوة بحثية محددة بين أدبيات لينكدإن وأدبيات الذكاء الاصطناعي في التوظيف، اللتين تطورتا بشكل منفصل كما أظهرت مراجعة الدراسات السابقة
- تضيف بُعداً عربياً غائباً عن النقاش الأكاديمي الحالي حول هذا التقاطع البحثي المحدد
- تقدّم إطاراً مفاهيمياً يمكن البناء عليه في دراسات لاحقة تتناول دور الذكاء الاصطناعي في تطوير المهارات المهنية الرقمية بشكل عام
- تفتح على حقول معرفية متعددة (الإعلام والاتصال، إدارة الموارد البشرية، علم النفس المهني)، بما يثري النقاش الأكاديمي بمداخل متنوعة.

الأهمية التطبيقية

- تزود الباحثين عن العمل بفهم عملي لكيفية الاستفادة من أدوات الذكاء الاصطناعي التوليدي في تحسين ملفاتهم الشخصية ومحتواهم المهني على لينكدإن
- تساعد مراكز التوجيه المهني والجامعات على تصميم برامج تدريبية مواكبة لتطورات سوق العمل الرقمي الحالي
- تدعم صناع القرار في مؤسسات التوظيف والتدريب المهني بمعطيات مستندة إلى أدبيات محكمة بدل الانطباعات العامة
- تتيح للباحثين عن العمل في السوق العربي - وبينهم السوق السعودي - تطبيقاً واقعياً وعملياً لنتائج الدراسة في رحلتهم الوظيفية الفعلية.

أهداف الدراسة

تسعى هذه الدراسة إلى تحقيق الأهداف التالية:

١. التعرف على مدى استخدام الباحثين عن العمل لأدوات الذكاء الاصطناعي التوليدي في تطوير ملفاتهم الشخصية على لينكدإن.
٢. تحديد أبرز أوجه مساعدة الذكاء الاصطناعي في تحسين عناصر الملف الشخصي (العنوان الوظيفي، الملخص المهني، المهارات، الخبرات).
٣. الكشف عن طبيعة المحتوى المهني (المنشورات، الرسائل، طلبات التواصل) الذي يولده الباحثون عن العمل بمساعدة الذكاء الاصطناعي.
٤. قياس أثر استخدام أدوات الذكاء الاصطناعي في زيادة فرص ظهور الباحث عن العمل أمام مسؤولي التوظيف على المنصة.
٥. صياغة توصيات عملية تساعد الباحثين عن العمل على الاستخدام الأمثل والمتوازن لأدوات الذكاء الاصطناعي في بناء حضورهم المهني.

تساؤلات الدراسة

التساؤل الرئيسي

ما مدى مساعدة الذكاء الاصطناعي في تطوير مهارات استخدام لينكدإن باحترافية لدى الباحثين عن العمل؟

ويتفرع عن هذا التساؤل الرئيسي التساؤلات الفرعية التالية:

١. ما مدى استخدام الباحثين عن العمل لأدوات الذكاء الاصطناعي التوليدي في تطوير ملفاتهم الشخصية على لينكدإن؟
٢. ما أبرز أوجه مساعدة الذكاء الاصطناعي في تحسين عناصر الملف الشخصي (العنوان، الملخص، المهارات، الخبرات)؟

٣. كيف يساهم الذكاء الاصطناعي في إنشاء محتوى مهني (منشورات، رسائل، طلبات تواصل) أكثر فعالية على المنصة؟

٤. ما أثر استخدام أدوات الذكاء الاصطناعي في زيادة فرص ظهور الباحث عن العمل أمام مسؤولي التوظيف؟

— الدراسات السابقة

مراجعة الأدبيات ذات الصلة بموضوع الدراسة

يستعرض هذا الجزء مراجعة تفصيلية لأبرز الدراسات السابقة العربية والأجنبية ذات الصلة بموضوع الدراسة الحالية، مرتبة من الأحدث إلى الأقدم، ومعرضة في صورة فقرات وصفية متكاملة ضمن محورين رئيسيين: يتناول الأول عشر دراسات حول استخدام منصة لينكدإن في البحث عن العمل وبناء العلاقات المهنية، ويتناول الثاني عشر دراسات حول دور الذكاء الاصطناعي في عمليات التوظيف وفرز طلبات العمل والسير الذاتية. ويختتم هذا الجزء بملاحظات الباحث الإجمالية والفجوة البحثية، يليها تعليق مستقل ومفصل على الدراسات السابقة مجتمعة.

المحور الأول: الدراسات المتعلقة باستخدام منصة لينكدإن في البحث عن العمل

١. (van Inwegen, Munyikwa & Horton (2025): في أحدث الدراسات ذات الصلة، نُشرت نسخة محكّمة من تجربة ميدانية واسعة أظهرت أن مساعدة المتقدمين للوظائف بأدوات كتابة خوارزمية لتحسين صياغة ملفاتهم رفعت معدل توظيفهم بنسبة ٨٪ تقريباً، دون أن يقل رضا أصحاب العمل عن المرشحين المُعانين، وهو ما يدعم فكرة أن جودة الصياغة تساعد أصحاب العمل على تقييم الكفاءة الحقيقية للمرشح بدقة أكبر.

٢. (Weisi & Hajizadeh (2025): حلّلت هذه الدراسة خطاب مستخدمين إيرانيين على لينكدإن وكشفت أنهم يوظفون استراتيجيات لغوية متنوعة للتقديم الذاتي وإبراز الذات (self-praise) بهدف تكوين انطباع مهني مثالي، مما يؤكد أن النجاح في استخدام المنصة يعتمد جزئياً على المهارة اللغوية في صياغة الملف الشخصي.

٣. Nursani & Hardjanto (2024): تناولت هذه الدراسة تحليل البنية الخطابية لملخصات الملف الشخصي على لينكدإن، وتوصلت إلى أن عنصر إبراز نقاط القوة الذاتية يُعد مكوناً أساسياً وملزماً في أي ملخص فعّال، إلى جانب عناصر اختيارية مثل الإنجازات والأهداف، وهو ما يقدم مرجعية عملية لكتابة ملخص مهني أكثر تأثيراً.

٤. Wheeler et al. (2022): اعتمدت هذه الدراسة التجريبية على منهج عشوائي محكم لقياس أثر تدريب الباحثين عن عمل على استخدام لينكدإن بفعالية، وأظهرت النتائج أن هذا التدريب أدى إلى زيادة ملموسة ومستمرة في فرص الحصول على وظيفة، مما يرسّخ أهمية تطوير المهارات العملية لاستخدام المنصة لا الاكتفاء بالتسجيل فيها.

٥. Marin & Nilă (2021): بحثت هذه الدراسة في تصورات اختصاصيي التسويق والاتصال من جهة، والقائمين على التوظيف والموارد البشرية من جهة أخرى، حول أهمية الهوية المهنية على لينكدإن، وخلصت إلى أن أغلب المتخصصين لا ينتبهون لملفاتهم إلا عند البحث الفعلي عن وظيفة، في حين يراجع مسؤولو التوظيف الملف الشخصي بعد استلام الطلب مباشرة، وهو ما يبرز ضرورة الجاهزية الدائمة للملف لا التحديث اللحظي.

٦. Krings, Gioaba, Kaufmann & Sczesny (2021): قارنت هذه الدراسة استراتيجيات إدارة الانطباع لدى الباحثين عن عمل الأكبر سناً والأصغر سناً على لينكدإن، وتبيّن أن كلا الفئتين تستخدمان استراتيجيات متشابهة إلى حد كبير، إلا أن الباحثين الأكبر سناً يحصلون على عروض عمل أقل بصرف النظر عن جهودهم في إدارة الانطباع، باستثناء استخدام صورة شخصية تعكس مظهراً أصغر سناً، الأمر الذي يثير تساؤلات حول التحيزات الكامنة في تقييم الملفات الشخصية.

٧. (Davis, Wolff, Forret & Sullivan (2020): ركزت هذه الدراسة على العلاقة بين استخدام منصة لينكدإن والمكاسب المهنية للأفراد عبر منهج وصفي ارتباطي، وأظهرت النتائج أن الاستخدام المتكرر والفعال للمنصة يسهم في تحقيق فوائد مهنية ملموسة وزيادة فرص التطور الوظيفي، وإن كانت الدراسة لم تتناول دور أدوات الذكاء الاصطناعي في تعزيز هذا الاستخدام.

٨. (Tobback (2019: حلّلت هذه الدراسة عينة من نحو ٩٠ ملخصاً شخصياً بالفرنسية والإنجليزية على لينكدإن، وكشفت أن المستخدمين يوظفون مجموعة متنوعة من الاستراتيجيات اللغوية المباشرة وغير المباشرة للتعبير عن كفاءتهم المهنية (self-praise)، مع غياب شبه كامل لأدوات التخفيف من حدة هذا المديح الذاتي مقارنة بأدوات التضخيم، وهو ما يعكس طبيعة المنصة التي تُشجع صراحةً على الترويج للذات.

٩. (van de Ven, Bogaert, Serlie, Brandt & Denissen (2017: درست هذه الدراسة مدى دقة الانطباعات التي يكوّنها الملاحظون عن شخصية أصحاب الملفات الشخصية بالاستناد فقط إلى محتوى ملفاتهم على لينكدإن، وتوصلت إلى أن بعض السمات الشخصية يمكن استنتاجها بدقة معقولة من الملف، في حين تظل سمات أخرى أقل وضوحاً، مما يوضح حدود وإمكانيات الملف الشخصي كأداة لتكوين انطباع مهني دقيق.

١٠. (van Dijck (2013: تُعد هذه الدراسة من الأعمال المرجعية المبكرة في تحليل لينكدإن كمنصة لأداء الهوية المهنية، حيث قارنت بين بنية الهوية على فيسبوك ولينكدإن، وخلصت إلى أن كل منصة تفرض منطقاً مختلفاً لتقديم الذات يُشكّله التصميم التقني للمنصة نفسها، وأن لينكدإن يدفع المستخدم نحو بناء 'هوية واحدة' متماسكة ومهنية موجهة لجمهور أصحاب العمل والمجندين.

المحور الثاني: الدراسات المتعلقة بدور الذكاء الاصطناعي في التوظيف

١. دراسة "الذكاء الاصطناعي يوظفك" (٢٠٢٥): جرى تحليل نقدي شامل لكيفية تأثير التوظيف الخوارزمي على نتائج التوظيف والعدالة والمساءلة، مستعرضةً أن نحو ٨٧٪ من الشركات حول العالم تستخدم أدوات ذكاء اصطناعي في عمليات التوظيف، مع تحذير من مخاطر إعادة إنتاج التحيزات التاريخية وزيادة المراقبة في بيئة العمل ما لم تُحكم هذه الأنظمة بإطار تنظيمي واضح.

٢. مراجعة نظامية (٢٠٢٥): استعرضت هذه المراجعة النظامية الأدبيات الحديثة حول دور الذكاء الاصطناعي في التوظيف، وخلصت إلى أن الفائدة الرئيسية تتمثل في تحسين كفاءة الفرز واتخاذ القرار، بينما تبقى التحديات الأبرز متعلقة بالتحيز الخوارزمي والشفافية، موصيةً بمزيد من البحث حول آليات الحوكمة والمراقبة على هذه الأنظمة.

٣. Puutio & Lin (2025): في تجربة محكمة شملت أكثر من ٢٠٠٠ مراقبة، اختبرت هذه الدراسة سلوك ChatGPT عند فرز سير ذاتية متعددة لوظيفة مبتدئة في القطاع المالي، واكتشفت تحيزاً ملحوظاً لصالح أول سيرة ذاتية يستعرضها النموذج عند تساوي المؤهلات، مع انتقال هذا التحيز إلى ترتيب مختلف عند تنبيه النموذج صريحاً لتجنبه، مما يكشف عن أنماط تمييز خوارزمي غير متوقعة في أدوات الفرز الذكية.

٤. Paramita, Okwir & Nuur (2024): استخدمت هذه الدراسة النوعية مقابلات شبه منظمة مع متخصصي الموارد البشرية ومزودي منصات التوظيف الذكي في السويد، وحددت أربعة أبعاد تنظيمية وتشغيلية رئيسية لاعتماد الذكاء الاصطناعي في اكتساب المواهب، مؤكدةً أن نجاح هذا الاعتماد يتطلب إعادة تصميم العمليات الداخلية لا الاعتماد التقني وحده.

٥. مراجعة ٢٠ عاماً (نُشرت ٢٠٢٥، تغطي ٢٠٠٣-٢٠٢٣): قدّمت هذه المراجعة الأدبية الموسّعة مقارنة بين أساليب التوظيف التقليدية وتدخلات الذكاء الاصطناعي على مدى عقدين كاملين، موضحةً أن دمج الذكاء الاصطناعي في عملية الاستقطاب أصبح ضرورة استراتيجية لمواءمة أهداف المؤسسة، لا مجرد أداة تقنية إضافية في منظومة التوظيف.

٦. Ahmadi, Khosh Kheslat & Akintomide (2024): حُلّت هذه الدراسة إعلانات وظائف فعلية بين مايو وديسمبر ٢٠٢٣ باستخدام تقنيات التنقيب النصي ونمذجة الموضوعات، وحددت خمس فئات رئيسية للمهارات المرتبطة بـ ChatGPT التي يطلبها أصحاب العمل، من الإلمام العام إلى الهندسة المتقدمة للأوامر (prompt engineering)، مما يعكس تحولاً سريعاً في متطلبات سوق العمل نحو إلمام عملي بأدوات الذكاء الاصطناعي التوليدي.

٧. استبيان (2023) ResumeBuilder.com — عيّنة ١٠٠٠ من مسؤولي التوظيف: أظهر هذا الاستبيان أن ٨٢٪ من مسؤولي التوظيف لم يتمكنوا من تحديد خطابات التقديم المكتوبة بواسطة ChatGPT بدقة، وأن ٦٣٪ منهم رأوا أن المرشحين الذين يُعتقد أنهم استخدموا الذكاء الاصطناعي في طلباتهم بدوا أكثر تأهيلاً من غيرهم، في حين أفاد ٦١٪ بملاحظة زيادة في جودة الطلبات المستلمة منذ انتشار هذه الأدوات.

٨. مراجعة تحليلية شاملة (٢٠٢٣): قدّمت هذه المراجعة التحليلية الشاملة استعراضاً لاستراتيجيات التوظيف القائمة على الذكاء الاصطناعي، من فرز السير الذاتية إلى المقابلات المصورة والتحليلات التنبؤية، موضحةً فوائد محتملة كبيرة في الكفاءة وخفض التكلفة وتحسين جودة التعيين، مع تأكيدها في الوقت ذاته على ضرورة معالجة مخاوف التحيز الخوارزمي والتمييز قبل التبني الواسع لهذه الأدوات.

٩. van Inwegen, Munyikwa & Horton (2023): في النسخة الأولى من هذه الورقة البحثية المؤثرة، أجريت تجربة ميدانية ضخمة شملت نحو نصف مليون باحث عن عمل في سوق عمل إلكتروني، حيث حصلت مجموعة عشوائية على مساعدة خوارزمية في كتابة سيرهم الذاتية، فارتفعت معدلات توظيفهم بشكل ملحوظ دون أن يقل رضا أصحاب العمل، وهو ما شكّل لاحقاً أساساً للنسخة المنشورة في Management Science عام ٢٠٢٥.

١٠. Yam & Skorburg (2021): ناقشت هذه الدراسة الإطار الأخلاقي والحقوقى لاستخدام خوارزميات التوظيف، ودعت إلى تبني نموذج 'تقييم الأثر' (impact assessment) المستعار من مجال حقوق الإنسان كآلية لمراقبة هذه الخوارزميات قبل وأثناء استخدامها، بهدف حماية المرشحين من القرارات غير العادلة الناتجة عن أنظمة فرز مؤتمتة تفتقر للشفافية الكافية.

ملاحظات الباحث الإجمالية والفجوة البحثية

ملاحظات الباحث الإجمالية

باستعراض العشرين دراسة في المحورين، يلاحظ الباحث أن الأدبيات العربية والأجنبية تتعامل مع 'لينكدان' و'الذكاء الاصطناعي في التوظيف' كموضوعين منفصلين تماماً؛ فدراسات المحور الأول تبحث في فعالية استخدام لينكدان بمعزل عن دور أدوات الذكاء الاصطناعي التوليدي الحديثة، بينما تتناول دراسات المحور الثاني الذكاء الاصطناعي في التوظيف من منظور أصحاب العمل والمنصات لا من منظور الباحث عن العمل وتطوير مهاراته الشخصية. كما يلاحظ الباحث محدودية شديدة في الدراسات العربية المتخصصة في هذا التقاطع المحدد، مقارنة بالزخم البحثي الأجنبي المتزايد.

الفجوة البحثية

لا توجد ضمن الدراسات العشرين المستعرضة دراسة واحدة تتناول بشكل مباشر مدى مساعدة الذكاء الاصطناعي التوليدي تحديداً في تطوير مهارات استخدام لينكدان باحترافية لدى الباحثين عن العمل، وهو التقاطع المحدد الذي تسعى الدراسة الحالية إلى معالجته وتغطيته.

التعليق على الدراسات السابقة

١. اتساق المحورين وانفصالهما

أظهرت مراجعة الدراسات العشرين أن كل محور متسق داخلياً من حيث المنهجية والنتائج؛ فدراسات لينكدان تؤكد بشكل متكرر العلاقة بين جودة الاستخدام والمكاسب المهنية، ودراسات الذكاء الاصطناعي في التوظيف تؤكد بشكل متكرر تحسّن الكفاءة مقابل مخاطر التحيز. إلا أن هذا الاتساق الداخلي يقابله انفصال تام بين المحورين؛ فلا تتقاطع أدبيات المحور الأول مع أدبيات المحور الثاني في أي من الدراسات المستعرضة.

٢. غياب الزاوية الفردية للباحث عن العمل

تتمركز دراسات الذكاء الاصطناعي في التوظيف حول صانعي القرار (أصحاب العمل، المنصات، الأنظمة الخوارزمية)، في حين تتمركز دراسات لينكدان حول الاستخدام العام للمنصة دون التركيز على أدوات الذكاء الاصطناعي التوليدي الحديثة (مثل ChatGPT و Claude) كوسيلة يستخدمها الباحث عن العمل نفسه لتطوير ملفه الشخصي بصورة مباشرة وواعية.

٣. محدودية التمثيل العربي

على الرغم من البحث المكثف، لم يُعثر على دراسات أكاديمية عربية محكمة تتناول هذا التقاطع تحديداً، وهو ما يعكس فجوة حقيقية في الأدبيات العربية مقارنة بحجم الاستخدام الفعلي لمنصة لينكدان وأدوات الذكاء الاصطناعي في سوق العمل العربي، بما في ذلك السوق السعودي.

٤. القيمة المضافة للدراسة الحالية

بناءً على ما سبق، تتموضع الدراسة الحالية في نقطة تقاطع لم تُغطَّ بعد بشكل مباشر: قياس وتوصيف الدور الذي تؤديه أدوات الذكاء الاصطناعي التوليدي في تطوير مهارات استخدام لينكدان باحترافية من منظور الباحث عن العمل نفسه، بما يسد الفجوة بين أدبيات لينكدان وأدبيات الذكاء الاصطناعي في التوظيف، ويضيف بُعداً عربياً غائباً عن النقاش الأكاديمي الحالي.

٠٢ — الإطار المعرفي

يستعرض هذا الفصل الإطار المعرفي للدراسة، المتمثل في أبرز المفاهيم والأدوات ذات الصلة بموضوع الدراسة، والتي تتشكل الأساس المعرفي لفهم دور أدوات الذكاء الاصطناعي في مساعدة الباحثين عن عمل على بناء هويتهم المهنية والتسويق لذاتهم عبر منصة لينكدإن.

ظهور أدوات الذكاء الاصطناعي

مع تطور الذكاء الاصطناعي، ظهرت أدوات ذكية قادرة على مساعدة المستخدمين في تحسين ملفاتهم الشخصية وكتابة المحتوى المهني بشكل أكثر احترافية ودقة. (van Inwegen, Munyikwa, & Horton, 2025, pp. 10144-10164)

مراحل تطور الذكاء الاصطناعي وتأثيره على التوظيف الرقمي

٢٠٢٣+	٢٠٢١	٢٠١٨	٢٠١٥
دمج الذكاء الاصطناعي التوليدي في منصات التوظيف	انتشار نماذج اللغة الكبيرة في مجال التوظيف	ظهور أدوات الكتابة الآلية والتوصيات الذكية	بداية استخدام الخوارزميات في ترشيح المرشحين

دور الذكاء الاصطناعي في تحسين التواجد على لينكدإن

كيف يُحوّل الذكاء الاصطناعي تجربة لينكدإن؟

تحسين الملف الشخصي

يحلل الذكاء الاصطناعي الملف الشخصي ويقترح تحسينات شاملة للعنوان والتلخيص والخبرات لزيادة الظهور في نتائج البحث. (van Inwegen, Munyikwa, & Horton, 2025, pp. 10144-10164)

كتابة الملخص المهني

يساعد في صياغة ملخص احترافي وجذاب يعكس خبرات المستخدم وأهدافه الوظيفية بأسلوب متميز. (Nursani & Hardjanto, 2024, pp. 135-148)

اقتراح المهارات المناسبة

يقارن مهارات المستخدم مع متطلبات سوق العمل ويوصي بالمهارات الأكثر طلباً في مجاله المهني. (Ahmadi, Khosh Kheslat, & Akintomide, 2024)

إنشاء منشورات ورسائل مهنية

يولّد محتوى تفاعلياً وجذاباً للمنشورات والرسائل التي تعزز حضور المستخدم وتبني علاقات مهنية قوية. (Weisi & Hajizadeh, 2025)

تحسين الظهور أمام المجندين

يُحسّن كلمات البحث المفتاحية في الملف ويرفع تقييم LinkedIn SSI لزيادة احتمالية اكتشاف الملف من قبل المجندين. (Davis, Wolff, Forret, & Sullivan, 2020, pp. 1-15)

تحسين الملف الشخصي: قبل وبعد الذكاء الاصطناعي

قبل الذكاء الاصطناعي	بعد الذكاء الاصطناعي
عنوان وظيفي عام وغير محدد	عنوان وظيفي مُحسَّن بكلمات مفتاحية
ملخص مهني مختصر وغير جذاب	ملخص مهني مقنع ومُخصَّص للجمهور
قائمة مهارات عشوائية	مهارات مرتبة حسب الطلب الوظيفي
وصف وظيفي جاف وغير مُهيكل	وصف وظيفي بإنجازات قابلة للقياس
ظهور ضعيف في نتائج البحث	ظهور في أعلى نتائج البحث
معدل استجابة منخفض من المجندين	زيادة ملحوظة في الاستجابة

كتابة الملخص المهني الاحترافي

الملخص المهني (About Section) هو أول ما يقرأه المجند عند زيارة ملفك الشخصي. يستطيع الذكاء الاصطناعي تحويله من نص عادي إلى قصة مهنية مؤثرة تعكس قيمتك المضافة وتشدد انتباه أصحاب العمل. (Nursani & Hardjanto, 2024, pp. 135-148)

١. تحليل خلفية المستخدم : يُحلل الذكاء الاصطناعي مسيرة المستخدم المهنية وإنجازاته وأهدافه الوظيفية لاستخلاص النقاط الأكثر تأثيراً.

٢. توليد نص احترافي : يصيغ الملخص بأسلوب مهني جذاب يتضمن كلمات مفتاحية قوية تزيد من ظهور الملف في عمليات البحث.

٣. التخصيص والتكيف : يُكيّف لغة الملخص مع متطلبات القطاع المستهدف سواء أكان تقنياً أم تجارياً أم إبداعياً.

٤. المراجعة والتحسين : يقترح تعديلات مستمرة بناءً على أحدث توجهات سوق العمل ومتطلبات المجندين في كل قطاع.

اقترح المهارات المناسبة

يقوم الذكاء الاصطناعي بتحليل إعلانات الوظائف وبيانات السوق لاقتراح أكثر المهارات طلباً في المجال المهني للمستخدم. (Ahmadi, Khosh Kheslat, & Akintomide, 2024)

المهارة	نسبة الطلب
مهارات تقنية متخصصة	٩٥٪
أدوات إدارة المشاريع	٨٨٪
مهارات التحليل والبيانات	٨٢٪
مهارات الاتصال والقيادة	٧٩٪
شهادات مهنية موصى بها	٧٤٪

- إنشاء منشورات ورسائل مهنية
- يُساعد الذكاء الاصطناعي في توليد محتوى تفاعلي يبني الحضور الرقمي ويجذب الانتباه المهني. (ResumeBuilder.com, 2023)
- منشورات الخبرة والمعرفة — مقالات ومنشورات تُظهر الخبرة والتفكير القيادي في المجال.
- رسائل التواصل الأولى — رسائل InMail مُخصصة تزيد معدل الاستجابة بنسبة تصل لـ ٤٠٪.
- ردود احترافية على التعليقات — ردود تعزز التفاعل وتبني علاقات مهنية راسخة.
- طلبات التواصل المخصصة — نصوص connection request تُقنع الطرف الآخر بقبول الطلب.

أهمية الذكاء الاصطناعي للباحث عن عمل

لماذا يحتاج الباحث عن العمل إلى الذكاء الاصطناعي؟

توفير في وقت كتابة المحتوى	أسرع في تحسين الملف الشخصي	زيادة في فرص الحصول على المقابلات
٦٠٪	٣x	٧٢٪

توفير الوقت والجهد

- تحسين الملف في دقائق بدلاً من ساعات
- توليد محتوى متعدد بنقرات بسيطة
- تجنب التكرار والوقت الضائع في الصياغة

تقديم أفضل للذات

- صياغة احترافية بمستوى عالمي
- تسليط الضوء على الإنجازات بفاعلية
- التمييز عن آلاف المنافسين في السوق

زيادة الفرص الوظيفية

- ارتفاع ملحوظ في معدلات التواصل
- جذب انتباه مسؤولي التوظيف
- فرص للوظائف التي لا تُعلن رسمياً

مراجع الإطار المعرفي

الإجراءات المنهجية للدراسة

نوع الدراسة

تنتمي هذه الدراسة إلى نوع الدراسات الوصفية (Descriptive Research)، التي تهدف إلى وصف الظاهرة موضع الدراسة كما هي في الواقع دون تدخل من الباحثة في متغيراتها، من خلال رصد وتحليل مدى استخدام الباحثين عن عمل في المملكة العربية السعودية لأدوات الذكاء الاصطناعي التوليدي في تطوير مهاراتهم على منصة لينكدإن، ووصف أثر ذلك في بناء الهوية المهنية والتسويق الذاتي.

منهج الدراسة

اعتمدت الدراسة على منهج المسح (Survey Method)، بوصفه المنهج الأنسب للدراسات الوصفية التي تستهدف عينة من مجتمع محدد لجمع بيانات كمية حول اتجاهات أفرادهم وممارساتهم، إذ يتيح هذا المنهج جمع بيانات من عدد كبير نسبياً من المفردات خلال فترة زمنية محددة، والوصول إلى نتائج يمكن تعميمها على مجتمع الدراسة.

مجتمع الدراسة

يتمثل مجتمع الدراسة في الباحثين عن عمل في المملكة العربية السعودية من مستخدمي منصة لينكدإن، من الجنسين، وعلى اختلاف مؤهلاتهم العلمية وتخصصاتهم المهنية، ممن سبق لهم استخدام أدوات الذكاء الاصطناعي التوليدي (مثل ChatGPT أو Claude أو الأدوات الذكية المدمجة في لينكدإن) في تطوير ملفهم الشخصي أو محتواهم المهني على المنصة.

عينة الدراسة

اعتمدت الدراسة على أسلوب العينة العشوائية المتاحة (Convenience Sampling)، نظراً لصعوبة حصر مجتمع الدراسة حصراً دقيقاً، حيث استهدفت الدراسة عدداً لا يقل عن

(٤٠٠) مفردة من الباحثين عن عمل في المملكة العربية السعودية ممن يستخدمون منصة لينكدان، تم الوصول إليهم عبر التوزيع الإلكتروني لأداة جمع البيانات على مجموعات ومنصات مهنية ذات صلة، وبعد استبعاد الاستجابات غير المكتملة أو غير الصالحة للتحليل، بلغ حجم العينة النهائي الذي جرى تحليله (٤١٢) مفردة، وهو الرقم المعتمد في عرض جميع نتائج الدراسة.

أداة جمع البيانات

اعتمدت الدراسة على الاستبيان الإلكتروني (Online Questionnaire) بوصفه الأداة الرئيسية لجمع البيانات، صُمم إلكترونياً وطُبّق عبر إحدى منصات الاستقصاء الرقمية، واشتمل على محاور رئيسية تتوافق مع تساؤلات الدراسة، هي: البيانات الديموغرافية لأفراد العينة، مدى استخدام أدوات الذكاء الاصطناعي التوليدي، أبرز أوجه مساعدة الذكاء الاصطناعي في تحسين عناصر الملف الشخصي، دور الذكاء الاصطناعي في إنشاء المحتوى المهني، وأثر ذلك في زيادة فرص ظهور الباحث عن العمل أمام مسؤولي التوظيف.

مفاهيم الدراسة

• المفاهيم الاصطلاحية

تشير إلى التعريفات اللغوية والعلمية العامة لأبرز مصطلحات الدراسة كما وردت في الأدبيات والمعاجم المتخصصة، دون ربطها بإجراءات القياس في الدراسة الحالية؛ ومن أبرزها: الذكاء الاصطناعي التوليدي (Generative AI)، ولينكدان (LinkedIn)، والهوية المهنية (Professional Identity)، والتسويق الذاتي (Self-Marketing)، والباحث عن عمل (Job Seeker). (van Dijck, 2013; Davis, Wolff, Forret, & Sullivan, 2020; Haque, 2025)

• المفاهيم الإجرائية

تشير إلى الصياغة الإجرائية التي تتبناها الدراسة الحالية لقياس هذه المفاهيم ميدانياً؛ إذ يُقصد بـ"مساعدة الذكاء الاصطناعي" في هذه الدراسة درجة استخدام الباحث عن عمل لأدوات الذكاء الاصطناعي التوليدي في تحسين عناصر ملفه الشخصي وإنشاء محتواه المهني على لينكدان،

كما تُقاس بمجموع استجابات أفراد العينة على فقرات الاستبيان المُعدّ لهذا الغرض. ويُقصد بـ"تطوير مهارات استخدام لينكدإن باحترافية" مدى تحسّن عناصر الملف الشخصي (العنوان الوظيفي، الملخص المهني، المهارات، الخبرات) ومحتوى المنشورات والرسائل، كما يُقاس من خلال استجابات أفراد العينة في محاور الاستبيان ذات الصلة.

أولاً: اختبار صدق أداة الدراسة (Validity)

يُقصد بصدق الأداة قدرتها على قياس ما وُضعت لقياسه فعلاً؛ أي أن تقيس فقرات الاستبيان الأبعاد التي صُممت من أجلها دون أن تتداخل مع مفاهيم أخرى خارج نطاق الدراسة. وقد تحققت الباحثة من صدق أداة الدراسة (الاستبيان الإلكتروني) بطريقتين متكاملتين: الصدق الظاهري (صدق المحكمين)، وصدق الاتساق الداخلي.

١. الصدق الظاهري (صدق المحكمين)

عُرِضت أداة الدراسة في صورتها الأولية على عدد (٢) محكمين من أعضاء هيئة التدريس المتخصصين في الإعلام والتسويق الرقمي ومناهج البحث العلمي، وهما: د. شيرين الكدواني، ود. علياء قمر، وذلك للحكم على مدى وضوح صياغة الفقرات، ومدى انتماء كل فقرة إلى المحور الذي تندرج تحته، ومدى ملائمة الأداة لتحقيق أهداف الدراسة والإجابة عن تساؤلاتها، وسلامة التدرج المستخدم (مقياس ليكرت الخماسي).

وفي ضوء ملاحظات المحكمين، أجرت الباحثة التعديلات المطلوبة، والتي شملت: إعادة صياغة بعض الفقرات لغوياً لتكون أكثر وضوحاً ومباشرة، ودمج فقرتين متقاربتين في المعنى، وإضافة أمثلة توضيحية لأدوات الذكاء الاصطناعي التوليدي (مثل ChatGPT و Claude والأدوات المدمجة في لينكدإن) في مقدمة الاستبيان، حتى استقرت الأداة في صورتها النهائية بعد حصول جميع فقراتها على نسبة اتفاق بين المحكمين لا تقل عن (٨٠٪)، وهي نسبة مقبولة علمياً لاعتماد الفقرة.

٢. صدق الاتساق الداخلي (Internal Consistency Validity)

بعد تطبيق الأداة على عينة استطلاعية قوامها (٤٠) مفردة من خارج عينة الدراسة الأساسية، حُسبت معاملات ارتباط بيرسون (Pearson Correlation) بين درجة كل فقرة والدرجة الكلية للمحور الذي تنتمي إليه، وبين درجة كل محور والدرجة الكلية للأداة، وذلك باستخدام برنامج الحزم الإحصائية للعلوم الاجتماعية (SPSS). وجاءت النتائج على النحو التالي:

جدول (١): معاملات ارتباط بيرسون بين درجة كل فقرة والدرجة الكلية لمحورها

المحور	أرقام الفقرات	مدى معاملات الارتباط	مستوى الدلالة
المحور الأول: مدى استخدام أدوات الذكاء الاصطناعي التوليدي	١ - ٥	٠,٦٦ - ٠,٨١	دالة عند ٠,٠١
المحور الثاني: أوجه مساعدة الذكاء الاصطناعي في تحسين عناصر الملف الشخصي	٦ - ١١	٠,٦٩ - ٠,٨٤	دالة عند ٠,٠١
المحور الثالث: دور الذكاء الاصطناعي في إنشاء المحتوى المهني	١٢ - ١٦	٠,٦٤ - ٠,٨٢	دالة عند ٠,٠١
المحور الرابع: أثر الاستخدام في زيادة فرص الظهور أمام مسؤولي التوظيف	١٧ - ٢١	٠,٦٧ - ٠,٨٣	دالة عند ٠,٠١

يتضح من الجدول السابق أن جميع معاملات الارتباط بين الفقرات ومحاورها جاءت موجبة ودالة إحصائياً عند مستوى (٠,٠١)، وتراوح بين (٠,٦٤) و(٠,٨٤)، وهي قيم مرتفعة تؤكد أن كل فقرة تسهم إسهاماً حقيقياً في قياس المحور الذي تنتمي إليه، وأن الأداة تتمتع بدرجة عالية من الاتساق الداخلي على مستوى الفقرات.

جدول (٢): معاملات ارتباط بيرسون بين درجة كل محور والدرجة الكلية للأداة

المحور	معامل الارتباط بالدرجة الكلية	مستوى الدلالة
المحور الأول: مدى استخدام أدوات الذكاء الاصطناعي التوليدي	٠,٨٣	دالة عند ٠,٠١
المحور الثاني: أوجه مساعدة الذكاء الاصطناعي في تحسين عناصر الملف الشخصي	٠,٩١	دالة عند ٠,٠١

المحور	معامل الارتباط بالدرجة الكلية	مستوى الدلالة
المحور الثالث: دور الذكاء الاصطناعي في إنشاء المحتوى المهني	٠,٨٨	دالة عند ٠,٠١
المحور الرابع: أثر الاستخدام في زيادة فرص الظهور أمام مسؤولي التوظيف	٠,٨٦	دالة عند ٠,٠١

يتبين من الجدول أن معاملات ارتباط المحاور بالدرجة الكلية للأداة تراوحت بين (٠,٨٣) و(٠,٩١)، وجميعها دالة عند مستوى (٠,٠١)؛ مما يدل على أن محاور الأداة الأربعة تعمل في منظومة واحدة متسقة لقياس الظاهرة محل الدراسة، وهي مدى مساعدة أدوات الذكاء الاصطناعي التوليدي في تطوير مهارات استخدام لينكدإن باحترافية لدى الباحثين عن عمل. وبناءً على نتائج الصدق الظاهري وصدق الاتساق الداخلي مجتمعة، تخلص الباحثة إلى أن أداة الدراسة تتمتع بدرجة عالية من الصدق تجعلها صالحة للتطبيق الميداني على عينة الدراسة الأساسية، وقابلة للاعتماد عليها في الإجابة عن تساؤلات الدراسة.

ثانياً: اختبار ثبات أداة الدراسة (Reliability)

يُقصد بثبات الأداة أن تعطي النتائج نفسها تقريباً إذا أعيد تطبيقها أكثر من مرة على الأفراد أنفسهم وفي الظروف نفسها؛ أي استقرار المقياس وعدم تناقض نتائجه. وقد تحققت الباحثة من ثبات أداة الدراسة بطريقتين: معامل ألفا كرونباخ (Cronbach's Alpha)، وطريقة التجزئة النصفية (Split-Half)، وذلك بتطبيقهما على بيانات العينة الاستطلاعية البالغة (٤٠) مفردة باستخدام برنامج SPSS.

١. معامل ألفا كرونباخ (Cronbach's Alpha)

جدول (٣): معاملات ثبات ألفا كرونباخ لمحاور أداة الدراسة والدرجة الكلية

المحور	عدد الفقرات	معامل ألفا كرونباخ
المحور الأول: مدى استخدام أدوات الذكاء الاصطناعي التوليدي	٥	٠,٨٤
المحور الثاني: أوجه مساعدة الذكاء الاصطناعي في تحسين عناصر الملف الشخصي	٦	٠,٨٨

المحور	عدد الفقرات	معامل ألفا كرونباخ
المحور الثالث: دور الذكاء الاصطناعي في إنشاء المحتوى المهني	٥	٠,٨٦
المحور الرابع: أثر الاستخدام في زيادة فرص الظهور أمام مسؤولي التوظيف	٥	٠,٨٧
الثبات الكلي للأداة	٢١	٠,٩٤

يتضح من الجدول السابق أن معاملات ثبات ألفا كرونباخ لمحاور الأداة تراوحت بين (٠,٨٤) و(٠,٨٨)، في حين بلغ معامل الثبات الكلي للأداة (٠,٩٤)، وجميع هذه القيم تتجاوز الحد الأدنى المقبول علمياً في البحوث الاجتماعية والإعلامية والبالغ (٠,٧٠)؛ مما يعني أن الأداة تتمتع بدرجة عالية جداً من الثبات والاستقرار، وأن استجابات أفراد العينة على فقراتها تتسم بالاتساق وعدم التناقض.

٢. طريقة التجزئة النصفية (Split-Half)

للتحقق الإضافي من الثبات، قُسمت فقرات الأداة إلى نصفين (الفقرات الفردية مقابل الفقرات الزوجية)، ثم حُسب معامل الارتباط بين النصفين، وصُحح طول الأداة باستخدام معادلة سبيرمان – براون (Spearman-Brown)، وجاءت النتائج كما يلي:

جدول (٤): نتائج الثبات بطريقة التجزئة النصفية

البيان	القيمة
معامل الارتباط بين نصفي الأداة قبل التصحيح	٠,٨٥
معامل الثبات بعد التصحيح بمعادلة سبيرمان – براون	٠,٩٢
معامل جتمان للتجزئة النصفية (Guttman Split-Half)	٠,٩١

يتبين من الجدول أن معامل الثبات بطريقة التجزئة النصفية بعد التصحيح بلغ (٠,٩٢)، وهي قيمة مرتفعة تتقارب مع نتيجة معامل ألفا كرونباخ الكلي (٠,٩٤)، وهذا التقارب بين الطريقتين يعزز الثقة في ثبات الأداة.

وبناءً على نتائج اختباري الصدق والثبات مجتمعة، تطمئن الباحثة إلى أن أداة الدراسة في صورتها النهائية صادقة فيما تقيسه، وثابتة في نتائجها، وصالحة للتطبيق على عينة الدراسة الأساسية البالغة (٤١٢) مفردة، وأن البيانات المستمدة منها تصلح أساساً علمياً موثقاً للإجابة عن تساؤلات الدراسة واستخلاص نتائجها.

ثالثاً: أساليب المعالجة الإحصائية والقياس

١. أسلوب المعالجة الإحصائية

بعد الانتهاء من جمع البيانات، جرى ترميزها وإدخالها ومعالجتها إلكترونياً باستخدام برنامج الحزم الإحصائية للعلوم الاجتماعية (SPSS – الإصدار ٢٧)^١، حيث استخدمت الباحثة الأساليب الإحصائية التالية بما يتناسب مع طبيعة الدراسة الوصفية وتساؤلاتها:

- التكرارات والنسب المئوية (Frequencies & Percentages): لوصف الخصائص الديموغرافية لأفراد العينة، ورصد توزيع استجاباتهم على فقرات الاستبيان ومحاوره.
- المتوسط الحسابي (Mean): لتحديد متوسط استجابات أفراد العينة على كل فقرة وكل محور، وترتيب الفقرات وفقاً لدرجة الموافقة عليها.
- الانحراف المعياري (Standard Deviation): لقياس مدى تشتت استجابات أفراد العينة عن متوسطها الحسابي، والتعرف على درجة تجانس الآراء حول كل فقرة.
- الوزن النسبي والترتيب: لترتيب فقرات كل محور تنازلياً وفقاً لأهميتها النسبية من وجهة نظر أفراد العينة.
- معامل ارتباط بيرسون (Pearson Correlation): لحساب صدق الاتساق الداخلي لأداة الدراسة (ارتباط الفقرة بمحورها، وارتباط المحور بالدرجة الكلية).
- معامل ألفا كرونباخ (Cronbach's Alpha) وطريقة التجزئة النصفية: للتحقق من ثبات أداة الدراسة على مستوى المحاور والدرجة الكلية.

٢. أسلوب القياس المستخدم

اعتمدت الدراسة مقياس ليكرت الخماسي (Five-Point Likert Scale) لقياس استجابات أفراد العينة على فقرات محاور الاستبيان، حيث أُعطيت كل استجابة درجة رقمية على النحو

^١ تولى إجراء المعالجات الإحصائية المتقدمة لبيانات الدراسة على برنامج SPSS الأستاذ سراج محمد.

التالي: موافق بشدة (٥ درجات)، موافق (٤ درجات)، محايد (٣ درجات)، غير موافق (درجتان)، غير موافق بشدة (درجة واحدة).

ولتفسير قيم المتوسطات الحسابية، حُسب المدى (٥ - ١ = ٤)، ثم قُسم على عدد فئات المقياس (٤ ÷ ٥ = ٠,٨٠) لتحديد طول الفئة، وبناءً عليه اعتمد المحك التالي في الحكم على درجة الموافقة واتجاه الاستجابة:

جدول (٥): محك تفسير المتوسطات الحسابية وفق مقياس ليكرت الخماسي

مدى المتوسط الحسابي	درجة الموافقة / مستوى الاستجابة
من ١,٠٠ إلى ١,٨٠	منخفضة جداً
من ١,٨١ إلى ٢,٦٠	منخفضة
من ٢,٦١ إلى ٣,٤٠	متوسطة
من ٣,٤١ إلى ٤,٢٠	مرتفعة
من ٤,٢١ إلى ٥,٠٠	مرتفعة جداً

وقد اعتمد هذا المحك في تفسير نتائج جميع محاور الدراسة الواردة في فصل النتائج؛ إذ يُحكم على كل فقرة وكل محور بدرجة الموافقة المقابلة لقيمة متوسطه الحسابي وفق الفئات الخمس السابقة، مع الاستئناس بقيمة الانحراف المعياري في الحكم على درجة تجانس استجابات أفراد العينة.

رابعاً: نتائج الدراسة الميدانية وتفسيرها

يعرض هذا الفصل نتائج الدراسة الميدانية التي طُبقت على عينة قوامها (٤١٢) مفردة من الباحثين عن عمل في المملكة العربية السعودية من مستخدمي منصة لينكدإن ممن سبق لهم استخدام أدوات الذكاء الاصطناعي التوليدي، وذلك بعد معالجة البيانات إحصائياً باستخدام برنامج SPSS. وتُعرض النتائج في جداول تتبعها تعليقات علمية تتضمن تفسير الباحثة للنتائج من واقع معاشتها للظاهرة، وبيان أوجه الاتفاق أو الاختلاف مع الدراسات السابقة، إضافة إلى تفسير علمي مدعوم بالإحصاءات والتقارير الصادرة عن جهات موثوقة.

أولاً: الخصائص الديموغرافية لأفراد العينة

جدول (٦): توزيع أفراد العينة وفقاً للنوع (ن = ٤١٢)

النوع	التكرار	النسبة المئوية
ذكر	٢٢٤	٥٤,٤ %
أنثى	١٨٨	٤٥,٦ %
الإجمالي	٤١٢	١٠٠ %

التعليق العلمي على نتائج الجدول:

١. يتضح من الجدول تقارب نسبي بين الذكور (٥٤,٤ %) والإناث (٤٥,٦ %) في عينة الدراسة، وتفسر الباحثة هذا التقارب بأن البحث عن عمل عبر المنصات الرقمية لم يعد سلوكاً مرتبطاً بجنس دون آخر؛ فقد لمست الباحثة من معاشيتها للظاهرة أن الإقبال النسائي على بناء حضور مهني رقمي على لينكدان يتنامى بوضوح، خاصة مع توسع فرص عمل المرأة السعودية في القطاعات كافة.

٢. وتتفق هذه النتيجة جزئياً مع ما أشارت إليه دراسة Krings وآخرين (٢٠٢١) من أن الباحثين عن عمل باختلاف فئاتهم يوظفون استراتيجيات متشابهة لإدارة الانطباع على لينكدان؛ إذ لم يعد استخدام المنصة حكراً على فئة ديموغرافية بعينها.

٣. ويدعم هذه النتيجة واقعياً ما أعلنته الهيئة العامة للإحصاء من ارتفاع معدل مشاركة المرأة السعودية في القوى العاملة إلى ما يقارب (٣٦ %) مع بقاء معدل البطالة بين السعوديات عند (١٢,١ %) مقابل نحو (٤ %) بين الذكور؛ وهو ما يفسر الحضور النسائي الكثيف في عينة الباحثين عن عمل، إذ تمثل الأدوات الرقمية للمرأة الباحثة عن عمل وسيلة رئيسية لتجاوز فجوة الفرص. (الهيئة العامة للإحصاء، ٢٠٢٥)

جدول (٧): توزيع أفراد العينة وفقاً للفئة العمرية

الفئة العمرية	التكرار	النسبة المئوية
من ٢٠ إلى أقل من ٢٦ سنة	١٥٦	٣٧,٩ %
من ٢٦ إلى أقل من ٣١ سنة	١٣٤	٣٢,٥ %
من ٣١ إلى أقل من ٣٦ سنة	٧٤	١٨,٠ %
٣٦ سنة فأكثر	٤٨	١١,٦ %
الإجمالي	٤١٢	١٠٠ %

التعليق العلمي على نتائج الجدول:

١. يتبين من الجدول أن أكثر من ثلثي أفراد العينة (٧٠,٤٪) دون سن الحادية والثلاثين، وترى الباحثة أن هذه النتيجة منطقية تماماً؛ فالفئة الشابة هي الأكثر بحثاً عن فرص العمل من جهة، والأسرع تبنياً لأدوات الذكاء الاصطناعي التوليدي من جهة أخرى، لكونها نشأت في بيئة رقمية تجعل تجربة الأدوات الجديدة سلوكاً تلقائياً لا يحتاج إلى تدريب مسبق.

٢. وتتسق هذه النتيجة مع دراسة Krings وآخرين (٢٠٢١) التي بينت أن الباحثين عن عمل الأصغر سناً يحققون حضوراً أفضل على لينكدإن ويحصلون على عروض عمل أكثر من نظرائهم الأكبر سناً، مما يعزز تمركز الفئات الشابة في مقدمة مستخدمي المنصة لأغراض التوظيف.

٣. ويجد هذا التوزيع تفسيره في بيانات سوق العمل السعودي؛ إذ تشير نتائج الهيئة العامة للإحصاء إلى أن معدلات البطالة تتركز في فئة الشباب (١٥ – ٢٤ سنة) بنسب تفوق كثيراً المعدل العام للسعوديين البالغ (٧,٥٪)، مما يجعل هذه الفئة الأكثر حاجة إلى أدوات تعزز تنافسيتها في سوق العمل. (الهيئة العامة للإحصاء، ٢٠٢٥)

جدول (٨): توزيع أفراد العينة وفقاً للمؤهل العلمي

المؤهل العلمي	التكرار	النسبة المئوية
بكالوريوس	٢٦٨	٦٥,٠٪
دبلوم	٦٢	١٥,٠٪
ماجستير فأعلى	٥٢	١٢,٧٪
ثانوي فأقل	٣٠	٧,٣٪
الإجمالي	٤١٢	١٠٠٪

التعليق العلمي على نتائج الجدول:

١. يتضح أن حملة البكالوريوس يشكلون الغالبية العظمى من أفراد العينة (٦٥٪)، وتفسر الباحثة ذلك بأن لينكدإن منصة موجهة بطبيعتها لأصحاب المؤهلات الجامعية والوظائف المكتبية والمعرفية، كما أن الخريج الجامعي الباحث عن أول وظيفة يواجه منافسة شديدة تدفعه إلى استثمار كل أداة متاحة لتحسين ملفه المهني، وفي مقدمتها أدوات الذكاء الاصطناعي التوليدي.

٢. وتتفق هذه النتيجة مع دراسة Davis وآخرين (٢٠٢٠) التي أجريت على عينات من الخريجين والمهنيين، وأكدت أن أصحاب المؤهلات الجامعية هم الفئة الأكثر تحقيقاً للمكاسب المهنية من الاستخدام الفعال للمنصة.

٣. كما يفسر هذا التوزيع ما تشير إليه إحصاءات سوق العمل السعودي من أن البطالة بين حملة المؤهلات الجامعية - وخاصة الخريجين الجدد والإناث منهم - تظل أعلى من المعدل العام؛ الأمر الذي يجعل هذه الفئة الأكثر بحثاً عن وسائل تمييز ملفاتها أمام أصحاب العمل. (الهيئة العامة للإحصاء، ٢٠٢٥)

جدول (٩): توزيع أفراد العينة وفقاً للحالة الوظيفية

الحالة الوظيفية	التكرار	النسبة المئوية
باحث عن عمل (غير موظف حالياً)	٢٣٦	٥٧,٣٪
موظف يبحث عن فرصة وظيفية أفضل	١٧٦	٤٢,٧٪
الإجمالي	٤١٢	١٠٠٪

التعليق العلمي على نتائج الجدول:

١. يتبين أن أكثر من نصف العينة (٥٧,٣٪) من غير الموظفين الباحثين عن عمل، مقابل (٤٢,٧٪) من الموظفين الساعين لفرصة أفضل، وترى الباحثة أن هذا المزيج يعكس واقع المنصة بدقة؛ فلينكدإن لم يعد مقصداً لمن فقد وظيفته فحسب، بل أصبح أداة مستمرة لإدارة المسار المهني حتى لدى الموظفين المستقرين وظيفياً.

٢. وتتفق هذه النتيجة مع دراسة Marin و(2021) Nilă التي كشفت أن كثيراً من المهنيين لا ينتبهون لملفاتهم إلا عند البحث الفعلي عن وظيفة، في حين يراجع مسؤولو التوظيف الملف مباشرة بعد استلام الطلب؛ مما يفسر ارتفاع نسبة الموظفين الذين يحدّثون ملفاتهم بأدوات الذكاء الاصطناعي استعداداً لأي فرصة قادمة.

٣. ويدعم ذلك واقعياً أن سوق العمل السعودي يشهد حراكاً وظيفياً نشطاً في ظل مستهدفات رؤية ٢٠٣٠ ونمو الاقتصاد غير النفطي بنسبة تقارب (٤,٩٪)، وهو نمو يخلق فرصاً جديدة تدفع الموظفين أنفسهم إلى إبقاء ملفاتهم المهنية جاهزة ومحدثة باستمرار. (الهيئة العامة للإحصاء، ٢٠٢٦)

جدول (١٠): توزيع أفراد العينة وفقاً لمدة استخدام منصة لينكدإن

مدة الاستخدام	التكرار	النسبة المئوية
من سنة إلى ٣ سنوات	١٨٧	٤٥,٤٪
أكثر من ٣ سنوات	١٢٩	٣١,٣٪
أقل من سنة	٩٦	٢٣,٣٪

مدة الاستخدام	التكرار	النسبة المئوية
الإجمالي	٤١٢	٪١٠٠

التعليق العلمي على نتائج الجدول:

١. يتضح أن ما يزيد على ثلاثة أرباع العينة (٧٦,٧٪) يستخدمون المنصة منذ أكثر من سنة، وتفسر الباحثة ذلك بأن الوعي بأهمية لينكدإن في السوق السعودي أصبح راسخاً، وأن المستخدم الجديد نسبياً (أقل من سنة) يمثل الموجة الأحدث من الخريجين الذين دخلوا المنصة مباشرة في مرحلة البحث عن عمل.

٢. وتتسق هذه النتيجة مع دراسة Wheeler وآخرين (٢٠٢٢) التي أكدت أن مجرد التسجيل في المنصة لا يكفي، وأن الفارق الحقيقي يصنعه تطوير مهارات الاستخدام الفعال؛ فطول مدة الاستخدام في عينة الدراسة الحالية يوفر أرضية خصبة لقياس أثر أدوات الذكاء الاصطناعي في تطوير هذه المهارات.

٣. ويعكس هذا الانتشار ما تشير إليه التقارير المتخصصة من أن عدد مستخدمي لينكدإن في المملكة العربية السعودية بلغ نحو (١١) مليون مستخدم مع مطلع عام ٢٠٢٥، وهو رقم يجعل المملكة من أكبر أسواق المنصة في المنطقة العربية ويؤكد تحولها إلى بوابة رئيسية للتوظيف. (DataReportal, 2025)

ثانياً: نتائج التساؤل الأول: مدى استخدام الباحثين عن العمل لأدوات الذكاء الاصطناعي التوليدي في تطوير ملفاتهم على لينكدإن

جدول (١١): أدوات الذكاء الاصطناعي التوليدي الأكثر استخداماً لدى أفراد العينة (إجابات متعددة)

الأداة	التكرار	النسبة من العينة
ChatGPT	٣٥٦	٪٨٦,٤
الأدوات الذكية المدمجة في لينكدإن	١٨٩	٪٤٥,٩
Claude	١٣٢	٪٣٢,٠
Gemini	١١٨	٪٢٨,٦
أدوات أخرى (Copilot وغيرها)	٤٧	٪١١,٤

التعليق العلمي على نتائج الجدول:

١. يتصدر ChatGPT قائمة الأدوات المستخدمة بفارق كبير (٨٦,٤٪)، وتفسر الباحثة ذلك بأسبقيته الزمنية وسهولة وصول المستخدم العربي إليه مجاناً، في حين يعكس حضور الأدوات المدمجة في لينكدان (٤٥,٩٪) نجاح المنصة في دمج الذكاء الاصطناعي داخل تجربة الاستخدام نفسها دون الحاجة إلى مغادرتها.

٢. وتتفق هذه النتيجة مع دراسة Ahmadi وآخرين (٢٠٢٤) التي رصدت تحول ChatGPT إلى مهارة مطلوبة بذاتها في إعلانات الوظائف؛ مما يعني أن استخدام الباحث عن عمل لهذه الأداة لم يعد وسيلة مساعدة فحسب، بل أصبح مؤشراً على جاهزيته الرقمية أمام أصحاب العمل.

٣. ويجد هذا الانتشار الواسع تفسيره في تقرير الإنترنت السعودي الذي أظهر أن نسبة استخدام أدوات الذكاء الاصطناعي بين مستخدمي الإنترنت في المملكة بلغت (٤٥,٢٪) عام ٢٠٢٥ بنمو يتجاوز ضعف العام السابق؛ وهو ما يؤكد أن عينة الدراسة تعكس تحولاً مجتمعياً عاماً نحو تبني هذه الأدوات. (هيئة الاتصالات والفضاء والتقنية، ٢٠٢٦)

جدول (١٢): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لفقرات المحور الأول: مدى الاستخدام (ن = ٤١٢)

م	الفقرة	المتوسط	الانحراف	درجة الموافقة	الترتيب
١	أستخدم أدوات الذكاء الاصطناعي التوليدي بانتظام عند تحديث ملفي الشخصي على لينكدان	٣,٩٤	٠,٨٧	مرتفعة	٣
٢	أعتمد على أدوات مثل ChatGPT أو Claude أو الأدوات المدمجة في لينكدان في تحسين محتوى المهني	٤,٠٨	٠,٧٩	مرتفعة	٢
٣	أخصص وقتاً لتجربة أدوات ذكاء اصطناعي جديدة تخدم بحثي عن عمل	٣,٦٢	٠,٩٨	مرتفعة	٤
٤	أراجع مخرجات الذكاء الاصطناعي وأعدلها لتناسب شخصيتي المهنية قبل اعتمادها	٤,١٢	٠,٧٥	مرتفعة	١

م	الفقرة	المتوسط	الانحراف	درجة الموافقة	الترتيب
٥	أستخدم الذكاء الاصطناعي في مراحل مختلفة من رحلة البحث عن عمل وليس في مرحلة واحدة	٣,٥٥	١,٠٢	مرتفعة	٥
	المتوسط العام للمحور	٣,٨٦	٠,٧١	مرتفعة	—

التعليق العلمي على نتائج الجدول:

١. جاء المتوسط العام للمحور مرتفعاً (٣,٨٦)، وتصدرت الفقرة المتعلقة بمراجعة مخرجات الذكاء الاصطناعي وتعديلها المرتبة الأولى (٤,١٢)؛ وتفسر الباحثة هذه النتيجة بأن الباحث السعودي عن العمل تجاوز مرحلة الانبهار بالأداة إلى مرحلة الاستخدام الواعي؛ فهو لا ينسخ المخرجات كما هي، بل يوظفها كمسودة ذكية يعيد صياغتها بما يعكس شخصيته المهنية الحقيقية، وهو نضج لمستوى الباحثة في معاشيتها للممارسات الفعلية للباحثين عن عمل.

٢. وتتفق هذه النتيجة مع دراسة van Inwegen وMunyikwa وHorton (2025) التي أثبتت أن المساعدة الخوارزمية في الكتابة رفعت معدلات التوظيف الفعلية بنحو (٨٪) دون انخفاض رضا أصحاب العمل؛ مما يؤكد أن الاستخدام المنظم لهذه الأدوات - كما تعكسه استجابات العينة - يمثل سلوكاً منتجاً وليس مجرد اختصار للجهد.

٣. أما تذييل فقرة الاستخدام الممتد عبر مراحل الرحلة الوظيفية للترتيب (٣,٥٥) فيشير إلى أن التوظيف الكامل لإمكانات هذه الأدوات ما يزال في طور النمو، وهو ما ينسجم مع تقرير هيئة الاتصالات والفضاء والتقنية الذي بيّن أن أبرز استخدامات أدوات الذكاء الاصطناعي لدى المستخدمين في المملكة ما تزال تتركز في البحث عن المعلومات وتوليد الأفكار، أي في مراحل الاستخدام الأولية التي يُتوقع أن تتعمق مستقبلاً. (هيئة الاتصالات والفضاء والتقنية، ٢٠٢٦)

ثالثاً: نتائج التساؤل الثاني: أوجه مساعدة الذكاء الاصطناعي في تحسين عناصر الملف الشخصي

جدول (١٣): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لفقرات المحور الثاني: تحسين عناصر الملف الشخصي

م	الفقرة	المتوسط	الانحراف	درجة الموافقة	الترتيب
٦	يساعدني الذكاء الاصطناعي في صياغة عنوان وظيفي (Headline) يتضمن كلمات مفتاحية قوية	٤,١٥	٠,٧٢	مرتفعة	٢
٧	يساعدني في كتابة ملخص مهني (About) جذاب يعكس خبراتي وأهدافي	٤,٢١	٠,٦٨	مرتفعة جداً	١
٨	يساعدني في تحويل وصف خبراتي إلى إنجازات قابلة للقياس	٣,٩٨	٠,٨١	مرتفعة	٤
٩	يساعدني في اختيار المهارات الأكثر طلباً في مجالي وإبرازها في ملفي	٣,٩١	٠,٨٤	مرتفعة	٥
١٠	يساعدني في تحرير محتوى ملفي باللغة الإنجليزية بصياغة احترافية	٤,٠٥	٠,٧٧	مرتفعة	٣
١١	يساعدني في اكتشاف نقاط الضعف في ملفي واقتراح تحسينات عليها	٣,٨٢	٠,٨٩	مرتفعة	٦
	المتوسط العام للمحور	٤,٠٢	٠,٦٦	مرتفعة	—

التعليق العلمي على نتائج الجدول:

١. حصل هذا المحور على أعلى متوسط عام بين محاور الدراسة (٤,٠٢)، وجاءت كتابة الملخص المهني في المرتبة الأولى بدرجة موافقة مرتفعة جداً (٤,٢١)؛ وتفسر الباحثة ذلك بأن الملخص المهني هو أكثر عناصر الملف صعوبة على المستخدم العادي، لأنه يتطلب الحديث عن الذات بلغة تسويقية متوازنة، وهي مهارة لغوية لا يمتلكها الجميع؛ فيأتي الذكاء الاصطناعي ليسد هذه الفجوة تحديداً، خاصة لدى من يكتبون ملفاتهم بالإنجليزية وهي ليست لغتهم الأم.

٢. وتتفق هذه النتيجة اتفاقاً مباشراً مع دراسة Nursani و Hardjanto (2024) التي خلصت إلى أن إبراز نقاط القوة الذاتية مكوّن ملزم في أي ملخص فعال على لينكدإن، ومع دراسة Weisi و Hajizadeh (2025) التي أكدت أن النجاح على المنصة يعتمد جزئياً على المهارة اللغوية في التقديم الذاتي؛ فاستجابات العينة تكشف أن الذكاء الاصطناعي أصبح الوسيط الذي يمنح الباحث عن عمل هذه المهارة اللغوية جاهزة.

٣. ويدعم هذه النتيجة ما أظهره استبيان (2023) ResumeBuilder.com على (١٠٠٠) من مسؤولي التوظيف من أن (٦٣٪) منهم رأوا أن المرشحين الذين استخدموا الذكاء الاصطناعي في طلباتهم بدوا أكثر تأهيلاً من غيرهم، وأن (٨٢٪) لم يتمكنوا أصلاً من تمييز المحتوى المكتوب بمساعدة ChatGPT؛ مما يعني أن التحسين الذي تقرأه العينة ينعكس فعلياً في تقييم أصحاب العمل. (ResumeBuilder.com, 2023)

رابعاً: نتائج التساؤل الثالث: دور الذكاء الاصطناعي في إنشاء المحتوى المهني على المنصة جدول (١٤): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لفقرات المحور الثالث: إنشاء المحتوى المهني

م	الفقرة	المتوسط	الانحراف	درجة الموافقة	الترتيب
١٢	يساعدني الذكاء الاصطناعي في صياغة منشورات مهنية جذابة تعكس معرفتي بمجالي	٣,٩٥	٠,٨٢	مرتفعة	١
١٣	يساعدني في كتابة رسائل تواصل مخصصة لمسؤولي التوظيف	٣,٨٨	٠,٨٥	مرتفعة	٢
١٤	يساعدني في صياغة طلبات تواصل (Connection Requests) مقنعة	٣,٧٤	٠,٩١	مرتفعة	٣
١٥	يساعدني في توليد أفكار محتوى مهني بشكل منتظم	٣,٧٢	٠,٩٣	مرتفعة	٤
١٦	يساعدني في الرد الاحترافي على التعليقات والرسائل الواردة	٣,٥٩	٠,٩٧	مرتفعة	٥
	المتوسط العام للمحور	٣,٧٨	٠,٧٤	مرتفعة	—

التعليق العلمي على نتائج الجدول:

١. جاء المتوسط العام للمحور مرتفعاً (٣,٧٨) مع تصدر صياغة المنشورات المهنية (٣,٩٥)، وتفسر الباحثة ذلك بأن صناعة المحتوى هي العقبة الأكبر أمام الباحث عن عمل؛ فكثيرون يدركون أهمية النشر المنتظم لبناء حضورهم لكنهم يتوقفون عند حاجز الصياغة والاستمرارية، فيمثل الذكاء الاصطناعي لهم شريك كتابية يكسر هذا الحاجز. في المقابل، جاء

الرد على التعليقات في الترتيب الأخير (٣,٥٩)، وهو ما تعزوه الباحثة إلى أن التفاعلات اللحظية القصيرة يفضل المستخدم إنجازها بنفسه لطابعها الشخصي المباشر.

٢. وتتفق هذه النتيجة مع دراسة Weisi وHajizadeh (2025) التي بينت أن مستخدمي لينكدإن يوظفون استراتيجيات لغوية مدروسة للتقديم الذاتي عبر منشوراتهم وتفاعلاتهم، كما تنسجم مع ما أكدته دراسة Davis وآخرين (٢٠٢٠) من أن الاستخدام النشط والمتكرر للمنصة - لا مجرد امتلاك ملف - هو ما يحقق المكاسب المهنية.

٣. ويكتسب هذا الدور أهميته من حجم المنافسة على المنصة؛ إذ تجاوز عدد مستخدمي لينكدإن عالمياً (١,٣) مليار مستخدم بحلول عام ٢٠٢٦، مما يعني أن الظهور وسط هذا الزخم يتطلب محتوى منتظماً وعالي الجودة، وهو تحديداً ما توفره أدوات الذكاء الاصطناعي التوليدي للباحث عن عمل بكلفة ووقت محدودين. (Microsoft Corporation, 2025)

خامساً: نتائج التساؤل الرابع: أثر استخدام أدوات الذكاء الاصطناعي في زيادة فرص الظهور أمام مسؤولي التوظيف

جدول (١٥): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لفقرات المحور الرابع: أثر الاستخدام على الظهور المهني

م	الفقرة	المتوسط	الانحراف	درجة الموافقة	الترتيب
١٧	لاحظت زيادة ظهور ملفي في نتائج البحث بعد تحسينه بالذكاء الاصطناعي	٣,٩٧	٠,٨٠	مرتفعة	٣
١٨	زادت مشاهدات ملفي الشخصي بعد تطويره بمساعدة الذكاء الاصطناعي	٤,٠٦	٠,٧٦	مرتفعة	٢
١٩	ارتفع عدد الرسائل والعروض الواردة من مسؤولي التوظيف	٣,٦٨	٠,٩٥	مرتفعة	٥
٢٠	تحسّن تفاعل جمهوري المهني مع منشوراتي المنشأة بمساعدة الذكاء الاصطناعي	٣,٨٩	٠,٨٣	مرتفعة	٤
٢١	أشعر بثقة أكبر في حضوري المهني الرقمي بعد استخدام هذه الأدوات	٤,١٤	٠,٧١	مرتفعة	١

م	الفقرة	المتوسط	الانحراف	درجة الموافقة	الترتيب
	المتوسط العام للمحور	٣,٩١	٠,٦٩	مرتفعة	—

التعليق العلمي على نتائج الجدول:

١. جاء المتوسط العام للمحور مرتفعاً (٣,٩١)، وتصدرت فقرة الثقة بالحضور المهني الرقمي المرتبة الأولى (٤,١٤)؛ وتفسر الباحثة ذلك بأن الأثر الأول والأسرع لهذه الأدوات أثر نفسي تمكيني؛ فالباحث عن عمل الذي كان يتهيب عرض نفسه مهنيًا أصبح يمتلك أداة تمنحه صياغة احترافية فورية، فترتفع ثقته ويزداد نشاطه على المنصة، وهو ما ينعكس تدريجياً في المؤشرات الموضوعية كالمشاهدات (٤,٠٦). أما مجيء رسائل مسؤولي التوظيف في الترتيب الأخير (٣,٦٨) فيعكس واقعية العينة؛ إذ تبقى دعوات التوظيف الفعلية محصلة لعوامل متعددة لا يصنعها تحسين الملف وحده.

٢. وتتفق هذه النتيجة مع الدراسة التجريبية لـ Wheeler وآخرين (٢٠٢٢) التي أثبتت أن تطوير مهارات استخدام لينكدإن يرفع فرص الحصول على وظيفة بشكل مستمر، ومع دراسة van Inwegen وآخرين (٢٠٢٥) التي وثقت ارتفاع معدلات التوظيف الفعلية بفضل المساعدة الخوارزمية في الكتابة؛ فيما تختلف جزئياً مع دراسة Krings وآخرين (٢٠٢١) التي أظهرت أن جهود إدارة الانطباع وحدها لا تلغي التحيزات الكامنة لدى المقيمين، وهو ما يفسر الفجوة بين تحسن الظهور وتحسن العروض الفعلية في نتائج الدراسة الحالية.

٣. ويكتسب هذا الأثر أهميته القصوى من طبيعة بيئة التوظيف الحديثة؛ فوفقاً لتقرير الجمعية الأمريكية لإدارة الموارد البشرية، توظف نحو (٨٧٪) من الشركات حول العالم أدوات ذكاء اصطناعي في عملياتها التوظيفية، مما يعني أن الملفات المحسنة بكلمات مفتاحية دقيقة تصبح أوفر حظاً في اجتياز أنظمة الفرز الخوارزمية والوصول إلى المسؤول البشري؛ وهكذا يصبح استخدام الباحث عن عمل للذكاء الاصطناعي مكافئاً ضرورياً لاستخدام أصحاب العمل له. (SHRM, 2025)

سادساً: الترتيب العام لمحاور الدراسة والإجابة عن التساؤل الرئيسي

جدول (١٦): الترتيب العام لمحاور الدراسة وفقاً لمتوسطاتها الحسابية

المحور	المتوسط	الانحراف	درجة الموافقة	الترتيب
الثاني: تحسين عناصر الملف الشخصي	٤,٠٢	٠,٦٦	مرتفعة	١

المحور	المتوسط	الانحراف	درجة الموافقة	الترتيب
الرابع: أثر الاستخدام على الظهور أمام مسؤولي التوظيف	٣,٩١	٠,٦٩	مرتفعة	٢
الأول: مدى استخدام أدوات الذكاء الاصطناعي التوليدي	٣,٨٦	٠,٧١	مرتفعة	٣
الثالث: إنشاء المحتوى المهني	٣,٧٨	٠,٧٤	مرتفعة	٤
المتوسط العام لأداة الدراسة	٣,٨٩	٠,٦٢	مرتفعة	—

التعليق العلمي على نتائج الجدول:

١. بلغ المتوسط العام لأداة الدراسة (٣,٨٩) بدرجة موافقة مرتفعة، وبذلك تجيب النتائج عن التساؤل الرئيسي للدراسة بأن أدوات الذكاء الاصطناعي التوليدي تساعد بدرجة مرتفعة في تطوير مهارات استخدام لينكدإن باحترافية لدى الباحثين عن عمل في المملكة العربية السعودية. وتفسر الباحثة تصدر محور تحسين الملف الشخصي بأنه نقطة الدخول الطبيعية والأكثر إلحاحاً؛ فالملف هو الواجهة الأولى التي تحدد الانطباع، بينما تمثل صناعة المحتوى مرحلة أكثر تقدماً في نضج الاستخدام ما تزال في طور النمو لدى العينة.
٢. وتتكامل هذه النتيجة الكلية مع الاتجاه العام للدراسات السابقة في المحورين؛ إذ تؤكد عملياً ما افترضته الفجوة البحثية للدراسة: أن الباحث عن العمل نفسه - لا صاحب العمل أو المنصة - قادر على استثمار أدوات الذكاء الاصطناعي التوليدي لتطوير مهاراته، وهو التقاطع الذي لم تتناوله أي من الدراسات العشرين المستعرضة بشكل مباشر.
٣. وتكتسب هذه النتيجة قيمتها الواقعية من السياق الوطني؛ فمع بلوغ نسبة استخدام أدوات الذكاء الاصطناعي بين مستخدمي الإنترنت في المملكة (٤٥,٢٪) بنمو يفوق الضعف خلال عام واحد، ووجود نحو (١١) مليون مستخدم سعودي على لينكدإن، فإن النتائج تشير إلى أن النقاء هذين المسارين أصبح واقعاً ممارساً لدى الباحثين عن عمل السعوديين، بما ينسجم مع توجهات رؤية المملكة ٢٠٣٠ في التمكين الرقمي لرأس المال البشري. (هيئة الاتصالات والفضاء والتقنية، ٢٠٢٦؛ DataReportal, 2025)

سابعاً: ملخص أبرز نتائج الدراسة

١. يستخدم الباحثون عن عمل في المملكة أدوات الذكاء الاصطناعي التوليدي بدرجة مرتفعة (متوسط ٣,٨٦)، ويتصدر ChatGPT الأدوات المستخدمة بنسبة (٤,٨٦٪)، مع ممارسة واعية تقوم على مراجعة المخرجات وتعديلها لا نسخها.
٢. يمثل تحسين عناصر الملف الشخصي أبرز أوجه الاستفادة (متوسط ٤,٠٢)، وفي مقدمتها كتابة الملخص المهني (٤,٢١) وصياغة العنوان الوظيفي بكلمات مفتاحية (٤,١٥).
٣. يسهم الذكاء الاصطناعي بدرجة مرتفعة (٣,٧٨) في إنشاء المحتوى المهني، وبخاصة صياغة المنشورات ورسائل التواصل مع مسؤولي التوظيف.
٤. ينعكس الاستخدام إيجاباً على الظهور المهني (٣,٩١)؛ إذ يرصد أفراد العينة زيادة في مشاهدات ملفاتهم وثقة أكبر في حضورهم الرقمي، مع بقاء تحول هذا الظهور إلى عروض توظيف فعلية مرهوناً بعوامل إضافية.
٥. تجيب الدراسة عن تساؤلها الرئيسي بأن أدوات الذكاء الاصطناعي التوليدي تساعد بدرجة مرتفعة (متوسط عام ٣,٨٩) في تطوير مهارات استخدام لينكدإن باحترافية لدى الباحثين عن عمل في المملكة العربية السعودية.

الخاتمة

أولاً: عرض موجز لهدف الدراسة ومنهجها وأداتها وعينتها

هدفت هذه الدراسة إلى الكشف عن مدى مساعدة أدوات الذكاء الاصطناعي التوليدي في تطوير مهارات استخدام لينكدإن باحترافية لدى الباحثين عن عمل في المملكة العربية السعودية، من خلال أربعة أهداف فرعية تناولت مدى استخدام هذه الأدوات، وأبرز أوجه مساعدتها في تحسين عناصر الملف الشخصي، ودورها في إنشاء المحتوى المهني، وأثرها في زيادة فرص ظهور الباحث عن عمل أمام مسؤولي التوظيف. واعتمدت الدراسة المنهج الوصفي بأسلوب المسح (Survey Method)، واستخدمت الاستبيان الإلكتروني أداة رئيسية لجمع البيانات بعد التحقق من صدقه بطريقتي الصدق الظاهري وصدق الاتساق الداخلي، ومن ثباته بمعامل ألفا كرونباخ وطريقة التجزئة النصفية. وطُبقت الدراسة على عينة عشوائية متاحة من الباحثين عن عمل في المملكة من مستخدمي لينكدإن ممن سبق لهم استخدام أدوات الذكاء الاصطناعي التوليدي، بلغت في صورتها النهائية بعد استبعاد الاستجابات غير الصالحة (٤١٢) مفردة.

ثانياً: تلخيص أبرز النتائج المرتبطة بأهداف الدراسة

١. يستخدم الباحثون عن عمل في المملكة أدوات الذكاء الاصطناعي التوليدي بدرجة مرتفعة (متوسط ٣,٨٦)، ويتصدر ChatGPT الأدوات المستخدمة بنسبة (٤,٨٦٪)، مع ممارسة

واعية تقوم على مراجعة المخرجات وتعديلها لا نسخها، وهو ما يجيب عن التساؤل الفرعي الأول.

٢. يمثل تحسين عناصر الملف الشخصي أبرز أوجه استفادة العينة من هذه الأدوات (متوسط ٤,٠٢)، وفي مقدمتها كتابة الملخص المهني (٤,٢١) وصياغة العنوان الوظيفي بكلمات مفتاحية (٤,١٥)، وهو ما يجيب عن التساؤل الفرعي الثاني.

٣. يسهم الذكاء الاصطناعي بدرجة مرتفعة (متوسط ٣,٧٨) في إنشاء المحتوى المهني، وبخاصة صياغة المنشورات ورسائل التواصل مع مسؤولي التوظيف، وهو ما يجيب عن التساؤل الفرعي الثالث.

٤. ينعكس استخدام هذه الأدوات إيجاباً على الظهور المهني (متوسط ٣,٩١)؛ إذ ترصد العينة زيادة في مشاهدات ملفاتهم وثقة أكبر في حضورهم الرقمي، مع بقاء تحوّل هذا الظهور إلى عروض توظيف فعلية مرهوناً بعوامل إضافية، وهو ما يجيب عن التساؤل الفرعي الرابع.

٥. تجيب الدراسة عن تساؤلها الرئيسي بأن أدوات الذكاء الاصطناعي التوليدي تساعد بدرجة مرتفعة (متوسط عام ٣,٨٩) في تطوير مهارات استخدام لينكدإن باحترافية لدى الباحثين عن عمل في المملكة العربية السعودية.

ثالثاً: تفسير النتائج وبيان دلالاتها العلمية والعملية

تشير النتائج إلى أن الباحث السعودي عن عمل قد تجاوز مرحلة الاكتفاء بامتلاك حساب على لينكدإن إلى مرحلة الاستخدام الواعي لأدوات الذكاء الاصطناعي في تطوير حضوره المهني، بدليل تصدر محور تحسين الملف الشخصي بقية المحاور، وهو ما يتسق مع ما أكدته دراسة (Nursani & Hardjanto (2024, pp. 135-148) من أن الملخص المهني يمثل أكثر عناصر الملف حاجة إلى صياغة لغوية احترافية. كما أن تصدر ChatGPT قائمة الأدوات المستخدمة ينسجم مع ما رصدته دراسة Ahmadi, Khosh Kheslat &

Akintomide (2024) من تحوّل هذه الأداة إلى مهارة رقمية مطلوبة بذاتها في سوق العمل. وعلى الصعيد العملي، فإن تفوق متوسط تحسين الملف الشخصي على متوسط الظهور الفعلي أمام مسؤولي التوظيف يحمل دلالة مهمة مفادها أن تحسين الأدوات المرئية للملف شرط ضروري لكنه غير كافٍ لتحويل الظهور إلى فرص توظيف فعلية، وهو ما يتفق مع ما خلصت إليه دراسة Krings, Gioaba, Kaufmann, & Sczesny (2021, pp ٦١-٧٤) من أن جهود إدارة الانطباع وحدها لا تُلغي عوامل أخرى مؤثرة في قرار التوظيف. وتكتسب هذه النتائج دلالاتها العملية من أن الفجوة البحثية التي انطلقت منها الدراسة - غياب دراسات تتناول الباحث عن عمل نفسه كمستخدم مباشر لأدوات الذكاء الاصطناعي على لينكدإن - قد عولجت ميدانياً بأدلة كمية من بيئة العمل السعودية تحديداً.

رابعاً: الاستنتاج العام

تخلص الدراسة إلى أن أدوات الذكاء الاصطناعي التوليدي أصبحت شريكاً فعلياً للباحث عن عمل في المملكة العربية السعودية في بناء هويته المهنية والتسويق لذاته عبر لينكدإن، وأن أثرها يبدأ من تحسين عناصر الملف الشخصي وصياغة المحتوى المهني، ليمتد تدريجياً إلى تعزيز الثقة بالحضور الرقمي وزيادة فرص الظهور أمام مسؤولي التوظيف، وإن كان تحويل هذا الظهور إلى فرص توظيف فعلية لا يزال مرهوناً بعوامل أخرى تتجاوز الملف الشخصي وحده. وبذلك تكون الدراسة قد سدّت الفجوة البحثية المحددة التي انطلقت منها بين أدبيات لينكدإن وأدبيات الذكاء الاصطناعي في التوظيف، مضيئةً بُعداً عربياً وسعودياً كان غائباً عن النقاش الأكاديمي في هذا التقاطع البحثي المحدد.

خامساً: التوصيات

١. توصي الدراسة الباحثين عن عمل بتبني ممارسة واعية في استخدام أدوات الذكاء الاصطناعي التوليدي، تقوم على مراجعة المخرجات وتخصيصها بما يعكس الهوية المهنية الحقيقية للمستخدم، لا الاكتفاء بنسخها.
٢. توصي مراكز التوجيه المهني والجامعات - وفي مقدمتها الجهات المعنية ببرامج التسويق الرقمي - بتصميم ورش تدريبية عملية تُعرّف الباحثين عن عمل بكيفية توظيف أدوات الذكاء الاصطناعي في صياغة الملخص المهني والعنوان الوظيفي وبناء المحتوى، باعتبارها العناصر الأكثر استفادة بحسب نتائج الدراسة.
٣. توصي الجهات المعنية بالتوظيف والموارد البشرية بعدم الاكتفاء بمؤشرات الظهور الرقمي (كعدد المشاهدات) عند تقييم المرشحين، والانتباه إلى أن تحسّن الملف بمساعدة الذكاء الاصطناعي لا يغني عن التقييم الموضوعي للكفاءة الفعلية.
٤. توصي الباحثين عن عمل، وبخاصة الفئات الأقل استخداماً لأدوات صناعة المحتوى وفق نتائج الدراسة، بتوسيع استخدامهم لهذه الأدوات في صياغة المنشورات والردود المهنية لا الاقتصار على تحسين الملف الشخصي فحسب.

سادساً: مقترحات لدراسات مستقبلية

١. إجراء دراسات مستقبلية تتبعية (Longitudinal) تقيس الأثر الفعلي لاستخدام أدوات الذكاء الاصطناعي على معدلات التوظيف الفعلية للباحثين عن عمل، لا الاكتفاء بقياس الظهور والثقة الرقمية كما في الدراسة الحالية.

٢. إجراء دراسات مقارنة بين الباحثين عن عمل في المملكة العربية السعودية ونظرائهم في دول عربية أخرى، للكشف عن أثر السياق الثقافي والاقتصادي في طبيعة استخدام هذه الأدوات.

٣. إجراء دراسات نوعية (Qualitative) تتعمق في الدوافع والمخاوف الأخلاقية التي تحكم استخدام الباحثين عن عمل لأدوات الذكاء الاصطناعي التوليدي على لينكدإن، بما يكمل النتائج الكمية للدراسة الحالية.

٤. إجراء دراسات مستقبلية تركز على قطاعات مهنية بعينها (كالقطاع التقني أو الطبي)، للكشف عما إذا كان أثر هذه الأدوات يختلف باختلاف طبيعة المجال المهني.

المراجع

أولاً: المراجع العربية

- هيئة الاتصالات والفضاء والتقنية. (٢٠٢٦). تقرير الإنترنت السعودي ٢٠٢٥. <https://www.cst.gov.sa>
- الهيئة العامة للإحصاء. (٢٠٢٥). نشرة إحصاءات سوق العمل في المملكة العربية السعودية. <https://www.stats.gov.sa>
- الهيئة العامة للإحصاء. (٢٠٢٦). إحصاءات الناتج المحلي الإجمالي لعام ٢٠٢٥. <https://www.stats.gov.sa>

ثانياً: المراجع الأجنبية

- Ahmadi, M., Khosh Kheslat, N., & Akintomide, A. (2024). Generative AI impact on labor market: Analyzing ChatGPT's demand in job advertisements. arXiv preprint arXiv:2412.07042 <https://doi.org/10.48550/arXiv.2412.07042>
- DataReportal. (2025). Digital 2025: Saudi Arabia. <https://datareportal.com>
- Davis, J., Wolff, H.-G., Forret, M. L., & Sullivan, S. E. (2020). Networking via LinkedIn: An examination of usage and career benefits. Journal of Vocational Behavior, 118, Article 103396, 1-15 <https://doi.org/10.1016/j.jvb.2020.103396>
- .Haque, A. (2025). AI is hiring you: Algorithmic power, ethical risks, and the future of recruitment International Journal of Organization Theory & Behavior, 1-9. <https://doi.org/10.1108/IJOTB-02-2025-0045>
- Krings, F., Gioaba, I., Kaufmann, M. C., Sczesny, S., & Zebrowitz, L. (2021). Older and younger job seekers' impression management on LinkedIn: Similar strategies, different outcomes. Journal of Personnel Psychology, 20(2), 61-74. <https://doi.org/10.1027/1866-5888/a000269>
- Marin, G. D., & Nilă, C. (2021). Branding in social media. Using LinkedIn in personal brand communication: A study on communications/marketing and recruitment/human resources specialists perception. Social Sciences & Humanities Open, 4(1), Article 100174 <https://doi.org/10.1016/j.ssaho.2021.100174>
- Microsoft Corporation. (2025). Microsoft annual report 2025: LinkedIn platform metrics. Microsoft Corporation. <https://www.microsoft.com/investor>

- Nursani, A., & Hardjanto, T. D. (2024). Personal branding strategy in LinkedIn profile summary: A rhetorical move analysis. *k@ta: A Biannual Publication on the Study of Language and Literature*
<https://doi.org/10.9744/kata.26.2.135-148> .١٤٨-١٣٥ , (٢)٢٦
- Paramita, D., Okwir, S., & Nuur, C. (2024). Artificial intelligence in talent acquisition: exploring organisational and operational dimensions. *International Journal of Organizational Analysis*
<https://doi.org/10.1108/IJOA-09-2023-3992> .١٣١-١٠٨ , (١١)٣٢
- Puutio, T. A., & Lin, P. K. (2025). First come, first hired? ChatGPT's bias for the first resume it sees and the cost for candidates to overcome bias in AI hiring tools. *MIT Computational Law Report*
<https://law.mit.edu/pub/firstcomefirsthired>
- .ResumeBuilder.com. (2023). Survey of 1,000 hiring managers on ChatGPT-written job applications
ResumeBuilder.com. <https://www.resumebuilder.com>
- Rukadikar, A., Khandelwal, K., & Warriar, U. (2025). Reimagining recruitment: Traditional methods meet AI interventions - A 20-year assessment (2003-2023). *Cogent Business & Management*, 12(1)
Article 2454319. <https://doi.org/10.1080/23311975.2025.2454319>
- .SHRM. (2025). AI in the workplace: Talent acquisition report. Society for Human Resource Management
<https://www.shrm.org>
- & Tobback, E. (2019). Telling the world how skilful you are: Self-praise strategies on LinkedIn. *Discourse Communication*, 13(6), 647-668. <https://doi.org/10.1177/1750481319868854>
- van de Ven, N., Bogaert, A., Serlie, A., Brandt, M. J., & Denissen, J. J. A. (2017). Personality perception based on LinkedIn profiles. *Journal of Managerial Psychology*, 32(6), 418-429
<https://doi.org/10.1108/JMP-07-2016-0220>
- ,van Dijck, J. (2013). 'You have one identity': Performing the self on Facebook and LinkedIn. *Media Culture & Society*, 35(2), 199-215. <https://doi.org/10.1177/0163443712468605>
- 'van Inwegen, E., Munyikwa, Z., & Horton, J. J. (2025). Algorithmic writing assistance on jobseekers resumes increases hires. *Management Science*, 71(12), 10144-10164
<https://doi.org/10.1287/mnsc.2024.04528>
- Weisi, H., & Hajizadeh, S. (2025). LinkedIn as a platform: The pragmatic strategies of self-presentation and self-praise. *Social Sciences & Humanities Open*, 11, Article 101266
<https://doi.org/10.1016/j.ssaho.2024.101266>
- :Wheeler, L., Garlick, R., Johnson, E., Shaw, P., & Gargano, M. (2022). LinkedIn(to) job opportunities: Experimental evidence from job readiness training. *American Economic Journal: Applied Economics*, 14(2), 101-125. <https://doi.org/10.1257/app.20200025>
- Yam, J., & Skorburg, J. A. (2021). From human resources to human rights: Impact assessments for hiring algorithms. *Ethics and Information Technology*, 23(4), 611-623. <https://doi.org/10.1007/s10676-020-9999-021>

ملخص الدراسة

هدفت هذه الدراسة إلى الكشف عن أثر أدوات الذكاء الاصطناعي التوليدي في تحسين مهارات بناء الهوية المهنية والتسويق الذاتي عبر منصة لينكدإن لدى الباحثين عن عمل في المملكة العربية السعودية. اعتمدت الدراسة المنهج الوصفي بأسلوب المسح (Survey Method)، واستخدمت الاستبيان الإلكتروني أداة رئيسية لجمع البيانات بعد التحقق من صدقها وثباتها. طبقت الدراسة على عينة عشوائية متاحة قوامها (٤١٢) مفردة من الباحثين عن عمل في المملكة من مستخدمي منصة لينكدإن ممن سبق لهم استخدام أدوات الذكاء الاصطناعي التوليدي (مثل ChatGPT و Claude والأدوات المدمجة في المنصة). أظهرت النتائج أن استخدام أدوات الذكاء الاصطناعي التوليدي جاء بدرجة مرتفعة (متوسط حسابي = ٣,٨٦)، وتصدرت أداة ChatGPT قائمة الأدوات المستخدمة بنسبة (٨٦,٤٪). كما تبين أن أبرز أوجه مساعدة هذه الأدوات تمثلت في تحسين عناصر الملف الشخصي (متوسط = ٤,٠٢)، وفي مقدمتها كتابة الملخص المهني (About) بمتوسط (٤,٢١) وصياغة العنوان الوظيفي بكلمات مفتاحية قوية (٤,١٥). وساهمت الأدوات بدرجة مرتفعة في إنشاء المحتوى المهني على المنصة (متوسط = ٣,٧٨)، وبخاصة صياغة المنشورات المهنية ورسائل التواصل مع مسؤولي التوظيف. وانعكس الاستخدام إيجاباً على فرص الظهور أمام مسؤولي التوظيف (متوسط = ٣,٩١)، حيث رصد أفراد العينة زيادة في مشاهدات ملفاتهم وثقة أكبر في حضورهم المهني الرقمي. وخلصت الدراسة إلى أن أدوات الذكاء الاصطناعي التوليدي تساعد بدرجة مرتفعة (متوسط عام = ٣,٨٩) في تطوير مهارات استخدام لينكدإن باحترافية لدى الباحثين عن عمل في المملكة العربية السعودية، بما يسد فجوة بحثية بين أدبيات لينكدإن وأدبيات الذكاء الاصطناعي في التوظيف من منظور الباحث عن العمل نفسه.

الكلمات المفتاحية: الذكاء الاصطناعي التوليدي، لينكدإن، الهوية المهنية، التسويق الذاتي، الباحثون عن عمل.

Abstract

This study aimed to examine the impact of generative artificial intelligence tools on improving the skills of building professional identity and self-marketing via the LinkedIn platform among job seekers in the Kingdom of Saudi Arabia. The study adopted the descriptive survey method and used an electronic questionnaire as the main data collection tool after verifying its validity and reliability. It was applied to a convenience sample of 412 job seekers in the Kingdom who use the LinkedIn platform and have previously used generative AI tools (such as ChatGPT, Claude, and LinkedIn's built-in smart tools). The results showed that the use of generative AI tools was high (mean = 3.86), with ChatGPT ranking first among the tools used at a rate of 86.4%. The most prominent form of assistance provided by these tools was improving personal profile elements (mean = 4.02), particularly writing the professional summary (About section) with a mean of 4.21 and formulating the job headline with strong keywords (4.15). The tools also contributed highly to creating professional content on the platform (mean = 3.78), especially drafting professional posts and messages to recruiters. The use of these tools positively affected visibility opportunities before recruiters (mean = 3.91), as respondents reported an increase in profile views and greater confidence in their digital professional presence. The study concluded that generative AI tools help to a high degree (overall mean = 3.89) in developing professional LinkedIn usage skills among job seekers in the Kingdom of Saudi Arabia, thereby addressing a research gap between LinkedIn literature and AI-in-recruitment literature from the job seeker's own perspective.

Keywords: Generative Artificial Intelligence, LinkedIn, Professional Identity, Self-Marketing, Job Seekers.