

نموذج العرض المبدئي (Proposal) لخطة البحث

عنوان الدراسة باللغة العربية:

أثر استخدام أدوات الذكاء الاصطناعي التوليدي في تحسين الأداء المهني
لممارسي العلاقات العامة في المؤسسات غير الربحية بالمملكة العربية السعودية

دراسة ميدانية

عنوان الدراسة باللغة الإنجليزية:

The Impact of Using Generative Artificial Intelligence Tools on Improving the Professional Performance of Public Relations Practitioners in Non-Profit Organizations in the Kingdom of Saudi Arabia: A Field Study

اسم الباحث:

عبدالعزیز سعيد عبدالله بنوب

القسم الأكاديمي:

قسم العلاقات العامة

الكلية والجامعة:

كلية العلوم الإنسانية - جامعة ميدأوشن

التاريخ:

الفصل الدراسي الثاني

1448هـ / ٢٠٢٦م

مقدمة الدراسة :

يشهد العالم تحولاً رقمياً متسارعاً نتيجة التطورات المتلاحقة في تقنيات الذكاء الاصطناعي، ولا سيما الذكاء الاصطناعي التوليدي، الذي أصبح من أبرز التقنيات المؤثرة في مختلف المجالات المهنية. وقد أسهمت هذه التقنيات في إعادة تشكيل أساليب العمل داخل المؤسسات من خلال دعم إنتاج المحتوى، وتحليل البيانات، وأتمتة عدد من المهام، الأمر الذي انعكس بصورة مباشرة على كفاءة الأداء المؤسسي وجودة المخرجات.

ويعد مجال العلاقات العامة من المجالات التي تأثرت بهذا التحول، إذ أتاحت أدوات الذكاء الاصطناعي التوليدي إمكانات واسعة في إعداد المحتوى الإعلامي، وصياغة البيانات الصحفية، وإدارة منصات التواصل الاجتماعي، وتحليل اتجاهات الجمهور، والتخطيط للحملات الاتصالية، وقياس نتائجها. وقد أدى ذلك إلى ظهور ممارسات مهنية جديدة يمكن أن تسهم في رفع كفاءة ممارسي العلاقات العامة، وتسريع إنجاز الأعمال، وتحسين جودة الاتصال المؤسسي.

وفي المملكة العربية السعودية، يشهد القطاع غير الربحي تطوراً ملحوظاً في ضوء مستهدفات رؤية المملكة ٢٠٣٠، التي أكدت أهمية تمكين هذا القطاع وتعزيز كفاءته المؤسسية ودوره التنموي. وتؤدي العلاقات العامة في المؤسسات غير الربحية دوراً محورياً في بناء العلاقات مع المستفيدين، والمتبرعين، والمتطوعين، والشركاء، وتعزيز الصورة الذهنية للمؤسسة، وإبراز أثرها المجتمعي، مما يجعل توظيف أدوات الذكاء الاصطناعي التوليدي فرصة مهمة لتطوير الأداء المهني في هذا القطاع.

ورغم التوسع الملحوظ في استخدام أدوات الذكاء الاصطناعي التوليدي في بيئات العمل المختلفة، فإن الدراسات التي تناولت أثر هذه الأدوات في تحسين الأداء المهني لممارسي العلاقات العامة، وخاصة في المؤسسات غير الربحية بالمملكة العربية السعودية، لا تزال محدودة. ومن هنا تأتي هذه الدراسة لتسليط الضوء على أثر استخدام أدوات الذكاء الاصطناعي التوليدي في تحسين الأداء المهني لممارسي العلاقات العامة في المؤسسات غير الربحية بالمملكة العربية السعودية، من خلال دراسة ميدانية تسعى إلى قياس واقع الاستخدام، وتحديد أثره، والكشف عن أبرز التحديات المرتبطة به.

مشكلة الدراسة :

شهدت السنوات الأخيرة تطورًا متسارعًا في تطبيقات الذكاء الاصطناعي التوليدي، وأصبحت هذه التطبيقات حاضرة في العديد من بيئات العمل المهنية، ومنها مجال العلاقات العامة والاتصال المؤسسي. وقد وفرت هذه الأدوات إمكانات جديدة لممارسي العلاقات العامة، مثل إنتاج المحتوى، وصياغة الرسائل الإعلامية، وتحليل المعلومات، وتوليد الأفكار، ودعم التخطيط للحملات الاتصالية، الأمر الذي قد ينعكس على جودة الأداء المهني وسرعة إنجاز المهام.

وفي المقابل، لا يزال توظيف أدوات الذكاء الاصطناعي التوليدي في مجال العلاقات العامة يواجه عددًا من التحديات، من أبرزها تفاوت مستوى المعرفة بهذه الأدوات، وضعف التدريب المتخصص، وغياب السياسات التنظيمية الواضحة، إضافة إلى المخاوف المرتبطة بدقة المخرجات والاعتبارات الأخلاقية والخصوصية. وتزداد أهمية هذه التحديات في المؤسسات غير الربحية، التي تعتمد بدرجة كبيرة على كفاءة الاتصال مع المستفيدين، والمتطوعين، والمتطوعين، والشركاء، وتعزيز الثقة والصورة الذهنية للمؤسسة.

وعلى الرغم من الاهتمام المتزايد عالميًا بتطبيقات الذكاء الاصطناعي التوليدي، فإن الدراسات التي تناولت أثر هذه الأدوات في تحسين الأداء المهني لممارسي العلاقات العامة في المؤسسات غير الربحية بالمملكة العربية السعودية لا تزال محدودة. ومن هنا تتحدد مشكلة الدراسة في الحاجة إلى معرفة أثر استخدام أدوات الذكاء الاصطناعي التوليدي في تحسين الأداء المهني لممارسي العلاقات العامة في المؤسسات غير الربحية بالمملكة العربية السعودية، والكشف عن واقع الاستخدام، وأبرز مجالات الاستفادة، والتحديات التي قد تحد من توظيف هذه الأدوات بكفاءة.

أسئلة الدراسة :

السؤال الرئيس:

ما أثر استخدام أدوات الذكاء الاصطناعي التوليدي في تحسين الأداء المهني لممارسي العلاقات العامة في المؤسسات غير الربحية بالمملكة العربية السعودية؟

الأسئلة الفرعية:

١. ما واقع استخدام أدوات الذكاء الاصطناعي التوليدي لدى ممارسي العلاقات العامة في المؤسسات غير الربحية بالمملكة العربية السعودية؟

٢. ما أثر استخدام أدوات الذكاء الاصطناعي التوليدي في تحسين جودة وكفاءة الأداء المهني لممارسي العلاقات العامة؟

٣. ما أبرز التحديات التي تواجه ممارسي العلاقات العامة عند استخدام أدوات الذكاء الاصطناعي التوليدي في المؤسسات غير الربحية؟

٤. هل توجد فروق ذات دلالة إحصائية في استجابات أفراد الدراسة حول استخدام أدوات الذكاء الاصطناعي التوليدي تعزى إلى المتغيرات الديموغرافية مثل الجنس، العمر، المؤهل العلمي، سنوات الخبرة، والمسمى الوظيفي؟

فرضيات الدراسة :

١. توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين استخدام أدوات الذكاء الاصطناعي التوليدي وتحسين الأداء المهني لممارسي العلاقات العامة في المؤسسات غير الربحية بالمملكة العربية السعودية .
٢. يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لاستخدام أدوات الذكاء الاصطناعي التوليدي في تحسين جودة وكفاءة الأداء المهني لممارسي العلاقات العامة في المؤسسات غير الربحية بالمملكة العربية السعودية .
٣. توجد فروق ذات دلالة إحصائية في استجابات أفراد الدراسة حول أثر استخدام أدوات الذكاء الاصطناعي التوليدي في تحسين الأداء المهني تعزى إلى المتغيرات الديموغرافية مثل: الجنس، العمر، المؤهل العلمي، سنوات الخبرة، والمسمى الوظيفي.

أهداف الدراسة :

تهدف الدراسة إلى:

١. التعرف على واقع استخدام أدوات الذكاء الاصطناعي التوليدي لدى ممارسي العلاقات العامة في المؤسسات غير الربحية بالمملكة العربية السعودية .
٢. قياس أثر استخدام أدوات الذكاء الاصطناعي التوليدي في تحسين الأداء المهني لممارسي العلاقات العامة في المؤسسات غير الربحية .
٣. الكشف عن أبرز التحديات التي تواجه ممارسي العلاقات العامة عند استخدام أدوات الذكاء الاصطناعي التوليدي في المؤسسات غير الربحية .
٤. تقديم توصيات علمية وعملية تساهم في تعزيز توظيف أدوات الذكاء الاصطناعي التوليدي بما يدعم تطوير الأداء المهني لممارسي العلاقات العامة في المؤسسات غير الربحية بالمملكة العربية السعودية.

أهمية الدراسة :

أولاً: الأهمية النظرية

تتمثل الأهمية النظرية لهذه الدراسة في إسهامها في إثراء الأدبيات العلمية المتعلقة بتوظيف أدوات الذكاء الاصطناعي التوليدي في مجال العلاقات العامة، من خلال تناول أثر هذه الأدوات في تحسين الأداء المهني لممارسي العلاقات العامة. كما تسعى الدراسة إلى تقديم إضافة علمية في موضوع حديث نسبياً يشهد اهتماماً متزايداً في الدراسات الإعلامية والاتصالية.

كما تبرز أهمية الدراسة في محاولتها سد جانب من الفجوة البحثية المتعلقة بدراسة استخدام أدوات الذكاء الاصطناعي التوليدي في المؤسسات غير الربحية بالمملكة العربية السعودية، إذ لا تزال الدراسات التي تربط بين الذكاء الاصطناعي التوليدي، والأداء المهني، وممارسي العلاقات العامة في هذا القطاع محدودة.

ثانياً: الأهمية التطبيقية

تتمثل الأهمية التطبيقية للدراسة في تقديم نتائج وتوصيات يمكن أن يستفيد منها ممارسو العلاقات العامة وصناع القرار في المؤسسات غير الربحية، وذلك من خلال التعرف على واقع استخدام أدوات الذكاء الاصطناعي التوليدي، وأثرها في تحسين جودة الأداء وسرعة إنجاز المهام ورفع كفاءة الاتصال المؤسسي.

كما يمكن أن تسهم نتائج الدراسة في دعم المؤسسات غير الربحية ببيانات علمية حديثة تساعد على تطوير سياسات واضحة لاستخدام أدوات الذكاء الاصطناعي التوليدي، وتحديد الاحتياجات التدريبية للعاملين في العلاقات العامة، بما يعزز من كفاءة الأداء المهني ويدعم التحول الرقمي في هذه المؤسسات.

حدود الدراسة :

الحدود الموضوعية:

تقتصر الدراسة على بحث أثر استخدام أدوات الذكاء الاصطناعي التوليدي في تحسين الأداء المهني لممارسي العلاقات العامة في المؤسسات غير الربحية.

الحدود المكانية:

تطبق الدراسة على المؤسسات غير الربحية في المملكة العربية السعودية.

الحدود الزمنية:

تجرى الدراسة خلال الفصل الدراسي الثاني من العام الجامعي ١٤٤٨ هـ / ٢٠٢٦ م.

الحدود البشرية:

تقتصر الدراسة على ممارسي العلاقات العامة والاتصال المؤسسي والإعلام العاملين في المؤسسات غير الربحية بالمملكة العربية السعودية.

مصطلحات الدراسة وتعريفاتها الإجرائية : (وسيم التفصيل فيها)

أولاً: الذكاء الاصطناعي التوليدي

ثانياً: الأداء المهني

ثالثاً: ممارسو العلاقات العامة

رابعاً: المؤسسات غير الربحية

الإطار النظري والدراسات السابقة : (وسيتم التفصيل فيها حسب كل نقطة)

أولاً: الإطار النظري

ثانياً: النظريات المفسرة لموضوع الدراسة

ثالثاً: الدراسات السابقة

رابعاً: أوجه الاتفاق والاختلاف بين الدراسات السابقة

خامساً: الفجوة البحثية

منهجية الدراسة :

تعتمد هذه الدراسة على المنهج الوصفي المسحي، لملاءمته لطبيعة موضوع الدراسة وأهدافها، حيث يسعى هذا المنهج إلى وصف واقع استخدام أدوات الذكاء الاصطناعي التوليدي لدى ممارسي العلاقات العامة في المؤسسات غير الربحية بالمملكة العربية السعودية، وقياس أثر هذا الاستخدام في تحسين الأداء المهني، من خلال جمع البيانات من أفراد عينة الدراسة وتحليلها إحصائياً للوصول إلى نتائج علمية يمكن تفسيرها والاستفادة منها.

مجتمع الدراسة :

يتكون مجتمع الدراسة من ممارسي العلاقات العامة والاتصال المؤسسي والإعلام العاملين في المؤسسات غير الربحية بالمملكة العربية السعودية، ممن يمارسون مهاماً مرتبطة بإعداد المحتوى، وإدارة الاتصال، وبناء العلاقات مع الجمهور وأصحاب المصلحة، وتنفيذ الأنشطة الإعلامية والاتصالية داخل هذه المؤسسات.

عينة الدراسة :

سيتم اختيار عينة من مجتمع الدراسة باستخدام العينة المتاحة، وذلك بحسب إمكانية الوصول إلى ممارسي العلاقات العامة في المؤسسات غير الربحية بالمملكة العربية السعودية. ويُراعى أن تكون العينة مناسبة من حيث العدد والتنوع، بما يساعد على تحقيق أهداف الدراسة وإجراء التحليل الإحصائي المناسب.

أداة الدراسة :

تعتمد الدراسة على الاستبانة بوصفها الأداة الرئيسة لجمع البيانات، وسيتم إعدادها في ضوء أهداف الدراسة وأسئلتها وفرضياتها، وبالاستفادة من الأدبيات العلمية والدراسات السابقة ذات العلاقة. وتتكون الاستبانة من محاور رئيسة تشمل: البيانات العامة للمبحوثين، واقع استخدام أدوات الذكاء الاصطناعي التوليدي، أثر الاستخدام في تحسين الأداء المهني، والتحديات المرتبطة باستخدام هذه الأدوات.

الصدق والثبات :

سيتم التحقق من صدق أداة الدراسة من خلال عرض الاستبانة على مجموعة من المحكمين المتخصصين في العلاقات العامة والإعلام والبحث العلمي، للتأكد من سلامة الصياغة، ووضوح العبارات، ومدى ارتباطها بأهداف الدراسة ومتغيراتها.

أما ثبات الأداة فسيتم التحقق منه باستخدام معامل ألفا كرونباخ (Cronbach's Alpha) ، وذلك بعد تطبيق الاستبانة على عينة استطلاعية مناسبة، للتأكد من اتساق فقرات الاستبانة وصلاحياتها للتطبيق على عينة الدراسة الأساسية.

إجراءات جمع البيانات :

بعد إعداد الاستبانة وتحكيمها، سيتم توزيعها إلكترونياً على أفراد عينة الدراسة من ممارسي العلاقات العامة في المؤسسات غير الربحية بالمملكة العربية السعودية. وبعد جمع الاستجابات، سيتم مراجعتها للتأكد من اكتمالها

وصلاحيتهما للتحليل، ثم ترميز البيانات وإدخالها في البرنامج الإحصائي المناسب تمهيداً لتحليلها واستخراج النتائج.

الأساليب الإحصائية المستخدمة :

ستستخدم الدراسة عدداً من الأساليب الإحصائية المناسبة لطبيعة البيانات، ومن أبرزها:

١. التكرارات والنسب المئوية لوصف خصائص أفراد العينة .
٢. المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لقياس اتجاهات أفراد العينة نحو محاور الدراسة .
٣. معامل ارتباط بيرسون لقياس العلاقة بين استخدام أدوات الذكاء الاصطناعي التوليدي وتحسين الأداء المهني .
٤. تحليل الانحدار البسيط لقياس أثر استخدام أدوات الذكاء الاصطناعي التوليدي في الأداء المهني .
٥. اختبار (T-test) وتحليل التباين الأحادي (ANOVA) للكشف عن الفروق ذات الدلالة الإحصائية وفق المتغيرات الديموغرافية عند الحاجة.

الجوانب الأخلاقية :

تلتزم هذه الدراسة بالضوابط الأخلاقية المعتمدة في البحث العلمي، وذلك من خلال الحصول على الموافقات اللازمة قبل البدء في تنفيذ الدراسة وتوزيع أداة جمع البيانات على أفراد العينة. كما سيتم توضيح هدف الدراسة للمشاركين، وبيان أن مشاركتهم اختيارية، وأن لهم الحق في عدم الإجابة عن أي سؤال أو الانسحاب من المشاركة دون أي تبعات.

كما تلتزم الدراسة بالحفاظ على سرية البيانات وخصوصية المشاركين، وعدم الإفصاح عن هوياتهم أو بياناتهم الشخصية أو أسماء المؤسسات التي يعملون بها، وسيتم التعامل مع جميع الاستجابات بسرية تامة، واستخدامها بصورة إجمالية لأغراض التحليل العلمي فقط.

وسيقصر استخدام البيانات التي يتم جمعها على الأغراض العلمية المرتبطة بهذه الدراسة، دون توظيفها لأي أغراض أخرى، مع الالتزام بالأمانة العلمية في عرض النتائج، وتوثيق المراجع، وتجنب أي شكل من أشكال التحيز أو التحريف في تحليل البيانات أو تفسيرها.

النتائج المتوقعة :

من المتوقع أن تسهم هذه الدراسة في التعرف على واقع استخدام أدوات الذكاء الاصطناعي التوليدي لدى ممارسي العلاقات العامة في المؤسسات غير الربحية بالمملكة العربية السعودية، والكشف عن مدى توظيف هذه الأدوات في إعداد المحتوى، وصياغة الرسائل الاتصالية، وتوليد الأفكار، وتحليل المعلومات، وتنفيذ المهام المهنية المختلفة.

كما يُتوقع أن توضح الدراسة أثر استخدام أدوات الذكاء الاصطناعي التوليدي في تحسين الأداء المهني لممارسي العلاقات العامة، من خلال مؤشرات مثل جودة الأداء، وسرعة إنجاز المهام، ورفع مستوى الإنتاجية، وتعزيز الإبداع، وتحسين كفاءة الاتصال مع الجمهور وأصحاب المصلحة.

ومن المتوقع كذلك أن تكشف الدراسة عن أبرز التحديات التي تواجه ممارسي العلاقات العامة عند استخدام أدوات الذكاء الاصطناعي التوليدي، مثل ضعف التدريب، ودقة المخرجات، وغياب السياسات التنظيمية، والمخاوف المرتبطة بالخصوصية والجوانب الأخلاقية.

وتأمل الدراسة في تقديم توصيات علمية وعملية يمكن أن تستفيد منها المؤسسات غير الربحية في تطوير ممارسات العلاقات العامة، وتعزيز الاستخدام الفعال والمسؤول لأدوات الذكاء الاصطناعي التوليدي، بما يسهم في رفع كفاءة الأداء المهني ودعم التحول الرقمي في هذا القطاع.

المراجع : (وستتم كتابتها بعد الانتهاء من المشروع).

المراجع العربية

المراجع الأجنبية

الملاحق :

- أداة الدراسة — الاستبانة الأولية
- عنوان الاستبانة:
- استبانة حول أثر استخدام أدوات الذكاء الاصطناعي التوليدي في تحسين الأداء المهني لممارسي العلاقات العامة في المؤسسات غير الربحية بالمملكة العربية السعودية.
- مقدمة الاستبانة:
- أخي/أختي المشارك/ة،
- تهدف هذه الاستبانة إلى جمع البيانات اللازمة لدراسة أثر استخدام أدوات الذكاء الاصطناعي التوليدي في تحسين الأداء المهني لممارسي العلاقات العامة في المؤسسات غير الربحية بالمملكة العربية السعودية. وتؤكد الدراسة أن جميع البيانات ستعامل بسرية تامة، ولن تستخدم إلا لأغراض البحث العلمي.
- مقياس الإجابة:
- أوافق بشدة — أوافق — محايد — لا أوافق — لا أوافق بشدة.
- تتفرع الأسئلة إلى عدة أقسام.. وكل قسم به مجموعة من الأسئلة.. وهنا للتوضيح فقط:

القسم الأول: البيانات العامة

القسم الثاني: استخدام أدوات الذكاء الاصطناعي التوليدي

القسم الثالث: الأداء المهني

القسم الرابع: التحديات

الملحق (ب): خطابات الموافقات

تُرفق خطابات الموافقة الرسمية حسب الحاجة.

الملحق (ج): وثائق داعمة أخرى

تُرفق أي وثائق داعمة ذات صلة بالدراسة عند توفرها وتمت خلال الدراسة.