

وقائع المؤتمر العلمي التاسع (الدولي الثالث) لكلية الإعلام – الجامعة العراقية الموسوم: الذكاء الاصطناعي في

الإعلام – آفاق الابتكار وتحديات الحوار الثقافي للمدة من ٢٣-٢٤/٤/٢٠٢٥م – (عدد خاص)

استخدام ممارسي العلاقات العامة لتقنيات الذكاء الاصطناعي

وانعكاسه على أداء الوزارات الحكومية العراقية: دراسة ميدانية

Public relations practitioners' use of artificial intelligence technologies and its impact on the performance of Iraqi government ministries: A field study

م . م صباح جابر حسين فزع الزبيدي

Sabah Jaber Hussein Fezea ALzubaydi

Sabah.ALzubaydi90@mtu.edu.iq

٠٠٩٦٤٧٨٠٦٠٥١٢١٢

الجامعة التقنية الوسطى / الكلية التقنية الإدارية - بغداد

Technical College of management – Baghdad Middle Technical University
المستخلص:

تتمثل مشكلة البحث في تحليل آليات استخدام ممارسي العلاقات العامة لتقنيات الذكاء الاصطناعي ، وانعكاسه على أداء الوزارات الحكومية العراقية. ويهدف البحث التعرف على أنماط استخدام ممارسي العلاقات العامة لتقنيات الذكاء الاصطناعي، وقياس مدى إدراكهم لأهمية توظيفها في الوزارات الحكومية العراقية، وعرض الاستراتيجيات الاتصالية التي تتبناها العلاقات العامة في إطار توظيفها لهذه التقنيات، وإبراز تطبيقاتها وخدماتها الرقمية التي تتيحها لمجال عمل تلك الوزارات.

وينتمي البحث إلى البحوث الوصفية التي تقوم برصد الظاهرة، من خلال رصد وتوصيف دور تقنيات الذكاء الاصطناعي في تطوير أداء الوزارات الحكومية العراقية.

أما منهج البحث فيعتمد على منهج المسح الإعلامي، بالتطبيق على عينة متاحة قوامها (٢٠٠) مفردة من ممارسي العلاقات العامة بالوزارات الحكومية العراقية، وذلك في الفترة من ١ أغسطس إلى ٣١ أكتوبر ٢٠٢٤م، وقد أشارت نتائج البحث إلى زيادة إدراك ممارسي العلاقات العامة لأهمية توظيف التقنيات في تطوير أداء الوزارات الحكومية، وجاء (تحرير الصور والفيديوهات) كأبرز الخدمات الرقمية التي يتيحها استخدام هذه التقنيات للوزارات، فضلاً عن وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائية بين مدى إدراك ممارسي العلاقات العامة لأهمية توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في تطوير أداء الوزارات واتجاهاتهم نحوها، ووجود فروق ذات دلالة إحصائية في اتجاهات ممارسي العلاقات

العامة نحو دور التقنيات في تطوير أداء الوزارات وفقاً لمتغيري طبيعة الخدمات الرقمية والخصائص الديموغرافية، باستثناء متغير المستوى التعليمي. الكلمات المفتاحية: الاستخدام، ممارسي العلاقات العامة، تقنيات الذكاء الاصطناعي، وزارات الحكومية العراقية.

Abstract:

- Research Problem: It consists of analyzing the mechanisms of public relations practitioners' use of artificial intelligence techniques, and its impact on the performance of Iraqi government ministries.
- Research Objectives: It revolves around identifying patterns of public relations practitioners' use of artificial intelligence technologies, measuring the extent of their awareness of the importance of employing them in Iraqi government ministries, presenting the communication strategies adopted by public relations in the context of their employment of these technologies, and highlighting their applications and digital services that they provide for the field of work of those ministries. Type of Research: The research belongs to descriptive research that monitors the phenomenon, by monitoring and describing the role of artificial intelligence techniques in developing the performance of Iraqi government ministries.
- Research Methodology: The research is based on the media survey approach, by applying it to an available sample of (200) individuals from public relations practitioners in Iraqi government ministries, in the period from August 1 to October 31, 2024 .
- Most Important Conclusions: The research results indicated an increase in public relations practitioners' awareness of the importance of employing technologies in developing the performance of government ministries, and (photo and video editing) came as the most prominent digital services that the use of these technologies provides to ministries, in addition to the existence of a statistically significant correlation between the extent of public relations practitioners' awareness of the importance of employing artificial intelligence techniques in developing the performance of ministries and their attitudes towards it, There are statistically significant differences in the attitudes of public relations practitioners towards the role of technologies in developing the performance of ministries according to the variables of the

وقائع المؤتمر العلمي التاسع (الدولي الثالث) لكلية الإعلام – الجامعة العراقية الموسوم: الذكاء الاصطناعي في

الإعلام – آفاق الابتكار وتحديات الحوار الثقافي للمدة من ٢٣-٢٤/٤/٢٠٢٥م – (عدد خاص)

nature of digital services and demographic characteristics, with the exception of the educational level variable.

Key Words: - Use, Public Relations Practitioners, Artificial Intelligence Techniques - Iraqi Government Ministries

مقدمة:

تُعد تقنيات الذكاء الاصطناعي إحدى معالم الثورة التكنولوجية الحديثة التي تعيشها مختلف المجتمعات، وتهدف إلى الارتقاء بالعنصر البشري والمادي في شتى المجالات، لما يتيح من إمكانيات فائقة تنعكس على أداء الوزارات الحكومية على اختلاف أعمالها وتوجهاتها، وتساعدها على أداء رسالتها في خدمة المجتمع، والنهوض بمسؤولياتها تجاه الوطن الذي تعمل في إطاره، وتتخذ بدورها أشكالاً مختلفة كتعلم الآلة، وتحليل البيانات، والروبوتات.

تسعى الحكومة العراقية إلى توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي لتحقيق التنمية الشاملة والمستدامة في مختلف القطاعات، بما يتماشى مع رؤيتها في الاستخدام الأمثل للتكنولوجيا في مختلف المؤسسات، وتحقيق المنافع المتبادلة وبناء القدرات الوطنية القائمة على أبحاث الذكاء الاصطناعي. وتركز استراتيجيتها على تحقيق أهداف التنمية المستدامة للأمم المتحدة من خلال دمج الذكاء الاصطناعي في مجالات مختلفة مثل الرعاية الصحية والبيئة والسلامة والأمن والتعليم وإدارة البيانات ومبادئ التحول الرقمي من خلال التعاون مع شركات التكنولوجيا العالمية الرائدة.

وتمثل الاستراتيجية الوطنية العراقية للذكاء الاصطناعي رؤية طويلة الأمد تمتد حتى عام ٢٠٥٠م، وتستهدف تحقيق التنمية المستدامة في شتى القطاعات، واستخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي بشكل مسؤول، وتبني سياسات قوية لحوكمة البيانات، وضمان الشفافية، وحماية خصوصية الأفراد، مما أثار اهتمام العاملين بإدارة العلاقات العامة بالوزارات الحكومية العراقية، ودفعهم إلى توظيف هذه التقنيات في دعم أنشطتها وخططتها التنظيمية، وزيادة فاعلية الاتصال مع جمهورها الداخلي والخارجي، وتلبية رغباته واحتياجاته المختلفة، وتحقيق التوافق بين الاستراتيجيات الاتصالية والفرص التي تتيحها التقنيات الذكية لمنظومة عمل تلك الوزارات، مما ينعكس بدوره على طبيعة الأداء المهني للوزارات على اختلاف مستوياتها الإدارية.

المبحث الأول: الإطار المنهجي للبحث

■ مشكلة البحث:

مع اهتمام الحكومة العراقية بمواكبة التطور التكنولوجي في شتى القطاعات، إيماناً منها بمسؤوليتها تجاه المجتمع والوطن، فقد حرصت الوزارات الحكومية العراقية على استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي كأحدى معالم الثورة التكنولوجية، التي تهدف إلى تطوير خدمات المعلومات، وتقليل الفجوة المعرفية في شتى المجالات، وتحقيق التنمية المستدامة، وتطوير الكفاءات البشرية والإدارية، بما ينعكس على أدائها بصورة مباشرة، وفي ظل الجهود الاتصالية التي تبذلها إدارات العلاقات

المدرس المساعد صباح جابر حسين فزع الزبيدي

العامّة بتلك الوزارات، وسعيها إلى توظيف هذه التقنيات على اختلاف تطبيقاتها، وحرصها على مواكبة جهود الدولة في تنمية مختلف القطاعات، خاصة مع إطلاق الاستراتيجية الوطنية العراقية للذكاء الاصطناعي لعام ٢٠٥٠م، والذي صاحب معه اهتمام ممارسي العلاقات العامة بتبني استراتيجيات مختلفة لاستخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي، وتوظيفها في تحسين صورة هذه الوزارات لدى المجتمع العراقي، وإبراز مساعيها الجادة نحو الدفع بقاطرة التنمية المستدامة في شتى القطاعات، ومن هنا جاء هذا البحث ليلقي الضوء على آليات توظيف هذه التقنيات في الوزارات الحكومية العراقية، واتجاهات ممارسي العلاقات العامة نحو تأثيرها في الأداء المهني لتلك الوزارات.

وبالتالي يحدد الباحث التساؤل الرئيسي للبحث وهو:

ما مدى استخدام ممارسي العلاقات العامة تقنيات الذكاء الاصطناعي، وانعكاسه على أداء الوزارات الحكومية العراقية؟

■ أهمية البحث:

● الأهمية العلمية:

١- حداثة الظاهرة، حيث أن الذكاء الاصطناعي هو تقنيات حديثة تسعى إلى توظيفها الحكومات في شتى المجالات.

٢- استكمال التراث العلمي للدراسات التي تتناول استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في إدارة الوزارات الحكومية العراقية.

٣- الدور الكبير الذي تقوم به أجهزة العلاقات العامة بالوزارات الحكومية العراقية في مواكبة تطورات العصر الرقمي.

● الأهمية المجتمعية:

١- اهتمام الحكومة العراقية باستخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي، في إطار استراتيجيتها الوطنية لعام ٢٠٥٠م.

٢- وضع مقترحات يمكن للقائمين على الوزارات الحكومية العراقية الرجوع إليها في التعامل الأمثل مع تلك التقنيات.

٣- توعية المجتمع العراقي بجهود الدولة في مواكبة التطورات الحديثة، وتوجيهها نحو تحقيق التنمية المستدامة في شتى القطاعات.

■ أهداف البحث:

يتمثل الهدف الرئيسي للبحث في التعرف على أنماط استخدام ممارسي العلاقات العامة تقنيات الذكاء الاصطناعي، وانعكاسه على أداء الوزارات الحكومية العراقية، وتنبع من هذا الهدف الرئيس عدة أهداف فرعية هي:

١- قياس مدى إدراك ممارسي العلاقات العامة لأهمية توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في الوزارات الحكومية العراقية.

٢- عرض الاستراتيجيات الاتصالية التي تتبناها العلاقات العامة في إطار توظيفها لتلك التقنيات.

٣- إبراز تطبيقات الذكاء الاصطناعي التي يستخدمها ممارسو العلاقات العامة بتلك الوزارات.

٤- الكشف عن الخدمات الرقمية التي يتيحها استخدام التقنيات لعمل الوزارات الحكومية العراقية.

وقائع المؤتمر العلمي التاسع (الدولي الثالث) لكلية الإعلام – الجامعة العراقية الموسوم: الذكاء الاصطناعي في

الإعلام – آفاق الابتكار وتحديات الحوار الثقافي للمدة من ٢٣-٢٤/٤/٢٠٢٥م – (عدد خاص)

٥- رصد التأثيرات الإيجابية والسلبية المترتبة على استخدام هذه التقنيات في الوزارات الحكومية العراقية.

٦- معرفة اتجاهات ممارسي العلاقات العامة نحو استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في الوزارات الحكومية العراقية.

■ تساؤلات البحث:

يسعى البحث إلى الإجابة عن التساؤلات الآتية:

١- ما مدى إدراك ممارسي العلاقات العامة لأهمية توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في الوزارات الحكومية العراقية؟

٢- ما الاستراتيجيات الاتصالية التي تتبناها العلاقات العامة في إطار توظيفها لتلك التقنيات؟

٣- كيف تعددت تطبيقات الذكاء الاصطناعي المستخدمة في تطوير الأداء المهني للوزارات؟

٤- ما الخدمات الرقمية التي يتيحها استخدام التقنيات للوزارات الحكومية العراقية؟

٥- ما اتجاهات ممارسي العلاقات العامة نحو استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في الوزارات الحكومية العراقية؟

■ فروض البحث:

يسعى البحث إلى اختبار صحة الفروض الآتية:

١- توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائية بين مدى إدراك ممارسي العلاقات العامة لأهمية توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في الوزارات الحكومية العراقية واتجاهاتهم نحوها.

٢- توجد فروق ذات دلالة إحصائية في مدى اعتماد ممارسي العلاقات العامة على تقنيات الذكاء الاصطناعي وفقاً لتأثيراتها المعرفية والوجدانية والسلوكية.

٣- توجد فروق ذات دلالة إحصائية في اتجاهات ممارسي العلاقات العامة نحو دور تقنيات الذكاء الاصطناعي في تطوير أداء الوزارات الحكومية العراقية وفقاً لاختلاف الخدمات الرقمية التي تتيحها التقنيات.

٤- توجد فروق ذات دلالة إحصائية في اتجاهات ممارسي العلاقات العامة نحو دور تقنيات الذكاء الاصطناعي في تطوير أداء الوزارات الحكومية العراقية وفقاً لمتغيراتهم الديموغرافية.

■ حدود البحث:

١- الحدود الموضوعية : تقنيات الذكاء الاصطناعي وتوظيفها في الوزارات الحكومية العراقية .

٢- الحدود البشرية : ممارسو العلاقات العامة بالوزارات الحكومية العراقية .

٣- الحدود المكانية : وتشمل العاصمة العراقية - بغداد، وقد تم اختيارها لعدة أسباب هي:

أ- تمركز الوزارات الحكومية العراقية في بغداد، على اختلاف اختصاصاتها ومسؤولياتها

ب- تأسيس لجنة الحوكمة والاتصالات لإدارة التحول الرقمي في بغداد، وتطبيق معاييرها في أجهزة العلاقات العامة بالوزارات الحكومية العراقية.

ج- الأهمية الاستراتيجية لمدينة بغداد كونها أكبر وأهم المدن العراقية، علاوة على مكانتها في الوطن العربي والشرق الأوسط.

المدرس المساعد صباح جابر حسين فزع الزبيدي

٤- الحدود الزمانية: الفترة من ١ أغسطس إلى ٣١ أكتوبر ٢٠٢٤م.

■ متغيرات البحث:

- ١- المتغير المستقل: استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في الوزارات الحكومية العراقية .
- ٢- المتغير التابع: اتجاهات ممارسي العلاقات العامة نحو استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي بالوزارات .
- ٣- المتغير الوسيط: الخصائص الديموغرافية (الجنس، العمر، المستوى التعليمي، سنوات الخبرة أو الكفاءة المهنية) .

■ نوع ومنهج البحث:

يُعد هذا البحث من البحوث الوصفية التي تستخدم منهج المسح الإعلامي بشقه الميداني، بالتطبيق على عينة من ممارسي العلاقات العامة، العاملين بالوزارات الحكومية العراقية، وذلك لرصد اتجاهاتهم نحو تأثير تقنيات الذكاء الاصطناعي على أداء الوزارات الحكومية العراقية، وإبراز التطبيقات والخدمات الرقمية التي تتيحها لنطاق عمل تلك الوزارات.

■ مجتمع وعينة البحث:

- أ- مجتمع البحث: ويشمل الوزارات الحكومية العاملة في العاصمة العراقية بغداد.
- ب- عينة البحث: وتشمل عينة متاحة قوامها (٢٠٠) مفردة من ممارسي العلاقات العامة بالوزارات الحكومية العراقية (الدفاع - التربية - الصحة - البيئة - الاتصالات - الزراعة - الثقافة والسياحة والآثار)، مع مراعاة التنوع في اختيار العينة لتشمل مختلف الخصائص الديموغرافية والمستويات الإدارية للمبحوثين، وقد تم اختيار هذه العينة نظراً لتمثيل هذه الوزارات للقطاعات الهامة والحيوية في المجتمع العراقي، وتضمنها في إطار الاستراتيجية الوطنية العراقية للذكاء الاصطناعي لعام ٢٠٥٠م، لتحقيق التنمية الشاملة والمستدامة، والتحول نحو الرقمنة في الوزارات الحكومية العراقية.

■ أداة البحث:

يتم تطبيق أداة الاستبيان داخل البحث بهدف قياس مدى إدراك ممارسي العلاقات العامة لأهمية توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في الوزارات الحكومية العراقية، وأنواع التطبيقات الرقمية والاستراتيجيات الاتصالية التي تتبعها العلاقات العامة في إطار توظيفها لتلك التقنيات، ورصد اتجاهات ممارسي العلاقات العامة نحو تأثيرها في الأداء المهني للوزارات الحكومية العراقية.

■ مفاهيم البحث:

- ١- ممارسو العلاقات العامة : هم: " القائمون على عملية إدارة المعلومات بين المنظمة وجمهورها، بهدف تشكيل صورة ذهنية وسمعة طيبة عن المنظمة، وتشكيل الرأي العام نحو القضايا بما يتوافق مع أهداف المنظمة" (الشمري، علي، ٢٠١١، ١٠) ، وقد إنطلق الباحث من هذا المفهوم في تطبيق البحث على العاملين بإدارات العلاقات العامة بالوزارات الحكومية العراقية، ما بين مديرين ومعاونين، وعاملين.
- ٢- الوزارات الحكومية العراقية : هي: " مؤسسات مملوكة بالكامل للسلطات العامة في العراق، وتتألف من منشآت تصنف بحكم أنواع أنشطتها وطريقة عملها" (الموقع الرسمي للملحقية الثقافية الإقليمية العراقية في بوخارست، ٢٠١٥،

وقائع المؤتمر العلمي التاسع (الدولي الثالث) لكلية الإعلام – الجامعة العراقية الموسوم: الذكاء الاصطناعي في

الإعلام – آفاق الابتكار وتحديات الحوار الثقافي للمدة من ٢٣-٢٤/٤/٢٠٢٥م – (عدد خاص)

(١) ، وقد إنطلق الباحث من هذا المفهوم في التطبيق على الوزارات الحكومية العراقية (الدفاع- التربية - الصحة - البيئة - الاتصالات - الزراعة - الثقافة والسياحة والآثار).

٣- تقنيات الذكاء الاصطناعي :

هي: " برامج يتم تصميمها بواسطة برمجيات إلكترونية، مثبتة على الأجهزة المحمولة والمكتبية، ويقوم المشترك بتنزيلها على جهازه أو هاتفه" (Michael, Miller, 2011, 26) ، وقد إنطلق الباحث من هذا المفهوم في رصد تقنيات الذكاء الاصطناعي وآليات توظيفها في الوزارات الحكومية العراقية، كتحرير الصور والفيديوهات، وتحليل محادثات وسائل التواصل الاجتماعي.

■ الدراسات السابقة:

١- دراسة (علي، هند، ٢٠٢٤) بعنوان: " توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في وكالات العلاقات العامة العاملة في مصر - دراسة كيفية"

في إطار نموذج (OSPC) للاتصال الجماهيري هدفت هذه الدراسة إلى رصد آليات وطرق تبني تطبيقات الذكاء الاصطناعي في مؤسسات العلاقات العامة العاملة في مصر، وإجراء أسلوب البحث الكيفي في الفترة من يوليو إلى ديسمبر ٢٠٢٣، باستخدام المقابلات مع (٤٣) واستخدمت أساليب البحث الكيفي من خلال إجراء مقابلات متعمقة مع العينة المتاحة من المهنيين والممارسين الأفراد. وقد أظهرت نتائج هذه الدراسة أن تطبيقات الذكاء الاصطناعي نجحت في إعادة تشكيل ممارسة العلاقات العامة من خلال تعزيز المصداقية والشفافية في عملية التواصل وإدارة علاقات قوية مع العملاء ووسائل الإعلام..

٢- دراسة (كيوش، خلف، ٢٠٢٤) بعنوان: " ممارسة أنشطة العلاقات العامة في ضوء تقنيات الذكاء الاصطناعي"

سعت الدراسة إلى الكشف عن مدى استخدام أجهزة العلاقات العامة تقنيات الذكاء الاصطناعي في الأنشطة والعمليات الاتصالية من حيث الأدوار الثلاثة (السياق المهني للعلاقات العامة، الأدوار الحالية للذكاء الاصطناعي، الاتجاهات المستقبلية للعلاقات العامة) ، وهي دراسة وصفية استخدمت منهج المسح الإعلامي، وتم تطبيق أداة المقابلة على عينة قوامها (١٥) مفردة من خبراء العلاقات العامة والذكاء الاصطناعي في العاصمة العراقية بغداد، وتوصلت الدراسة إلى وجود علاقة ارتباطية قوية بين مدى استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي والسياق المهني للعلاقات العامة، والارتباط الكبير بين وجهات الرأي المثارة حول استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي والاتجاهات المستقبلية للعلاقات العامة في ظل استخدام هذه التقنيات.

٣- دراسة (عبدالحليم، سمر، ٢٠٢٣) بعنوان: " إدراك ممارسي العلاقات العامة لدور الذكاء الاصطناعي في تطوير أداء التسويق الرقمي"

إستهدفت الدراسة قياس مدى إدراك ممارسي العلاقات العامة لأهمية توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في تطوير أداء التسويق الرقمي بالمؤسسات الحكومية والتجارية ، وهي دراسة وصفية استخدمت منهج المسح الإعلامي، وتم تطبيق أداة الإستبيان على عينة عشوائية قوامها (٤٠٠) مفردة من العاملين بإدارة العلاقات العامة في المؤسسات الحكومية والتجارية في محافظتي القاهرة

والجيزة، وتوصلت الدراسة إلى الاهتمام الكبير لممارسي العلاقات العامة بتوظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي، لتمثيلها مستقبل عملية الإعلان والتواصل والتسويق، فضلاً عن وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائية بين مستوى معرفة ممارسي العلاقات العامة بتقنيات الذكاء الاصطناعي ودرجة التقييم الإيجابي لدوره في التسويق الرقمي وفعالية الحملات الإعلانية.

٤- دراسة (درار، خالد، ٢٠٢٣) بعنوان: " استخدامات تقنيات الذكاء الاصطناعي في العلاقات العامة - دراسة استشرافية بالتطبيق على عينة من أساتذة العلاقات العامة في الدول العربية" هدفت الدراسة إلى التعرف على مجالات استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في مجال العلاقات العامة، والوظائف التي تؤديها في تطوير أداء المؤسسات، من خلال دراسة استشرافية لعينة قوامها (٥٠) مفردة من أساتذة العلاقات العامة في الجامعات العربية، وتوصلت الدراسة إلى توافر إمكانيات استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في الممارسة المهنية للعلاقات العامة، ومساعدتها على التصميم الجيد للإعلانات التجارية، وفقاً لتفضيلات وأنماط تعرض الجمهور لها، وجدولة حملات العلاقات العامة، ورصد تحليل ما ينشر عن المنظمة في وسائل الاتصال الرقمية.

5- (Jeong, JiYeon, 2023), "Examining the Influence of Artificial Intelligence on Public Relations: Insights from the Organization Situation Public Communication (OSPC) Model"

فحص تأثير الذكاء الاصطناعي على العلاقات العامة: رؤى من نموذج (OSPC) للاتصالات العامة"

سعت الدراسة إلى قياس تأثير استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي على فاعلية الاتصال داخل المنظمة، في إطار نموذج (OSPC) للاتصالات العامة، وهي دراسة وصفية استخدمت منهج المسح الإعلامي، وتم تطبيق أداة الاستبيان على عينة عشوائية قوامها (١٥٠) مفردة من العاملين بإدارة العلاقات العامة في المؤسسات الحكومية الكورية، وتوصلت الدراسة إلى ارتباط نجاح تقنيات الذكاء الاصطناعي بتحقيق التوازن الأمثل بين الأتمتة التي تعتمد عليها ومستوى الخبرة أو المعرفة للعاملين بإدارة العلاقات العامة، والتي تستوجب معها تحديث مهاراتهم وكفاءاتهم بشكل مستمر، خاصة في مجال تحليل البيانات، واعتماد ممارسات الاتصال الشفافة.

٦- دراسة (صابر، شيماء، ٢٠٢٢) بعنوان: " اتجاهات ممارسي العلاقات العامة نحو توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في البنوك المصرية - دراسة تطبيقية"

استهدفت الدراسة معرفة اتجاهات ممارسي العلاقات العامة نحو توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في البنوك المصرية، وهي دراسة وصفية استخدمت منهج المسح الإعلامي، وتم تطبيق أداة الاستبيان على عينة متاحة قوامها (٥٠) مفردة من العاملين بإدارة العلاقات العامة في خمسة بنوك مصرية وهي (البنك الأهلي المصري - بنك مصر - بنك القاهرة - البنك التجاري الدولي CIB - بنك قطر الوطني الأهلي)، وتوصلت الدراسة إلى تنوع اتجاهات ممارسي العلاقات العامة نحو توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في البنوك المصرية، وقد تمثلت التأثيرات الإيجابية في منح تجارب مميزة وفريدة للعملاء، وتطوير المهارات والكفاءات التكنولوجية للعاملين، وسرعة تقديم الخدمات المالية، وجعلها أكثر أماناً وشفافية وإتاحة، والاستجابة الفورية لآراء ومتطلبات العملاء، وتوفير الوقت الذي يستغرقه جمع وحفظ البيانات، بينما جاءت المخاوف من القرصنة والاحتيال

وقائع المؤتمر العلمي التاسع (الدولي الثالث) لكلية الإعلام – الجامعة العراقية الموسوم: الذكاء الاصطناعي في

الإعلام – آفاق الابتكار وتحديات الحوار الثقافي للمدة من ٢٣-٢٤/٤/٢٠٢٥م – (عدد خاص)

الإلكتروني، وكثرة أعطال التقنيات واستهلاك الوقت في صيانتها، وارتفاع التكاليف المالية لشراء الأنظمة والأجهزة الذكية كأبرز التأثيرات السلبية، المرتبة على توظيف تلك التقنيات داخل البنوك.

7- (Turksoy, Nilüfer, 2022), "The Future of Public Relations, Advertising and Journalism: How Artificial Intelligence May Transform the Communication Profession and Why Society Should Care?"

مستقبل العلاقات العامة والإعلان والصحافة: كيف يمكن للذكاء الاصطناعي تغيير عملية الاتصال في مهنة العلاقات العامة داخل المجتمع؟

هدفت الدراسة إلى الكشف عن مستقبل العلاقات العامة والإعلان والصحافة، في ضوء استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي، وهي دراسة استشرافية لعينة قوامها (١٠٠) مفردة من أساتذة العلاقات العامة والخبراء المهنيين في العاصمة التركية إسطنبول، وذلك في الفترة من ١ يناير إلى ٣١ ديسمبر ٢٠٢١م، وتوصلت الدراسة إلى نجاح تقنيات الذكاء الاصطناعي في زيادة فعالية الاتصالات المستمرة، ودعم الميزة التنافسية للمنظمات داخل الأسواق الكبيرة، وأتمتة المهام المختلفة، وتطوير المهارات التكنولوجية للعاملين في إدارة العلاقات العامة.

■ أوجه الاستفادة من الدراسات السابقة:

تعددت أوجه الاستفادة من الدراسات السابقة لتشمل:

- ١- بلورة المشكلة البحثية، والوضوح الأكبر لأهداف البحث.
- ٢- تحديد نوع وحجم العينة الملائم لموضوع البحث.
- ٣- وضع تساؤلات وفروض البحث.
- ٤- الربط الدقيق بين متغيرات البحث.
- ٥- وضع المنهجية الملائمة لموضوع البحث

المبحث الثاني: الذكاء الاصطناعي والعلاقات العامة بالوزارات

أولاً: دور الذكاء الاصطناعي في تطوير أداء العلاقات العامة بالوزارات

يُعد الذكاء الاصطناعي أحد معالم التطور التكنولوجي الذي شهده العالم، فيما يتعلق بقدرة الآلات على محاكاة العنصر البشري، وترتيب المعلومات وإنتاجها، وتحليل كميات ضخمة من البيانات المستخدمة في العديد من المجالات خاصة العلاقات العامة، والتي يسعى القائمون عليها إلى توظيف تقنياته في تنفيذ الاستراتيجيات الاتصالية الفعالة، وتحقيق التعامل الأمثل مع الجمهور، وتقديم حلول وبدائل مبتكرة للعديد من المشكلات وضغوطات العمل، فضلاً عن قدرة هذه التقنيات على إدارة وتنفيذ المهام باستخدام البرمجيات التي تجمع بين البيانات ومعلومات الاتصال والمقاييس القابلة للتقييم، خاصة فيما يتعلق بنشر البيانات الصحفية والرصد الإعلامي، وتوقع الاتجاهات المستقبلية للسوق والأعمال، ومعرفة سلوكيات وتفضيلات وآراء الجمهور، وتطوير القدرات المهنية والتكنولوجية للعاملين (الصيفي، حسن، ٢٠٢١، ١٤٤).

كما أحدثت منصات الذكاء الاصطناعي التوليدي (generative AI) طفرة هائلة في صناعة العلاقات العامة، من خلال أتمتة المهام الأكثر تعقيداً للوظيفة، بما يسمح لمختصي العلاقات العامة بأداء الأعمال بكفاءة وفاعلية أكبر، ودعم الشراكة بين خبراء الاتصالات البشرية وخوارزميات الذكاء الاصطناعي، وإنشاء محتوى عملي يتوافق مع أهداف العلاقات العامة وقيم المجتمع الذي تعمل في إطاره، فضلاً عن تحسين تجربة المستخدم، وسهولة الرد على استفسارات العملاء، وجدولة المواعيد، وإجراء المقابلات، ومواجهة التحديات المرتبطة بتطوير الاستراتيجيات، والاتصالات الإعلامية، ومراقبة وسائل التواصل الاجتماعي، ورصد التعليقات السلبية والانتقادات المحتملة، وتحسين الكفاءة والإنتاجية، وتحليل كميات كبيرة من البيانات، وتحديد الأنماط التي تساعد ممارسي العلاقات العامة على فهم جمهورهم بشكل أفضل؛ مما يساهم في اتخاذ القرارات الإدارية الفعالة، ونقل الرسائل الاتصالية للجمهور المستهدف في الوقت المناسب، وإتاحة الفرصة أمامهم لتحسين فعالية الاتصال، والمشاركة الإعلامية والمجتمعية، كما تساعد هذه المنصات على زيادة التواصل الفعال بين ممارسي العلاقات العامة والمؤثرين، وتوفير فرص جديدة للتواصل الشخصي، وتحسين خدمة العملاء عبر برامج روبوتات المحادثة والمساعدات الافتراضيين، وتقادي التقلبات التي تضر بمصلحة الوزارات، من خلال التنبؤ بوقوعها مستقبلاً (المدني، أسامة، ٢٠٢٢، ٢١٣).

ثانياً: أشكال توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في مجال العلاقات العامة

يتم توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في مجال العلاقات العامة، من خلال استخدام تقنيات التعلم الآلي (ML) ومعالجة اللغة الطبيعية (NLP)، كما يمكن للذكاء الاصطناعي تحليل المقالات الصحفية والتعليقات عبر الإنترنت لتحديد المشاعر والاتجاهات السائدة، فضلاً عن إدارة الحسابات على مواقع التواصل الاجتماعي من خلال أدوات الجدولة التلقائية، والردود الذكية، وتحليل الأداء، كما تساعد الروبوتات الذكية مثل الشات بوتس (Chat bots) على التفاعل مع الجمهور على مدار الساعة مما يزيد من كفاءة التواصل، ويعزز من تجربة المستخدم وأتمتة المهام الروتينية مثل كتابة البيانات الصحفية، وإعداد التقارير، ومتابعة الأخبار ذات الصلة، مما يساهم في توفير الوقت والجهد للمحترفين، ويزيد من كفاءة تنفيذ المهام الاستراتيجية، كما يمكن استخدام الخوارزميات لتحليل سلوك الجمهور، وتوقع استجاباتهم للحملات الإعلامية، وتحسين سير العمل، وتدعيم الروابط المختلفة (Moore, Simon, 2021, 86).

وتتعدد نظم الذكاء الاصطناعي المستخدمة في مجال العلاقات العامة لتشمل:

- ١- النظم الخبيرة: وتُمثل أهم نظم الذكاء الاصطناعي، فالخبرة تعني اكتساب حجم هائل من المعرفة والمهارات الإجرائية، التي تقود إلى الأداء المتميز لخبراء وممارسي العلاقات العامة.
- ٢- نظم دعم القرار: وتجمع بين قواعد البيانات والنماذج الرياضية والإحصائية، وتُفيد في التنبؤ والإنذار المبكر للأزمات، من خلال المزج بين البيانات المتاحة والرؤى الشخصية لمتخذي القرار، واستخدام أساليب إحصائية في تقدير المتغيرات خارج السلسلة الزمنية.
- ٣- نظم الحوسبة المُحابسية: وتستخدم في الوصول إلى موارد الحوسبة كالشبكات والتخزين والتطبيقات والخدمات، بالاعتماد على نموذج البنية التحتية، وتشغيل البرمجيات العشوائية، والسيطرة على بيانات وأنظمة التشغيل والوسائط، وإدارة قواعد البيانات والتطبيقات المنتشرة

وقائع المؤتمر العلمي التاسع (الدولي الثالث) لكلية الإعلام – الجامعة العراقية الموسوم: الذكاء الاصطناعي في

الإعلام – آفاق الابتكار وتحديات الحوار الثقافي للمدة من ٢٣-٢٤/٤/٢٠٢٥م – (عدد خاص)

(الدسوقي، نورة، ٢٠٢٣، ص٦٧)، وتتعدد أشكال توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في مجال العلاقات العامة لتشمل: (سليمان، نسمة، ٢٠٢٣، ١٠٥)

١- الفيديوهات:

يمكن لممارسي العلاقات العامة الاستفادة من تقنيات الذكاء الاصطناعي في صنع فيديوهات عالية الجودة، باستخدام أحدث برامج الرسومات المتحركة التي يدعمها الذكاء الاصطناعي، دون الحاجة لفريق عمل أو برمجيات معقدة لتصحيح الفيديوهات، مما يزيد من تشجيع المستخدمين على النشر والتفاعل عبر منصات التواصل الاجتماعي.

٢- كتابة البيانات الصحفية والتقارير:

يقوم الذكاء الاصطناعي بأتمتة المهام الروتينية، وتخصيص المزيد من الوقت لإنشاء المحتوى المبتكر والتفكير الاستراتيجي، وكتابة البيانات والتقارير الصحفية باحترافية، مما يساهم في محاكاة التقنيات للعنصر البشري في كتابة هذه التقارير، بل والتفوق عليه في كثير من الأحيان.

٣- الرصد الإعلامي:

يمكن توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في رصد التغطية الإعلامية، وتقييم آراء العملاء، وتتبع الخدمات والمنتجات والعلامات التجارية، وقياس مدى نجاح الحملات الإعلامية، وتحديد الفرص المتاحة للتفاعل مع وسائل الإعلام (Klepeis, Alicia, 2019, 3).

٤- إدارة الأزمات:

تقوم خوارزميات الذكاء الاصطناعي بمساعدة ممارسي العلاقات العامة في المراحل المختلفة للأزمة، من خلال تحديد آراء ومشاعر الأفراد، وإيجاد الأنماط والأمور غير الشائعة في المحادثات عبر الإنترنت مما يساهم في التنبؤ بالأزمات المستقبلية، والتعامل مع المشكلات في مراحلها المبكرة، والحفاظ على صورة العلامة التجارية.

٥- تحليل الجمهور ووسائل الإعلام:

يمكن لممارسي العلاقات العامة الاستفادة من تقنيات الذكاء الاصطناعي في تحليل الحملات الإعلامية ومحتوى وسائل الإعلام، ورصد الشخصيات العامة والتعامل معها، وتتبع المحادثات التي تدور على شبكة الإنترنت ومواقع التواصل الاجتماعي، بهدف معرفة اتجاهات الأفراد نحو سياسات وجهود المؤسسة، وإتاحة الفرصة أمام الجمهور للتفاعل مع المحتوى المنشور عبر وسائل الإعلام (حمدي، شريف، ٢٠٢٣، ٢١٤).

ثالثاً: التحديات التي تواجه استخدام العلاقات العامة لتقنيات الذكاء الاصطناعي

على الرغم من الفوائد المتعددة للذكاء الاصطناعي في مجال العلاقات العامة، فإن هناك العديد من التحديات التي تتعلق بالاستخدام الأمثل لهذه التقنيات وتتمثل في: (Galloway, Chris, 2021, 47)

- ١- تمثيل هذه التقنيات تهديداً للمنظومة الأخلاقية المرتبطة باستخدامها، في إطار العمل على تحقيق الفوائد القصوى، وتقليل المخاطر المحتملة.

- ٢- إن قدرة تطبيقات الذكاء الاصطناعي على الانتشار الكبير، يتطلب معها قيام ممارسي العلاقات العامة بتحصين أنفسهم بالتدريب، ومعرفة أساليب التعامل مع هذه التقنيات على اختلاف قدراتها

المدرس المساعد صباح جابر حسين فزع الزبيدي

وإمكاناتها، من أجل تحسين بيئة العمل، وتطوير المهارات المهنية، والحفاظ على مكانة ممارسي العلاقات العامة في القيادة والتوجيه، مما يعكس زيادة الحاجة إلى الخبراء التقنيين.

٣- إن استخدام الذكاء الاصطناعي في مجال العلاقات العامة يشكل تحدياً كبيراً لأقسام العلاقات العامة والإعلام الرقمي، حيث يتطلب الأمر إعادة هيكلة المقررات الدراسية، لتزويد الطلاب بمجموعة من المعارف والمهارات الجديدة، اللازمة لمواجهة متطلبات سوق العمل في العصر الحديث (Waters, Richard, 2014, 285).

٤- التحديات والمخاوف المرتبطة باستبدال الموظفين بالروبوتات، وإنشاء محتوى مضلل أو مزيف، مما يعكس ضرورة التحقق من صحة المحتوى قبل نشره.

٥- إمكانية استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي بشكل غير أخلاقي ومسؤول، خاصة في مجالات خصوصية البيانات، والابتكار، وعدم التمييز (Bosch, Van, 2022, 60).

المبحث الثالث: مناقشة نتائج البحث

قام الباحث بعمل بحث ميداني على عينة متاحة قوامها (٢٠٠) مفردة من العاملين بإدارات العلاقات العامة بالوزارات الحكومية العراقية، في الفترة من ١ أغسطس إلى ٣١ أكتوبر ٢٠٢٤م، وجاءت نتائج البحث كالتالي :

جدول (١) توصيف عينة البحث

الوزارات	التكرار	النسبة المئوية	المرتبة
الاتصالات	٣٦	١٨	الأولى
البيئة	٣٣	١٦.٥	الثانية
الصحة	٣٠	١٥	الثالثة
التربية	٢٨	١٤	الرابعة
الدفاع	٢٦	١٣	الخامسة
الثقافة والسياحة والآثار	٢٤	١٢	السادسة
الزراعة	٢٣	١١.٥	السابعة
المجموع	٢٠٠	١٠٠	

تشير بيانات جدول (١) إلى توصيف عينة البحث، وقد جاءت وزارة الاتصالات بنسبة ١٨% من إجمالي العينة، تليها وزارة البيئة بنسبة ١٦.٥%، تليها وزارة الصحة بنسبة ١٥%، تليها وزارة التربية بنسبة ١٤%، تليها وزارة الدفاع بنسبة ١٣%، تليها وزارة الثقافة والسياحة والآثار بنسبة ١٢%، وأخيراً وزارة الزراعة بنسبة ١١.٥%، مما يعكس حرص الحكومة العراقية على توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في شتى القطاعات التنموية، والذي برز في تعدد الوزارات الحكومية التي تحرص على توظيف تلك التقنيات بأدواتها وتطبيقاتها المختلفة، وذلك وفقاً لطبيعة عمل الوزارات، ونطاق اختصاصاتها ومسؤولياتها، وأهدافها المختلفة من تحقيق التنمية في المجتمع العراقي.

وقائع المؤتمر العلمي التاسع (الدولي الثالث) لكلية الإعلام – الجامعة العراقية الموسوم: الذكاء الاصطناعي في

الإعلام – آفاق الابتكار وتحديات الحوار الثقافي للمدة من ٢٣-٢٤/٤/٢٠٢٥م – (عدد خاص)

• الخصائص الديموغرافية للمبحوثين

جدول (٢) طبيعة العمل

طبيعة العمل	التكرار	النسبة المئوية	المرتبة
موظفون	١١٢	٥٦	الأولى
معاونين المديرين	٦٣	٣١.٥	الثانية
مديرون	٢٥	١٢.٥	الثالثة
المجموع	٢٠٠	١٠٠	

تشير بيانات جدول (٢) إلى طبيعة عمل المبحوثين، وقد جاءت نسبة ٥٦% من العاملين بالوزارات الحكومية العراقية من فئة الموظفين، في مقابل ٣١.٥% لفئة معاونين المديرين، ١٢.٥% لفئة المديرين، مما يعكس تنوع الأشكال والمستويات الوظيفية للعاملين بالوزارات الحكومية العراقية في تمثيلها داخل العينة.

جدول (٣) النوع

النوع	التكرار	النسبة المئوية	المرتبة
ذكور	١٠٦	٥٣	الأولى
إناث	٩٤	٤٧	الثانية
المجموع	٢٠٠	١٠٠	

تشير بيانات جدول (٣) إلى نوع المبحوثين، وقد جاءت فئة الذكور بنسبة ٥٣% من إجمالي العينة، في مقابل ٤٧% للإناث، وهو ما يعني اختلاف نوع المبحوثين في توزيع العينة ما بين الذكور والإناث، مع غلبة فئة الذكور.

جدول (٤) العمر

العمر	التكرار	النسبة المئوية	المرتبة
٤٥ سنة فأكثر	٨٣	٤١.٥	الأولى
من ٣٥ إلى أقل من ٤٥ سنة	٦٤	٣٢	الثانية
من ٢٢ إلى أقل من ٣٥ سنة	٥٣	٢٦.٥	الثالثة
المجموع	٢٠٠	١٠٠	

تشير بيانات جدول (٤) إلى عُمر المبحوثين، وقد جاءت نسبة ٤١.٥% من المبحوثين، ممن تبلغ أعمارهم ٤٥ سنة فأكثر، في مقابل ٣٢% للفئة العمرية من ٣٥ إلى أقل من ٤٥ سنة، ونسبة ٢٦.٥% لمن تتراوح أعمارهم من ٢٢ إلى أقل من ٣٥ سنة، مما يعكس تنوع المراحل العمرية للمبحوثين في تمثيلها داخل العينة، مع غلبة الفئة العمرية من ٤٥ سنة فأكثر.

جدول (٥) المستوى التعليمي

المرتبة	النسبة المئوية	التكرار	المستوى التعليمي
الأولى	٤٥.٥	٩١	بكالوريوس
الثانية	٣٣.٥	٦٧	ماجستير
الثالثة	٢١	٤٢	دكتوراه
	١٠٠	٢٠٠	المجموع

تشير بيانات جدول (٥) إلى المستوى التعليمي للمبحوثين، وقد جاءت فئة المبحوثين الحاصلين على درجة البكالوريوس بنسبة ٤٥.٥٪، في مقابل ٣٣.٥٪ للحاصلين على درجة الماجستير، ونسبة ٢١٪ للحاصلين على درجة الدكتوراه، وهو ما يعكس تنوع المستويات التعليمية للمبحوثين في تمثيل العينة، مع غلبة فئة الحاصلين على درجة البكالوريوس.

جدول (٦) سنوات الخبرة (الكفاءة المهنية)

المرتبة	النسبة المئوية	التكرار	سنوات الخبرة
الأولى	٤٦	٩٢	أكثر من ٥ سنوات
الثانية	٣٧.٥	٧٥	من ٣ إلى أقل من ٥ سنوات
الثالثة	١٦.٥	٣٣	من سنة إلى أقل من ٣ سنوات
	١٠٠	٢٠٠	المجموع

تشير بيانات جدول (٦) إلى سنوات الخبرة أو الكفاءة المهنية للمبحوثين، وقد جاءت نسبة ٤٦٪ من المبحوثين، ممن يعملون بإدارات العلاقات العامة بالوزارات الحكومية العراقية لمدة تزيد عن خمس سنوات، في مقابل ٣٧.٥٪ لمن يعملون بإدارات العلاقات العامة بالوزارات في مدة تتراوح من ٣ إلى أقل من ٥ سنوات، ونسبة ١٦.٥٪ لمن يعملون في مدة تتراوح من سنة إلى أقل من ٣ سنوات، وهو ما يعكس زيادة خبرة العاملين بالأهداف والخطط المختلفة للعلاقات العامة، ووعيهم بطرق توظيفها في تطوير أداء الوزارات الحكومية العراقية.

جدول (٧) مدى إدراك ممارسي العلاقات العامة لأهمية توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في الوزارات الحكومية العراقية

المرتبة	النسبة المئوية	التكرار	مدى الإدراك
الأولى	٤٤	٨٨	عالي
الثانية	٣٦	٧٢	متوسط
الثالثة	٢٠	٤٠	منخفض
	١٠٠	٢٠٠	المجموع

تشير بيانات جدول (٧) إلى مدى إدراك ممارسي العلاقات العامة لأهمية توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في الوزارات الحكومية العراقية، وقد جاءت نسبة ٤٤٪ من المبحوثين، ممن يدركون

وقائع المؤتمر العلمي التاسع (الدولي الثالث) لكلية الإعلام – الجامعة العراقية الموسوم: الذكاء الاصطناعي في

الإعلام – آفاق الابتكار وتحديات الحوار الثقافي للمدة من ٢٣-٢٤/٤/٢٠٢٥م – (عدد خاص)

أهمية توظيف التقنيات بدرجة عالية، في مقابل ٣٦% لمن يدركون أهمية توظيف التقنيات بدرجة متوسطة، ونسبة ٢٠% لمن يدركون أهمية توظيف التقنيات بدرجة منخفضة، وهو ما يعكس مواكبة العاملين بإدارات العلاقات العامة لتكنولوجيا العصر الحديث، وكيفية توظيفها في تسهيل عملية الاتصال بالجمهور، وتطوير أداء الوزارات الحكومية العراقية.

جدول (٨) الاستراتيجيات الاتصالية التي تتبناها أجهزة العلاقات بإطار توظيفها لتلك التقنيات

الاستراتيجيات	التكرار	النسبة المئوية	المرتبة
الإعلام أو الإخبار	٥٢	٢٦	الأولى
الإقناع	٤٣	٢١.٥	الثانية
التنسيق	٤١	٢٠.٥	الثالثة
الاستعلام	٣٩	١٩.٥	الرابعة
الحوار	١٨	٩	الخامسة
بناء الإجماع	٧	٣.٥	السادسة
المجموع	٢٠٠	١٠٠	

تشير بيانات جدول (٨) إلى الاستراتيجيات الاتصالية التي تتبناها أجهزة العلاقات العامة بالوزارات الحكومية العراقية، في إطار توظيفها لتلك التقنيات، وقد تصدرت استراتيجية (الإعلام أو الإخبار) للاستراتيجيات المستخدمة بنسبة ٢٦%، تليها استراتيجية (الإقناع) بنسبة ٢١.٥%، تليها استراتيجية (التنسيق) بنسبة ٢٠.٥%، وأخيراً (بناء الإجماع) بنسبة ٣.٥%، وهو ما يعكس حرص أجهزة العلاقات العامة بالوزارات على تزويد الجمهور بمستجدات الأحداث والقضايا المختلفة، وتوظيف التقنيات الحديثة في جذب انتباهه، وإقناعه بسياسات وتوجهات الحكومة في مواجهة القضايا المختلفة، وتحقيق التنمية في شتى القطاعات.

جدول (٩) تطبيقات الذكاء الاصطناعي التي يعتمد عليها ممارسو العلاقات العامة بالوزارات

التطبيقات	التكرار	النسبة المئوية	المرتبة
Adobe Sensei	٦٤	٣٢	الأولى
Brand watch	٥٣	٢٦.٥	الثانية
Wordsmith	٤٨	٢٤	الثالثة
Soniox	١٩	٩.٥	الرابعة
Systran	١٦	٨	الخامسة
المجموع	٢٠٠	١٠٠	

تشير بيانات جدول (٩) إلى تطبيقات الذكاء الاصطناعي التي يعتمد عليها ممارسو العلاقات العامة في تطوير أداء الوزارات الحكومية العراقية، وقد تصدر تطبيق (Adobe Sensei) للتطبيقات الرقمية المستخدمة بنسبة ٣٢%، يليه تطبيق (Brand watch) بنسبة ٢٦.٥%، يليه تطبيق (Wordsmith) بنسبة ٢٤%، يليه تطبيق (Soniox) بنسبة ٩.٥%، وأخيراً تطبيق (Systran)

المدرس المساعد صباح جابر حسين فزع الزبيدي

بنسبة ٨٠٪، وهو ما يعكس تنوع التطبيقات الذكية التي تعتمد عليها إدارات العلاقات العامة بالوزارات، وتركيزها على جذب انتباه الجمهور نحو كافة أشكال المحتوى البصري، التي تبرز دور الحكومة في مواجهة القضايا الهامة في المجتمع العراقي.

جدول (١٠) الخدمات الرقمية التي يتيحها استخدام التقنيات للوزارات الحكومية العراقية

المرتبة	النسبة المئوية	التكرار	الخدمات الرقمية
الأولى	٢٩.٥	٥٩	تحرير الصور والفيديوهات
الثانية	٢٧.٥	٥٥	تحليل محادثات وسائل التواصل الاجتماعي
الثالثة	٢٠.٥	٤١	إنشاء اللغات الطبيعية والمقالات الإخبارية
الرابعة	١٢	٢٤	معالجة الأصوات وتحويلها إلى نصوص
الخامسة	١٠.٥	٢١	ترجمة النصوص بشكل فوري
	١٠٠	٢٠٠	المجموع

تشير بيانات جدول (١٠) إلى الخدمات الرقمية التي يتيحها استخدام التقنيات للوزارات الحكومية العراقية، وقد تصدرت خدمة (تحرير الصور والفيديوهات) للخدمات الرقمية بنسبة ٢٩.٥٪، تليها خدمة (تحليل محادثات وسائل التواصل الاجتماعي) بنسبة ٢٧.٥٪، تليها خدمة (إنشاء اللغات الطبيعية والمقالات الإخبارية) بنسبة ٢٠.٥٪، وأخيراً خدمة (ترجمة النصوص بشكل فوري) بنسبة ١٠.٥٪، وهو ما يعكس زيادة قدرة تقنيات الذكاء الاصطناعي على توفير الوقت والجهد الذي يتكبده العنصر البشري في تنفيذ المحتوى البصري، مما يؤدي إلى أتمتة المهام، وحسن توظيفها في تحليل الرسائل الاتصالية، بصورة تزيد من مشاركة الجمهور وتفاعله مع المحتوى.

جدول (١١) اتجاهات ممارسي العلاقات نحو استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي بالوزارات

المرتبة	النسبة المئوية	التكرار	الاتجاهات
الأولى	٤٤.٥	٨٩	إيجابية
الثانية	٢٨.٥	٥٧	سلبية
الثالثة	٢٧	٥٤	محايدة
	١٠٠	٢٠٠	المجموع

تشير بيانات جدول (١١) إلى اتجاهات ممارسي العلاقات العامة نحو استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في الوزارات الحكومية العراقية، وقد تصدر (الاتجاه الإيجابي) لاتجاهات ممارسي العلاقات العامة نحو استخدام التقنيات بنسبة ٤٤.٥٪، يليه (الاتجاه السلبي) بنسبة ٢٨.٥٪، ثم الاتجاه (المحايد) بنسبة ٢٧٪، وهو ما يعكس تأييد المبحوثين لاستخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في بيئة العمل، وقدرتها على الارتقاء بأداء الوزارات الحكومية العراقية.

وقائع المؤتمر العلمي التاسع (الدولي الثالث) لكلية الإعلام – الجامعة العراقية الموسوم: الذكاء الاصطناعي في

الإعلام – آفاق الابتكار وتحديات الحوار الثقافي للمدة من ٢٣-٢٤/٤/٢٠٢٥م – (عدد خاص)

جدول (١٢) العلاقة بين مدى إدراك المبحوثين لأهمية توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي واتجاهاتهم نحوها

درجة الحرية	٢كا	الإجمالي	سلبية		محايدة		إيجابية		طبيعة الاتجاهات
			%	ك	%	ك	%	ك	
٤	٢٠.١٥ (دالة)	٨٨	٣١.٦	١٨	٢٩.٧	١٦	٦٠.٧	٥٤	مدى الإدراك عالي
		٧٢	٤٧.٣	٢٧	٤٠.٧	٢٢	٢٥.٨	٢٣	متوسط
		٤٠	٢١.١	١٢	٢٩.٦	١٦	١٣.٥	١٢	منخفض
		٢٠٠	١٠٠	٥٧	١٠٠	٥٤	١٠٠	٨٩	المجموع

مستوى المعنوية = ٠.٠٥

٢٠.١٥ = ٢كا

درجة الحرية = ٤

تشير بيانات جدول (١٢) إلى العلاقة بين مدى إدراك المبحوثين لأهمية توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في الوزارات الحكومية العراقية واتجاهاتهم نحوها، وبحساب قيمة ٢كا من الجدول السابق وُجد أنها = ٢٠.١٥، وهي قيمة أكبر من قيمتها الجدولية عند درجة حرية (٤) ومستوى معنوية (٠.٠٥)، وهو ما يؤكد وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائية بين مدى إدراك المبحوثين لأهمية توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في الوزارات الحكومية العراقية واتجاهاتهم نحوها.

جدول (١٣) العلاقة بين مدى اعتماد المبحوثين على تقنيات الذكاء الاصطناعي وتأثيراتها المعرفية والوجدانية والسلوكية

م	التأثيرات	مدى الاعتماد		عالي		متوسط		منخفض		المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
		%	ك	%	ك	%	ك	%	ك		
التأثير المعرفي	أدى استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي إلى إثراء معارف ممارسي العلاقات العامة بالوزارات الحكومية العراقية.	١٢٦	٦٣	٢٨	١٤	٤٦	٢٣	٢.٤	٧٩.٥		
	صاحب تطبيق هذه التقنيات إخلال بالمحتوى المرتبط بأداء الحكومة العراقية.	٧١	٣٥.٥	٥٦	٢٨	٧٣	٣٦.٥	١.٩	٤٠.٧		
	لم تُقدم هذه التقنيات أي جديد إلى المعلومات المقدمة في وسائل الاتصال.	٤٢	٢١	٦٥	٣٢.٥	٩٣	٤٦.٥	١.٧	٤٨.٨		
التأثير الوجداني	استهدفت تقنيات الذكاء الاصطناعي الإثارة والتشويق على حساب توازن المحتوى.	٨٦	٤٣	٥٩	٢٩.٥	٥٥	٢٧.٥	٢.٢	٤٢.٥		

المدرس المساعد صباح جابر حسين فرع الزبيدي

٤٨.٦	٢.٢	٢٥	٥٠	٢٦	٥٢	٤٩	٩٨	نجحت هذه التقنيات في زيادة قربي وإندماجي مع الموضوعات المصاحبة لها	التأثير السلوكي
٥١.٢	١.٧	٤٦.٥	٩٣	٣٥.٥	٧١	١٨	٣٦	استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي يزيد من قلقي حول مصداقية المحتوى .	
٨٤.٧	١.٥	٦٣	١٢٦	٢٥.٥	٥١	١١.٥	٢٣	هناك اهتمام كبير بتطبيق هذه التقنيات في الوزارات الحكومية العراقية .	
٥٣.٤	٢.٣	١٧.٥	٣٥	٣٢	٦٤	٥٠.٥	١٠١	تُسهم هذه التقنيات في زيادة التفاعل وتحسين تجربة المستخدم.	
٥٣.١	١.٩	٢٤	٤٨	٥١.٥	١٠.٣	٢٤.٥	٤٩	هناك مخاوف من الممارسات الادارية الخاطئة لهذه التقنيات وتهديدها لقيم المجتمع.	

تشير بيانات جدول (١٣) إلى العلاقة بين مدى اعتماد المبحوثين على تقنيات الذكاء الاصطناعي وتأثيراتها المعرفية والوجدانية والسلوكية، وقد حظيت عبارة (هناك اهتمام كبير بتطبيق هذه التقنيات في الوزارات الحكومية العراقية) بأعلى قيمة للانحراف المعياري عن مركز القيم (المتوسط الحسابي)، حيث بلغت نحو (٨٤.٧)، تليها عبارة (أدى استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي إلى إثراء معارف ممارسي العلاقات العامة بالوزارات الحكومية العراقية) بانحراف معياري بلغ نحو (٧٩.٥)، أما عبارة (صاحب تطبيق هذه التقنيات إخلال بالمحتوي المرتبط بأداء الحكومة العراقية) فجاءت أقل العبارات في قيمة الانحراف المعياري عن مركز القيم، حيث بلغت نحو (٤٠.٧)، وهو ما يعكس وجود فروق ذات دلالة إحصائية في مدى اعتماد المبحوثين على تقنيات الذكاء الاصطناعي وفقاً لتأثيراتها المعرفية والوجدانية والسلوكية، لصالح التأثيرات المعرفية.

جدول (١٤) العلاقة بين طبيعة الخدمات الرقمية التي تتيحها تقنيات الذكاء الاصطناعي للوزارات الحكومية العراقية واتجاهات ممارسي العلاقات العامة نحوها

الاتجاهات	إيجابية		محايدة		سلبية		المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
	الخدمات الرقمية							
تحرير الصور والفيديوهات	٩١	٤٥.٥	٤٥	٢٢.٥	٦٤	٣٢	٢.١	٤٦.١
تحليل محادثات وسائل التواصل الاجتماعي	١٢٠	٦٠	٤٤	٢٢	٣٦	١٨	٢.٤	٦٩.٦
إنشاء اللغات الطبيعية والمقالات الإخبارية	٢٩	١٤.٥	٧٧	٣٨.٥	٩٤	٤٧	١.٧	٥٥.٨
معالجة الأصوات وتحويلها إلى نصوص	١٤٢	٧١	٣٦	١٨	٢٢	١١	٢.٦	١٠٩.٥
ترجمة النصوص بشكل فوري	١٥	٧.٥	٥٦	٢٨	١٢٩	٦٤.٥	١.٤	٩٤.٦

وقائع المؤتمر العلمي التاسع (الدولي الثالث) لكلية الإعلام – الجامعة العراقية الموسوم: الذكاء الاصطناعي في

الإعلام – آفاق الابتكار وتحديات الحوار الثقافي للمدة من ٢٣-٢٤/٤/٢٠٢٥م – (عدد خاص)

تشير بيانات جدول (١٤) إلى العلاقة بين طبيعة الخدمات الرقمية التي تتيحها تقنيات الذكاء الاصطناعي للوزارات الحكومية العراقية واتجاهات ممارسي العلاقات العامة نحوها، وقد حظيت خدمة (معالجة الأصوات وتحويلها إلى نصوص) بأعلى قيمة للانحراف المعياري عن مركز القيم (المتوسط الحسابي) حيث بلغت نحو (١٠٩.٥)، بينما حظيت خدمة (تحرير الصور والفيديوهات) بأقل قيمة للانحراف المعياري عن مركز القيم بلغت نحو (٤٦.١)، وهو ما يعكس وجود فروق ذات دلالة إحصائية في اتجاهات المبحوثين نحو دور تقنيات الذكاء الاصطناعي في تطوير أداء الوزارات الحكومية العراقية، وفقا لاختلاف الخدمات الرقمية التي تتيحها التقنيات، لصالح خدمة (تحرير الصور والفيديوهات).

❖ العلاقة بين المتغيرات الديموغرافية واتجاهات المبحوثين نحو دور تقنيات الذكاء الاصطناعي في تطوير أداء الوزارات الحكومية العراقية .

جدول (١٥) العلاقة بين طبيعة العمل واتجاهات المبحوثين نحو دور تقنيات الذكاء الاصطناعي في تطوير أداء الوزارات الحكومية العراقية

درجة الحرية	كا	الإجمالي	سلبية		محايدة		إيجابية		الاتجاهات
			%	ك	%	ك	%	ك	
٤	٢٤.٦٤								طبيعة العمل
		١١٢	٣٣.٣	١٩	٥٩.٢	٣٢	٦٨.٦	٦١	الموظفون
		٦٣	٥٦.٢	٣٢	٢٤.١	١٣	٢٠.٢	١٨	معاونين المديرين
		٢٥	١٠.٥	٦	١٦.٧	٩	١١.٢	١٠	المديرون
		٢٠٠	١٠٠	٥٧	١٠٠	٥٤	١٠٠	٨٩	المجموع

مستوى المعنوية: ٠.٠٥

٢٤.٦٤ = كا

درجة الحرية = ٤

تشير بيانات جدول (١٥) إلى العلاقة بين طبيعة العمل واتجاهات المبحوثين نحو دور تقنيات الذكاء الاصطناعي في تطوير أداء الوزارات الحكومية العراقية، وبحساب قيمة معامل كا، وُجد أنها = ٢٤.٦٤، وهي قيمة أكبر من قيمتها الجدولية، عند مستوى معنوية ٠.٠٥، ودرجة حرية (٤)، وهو ما يعني ارتباط اتجاهات المبحوثين نحو دور التقنيات بمتغير طبيعة العمل، خاصة الموظفين، وبالتالي توجد هناك فروق ذات دلالة إحصائية في اتجاهات المبحوثين نحو دور تقنيات الذكاء الاصطناعي في تطوير أداء الوزارات الحكومية العراقية وفقا لمتغير طبيعة العمل، لصالح فئة الموظفين.

المدرس المساعد صباح جابر حسين فزع الزبيدي

جدول (١٦) العلاقة بين النوع واتجاهات المبحوثين نحو دور تقنيات الذكاء الاصطناعي في تطوير أداء الوزارات الحكومية العراقية

درجة الحرية	كا	الإجمالي	سلبية		محايدة		إيجابية		الاتجاهات
			%	ك	%	ك	%	ك	
٢	٢٩.٩٨ (دالة)		٢٩.٨	١٧	٤٤.٤	٢٤	٧٣.١	٦٥	ذكور
			٧٠.٢	٤٠	٥٥.٦	٣٠	٢٦.٩	٢٤	إناث
			١٠٠	٥٧	١٠٠	٥٤	١٠٠	٨٩	المجموع

كا = ٢٩.٩٨ مستوى المعنوية: ٠.٠٥

درجة الحرية = ٢

تشير بيانات جدول (١٦) إلى العلاقة بين النوع واتجاهات المبحوثين نحو دور تقنيات الذكاء الاصطناعي في تطوير أداء الوزارات الحكومية العراقية، وبحساب قيمة معامل كا، وُجد أنها = ٢٩.٩٨، وهي قيمة أكبر من قيمتها الجدولية عند مستوى معنوية ٠.٠٥، ودرجة حرية (٢)، وهو ما يعني وجود فروق ذات دلالة إحصائية في اتجاهات المبحوثين نحو دور تقنيات الذكاء الاصطناعي في تطوير أداء الوزارات الحكومية العراقية وفقاً لمتغير النوع، لصالح فئة الذكور.

جدول (١٧) العلاقة بين العمر واتجاهات المبحوثين نحو دور تقنيات الذكاء الاصطناعي في تطوير أداء الوزارات الحكومية العراقية

درجة الحرية	كا	الإجمالي	سلبية		محايدة		إيجابية		العمر
			%	ك	%	ك	%	ك	
٤	٢٣.٣٨ (دالة)		٢٦.٣	١٥	٤٠.٨	٢٢	٥١.٧	٤٦	٤٥ سنة فأكثر
			٢٦.٣	١٥	٤٦.٣	٢٥	٢٦.٩	٢٤	من ٣٥ إلى أقل من ٤٥ سنة
			٤٧.٤	٢٧	١٢.٩	٧	٢١.٤	١٩	من ٢٢ إلى أقل من ٣٥ سنة
			١٠٠	٥٧	١٠٠	٥٤	١٠٠	٨٩	المجموع

كا = ٢٣.٣٨ مستوى المعنوية: ٠.٠٥

درجة الحرية = ٤

تشير بيانات جدول (١٧) إلى العلاقة بين العمر واتجاهات المبحوثين نحو دور تقنيات الذكاء الاصطناعي في تطوير أداء الوزارات الحكومية العراقية، وبحساب قيمة معامل كا، وُجد أنها = ٢٣.٣٨، وهي قيمة أكبر من قيمتها الجدولية عند مستوى معنوية ٠.٠٥، ودرجة حرية (٤)، وهو ما يعني وجود فروق ذات دلالة إحصائية في اتجاهات المبحوثين نحو دور تقنيات الذكاء الاصطناعي في تطوير أداء الوزارات الحكومية العراقية وفقاً لمتغير العمر، لصالح الفئة الأكبر سناً.

وقائع المؤتمر العلمي التاسع (الدولي الثالث) لكلية الإعلام – الجامعة العراقية الموسوم: الذكاء الاصطناعي في

الإعلام – آفاق الابتكار وتحديات الحوار الثقافي للمدة من ٢٣-٢٤/٤/٢٠٢٥م – (عدد خاص)

جدول (١٨) العلاقة بين المستوى التعليمي واتجاهات المبحوثين نحو دور تقنيات الذكاء الاصطناعي في تطوير أداء الوزارات الحكومية العراقية

درجة الحرية	كا	الإجمالي	سلبية		محايدة		إيجابية		الاتجاهات
			%	ك	%	ك	%	ك	
٤	٢.٩٧ (غير دالة)	٩١	٤٠.٤	٢٣	٤٠.٧	٢٢	٥١.٧	٤٦	بكالوريوس
		٦٧	٣٦.٨	٢١	٣٨.٩	٢١	٢٨.١	٢٥	ماجستير
		٤٢	٢٢.٨	١٣	٢٠.٤	١١	٢٠.٢	١٨	دكتوراه
		٢٠٠	١٠٠	٥٧	١٠٠	٥٤	١٠٠	٨٩	المجموع

درجة

مستوى المعنوية: ٠.٠٥

٢.٩٧ = كا

الحرية = ٤

تشير بيانات جدول (١٨) إلى العلاقة بين المستوى التعليمي واتجاهات المبحوثين نحو دور تقنيات الذكاء الاصطناعي في تطوير أداء الوزارات الحكومية العراقية، وبحساب قيمة معامل كا، وُجد أنها = ٢.٩٧، وهي قيمة أقل من قيمتها الجدولية عند مستوى معنوية ٠.٠٥، ودرجة حرية (٤)، وهو ما يعني عدم ارتباط اتجاهات المبحوثين نحو دور التقنيات في تطوير أداء الوزارات الحكومية العراقية بمتغير المستوى التعليمي، وبالتالي لم يثبت وجود فروق ذات دلالة إحصائية في اتجاهات المبحوثين نحو دور تقنيات الذكاء الاصطناعي في تطوير أداء الوزارات الحكومية العراقية وفقاً لمتغير المستوى التعليمي.

جدول (١٩) العلاقة بين سنوات الخبرة واتجاهات المبحوثين نحو دور تقنيات الذكاء الاصطناعي في تطوير أداء الوزارات الحكومية العراقية

درجة الحرية	كا	الإجمالي	سلبية		محايدة		إيجابية		الاتجاهات
			%	ك	%	ك	%	ك	
٤	١٣.٢٥ (دالة)	٩٢	٥٢.٦	٣٠	٢٩.٦	١٦	٥١.٧	٤٦	أكثر من ٥ سنوات
		٧٥	٢٤.٦	١٤	٥٠	٢٧	٣٨.٢	٣٤	من ٣ إلى أقل من ٥ سنوات
		٣٣	٢٢.٨	١٣	٢٠.٤	١١	١٠.١	٩	من سنة إلى أقل من ٣ سنوات
		٢٠٠	١٠٠	٥٧	١٠٠	٥٤	١٠٠	٨٩	المجموع

درجة الحرية = ٤

تشير بيانات جدول (١٩) إلى العلاقة بين سنوات الخبرة واتجاهات المبحوثين نحو دور تقنيات الذكاء الاصطناعي في تطوير أداء الوزارات الحكومية العراقية، وبحساب قيمة معامل كا^٢ وُجد أنها = ١٣.٢٥، وهي قيمة أكبر من قيمتها الجدولية عند مستوى معنوية ٠.٠٥، ودرجة حرية ٤، وهو ما يعني وجود فروق ذات دلالة إحصائية في اتجاهات المبحوثين نحو دور تقنيات الذكاء الاصطناعي في تطوير أداء الوزارات الحكومية العراقية وفقاً لمتغير سنوات الخبرة أو الكفاءة المهنية، لصالح الفئة الأكثر خبرة.

❖ خاتمة البحث:

قام الباحث بعمل بحث ميداني على عينة متاحة قوامها (٢٠٠) مفردة من العاملين بإدارات العلاقات العامة بالوزارات الحكومية العراقية، في الفترة من ١ أغسطس إلى ٣١ أكتوبر ٢٠٢٤م، وتوصلت نتائج البحث إلى:

- ١- زيادة إدراك ممارسي العلاقات العامة لأهمية توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في تطوير أداء الوزارات الحكومية العراقية.
- ٢- تصدرت (استراتيجية الإعلام أو الإخبار) للاستراتيجيات الاتصالية التي تتبناها أجهزة العلاقات العامة بالوزارات، في إطار توظيفها لتلك التقنيات، تليها استراتيجية (الإقناع).
- ٣- جاء (تحرير الصور والفيديوهات) كأبرز الخدمات الرقمية التي يتيحها استخدام التقنيات للوزارات الحكومية العراقية، يليه (تحليل محادثات وسائل التواصل الاجتماعي).
- ٤- غلبة (الاتجاهات الإيجابية) على اتجاهات ممارسي العلاقات العامة نحو استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في الوزارات الحكومية العراقية، تليها (الاتجاهات السلبية)، ثم (المحايدة).
- ٥- وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائية بين مدى إدراك ممارسي العلاقات العامة لأهمية توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في تطوير أداء الوزارات الحكومية العراقية واتجاهاتهم نحوها.
- ٦- وجود فروق ذات دلالة إحصائية في مدى اعتماد ممارسي العلاقات العامة على تقنيات الذكاء الاصطناعي في تطوير أداء الوزارات الحكومية العراقية وفقاً لتأثيراتها المعرفية والسلوكية، لصالح التأثيرات المعرفية.
- ٧- وجود فروق ذات دلالة إحصائية في اتجاهات ممارسي العلاقات العامة نحو دور تقنيات الذكاء الاصطناعي في تطوير أداء الوزارات الحكومية العراقية وفقاً لطبيعة الخدمات الرقمية التي تتيحها التقنيات، لصالح خدمة (تحرير الصور والفيديوهات).
- ٨- وجود فروق ذات دلالة إحصائية في اتجاهات ممارسي العلاقات العامة نحو دور تقنيات الذكاء الاصطناعي في تطوير أداء الوزارات الحكومية العراقية وفقاً لخصائصهم الديموغرافية، باستثناء متغير المستوى التعليمي.

وقائع المؤتمر العلمي التاسع (الدولي الثالث) لكلية الإعلام - الجامعة العراقية الموسوم: الذكاء الاصطناعي في

الإعلام - آفاق الابتكار وتحديات الحوار الثقافي للمدة من ٢٣-٢٤/٤/٢٠٢٥م - (عدد خاص)

❖ التوصيات:

- بعد الانتهاء من إعداد البحث، يتم تقديم عدة توصيات هي :
- ١- تحديد أدوات الذكاء الاصطناعي التي تلائم احتياجات العاملين في مجال العلاقات العامة، مع الوضع في الاعتبار ميزات الأداة، وسهولة الاستخدام، والتوافق مع الأنظمة الحالية، ودعم العملاء.
 - ٢- توفير التدريب والتوجيه اللازم لممارسي العلاقات العامة حول كيفية استخدام أدوات الذكاء الاصطناعي بشكل فعال في عملهم اليومي.
 - ٣- البدء بتنفيذ المحتوى الذي تم إنشاؤه بواسطة الذكاء الاصطناعي في نطاق صغير من حملات العلاقات العامة، وذلك لاختبار فعاليته وتقييم التأثير، ثم التوسع فيه بشكل تدريجي.
 - ٤- مراقبة وتحليل نتائج المحتوى الذي تم إنشاؤه بواسطة الذكاء الاصطناعي وبشكل مستمر.
 - ٥- ضرورة رصد آراء الجمهور، وأنماط تفاعلهم مع المحتوى الذي تم إنشاؤه بواسطة تلك التقنيات.
 - ٦- مراعاة التوازن بين استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي وجودة المعلومات التي تقدمها أجهزة العلاقات العامة بالوزارات الحكومية .

❖ المراجع العلمية:

- (١) الموقع الرسمي للملحقية الثقافية الإقليمية العراقية في بوخارست، الوزارات الحكومية العراقية، رومانيا، ٧ يناير ٢٠١٥، ص ١.
- (٢) أسامة المدني، ذكاء الإعلام، الرياض: مكتبة الملك فهد الوطنية، ٢٠٢٢، ص ٢١٣.
- (٣) حسن الصيفي، مبادئ العلاقات العامة الرقمية، الرياض: دار العبيكان للنشر والتوزيع، ٢٠٢١، ص ١٤٤.
- (٤) خلف كيوش، ممارسة أنشطة العلاقات العامة في ضوء تقنيات الذكاء الاصطناعي ، مجلة آداب المستنصرية - الإنسانيات ، المجلد ٤٨، العدد ١٠٦، جامعة المستنصرية، كلية الآداب، بغداد، ٢٠٢٤.
- (٥) خالد درار ، استخدامات تقنيات الذكاء الاصطناعي في العلاقات العامة، دراسة استشرافية بالتطبيق على عينة من أساتذة العلاقات العامة في الدول العربية ، المجلة العربية للإعلام والاتصال ، العدد ٣٣، الجمعية السعودية للإعلام والاتصال ، الرياض، ٢٠٢٣.
- (٦) سمر عبدالحليم ، إدراك ممارسي العلاقات العامة لدور الذكاء الاصطناعي في تطوير أداء التسويق الرقمي، المجلة العلمية لبحوث العلاقات العامة والإعلان ، العدد ٢٥، جامعة القاهرة ، كلية الإعلام، ٢٠٢٣.
- (٧) شريف حمدي، فنون الإقناع وتطبيقات الذكاء الاصطناعي، القاهرة: دار العربي للنشر والتوزيع، ٢٠٢٣، ص ٢١٤.
- (٨) شيماء صابر ، اتجاهات ممارسي العلاقات العامة نحو توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في البنوك المصرية، دراسة تطبيقية ، المجلة العلمية لبحوث الإعلام وتكنولوجيا الاتصال ، العدد ١٢، جامعة جنوب الوادي ، ٢٠٢٢.

- ٩) علي الشمري، الأساليب العلمية في ممارسة العلاقات العامة، القاهرة: دار العربي للنشر والتوزيع، ٢٠١١، ص ١٠.
- ١٠) نورة الدسوقي، الذكاء الاصطناعي في مواجهة الأخبار الزائفة، القاهرة: دار العربي للنشر والتوزيع، ٢٠٢٣، ص ٦٧.
- ١١) نسمة سليمان، فنون الإقناع وتطبيقات الذكاء الاصطناعي، القاهرة: دار العربي للنشر والتوزيع، ٢٠٢٣، ص ١٠٥.
- ١٢) هند علي، توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في وكالات العلاقات العامة العاملة في مصر، دراسة كيفية ، المجلة العربية لبحوث الإعلام والاتصال، العدد ٤، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، ٢٠٢٤.

- 1) Alicia Klepeis, **Artificial Intelligence and Work**, England: Rain tree Publishing, 2019, P3 .
- 2) Chris Galloway, **Artificial Intelligence, Strategic Communicators and Activism**, USA: Rout ledge Publishing, 2021, P47
- 3) JiYeon Jeong, Examining the Influence of Artificial Intelligence on Public Relations: Insights from the Organization Situation Public Communication (OSPC) Model, Asia - Pacific **Journal of Convergent Research Interchange**, V9, N7, Republic of Korea , 2023
- 4) Miller, Michael, Building More Details On Building Windows 8 Metro Apps, **PC Journal**, V2, N4, USA, 2011, P26.
- 5) Nilüfer Turksoy, The Future of Public Relations, Advertising and Journalism: How Artificial Intelligence May Transform the Communication Profession and Why Society Should Care?, **Journal of Turkish Review of Communication Studies**, V5, N40, Marmara University, Istanbul. Turkey, 2022
- 6) Richard Waters, **Public Relations in the Nonprofit Sector, Theory and Practice**, England: Taylor and Francis, 2014, P285
- 7) Simon Moore, **Strategic Communication and AI: Public Relations with Intelligent User Interfaces**, USA: Rout ledge Publishing, 2021, P86
- 8) Van Bosch, Stakeholder Integration: Building Mutually Enforcing Relationships, **Journal of Business and Society**, V41, N1, Sage Publications, USA, 2022, P60 .