

Adoption of Artificial Intelligence Applications by Public Relations Practitioners in Government Institutions: A Survey Study of Al-Ahsa Governorate, Saudi Arabia

Ghadir Ibrahim Mubarak Al-Oseil*, Hassan Niazi Al-Saifi

¹ Department of Communication and Media, College of Arts, King Faisal University, KSA.

Received 5 Jul. 2026

Revised 25 Jul. 2026

Accepted 10 Aug. 2026

Published 1 Sep. 2026

Cited as:

G. Al-Oseil, H. Al-Saifi,
Adoption of Artificial
Intelligence Applications by
Public Relations
Practitioners in Government
Institutions: A Survey Study
of Al-Ahsa Governorate,
Saudi Arabia, J. Dig Media.
AI. Vol. 3 No. 3 (2026) PP
199- 249.

DOI:

10.18576/jdmai/030303

Abstract: This study aimed to examine the adoption of artificial intelligence applications among public relations practitioners in governmental institutions in Al-Ahsa Governorate, by identifying the level of usage, practitioners' attitudes, the motivating factors, and the barriers that hinder adoption, in addition to examining differences according to selected personal and professional variables. The study adopted the descriptive survey method and used a questionnaire as data collection tool, which was administered to a sample of (180) public relations practitioners in governmental institution in Al-Ahsa Governorate. The results showed that the level of adoption of artificial intelligence applications was high, with positive attitudes among practitioners toward their use. The findings also indicated that key motivating factors included the availability of training, administrative support, and technological infrastructure, while the main barriers were lack of skills, data security concerns, and high costs. Furthermore, the results revealed statistically significant correlations between attitudes, motivating factors, and barriers with the level of adoption. It also indicated no statistically significant differences attributed to most variables, except for age, type of organization, and training courses. The study recommended enhancing training, supporting the adoption of modern technologies, and providing an appropriate organizational and technological environment for artificial intelligence applications.

Keywords: Public relations practitioners, artificial intelligence, governmental institutions, technology adoption, Al-Ahsa Governorate.

*Corresponding author: E-mail: ghadeer_403@hotmail.com

تبني ممارسو العلاقات العامة في المؤسسات الحكومية لتطبيقات الذكاء الاصطناعي: دراسة مسحية عن محافظة الاحساء بالملكة العربية السعودية.

1 غدير إبراهيم مبارك العصيل، حسن نيازي الصيفي

1 قسم الاتصال والإعلام- كلية الآداب – جامعة الملك فيصل- المملكة العربية السعودية.

الملخص: هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على واقع تبني ممارسو العلاقات العامة في المؤسسات الحكومية لتطبيقات الذكاء الاصطناعي بمحافظه الاحساء في المملكة العربية السعودية من خلال تحديد درجة الاستخدام واتجاهات الممارسين والعوامل المشجعة والمعوقات التي تحد من تبنيه إضافة إلى الكشف عن الفروق وفق بعض المتغيرات الشخصية والوظيفية. واعتمدت الدراسة المنهج الوصفي المسحي واستخدمت الاستبانة أداة لجمع البيانات وتم تطبيقها على عينة قوامها (180) مفردة من ممارسو العلاقات العامة في المؤسسات الحكومية بمحافظه الاحساء. وأظهرت النتائج أن درجة تبني تطبيقات الذكاء الاصطناعي جاءت مرتفعة مع وجود اتجاهات إيجابية لدى الممارسين نحو استخدامها كما تبين أن من أبرز العوامل المشجعة توفر التدريب والدعم الإداري والبنية التحتية في حين تمثلت أهم المعوقات في نقص المهارات ومخاوف أمن البيانات وارتفاع التكاليف. كما كشفت النتائج عن وجود علاقات ارتباطية دالة بين الاتجاهات والعوامل المشجعة والمعوقات ودرجة التبني وعدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية تعزى لمعظم المتغيرات باستثناء العمر وطبيعة الجهة الحكومية والدورات التدريبية. وأوصت الدراسة بضرورة تعزيز التدريب ودعم تبني التقنيات الحديثة وتوفير بيئة تنظيمية وتقنية مناسبة لتطبيقات الذكاء الاصطناعي.

الكلمات المفتاحية: ممارسو العلاقات العامة، الذكاء الاصطناعي، المؤسسات الحكومية، تبني التكنولوجيا، محافظة الاحساء.

1. مقدمة

في ظل استمرارية تطور التقنية وسرعة انتشارها أصبحت معظم المؤسسات تبني هذه التقنية وتواكب التطور المستمر والتي غيرت من شكل العمل داخلها، والتقنية ليست مقتصرة على المجال التقني؛ بل هي متنوعة وتشمل مجالات عدة منها إدارية وإعلامية واتصالية، وايضا من ضمنها مجال العلاقات العامة والذي يعتمد على إدارة المحتوى وصياغة الرسائل والتخطيط والتواصل والتعامل مع المعلومات بشكل كبير. كما ذكر مركز سميت للدراسات أنه في عام 2018 قام "جالواي" و"سوياتك" بوضع تصور للذكاء الاصطناعي في سياق العلاقات العامة وقدموا التعريف التالي: "تقنيات تظهر قدرات معرفية بشرية وتؤدي وظائف بشرية في تنفيذ أنشطة العلاقات العامة، سواء بشكل مستقل أو مع ممارسو العلاقات العامة" (مركز سميت للدراسات، 2024).

وأصبح لدى المؤسسات الحكومية تحديداً، توجه متزايد نحو التقنية واستخدامها في مجال العمل وذلك ضمن خطط التحول الرقمي، ولكن واقع استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي لا يزال في بدايته داخل إدارة العلاقات العامة لدى كثير من المؤسسات، ومستوى استخدامه يختلف من مؤسسة لأخرى ومن شخص لآخر حسب دعم الإدارة وتوفير التدريب.

وتتمحور أهمية دراسة موضوع تبني ممارسو العلاقات العامة لتطبيقات الذكاء الاصطناعي في أن هؤلاء الممارسين هم العنصر الأساسي في تنفيذ العمل الاتصالي داخل المؤسسة، وحتى يكون استخدام الذكاء الاصطناعي ناجحاً لابد من معرفة اتجاهاتهم نحوه واستعدادهم لاستخدامه وهذا بسبب الارتباط الكبير بينهم، كما أن محافظة الاحساء تضم عدداً كبيراً من المؤسسات الحكومية المختلفة والتي سوف تعطي صورة واضحة عن مستوى التبني لديها.

وتسعى هذه الدراسة إلى التعرف على درجة تبني ممارسو العلاقات العامة في المؤسسات الحكومية لتطبيقات الذكاء الاصطناعي بمحافظه الاحساء، ومعرفة أبرز العوامل التي تؤثر في هذا التبني، بهدف الوصول إلى نتائج يمكن أن تساعد في تطوير عمل إدارة العلاقات العامة ودعم توجهها نحو الاستفادة الأفضل من التقنيات الحديثة خصوصاً الذكاء الاصطناعي.

2. مشكلة الدراسة:

أصبحت تطبيقات الذكاء الاصطناعي من التقنيات الحديثة المنتشرة في كثير من مجالات العمل، وعلى الرغم من ذلك إلا أن توظيفه داخل مجال

إدارة العلاقات العامة لازال محدودا وغير واضح المعالم في كثير من الأحيان. وبعض الممارسين قد بدأوا باستخدام أدوات بسيطة لتساعدهم في كتابة المحتوى وطريقة صياغته أو الترجمة أو تنظيم الأفكار، بينما هناك ممارسين آخرون لا يزالون مترددين في استخدام هذه التقنية وذلك بسبب نقص المعرفة أو الخوف من الأخطاء أو ضعف التدريب والدعم المؤسسي أو غياب السياسات الواضحة.

كما أن معظم الجهود الحكومية في التحول الرقمي تركز غالبا على تطوير الخدمات المقدمة للجمهور الخارجي، في حين لا يحظى جانب تطوير أداء الممارسين أنفسهم داخل إدارات العلاقات العامة بالاهتمام الكافي، رغم أنهم يمثلون العنصر الأساسي في نجاح أي تطوير تقني.

يطرح هذا الواقع الحاجة إلى التعرف على واقع تبني ممارسو العلاقات العامة في المؤسسات الحكومية لتطبيقات الذكاء الاصطناعي بمحافضة الاحساء، وتحاول الدراسة التعرف على ذلك من خلال معرفة مستوى استخدامهم لها، وايضا العوامل التي تشجع أو تعيق هذا التبني.

3. أهمية الدراسة:

تسلط هذه الدراسة الضوء على واقع تبني ممارسو العلاقات العامة لتطبيقات الذكاء الاصطناعي في المؤسسات الحكومية بمحافضة الاحساء، بوصفه موضوعا حديثا يرتبط بالتغيرات الحالية في بيئة العمل والتحول الرقمي.

والمتوقع من هذه الدراسة:

1. تسهم في إضافة معرفة علمية حول استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي في مجال العلاقات العامة، خاصة في البيئة الحكومية المحلية.
2. تساعد على تكوين صورة أوضح عن مستوى استخدام ممارسو العلاقات العامة لتطبيقات لذكاء الاصطناعي في عملهم اليومي.
3. تساهم في فهم العوامل التي تشجع الممارسين على استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي، وكذلك العوامل التي قد تعيق هذا الاستخدام.
4. تفيد المؤسسات الحكومية في معرفة الجوانب التي تحتاج الى دعم، مثل التدريب أو تطوير السياسات المتعلقة باستخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي.
5. تسهم في زيادة الوعي بأهمية توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في تطوير أداء العلاقات العامة وتحسين جودة العمل الاتصالي.
6. يمكن ان تكون مرجعا مفيدا للباحثين والطلبة المهتمين بدراسة موضوع تطبيقات الذكاء الاصطناعي وعلاقته بالعلاقات العامة مستقبلا.

4. أهداف الدراسة:

يتمثل الهدف الرئيس من هذه الدراسة في:

التعرف على واقع تبني ممارسو العلاقات العامة في المؤسسات الحكومية لتطبيقات الذكاء الاصطناعي بمحافضة الاحساء.

ولتحقيق هذا الهدف فهناك أهداف فرعية تتمثل في:

1. التعرف على درجة استخدام ممارسو العلاقات العامة لتطبيقات الذكاء الاصطناعي في أعمالهم اليومية.
2. الكشف عن اتجاهات ممارسي العلاقات العامة في المؤسسات الحكومية نحو استخدام الذكاء الاصطناعي في مجال عملهم.
3. تحديد أبرز العوامل التي تشجع ممارسو العلاقات العامة على تبني تطبيقات الذكاء الاصطناعي.
4. رصد أهم المعوقات التي تحد من استخدام الذكاء الاصطناعي في إدارات العلاقات العامة.
5. التعرف على الفروق في درجة التبني وفقا لبعض المتغيرات الشخصية والوظيفية للممارسين.

5. تساؤلات الدراسة:

يتمثل التساؤل الرئيس للدراسة في:

ما واقع تبني ممارسو العلاقات العامة في المؤسسات الحكومية لتطبيقات الذكاء الاصطناعي بمحافضة الاحساء؟

وينتزع عن هذا التساؤل مجموعة من التساؤلات الفرعية التالية:

1. ما درجة استخدام ممارسو العلاقات العامة لتطبيقات الذكاء الاصطناعي في أعمالهم اليومية؟
2. ما اتجاهات ممارسو العلاقات العامة في المؤسسات الحكومية نحو استخدام الذكاء الاصطناعي في مجال عملهم؟

3. ما أبرز العوامل التي تشجع ممارسو العلاقات العامة على تبني تطبيقات الذكاء الاصطناعي؟
4. ما أهم المعوقات التي تحد من استخدام الذكاء الاصطناعي في إدارة العلاقات العامة؟
5. هل تختلف درجة تبني ممارسو العلاقات العامة لتطبيقات الذكاء الاصطناعي وفقا لبعض المتغيرات الشخصية والوظيفية؟

6. فروض الدراسة:

1. توجد علاقة بين اتجاهات ممارسو العلاقات العامة نحو استخدام الذكاء الاصطناعي ودرجة استخدامهم لتطبيقاته في العمل.
2. توجد علاقة بين توفر العوامل المشجعة مثل التدريب والدعم الإداري ودرجة تبني ممارسو العلاقات العامة لتطبيقات الذكاء الاصطناعي.
3. توجد علاقة بين المعوقات التي تواجه ممارسو العلاقات العامة ودرجة تبنيهم لتطبيقات الذكاء الاصطناعي.
4. توجد فروق في درجة تبني ممارسو العلاقات العامة في المؤسسات الحكومية لتطبيقات الذكاء الاصطناعي وفقا لبعض المتغيرات الشخصية والوظيفية.

7. الدراسات السابقة:

تتناول الدراسة محورين رئيسيين، هما: الدراسات التي استخدمت النظرية الموحدة لقبول واستخدام التقنية، بالإضافة إلى الدراسات التي تناولت الذكاء الاصطناعي في بيئة العمل والمؤسسات.

أولاً: الدراسات التي استخدمت النظرية الموحدة لقبول واستخدام التقنية:

وهدف دراسة الخصاونة وسليم إلى معرفة توظيف "تقنيات الذكاء الاصطناعي" في المحطات الإعلامية الأردنية في ضوء النظرية الموحدة لقبول واستخدام تكنولوجيا المعلومات، واعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي، كما استخدمت الدراسة أداة الاستبانة للحصول على المعلومات، وتكونت عينة الدراسة من (200) من الإعلاميين العاملين في المحطات الإعلامية الأردنية الحكومية والخاصة. وتوصلت الدراسة إلى أن المنافع المدركة هي زيادة الإنتاجية والكفاءة والفرص الإبداعية بنسبة (2.76)، ونقل المضامين الإعلامية للجمهور بسرعة ودقة وتلقائية بنسبة (2.75)، وبث اللقطات الحية ثلاثية الأبعاد عبر الطائرة دون طيار بنسبة (2.74)، وأسفرت عن وجود علاقة موجبة ذات دلالة إحصائية بين توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في المحطات الإعلامية الأردنية ومتغير الأداء المتوقع (المنفعة المدركة)، ووجود علاقة عكسية تربط بين جهد الإعلاميين واتجاهاتهم السلوكية لتبني هذه التقنيات (الخصاونة وسليم، 2026).

وسعت دراسة ولاء الورداني للتعرف على الدور المعدل لجهازية التكنولوجيا في العلاقة بين مقاومة الابتكار والتسويق الشفهي في تبني الدفع عبر الهواتف الذكية بين المسافرين، واعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي، كما استخدمت الدراسة أداة الاستبانة للحصول على المعلومات، وتكونت عينة الدراسة من (275) عميلاً استخدموا نظام الدفع عبر الهاتف المحمول. وتوصلت الدراسة إلى أن الحواجز الوظيفية والنفسية تؤثر سلباً على النية السلوكية للسياح (APS). وإيضاً على أهمية جهازية التكنولوجيا لدى السياح في تبني نظام (SPS). كما عززت نظرية وسلوك المستهلك وتطبيقاتها داعم الادعاءات في انتشار الابتكار. وقدمت رؤية قيمة لوكلاء السفر والمنظمات الحكومية لتعزيز السلوكيات الإيجابية بين الجمهور والسياح، خاصة فيما يتعلق بأنظمة الدفع الإلكترونية (الورداني، 2025).

واستهدفت دراسة ملاك نتو، لينا الفراني التي هدفت إلى التعرف على العوامل المؤثرة على قبول أعضاء هيئة التدريس لاستخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي القائم على التعلم التكيفي في ضوء النظرية الموحدة لقبول واستخدام التكنولوجيا (TAUTU)، واعتمدت الدراسة على المنهج المختلط، واستخدمت الدراسة أولاً أداة الاستبانة لجمع البيانات الكمية وتلها المقابلات لجمع البيانات النوعية للحصول على المعلومات. وتكونت عينة الدراسة من (143) عضو هيئة تدريس للعينة الكمية و(7) مشاركين للعينة النوعية. وتوصلت الدراسة إلى أن الأداء المتوقع كان العامل الأكثر تأثيراً في نية أعضاء هيئة التدريس لاستخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي القائم على التعلم التكيفي تلاها التأثير الاجتماعي ثم الجهد المتوقع وأخيراً التسهيلات المتاحة، في حين لم تكن العوامل مثل الجهد المتوقع والتسهيلات المتاحة تأثير معنوي على نية استخدام هذه التقنيات، كما أن التأثير الاجتماعي كان له تأثير طفيف ما يشير إلى أن البيئة الأكاديمية في المؤسسات التعليمية قد لا تكون مهينة بما يكفي لدعم تبني هذه التقنيات، كما أن هناك حاجة لتوفير دعم مؤسسي مناسب وتطوير مهارات أعضاء هيئة التدريس لزيادة قبولهم لهذه التقنيات، وهو ما يتطلب المزيد من الدراسات لفهم الدوافع والقيود النفسية التي قد تؤثر على هذا القرار (نتو والفراني، 2025).

بينما هدفت دراسة السيد محمود عثمان إلى التعرف على واقع استخدام طلاب الإعلام التربوي لتطبيقات الذكاء الاصطناعي في إنتاج مشاريع التخرج وعلاقته بتعزيز مهارات ريادة الأعمال الإعلامية الرقمية اللازمة للاندماج في سوق العمل وذلك في إطار النظرية الموحدة لقبول واستخدام التكنولوجيا، واعتمدت

الدراسة على المنهج الوصفي، واستخدمت الدراسة أداة الاستبانة للحصول على المعلومات، وتكونت العينة من (300) مفردة. وتوصلت الدراسة إلى أن 41% من أفراد العينة يستخدمون تطبيقات الذكاء الاصطناعي بدرجة متوسطة في إنتاج مشاريع التخرج في حين بلغ مستوى الاستخدام المرتفع لهذه التطبيقات 35.33% من إجمالي العينة مقابل 23.67% يستخدمونها بدرجة منخفضة، كما أوضحت وجود اتضح وجود علاقة ارتباطية موجبة ذات دلالة إحصائية بين مستوى استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي في إنتاج مشاريع التخرج ومستوى تعزيز مهارات ريادة الأعمال الإعلامية اللازمة للاندماج في سوق العمل (عثمان، 2025).

وسعت دراسة عبير القحطاني التي هدفت إلى التعرف على العوامل المؤثرة على استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي التوليدي (GAI) في التعلم في ضوء النظرية الموحدة لقبول التكنولوجيا (UTAUT) من وجهة نظر طلبة جامعة الأمير سطام بن عبدالعزيز، واعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي، واستخدمت الدراسة أداة الاستبانة للحصول على المعلومات، وتكونت عينة الدراسة من (371) طالب وطالبة من كلية إدارة الأعمال خلال الفصل الدراسي الثاني للعام الجامعي 1445هـ. وتوصلت الدراسة إلى موافقة أفراد العينة على استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي التوليدي وبمتوسط حسابي بلغ (4.03)، ولم تظهر فروق ذات دلالة إحصائية في الاستخدام تعزى لمتغير الجنس، كما ظهر وجود تأثير إيجابي دال احصائياً لمتغيرات نظرية (UTAUT) على استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي التوليدي (GAI) في التعلم، وأوصت بضرورة توفير وسائل الدعم التقني وإقامة برامج تدريبية تساعد الطلبة على الاستخدام الأمثل لتطبيقات الذكاء الاصطناعي التوليدي في التعلم (القحطاني، 2024).

ثانياً: الدراسات التي تناولت الذكاء الاصطناعي في بيئة العمل والمؤسسات:

هدفت دراسة دينا محمود، شريف اللبان، سماح الشهاوي إلى كشف رؤية الصحفيين المصريين لدور وأهمية تكنولوجيا الذكاء الاصطناعي في العمل الصحفي، واعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي، واستخدمت الدراسة أداة الاستبانة للحصول على المعلومات، وتكونت عينة الدراسة من (150) صحفي. وتوصلت الدراسة إلى أن معرفة الصحفيين بتطبيقات الذكاء الاصطناعي لا تزال محدودة ومتفاوتة، والغالبية لديهم فهم جزئي في حين هناك القليل لديهم معرفة متقدمة، وذلك بسبب ضعف التدريب داخل المؤسسات وقلة البرامج التوعوية وتفاوت اهتمام المؤسسات بهذه التقنيات لضعف الإمكانيات والتمويل ونقص الكفاءة. كما كشفت عن الآثار السلبية والإيجابية التي يراها الصحفيون، فهناك من يرونها أداة فعالة في تسريع النشر وتحسين جودة المحتوى وتخفيف الأعباء الروتينية، ومن جهة أخرى يبدون قلقاً من تراجع الجانب الإبداعي وانتشار الأخبار غير الدقيقة وارتفاع التكلفة والمخاطر المرتبطة بالأخلاقيات والتحيز وإمكانية تقليص فرص العمل التقليدية (محمود، دينا، وآخرون، 2026).

وسعت دراسة عثمان وقيع الله، أزهر محمد إلى التعرف على أثر استخدام تطبيقات وبرمجيات الذكاء الاصطناعي على الأداء الوظيفي في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة بمحافظة عنيزة بالملكة العربية السعودية، واعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي، واستخدمت الدراسة أداة الاستبانة للحصول على المعلومات، وتكونت عينة الدراسة من (120) موظفًا. وتوصلت الدراسة إلى وجود علاقة طردية ذات دلالة إحصائية بين استخدام الذكاء الاصطناعي ومستوى أداء الموظفين، حيث ظهر أن بعض أبعاد الذكاء الاصطناعي مثل أنظمة دعم القرار وتحليل البيانات تسهم بشكل فعال في رفع كفاءة الأداء، وأوصت بضرورة تعزيز استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في بيئة العمل وتوفير التدريب والدعم الفني اللازم للموظفين لتحقيق أفضل استفادة من هذه التقنيات (الله وأزهري، 2025).

واستهدفت دراسة حاتم المسعودي، سعيد النجار الكشف عن تأثيرات تطبيقات الذكاء الاصطناعي في إنتاج المحتوى الصحفي داخل الصحف الإلكترونية السعودية، واعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي، واستخدمت الدراسة أداة الاستبانة للحصول على المعلومات، وتكونت عينة الدراسة من (400) صحفي ومحرر يمثلون كبرى الصحف السعودية. وتوصلت الدراسة إلى أن 63.5% من العينة لديهم معرفة جزئية بتطبيقات الذكاء الاصطناعي، بينما يستخدمها 64.5% منهم "أحياناً" فقط، ما يعكس ضعف التبني المؤسسي لتلك التقنيات، ورغم الاعتراف بدورها في تصحيح الأخطاء وتقديم خلفيات تحليلية، فإن ضعف البنية الرقمية وقلة الخوارزميات الداعمة للغة العربية وضعف تدريب الصحفيين تعد من أبرز التحديات، وأوصت بالحاجة إلى التكامل بين البنية التحتية التقنية والتأهيل البشري، مع ضرورة وضع استراتيجيات واضحة لتوظيف الذكاء الاصطناعي كأداة تطويرية، لا مجرد ترف تكنولوجي (المنصور، 2025).

وسعت دراسة شيرين عبدالقادر إلى استكشاف تأثير أدوات الذكاء الاصطناعي على أداء المؤسسات الإعلامية وعلى رأسها نموذج ChatGPT، واعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي، واستخدمت الدراسة أداة الاستبانة للحصول على المعلومات، وتكونت عينة الدراسة من (80) عامل في بيئة العمل الصحفي والإعلامي. وتوصلت الدراسة إلى أن استخدام ChatGPT يساهم في تعزيز المهارات العملية وتنمية المهارات النقدية والإبداعية ولكن بشرط وجود بيئة داعمة

تشمل برامج تدريبية مناسبة وبنية تحتية تقنية ملائمة لدعم عملية التكامل التكنولوجي بشكل فعال ومستدام، أما في السياق المؤسسي يتطلب دمج أدوات الذكاء الاصطناعي توازناً دقيقاً بين الاستفادة من إمكانياتها والحفاظ على معايير الجودة الأخلاقية والمهنية، كما أكدت الدراسة على أن الذكاء الاصطناعي يعد أداة استثمارية فاعلة إلا أن استدامة فوائده تعتمد على الإدارة الحكيمة والرقابة الأخلاقية التي تضمن تحقيق الرسالة الإعلامية بمسؤولية وموثوقية في ظل المشهد الرقمي السريع المتغير (عبدالقادر، 2025).

وسعت دراسة عمر بامردوف، أسامة مجلد إلى التعرف على أثر استخدام أدوات الذكاء الاصطناعي على رضا الموظفين من وجهة نظر الموظفين الإداريين بجامعة الملك عبدالعزيز، واعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي، واستخدمت الدراسة أداة الاستبانة للحصول على المعلومات، تكونت عينة الدراسة من (309) موظفًا. وتوصلت الدراسة إلى وجود أثر ذي دلالة إحصائية لاستخدام الذكاء الاصطناعي على جميع أبعاد الرضا الوظيفي، إذ تبين أن استخدام الذكاء الاصطناعي برفع من مستوى الرضا عن الوظيفة بنسبة تفسير بلغت 39%، ويسهم في توفير الوقت وتحسين القرارات بنسبة 25.4%، كما يعزز الأمان الوظيفي بنسبة 13.7%، ويحسن من بيئة العمل والعلاقات بين الموظفين بنسبة 22.2%، وأوصت بتمكين الموظفين من الاستفادة من أدوات الذكاء الاصطناعي مع مراعاة الخصوصية وسرية المعلومات ودقتها وتدريب الموظفين على استخدامها (بامردوف ومجلد، 2025).

التعليق على الدراسات السابقة:

1. بعض الدراسات اتفقت على أن استخدام الذكاء الاصطناعي يساهم في تحسين الأداء المؤسسي ورفع كفاءة العمل، حيث وجد أن هناك علاقة طردية ذات دلالة إحصائية بين استخدام الذكاء الاصطناعي ومستوى أداء الموظفين كما هو في دراسة عثمان وأزهري (2025)، وإيضاً أثر ذي دلالة إحصائية لاستخدام الذكاء الاصطناعي على جميع أبعاد الرضا الوظيفي، كما هو في دراسة عمر وأسامة (2025).
2. العديد من الدراسات اتفقت على أن توظيف الذكاء الاصطناعي في المؤسسات ما زال في مرحلة انتقالية وتبني محدود وتأثيرها بعوامل القبول والإدراك والتحديات المهنية، كما في دراسة حاتم وسعيد (2025) التي أوضحت ضعف التبني المؤسسي ووجود تحديات تتعلق بالبنية الرقمية والتدريب، ودراسة إبراهيم وآية (2026) التي أكدت وجود علاقة موجبة بين توظيف التقنيات ومتغير الأداء المتوقع، ودراسة دينا وشريف وسماح (2026) التي بينت تفاوت مستوى المعرفة ووجود مخاوف مهنية وأخلاقية مرتبطة بالاستخدام.
3. العديد من الدراسات التي استخدمت النظرية الموحدة لقبول واستخدام التقنية على أن متغيرات النظرية تفسر بشكل واضح سبب استخدام الأفراد للذكاء الاصطناعي وأن "الأداء المتوقع" يعد العامل الأقوى في التأثير على نية الاستخدام، كما في دراسة عيبر (2024) التي توصلت إلى وجود تأثير إيجابي دال إحصائياً لمتغيرات النظرية على الاستخدام، ودراسة ملاك ولينا (2025) التي أظهرت أن الأداء المتوقع كان العامل الأكثر تأثيراً في نية الاستخدام، ودراسة السيد محمود (2025) التي بينت وجود علاقة ارتباطية موجبة بين مستوى الاستخدام وتعزيز المهارات.
4. بعض الدراسات ركزت على قياس أثر استخدام الذكاء الاصطناعي بعد تطبيقه على الأداء أو الرضا الوظيفي، بينما دراسات أخرى تناولت الاتجاهات ومستوى المعرفة أو المخاوف المهنية المرتبطة به، في حين هناك الدراسات التي اعتمدت على النظرية الموحدة لقبول واستخدام التكنولوجيا ركزت على تفسير نية الاستخدام في السياق التعليمي.
5. غالبية الدراسات طبقت على طلاب الجامعات أو أعضاء هيئة التدريس أو الصحفيين، ولم تدرس واقع التبني المهني داخل إدارة العلاقات العامة في مؤسسة حكومية.

الاستفادة من الدراسات السابقة:

1. أفادت الباحثة من الدراسات السابقة في تحديد الإطار النظري المناسب للدراسة، حيث اعتمدت بعض الدراسات على النظرية الموحدة لقبول واستخدام التقنية مما ساعد في تبني هذه النظرية كإطار مفسر لتبني تطبيقات الذكاء الاصطناعي لدى ممارسي العلاقات العامة.
2. أسهمت الدراسات التي تناولت استخدام الذكاء الاصطناعي في البيئات المؤسسية في توضيح طبيعة الاستخدام الفعلي لها والتحديات المرتبطة بها مثل ضعف التدريب والبنية الرقمية والمخاوف المهنية، وهو ما ساعد في صياغة محاور الدراسة وبناء تساؤلاتها.
3. استفادت الباحثة من الدراسات التي ركزت على أثر الذكاء الاصطناعي على الأداء والرضا الوظيفي في تحديد المتغيرات المرتبطة بالاستخدام، وفهم العلاقة بين تبني التقنية وتحسين بيئة العمل داخل المؤسسات.
4. أفادت الدراسات السابقة في تحديد مجتمع الدراسة والعينة المناسبة من خلال الاطلاع على الفئات التي تناولتها، مما ساعد في اختيار ممارسي العلاقات العامة داخل المؤسسات الحكومية كمجتمع للدراسة الحالية.

5. أسهمت الدراسات السابقة في تحديد المنهج الملائم للدراسة حيث اعتمدت معظمها على المنهج الوصفي ومنهج المسح باستخدام أداة الاستبانة، وهو ما انعكس في اختيار المنهج والأداة المناسبة لجمع البيانات في الدراسة الحالية.
6. كما استفادت الباحثة من الدراسات السابقة في تحديد الأساليب الإحصائية المناسبة لمعالجة البيانات، مثل معاملات الارتباط واختبار الفروق وتحليل الانحدار بما يتناسب مع طبيعة أهداف الدراسة وتساؤلاتها.
7. ساعدت مراجعة الدراسات السابقة في الكشف عن الفجوة البحثية المتمثلة في عدم تناول تبني ممارسي العلاقات العامة في المؤسسات الحكومية للذكاء الاصطناعي في ضوء النظرية الموحدة لقبول واستخدام التقنية داخل بيئة حكومية، وهو ما تسعى الدراسة الحالية إلى معالجته.

8. مصطلحات الدراسة:

1. التبيني:

اصطلاحاً: هو قرار بالاستفادة الكاملة من الابتكار باعتباره أفضل مسار عمل متاح (Rogers, 1983, 172)

إجراءياً: هو مستوى استخدام ممارسي العلاقات العامة في المؤسسات الحكومية لتطبيقات الذكاء الاصطناعي في أداء مهامهم المهنية، ودرجة اعتمادهم عليها بصورة فعلية ومستمرة في التخطيط وصناعة المحتوى وتحليل البيانات والتواصل.

2. ممارسو العلاقات العامة:

اصطلاحاً: وسطاء بين المنظمة وجمهورها، يقومون بتسهيل الاتصال والتعاون البناء بين المنظمة وجمهورها (فرجاني، 2018، ص 14).

إجراءياً: الموظفون العاملون في إدارة العلاقات العامة في المؤسسات الحكومية بمحافظه الاحساء، وهم المسؤولين عن تنفيذ الأنشطة الاتصالية والتواصل مع الجماهير، وهم الذين تم اختيارهم ضمن عينة الدراسة لقياس اتجاهاتهم نحو تبني تطبيقات الذكاء الاصطناعي.

3. المؤسسات الحكومية:

اصطلاحاً: الوزارات والهيئات والمؤسسات العامة والمجالس والمراكز الوطنية وما في حكمها (هيئة الحكومة الرقمية، 2025، ص4).

إجراءياً: هي الوزارات والهيئات والمؤسسات العامة والأجهزة التابعة لها والتي تقع ضمن نطاق محافظة الاحساء، وتضم إدارات للعلاقات العامة يعمل بها أفراد العينة.

4. تطبيقات الذكاء الاصطناعي:

اصطلاحاً: تتيح إمكانيات متقدمة لمعالجة كميات ضخمة من البيانات واستخلاص الأنماط والتنبؤ بالاحتياجات والتفاعل الذكي مع المستفيدين (الهيئة السعودية للبيانات والذكاء الاصطناعي، 2025، ص12).

إجراءياً: هي الأنظمة والأدوات الرقمية المعتمدة على تقنيات الذكاء الاصطناعي مثل: تحليل البيانات والتنبؤ والأتمتة ومعالجة اللغة الطبيعية، والتي تستخدم لدعم عمليات الاتصال وتحسين جودة الخدمات وتسريع إنجاز المهام في إدارة العلاقات العامة بالمؤسسات الحكومية بمحافظه الاحساء، كما يتم قياسه من خلال استجابة أفراد العينة على فقرات الاستبانة.

9. الإطار المعرفي: الذكاء الاصطناعي وتطبيقاته في بيئة العمل.

يعرف الذكاء الاصطناعي على أنه مجموعة الجهود المبذولة لتطوير نظم المعلومات المحوسبة بطريقة تستطيع أن تتصرف فيها وتفكر بأسلوب مماثل للبشر، هذه النظم تستطيع أن تتعلم اللغات الطبيعية وإنجاز مهام فعلية بتنسيق متكامل واستخدام صور وأشكال إدراكية لترشيد السلوك كما تستطيع في نفس الوقت تخزين الخبرات والمعارف الإنسانية المتراكمة واستخدامها في عملية اتخاذ القرارات (بن غالم، 2023، ص 84).

وفي بيئة العمل يسهم الذكاء الاصطناعي في أتمتة الإجراءات الإدارية والروتينية، وتحسين كفاءة تخصيص الموارد عبر التنبؤ بالمخاطر أو تحديد الأولويات بشكل أكثر دقة، كما تدعم صنع القرار من خلال تحليل البيانات المتعددة المصادر وتقديم توصيات مبنية على نماذج تنبؤية دقيقة مما يرفع مستوى الفعالية في التخطيط وتوجيه السياسات العامة (الهيئة السعودية للبيانات والذكاء الاصطناعي، 2025، ص 12).

العلاقات العامة في المؤسسات الحكومية:

تُعرف العلاقات العامة بأنها مجموعة من النشاطات تقوم بها هيئة أو اتحاد أو حكومة أو أي تنظيم في البناء الاجتماعي من أجل خلق علاقات جيدة وطيبة وسليمة مع الجماهير المختلفة التي تتعامل معها، وذلك لتفسير نفسها للمجتمع حتى تكتسب رضا (عبد الحميد، 2024، ص 8). وفي المؤسسات الحكومية تكتسب العلاقات العامة أهمية لدورها في المساهمة في خلق الاتصال والفهم المتبادل بين المؤسسة وجماهيرها الداخلية والخارجية، توفير قنوات الاتصال المناسبة للجماهير الداخلية والخارجية، تخطيط برامج العلاقات العامة وتنفيذها، تعزيز الشفافية وبناء الثقة، التقييم والتنسيق الداخلي بين الإدارات المختلفة والخارجي (الشمري، 2011، ص 13).

تبني التكنولوجيا في بيئة العمل:

يشير مفهوم تبني التكنولوجيا إلى عملية منهجية تهدف إلى إدماج تقنيات وأنظمة الذكاء الاصطناعي ضمن العمليات والخدمات والقرارات داخل المؤسسات، بهدف تعزيز الكفاءة والابتكار والموثوقية. ويتجاوز التبني مجرد استخدام أدوات تقنية ليشمل بناء القدرات المؤسسية وتطوير البنية التحتية الرقمية، وتهيئة البيئة التشريعية والتنظيمية اللازمة، وبما يضمن تحقيق قيمة حقيقية ومستدامة من استخدام هذه التقنيات (الهيئة السعودية للبيانات والذكاء الاصطناعي، 2025، ص 13).

ويشمل التبني الفعال مراحل متعددة تبدأ من تحديد الفرص والتحديات ثم تصميم الحلول المناسبة مروراً بالتنفيذ العملي ووصولاً إلى التقييم والتحسين المستمر. كما يتطلب التبني الناجح إشراك جميع الأطراف المعنية داخل الجهة وتعزيز ثقافة البيانات والذكاء الاصطناعي وضمان التوافق مع القيم والأطر الوطنية (الهيئة السعودية للبيانات والذكاء الاصطناعي، 2025، ص 13).

10. الإطار النظري:

في هذه الدراسة تم الاعتماد على النظرية الموحدة لقبول واستخدام التقنية لتفسير سلوك ممارسو العلاقات العامة في المؤسسات الحكومية تجاه تبني تطبيقات الذكاء الاصطناعي، وهي من أشهر النظريات في مجال قبول التقنية.

النظرية الموحدة لقبول واستخدام التقنية:

تعد النظرية الموحدة لقبول واستخدام التقنية من أبرز النماذج التفسيرية في مجال تبني التقنية وقد طورها فينكاتيش وآخرون بعد مراجعة ثمانية نماذج سابقة في علم النفس ونظم المعلومات والسلوك التنظيمي بهدف صياغة نموذج موحد أكثر قدرة على تفسير سلوك الاستخدام (Venkatesh et al., 2003). وقد أشار الباحثون إلى أنهم قاموا بصياغة نموذج موحد يتضمن أربعة محددات أساسية تؤثر في النية والاستخدام، كما أوضحت نتائج الدراسة أن النموذج استطاع تفسير نحو 70% من التباين في نية استخدام التقنية وهي نسبة مرتفعة مقارنة بالنماذج السابقة (Venkatesh et al., 2003, 425).

وتتكون النظرية من أربع متغيرات رئيسية:

1. الأداء المتوقع:

الدرجة التي يعتقد فيها الفرد أن استخدام النظام سيساعده على تحقيق مكاسب في العمل (Venkatesh et al., 2003, 447).

2. الجهد المتوقع:

درجة السهولة المرتبطة باستخدام النظام (Venkatesh et al., 2003, 450).

3. التأثير الاجتماعي:

الدرجة التي يدرك فيها الفرد أن الأشخاص المهمين يعتقدون أن ينبغي عليه استخدام النظام الجديد (Venkatesh et al., 2003, 451).

4. الظروف الميسرة:

مدى اعتقاد الفرد بوجود بنية تنظيمية وتقنية لدعم استخدام النظام (Venkatesh et al., 2003, 453).

كما أوضحت الدراسات اللاحقة أن النظرية تعد من أكثر النماذج تطوراً في اختبار تبني التقنية وتمتاز بانخفاض تعقيدها مقارنة بغيرها من النماذج

(Momani, A. M. 2020, p 75). وقد أكد ماريكيان وباباجيانيديس أن النظرية جمعت بين عدة نظريات سابقة مثل نظرية الفعل العقلاني ونموذج قبول التكنولوجيا ونظرية السلوك المخطط مما منحها قوة تفسيرية واسعة في مختلف السياقات (Marikyan, D.& Papagiannidis, S. 2026, pp 3-4)

تطور النظرية:

في عام 2012 قام فيناكتيش وآخرون بتطوير النظرية لتناسب السياق الاستهلاكي حيث أضافوا ثلاث متغيرات جديدة هي: الدافعية المتعة، قيمة السعر، والعادة (Venkatesh et al., 2003, 157)

وقد عرفت الدافعية المتعة بأنها:

المتعة أو اللذة التي يحصل عليها الفرد من استخدام التكنولوجيا (Venkatesh et al., 2003, 161).

كما عرفت السعر والقيمة بأنها:

الموازنة الإدراكية بين الفوائد المتوقعة والتكلفة المالية لاستخدام التطبيق (Venkatesh et al., 2003, 161)

أما الخبرة أو العادة فقد عرفت بأنها:

المدى الذي يميل فيه الأفراد إلى أداء سلوكيات معينة بشكل تلقائي نتيجة التعلم (Venkatesh et al., 2003, 161).

وقد ساهمت هذه الإضافات في رفع القدرة التفسيرية للنموذج إلى 74% في تفسير نية الاستخدام (Venkatesh et al., 2003, 157).

استخدام النظرية في الدراسة الحالية:

تم الاستناد إلى النظرية الموحدة لقبول واستخدام التقنية لكونها توفر إطاراً نظرياً متكاملاً لتفسير سلوك تبني التقنيات الحديثة داخل البيئات التنظيمية. وتعد المؤسسات الحكومية بيئة تنظيمية تتأثر فيها قرارات استخدام التقنية بعدة عوامل مثل: إدراك الموظف لفائدة التقنية في تحسين أدائه، ومدى سهولة استخدامها، وتأثير الإدارة والزملاء عليه، إضافة إلى توفير الدعم الفني والبنية التحتية التقنية وهذه العوامل تتوافق مباشرة مع المتغيرات الأربعة الأساسية للنظرية.

كما أن تطبيقات الذكاء الاصطناعي تعد من التقنيات الحديثة التي تتطلب تقبلاً إدراكياً وسلوكياً من قبل الممارسين وهو ما يجعل النظرية مناسبة لتفسير:

- مدى إدراك ممارسو العلاقات العامة لفائدة تطبيقات الذكاء الاصطناعي في تحسين أدائهم المهني (الأداء المتوقع).
- مدى سهولة استخدام هذه التطبيقات (الجهد المتوقع).
- تأثير البيئة التنظيمية والإدارة والزملاء في قرار الاستخدام (التأثير الاجتماعي).
- مدى توفر الدعم التقني والتدريب داخل المؤسسات الحكومية (الظروف الميسرة).

وبذلك تعد النظرية الموحدة لقبول واستخدام التقنية إطاراً مناسباً لتفسير العوامل المؤثرة في تبني ممارسو العلاقات العامة في المؤسسات الحكومية لتطبيقات الذكاء الاصطناعي نظراً لقوتها التفسيرية وشموليتها وإمكانية تطبيقها في السياقات التنظيمية.

11. منهجية الدراسة:

نوع الدراسة:

تعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية المسحية، حيث تهدف إلى التعرف على واقع تبني ممارسو العلاقات العامة في المؤسسات الحكومية لتطبيقات الذكاء الاصطناعي بمحاظلة الاحساء، والكشف عن درجة استخدامهم لها في أعمالهم اليومية واتجاهاتهم نحوها والعوامل المشجعة والمعوقات في التي تؤثر في تبنيها إضافة إلى قياس درجة التبني الفعلية لهذه التطبيقات، وذلك من خلال جمع البيانات وتحليلها إحصائياً للوصول إلى نتائج يمكن الاستفادة منها في التفسير وبناء التوصيات.

منهج الدراسة:

اعتمدت الدراسة على المنهج المسحي وهو من أبرز المناهج المستخدمة في الدراسات الإعلامية الإدارية لما يتميز به من قدرة على جمع البيانات من عينة ممثلة لمجتمع الدراسة وتحليلها كما هي في الواقع، من أجل الكشف عن مستوى تبني تطبيقات الذكاء الاصطناعي لدى ممارسو العلاقات العامة في المؤسسات الحكومية، وقياس درجة استخدامهم لها وتحليل العوامل المؤثرة في هذا التبني.

مجتمع الدراسة:

يتمثل مجتمع الدراسة في جميع ممارسو العلاقات العامة العاملين في المؤسسات الحكومية بمحافظة الاحساء، بمختلف مسمياتهم الوظيفية ممن يمارسون مهام العلاقات العامة بشكل مباشر أو يشرفون عليها.

عينة الدراسة:

تم اختيار عينة الدراسة باستخدام أسلوب العينة غير الاحتمالية من نوع العينة المتاحة مدعومة بأسلوب عينة كرة الثلج، وذلك نظرا لعدم توفر إطار شامل يحدد أعداد ممارسو العلاقات العامة في المؤسسات الحكومية بمحافظة الاحساء وصعوبة حصرهم بشكل كامل.

حيث سيتم توزيع الاستبانة إلكترونيا على الممارسين المتاح الوصول إليهم مع الاستعانة بهم في ترشيح زملاء آخرين تنطبق عليهم شروط الدراسة، حتى الوصول إلى عدد مناسب من الاستجابات الصالحة للتحليل الإحصائي واختبار فروض الدراسة.

ونظرا لعدم توفر إحصاءات رسمية دقيقة لحجم مجتمع الدراسة، تم تحديد حجم العينة بعدد لا يقل عن (150) ممارس وممارسة للعلاقات العامة، وتم جمع (180) بما يمثل تمثيلا مناسباً لمجتمع الدراسة ويساعد في تعميم النتائج وتحقيق أهداف الدراسة.

أسلوب جمع البيانات والمعلومات

اعتمدت الباحثة في هذه الدراسة على المصادر التالية:

البيانات الأولية: من خلال البيانات الأساسية التي تم الحصول عليها من الاستبانة، وتحديد الأسئلة والمواضيع التي يجب أن تشملها الاستبانة، واختيار عينة ممثلة، وتوزيع الاستبانة على أفراد العينة المحددة، وجمع البيانات والردود من المشاركين وتحليلها لفهم الاتجاهات والمعلومات الرئيسية التي تم الحصول عليها باستخدام الأساليب الإحصائية، ثم تلخيص النتائج والتوصيات.

البيانات الثانوية: تتضمن البيانات الثانوية المستخدمة في هذه الدراسة مجموعة من المصادر العربية والأجنبية من كتب ودوريات ورسائل ماجستير وأطروحات دكتوراه والمقالات والدراسات والأبحاث السابقة ذات الصلة بالطروحة.

أداة الدراسة:

حسب طبيعة موضوع الدراسة اعتمدت الباحثة على أداة استمارة الاستبانة لجمع البيانات، "ويعد الاستبيان أو الاستقصاء أداة ملائمة للحصول على معلومات وبيانات وحقائق مرتبطة بواقع معين ويقدم الاستبيان بشكل عدد من الأسئلة يطلب الإجابة عنها من قبل عدد من الأفراد المعنيين بموضوع الاستبيان" (عبيدات وآخرون، 1984)، باعتبارها من الأدوات الملائمة للدراسات الوصفية المسحية حيث تتيح الحصول على بيانات كمية قابلة للتحليل الإحصائي. وقد تمت صياغة أسئلة الاستبانة في شكلها النهائي بما يتوافق مع تساؤلات الدراسة وأهدافها.

أولاً: استبانة لقياس مدى أثر تبني ممارسو العلاقات العامة في المؤسسات الحكومية لتطبيقات الذكاء الاصطناعي: ملحق رقم (1).

واشتملت الاستبانة على قسمين:

القسم الأول: يحتوي على (8) متغيرات ويشمل المتغيرات الشخصية والوظيفية لأفراد عينة الدراسة المتمثلة في: (الجنس، العمر، المؤهل الدراسي، المسمى الوظيفي، سنوات الخبرة، طبيعة الجهة الحكومية، الدورات التدريبية، التطبيقات التي تستخدمها حالياً).

القسم الثاني: وشمل بيانات الدراسة الأساسية: وهي المحاور والتي من خلالها يتم التعرف على متغيرات الدراسة. ويشمل هذا القسم على ستة محاور:

المحور الأول: يقيس (ما واقع تبني ممارسو العلاقات العامة في المؤسسات الحكومية لتطبيقات الذكاء الاصطناعي بمحافظة الاحساء) ويشتمل على عدد (7) عبارات.

المحور الثاني: يقيس (ما درجة استخدام ممارسو العلاقات العامة لتطبيقات الذكاء الاصطناعي في أعمالهم اليومية) ويشتمل على عدد (7) عبارات.

المحور الثالث: يقيس (ما اتجاهات ممارسو العلاقات العامة في المؤسسات الحكومية نحو استخدام الذكاء الاصطناعي في مجال عملهم) ويشتمل على عدد (7) عبارات.

المحور الرابع: يقيس (ما أبرز العوامل التي تشجع ممارسو العلاقات العامة على تبني تطبيقات الذكاء الاصطناعي) ويشتمل على عدد (7) عبارات.

المحور الخامس: يقيس (ما أهم المعوقات التي تحد من استخدام الذكاء الاصطناعي في إدارة العلاقات العامة) ويشتمل على عدد (7) عبارات.

المحور السادس: يقيس (مدى نية الاستمرار ودرجة التبني الفعلية لتطبيقات الذكاء الاصطناعي) ويشتمل على عدد (7) عبارات.

وصيغت العبارات في كل بعد وكل محور وفق مقياس ليكرت الرباعي (موافق بشدة / موافق / غير موافق / غير موافق بشدة).

ثانياً: المعاملات الإحصائية لقياس أثر تبني ممارسو العلاقات العامة في المؤسسات الحكومية لتطبيقات الذكاء الاصطناعي:

صدق الأداة:

من الصفات الأساسية التي ينبغي توافرها أيضاً في أداة جمع البيانات قبل الشروع في استخدامها هي خاصية الثبات وهي تشير إلى درجة خلو المقياس من الأخطاء، وبصفة خاصة الأخطاء العشوائية، وتكمن أهمية قياس درجة ثبات وصدق المقياس في ضرورة الحصول على نتائج صحيحة كلما تم استخدامها، فالمقياس المتذبذب لا يمكن الاعتماد عليه ولا الأخذ بنتائجه ومن ثم تصبح النتائج مضللة وغير مطمئنة (دليو، 2014)، وللتأكد من صلاحية أداة الدراسة تم استخدام كل من اختبارات الصدق والثبات وذلك على النحو التالي:

صدق المحكمين (الظاهري)

عرض الباحثة الاستبانة على مجموعة من المحكمين والخبراء المختصين في مجال موضوع الدراسة، وقد طلب من المحكمين إبداء آرائهم حول الاستبانة ومدى صلاحية العبارات وشموليتها وتنوع محتواها وتقييم مستوى الصياغة اللغوية أو أية ملاحظات يرونها مناسبة فيما يتعلق بالتعديل أو التغيير أو الحذف، وبعد أن تم استرجاع الاستبانة من جميع المحكمين، قامت الباحثة بإجراء ما يلزم من حذف وتعديل على ضوء مقترحات المحكمين، وأصبحت الاستبانة في صورتها النهائية جاهزة، ملحق (1).

صدق المقياس

معامل الاتساق الداخلي بين كل عبارة والدرجة الكلية لمحورها

قامت الباحثة بحساب معامل ارتباط بيرسون: لمعامل الاتساق الداخلي للاستبانة وتم إجراء الاختبارات الإحصائية الخاصة بقياس معاملات الارتباط لصدق المقياس، كما يلي:

صدق معامل الاتساق الداخلي لمحاور (المتغير المستقل) بتبني ممارسو العلاقات العامة في المؤسسات الحكومية لتطبيقات الذكاء الاصطناعي لمحور (ما واقع تبني ممارسو العلاقات العامة في المؤسسات الحكومية لتطبيقات الذكاء الاصطناعي بمحافظة الاحساء)، ومحور (ما درجة استخدام ممارسو

¹ - قائمة بأسماء السادة المحكمين:

- فلاح الدهمشي - أستاذ - جامعة الملك فيصل - تخصص الاعلام المرئي والمسموع.
- عبدالله آل مرعي - أستاذ مشارك - جامعة الملك خالد - تخصص الاعلام والاتصال.
- فيصل العقيل - أستاذ مشارك - جامعة الملك سعود - تخصص الصحافة والدراسات الإعلامية.
- وفاء عطياوي - أستاذ مساعد - جامعة الملك فيصل - تخصص الاعلام والاتصال.
- الحبيب العبيدي - أستاذ مساعد - جامعة الملك خالد - تخصص الاعلام والاتصال.
- عيسى المستنير - أستاذ مساعد - جامعة الملك خالد - تخصص الاعلام والاتصال.

العلاقات العامة لتطبيقات الذكاء الاصطناعي في أعمالهم اليومية)، ومحور (ما اتجاهات ممارسو العلاقات العامة في المؤسسات الحكومية نحو استخدام الذكاء الاصطناعي في مجال عملهم) بين كل عبارة والدرجة الكلية لمحورها:

جدول (1) يوضح معاملات ارتباط بيرسون بين كل عبارة من عبارات المحاور والاتساق الداخلي

النتيجة	ما واقع تبني ممارسو العلاقات العامة في المؤسسات الحكومية لتطبيقات الذكاء الاصطناعي بمحافظه الاحساء		ما درجة استخدام ممارسو العلاقات العامة لتطبيقات الذكاء الاصطناعي في أعمالهم اليومية		ما اتجاهات ممارسو العلاقات العامة في المؤسسات الحكومية لتطبيقات الذكاء الاصطناعي في مجال عملهم	
	رقم العبارة	معامل الارتباط	مستوى الدلالة	معامل الارتباط	مستوى الدلالة	معامل الارتباط
0.01 عند	1	.834**	.000	.837**	.000	.769**
0.01 عند	2	.827**	.000	.823**	.000	.778**
0.01 عند	3	.867**	.000	.828**	.000	.799**
0.01 عند	4	.914**	.000	.876**	.000	.825**
0.01 عند	5	.894**	.000	.887**	.000	.833**
0.01 عند	6	.907**	.000	.867**	.000	.826**
0.01 عند	7	.875**	.000	.837**	.000	.839**

** دال دالة إحصائية عند مستوى الدلالة 0.01

المصدر: إعداد الباحثة من نتائج الدراسة الميدانية 2026 باعتماد مخرجات برنامج spss.

من الجدول (1) يتضح أن جميع قيم معاملات الارتباط لجميع عبارات المحور الأول (ما واقع تبني ممارسو العلاقات العامة في المؤسسات الحكومية لتطبيقات الذكاء الاصطناعي بمحافظه الاحساء) تتراوح بين (.914**-.827**), وللمحور الثاني (ما درجة استخدام ممارسو العلاقات العامة لتطبيقات الذكاء الاصطناعي في أعمالهم اليومية) تتراوح بين (.887**-.823**), للمحور الثالث (ما اتجاهات ممارسو العلاقات العامة في المؤسسات الحكومية نحو استخدام الذكاء الاصطناعي في مجال عملهم) تتراوح بين (.839**-.769**), وتلك القيم كانت كبيرة جداً، كما أن جميعها دالة إحصائية عند مستوى معنوية 5% حيث بلغت قيم مستوى المعنوية لها أقل من 0.05، وهذا يشير إلى ارتباط جميع العبارات بالدرجة الكلية لمحورها وبمعنوية عالية وتشترك معاً لقياسه، وبذلك يعتبر المحور صادقاً لما وضع لقياسه.

صدق معامل الاتساق الداخلي لعبارات محاور (المتغير التابع) بتبني ممارسو العلاقات العامة في المؤسسات الحكومية لتطبيقات الذكاء الاصطناعي لمحور (ما أبرز العوامل التي تشجع ممارسو العلاقات العامة على تبني تطبيقات الذكاء الاصطناعي)، ومحور (ما أهم المعوقات التي تحد من استخدام الذكاء الاصطناعي في إدارة العلاقات العامة)، ومحور (مدى نية الاستمرار ودرجة التبني الفعلية لتطبيقات الذكاء الاصطناعي)، بين كل عبارة والدرجة الكلية لمحورها:

جدول (2) يوضح معاملات ارتباط بيرسون بين عبارات محور (تبني ممارسو العلاقات العامة في المؤسسات الحكومية لتطبيقات الذكاء الاصطناعي)

النتيجة	ما أبرز العوامل التي تشجع ممارسو العلاقات العامة على تبني تطبيقات الذكاء الاصطناعي		ما أهم المعوقات التي تحد من استخدام الذكاء الاصطناعي في إدارة العلاقات العامة		مدى نية الاستمرار ودرجة التبني الفعلية لتطبيقات الذكاء الاصطناعي	
	رقم العبارة	معامل الارتباط	مستوى الدلالة	معامل الارتباط	مستوى الدلالة	معامل الارتباط
0.01 عند	1	.863**	.000	.755**	.000	.877**
0.01 عند	2	.872**	.000	.778**	.000	.887**
0.01 عند	3	.882**	.000	.808**	.000	.894**

دال عند 0.01	.000	.874**	.000	.801**	.000	.872**	4
دال عند 0.01	.000	.881**	.000	.819**	.000	.860**	5
دال عند 0.01	.000	.895**	.000	.852**	.000	.876**	6
دال عند 0.01	.000	.870**	.000	.730**	.000	.874**	7

** دال دالة إحصائياً عند مستوى الدلالة 0.01

المصدر: إعداد الباحثة من نتائج الدراسة الميدانية 2026 باعتماد مخرجات برنامج spss.

من الجدول (2) يتضح أن جميع قيم معاملات الارتباط لجميع عبارات مستوى تبني ممارسو العلاقات العامة في المؤسسات الحكومية لتطبيقات الذكاء الاصطناعي للمحور الرابع (ما أبرز العوامل التي تشجع ممارسو العلاقات العامة على تبني تطبيقات الذكاء الاصطناعي) تتراوح بين (.860**-.882**)، للمحور الخامس (ما أهم المعوقات التي تحد من استخدام الذكاء الاصطناعي في إدارة العلاقات العامة) تتراوح بين (.730**-.852**)، للمحور السادس (مدى نية الاستمرار ودرجة التبني الفعلية لتطبيقات الذكاء الاصطناعي) تتراوح بين (.870**-.895**). وتلك القيم كانت كبيرة جداً، كما أن جميعها كانت دالة إحصائياً عند مستوى 5% حيث بلغت قيم مستوى المعنوية لها أقل من 0.05. وهذا يشير إلى ارتباط جميع العبارات بالدرجة الكلية لمحورها وبمعنوية عالية وتشترك معاً لقياسه، وبذلك يعتبر المحور صادقاً لما وضع لقياسه.

الصدق البنائي

يعتبر الصدق البنائي أحد مقاييس صدق الأداة الذي يقيس مدى تحقق الأهداف التي تريد الأداة الوصول إليها ويبين مدى ارتباط كل بعد من محاور الدراسة بالدرجة الكلية لعبارات الأداة ووفقاً لهذه الطريقة سيتم اختبار الصدق عن طريق تقدير معاملات الارتباط لجميع محاور المتغيرات بالمجموع الكلي لكل محور وعلى النحو التالي:

الصدق البنائي لمحور المتغيرات المستقل: بتبني ممارسو العلاقات العامة في المؤسسات الحكومية لتطبيقات الذكاء الاصطناعي.

جدول (3) يوضح معامل ارتباط محاور الدراسة بتبني ممارسو العلاقات العامة في المؤسسات الحكومية لتطبيقات الذكاء الاصطناعي بالمجموع الكلي

المحاور	معامل الارتباط	مستوى الدلالة	النتيجة
المحور الأول: ما واقع تبني ممارسو العلاقات العامة في المؤسسات الحكومية بمحافظه الاحساء	.770**	.000	دال عند 0.01
المحور الثاني: ما درجة استخدام ممارسو العلاقات العامة لتطبيقات الذكاء الاصطناعي في أعمالهم اليومية	.849**	.000	دال عند 0.01
المحور الثالث: ما اتجاهات ممارسو العلاقات العامة في المؤسسات الحكومية نحو استخدام الذكاء الاصطناعي في مجال أعمالهم	.754**	.000	دال عند 0.01
المحور الرابع: ما أبرز العوامل التي تشجع ممارسو العلاقات العامة على تبني تطبيقات الذكاء الاصطناعي	.840**	.000	دال عند 0.01
المحور الخامس: ما أهم المعوقات التي تحد من استخدام الذكاء الاصطناعي في إدارة العلاقات العامة	.701**	.000	دال عند 0.01
المحور السادس: مدى نية الاستمرار ودرجة التبني الفعلية لتطبيقات الذكاء الاصطناعي	.848**	.000	دال عند 0.01

** دال دالة إحصائياً عند مستوى الدلالة 0.01

المصدر: إعداد الباحثة من نتائج الدراسة الميدانية 2026 باعتماد مخرجات برنامج SPSS.

يتضح من الجدول (3) أن جميع محاور الدراسة بأثر تبني ممارسو العلاقات العامة في المؤسسات الحكومية لتطبيقات الذكاء الاصطناعي تبين أن معاملات الارتباط بين الدرجة الكلية لمحاور الدراسة والدرجة الكلية للدراسة تراوحت ما بين (**.701-.849)، وتلك القيم كانت كبيرة جداً وقد جاءت جميعها ذات قيمة موجبة كما أن جميعها كانت دالة إحصائية عند مستوى معنوية 5% حيث بلغت قيم مستوى المعنوية لها أقل من 0.05، وهذا يشير إلى أن لها علاقة ارتباط إيجابية وذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة (0.05) بالمجموع الكلي للدراسة الذي تنتمي إليه، وبذلك يتبين أن جميع محاور الأداة تقيس ما وضعت لقياسه وتشارك معاً لقياس أداة الدراسة.

طريقة التجزئة النصفية

تم إيجاد معاملات الارتباط جوتمان للتجزئة النصفية بين العبارات الفردية والزوجية ومعامل الارتباط بين النماذج، سيرمان بين معدل الأسئلة الفردية ومعدل الأسئلة الزوجية لكل محور لتقدير الموثوقية في حالة تقسيم النصف، وكلما اقتربت القيم من (1) دل ذلك على درجة عالية من الموثوقية وقم تم تصحيح معاملات الارتباط باستخدام معامل ارتباط سيرمان-براون للتصحيح حسب المعادلة التالية: $\frac{2r}{1+r}$ = الثبات معامل حيث r معامل الارتباط، والجدول رقم (4) يوضح ذلك.

جدول (4) طريقة التجزئة النصفية لقياس ثبات الأداة لمحاور الدراسة

محاور الدراسة	عدد العبارات	معامل جوتمان للتجزئة النصفية	معامل الارتباط بين النماذج	معامل الارتباط المصحح (سيرمان-براون)
المحور الأول: ما واقع تبني ممارسو العلاقات العامة في المؤسسات الحكومية بمحافظه الاحساء	7	.933	.908	.953
المحور الثاني: ما درجة استخدام ممارسو العلاقات العامة لتطبيقات الذكاء الاصطناعي في أعمالهم اليومية	7	.904	.841	.913
المحور الثالث: ما اتجاهات ممارسو العلاقات العامة في المؤسسات الحكومية نحو استخدام الذكاء الاصطناعي في مجال أعمالهم	7	.940	.887	.940
المحور الرابع: ما أبرز العوامل التي تشجع ممارسو العلاقات العامة على تبني تطبيقات الذكاء الاصطناعي	7	.963	.930	.963
المحور الخامس: ما أهم المعوقات التي تحد من استخدام الذكاء الاصطناعي في إدارة العلاقات العامة	7	.898	.887	.941
المحور السادس: مدى نية الاستمرار ودرجة التبني الفعلية لتطبيقات الذكاء الاصطناعي	7	.966	.951	.975
المجموع الكلي	42	.988	.977	.988

المصدر: إعداد الباحثة من نتائج الدراسة الميدانية 2026 باعتماد مخرجات برنامج spss.

يبين الجدول رقم (4) أن معامل الارتباط بين النماذج للعبارات الفردية والزوجية للمستوى الكلي لمحاور الدراسة تتراوح بين (841-951)، وللدرجة الكلية

للدراصة بلغت (977)، وهو معامل ارتباط مرتفع يشير إلى درجة عالية من التجانس بين العبارات الفردية والزوجية.

كما أن معامل سبيرمان-براون للتجزئة النصفية لمحاو الدراسة تتراوح بين (913-957)، وللدرجة الكلية للدراسة بلغت (988)، مما يدل على استقرار المقياس وارتفاع درج الموثوقية عند تقسيم العبارات كلما اقتربت القيم من الواحد.

بالإضافة إلى ذلك أظهر معامل جوتمان للتجزئة النصفية لمحاو الدراسة على أنها تتراوح بين (898-966)، وللدرجة الكلية للدراسة بلغت (988)، وهي قيمة مرتفعة تدل على أن المقياس يتمتع بدرجة عالية من الاتساق الداخلي، مما يعزز الاعتمادية العامة للأداة المستخدمة وبناءً عليه، فإن هذه المؤشرات تعكس قوة الاتساق الداخلي للمقياس وارتفاع موثوقيته، مما يجعله صالحاً للاستخدام في قياس الظاهرة المدروسة مما يجعل الباحثة مطمئنة إلى النتيجة التي سيتم الحصول عليها.

ثبات الأداة

طريقة الفا كرونباخ

يقصد بالثبات (استقرار المقياس وعدم تناقضه مع نفسه، أي أن المقياس يعطي نفس النتائج باحتمال مساو لقيمة المعامل إذا أعيد تطبيقه على نفس العينة). وبالتالي فهو يؤدي إلى الحصول على نفس النتائج أو نتائج متوافقة في كل مرة يتم فيها إعادة القياس. وكلما زادت درجة الثبات واستقرار الأداة زادت الثقة فيه، وهناك عدة طرق للتحقق من ثبات المقياس وقد قامت الباحثة بحساب معامل ثبات الاختبار باستخدام معامل الفا كرونباخ (α_s)، والذي يأخذ قيمة تتراوح بين الصفر والواحد الصحيح، فإذا لم يكن هناك ثبات في البيانات فإن قيمة المعامل تكون مساوية للصفر، وعلى العكس إذا كان هناك ثبات تام في البيانات فإن قيمة المعامل تساوي الواحد صحيح. أي أن زيادة معامل الفا كرونباخ تعني زيادة ثبات الاستبانة وبالتالي زيادة مصداقية البيانات.

جدول (5) يوضح قيم معاملات الفا كرونباخ لجميع محاور الدراسة وعلى النحو التالي:

Alpha s, Cronbach	عدد العبارات	محاور الدراسة
.949	7	المحور الأول: ما واقع تبني ممارسو العلاقات العامة في المؤسسات الحكومية بمحافظه الاحساء
.936	7	المحور الثاني: ما درجة استخدام ممارسو العلاقات العامة لتطبيقات الذكاء الاصطناعي في أعمالهم اليومية
.911	7	المحور الثالث: ما اتجاهات ممارسو العلاقات العامة في المؤسسات الحكومية نحو استخدام الذكاء الاصطناعي في مجال أعمالهم
.947	7	المحور الرابع: ما أبرز العوامل التي تشجع ممارسو العلاقات العامة على تبني تطبيقات الذكاء الاصطناعي
.900	7	المحور الخامس: ما أهم المعوقات التي تحد من استخدام الذكاء الاصطناعي في إدارة العلاقات العامة
.951	7	المحور السادس: مدى نية الاستمرار ودرجة التبني الفعلية لتطبيقات الذكاء الاصطناعي
.970	42	الدرجة الكلية

المصدر: إعداد الباحثة من نتائج الدراسة الميدانية 2026 باعتماد مخرجات برنامج SPSS.

يتضح من الجدول (5) أن نتائج اختبار الثبات لجميع المحاور قد تراوحت بثبات بين (900). وثبات (951)، وعلى المستوى الكلي للدراسة فقد بلغت (970). وتلك القيم كانت جميعها أكبر من (60%) وهذا يدل بأن أداة الدراسة تتمتع بدرجة عالية من الثبات في جميع محاور الدراسة وأن البيانات التي تم جمعها بواسطتها تتمتع بالثبات والصدق العالي وتحقق أغراض الدراسة وبالتالي يمكننا من الاعتماد على هذه الإجابات في تحقيق أهداف الدراسة وتحليل نتائجها.

اختبار التوزيع الطبيعي للبيانات (اختبار كولمنجروف – سمرنوف)

هدف الاختبار لمعرفة هل البيانات تتبع التوزيع الطبيعي أم لا وهو يعد اختباراً ضروري لاختيار الاختبارات المناسبة بالأخص اختبار الفرضيات. حيث نجد إذا كانت البيانات تتبع التوزيع الطبيعي فإن الاختبارات المعلمية تعتبر مناسبة، أما إذا كانت البيانات لا تتبع التوزيع الطبيعي فإن الاختبارات اللامعلمية تعتبر مناسبة لاختبار فروض الدراسة، وهذا الشرط يعد من الشروط الهامة في الاختبارات الإحصائية المعلمية وبدون تحقيق هذا الشرط لا يمكن تطبيق الاختبار من الناحية العملية، إذا تجاهلنا ذلك الشرط وطبقنا الاختبار تكون النتائج غير منطقية وخاطئة وبالتالي كل الاستنتاجات المترتبة على الاختبار تكون بعيدة عن الصحة، وللتأكد من أن البيانات تتوزع حسب التوزيع الطبيعي تم استخدام اختبار: Kolmogorov-Smirnov وفيما يلي نتائج اختبار التوزيع الطبيعي:

جدول رقم (6) نتائج اختبار التوزيع الطبيعي لمتغيرات الدراسة

مستوى الدلالة	قيمة Z	محاور الدراسة
.269	1.001	المحور الأول: ما واقع تبني ممارسو العلاقات العامة في المؤسسات الحكومية بمحافظه الاحساء
.173	1.106	المحور الثاني: ما درجة استخدام ممارسو العلاقات العامة لتطبيقات الذكاء الاصطناعي في أعمالهم اليومية
.812	.637	المحور الثالث: ما اتجاهات ممارسو العلاقات العامة في المؤسسات الحكومية نحو استخدام الذكاء الاصطناعي في مجال أعمالهم
.320	.956	المحور الرابع: ما أبرز العوامل التي تشجع ممارسو العلاقات العامة على تبني تطبيقات الذكاء الاصطناعي
.270	1.000	المحور الخامس: ما أهم المعوقات التي تحد من استخدام الذكاء الاصطناعي في إدارة العلاقات العامة
.605	.763	المحور السادس: مدى نية الاستمرار ودرجة التبني الفعلية لتطبيقات الذكاء الاصطناعي
.772	.663	الدرجة الكلية

المصدر: إعداد الباحثة من نتائج الدراسة الميدانية 2026 باعتماد مخرجات برنامج SPSS.V26.

يلاحظ من الجدول (6) نتائج اختبار التوزيع الطبيعي أن قيمة مستوى الدلالة المعنوية لجميع متغيرات الدراسة أكبر من (0.05) وتعني أن هذه القيم توفر خاصية التوزيع الطبيعي لبيانات العينة في جميع محاور متغيرات الدراسة مما يشير ذلك إلى إمكانية استخدام الاختبارات المعلمية لاختبار دلالة الفروق، كما يشير أن النتائج التي ستوصل إليها الدراسة من خلال استخدام هذه الاختبارات تعبر بشكل دقيق عن المجتمع الذي أخذت منه العينة.

الأساليب الإحصائية المستخدمة:

حللت البيانات باستخدام البرنامج الإحصائي SPSS وقد تم استخدام الأساليب الإحصائية التالية:

1. إجراء اختبارات الصدق والثبات، وذلك باستخدام كل من الآتي:

- أ. معامل ارتباط بيرسون (Pearson Correlation Coefficient): لقياس درجة الارتباط تم استخدامه لحساب معاملات الاتساق الداخلي والصدق البنائي للاستبانة.
- ب. الفا كرونباخ (Cronbach's Alpha): لمعرفة ثبات عبارات الاستبانة.
- ت. طريقة التجزئة النصفية (Split-Half Coefficient): للتعرف إلى ثبات المقاييس ومعامل الارتباط بين العبارات الفردية والزوجية والموثوقية وكلما اقتربت القيم من الواحد دل ذلك على درجة عالية من الموثوقية واستقرار المقياس والاتساق الداخلي للمقياس.
- ث. اختبار (Kolmogorov – Smirnov): تم استخدامه لاختبار التوزيع الطبيعي لمتغيرات الدراسة.
2. النسب المئوية والتكرارات: يستخدم هذا الأمر بشكل أساسي لأغراض معرفة تكرار فئات متغير ما، ويتم الاستفادة منها في وصف عينة الدراسة المبجوة.
3. أساليب الإحصاء الوصفي: لوصف خصائص عبارات الدراسة، وذلك من خلال:
- أ. الوسط الحسابي: حيث يتم حساب الوسط الحسابي لكل عبارة، ويتم مقارنة الوسط الحسابي للعبارة بالوسط الفرضي للدراسة حسب مقياس ليكرت المستخدم.
- ب. الانحراف المعياري: وذلك للتعرف على مدى انحراف استجابات أفراد عينة الدراسة لكل عبارة من عبارات متغيرات الدراسة عن متوسطها الحسابي، وكلما اقتربت قيمته من الصفر تركزت الاستجابات وانخفض تشتتها بين المقياس.
- ت. الوزن النسبي %: وذلك للتعرف على النسبة المئوية للمتوسط الحسابي بقسمة المتوسط الحسابي في المقياس المستخدم في الدراسة بضرب في مئة %.
4. اختبار (t) لعينة واحدة: لاختبار مستوى استجابة العينة على عبارات محاور الدراسة.
5. تحليل الانحدار البسيط: لاختبار الدلالة الإحصائية لفروض الدراسة وذلك من خلال:
- أ. معامل الارتباط (R): وهو مؤشر إحصائي يستخدم لتحديد نوع ودرجة العلاقة بين المتغيرات، وكلما اقتربت قيمته من الواحد الصحيح دل ذلك على قوة العلاقة، وكلما اقتربت قيمته من الصفر دل ذلك على ضعف العلاقة بين المتغيرات، كما أن إشارة معامل الارتباط تدل على نوع العلاقة، فإذا كانت الإشارة موجبة تدل على وجود ارتباط طردي، والإشارة السالبة تدل على وجود علاقة عكسية.
- ب. معامل التحديد (R Square): وهو مؤشر يستخدم للتعرف على قدرة النموذج على تفسير العلاقة بين المتغيرات، فكلما اقتربت قيمته من الواحد الصحيح دل ذلك على جودة توافق العلاقة بين المتغيرات المستقلة والمتغير التابع، وبالتالي تزداد القوة التفسيرية للمتغيرات المستقلة، والعكس هو الصحيح، فكلما اقتربت قيمته من الصفر دل ذلك على عدم جودة توافق العلاقة بين المتغيرات المستقلة والتابع.
6. الاختبار الإحصائي t-test لعينتين مستقلتين (Independent Samples t-test): وهو أحد الاختبارات الإحصائية المعلمية لمعرفة الفروق بين متوسطات استجابات عينة الدراسة تبعاً لاختلاف متغير (الجنس).
7. اختبار تحليل التباين الأحادي (One Way Anova): وهي أحد الاختبارات الإحصائية لمعرفة الفروق بين متوسطات استجابات عينة الدراسة تبعاً لمتغيرات الديمغرافية.
8. اختبار طريقة شفیه (Scheffe): وليبيان مصادر الفروق الإحصائية تم استخدام طريقة شفیه للمقارنات المحورية.
- مقياس الدراسة:
- تم قياس درجة الاستجابات حسب مقياس ليكرت الرباعي (Likart Scale)، والذي يتراوح من لا أوافق بشدة وبدرجة إلى موافق بشدة وبدرجة عالية جداً، وفقاً للتدرج التالي:

(1)	(2)	(3)	(4)
غير موافق بشدة	غير موافق	موافق	موافق بشدة

واستناداً إلى المعادلة التالية: (الحد الأعلى – الحد الأدنى) مقسوماً على الحد الأعلى أي أن (4-1) مقسوماً على (4) نحصل على قيمة المعامل (0.75) وبإضافة

طول الفئة التي قيمتها (1) في مقياس ليكرت الرباعي إلى المعامل نحصل على الحد الأدنى للفئة الأولى (1.75) وبتكرار إضافة المعامل إلى الحدود الدنيا لكل فئة نحصل على المستويات الأربعة التالية وكما هو موضح في جدول (7).

جدول (7) مقياس درجة الإجابة

المعيار	الدرجة	المتوسطات الحسابية	الوزن النسبي %	الدلالة الاحصائية
موافق بشدة	4	من 3.25 إلى 4.00	أكبر من 81%	درجة الاستجابة مرتفعة جداً
موافق	3	من 2.50 إلى أقل 3.25	62 - 80%	درجة الاستجابة مرتفعة
غير موافق	2	من 1.75 إلى أقل 2.50	43 - 61%	درجة الاستجابة منخفضة
غير موافق بشدة	1	من 1.00 إلى أقل 1.75	أقل من 43%	درجة الاستجابة منخفضة جداً

من جدول (7) واستناداً إلى ذلك فإن قيم المتوسطات الحسابية التي وصلت إليها الدراسة سيتم التعامل معها لتفسير البيانات وعلي النحو التالي: المستوى الأول مرتفعة جداً، والذي يكون فيه الوسط الحسابي للإجابات (3.25) أو أكثر، حيث إن هذه الإجابة إذا ما قُربت تصبح (4)، وهي تمثل درجة مرتفعة جداً حسب مقياس ليكرت الرباعي المستخدم في هذه الدراسة، والمستوى الثاني مرتفعة إذا كان الوسط الحسابي للإجابات على العبارة يقل عن (3.25) ويزيد أو يساوي (2.50)، أي إذا قُربت يصبح (3)، وهي تمثل درجة مرتفعة حسب المقياس المستخدم، والمستوى الثالث منخفضة إذا كان الوسط الحسابي يقل عن (2.50) ويزيد أو يساوي (1.75)، أي إذا قُربت يصبح (2)، وهي تمثل درجة منخفضة وفق المقياس المستخدم في الدراسة، والمستوى الرابع منخفضة جداً إذا كان الوسط الحسابي للإجابات على العبارة يقل عن (1.75)، وهي تمثل أدنى درجات المقياس المستخدم في الدراسة.

تحليل نتائج الدراسة ومناقشتها:

1.1 الخصائص الشخصية والوظيفية للمستجيبين:

فيما يلي عرض نتائج التوزيع التكراري للخصائص الشخصية والوظيفية لأفراد عينة الدراسة كما يلي:

1.1.1 الجنس:

الجدول (8) التوزيع التكراري لأفراد عينة الدراسة وفق متغير الجنس

الجنس	العدد	النسبة المئوية
ذكر	68	37.8
أنثى	112	62.2
المجموع	180	100.0

المصدر: إعداد الباحثة من نتائج الدراسة الميدانية 2026 باعتماد مخرجات برنامج SPSS.

من الجدول (8) بينت النتائج أن غالبية أفراد العينة هم من الإناث بنسبة (62.2%) كما بلغت نسبة الذكور بنسبة (37.8%) ويتضح أن نسبة الإناث أكبر من عدد الذكور في المؤسسات الحكومية محل الدراسة بمحافظة الاحساء بالملكة العربية السعودية، لذا شملت العينة الجنسين الذكور والإناث.

1.1.2 العمر:

الجدول (9) التوزيع التكراري لأفراد عينة الدراسة وفق متغير العمر

العمر	العدد	النسبة المئوية
24 - 18	30	16.7%
34 – 25	55	30.6%
44 – 35	57	31.7%
45 فأكثر	38	21.1%
المجموع	180	100.0%

المصدر: إعداد الباحثة من نتائج الدراسة الميدانية 2026 باعتماد مخرجات برنامج spss.

من الجدول (9) بينت النتائج أن غالبية أفراد العينة تقع أعمارهم ضمن الفئة من (35 إلى 44 سنة) المرتبة الأولى بنسبة بلغت (31.7%)، تلهم مباشرة الفئة العمرية الشابة من (25 إلى 34 سنة) بنسبة متقاربة بلغت (30.6%)، حلت الفئة العمرية الخيرة التي تبلغ (45 سنة فأكثر) في المرتبة الثالثة بنسبة (21.1%)، بينما كانت الفئة العمرية الأقل من (18 إلى 24 سنة) هي الأقل تمثيلاً في عينة الدراسة بنسبة بلغت (16.7%)، وتشير هذه النتائج إلى وجود توازن عمري داخل تلك المؤسسات، مما يمنح الدراسة مصداقية عالية في تعبيرها عن مختلف الأجيال الوظيفية؛ إذ يمثل غالبية الفئات العمرية المتوسطة من (25 إلى 45 سنة) بنسبة إجمالية تتجاوز (62%) مؤشراً قوياً على جاهزية الكوادر البشرية للتعامل مع التحولات الرقمية المعاصرة، وتحديدًا تطبيقات الذكاء الاصطناعي التي تتطلب قدرات ذهنية ومهارية تتسم بها هذه المراحل العمرية النشطة وظيفياً.

1.1.3 المؤهل الدراسي:

الجدول (10) التوزيع التكراري لأفراد عينة الدراسة وفق متغير المؤهل الدراسي

المؤهل الدراسي	العدد	النسبة المئوية
ثانوي	19	10.6%
دبلوم	23	12.8%
بكالوريوس	104	57.8%
دراسات عليا (ماجستير - دكتوراه)	34	18.9%
المجموع	180	100.0%

المصدر: إعداد الباحثة من نتائج الدراسة الميدانية 2026 باعتماد مخرجات برنامج spss.

من الجدول (10) بين النتائج أن غالبية أفراد العينة هم من حملة درجة (البكالوريوس) حيث جاءت في المرتبة الأولى وبفارق كبير عن بقية الفئات بنسبة بلغت (57.8%)، تلتها في المرتبة الثانية فئة حملة شهادات (الدراسات العليا) من حملة الماجستير والدكتوراه بنسبة بلغت (18.9%)، بينما حلّ حملة (الدبلوم) في المرتبة الثالثة بنسبة (12.8%)، وجاء حملة الشهادة (الثانوية) في المرتبة الأخيرة بنسبة بلغت (10.6%)، ويشير هذا الارتفاع الجوهري في نسبة الجامعيين وحملة الدراسات العليا الذين يشكلون معاً أكثر من (76%) من إجمالي العينة إلى المستوى الأكاديمي الرفيع الذي يتمتع به ممارسو العلاقات العامة في

المؤسسات الحكومية بمحافظه الاحساء كما تعزز هذه النتيجة من موثوقية استجابات العينة اتجاه موضوع الدراسة.

1.1.4 التخصص:

الجدول (11) التوزيع التكراري لأفراد عينة الدراسة وفق متغير التخصص

التخصص	العدد	النسبة المئوية
علاقات عامة	23	12.8%
إعلام واتصال	15	8.3%
إدارة أعمال	46	25.6%
حاسب آلي وتقنية المعلومات	13	7.2%
أخرى	83	46.1%
المجموع	180	100.0%

المصدر: إعداد الباحثة من نتائج الدراسة الميدانية 2026 باعتماد مخرجات برنامج spss.

من الجدول (11) بينت النتائج أن غالبية أفراد العينة وفقاً لمتغير التخصص لديهم تنوع كبير في التخصصات التي ينتمي إليها المبحوثين، حيث جاءت الفئات التي تندرج تحت مسميات تخصصية (أخرى) في المرتبة الأولى بنسبة كبيرة بلغت (46.1%)، وفيما يتعلق بالتخصصات حلت (إدارة أعمال) في المرتبة الثانية بنسبة (25.6%)، تلتها فئة (علاقات عامة) بنسبة (12.8%)، في حين جاءت فئة (إعلام واتصال) في المرتبة الرابعة بنسبة (8.3%)، بينما جاء تخصص (حاسب آلي وتقنية المعلومات) في المرتبة الأخيرة بنسبة (7.2%).

1.1.5 المسمى الوظيفي:

الجدول (12) التوزيع التكراري لأفراد عينة الدراسة وفق متغير المسمى الوظيفي

المسمى الوظيفي	العدد	النسبة المئوية
مدير إدارة	16	8.9%
رئيس قسم	19	10.6%
إخصائي علاقات عامة	16	8.9%
ممارس اتصال	8	4.4%
أخرى	121	67.2%
المجموع	180	100.0%

المصدر: إعداد الباحثة من نتائج الدراسة الميدانية 2026 باعتماد مخرجات برنامج SPSS.

من الجدول (12) بينت النتائج أن غالبية أفراد العينة لديهم وفقاً لمتغير المسمى الوظيفي لديهم تنوع كبير في الوظائف التي يشغلها المبحوثين، حيث جاءت الفئات التي تندرج تحت مسميات وظيفية (أخرى) في المرتبة الأولى بنسبة كبيرة بلغت (67.2%). وفيما يتعلق بالمسميات المتخصصة والقيادية حلت فئة (رئيس قسم) في المرتبة الثانية بنسبة (10.6%)، تلتها فئتا (مدير إدارة) و(أخصائي علاقات عامة) بنسب متساوية لكل منهما، بينما جاد مسمى (ممارس اتصال) في المرتبة الأخيرة بنسب (4.4%).

1.1.6. عدد سنوات الخبرة:

الجدول (13) التوزيع التكراري لأفراد عينة الدراسة وفق متغير عدد سنوات الخبرة

عدد سنوات الخبرة	العدد	النسبة المئوية
أقل من 3 سنوات	63	35.0%
3 – 5 سنوات	28	15.6%
6 – 10 سنوات	36	20.0%
أكثر من 10 سنوات	53	29.4%
المجموع	180	100

المصدر: إعداد الباحثة من نتائج الدراسة الميدانية 2026 باعتماد مخرجات برنامج spss.

من الجدول (13) بينت النتائج أن غالبية أفراد العينة لديهم خبرة حيث جاءت الفئة التي تملك خبرة (أقل من 3 سنوات) في المرتبة الأولى بنسبة بلغت (35%)، تلتها في المرتبة الثانية فئة الخبرة الطويلة (أكثر من 10 سنوات) بنسبة وصلت إلى (29.4%)، وفي المرتبة الثالثة حلت فئة الممارسين الذين تتراوح خبرتهم بين (6 إلى 10 سنوات) بنسبة (20%)، بينما كانت الفئة ذات الخبرة من (3 إلى 5 سنوات) هي الأقل تمثيلاً بنسبة بلغت (15.6%).

1.1.7 طبيعة الجهة الحكومية:

الجدول (14) التوزيع التكراري لأفراد عينة الدراسة وفق متغير طبيعة الجهة الحكومية

طبيعة الجهة الحكومية	العدد	النسبة المئوية
خدمية	34	18.9%
تعليمية	46	25.6%
صحية	7	3.9%
أمنية ورقابية	32	17.8%
بلدية	9	5.0%
أخرى	52	28.7%
المجموع	180	100.0%

المصدر: إعداد الباحثة من نتائج الدراسة الميدانية 2026 باعتماد مخرجات برنامج spss.

من الجدول (14) بينت النتائج أن غالبية أفراد العينة وفقاً لمتغير طبيعة الجهة الحكومية تنوعاً واسعاً في القطاعات المبحوثة، حيث جاءت الجهات (الأخرى) في المرتبة الأولى بتمثيل بلغت نسبته (28.7%)، تلتها في المرتبة الثانية الجهات (التعليمية) بنسبة بلغت (25.6%)، وفي المرتبة الثالثة حلت الجهات (الخدمية) بنسبة (18.9%)، تلتها بفارق بسيط الجهات (الأمنية والرقابية) بنسبة (17.8%)، تلتها الجهات (البلدية) بنسبة (5%)، بينما جاءت الجهات (الصحية) في المرتبة الأخيرة كأقل القطاعات تمثيلاً في العينة بنسبة بلغت (3.9%).

1.1.8 هل حصلت على تدريب في الذكاء الاصطناعي:

الجدول (15) التوزيع التكراري لأفراد عينة الدراسة وفق متغير الدورات التدريبية

الدورات التدريبية في الذكاء الاصطناعي	العدد	النسبة المئوية
نعم	27	15.0%
نوعاً ما	63	35.0%
لا	90	50.0%
المجموع	180	100.0%

المصدر: إعداد الباحثة من نتائج الدراسة الميدانية 2026 باعتماد مخرجات برنامج spss.

من الجدول (15) بينت النتائج أن غالبية أفراد العينة بمدى حصول ممارسو العلاقات العامة على تدريب في مجال الذكاء الاصطناعي عن فجوة تدريبية واضحة بين أفراد العينة؛ حيث جاءت الفئة التي (لم تحصل) على أي تدريب في المرتبة الأولى بنسبة بلغت (50%) من إجمالي المشاركين، تلتها في المرتبة الثانية فئة الذين حصلوا على تدريب (نوعاً ما) بنسبة (35%)، بينما حلت فئة الذين تلقوا تدريباً متخصصاً (نعم) في المرتبة الأخيرة بنسبة لم تتجاوز (15%)، وتشير هذه النتائج إلى أن نصف عينة الدراسة تفتقر تماماً للتدريب الرسمي والمنهجي في تطبيقات الذكاء الاصطناعي، وهو مؤشر يستوجب التوقف عنده في ظل التوجهات الحكومية نحو التحول الرقمي.

النتائج المتعلقة بتساؤلات الدراسة:

تم تحليل البيانات حيث تم حساب المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والوزن النسبي وتحليل استجابات العينة وفقاً لمحاور الدراسة المختلفة >

النتائج المتعلقة بالسؤال الأول ومناقشتها:

للإجابة عن السؤال الأول الذي ينص على "ما هو تبني ممارسو العلاقات العامة في المؤسسات الحكومية لتطبيقات الذكاء الاصطناعي فيما يلي:

تم احتساب المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والوزن النسبي لأراء عينة الدراسة على الفقرات الخاصة لمحور (ما واقع تبني ممارسو العلاقات العامة في المؤسسات الحكومية لتطبيقات الذكاء الاصطناعي بمحافظه الاحساء) وكما يلي:

جدول (16) يبين المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والوزن النسبي لعبارة (ما واقع تبني ممارسو العلاقات العامة في المؤسسات الحكومية لتطبيقات الذكاء الاصطناعي بمحافظه الاحساء)

م	العبارة										
	أو افاق بشدة		أو افاق		لا أو افاق		لا أو افاق بشدة		المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الوزن النسبي
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%			

1	توجد رؤية واضحة لدى مؤسستي لدمج الذكاء الاصطناعي في العمليات الإدارية	60	33.3	73	40.6	39	21.7	8	4.4	3.03	.855	75.7%
2	تتوفر سياسات تنظيمية محددة تحكم استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي	52	28.9	75	41.7	41	22.8	12	6.7	2.93	.885	73.2%
3	تحرص الإدارة على تحفيز الممارسين لاستبدال المهام التقليدية بأدوات ذكية	62	34.4	69	38.3	37	20.6	12	6.7	3.01	.906	75.1%
4	تخصص المؤسسة ميزانية أو موارد كافية لتوفير اشتراكات في برمجيات الذكاء الاصطناعي	58	32.2	59	32.8	44	24.4	19	10.6	2.87	.988	71.7%
5	يتم تشجيع المبادرات الفردية لتجربة أدوات الذكاء الاصطناعي وتعميمها	59	32.8	81	45.0	27	15.0	13	7.2	3.03	.877	75.8%
6	تقوم المؤسسة بتوفير برامج تدريبية تساعد على استخدام أدوات الذكاء الاصطناعي	58	32.2	70	38.9	37	20.6	15	8.3	2.95	.929	73.8%
7	توفر المؤسسة بنية رقمية مناسبة تتيح استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي	59	32.8	68	37.8	40	22.2	13	7.2	2.96	.918	74.0%
جميع العبارات										2.97	.795	.74.2

المصدر: إعداد الباحثة من نتائج الدراسة الميدانية 2026 باعتماد مخرجات برنامج SPSS.

تظهر النتائج بالجدول (16) أن الدرجة الكلية الخاصة بدرجة (ما واقع تبني ممارسو العلاقات العامة في المؤسسات الحكومية لتطبيقات الذكاء الاصطناعي بمحافظلة الاحساء) قد ظهرت بدرجة مرتفعة حسب الإجابات بمتوسط حسابي (2.97)، وبانحراف معياري (.795) وبوزن نسبي (74.2%) وبدرجة مرتفعة، وتعكس هذه النتيجة الإيجابية وجود بيئة مؤسسية محفزة وتوجهاً جاداً نحو دمج التقنيات الذكية في العمل الإداري والاتصالي الحكومي، وقد كانت جميع عبارات الجدول التي تقيس (واقع تبني ممارسو العلاقات العامة في المؤسسات الحكومية لتطبيقات الذكاء الاصطناعي بمحافظلة الاحساء) جاءت جميعها بدرجة مرتفعة حيث تتراوح قيم المتوسطات الحسابية للمحور بين (2.87 – 3.03) وتلك القيم جميعها تزيد عن درجة القياس المعتمدة لغاية هذه الدراسة البالغة (2.5) وكانت بدرجة مرتفعة، وأن العبارة رقم (5) ظهرت أهم عبارة حيث حازت على المرتبة الأولى إذ تنص (يتم تشجيع المبادرات الفردية لتجربة أدوات الذكاء الاصطناعي وتعميمها) وكانت درجة تأثيرها بدرجة مرتفعة وبوزن نسبي (75.8%)، مما يشير إلى أن التبني في هذه المؤسسات يبدأ من دعم طموح الموظفين ومبادراتهم الذاتية، وحلت العبارة رقم (1) في المرتبة الثانية من حيث مستوى تأثيرها والتي تنص (توجد رؤية واضحة لدى مؤسستي لدمج الذكاء الاصطناعي في العمليات الإدارية) وكانت درجة تأثيرها بدرجة مرتفعة وبوزن نسبي (75.7%)، بينما حلت العبارة رقم (3) بالمرتبة الثالثة التي تنص (تحرص الإدارة على تحفيز الممارسين لاستبدال المهام التقليدية بأدوات ذكية) وكانت درجة تأثيرها بدرجة مرتفعة وبوزن نسبي (75.1%) وهو ما يؤكد وجود وعي قيادي بضرورة التحول من العمل النمطي إلى العمل الرقمي الذي.

ويتضح أن أقل الفقرات شيوعاً لدى أفراد عينة الدراسة هي العبارة رقم (4) والتي تنص على (تخصص المؤسسة ميزانية أو موارد كافية لتوفير اشتراكات في برمجيات الذكاء الاصطناعي) فقد حلت بالمرتبة الأخيرة وبوزن نسبي (71.7%)، حيث جاءت بدرجة ممارسة مرتفعة أيضاً من حيث شيوعها لدى أفراد العينة.

2.2 النتائج المتعلقة بالسؤال الثاني ومناقشتها:

للإجابة عن السؤال الثاني الذي ينص على "ما درجة استخدام ممارسو العلاقات العامة لتطبيقات الذكاء الاصطناعي في أعمالهم اليومية".

يعرض الجدول (17) احتساب المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والوزن النسبي لآراء عينة الدراسة على الفقرات الخاصة لمحور (ما درجة استخدام ممارسو العلاقات العامة لتطبيقات الذكاء الاصطناعي في أعمالهم اليومية) وكما يلي:

جدول (17) يبين المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والوزن النسبي لعبارات (ما درجة استخدام ممارسو العلاقات العامة لتطبيقات الذكاء الاصطناعي في أعمالهم اليومية).

م	العبارة	أو افق بشدة		أو افق		أو افق		أو افق بشدة		المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الوزن النسبي
		ك	%	ك	%	ك	%	ك	%			
1	استخدام أدوات الذكاء الاصطناعي في صياغة وتحرير المحتوى الإعلامي (أخبار، مقالات)	64	35.6	81	45.0	21	11.7	14	7.8	3.08	.884	77.1%
2	اعتمد على الذكاء الاصطناعي في ترجمة وتدقيق المراسلات والتقارير الرسمية	52	28.9	84	46.7	33	18.3	11	6.1	2.98	.849	74.6%
3	استخدم التطبيقات الذكية في تنظيم الأفكار	67	37.2	87	48.3	16	8.9	10	5.6	3.17	.811	79.3%
4	أوظف تقنيات الذكاء الاصطناعي في تحليل انطباعات الجمهور وردود أفعالهم	57	31.7	80	44.4	31	17.2	12	6.7	3.01	.872	75.3%
5	استخدم الذكاء الاصطناعي التوليدي لإنشاء مسودات التصاميم أو العروض التقديمية	60	33.3	89	49.4	22	12.2	9	5.0	3.11	.804	77.8%
6	اعتمد على الذكاء الاصطناعي في تحويل الاجتماعات الصوتية إلى نصوص مكتوبة	55	30.6	76	42.2	32	17.8	17	9.4	2.94	.929	73.5%
7	استخدم التطبيقات الذكية لإدارة سمعة المؤسسة رقمياً	50	27.8	78	43.3	73	20.6	15	8.3	2.91	.901	72.6%
جميع العبارات										3.03	.735	75.7%

المصدر: إعداد الباحثة من نتائج الدراسة الميدانية 2026 باعتماد مخرجات برنامج SPSS.

يتضح من النتائج بالجدول (17) أن الدرجة الكلية الخاصة في (ما درجة استخدام ممارسو العلاقات العامة لتطبيقات الذكاء الاصطناعي في أعمالهم اليومية) قد ظهرت بدرجة مرتفعة حسب الإجابات بمتوسط حسابي (3.03)، وانحراف معياري (.735)، وبوزن نسبي (75.7%) وبدرجة مرتفعة، وتشير هذه النتيجة إلى انتقال ممارسو العلاقات العامة من مرحلة الإدراك النظري إلى مرحلة التوظيف العملي والفعلية لهذه التقنيات في مهامهم الوظيفية المتنوعة، وقد كانت جميع عبارات الجدول التي تقيس بعد (ما درجة استخدام ممارسو العلاقات العامة لتطبيقات الذكاء الاصطناعي في أعمالهم اليومية) جاءت جميعها بدرجة مرتفعة حيث تتراوح قيم المتوسطات الحسابية للمحور بين (2.91 – 3.17) وتلك القيم جميعها تزيد عن درجة القياس المعتمدة لغاية هذه الدراسة البالغة (2.5) وكانت بدرجة مرتفعة، وأن العبارة رقم (3) ظهرت أهم عبارة حيث حازت على المرتبة الأولى إذ تنص (استخدم التطبيقات الذكية في تنظيم الأفكار) وكانت درجة استخدامها بدرجة مرتفعة وبوزن نسبي (79.3%) مما يعكس اعتماد الممارسين على الذكاء الاصطناعي كأداة "عصف ذهني" ومساعد إدراكي في التخطيط الأولي للمهام، وحلت العبارة رقم (5) في المرتبة الثانية من حيث مستوى تأثيرها والتي تنص (استخدم الذكاء الاصطناعي التوليدي لإنشاء مسودات التصاميم أو العروض التقديمية) وكانت درجة ممارستها بدرجة مرتفعة بوزن نسبي (77.8%)، بينما حلت العبارة رقم (1) بالمرتبة الثالثة التي تنص (استخدم أدوات الذكاء الاصطناعي في صياغة وتحرير المحتوى الإعلامي (أخبار، مقالات)) وكانت درجة ممارستها بدرجة مرتفعة وبوزن نسبي (77.1%) هذا يشير إلى تركيز عالٍ من قبل الممارسين على توظيف الذكاء الاصطناعي في "الجانب الإبداعي والإنتاجي" للعلاقات العامة (تصميم، تحرير، تنظيم أفكار)، وهي المهام

التي تتطلب عادة وقتاً وجهداً كبيراً، مما يعني أن التقنية أصبحت وسيلة فعالة لرفع الإنتاجية وتحسين جودة المخرجات الإعلامية.

ويتضح أن أقل الفقرات شيوعاً لدى أفراد عينة الدراسة هي العبارة رقم (7) والتي تنص على (استخدم التطبيقات الذكية لإدارة سمعة المؤسسة رقمياً) فقد حلت بالمرتبة الأخيرة وبوزن نسبي (72.6%)، حيث جاءت بدرجة ممارسة مرتفعة أيضاً من حيث شيوعها لدى أفراد العينة، يشير ذلك ويفسر تراجع العبارات إلى الترتيب الأخير بأن استخدام الذكاء الاصطناعي في المهام الإدارية البحثية (كالتفريغ النصي) أو المهام الاستراتيجية الحساسة (كإدارة السمعة) قد يواجه تحديات تتعلق بدقة الأدوات في التعامل مع اللهجات المحلية أو التخوف من الاعتماد الكلي على الآلة في قضايا حساسة تخص صورة المؤسسة.

2.3 النتائج المتعلقة بالسؤال الثالث ومناقشتها:

للإجابة عن السؤال الثالث الذي ينص على "ما اتجاهات ممارسو العلاقات العامة في المؤسسات الحكومية نحو استخدام الذكاء الاصطناعي في مجال عملهم". يعرض الجدول (18) احتساب المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والوزن النسبي لأراء عينة الدراسة على الفقرات الخاصة لمحور (ما اتجاهات ممارسو العلاقات العامة في المؤسسات الحكومية نحو استخدام الذكاء الاصطناعي في مجال عملهم) وكما يلي:

جدول (18) يبين المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والوزن النسبي لعبارات (ما اتجاهات ممارسو العلاقات العامة في المؤسسات الحكومية نحو استخدام الذكاء الاصطناعي في مجال عملهم)

م	العبارة	أو افاق بشدة		أو افاق		لا أو افاق بشدة		المتوسط الحسابي		الانحراف المعياري		الوزن النسبي	
		ك	%	ك	%	ك	%						
1	أؤمن أن الذكاء الاصطناعي شريك مهني ولا يهدد وظيفتي	73	40.6	82	45.6	16	8.9	9	5.0	3.22	.807	80.4%	
2	اشعر بالثقة في مخرجات الذكاء الاصطناعي بعد مراجعتها وتعديلها بشرياً	70	38.9	91	50.6	13	7.2	6	3.3	3.25	.731	81.3%	
3	أرى أن مواكبة تطبيقات الذكاء الاصطناعي أصبحت ضرورة للبقاء المهني	76	42.2	85	47.2	13	7.2	6	3.3	3.28	.742	82.1%	
4	تثير تطبيقات الذكاء الاصطناعي فضولي المهني للتعلم والتجربة المستمرة	79	43.9	86	47.8	11	6.1	4	2.2	3.33	.693	83.3%	
5	اعتقد أن استخدام الذكاء الاصطناعي يعزز من مكانة المؤسسة أمام الجمهور	77	42.8	85	47.2	15	8.3	3	1.7	3.31	.695	82.8%	
6	أرى أن استخدام الذكاء الاصطناعي يساعدني على إنجاز مهام	84	46.7	84	46.7	8	4.4	4	2.2	3.38	.678	84.4%	
7	اشعر بالحماس لتجربة أدوات جديدة من تطبيقات الذكاء الاصطناعي في عملي	86	47.8	80	44.4	12	6.7	2	1.1	3.39	.663	84.7%	
جميع العبارات								3.31		.579		82.7%	

المصدر: إعداد الباحثة من نتائج الدراسة الميدانية 2026 باعتماد مخرجات برنامج spss.

تبين النتائج بالجدول (18) أن الدرجة الكلية الخاصة بدرجة اتجاهات ممارسو العلاقات العامة في المؤسسات الحكومية نحو استخدام الذكاء الاصطناعي في مجال عملهم قد ظهرت بدرجة مرتفعة حسب الإجابات بمتوسط حسابي (3.31)، وانحراف معياري (579). حيث بلغت نسبة مستوى ما اتجاهات ممارسو العلاقات العامة نحو استخدام الذكاء الاصطناعي في مجال عملهم بوزن نسبي (82.7%) وبدرجة مرتفعة، وتشير هذه النتيجة وجود قبول نفسي وذهن واسع النطاق، وانفتاحاً إيجابياً كبيراً من قبل الممارسين اتجاه دمج تقنيات الذكاء الاصطناعي في بيئة العمل، وقد كانت جميع عبارات الجدول التي تقيس بعد (اتجاهات ممارسو العلاقات العامة في المؤسسات الحكومية نحو استخدام الذكاء الاصطناعي في مجال عملهم) جاءت جميعها بدرجة مرتفعة جداً، حيث تتراوح قيم المتوسطات الحسابية للمحور بين (3.22 – 3.39) وتلك القيم جميعها تزيد عن درجة القياس المعتمدة لغاية هذه الدراسة البالغة (2.5) وكانت بدرجة مرتفعة جداً، وأن العبارة رقم (7) ظهرت أهم عبارة حيث حازت على المرتبة الأولى إذ تنص (اشعر بالحماس لتجربة أدوات جديدة من تطبيقات الذكاء الاصطناعي في عملي) وكانت درجة تأثيرها بدرجة مرتفعة وبوزن نسبي (84.7%)، وحلت العبارة رقم (6) في المرتبة الثانية من حيث مستوى تأثيرها والتي تنص (أرى أن استخدام الذكاء الاصطناعي يساعدني على إنجاز مهماتي) وكانت درجة تأثيرها بدرجة مرتفعة وبوزن نسبي (84.4%). ويؤكد تصدر العبارتين أن الاتجاهات الإيجابية مدفوعة بعاملين أساسيين: الأول هو الحافز النفسي (الحماس)، والثاني هو الإدراك النفسي (تسهيل المهام)، وهو ما ينسجم مع نظريات قبول التكنولوجيا التي تربط بين الفائدة المدركة وسهولة الاستخدام وبين تبني التقنية. بينما حلت العبارة رقم (4) بالمرتبة الثالثة التي تنص (تثير تطبيقات الذكاء الاصطناعي فضولي المهني للتعلم والتجربة المستمرة) وكانت درجة تأثيرها بدرجة مرتفعة وبوزن نسبي (83.3%) مما يشير إلى أن الممارسين يرغبون في تطويرهم المهني الشخصي وبين الصورة الذهنية لمؤسساتهم أمام الجمهور، ويرون في الذكاء الاصطناعي وسيلة لتحقيق التميز المؤسسي.

ويتضح أن أقل الفقرات شيوعاً لدى أفراد عينة الدراسة هي العبارة رقم (1) والتي تنص على (أؤمن أن الذكاء الاصطناعي شريك مهني ولا يهدد وظيفتي) فقد حلت بالمرتبة الأخيرة وبوزن نسبي (80.4%) ورغم أنها تعتبر الأقل شيوعاً، إلا أنها حققت درجة تأثير مرتفعة من حيث شيوعها لدى أفراد العينة مما يشير إلى أن هناك نسبة ضئيلة من الفلق المستتر بشأن الأمان الوظيفي مستقبلاً مقارنة بمدى حماسهم الحالي.

2.4 النتائج المتعلقة بالسؤال الرابع ومناقشتها:

للإجابة عن السؤال الرابع الذي ينص على "ما أبرز العوامل التي تشجع ممارسو العلاقات العامة على تبني تطبيقات الذكاء الاصطناعي".

يعرض الجدول (19) احتساب المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والوزن النسبي لأداء عينة الدراسة على الفقرات الخاصة لمحور (ما أبرز العوامل التي تشجع ممارسو العلاقات العامة على تبني تطبيقات الذكاء الاصطناعي) وكما يلي:

جدول (19) يبين المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والوزن النسبي لعبارات (ما أبرز العوامل التي تشجع ممارسو العلاقات العامة على تبني تطبيقات الذكاء الاصطناعي)

م	العبارة	أو افق بشدة		أو افق		لا أو افق		المتوسط الحسابي		الانحراف المعياري		الوزن النسبي	
		ك	%	ك	%	ك	%						
1	توفر برامج تدريبية متقدمة داخل المؤسسة يحفزني على استخدام هذه التقنيات	70	38.9	81	45.0	24	13.3	5	2.8	3.30	.772	80.0%	
2	وجود دعم فني وتقني سريع عند مواجهة مشاكل في التطبيقات الذكية	63	35.0	88	48.9	23	12.8	6	3.3	3.16	.768	78.9%	
3	دعم الإدارة المباشرة وإيمانها بجدوى الذكاء الاصطناعي يسهل عملية التبني	67	37.2	83	46.1	24	13.3	6	3.3	3.17	.783	79.3%	
4	توفر بنية تحتية رقمية قوية (إنترنت سريع،	70	38.9	84	46.7	18	10.0	8	4.4	3.20	.794	80.0%	

											أجهزة حديثة) في مقر العمل	
5	وجود أدلة إرشادية توضح الجوانب الأخلاقية والقانونية للاستخدام	68	37.8	83	46.1	23	12.8	6	3.3	3.18	.780	79.6%
6	تتيح المؤسسة تجربة الحلول الرقمية المبتكرة مثل تطبيقات الذكاء الاصطناعي	58	32.2	85	47.2	31	17.2	6	3.3	3.08	.790	77.1%
7	وجود حوافز تشجع الموظفين على استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي	69	38.3	67	37.2	35	19.4	9	5.0	3.09	.880	77.2%
جميع العبارات												78.9%
										3.15	.693	

المصدر: إعداد الباحثة من نتائج الدراسة الميدانية 2026 باعتماد مخرجات برنامج SPSS.

تظهر النتائج بالجدول (19) أن الدرجة الكلية الخاصة بدرجة ما أبرز العوامل التي تشجع ممارسو العلاقات العامة على تبني تطبيقات الذكاء الاصطناعي قد ظهرت بدرجة مرتفعة حسب الإجابات بمتوسط حسابي (3.15) وبانحراف معياري (693). وبوزن نسبي (78.9%)، وبدرجة مرتفعة مما يشير إلى أن إدراك العينة الواضح لأهمية المحيط التنظيمي والتقني في تسهيل عملية الانتقال نحو العمل الذكي، وقد كانت جميع عبارات الجدول التي تقيس (ما أبرز العوامل التي تشجع ممارسو العلاقات العامة على تبني تطبيقات الذكاء الاصطناعي) جاءت جميعها بدرجة مرتفعة حيث تتراوح قيم المتوسطات الحسابية للمحور (3.08 – 3.20) وتلك القيم جميعها تزيد عن درجة القياس المعتمدة لغاية هذه الدراسة البالغة (2.5) وكانت بدرجة مرتفعة، وأن العبارة رقم (1) ظهرت أهم عبارة حيث حازت على المرتبة الأولى إذ تنص (توفر برامج تدريبية متقدمة داخل المؤسسة يحفزني على استخدام هذه التقنيات) وكانت درجة تأثيرها بدرجة مرتفعة وبوزن نسبي (80.0%)، وحلت العبارة رقم (4) في المرتبة الثانية من حيث مستوى تأثيرها والتي تنص (توفر بنية تحتية رقمية قوية (إنترنت سريع، أجهزة حديثة) في مقر العمل) وكانت درجة تأثيرها بدرجة مرتفعة وبوزن نسبي (80.0%)، ويشير هذا التطابق في الصدارة إلى أن الممارسين يضعون "التأهيل المعرفي" و"الأدوات المادية" في كفة واحدة من الأهمية؛ فلا قيمة للتدريب دون أجهزة وسرعات إنترنت تدعمه، ولا جدوى من التكنولوجيا المتقدمة دون كوادر مدربة على استخدامها. بينما حلت العبارة رقم (5) بالمرتبة الثالثة التي تنص (وجود أدلة إرشادية توضح الجوانب الأخلاقية والقانونية للاستخدام) وكانت درجة تأثيرها بدرجة مرتفعة وبوزن نسبي (79.6%) هذا يشير حاجة الممارسين إلى "الأمان التنظيمي" والوضوح التشريعي، حيث يمثل وجود إطار قانوني وأخلاقي صمام أمان يشجعهم على الابتكار دون خوف من الوقوع في أخطاء مهنية أو قانونية.

ويتضح أن أقل الفقرات شيوعاً لدى أفراد عينة الدراسة هي العبارة رقم (6) والتي تنص على (تتيح المؤسسة تجربة الحلول الرقمية المبتكرة مثل تطبيقات الذكاء الاصطناعي) فقد حلت بالمرتبة الأخيرة بوزن نسبي (77.1%)، حيث جاءت بدرجة تأثير مرتفعة من حيث شيوعها لدى أفراد العينة لا أن ترتيبها الأخير يشير إلى وجود مساحة لتحسين هذه الجوانب، وهو ما قد يتطلب زيادة الجهود لتشجيع الطلاب وأعضاء هيئة التدريس على تبني وتطوير أفكار ريادية.

وترى الباحثة إلى أن مستوى تبني ممارسو العلاقات العامة في المؤسسات الحكومية لتطبيقات الذكاء الاصطناعي وخاصة فيما يتعلق (بأبرز العوامل التي تشجع ممارسو العلاقات العامة على تبني تطبيقات الذكاء الاصطناعي) جاء مرتفعاً.

النتائج المتعلقة بالسؤال الخامس ومناقشتها:

للإجابة عن السؤال الخامس الذي ينص على "ما أهم المعوقات التي تحد من استخدام الذكاء الاصطناعي في إدارة العلاقات العامة".

يعرض الجدول (20) احتساب المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والوزن النسبي لآراء عينة الدراسة على الفقرات الخاصة لمحور (بأهم المعوقات التي تحد من استخدام الذكاء الاصطناعي في إدارة العلاقات العامة) وكما يلي:

جدول (20) يبين المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والوزن النسبي لعبارات (ما أهم المعوقات التي تحد من استخدام الذكاء الاصطناعي في إدارة العلاقات العامة)

م	العبارة	أوافق بشدة		أوافق		لا أوافق		لا أوافق بشدة		المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الوزن النسبي
		ك	%	ك	%	ك	%	ك	%			
1	نقص المهارات والتدريب المتخصص هو العائق الأكبر أمام استخدامي لها	66	36.7	86	47.8	20	11.1	8	4.4	3.17	.795	79.2%
2	الخوف من انتهاك سرية البيانات الحكومية يقلل من اعتمادي على هذه الأدوات	66	36.7	79	43.9	25	13.9	10	5.6	3.12	.847	77.9%
3	محدودية دعم تطبيقات الذكاء الاصطناعي للغة العربية بدقة وكفاءة عالية	66	36.7	84	46.7	22	12.2	8	4.4	3.16	.804	78.9%
4	ضغط العمل وكثرة المهام الروتينية لا تترك وقتاً لتعلم وتجربة التقنيات الجديدة	56	31.1	84	46.7	30	16.7	10	5.6	3.03	.838	75.8%
5	التكاليف العالية للاشتراكات في النسخ المتقدمة من برمجيات الذكاء الاصطناعي	72	40.0	85	47.2	18	10.0	5	2.8	3.24	.745	81.1%
6	غياب التشريعات والسياسات الواضحة التي تحمي الموظف عند حدوث أخطاء تقنية	66	36.7	91	50.6	16	8.9	7	3.9	3.20	.758	80.0%
7	إتاحة منصة آمنة ومعتمدة لاستخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي داخل المؤسسة يقلل من مخاوف استخدامها	81	45.0	81	45.0	13	7.2	5	2.8	3.32	.730	83.1%
جميع العبارات												79.4%
												.624
												3.18

المصدر: إعداد الباحثة من نتائج الدراسة الميدانية 2026 باعتماد مخرجات برنامج spss.

يتضح من النتائج بالجدول (20) أن الدرجة الكلية الخاصة بدرجة ما أهم المعوقات التي تحد من استخدام الذكاء الاصطناعي في إدارة العلاقات العامة قد ظهرت بدرجة مرتفعة حسب الإجابات بمتوسط حسابي (3.18) وانحراف معياري (.624) وبوزن نسبي (79.4%)، وبدرجة مرتفعة مما يشير إلى أن ممارسو العلاقات العامة يدركون بوضوح وجود تحديات مادية وتنظيمية وتقنية تعرقل وتيرة دمج هذه التقنيات بشكل كامل في بيئة العمل الحكومي، وقد كانت جميع عبارات الجدول التي تقيس (أهم المعوقات التي تحد من استخدام الذكاء الاصطناعي في إدارة العلاقات العامة) جاءت جميعها بدرجة مرتفعة حيث تتراوح قيم المتوسطات الحسابية للمحور بين (3.03 – 3.32) وتلك القيم جميعها تزيد عن درجة القياس المعتمدة لغاية هذه الدراسة البالغة (2.5) وكانت بدرجة مرتفعة، وأن العبارة رقم (7) ظهرت أهم عبارة حيث حازت على المرتبة الأولى إذ تنص (إتاحة منصة آمنة ومعتمدة لاستخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي داخل المؤسسة يقلل من مخاوف استخدامها) وكانت درجة تأثيرها بدرجة مرتفعة جداً وبوزن نسبي (83.1%) ويشير ذلك بوضوح إلى أن "الهاجس الأمني" والبحث عن الموثوقية هما المحركان الأساسيان للمبحوثين؛ فالممارس لديه الرغبة في الاستخدام لكنه يبحث عن "الغطاء المؤسسي الآمن" الذي يحمي خصوصية البيانات الحكومية، وحلت العبارة رقم (5) في المرتبة الثانية من حيث مستوى تأثيرها والتي تنص (التكاليف العالية للاشتراكات في النسخ المتقدمة من برمجيات الذكاء الاصطناعي) وكانت درجة تأثيرها بدرجة مرتفعة بوزن نسبي (81.1%). بينما حلت العبارة رقم (6) بالمرتبة الثالثة التي تنص (غياب التشريعات والسياسات الواضحة التي تحمي الموظف عن حدوث أخطاء تقنية) وكانت درجة تأثيرها بدرجة مرتفعة وبوزن نسبي (80%). ويكشف هذا الترتيب

عن أن المعوقات الاقتصادية والتشريعية تفوق في تأثيرها المعوقات المهارية أو اللغوية؛ فالممارسون يرون أن عدم توفر النسخ المدفوعة وغياب الحماية القانونية عند حدوث أخطاء تقنية يمثلان حائلاً رئيساً دون الاستخدام الاحترافي الواسع. كما أن المطالبة بسياسات تحمي الموظف (المرتبة الثالث) تعزز فكرة الرغبة في "الاستخدام الآمن" الذي لا يعرض الممارس للمساءلة نتيجة قصور في الأداة الذكية.

ويتضح أن أقل الفقرات شيوعاً لدى أفراد عينة الدراسة هي العبارة رقم (4) والتي تنص على (ضغط العمل وكثرة المهام الروتينية لا تترك وقتاً لتعلم وتجربة التقنيات الجديدة) فقد حلت بالمرتبة الأخيرة وبوزن نسبي (75.8%)، حيث جاءت بدرجة تأثير مرتفعة أيضاً من حيث شيوعها لدى أفراد العينة. وبشير حلول "ضيق الوقت" في المرتبة الأخيرة إلى أن الممارسين رغم أعبائهم الوظيفية، لا يعتبرون الوقت هو العائق الأساسي، بل أنهم مستعدون لتخصيص وقت للتعلم إذا ما توفرت البيئة الآمنة والدعم المادي للبرمجيات.

تشير النتائج الحالية للدراسة إلى أن مستوى تبني ممارسو العلاقات العامة في المؤسسات الحكومية لتطبيقات الذكاء الاصطناعي، وخاصة فيما يتعلق بالمحور الثاني (ما أهم المعوقات التي تحد من استخدام الذكاء الاصطناعي في إدارة العلاقات العامة) جاء مرتفعاً.

2.6 النتائج المتعلقة بالسؤال السادس ومناقشتها:

للإجابة عن السؤال الخامس الذي ينص على "مدى نية الاستمرار ودرجة التبني الفعلية لتطبيقات الذكاء الاصطناعي".

يعرض الجدول (21) احتساب المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والوزن النسبي لآراء عينة الدراسة على الفقرات الخاصة لمحور (بمدى نية الاستمرار ودرجة التبني الفعلية لتطبيقات الذكاء الاصطناعي) وكما يلي:

جدول (21) يبين المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والوزن النسبي لعبارات (مدى نية الاستمرار ودرجة التبني الفعلية لتطبيقات الذكاء الاصطناعي)

م	العبارة	أو افق بشدة		أو افق		أو افق		أو افق بشدة		الانحراف المعياري	الوزن النسبي	
		ك	%	ك	%	ك	%	ك	%			
1	اعتبراستخدام الذكاء الاصطناعي جزءا أساسيا من أسلوب عملي اليومي	69	38.3	76	42.2	24	13.3	11	6.1	3.13	.865	78.2%
2	أنوي التوسع في استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي لتشمل مهامما أكثرتعقيدا	65	36.1	97	53.9	13	7.2	5	2.8	3.23	.702	80.8%
3	أحث زملائي في الإدارة على تبني أدوات ذكية معينة أثبتت فاعليتها	69	38.3	94	52.2	11	6.1	6	3.3	3.26	.718	81.4%
4	أحرص على متابعة آخر التحديثات في مجال الذكاء الاصطناعي وتطبيقه مهنيا	63	35.0	87	48.3	24	13.3	6	3.3	3.15	.773	78.8%
5	أرى أن مهاراتي في استخدام الذكاء الاصطناعي تمنحني ميزة تنافسية	75	41.7	83	46.1	17	9.4	5	2.8	3.27	.744	81.7%
6	اسعى إلى تطويرمهاراتي بشكل مستمرفي استخدام الذكاء الاصطناعي لأداء عملي	76	42.2	84	46.7	16	8.9	4	2.2	3.29	.721	82.2%
7	أفضل استخدام تطبيقات الذكاء	73	40.6	81	45.0	20	11.1	6	3.3	3.23	.776	80.7%

											الاصطناعي لإنجاز مهام المهنة
80.5%	.668	3.22	جميع العبارات								

المصدر: إعداد الباحثة من نتائج الدراسة الميدانية 2026 باعتماد مخرجات برنامج SPSS.

تبين النتائج بالجدول (21) أن الدرجة الكلية الخاصة بدرجة مدى نية الاستمرار ودرجة التبني الفعلية لتطبيقات الذكاء الاصطناعي قد ظهرت بدرجة مرتفعة حسب الإجابات بمتوسط حسابي (3.22) وبانحراف معياري (.668). حيث بلغت بوزن نسبي (80.5%)، وبدرجة مرتفعة مما يشير إلى رغبة جادة ومستدامة لدى العينة في عدم الاكتفاء بالاستخدام العابر، بل المضي قدماً نحو مؤسسة التعامل مع هذه التقنيات وتطويره، وقد كانت جميع عبارات الجدول التي تقيس (نية الاستمرار ودرجة التبني الفعلية لتطبيقات الذكاء الاصطناعي) جاءت جميعها بدرجة مرتفعة حيث تتراوح قيم المتوسطات الحسابية للمحور بين (3.29 – 3.31) وتلك القيم جميعها تزيد عن درجة القياس المعتمدة لغاية هذه الدراسة البالغة (2.5) وكانت بدرجة مرتفعة، وأن العبارة رقم (6) ظهرت أهم عبارة حيث حازت على المرتبة الأولى إذ تنص (أسعى إلى تطوير مهارات بشكل مستمر في استخدام الذكاء الاصطناعي لأداء عملي) وكانت درجة تأثيرها مرتفعة وبوزن نسبي (82.2%). وحلت العبارة رقم (5) في المرتبة الثانية من حيث مستوى تأثيرها والتي تنص (أرى أن مهاراتي في استخدام الذكاء الاصطناعي تمنحني ميزة تنافسية) وكانت درجة تأثيرها مرتفعة بوزن نسبي (81.7%)، مما يدل على وعي استراتيجي متقدم لدى العينة؛ فهم لا ينظرون للذكاء الاصطناعي كأداة مساعدة فحسب، بل كعنصر أساسي في "التميز المهني" و"التنافسية الوظيفية". كما أن حلول "حث الزملاء" في مرتبة متقدمة يشير إلى انتقال الممارسين من مرحلة التبني الفردي إلى مرحلة "نشر الثقافة التقنية" داخل المؤسسة، مما يساهم في تكوين بيئة عمل رقمية متكاملة. بينما حلت العبارة رقم (3) بالمرتبة الثالثة التي تنص (أحث زملائي في الإدارة على تبني أدوات ذكية معينة أثبتت فاعليتها) وكانت درجة تأثيرها مرتفعة وبوزن نسبي (81.4%).

ويتضح أن أقل الفقرات شيوعاً لدى أفراد عينة الدراسة هي العبارة رقم (1) والتي تنص على (اعتبر استخدام الذكاء الاصطناعي جزءاً أساسياً من أسلوب عملي اليومي) فقد حلت بالمرتبة الأخيرة وبوزن نسبي (78%)، حيث جاءت بدرجة تأثير مرتفعة أيضاً من حيث شيوعها لدى أفراد العينة مما يشير بأن الممارسين لا يزالون في مرحلة التبني المتنامي؛ أي أنهم ينوون الاستمرار ويرغبون في التطوير.

النتائج المتعلقة باختبار الفرضيات

3.1 الفرضية الرئيسية الأولى:

تنص الفرضية الرئيسية الأولى على أنه: (توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين اتجاهات ممارسو العلاقات العامة نحو استخدام الذكاء الاصطناعي ودرجة استخدامهم لتطبيقاته في العمل) فيما يلي:

استخدمت الباحثة للتحقق من صحة هذه الفرضية، تم استخدام معامل ارتباط بيرسون (Pearson Correlation) لتحديد طبيعة وقوة العلاقة بين المتغيرين، والجدول التالي يوضح النتائج كما يلي:

جدول رقم (22) معامل ارتباط بيرسون بين اتجاهات الممارسين ودرجة الاستخدام

المتغيرات	اتجاهات الممارسين	درجة الاستخدام
اتجاهات الممارسين	1	.552**
مستوى الدلالة (Sig)	--	.000
العدد (N)	180	180

** دالة إحصائية عند مستوى الدلالة 0.01 فأقل.

من الجدول (22) يتضح ما يلي:

تشير النتائج إلى وجود علاقة ارتباطية طردية (إيجابية) بين اتجاهات ممارسو العلاقات العامة نحو الذكاء الاصطناعي ودرجة استخدامهم الفعلي لتطبيقاته في العمل حيث أن قيمة مستوى الدلالة (Sig) بلغت (0.00)، وهي أقل من مستوى الدلالة المعتمد في الدراسات الإنسانية، مما يؤكد المعنوية العالية لهذه العلاقة إحصائياً حيث بلغت قيمة معامل الارتباط (0.552)، وهي تشير إلى علاقة متوسطة القوة وذات اتجاه موجب مما يعني أنه كلما زادت إيجابية اتجاهات الممارسين نحو هذه التقنيات؛ زاد معدل استخدامهم وتوظيفهم لها في مهامهم الوظيفية.

تستنتج الباحثة: تدعم هذه النتائج الفرضية التي تنص على وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين اتجاهات ممارسو العلاقات العامة نحو استخدام الذكاء الاصطناعي ودرجة استخدامهم لتطبيقاته في العمل.

الفرضية الثانية: تنص الفرضية على أنه: (توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين توفر العوامل المشجعة (التدريب والدعم الإداري) ودرجة تبني ممارسو العلاقات العامة لتطبيقات الذكاء الاصطناعي) فيما يلي:

استخدمت الباحثة للتحقق من صحة هذه الفرضية، تم استخدام معامل ارتباط بيرسون (Pearson Correlation) لتحديد طبيعة وقوة العلاقة بين المتغيرين، والجدول التالي يوضح النتائج كما يلي:

جدول رقم (23) معامل ارتباط بيرسون بين العوامل المشجعة ودرجة التبني

المتغيرات	اتجاهات الممارسين	درجة الاستخدام
اتجاهات الممارسين	1	.609**
مستوى الدلالة (Sig)	--	.000
العدد (N)	180	180

** دالة إحصائية عند مستوى الدلالة 0.01 فأقل.

من الجدول (23) يتضح ما يلي: تشير النتائج إلى وجود علاقة ارتباطية طردية (إيجابية) بين توفر العوامل المشجعة ودرجة تبني التقنية حيث أن قيمة مستوى الدلالة (Sig) بلغت (0.00)، وهي أقل من مستوى الدلالة المعتمد في الدراسات الإنسانية، مما يؤكد المعنوية العالية لهذه العلاقة إحصائياً حيث بلغت قيمة معامل الارتباط (0.609)، وهي تشير إلى علاقة قوية وموجبة مما يعكس التأثير الكبير والمباشر لبيئة العمل والدعم المؤسسي على رغبة الممارسين في تبني أدوات الذكاء الاصطناعي.

تستنتج الباحثة: تدعم هذه النتائج الفرضية التي تنص على وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين توفر العوامل المشجعة (التدريب والدعم الإداري) ودرجة تبني ممارسو العلاقات العامة لتطبيقات الذكاء الاصطناعي.

الفرضية الثالثة: تنص الفرضية على أنه: (توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين المعوقات التي تواجه ممارسو العلاقات العامة ودرجة تبنيهم لتطبيقات الذكاء الاصطناعي) فيما يلي:

استخدمت الباحثة للتحقق من صحة هذه الفرضية، تم استخدام معامل ارتباط بيرسون (Pearson Correlation) لتحديد طبيعة وقوة العلاقة بين المتغيرين، لقياس العلاقة بين المحور الخامس والمحور السادس والجدول التالي يوضح النتائج كما يلي:

جدول رقم (24) معامل ارتباط بيرسون بين اتجاهات الممارسين ودرجة الاستخدام

المتغيرات	اتجاهات الممارسين	درجة الاستخدام
-----------	-------------------	----------------

اتجاهات الممارسين	1	.558**
مستوى الدلالة (Sig)	--	.000
العدد (N)	180	180

** دالة إحصائية عند مستوى الدلالة 0.01 فأقل.

من الجدول (23) يتضح ما يلي: تشير النتائج إلى وجود علاقة ارتباطية طردية (إيجابية) بين إدراك المعوقات ودرجة التبني حيث أن قيمة مستوى الدلالة (Sig) بلغت (0.00)، وهي أقل من مستوى الدلالة المعتمد في الدراسات الإنسانية، مما يؤكد المعنوية العالية لهذه العلاقة إحصائياً حيث بلغت قيمة معامل الارتباط (0.558)، وهي تشير إلى علاقة متوسطة القوة وذات اتجاه موجب بالرغم من أن المعوقات عادة ما تعيق العمل، إلا أن النتيجة الموجبة هنا تشير إلى أن الممارسين الذين لديهم درجة عالية من التبني والاهتمام بالذكاء الاصطناعي هم الأكثر وعياً وتشخيصاً للمعوقات التي تواجههم (مثل نقص التدريب المتخصص أو التكاليف)، حيث أن ممارستهم المستمرة جعلتهم أكثر احتكاكاً بهذه التحديات من غيرهم.

تستنتج الباحثة: تدعم هذه النتائج الفرضية التي تنص على وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية اتجاهات ممارسو العلاقات العامة نحو استخدام الذكاء الاصطناعي ودرجة استخدامهم لتطبيقاته في العمل.

الفرضية الرابعة: تنص الفرضية على أنه: توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية ($\alpha \leq 0.05$) بين متوسطات استجابات أفراد العينة بمدى تبني ممارسو العلاقات العامة في المؤسسات الحكومية لتطبيقات الذكاء الاصطناعي تعزى للخصائص الديموغرافية للمتغيرات التالية: (الجنس، العمر، المؤهل الدراسي، المسعى الوظيفي، سنوات الخبرة، طبيعة الجهة الحكومية، الدورات التدريبية) وينبثق من الفرضية الرئيسية الرابعة فرضيات فرعية، وهي: الفرضية الفرعية الأولى: توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية ($\alpha \leq 0.05$) بين متوسطات استجابات أفراد العينة بمدى تبني ممارسو العلاقات العامة في المؤسسات الحكومية لتطبيقات الذكاء الاصطناعي تعزى لمتغير الجنس فيما يلي:

ولهذا الغرض استخدمت الباحثة اختبار (ت) لعينتين مستقلتين Independent Samples Test ويهدف اختبار (ت) إلى فحص ما إذا كانت الزيادة دالة إحصائياً وبالتالي يتم قبول الفرضية، أما إذا كانت غير دالة إحصائياً فيتم رفض الفرضية وكما يلي:

جدول (25) يبين الفروق بين متوسطات استجابات أفراد العينة بمدى تبني ممارسو العلاقات العامة في المؤسسات الحكومية لتطبيقات الذكاء الاصطناعي تعزى لمتغير الجنس

مستوى الدلالة		درجة الحرية	قيمة اختبار	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	العدد	الجنس	المحاور
			t					
دال إحصائياً	.013	178	2.772	.634	3.17	68	ذكر	المحور الأول: واقع تبني المؤسسات الحكومية لتطبيقات الذكاء الاصطناعي
				.857	2.84	112	أنثى	
غير دال إحصائياً	.416	178	0.478	.662	3.06	68	ذكر	المحور الثاني: درجة استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي في أعمالهم اليومية
				.779	3.01	112	أنثى	
غير دال	.813	178	0.191	.566	3.32	68	ذكر	المحور الثالث: اتجاهات نحو استخدام الذكاء

إحصائيا				.588	3.30	112	أنثى	الاصطناعي في مجال عملهم
غير دال إحصائيا	.175	178	0.021	.604	3.15	68	ذكر	المحور الرابع: أبرز العوامل التي تشجع ممارسو العلاقات العامة على تبني تطبيقات الذكاء الاصطناعي
				.744	3.16	112	أنثى	
غير دال إحصائيا	.227	178	0.343	.573	3.20	68	ذكر	المحور الخامس: أهم المعوقات التي تحد من استخدام الذكاء الاصطناعي في إدارة العلاقات العامة
				.655	3.16	112	أنثى	
غير دال إحصائيا	.163	178	0.907	.620	3.28	68	ذكر	المحور السادس: مدى نية الاستمرار ودرجة التبني الفعلية لتطبيقات الذكاء الاصطناعي
				.696	3.19	112	أنثى	
غير دال إحصائيا	.293	178	1.054	.480	3.20	68	ذكر	الدرجة الكلية بمدى تبني ممارسو العلاقات العامة في المؤسسات الحكومية لتطبيقات الذكاء الاصطناعي
				.578	3.11	112	أنثى	

المصدر: إعداد الباحثة من نتائج الدراسة الميدانية 2026 باعتماد مخرجات برنامج spss.vs26.

من الجدول (24) يتضح عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات أفراد عينة الدراسة من الذكور، والإناث نحو محور (واقع تبني ممارسو العلاقات العامة في المؤسسات الحكومية لتطبيقات الذكاء الاصطناعي بمحاظلة الاحساء) تعزى لمتغير الجنس وجاءت الفروق لصالح متوسطات أفراد عينة الدراسة لصالح الذكور.

فيما يتبين عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات أفراد عينة الدراسة من الذكور والإناث بمحاور الدراسة والدرجة الكلية (بمدى تبني ممارسو العلاقات العامة في المؤسسات الحكومية لتطبيقات الذكاء الاصطناعي) تعزى لمتغير الجنس حيث إن مستوى الدلالة أكبر من مستوى المعنوية (0.05) بمدى تبني ممارسو العلاقات العامة في المؤسسات الحكومية لتطبيقات الذكاء الاصطناعي تعزى لمتغير الجنس.

تستنتج الباحثة: لا تدعم هذه النتائج الفرضية التي تنص على وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية ($\alpha \leq 0.05$) بين متوسطات استجابات أفراد العينة بمدى تبني ممارسو العلاقات العامة في المؤسسات الحكومية لتطبيقات الذكاء الاصطناعي تعزى لمتغير الجنس.

الفرضية الفرعية الثانية: توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية ($\alpha \leq 0.05$) بين متوسطات استجابات أفراد العينة بمدى تبني ممارسو العلاقات العامة في المؤسسات الحكومية لتطبيقات الذكاء الاصطناعي تعزى لمتغير العمر فيما يلي:

تم استخدام اختبار تحليل التباين الأحادي ONE WAY ANOVA للتحقق من وجود فروق ذات دلالة إحصائية في متوسطات استجابات أفراد العينة بمدى تبني ممارسو العلاقات العامة في المؤسسات الحكومية لتطبيقات الذكاء الاصطناعي تعزى لمتغير العمر وكما يلي:

جدول (26) يبين نتائج اختبار تحليل التباين الأحادي بمدى تبني ممارسو العلاقات العامة في المؤسسات الحكومية لتطبيقات الذكاء الاصطناعي تعزى لمتغير العمر

المتغير	التباين	درجات الحرية	مجموع المربعات	متوسط المربعات	F	مستوى الدلالة	النتيجة
المحور الأول: واقع تبني المؤسسات الحكومية	بين المجموعات	3	5.038	1.679	2.736	.045	دال

إحصائيا			.614	108.017	176	داخل المجموعات	لتطبيقات الذكاء الاصطناعي
				113.054	179	Total	
دال إحصائيا	.006	4.242	2.174	6.523	3	بين المجموعات	المحور الثاني: درجة استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي في أعمالهم اليومية
			.512	90.200	176	داخل المجموعات	
				96.722	179	Total	
غير دال إحصائيا	.450	0.885	.297	.891	3	بين المجموعات	المحور الثالث: اتجاهات نحو استخدام الذكاء الاصطناعي في مجال عملهم
			.335	59.034	176	داخل المجموعات	
				59.925	179	Total	
غير دال إحصائيا	.128	1.922	.909	2.727	3	بين المجموعات	المحور الرابع: أبرز العوامل التي تشجع ممارسو العلاقات العامة على تبني تطبيقات الذكاء الاصطناعي
			.473	83.227	176	داخل المجموعات	
				85.954	179	Total	
غير دال إحصائيا	.231	1.448	.559	1.677	3	بين المجموعات	المحور الخامس: أهم المعوقات التي تحد من استخدام الذكاء الاصطناعي في إدارة العلاقات العامة
			.386	67.970	176	داخل المجموعات	
				69.648	179	Total	
غير دال إحصائيا	.125	1.942	.852	2.557	3	بين المجموعات	المحور السادس: مدى نية الاستمرار ودرجة التبني الفعلية لتطبيقات الذكاء الاصطناعي
			.439	77.250	176	داخل المجموعات	
				79.807	179	Total	
دال إحصائيا	.025	3.206	.911	2.734	3	ذكر	الدرجة الكلية بمدى تبني ممارسو العلاقات العامة في المؤسسات الحكومية لتطبيقات الذكاء الاصطناعي
			.284	50.039	176	أنثى	
				52.773	179	Total	

المصدر: إعداد الباحثة من نتائج الدراسة الميدانية 2026 باعتماد مخرجات برنامج spss.vs26.

من الجدول (25) يتضح عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية حيث إن مستوى الدلالة أكبر من مستوى المعنوية (0.05) تعزى لمتغير العمر في المحاور التالية: محور (اتجاهات ممارسو العلاقات العامة في المؤسسات الحكومية نحو استخدام الذكاء الاصطناعي في مجال عملهم)، ومحور (أبرز العوامل التي تشجع ممارسو العلاقات العامة على تبني تطبيقات الذكاء الاصطناعي)، ومحور (أهم المعوقات التي تحد من استخدام الذكاء الاصطناعي في إدارة العلاقات

العامة)، ومحور (نية الاستمرار ودرجة التبني الفعلية لتطبيقات الذكاء الاصطناعي).

فيما يتضح وجود فروق ذات دلالة إحصائية حيث إن مستوى الدلالة لمحاوَر الدراسة والدرجة الكلية أقل من مستوى المعنوية (0.05) في محور (واقع تبني ممارسو العلاقات العامة في المؤسسات الحكومية لتطبيقات الذكاء الاصطناعي بمحاظرة الاحساء)، ومحور (درجة استخدام ممارسو العلاقات العامة لتطبيقات الذكاء الاصطناعي في أعمالهم اليومية)، والدرجة الكلية بمحور (مدى تبني ممارسو العلاقات العامة في المؤسسات الحكومية لتطبيقات الذكاء الاصطناعي) تعزى لمتغير العمر.

ولبيان مصادر الفروق الإحصائية تم استخدام طريقة شفیه (Scheffe) للمقارنات البعدية وكما يلي:

جدول (27) يبين طريقة شفیه (Scheffe) للمقارنات البعدية

المحاور	العمر	المتوسط الحسابي	24 - 18	34 - 25	44 - 35	45 فأكثر
المحور الأول: واقع تبني المؤسسات الحكومية لتطبيقات الذكاء الاصطناعي	24 - 18	3.29	---	.49610*	.35840*	.25188
	34 - 25	2.79	-.49610*	---	-.13771	-.24422
	44 - 35	2.93	-.35840*	.13771	---	-.10652
	45 فأكثر	3.03	-.25188	.24422	.10652	---
المحور الثاني: درجة استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي في أعمالهم اليومية	24 - 18	3.42	---	.54113*	.48922*	.32882
	34 - 25	2.88	-.54113*	---	-.05190	-.21230
	44 - 35	2.93	-.48922*	.05190	---	-.16040
	45 فأكثر	3.09	-.32882	.21230	.16040	---
الدرجة الكلية: مدى تبني ممارسو العلاقات العامة في المؤسسات الحكومية لتطبيقات الذكاء الاصطناعي	24 - 18	3.38	---	.33795*	.314044*	.17389
	34 - 25	3.04	-.33795*	---	-.02392	-.16406
	44 - 35	3.07	-.31404*	.02392	---	-.14014
	45 فأكثر	3.21	-.17389	.16406	.14014	---

المصدر: إعداد الباحثة من نتائج الدراسة الميدانية 2026 باعتماد مخرجات برنامج spss.vs26.

من الجدول (26) يتضح ما يلي:

1. حيث تبين وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات بعد (واقع تبني ممارسو العلاقات العامة في المؤسسات الحكومية لتطبيقات الذكاء الاصطناعي بمحاظرة الاحساء) تعزى لمتغير العمر حيث تبين أن الفروق الإحصائية جاءت لصالح الفئة العمرية (18 - 24) مقارنة بالفئات العمرية (34 - 25)، (35 - 44).

2. وتبين وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات بعد (ما درجة استخدام ممارسو العلاقات العامة لتطبيقات الذكاء الاصطناعي في أعمالهم اليومية) تعزى لمتغير العمر حيث تبين أن الفروق الإحصائية جاءت لصالح الفئة العمرية (18 – 24) مقارنة بالفئات العمرية (25 – 34)، (35 – 44). تشير النتائج إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات الدرجة الكلية (بمدى تبني ممارسو العلاقات العامة في المؤسسات الحكومية لتطبيقات الذكاء الاصطناعي) تعزى إلى متغير العمر حيث تبين أن الفروق الإحصائية جاءت لصالح الفئة العمرية (18 – 24) مقارنة بالفئات العمرية (25 – 34)، (44 – 35).

تستنتج الباحثة: أظهرت النتائج وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية ($\alpha \leq 0.05$) بين متوسطات استجابات أفراد العينة بمدى تبني ممارسو العلاقات العامة في المؤسسات الحكومية لتطبيقات الذكاء الاصطناعي تعزى لمتغير العمر.

الفرضية الفرعية الثالثة:

توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية ($\alpha \leq 0.05$) بين متوسطات استجابات أفراد العينة بمدى تبني ممارسو العلاقات العامة في المؤسسات الحكومية لتطبيقات الذكاء الاصطناعي تعزى لمتغير المؤهل الدراسي فيما يلي:

تم استخدام اختبار تحليل التباين الأحادي ONE WAY ANOVA للتحقق من وجود فروق ذات دلالة إحصائية في متوسطات استجابات أفراد العينة بمدى تبني ممارسو العلاقات العامة في المؤسسات الحكومية لتطبيقات الذكاء الاصطناعي تعزى لمتغير المؤهل الدراسي وكما يلي:

جدول (28) يبين نتائج اختبار تحليل التباين الأحادي بمدى تبني ممارسو العلاقات العامة في المؤسسات الحكومية لتطبيقات الذكاء الاصطناعي تعزى لمتغير المؤهل الدراسي

المحاور	التباين	درجات الحرية	مجموع المربعات	متوسط المربعات	F	مستوى الدلالة	النتيجة
المحور الأول: واقع تبني المؤسسات الحكومية لتطبيقات الذكاء الاصطناعي	بين المجموعات	3	7.004	2.335	3.875	.010	دال إحصائياً
	داخل المجموعات	176	106.050	.603			
	Total	179	113.054				
المحور الثاني: درجة استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي في أعمالهم اليومية	بين المجموعات	3	1.706	.569	1.054	.370	غير دال إحصائياً
	داخل المجموعات	176	95.016	.540			
	Total	179	96.722				
المحور الثالث: اتجاهات نحو استخدام الذكاء الاصطناعي في مجال عملهم	بين المجموعات	3	1.442	.481	1.447	.231	غير دال إحصائياً
	داخل المجموعات	176	58.483	.332			
	Total	179	59.925				
المحور الرابع: أبرز العوامل التي تشجع ممارسو	بين المجموعات	3	1.318	.439	0.914	.436	غير دال

إحصائيا			.481	84.636	176	داخل المجموعات	العلاقات العامة على تبني تطبيقات الذكاء الاصطناعي
				85.954	179	Total	
غير دال إحصائيا	.791	0.347	.137	.410	3	بين المجموعات	المحور الخامس: أهم المعوقات التي تحد من استخدام الذكاء الاصطناعي في إدارة العلاقات العامة
			.393	69.238	176	داخل المجموعات	
				69.648	179	Total	
غير دال إحصائيا	.411	0.964	.430	1.290	3	بين المجموعات	المحور السادس: مدى نية الاستمرار ودرجة التبني الفعلية لتطبيقات الذكاء الاصطناعي
			.446	78.518	176	داخل المجموعات	
				79.807	179	Total	
غير دال إحصائيا	.260	1.350	.396	1.187	3	بين المجموعات	الدرجة الكلية بمدى تبني ممارسو العلاقات العامة في المؤسسات الحكومية لتطبيقات الذكاء الاصطناعي
			.293	51.586	176	داخل المجموعات	
				52.773	179	Total	

المصدر: إعداد الباحثة من نتائج الدراسة الميدانية 2026 باعتماد مخرجات برنامج spss.vs26.

من الجدول (27) يتضح عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية حيث إن مستوى الدلالة لمحاور الدراسة والدرجة الكلية أكبر من مستوى المعنوية (0.05) في محاور (درجة استخدام ممارسو العلاقات العامة لتطبيقات الذكاء الاصطناعي في أعمالهم اليومية)، ومحور (اتجاهات ممارسو العلاقات العامة في المؤسسات الحكومية نحو استخدام الذكاء الاصطناعي في مجال عملهم)، ومحور (أبرز العوامل التي تشجع ممارسو العلاقات العامة على تبني تطبيقات الذكاء الاصطناعي)، ومحور (أهم المعوقات التي تحد من استخدام الذكاء الاصطناعي في إدارة العلاقات العامة)، ومحور (نية الاستمرار ودرجة التبني الفعلية لتطبيقات الذكاء الاصطناعي)، والدرجة الكلية (بمدى تبني ممارسو العلاقات العامة في المؤسسات الحكومية لتطبيقات الذكاء الاصطناعي) تعزى لمتغير المؤهل الدراسي.

فيما تبين وجود فروق ذات دلالة إحصائية حيث إن مستوى الدلالة أقل من مستوى المعنوية (0.05) في محور (واقع تبني ممارسو العلاقات العامة في المؤسسات الحكومية لتطبيقات الذكاء الاصطناعي بمحافظه الاحساء) تعزى لمتغير المؤهل الدراسي.

ولبيان مصادر الفروق الإحصائية تم استخدام طريقة شففيه (Scheffe) للمقارنات المحورية وكما يلي:

جدول (29) يبين طريقة شففيه (Scheffe) للمقارنات المحورية

المحاور	المؤهل الدراسي	المتوسط الحسابي	ثانوي	دبلوم	بكالوريوس	دراسات عليا (ماجستير/دكتوراه)
المحور الأول: واقع تبني المؤسسات الحكومية لتطبيقات الذكاء	ثانوي	2.96	---	-.51585	.08603	.05904
	دبلوم	3.48	.51585	---	.60189*	.57490

الاصطناعي	بكالوريوس	2.88	-0.08603	-.60189*	---	-.02699
دراسات عليا (ماجستير/دكتوراه)	2.90	-0.05904	-.57490	.02699	---	---

المصدر: إعداد الباحثة من نتائج الدراسة الميدانية 2026 باعتماد مخرجات برنامج SPSS.VS26.

من الجدول (28) يتضح وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات بعد (واقع تبني ممارسو العلاقات العامة في المؤسسات الحكومية لتطبيقات الذكاء الاصطناعي بمحافظه الاحساء) تعزى لمتغير المؤهل الدراسي، حيث تبين أن الفروق الإحصائية جاءت لصالح المؤهل العلمي (الدبلوم) مقارنة بحملة المؤهلات العلمية (بكالوريوس).

تستنتج الباحثة: لا تدعم هذه النتائج الفرضية التي تنص على وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية ($\alpha \leq 0.05$) بين متوسطات استجابات أفراد العينة بمدى تبني ممارسو العلاقات العامة في المؤسسات الحكومية لتطبيقات الذكاء الاصطناعي تعزى لمتغير المؤهل الدراسي.

الفرضية الفرعية الرابعة: توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية ($\alpha \leq 0.05$) بين متوسطات استجابات أفراد العينة بمدى تبني ممارسو العلاقات العامة في المؤسسات الحكومية لتطبيقات الذكاء الاصطناعي تعزى لمتغير التخصص فيما يلي:

تم استخدام اختبار تحليل التباين الأحادي ONE WAY ANOVA للتحقق من وجود فروق ذات دلالة إحصائية في متوسطات استجابات أفراد العينة بمدى تبني ممارسو العلاقات العامة في المؤسسات الحكومية لتطبيقات الذكاء الاصطناعي تعزى لمتغير التخصص وكما يلي:

جدول (30) يبين نتائج اختبار تحليل التباين الأحادي بمدى تبني ممارسو العلاقات العامة في المؤسسات الحكومية لتطبيقات الذكاء الاصطناعي تعزى لمتغير التخصص

المحاور	التباين	درجات الحرية	مجموع المربعات	متوسط المربعات	F	مستوى الدلالة	النتيجة
المحور الأول: واقع تبني المؤسسات الحكومية لتطبيقات الذكاء الاصطناعي	بين المجموعات	4	.540	.135	0.210	.933	غير دال إحصائياً
	داخل المجموعات	175	112.514	.643			
	Total	179	113.054				
المحور الثاني: درجة استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي في أعمالهم اليومية	بين المجموعات	4	1.074	.268	0.941	.742	غير دال إحصائياً
	داخل المجموعات	175	95.648	.547			
	Total	179	96.722				
المحور الثالث: اتجاهات نحو استخدام الذكاء الاصطناعي في مجال عملهم	بين المجموعات	4	2.620	.655	2.000	.097	غير دال إحصائياً
	داخل المجموعات	175	57.305	.327			
	Total	179	59.925				
المحور الرابع: أبرز العوامل التي تشجع ممارسو العلاقات	بين المجموعات	4	.801	.200	0.411	.800	غير دال

إحصائيا			.487	85.153	175	داخل المجموعات	العامّة على تبني تطبيقات الذكاء الاصطناعي
				85.954	179	Total	
غير دال إحصائيا	.363	1.090	.423	1.694	4	بين المجموعات	المحور الخامس: أهم المعوقات التي تحد من استخدام الذكاء الاصطناعي في إدارة العلاقات العامة
			.388	67.954	175	داخل المجموعات	
				69.648	179	Total	
غير دال إحصائيا	.715	0.529	.238	.953	4	بين المجموعات	المحور السادس: مدى نية الاستمرار ودرجة التبني الفعلية لتطبيقات الذكاء الاصطناعي
			.451	78.854	175	داخل المجموعات	
				79.807	179	Total	
غير دال إحصائيا	.750	0.480	.143	.573	4	بين المجموعات	الدرجة الكلية بمدى تبني ممارسو العلاقات العامة في المؤسسات الحكومية لتطبيقات الذكاء الاصطناعي
			.298	52.200	175	داخل المجموعات	
				52.773	179	Total	

المصدر: إعداد الباحثة من نتائج الدراسة الميدانية 2026 باعتماد مخرجات برنامج spss.vs26.

من الجدول (28) يتضح وجود فروق ذات دلالة إحصائية حيث إن مستوى الدلالة لمحاور الدراسة والدرجة الكلية أكبر من مستوى المعنوية (0.05) في محاور (واقع تبني ممارسو العلاقات العامة في المؤسسات الحكومية لتطبيقات الذكاء الاصطناعي بمحافظة الاحساء)، ومحور (درجة استخدام ممارسو العلاقات العامة لتطبيقات الذكاء الاصطناعي في أعمالهم اليومية)، ومحور (اتجاهات ممارسو العلاقات العامة في المؤسسات الحكومية نحو استخدام الذكاء الاصطناعي في مجال عملهم)، ومحور (أبرز العوامل التي تشجع ممارسو العلاقات العامة على تبني تطبيقات الذكاء الاصطناعي)، ومحور (أهم المعوقات التي تحد من استخدام الذكاء الاصطناعي في إدارة العلاقات العامة)، ومحور (نية الاستمرار ودرجة التبني الفعلية لتطبيقات الذكاء الاصطناعي)، والدرجة الكلية (بمدى تبني ممارسو العلاقات العامة في المؤسسات الحكومية لتطبيقات الذكاء الاصطناعي) تعزى لمتغير التخصص.

تستنتج الباحثة: لا تدعم هذه النتائج الفرضية التي تنص على وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية ($\alpha \leq 0.05$) بين متوسطات استجابات أفراد العينة بمدى تبني ممارسو العلاقات العامة في المؤسسات الحكومية لتطبيقات الذكاء الاصطناعي تعزى لمتغير التخصص.

الفرضية الفرعية الخامسة: توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية ($\alpha \leq 0.05$) بين متوسطات استجابات أفراد العينة بمدى تبني ممارسو العلاقات العامة في المؤسسات الحكومية لتطبيقات الذكاء الاصطناعي تعزى لمتغير المسعى الوظيفي فيما يلي:

تم استخدام اختبار تحليل التباين الأحادي ONE WAY ANOVA للتحقق من وجود فروق ذات دلالة إحصائية في متوسطات استجابات أفراد العينة بمدى تبني ممارسو العلاقات العامة في المؤسسات الحكومية لتطبيقات الذكاء الاصطناعي تعزى لمتغير المسعى الوظيفي وكما يلي:

جدول (31) يبين نتائج اختبار تحليل التباين الأحادي بمدى تبني ممارسو العلاقات العامة في المؤسسات الحكومية لتطبيقات الذكاء الاصطناعي تعزى لمتغير المسعى الوظيفي

المحاور	التباين	درجات الحرية	مجموع المربعات	متوسط المربعات	F	مستوى الدلالة	النتيجة
---------	---------	--------------	----------------	----------------	---	---------------	---------

المحور الأول: واقع تبني المؤسسات الحكومية لتطبيقات الذكاء الاصطناعي	بين المجموعات	4	1.329	.332	0.521	.721	غير دال إحصائيا
	داخل المجموعات	175	111.725	.638			
	Total	179	113.054				
المحور الثاني: درجة استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي في أعمالهم اليومية	بين المجموعات	4	.045	.011	0.020	.999	غير دال إحصائيا
	داخل المجموعات	175	96.678	.552			
	Total	179	96.722				
المحور الثالث: اتجاهات نحو استخدام الذكاء الاصطناعي في مجال عملهم	بين المجموعات	4	1.603	.401	1.203	.311	غير دال إحصائيا
	داخل المجموعات	175	58.322	.333			
	Total	179	59.925				
المحور الرابع: أبرز العوامل التي تشجع ممارسو العلاقات العامة على تبني تطبيقات الذكاء الاصطناعي	بين المجموعات	4	1.342	.355	0.694	.597	غير دال إحصائيا
	داخل المجموعات	175	84.612	.483			
	Total	179	85.954				
المحور الخامس: أهم المعوقات التي تحد من استخدام الذكاء الاصطناعي في إدارة العلاقات العامة	بين المجموعات	4	.257	.064	0.162	.957	غير دال إحصائيا
	داخل المجموعات	175	69.390	.397			
	Total	179	69.648				
المحور السادس: مدى نية الاستمرار ودرجة التبني الفعلية لتطبيقات الذكاء الاصطناعي	بين المجموعات	4	1.042	.261	0.579	.678	غير دال إحصائيا
	داخل المجموعات	175	78.765	.450			
	Total	179	79.807				
الدرجة الكلية بمدى تبني ممارسو العلاقات العامة في المؤسسات الحكومية لتطبيقات الذكاء الاصطناعي	بين المجموعات	4	.405	.101	0.339	.852	غير دال إحصائيا
	داخل المجموعات	175	52.368	.299			
	Total	179	52.773				

المصدر: إعداد الباحثة من نتائج الدراسة الميدانية 2026 باعتماد مخرجات برنامج spss.vs26.

من الجدول (29) يتضح عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية حيث إن مستوى الدلالة لمجاور الدراسة والدرجة الكلية أكبر من مستوى المعنوية (0.05) في

محاور (واقع تبني ممارسو العلاقات العامة في المؤسسات الحكومية لتطبيقات الذكاء الاصطناعي بمحافظة الاحساء)، ومحور (درجة استخدام ممارسو العلاقات العامة لتطبيقات الذكاء الاصطناعي في أعمالهم اليومية)، ومحور (اتجاهات ممارسو العلاقات العامة في المؤسسات الحكومية نحو استخدام الذكاء الاصطناعي في مجال عملهم)، ومحور (أبرز العوامل التي تشجع ممارسو العلاقات العامة على تبني تطبيقات الذكاء الاصطناعي)، ومحور (أهم المعوقات التي تحد من استخدام الذكاء الاصطناعي في إدارة العلاقات العامة)، ومحور (نية الاستمرار ودرجة التبني الفعلية لتطبيقات الذكاء الاصطناعي)، والدرجة الكلية (بمدى تبني ممارسو العلاقات العامة في المؤسسات الحكومية لتطبيقات الذكاء الاصطناعي) تعزى لمتغير المسعى الوظيفي.

تستنتج الباحثة: لا تدعم هذه النتائج الفرضية التي تنص على وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية ($\alpha \leq 0.05$) بين متوسطات استجابات أفراد العينة بمدى تبني ممارسو العلاقات العامة في المؤسسات الحكومية لتطبيقات الذكاء الاصطناعي تعزى لمتغير المسعى الوظيفي.

الفرضية الفرعية السادسة: توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية ($\alpha \leq 0.05$) بين متوسطات استجابات أفراد العينة بمدى تبني ممارسو العلاقات العامة في المؤسسات الحكومية لتطبيقات الذكاء الاصطناعي تعزى لمتغير سنوات الخبرة فيما يلي:

تم استخدام اختبار تحليل التباين الأحادي ONE WAY ANOVA للتحقق من وجود فروق ذات دلالة إحصائية في متوسطات استجابات أفراد العينة بمدى تبني ممارسو العلاقات العامة في المؤسسات الحكومية لتطبيقات الذكاء الاصطناعي تعزى لمتغير سنوات الخبرة وكما يلي:

جدول (32) يبين نتائج اختبار تحليل التباين الأحادي بمدى تبني ممارسو العلاقات العامة في المؤسسات الحكومية لتطبيقات الذكاء الاصطناعي تعزى لمتغير سنوات الخبرة

المحاور	التباين	درجات الحرية	مجموع المربعات	متوسط المربعات	F	مستوى الدلالة	النتيجة
المحور الأول: واقع تبني المؤسسات الحكومية لتطبيقات الذكاء الاصطناعي	بين المجموعات	3	.418	.139	0.218	.884	غير دال إحصائياً
	داخل المجموعات	176	112.636	.640			
	Total	179	113.054				
المحور الثاني: درجة استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي في أعمالهم اليومية	بين المجموعات	3	.798	.266	0.488	.691	غير دال إحصائياً
	داخل المجموعات	176	95.924	.545			
	Total	179	96.722				
المحور الثالث: اتجاهات نحو استخدام الذكاء الاصطناعي في مجال عملهم	بين المجموعات	3	.115	.038	0.113	.952	غير دال إحصائياً
	داخل المجموعات	176	59.810	.340			
	Total	179	59.925				
المحور الرابع: أبرز العوامل التي تشجع ممارسو العلاقات العامة على تبني تطبيقات الذكاء الاصطناعي	بين المجموعات	3	.095	.032	0.065	.978	غير دال إحصائياً
	داخل المجموعات	176	85.859	.488			
	Total	179	85.954				

غير دال إحصائيا	.660	0.534	.209	.628	3	بين المجموعات	المحور الخامس: أهم المعوقات التي تحد من استخدام الذكاء الاصطناعي في إدارة العلاقات العامة
			.392	69.020	176	داخل المجموعات	
				69.648	179	Total	
غير دال إحصائيا	.792	0.346	.156	.468	3	بين المجموعات	المحور السادس: مدى نية الاستمرار ودرجة التبني الفعلية لتطبيقات الذكاء الاصطناعي
			.451	79.339	176	داخل المجموعات	
				79.807	179	Total	
غير دال إحصائيا	.918	0.168	.050	.150	3	بين المجموعات	الدرجة الكلية بمدى تبني ممارسو العلاقات العامة في المؤسسات الحكومية لتطبيقات الذكاء الاصطناعي
			.299	52.623	176	داخل المجموعات	
				52.773	179	Total	

المصدر: إعداد الباحثة من نتائج الدراسة الميدانية 2026 باعتماد مخرجات برنامج spss.vs26.

من الجدول (30) يتضح عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية حيث إن مستوى الدلالة لمحاور الدراسة والدرجة الكلية أكبر من مستوى المعنوية (0.05) في محاور (واقع تبني ممارسو العلاقات العامة في المؤسسات الحكومية لتطبيقات الذكاء الاصطناعي بمحافظه الاحساء)، ومحور (درجة استخدام ممارسو العلاقات العامة لتطبيقات الذكاء الاصطناعي في أعمالهم اليومية)، ومحور (اتجاهات ممارسو العلاقات العامة في المؤسسات الحكومية نحو استخدام الذكاء الاصطناعي في مجال عملهم)، ومحور (أبرز العوامل التي تشجع ممارسو العلاقات العامة على تبني تطبيقات الذكاء الاصطناعي)، ومحور (أهم المعوقات التي تحد من استخدام الذكاء الاصطناعي في إدارة العلاقات العامة)، ومحور (نية الاستمرار ودرجة التبني الفعلية لتطبيقات الذكاء الاصطناعي)، والدرجة الكلية (بمدى تبني ممارسو العلاقات العامة في المؤسسات الحكومية لتطبيقات الذكاء الاصطناعي) تعزى لمتغير سنوات الخبرة.

تستنتج الباحثة:

لا تدعم هذه النتائج الفرضية التي تنص على وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية ($\alpha \leq 0.05$) بين متوسطات استجابات أفراد العينة بمدى تبني ممارسو العلاقات العامة في المؤسسات الحكومية لتطبيقات الذكاء الاصطناعي تعزى لمتغير سنوات الخبرة.

3.4.7 الفرضية الفرعية السابعة:

توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية ($\alpha \leq 0.05$) بين متوسطات استجابات أفراد العينة بمدى تبني ممارسو العلاقات العامة في المؤسسات الحكومية لتطبيقات الذكاء الاصطناعي تعزى لمتغير طبيعة الجهة الحكومية فيما يلي:

تم استخدام اختبار تحليل التباين الأحادي ONE WAY ANOVA للتحقق من وجود فروق ذات دلالة إحصائية في متوسطات استجابات أفراد العينة بمدى تبني ممارسو العلاقات العامة في المؤسسات الحكومية لتطبيقات الذكاء الاصطناعي تعزى لمتغير طبيعة الجهة الحكومية وكما يلي:

جدول (33) يبين نتائج اختبار تحليل التباين الأحادي بمدى تبني ممارسو العلاقات العامة في المؤسسات الحكومية لتطبيقات الذكاء الاصطناعي تعزى لمتغير طبيعة الجهة الحكومية

المحاور	التباين	درجات	مجموع	متوسط	F	مستوى	النتيجة
---------	---------	-------	-------	-------	---	-------	---------

	الدلالة		المربعات	المربعات	الحرية		
غير دال إحصائيا	.301	1.226	.771	3.083	4	بين المجموعات	المحور الأول: واقع تبني المؤسسات الحكومية لتطبيقات الذكاء الاصطناعي
			.628	109.972	175	داخل المجموعات	
				113.054	179	Total	
دال إحصائيا	.019	3.021	1.562	6.248	4	بين المجموعات	المحور الثاني: درجة استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي في أعمالهم اليومية
			.517	90.474	175	داخل المجموعات	
				96.722	179	Total	
غير دال إحصائيا	.194	1.537	.508	2.033	4	بين المجموعات	المحور الثالث: اتجاهات نحو استخدام الذكاء الاصطناعي في مجال عملهم
			.331	57.892	175	داخل المجموعات	
				59.925	179	Total	
غير دال إحصائيا	.647	0.622	.301	1.205	4	بين المجموعات	المحور الرابع: أبرز العوامل التي تشجع ممارسو العلاقات العامة على تبني تطبيقات الذكاء الاصطناعي
			.484	84.749	175	داخل المجموعات	
				85.954	179	Total	
غير دال إحصائيا	.688	0.566	.222	.890	4	بين المجموعات	المحور الخامس: أهم المعوقات التي تحد من استخدام الذكاء الاصطناعي في إدارة العلاقات العامة
			.393	68.758	175	داخل المجموعات	
				69.648	179	Total	
دال إحصائيا	.006	3.714	1.561	6.245	4	بين المجموعات	المحور السادس: مدى نية الاستمرار ودرجة التبني الفعلي لتطبيقات الذكاء الاصطناعي
			.420	73.562	175	داخل المجموعات	
				79.807	179	Total	
دال إحصائيا	.054	2.370	.678	2.712	4	بين المجموعات	الدرجة الكلية بمدى تبني ممارسو العلاقات العامة في المؤسسات الحكومية لتطبيقات الذكاء الاصطناعي
			.286	50.061	175	داخل المجموعات	
				52.773	179	Total	

المصدر: إعداد الباحثة من نتائج الدراسة الميدانية 2026 باعتماد مخرجات برنامج spss.vs26.

من الجدول (31) يتضح عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية حيث إن مستوى الدلالة لمحاور الدراسة والدرجة الكلية أكبر من مستوى المعنوية (0.05) في محاور (واقع تبني ممارسو العلاقات العامة في المؤسسات الحكومية لتطبيقات الذكاء الاصطناعي بمحافظه الاحساء)، ومحور (اتجاهات ممارسو العلاقات العامة في المؤسسات الحكومية نحو استخدام الذكاء الاصطناعي في مجال عملهم)، ومحور (أبرز العوامل التي تشجع ممارسو العلاقات العامة على تبني تطبيقات الذكاء الاصطناعي)، ومحور (أهم المعوقات التي تحد من استخدام الذكاء الاصطناعي في إدارة العلاقات العامة) تعزى لمتغير طبيعة الجهة الحكومية.

فيما تبين وجود فروق ذات دلالة إحصائية حيث إن مستوى الدلالة لمحاور الدراسة والدرجة الكلية أقل من مستوى المعنوية (0.05) في محور (درجة استخدام ممارسو العلاقات العامة لتطبيقات الذكاء الاصطناعي في أعمالهم اليومية)، ومحور (نية الاستمرار ودرجة التبني الفعلية لتطبيقات الذكاء الاصطناعي) والدرجة الكلية (بمدى تبني ممارسو العلاقات العامة في المؤسسات الحكومية لتطبيقات الذكاء الاصطناعي) تعزى لمتغير طبيعة الجهة الحكومية. ولبيان مصادر الفروق الإحصائية تم استخدام طريقة شففيه (Scheffe) للمقارنات المحورية وكما يلي:

جدول (34) يبين طريقة شففيه (Scheffe) للمقارنات المحورية

المحاور	طبيعة الجهة الحكومية	المتوسط الحسابي	خدمية	تعليمية	صحية	أمنية ورقابية	بلدية
المحور الثاني: درجة استخدام ممارسو العلاقات العامة لتطبيقات الذكاء الاصطناعي في أعمالهم اليومية	خدمية	2.78	---	-433870*	-30432	-02180	-37023*
	تعليمية	3.21	.43387*	---	.12955	.41207*	.06364
	صحية	3.08	.30432	-.130	---	.28253	-.06591
	أمنية ورقابية	2.80	.02180	-.41207	-.28253	---	-.34843*
	بلدية	3.15	.37023*	-.06364	.06591	.34843*	---
المحور السادس: نية الاستمرار ودرجة التبني الفعلية لتطبيقات الذكاء الاصطناعي	خدمية	2.92	---	-.52704*	-.32473	-.16912	-.36555*
	تعليمية	3.45	.52740*	---	.20231	.35792*	.16149
	صحية	3.24	.32473	-.202	---	.15561	-.04082
	أمنية ورقابية	3.09	.16912	-.35792*	-.15561	---	-.19643
	بلدية	3.29	.36555*	-.16149	.04082	.19643	---
الدرجة الكلية بمدى تبني ممارسو العلاقات العامة في المؤسسات الحكومية لتطبيقات الذكاء الاصطناعي	خدمية	2.95	---	-.32907*	-.18717	-.08907	-.25682*
	تعليمية	3.28	.32907*	---	.14190	.24000	.07225
	صحية	3.14	.18717	-.142	---	.09811	-.06964
	أمنية ورقابية	3.04	.08907	-.240	-.09811	---	-.16775

---	.16775	.06964	-.07225	.25682*	3.21	بلدية	
-----	--------	--------	---------	---------	------	-------	--

المصدر: إعداد الباحثة من نتائج الدراسة الميدانية 2026 باعتماد مخرجات برنامج spss.vs26.

من الجدول (32) يتضح وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات بعد (درجة استخدام ممارسو العلاقات العامة لتطبيقات الذكاء الاصطناعي في أعمالهم اليومية) تعزى لمتغير طبيعة الجهة الحكومية حيث تبين أن الفروق الإحصائية جاءت لصالح الجهة الحكومية (تعليمية) مقارنة بالجهات (خدمية)، (أمنية ورقابية)، كما تبين أيضا أن الفروق الإحصائية جاءت لصالح الجهة الحكومية (بلدية) مقارنة بالجهات (خدمية)، (أمنية ورقابية).

1. وتبين وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات بعد (نية الاستمرار ودرجة التبني الفعلية لتطبيقات الذكاء الاصطناعي) تعزى لمتغير طبيعة الجهة الحكومية حيث تبين أن الفروق الإحصائية جاءت لصالح الجهة الحكومية (تعليمية) مقارنة بالجهات (خدمية)، (أمنية ورقابية)، كما تبين أيضا أن الفروق الإحصائية جاءت لصالح الجهة الحكومية (بلدية) مقارنة بالجهات (خدمية).

وتشير النتائج إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات الدرجة الكلية (بمدى تبني ممارسو العلاقات العامة في المؤسسات الحكومية لتطبيقات الذكاء الاصطناعي) تعزى لمتغير طبيعة الجهة الحكومية حيث تبين أن الفروق الإحصائية جاءت لصالح الجهات الحكومية (تعليمية)، (بلدية)، مقارنة بالجهة (الخدمية).

تستنتج الباحثة: تدعم هذه النتائج الفرضية التي تنص على وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية ($\alpha \leq 0.05$) بين متوسطات استجابات أفراد العينة بمدى تبني ممارسو العلاقات العامة في المؤسسات الحكومية لتطبيقات الذكاء الاصطناعي تعزى لمتغير طبيعة الجهة الحكومية.

الفرضية الفرعية الثامنة: توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية ($\alpha \leq 0.05$) بين متوسطات استجابات أفراد العينة بمدى تبني ممارسو العلاقات العامة في المؤسسات الحكومية لتطبيقات الذكاء الاصطناعي تعزى لمتغير الدورات التدريبية في الذكاء الاصطناعي فيما يلي:

تم استخدام اختبار تحليل التباين الأحادي ONE WAY ANOVA للتحقق من وجود فروق ذات دلالة إحصائية في متوسطات استجابات أفراد العينة بمدى تبني ممارسو العلاقات العامة في المؤسسات الحكومية لتطبيقات الذكاء الاصطناعي تعزى لمتغير الدورات التدريبية في الذكاء الاصطناعي وكما يلي:

جدول (35) يبين نتائج اختبار تحليل التباين الأحادي بمدى تبني ممارسو العلاقات العامة في المؤسسات الحكومية لتطبيقات الذكاء الاصطناعي تعزى لمتغير الدورات التدريبية في الذكاء الاصطناعي

المحاور	التباين	درجات الحرية	مجموع المربعات	متوسط المربعات	F	مستوى الدلالة	النتيجة
المحور الأول: واقع تبني المؤسسات الحكومية لتطبيقات الذكاء الاصطناعي	بين المجموعات	2	7.350	3.675	6.154	.003	دال إحصائيا
	داخل المجموعات	177	105.704	.597			
	Total	179	113.054				
المحور الثاني: درجة استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي في أعمالهم اليومية	بين المجموعات	2	7.150	3.575	7.064	.001	دال إحصائيا
	داخل المجموعات	177	89.573	.506			
	Total	179	96.722				

المحور الثالث: اتجاهات نحو استخدام الذكاء الاصطناعي في مجال عملهم	بين المجموعات	2	3.291	1.645	5.143	.007	دال إحصائيا
	داخل المجموعات	177	56.634	.320			
	Total	179	59.925				
المحور الرابع: أبرز العوامل التي تشجع ممارسو العلاقات العامة على تبني تطبيقات الذكاء الاصطناعي	بين المجموعات	2	4.343	2.171	4.710	.010	دال إحصائيا
	داخل المجموعات	177	81.611	.461			
	Total	179	85.954				
المحور الخامس: أهم المعوقات التي تحد من استخدام الذكاء الاصطناعي في إدارة العلاقات العامة	بين المجموعات	2	1.270	.635	1.644	.196	غير دال إحصائيا
	داخل المجموعات	177	68.378	.386			
	Total	179	69.648				
المحور السادس: مدى نية الاستمرار ودرجة التبني الفعلية لتطبيقات الذكاء الاصطناعي	بين المجموعات	2	6.632	3.316	8.020	.000	دال إحصائيا
	داخل المجموعات	177	73.176	.413			
	Total	179	79.807				
الدرجة الكلية بمدى تبني ممارسو العلاقات العامة في المؤسسات الحكومية لتطبيقات الذكاء الاصطناعي	بين المجموعات	2	4.493	2.247	8.236	.000	دال إحصائيا
	داخل المجموعات	172	48.280	.273			
	Total	179	52.773				

المصدر: إعداد الباحثة من نتائج الدراسة الميدانية 2026 باعتماد مخرجات برنامج spss.vs26.

من الجدول (33) يتضح عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية حيث إن مستوى الدلالة في محور (أهم المعوقات التي تحد من استخدام الذكاء الاصطناعي في إدارة العلاقات العامة) أكبر من مستوى المعنوية (0.05) تعزى لمتغير الدورات التدريبية في الذكاء الاصطناعي.

فيما تبين وجود فروق ذات دلالة إحصائية حيث إن مستوى الدلالة لمحاور الدراسة والدرجة الكلية أقل من مستوى المعنوية (0.05) في محاور (واقع تبني ممارسو العلاقات العامة في المؤسسات الحكومية لتطبيقات الذكاء الاصطناعي بمحافظلة الاحساء)، ومحور (درجة استخدام ممارسو العلاقات العامة لتطبيقات الذكاء الاصطناعي في أعمالهم اليومية)، ومحور (اتجاهات ممارسو العلاقات العامة في المؤسسات الحكومية نحو استخدام الذكاء الاصطناعي في مجال عملهم)، ومحور (أبرز العوامل التي تشجع ممارسو العلاقات العامة على تبني تطبيقات الذكاء الاصطناعي)، ومحور (نية الاستمرار ودرجة التبني الفعلية لتطبيقات الذكاء الاصطناعي) والدرجة الكلية (بمدى تبني ممارسو العلاقات العامة في المؤسسات الحكومية لتطبيقات الذكاء الاصطناعي) تعزى لمتغير الدورات التدريبية في الذكاء الاصطناعي.

ولبيان مصادر الفروق الإحصائية تم استخدام طريقة شففيه (Scheffe) للمقارنات البعدية وكما يلي:

جدول (36) يبين طريقة شففيه (Scheffe) للمقارنات البعدية

المحاور	الدورات التدريبية	المتوسط الحسابي	نعم	نوعا ما	لا
المحور الأول: ما واقع تبني ممارسو العلاقات العامة في المؤسسات الحكومية لتطبيقات الذكاء الاصطناعي بمحاظة الاحساء	نعم	3.38	---	.342	.57725*
	نوعا ما	3.03	-.342	---	.23560
	لا	2.80	-.57725*	-.23560	---
المحور الثاني: ما درجة استخدام ممارسو العلاقات العامة لتطبيقات الذكاء الاصطناعي في أعمالهم اليومية	نعم	3.36	---	.203	.51852*
	نوعا ما	3.16	-.203	---	.31519*
	لا	2.84	-.51852*	-.31519*	---
المحور الثالث: ما اتجاهات ممارسو العلاقات العامة في المؤسسات الحكومية نحو استخدام الذكاء الاصطناعي في مجال عملهم	نعم	3.61	---	.289	.39735*
	نوعا ما	3.32	-.289	---	.10862
	لا	3.21	-.39735*	-.108622	---
المحور الرابع: ما أبرز العوامل التي تشجع ممارسو العلاقات العامة على تبني تطبيقات الذكاء الاصطناعي	نعم	3.50	---	.327	.45608
	نوعا ما	3.17	-.327	---	.12880
	لا	3.04	-.45608*	-.12880	---
المحور السادس: نية الاستمرار ودرجة التبني الفعلية لتطبيقات الذكاء الاصطناعي	نعم	3.58	---	.262	.52751*
	نوعا ما	3.32	-.262	---	.26500*
	لا	3.05	-.52751*	-.26500*	---
الدرجة الكلية بمدى تبني ممارسو العلاقات العامة في المؤسسات الحكومية لتطبيقات الذكاء الاصطناعي	نعم	3.47	---	.274	.45317*
	نوعا ما	3.19	-.274	---	.17918
	لا	3.01	-.45317*	-.17018	---

المصدر: إعداد الباحثة من نتائج الدراسة الميدانية 2026 باعتماد مخرجات برنامج spss.vs26.

من الجدول (34) يتضح ما يلي:

1. تبين وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات بعد (واقع تبني ممارسو العلاقات العامة في المؤسسات الحكومية لتطبيقات الذكاء الاصطناعي بمحافظه الاحساء) تعزى لمتغير الدورات التدريبية في الذكاء الاصطناعي حيث تبين أن الفروق الإحصائية جاءت لصالح من يمتلكون (دورات تدريبية) مقارنة بمن لا يمتلكون (دورات تدريبية).
 2. حيث تبين وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات بعد (درجة استخدام ممارسو العلاقات العامة لتطبيقات الذكاء الاصطناعي في أعمالهم اليومية) تعزى لمتغير الدورات التدريبية في الذكاء الاصطناعي حيث تبين أن الفروق الإحصائية جاءت لصالح من يمتلكون (دورات تدريبية) مقارنة بمن لا يمتلكون (دورات تدريبية).
 3. وتبين وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات بعد (اتجاهات ممارسو العلاقات العامة في المؤسسات الحكومية نحو استخدام الذكاء الاصطناعي في مجال عملهم) تعزى لمتغير الدورات التدريبية في الذكاء الاصطناعي حيث تبين أن الفروق الإحصائية جاءت لصالح من يمتلكون (دورات تدريبية) مقارنة بمن لا يمتلكون (دورات تدريبية).
 4. كما تبين وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات بعد (أبرز العوامل التي تشجع ممارسو العلاقات العامة على تبني تطبيقات الذكاء الاصطناعي) تعزى لمتغير الدورات التدريبية في الذكاء الاصطناعي حيث تبين أن الفروق الإحصائية جاءت لصالح من يمتلكون (دورات تدريبية) مقارنة بمن لا يمتلكون (دورات تدريبية).
 5. وتبين وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات بعد (نية الاستمرار ودرجة التبني الفعلية لتطبيقات الذكاء الاصطناعي) تعزى لمتغير الدورات التدريبية في الذكاء الاصطناعي حيث تبين أن الفروق الإحصائية جاءت لصالح من يمتلكون (دورات تدريبية) مقارنة بمن لا يمتلكون (دورات تدريبية). وتشير النتائج إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات الدرجة الكلية (بمدى تبني ممارسو العلاقات العامة في المؤسسات الحكومية لتطبيقات الذكاء الاصطناعي) تعزى لمتغير الدورات التدريبية في الذكاء الاصطناعي حيث تبين أن الفروق الإحصائية جاءت لصالح من يمتلكون (دورات تدريبية) مقارنة بمن لا يمتلكون (دورات تدريبية).
- تستنتج الباحثة: تدعم هذه النتائج الفرضية التي تنص على وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية ($\alpha \leq 0.05$) بين متوسطات استجابات أفراد العينة بمدى تبني ممارسو العلاقات العامة في المؤسسات الحكومية لتطبيقات الذكاء الاصطناعي تعزى لمتغير الدورات التدريبية في الذكاء الاصطناعي.
- نتائج الدراسة:

1.1 النتائج الميدانية

1.1.1 النتائج المتعلقة بمتغيرات الدراسة:

تشير نتائج الدراسة أن المتوسط العام بتبني ممارسو العلاقات العامة في المؤسسات الحكومية لتطبيقات الذكاء الاصطناعي جاءت بدرجة مرتفعة وجاءت النتائج كما يلي:

أولاً: توضح نتائج الدراسة لمحاو الدراسة بمدى تبني ممارسو العلاقات العامة في المؤسسات الحكومية لتطبيقات الذكاء الاصطناعي كالآتي:

1. تبين أن بعد (ما واقع تبني ممارسو العلاقات العامة في المؤسسات الحكومية لتطبيقات الذكاء الاصطناعي بمحافظه الاحساء) قد ظهرت بدرجة مرتفعة فقد جاء في المرتبة السادسة وبوزن نسبي (74.2%)، حيث جاءت أعلى عبارة لعبارات المحور (يتم تشجيع المبادرات الفردية لتجربة أدوات الذكاء الاصطناعي وتعميمها) وبدرجة مرتفعة، وأن أقل الفقرات شيوعاً لدى أفراد عينة الدراسة للمحور هي العبارة التي تنص على (تخصص المؤسسة ميزانية أو موارد كافية لتوفير اشتراكات في برمجيات الذكاء الاصطناعي) وبدرجة مرتفعة أيضاً.
2. تبين أن بعد (ما درجة استخدام ممارسو العلاقات العامة لتطبيقات الذكاء الاصطناعي في أعمالهم اليومية) قد ظهرت بدرجة مرتفعة فقد جاء في المرتبة الخامسة بوزن نسبي (75.7%)، حيث جاءت أعلى عبارة لعبارات المحور (استخدام التطبيقات الذكية في تنظيم الأفكار الداخلية لدعم اتخاذ القرارات) وبدرجة مرتفعة، وأن أقل الفقرات شيوعاً لدى أفراد عينة الدراسة للمحور هي العبارة التي تنص على (استخدام التطبيقات الذكية لإدارة سمعة المؤسسة رقمياً) وبدرجة مرتفعة أيضاً.

3. تبين أن بعد (ما اتجاهات ممارسو العلاقات العامة في المؤسسات الحكومية نحو استخدام الذكاء الاصطناعي في مجال عملهم) قد ظهرت بدرجة مرتفعة جدا فقد جاء في المرتبة الأولى بوزن نسبي (82.7%)، حيث جاءت أعلى عبارة لعبارات المحور (اشعر بالحماس لتجربة أدوات جديدة من تطبيقات الذكاء الاصطناعي في عملي) وبدرجة مرتفعة، وأن أقل الفقرات شيوعا لدى أفراد عينة الدراسة للمحور هي العبارة التي تنص على (أؤمن أن الذكاء الاصطناعي شريك مهني ولا يهدد وظيفتي) وبدرجة مرتفعة أيضا.
4. تبين أن بعد (ما أبرز العوامل التي تشجع ممارسو العلاقات العامة على تبني تطبيقات الذكاء الاصطناعي) قد ظهرت بدرجة مرتفعة فقد جاء في المرتبة الرابعة بوزن نسبي (78.9%)، حيث جاءت أعلى عبارة لعبارات المحور (توفر برامج تدريبية متقدمة داخل المؤسسة يحفزني على استخدام هذه التقنيات) وبدرجة مرتفعة جدا، وأن أقل الفقرات شيوعا لدى أفراد عينة الدراسة للمحور هي العبارة التي تنص على (تتيح المؤسسة تجربة الحلول الرقمية المبتكرة مثل تطبيقات الذكاء الاصطناعي) وبدرجة مرتفعة أيضا.
5. تبين أن بعد (ما أهم المعوقات التي تحد من استخدام الذكاء الاصطناعي في إدارة العلاقات العامة) قد ظهرت بدرجة مرتفعة فقد جاء في المرتبة الثالثة بوزن نسبي (79.4%)، حيث جاءت أعلى عبارة لعبارات المحور (إتاحة منصة أمن ومعتمدة لاستخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي داخل المؤسسة يقلل من مخاوف استخدامها) وبدرجة مرتفعة، وأن أقل الفقرات شيوعا لدى أفراد عينة الدراسة للمحور هي العبارة التي تنص على (ضغط العمل وكثرة المهام الروتينية لا تترك وقتا لتعلم وتجربة التقنيات الجديدة) وبدرجة مرتفعة أيضا.
6. تبين أن بعد (مدى نية الاستمرار ودرجة التبني الفعلية لتطبيقات الذكاء الاصطناعي) قد ظهرت بدرجة مرتفعة فقد جاء في المرتبة الثانية بوزن نسبي (78.6%)، حيث جاءت أعلى عبارة لعبارات المحور (أسعى إلى تطوير مهاراتي بشكل مستمر في استخدام الذكاء الاصطناعي لأداء عملي) وبدرجة مرتفعة جدا، وأن أقل الفقرات شيوعا لدى أفراد عينة الدراسة للمحور هي العبارة التي تنص على (اعتبر استخدام الذكاء الاصطناعي جزءا أساسيا من أسلوب عملي اليومي) وبدرجة مرتفعة أيضا.

1.1.2 النتائج المتعلقة بفرضيات الدراسة

نتائج الفرضية الأولى، الثانية، الثالثة:

1. قبول الفرضية التي تنص على وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين اتجاهات ممارسو العلاقات العامة نحو استخدام الذكاء الاصطناعي ودرجة استخدامهم لتطبيقاته في العمل.
2. قبول الفرضية التي تنص على وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين توفر العوامل المشجعة (التدريب والدعم الإداري) ودرجة تبني ممارسو العلاقات العامة لتطبيقات الذكاء الاصطناعي.
3. قبول الفرضية التي تنص على وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين المعوقات ودرجة تبني ممارسو العلاقات العامة لتطبيقات الذكاء الاصطناعي، مما يستوجب على المؤسسات معالجة هذه التحديات لضمان استدامة التبني التقني وتطويره.

نتائج الفرضية الرابعة:

1. رفض الفرضية التي تنص على وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات استجابات أفراد العينة (بمدى تبني ممارسو العلاقات العامة في المؤسسات الحكومية لتطبيقات الذكاء الاصطناعي) تعزى لمتغير الجنس.
2. قبول الفرضية التي تنص على وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات الدرجة الكلية (بمدى تبني ممارسو العلاقات العامة في المؤسسات الحكومية لتطبيقات الذكاء الاصطناعي) تعزى إلى متغير العمر حيث تبين أن الفروق الإحصائية جاءت لصالح الفئة العمرية (18 – 24 سنة) مقارنة بالفئات العمرية (25 – 34)، (35 – 44) سنة.
3. رفض الفرضية التي تنص على وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات استجابات أفراد العينة (بمدى تبني ممارسو العلاقات العامة في المؤسسات الحكومية لتطبيقات الذكاء الاصطناعي) تعزى لمتغير المؤهل الدراسي.
4. رفض الفرضية التي تنص على وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات استجابات أفراد العينة (بمدى تبني ممارسو العلاقات العامة في المؤسسات الحكومية لتطبيقات الذكاء الاصطناعي) تعزى لمتغير التخصص.

5. رفض الفرضية التي تنص على وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات استجابات أفراد العينة (بمدى تبني ممارسو العلاقات العامة في المؤسسات الحكومية لتطبيقات الذكاء الاصطناعي) تعزى لمتغير سنوات الخبرة.
6. قبول الفرضية التي تنص على وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات الدرجة الكلية (بمدى تبني ممارسو العلاقات العامة في المؤسسات الحكومية لتطبيقات الذكاء الاصطناعي) تعزى لمتغير طبيعة الجهة الحكومية حيث تبين أن الفروق الإحصائية جاءت لصالح الجهات الحكومية (تعليمية)، (بلدية)، مقارنة بالجهة (الخدمية).
7. قبول الفرضية التي تنص على وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات الدرجة الكلية (بمدى تبني ممارسو العلاقات العامة في المؤسسات الحكومية لتطبيقات الذكاء الاصطناعي) تعزى لمتغير الدورات التدريبية في الذكاء الاصطناعي حيث تبين أن الفروق الإحصائية جاءت لصالح من يمتلكون (دورات تدريبية) مقارنة بمن لا يمتلكون (دورات تدريبية).

توصيات الدراسة:

1. تعزيز الاتجاهات الإيجابية لدى ممارسو العلاقات العامة نحو استخدام الذكاء الاصطناعي من خلال برامج توعوية تبين فوائده العملية في تحسين الأداء الوظيفي.
2. توفير برامج تدريبية متخصصة ومستدامة في تطبيقات الذكاء الاصطناعي داخل المؤسسات الحكومية.
3. تعزيز الدعم الإداري لتبني تقنيات الذكاء الاصطناعي عبر تشجيع القيادات على تبني التحول الرقمي وتسهيل تطبيقه.
4. تخصيص ميزانيات كافية لتوفير أدوات وتطبيقات الذكاء الاصطناعي والاشتراكات المرتبطة بها داخل بيئة العمل.
5. إتاحة الفرصة لتجربة الأدوات الرقمية الحديثة وتشجيع المبادرات والفردية لدى الممارسين.
6. مراعاة الفروق العمرية عند تصميم البرامج التدريبية وتوجيه البرامج بشكل أكبر للفئات الأقل تبيناً للتقنيات الحديثة.
7. الاستفادة من الممارسين الذين لديهم دورات تدريبية في مجال الذكاء الاصطناعي من خلال نقل خبراتهم لبقية العاملين داخل المؤسسة.
8. معالجة المعوقات التنظيمية والتقنية مثل مخاوف الاستخدام من خلال توفير منصات آمنة ومعتمدة وتوضيح سياسات الاستخدام داخل المؤسسات.

References

- [1] Rogers, E. M. (1983). Diffusion of Innovation (3rd ed) New York.
- [2] Venkatesh, V., Morris, M. G., Davis, G. B., & Davis, F. D. (2003). User acceptance of information technology: Toward a unified view. MIS Quarterly, 27(3), 425-478.
- [3] Venkatesh, V., Thong, J. Y. L., & Xu, X. (2012). Consumer acceptance and use of information technology: Extending the unified of acceptance and use of technology. MIS Quarterly, 36(1), 157-178.
- [4] Momani, A. M. (2020). The unified theory of acceptance and use of technology: A new approach in technology acceptance. International Journal of Sociotechnology and Knowledge Development, 12(3), 79-98.
- [5] Marikyan, D. & Papagiannidis, S. (2026) Unified Theory of Acceptance and Use of Technology: A review. In S. Papagiannidis (Ed), TheoryHub Book. Available at <https://open.ncl.ac.uk/> / ISBN: 9781739604400.
- [6] مركز سميت للدراسات (2024)، مستقبل "العلاقات العامة" و "الإعلان" و "الصحافة" في عصر الذكاء الاصطناعي. مركز سميت للدراسات
- [7] الخصاونة. إبراهيم، سليم. آية (2026) توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في المحطات الإعلامية الأردنية في ضوء النظرية الموحدة لقبول واستخدام تكنولوجيا المعلومات. مجلة دراسات: العلوم الإنسانية والاجتماعية، المجلد 53، العدد 3، 8527.
- [8] الورداني. ولاء (2025) استكشاف الدور المعدل لجهازية التكنولوجيا في العلاقة بين مقاومة الابتكار والتسويق الشفهي في تبني الدفع عبر الهواتف الذكية بين المسافرين. مجلة كلية السياحة والفنادق - جامعة مدينة السادات، المجلد 9، العدد (2\1)، ص 68 – 91.

- [9] نتو. ملاك، الفراني. لنا (2025) العوامل المؤثرة على قبول أعضاء هيئة لاستخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي القائم على التعلم التكييفي في ضوء النظرية الموحدة لقبول واستخدام التكنولوجيا (UTAUT). المجلة الدولية للتعليم الإلكتروني، المجلد 17، العدد 1، ص 193 – 226.
- [10] عثمان. السيد محمود (2025) استخدام طلاب الإعلام التربوي لتطبيقات الذكاء الاصطناعي في إنتاج مشاريع التخرج وعلاقته بتعزيز مهارات ريادة الأعمال الإعلامية الرقمية اللازمة للاندماج في سوق العمل: دراسة ميدانية في ضوء النظرية الموحدة لقبول واستخدام التكنولوجيا. المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، المجلد 24، العدد 4 ج 1، ص 181 – 262.
- [11] دراسة القحطاني. عبير (2024) العوامل المؤثرة على استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي التوليدي (GAI) في التعلم في ضوء النظرية الموحدة لقبول التكنولوجيا (UTAUT) من وجهة نظر طلبة جامعة الأمير سطام بن عبدالعزيز. المجلة العلمية لكلية التربية – جامعة أسيوط، المجلد 40، العدد 10، ص 77 – 130.
- [12] محمود. دينا، اللبان. شريف، الشهاوي. سماح (2026) رؤية الصحفيين المصريين لدور وأهمية تكنولوجيا الذكاء الاصطناعي في العمل الصحفي. المجلة العلمية لبحوث الصحافة، العدد 35، ج 1، ص 411 – 438.
- [13] قيع الله. عثمان، محمد. أزهرى (2025) أثر استخدام تطبيقات وبرمجيات الذكاء الاصطناعي على الأداء الوظيفي في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة: دراسة ميدانية بمحافظة عنيزة. مجلة تكنولوجيا العلوم الإنسانية والإدارية، المجلد 2، العدد 5، ص 271 – 301.
- [14] المسعودي. حاتم، النجار. سعيد (2025) بعنوان: استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي في إنتاج المحتوى بالصحف الإلكترونية السعودية. مجلة اتحاد الجامعات العربية لبحوث الإعلام وتكنولوجيا الاتصال، العدد 14، ص 63 – 86.
- [15] عبد القادر. شيرين (2025) تأثير أدوات الذكاء الاصطناعي على أداء المؤسسات الإعلامية ChatGPT نموذجًا. مجلة بحوث الإعلام وعلوم الاتصال، العدد 25، ص 274 – 317.
- [16] بامردوف. عمر، مجلد. أسامة (2025) بعنوان: أثر استخدام الذكاء الاصطناعي على الرضا الوظيفي: دراسة ميدانية على الموظفين الإداريين بجامعة الملك عبدالعزيز. المجلة العربية للإدارة، مجلد 45، العدد 6، ص 333 – 348.
- [17] فرجاني. علي محمد (2018)، العلاقات العامة واستراتيجيات الاتصال. الطبعة 1.
- [18] هيئة الحكومة الرقمية (2025)، الدليل الرقعي للجهات الحكومية. الدليل الرقعي للجهات الحكومية.
- [19] الهيئة السعودية للبيانات والذكاء الاصطناعي (2025)، إطار تبني الذكاء الاصطناعي. إطار تبني الذكاء الاصطناعي.
- [20] بن غالم. إيمان (2023)، الانعكاسات والتداعيات السلبية للذكاء الاصطناعي على الصحة النفسية: تقنية التزييف العميق مثالاً. المجلة العربية للطب النفسي، مجلد 34، العدد 2.
- [21] عبد الحميد. محمد محب (2024)، مدخل إلى العلاقات العامة. المركز الديمقراطي العربي.
- [22] الشمري. علي جبار (2011) الأساليب العلمية في ممارسة العلاقات العامة. دار العربي للنشر والتوزيع.
- [23] عبيدات. ذوقان وآخرون (1984) البحث العلمي: مفهومه، أدواته، وأساليبه. عمان: دار الفكر.
- [24] دليو. فضيل (2014) معايير الصدق والثبات في البحوث الكمية والكيفية. مجلة الآداب والعلوم الاجتماعية، المجلد (11)، العدد (19)، ص (82-91).