



مجلة جامعة الملك عبدالعزيز: الآداب والعلوم الإنسانية، م (٣٣)، ع (٦)، ص ص: ١ - ٥٦٧ (٢٠٢٥م)

ردم ٠٩٨٩ - ١٣١٩

رقم الإيداع ١٤/٠٢٩٤

مجلة جامعة الملك عبدالعزيز: الآداب والعلوم الإنسانية، م (٣٣)، ع (٦)، ص ص: ١ - ٥٦٧ (٢٠٢٥م)

ردم ٠٩٨٩ - ١٣١٩

رقم الإيداع ١٤/٠٢٩٤



مجلة جامعة الملك عبدالعزيز الآداب والعلوم الإنسانية

المجلد (٣٣) العدد (٦)

٢٠٢٥م

مركز النشر العلمي

جامعة الملك عبدالعزيز

ص ب: ٨٠٢٠٠ - جدة: ٢١٥٨٩

<http://spc.kau.edu.sa>

■ هيئة التحرير ■

رئيساً	أ. د. أحمد بن محمد صالح عذب aazab@kau.edu.sa
عضوًا	أ. د. عبدالرحمن بن رجا الله السلمي aralsulami@kau.edu.sa
عضوًا	أ. د. عبدالرحمن العمري aaalamri1@kau.edu.sa
عضوًا	أ. د. أرفت وزنه ralwazna@kau.edu.sa
عضوًا	أ. د. السيد خالد مطحنة Ekibrahim@kau.edu.sa
عضوًا	أ. د. عبد الرحمن القرني alqarni333@yahoo.com
عضوًا	أ. د. هناء أبو داود habudaoud@kau.edu.sa
عضوًا	أ. د. زيني الحازمي zzainy@gmail.com
عضوًا	أ. د. عواطف الشريف aalherth@kau.edu.sa

المحتويات

القسم العربي

الصفحة

- ١ • اتجاهات ممارسي العلاقات العامة نحو استخدام أدوات الذكاء الاصطناعي في إدارة الأزمات وأتمتة العمليات الاتصالية في البنوك السعودية.
إيمان أحمد مرسي
- ٤٦ • مراعاة مقاصد الشريعة الإسلامية في وثيقة المدينة المنورة: دراسة تحليلية تطبيقية.
خالد بن عيد بن عوض العتيبي
- ٧٦ • الاستثناءات النظامية للقطاع غير الربحي: دراسة مقارنة.
عبد العزيز بن محمد بن عبد الله الناصر
- ١٠٥ • الردُّ إلى الأصل عند تمام حَسَّان.
جمال رمضان حيمد حديجان
- ١٣١ • أثر التحديات الأسرية والاجتماعية والاقتصادية على تمكين المرأة السعودية في المجال الرياضي.
رفعه تركي إسماعيل مله
- ١٦٧ • تعريب الرياضات الإلكترونية واللغوي لدى طلاب السنة التحضيرية بجامعة الملك عبد العزيز.
ياسر بن عبد العزيز بن عوض السلمي
- ٢٠٤ • تفسير القرآن بالقرآن عند الإمام مجاهد بن جبر في تفسيره: دراسة مقارنة (سور البقرة وآل عمران والمائدة أنموذجاً).
أحمد بن عبد الله بن أحمد الحصيني
- ٢٣٢ • واقع المسؤولية الاجتماعية في المنظمات الرياضية بالمملكة العربية السعودية.
نايف بن محمد المقهوي - موفق بن عوض سلام
- ٢٥١ • المعلومات والبيانات في نشرة إصدار الأسهم في السوق الموازية: دراسة نظامية.
نايف بن إبراهيم المزيد
- ٢٧٩ • عوارض الأهلّة عند الأصوليين: دراسة أصوليّة تطبيقية على المرض
عبدالرحمن بن مستور بن سعيد المالكي

- ٣٠٥ • جريمة الاحتيال المالي في النظام السعودي والفقه الإسلامي: دراسة مقارنة
أنس محمد ظافر الشهري.....
- ٣٣٥ • بلاغة الصورة السردية في رواية دفاتر الوراق
فوزي علي صويلح.....
- ٣٦٦ • التشريع في الشريعة والقانون وسلطة ولي الأمر في التشريعات: دراسة تحليلية مقارنة بين الفقه والقانون
محمد بن مبارك بن سالم الشلوي.....
- ٣٩٣ • الأوجه النحويّة لكلمة (قليل) في القرآن الكريم
تركي بن صالح المعبد الحربي.....
- ٤١٩ • موقف النظام السعودي من فكرة الحق في النسيان الرقمي
هاجر بنت سليمان الحمّاد.....
- ٤٣٤ • التحديات اللغوية والثقافية في الترجمة من العربية إلى البنغالية: دراسة تحليلية على المترجمين في بنغلاديش
أنور بن سعد الجدعاني - أنور شهادات بن محمد مصطفى.....
- ٤٥٥ • الطائفة اليزيدية: عرض ونقد
محمد بن أحمد الجوير.....
- ٤٨٥ • السياحة الشتوية في إقليم تهامة عسير في منطقة عسير بالمملكة العربية السعودية
عبد الله بن معيض مصحوب آل كاسي القحطاني.....
- ٥١٦ • المنهج النبوي في تقدير الذات: دراسة تأصيلية موضوعية.
هناء عبد الله أبوداود - خديجة الراشدي.....
- ٥٤٩ • بناء مقياس الحساسية النفسية الانفعالية لدى العاملين في القطاع الصحي وفق نموذج سلم
التقدير
منى سعد فالح العمري.....

اتجاهات ممارسي العلاقات العامة نحو استخدام أدوات الذكاء الاصطناعي في إدارة الأزمات وأتمتة العمليات الاتصالية في البنوك السعودية

إيمان أحمد مرسي

الأستاذ المشارك، قسم العلاقات العامة، كلية الاتصال والإعلام

جامعة الملك عبد العزيز، جدة، المملكة العربية السعودية

Emorsi@kau.edu.sa

المستخلص: هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على اتجاهات ممارسي العلاقات العامة في البنوك السعودية نحو استخدام أدوات الذكاء الاصطناعي في إدارة الأزمات وأتمتة العمليات الاتصالية، من خلال قياس مستوى الوعي بها، وتحديد مجالات توظيفها، ورصد أبرز التحديات المرتبطة بها، إضافة إلى تقييم جاهزية البنوك لاعتمادها ضمن استراتيجياتها. اعتمدت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي باستخدام المسح بالعينة، حيث جُمعت البيانات عبر استبانة وُزعت على (٦٢) مبحوثًا من العاملين في أقسام العلاقات العامة في عدد من البنوك السعودية. أظهرت النتائج أن وعي الممارسين بتقنيات الذكاء الاصطناعي جاء في مستوى متوسط يتركز على المعرفة العامة ومتابعة الأخبار، بينما تراجع الإلمام العملي بالأدوات المتخصصة والمشاركة في التدريب. كما تبين أن الاستخدام ينحصر في صياغة البيانات الصحفية وتتبع السمعة الرقمية وخدمة العملاء عبر روبوتات المحادثة، في حين كان توظيف الأدوات التحليلية والتنبؤية محدودًا. وأكدت النتائج أن التحديات الرئيسية تتمثل في التخوفات الأخلاقية كالمصادقية والشفافية والمسؤولية. ومن احتمالية أن تنتج الأنظمة الذكية رسائل أو محتوى لا يتوافق مع سياسة البنك أو مع الأعراف الأخلاقية للمجتمع، وفقدان السيطرة على الرسائل المنتجة آليًا، ونقص الكفاءات التقنية. كما أظهرت أن الأزمات الأكثر شيوعًا التي تواجه البنوك السعودية هي أزمات الأمن السيبراني وفقدان ثقة العملاء ثم الأزمات المالية. خلصت الدراسة إلى أن جاهزية البنوك لتبني الذكاء الاصطناعي في إدارة الأزمات ما تزال متوسطة، وأن تعزيز هذه الجاهزية يتطلب تطوير أطر حوكمة واضحة، والاستثمار في التدريب، وتحقيق تكامل أكبر بين العلاقات العامة والإدارات التقنية، بما يسهم في رفع كفاءة الاستجابة للأزمات وتعزيز الثقة المؤسسية.

الكلمات المفتاحية: أدوات الذكاء الاصطناعي، إدارة الأزمات، أتمتة العمليات الاتصالية.

المقدمة

شهد القطاع المصرفي العالمي خلال العقدین الأخيرین تحولًا جذريًا بفعل التطورات الرقمية المتسارعة، ويأتي الذكاء الاصطناعي (AI) في مقدمة هذه التقنيات التي أعادت تشكيل طبيعة العمليات المصرفية والخدمات. فقد انتقلت البنوك من الاعتماد على الأنماط التقليدية إلى اعتماد أنظمة متقدمة قادرة على تحليل البيانات الضخمة، وتقديم حلول مخصصة للعملاء، والقيام بمهام تنبؤية تسهم في رفع الكفاءة التشغيلية وتعزيز تجربة العميل (IBM, 2025) (O'Brien, Finio, و Downie, ٢٠٢٥).

وتُظهر التجارب الدولية أن توظيف الذكاء الاصطناعي في الخدمات المالية لا يقتصر على خدمة العملاء أو الأتمتة فحسب، بل يشمل كذلك مجالات محورية مثل: كشف الاحتيال، وإدارة المخاطر، وتحليل الأسواق، وتقديم المشورة الاستثمارية الذكية. إذ تشير الدراسات إلى أن هذه التطبيقات ساهمت في تحسين سرعة اتخاذ القرار، وتقليل الأخطاء البشرية، وتعزيز ثقة العملاء بالخدمات المصرفية الرقمية. (الجزيرة ، ٢٠٢٣)

من الناحية البحثية، برز اهتمام متزايد في الأدبيات الأكاديمية بدراسة أثر الذكاء الاصطناعي على العمل المصرفي. فقد خلصت أبحاث منشورة في الدوريات العلمية إلى أن اعتماد الذكاء الاصطناعي يسهم في تعزيز الابتكار المؤسسي، ويؤدي إلى تحسين جودة الخدمات ورفع القدرة التنافسية للبنوك في بيئة مالية تتسم بالتغير السريع. (MKTC Journal, 2024) وفي السياق ذاته، أوضحت دراسة ميدانية تطبيقية أجريت على البنوك في مصر أن توظيف أدوات الذكاء الاصطناعي أسهم في تحسين مستوى رضا العملاء، وقلل التكاليف التشغيلية، ما يعكس أهمية هذه التطبيقات في البيئات المصرفية محدودة الموارد (ناشد، ٢٠٢٢)

أما في المملكة العربية السعودية، فيأتي الاهتمام بالذكاء الاصطناعي ضمن إطار أوسع للتحول الرقمي الذي تمثله رؤية ٢٠٣٠، حيث تبنت البنوك السعودية استراتيجيات متقدمة لدمج تقنيات الذكاء الاصطناعي في أنظمتها لتحسين جودة الخدمات، وتعزيز الشمول المالي، ومواكبة التنافسية العالمية. غير أن هذا التوجه يثير تساؤلات حول جاهزية الكوادر البشرية، واستعداد العملاء لتقبل هذه التقنيات، والتحديات التنظيمية والأمنية المرتبطة بها. ومن هنا تتبع أهمية الدراسة الحالية، التي تسعى إلى اكتشاف اتجاهات العاملين في البنوك السعودية نحو استخدام أدوات الذكاء الاصطناعي في إدارة الأزمات وأتمتة العمليات الاتصالية، باعتبارها قضية بحثية معاصرة تلامس الواقع العملي والتوجهات المستقبلية للقطاع المالي.

أهمية الدراسة

تكتسب هذه الدراسة أهميتها من تناولها لموضوع حديث وحيوي يتمثل في توظيف أدوات الذكاء الاصطناعي في إدارة الأزمات وأتمتة العمليات الاتصالية في البنوك السعودية، وهو مجال لم يحظَ بعد بالاهتمام الكافي في أدبيات العلاقات العامة، خاصة في السياق العربي والخليجي. ومع تسارع التحولات الرقمية، أصبح من

الضروري دراسة كيفية استجابة ممارسي العلاقات العامة لهذه المستجدات التقنية، ومدى قدرتهم على الاستفادة منها في تطوير استراتيجياتهم الاتصالية وتعزيز كفاءتهم في التعامل مع الأزمات. وتشير دراسات سابقة مثل دراسة (McGee, 2024) حول إدارة أخطار الذكاء الاصطناعي في المؤسسات المالية، ودراسة (Finlay, 2022) عن التحديات المرتبطة بالاعتماد على الأنظمة الذكية، إلى وجود فجوة واضحة بين سرعة انتشار تقنيات الذكاء الاصطناعي وبين جاهزية المؤسسات للتعامل مع تداعياتها. كما أن دراسة Kumar وزملاؤه (٢٠٢١) حول استخدام الذكاء الاصطناعي في البنوك أبرزت أهميته في تحسين الاتصال المؤسسي، وتخصيص الخدمات، وبناء الثقة مع العملاء.

أولاً: الأهمية النظرية/ العلمية

تتمثل الأهمية النظرية في أن هذه الدراسة تسعى إلى سد فجوة معرفية في أدبيات العلاقات العامة، من خلال ربط تقنيات الذكاء الاصطناعي بمجال إدارة الأزمات في البنوك السعودية. فهي تقدم إضافة جديدة إلى الحقل الأكاديمي عبر إثراء النقاش العلمي حول كيفية توظيف أدوات الذكاء الاصطناعي في الاتصال المؤسسي، وهو موضوع لا يزال محدود التداول في البحوث العربية والخليجية مقارنة بالبحوث الغربية. كما أنها تعزز من الإطار النظري المتعلق بعلاقة التكنولوجيا الحديثة بالممارسات الاتصالية، مما يتيح قاعدة معرفية يمكن البناء عليها في أبحاث لاحقة.

ثانياً: الأهمية التطبيقية/ العملية

تكمن الأهمية التطبيقية لهذه الدراسة في تقديم حلول عملية تساعد إدارات العلاقات العامة في البنوك السعودية على توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي بفاعلية أكبر عند إدارة الأزمات. إذ يمكن أن تساهم نتائجها في تحسين استراتيجيات الاتصال المؤسسي عبر أدوات مثل تحليل البيانات الضخمة، والتنبؤ بالمخاطر، وإدارة السمعة الرقمية، إضافة إلى تعزيز سرعة الاستجابة في المواقف الحرجة. كما أن الدراسة تقدم توصيات عملية للبنوك حول كيفية دمج هذه الأدوات مع الخبرة البشرية لتقليل المخاطر وتحقيق توازن بين التقنية والاعتبارات الأخلاقية والتنظيمية. وبذلك، فإن مخرجات البحث يمكن أن تساعد صناع القرار والممارسين على بناء استراتيجيات اتصال أكثر كفاءة واستدامة، بما يعزز ثقة العملاء ويدعم قدرة البنوك على المنافسة في بيئة مالية متسارعة التغير.

مشكلة الدراسة

تواجه إدارات العلاقات العامة في البنوك السعودية تحديات متزايدة في ظل بيئة عمل سريعة التغير، فمع التطور المتسارع لتقنيات الذكاء الاصطناعي، برزت فرص جديدة لتوظيف أدوات الذكاء الاصطناعي في

اتجاهات ممارسي العلاقات العامة نحو استخدام أدوات الذكاء الاصطناعي في إدارة الأزمات وأتمتة العمليات الاتصالية في البنوك السعودية

تحسين الاتصال المؤسسي، وأتمتة العمليات الاتصالية، ودعم اتخاذ القرارات أثناء الأزمات، Alkahtani, (2025؛ الشعبي، ٢٠٢٣).

ورغم ما يمكن أن تقدمه تقنيات الذكاء الاصطناعي من حلول مبتكرة في مجالات مثل التنبؤ بالمخاطر، والتفاعل مع الجمهور عبر القنوات الذكية، إلا أن واقع توظيفها داخل إدارات العلاقات العامة في البنوك السعودية لا يزال يثير عددًا من التساؤلات (صابر، ٢٠٢٢؛ أبو عبا، ٢٠٢٣). وتشمل هذه التساؤلات مدى وعي الممارسين بأهمية هذه الأدوات، والجاهزية الفعلية للبنوك في تبنيها، إلى جانب التحديات التي قد تواجه استخدامها في مواقف حرجة تتعلق بالثقة والشفافية وسرعة الاستجابة (Albert, 2025؛ الحجرف ونايف، ٢٠٢٤)

كما أن طبيعة الأزمات التي تتعرض لها البنوك — مثل الأزمات المالية، أو الهجمات الإلكترونية، أو الحملات الإعلامية السلبية — تفرض الحاجة إلى فهم أعمق لدور أدوات الذكاء الاصطناعي في إدارة هذه المواقف، وتحديد ما إذا كان يمكن الاعتماد عليها بشكل مستقل أو ضرورة تكاملها مع خبرة الممارسين البشريين (السقاط والسقاف، ٢٠٢٥؛ McGee, 2024).

وبناءً على ذلك، تتمثل مشكلة الدراسة في معرفة اتجاهات ممارسي العلاقات العامة في البنوك السعودية نحو استخدام أدوات الذكاء الاصطناعي في إدارة الأزمات وأتمتة العمليات الاتصالية.

الهدف الرئيس للدراسة

التعرف على اتجاهات ممارسي العلاقات العامة في البنوك السعودية نحو استخدام أدوات الذكاء الاصطناعي في إدارة الأزمات وأتمتة العمليات الاتصالية، والكشف عن مستوى الوعي بها، ومجالات توظيفها، والتحديات المرتبطة بها، إلى جانب تقييم مدى جاهزية البنوك لاعتمادها ضمن استراتيجياتها الاتصالية.

الأهداف الفرعية

١. قياس مستوى وعي ممارسي العلاقات العامة في البنوك السعودية بتقنيات الذكاء الاصطناعي.
٢. تحديد مجالات استخدام أدوات الذكاء الاصطناعي في ممارسات العلاقات العامة بالبنوك السعودية.
٣. رصد أبرز التحديات التي تواجه الممارسين عند استخدام هذه الأدوات.
٤. التعرف على طبيعة الأزمات التي تواجه قطاع البنوك السعودية وكيفية الاستعداد لإدارتها عبر أدوات الذكاء الاصطناعي.
٥. تقييم دور الذكاء الاصطناعي في مواجهة الحملات الرقمية السلبية وإدارة الأزمات الإعلامية.

٦. قياس مستوى جاهزية البنوك السعودية لتبني الذكاء الاصطناعي في إدارة الأزمات وأتمتة العمليات الاتصالية.

٧. التعرف على تفضيلات الممارسين بين الأتمتة الكاملة والتدخل البشري في العمليات الاتصالية داخل البنوك.

٨. تحديد المجالات التي أسهمت الأتمتة باستخدام الذكاء الاصطناعي في تحسين أداء البنوك.

٩. استكشاف الدور المناسب للذكاء الاصطناعي عند التعامل مع طلبات العملاء للخدمات الحساسة مثل القروض.

١٠. اختبار ما إذا كانت هناك فروق ذات دلالة إحصائية في (الوعي - الاستخدام - التحديات) تعزى للخصائص الشخصية والمهنية للمبحوثين (الجنس، العمر، المؤهل العلمي، سنوات الخبرة).

تساؤلات الدراسة الرئيسية والفرعية

١. ما مستوى وعي ممارسي العلاقات العامة في البنوك السعودية بتقنيات الذكاء الاصطناعي؟

٢. ما مجالات استخدام أدوات الذكاء الاصطناعي في ممارسات العلاقات العامة بالبنوك السعودية؟

٣. ما أبرز التحديات التي تواجه ممارسي العلاقات العامة في البنوك السعودية عند استخدام أدوات الذكاء الاصطناعي؟

٤. ما طبيعة الأزمات التي تواجه قطاع البنوك في السعودية، وكيف يتم الاستعداد لإدارتها عبر أدوات الذكاء الاصطناعي؟

٥. إلى أي مدى تساهم أدوات الذكاء الاصطناعي في مواجهة الحملات الرقمية السلبية وإدارة الأزمات الإعلامية التي تواجه البنوك؟

٦. ما مستوى جاهزية البنوك السعودية لاعتماد الذكاء الاصطناعي في إدارة الأزمات والأتمتة الكاملة للعمليات الاتصالية؟

٧. ما تفضيلات المبحوثين بين الأتمتة الكاملة والتدخل البشري في العمليات الاتصالية داخل البنوك؟

٨. ما المجالات التي أسهمت الأتمتة باستخدام الذكاء الاصطناعي في تحسين أداء البنوك فيها؟

٩. ما الدور المناسب للذكاء الاصطناعي عند طلب العملاء لخدمات حساسة مثل القروض؟

١٠. هل توجد فروق ذات دلالة إحصائية في (الوعي - الاستخدام - التحديات) تعزى للخصائص الشخصية والمهنية للمبحوثين (الجنس، العمر، المؤهل العلمي، سنوات الخبرة)؟

مفاهيم ومصطلحات الدراسة

١ - الذكاء الاصطناعي (Artificial Intelligence - AI)

المفهوم النظري: الذكاء الاصطناعي هو قدرة الأنظمة التقنية على محاكاة السلوك البشري في التفكير، والتحليل، والتعلم، واتخاذ القرار، من خلال خوارزميات تعتمد على البيانات الضخمة والتعلم الآلي (Russell & Norvig, 2021)

المفهوم الإجرائي: في هذه الدراسة، يُقصد بالذكاء الاصطناعي توظيف أدوات مثل Chatbots، وأنظمة التنبؤ بالمخاطر، وتحليل البيانات الضخمة، وأتمتة العمليات الاتصالية، لدعم عمل إدارات العلاقات العامة في البنوك السعودية، خصوصًا في أوقات الأزمات.

٢ - أتمتة العمليات الاتصالية (Communication Automation)

المفهوم النظري: يقصد بها استخدام البرمجيات والتقنيات الذكية لتنفيذ الأنشطة الاتصالية بشكل تلقائي دون تدخل بشري مباشر، مثل الردود الآلية عبر البريد الإلكتروني أو المحادثات النصية، وتحليل تفاعل العملاء في الوقت الفعلي (Choudhury & Harrigan, 2014).

المفهوم الإجرائي: في هذه الدراسة، تعني أتمتة العمليات الاتصالية الاستخدام الفعلي للأدوات الذكية داخل إدارات العلاقات العامة في البنوك السعودية بهدف تسريع الاستجابات، وتخصيص الرسائل الاتصالية، وتحسين إدارة الأزمات عبر قنوات اتصال مؤتمتة وذكية.

٣ - التحديات الأخلاقية (Ethical Challenges in IA)

المفهوم النظري: هي المشكلات أو الإشكالات التي تتعلق بالتمييز بين ما هو صواب وما هو خطأ عند اتخاذ القرارات أو ممارسة الأعمال، خصوصًا في المجالات التي تتداخل فيها التقنية أو المصلحة المؤسسية مع القيم والمبادئ الإنسانية (Khan & Akbar 2021).

المفهوم الإجرائي: في هذه الدراسة، تشير التحديات الأخلاقية إلى القضايا التي تمس الشفافية مثل وضوح مصدر المحتوى أو آلية اتخاذ القرارات الذكية. والمصادقية كاحتمال نشر معلومات أو رسائل غير دقيقة تنتجها الأنظمة الآلية. كذلك الخصوصية في حماية بيانات العملاء من الاستخدام غير المصرح به. والمسؤولية في من يتحمل الخطأ إذا اتخذ الذكاء الاصطناعي قرارًا خاطئًا أو مسيئًا؟ والعدالة وعدم التحيز بمعنى تجنب أن تظهر الأنظمة الذكية تحيزًا ضد فئة أو جنس أو منطقة معينة.

الدراسات السابقة

دراسة (Alkahtani, 2025) هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على مدى استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في ممارسات العلاقات العامة في المملكة العربية السعودية. أجريت الدراسة على جميع ممارسي العلاقات العامة، بما في ذلك الخبراء في المؤسسات السعودية، مستخدمةً المنهج الكمي. وتم توزيع استبانة على (٥٣) ممارسًا، حيث بلغت العينة (٥٣) مستجيبيًا. وكان من أبرز النتائج: أن تطبيق الذكاء الاصطناعي في العلاقات العامة داخل المؤسسات السعودية يختلف من مؤسسة إلى أخرى؛ إذ يُستخدم بشكل أكبر في إنتاج المحتوى وتحليل البيانات، بينما يظل توظيفه محدودًا في بعض المؤسسات. كما تبين أن غالبية الممارسين لا ينظرون إلى الذكاء الاصطناعي باعتباره بديلًا للتدخل البشري، وإنما كأداة داعمة تسهم في تعزيز الكفاءة وتحسين الأداء.

دراسة (Albert, 2025) تهدف هذه الدراسة إلى استعراض دور تقنيات الذكاء الاصطناعي (AI) في تطوير قطاع التكنولوجيا المالية (FinTech) من خلال توظيفها في تبسيط وتحويل وأتمتة العمليات والخدمات المالية للأفراد والمؤسسات. اعتمدت الدراسة المنهج التحليلي في مناقشة تطبيقات الذكاء الاصطناعي في قطاعات البنوك مع التطرق إلى تخصصات فرعية مثل التنظيم الرقابي (RegTech) والإشراف الرقابي (SupTech) والتأمين الذكي (InsurTech). خلصت النتائج إلى أن الذكاء الاصطناعي يمثل أداة ثورية في تعزيز الكفاءة والدقة والشفافية في العمليات المالية، حيث يساهم في تحسين تجربة العملاء، رفع مستوى الأمان، وتقديم خدمات مالية مبتكرة وأكثر تخصيصًا، إلا أن نجاح دمجها يتطلب التغلب على التحديات المرتبطة بالبنية التحتية، الأمن السيبراني، والحوكمة الأخلاقية.

دراسة (السقاط والسقاف، ٢٠٢٥) تهدف هذه الدراسة إلى تحليل مدى تبني البنوك للذكاء الاصطناعي في إدارة المخاطر، تم ذلك من خلال دراسة استطلاعية شملت عينة عشوائية من موظفي البنوك في مدينة جدة بعدد (٣٥٠) استبانة. وجمع البيانات وتحليلها من المصادر الثانوية (الكتب، والدراسات والرسائل العلمية، والبحوث الأكاديمية، ودراسات الحالة التطبيقية) كمصادر داعمة. بينت النتائج أن الاعتماد على الذكاء الاصطناعي في إدارة المخاطر يساهم بدرجة أساسية في إدارة المخاطر في البنوك السعودية، كما أظهرت النتائج أن الذكاء الاصطناعي يعزز من كفاءة اتخاذ القرار، ويساعد على التنبؤ بالمخاطر المستقبلية، ويقلل من المخاطر التشغيلية. ومع ذلك، لا تزال هناك تحديات تتعلق بالتكلفة، والتدريب، وحماية البيانات، مما يستدعي تطوير إستراتيجيات متكاملة لضمان تطبيق الذكاء الاصطناعي بشكل فعال ومستدام في القطاع المصرفي السعودي.

تناولت دراسة (الحجرف و نايف، ٢٠٢٤) بعنوان "دور الذكاء الاصطناعي في تعزيز الأمن السيبراني: رؤى نظرية" تطبيقات الذكاء الاصطناعي في مجال الأمن السيبراني. اعتمد الباحث على منهج المراجعة النظرية،

اتجاهات ممارسي العلاقات العامة نحو استخدام أدوات الذكاء الاصطناعي في إدارة الأزمات وأتمتة العمليات الاتصالية في البنوك السعودية

وأشارت النتائج إلى أن تقنيات الذكاء الاصطناعي تُسهم في تعزيز الأمن السيبراني بشكل ملحوظ، من خلال تحسين قدرات رصد الهجمات والتعامل معها بكفاءة أعلى. كما أوضحت الدراسة الحاجة الملحة إلى تدريب وتأهيل الموارد البشرية على استخدام هذه التقنيات، بالإضافة إلى ضرورة تطوير إطار قانوني وأخلاقي يضمن الاستخدام المسؤول للتكنولوجيا داخل المؤسسات والمنظمات.

أجرى (المطيري، الحلافي، و العباس، ٢٠٢٥) دراسة بعنوان "استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي المتقدم لتحسين الأداء المؤسسي بقطاعات الأعمال بمدينة الرياض". هدفت الدراسة إلى تحليل تأثير تطبيقات الذكاء الاصطناعي المتقدم في تعزيز الكفاءة المؤسسية بجمعيات الأعمال بمدينة الرياض، اعتمدت الدراسة على منهج وصفي تحليلي، وقد أظهرت النتائج أن تقنيات الذكاء الاصطناعي ساعدت بشكل كبير في تحسين الكفاءة التشغيلية من خلال تقليل الوقت والأخطاء، رفع دقة المخرجات، وتحسين توزيع الموارد البشرية. كما بينت النتائج أن فاعلية الذكاء الاصطناعي مشروطة بوجود خطة استراتيجية واضحة، بنية تحتية تقنية متينة، وثقافة مؤسسية داعمة، مع ضرورة تدريب الكوادر البشرية على الاستخدام الأمثل لهذه التقنيات.

أجرت (كحلة و أشرف، ٢٠٢٤) دراسة بعنوان "أثر استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي المالي في البنوك التجارية كمدخل لتفعيل الشمول المالي الرقمي: دراسة ميدانية"، هدفت إلى التعرف على أثر الذكاء الاصطناعي المالي في البنوك التجارية ودوره في تفعيل الشمول المالي الرقمي. أوضحت النتائج وجود تأثير إيجابي ودال إحصائيًا لاستخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي المالي على تفعيل الشمول المالي، و أن تعزيز تطبيقات الذكاء الاصطناعي يسهم في تحسين جودة الخدمات المالية، توسيع قاعدة العملاء، وتسهيل الوصول إلى الخدمات المصرفية. وأوصت الدراسة بضرورة التوسع في تطبيق تقنيات الذكاء الاصطناعي داخل البنوك التجارية من خلال توفير التشريعات المناسبة، وتبني السياسات التي تدعم الاستخدام الآمن والمسؤول لهذه التطبيقات.

دراسة (McGee, 2024) راسة استكشافية تناولت إدارة المخاطر الناشئة عن تطبيقات الذكاء الاصطناعي في المؤسسات المالية البريطانية، اعتمدت الدراسة على مقابلات معمقة مع تسعة ممارسين من مؤسسات مختلفة في القطاع المالي البريطاني، بهدف استكشاف مستويات جاهزية المؤسسات للتعامل مع هذه المخاطر، ورصد أوجه التقارب والاختلاف في ممارسات إدارة المخاطر. وأظهرت النتائج أن هناك تفاوتاً في مدى نضج أطر إدارة المخاطر وتبنيها على المستويين الإجرائي والتنظيمي.

دراسة (Kanaparthi, 2024) تناولت هذه الدراسة قضية الثقة في التمويل الرقمي عبر توظيف تقنيات التخصيص القائم على الذكاء الاصطناعي (AI-based Personalization)، وقد ركزت الدراسة على كيفية

مساهمة الذكاء الاصطناعي في تعزيز إدارة مخاطر الائتمان، والامتثال، والقدرات المتعلقة بالكشف عن الاحتيال، من خلال دمج أدوات مثل المساعدات الذكية (Chatbots) وأنظمة التعرف على الوجه. اعتمدت الدراسة منهجية المراجعة المنهجية للأدبيات (SLR) باستخدام نموذج PRISMA، وأسفرت النتائج عن وجود خمس فجوات رئيسية في الأبحاث، من أبرزها فجوة تتعلق بالكشف عن مخاطر الائتمان لتعزيز التخصيص والثقة. وبناءً على ذلك، طوّر الباحث نموذجاً للتنبؤ بمخاطر الائتمان باستخدام أربعة مصنفات من تقنيات التعلم الآلي (SVM) Forest Random، Decision Tree، Logistic Regression.

وأظهرت النتائج أن نموذج Random Forest حقق أداءً متفوقاً بدقة بلغت حوالي (٨٩%)، وتؤكد الدراسة أن هذا النموذج يعد الأكثر ملاءمة لتصميم استراتيجيات مخصصة للتخفيف من مخاطر الائتمان، مما يعزز الثقة بين المؤسسات المالية وعملائها.

أجرت (طبيبي و موالهي، ٢٠٢٣) دراسة بعنوان "أثر الذكاء الاصطناعي على أداء البنوك التجارية: دراسة حالة البنوك التجارية لولايتي البيض وتيارت"، هدفت إلى التعرف على دور تطبيقات الذكاء الاصطناعي وتأثيرها في القطاع البنكي. اعتمدت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي واستخدمت استبياناً وزّع على عينة مكونة من ١٢٠ موظفاً ببعض البنوك التجارية، حيث تم تحليل البيانات باستخدام برنامجي SPSS V23 و AMOS V23. خلصت النتائج إلى أن لتقنيات الذكاء الاصطناعي أثراً إيجابياً واضحاً على الأداء العام للبنوك، خاصة فيما يتعلق بسرعة إنجاز المعاملات البنكية، رفع مستوى الدقة، تحسين الكفاءة التشغيلية، وتقليل التكاليف. كما أثبتت النتائج وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين استخدام الذكاء الاصطناعي وتحسين مؤشرات الأداء المالي والإداري.

أجرت (دياب، ٢٠٢٢) دراسة بعنوان "دور الذكاء الاصطناعي في تحسين أداء الخدمات المصرفية"، وهدفت إلى تحليل دور الذكاء الاصطناعي في تطوير الخدمات المصرفية وتحسين جودتها توصلت الدراسة إلى أن إدخال برامج الذكاء الاصطناعي في البنوك ساهم في تعزيز جودة الخدمة المصرفية وأن استخدام الذكاء الاصطناعي مكّن البنوك من التوسع في قنوات الاتصال بالعملاء وتحقيق التنوع في الخدمات، بما يساهم في تعزيز الشمول المالي وزيادة القدرة التنافسية للمؤسسات المصرفية.

دراسة (صابر، ٢٠٢٢) والتي تناولت اتجاهات ممارسي العلاقات العامة نحو توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في البنوك المصرية، من خلال منهج وصفي تحليلي اعتمد على المسح الكمي والكيفي لعينة مكونة من ٥٠ مبحوثاً من خمسة بنوك كبرى. أظهرت النتائج وجود فروق بين مستويات الذكاء الاصطناعي المستخدمة، وأبرزت الدراسة أن أهم التحديات تتمثل في ضعف البنية التحتية وغياب الأطر القانونية والمخاطر

اتجاهات ممارسي العلاقات العامة نحو استخدام أدوات الذكاء الاصطناعي في إدارة الأزمات وأتمتة العمليات الاتصالية في البنوك السعودية

التنظيمية. وأوصت بضرورة التدريب المستمر وتطوير بيئة العمل بما يعزز من تكامل الذكاء الاصطناعي مع العنصر البشري في البنوك المصرية.

دراسة (الشعبي، ٢٠٢٣) والتي هدفت إلى التعرف على اتجاهات ممارسي العلاقات العامة نحو توظيف أدوات الذكاء الاصطناعي في عملهم، اعتمدت الدراسة منهج المسح على عينة من ١٠٠ ممارس للعلاقات العامة في الشركات السعودية باستخدام الاستبانة كأداة رئيسية. أظهرت النتائج أن الممارسين يمتلكون معرفة جيدة بأدوات الذكاء الاصطناعي، وأن هناك علاقة دالة بين الفائدة المتوقعة من استخدام هذه الأدوات وبين درجة نجاح تطبيقها. وبرزت صعوبة التحكم في التطبيقات البرمجية المتقدمة كأهم التحديات التي تواجه الممارسين.

دراسة (أبو عبا، ٢٠٢٣) هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على اتجاهات ممارسي العلاقات العامة نحو توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في شركة الاتصالات السعودية، اعتمدت الدراسة منهج المسح الإعلامي مطبقة استبانة على عينة مكونة من ٣٨ ممارسًا للعلاقات العامة، بينت النتائج أن اتجاهات الممارسين نحو الذكاء الاصطناعي جاءت بدرجة مرتفعة عمومًا، كما كشفت النتائج عن وعي متزايد لدى الممارسين بأهمية الذكاء الاصطناعي في تطوير العمل الاتصالي، مع إقرارهم بوجود صعوبات تقنية وإدارية تحد من الاستفادة المثلى من إمكاناته.

أجرت (الجبار، ٢٠٢٠) دراسة بعنوان "أثر الذكاء الاصطناعي على كفاءة الأنظمة المحاسبية في البنوك الأردنية"، هدفت إلى التعرف على أثر أبعاد الذكاء الاصطناعي واعتمدت الدراسة المنهج الوصفي الاستدلالي، وطبقت على عينة من موظفي البنوك الأردنية بلغ عددها (١٥٠) استبانة، استُرجع منها (١٣٣) صالحة للتحليل. أظهرت النتائج وجود أثر دال إحصائيًا للذكاء الاصطناعي على كفاءة الأنظمة المحاسبية في البنوك الأردنية، وأكدت على دور النظم الخبيرة في تحسين دقة المعلومات المحاسبية، بينما يساهم التعلم التلقائي في اكتساب المعرفة من قواعد البيانات المخزنة بما يعزز من قدرات الإدارة العليا في اتخاذ القرارات. وأوصت الدراسة بضرورة الاستثمار في تطبيقات الذكاء الاصطناعي لدعم الأنظمة المحاسبية ورفع كفاءتها.

التعليق على الدراسات السابقة في ضوء الدراسة الحالية

تظهر الدراسات السابقة حول توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في المجالات المرتبطة في البنوك تنوعًا كبيرًا على مستوى المنهجية والمجال الجغرافي والأهداف البحثية، وهو ما يعكس اهتمامًا متزايدًا بدراسة أثر هذه التقنيات في مختلف القطاعات. فقد اعتمدت بعض الدراسات على المنهج الكمي القائم على الاستبانات وتحليل البيانات الإحصائية بهدف قياس الأثر المباشر للذكاء الاصطناعي على الأداء، كما في دراسة (السقاط

والسِّقَاف (٢٠٢٥) التي تناولت إدارة المخاطر المصرفية في السعودية، ودراسة كحلة وأشرف (٢٠٢٤) التي ركزت على الشمول المالي الرقمي في البنوك المصرية، ودراسة الجبار (٢٠٢٠) التي بحثت في كفاءة الأنظمة المحاسبية في البنوك الأردنية. في المقابل، اعتمدت دراسات أخرى على المنهج الوصفي التحليلي لمناقشة تطبيقات الذكاء الاصطناعي وأثرها على الأداء المؤسسي، مثل دراسة طيبي وموالي (٢٠٢٣) في الجزائر ودراسة دياب (٢٠٢٢) في مصر، في حين انصبت دراسات نظرية أخرى على مراجعة الأدبيات وتحليل التحديات الأخلاقية والتنظيمية للذكاء الاصطناعي كما هو الحال في دراسة الحجرف ونايف (٢٠٢٤) حول الأمن السيبراني، ودراسة (McGee (2024) في بريطانيا التي ناقشت المخاطر التنظيمية المرتبطة بالذكاء الاصطناعي، ودراسة (Albert (2025) التي تناولت قطاع التكنولوجيا المالية وتحدياته. وتبين من خلال مراجعة هذه الدراسات أن الأهداف البحثية تنوعت ما بين تحسين الأداء المؤسسي والإداري كما في دراسات المطيري وآخرين (٢٠٢٥) ودياب (٢٠٢٢) وطيبي وموالي (٢٠٢٣)، وتعزيز الأمن السيبراني وإدارة المخاطر كما في أبحاث الحجرف ونايف (٢٠٢٤) والسِّقَاف والسِّقَاف (٢٠٢٥) و (McGee (2024)، إلى جانب تفعيل الشمول المالي الرقمي كما في دراسة كحلة وأشرف (٢٠٢٤)، فضلاً عن التركيز على اتجاهات الممارسين في العلاقات العامة واستخدامهم لأدوات الذكاء الاصطناعي كما في أبحاث (Alkahtani (2025) وصابر (٢٠٢٢) والشعبي (٢٠٢٣) وأبو عباة (٢٠٢٣). كما ركزت بعض الدراسات على البعد الأخلاقي والتنظيمي مثل دراسة (Albert (2025) و (Kanaparthi (2024) التي ناقشت قضايا الشفافية والتحيز وجودة البيانات.

وبالنظر إلى هذه الجهود البحثية، يتضح أن معظم الدراسات انحصرت في القطاع المالي والمصرفي الذي استحوذ على اهتمام واسع، بينما ظل مجال العلاقات العامة والاتصال المؤسسي أقل تناولاً في الأدبيات، خصوصاً في السياق السعودي. كما أن المنهجيات المعتمدة كانت إما كمية أو وصفية في معظمها دون دمج كافٍ بين الطابع الكمي والكيفي الذي قد يمنح فهماً أكثر عمقاً لتأثير الذكاء الاصطناعي. ومن جانب آخر، برزت الدراسات المالية في تناولها للتحديات الأخلاقية والتنظيمية بوضوح، بينما لم يُغطَّ هذا الجانب بالقدر الكافي في مجال العلاقات العامة. ومن هنا تظهر الفجوة البحثية التي تسعى الدراسة الحالية إلى معالجتها من خلال التركيز على اتجاهات ممارسي العلاقات العامة في البنوك السعودية نحو استخدام أدوات الذكاء الاصطناعي في مجالين أساسيين هما: إدارة الأزمات وأتمتة العمليات الاتصالية. وبذلك، فإنها تقدم منظوراً مختلفاً يجمع بين البعد الاتصالي المهني والبعد التقني في بيئة مصرفية سعودية لم تُتناول بالبحث بشكل كافٍ، الأمر الذي يُتوقع أن يُسهم في تطوير الأدبيات العربية والعالمية ذات الصلة ويمنح نتائج قابلة للتطبيق في الممارسة العملية.

الإطار النظري للدراسة:

نظرية استبدال الوظائف بالذكاء الاصطناعي

تُعد نظرية استبدال الوظائف بالذكاء الاصطناعي (Job Replacement Theory) التي طورها هوانغ ورسست عام ٢٠١٨م من الأطر النظرية الحديثة التي تفسر تأثيرات الذكاء الاصطناعي على بيئة العمل، إذ تنطلق من فرضية أن التقدم في تقنيات الذكاء الاصطناعي سيؤدي تدريجياً إلى استبدال العديد من الوظائف البشرية، سواء بشكل كامل أو جزئي، وفقاً لطبيعة المهام ومستويات التعقيد فيها. وتنقسم النظرية الذكاء الاصطناعي إلى أربعة مستويات: الذكاء الميكانيكي الذي يقوم بالمهام الروتينية المتكررة، والذكاء التحليلي الذي يعتمد على معالجة البيانات الضخمة وصنع القرارات المبنية على التحليل، والذكاء الحسي المرتبط بقدرة النظم على التعرف على الصور والأصوات والأنماط، وأخيراً الذكاء العاطفي الذي يقترب من محاكاة التفاعل الإنساني وفهم المشاعر والعواطف.

وعند توظيف هذه النظرية في مجال العلاقات العامة، خصوصاً في البنوك السعودية، نجد أنها تتيح إطاراً مناسباً لفهم التحولات الاتصالية والإدارية الناجمة عن إدماج الذكاء الاصطناعي. ففي جانب إدارة الأزمات، يمكن للذكاء الاصطناعي أن يساهم في رصد المؤشرات المبكرة للأزمات، وتحليل البيانات المتدفقة من البيئة الرقمية، وتقديم حلول سريعة تدعم الاستجابة الفعالة. وفي جانب أتمتة العمليات الاتصالية، يظهر دوره في المحادثات الآلية مع العملاء، وصياغة المحتوى الاتصالي، ومتابعة السمعة الرقمية، وهي جميعها مهام تتقاطع مع المستويات الأولى من الذكاء الاصطناعي (الميكانيكي والتحليلي). ومع ذلك، يبقى المجال مفتوحاً أمام الممارسين البشريين في المهام التي تتطلب تفاعلاً حسيًا وعاطفيًا يعزز من بناء الثقة ويضفي طابعاً إنسانياً على الاتصال المؤسسي.

وبذلك، فإن اعتماد هذه النظرية في الدراسة الحالية يتيح فهماً أعمق لكيفية تأثير الذكاء الاصطناعي على ممارسات العلاقات العامة في البنوك السعودية، ويوضح أبعاد التحول من الدور التقليدي للممارس إلى شراكة جديدة بين الإنسان والتقنية في التعامل مع الأزمات وتطوير استراتيجيات الاتصال.

الإطار المنهجي للدراسة:

نوع الدراسة:

تنتمي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية التحليلية، حيث تهدف إلى رصد ووصف اتجاهات ممارسي العلاقات العامة في البنوك السعودية نحو توظيف أدوات الذكاء الاصطناعي في إدارة الأزمات وأتمتة العمليات الاتصالية، ومن ثم تحليل هذه الاتجاهات لتحديد مجالات الاستخدام وأبرز التحديات التي تواجههم. وقد تم

اختيار هذا النوع من الدراسات لأنه الأنسب للبحوث التي تسعى إلى تقديم صورة دقيقة عن الظواهر الاجتماعية والتنظيمية كما هي في الواقع، دون تدخل الباحث في تعديلها أو التأثير عليها. كما أنه يساعد في استخراج مؤشرات كمية ونوعية تدعم الفهم العلمي لممارسات العلاقات العامة في البنوك السعودية.

المنهج المستخدم:

اعتمدت الدراسة على منهج المسح بالعينة، وهو أحد المناهج الوصفية التي تركز على دراسة الظاهرة من خلال جمع بيانات كمية مباشرة من عينة مختارة تمثل المجتمع الأصلي. وتم اختيار هذا المنهج لعدة أسباب، أهمها أنه يتيح التعرف على اتجاهات وخبرات ممارسي العلاقات العامة بطريقة منهجية منظمة، ويوفر إمكانية الحصول على بيانات كمية قابلة للتحليل الإحصائي، مما يسمح بالخروج بنتائج دقيقة يمكن تعميمها على المجتمع البحثي الأوسع. كما أن طبيعة الدراسة - التي تركز على الاتجاهات والآراء - تتطلب أداة مثل الاستبانة، وهو ما يتكامل مع منهج المسح بالعينة بشكل مباشر.

مجتمع وعينة الدراسة:

يتحدد مجتمع الدراسة بممارسي العلاقات العامة العاملين في البنوك السعودية بمدينة جدة، وذلك نظرًا لكونهم الفئة الأكثر ارتباطًا باستخدام أدوات الذكاء الاصطناعي في إدارة الأزمات وأتمتة العمليات الاتصالية. ولتحقيق أهداف الدراسة، قام الباحث بزيارة موظفي العلاقات العامة في البنوك والتعريف بنفسه وأهمية الدراسة التي يقوم بها ومن ارسال رابط الاستبانة الى الواتس اب الخاص بالموظف للمشاركة في الدراسة وكان ذلك خلال شهر جون وشهر جولي ٢٠٢٥، وبلغ عدد العينة ٦٢ مجوئًا من العاملين في أقسام العلاقات العامة في البنوك السعودية في مدينة جدة، حيث روعي في اختيار العينة تمثيل فئات متنوعة من حيث الجنس والعمر والمؤهل العلمي وعدد سنوات الخبرة.

مبررات اختيار عينة الدراسة ومحدودية العدد:

رغم أن حجم عينة الدراسة اقتصر على (٦٢) مجوئًا من ممارسي العلاقات العامة في البنوك السعودية، إلا أن هذا الحجم له ما يبرره من اعتبارات علمية وعملية. فمن الناحية العملية، يُعد مجتمع الدراسة محدودًا نسبيًا نظرًا لعدد العاملين في أقسام العلاقات العامة داخل البنوك السعودية مقارنة بالمجتمعات البحثية الأكبر، حيث أن عدد الموظفين في تخصص العلاقات العامة وذوي الصلة بمتغيرات الدراسة لا يتجاوز عددهم من ٢-٣ موظف في كل بنك وهو ما ضيق من حجم المجتمع القابل للبحث.

كما أن طبيعة الموضوع المدروس المرتبطة باستخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في إدارة الأزمات تقتصر في الغالب على فئة محدودة من ممارسي العلاقات العامة الذين لديهم خبرة مباشرة بالتعامل مع أدوات الذكاء الاصطناعي، وقدرة على المعرفة في مجالات التحول الرقمي والاتصال المؤسسي ما يجعل التركيز على جودة

اتجاهات ممارسي العلاقات العامة نحو استخدام أدوات الذكاء الاصطناعي في إدارة الأزمات وأتمتة العمليات الاتصالية في البنوك السعودية

البيانات وتمثيلها الواقعي أكثر أهمية من حجمها العددي. لذلك حرصت الدراسة على تنويع العينة من حيث الجنس والعمر والمؤهل العلمي وسنوات الخبرة، وهو ما عزز من تمثيلها للمجتمع الأصلي رغم صغر حجمها. ومن الناحية العلمية، تؤكد الأدبيات المنهجية أن الدراسات الوصفية التحليلية يمكن أن تحقق أهدافها حتى مع عينات محدودة، خاصة عندما تكون الأداة البحثية (كالاستبانة) مصممة بدقة وتستهدف جمع بيانات كمية نوعية قابلة للتحليل الإحصائي. وبالتالي، فإن صغر حجم العينة لم يكن عائقاً أمام تحقيق أهداف الدراسة، بل جاء متسقاً مع طبيعة المجتمع المدروس ومع الإمكانيات المتاحة.

أداة الدراسة:

استخدمت الدراسة أداة الاستبانة كوسيلة رئيسة لجمع البيانات من عينة الدراسة المتمثلة في ممارسي العلاقات العامة في البنوك السعودية بمدينة جدة. وقد صُممت الاستبانة بشكل يراعي تحقيق أهداف الدراسة، حيث تضمنت محاور تقيس اتجاهات الممارسين نحو توظيف أدوات الذكاء الاصطناعي، ومجالات الاستخدام، إضافة إلى التأثيرات الإيجابية والتحديات المرتبطة بذلك.

بناء أداة الدراسة

محاور أداة الدراسة

المحور التمهيدي: البيانات العامة للمبحوثين

- الخصائص الديموغرافية: الجنس، العمر، المؤهل العلمي، سنوات الخبرة في العلاقات العامة.
- الخصائص المتعلقة بالعمل: نوع البنك (حكومي/خاص/دولي)، والخبرة السابقة في استخدام أدوات الذكاء الاصطناعي في العمل (نعم/ لا).

المحور الأول: المقاييس الأساسية لاتجاهات الممارسين (مقننة بمقياس ليكرت الثلاثي)

١. مقياس الوعي بتقنيات الذكاء الاصطناعي ٤ عبارات تتضمن مؤشرات مثل: المعرفة العامة بالمفهوم، متابعة الأخبار والتقارير، الإلمام بعمل الأدوات (مثل الروبوتات الحوارية)، المشاركة في الدورات/الورش.
٢. مقياس استخدام الذكاء الاصطناعي في العلاقات العامة ٥ عبارات تتضمن مؤشرات مثل: صياغة المحتوى والبيانات الصحفية بمساندة النماذج اللغوية، تتبع السمعة الرقمية، استخدام روبوتات المحادثة، الرصد المبكر للأزمات، تحليل بيانات الجمهور.

٣. مقياس التحديات المرتبطة باستخدام الذكاء الاصطناعي ٤ عبارات تتضمن مؤشرات مثل: الاعتبارات الأخلاقية والحوكمة، التحكم في الرسائل المولدة آلياً، توافر الكفاءات التقنية، تقييم فعالية الأدوات.

المحور الثاني: إدارة الأزمات عبر أدوات الذكاء الاصطناعي (أبعاد شخصية)

أبعاد تقيس سياق الأزمات، الجاهزية المؤسسية، وتوزيع الأدوار عند توظيف الذكاء الاصطناعي:

١. طبيعة الأزمات الأكثر شيوعًا في القطاع المصرفي وتتضمن فئات إرشادية: أمن معلومات/ اختراقات، أزمات مالية/ سيولة، أزمات سمعة وإعلام، أزمات تنظيمية/ قانونية، أزمات ثقة العملاء...

٢. استعداد البنك لإدارة الأزمات بالذكاء الاصطناعي وتتضمن فقرات مثل: وجود خطة واضحة، تدريب الموظفين، تحديث تحليلات المخاطر، اختبارات سابقة للأنظمة، دعم الإدارة العليا، التنسيق بين التقنية والعلاقات العامة.

٣. الجهات المشاركة في إدارة الأزمة عند تفعيل أدوات الذكاء الاصطناعي وتتضمن بدائل مثل: تقنية المعلومات، العلاقات العامة، الإدارة القانونية، شركات خارجية متخصصة، ...

٤. مساهمة الذكاء الاصطناعي في التعامل مع الحملات الرقمية السلبية وتتضمن بدائل مثل: التحليل الآلي للمحتوى وتحديد المصدر، روبوتات الرد التلقائي، الاستعانة بطرف خارجي، ...

٥. تقييم جاهزية البنك لاعتماد الذكاء الاصطناعي في إدارة الأزمات والتي تم قياسها من خلال سلم ترتيب (عالية/ متوسطة/ ضعيفة/ غير متوفرة).

٦. تفصيلات الأتمتة مقابل التدخل البشري أثناء الأزمات الاتصالية وتضمنت مجالات: كتابة البيانات الصحفية، الرد على الاستفسارات، إدارة الأزمات الإعلامية، مراقبة السمعة الرقمية، تحليل التغطية.

٧. دور الذكاء الاصطناعي في قرارات حساسة خلال الأزمات (مثل طلبات القروض) وتتضمن بدائل: تحليل أهلية العميل، مساعدة الموظف بتوصيات، اتخاذ القرار آليًا، عدم التدخل.

المحور الثالث: أتمتة العمليات الاتصالية باستخدام الذكاء الاصطناعي (أبعاد شخصية)

يركّز على الأثر التشغيلي للأتمتة واتجاه المؤسسة نحو التحول الرقمي:

١. المجالات التي حسّنت فيها الأتمتة أداء البنك

٢. تقييم جاهزية البنك لاعتماد الأتمتة الكاملة في بعض المعاملات

٣. الاتجاه العام نحو الأتمتة المؤسسية

صدق أداة الدراسة:

تم التأكد من صدق الاستبانة الظاهري ومدى ملاءمتها للدراسة الحالية من خلال عرضها في صورتها الأولية على ثلاثة من المحكمين المتخصصين في مجال الاتصال والعلاقات العامة والاعلام (بروف فطيمه بن دنيا الأستاذ في العلاقات العامة والاعلام، والدكتورة غيداء الجويسر الأستاذ المشارك بالصحافة والاعلام الرقمي بجامعة الملك عبدالعزيز)، وبعد أن اطلع المحكمون على موضوع الدراسة وأهدافها وأسئلتها أبدوا آراءهم وملاحظاتهم من حيث مدى صدق وملائمة الفقرات للموضوع والكشف عن المعلومات المطلوبة للدراسة، ومن حيث ترابط كل فقرة بال محور الذي تنتمي له ومدى وضوح الفقرة وسلامة صياغتها اللغوية ومراجعة تدرج المقياس ومدى ملائمته وغير ذلك - وبناء على ملاحظات المحكمين تمت التعديلات بحيث أصبحت صالحة للتطبيق في الصورة النهائية.

حدود الدراسة:

١. الحدود الزمنية: تحددت الفترة الزمنية لإجراء هذه الدراسة خلال النصف الأخير من عام ٢٠٢٥م، وبالتحديد في الأشهر (يونيو، يوليو، أغسطس)، حيث تم خلالها تصميم الأداة البحثية وتوزيعها على عينة الدراسة وتحليل النتائج، بما يعكس الاتجاهات الراهنة لممارسي العلاقات العامة في البنوك السعودية نحو توظيف أدوات الذكاء الاصطناعي.
٢. الحدود المكانية: تقتصر الدراسة على البنوك السعودية بوصفها الإطار الجغرافي والميداني للبحث، نظراً لمكانتها المحورية في النظام الاقتصادي الوطني وما تشهده من تحولات رقمية متسارعة، مما يجعلها بيئة خصبة لدراسة أثر الذكاء الاصطناعي على ممارسات العلاقات العامة.
٣. الحدود الموضوعية: تركز الدراسة على تحليل اتجاهات ممارسي العلاقات العامة نحو استخدام أدوات الذكاء الاصطناعي في مجال إدارة الأزمات وأتمتة العمليات الاتصالية داخل البنوك السعودية، مع استبعاد الجوانب التقنية البحتة المرتبطة بالبرمجيات أو الحلول التقنية، والاكتفاء بدراسة الأبعاد الاتصالية والإدارية ذات الصلة بممارسات العلاقات العامة.

صدق الاتساق الداخلي

يقصد به درجة ارتباط كل عبارة بالدرجة الكلية للمقياس المنتمية إليه، وتشير النتائج بجدول (١) إلى وجود ارتباط دال احصائياً بين كل عبارة وبين الدرجة الكلية للمقياس المنتمية إليه، مما يعنى أن المقاييس المستخدمة على درجة عالية من الاتساق الداخلي.

جدول (١) معامل الارتباط بين كل عبارة وبين إجمالي المقياس

رقم العبارة	الوعي بتقنيات الذكاء الاصطناعي	استخدامات الذكاء الاصطناعي في العلاقات العامة	التحديات المرتبطة باستخدام الذكاء الاصطناعي
١	.703**	.744**	.537**
٢	.694**	.785**	.692**
٣	.831**	.790**	.822**
٤	.779**	.629**	.687**
٥		.764**	
**دال احصائياً عند المستوى الاحتمالي ٠,٠١			

الثبات باستخدام ألفا كرونباخ

لمعرفة ثبات مقاييس الدراسة حسب معامل ألفا كرونباخ كما في جدول (٢)، وتشير النتائج بالجدول أن قيم معامل ألفا كرونباخ للمقاييس المستخدمة أكبر من ٠,٧، مما يشير أن المقاييس على درجة عالية من الثبات.

جدول (٢) معامل ألفا كرونباخ لثبات المقاييس

عدد العبارات	الوعي بتقنيات الذكاء الاصطناعي	استخدامات الذكاء الاصطناعي في العلاقات العامة	التحديات المرتبطة باستخدام الذكاء الاصطناعي
4	4	5	4
معامل ألفا كرونباخ	.731	.797	.713

اختبار التوزيع الطبيعي

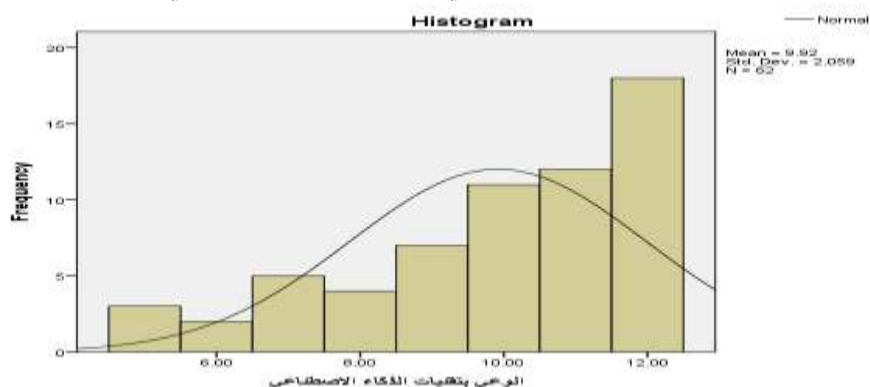
للقوف على طبيعة توزيع بيانات المقاييس المستخدمة في الدراسة حسب معامل كلومجروف-سميرنوف كما في جدول (٣)، وتشير النتائج أن قيم معامل كلومجروف-سميرنوف للمقاييس الثلاثة دالة احصائياً عند المستوى الاحتمالي ٠,٠٥، مما يعني أن البيانات لا تتبع التوزيع الطبيعي، وبالتالي سيتم استخدام أساليب احصائية لا برامترية لاختبار الفروق.

جدول (٣) معامل كلومجروف - سميرنوف للتوزيع الطبيعي

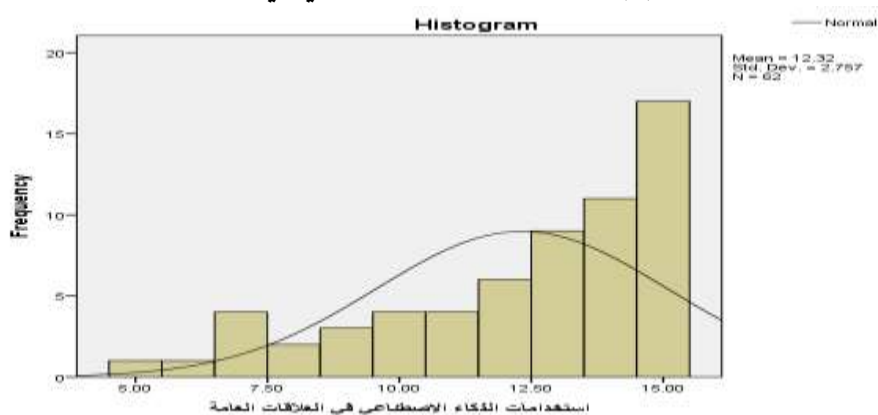
Kolmogorov-Smirnov كلومجروف سميرنوف			
القيمة	درجات الحرية	مستوى الدلالة	
.184	62	.000	الوعي بتقنيات الذكاء الاصطناعي
.194	62	.000	استخدامات الذكاء الاصطناعي في العلاقات العامة
.153	62	.001	التحديات المرتبطة باستخدام الذكاء الاصطناعي

اتجاهات ممارسي العلاقات العامة نحو استخدام أدوات الذكاء الاصطناعي في إدارة الأزمات وأتمتة العمليات الاتصالية في البنوك السعودية

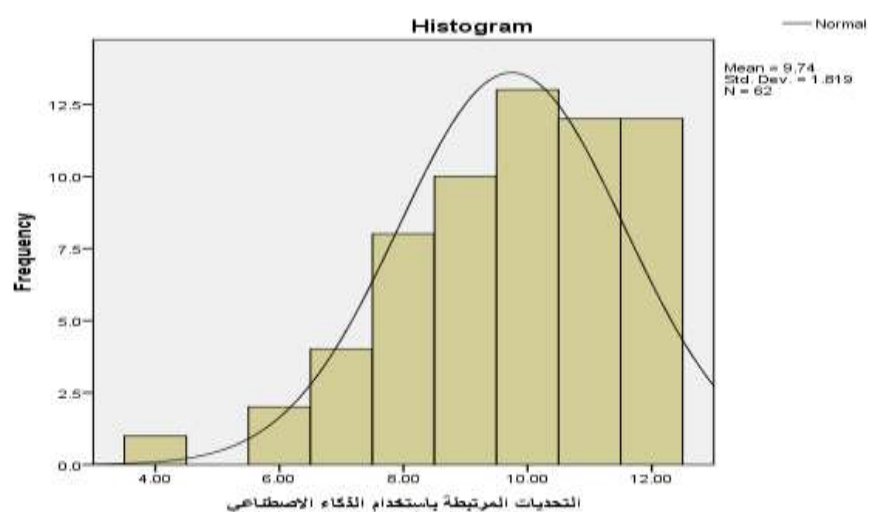
شكل (١) الوعي بتقنيات الذكاء الاصطناعي



شكل (٢) استخدامات الذكاء الاصطناعي في العلاقات العامة



شكل رقم (٣) التحديات المرتبطة باستخدام الذكاء الاصطناعي



الأساليب الإحصائية المستخدمة

استعانت الدراسة بالحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية SPSS واستخدمت مجموعة من الأساليب الإحصائية التي تتناسب وطبيعة البيانات، وتحقيقاً لأهداف الدراسة، وهى: التكرارات، والنسب المئوية، والمتوسط الحسابي، والانحراف المعياري، ومعامل الارتباط البسيط، ومعامل ألفا كرونباخ، ومعامل كلومجروف-سميرنوف، واختبار مان ويتني، واختبار كروسكال واليز.

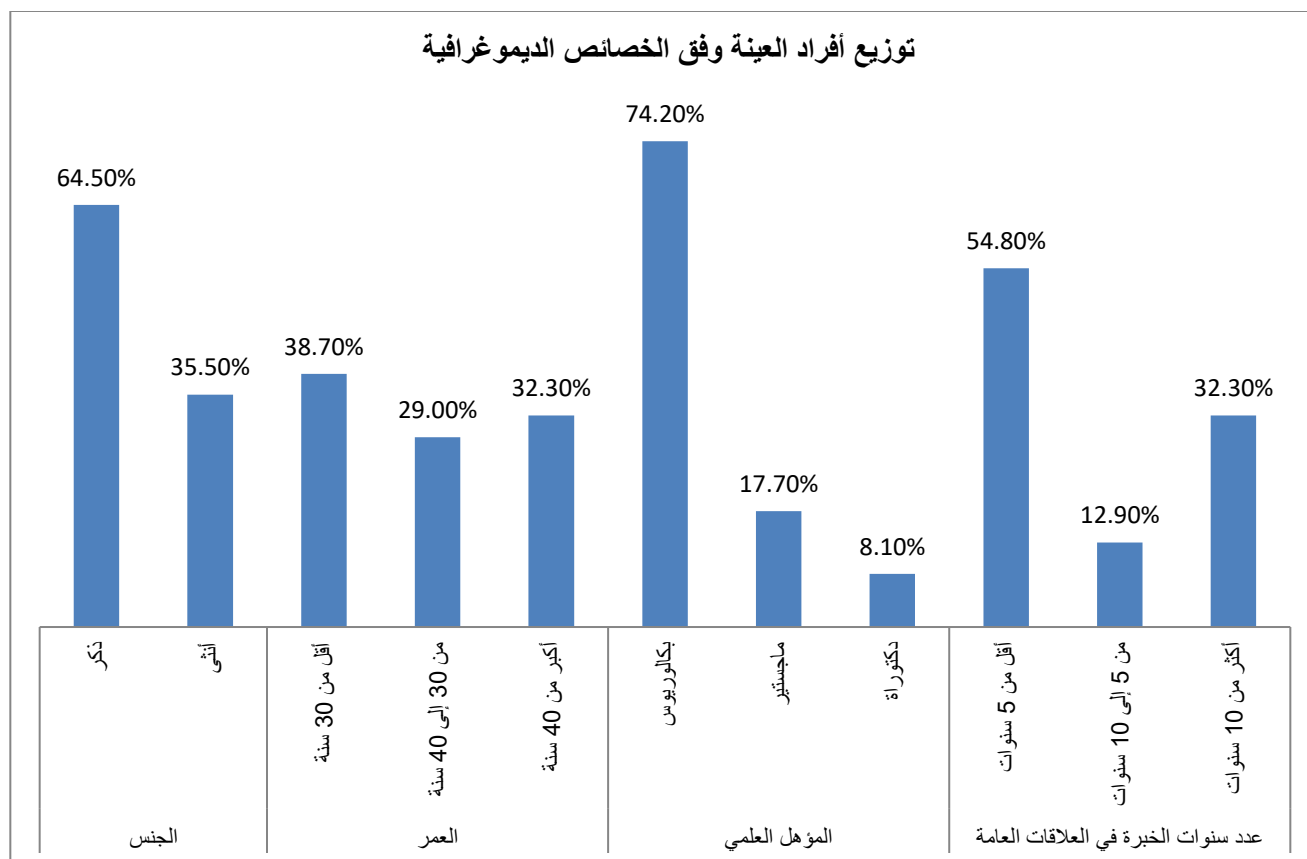
نتائج الدراسة ومناقشتها

الخصائص الديموغرافية

يستعرض جدول (٤) توزيع أفراد العينة وفق الخصائص الديموغرافية، وتشير النتائج أن إجمالي حجم العينة بلغ ٦٢ مبحوث، منهم (٦٤,٥%) ذكور، بينما (٣٥,٥%) إناث، كما يتضح أن (٣٨,٧%) منهم أقل من ٣٠ سنة، بينما (٢٩%) منهم من ٣٠ إلى ٤٠ سنة، في حين أن (٣٢,٣%) منهم أكبر من ٤٠ سنة. وعن المؤهل العلمي يتضح أن (٧٤,٢%) مؤهلهم الدراسي بكالوريوس، (١٧,٧%) حاصلين على ماجستير، بينما (٨,١%) حاصلين على دكتوراة. وفيما يتعلق بعدد سنوات الخبرة في العلاقات العامة يتضح من الجدول أن (٥٤,٨%) من المبحوثين خبرتهم أقل من ٥ سنوات، (١٢,٩%) خبرتهم من ٥ إلى ١٠ سنوات، بينما (٣٢,٣%) لديهم خبرة أكثر من ١٠ سنوات.

جدول (٤) توزيع أفراد العينة وفق الخصائص الديموغرافية

%	التكرارات	الخصائص الديموغرافية	
		الجنس	الجنس
64.5%	40	ذكر	
35.5%	22	أنثى	
38.7%	24	أقل من ٣٠ سنة	
29.0%	18	من ٣٠ إلى ٤٠ سنة	
32.3%	20	أكبر من ٤٠ سنة	
74.2%	46	بكالوريوس	المؤهل العلمي
17.7%	11	ماجستير	المؤهل العلمي
8.1%	5	دكتوراة	المؤهل العلمي
54.8%	34	أقل من ٥ سنوات	عدد سنوات الخبرة في العلاقات العامة
12.9%	8	من ٥ إلى ١٠ سنوات	عدد سنوات الخبرة في العلاقات العامة
32.3%	20	أكثر من ١٠ سنوات	عدد سنوات الخبرة في العلاقات العامة



الخصائص المتعلقة بالعمل:

يستعرض جدول (٥) توزيع أفراد العينة وفق الخصائص المتعلقة بالعمل، وتوضح النتائج أن (٢٩%) يعملون في بنك حكومي، بينما (٦٦,١%) يعملون في بنك خاص، أما باقي أفراد العينة ونسبتهم (٤,٨%) يعملون في بنك دولي. كما توضح النتائج تعدد وتنوع البنوك التي يعمل بها المبحوثون حيث بلغ عدد البنوك ١٦ بنك، وكان في مقدمة تلك البنوك بنك الراجحي، ويعمل به (٣٢,٣%) تلاه البنك الأهلي بنسبة (٢١%)، وتبين لنتائج كذلك أن (٣٨,٧%) لم يسبق لهم استخدام أدوات الذكاء الاصطناعي في العمل، بينما (٦١,٣%) سبق لهم استخدام أدوات الذكاء الاصطناعي في العمل.

جدول (٥) توزيع أفراد العينة وفق الخصائص المتعلقة بالعمل

الخصائص المتعلقة بالعمل	النسبة المئوية (%)	التكرارات
حكومي	29.0%	18
خاص	66.1%	41
دولي	4.8%	3
لا	38.7%	24
نعم	61.3%	38

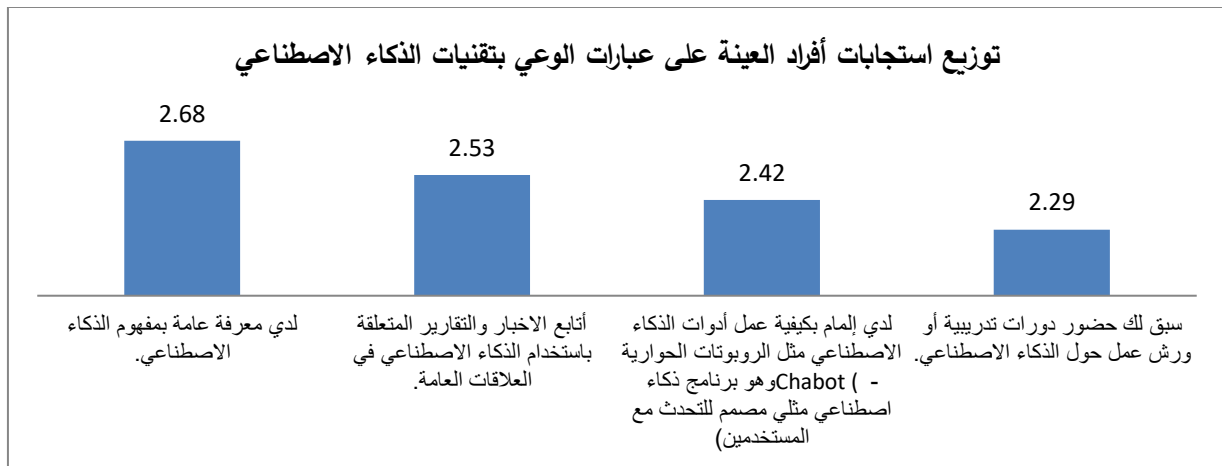
١- الوعي بتقنيات الذكاء الاصطناعي:

يستعرض جدول (٦) توزيع استجابات أفراد العينة على عبارات الوعي بتقنيات الذكاء الاصطناعي، وتبين النتائج في الجدول ارتفاع استجابات أفراد العينة على عبارات المقياس، حيث تراوحت قيم المتوسط الحسابي بين ٢,٢٩ درجة إلى ٢,٦٨ درجة، بمتوسط عام بلغ ٢,٤٨ درجة.

كما أمكن ترتيب عبارات المقياس تنازليًا وفق المتوسط الحسابي كالتالي: جاءت في الترتيب الأول عبارة "الذي معرفة عامة بمفهوم الذكاء الاصطناعي" بمتوسط حسابي ٢,٦٨ درجة، ثم في الترتيب الثاني عبارة "أتابع الاخبار والتقارير المتعلقة باستخدام الذكاء الاصطناعي في العلاقات العامة" بمتوسط حسابي ٢,٥٣ درجة، بينما جاءت في الترتيب الثالث عبارة "الذي إلمام بكيفية عمل أدوات الذكاء الاصطناعي مثل الروبوتات الحوارية - Chabot بمتوسط حسابي ٢,٤٢ درجة، في حين جاءت في الترتيب الرابع عبارة "سبق لك حضور دورات تدريبية أو ورش عمل حول الذكاء الاصطناعي" بمتوسط حسابي ٢,٢٩ درجة.

جدول (٦) توزيع استجابات أفراد العينة على عبارات الوعي بتقنيات الذكاء الاصطناعي

العبارة	غير موافق		محايد		موافق		متوسط حسابي	انحراف معياري
	تكرار	%	تكرار	%	تكرار	%		
لدي معرفة عامة بمفهوم الذكاء الاصطناعي	2	3.2%	16	25.8%	44	71.0%	2.68	.54
أتابع الاخبار والتقارير المتعلقة باستخدام الذكاء الاصطناعي في العلاقات العامة	3	4.8%	23	37.1%	36	58.1%	2.53	.59
لدي إلمام بكيفية عمل أدوات الذكاء الاصطناعي مثل الروبوتات الحوارية - Chabot وهو برنامج ذكاء اصطناعي مثلي مصمم للتحدث مع المستخدمين	7	11.3%	22	35.5%	33	53.2%	2.42	.69
سبق لك حضور دورات تدريبية أو ورش عمل حول الذكاء الاصطناعي	18	29.0%	8	12.9%	36	58.1%	2.29	.89
المتوسط العام							2.48	.68



مما سبق يتضح أن مستوى وعي ممارسي العلاقات العامة في البنوك السعودية بتقنيات الذكاء الاصطناعي جاء في حدود متوسطة (بمتوسط عام = ٢,٤٨)، حيث تركز الوعي في المعرفة العامة بمفهوم الذكاء الاصطناعي ومتابعة أخباره وتقاريره، في حين تراجع مستوى الإلمام العملي بكيفية عمل الأدوات المتخصصة مثل الروبوتات الحوارية، كما أن المشاركة في الدورات التدريبية أو الورش العملية جاءت في أدنى المراتب. ويعكس ذلك وجود فجوة واضحة بين المعرفة النظرية العامة والتطبيق العملي الفعلي، الأمر الذي قد يحد من الاستفادة الكاملة من إمكانيات الذكاء الاصطناعي في إدارة الأزمات وأتمتة العمليات الاتصالية. وتتسق هذه النتيجة مع ما توصلت إليه دراسة (Alkahtani (2025 من أن الذكاء الاصطناعي يُستخدم في المؤسسات السعودية بشكل متفاوت ويرتبط غالباً بإنتاج المحتوى وتحليل البيانات دون توسع شامل، كما تتشابه مع نتائج صابر (٢٠٢٢) في البنوك المصرية التي أبرزت محدودية توظيف المستويات المتقدمة من الذكاء الاصطناعي. كما أكدت دراسة الشعيبي (٢٠٢٣) أن الممارسين يدركون أهمية الأدوات الذكية لكنهم يواجهون صعوبات في التحكم بتطبيقاتها. وبناءً عليه، فإن تطوير الوعي من المستوى العام إلى مستوى مهني تطبيقي متقدم يعد شرطاً أساسياً لتعزيز دور الذكاء الاصطناعي في تحسين كفاءة العلاقات العامة داخل البنوك السعودية.

٢- استخدام الذكاء الاصطناعي في العلاقات العامة:

يستعرض جدول (٧) توزيع استجابات أفراد العينة على عبارات استخدام الذكاء الاصطناعي في العلاقات العامة، وتوضح النتائج في الجدول ارتفاع استجابات أفراد العينة على عبارات المقياس، حيث تراوحت قيم المتوسط الحسابي بين ٢,٣٩ درجة إلى ٢,٥٦ درجة، بمتوسط عام بلغ ٢,٤٦ درجة.

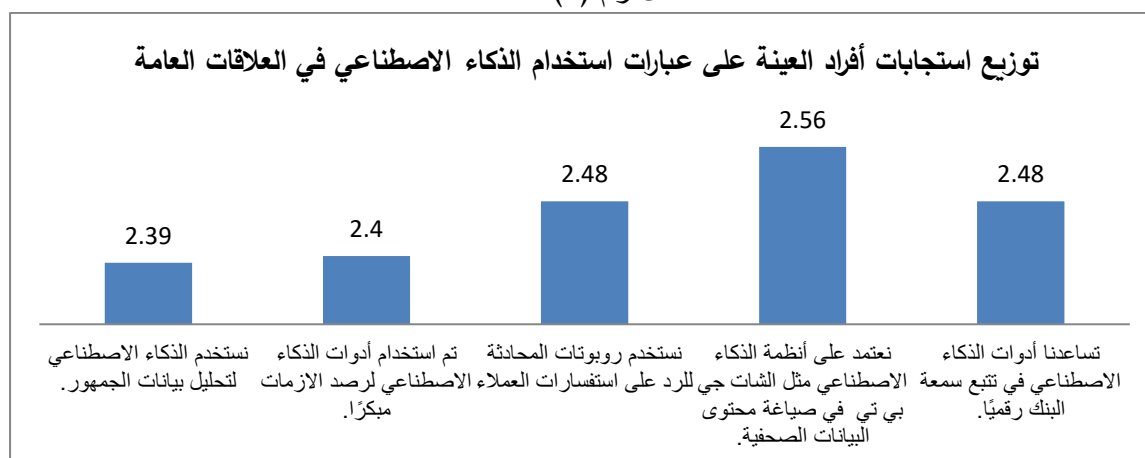
كما أمكن ترتيب عبارات المقياس تنازلياً وفق المتوسط الحسابي كالتالي: جاء في الترتيب الأول عبارة "نعتمد على أنظمة الذكاء الاصطناعي مثل الشات جي بي تي في صياغة محتوى البيانات الصحفية" بمتوسط حسابي ٢,٥٦ درجة، وفي الترتيب الثاني عبارة "تساعدنا أدوات الذكاء الاصطناعي في تتبع سمعة البنك رقمياً" بمتوسط حسابي ٢,٤٨ درجة، بينما في الترتيب الثالث "نستخدم روبوتات المحادثة للرد على استفسارات

العملاء" بمتوسط حسابي ٢,٤٨ درجة، وجاءت في الترتيب الرابع عبارة "تم استخدام أدوات الذكاء الاصطناعي لرصد الازمات مبكرًا" بمتوسط حسابي ٢,٤٠ درجة، في حين جاءت في الترتيب الخامس عبارة "تستخدم الذكاء الاصطناعي لتحليل بيانات الجمهور" بمتوسط حسابي ٢,٣٩ درجة.

جدول (٧) توزيع استجابات أفراد العينة على عبارات استخدام الذكاء الاصطناعي في العلاقات العامة

الترتيب	انحراف معياري	متوسط حسابي	موافق		محايد		غير موافق		
			%	التكرار	%	التكرار	%	التكرار	
5	.82	2.39	59.7%	37	19.4%	12	21.0%	13	نستخدم الذكاء الاصطناعي لتحليل بيانات الجمهور
4	.76	2.40	56.5%	35	27.4%	17	16.1%	10	تم استخدام أدوات الذكاء الاصطناعي لرصد الازمات مبكرًا
3	.76	2.48	64.5%	40	19.4%	12	16.1%	10	نستخدم روبوتات المحادثة للرد على استفسارات العملاء
1	.67	2.56	66.1%	41	24.2%	15	9.7%	6	نعتمد على أنظمة الذكاء الاصطناعي مثل الشات جي بي تي في صياغة محتوى البيانات الصحفية
2	.70	2.48	59.7%	37	29.0%	18	11.3%	7	تساعدنا أدوات الذكاء الاصطناعي في تتبع سمعة البنك رقميًا
	.74	2.46							

شكل رقم (٦)



بشكل عام يتضح من نتائج الجدول السابق أن مستوى استخدام الذكاء الاصطناعي في ممارسات العلاقات العامة بالبنوك السعودية جاء بمستوى متوسط (بمتوسط عام = ٢,٤٦)، حيث تبين أن الاعتماد الأكبر ينصب على استخدام أنظمة الذكاء الاصطناعي مثل الشات جي بي تي في صياغة البيانات الصحفية، يليه تتبع

اتجاهات ممارسي العلاقات العامة نحو استخدام أدوات الذكاء الاصطناعي في إدارة الأزمات وأتمتة العمليات الاتصالية في البنوك السعودية

السمعة الرقمية للبنك، ثم توظيف روبوتات المحادثة في خدمة العملاء، بينما جاء استخدام الأدوات في رصد الأزمات المبكرة وتحليل بيانات الجمهور في مراتب متأخرة نسبياً. ويعكس هذا التوزيع أن البنوك السعودية تستثمر في الأبعاد الاتصالية المباشرة للذكاء الاصطناعي، خاصة في إنتاج المحتوى ومتابعة السمعة، في حين لا تزال قدراته التحليلية والتنبؤية محدودة الاستخدام، وهو ما يقلل من إمكانات الاستفادة الكاملة في مجال إدارة الأزمات. وتتوافق هذه النتيجة مع ما أظهرته دراسة (Alkahtani (2025 من أن توظيف الذكاء الاصطناعي في العلاقات العامة بالمملكة يتركز على إنتاج المحتوى وتحليل البيانات، كما تتشابه مع ما توصلت إليه دراسة صابر (٢٠٢٢) التي أبرزت تفوق المستويات الميكانيكية والتحليلية على حساب المستويات المتقدمة كالذكاء العاطفي. كذلك، تتسق مع نتائج أبو عباة (٢٠٢٣) التي أكدت ارتفاع وعي الممارسين بأهمية الذكاء الاصطناعي، لكن مع بقاء تحديات تقنية وإدارية تحد من توظيفه في جميع المجالات. وهذا يشير إلى ضرورة تعزيز الاستثمار في الاستخدامات التنبؤية والتحليلية لدعم فعالية إدارة الأزمات في البنوك السعودية.

٣- التحديات المرتبطة باستخدام الذكاء الاصطناعي:

يستعرض جدول (٨) توزيع استجابات أفراد العينة على عبارات التحديات المرتبطة باستخدام الذكاء الاصطناعي، وتشير النتائج في الجدول إلى ارتفاع استجابات أفراد العينة على عبارات المقياس، حيث تراوحت قيم المتوسط الحسابي بين ٢,٢٩ درجة إلى ٢,٥٦ درجة، بمتوسط عام بلغ ٢,٤٤ درجة. كما أمكن ترتيب التحديات تنازلياً وفق المتوسط الحسابي كالتالي: توجد مخاوف أخلاقية حول استخدام الذكاء الاصطناعي في الاتصال المؤسسي، ثم هناك مخاوف من عدم التحكم في الرسائل التي تنتجها الانظمة الالية، وفي الترتيب الثالث تحدي تفنقر المؤسسة إلى كفاءات تقنية كافية لتوظيف أدوات الذكاء الاصطناعي، نواجه صعوبة في تقييم فعالية أدوات الذكاء الاصطناعي المستخدمة، وذلك بمتوسطات حسابية: ٢,٥٦، ٢,٤٥، ٢,٤٤، ٢,٢٩ درجة على الترتيب.

جدول (٨) توزيع استجابات أفراد العينة على عبارات التحديات المرتبطة باستخدام الذكاء الاصطناعي

الترتيب	انحراف معياري	متوسط حسابي	موافق		محايد		غير موافق		التحديات
			%	التكرار	%	التكرار	%	التكرار	
2	.59	2.45	50.0%	31	45.2%	28	4.8%	3	هناك مخاوف من عدم التحكم في الرسائل التي تنتجها الانظمة الالية.
3	.72	2.44	56.5%	35	30.6%	19	12.9%	8	تفنقر المؤسسة إلى كفاءات تقنية كافية لتوظيف أدوات الذكاء الاصطناعي
4	.69	2.29	41.9%	26	45.2%	28	12.9%	8	نواجه صعوبة في تقييم فعالية أدوات الذكاء الاصطناعي المستخدمة

1	.64	2.56	64.5%	40	27.4%	17	8.1%	5	توجد تخوفات أخلاقية حول استخدام الذكاء الاصطناعي في الاتصال المؤسسي.
	.66	2.44	المتوسط العام						

بشكل عام يتضح من نتائج الجدول السابق أن أبرز التحديات التي تواجه ممارسي العلاقات العامة في البنوك السعودية عند توظيف أدوات الذكاء الاصطناعي تتمثل في التخوفات الأخلاقية المرتبطة باستخدام هذه الأدوات في الاتصال المؤسسي (بمتوسط ٢,٥٦)، تليها المخاوف من فقدان السيطرة على الرسائل المنتجة آلياً (٢,٤٥)، ثم نقص الكفاءات التقنية القادرة على استثمار الذكاء الاصطناعي (٢,٤٤)، وأخيراً صعوبة تقييم فعالية الأدوات المستخدمة (٢,٢٩). وتعكس هذه النتائج أن تحديات الأبعاد الأخلاقية والتنظيمية تأتي في الصدارة مقارنة بالجوانب التقنية، مما يشير إلى أن قضية الثقة والشفافية في توظيف الذكاء الاصطناعي تحتل موقعاً محورياً في عمل إدارات العلاقات العامة. وتتفق هذه النتيجة مع ما أظهرته دراسة (Albert 2025) حول التحديات الأخلاقية والأمنية المرتبطة بالحوكمة ودمج الأنظمة الحديثة، كما تتسق مع ما خلصت إليه دراسة الشعبي (٢٠٢٣) التي أبرزت صعوبة التحكم في التطبيقات البرمجية كأحد العوائق الرئيسية، إضافة إلى ما أكدته دراسة أبو عباة (٢٠٢٣) من إدراك الممارسين لأهمية الذكاء الاصطناعي مع وجود معوقات تقنية وإدارية تحد من فاعليته. وبناءً عليه، فإن مواجهة هذه التحديات تتطلب تعزيز برامج التدريب، ووضع أطر أخلاقية وتنظيمية واضحة، بما يضمن الاستخدام الأمثل لأدوات الذكاء الاصطناعي في دعم الاتصال المؤسسي وإدارة الأزمات.

إدارة الأزمات عبر أدوات الذكاء الاصطناعي:

٤ - أكثر الأزمات التي تواجه قطاع البنوك

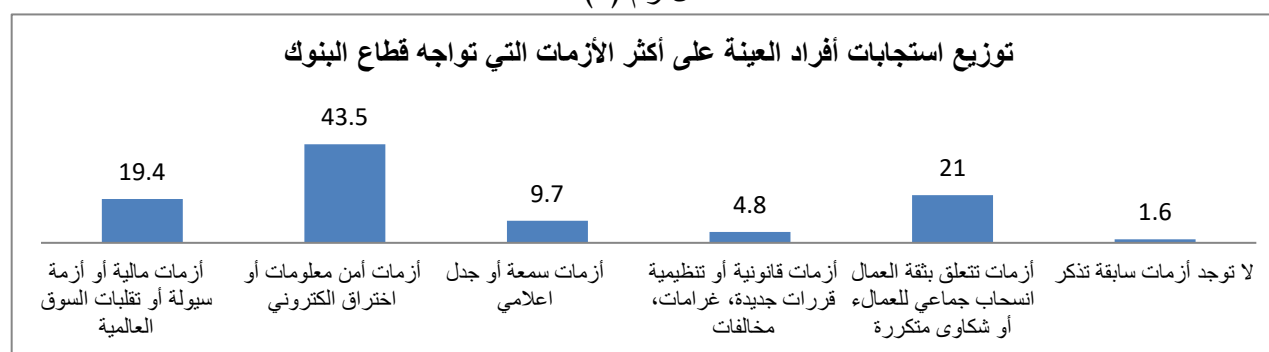
يستعرض جدول (٩) توزيع استجابات أفراد العينة على أكثر الأزمات التي تواجه قطاع البنوك، وتشير النتائج بالجدول أن (١٩,٤%) من أفراد العينة يرون أن أكثر الأزمات هي أزمات مالية أو أزمة سيولة أو تقلبات السوق العالمية، بينما (٤٣,٥%) ذكروا أزمات أمن معلومات أو اختراق الكتروني، (٩,٧%) أزمات سمعة أو جدل اعلامي، (٤,٨%) أزمات قانونية أو تنظيمية قرارات جديدة، غرامات، مخالفات، (٢١%) أزمات تتعلق بثقة العمال انسحاب جماعي للعمال أو شكاوى متكررة، بينما ذكر (١,٦%) أنه لا توجد أزمات من المذكورة سابقاً.

اتجاهات ممارسي العلاقات العامة نحو استخدام أدوات الذكاء الاصطناعي في إدارة الأزمات وأتمتة العمليات الاتصالية في البنوك السعودية

جدول (٩) توزيع استجابات أفراد العينة على أكثر الأزمات التي تواجه قطاع البنوك

النسبة المكملة	النسبة الفعلية	%	التكرارات	الأزمات
19.4	19.4	19.4	12	أزمات مالية أو أزمة سيولة أو تقلبات السوق العالمية
62.9	43.5	43.5	27	أزمات أمن معلومات أو اختراق إلكتروني
72.6	9.7	9.7	6	أزمات سمعة أو جدل إعلامي
77.4	4.8	4.8	3	أزمات قانونية أو تنظيمية قرارات جديدة، غرامات، مخالفات
98.4	21.0	21.0	13	أزمات تتعلق بثقة العمال انسحاب جماعي للعمال أو شكاوى متكررة
100.0	1.6	1.6	1	لا توجد أزمات سابقة تذكر
	100.0	100.0	62	الاجمالي

شكل رقم (٨)



مما سبق يتضح أن أكثر الأزمات شيوعاً في قطاع البنوك السعودية هي أزمات أمن المعلومات والاختراقات الإلكترونية بنسبة (٤٣,٥%)، تليها أزمات الثقة المرتبطة بانسحاب العملاء أو الشكاوى المتكررة بنسبة (٢١%)، ثم الأزمات المالية مثل السيولة وتقلبات السوق العالمية بنسبة (١٩,٤%)، في حين جاءت أزمات السمعة أو الجدل الإعلامي بنسبة (٩,٧%)، والأزمات القانونية والتنظيمية في المرتبة الأخيرة (٤,٨%)، وتعكس هذه النتائج أن البنوك السعودية تواجه تحديات متنامية ترتبط بالبيئة الرقمية، حيث يُعد الأمن السيبراني والسمعة المؤسسية محورين أساسيين يستدعيان تفعيل أدوات الذكاء الاصطناعي لرصد المخاطر والتعامل مع تداعياتها بشكل سريع وفعال. وتتفق هذه النتيجة مع ما توصلت إليه دراسة السقاط والسقاف (٢٠٢٥) التي أكدت أن الذكاء الاصطناعي يساهم في تعزيز كفاءة إدارة المخاطر والتنبؤ بها داخل البنوك السعودية، كما تتسق مع ما أشار إليه (McGee 2024) من أن الانتشار السريع لتطبيقات الذكاء الاصطناعي يرافقه بروز مخاطر جديدة في المؤسسات المالية تستدعي تطوير أطر بديلة لإدارة المخاطر. وبذلك تؤكد الدراسة الحالية أن الاستثمار في الذكاء الاصطناعي أصبح ضرورة لمواجهة التهديدات الرقمية وحماية ثقة العملاء، إلى جانب

دوره في دعم استراتيجيات إدارة الأزمات المختلفة.

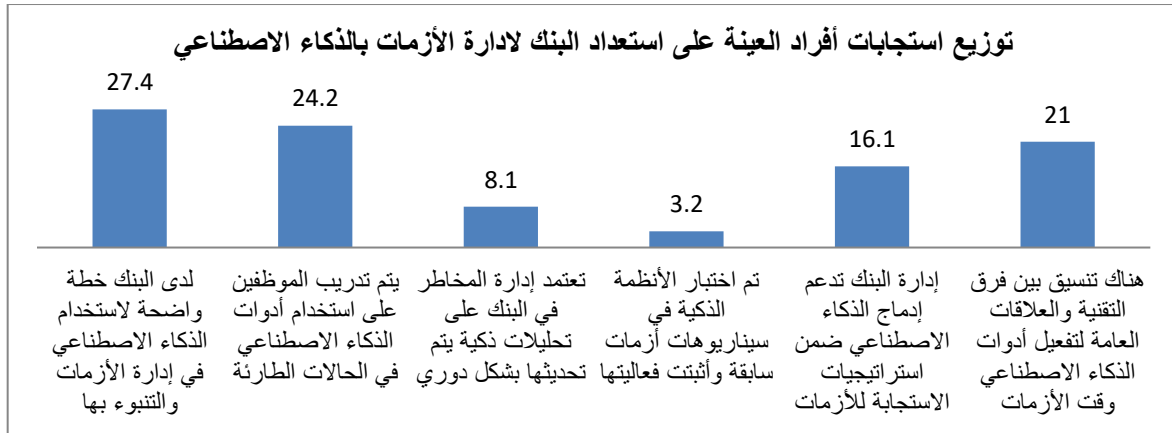
استعداد البنك لإدارة الأزمات بالذكاء الاصطناعي:

يستعرض جدول (١٠) توزيع استجابات أفراد العينة على استعداد البنك لإدارة الأزمات بالذكاء الاصطناعي، وتشير النتائج بالجدول أن (٢٧,٤%) من أفراد العينة يرون أن لدى البنك خطة واضحة لاستخدام الذكاء الاصطناعي في إدارة الأزمات والتنبؤ بها، (٢٤,٢%) يرون أنه يتم تدريب الموظفين على استخدام أدوات الذكاء الاصطناعي في الحالات الطارئة، (٨,١%) أفادوا بأن إدارة المخاطر في البنك تعتمد على تحليلات ذكية يتم تحديثها بشكل دوري، (٣,٢%) تم اختبار الأنظمة الذكية في سيناريوهات أزمات سابقة وأثبتت فعاليتها، (١٦,١%) إدارة البنك تدعم إدماج الذكاء الاصطناعي ضمن استراتيجيات الاستجابة للأزمات، ويرى (٢١%) أن هناك تنسيق بين فرق التقنية والعلاقات العامة لتفعيل أدوات الذكاء الاصطناعي وقت الأزمات.

جدول (١٠) توزيع استجابات أفراد العينة على استعداد البنك لإدارة الأزمات بالذكاء الاصطناعي

الأزمات	التكرارات	%	النسبة الفعلية	النسبة المكملة
لدى البنك خطة واضحة لاستخدام الذكاء الاصطناعي في إدارة الأزمات والتنبؤ بها	17	27.4	27.4	27.4
يتم تدريب الموظفين على استخدام أدوات الذكاء الاصطناعي في الحالات الطارئة	15	24.2	24.2	51.6
تعتمد إدارة المخاطر في البنك على تحليلات ذكية يتم تحديثها بشكل دوري	5	8.1	8.1	59.7
تم اختبار الأنظمة الذكية في سيناريوهات أزمات سابقة وأثبتت فعاليتها	2	3.2	3.2	62.9
إدارة البنك تدعم إدماج الذكاء الاصطناعي ضمن استراتيجيات الاستجابة للأزمات	10	16.1	16.1	79.0
هناك تنسيق بين فرق التقنية والعلاقات العامة لتفعيل أدوات الذكاء الاصطناعي وقت الأزمات	13	21.0	21.0	100.0
الاجمالي	62	100.0	100.0	

شكل (٩)



مما سبق يتضح أن مستوى استعداد البنوك السعودية لتوظيف أدوات الذكاء الاصطناعي في إدارة الأزمات لا يزال في طور التشكّل، حيث يرى (٢٧,٤%) من المبحوثين أن لدى البنك خطة واضحة لاستخدام الذكاء الاصطناعي في إدارة الأزمات والتنبؤ بها، بينما أفاد (٢٤,٢%) بوجود برامج تدريب للموظفين على التعامل مع هذه الأدوات في الحالات الطارئة، وأشار (٢١%) إلى وجود تنسيق بين فرق التقنية والعلاقات العامة لتفعيل الذكاء الاصطناعي وقت الأزمات. في المقابل، أظهرت النتائج ضعفاً في بعض الجوانب، إذ ذكر (٨,١%) فقط أن إدارة المخاطر تعتمد على تحليلات ذكية يتم تحديثها بشكل دوري، وبين (٣,٢%) فقط أنه تم اختبار الأنظمة الذكية في سيناريوهات فعلية وأثبتت فعاليتها. تعكس هذه المؤشرات أن البنوك تدرك أهمية الذكاء الاصطناعي في إدارة الأزمات لكنها لا تزال في مراحل التخطيط والتهيئة أكثر من التطبيق العملي المتكامل. وتتوافق هذه النتيجة مع ما توصلت إليه دراسة السقاط والسقف (٢٠٢٥) التي أكدت الحاجة إلى تطوير استراتيجيات شاملة لتبني أنظمة الذكاء الاصطناعي في إدارة المخاطر، كما تدعم ما أشار إليه McGee (2024) من أن المؤسسات المالية عالمياً تواجه فجوة بين سرعة انتشار تطبيقات الذكاء الاصطناعي ومستوى الجاهزية المؤسسية لإدارتها. وهو ما يبرز ضرورة وضع خطط استراتيجية واختبار دوري للأنظمة لضمان فاعليتها في الأزمات المستقبلية

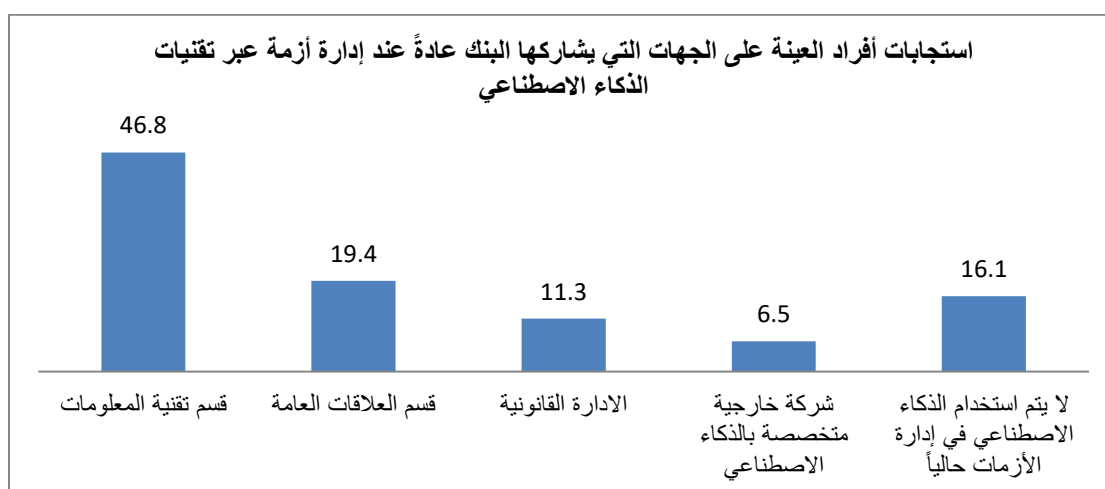
الجهات التي يشاركها البنك عادةً عند إدارة أزمة عبر تقنيات الذكاء الاصطناعي:

يستعرض جدول (١١) توزيع استجابات أفراد العينة على الجهات التي يشاركها البنك عادةً عند إدارة أزمة عبر تقنيات الذكاء الاصطناعي، وتشير النتائج بالجدول أن (٤٦,٨%) ذكروا قسم تقنية المعلومات، (١٩,٤%) ذكروا قسم العلاقات العامة، بينما ذكر (١١,٣%) الإدارة القانونية، وذكر (٦,٥%) شركة خارجية متخصصة بالذكاء الاصطناعي، في حين أن (١٦,١%) أفادوا بأنه لا يتم استخدام الذكاء الاصطناعي في إدارة الأزمات حالياً.

جدول (١١) توزيع استجابات أفراد العينة على الجهات التي يشاركها البنك عادةً عند إدارة أزمة عبر تقنيات الذكاء الاصطناعي

الأزمات	التكرارات	%	النسبة الفعلية	النسبة المكملة
قسم تقنية المعلومات	٢٩	٤٦,٨	٤٦,٨	٤٦,٨
قسم العلاقات العامة	١٢	١٩,٤	١٩,٤	٦٦,١
الادارة القانونية	٧	١١,٣	١١,٣	٧٧,٤
شركة خارجية متخصصة بالذكاء الاصطناعي	٤	٦,٥	٦,٥	٨٣,٩
لا يتم استخدام الذكاء الاصطناعي في إدارة الأزمات حالياً	١٠	١٦,١	١٦,١	١٠٠,٠
الاجمالي	٦٢	١٠٠,٠	١٠٠,٠	

شكل رقم (١٠)



تشير نتائج الجدول السابق إلى أن إدارة الأزمات عبر تقنيات الذكاء الاصطناعي في البنوك السعودية ما تزال تتركز بشكل أساسي في الأقسام التقنية، حيث أفاد (٤٦,٨%) من المبحوثين بأن المسؤولية الرئيسية تقع على قسم تقنية المعلومات، مقابل (١٩,٤%) فقط لإدارات العلاقات العامة، و(١١,٣%) للإدارة القانونية، بينما ذكر (٦,٥%) الاستعانة بشركات خارجية متخصصة، وأفاد (١٦,١%) بعدم استخدام الذكاء الاصطناعي في إدارة الأزمات حالياً. ويكشف هذا التوزيع أن الذكاء الاصطناعي يُنظر إليه في الغالب كأداة تقنية أكثر من كونه أداة اتصالية أو استراتيجية، الأمر الذي قد يحد من فاعليته في مواجهة الأزمات الشاملة التي تتطلب تضافر الجهود بين الجوانب التقنية والاتصالية والقانونية. وتتفق هذه النتيجة مع ما طرحته دراسة (Albert 2025) التي أبرزت التحديات المرتبطة بدمج الذكاء الاصطناعي في المؤسسات المالية واعتباره جزءاً من البنية التقنية أكثر من كونه أداة اتصال مؤسسي، كما تتسجم مع ما أشار إليه السقاط والسقاف (٢٠٢٥) من أن البنوك السعودية تركز على توظيف الذكاء الاصطناعي في إدارة المخاطر التقنية أكثر من استثماره في الاستجابة الاتصالية. ومن هنا تبرز الحاجة إلى نهج تكاملي يربط أقسام تقنية المعلومات بالعلاقات العامة والإدارة القانونية لضمان توظيف الذكاء الاصطناعي كأداة استراتيجية متكاملة في إدارة الأزمات.

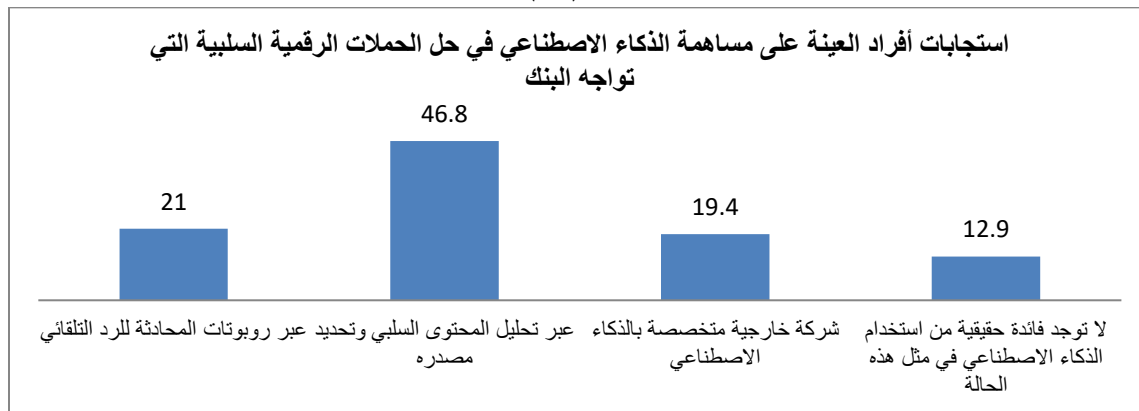
٥- مساهمة الذكاء الاصطناعي في حل الحملات الرقمية السلبية التي تواجه البنك:

يستعرض جدول (١٢) توزيع استجابات أفراد العينة على مساهمة الذكاء الاصطناعي في حل الحملات الرقمية السلبية التي تواجه البنك، وتشير النتائج بالجدول أن (٢١%) من أفراد العينة أفادوا بأنه يمكن المساهمة عبر روبوتات المحادثة للرد التلقائي، (٤٦,٨%) يرون المساهمة عبر تحليل المحتوى السلبي وتحديد مصدره، (١٩,٤%) عبر شركة خارجية متخصصة بالذكاء الاصطناعي، بينما أفاد (١٢,٩%) بأنه لا توجد فائدة حقيقية من استخدام الذكاء الاصطناعي في مثل هذه الحالة.

جدول (١٢) توزيع استجابات أفراد العينة على مساهمة الذكاء الاصطناعي في حل الحملات الرقمية السلبية التي تواجه البنك

الأزمات	التكرارات	%	النسبة الفعلية	النسبة المكملة
عبر روبوتات المحادثة للرد التلقائي	١٣	٢١,٠	٢١,٠	٢١,٠
عبر تحليل المحتوى السلبي وتحديد مصدره	٢٩	٤٦,٨	٤٦,٨	٦٧,٧
شركة خارجية متخصصة بالذكاء الاصطناعي	١٢	١٩,٤	١٩,٤	٨٧,١
لا توجد فائدة حقيقية من استخدام الذكاء الاصطناعي في مثل هذه الحالة	٨	١٢,٩	١٢,٩	١٠٠,٠
الإجمالي	٦٢	١٠٠,٠	١٠٠,٠	

شكل (١١)



أوضحت نتائج الدراسة أن غالبية المبحوثين يرون أن الذكاء الاصطناعي يمكن أن يسهم في مواجهة الحملات الرقمية السلبية عبر تحليل المحتوى السلبي وتحديد مصدره بنسبة (٤٦,٨%)، يلي ذلك توظيف روبوتات المحادثة للرد التلقائي على استفسارات الجمهور بنسبة (٢١%)، بينما أشار (١٩,٤%) إلى الاستعانة بشركات خارجية متخصصة في الذكاء الاصطناعي، واعتبر (١٢,٩%) أنه لا توجد فائدة حقيقية من استخدام الذكاء الاصطناعي في مثل هذه الحالات. ويعكس ذلك إدراك الممارسين لدور الذكاء الاصطناعي في الرصد والتحليل كأداة أساسية للتعامل مع الحملات السلبية، مقابل محدودية الثقة في قدرته على تقديم حلول اتصالية متكاملة دون تدخل بشري. وتتفق هذه النتيجة مع ما توصلت إليه دراسة الشيعبي (٢٠٢٣) التي أكدت أن

ممارسي العلاقات العامة في السعودية يوظفون أدوات الذكاء الاصطناعي بشكل بارز في خلق أدوات تفاعلية ورصد التحديات الرقمية، كما تتسق مع ما أظهرته دراسة أبو عباة (٢٠٢٣) من أن الممارسين يدركون أهمية الذكاء الاصطناعي لكنهم يواجهون تحديات تقنية وإدارية تحد من الاستفادة المثلى منه. وبذلك يتضح أن نجاح البنوك في التصدي للحملات السلبية يتطلب الجمع بين قدرات الذكاء الاصطناعي في الرصد والتحليل، وبين الخبرة البشرية في صياغة الرسائل الاتصالية وصيانة السمعة المؤسسية.

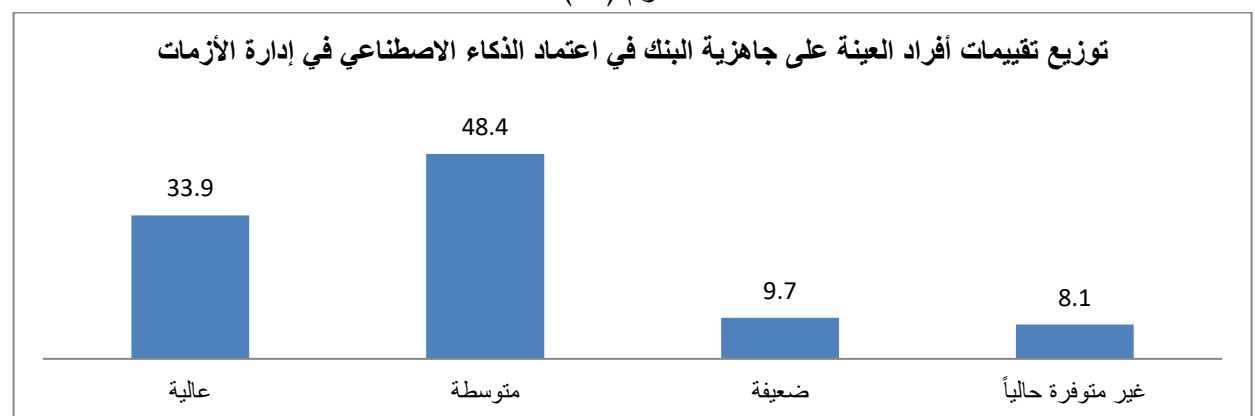
٦- تقييم جاهزية البنك في اعتماد الذكاء الاصطناعي في إدارة الأزمات:

يستعرض جدول (١٣) توزيع تقييمات أفراد العينة على جاهزية البنك في اعتماد الذكاء الاصطناعي في إدارة الأزمات، وتشير النتائج بالجدول أن (٣٣,٩%) من افراد العينة يرون أن البنك جاهز بدرجة عالية في اعتماد الذكاء الاصطناعي في إدارة الأزمات، بينما (٤٨,٤%) يرون أن الجاهزية متوسطة، (٩,٧%) يرون الجاهزية ضعيفة، في حين أن (٨,١%) يرون أنه لا توجد جاهزية حالياً.

جدول (١٣) توزيع تقييمات أفراد العينة على جاهزية البنك في اعتماد الذكاء الاصطناعي في إدارة الأزمات

الأزمات	التكرارات	%	النسبة الفعلية	النسبة المكملة
عالية	٢١	٣٣,٩	٣٣,٩	٣٣,٩
متوسطة	٣٠	٤٨,٤	٤٨,٤	٨٢,٣
ضعيفة	٦	٩,٧	٩,٧	٩١,٩
غير متوفرة حالياً	٥	٨,١	٨,١	١٠٠,٠
الاجمالي	٦٢	١٠٠,٠	١٠٠,٠	

شكل رقم (١٢)



يتضح مما سبق أن تقييم المبحوثين لجاهزية البنوك السعودية في اعتماد الذكاء الاصطناعي لإدارة الأزمات يتسم بقدر من التفاوت، حيث يرى (٣٣,٩%) أن الجاهزية مرتفعة، فيما اعتبر (٤٨,٤%) أن الجاهزية متوسطة، في حين أفاد (٩,٧%) بأنها ضعيفة، وذكر (٨,١%) أنه لا توجد جاهزية حالياً. ويعكس هذا التوزيع

اتجاهات ممارسي العلاقات العامة نحو استخدام أدوات الذكاء الاصطناعي في إدارة الأزمات وأتمتة العمليات الاتصالية في البنوك السعودية

أن غالبية البنوك السعودية ما تزال في مرحلة الجاهزية المتوسطة، أي أنها بدأت بخطوات عملية نحو توظيف أدوات الذكاء الاصطناعي، لكنها لم تصل بعد إلى مستوى التكامل المؤسسي الكامل الذي يتيح الاعتماد عليها بفاعلية في مختلف مراحل إدارة الأزمات. وهذا يشير إلى أن الاستعداد الحالي يظل في إطار البنية التحتية والتخطيط أكثر من كونه في إطار التطبيق العملي الشامل. وتتفق هذه النتيجة مع ما أظهرته دراسة السقاط والسقاف (٢٠٢٥) التي بينت أن البنوك السعودية تعتمد على الذكاء الاصطناعي في إدارة المخاطر لكنها تواجه تحديات تتعلق بالتكلفة والتدريب وحماية البيانات، كما تتسجم مع ما أشار إليه (McGee (2024 من أن المؤسسات المالية عالمياً تشهد فجوة بين انتشار تطبيقات الذكاء الاصطناعي ومستوى جاهزيتها الفعلي لتبنيها. وبذلك تؤكد الدراسة أن الارتقاء بمستوى الجاهزية يتطلب خططاً استراتيجية طويلة المدى تشمل التدريب، الحوكمة الأخلاقية، والتكامل بين الإدارات التقنية والاتصالية.

٧- تفضيلات الأتمتة مقابل التدخل البشري:

توضح النتائج بجدول (١٤) تفضيلات الأتمتة مقابل التدخل البشري، ومن الجدول يتضح أن الأتمتة تدخل في كتابة البيانات الصحفية بما نسبته (٣٠,٦%)، وفي الرد على استفسارات العملاء بنسبة (٣٠,٦%)، وتدخل في إدارة الأزمات الاعلامية بنسبة (٣٠,٩%)، وفي مراقبة السمعة الرقمية بنسبة (١٢,٩%)، وفي تحليل بيانات التغطية الاعلامية بنسبة (١٦,١%)، بينما التدخل البشري الجزئي يدخل في كتابة البيانات الصحفية بما نسبته (٢٢,٦%)، وفي الرد على استفسارات العملاء بنسبة (٤١,٩%)، وتدخل في إدارة الأزمات الاعلامية بنسبة (١٤,٥%)، وفي مراقبة السمعة الرقمية بنسبة (١٢,٩%)، وفي تحليل بيانات التغطية الاعلامية بنسبة (٨,١%)، في حين أن التدخل البشري الكامل يدخل في كتابة البيانات الصحفية بما نسبته (٣٢,٣%)، وفي الرد على استفسارات العملاء بنسبة (١٩,٤%)، وتدخل في إدارة الأزمات الاعلامية بنسبة (٣٣,٩%)، وفي مراقبة السمعة الرقمية بنسبة (٨,١%)، وفي تحليل بيانات التغطية الاعلامية بنسبة (٦,٥%).

بجدول (١٤) تفضيلات الأتمتة مقابل التدخل البشري

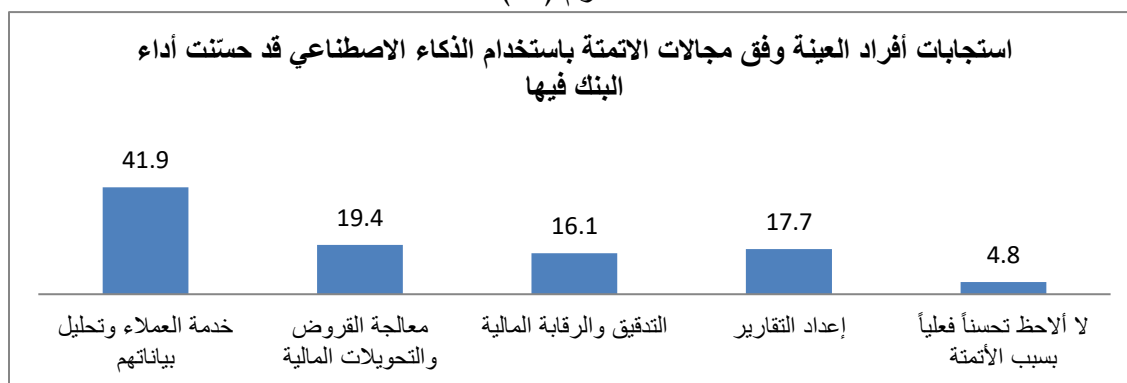
	كتابة البيانات الصحفية		الرد على استفسارات العملاء		إدارة الأزمات الاعلامية		مراقبة السمعة الرقمية		تحليل بيانات التغطية الاعلامية	
	تكرار	%	تكرار	%	تكرار	%	تكرار	%	تكرار	%
أتمتة كاملة	19	30.6%	19	30.6%	6	9.7%	8	12.9%	10	16.1%
تدخل بشري جزئي	14	22.6%	26	41.9%	9	14.5%	8	12.9%	5	8.1%
تدخل بشري كامل	20	32.3%	12	19.4%	21	33.9%	5	8.1%	4	6.5%

٨- ما المجالات التي ترى أن الائتمنة باستخدام الذكاء الاصطناعي قد حسّنت أداء البنك فيها؟ يستعرض جدول (١٥) توزيع استجابات أفراد العينة وفق المجالات التي ترى أن الائتمنة باستخدام الذكاء الاصطناعي قد حسّنت أداء البنك فيها، وتشير النتائج أن (٤١,٩%) أفادوا أن الائتمنة باستخدام الذكاء الاصطناعي قد حسّنت أداء البنك في مجال خدمة العملاء وتحليل بياناتهم، (١٩,٤%) أشاروا أن المجالات هي معالجة القروض والتحويلات المالية، (١٦,١%) التدقيق والرقابة المالية، في حين أن (١٧,٧%) أشاروا إلى اعداد التقارير.

جدول (١٥) استجابات أفراد العينة وفق المجالات التي ترى أن الائتمنة باستخدام الذكاء الاصطناعي قد حسّنت أداء البنك فيها

الأزمات	التكرارات	%	النسبة الفعلية	النسبة المكملة
خدمة العملاء وتحليل بياناتهم	26	41.9	41.9	41.9
معالجة القروض والتحويلات المالية	12	19.4	19.4	61.3
التدقيق والرقابة المالية	10	16.1	16.1	77.4
إعداد التقارير	11	17.7	17.7	95.2
لا ألاحظ تحسناً فعلياً بسبب الائتمنة	3	4.8	4.8	100.0
الاجمالي	62	100.0	100.0	

شكل رقم (١٣)



٩- دور الذكاء الاصطناعي المناسب عند طلب عميل لقرض:

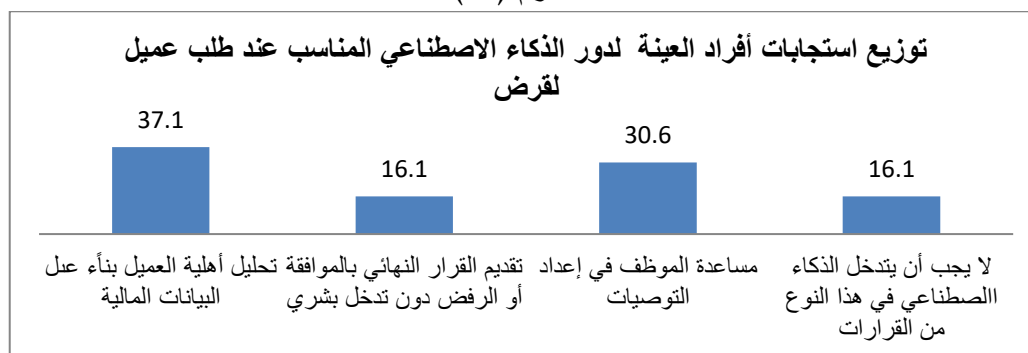
يستعرض جدول (١٦) توزيع استجابات أفراد العينة لدور الذكاء الاصطناعي المناسب عند طلب عميل لقرض، وقد أفاد المبحوثون بعدد من الأدوار هي: تحليل أهلية العميل بناءً على البيانات المالية بنسبة (٣٧,١%)، تقديم القرار النهائي بالموافقة أو الرفض دون تدخل بشري بنسبة (١٦,١%)، مساعدة الموظف في إعداد التوصيات بنسبة (٣٠,٦%)، لا يجب أن يتدخل الذكاء الاصطناعي في هذا النوع من القرارات (١٦,١%).

اتجاهات ممارسي العلاقات العامة نحو استخدام أدوات الذكاء الاصطناعي في إدارة الأزمات وأتمتة العمليات الاتصالية في البنوك السعودية

جدول (١٦) توزيع استجابات أفراد العينة لدور الذكاء الاصطناعي المناسب عند طلب عميل لقرض

النسبة المكملة	النسبة الفعلية	%	التكرارات	
37.1	37.1	37.1	23	تحليل أهلية العميل بناءً على البيانات المالية
53.2	16.1	16.1	10	تقديم القرار النهائي بالموافقة أو الرفض دون تدخل بشري
83.9	30.6	30.6	19	مساعدة الموظف في إعداد التوصيات
100.0	16.1	16.1	10	لا يجب أن يتدخل الذكاء الاصطناعي في هذا النوع من القرارات
	100.0	100.0	62	الاجمالي

شكل رقم (١٤)



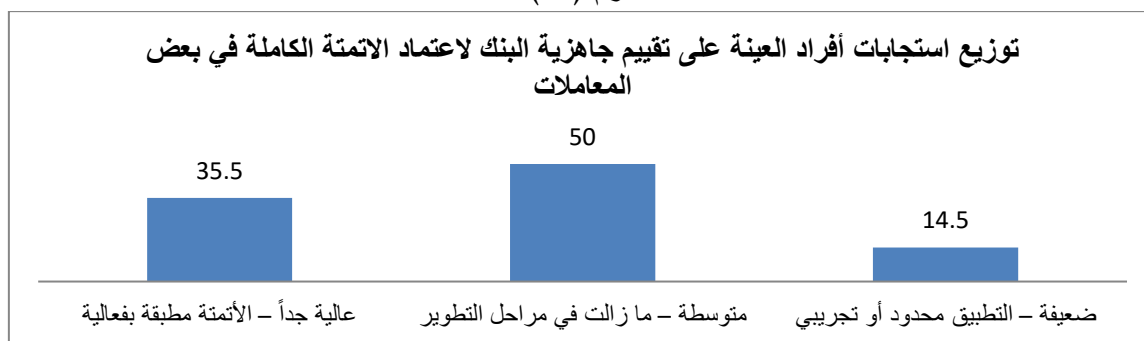
١٠- تقييم جاهزية البنك لاعتماد الأتمتة الكاملة في بعض المعاملات:

يستعرض جدول (١٧) توزيع استجابات أفراد العينة على تقييم جاهزية البنك لاعتماد الأتمتة الكاملة في بعض المعاملات، وتوضح النتائج أن (٣٥,٥%) قيموا بـعالية جداً - الأتمتة مطبقة بفعالية، وقيمها (٥٠%) من المبحوثين بأنها متوسطة - ما زالت في مراحل التطوير، في حين قيمها (١٤,٥%) على أنها ضعيفة - التطبيق محدود أو تجريبي.

جدول (١٧) توزيع استجابات أفراد العينة على تقييم جاهزية البنك لاعتماد الأتمتة الكاملة في بعض المعاملات

النسبة المكملة	النسبة الفعلية	%	التكرارات	
35.5	35.5	35.5	22	بفعالية مطبقة الأتمتة - جداً عالية
85.5	50.0	50.0	31	التطوير مراحل في زالت ما - متوسطة
100.0	14.5	14.5	9	تجريبي أو محدود التطبيق - ضعيفة
	100.0	100.0	62	الاجمالي

شكل رقم (١٥)



١١- اختبارات الفروق:

١- الفرق في (الوعي بتقنيات الذكاء الاصطناعي، واستخدامات الذكاء الاصطناعي في العلاقات العامة، والتحديات المرتبطة باستخدام الذكاء الاصطناعي) وفق الجنس.

يتوقع الفرض البحثي وجود فروق في (الوعي بتقنيات الذكاء الاصطناعي، واستخدامات الذكاء الاصطناعي في العلاقات العامة، والتحديات المرتبطة باستخدام الذكاء الاصطناعي) وفق الجنس، ولاختبار هذا الفرض وبعد التأكد من أن البيانات لا تتبع التوزيع الطبيعي، تم عمل اختبار مان ويتي كما في جدول (١٨) وتوضح النتائج بالجدول أن قيم مان ويتي غير دالة احصائياً، وبالتالي لا توجد فروق في (الوعي بتقنيات الذكاء الاصطناعي، واستخدامات الذكاء الاصطناعي في العلاقات العامة، والتحديات المرتبطة باستخدام الذكاء الاصطناعي) وفق الجنس.

جدول (١٨) نتائج اختبار مان ويتي للفروق وفق الجنس

الجنس	عدد	متوسط الرتب	مجموع الرتب	مان ويتي	مستوى الدلالة
ذكر	40	30.23	1209.00		
	22	33.82	744.00		
	62				
أنثى	40	28.95	1158.00		
	22	36.14	795.00		
	62				
الإجمالي	40	32.18	1287.00		
	22	30.27	666.00		
	62				

٢- الفرق في (الوعي بتقنيات الذكاء الاصطناعي، واستخدامات الذكاء الاصطناعي في العلاقات العامة، والتحديات المرتبطة باستخدام الذكاء الاصطناعي) وفق العمر.

يتوقع الفرض البحثي وجود فروق في (الوعي بتقنيات الذكاء الاصطناعي، واستخدامات الذكاء الاصطناعي في العلاقات العامة، والتحديات المرتبطة باستخدام الذكاء الاصطناعي) وفق العمر، واختبار هذ الفرض وبعد التأكد من أن البيانات لا تتبع التوزيع الطبيعي، تم عمل اختبار كروس كال واليس كما في جدول (١٩) وتوضح النتائج بالجدول أن جميع قيم مربع كاي غير دالة احصائياً، وبالتالي لا توجد فروق في (الوعي بتقنيات الذكاء الاصطناعي، واستخدامات الذكاء الاصطناعي في العلاقات العامة، والتحديات المرتبطة باستخدام الذكاء الاصطناعي) وفق العمر.

جدول (١٩) نتائج اختبار كروس كال واليس للفروق وفق العمر

مستوى الدلالة	مربع كاي	متوسط الرتب	عدد	العمر	
		36.25	24	أقل من ٣٠ سنة	
		24.64	18	من ٣٠ إلى ٤٠ سنة	
		31.98	20	أكبر من ٤٠ سنة	
			62	الاجمالي	
		31.08	24	أقل من ٣٠ سنة	
		33.83	18	من ٣٠ إلى ٤٠ سنة	
		29.90	20	أكبر من ٤٠ سنة	
			62	الاجمالي	
		35.85	24	أقل من ٣٠ سنة	
		28.78	18	من ٣٠ إلى ٤٠ سنة	
		28.73	20	أكبر من ٤٠ سنة	
			62	الاجمالي	

٣- الفرق في (الوعي بتقنيات الذكاء الاصطناعي، واستخدامات الذكاء الاصطناعي في العلاقات العامة، والتحديات المرتبطة باستخدام الذكاء الاصطناعي) وفق المؤهل العلمي.

يتوقع الفرض البحثي وجود فروق في (الوعي بتقنيات الذكاء الاصطناعي، واستخدامات الذكاء الاصطناعي في العلاقات العامة، والتحديات المرتبطة باستخدام الذكاء الاصطناعي) وفق المؤهل العلمي، واختبار هذ الفرض وبعد التأكد من أن البيانات لا تتبع التوزيع الطبيعي، تم عمل اختبار كروس كال واليس كما في جدول (٢٠) وتوضح النتائج بالجدول أن قيمة مربع كاي دالة احصائياً للفروق في استخدامات الذكاء الاصطناعي في العلاقات العامة، وبالتالي توجد فروق في (استخدامات الذكاء الاصطناعي في العلاقات العامة) وفق المؤهل العلمي، وبالنظر إلى متوسط الرتب يتضح أن الفروق لصالح الحاصلين على ماجستير.

بينما لم تتواجد فروق في (الوعي بتقنيات الذكاء الاصطناعي، والتحديات المرتبطة باستخدام الذكاء الاصطناعي) وفق المؤهل العلمي.

جدول (٢٠) نتائج اختبار كروس كال واليس للفروق وفق المؤهل العلمي

مستوى الدلالة	مربع كاي	متوسط الرتب	عدد	المؤهل العلمي
		29.34	46	بكالوريوس
		36.59	11	ماجستير
		40.20	5	دكتورة
			62	الاجمالي
		29.00	46	بكالوريوس
		45.95	11	ماجستير
		22.70	5	دكتورة
			62	الاجمالي
		30.67	46	بكالوريوس
		30.82	11	ماجستير
		40.60	5	دكتورة
			62	الاجمالي

٤- الفرق في (الوعي بتقنيات الذكاء الاصطناعي، واستخدامات الذكاء الاصطناعي في العلاقات العامة، والتحديات المرتبطة باستخدام الذكاء الاصطناعي) وفق عدد سنوات الخبرة في العلاقات العامة.

يتوقع الفرض البحثي وجود فروق في (الوعي بتقنيات الذكاء الاصطناعي، واستخدامات الذكاء الاصطناعي في العلاقات العامة، والتحديات المرتبطة باستخدام الذكاء الاصطناعي) وفق عدد سنوات الخبرة في العلاقات العامة، ولاختبار هذ الفرض وبعد التأكد من أن البيانات لا تتبع التوزيع الطبيعي، تم عمل اختبار كروس كال واليس كما في جدول (٢١) وتوضح النتائج أن جميع قيم مربع كاي غير دالة احصائياً، وبالتالي لا توجد فروق في (الوعي بتقنيات الذكاء الاصطناعي، واستخدامات الذكاء الاصطناعي في العلاقات العامة، والتحديات المرتبطة باستخدام الذكاء الاصطناعي) وفق عدد سنوات الخبرة في العلاقات العامة.

جدول (٢١) نتائج اختبار كروس كال واليس للفروق وفق عدد سنوات الخبرة في العلاقات العامة

مستوى الدلالة	مربع كاي	متوسط الرتب	عدد	عدد سنوات الخبرة في العلاقات العامة
		33.44	34	أقل من ٥ سنوات
		20.75	8	من ٥ إلى ١٠ سنوات

		32.50	20	أكثر من ١٠ سنوات	
			62	الاجمالي	
		32.69	34	أقل من ٥ سنوات	
		25.88	8	من ٥ إلى ١٠ سنوات	
		31.73	20	أكثر من ١٠ سنوات	
			62	الاجمالي	
		32.31	34	أقل من ٥ سنوات	
		37.69	8	من ٥ إلى ١٠ سنوات	
		27.65	20	أكثر من ١٠ سنوات	
			62	الاجمالي	

أظهرت نتائج اختبارات الفروض أن الفروق في الوعي بتقنيات الذكاء الاصطناعي، واستخداماته في العلاقات العامة، والتحديات المرتبطة به لم تكن دالة إحصائياً وفق متغيري الجنس والعمر وعدد سنوات الخبرة، مما يشير إلى أن التعامل مع الذكاء الاصطناعي في بيئة البنوك السعودية يمثل مطلباً مهنيّاً عامّاً لا يتأثر بالفروق الديموغرافية التقليدية، وهو ما يعزز الطابع المؤسسي للتكنولوجيا بوصفها أداة مشتركة بين جميع الممارسين. في المقابل، أظهرت النتائج وجود فروق دالة وفق المؤهل العلمي في مجال استخدامات الذكاء الاصطناعي، حيث جاءت الفروق لصالح الحاصلين على درجة الماجستير، بينما لم تظهر فروق في الوعي أو التحديات. ويعكس ذلك أن المستوى الأكاديمي المتقدم يسهم في تعزيز القدرة على توظيف أدوات الذكاء الاصطناعي عملياً في العلاقات العامة، وتتسق هذه النتيجة مع ما أشارت إليه دراسات سابقة مثل دراسة صابر (٢٠٢٢) التي أكدت دور المعرفة والمهارات المكتسبة في تفسير الفروق بين الممارسين، بينما تدعم النتائج الأخرى ما توصلت إليه دراسات محلية كدراسة الشعيبي (٢٠٢٣) من أن إدراك أهمية الذكاء الاصطناعي يرتبط بالاستخدام الفعلي أكثر من الارتباط بالخصائص الشخصية أو الخبرات التقليدية.

نتائج الدراسة الحالية ومقارنتها بنتائج الدراسات السابقة

عند مناقشة نتائج الدراسة الحالية في ضوء الدراسات السابقة، يتضح وجود أوجه اتفاق وأوجه اختلاف. فقد اتفقت النتائج مع ما توصلت إليه دراسة (Alkahtani 2025) التي أبرزت أن توظيف الذكاء الاصطناعي في المؤسسات السعودية يتركز بشكل أساسي في إنتاج المحتوى وتحليل البيانات، بينما يظل استخدامه في التطبيقات التحليلية والتنبؤية محدوداً، وهو ما ظهر أيضاً في هذه الدراسة التي بينت أن الاعتماد الأكبر ينصب على صياغة البيانات الصحفية وتتبع السمعة الرقمية، مع ضعف الحضور في الرصد المبكر للأزمات وتحليل بيانات الجمهور. كما تتفق النتائج مع ما توصلت إليه دراسة صابر (٢٠٢٢) في البنوك المصرية، التي أكدت أن المستويات المتقدمة من الذكاء الاصطناعي مثل البديهي والعاطفي ما تزال محدودة الاستخدام،

وأن الاعتماد الأكبر يظل على المستويات الميكانيكية والتحليلية. كذلك، تتسق النتائج مع دراسة أبو عباة (٢٠٢٣) التي أظهرت أن الممارسين السعوديين على وعي بأهمية الذكاء الاصطناعي لكنهم يواجهون تحديات تقنية وإدارية تحد من الاستفادة المثلى منه، وهو ما يتطابق مع ما كشفته هذه الدراسة من هيمنة التحديات الأخلاقية والتقنية على رأس معوقات التوظيف.

وفي السياق نفسه، جاءت نتائج هذه الدراسة متفقة مع ما أشارت إليه دراسة (Albert 2025) من أن التحديات الأخلاقية وقضايا الحوكمة والشفافية تشكل أبرز العوائق أمام دمج الذكاء الاصطناعي في المؤسسات المالية، وهو ما ظهر هنا في تصدر التخوفات الأخلاقية قائمة التحديات التي تواجه ممارسي العلاقات العامة. كما تدعم نتائج الدراسة الحالية ما أبرزه (McGee 2024) من وجود فجوة بين الانتشار السريع لتطبيقات الذكاء الاصطناعي ومستوى الجاهزية المؤسسية للتعامل معها، حيث أظهرت النتائج أن غالبية البنوك السعودية لا تزال عند مستوى متوسط من الجاهزية، وأن الخطط والأطر موجودة لكن التطبيق العملي المتكامل لم يتحقق بعد.

في المقابل، تختلف الدراسة الحالية عن بعض الدراسات السابقة من حيث نطاق الاهتمام؛ إذ ركزت دراسات مثل الشعبي (٢٠٢٣) وأبو عباة (٢٠٢٣) على اتجاهات الممارسين في العلاقات العامة بشكل عام أو في مؤسسات محددة، بينما ركزت هذه الدراسة على البنوك السعودية في سياق إدارة الأزمات، وهو ما يمنحها بعداً تطبيقياً أكثر ارتباطاً بالقطاع المالي. كما أن نتائج الفروق الديموغرافية أظهرت عدم وجود فروق وفق الجنس أو العمر أو الخبرة، وهو ما يختلف عما أشارت إليه بعض الدراسات مثل صابر (٢٠٢٢) التي بينت وجود فروق مرتبطة بالمستوى المهني والخبرة.

بذلك يمكن القول إن الدراسة الحالية تعزز الاتجاهات العامة في الأدبيات السابقة التي تؤكد محدودية الاستخدام المتقدم للذكاء الاصطناعي في العلاقات العامة وتنامي التحديات الأخلاقية والتنظيمية، لكنها تضيف مساهمة جديدة من خلال التركيز على البنوك السعودية في مجال إدارة الأزمات، مبرزةً فجوة بحثية واضحة تتمثل في الحاجة إلى دراسات معمقة تربط بين الأبعاد التقنية والاتصالية في هذا السياق.

نتائج الدراسة

أن النتائج الكمية للدراسة تكشف عن صورة متوازنة لكنها غير مكتملة لتبني أدوات الذكاء الاصطناعي في وظائف العلاقات العامة داخل البنوك السعودية. حيث يظهر مؤشر الوعي بتقنيات الذكاء الاصطناعي عند مستوى متوسط، ويتمحور حول المعرفة العامة ومتابعة الأخبار والتقارير، بينما يتراجع الإلمام الإجرائي بالأدوات المتخصصة والمشاركة في الدورات التدريبية. هذه الفجوة بين "المعرفة التصريحية" و"الكفاءة التشغيلية" تفسر بدورها نمط الاستخدام الفعلي الذي جاء بدوره متوسطاً؛ إذ يتركز الاعتماد على الذكاء

اتجاهات ممارسي العلاقات العامة نحو استخدام أدوات الذكاء الاصطناعي في إدارة الأزمات وأتمتة العمليات الاتصالية في البنوك السعودية

الاصطناعي في مهام اتصالية مباشرة مثل صياغة البيانات الصحفية بمساندة النماذج اللغوية وتتبع السمعة الرقمية، مقابل حضور أضعف للتطبيقات التحليلية والتنبؤية كتحليل بيانات الجمهور والرصد المبكر للأزمات، الأمر الذي يحدّ من توظيف الذكاء الاصطناعي كرافعة استباقية في إدارة الأزمات.

كما تشير نتائج الدراسة إلى أن التحديات الأخلاقية تمثل أحد أكثر الجوانب حساسية وتعقيدًا في توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي داخل قطاع البنوك السعودية، ولا سيما في مجالات العلاقات العامة وإدارة الاتصال المؤسسي. فقد أظهرت النتائج أن ممارسي العلاقات العامة يدركون بعمق أن التحول نحو الأتمتة الذكية لا يرتبط فقط بالكفاءة التقنية، بل يتجاوزها إلى قضايا قيمية تمس جوهر العمل المؤسسي القائم على المصداقية والشفافية والمسؤولية. وتُعد المخاوف الأخلاقية من أبرز هذه التحديات، حيث عبّر المشاركون في الدراسة عن قلقهم من احتمالية أن تنتج الأنظمة الذكية رسائل أو محتوى لا يتوافق مع سياسة البنك أو مع الأعراف الأخلاقية للمجتمع، وهو ما قد يؤدي إلى أزمات في الثقة بين المؤسسة وجمهورها. وتظهر هذه الهواجس بوضوح في ظل الاعتماد المتزايد على أدوات مثل الروبوتات الحوارية والتحليلات التنبؤية، التي تعمل بشكل مستقل إلى حد كبير، مما يجعل من الصعب أحيانًا ضبط توجهاتها أو تفسير قراراتها بدقة.

يُضاف إلى ذلك أن الاعتماد المتنامي على الذكاء الاصطناعي قد يؤدي إلى تراجع الدور الإنساني في اتخاذ القرار الاتصالي، وهو ما يثير تساؤلات حول فقدان الحس الإنساني في التعامل مع القضايا الحساسة أو الأزمات الطارئة. ويعكس هذا التحدي ازدواجية قائمة بين الرغبة في تسريع العمليات وتحسين الكفاءة من جهة، والحفاظ على البعد الإنساني والأخلاقي للاتصال المؤسسي من جهة أخرى. كما برزت مشكلة نقص الكفاءات التقنية القادرة على الإشراف الأخلاقي والمهني على أنظمة الذكاء الاصطناعي، حيث يرى العديد من الممارسين أن ضعف التدريب وعدم وضوح الأطر التنظيمية يفتح المجال أمام استخدامات غير منضبطة قد تخل بمبادئ العدالة والمساءلة.

وتشير النتائج أيضًا إلى صعوبة تقييم فاعلية هذه الأدوات من منظور أخلاقي، إذ لا توجد حتى الآن مؤشرات معيارية تقيس مدى التزام أنظمة الذكاء الاصطناعي بالقيم المؤسسية أو قدرتها على اتخاذ قرارات مسؤولة اجتماعيًا. وقد انعكس هذا التحدي في المتوسطات الحسابية التي تراوحت بين (٢,٢٩) و(٢,٥٦)، مما يؤكد أن الجانب الأخلاقي لا يزال يمثل محور القلق الأكبر لدى الممارسين مقارنة بالتحديات التقنية البحتة. وتتقاطع هذه النتائج مع ما توصلت إليه دراسات دولية حديثة، مثل دراسة (Albert 2025) التي أكدت أن الحوكمة الأخلاقية تشكل العمود الفقري لدمج الذكاء الاصطناعي في المؤسسات المالية، ودراسة الشعيبي (٢٠٢٣) التي حذّرت من فقدان السيطرة على التطبيقات البرمجية، ودراسة أبو عباة (٢٠٢٣) التي رصدت المعوقات التقنية والإدارية كأحد أبرز مصادر التحدي.

من خلال هذه المعطيات، يتضح أن التحديات الأخلاقية الناتجة عن استخدام الذكاء الاصطناعي في البنوك السعودية لا تقتصر على الجانب التقني، بل تمتد إلى بنية الثقة التنظيمية وآليات الحوكمة والتفاعل مع الجمهور. ويتطلب تجاوز هذه التحديات تبني أطر تشريعية وتنظيمية واضحة، وتعزيز ثقافة الوعي الأخلاقي لدى الممارسين، وتطوير برامج تدريب متخصصة تضمن الاستخدام المسؤول والمتوازن لتقنيات الذكاء الاصطناعي. فالمستقبل الأخلاقي للذكاء الاصطناعي في البنوك السعودية مرهون بقدرة المؤسسات على إيجاد التوازن بين الكفاءة التقنية والقيم الإنسانية، بحيث تظل التكنولوجيا وسيلة لتعزيز الثقة لا عاملاً في تقويضها.

أما جاهزية البنوك لتوظيف الذكاء الاصطناعي في إدارة الأزمات فتظهر عند مستوى "متوسط" لدى نصف العينة تقريباً؛ إذ تتوفر خطط أولية وتنسيق جزئي وبرامج تدريب محدودة، بينما يظل التنبؤ التشغيلي المتقدم - مثل التحديث الدوري للتحليلات واختبار الأنظمة في سيناريوهات فعلية - ضعيف الحضور. ويتضح كذلك أن مسؤوليات إدارة الأزمات المعتمدة على الذكاء الاصطناعي تتموضع أساساً في أقسام تقنية المعلومات أكثر من كونها وظيفة اتصالية استراتيجية؛ ما يعني التعامل مع الذكاء الاصطناعي كأصل تقني لا كمنظومة قرار اتصالي متعدد الاختصاصات، وهو تموضع يقيد الأثر الاتصالي للأدوات ويؤخر دمجها في دورة القرار الإعلامي.

وفي مواجهة الحملات الرقمية السلبية، ترى الغالبية أن القيمة المضافة للذكاء الاصطناعي تكمن في الرصد والتحليل وتحديد مصادر المحتوى السلبي، مع اعتماد أقل عليه في تصميم الاستجابات الاتصالية؛ ما يعكس تقديرًا واقعيًا لدور الذكاء الاصطناعي كـ"ذراع تحليلية" مكملّة للخبرة البشرية في صياغة الرسائل وإدارة السمعة. وتضيف اختبارات الفروق بُعدًا تفسيريًا مهمًا؛ إذ لم تظهر فروق دالة حسب الجنس أو العمر أو سنوات الخبرة في الوعي والاستخدام والتحديات، بما يشير إلى أن الذكاء الاصطناعي أصبح مطلبًا مهنيًا عابرًا للفروق الديموغرافية. في المقابل، ظهرت فروق دالة في الاستخدام لصالح الحاصلين على الماجستير دون فروق في الوعي أو التحديات، ما يوحي بأن التعليم العالي يرفع "القابلية التشغيلية" لاستخدام الأدوات عبر تنمية مهارات التحليل والتقييم أكثر من تأثيره على المعارف العامة أو إدراك المعوقات.

توصيات ومقترحات الدراسة:

١. ضرورة تنظيم برامج تدريبية متخصصة لممارسي العلاقات العامة في البنوك السعودية تركز على الاستخدامات التطبيقية المتقدمة للذكاء الاصطناعي، بما يساهم في سد الفجوة بين المعرفة النظرية والمهارات التشغيلية.

٢. وضع سياسات واضحة للحوكمة والأخلاقيات في استخدام الذكاء الاصطناعي بالقطاع المصرفي، بما يضمن الشفافية ويحد من المخاوف المتعلقة بالثقة والسيطرة على المخرجات.

اتجاهات ممارسي العلاقات العامة نحو استخدام أدوات الذكاء الاصطناعي في إدارة الأزمات وأتمتة العمليات الاتصالية في البنوك السعودية

٣. ضرورة دمج أقسام العلاقات العامة مع إدارات تقنية المعلومات والمخاطر والقانون في فرق عمل مشتركة لإدارة الأزمات، بحيث يُنظر إلى الذكاء الاصطناعي كأداة استراتيجية متكاملة لا مجرد مورد تقني.
٤. الاستثمار في القدرات التنبؤية والتحليلية للذكاء الاصطناعي مثل رصد الأزمات المبكر وتحليل بيانات العملاء، بما يعزز قدرة البنوك على الاستجابة الاستباقية لمختلف أنواع الأزمات.
٥. إجراء محاكاة وسيناريوهات فعلية لاختبار فعالية أدوات الذكاء الاصطناعي في إدارة الأزمات، لضمان جاهزيتها ومواءمتها للواقع العملي.
٦. تشجيع الدراسات المستقبلية التي تربط بين الأبعاد التقنية والاتصالية للذكاء الاصطناعي في السياق المصرفي العربي والخليجي، بما يساهم في سد الفجوة البحثية وتعزيز الأدبيات المتخصصة في هذا المجال.

خاتمة الدراسة

إجمالاً يمكن القول أن الدراسة الحالية توصلت إلى أن توظيف أدوات الذكاء الاصطناعي في إدارة الأزمات وأتمتة العمليات الاتصالية داخل البنوك السعودية ما يزال في مرحلة انتقالية تتسم بوعي متوسط وتطبيقات محدودة تتركز في مجالات إنتاج المحتوى ومتابعة السمعة الرقمية، بينما يظل الاستخدام التحليلي والتنبؤي ضعيفاً نسبياً. كما أظهرت النتائج أن التحديات الأخلاقية وهواجس الثقة والشفافية تأتي في مقدمة المعوقات، يليها فقدان السيطرة على الرسائل المنتجة آلياً ونقص الكفاءات التقنية وصعوبة تقييم الفاعلية، وهو ما يعكس الحاجة إلى أطر تنظيمية وأخلاقية أكثر وضوحاً. وبينت الدراسة أيضاً أن أبرز الأزمات التي تواجه البنوك تتمثل في أزمات الأمن السيبراني وفقدان ثقة العملاء، وأن مستوى جاهزية البنوك السعودية لتبني الذكاء الاصطناعي لا يزال متوسطاً، ما يشير إلى وجود فجوة بين الوعي بأهمية هذه الأدوات وبين دمجها المؤسسي الشامل في الاستراتيجيات الاتصالية. كما أكدت نتائج الفروق أن التعامل مع الذكاء الاصطناعي يمثل مطلباً مؤسسياً عاماً لا يتأثر بخصائص الجنس أو العمر أو الخبرة، بينما أظهرت الفروق لصالح الحاصلين على الماجستير في الاستخدامات العملية، بما يبرز أهمية الخلفية الأكاديمية في تعزيز القدرة على توظيف الأدوات الرقمية.

قائمة المصادر والمراجع

المراجع العربية

- أرام أبو عبا. (٢٠٢٣). اتجاهات ممارسي العلاقات العامة نحو توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في شركة الاتصالات السعودية. مجلة بحوث العلاقات العامة للشرق الأوسط، ٣٨٣-٤٢٦.
- إكرام طيبي، و أمينة موالى. (٢٠٢٣). أثر الذكاء الاصطناعي على أداء البنوك التجارية: دراسة حالة البنوك التجارية لولايته البيضاء وتيارت. مجلة دراسات اقتصادية، ٢٣(١)، ٣٣-٤٨.

حسن الحجرف، و مبارك نايف. (٢٠٢٤). دور الذكاء الاصطناعي في تعزيز الأمن السيبراني: رؤى نظرية. مجلة الدراسات الجامعية للبحوث الشاملة (USRIJ)، ٥ (٣٢)، ١٤٠٧١-١٤٠٩١.

ريهام دياب. (٢٠٢٢). دور الذكاء الاصطناعي في تحسين أداء الخدمات المصرفية. المجلة العربية للمعلوماتية وأمن المعلومات، ٦٧-٩٦.

شيماء صابر. (٢٠٢٢). اتجاهات ممارسي العلاقات العامة نحو توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في البنوك المصرية: دراسة تطبيقية. المجلة العلمية لبحوث الإعلام وتكنولوجيا الاتصال، كلية الإعلام وتكنولوجيا الاتصال، ٣٠٤-٣٦٧.

عبير كحلة، ومحمد أشرف. (٢٠٢٤). أثر استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي المالي في البنوك التجارية كمدخل لتفعيل الشمول المالي الرقمي: دراسة ميدانية. المجلة العلمية لكلية التجارة (اسيوط)، ٤٤ (٨٢)، ٣٥٠-٢٨٣.

غدير الجبار. (٢٠٢٠). غدير. جامعة الشرق الأوسط، قسم المحاسبة. عمان - الأردن: كلية الأعمال.

فراس السقّاط، وأحمد السقّاف. (٢٠٢٥). تأثير الذكاء الاصطناعي على إدارة المخاطر في البنوك السعودية : دراسة استطلاعية لآراء عينة من موظفي البنوك في مدينة جدة. مجلة العلوم التربوية والإنسانية، ٢٤٧-٢٦٨.

منى المطيري، حسن الحلافي، والمعتصم العباس. (٢٠٢٥). استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي المتقدم لتحسين الأداء المؤسسي بقطاعات الأعمال بمدينة الرياض مجلة العلوم الاقتصادية والإدارية والقانونية، ٩ (٩)، ١٠٥-١.

مها الشعيبي. (٢٠٢٣). اتجاهات ممارسي العلاقات العامة نحو توظيف أدوات الذكاء الاصطناعي في مجال عملهم. "مجلة اتحاد الجامعات العربية لبحوث الإعلام وتكنولوجيا الاتصال"، ٤٩-٧٩.

نت الجزيرة. (٢٠٢٣). كيف تستفيد الخدمات المالية من الذكاء الاصطناعي؟ تم الاسترداد من الجزيرة نت:

<https://www.aljazeera.net/ebusiness/2024/9/15/%D8%A7%D9%84%D8%B0%D9%83%D8%A7%D8%A1-%D8%A7%D9%84%D8%A7%D8%B5%D8%B7%D9%86%D8%A7%D8%B9%D9%8A-%D8%A7%D9%84%D8%AE%D8%AF%D9%85%D8%A7%D8%AA-%D8%A7%D9%84%D9%85%D8%A7%D9%84%D9%8A%D8%A9>

هيلين ناشد. (٢٠٢٢). استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي لخدمة عملاء البنك في الريف المصري. مصر - القاهرة: جامعة مدينة السادات.

المراجع الأجنبية

Albert, L. (2025). Artificial Intelligence Applications in Financial Technology. Journal of Theoretical and Applied Electronic Commerce Research – MDPI, 1-5.

Alkahtani, A. (2025). The Use of Artificial Intelligence Technologies in Public Relations Practices within Saudi Organizations A Survey Study on a Sample of Public Relations Practitioners in the Kingdom of Saudi Arabia. Journal of Positive School Psychology, 1-21.

Choudhury, N., & Harrigan, P. (2014). CRM to social CRM: The integration of new technologies into customer relationship management. Journal of Strategic Marketing, 22(2), 149-176.

Cutlip, S., Center, A., & Broom, G. (2013). Effective Public Relations(11th ed.). Pearson.

Kanaparthi, V. (2024). AI-based Personalization and Trust in Digital Finance. arXiv .

Khan, A. A., Badshah, S., Liang, P., Khan, B., Waseem, M., Niazi, M., & Akbar, M. A. (2021). Ethics of AI: A Systematic Literature Review of Principles and Challenges. arXiv preprint arXiv:2109.07906. Link: <https://arxiv.org/abs/2109.07906>

Matthew Finio ،Keith O'Brien ،Amanda Downie (٢٠٢٥-٨-٢٢).

اتجاهات ممارسي العلاقات العامة نحو استخدام أدوات الذكاء الاصطناعي في إدارة الأزمات وأتمتة العمليات الاتصالية في البنوك السعودية

IBM: <https://www.ibm.com/sa-ar/think/topics/ai-in-banking>

McGee, F. (2024). Approaching emergent risks: An exploratory study into artificial intelligence risk management within financial organisations. arXiv.

Russell, S., & Norvig, P. (2021). Artificial Intelligence: A Modern Approach (4th ed.). Pearson.

المراجع العربية بالحروف اللاتينية

Ārām Abū ‘Abāh. (2023). Ittijāhāt mmārsy al-‘Alāqāt al-‘Āmmah Naḥwa Tawzīf taṭbīqāt al-dhakā’ alāštnā’y fī Sharikat al-ittiṣālāt al-Sa‘ūdīyah. Majallat Buḥūth al-‘Alāqāt al-‘Āmmah lil-Sharq al-Awsat, 383-426.

Ikrām Ṭībī, wa Amīnah mwāly. (2023). Athar al-dhakā’ alāštnā’y ‘alā adā’ al-bunūk al-Tijārīyah: dirāsah ḥālat al-bunūk al-Tijārīyah lwlāyty al-bīd wtyārt. Majallat Dirāsāt iqtisādīyah,, 23 (1), 33-48.

Ḥasan aljḥrf, wa Mubārak Nāyif. (2024). Dawr al-dhakā’ alāštnā’y fī ta‘zīz al-amn alsybrāny: Ru‘ā Naẓarīyat. Majallat al-Dirāsāt al-Jāmi‘īyah lil-Buḥūth al-shāmilah (USRJ), 5 (32), 14071-14091.

Rīhām Diyāb. (2022). wr al-dhakā’ alāštnā’y fī Taḥsīn adā’ al-Khidmāt al-maṣrifīyah. al-Majallah al-‘Arabīyah lil-Ma‘lūmātīyah wa-amn al-ma‘lūmāt, 67-96.

Shaymā’ Šābir. (2022). Ittijāhāt mmārsy al-‘Alāqāt al-‘Āmmah Naḥwa Tawzīf taṭbīqāt al-dhakā’ alāštnā’y fī al-bunūk al-Miṣrīyah : dirāsah taṭbīqīyah. al-Majallah al-‘Ilmīyah li-Buḥūth al-I‘lām wa-Tiknūlūjiyā al-ittiṣāl, Kullīyat al-I‘lām wa-Tiknūlūjiyā al-ittiṣāl, 304-367.

‘Abīr khllh, wa Muḥammad Ashraf. (2024). Athar istikhdām taṭbīqāt al-dhakā’ alāštnā’y al-mālī fī al-bunūk al-Tijārīyah ka-madkhal li-taf‘īl al-shumūl al-mālī al-raqmī : dirāsah maydānīyah. al-Majallah al-‘Ilmīyah li-Kullīyat al-Tijārah (Asyūt), 44 (82), 350-283.

Ghadīr al-Jabbār. (2020). Ghadīr. Jāmi‘at al-Sharq al-Awsat,, Qism al-muḥāsabah. ‘Ammān – al-Urdun.: Kullīyat al-A‘māl.

Firās alsqqāf, wa Aḥmad al-Saqqāf. (2025). Ta’tḥīr al-dhakā’ alāštnā’y ‘alā Idārat al-makhāṭir fī al-bunūk al-Sa‘ūdīyah: dirāsah istiṭlā‘īyah li-ārā’ ‘ayyīnah min muwazzafī al-bunūk fī Madīnat Jiddah. Majallat al-‘Ulūm al-Tarbawīyah wa-al-insānīyah, 247-268.

Firās alsqqāf, wa Aḥmad alsqqāf. (2025). Ta’tḥīr al-dhakā’ alāštnā’y ‘alā Idārat al-makhāṭir fī al-bunūk al-Sa‘ūdīyah. Majallat al-‘Ulūm al-Tarbawīyah wa-al-insānīyah, 247-268.

Munā al-Muṭayrī, Ḥasan alhlāfy, wālm’tsm al-‘Abbās. (2025). istikhdām Tiqniyāt al-dhakā’ alāštnā’y almtqdm li-taḥsīn al-adā’ al-mu’assasī bqtā’āt al-A‘māl bi-madīnat al-Riyāḍ (2025). Majallat al-‘Ulūm al-iqtisādīyah wa al-Idārīyah wa al-qānūnīyah, 9 (9), 1-15.

Mahā al-Shu‘aybī. (2023). Ittijāhāt mmārsy al-‘Alāqāt al-‘Āmmah Naḥwa Tawzīf adawāt al-dhakā’ alāštnā’y fī majāl ‘mlhm. "Majallat Ittiḥād al-jāmi‘āt al-‘Arabīyah li-Buḥūth al-I‘lām wa-Tiknūlūjiyā al-ittiṣāl", 49-79.

Nit al-Jazīrah. (2023). Kayfa tstfyd al-Khidmāt al-mālīyah min al-dhakā’ alāštnā’y? tamma alāstrdād min al-Jazīrah Nit: <https://www.aljazeera.net/ebusiness/2024/9/15/%D8%A7%D9%84%D8%B0%D9%83%D8%A7%D8%A1-%D8%A7%D9%84%D8%A7%D8%B5%D8%B7%D9%86%D8%A7%D8%B9%D9%8A%D8%A7%D9%84%D8%AE%D8%AF%D9%85%D8%A7%D8%AA%D8%A7%D9%84%D9%85%D8%A7%D9%84%D9%8A%D8%A9>

Helen Nāshid. (2022). istikhdām taṭbīqāt al-dhakā’ alāštnā’y li-Khidmat ‘umalā’ al-Bank fī al-rīf al-Miṣrī. Miṣr-al-Qāhirah: Jāmi‘at Madīnat al-Sādāt.

Attitudes of Public Relations Practitioners Toward the Use of AI Tools in Crisis Management and the Automation of Communication Processes in Saudi Banks

Eman Ahmed Morsi

Assistant Professor, Department of Public Relations, Faculty of Media Communication
King Abdulaziz University, Jeddah, Saudi Arabia
Emorsi@kau.edu.sa

Abstract :study aimed to explore the attitudes of public relations practitioners in Saudi banks toward the use of artificial intelligence tools in crisis management and the automation of communication processes. It sought to measure their level of awareness, identify areas of application, highlight the main challenges, and assess the readiness of banks to adopt these tools within their strategies. The study employed a descriptive-analytical method using a sample survey, where data was collected through a questionnaire distributed to (62) employees working in public relations departments in several Saudi banks. The findings revealed that practitioners' awareness of AI technologies was at a moderate level, mostly limited to general knowledge and following the news, while practical familiarity with specialized tools and participation in training was relatively low. It was also found that usage was mostly restricted to drafting press releases, monitoring digital reputation, and providing customer service through chatbots, whereas the adoption of analytical and predictive tools was limited. The results further indicated that the main challenges were ethical concerns, loss of control over AI-generated messages, and a shortage of technical expertise. The most common crises faced by Saudi banks were identified as cybersecurity crises, loss of customer trust, and financial crises. The study concluded that the readiness of banks to adopt AI in crisis management remains moderate. Enhancing this readiness requires the development of clear governance frameworks, investment in training, and greater integration between public relations and technical departments, which would contribute to improving crisis response efficiency and strengthening institutional trust.

Keywords: Artificial intelligence tools, crisis management, automation of communication processes.



**IN THE NAME OF ALLAH,
THE MERCIFUL,
THE MERCY-GIVING**

JKAU/ Arts and Humanities, Vol. (33), No. (6), pp. 1- 567 (2025)

ISSN: 1319-0989

Legal Deposit 14/0294



Journal of KING ABDULAZIZ UNIVERSITY Arts and Humanities

Volume (33), Number (6)

2025

**Scientific Publishing Center
King Abdulaziz University
P.O. Box 80200, Jeddah 21589
<http://spc.kau.edu.sa>**

■ Editorial Board ■

Prof. Dr. Ahmed Mohamed Azab

aazab@kau.edu.sa

Prof. Dr. Abdul Rahman Raja Allah Alsulami

aralsulami@kau.edu.sa

Prof. Dr. Mohamed Salih Alghamdi

Msalghamdil@kau.edu.sa

Prof. Dr. Amal Yahya Alshaikh

Ayalshaikh@kau.edu.sa

Prof. Samia Abdallah Bukhari

Sbukare@kau.edu.sa

Prof. Zakaria Ahmed El-sherbeny

zalsherpeny@kau.edu.sa

Prof. Nuha Suliman Alshurafa

Nalshurafa@kau.edu.sa

Dr. Zainy Talal Alhazmi

Zalhazmi@kau.edu.sa

Dr. Suliman Mustafa Aydinn

slaydinn@hotmail.com

Dr. Abdul Rahman Obeid al-qarni

aoalqarni@kau.edu.sa

Contents

Section I

Arabic Articles (English Abstracts)

page

• Attitudes of Public Relations Practitioners Toward the Use of AI Tools in Crisis Management and the Automation of Communication Processes in Saudi Banks.	45
Eman Ahmed Morsi	
• Observing the Objectives of Islamic Law in the Constitution of Medina: An Applied Analytical Study	75
Khalid Eid Awwadh Al-Otaibi.....	
• Legal Exceptions for the Non-profit Sector: A Comparative Study	104
Abdul Aziz Ibn Muhammad Ibn Abdullah Al-Naser.....	
• Attributing to root according to Tamman Hassan	130
Jamal Ramadhan Heimed Hadijaan	
• Impact of Family, Social, and Economic Challenges on the Empowerment of Saudi Woman in the Sports Field	166
Refah Turki Ismail Mallah.....	
• Localizing electronic sports into Arabic and language awareness of preparatory-year students at King Abdulaziz University	203
Yaser Abdulaziz Alsulami.....	
• Interpretation of the Qur'an in the Qur'an by Imam Mujahid bin Jabr in his interpretation: a comparative study (The wall of Al -Baqara and Al Imran and Al -Ma'idah as a model)	231
Ahmed bin Abdullah Al-Hussaini	
• The Reality of Social Responsibility in Sports Organizations in the Kingdom of Saudi Arabia	250
Naif M. Almugahwi - Mowaffaq A. Sallam	
• Information and Data in the Prospectus of Issuing Shares in the Parallel Market: A Legal Study	278
Naif bin Ibrahim Almazyad.....	

<ul style="list-style-type: none"> • Symptoms of Competence among Fundamentalists: An Applied Fundamentalist Study on Disease 	304
Abdulrahman bin Mastour bin Saeed Al-Maliki	
<ul style="list-style-type: none"> • The crime of financial Fraud in Saudi System and Islamic law: a Comparative Study 	334
Anas Mohammed Dhafer Alshehri	
<ul style="list-style-type: none"> • The Rhetoric of Narrative Imagery in the Novel entitled "Defater Al-Warraq" 	365
Fawzi Ali Ali Soelih	
<ul style="list-style-type: none"> • Legislating in Sharia and statutory law: An Analytical-comparative study between Jurisprudence and Law towards the authority of the ruler in enacting legislations 	392
Muhammed Mubarak Salim Alshalawi	
<ul style="list-style-type: none"> • The Grammatical Cases of the Word “qaleel” in the Noble Qur’ān 	418
Turki bin Saleh Al-Ma'badi Al-Harbi	
<ul style="list-style-type: none"> • The stance of the Saudi Legal System towards the right to digital oblivion 	433
Hajar Sulaiman Al-Hammad	
<ul style="list-style-type: none"> • Linguistic and Cultural Challenges in Translating from Arabic into Bengali: An Analytical Study of Translators in Bangladesh 	454
Anwar Saad Aljadaani - Anwar Shahadat Muhammed Musyafa -	
<ul style="list-style-type: none"> • The Yazidi sect: presentation and criticism 	484
Mohammed bin Ahmed Aljwair	
<ul style="list-style-type: none"> • Winter Tourism in Tihama Asir in Asir Region, the Kingdom of Saudi Arabia 	515
Alqahtani, Abdullah Muidh M.	
<ul style="list-style-type: none"> • The prophetic approach of self-esteem: A subject-based and fundamental study 	548
Hanaa Abdullah Abu Daoud - Khadija Alrashdi	
<ul style="list-style-type: none"> • Constructing of the psychological emotional sensitivity scale among healthcare workers based on the rating scale model 	567
Mona Saad Falih Al-Amri	

JKAU/ Arts and Humanities, Vol. (33), No. (6), pp. 1- 567 (2025)

ISSN: 1319-0989

Legal Deposit 14/0294