

تبنى ممارسي العلاقات العامة والإعلام بالمؤسسات السعودية لتقنيات الذكاء الاصطناعي في تعزيز التواصل مع الجمهور: دراسة في إطار النظرية الموحدة لقبول واستخدام التكنولوجيا (UTAUT)

سالم بن محمد سالم القحطاني

أستاذ مساعد قسم الصحافة والإعلام، كلية الفنون والعلوم الإنسانية، جامعة جازان، المملكة العربية السعودية

sjafsher@jazanu.edu.sa

المستخلص. هدفت الدراسة إلى التعرف على حجم تبني ممارسي العلاقات العامة والإعلام بالمؤسسات السعودية لتقنيات الذكاء الاصطناعي في تعزيز التواصل مع الجمهور، وذلك في إطار النظرية الموحدة لقبول واستخدام التكنولوجيا UTAUT، وتتضمن هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية، وفي إطارها استخدم منهج المسح، واستخدم الباحث في ذلك الاستبيان كأداة لجمع البيانات المطلوبة، وطبقت الدراسة على عينة عشوائية قوامها (٤٥٠) مفردة من ممارسي العلاقات العامة والإعلام بالمؤسسات السعودية بخمس مناطق هي (جازان - الرياض - عسير - جدة - الطائف) بواقع (٩٠) مفردة لكل منطقة، وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها: وجود علاقة ارتباطية موجبة ذات دلالة إحصائية بين مستوى استخدام المبحوثين لتقنيات الذكاء الاصطناعي ومستوى توظيف هذه التقنيات في إطار أبعاد النظرية الموحدة لقبول واستخدام التكنولوجيا.

الكلمات المفتاحية: ممارسي العلاقات العامة والإعلام، تقنيات الذكاء الاصطناعي، تعزيز التواصل، العلاقات العامة الرقمية، نظرية القبول التكنولوجي.

المقدمة

يمر العالم بمرحلة انتقالية عميقة وشاملة في جميع المجالات، وهي مرحلة يتعاظم فيها دور التكنولوجيا الحديثة في التحول من الأساليب التقليدية إلى الأساليب الإلكترونية، وبات مفهوم الحكومة الإلكترونية عنصر تميز المنظمات والدول. وقد أدى التطور في تكنولوجيا الاتصال والمعلومات إلى إعادة النظر في الأداء الحكومي

ووظائفه التقليدية، والخدمات التي يقدمها لقطاعات المجتمع، سواء الجمهور أو المنظمات والمؤسسات الأخرى، وكيفية مواكبتها متطلبات العصر (سليمان شريفة، ٢٨، ٢٠٠٩).

ومن هذا المنطلق فقد أخذت العديد من المؤسسات على عاتقها مسئولية التوجه نحو استخدام أساليب أكثر مرونة وتوسعاً في العمل مستعينة في ذلك بالشبكة العنكبوتية (الإنترنت)، كما أدركت الحكومات أهمية الاستفادة من التكنولوجيا المتقدمة في المعلومات والاتصالات وتوظيفها لخدمة المجتمع، فتبنت مفهوم الحكومة الإلكترونية لتكون كنسخة افتراضية للحكومة الحقيقية وتقوم بربط المواطن بمختلف أجهزة ودوائر الحكومة عن طريق الإنترنت (مدحت محمد، ٢٠١٦، ١٧).

وطبقاً لأجندة التنمية المستدامة ٢٠٣٠ لم يعد وجود حكومات إلكترونية أو وجود إلكتروني للحكومات مجرد خطوة يمكن أن تقوم بها الحكومات، بل أصبحت ضرورة ومقياس من مقياس الحكم على مدى تقدم أي حكومة وتحقيقها لـ أهداف التنمية المستدامة وتقديم الخدمات للمواطنين بشكل إلكتروني كامل يتطلب العديد من المراحل (سلامة حسام، ٢٠٢٣، ٤).

وقد تزايد في الوقت الراهن استخدام استراتيجيات العلاقات العامة في جميع المؤسسات الحكومية أكثر من أي وقت مضى، حيث أصبحت العلاقات العامة، ولاسيما الرقمية جزءاً أساسياً من تطبيقات الحكومة الإلكترونية في مختلف القطاعات. حيث أن العلاقات العامة الرقمية تدعم اتصال المنظمة بجمهورها من خلال الإنترنت وقدرتها على تقديم أعمالها تقديمًا عالميًا عبر الدول المختلفة إلى جانب دعم إمكانيات التفاعل مع الجمهور والتأثير في إدراكه لأنشطتها ومنتجاتها (ونيس بلال، ٢٠١٤، ٨٨)، وبات جزء من المؤسسات العالمية يتجه نحو استخدام الذكاء الاصطناعي والاستفادة منه في مجالات عدة، أهمها استخراج البيانات، وتحسين طرق البحث، والتنبؤ بالموضوعات، والتفاعل مع تعليقات الجمهور، ومكافحة الأخبار المزيفة، وكتابة النصوص الإخبارية بشكل كامل، وذلك بهدف توفير أدوات أكثر ذكاء وسرعة في نقل الخبر إلى المتلقي، وتفاعل الجمهور بسهولة ويسر (عبدالحميد عمرو، ٢٠٢٠، ٢٧٩).

مشكلة الدراسة

حيث لاحظ الباحث التطور الذي وصل إليه العالم في مجال تطبيقات الذكاء الاصطناعي وانتشارها بشكل غير مسبوق في المجتمعات العربية عامة ومؤسسات المملكة العربية السعودية على وجه الخصوص، وتتنوع الاستخدامات لهذه التطبيقات من قبل الأفراد، بل أن المؤسسات الإعلامية أيضاً حولت عملها إلى الاعتماد على التطبيقات الجديدة في إنتاج المواد الإعلامية المختلفة لتلبي احتياجات الجمهور لهذه الوسائط الجديدة ومواكبة

التطور التكنولوجي الذي بات يسارع الزمن، وقد حرص ممارسي العلاقات العامة على التواجد في الفضاء الجديد بمختلف الأشكال والمستويات من خلال هذه التطبيقات المختلفة، وما يؤكد المشكلة البحثية أيضاً ما قام به الباحث من دراسة استطلاعية على عينة من ممارسي العلاقات العامة والإعلام بمؤسسات المملكة قوامها ٥٠ مفردة، لمدى معرفتهم بتطبيقات الذكاء الاصطناعي، ومدى استخدامهم لهذه التطبيقات، ودرجة اتجاهاتهم نحو توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في تعزيز التواصل مع الجمهور، وكذلك معرفة مستوى اهتمامهم بمتابعة تطورات تطبيقات الذكاء الاصطناعي، والتي أسفرت نتائجها عن أن ٨٩٪ من إجمالي مفردات العينة الاستطلاعية لديهم درجة معرفة مرتفعة بتقنيات الذكاء الاصطناعي، وفي ضوء ما سبق يمكن تحديد مشكلة الدراسة في محاولة الإجابة عن التساؤل التالي: ما درجة تبني ممارسي العلاقات العامة والإعلام بالمؤسسات السعودية لتقنيات الذكاء الاصطناعي في تعزيز التواصل مع الجمهور؟

ويندرج من هذا التساؤل عدة تساؤلات فرعية وهي:

- ١- ما مستوى استخدام ممارسي العلاقات العامة والإعلام بالمؤسسات السعودية لتقنيات الذكاء الاصطناعي في تعزيز التواصل مع الجمهور؟
- ٢- ما أهم تطبيقات الذكاء الاصطناعي التي يستخدمها ممارسي العلاقات العامة والإعلام بالمؤسسات السعودية؟
- ٣- ما مدى ثقة ممارسي العلاقات العامة والإعلام بالمؤسسات السعودية في استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي في تعزيز التواصل مع الجمهور؟
- ٤- ما درجة سهولة استخدام ممارسي العلاقات العامة والإعلام بالمؤسسات السعودية لتقنيات الذكاء الاصطناعي في تعزيز التواصل مع الجمهور؟
- ٥- ما مستوى الفائدة المتوقعة من استخدام ممارسي العلاقات العامة والإعلام بالمؤسسات السعودية لتطبيقات الذكاء الاصطناعي؟

أهمية الدراسة

أولاً: الأهمية النظرية

- ١- تتبع أهمية الدراسة من أهمية الذكاء الاصطناعي الذي يعد أحد المصطلحات الناشئة ذات النمو السريع، ويمثل أحد المحاور المهمة لرؤية المملكة العربية السعودية ٢٠٣٠، والذي بات يلقي دعماً متزايداً من قبل الحكومة من خلال إنشاء معاهد وكليات متخصصة لتعليم الذكاء الاصطناعي.

٢- تتبع أهمية الدراسة من أهمية العلاقات العامة الرقمية بأنه نشاط بتقنياته الحديثة يتقدم اليوم بشكل سريع طارحاً للمؤسسات أنماطاً كثيرة، تمثل تحدياً حقيقياً لها في مجالات متعددة، مثل الذكاء الاصطناعي والاتصالات ونحوها.

ثانياً: الأهمية التطبيقية

١- تسهم هذه الدراسة فيما تخرج به من نتائج قد تقيد ممارسي العلاقات العامة في الوقوف على حجم الاعتماد على تقنيات الذكاء الاصطناعي كشكل جديد نسبياً من أشكال تعزيز التواصل مع الجمهور، ومن ثم إمكانية الكشف عن جوانب القوة وتدعيمها والكشف عن جوانب الضعف وتعديلها.

أهداف الدراسة

تهدف الدراسة الحالية إلى التعرف على مدى تبني ممارسي العلاقات العامة والإعلام بالمؤسسات السعودية لتقنيات الذكاء الاصطناعي في تعزيز التواصل مع الجمهور، وذلك من خلال:

- ١- رصد مستوى استخدام ممارسي العلاقات العامة والإعلام بالمؤسسات السعودية لتقنيات الذكاء الاصطناعي في تعزيز التواصل مع الجمهور.
- ٢- حصر أهم تطبيقات الذكاء الاصطناعي التي يستخدمها ممارسي العلاقات العامة والإعلام بالمؤسسات السعودية.
- ٣- قياس مدى ثقة ممارسي العلاقات العامة والإعلام بالمؤسسات السعودية في استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي في تعزيز التواصل مع الجمهور.
- ٤- قياس درجة سهولة استخدام ممارسي العلاقات العامة والإعلام بالمؤسسات السعودية لتقنيات الذكاء الاصطناعي في تعزيز التواصل مع الجمهور.
- ٥- قياس مستوى الفائدة المتوقعة من استخدام ممارسي العلاقات العامة والإعلام بالمؤسسات السعودية لتطبيقات الذكاء الاصطناعي.

مدخل مفاهيمي للدراسة

أولاً: تطبيقات الذكاء الاصطناعي

ويشير مصطلح الذكاء الاصطناعي إلى قدرة الحاسوب الرقمي أو الروبوت الذي يتحكم فيه الحاسوب على أداء المهام العامة المرتبطة بالكائنات الذكية. وهو فرع من علم الحاسوب (مى مصطفى، ٢٠٢٢، ١٣)،

ويقصد بها التقنيات التي تحاكي القدرات الذهنية البشرية الإعلامية، وأنماط عملها في تحرير المحتوى سواء في مجال الصحافة أو البث التلفزيوني والرقمي (عمرو محمد محمود، ٢٠٢٠، ٢٨٦).

ثانياً: ممارسي العلاقات العامة والاعلام

ممارسو العلاقات العامة والاعلام في المنظمات الحكومية التي لها مواقع على شبكة الإنترنت، هم من يؤدي عملهم بدمج المواقع ضمن مهماتهم الوظيفية؛ فشبكة الإنترنت ساعدت ممارسي العلاقات العامة والاعلام في الحصول على ميزات أكثر فاعلية في أثناء اتصالهم بالجمهور، والقدرة على تشكيل الرأي العام وتغييره، ومن ثم تغيير السلوك (R.J. Dominick, 2002, 362).

حدود الدراسة

- حدود موضوعية: حدد الباحث موضوع دراسته في حجم تبني ممارسي العلاقات العامة والاعلام بالمؤسسات السعودية لتقنيات الذكاء الاصطناعي في تعزيز التواصل مع الجمهور.
- حدود مكانية: تتمثل حدود الدراسة المكانية في التطبيق على عينة من ممارسي العلاقات العامة والاعلام بالمؤسسات السعودية بمنطقة (جازان - الرياض - عسير - جدة - الطائف).
- حدود بشرية: اقتصرت الدراسة على عينة من ممارسي العلاقات العامة والاعلام بالمؤسسات السعودية.
- حدود زمنية: تم تصميم الاستبيان على موقع جوجل درايف ونشرها على وسائل التواصل الاجتماعي خلال شهر مايو من عام ٢٠٢٤م.

الدراسات السابقة

المحور الأول: دراسات تناولت تقنيات الذكاء الاصطناعي

استهدفت دراسة عمرو عبد الحميد (٢٠٢٠) رصد توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في إنتاج المحتوى الإعلامي، وتنتمي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية وفي إطارها استخدم منهج المسح، واستخدم في ذلك الاستبيان، وطبقت الدراسة على عينة عمدية مكونة من ٤٠٠ مبحوث من متابعي الأخبار الاقتصادية. وتوصلت الدراسة إلى أن المجالات التي نجحت بتوظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في العمل الإعلامي "الدرشة الآلية عبر المواقع الإلكترونية وشبكات التواصل الاجتماعي، يليه "التعامل مع البيانات الضخمة، ثم خاصية" التعرف على وجوه الشخصيات بشبكات التواصل الاجتماعي.

في الوقت الذي تسعي فيه دراسة أحمد على الزهراني (٢٠٢٢) إلى التعرف على مدى تبني الصحفيين العرب لأدوات وتقنيات الذكاء الاصطناعي في الممارسة الصحفية والإعلامية. وتقع هذه الدراسة ضمن نوعية الدراسات الكمية الوصفية القائمة على تفسير الظاهرة بشكل موضوعي وذلك باستخدام منهج المسح بشقيه الوصفي والتحليلي. ومن أبرز نتائج الدراسة أن لدى الصحافيين خبرة في التعامل مع تطبيقات الذكاء الاصطناعي الملحقة بالهواتف الذكية. في حين أن ٤٣.٧٪ ترى أن مفهوم توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في مجال الإعلام يشمل أكثر من مفهوم مثل استخدام الروبوت والدرون وعملية الكتابة للمحتوى بدون تدخل بشري.

في حين استهدفت دراسة جواد راغب الدلو، يوسف يحيى أبوحشيش، أحمد عبدالله إسماعيل (٢٠٢٢) التعرف على اتجاهات خبراء الإعلام نحو توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في الصحافة الفلسطينية، وهي من البحوث الوصفية، واستخدمت منهجي الدراسات المسحية والعلاقات المتبادلة، وتم جمع بياناتها باستخدام أداة صحيفة الاستقصاء، بتطبيقها على (١٠٢) مفردة من خبراء الإعلام الفلسطينيين، وتوصلت الدراسة إلى أن معظم الخبراء يرون أن المؤسسات الفلسطينية جاهزة إلى حد ما لتوظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي، وجاءت أهم مجالات استخدامها "متابعة الأخبار العاجلة والتغطية السريعة" بنسبة ٨٠.٠٪، يليها "التعامل مع البيانات الضخمة وتحليلها" بنسبة ٧٣.٥٪.

بينما تحاول دراسة محمد رشاد العطار ورفيق سمر الفيصل (٢٠٢٣) التعرف على كيفية تقديم المواقع الإخبارية الإماراتية لمصطلح الذكاء الاصطناعي، حيث تتكون وتتأثر تصورات الجمهور للتطورات العلمية الجديدة مثل الذكاء الاصطناعي بالتغطية الإخبارية. وتوصلت الدراسة إلى بروز موضوعات الذكاء الاصطناعي في الأخبار الخاصة بالحكومة، والاقتصاد والتعليم والصحة، كما أشارت إلى اعتماد التغطية الصحفية لمواقع الدراسة على الإطار المحدد من خلال عرض الموضوعات الخاصة بالذكاء الاصطناعي في وقائع محددة بصورة أكبر من الإطار العام.

في حين حاولت دراسة حسام على سلامة (٢٠٢٣) استكشاف دور تقنيات الذكاء الاصطناعي في تطوير الإنتاج الإعلامي لطلاب الإعلام وما يترتب عليه من تطوير المهارات والكفاءات ذات الصلة في هذا المجال الناشئ بما يساهم في إعدادهم للمتطلبات والفرص التي يجلبها الذكاء الاصطناعي إلى المشهد الإعلامي. وطبقت الدراسة على عينة متاحة مكونة من ٣٠٠ مفردة من طلبة الإعلام وروعي فيها أن تكون ممثلة للتخصصات المختلفة وتوصلت الدراسة إلى العديد من النتائج منها إدراك طلبة الإعلام بالجامعات الخليجية بأهمية تقنيات الذكاء الاصطناعي في الإنتاج الإعلامي. وأنها تلقى قبولاً وتقديراً كأداة قيمة في هذا المجال.

ثانياً دراسات تناولت العلاقات العامة الرقمية

واستهدفت دراسة أشرف محمد (٢٠١٩م) التعرف على جهود العلاقات العامة الرقمية في إدارة الصورة الذهنية للقطاع السياحي وانعكاسه على الوعي الثقافي والمعرفي للجمهور الأردني، واعتمدت الدراسة على منهج المسح، حيث تم تطبيق الدراسة على (١٠٠) مفردة من العاملين في إدارة العلاقات العامة والاعلام في وزارة السياحة والآثار، وهيئة تنشيط السياحة الأردنية، وتم جمع بيانات الدراسة بواسطة استمارة الاستبيان، وتوصلت النتائج إلى وجود انعكاسات لجهود العلاقات العامة الرقمية في إدارة الصورة الذهنية للقطاع السياحي على الوعي الثقافي والمعرفي للجمهور الأردني.

في حين حاولت دراسة (هبة طلعت، ٢٠٢٠م) معرفة دور العلاقات العامة الإلكترونية في تشكيل الصور الذهنية لدى الجمهور في المؤسسات الحكومية والاستثمارية، واعتمدت الدراسة على منهج المسح، حيث تم تطبيق الدراسة على عينة عمدية قوامها ٢٠٨ مفردة على العاملين بالعلاقات العامة ومسؤولي المواقع الإلكترونية، وتم جمع بيانات الدراسة بأداة الاستبيان، وتوصلت الدراسة إلى وجود علاقة ارتباطية ضعيفة بين درجة اعتماد ممارسي العلاقات العامة والاعلام علي الوسائط التكنولوجية في تحسين الصورة الذهنية للجمهور.

واستهدفت دراسة (دنيا عبدالرحمن، ٢٠٢١م) التعرف على أثر القيادة التحويلية بأبعادها: (التأثير المثالي، التحفيز الملهم، الاستثارة الفكرية، الاعتبار الفردي، التمكين) على أداء العلاقات العامة الرقمية، وتمثلت عينة الدراسة في موظفي إدارة العلاقات العامة والاعلام بالجامعات الحكومية حيث بلغ عددهم (١٧٤) في أربع جامعات: واعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي، وتم جمع البيانات عن طريق أداة الاستبيان، وتوصلت الدراسة إلى أن مستوى ممارسة القيادة التحويلية جاء بنسبة مرتفعة بلغت ٧٣.٨٪، وأن مستوى أداء العلاقات العامة الرقمية جاء بنسبة ٧٥٪، وأن هناك أثراً إيجابياً للقيادة التحويلية بأبعادها على أداء العلاقات العامة الرقمية بالجامعات الحكومية بمحافظه جدة.

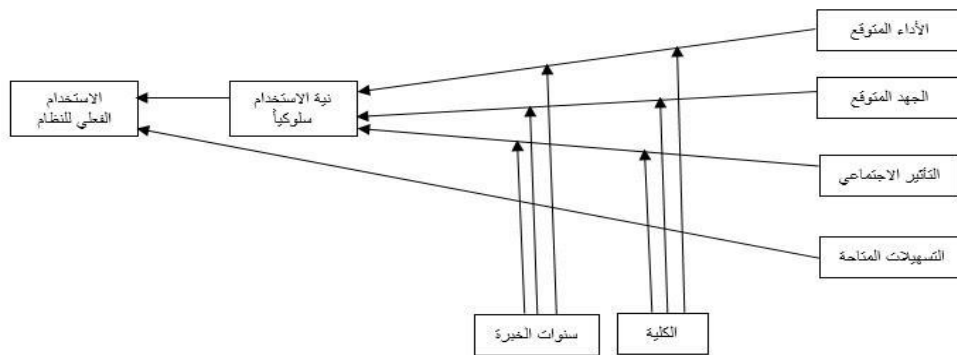
في حين استهدفت دراسة (حسن نهار، ٢٠٢٣م) التعرف على استراتيجيات العلاقات العامة الرقمية في الجامعات السعودية في بناء العلاقة مع الجمهور بجامعتي الإسلامية وطيبة، واعتمدت الدراسة على منهج المسح الميداني والتحليلي، وقد استخدم الباحث أداة الاستقصاء بالمقابلة، وطُبقت الدراسة على عينة مكونة من ٣١ مفردة؛ وتوصلت الدراسة إلى أن إستراتيجية الإعلام جاءت في المرتبة الأولى من الاستراتيجيات الاتصالية المستخدمة في العلاقات العامة الرقمية، تلاها إستراتيجية الإقناع، ثم تلاها إستراتيجية الحوار.

التعليق على الدراسات السابقة

- تعد بعض نتائج الدراسات السابقة في حد ذاتها حافزاً لإجراء الدراسة الحالية، وذلك من خلال الوقوف على أحدث النتائج التي توصل إليها الباحثون السابقون وبدأت الدراسة الحالية من حيث أنتهوا.
- ساهمت الدراسات السابقة في تحديد وبلورة مشكلة الدراسة الحالية ووضع تساؤلات وفروض الدراسة.
- الوقوف علي الإطار النظري الملائم لموضوع الدراسة من خلال تطبيق النظرية الموحدة لقبول واستخدام التكنولوجيا.
- تحديد مفاهيم الدراسة واختيار بعض أدوات جمع البيانات ومقارنة النتائج.
- الوصول إلي المراجع العربية التي يمكن الاستعانة بها في كتابة الدراسة.
- التعرف على أهم طرق المعالجة الإحصائية لقياس العلاقة بين متغيرات الدراسة.

الإطار النظري للدراسة

تعتمد هذه الدراسة في إطارها النظري على نظرية النظرية الموحدة لقبول واستخدام التكنولوجيا (Unified Theory of Acceptance and Use of Technology). ونموذج قبول التكنولوجيا الذي صاغه فينكاتيش وآخرون في 'قبول المستخدم لتكنولوجيا المعلومات: نحو وجهة نظر موحدة، تهدف النظرية إلى شرح نوايا المستخدم لاستخدام نظام معلومات وسلوك الاستخدام اللاحق، وترى النظرية أن هناك أربعة بنى رئيسية تتمثل في التالي (Venkatesh, V, 2003, 425)



عوامل النظرية الموحدة لقبول واستخدام التكنولوجيا

- متوسط العمر المتوقع للأداء: هو اعتقاد الشخص بأن استخدام نظام ما من شأنه أن يعزز أدائه الوظيفي. 'يشير متوسط الأداء المتوقع إلى أن المستخدمين يجدون أو يتوقعون بأن استخدام تطبيقات

الذكاء الاصطناعي مفيدة لهم بسبب سماتها التي تعزز عمليات الاتصال. وقد أجريت العديد من الدراسات التي حاولت توضيح العلاقة بين بناءات UTAUT وقبول المستخدم، وعلى الرغم من أن معظمها يركز على المستخدمين بدلاً من القائمين بالاتصال، إلا أن النتائج أشارت إلى وجود علاقات إيجابية بين متوسط العمر المتوقع للأداء والنية في استخدام التكنولوجيا (Alfarani, L. A. K, 2016, 4).

- متوسط العمر المتوقع للجهد: يشير إلى "الدرجة التي يعتقد بها الشخص بأن استخدام نظام معين سيكون خالياً من الجهد العقلي (Venkatesh, V., 2003, 425)، وهذا يعني السهولة المتصورة لاستخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي. وإنه من المتوقع أن يقل استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي من جهد ممارسي العلاقات العامة والاعلام.

- التأثير الاجتماعي: ويتعلق التأثير الاجتماعي بمدى شعور المستخدم بأن الآخرين يعتقدون أنه ينبغي لهم استخدام التكنولوجيا (Venkatesh, V., 2003, 428) ويتوقع من المستخدمين الاعتماد على تكنولوجيا جديدة تحت تأثير مجموعتهم الاجتماعية، وقد وجدت العديد من الدراسات أن التأثير الاجتماعي لزملاء المستخدم يلعب دوراً رئيسياً في مواقف الأفراد تجاه استخدام التكنولوجيا الجديدة (Wu, J.H. et Wang, S.C. 2005, 719).

- التسهيلات المتاحة: وتطور هذه الظروف في معظمها حول مدى اعتقاد المستخدم بأن المؤسسات والهيكل الأساسية متاحة للتمكين من إدخال التكنولوجيا وتعزيزه. (Venkatesh et al. 2003, 432)

الإجراءات المنهجية للدراسة

نوع ومنهج الدراسة

تندرج الدراسة الحالية ضمن البحوث الوصفية الكمية؛ التي تهتم برصد واقع الظاهرة المعينة بشكل يتسم بالموضوعية والانتظام، وتوظف الدراسة الحالية منهج المسح.

مجتمع الدراسة واختيار العينة

تحدد مجتمع الدراسة في ممارسي العلاقات العامة والاعلام بالمؤسسات السعودية، ولجأ الباحث إلى استخدام العينة العشوائية، وطبقت الدراسة على عينة ممارسي العلاقات العامة والاعلام ببعض المؤسسات السعودية (الجامعات السعودية - المستشفيات - البنوك) بمنطقة (جازان - الرياض - عسير - جدة - والطائف)، وقد قام الباحث بغلق جميع أسئلة الاستبيان عند تصميمها على جوجل درايف بحيث لا يسمح للمبحوث إرسال الرد بدون

الإجابة على كافة أسئلة الاستبيان، ومن ثم كانت جميع الردود على استمارة الاستبيان صحيحة ولا يوجد نسبة خطأ، وبالتالي كان حجم العينة النهائي (٤٥٠) مفردة، كما هو موضح في جدول ١.

جدول ١. توزيع عينة الدراسة وفقاً للنوع، السن، المستوى التعليمي، سنوات الخبرة.

المتغير	المجموعات	التكرار	النسبة
النوع	ذكور	٢٥٠	٥٥.٥٦
	إناث	٢٠٠	٤٤.٤٤
السن	أقل من ٣٠ سنة	١٥٠	٣٣.٣٣
	من ٣٠ إلى أقل من ٤٥	١٧٠	٣٧.٧٨
	٤٥ سنة فأكثر	١٣٠	٢٨.٨٩
المستوى التعليمي	أقل من جامعي	٥٦	١٢.٤٤
	جامعي	٢٨٣	٦٢.٨٩
	أعلى من جامعي	١١١	٢٤.٦٧
سنوات الخبرة	أقل من ١٠ سنوات	١٦٠	٣٥.٥٦
	من ١٠ إلى أقل من ٢٠ سنة	١٩٠	٤٢.٢٢
	٢٠ سنة أو أكثر	١٠٠	٢٢.٢٢
	المجموع	٤٥٠	١٠٠

أدوات الدراسة

استخدم الباحث صحيفة الاستبيان لجمع بيانات الدراسة، وتم تطبيق استبيان يتكون من ١٢ سؤالاً، عبارة عن عدة مقاييس موضحة في التالي، بالإضافة إلى البيانات الشخصية و متغيرات الدراسة.

خطوات تقنين أداة الدراسة

أولاً: صدق الاستبيان

أ- الصدق الظاهري أو صدق المحكمين: تم عرض الاستبيان على مجموعة من المحكمين المتخصصين في الإعلام في الجامعات السعودية، وقد أقر المحكمون صلاحية الاستبيان بشكل عام بعد إجراء بعض التعديلات، وقد تم الإبقاء على المفردات التي جاءت نسبة اتفاق المحكمين عليها ٩٠% فأكثر، حيث انتهى عدد تساؤلات الاستبيان إلى ١٢ سؤال.

ج- صدق الاتساق الداخلي: تم حساب معاملات الارتباط بين درجة كل بعد من أبعاد الاستبيان والدرجة الكلية للاستبيان، وذلك لمعرفة مدى ارتباط كل بعد بالدرجة الكلية للاستبيان، ويتضح ذلك من خلال جدول ٢.

جدول ٢. معاملات الارتباط بين الدرجة الكلية لكل مقياس فرعي والدرجة الكلية للاستبيان.

المجال	معامل الارتباط	مستوى الدلالة
مقياس مستوى ثقة الباحثين في استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي	٠.٦٨٢	دالة عند ٠.٠١
مقياس درجة سهولة استخدام الباحثين لتقنيات الذكاء الاصطناعي	٠.٦٥٢	دالة عند ٠.٠١
مقياس درجة اتجاه الباحثين نحو استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي	٠.٦٨٧	دالة عند ٠.٠١
مقياس مستوى الفائدة المتوقعة من استخدام الباحثين لتطبيقات الذكاء الاصطناعي	٠.٧٠٢	دالة عند ٠.٠١
مقياس مستوى توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في ممارسة المهنة في إطار أبعاد النظرية الموحدة لقبول واستخدام التكنولوجيا	٠.٦٦٤	دالة عند ٠.٠١

يتبين من الجدول السابق أن أبعاد الاستبيان تتمتع بمعاملات ارتباط قوية ودالة إحصائية عند مستوى دلالة أقل من ٠.٠١، وقد تراوحت معاملات الارتباط لمجالات الاستبيان بين (٠.٤٣٢، ٠.٧٧٩) وهذا دليل كافٍ على أن المقاييس المكونة لأداة الدراسة تتمتع بمعامل صدق عالي.

ثانياً: ثبات الاستبيان

أ- طريقة إعادة التطبيق: تم تطبيق الاستبيان على عينة مكونة من ٥٠ مفردة من ممارسي العلاقات العامة والاعلام بالمؤسسات السعودية ثم أعيد تطبيقه مرة أخرى على المجموعة نفسها بعد فاصل زمني قدره ثلاثة أسابيع، ثم قام الباحث بحساب معامل الثبات بين درجات الباحثين في التطبيقين الأول والثاني، ويتضح ذلك من الجدول ٣.

يتضح من الجدول (٣) مدى تقارب نسبة الثبات بين الأبعاد المختلفة، كما يتضح أن معاملات ثبات الأبعاد المختلفة قد تراوحت ما بين (٠.٤٩٨ - ٠.٨٩٥) وجميعها معاملات ثبات دالة عند مستوى ٠.٠١، كما يبين أن معامل ثبات الدرجة الكلية للاستبيان قد بلغ ٠.٧٩٨ وهي نسبة توحى بالثقة في صلاحية الاستبيان كأداة من أدوات الدراسة.

جدول ٣. معامل ثبات الاستبيان وأبعاده المختلفة.

م	البعد	معامل الثبات	مستوى الدلالة
١	مقياس مستوى ثقة المبحوثين في استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي	٠.٥٣٤	دالة عند ٠.٠١
٢	مقياس درجة سهولة استخدام المبحوثين لتقنيات الذكاء الاصطناعي	٠.٦٤٢	دالة عند ٠.٠١
٣	مقياس درجة اتجاه المبحوثين نحو استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي	٠.٧٢٨	دالة عند ٠.٠١
٤	مقياس مستوى الفائدة المتوقعة من استخدام المبحوثين لتطبيقات الذكاء الاصطناعي	٠.٥٧٨	دالة عند ٠.٠١
٥	مقياس مستوى توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في ممارسة المهنة في إطار أبعاد النظرية الموحدة لقبول واستخدام التكنولوجيا	٠.٧٨٤	دالة عند ٠.٠١
	الدرجة الكلية	٠.٧٩٨	دالة عند ٠.٠١

المعالجة الإحصائية للبيانات

قام الباحث باستخدام برنامج التحليل الإحصائي (SPSS) واستخدم الأساليب التالية:

- ١- التكرارات البسيطة والنسب المئوية.
- ٢- المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية.
- ٣- تحليل التباين ذي البعد الواحد.
- ٤- الاختبارات البعدية Post Hoc Tests.
- ٥- معامل ارتباط بيرسون.
- ٦- اختبار "ت" T.Test للمجموعات المستقلة.
- ٧- اختبار كا^٢.
- ٨- معامل التوافق (Contingency Coefficient).
- ٩- اختبار "Z.Test".

نتائج الدراسة وتفسيرها

مدى استخدام المبحوثين لتقنيات الذكاء الاصطناعي في تعزيز التواصل مع الجمهور:

جدول ٤ . مدى استخدام المبحوثين لتقنيات الذكاء الاصطناعي في تعزيز التواصل مع الجمهور وفقاً للنوع.

النوع	ذكور		إناث		الإجمالي	
	ك	%	ك	%	ك	%
مرتفع	٧٥	٣٠.٠٠	١٠٢	٥١.٠٠	١٧٧	٣٩.٣٣
متوسط	١٢٠	٤٨.٠٠	٦٤	٣٢.٠٠	١٨٤	٤٠.٨٩
منخفض	٥٥	٢٢.٠٠	٣٤	١٧.٠٠	٨٩	١٩.٧٨
الإجمالي	٢٥٠	١٠٠	٢٠٠	١٠٠	٤٥٠	١٠٠

قيمة كا^٢ = ٢٠.٨١٩ درجة الحرية = ٢ معامل التوافق = ٠.٢١٠ مستوى الدلالة = دالة عند ٠.٠٠٠١ .

بحساب قيمة كا^٢ من الجدول السابق عند درجة حرية = ٢ ، وجد أنها = ٢٠.٨١٩ وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى دلالة = ٠.٠٠٠١ ، أى أن مستوى المعنوية أصغر من ٠.٠٠٥ ، وقد بلغت قيمة معامل التوافق ٠.٢١٠ تقريباً. كما تشير النتائج التفصيلية للجدول السابق أن نسبة من يستخدمونها بدرجة مرتفعة بلغت ٣٩.٣٣٪، موزعة بين ٣٠.٠٠٪ من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل ٥١.٠٠٪ من إجمالي مفردات عينة الإناث، وبلغت نسبة من يستخدمونها بدرجة متوسطة ٤٠.٨٩٪ موزعة بين ٤٨.٠٠٪ من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل ٣٢.٠٠٪ من إجمالي مفردات عينة الإناث، بينما بلغت نسبة من يستخدمونها بدرجة منخفضة ١٩.٧٨٪ موزعة بين ٢٢.٠٠٪ من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل ١٧.٠٠٪ من إجمالي مفردات عينة الإناث.

أهم أشكال الدعم التي تساعدك على استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في تعزيز التواصل مع الجمهور:

تشير بيانات الجدول (٥) إلى أهم أشكال الدعم التي تساعد المبحوثين على استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في تعزيز التواصل مع الجمهور وفقاً للنوع، حيث جاء في الترتيب الأول توافر الدورات التدريبية التي تساعدني في فهم تطبيقات الذكاء الاصطناعي، حيث جاءت بنسبة بلغت ٦٠.٦٧٪، موزعة بين ٦١.٦٠٪ من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل ٥٩.٥٠٪ من إجمالي مفردات عينة الإناث، وجاء في الترتيب الأول مكرر وجود الفنيين المدربين على الاستجابة للاستفسارات والمساعدة، حيث جاءت بنسبة بلغت ٦٠.٦٧٪، موزعة بين ٥١.٦٠٪ من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل ٧٢.٠٠٪ من إجمالي مفردات عينة الإناث.

جدول ٥. أهم أشكال الدعم التي تساعد المبحوثين على استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في تعزيز التواصل مع الجمهور وفقاً للنوع.

الترتيب	الدالة	قيمة z	الإجمالي		إناث		ذكور		النوع المواقع
			%	ك	%	ك	%	ك	
١	غير دالة	٠.٤٥٣	٦٠.٦٧	٢٧٣	٥٩.٥٠	١١٩	٦١.٦٠	١٥٤	توافر الدورات التدريبية التي تساعدني في فهم تطبيقات الذكاء الاصطناعي
٢	غير دالة	٠.٢٣٣	٥٥.١١	٢٤٨	٥٤.٥٠	١٠٩	٥٥.٦٠	١٣٩	إمكانية الحصول على الإصدارات المحدثة من تطبيقات الذكاء الاصطناعي
١	دالة ***	٤.٣٩٧	٦٠.٦٧	٢٧٣	٧٢.٠٠	١٤٤	٥١.٦٠	١٢٩	وجود الفنيين المدربين على الاستجابة للاستفسارات والمساعدة
٣	دالة *	٢.٢١١	٥٠.٦٧	٢٢٨	٥٦.٥٠	١١٣	٤٦.٠٠	١١٥	التوجيه والإرشاد من رؤسائي وزملائي في العمل
٦	غير دالة	١.٢٣٨	٤١.٧٨	١٨٨	٤٥.٠٠	٩٠	٣٩.٢٠	٩٨	توفر دورات تدريبية على استخدام الأمثل لتطبيقات الذكاء الاصطناعي
٤	دالة *	٢.٤٠٢	٤٨.٦٧	٢١٩	٥٥.٠٠	١١٠	٤٣.٦٠	١٠٩	خطة العمل محدثة لتطبيق تقنيات الذكاء الاصطناعي في تعزيز التواصل مع الجمهور
٥	غير دالة	١.١٠١	٤٤.٨٩	٢٠٢	٤٢.٠٠	٨٤	٤٧.٢٠	١١٨	بيئة العمل محفزة ومشجعة على تطبيق تقنيات الذكاء الاصطناعي
٧	غير دالة	٠.٠٤٥	٣٣.١١	١٤٩	٣٣.٠٠	٦٦	٣٣.٢٠	٨٣	إتاحة فرص تدريب خارجية يمكن من خلالها تعلم مهارات توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في تعزيز التواصل مع الجمهور
			٤٥٠		٢٠٠		٢٥٠		جملة من أسئلة

موقف المبحوثين حول العبارات التي تقيس درجة الثقة في استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي في تعزيز التواصل مع الجمهور.

جدول ٦. درجة الثقة في استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي في تعزيز التواصل مع الجمهور.

درجة الثقة	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	قليلة		متوسطة		كبيرة		درجة الثقة	العبرة
			%	ك	%	ك	%	ك		
مرتفع	٩	٠.٦٩	٢.٣٩	١٢.٢٢	٥٥	٣٦.٨٩	١٦٦	٥٠.٨٩	٢٢٩	تقدم لنا تطبيقات الذكاء الاصطناعي ما نريد أن نحققه في التواصل مع الجمهور بسهولة ويسر
مرتفع	٦	٠.٦٦	٢.٤٥	٩.١١	٤١	٣٧.١١	١٦٧	٥٣.٧٨	٢٤٢	تطبيقات الذكاء الاصطناعي أفضل لأنها موفرة للوقت والجهد
مرتفع	٢	٠.٦١	٢.٦٠	٦.٢٢	٢٨	٢٨.٠٠	١٢٦	٦٥.٧٨	٢٩٦	تتمتع تطبيقات الذكاء الاصطناعي بمصداقية لدى معظم ممارسي العلاقات العامة في التواصل مع الجمهور
مرتفع	١	٠.٦١	٢.٦٣	٦.٦٧	٣٠	٢٣.٣٣	١٠٥	٧٠.٠٠	٣١٥	تطبيقات الذكاء الاصطناعي تسهل علينا الاختيار بين أساليب التواصل المختلفة مع الجمهور
مرتفع	٣	٠.٦٦	٢.٥٤	٩.١١	٤١	٢٨.٢٢	١٢٧	٦٢.٦٧	٢٨٢	ما نقرأه حول طرق التواصل مع الجمهور تكتمل جوانبه باستخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي
مرتفع	٤	٠.٦٧	٢.٤٩	٩.٧٨	٤٤	٣١.٣٣	١٤١	٥٨.٨٩	٢٦٥	أشعر مع استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي بالكفاية التي لم أجدتها مع أي وسيلة أخرى
مرتفع	٨	٠.٦٨	٢.٤٢	١١.١١	٥٠	٣٦.٢٢	١٦٣	٥٢.٦٧	٢٣٧	تطبيقات الذكاء الاصطناعي تتيح لي الفرصة بالحذف والتعديل أثناء عملية التواصل

درجة الثقة	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	قليلة		متوسطة		كبيرة		درجة الثقة العبارة	
			%	ك	%	ك	%	ك		
									دون التأثير على عملية التواصل	
مرتفع	٧	٠.٦٨	٢.٤٤	١٠.٨٩	٤٩	٣٤.٠٠	١٥٣	٥٥.١١	٢٤٨	تطبيقات الذكاء الاصطناعي تتسم بالمرونة
مرتفع	٥	٠.٦٦	٢.٤٨	٩.١١	٤١	٣٤.٢٢	١٥٤	٥٦.٦٧	٢٥٥	تطرح تطبيقات الذكاء الاصطناعي حلول للمشكلات التي تواجهها في عمليات التواصل مع الجمهور
مرتفع	--	٠.٦٦	٢.٤٩	ن = ٤٥٠						جملة من سئولا

تشير بيانات الجدول السابق إلى درجة الثقة في استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي في تعزيز التواصل مع الجمهور، التي جاءت بمستوى مرتفع حيث جاءت بمتوسط حسابي ٢.٤٩، بينما تراوحت تقدير استجابات الباحثين على العبارات المكونة للمقياس مرتفع، وجاء في مقدمة هذه العبارات تطبيقات الذكاء الاصطناعي تسهل علينا الاختيار بين أساليب التواصل المختلفة مع الجمهور، حيث جاءت بدرجة تقدير مرتفعة بمتوسط حسابي ٢.٦٣، وجاءت تتمتع تطبيقات الذكاء الاصطناعي بمصداقية لدى معظم ممارسي العلاقات العامة في التواصل مع الجمهور في الترتيب الثاني حيث جاءت بدرجة تقدير مرتفعة بمتوسط حسابي ٢.٦٠.

أهم مجالات توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في تعزيز التواصل مع الجمهور.

تشير بيانات الجدول (٧) إلى أهم مجالات توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في تعزيز التواصل مع الجمهور وفقاً للنوع، حيث جاء في الترتيب الأول حذف الضوضاء المصاحب للصوت، حيث جاءت بنسبة بلغت ٦٦.٨٩٪، موزعة بين ٦٣.٦٠٪ من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل ٧١.٠٠٪ من إجمالي مفردات عينة الإناث، وجاء في الترتيب الثاني التصميم ثلاثي الأبعاد، حيث جاءت بنسبة بلغت ٦٦.٠٠٪، موزعة بين ٦٣.٢٠٪ من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل ٦٩.٥٠٪ من إجمالي مفردات عينة الإناث.

موقف الباحثين حول العبارات التي تقيس درجة سهولة الاستخدام المدركة لتطبيقات الذكاء الاصطناعي في تعزيز التواصل مع الجمهور

جدول ٧. أهم مجالات توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في تعزيز التواصل مع الجمهور وفقاً للنوع.

الترتيب	الدالة	قيمة z	الإجمالي		إناث		ذكور		النوع المجالات
			%	ك	%	ك	%	ك	
٣	غير دالة	١.٣٠٦	٥٩.١١	٢٦٦	٦٢.٥٠	١٢٥	٥٦.٤٠	١٤١	تحويل النص إلى صوت ولهجيات مختلفة
١	غير دالة	١.٦٥٦	٦٦.٨٩	٣٠١	٧١.٠٠	١٤٢	٦٣.٦٠	١٥٩	حذف الضوضاء المصاحب للصوت
٢	غير دالة	١.٤٠٠	٦٦.٠٠	٢٩٧	٦٩.٥٠	١٣٩	٦٣.٢٠	١٥٨	التصميم ثلاثي الأبعاد
٧	غير دالة	٠.٢٣٣	٤٤.٨٩	٢٠٢	٤٥.٥٠	٩١	٤٤.٤٠	١١١	التسويق الإلكتروني
٨	غير دالة	٠.١٤٩	٤٢.٨٩	١٩٣	٤٢.٥٠	٨٥	٤٣.٢٠	١٠٨	الواقع الافتراضي
٥	غير دالة	٠.٩٠٧	٤٧.١١	٢١٢	٤٩.٥٠	٩٩	٤٥.٢٠	١١٣	الواقع المعزز
٦	دالة**	٢.٧٠٨	٤٥.١١	٢٠٣	٣٨.٠٠	٧٦	٥٠.٨٠	١٢٧	شات جى بى تى
١٠	غير دالة	٠.٣٤٩	٣٧.١١	١٦٧	٣٨.٠٠	٧٦	٣٦.٤٠	٩١	إنتاج نشرات إخبارية بمذيع آلى
٤	غير دالة	١.٢٩٨	٥٧.١١	٢٥٧	٦٠.٥٠	١٢١	٥٤.٤٠	١٣٦	كتابة خطة العلاقات العامة
٦	غير دالة	٠.٦١٤	٤٥.١١	٢٠٣	٤٣.٥٠	٨٧	٤٦.٤٠	١١٦	نسخ الصوت البشرى الطبيعي
٩	غير دالة	١.١٣٧	٤٠.٤٤	١٨٢	٣٧.٥٠	٧٥	٤٢.٨٠	١٠٧	تحويل الصوت إلى نص
			٤٥٠		٢٠٠		٢٥٠		جملة من سئولا

تشير بيانات الجدول (٨) إلى درجة سهولة الاستخدام المدركة لتطبيقات الذكاء الاصطناعي في تعزيز التواصل مع الجمهور، التي جاءت بمستوى مرتفع حيث جاءت بمتوسط حسابي ٢.٥٢، بينما تراوحت تقدير استجابات المبحوثين على العبارات المكونة للمقياس مرتفع، وجاء في مقدمة هذه العبارات توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي لا يتطلب الجلوس في مكاتب العمل، حيث جاءت بدرجة تقدير مرتفعة بمتوسط حسابي ٢.٦١، وجاءت تتيح تطبيقات الذكاء الاصطناعي بدائل مختلفة يمكن الاختيار من بينها في الترتيب الثاني حيث جاءت بدرجة تقدير مرتفعة بمتوسط حسابي ٢.٦٠، وتتفق هذه النتيجة مع ما جاءت به نظرية قبول استخدام التكنولوجيا الحديثة حيث تعني السهولة المتصورة لاستخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي. وإنه من المتوقع أن يقل استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي من جهد ممارسي العلاقات العامة والإعلام.

جدول ٨. درجة سهولة الاستخدام المدركة لتطبيقات الذكاء الاصطناعي في تعزيز التواصل مع الجمهور.

درجة التفاعل	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	قليلة		متوسطة		كبيرة		درجة السهولة العبارة	
			%	ك	%	ك	%	ك		
مرتفع	١	٠.٦١	٢.٦١	٦.٦٧	٣٠	٢٥.٧٨	١١٦	٦٧.٥٦	٣٠٤	توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي لا يتطلب الجلوس في مكاتب العمل
مرتفع	٢	٠.٦١	٢.٦٠	٦.٤٤	٢٩	٢٧.١١	١٢٢	٦٦.٤٤	٢٩٩	تتيح تطبيقات الذكاء الاصطناعي بدائل مختلفة يمكن الاختيار من بينها
مرتفع	٥	٠.٧٣	٢.٣٥	١٤.٨٩	٦٧	٣٤.٨٩	١٥٧	٥٠.٢٢	٢٢٦	توفر تطبيقات الذكاء الاصطناعي وجهات مختلفة سهلة الاستخدام
مرتفع	٣	٠.٦٥	٢.٥٤	٨.٨٩	٤٠	٢٧.٧٨	١٢٥	٦٣.٣٣	٢٨٥	تتطلب قدر بسيط من المهارة والخبرة لتشغيل تطبيقات الذكاء الاصطناعي
مرتفع	٤	٠.٦٧	٢.٤٧	١٠.٢٢	٤٦	٣٢.٦٧	١٤٧	٥٧.١١	٢٥٧	هناك إرشادات طوال عملية التواصل سهلة الإلتباع
مرتفع	--	٠.٦٥	٢.٥٢	ن = ٤٥٠				جملة من سئلا		

موقف الباحثين حول العبارات التي تقيس درجة الفائدة المتوقعة من استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي في تعزيز التواصل مع الجمهور.

جدول ٩. موقف المبحوثين حول العبارات التي تقيس درجة الفائدة المتوقعة من استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي في تعزيز التواصل مع الجمهور.

درجة الفائدة	الدرجة	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	سلبى		محايد		ايجابى		درجة الفائدة	العبرة
				%	ك	%	ك	%	ك		
مرتفع	١	٠.٦٥	٢.٥٨	٩.١١	٤١	٢٤.٢٢	١٠٩	٦٦.٦٧	٣٠٠	يزيد من حيوية التواصل ويجعله أكثر ديناميكية	
مرتفع	٧	٠.٧٠	٢.٣٥	١٣.٣٣	٦٠	٣٨.٤٤	١٧٣	٤٨.٢٢	٢١٧	تجعلني أكتسب مهارات من تخصصات مختلفة	
مرتفع	٢	٠.٦٢	٢.٥٦	٧.١١	٣٢	٢٩.٣٣	١٣٢	٦٣.٥٦	٢٨٦	تساعد في سرعة الإنجاز وتبسط من مراحل التواصل	
مرتفع	٣	٠.٦٣	٢.٥٠	٧.٥٦	٣٤	٣٥.١١	١٥٨	٥٧.٣٣	٢٥٨	تساعد في رفع مستواي التعليمي والثقافي	
مرتفع	٦	٠.٧٠	٢.٤١	١٢.٦٧	٥٧	٣٤.٠٠	١٥٣	٥٣.٣٣	٢٤٠	تزيد من مهاراتي في التعامل مع التكنولوجيا الحديثة	
مرتفع	٥	٠.٧١	٢.٤٢	١٣.١١	٥٩	٣١.٣٣	١٤١	٥٥.٥٦	٢٥٠	تساعد في الوصول إلى مفاهيم تواصل مبتكرة وفريدة	
مرتفع	٤	٠.٦٨	٢.٤٥	١٠.٤٤	٤٧	٣٣.٧٨	١٥٢	٥٥.٧٨	٢٥١	تساعد في التغلب على ضعف الميزانية	
مرتفع	٣	٠.٦٨	٢.٥٠	١٠.٤٤	٤٧	٢٨.٦٧	١٢٩	٦٠.٨٩	٢٧٤	تعزز الاندماج بين الإبداع البشرى وقدرات الذكاء الاصطناعي	
مرتفع	--	٠.٦٧	٢.٤٧	ن = ٤٥٠						جملة من سئولا	

تشير بيانات الجدول السابق إلى درجة الفائدة المتوقعة من استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي في تعزيز التواصل مع الجمهور، التي جاءت بمستوى مرتفع حيث جاءت بمتوسط حسابى ٢.٤٧، بينما تراوحت تقدير استجابات المبحوثين على العبارات المكونة للمقياس مرتفع، وجاء في مقدمة هذه العبارات يزيد من حيوية التواصل ويجعله أكثر ديناميكية، حيث جاءت بدرجة تقدير مرتفعة بمتوسط حسابى ٢.٥٨، وجاءت تساعد في سرعة الإنجاز وتبسط من مراحل التواصل في الترتيب الثانى حيث جاءت بدرجة تقدير مرتفعة بمتوسط حسابى ٢.٥٦.

موقف الباحثين حول العبارات التي تقيس درجة الأداء المتوقع من ممارسة المهنة في إطار أبعاد النظرية الموحدة لقبول واستخدام التكنولوجيا.

جدول ١٠. درجة الأداء المتوقع من ممارسة المهنة في إطار أبعاد النظرية الموحدة لقبول واستخدام التكنولوجيا.

درجة الجهد	الترتيب	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	سلبى		محايد		ايجابى		درجة الجهد العبارة
				%	ك	%	ك	%	ك	
مرتفع	٣	٠.٦٥	٢.٤٨	٨.٤٤	٣٨	٣٥.١١	١٥٨	٥٦.٤٤	٢٥٤	يفيدني استخدام تقنيات الذكاء الإصطناعى في مهنتي
مرتفع	١	٠.٦٤	٢.٥٣	٨.٢٢	٣٧	٣٠.٦٧	١٣٨	٦١.١١	٢٧٥	يساعدني استخدام تقنيات الذكاء الإصطناعى على إنجاز عملي بسرعة
مرتفع	٢	٠.٦٩	٢.٥٠	١١.١١	٥٠	٢٧.٧٨	١٢٥	٦١.١١	٢٧٥	يزيد استخدام تقنيات الذكاء الإصطناعى من معدل إنتاجيتي
مرتفع	٤	٠.٧٠	٢.٤٤	١٢.٠٠	٥٤	٣١.٥٦	١٤٢	٥٦.٤٤	٢٥٤	يرفع استخدام تقنيات الذكاء الإصطناعى من معدل فرصتي بالترقية
مرتفع	٢	٠.٦٣	٢.٥٠	٧.٥٦	٣٤	٣٤.٨٩	١٥٧	٥٧.٥٦	٢٥٩	يساعدني استخدام تقنيات الذكاء الإصطناعى على مسايرة التطورات التكنولوجية الحديثة
مرتفع	--	٠.٦٦	٢٤٩	ن = ٤٥٠						جملة من سئولا

تشير بيانات الجدول السابق إلى درجة الأداء المتوقع من ممارسة المهنة في إطار أبعاد النظرية الموحدة لقبول واستخدام التكنولوجيا، التي جاءت بمستوى مرتفع حيث جاءت بمتوسط حسابى ٢.٤٩، بينما تراوحت تقدير استجابات الباحثين على العبارات المكونة للمقياس مرتفع، وجاء فى مقدمة هذه العبارات يساعدني استخدام تقنيات الذكاء الإصطناعى على إنجاز عملي بسرعة ، حيث جاءت بدرجة تقدير مرتفعة بمتوسط حسابى ٢.٥٣، وجاءت استخدام تقنيات الذكاء الإصطناعى من معدل إنتاجيتي فى الترتيب الثانى حيث جاءت بدرجة تقدير مرتفعة بمتوسط حسابى ٢.٥٠، وهذا ما تؤكد نظرية قبول استخدام التكنولوجيا الحديثة

التي تشير إلى " الدرجة التي يعتقد بها الشخص بأن استخدام نظام معين سيكون خالياً من الجهد العقلي (Venkatesh, V.,2003,425).

موقف الباحثين حول العبارات التي تقيس درجة الجهد المتوقع من ممارسة المهنة في إطار أبعاد النظرية الموحدة لقبول واستخدام التكنولوجيا:

جدول ١١. درجة الجهد المتوقع من ممارسة المهنة في إطار أبعاد النظرية الموحدة لقبول واستخدام التكنولوجيا.

درجة الجهد	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	سلبي		محايد		ايجابي		درجة الجهد	العبرة
			%	ك	%	ك	%	ك		
مرتفع	٠.٦٦	٢.٥٠	٩.١١	٤١	٣١.٧٨	١٤٣	٥٩.١١	٢٦٦	مفهوم استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي واضح لدي	
مرتفع	٠.٦٩	٢.٥٠	١١.٥٦	٥٢	٢٦.٦٧	١٢٠	٦١.٧٨	٢٧٨	استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي سهل وبسيط	
مرتفع	٠.٦٨	٢.٤٢	١١.١١	٥٠	٣٥.٧٨	١٦١	٥٣.١١	٢٣٩	يسهل استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي عليّ أن أصبح محترفاً	
مرتفع	٠.٦٥	٢.٥١	٨.٦٧	٣٩	٣١.٣٣	١٤١	٦٠.٠٠	٢٧٠	يسهل استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي التعلم والتدريب	
مرتفع	٠.٦٥	٢.٥٢	٨.٨٩	٤٠	٣٠.٤٤	١٣٧	٦٠.٦٧	٢٧٣	استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي يوفر مزيد من الوقت ويقلل الكثير من الجهد المبذول	
مرتفع	٠.٦٧	٢.٤٩	ن = ٤٥٠						جملة من سنلوا	

تشير بيانات الجدول السابق إلى درجة الجهد المتوقع من ممارسة المهنة في إطار أبعاد النظرية الموحدة لقبول واستخدام التكنولوجيا، التي جاءت بمستوى مرتفع حيث جاءت بمتوسط حسابي ٢.٤٩، بينما تراوحت تقدير استجابات الباحثين على العبارات المكونة للمقياس مرتفع، وجاء في مقدمة هذه العبارات استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي يوفر مزيد من الوقت ويقلل الكثير من الجهد المبذول، حيث جاءت بدرجة تقدير مرتفعة بمتوسط حسابي ٢.٥٢، وجاءت يسهل استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي التعلم والتدريب في الترتيب الثاني حيث جاءت بدرجة تقدير مرتفعة بمتوسط حسابي ٢.٥١.

موقف الباحثين حول العبارات التي تقيس درجة التأثير الاجتماعي من ممارسة المهنة في إطار أبعاد النظرية الموحدة لقبول واستخدام التكنولوجيا

جدول ١٢. درجة التأثير الاجتماعي من ممارسة المهنة في إطار أبعاد النظرية الموحدة لقبول واستخدام التكنولوجيا.

درجة التأثير	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	سلبى		محايد		ايجابى		درجة التأثير العبارة	
			%	ك	%	ك	%	ك		
مرتفع	٥	٠.٧٠	٢.٤٢	١٢.٤٤	٥٦	٣٢.٦٧	١٤٧	٥٤.٨٩	٢٤٧	يرى الأشخاص المهمون لديّ ضرورة تمكني من استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي
مرتفع	٢	٠.٦٨	٢.٤٧	١٠.٤٤	٤٧	٣٢.٢٢	١٤٥	٥٧.٣٣	٢٥٨	يرى الأشخاص المؤثرون عليّ ضرورة استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي
مرتفع	٣	٠.٦٧	٢.٤٦	١٢.٠٠	٥٤	٣٤.٢٢	١٥٤	٥٥.٧٨	٢٥١	يفرض استخدام زملائي بالعمل لتقنيات الذكاء الاصطناعي عليّ ضرورة استخدامه
مرتفع	٤	٠.٧٠	٢.٤٤	١٢.٠٠	٥٤	٣٢.٠٠	١٤٤	٥٦.٠٠	٢٥٢	يحفزني دائماً رؤسائي في العمل على استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي
مرتفع	١	٠.٦٨	٢.٥١	١٠.٤٤	٤٧	٢٧.٧٨	١٢٥	٦١.٧٨	٢٧٨	تركز رؤية المملكة ٢٠٣٠ على أن تقنيات الذكاء الاصطناعي هي المستقبل
مرتفع	--	٠.٦٩	٢.٤٦	ن = ٤٥٠					جملة من سئولا	

تشير بيانات الجدول السابق إلى درجة التأثير الاجتماعي من ممارسة المهنة في إطار أبعاد النظرية الموحدة لقبول واستخدام التكنولوجيا، التي جاءت بمستوى مرتفع حيث جاءت بمتوسط حسابي ٢.٤٦، بينما تراوحت تقدير استجابات الباحثين على العبارات المكونة للمقياس مرتفع، وجاء في مقدمة هذه العبارات تركيز رؤية المملكة ٢٠٣٠ على أن تقنيات الذكاء الاصطناعي هي المستقبل، حيث جاءت بدرجة تقدير مرتفعة

بمتوسط حسابي ٢.٥١، وجاءت يرى الأشخاص المؤثرون علي ضرورة استخدامي تقنيات الذكاء الإصطناعي في الترتيب الثاني حيث جاءت بدرجة تقدير مرتفعة بمتوسط حسابي ٢.٤٧.

موقف المبحوثين حول العبارات التي تقيس درجة التسهيلات المتاحة لممارسة المهنة في إطار أبعاد النظرية الموحدة لقبول واستخدام التكنولوجيا

جدول ١٣. درجة التسهيلات المتاحة لممارسة المهنة في إطار أبعاد النظرية الموحدة لقبول واستخدام التكنولوجيا.

الدرجة	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	سلبى		محايد		ايجابى		درجة التسهيلات العبارة
			%	ك	%	ك	%	ك	
مرتفع	٠.٦٨	٢.٤٥	١٠.٤٤	٤٧	٣٣.٧٨	١٥٢	٥٥.٧٨	٢٥١	توفر إدارة المنظمة التي أعمل بها الدعم لي لاستخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في العمل
مرتفع	٠.٦٩	٢.٤٤	١١.١١	٥٠	٣٣.٧٨	١٥٢	٥٥.١١	٢٤٨	يتوافر لدي المهارات اللازمة لاستخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي
مرتفع	٠.٧٠	٢.٤٥	١١.٧٨	٥٣	٣١.٥٦	١٤٢	٥٦.٦٧	٢٥٥	أمتلك المعرفة المطلوبة لاستخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي
مرتفع	٠.٦٦	٢.٥٠	٩.٣٣	٤٢	٣١.٥٦	١٤٢	٥٩.١١	٢٦٦	توفر المنظمة التي أعمل بها الفنيين المختصين الذين يساعدونى على تجاوز صعوبات استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي
مرتفع	٠.٦٧	٢.٤٣	١٠.٠٠	٤٥	٣٦.٦٧	١٦٥	٥٣.٣٣	٢٤٠	لا أواجه أي تعقيدات في عملية استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي
مرتفع	--	٢.٤٥	ن = ٤٥٠						جملة من سئلوا

تشير بيانات الجدول السابق إلى درجة التسهيلات المتاحة لممارسة المهنة في إطار أبعاد النظرية الموحدة لقبول واستخدام التكنولوجيا، التي جاءت بمستوى مرتفع حيث جاءت بمتوسط حسابي ٢.٤٥، بينما تراوحت تقدير استجابات المبحوثين على العبارات المكونة للمقياس مرتفع، وجاء في مقدمة هذه العبارات توفر المنظمة

التي أعمل بها الفنيين المختصين الذين يساعدوني على تجاوز صعوبات استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي، حيث جاءت بدرجة تقدير مرتفعة بمتوسط حسابي ٢.٥٠، وجاءت أمتك المعرفة المطلوبة لاستخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في الترتيب الثاني حيث جاءت بدرجة تقدير مرتفعة بمتوسط حسابي ٢.٤٥.

موقف الباحثين حول العبارات التي تقيس درجة النوايا السلوكية لاستخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي في إطار أبعاد النظرية الموحدة لقبول واستخدام التكنولوجيا

جدول ١٤. درجة النوايا السلوكية لاستخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي في إطار أبعاد النظرية الموحدة لقبول واستخدام التكنولوجيا.

درجة المتعة	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	سلبى		محايد		إيجابي		درجة النوايا السلوكية العبارة	
			%	ك	%	ك	%	ك		
مرتفع	٥	٠.٧١	٢.٤٠	١٢.٨٩	٥٨	٣٤.٤٤	١٥٥	٥٢.٦٧	٢٣٧	أعتمد دمج تطبيقات الذكاء الاصطناعي بشكل دائم وفعال في تعزيز التواصل مع الجمهور
مرتفع	٤	٠.٧١	٢.٤١	١٣.١١	٥٩	٣٢.٦٧	١٤٧	٥٤.٢٢	٢٤٤	متحمس لاستكشاف ومتابعة الجديد من تطبيقات الذكاء الاصطناعي وتجربتها
مرتفع	٢	٠.٦٨	٢.٤٦	١٠.٨٩	٤٩	٣٢.٤٤	١٤٦	٥٦.٦٧	٢٥٥	أطلع إلى إتقان توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في تعزيز التواصل مع الجمهور
مرتفع	١	٠.٦٦	٢.٤٩	٩.١١	٤١	٣٢.٦٧	١٤٧	٥٨.٢٢	٢٦٢	أبحث عن فرص للتعاون مع خبراء توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في تخصصات مختلفة
مرتفع	٣	٠.٦٩	٢.٤٥	١١.١١	٥٠	٣٢.٤٤	١٤٦	٥٦.٤٤	٢٥٤	أعمل على الإلمام بالاعتبارات الأخلاقية لاستخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي في تخصصي
مرتفع	--	٠.٦٩	٢.٥٢	ن = ٤٥٠						جملة من سئلا

تشير بيانات الجدول السابق إلى درجة النوايا السلوكية لاستخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي في إطار أبعاد النظرية الموحدة لقبول واستخدام التكنولوجيا، التي جاءت بمستوى مرتفع حيث جاءت بمتوسط حسابي

٢٠٥٢، بينما تراوحت تقدير استجابات الباحثين على العبارات المكونة للمقياس مرتفع، وجاء في مقدمة هذه العبارات أبحاث عن فرص للتعاون مع خبراء توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في تخصصات مختلفة، حيث جاءت بدرجة تقدير مرتفعة بمتوسط حسابي ٢٠٤٩، وجاءت أتطلع إلى إتقان توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في تعزيز التواصل مع الجمهور في الترتيب الثاني حيث جاءت بدرجة تقدير مرتفعة بمتوسط حسابي ٢٠٤٦.

ثانياً: نتائج التحقق من صحة الفروض

الفرض الأول: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات الباحثين على مقياس استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في تعزيز التواصل مع الجمهور تبعاً لاختلاف درجة سهولة استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي.

جدول ١٥. تحليل التباين أحادي الاتجاه بين متوسطات درجات الباحثين على مقياس استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي تبعاً لاختلاف درجة سهولة استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي.

الدالة	قيمة ف	متوسط مجموع المربعات	درجة الحرية	مجموعات المربعات	مصدر التباين
دالة ***	١٣.٨٦٣	٧.٢٦٥	٢	١٤.٥٣١	بين المجموعات
		٠.٥٢٤	٤٤٧	٢٣٤.٢٦١	داخل المجموعات
			٤٤٩	٢٤٨.٧٩١	المجموع

تشير بيانات الجدول السابق إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين مجموعات الباحثين الذين يمثلون مستويات سهولة الاستخدام المختلفة لتقنيات الذكاء الاصطناعي، وذلك على مقياس كثافة استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في تعزيز التواصل مع الجمهور، حيث بلغت قيمة ف ١٣.٨٦٣ وهذه القيمة دالة عند مستوى دلالة = ٠.٠٠٠١، وهو ما يثبت صحة هذا الفرض.

جدول ١٦. نتائج تحليل L.S.D لمعرفة الفروق بين المجموعات على مقياس استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي تبعاً لاختلاف درجة سهولة استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي.

المجموعات	مرتفع	متوسط	منخفض	المتوسط
مرتفع	-			٢.٨٦
متوسط	***٠.٧١٢١	-		٢.١٥
منخفض	***٠.٧٣٧٤	٠.٠٢٥٣	-	٢.١٢

يتضح من خلال الجدول السابق أن هناك اختلافاً بين المبحوثين متوسطى مستوى سهولة استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعى، والمبحوثين مرتفعى مستوى السهولة بفرق بين المتوسطين الحسابيين بلغ ٠.٧١٢١ لصالح المبحوثين مرتفعى مستوى سهولة الاستخدام، وهو فرق دال إحصائياً عند مستوى دلالة ٠.٠٠٠١، كما اتضح أن هناك اختلافاً بين المبحوثين مرتفعى مستوى سهولة الاستخدام، والمبحوثين منخفضى مستوى السهولة بفرق بين المتوسطين الحسابيين بلغ ٠.٧٣٧٤ لصالح المبحوثين مرتفعى مستوى سهولة الاستخدام، وهو فرق دال إحصائياً عند مستوى دلالة ٠.٠٠٠١.

الفرض الثانى: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعى فى تعزيز التواصل مع الجمهور تبعاً لاختلاف درجة الفائدة المتوقعة من استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعى.

جدول ١٧. تحليل التباين أحادي الاتجاه بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعى تبعاً لاختلاف درجة الفائدة المتوقعة من استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعى.

مصدر التباين	مجموعات المربعات	درجة الحرية	متوسط مجموع المربعات	قيمة ف	الدلالة
بين المجموعات	٨.٧٣٧	٢	٤.٣٦٨	٨.١٣٤	دالة***
داخل المجموعات	٢٤٠.٠٥٤	٤٤٧	٠.٥٣٧		
المجموع	٢٤٨.٧٩١	٤٤٩			

تشير بيانات الجدول السابق إلي وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين مجموعات المبحوثين الذين يمثلون مستويات الفائدة المتوقعة من استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعى، وذلك علي مقياس كثافة استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعى فى تعزيز التواصل مع الجمهور، حيث بلغت قيمة ف ٨.١٣٤ وهذه القيمة دالة عند مستوى دلالة = ٠.٠٠٠١، وهو ما يثبت صحة هذا الفرض.

جدول ١٨. نتائج تحليل L.S.D لمعرفة الفروق بين المجموعات على مقياس استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعى تبعاً لاختلاف درجة الفائدة المتوقعة من استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعى.

المجموعات	مرتفع	متوسط	منخفض	المتوسط
مرتفع	-			٢.٤٧
متوسط	*٠.١٩٥٦	-		٢.٢٢
منخفض	***٠.٤٤٦٢	*٠.٢٥٠٦	-	٢.٠٢

يتضح من خلال الجدول السابق أن هناك اختلافاً بين المبحوثين متوسطي مستوى الفائدة المتوقعة من استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي، والمبحوثين مرتفعي مستوى الفائدة بفرق بين المتوسطين الحسابيين بلغ ٠.١٩٦٥ لصالح المبحوثين مرتفعي مستوى الفائدة المتوقعة، وهو فرق دال إحصائياً عند مستوى دلالة ٠.٠٥، كما اتضح أن هناك اختلافاً بين المبحوثين مرتفعي مستوى الفائدة المتوقعة، والمبحوثين منخفضي مستوى الفائدة بفرق بين المتوسطين الحسابيين بلغ ٠.٤٤٦٢ لصالح المبحوثين مرتفعي مستوى الفائدة المتوقعة، وهو فرق دال إحصائياً عند مستوى دلالة ٠.٠٠٠١.

الفرض الثالث: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في تعزيز التواصل مع الجمهور تبعاً لاختلاف درجة الثقة في استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي.

جدول ١٩. تحليل التباين أحادي الاتجاه بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي تبعاً لاختلاف درجة الثقة في استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي.

الدلالة	قيمة ف	متوسط مجموع المربعات	درجة الحرية	مجموعات المربعات	مصدر التباين
دالة ***	١٠.٣٣٩	٥.٥٠٠	٢	١١.٠٠٠	بين المجموعات
		٠.٥٣٢	٤٤٧	٢٣٧.٧٩١	داخل المجموعات
			٤٤٩	٢٤٨.٧٩١	المجموع

تشير بيانات الجدول السابق إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين مجموعات المبحوثين الذين يمثلون مستويات الثقة في استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي، وذلك على مقياس كثافة استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في تعزيز التواصل مع الجمهور، حيث بلغت قيمة ف ١٠.٣٣٩ وهذه القيمة دالة عند مستوى دلالة = ٠.٠٠٠١، وهو ما يثبت صحة هذا الفرض.

جدول ٢٠. نتائج تحليل L.S.D لمعرفة الفروق بين المجموعات على مقياس استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي تبعاً لاختلاف درجة الثقة في استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي.

المجموعات	مرتفع	متوسط	منخفض	المتوسط
مرتفع	-			٢.٣٩
متوسط	٠.١٠٨٧	-		٢.١٧
منخفض	***٠.٣٣٣٢	*٠.٢٢٤٥	-	٢.٠٦

يتضح من خلال الجدول السابق أن هناك اختلافاً بين المبحوثين متوسطى مستوى الثقة فى استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعى، والمبحوثين منخفضى مستوى الثقة بفرق بين المتوسطين الحسابيين بلغ ٠.٢٢٤٥. لصالح المبحوثين متوسطى مستوى الثقة، وهو فرق دال إحصائياً عند مستوى دلالة ٠.٠٥، كما اتضح أن هناك اختلافاً بين المبحوثين مرتفعى مستوى الثقة، والمبحوثين منخفضى مستوى الثقة بفرق بين المتوسطين الحسابيين بلغ ٠.٣٣٣٢. لصالح المبحوثين مرتفعى مستوى الثقة، وهو فرق دال إحصائياً عند مستوى دلالة ٠.٠٠٠١.

الفرض الرابع: توجد علاقة ارتباطيه موجبة ذات دالة إحصائياً بين مستوى اتجاهاً ممارسى العلاقات العامة نحو استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعى بالمؤسسات السعودية والمتغيرات التالية (الأداء المتوقع - الجهد المتوقع - التأثير الاجتماعى - التسهيلات المتاحة - النوايا السلوكية).

جدول ٢١. معامل ارتباط بيرسون بين درجات المبحوثين على مقياس الاتجاه نحو استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعى ومتغيرات النظرية الموحدة لقبول واستخدام التكنولوجيا.

المتغير	المتوسط	الانحراف المعياري	قيمة سبيرمان	الاتجاه	القوة	مستوى المعنوية
الاتجاه نحو استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعى	٢.٤٨	٠.٦٤	-	-	-	-
الأداء المتوقع	٢.٦٢	٠.٦٧	٠.٣٤٢	طردى	متوسطة	٠.٠٠١
الجهد المتوقع	٢.٥١	٠.٦٣	-٠.٤١٢	عكسى	متوسطة	٠.٠٠١
التأثير الاجتماعى	٢.٤٢	٠.٥٨	٠.٤٩٨	طردى	متوسطة	٠.٠٠١
التسهيلات المتاحة	٢.٦٣	٠.٦٣	٠.٥٦٧	طردى	متوسطة	٠.٠٠١
النوايا السلوكية	٢.٧٣	٠.٦٢	٠.٦٢٥	طردى	قوية	٠.٠٠١

تشير نتائج الجدول السابق أنه باستخدام معامل ارتباط بيرسون أتضح وجود علاقة ارتباطيه موجبة (طردية) ودالة إحصائياً بين الاتجاه نحو استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعى، ومتغيرات النظرية الموحدة لقبول واستخدام التكنولوجيا (الأداء المتوقع - التأثير الاجتماعى - التسهيلات المتاحة - النوايا السلوكية)، حيث بلغت قيمة معامل ارتباط سبيرمان ٠.٣٤٢، ٠.٤٩٨، ٠.٥٦٧، ٠.٦٢٥ على الترتيب، وجميعها قيم دالة إحصائياً عند مستوى دلالة = ٠.٠٠٠١.

بينما تشير نتائج الجدول السابق أنه باستخدام معامل ارتباط بيرسون أتضح وجود علاقة ارتباطيه سالبة (عكسية) ودالة إحصائياً بين الاتجاه نحو استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعى، ومتغيرات النظرية الموحدة لقبول

واستخدام التكنولوجيا (الجهد المتوقع)، حيث بلغت قيمة معامل ارتباط سبيرمان $0.412-$ ، وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى دلالة $= 0.0001$.

الفرض الخامس: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في تعزيز التواصل مع الجمهور تبعاً لاختلاف المتغيرات الديموجرافية. ويقسم هذا الفرض إلى أربعة فروض فرعية هي:

أ- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في تعزيز التواصل مع الجمهور وفقاً للنوع.

جدول ٢٢. نتائج اختبار (ت) لدلالة الفروق بين المبحوثين في مستوى استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في تعزيز التواصل مع الجمهور وفقاً للنوع.

المجموعات	العدد	المتوسط	الانحراف المعياري	قيمة ت	درجة الحرية	الدلالة
ذكور	٢٥٠	٢.٣٤	٠.٧٥	٣.٧٣٤	٤٤٨	دالة عند ٠.٠٠١
إناث	٢٠٠	٢.٠٨	٠.٧١			

تشير نتائج اختبار "ت" في الجدول السابق إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات الذكور ومتوسطات درجات الإناث على مقياس استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في تعزيز التواصل مع الجمهور، حيث بلغت قيمة "ت" 3.734 وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى دلالة $= 0.0001$ ، لصالح الذكور.

ب- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في تعزيز التواصل مع الجمهور وفقاً لاختلاف مستوى التعليم.

جدول ٢٣. تحليل التباين أحادي الاتجاه بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في تعزيز التواصل مع الجمهور تبعاً لاختلاف مستوى التعليم.

مصدر التباين	مجموعات المربعات	درجة الحرية	متوسط مجموع المربعات	قيمة ف	الدلالة
بين المجموعات	٣.٥٨٨	٢	١.٧٩٤	٣.٢٧٠	غير دالة ٠.٠٥
داخل المجموعات	٢٤٥.٢٠٣	٤٤٧	٠.٥٤٩		
المجموع	٢٤٨.٧٩١	٤٤٩			

تشير بيانات الجدول السابق إلي وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين مجموعات المبحوثين الذين يمثلون مستويات التعليم المختلفة، وذلك علي مقياس استخدام تقنيات الذكاء الإصطناعي في تعزيز التواصل مع الجمهور، حيث بلغت قيمة ف ٣.٢٧٠ وهذه القيمة دالة عند مستوى دلالة = ٠.٠٠٥.

ج- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس استخدام تقنيات الذكاء الإصطناعي في تعزيز التواصل مع الجمهور وفقاً لاختلاف مستوى السن.

جدول ٢٤. تحليل التباين أحادي الاتجاه بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس استخدام تقنيات الذكاء الإصطناعي في تعزيز التواصل مع الجمهور تبعاً لاختلاف السن.

الدلالة	قيمة ف	متوسط مجموع المربعات	درجة الحرية	مجموعات المربعات	مصدر التباين
دالة عند ٠.٠٠١	١٧.٤٥٧	٩.٠١٣	٢	١٨.٠٢٥	بين المجموعات
		٠.٥١٦	٤٤٧	٢٣٠.٧٦٦	داخل المجموعات
			٤٤٩	٢٤٨.٧٩١	المجموع

تشير بيانات الجدول السابق إلي وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين مجموعات المبحوثين الذين يمثلون المستويات العمرية المختلفة، وذلك علي مقياس استخدام تقنيات الذكاء الإصطناعي في تعزيز التواصل مع الجمهور، حيث بلغت قيمة ف ١٧.٤٥٧ وهذه القيمة دالة عند مستوى دلالة = ٠.٠٠٠١.

د- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس استخدام تقنيات الذكاء الإصطناعي في تعزيز التواصل مع الجمهور وفقاً لاختلاف سنوات الخبرة.

جدول ٢٥. تحليل التباين أحادي الاتجاه بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس استخدام تقنيات الذكاء الإصطناعي في تعزيز التواصل مع الجمهور تبعاً لاختلاف سنوات الخبرة

الدلالة	قيمة ف	متوسط مجموع المربعات	درجة الحرية	مجموعات المربعات	مصدر التباين
دالة عند ٠.٠١	٣.٩٢٠	٢.١١٧	٢	٨.٤٦٩	بين المجموعات
		٠.٥٤٠	٤٤٧	٢٤٠.٣٢٢	داخل المجموعات
			٤٤٩	٢٤٨.٧٩١	المجموع

تشير بيانات الجدول السابق إلي وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين مجموعات المبحوثين الذين يمثلون سنوات المختلفة، وذلك علي مقياس استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في تعزيز التواصل مع الجمهور، حيث بلغت قيمة ف ٣.٩٢٠ وهذه القيمة دالة عند مستوى دلالة = ٠.٠٠١.

النتائج العامة للدراسة

- جاء موقف المبحوثين حول العبارات التي تقيس درجة سهولة الاستخدام المدركة لتطبيقات الذكاء الاصطناعي في تعزيز التواصل مع الجمهور، بدرجة مرتفعة بمتوسط حسابي ٢.٥٢.
- جاء موقف المبحوثين حول العبارات التي تقيس درجة الفائدة المتوقعة من استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي في تعزيز التواصل مع الجمهور، بدرجة مرتفعة بمتوسط حسابي ٢.٤٧.
- جاء موقف المبحوثين حول العبارات التي تقيس درجة الأداء المتوقع من ممارسة المهنة في إطار أبعاد النظرية الموحدة لقبول واستخدام التكنولوجيا بدرجة مرتفعة بمتوسط حسابي ٢.٤٩.
- جاء موقف المبحوثين حول العبارات التي تقيس درجة الجهد المتوقع من ممارسة المهنة في إطار أبعاد النظرية الموحدة لقبول واستخدام التكنولوجيا بدرجة مرتفعة بمتوسط حسابي ٢.٤٩.
- جاء موقف المبحوثين حول العبارات التي تقيس درجة التأثير الاجتماعي من ممارسة المهنة في إطار أبعاد النظرية الموحدة لقبول واستخدام التكنولوجيا بدرجة مرتفعة بمتوسط حسابي ٢.٤٦.
- جاء موقف المبحوثين حول العبارات التي تقيس درجة التسهيلات المتاحة من ممارسة المهنة في إطار أبعاد النظرية الموحدة لقبول واستخدام التكنولوجيا بدرجة مرتفعة بمتوسط حسابي ٢.٤٥.
- جاء موقف المبحوثين حول العبارات التي تقيس درجة النوايا السلوكية من ممارسة المهنة في إطار أبعاد النظرية الموحدة لقبول واستخدام التكنولوجيا بدرجة مرتفعة بمتوسط حسابي ٢.٥٢.
- كما تبين وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في تعزيز التواصل مع الجمهور تبعاً لاختلاف درجة سهولة استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي.
- وتبين وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في تعزيز التواصل مع الجمهور تبعاً لاختلاف درجة الفائدة المتوقعة من استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي.

- وتبين وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في تعزيز التواصل مع الجمهور تبعاً لاختلاف درجة الثقة في استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي.
- وتبين وجود علاقة ارتباطية موجبة ذات دلالة إحصائية بين مستوى استخدام المبحوثين لتقنيات الذكاء الاصطناعي ومستوى توظيف هذه التقنيات في إطار أبعاد النظرية الموحدة لقبول واستخدام التكنولوجيا.

التوصيات

- الحرص على تدريب ممارسي العلاقات العامة والاعلام بالمؤسسات السعودية على كيفية استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي ومعرفة كل ما هو جديد حولها.
- توفير معامل مطورة بتطبيقات الذكاء الاصطناعي لتسهيل استخدام ممارسي العلاقات العامة والاعلام بالمؤسسات السعودية لهذه التطبيقات داخل المعامل التطبيقية.
- عمل دورات تدريبية مستمرة لتدريب ممارسي العلاقات العامة والاعلام بالمؤسسات السعودية على كل ما هو جديد في مجال تطبيقات الذكاء الاصطناعي.
- ضرورة الاستفادة من تجربة المؤسسات الصحفية العربية والأجنبية في استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي في العمل الصحفي.

مقترحات الدراسة

- دور العلاقات العامة الرقمية في تعزيز التواصل مع الجمهور.
- توظيف المؤسسات الحكومية لتطبيقات الذكاء الاصطناعي في العلاقات العامة الرقمية لكسب ثقة الجمهور.
- العوامل المؤثرة على قبول ممارسي العلاقات العامة لاستخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي.

مراجع الدراسة

المراجع العربية

- الدلو، جواد راغب، أبو حشيش يوسف يحيى، إسماعيل أحمد عبد الله. (٢٠٢٢). اتجاهات خبراء الإعلام نحو توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في الصحافة الفلسطينية: دراسة ميدانية، الإنسانية، كلية العلوم الإنسانية و الاجتماعية، جامعة العربي التبسي، (٣)٧، ٥٣-٩٠. يوليو ٢٠٢٢.

Al-Dalw, J. R., Abubhashish, Y. Y., & Ismaeel, A. A. (2022). Ittijāhāt ḥubarā' al-'i'lām nahwa tazwīf tiqniyāt al-dḍakā' al-iṣṭinā'ī fi al-ṣṣahāfah al-filastīniyah: dirāsah maydāniyah, Maḡallat al-Risālah li Ddirāsāt wa-l-Buḥūt al-'Insāniyah, Kulliyat al-'Ulūm al-'Insāniyah wa-l-Ijtīmā'iyah, Ġāmi'at al-'Arabī al-Ttabsī, 7(3), 53-90. yūlyū 2022.

الزهراني، أحمد على. (٢٠٢٢). تبني الصحفيين العرب لتطبيقات الذكاء الاصطناعي في المؤسسات الإعلامية، المجلة الجزائرية لبحوث الإعلام والرأي العام، كلية العلوم الإنسانية والعلوم الإسلامية والحضارة، جامعة عمار ثلجي الأغواط، ٥ (١)، ١٥-٣٩. يوليو.

Al-Zahrani, A.A. (2022). Tabannī al-ṣṣuḥufiyyīn al-'arab litatbīqāt al-dḍakā' al-iṣṭinā'ī fi al-mu'assasāt al-'i'lāmiyah, al- Maḡallah al-Jazā'iriyah li-Buḥūt al-'I'lām wa-al-Rra'y al-'Āmm, Kulliyat al-'Ulūm al-'Insāniyah wa-l-'Ulūm al-'Islāmiyah wa-l-Ḥadārah, Jāmi'at 'Ammār Talḡī al-'Aḡwāt, 5(1), 15:39, yūlyū.

العتار، محمد رشاد.، الفصيل رفيق سمر. (٢٠٢٣). تأطير الذكاء الاصطناعي في المواقع الإخبارية الإماراتية، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، ٣ (٨٤)، ١٦٤٣-١٦٧٢، يوليو.

Al-Attar, M. R., & Al-Faysal, R. (2023). Ta'tīr al-dḍakā' al-iṣṭinā'ī fi al-mawāqī' al-'iḥbāriyah al-'imārīyah, al-Maḡallah al-Maṣriyah li-Buḥūt al-'I'lām, Kulliyat al-'I'lām, Ġāmi'at al-Qāhirah, 3(84), 1643-1672, yūlyū.

المناصير، أشرف محمد. (٢٠١٩). جهود العلاقات العامة الرقمية في إدارة الصورة الذهنية للقطاع السياحي وانعكاسه على الوعي الثقافي والمعرفي للجمهور الأردن، مجلة التنمية البشرية والتعليم للأبحاث التخصصية، ٥ (٤)، ١٠٦-١٣١، أكتوبر.

Al-Manasir, A. M. (2019). Ḡuhūd al-'alāqāt al-'āmmah al-rraqmīyah fi idārat al-ṣṣūrah al-dḍihniyah lil-qitā' al-ssiyaḥī wa-n'ikāsuhu 'alā al-wa'yi al-Ttaqāfi wa-l-ma'rifi lil- ḡumhūr al-'urdunī, Maḡallat al-Ttanmiyah al-Baṣariyah wa al-Tta'lim lil-Abḥāt al-Ttaḥṣuṣiyah, 5(4),106-131,' uktūbir.

تكروني، دنيا عبد الرحمن. (٢٠٢١). أثر القيادة التحولية على أداء العلاقات العامة الرقمية في الجامعات الحكومية بمحافظة جدة، مجلة الجامعة الإسلامية للدراسات الاقتصادية والإدارية، فلسطين، ٢٩ (٢)، ١٨٥-٢٠٨، أبريل.

Takrony, D. A. (2021). Aṭar al-qiyādah al-ttaḥwīliyah 'alā 'adā' al-'alāqāt al-'āmmah al-rraqmīyah fi al-ḡāmi'āt al-ḥukūmiyah bi-muḥāfazat Jiddah, Maḡallat al-ḡāmi'ah al-'Islāmiyah li-Ddirāsāt al-Iqtisādiyah wa-l-'Idāriyah, filastīn, al-muḡallad 29(2), 185-208, 'abrīl.

خليفة، هبة طلعت. (٢٠٢١). العلاقات العامة الإلكترونية ودورها في تشكيل الصورة الذهنية في القطاع الحكومي والخاص، المجلة العلمية لبحوث الإعلام وتكنولوجيا الاتصال، كلية الآداب، جامعة جنوب الوادي، العدد ١٠، ٣٩-٦٣، يوليو-ديسمبر.

Khalifah, H. T. (2021). al-'Alāqāt al-'āmmah al'iliktrūniyah wa-dawruhā fi taškīl al-ṣṣūrah al-dḍihniyah fi al-qitā' alḥukūmī wa-l-khāṣṣ, al-Maḡallah al-'Ilmiyah li-Buḥūt al-'I'lām wa Ttiknulūḡiyā al-'Ittiṣāl, Kulliyat al-Ādāb, Ġāmi'at Ḡanūb al-Wādī, al-'adad 10, 39-63, yūlyū-dīsambir.

سالم، أميرة حسن. (٢٠٢١). مخاطر التسويق الرقمي عبر مواقع التسوق الإلكتروني وتأثيراتها على أنماط السلوك الاستهلاكي لدى المراهقين، المجلة العلمية لبحوث العلاقات العامة والإعلان، العدد ٢٢، ٤٤٩-٥٠٨، يوليو-ديسمبر

Salim, A.H. (2021). Makhāṭir al-ttaswīq al-rraqmī 'abra mawāqī' al-ttasawwuq al-'iliktrūnī wa ta'thīrātuhā 'alā anmāt al-ssulūk al-istihlākī ladā al-murāhiqīn, al- Maḡallah al-'Iilmīyah li-Buḥūt al-'Alāqāt al-'Āmmah wa-l-'I'lām, al-'adad 22, 449-508, yulyū-dīsambir.

سلامة، حسام على. (٢٠٢٣). توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في تطوير إنتاجات طلبة الإعلام في الجامعات الخليجية، مجلة اتحاد الجامعات العربية، العدد ١١، ١-٧٠. يوليو.

Salamah, H. A. (2023). Tawzīf tiqniyāt al-dḍakā' al-iṣṭinā'ī fi taṭwīr 'intāḡāt ṭalabat al-'I'lām fi al- ḡāmi'āt al-ḥaljīyah, Maḡallat Ittijāh al-ḡāmi'āt al-'Arabiyah, al-'adad 11,1-70. yūlyū.

سليمان، شريفة رحمة الله. (٢٠٠٩). دور الاتصال والعلاقات العامة في الحكومة الإلكترونية - دراسة حالة على إمارة دبي، مركز الإمارات للبحوث والدراسات الاستراتيجية، أبو ظبي، ص ٢٨.

Sulayman, Sh. R. (2009). Dawr al-ittiṣāl wa-l-‘alāqāt al-‘ammah fī al-ḥukūmah al-‘iliktrūniyah-dirāsāt ḥālah ‘alā ‘imārat Dubai, Markaz al-‘Imārāt lil-Buḥūt wa-al-Ddirāsāt al-Istrāṭijyah, ‘Abū Ḍabi, p.28.

عبد الحميد، عمرو محمد محمود. (٢٠٢٠). توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في إنتاج المحتوى الإعلامي وعلاقتها بمصاديقته لدى الجمهور المصري، مجلة البحوث الإعلامية، كلية الإعلام، جامعة الأزهر، العدد ٥٥، الجزء ٥، ٢٧٩٧-٢٨٦٠، أكتوبر.

Abdulhamid, A. M. M. (2020). Tawzīf taṭbīqāt al-ḍakā’ al-iṣṭinā’ī fī ‘intāg al-muḥṭawā al-‘i’lāmī wa ‘alāqatuhā bimīṣḍāqiyatihi ladā al-ḡumhūr al-Maṣrī, Maḡallat al-Buḥūt al-‘i’lāmīyah, Kulliyat al-‘i’lām, Ḡāmi‘at al-‘Azhar, al‘adad 55, al-ḡuz’ 5, 2797-2860, ‘uktūbir

عبد الرازق، مي مصطفى. (٢٠٢٢). تقنيات الذكاء الاصطناعي في الإعلام - الواقع والتطورات المستقبلية، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، ع. ٨١، ص ١٣، أكتوبر.

Abdulraziq, M. M. (2022). Tiqniyāt al-ḍakā’ al-iṣṭinā’ī fī al-‘i’lām -al-wāqi’ wa-al-ttaṭawurāt al-mustaqbaliyah, al-Maḡallah al-Maṣriyah li-Buḥūt al-‘i’lām, Kulliyat al-‘i’lām, Ḡāmi‘at al-Qāhirah, V.81, p.13. ‘uktūbir

محاسنة، حسن نهار. (٢٠٢٣). الاستراتيجيات الاتصالية للعلاقات العامة الرقمية في الجامعات السعودية الحكومية بالمدينة المنورة: دراسة تطبيقية على جامعتي طيبة والإسلامية، مجلة البحوث الإعلامية، كلية الإعلام، جامعة الأزهر، ع. ٦٥، ٣٧٧-٤٣٤، أبريل.

Mahasnah, H. N. (2023). al-Istrāṭijyāt al-ittiṣāliyah lil-‘alāqāt al-‘ammah al-rraqmiyah fī al-ḡāmi‘āt al-ssa‘ūdiyyah al-ḥukūmiyah bi-l-madīnah al-munawwarah : dirāsah taṭbīqiyah ‘alā ḡāmi‘atay taybah wa-l-‘islāmīyah, Maḡallat al-Buḥūt al-‘i’lāmīyah, Kulliyat al-‘i’lām, Ḡāmi‘at al-‘Azhar, V.65, 377-434, ‘abrīl.

مدحت، محمد. (٢٠١٦). الحكومة الإلكترونية، القاهرة، المجموعة العربية للتدريب والنشر، ص ١٧.

Midhat, M. (2016). al- Ḥukūmah al’iliktrūniyah, al-Qāhirah, al-Majmū‘ah al-‘Arabiyyah li-al-Ttadrīb wa al-Nnaṣr, p.17.

ونيس، بلال. (٢٠١٤). المواقع الإلكترونية للعلاقات العامة في المؤسسات الحكومية - دراسة مقارنة بين موقعي جامعة بسكرة وجامعة ورقلة، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة محمد خيضر - بسكرة، ص ٨٨ - ٩٠.

Wanis, B. (2014). al-Mawāqi’ al’iliktrūniyah lil-‘alāqāt al-‘ammah fī al-mu’assasāt al-ḥukūmiyah-dirāsah muqāranah bayna mawqi‘ay ḡāmi‘at biskrah wa ḡāmi‘at warqalah , [Risālat māḡīstīr ḡayr manshūrah, Kulliyat al-‘Ulūm al-‘Insāniyyah wa-l-Iḡtimā’iyah, Ḡāmi‘at Muḥammad Khayḍar - Biskrah,] pp.88-90.

المراجع الأجنبية

Alfarani, L. A. K. (2016). Exploring the Influences on faculty members’ adoption of mobile Learning at king abdulaziz university, Saudi Arabia [Doctoral dissertation, University of Leeds].

Dominick, R.J. (2002): The Dynamics of mass communication, media in the digital age, McGraw-Hill Companies, USA, p.362.

Venkatesh, V., Morris, M. G., Davis, G. B., & Davis, F. D. (2003). User acceptance of information technology: Toward a unified view. MIS Quarterly, Management Information Systems, 27(3), 425-478.

Wu, J.H., & Wang, S.C. (2005), What drives mobile commerce? An empirical evaluation of the revised technology acceptance mode, Information and Management, 42(5), 719-729.

Adoption of Artificial Intelligence Techniques by Public Relations Practitioners in Saudi Institutions to Enhance Communication with the Public: A Study Conducted Using the Framework of the Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT)

Salem bin Mohammed Salem Al-Qahtani

Assistant Professor, Department of Journalism and Media, College of Arts and Humanities, Jazan, University, KSA

sjafsher@jazanu.edu.sa

Abstract. Using the framework of the Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT), the current study sought to determine the extent to which public relations professionals at Saudi institutions were utilising artificial intelligence tools to enhance public communication. The study falls under the category of descriptive studies, and as part of its framework, the researcher employed a survey approach, using the questionnaire as a tool to collect the required data. A random sample of 450 public relations practitioners from Saudi organizations spread across the five regions of Jizan, Riyadh, Asir, Jeddah and Taif – 90 per region– were subjected to the investigation. One of the study’s most important findings was that there is a positive and statistically significant correlation between the respondents’ use of AI tools and how they employ such techniques within the framework of the Unified Theory of Acceptance and Use of Technology.

Keywords: Public relations and media practitioners, Artificial intelligence techniques, Enhancing communication, Digital PR, Technology acceptance theory.

