PISSN : 2571-9904 - EISSN : 2602-7763

تأثير الذكاء الاصطناعي على مستقبل العلاقات العامة

The Impact of Artificial Intelligence on the Future of Public Relation

مداحي محمد ياسين

جامعة زيان عاشور الجفلة meddahimohammadyacine@gmail.com

تاريخ الاستلام: 19/ 07/ 2025 تاريخ القبول: 13/ 10/ 2025 تاريخ النشر: 30/ 05/ 2026

ملخص:

إن الذكاء الاصطناعي في الوقت الراهن أصبحت له مكانة هامة في شتى المجالات خاصة فيما يتعلق بتطوير مجال العلاقات العامة، كونه يوفر أدوات ووسائل متقدمة تمكن من تحليل البيانات، بدورها تساعد في فهم سلوك الجمهور،

وإدارة الحملات الاتصالية بكفاءة عالية، وفق تقنيات مثل تحليل المشاعر، والمساعدات الذكية، والتشات بوتس فأصبح من الممكن تخصيص الرسائل والمحادثات بدقة وتحسين التفاعل مع الجمهور في الوقت الحقيقي، بالإضافة إن الذكاء الاصطناعي ساهم في أتمته المهام الروتينية مثل إعداد التقارير وجدولة المحتوى، مما يتيح لمتخصصي العلاقات العامة التركيز على التفكير الاستراتيجي والإبداعي. ومع ذلك، يطرح هذا التقدم تحديات مثل فقدان الطابع الإنساني في التواصل، ومخاوف تتعلق بالخصوصية والتحيّز الخوارزمي ورغم قدرات الذكاء الاصطناعي المتقدمة، فإنه لا يُمكن أن يحل محل العنصر البشري بشكل كامل، خاصة في المهام التي تتطلب التعاطف والمرونة والفهم الثقافي. لذلك، يكمن مستقبل العلاقات العامة في التكامل الذكي بين الإنسان والآلة لضمان تواصل فعّال ومستدام مع الجمهور فإننا في هذه الورقة البحثية نسلط الضوء على تأثير الذكاء الاصطناعي على مستقبل العلاقات العامة وما سيحدث مع هذا التطور

الكلمات المفتاحية: الذكاء، الذكاء الاصطناعي، العلاقات العامة، الجمهور، الإنسان.

Abstract:

Artificial Intelligence (AI) currently holds a significant position across various fields, particularly in the development of public relations. It provides advanced tools and methods that enable data analysis, which in turn helps understand audience behavior and manage communication campaigns with high efficiency through technologies such as sentiment analysis, smart assistants, and chatbots. This makes it possible to personalize messages and .conversations accurately and enhance real-time audience engagement

In addition, AI has contributed to automating routine tasks such as report preparation and content scheduling, allowing public relations professionals to focus on strategic and creative .thinking

However, this advancement also poses challenges, such as the loss of the human touch in .communication and concerns related to privacy and algorithmic bias

Despite AI's advanced capabilities, it cannot fully replace the human element, especially in .tasks that require empathy, flexibility, and cultural understanding

Therefore, the future of public relations lies in the smart integration between humans and .machines to ensure effective and sustainable communication with the audience

In this research paper, we highlight the impact of artificial intelligence on the future of public .relations and the changes that may occur with this development.

***Keywords**: Intelligence, Artificial Intelligence, Public Relations, Audience, Human*

I. مقدمة

لقد شهد العالم عامة وعالم الاتصالات خاصة في الآونة الأخيرة تغيرا وتحولا جذري ملحوظ، بسبب التقدم والتطور الرهيب في تقنيات الذكاء الاصطناعي (AI)، إن هذا التغير لم يقتصر أثره على المجالات التقنية فحسب، بل امتد ليشمل مختلف الميادين والتخصصات الإنسانية والاجتماعية، خاصة مجال العلاقات العامة الذي عرف تحولا ملحوظ بسبب ظهور الذكاء الاصطناعي.

وقد أصبح الذكاء الاصطناعي له دورا رئيسيًا في تغيير أساليب وخطط العمل، مما أدى ذلك لإعادة تشكيل الطريقة التي يتم بها التواصل مع الجمهور، وصناعة الصورة الذهنية للمؤسسات والأفراد.

ففي فترات ماضية، كان أصحاب المجال في العلاقات العامة يعتمدون بشكل كبيرة على الحدس، والخبرة المتراكمة، والفهم العميق للسياقات الاجتماعية والثقافية عند صياغة الرسائل الإعلامية وبناء العلاقات مع الجمهور،أما اليوم، فقد فرضت الخوارزميات المتقدمة والجديدة، وأصبحت تتحكم في تحليل البيانات الضخمة، وإن تطبيقات الذكاء الاصطناعي نفسها أصبحت أدوات لا غنى عنها في رسم وتنفيذ استراتيجيات الاتصال الحديثة.

إن هذا التغيير غير الأساليب والطريق لحقبة جديدة من العمل الاتصالي تقوم على التنبؤ بسلوك الجمهور، وتخصيص الرسائل بدقة عالية، وتحقيق تفاعل أكثر فاعلية وتأثيرا.

في ظل هذا المشهد المتغير، تبرز أهمية دراسة تأثير الذكاء الاصطناعي على ممارسات العلاقات العامة، لفهم أبعاده، واستكشاف فرصه، والتعامل مع تحدياته الأخلاقية والمهنية، بما يسهم في تطوير هذا المجال الحيوي بما يتناسب مع متطلبات العصر الرقمي.

فمن خلال هذا نجد أنفسنا أمام الإشكالية التالية

ما مدى تأثير الذكاء الاصطناعي على مستقبل العلاقات العامة؟ وهل ستحل الآلة محل الإنسان في هذا المجال الذي يعتمد على الحس الإنساني والمهارات الاتصالية؟

2. ضبط المفاهيم:

1.2 : الذكاء الاصطناعي

يعتبر الذكاء الاصطناعي (Artificial Intelligence) من أبرز الابتكارات التكنولوجية في العصر الحديث، وقد أصبح في صميم التحولات الرقمية التي يشهدها العالم اليوم. فإن مفهوم الذكاء الاصطناعي يعني تلك الأنظمة والبرمجيات التي تُحاكي القدرات الذهنية البشرية مثل التعلم، والاستدلال، واتخاذ القرار، ومعالجة اللغة، والتعرف على الأنماط. وقد تطور هذا المجال بشكل ملحوظ منذ منتصف القرن العشرين، لينتقل من مجرد فكرة نظرية إلى تقنيات تُوظَّف في الحياة اليومية، وتؤثر في مختلف القطاعات مثل التعليم، والصحة، والصناعة، والإعلام، والاتصال، ويعتمد الذكاء الاصطناعي على عدد من الفروع العلمية، أبرزها علوم الحاسوب، والرياضيات، واللغويات، وعلم النفس، حيث تتكامل هذه التخصصات لتطوير أنظمة قادرة على التفكير والعمل بطريقة ذكية

يشير الذكاء الاصطناعي إلى الآلات أو الأنظمة الحاسوبية التي تتمتع بالقدرة على تعلم أداء المهام التي تتطلب عادة الذكاء البشري، كما يسعى مجال الذكاء الاصطناعي إلى فهم الكائنات الافتراضية وبناءها.

هو قدرة النظام على تفسير البيانات الخارجية بشكل صحيح، والتعلم من هذه البيانات، واستخدام تلك الدروس لتحقيق أهداف ومهام محددة من خلال التأقلم بشكل المرن. "**(UNESCO، 2024، ص 37.)**

يعني أن الذكاء الاصطناعي هو مجال يختص بتطوير الآلات والأنظمة الحاسوبية القادرة على أداء مهام تتطلب عادةً الذكاء البشري، مثل التعلم، التفكير، واتخاذ القرار. ويسعى هذا المجال إلى فهم كيفية بناء كيانات افتراضية قادرة على محاكاة السلوك البشري والتفاعل بذكاء مع محيطها.

وما حمله تعريف منظمة اليونسكو، يعني أن الذكاء الاصطناعي بأنه قدرة النظام على تفسير البيانات الخارجية بشكل صحيح، والتعلم منها، ثم استخدام ما تم تعلمه لتحقيق أهداف محددة، مع التكيف بمرونة مع التغيرات التي تطرأ على البيئة المحيطة.

ونجد تعريف الذكاء الاصطناعي عند Tuomiبأنه " آلة تفهم الاصوات وتفسرها، وتعمل على حل المشكلات، وتستطيع تشخيص الحالات الطبية وتتحكم في السيارات على الطرق وغيرها، وهو نظام يمتلك القدرة على أداء المهام المرتبطة عادة بالكائنات الحية.(**Tuomi, Ilkka،2019،p33**)

بمعنى أن الذكاء الاصطناعي ينتج من أنظمة قادرة على فهم الأصوات وتفسيرها، وحل المشكلات المعقدة، وتشخيص الحالات الطبية بدقة، والتحكم في المركبات ذاتيًا على الطرق. ويُعد هذا النوع من الأنظمة امتدادًا لقدرات ترتبط عادة بالكائنات الحية، إذ يجمع بين التعلم، والتحليل، واتخاذ القرار بطرق تحاكي السلوك البشري.

كما جاء تعريف Kurzweil : على أنه " فن تصنيع آلات قادرة على القيام بعمليات تتطلب الذكاء عندما يقوم بها الإنسان**(الفضلي صلاح، 2018، ص 55)**

أي أن الذكاء الاصطناعي يعتبر فنا في تصميم آلات قادرة على أداء مهام تتطلب ذكاءً بشريًا، مثل التفكير أو اتخاذ القرار.

يُبرز هذا التعريف الجانب الإبداعي والتقني في تطوير أنظمة تحاكي القدرات العقلية للإنسان. كما يعكس الفارق بين مجرد الأتمتة العادية وبين الذكاء الاصطناعي الذي يسعى إلى تمثيل جوانب التفكير البشري داخل الآلة.

كما عرف الذكاء الاصطناعي أيضاً بأنه "علم يهتم بصناعة آلات تقوم بتصرفات يعتبرها الإنسان تصرفات ذكية. أو ببساطة أكثر جعل الآلات العادية تتصرف كالآلات التي نراها في أفلام الخيال العلمي " **(عادل عبد النور2007، ص 7)**

من خلال هذه التعريفات فإننا نستنتج بأن الذكاء الاصطناعي هو مجال علمي وتقني يهدف إلى تصميم وتطوير أنظمة أو آلات قادرة على محاكاة الذكاء البشري، من خلال فهم البيانات وتحليلها، والتعلم من التجربة، والتفاعل مع البيئة، واتخاذ القرارات بشكل مستقل، لأداء مهام معقدة مثل فهم اللغة، التعرف على الأصوات والصور، حل المشكلات، وتشخيص الحالات الطبية، بطريقة تتسم بالمرونة والتكيف المستمر.

2.2 العلاقات العامة:

تعتبر العلاقات العامة أحد الأعمدة الأساسية في بناء صورة المؤسسات وتعزيز تواصلها مع محيطها الاجتماعي والمهني. فهي تمثل حلقة الوصل بين المنظمة وجمهورها، وتسعى إلى خلق حالة من التفاهم والثقة المتبادلة من خلال تخطيط استراتيجي مدروس، وتواصل فعّال يتسم بالشفافية والمصداقية.

ومع تطور وسائل الاتصال وتغير سلوك الجمهور، باتت العلاقات العامة تلعب دورًا أكثر تعقيدًا وتأثيرًا، حيث لم تعد تقتصر على ترويج الصورة الإيجابية، بل أصبحت أداة لإدارة السمعة، واحتواء الأزمات، والمشاركة الفعالة في قضايا الرأي العام.

وفي ظل هذا المشهد المتغير، تبرز أهمية العلاقات العامة كعنصر محوري في تحقيق الاستقرار المؤسسي وبناء علاقات مستدامة مع مختلف الفئات المستهدفة.

ركس هارلو :العلاقات العامة هي علم وفن يستند إلى أسس الاجتماع الإنساني ويسعى إلى تحسين العلاقات بين الناس ، لا في حياتهم الخاصة وإنما في حياتهم الجمعية .

ه آدريان باراديس :إن الكثيرين منا يفهمون العلاقات العامة في أوسع معانيها بأنها « التعامل الناجح مع الناس ، ولكن هذا الفهم تشوبه الأنانية للحصول على نجاح أو ربح شخصي ولكن العلاقات العامة هي التعامل الناجح مع الناس و الاهتمام بنشاط يؤدي إلى منفعة الجمهور أو يهدف إلى كسب ثقه وفهم الجمهور. **(محمد صديقي، 2020، ص24)**

تعريف العلاقات العامة في قاموس اكسفورد العلاقات العامة هي الفن القائم على اسس علمية لبحث انسب طرق التعامل الناجحة المتبادلة بين المنظمة وجمهورها الداخلي والخارجي لتحقيق اهدافها مع مراعاة القيم والمعايير الاجتماعية والقوانين والاخلاق العامة بالمجتمع"**(شمري، محمد مرضي، 2016، ص11)**

يعكس تعريف العلاقات العامة في قاموس أكسفورد فهمًا شاملًا وعميقًا لهذا المجال، حيث يصفها بأنها فن يقوم على أسس علمية، مما يشير إلى أنها ليست مجرد نشاط اتصالي عفوي، بل عملية مدروسة ومبنية على منهجيات تحليلية واستراتيجية.

يبرز التعريف أهمية بناء علاقات ناجحة ومثمرة بين المنظمة وجمهورها الداخلي والخارجي، وهو ما يعكس الطابع التفاعل. ومنه فالعلاقات العامة هي عملية إدارية واستراتيجية تهدف إلى بناء وتعزيز صورة المؤسسة لدى جمهورها الداخلي والخارجي، من خلال التخطيط المنظم والتواصل الفعّال. وتشمل هذه العملية استخدام أدوات وتقنيات متنوعة لتشكيل الانطباعات الإيجابية، وتعزيز الثقة، وتحقيق التفاهم المتبادل بين المؤسسة ومحيطها. ولا تقتصر العلاقات العامة على الجانب الإعلامي فقط، بل تتطلب وعيًا عميقًا بسلوك الجمهور، واستيعابًا للسياق الاجتماعي والثقافي، إلى جانب التزام صارم بالقيم الأخلاقية والمبادئ المهنية.

بهذا المعنى، تصبح العلاقات العامة أداة حيوية في دعم استقرار المؤسسة وتحقيق أهدافها على المدى الطويل ي للعلاقات العامة بوصفها جسرًا للتواصل والتفاهم المتبادل.

ويشير إلى أن تحقيق أهداف المؤسسة يجب ألا يكون بمعزل عن القيم والمعايير الاجتماعية والقوانين والأخلاق العامة، وهو ما يسلط الضوء على البعد الأخلاقي في ممارسة العلاقات العامة، ويعزز من دورها كأداة لبناء الثقة والمصداقية في المجتمع، بالتالي، يقدم التعريف رؤية متوازنة للعلاقات العامة تجمع بين المهنية والالتزام الأخلاقي والاجتماعي

3. وسائل وأدوات الذكاء الاصطناعي في العلاقات العامة :

يلعب الذكاء الاصطناعي دور هام في مجال العلاقات العامة، حيث أصبح أداة فعالة تؤدي العديد من المهام، مع استمرار اكتشاف تطبيقات جديدة له في هذا المجال.

ونظرًا لاعتماد الكثير من أنشطة العلاقات العامة على الإنترنت، فإن قدرة الذكاء الاصطناعي على معالجة كميات ضخمة من البيانات بسرعة فائقة تجعله خيارًا مثاليًا.

فما قد يستغرق من فريق بشري عدة أيام لتحليله، يمكن إنجازه بواسطة الذكاء الاصطناعي في ثوانٍ، مع تقديم رؤى أكثر دقة وحداثة.

كما تعتبر تقنيات الذكاء الاصطناعي فعالة في أتمتة المهام الروتينية، مثل جدولة وإدارة منشورات وسائل التواصل الاجتماعي، وصياغة البيانات الصحفية، والرد على تعليقات ورسائل العملاء عبر البريد الإلكتروني أو

الرسائل النصية، بالإضافة إلى إنشاء قوائم إعلامية وتدوين الملاحظات. ومع التطور المستمر لقدراته، يُتوقع أن يواصل الذكاء الاصطناعي تعزيز كفاءة فرق العلاقات العامة وتوسيع نطاق إمكانياتها.

تُسهم وسائل وأدوات الذكاء الاصطناعي بشكل متزايد في تطوير ممارسات العلاقات العامة، كونها توفر حلول مناسبة بواسطة الذكاء الاصطناعي تساعد في تحليل البيانات وتبسيط المهام الروتينية.

من أبرز هذه الأدوات: منصات تحليل المشاعر مثل Brandwatch، التي تُمكّن المؤسسات من قياس انطباعات الجمهور تجاه العلامة التجارية عبر وسائل التواصل الاجتماعي، وأدوات جدولة المحتوى مثل Hootsuite المدعومة بالذكاء الاصطناعي، والتي تُسهل إدارة الحملات الرقمية. كما تُستخدم الروبوتات الذكية (Chatbots) في الرد على استفسارات الجمهور بشكل فوري، مما يعزز تجربة التواصل. بالإضافة إلى ذلك، تتيح أدوات توليد النصوص مثل ChatGPT إعداد البيانات الصحفية والمحتوى الإعلامي بسرعة وكفاءة. هذه الوسائل مجتمعة تساعد فرق العلاقات العامة على اتخاذ قرارات مبنية على البيانات، وزيادة التأثير الإعلامي مع تقليل الجهد والوقت

" مع دخول العقد الثاني من الألفية شهدت العلاقات العامة الرقمية تطورًا تكنولوجيا هائلا، حيث أصبحت تقنيات مثل الذكاء الاصطناعي وتحليل البيانات أدوات أساسية لتحسين التواصل مع الجمهور وإدارة السمعة الرقمية. هذا التطور أدى إلى تحول جذري في كيفية قيام المنظمات بإدارة علاقاتها العامة، حيث أصبحت تعتمد بشكل كبير على البيانات والتقنيات الحديثة لاتخاذ قرارات أكثر ذكاء وفعالية الذكاء الاصطناعي في العلاقات العامة

أصبح الذكاء الاصطناعي (AI) أحد أهم الأدوات التي تعتمد عليها العلاقات العامة الرقمية من خلال تقنيات الذكاء الاصطناعي، أصبحت المنظمات قادرة على تحسين تفاعلها مع الجمهور واتخاذ قرارات أكثر دقة.

أ الروبوتات والرد الآلي (Chatbots)

التفاعل الفوري : أصبحت الروبوتات قادرة على الرد على استفسارات العملاء بشكل فوري، مما يحسن تجربة العملاء ويقلل من وقت الانتظار.

التخصيص: يمكن للروبوتات تقديم إجابات مخصصة بناءً على بيانات العميل، مما يعزز التفاعل الشخصي.

(خالد عبد الحق، 2025، ص45)

إن أتمتة العمليات الروبوتية هي تقنية برمجية تجعل من السهل إنشاء ونشر وإدارة روبوتات برمجية تحاكي الإجراءات البشرية التي تتفاعل مع الأنظمة والبرامج الرقمية.

بمعنى أدق فإن أتمتة العمليات الروبوتية تجعل الروبوت يقوم بأداء المهام الرقمية التي يقوم بها البشر عادةً حيث يسحب البيانات من المصادر المتعددة المختلفة ويستخدم بيانات الإدخال هذه لإكمال الإجراءات المبرمجة مسبقا. كما يقوم بجمع هذه البيانات في تقارير ويستخدم التعلم الآلي لتحديد الاتجاهات وتقديم توصيات التسويق، وكل ذلك بدون تدخل بشري. **(أسامة الغازي زين المدني ، 2021، ص21)**

مع التزايد المستمر في حجم البيانات المتدفقة من مختلف القنوات الرقمية، أصبحت الحاجة ملحة إلى أدوات وتقنيات متقدمة تتيح تحليل هذه البيانات بفعالية. تلعب الأدوات التحليلية الحديثة دورًا جوهريًا في تحويل

البيانات الخام إلى رؤى قابلة للتنفيذ تساعد في تحسين الأداء واتخاذ قرارات دقيقة. فيما يلي أبرز الأدوات المستخدمة في مجال التحليلات المتقدمة:

1. Google Analytics

يُعد Google Analytics من أبرز الأدوات المتخصصة في تحليل سلوك المستخدمين على المواقع الإلكترونية. فهو يتيح للمسوقين تتبع حركة الزوار، التعرف على الصفحات الأكثر زيارة، معرفة مصادر الزيارات، ومدة بقاء الزائر في كل صفحة، إلى جانب العديد من المؤشرات المهمة لفهم التفاعل مع المحتوى.

2. Tableau

تعتبر Tableau من الأدوات الرائدة في مجال تحليل البيانات وتصويرها بصريًا. تُمكّن هذه الأداة المستخدمين من تحويل البيانات المعقدة إلى لوحات معلومات تفاعلية سهلة الفهم. وتتميز بقدرتها على الدمج بين مصادر بيانات متعددة مثل قواعد البيانات، ووسائل التواصل الاجتماعي، وبيانات الحملات التسويقية، لتقديم تقارير مرئية تدعم اتخاذ قرارات مبنية على البيانات. تستخدم العديد من المؤسسات الكبرى Tableau لمراقبة الأداء وتحليل نتائج الحملات بدقة.

3. Power BI

طورت شركة مايكروسوفت أداة Power BI لتكون من أبرز الأدوات المتقدمة في مجال تحليل وتصوير البيانات. وتتميز بقدرتها على معالجة كميات كبيرة من البيانات وتحويلها إلى مؤشرات بصرية توضح أداء الأعمال بشكل لحظي. كما يمكن ربطها بمنصات أخرى مثل Google Analytics وFacebook Insights وTwitter Analytics للحصول على تحليلات متكاملة تدعم قرارات الحملات الإعلانية.

فإن تنوّع مصادر البيانات وتطور أدوات التسويق الرقمي، أدى إلى ظهور مجموعة من الأدوات المتخصصة التي تعزز فهم سلوك العملاء وتحسين أداء الحملات الإعلانية، من أبرزها:

• أدوات تحليل المشاعر: مثل Brandwatch وSprout Social، تتيح فهم تفاعل الجمهور على وسائل التواصل الاجتماعي من خلال تصنيف المشاعر تجاه العلامة التجارية إلى إيجابية أو سلبية أو محايدة. تُستخدم هذه الأدوات لتحسين خدمة العملاء وتصميم حملات تتماشى مع انطباعات الجمهور.

• أنظمة إدارة علاقات العملاء (CRM): مثل Salesforce وHubSpot، تساعد في تنظيم بيانات العملاء وتتبع سلوكهم، مما يمكّن المسوقين من تصميم استراتيجيات مخصصة أكثر فاعلية.

• التحليلات التنبؤية: تعتمد على أدوات مثل IBM Watson وSAS Predictive Analytics لتحليل البيانات التاريخية والتنبؤ بسلوك العملاء المستقبلي، مما يدعم اتخاذ قرارات تسويقية مدروسة وتحديد الفرص التجارية مبكرًا.

• أدوات اختبار A/B: مثل Optimizely وVWO، هذه تستخدم لمقارنة أداء تصميمات أو محتويات مختلفة من خلال اختبارها على مجموعات فرعية من الجمهور، بهدف اختيار الخيار الأكثر فعالية وتحقيق نتائج أفضل.**(أنس اجود الحراكي، 2025، ص ص 39، 41)**

4 .الذكاء الاصطناعي ومهنة العلاقات العامة :

في عالم يشهد تطورًا متسارعًا في مجالات التكنولوجيا والاتصال الرقمي، أصبح التواصل الفعّال عنصرًا أساسيًا لنجاح المؤسسات والشركات. وفي هذا السياق، تبرز أهمية العلاقات العامة كأداة استراتيجية تسهم في بناء سمعة العلامة التجارية وتشكيل الانطباع العام عنها، فضلًا عن تعزيز الروابط مع الجهات المعنية. ومع بروز الذكاء الاصطناعي كأحد المحركات الرئيسة للتغيير، توسعت آفاق العلاقات العامة بشكل كبير، حيث أتاح هذا التطور إمكانيات غير مسبوقة لتحسين الأداء وتوسيع التأثير.

وتوظيف الذكاء الاصطناعي كاستراتيجية لتطوير ممارسات العلاقات العامة. لقد ولت أيام استخدام الوسائل المطبوعة والتقليدية فقط لتوصيل الرسالة وقياس الأثر. فاليوم تستخدم الشركات المدونات وشبكات التواصل

الاجتماعي والبودكاست ورسائل البريد الإلكتروني والمزيد من الأدوات والخيارات للوصول إلى العملاء المحتملين والتفاعل معهم بشكل استراتيجي. **(حسن نيازي الصيفي ، 2022ص10)**

وسائل وأدوات الذكاء الاصطناعي في العلاقات العامة :

يلعب الذكاء الاصطناعي دور هام في مجال العلاقات العامة، حيث أصبح أداة فعالة تؤدي العديد من المهام، مع استمرار اكتشاف تطبيقات جديدة له في هذا المجال.

ونظرًا لاعتماد الكثير من أنشطة العلاقات العامة على الإنترنت، فإن قدرة الذكاء الاصطناعي على معالجة كميات ضخمة من البيانات بسرعة فائقة تجعله خيارًا مثاليًا.

فما قد يستغرق من فريق بشري عدة أيام لتحليله، يمكن إنجازه بواسطة الذكاء الاصطناعي في ثوانٍ، مع تقديم رؤى أكثر دقة وحداثة.

كما تعتبر تقنيات الذكاء الاصطناعي فعالة في أتمتة المهام الروتينية، مثل جدولة وإدارة منشورات وسائل التواصل الاجتماعي، وصياغة البيانات الصحفية، والرد على تعليقات ورسائل العملاء عبر البريد الإلكتروني أو الرسائل النصية، بالإضافة إلى إنشاء قوائم إعلامية وتدوين الملاحظات. ومع التطور المستمر لقدراته، يُتوقع أن يواصل الذكاء الاصطناعي تعزيز كفاءة فرق العلاقات العامة وتوسيع نطاق إمكانياتها.

تُسهم وسائل وأدوات الذكاء الاصطناعي بشكل متزايد في تطوير ممارسات العلاقات العامة، كونها توفر حلول مناسبةبواسطة الذكاء الاصطناعي تساعد في تحليل البيانات وتبسيط المهام الروتينية.

من أبرز هذه الأدوات: منصات تحليل المشاعر مثل Brandwatch، التي تُمكّن المؤسسات من قياس انطباعات الجمهور تجاه العلامة التجارية عبر وسائل التواصل الاجتماعي، وأدوات جدولة المحتوى مثل Hootsuite المدعومة بالذكاء الاصطناعي، والتي تُسهل إدارة الحملات الرقمية. كما تُستخدم الروبوتات الذكية (Chatbots) في الرد على استفسارات الجمهور بشكل فوري، مما يعزز تجربة التواصل. بالإضافة إلى ذلك، تتيح أدوات توليد النصوص مثل ChatGPT إعداد البيانات الصحفية والمحتوى الإعلامي بسرعة وكفاءة. هذه الوسائل مجتمعة تساعد فرق العلاقات العامة على اتخاذ قرارات مبنية على البيانات، وزيادة التأثير الإعلامي مع تقليل الجهد والوقت

" مع دخول العقد الثاني من الألفية شهدت العلاقات العامة الرقمية تطورًا تكنولوجيا هائلا، حيث أصبحت تقنيات مثل الذكاء الاصطناعي وتحليل البيانات أدوات أساسية لتحسين التواصل مع الجمهور وإدارة السمعة الرقمية. هذا التطور أدى إلى تحول جذري في كيفية قيام المنظمات بإدارة علاقاتها العامة، حيث أصبحت تعتمد بشكل كبير على البيانات والتقنيات الحديثة لاتخاذ قرارات أكثر ذكاء وفعالية الذكاء الاصطناعي في العلاقات العامة

أصبح الذكاء الاصطناعي (AI) أحد أهم الأدوات التي تعتمد عليها العلاقات العامة الرقمية من خلال تقنيات الذكاء الاصطناعي، أصبحت المنظمات قادرة على تحسين تفاعلها مع الجمهور واتخاذ قرارات أكثر دقة.

أ الروبوتات والرد الآلي (Chatbots)

التفاعل الفوري : أصبحت الروبوتات قادرة على الرد على استفسارات العملاء بشكل فوري، مما يحسن تجربة العملاء ويقلل من وقت الانتظار.

التخصيص: يمكن للروبوتات تقديم إجابات مخصصة بناءً على بيانات العميل، مما يعزز التفاعل الشخصي. "**(خالد عبد الحق، 2025، ص45)**

إن أتمتة العمليات الروبوتية هي تقنية برمجية تجعل من السهل إنشاء ونشر وإدارة روبوتات برمجية تحاكي الإجراءات البشرية التي تتفاعل مع الأنظمة والبرامج الرقمية.

بمعنى أدق فإن أتمتة العمليات الروبوتية تجعل الروبوت يقوم بأداء المهام الرقمية التي يقوم بها البشر عادةً ، حيث يسحب البيانات من المصادر المتعددة المختلفة ويستخدم بيانات الإدخال هذه لإكمال الإجراءات المبرمجة مسبقا. كما يقوم بجمع هذه البيانات في تقارير ويستخدم التعلم الآلي لتحديد الاتجاهات وتقديم توصيات التسويق، وكل ذلك بدون تدخل بشري. (أسامة الغازي زين المدني ، 2021، ص21)

مع التزايد المستمر في حجم البيانات المتدفقة من مختلف القنوات الرقمية، أصبحت الحاجة ملحة إلى أدوات وتقنيات متقدمة تتيح تحليل هذه البيانات بفعالية. تلعب الأدوات التحليلية الحديثة دورًا جوهريًا في تحويل البيانات الخام إلى رؤى قابلة للتنفيذ تساعد في تحسين الأداء واتخاذ قرارات دقيقة. فيما يلي أبرز الأدوات المستخدمة في مجال التحليلات المتقدمة:

1. Google Analytics

يُعد Google Analytics من أبرز الأدوات المتخصصة في تحليل سلوك المستخدمين على المواقع الإلكترونية. فهو يتيح للمسوقين تتبع حركة الزوار، التعرف على الصفحات الأكثر زيارة، معرفة مصادر الزيارات، ومدة بقاء الزائر في كل صفحة، إلى جانب العديد من المؤشرات المهمة لفهم التفاعل مع المحتوى.

2. Tableau

تعتبر Tableau من الأدوات الرائدة في مجال تحليل البيانات وتصويرها بصريًا. تُمكّن هذه الأداة المستخدمين من تحويل البيانات المعقدة إلى لوحات معلومات تفاعلية سهلة الفهم. وتتميز بقدرتها على الدمج بين مصادر بيانات متعددة مثل قواعد البيانات، ووسائل التواصل الاجتماعي، وبيانات الحملات التسويقية، لتقديم تقارير مرئية تدعم اتخاذ قرارات مبنية على البيانات. تستخدم العديد من المؤسسات الكبرى Tableau لمراقبة الأداء وتحليل نتائج الحملات بدقة.

3. Power BI

طورت شركة مايكروسوفت أداة Power BI لتكون من أبرز الأدوات المتقدمة في مجال تحليل وتصوير البيانات. وتتميز بقدرتها على معالجة كميات كبيرة من البيانات وتحويلها إلى مؤشرات بصرية توضح أداء الأعمال بشكل لحظي. كما يمكن ربطها بمنصات أخرى مثل Google Analytics وFacebook Insights وTwitter Analytics للحصول على تحليلات متكاملة تدعم قرارات الحملات الإعلانية.

فإن تنوّع مصادر البيانات وتطور أدوات التسويق الرقمي، أدى إلى ظهور مجموعة من الأدوات المتخصصة التي تعزز فهم سلوك العملاء وتحسين أداء الحملات الإعلانية، من أبرزها:

• أدوات تحليل المشاعر: مثل Brandwatch وSprout Social، تتيح فهم تفاعل الجمهور على وسائل التواصل الاجتماعي من خلال تصنيف المشاعر تجاه العلامة التجارية إلى إيجابية أو سلبية أو محايدة. تُستخدم هذه الأدوات لتحسين خدمة العملاء وتصميم حملات تتماشى مع انطباعات الجمهور.

• أنظمة إدارة علاقات العملاء (CRM): مثل Salesforce وHubSpot، تساعد في تنظيم بيانات العملاء وتتبع سلوكهم، مما يمكّن المسوقين من تصميم استراتيجيات مخصصة أكثر فاعلية.

• التحليلات التنبؤية: تعتمد على أدوات مثل IBM Watson وSAS Predictive Analytics لتحليل البيانات التاريخية والتنبؤ بسلوك العملاء المستقبلي، مما يدعم اتخاذ قرارات تسويقية مدروسة وتحديد الفرص التجارية مبكرًا.

• أدوات اختبار A/B: مثل Optimizely وVWO، هذه تستخدم لمقارنة أداء تصميمات أو محتويات مختلفة من خلال اختبارها على مجموعات فرعية من الجمهور، بهدف اختيار الخيار الأكثر فعالية وتحقيق نتائج أفضل.(أنس اجود الحراكي، 2025، ص ص 39، 41)

5 .الذكاء الاصطناعي ومهنة العلاقات العامة :

في عالم يشهد تطورًا متسارعًا في مجالات التكنولوجيا والاتصال الرقمي، أصبح التواصل الفعّال عنصرًا أساسيًا لنجاح المؤسسات والشركات. وفي هذا السياق، تبرز أهمية العلاقات العامة كأداة استراتيجية تسهم في بناء سمعة العلامة التجارية وتشكيل الانطباع العام عنها، فضلًا عن تعزيز الروابط مع الجهات المعنية. ومع بروز الذكاء الاصطناعي كأحد المحركات الرئيسة للتغيير، توسعت آفاق العلاقات العامة بشكل كبير، حيث أتاح هذا التطور إمكانيات غير مسبوقة لتحسين الأداء وتوسيع التأثير.

وتوظيف الذكاء الاصطناعي كاستراتيجية لتطوير ممارسات العلاقات العامة. لقد ولت أيام استخدام الوسائل المطبوعة والتقليدية فقط لتوصيل الرسالة وقياس الأثر. فاليوم تستخدم الشركات المدونات وشبكات التواصل الاجتماعي والبودكاست ورسائل البريد الإلكتروني والمزيد من الأدوات والخيارات للوصول إلى العملاء المحتملين والتفاعل معهم بشكل استراتيجي. (حسن نيازي الصيفي ، 2022ص10)

6 .الذكاء الاصطناعي والعلاقات العامة: تكامل استراتيجي

إن الذكاء الاصطناعي إلى قدرة الآلات على محاكاة الذكاء البشري من خلال تحليل البيانات، واستنتاج الأنماط، والتعلم المستمر.

ويمثل هذا التطور أداة قوية للارتقاء بقدرات الأفراد والمؤسسات، مما جعله من الأصول الأساسية في البيئة الرقمية الحديثة، في مجال العلاقات العامة، ساهم الذكاء الاصطناعي في إحداث تحوّل كبير في أساليب التواصل واستراتيجيات التفاعل مع الجمهور، حيث أصبح يُستخدم لتحقيق أهداف تسويقية وإعلامية بطريقة أكثر فاعلية وتخصصًا.

لقد أدى اعتماد الذكاء الاصطناعي إلى تحسين كفاءة فرق العلاقات العامة في تنفيذ المهام المتكررة، مثل إعداد قوائم وسائل الإعلام، وجدولة المحتوى، وتحليل البيانات. وبفضل قدراته في معالجة كميات ضخمة من البيانات، أصبح بالإمكان تصميم حملات قائمة على رؤى فعلية مستندة إلى سلوك الجمهور.

إضافة إلى ذلك، عزز الذكاء الاصطناعي قدرة المؤسسات على تخصيص رسائلها وتوقيت نشرها عبر القنوات المناسبة، مما زاد من فاعلية الحملات وعمق تأثيرها. كما أتاح المجال لتركيز الجهود على الابتكار والتخطيط الاستراتيجي، بدلاً من الانشغال بالمهام الروتينية. https://www.matrixdubai.com/public-relations/ar/

قد أحدث الذكاء الاصطناعي تأثير ايجابي ال الذكاء خاصة التأثير على كفاءة فرق العلاقات العامة، حيث ساعد في أتمتة المهام المتكررة مثل إعداد قوائم وسائل الإعلام، وجدولة المحتوى، وتحليل البيانات، مما وفر الوقت والجهد وساهم في رفع الإنتاجية.

كما أن قدرته على معالجة كميات ضخمة من البيانات مكن المؤسسات من بناء حملات إعلامية تستند إلى رؤى دقيقة مستمدة من سلوك الجمهور، بدلاً من الاعتماد على الحدس أو التخمين.

إضافة إلى ذلك، أتاح الذكاء الاصطناعي إمكانية تخصيص الرسائل وتحديد أفضل توقيت وقناة لنشرها، مما زاد من فعالية الاتصال وعمّق تأثيره على الجمهور المستهدف. والأهم من ذلك، أنه أفسح المجال أمام فرق العلاقات العامة للتركيز على الابتكار والتخطيط الاستراتيجي، بدلاً من الانشغال بالمهام الروتينية، ما يمثل تحولًا نوعيًا في طبيعة الدور الذي تؤديه هذه الفرق في البيئة الرقمية الحديثة.

يتوقع أن يصبح الذكاء الاصطناعي شريكًا استراتيجيًا في العلاقات العامة وليس بديلاً عن الإنسان. سيظل الإبداع، التفكير النقدي، والمهارات البشرية جوهر هذا المجال، بينما يُستخدم الذكاء الاصطناعي كأداة لتعزيز الكفاءة والإنتاجية.

وفقًا لدراسة نشرتها PwC، فإن الشركات التي تعتمد على الذكاء الاصطناعي شهدت تحسنًا بنسبة 40% في إنتاجية فرقهاhttps://alquds.com/ar/posts/143585

إن دور الذكاء الاصطناعي المستقبلي في العلاقات العامة، مبينة أنه لن يحل محل الإنسان، بل سيعمل كشريك استراتيجي داعم. فهي تضع حدودًا واضحة بين وظائف الذكاء الاصطناعي التي تركز على تعزيز الكفاءة وتحسين الأداء، وبين القدرات البشرية الفريدة مثل الإبداع والتفكير النقدي التي لا تزال أساسية ولا يمكن استبدالها. يشير هذا إلى تصور متوازن للتكامل بين الإنسان والآلة، حيث يُستفاد من قدرات الذكاء الاصطناعي لتحسين الأداء دون التخلي عن البعد الإنساني. وتُدعم الفقرة ببيان رقمي من دراسة أجرتها PwC، يبرز أثر الذكاء الاصطناعي الواقعي، حيث سجلت الشركات التي اعتمدت عليه ارتفاعًا بنسبة 40% في إنتاجية فرقها، ما يعزز مصداقية التوقعات ويبرز الفائدة العملية الملموسة لاستخدامه في القطاع. بشكل عام، تعكس الفقرة رؤية مستقبلية واقعية وعملية، تدعو إلى التكامل لا الاستبدال، وتؤكد على أهمية المهارات البشرية في عصر الذكاء الاصطناعي.

7 .أبرز استخدامات الذكاء الاصطناعي في العلاقات العامة:

1.7 توليد الأفكار والإلهام الإبداعي:

يساعد الذكاء الاصطناعي فرق العلاقات العامة على الوصول إلى أفكار مبتكرة بسرعة، من خلال أدوات مثل ChatGPT وWritesonic، التي تتيح توليد محتوى مخصص بناءً على المدخلات المحددة، مما يعزز التفكير الإبداعي دون الحاجة إلى مجهود كبير.

2.7. إنتاج الفيديوهات المدعومة بالذكاء الاصطناعي

مع تزايد الإقبال على المحتوى المرئي، أصبح بإمكان فرق العلاقات العامة إنتاج فيديوهات عالية الجودة باستخدام أدوات الذكاء الاصطناعي دون الحاجة إلى طواقم تصوير أو برمجيات معقدة. كل ما يلزم هو نص بسيط لتحويله إلى محتوى مرئي جذّاب قابل للنشر على مختلف المنصات.

3.7.صياغة البيانات الصحفية والتقارير:

يسهم الذكاء الاصطناعي في أتمتة صياغة التقارير والبيانات الصحفية، مما يوفر وقتًا وجهدًا للتركيز على المحتوى الاستراتيجي. ومع ذلك، تبقى اللمسة البشرية ضرورية لضمان ملاءمة الرسائل ودقتها بحسب السياق.

4.7 الرصد الإعلامي وتحليل التغطية:

ستخدم تقنيات الذكاء الاصطناعي لرصد التغطية الإعلامية وتحليل الاتجاهات العامة تجاه العلامة التجارية. وتساعد هذه الأدوات على تقييم الحملات الإعلامية وقياس مدى التفاعل معها، بالإضافة إلى التعرف على الفرص الإعلامية المستقبلية.

5.7. إدارة الأزمات:

يلعب الذكاء الاصطناعي دورًا حيويًا في مراقبة السمعة العامة واكتشاف المؤشرات المبكرة للأزمات المحتملة، من خلال تحليل المشاعر والمحادثات الرقمية. هذا يمكّن فرق العلاقات العامة من الاستجابة السريعة وتخفيف الأضرار المحتملة قبل تفاقمها.

6.7. **تحليل الجمهور ووسائل الإعلام:**

توفر أدوات الذكاء الاصطناعي إمكانية تحليل سلوك الجمهور وتفضيلاته، مما يساعد في تخصيص الرسائل الإعلامية بشكل دقيق، كما يمكنها تتبع المحادثات على المنصات الرقمية وتحليل التغطيات الإخبارية لفهم الرأي العام بشكل أعمق.

8 .خاتمة :

في الأخير نستنتج بأن الذكاء الاصطناعي اليوم قد أصبح قوة محورية تعيد تشكيل ممارسات العلاقات العامة، حيث يوفر للمختصين أدوات متطورة لتحليل سلوك الجمهور، واستباق احتياجاته، وتقديم رسائل مخصصة بدقة وسرعة غير مسبوقة. ومع هذه القدرات التقنية الهائلة، بات بإمكان محترفي العلاقات العامة اتخاذ قرارات أكثر وعيًا وفعالية، ما يرفع من جودة الاتصال المؤسسي ويعزز التأثير في الرأي العام.

إلا أن الاعتماد المفرط على هذه التقنيات يحمل في طياته تحديًا لا يمكن تجاهله، يتمثل في خطر تهميش البعد الإنساني في عملية التواصل. فالعلاقات العامة، في جوهرها، تقوم على بناء الثقة والتفاهم والتواصل العاطفي، وهي عناصر يصعب على الآلة تجسيدها بالكامل. من هنا، تبرز الحاجة إلى تحقيق توازن ذكي بين الاستفادة من إمكانات الذكاء الاصطناعي وبين الحفاظ على الطابع الإنساني للعلاقات، لضمان بناء علاقات أصيلة ومستدامة مع الجمهور تقوم على الاحترام والشفافية والتفاعل الحقيقي.

إن مستقبل العلاقات العامة لن يُبنى فقط على ما يمكن للتقنيات أن تقدمه، بل أيضًا على وعي الإنسان بكيفية توظيف هذه الأدوات بذكاء ومسؤولية، بما يخدم القيم الإنسانية ويعزز مكانة المؤسسات في وجدان جمهورها.

ومن النتائج نجد :

أسهم الذكاء الاصطناعي في إحداث تحوّل جوهري في مجال العلاقات العامة، حيث أدى إلى تحسين فهم الجمهور من خلال تحليل البيانات الضخمة، وتعزيز قدرة المؤسسات على تخصيص الرسائل وتوجيهها بدقة لكل فئة مستهدفة. كما ساعد في أتمتة العديد من المهام الروتينية مثل إصدار البيانات الصحفية وجدولة المحتوى، ما وفر وقتًا وجهدًا كبيرين للمختصين، ومكنهم من التركيز على المهام الاستراتيجية. وبفضل أدوات المراقبة اللحظية، أصبح بالإمكان التنبؤ بالأزمات الإعلامية والتفاعل معها بسرعة وفعالية. إضافة إلى ذلك، عززت روبوتات المحادثة المدعومة بالذكاء الاصطناعي من تفاعل المؤسسات مع جمهورها على مدار الساعة. ورغم هذه الإيجابيات، يظل التحدي الأخلاقي ماثلًا في الحفاظ على الطابع الإنساني للاتصال وضمان الشفافية والمصداقية في استخدام التقنية، ما يجعل مستقبل العلاقات العامة مرهونًا بقدرة الممارسين على تحقيق توازن بين الذكاء الاصطناعي والقيم الإنسانية.

الإحالات والمراجع:

1. UNESCO ، تقرير حول الذكاء الاصطناعي، دليل معلمي الصحافة، 2024.
2. Tuomi, Ilkka. "The Impact of Artificial Intelligence on Learning, Teaching, and Education: (Policies for the Future. JRC Science for Policy Report. European Commission (2019
3. الفضلي صلاح، آلية عمل العقل عند الإنسان، الطبعة الأولى عصير الكتب للنشر والتوزيع القاهرة، مصر 2018.
4. عادل عبد النور أساسيات الذكاء الاصطناعي (الرياض: دار الفيصل الثقافية، 2007.
5. خالد عبد الحق، دعاء عبد العال، العلاقات العامة الرقمية، ط1، دار اليازوري، الأردن، عمان، 2025.
6. محمد صدقي،العلاقات العامة.. علم وفن وعمل، وكالة الصحافة العربية، 2020
7. أسامة الغازي زين المدني، ذكاء الإعلام،ط1، السعودية، جدة، مكتبة الملك فهد، 2021.
8. أنس اجود الحراكي،إتقان التسويق : الدليل النهائي لاستراتيجيات المستوى التالي، 2025.
9. حسن نيازي الصيفي، مبادئ العلاقات العامة الرقمية، ط1، 2022
10. https://www.matrixdubai.com/public-relations/ar/
11. https://alquds.com/ar/posts/143585