

ممارسة العلاقات العامة في عصر الذكاء الاصطناعي التوليدي - دراسة مسحية لاتجاهات المشتغلين بالمجال حول توظيف المحولات التوليدية المدربة مسبقا

PR Practice in the Age of Generative AI - A Survey of Practitioners' Attitudes toward the Use of Pre-Trained Generative Transformers

محمد عبد القادر¹*

¹ مخبر الاتصال السياسي والاجتماعي في الجزائر، جامعة يحي فارس بالمدينة (الجزائر).

mahammed.abdelkader@univ-medea.dz

تاريخ القبول: 2025/12/21

تاريخ الإرسال: 2025/09/24

ملخص:

استهدفت الدراسة رصد اتجاهات القائمين بالاتصال وممارسي العلاقات العامة على مستوى عدد من الإدارات والمؤسسات الجزائرية عبر 05 ولايات نحو توظيف المحولات التوليدية المدربة مسبقا GPT ضمن ممارساتهم المهنية، من خلال دراسة مسحية على عينة قصدية قوامها 67 مفردة من الممارسين الذين يوظفون هذه المحولات في مجال العلاقات العامة، استرشادا بالمنهج الوصفي التحليلي، واعتمادا على استبانة إلكترونية صممت لهذا الغرض لجمع المعلومات، توصلت الدراسة إلى أن هناك توظيفا واسعا لهذه المحولات ضمن خلفية معرفية ومستوى مهاري متوسط، مع الاقرار بأنها تقدم خدمات وفوائد متعددة بفضل خصائصها التقنية وقدراتها التوليدية الابداعية، وأن هناك اتجاها ايجابيا نحو تعزيز توظيفها، غير أن هذا التوظيف تصاحبه جملة من التحديات التي من شأنها الحد من فاعليتها، وأن هناك توجه متفائل نحو مستقبل العلاقات العامة في ظل ثورة الذكاء الاصطناعي التوليدي.

كلمات مفتاحية: العلاقات العامة؛ الذكاء الاصطناعي التوليدي؛ المحولات التوليدية المدربة مسبقا

Abstract

The study aimed to examine the attitudes of communication and public relations practitioners in several Algerian administrations and institutions across five provinces toward the use of pre-trained generative transformers (GPT) in their professional practices. Using a descriptive-analytical approach, the study surveyed a purposive sample of 67 practitioners who actively employ these tools in public relations activities, through an electronic questionnaire designed for data collection. The findings revealed widespread adoption of generative transformers, supported by moderate knowledge and professional skills. Participants noted that these technologies provide multiple services and benefits due to their technical features and creative generative capabilities. Results also indicated a positive orientation toward expanding their use. However, adoption is accompanied by challenges that may limit effectiveness. Overall, the study reflects an optimistic outlook for the future of public relations in the era of generative artificial intelligence.

Keywords: Public Relations; Generative Artificial Intelligence; Pre-trained Generative Transformers.

1- مقدمة

نشهد اليوم ثورة تكنولوجية متسارعة تعد سابقة في تاريخ البشرية، أفرزت ابتكارات نوعية لا حصر لها، نذكر منها (الحوسبة السحابية، أنترنت الأشياء، معالجة البيانات الضخمة، تعلم الآلة، الخوارزميات ...)، هذه الابتكارات أصبحت تمثل الأساس الذي يقوم عليه التحول الرقمي الذي تشهده المؤسسات والأفراد، بل تحولت إلى أدوات استراتيجية لتشكيل المستقبل، في هذا السياق يبرز الذكاء الاصطناعي التوليدي كأحد أهم افرازات هذه الثورة، والمحولات التوليدية المدربة مسبقا والمعروفة اختصارا بـ GPT كأحد أهم أدواته، محققة انجازات لافتة في فهم ومعالجة اللغة الطبيعية والتفاعل مع النصوص البشرية بقدر كبير من الدقة والسلاسة، ومن المتوقع أن تصبح منافسة للبشر في توليد المحتويات والأفكار نظرا لما تشهده من تحسينات وتحديثات .

والعلاقات العامة باعتبارها واجهة أي مؤسسة أمام جماهيرها ومجالا يقوم على التواصل المستمر وصناعة الرسائل المؤسسة المؤثرة قد تأثرت كثيرا بأدوات وتقنيات الذكاء الاصطناعي التوليدي بما فيها المحولات التوليدية، فقد بات الممارسون لها يوظفونها بشكل واسع في إطار عملهم نظرا لما تقدمه من قدرات فائقة تسمح بإنجاز أعمالهم بشكل ابداعي ومبتكر يتماشى مع متطلبات العصر وتطلعات الجماهير.

2- اشكالية الدراسة:

شهدت العلاقات العامة منذ نشأتها تطورات متلاحقة بفعل التحولات التكنولوجية والاقتصادية والاجتماعية، حيث انتقلت من الطابع التقليدي الذي يركز على التواصل المباشر، إلى الاعتماد على الوسائط الرقمية والشبكات الاجتماعية، ومع بروز الذكاء الاصطناعي التوليدي دخلت ممارستها مرحلة جديدة عنوانها الأتمتة الابداعية .

في هذا السياق تعد المحولات التوليدية المدربة مسبقا من أبرز أدوات الذكاء الاصطناعي التوليدي، حيث باتت قادرة على صياغة محتويات عالية الجودة تحاكي الأسلوب البشري، هذا ما يجعلها مرشحة للعب دور محوري في صياغة البيانات الصحفية، اعداد الخطابات، صياغة الحملات الاتصالية، انتاج محتويات تتلاءم مع مختلف فئات الجمهور، بل وحتى إدارة التفاعل مع الجمهور عبر المنصات الرقمية، خاصة في ظل تحول هذه المحولات إلى أدوات بحثية تفاعلية تمكن للمشتغلين بإجراء البحوث والحصول على المعلومات الضرورية للقيام بعمليات العلاقات العامة وتنفيذ أنشطتها وبرامجها واتخاذ القرارات الصائبة، هذا التوظيف يفتح أفقا واسعا أمام تجويد ممارستها وتحسين فاعليتها، لكن في الجهة المقابلة يثير هواجس مهنية وأخلاقية وأسئلة نقدية حول مدى إسهامها في تحسين جودة وكفاءة الممارسة المهنية للعلاقات العامة، أخلاقيات

التوظيف، ومخاطر الاعتماد المفرط عليها، في مجال ظل لقرون يرتكز على الإبداع البشري والتحليل النقدي، وقائم على المصداقية والمسؤولية المجتمعية .

في هذا الإطار تختلف اتجاهات المشتغلين بالعلاقات العامة نحو هذه المحولات بحسب مستوى معرفتهم، خبراتهم المهنية، ودرجة استعداد مؤسساتهم لتبنيها في عملهم اليومي، من هنا تبرز الحاجة إلى دراسة علمية ميدانية تستقصي هذه الاتجاهات، بما يتيح فهما معمقا لممارسة العلاقات العامة وتحدياتها في ظل هذه المحولات باعتبارهم الفاعل الأساسي في تحديد ملامح المهنة مستقبلا، في هذا السياق يبرز لنا التساؤل الرئيسي التالي:

- ما اتجاهات القائمين بالعلاقات العامة على مستوى مختلف المؤسسات والإدارات الجزائرية نحو توظيف المحولات التوليدية المدربة مسبقا (GPT) في إطار ممارستهم للعلاقات العامة؟.

تتفرع منه التساؤلات الفرعية التالية:

- ما هو المستوى المعرفي والمهاري للقائمين بالعلاقات العامة بهذه المحولات.
- ماهي عادات وأنماط توظيفها في إطار ممارسة العلاقات العامة.
- ماهي دوافع توظيفها والفوائد المحققة من وراء هذا التوظيف.
- ما هي اتجاهات القائمين بالعلاقات العامة نحو إيجابيات وتحديات توظيف المحولات .
- ما مستقبل ممارسة العلاقات العامة في ثورة الذكاء الاصطناعي التوليدي.

3- أهداف الدراسة: تهدف هذه الدراسة بشكل أساسي إلى:

- التعرف على المستوى المعرفي والمهاري للقائمين بالعلاقات العامة بتوظيف المحولات التوليدية.
- التعرف على عادات وأنماط توظيف هذه المحولات من قبل القائمين بالعلاقات العامة.
- الوقوف على دوافع توظيفها والفوائد المحققة من وراء هذا التوظيف.
- رصد اتجاهات القائمين بالعلاقات العامة نحو إيجابيات وتحديات توظيف هذه المحولات.
- استشراف مستقبل ممارسة العلاقات العامة في ظل توسع الاعتماد على الذكاء الاصطناعي التوليدي.

4- أهمية الدراسة: تنبع أهمية هذه الدراسة من تسليطها الضوء على التزاوج الحاصل بين ممارسة العلاقات العامة والذكاء الاصطناعي التوليدي ممثلا في GPT، وسعيها إلى استكشاف اتجاهات الممارسين نحو توظيف هذه المحولات بين ما تقدمه من إمكانيات وفرص لتحسين الكفاءة المهنية والابداع وما تطرحه من هواجس مهنية وأخلاقية، ومستقبل الممارسة المهنية في ظل التوجه الكبير

ممارسة العلاقات العامة في عصر الذكاء الاصطناعي التوليدي - دراسة مسحية لاتجاهات المشتغلين بالمجال حول توظيف المحولات التوليدية المدربة مسبقا

نحو توظيف الذكاء الاصطناعي التوليدي، وهي هذا على النحو تقدم إضافة علمية وميدانية لفهم انعكاسات الذكاء الاصطناعي التوليدي على مستقبل مهنة العلاقات العامة.

5- مفاهيم الدراسة :

1-5 العلاقات العامة الذكية: تشير إلى ممارسة العلاقات العامة بمفهومها التقليدي إلى إدارة اتصالات، علاقات، صورة وسمعة المنظمة اعتمادا على استخدام تكنولوجيا الإتصال الحديثة وتوظيف التقنيات والتطبيقات المرتبطة بالذكاء الاصطناعي في الوصول إلى الجمهور والتفاعل معه ضمن البيئة الرقمية (الالكترونية او الافتراضية) (همال و بوقرة ، 2020 ، صفحة 915).

2-5 الذكاء الاصطناعي التوليدي: النماذج التي تحاكي قدرة الانسان والمصممة لإنشاء محتوى جديد مبتكر وأصيل بشكل تلقائي مثل النصوص، الصور، الأصوات، مقاطع الفيديو، الرموز البرمجية أو توليد مخرجات جديدة بناء على البيانات التي تم تدريبه عليها، بدلا من مجرد تحليل أو استخدام البيانات الموجودة، يعتمد في ذلك على مجموعة متنوعة من أساليب وتقنيات تعلم الآلة، الشبكات العصبية وخوارزميات التعلم العميق للتعلم من بيانات التدريب لتحليل الأنماط وتوليد نتائج جديدة مبنية عليها (محمد الهادي، 2023).

3-5 المحولات التوليدية المدربة مسبقا (GPT): عبارة عن نماذج ذكاء اصطناعي متقدمة في شكل روبوتات محادثة تفاعلية، يتم تطويرها باستمرار لمعالجة اللغة الطبيعية، تعتمد على بنية تعلم عميق تعرف باسم المحول (Transformer architecture) (Ivan & Cole, 2024)، يتم تدريب هذه النماذج على مجموعة ضخمة من البيانات النصية بهدف تعلم أنماط اللغة واكتساب القواعد النحوية والدلالية، ثم تستخدم لاحقا في مهام متنوعة لمعالجة اللغة الطبيعية مثل الترجمة، توليد النصوص، والإجابة عن الأسئلة، وتحليل المعنى، مع إمكانية التكيف مع مهام إبداعية متعددة، خاصة في ظل اعتمادها على آلية الانتباه الذاتي التي تمكنها من فهم السياقات اللغوية وإنتاج نصوص مترابطة ودقيقة تحاكي الأسلوب البشري في التعبير (flowhunt, 2024).

4-5 القائمون بالعلاقات العامة: يقصد بهم في إطار هذه الدراسة أي فرد أو فريق عمل يضطلع بمسؤوليات ما ضمن إدارة اتصالات وعلاقات المؤسسة، تخطيط واعداد وتنفيذ أنشطة وبرامج وحملات العلاقات العامة لتحسين صورة المؤسسة وتعزيز سمعتها .

6- الدراسات السابقة:

1-6 دراسة (علاوة عيواج، 2024): كانت تحت عنوان "استخدام ممارسي العلاقات العامة في شركة الخطوط السعودية لتطبيقات الذكاء الاصطناعي وتقييمهم لتأثيرها على الكفاءة المهنية"، هدفت إلى معرفة مدى استخدام ممارسي العلاقات العامة بشركة الخطوط السعودية لتطبيقات

الذكاء الاصطناعي ومعرفة تقييمهم لانكعاسات تلك التطبيقات على الكفاءة المهنية على ضوء نظرية قبول التكنولوجيا ونظرية استبدال الوظائف بالذكاء الاصطناعي، اعتمدت المنهج المسحي الكمي والتحليلي، وعلى الاستبانة والمقابلة لتحصيل المعلومات، توصلت الدراسة إلى أن هناك تعدد في مجالات استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي، غير أن استخدامها لا يزال في المستوى المتوسط، وأن المؤسسة توفر تسهيلات عديدة لاستخدام هذه التطبيقات، وهو ما ساعد على تحقيق العديد من الفوائد والمنافع، مما انعكس على جودة الكفاءة المهنية لممارسي العلاقات العامة.

2-6 دراسة (منتصر، 2023): جاءت تحت عنوان "استخدامات تقنيات الذكاء الاصطناعي في صناعة العلاقات العامة"، هدفت إلى دراسة مجالات استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي لأداء وظائف العلاقات العامة والاتصالات التسويقية، من خلال دراسة حالة شركة متخصصة في تقديم خدمات الذكاء الاصطناعي في مصر اعتمادا على المنهج الكيفي، توصلت الدراسة إلى أن تقنيات الذكاء الاصطناعي يمكنها دعم صناعة العلاقات العامة في تحولها الرقمي، التنبؤ بالأزمات والاستجابة لها ومراقبة الشبكات الاجتماعية.

3-6 التعليق على الدراسات السابقة: تتقاطع دراستنا مع هذه الدراسات في تسليط الضوء على توظيف العلاقات العامة لأدوات وتقنيات الذكاء الاصطناعي، فمن الناحية المنهجية تتقاطع مع دراسة عيواج في كونها دراسة وصفية تحليلية، اعتمادها على المنهج المسحي، وعلى الاستبانة كأداة لجمع المعلومات، ومع دراسة منتصر في الاعتماد على العينة القصصية، فحين تختلف مع دراسة عيواج في طبيعة المؤسسة، دراستنا كانت على مؤسسات وإدارات عمومية جزائرية فحين كانت دراستها على شركة تجارية سعودية، وظفت دراستنا الاستبانة فقط فحين دراستها أضافت المقابلة، اعتمادنا على المسح بالعينة في حين اعتمدت هي على المسح الشامل، اهتمت دراستنا بشكل خاص بالمحولات التوليدية في حين دراستها كانت شاملة لمختلف أدوات وتقنيات الذكاء الاصطناعي، وهو ما يختلف فيه أيضا مع دراسة منتصر، إضافة إلى الاختلاف في طبيعة الدراسة دراستنا وصفية تحليلية فحين دراستها كانت استكشافية من خلال منهج دراسة الحالة، إضافة إلى الاختلاف في أداة جمع البيانات، فدراستنا وظفت الاستبانة ودراستها اعتمدت على المقابلات المعمقة.

7- الاطار النظري للدراسة :

المحولات التوليدية المدربة مسبقا (Generative Pre-trained Transformer) :

1-7 أصل التسمية :

1-1-7 المحولات Transformer: نوع من الشبكات العصبية مصممة خصيصا للتعامل مع البيانات المتسلسلة، مثل النصوص أو الكلام أو بيانات السلاسل الزمنية، تستخدم المحولات

ممارسة العلاقات العامة في عصر الذكاء الاصطناعي التوليدي - دراسة مسحية لاتجاهات المشتغلين بالمجال حول توظيف المحولات التوليدية المدربة مسبقا

التوليدية آلية تعرف باسم "الانتباه" أو "الانتباه الذاتي" لتقييم أهمية العناصر المختلفة في تسلسل الإدخال، تتيح هذه النماذج التقاط التبعيات والعلاقات طويلة المدى داخل البيانات، مما يجعلها فعالة للغاية في مجموعة واسعة من التطبيقات (flowhunt, 2024).

2-1-7 التوليدية Generative: لديها القدرة على إنتاج محتويات جديدة ومبتكرة (نصوص، صور، أنفوجرافيك، جداول، أشكال بيانية) بناء على المدخلات التي تتلقاها (أسئلة، بيانات).
3-1-7 المدربة مسبقا Pre-trained: التدريب المسبق هو تقنية تستخدم في التعلم العميق، وتتضمن تدريب نموذج على كمية هائلة من البيانات قبل ضبطه بدقة لأداء مهمة محددة، في حالة GPT، يدرّب النموذج مسبقا على كمية هائلة من البيانات النصية، مثل الكتب والمقالات وصفحات الويب، لتعلم الأنماط والهياكل الإحصائية للغة الطبيعية، لذلك تعد مرحلة التدريب المسبق هذه بالغة الأهمية لأنها تمكن النموذج من تطوير فهم عام للغة يمكن تطبيقه على مهام مختلفة، بعد هذا التدريب المسبق، يضبط النموذج بدقة على مهام لغوية محددة، مثل الترجمة، الإجابة على الأسئلة، التلخيص، وذلك بإضافة طبقات إخراج خاصة بكل مهمة، وضبط أوزان النموذج المدرب مسبقا على البيانات المهمة، تمكن مرحلة الضبط الدقيق النموذج من التكيف مع الفروق الدقيقة والمتطلبات الخاصة بالمهمة، مع الاستمرار في الاستفادة من المعرفة اللغوية العامة المكتسبة خلال التدريب المسبق (Encord Computer Vision, 2025).

2-7 تطور المحولات التوليدية: يعكس الجدول الموالي المحطات الرئيسية لتطور المحولات التوليدية وتسمياتها والشركات المطورة لها وأبرز توظيفاتها في مجال ممارسة العلاقات العامة:

المرحلة	السنة	التسميات/النماذج البارزة	الشركات المطورة	أبرز التوظيفات في مجال العلاقات العامة
البدايات	2017	Transformer	Google	تحسين فهم النصوص المعقدة، دعم تحليل المحتوى الإخباري
الانطلاقة العملية	1018	GPT-1، BERT	Open AI ، Google	صياغة مسودات للمحتويات، تحسين وتبسيط الصياغة اللغوية.
توسع القدرات	2019	GPT-2	Open AI	إعداد ملخصات للأنشطة والأحداث، تحليل البيانات الضخمة
النضج والتنوع	2020	GPT-3، T5	Open AI ، Google	توليد محتوى تحليلي عميق، إعادة صياغة المحتويات
الانتشار الجماهيري	2022	Chat GPT (GPT-3.5)	Open AI	اعداد محتويات تفاعلية، إنتاج محتويات مخصصة لمختلف الجماهير

التكامل مع الوسائط المعددة	2023	GPT-4 ، LLaMA ، Falcon	Open AI ، Meta	إنتاج محتويات متعددة الوسائط، تحليل الصور وتصميم والانفوجرافيك ومختلف الأشكال.
----------------------------------	------	---------------------------	-------------------	--

المصدر: من اعداد الباحث بعد الاطلاع على الأدبيات في هذا المجال

3-7 خصائص المحولات التوليدية: تمتلك GPT جملة من الخصائص التي تجعل منها نماذج ذكاء اصطناعي فريدة، يمكن إبراز أهمها فيما يلي (فهد العمران و جادو، 2024، صفحة 142):

- 1-3-7 فهم اللغة الطبيعية: تحلل النصوص بدقة بالاعتماد على تقنيات متقدمة منها:
- التمثيل الدلالي: تتعامل مع الكلمات وفق معناها داخل السياق، فتميز بين المعاني المتعددة للكلمة الواحدة حسب استخدامها في الجملة.
- التعرف على السياق: لا تقرأ الجمل قراءة مجزأة بل تربط بين أجزاء النص المختلفة، فتتذكر ما طرح عليها سابقا وتوظفه في الإجابات اللاحقة.
- استخراج العلاقات بين الكلمات: تستطيع إدراك الروابط النحوية والدلالية بين الأفعال والفاعل والمفعول وغيرها.

- 2-3-7 التعلم من التفاعل مع المستخدم: يتحسن أدائها بناء على حوارها مع المستخدم، إذ:
- تحتفظ بالمعلومات التي يقدمها المستخدم في المحادثة وتستدعيها عند الحاجة.
- تعدل استجاباتها بناء على التصحيحات أو الإيضاحات التي يقدمها المستخدم.
- تتكيف مع أسلوب كتابة المستخدم سواء كان رسميا أو غير رسمي.
- تطرح أسئلة متابعة عند غموض الاستفسار لضمان تقديم إجابات دقيقة.
- 3-3-7 معرفة واسعة وحديثة نسبيا: تقدم معلومات متنوعة وشاملة في مجالات عدة، مع الاعتماد على أحدث البيانات المتاحة حتى تاريخ تدريبها أو وفق أدوات البحث في النسخ الأحدث.
- 4-3-7 التكيف مع المهام: يمكن توظيفها لإنجاز مجموعة كبيرة من المهام، ما يجعلها أدوات مرنة وضرورية في تحرير وإنتاج محتويات العلاقات العامة بكفاءة وفاعلية غير مسبوقة.

4-7 الفرص التي تقدمها GPT للعلاقات العامة: توفر هذه المحولات للقائمين بالعلاقات العامة فرصا كبيرة للقيام بعملهم بشكل ابداعي واحترافي، يمكن تصنيف ضمن المحاور التالية (Ivan & Cole, 2024) (الدندانى، بن عمر، و درار، 2023) :

- 1-4-7 التحرير: يمثل تحرير المنشورات، الأخبار وإعداد التقارير أحد أبرز مجالات توظيف المحولات، حيث تمكن القائمين بالعلاقات العامة من صياغتها بسرعة فائقة مع الحفاظ على دقة المعلومة وسلامة اللغة، هذه القدرة تتيح تغطية أنشطة المؤسسات بكفاءة عالية.

ممارسة العلاقات العامة في عصر الذكاء الاصطناعي التوليدي - دراسة مسحية لاتجاهات المشتغلين بالمجال حول توظيف المحولات التوليدية المدربة مسبقا

2-4-7 إعادة الصياغة: تسهم GPT في تحسين جودة النصوص عبر إعادة صياغتها بلغة سليمة، خالية من الأخطاء النحوية والاملائية، تتناسب مع طبيعة الجماهير المستهدفة، وهذا يمثل إضافة نوعية للقائمين بالعلاقات العامة، يضمن لهم تقديم محتويات مهنية احترافية تعكس صورة ايجابية عنهم وعن مؤسساتهم وعن مدى كفاءاتهم ومهاراتهم في تلبية تطلعات الجماهير.

3-4-7 تحليل البيانات والمحتوى: بإمكان GPT معالجة كميات كبيرة من البيانات أو الوثائق وتحولها إلى معارف سهلة الفهم، واستخلاص أهم النقاط والأفكار منها في وقت وجيز، وهذا ما يوفر للقائمين بالعلاقات العامة ميزة الاطلاع السريع على المعلومات الجوهرية دون الحاجة للغوص في تفاصيل طويلة، مما يدعم إنتاج تقارير معمقة في وقت قياسي، كما يمكن توظيفها لإنشاء مخططات ورسوم بيانية وأنواع أخرى من العروض المصورة للبيانات.

4-4-7 الترجمة الفورية متعددة اللغات: تمتلك GPT قدرة هائلة على الترجمة الفورية إلى عدة لغات مع الحفاظ على المعنى والسياق، وهذا ما يحقق ميزة الوصول إلى جماهير متعددة الثقافات واللغات، ويدعم الحضور الدولي للمؤسسات .

5-4-7 تلخيص المحتوى وتحويله: يمكن لـ GPT معالجة المستندات الطويلة وتلخيصها، كما يمكنها أيضا إعادة كتابة المحتويات بالنمط الذي يحدده المستخدم، على سبيل المثال يمكن للمستخدم تقديم سند ما بوصفه بيانات مدخلة ثم يطلب تلخيصه في صورة نقاط ذكية.

6-4-7 إنتاج النصوص والمحتوى الابداعي: يمكن لـ GPT توليد النصوص، بدء من النصوص القصيرة على وسائل التواصل الاجتماعي، وصولا إلى منشورات المدونات الكاملة ورسائل البريد الإلكتروني، كما يمكن للمستخدمين توظيفها لوضع الخطوط العريضة أو الأفكار للمحتوى ليقوموا لاحقا بكتابتها بأنفسهم، ما يسهل من مهام سير عمل كتابة المحتوى.

7-4-7 اعداد المحتوى متعدد الوسائط: من خلال الجمع بين النصوص والصور ومقاطع الفيديو، تسهم GPT في إنتاج محتويات تفاعلية أكثر جاذبية للجمهور، ما يحقق ميزة زيادة التفاعل ونسبة المشاهدة، بما يواكب توجهات العلاقات العامة المعاصرة نحو المحتوى الغني والمتكامل والمتفاعل.

8-4-7 تخصيص المحتوى للجمهور المستهدف: يمكن لهذه المحولات تحليل تفضيلات الجمهور وإنتاج موارد علاقات عامة تلائم اهتمامات فئات محددة، مما يرفع معدلات التفاعل ويعزز الولاء، هذا التوظيف يحقق ميزة التواصل الفعال مع الجمهور المستهدف.

9-4-7 أتممة المهام الروتينية: من خلال تولي المهام المتكررة كتحرير المنشورات البسيطة أو إعداد الملخصات، فتوفر وقتا وجهدا للقائمين بالعلاقات العامة، ما يتيح لهم التفرغ للمهام الأكثر تعقيدا وإبداعا، هذه الأتممة تحقق ميزة خفض التكاليف وتحسين كفاءة سير العمل .

8- الطريقة والأدوات:

1-8 منهج الدراسة: تم الاسترشاد بالمنهج الوصفي التحليلي من خلال أسلوب المسح بالعينة، كونه المنهج الأنسب للوصف الدقيق والتحليل التفسيري والموضوعي لواقع وتحديات توظيف القائمين بالعلاقات العامة في مختلف الإدارات والمؤسسات للمحولات التوليدية المدربة مسبقا في عملهم، كما أنه يسمح بالحصول على فهم أعمق لتصوراتهم ورصد دقيق لاتجاهاتهم.

2-8 أداة جمع البيانات: تم الاعتماد على استبانة إلكترونية لجمع المعلومات عن عينة الدراسة، صممت أسئلتها حسب مجموعة من المحاور على ضوء الاستأول الرئيسي وتساؤلات الدراسة، أرسلت للمبحوثين عبر البريد الإلكتروني وصفحات التواصل الاجتماعي للإدارات والمؤسسات محل العمل، ومن أجل التحقق من الصدق الظاهري لها تم عرضها في صورتها الأولية من مجموعة من الأساتذة من ذوي الكفاءة والخبرة لمعرفة مدى ملاءمة تصميمها لأهدافها، وعلى ضوء ملاحظاتهم تم ادخال تعديلات وتحسينات عليها، بعد ضبطها في صورتها النهائية تم اخضاعها لاختبار الثبات اعتمادا على طريقة الاختبار وإعادة الاختبار، تم اجراء الاختبار القبلي على عينة استطلاعية تكونت من 14 مفردة، وبعد أسبوعين تم إعادة الاختبار على نفس العينة وبنفس الاستمارة، بعد معالجة أجوبة العينة في الاختبارين وجدنا أن 10 مفردات كانت موجبة في صدقها، ولحساب معامل الثبات

هولستي (معامل ثبات التحليل) / 2س (1،2): عدد الفئات المتفق عليها في التحليل الأول والثاني / س1: عدد فئات التحليل الأول / س2: عدد فئات التحليل الثاني، وبتطبيق هذه المعادلة على عينتنا البحثية حصلنا على معامل قدره 0.71، وهو معامل يثبت ثبات الاستبانة.

9-عينة الدراسة: بعد التصميم النهائي للاستبانة والتحقق من الشروط السيكمترية (الصدق والثبات)، تم توزيعها على عينة قصدية قوامها (85 مفردة) من القائمين بالاتصال والعلاقات العامة على مستوى عدد من الإدارات والمؤسسات العمومية عبر خمسة ولايات (تيارت، تسمسيت، غليزان، الشلف، المدية)، تمثلت هذه المؤسسات والإدارات في (الولاية، الجامعة، مديرية الخدمات الجامعية، ديوان مؤسسات الشباب، الحماية المدنية، مديريات التربية، الصحة، التجارة، النقل) ممن يوظفون GPT في إطار عملهم، تم استرجاع 73 استبانة، استبعدت منها 06 لعدم الملاءمة، ليصبح بذلك عدد الاستبانات التي تم الاعتماد عليها في انجاز هذه الدراسة 67 استبانة، تم توزيع الاستبانات على العينة البحثية خلال شهر ماي من سنة 2025، وتم تفرغ وتحليل بياناتها خلال شهر جويلية من سنة 2025، والجدول التالي يوضح بيانات وخصائص عينة الدراسة:

ممارسة العلاقات العامة في عصر الذكاء الاصطناعي التوليدي - دراسة مسحية لاتجاهات
المشتغلين بالمجال حول توظيف المحولات التوليدية المدربة مسبقا

الجدول 01 : يبين بيانات المبحوثين

المتغيرات		العدد	%	المتغيرات		العدد	%
الجنس	ذكر	35	52.23	العمر	أقل من 30 سنة	13	19.40
	أنثى	32	47.77		من 31 إلى 40 سنة	28	41.79
المستوى التعليمي	ثانوي	00	00		من 41 إلى 50 سنة	17	25.37
	جامعي	56	83.58		أكبر من 50 سنة	09	13.43
سنوات الخبرة	دراسات عليا	11	16.42	التخصص	الاعلام والاتصال	18	26.87
	أقل من 5 سنوات	16	23.88		اقتصاد ومناجمت	20	29.85
	من 5 إلى 10 سنوات	38	56.72		ادارة وقانون	16	23.88
	أكثر من 10 سنوات	13	19.40		باقي التخصصات	13	19.40

المصدر: من اعداد الباحث بعد تفريغ الاستبانة

10- النتائج

1-10 المستوى المعرفي والمهاري، عادات وأنماط توظيف GPT في إطار ممارسة العلاقات العامة
الجدول 2: يبين مستوى معرفة ومهارة المبحوثين بالمحولات التوليدية، عادات وأنماط التوظيف

العبارة	الإجابة	العدد	%
01	ما مستوى معرفتك بالمحولات التوليدية المدربة مسبقا GPT	15	22.39
	معرفة مرتفعة	44	65.67
	معرفة متوسطة	08	11.94
02	ما هو مستواك المهاري في توظيفها:	14	20.90
	مستوى مهاري مرتفع	42	62.69
	مستوى مهاري متوسط	11	16.42
03	في الغالب ما هو المحول الأكثر توظيفاً من قبلك في إطار عملك:	23	34.33
	Chat GPT	14	20.90
	Deep Seek	11	16.42
	Grok	15	22.39
	Gemin	02	02.99
	Perplexity	02	02.99
04	كيف تطور من مهاراتك في توظيف GPT:	38	24.84
	التعليم والتكوين الذاتي عن طريق البحث في المجال	46	30.07
	متابعة حسابات ومواقع مهتمة بالمحولات التوليدية	07	04.58
	حضور دورات تدريبية متخصصة	21	13.73

12.42	19	الاستفادة من خبرة وتجربة زملائي في العمل	(اختر ما ينطبق)	
14.38	22	طرق أخرى		
100	153	المجموع		
16.42	11	تدعم بشكل كبير	هل تدعم المؤسسة التي تعمل بها توظيف GPT في عملك:	05
52.24	35	تدعم بشكل قليل		
13.43	9	لا تدعم اطلاقا		
17.91	12	غير مهتمة بأدوات الذكاء الاصطناعي التوليدي		
05.80	04	تنظيم فعاليات تتعلق بالذكاء الاصطناعي التوليدي	ماهي أشكال الدعم التي تقدمها مؤسستك لتشجيعك على تبني توظيفها: (اختر ما ينطبق)	06
18.84	13	تقديم مكافآت للمتمكنين في توظيفها		
23.19	16	توفير نسخ مدفوعة الأجر لهذه المحولات للموظفين		
33.33	23	تشجيع الموظفين على توظيف هذه المحولات		
18.84	15	أشكال أخرى للدعم : أذكرها		
29.85	20	دائما	دورية توظيفك لـ GPT في عملك:	07
26.87	18	أحيانا		
43.28	29	حسب الحاجة		
13.04	09	الاعتماد بشكل كبير على المحولات التوليدية	انجاز المهام المطلوبة منك في اطار عملك في الغالب تتم عن طريق:	08
24.64	17	أسلوبي ومهاراتي الخاصة وخبرتي الشخصية		
62.32	43	الدمج بينهما		
71.64	48	بشكل كبير جدا	هل تساعدك GPT في عملك:	09
23.88	16	إلى حد ما		
04.48	03	بشكل قليل		
23.88	16	مدفوعة الأجر	في العادة هل تستخدم GPT:	10
76.11	51	المجانية		
06.89	21	تحليل البيانات الضخمة	ماهي المجالات التي توظف فيها GPT في إطار عملك: (اختر ما ينطبق)	11
17.05	52	اجراء البحوث والدراسات واعداد التقارير ومنشورات العلاقات العامة		
13.44	41	اعداد وانتاج المحتويات الدعائية للمؤسسة		
11.80	36	الترجمة وصناعة محتويات متعددة الوسائط بشكل ابداعي واحترافي.		
14.43	44	صياغة المحتويات بما يتوافق مع تفضيلات جماهير		
04.26	13	تحليل ما ينشر عن المؤسسة عبر وسائل الاعلام		

ممارسة العلاقات العامة في عصر الذكاء الاصطناعي التوليدي - دراسة مسحية لاتجاهات
المشتغلين بالمجال حول توظيف المحولات التولدية المدربة مسبقا

09.18	28	تصميم الانفوجرافيك		
18.69	57	البحث عن معطيات تدعيمية وتحسين الصياغة		
04.26	13	مجالات اخرى		
100	305	المجموع		

المصدر: من اعداد الباحث بعد تفريغ الاستبانة

- بناء على النتائج الذي يعكسها الجدول أعلاه، نقف على مايلي:
- قيم غالبية المبحوثين معرفتهم بـ GPT ومهاراتهم في توظيفها على أنها متوسطة (65.67% معرفيا و62.69% مهاريا)، بينما تنخفض نسبة المستوى المعرفي والمهاري العالي إلى (22.39% و20.90%)، تعكس هذه النتائج أن الوعي بهذه المحولات حاضر بقوة لكن دون تعمق كاف، أي أن التوظيف لا يزال في مرحلة الاعتياد والتجريب أكثر منه في مستوى التمكن المتقدم،
 - من حيث المحولات الأكثر توظيفا من قبل المبحوثين، حل Chat GPT أولا بنسبة (34.33%)، متبوعا بـ Gemini بنسبة (22.39%) ثم Deep Seek بنسبة (20.90%)، بينما احتل Grok المرتبة الرابعة بنسبة (16.42%)، تلاه Perplexity ثم باقي المحولات الأخرى بنسبة متدنية (02.99%). هذه النتيجة تؤكد على وجود تنوع في الخيارات والبدائل، وأن التفضيل محول على آخر راجع إلى خصوصيات كل محول، وأن سوق المحولات محتدم لكن بأفضلية لصالح Chat GPT، هذه الافضلية على الأرجح تعود إلى شهرته الواسعة، وسهولة الوصول إليه، وكونه أحد أوائل المحولات التي انتشرت على نطاق واسع مما اعطاه شهرته عالمية.
 - التعلم الذاتي هو النهج الشائع الذي يعتمد المبحوثين لتطوير مهاراتهم في توظيف GPT، فمتابعة حسابات ومواقع متخصصة هي الطريقة الأكثر انتشارا بنسبة 30.07%، يليها التعليم والتكوين الذاتي عن طريق البحث بنسبة 24.84%، ثم التواصل مع الخبراء 13.73%، والاستفادة من الزملاء 12.42%، تظهر هذه النتائج أن التطوير المهاري يتم أساسا بجهود شخصية غير رسمية، بينما كانت نسبة حضور الدورات التدريبية منخفضة جد (4.58%)، ما قد يشير إلى قلة توفرها أو ارتفاع تكلفتها، أو تفضيل الأفراد لمرونة التعلم الذاتي.
 - محدودية الدعم المؤسسي للقائمين بالعلاقات العامة على توظيف GPT في عملهم، حيث أكد 52.24% منهم أن الدعم قليل، وأشار 13.43% إلى غياب الدعم تماما، وأوضح 17.91% أن مؤسساتهم غير مهتمة أساسا بالذكاء الاصطناعي، تكشف هذه النسب عن ضعف كبير للدور المؤسسي في تشجيع تبني هذه المحولات، يفسر هذا بأن المؤسسات لم تستوعب بعد أهمية هذه المحولات ولم تضعها في أولوياتها الاستراتيجية، مما يخلق عائقا كبيرا أمام الاستفادة منها.

- على الرغم من قلة الدعم المؤسسي لتبني وتوظيف GPT، إلا أن ذلك لم يمنع من وجود مبادرات دعم تقوم بها بعض المؤسسات، فمن أشكال الدعم نجد تشجيع الموظفين على توظيف المحولات 33.33%، توفير نسخ مدفوعة 23.19%، تقديم مكافآت 18.84%، بينما كان تنظيم الفعاليات 5.80% في آخر القائمة، هذه النتائج توضح أن الدعم المقدم معنوي في الغالب، ولم يرقى بعد إلى مستوى استراتيجيات تدريب وتكوين ممنهجة.
- 43.28% يوظفون GPT عند الحاجة في مقابل 29.85% يوظفونها بشكل دائم في اطار عملهم، و 26.87% أحيانا، هذه النتائج تؤكد أن التوظيف لا يزال انتقائيا، يرتبط غالبا بمتطلبات وظيفية محددة وليس ممارسة يومية روتينية، كما يعكس هذا التوزيع وجود مرحلة انتقالية لصالح توظيف هذه المحولات على نطاق واسع.
- 62.32% من المبحوثين يعتمدون على الدمج بين مهاراتهم الخاصة والمخرجات التوليدية، مقابل 24.64% على خبرتهم الشخصية فقط، و 13.04% بشكل كبير على المحولات، هذه النتيجة تؤكد أن المبحوثين ينظرون إلى GPT كأدوات مساعدة داعمة لقدراتهم وخبراتهم، تعزز وتسرع انجاز أعمالهم وتأدية وظائفهم، وليست بديلا عن الذكاء البشري، هذا الاتجاه يعد ايجابيا، حيث أنه يبرز فهما صحيحا لدور GPT كشريك وليس كخصم في بيئة العمل.
- عبر 71.64% من المبحوثين عن أن GPT تساعدكم بشكل كبير جدا في عملهم، تعكس هذه النسبة رضا كبير عن الفوائد المحققة من وراء توظيفها وتؤكد القيمة الهائلة التي تقدمها للقائمين بالعلاقات العامة، هذه الثقة العالية في جدوى هذه المحولات تشكل دافعا قويا لتبنيها وتطوير المهارات المرتبطة بتوظيفها بشكل احترافي.
- 76.11% من المبحوثين توظف النسخ المجانية لـ GPT، في مقابل 23.89% فقط يعتمدون على النسخ المدفوعة، هذا يعكس من جهة اقبالا واسعا على الخدمات المتاحة بلا مقابل، خاصة في ظل ضعف الدعم المؤسسي بتوفير نسخ مدفوعة الاجر، وهو ما يحرم القائمين بالعلاقات العامة من الاستفادة من الميزات المتقدمة في النسخ المدفوعة.
- أما فيما يخص المجالات التي يتم فيها GPT من قبل المبحوثين، نلاحظ أن هناك تعدد وتنوع في هذه المجالات، ف 18.69% يوظفونها من أجل البحث عن المعلومات وتحسين الصياغة اللغوية، 17.05% من أجل انجاز البحوث والدراسات واعداد التقارير، 14.43% من أجل صياغة محتويات تتوافق مع تفضيلات الجمهور، 13.44% لإنتاج المحتويات الاعلامية والدعائية، بينما تحليل ما ينشر عن المؤسسة، تحليل البيانات ن تصميم الانفوجرافيك كانت محدودة نوعا ما، هذه النتائج تكشف أن التوظيف يركز أساسا على الجوانب الصياغية أكثر من المهام المتقدمة مثل تحليل البيانات أو تصميم الوسائط المعقدة.

ممارسة العلاقات العامة في عصر الذكاء الاصطناعي التوليدي - دراسة مسحية لاتجاهات
المشتغلين بالمجال حول توظيف المحولات التوليدية المدربة مسبقا

10-2 دوافع توظيف المحولات التوليدية المدربة مسبقا والفوائد المحققة من وراء ذلك.

الجدول 3: يبين الدوافع التي تقف وراء توظيف المبحوثين لـ GPT

	لجؤي إلى توظيف GPT في إطار ممارستي للعلاقات العامة في مؤسستي راجع إلى:			موافق	محايد	غير موافق
				العدد/%	العدد/%	العدد/%
01	مواكبة التحولات والتطورات التقنية التي يشهدها مجال الاتصال والعلاقات العامة			56.72/38	22.39/15	20.90/14
02	بساطة واجهاتها وسهولة توظيفها (لا تتطلب خبرات تقنية متقدمة) والتفاعلية التي تتيحها للمستخدم			64.18/43	23.88/16	11.94/08
03	تعدد الخدمات والوظائف التي توفرها (التحرير، الترجمة، التلخيص، التدقيق اللغوي، إعادة الصياغة البحث، توفير الإجابات، الاحتفاظ بعمليات البحث)			85.07/57	07.46/05	07.46/05
04	السرعة والمرونة في انجاز مهامها اليومية والاتاحة 7/24			52.24/35	31.34/21	16.42/11
05	فاعليتها وكفاءتها وقدرتها العالية على انتاج رسائل اتصالية ومحتويات اعلامية في جميع المجالات وبقوالب مختلفة وفي وقت وجيز جدا			77.61/52	11.94/08	10.45/07
06	قدراتها التوليدية والابداعية في ابتكار الأفكار، صياغة العناوين، تحديد زوايا الطرح، بناء القصص الاخبارية، تعدد قوالب وأساليب الكتابة			70.15/47	16.42/11	13.43/09

المصدر: من اعداد الباحث بعد تفريغ الاستبانة

على ضوء النتائج التي يعكسها الجدول أعلاه، نقف على ما يلي:

- هناك تعدد وتنوع وتباين في الدوافع التي تدفع أفراد عينة الدراسة إلى توظيف GPT في عملهم، تتوزع هذه الدوافع بين دوافع مرتبطة بالتطور التقني، دوافع مرتبطة بخصائص هذه المحولات ذاتها، دوافع مرتبطة بالمنتجات التوليدية التي توفرها.
- احتل تعدد الخدمات والوظائف التي توفرها GPT صدارة الدوافع بموافقة 85.07% من المبحوثين، وهو ما يوحي بأن المبحوثين ينظرون إليها كأدوات شاملة قادرة على تغطية مختلف جوانب ممارسة العلاقات العامة من الفكرة إلى التخطيط للإعداد والانتاج، وأنها أدوات أساسية لا غنى عنها في بيئة العمل، هذه النسبة تعكس أن تعدد الخدمات والوظائف تمثل عنصرا جذابا لكونها توفر بديلا متكاملا يغني عن استخدام عدة أدوات منفصلة.
- جاءت فاعلية وكفاءة والقدرة العالية لهذه المحولات على انتاج رسائل اتصالية ومحتويات اعلامية في مختلف المجالات وبقوالب متعددة وفي وقت وجيز جدا كثاني دافع لدى العينة البحثية الذي حاز على موافقة 77.61% منهم، تعكس هذه النسبة أن جودة المخرجات وسرعة

الانجاز، والقدرة على انتاج رسائل ومحتويات جذابة ومتنوعة في وقت وجيز وباحترافية عالية يجعل منها أدوات موثوقة، وهو ما يتماشى مع متطلبات البيئة الاتصالية والاعلامية للإدارات والمؤسسات القائمة على السرعة.

- القدرات التوليدية والابداعية لهذه المحولات في ابتكار الأفكار، صياغة العناوين، بناء القصص الاخبارية، تعدد قوالب وأساليب الكتابة، يعد دافعا قويا وراء توظيفها بموافقة 771.61%، تشير هذه النسبة أن GPT أصبحت شريكا فعليا للقائمين بالعلاقات العامة تساعدهم وتعينهم على عمليات العصف الذهني للأفكار وعلى تجاوز الممارسة التقليدية للعلاقات العامة والوصول بها إلى أفكار وممارسة ابداعية واحترافية.
- رابع دافع يدفع القائمين بالعلاقات العامة من العينة البحثية إلى توظيف GPT هو بساطة واجهاتها وسهولة توظيفها التي لا تتطلب خبرات تقنية متقدمة، إضافة إلى التفاعلية التي تتيحها للمستخدم، وهو ما لقي موافقة نحو 64.18% من المبحوثين، تشير هذه النسبة أن السهولة والتفاعلية وغياب التعقيد التقني يعزز من قابلية التوظيف اليومي لهذه المحولات من قبل القائمين بالعلاقات العامة دون تدريب معمق أو تكوين متخصص.
- أكد 56.72% من المبحوثين أن الرغبة في مواكبة التحولات والتطورات التقنية التي يشهدها مجال الاتصال والعلاقات العامة يعتبر دافعا قويا لتبني وتوظيف GPT في عملهم، توجي هذه النسبة أن القائمين بالعلاقات العامة يدركون أن أدوات وتقنيات الذكاء الاصطناعي التوليدي هو مستقبل المهنة، وأن توظيفها ليس مجرد خيار بل ضرورة للبقاء في طليعة الممارسة وتجنب التقادم، لكن في المقابل هناك نسبة معتبرة لاتزال مترددة (22.39%) أو رافضة (20.90%) يوحي بوجود فجوة في الاستعدادات المهنية والثقافية داخل مختلف الإدارات، لكن مع ذلك هناك اتجاه عام نحو الاندماج في ثورة الذكاء الاصطناعي التوليدي والاستفادة من مزاياه.
- برزت السرعة والمرونة التي تتيحها المحولات التوليدية للقائمين بالعلاقات العامة في انجاز مهامهم اليومية والاتاحة 7/24 كأحد أهم الدوافع وراء توظيفهم لها، وذلك بموافقة 52.25%، تؤكد هذه النسبة عن وجود انسجام واضح بين طبيعة هذه المحولات ومتطلبات ممارسة العلاقات العامة التي لا تعرف التوقف، فالاستجابة السريعة والامكانية الدائمة للاستخدام تمثلان ضمانا لاستمرارية العملية الاتصالية والاعلامية للعلاقات العامة دون انقطاع.

ممارسة العلاقات العامة في عصر الذكاء الاصطناعي التوليدي - دراسة مسحية لاتجاهات
المشتغلين بالمجال حول توظيف المحولات التولدية المدربة مسبقا

3-10 الفائدة المحققة من وراء توظيف GPT في إطار ممارسة العلاقات العامة

الجدول4: تبين الفوائد المحققة للمبحوثين من وراء توظيف GPT

توظيفك لـ GPT في إطار ممارستك للعلاقات العامة يحقق لك:	درجة كبيرة	درجة متوسطة	درجة ضعيفة
	العدد/%	العدد/%	العدد/%
01 مواكبة التحولات والتطورات التقنية التي يشهدها العالم	58.21/39	26.87/18	14.93/10
02 ربح الوقت وتقليل الجهد والتكلفة في انجاز اعمال ومهامي اليومية	80.60/54	11.94/08	06.46/05
03 تعزيز الاندماج بين الابداع البشري وقدرات المحولات التوليدية	83.58/56	16.42/11	00/00
04 انجاز الاعمال والمهام الموكلة لي بشكل أكثر ابداعا واحترافية	61.19/41	22.39/15	16.42/11
05 اكتساب مهارات وكفاءات جديدة ومن تخصصات مختلفة	50.75/34	31.34/21	17.91/12
06 تحسين مستوى التعليمي والثقافي والتقني نظير ما توفره لي هذه المحولات من إجابات وتوضيحات وشروحات وافية	86.57/58	08.96/06	04.48/03
07 جعل ممارستي للعلاقات العامة أكثر حيوية وفاعلية	61.19/41	25.37/17	13.43/09
08 التغلب على ضعف الميزانية المخصصة للعلاقات العامة	53.73/36	20.90/14	25.37/17
09 التخطيط الجيد لإنتاج محتويات للعلاقات العامة من خلال ما تقدمه لي من معطيات وأفكار مبتكرة وابداعية	82.09/55	14.93/10	02.99/02

المصدر: من اعداد الباحث بعد تفريغ الاستبانة

على ضوء نتائج الجدول أعلاه، نقف على الآتي:

- تظهر النتائج العامة ضمن هذا المحور اجماعا واضحا على أن توظيف GPT في ممارسة العلاقات العامة تحقق مكاسب وفوائد عديدة ومتنوعة تشمل مختلف جوانب الممارسة، مع وجود اختلافات في درجة التأثير حسب طبيعة الفائدة.
- يعد تحسين المستوى التعليمي والثقافي والتقني، أكبر مكسب يحققه المبحوثين من وراء توظيفهم لـ GPT في إطار ممارستهم للعلاقات العامة، وذلك لما تقدمه من إجابات وتوضيحات وشروحات وافية عن أي موضوع يشتغلون عليه، وذلك بنسبة 86.57 %، ففي رأيهم أن هذه المحولات بمثابة موسوعات معرفية، وأدوات مساعدة على التعلم والتطوير المستمر، الشيء الذي يعزز مستواهم المعرفي والمهاري .
- ثاني فائدة محققة للمبحوثين من وراء توظيف GPT تمثلت في تعزيز الاندماج بين الابداع البشري وقدرات الذكاء الاصطناعي، وذلك بموافقة 83.58% منهم، تشير هذه النسبة إلى أن

القيمة الحقيقية لـ GPT تكمن في تكاملها مع الابداع البشري ولا تعتبر بديلا عنه، فالقائمين بالعلاقات العامة يمتلكون مؤهلات ومهارات وكفاءات تجعلهم يقومون بعملهم بشكل ابداعي واحترافي، وإذا ما تم الاستعانة بهذه المحولات ستزيد وتحسن مهاراتهم وكفاءاتهم نحو الأفضل والأحسن، وهذا ما يجعل عملهم أكثر ابداعا واحترافية.

- ثالث فائدة محققة للمبحوثين بموافقة 82.09% من المبحوثين تمثلت في أن ما تقدمه GPT من معطيات وأفكار مبتكرة وابداعية يساعدهم بشكل كبير في التخطيط الجيد لإنتاج محتويات علاقات عامة ملائمة لجمهور المؤسسة، تؤكد هذه النسبة أن القيمة المضافة الكبرى لهذه المحولات تكمن في الدعم الاستراتيجي لصناعة محتويات أكثر ابتكارا وابداعا وبأقل تكلفة.
- يعد ربح الوقت وتقليل الجهد والتكلفة رابع فائدة محققة للمبحوثين في ضوء توظيفهم لـ GPT في عملهم وذلك بنسبة 80.60%، تؤكد هذه النسبة على أن GPT تعد أدوات قوية لأتمتة المهام الروتينية، كصياغة المسودات الأولية للبيانات الصحفية أو الرسائل البريدية، مما يوفر للقائمين بالعلاقات العامة وقتا للتركيز على الجوانب الاستراتيجية، كما تعكس أيضا إدراكا لقيمة هذه المحولات كأدوات انتاجية داعمة لفاعلية العلاقات العامة.
- جعل ممارسة للعلاقات العامة أكثر حيوية وفاعلية، وانجاز الاعمال والمهام بشكل أكثر ابداعا واحترافية، تعد من أكثر الفوائد التي يحققها المبحوثين في من وراء توظيف GPT في عملهم، والتي حظيت بموافقة 61.19%، تشير هذه النتيجة إلى أن توظيف هذه المحولات يسهم بشكل كبير في انتاج محتويات أكثر جاذبية، وأن ممارسة العلاقات العامة أصبحت أكثر ديناميكية بفضل هذه المحولات وهو ما يبرز الأثر العملي الملموس لها، فحسب رأيهم تسهم في رفع الجودة الابداعية والاعداد والانجاز الاحترافي للأعمال المختلفة، أي أنها تقدم فرصا عديدة من شأنها تجويد ممارسة العلاقات العامة شريطة امتلاك المهارات اللازمة لذلك.
- يحصل المبحوثين من وراء توظيف GPT في عملهم على فرص تمكّنهم من متابعة المستجدات ومواكبة التحولات والتطورات التقنية التي يشهدها العالم، فهي تمثل وسائل مهمة للتحديث والتكيف المهني، مما يؤكد على أن توظيفها يعد خطوة استراتيجية للبقاء في صدارة المشهد المهني المتغير، لكن في المقابل تكشف نسبة 41.8% (بدرجة متوسطة وضعيفة) أن بعض القائمين بالعلاقات العامة لا يزالون يواجهون صعوبة في استثمار هذه المحولات على نحو أفضل.
- من الفوائد المهمة التي تحققها GPT للقائمين بالعلاقات العامة هو التغلب على الميزانية المخصصة للعلاقات العامة بموافقة 53.73% ومعارضة 25.37% وحياد 20.90%، تشير هذه النتائج إلى رؤية واقعية، من جهة فإن GPT قد تقلص التكاليف التشغيلية مثل (تكلفة إنتاج محتوى، وقت الموظفين) خاصة في حالة توظيف نسخها المجانية، إلا أنها لا تحل المشكلات

ممارسة العلاقات العامة في عصر الذكاء الاصطناعي التوليدي - دراسة مسحية لاتجاهات
المشتغلين بالمجال حول توظيف المحولات التوليدية المدربة مسبقا

الهيكليّة، فقد تكون هناك تكاليف للاشتراكات في المحولات المدفوعة، أو أن الميزانية المخصصة ضعيفة لدرجة أن حتى هذه المحولات لا يمكنها تعويضها بشكل كامل، أو أن بعض أنشطة وفعاليات العلاقات العامة تتطلب ميزانيات نقدية يصعب استبدالها بهذه المحولات، أي أن الفوائد الاقتصادية لهذه المحولات نسبية تختلف باختلاف الموارد والبنية التحتية للمؤسسات. - آخر فائدة محققة للمبحوثين تمثلت في اكتساب مهارات وكفاءات جديدة بموافقة 50.75%. تشير هذه النسبة أن التفاعلية التي تتمتاز بهذه المحولات يحول ممارسة العلاقات العامة إلى عملية تعلم مستمرة، ما يمكنهم من توسيع نطاق معارفهم، مهاراتهم كفاءاتهم وخبراتهم، لكن 31.34% ترى أن ذلك يكون بدرجة متوسطة و17.91% يكون بدرجة ضعيفة، يمكن تفسير ذلك على ضوء التباين في القدرة الاستيعابية والاستعداد للتعلم المستمر بين المبحوثين.

4-10 اتجاهات ممارسي العلاقات العامة نحو إيجابيات وتحديات توظيف GPT في اطار ممارسة العلاقات العامة

الجدول 5: يبين اتجاهات المبحوثين نحو ايجابيات توظيف GPT والتحديات التي تطرحها

العبارة				موافق	محايد	غير موافق
				%/العدد	%/العدد	%/العدد
اتجاهات المبحوثين نحو إيجابيات توظيف GPT في ممارسة العلاقات العامة						
01	توظيفي لهذه المحولات يسهم بشكل كبير في ممارسة العلاقات العامة على نحو أفضل.	65.67/44	14.93/10	19.40/13		
02	توظيفي لها يوفر لي الكثير من الوقت والجهد والتكلفة.	83.58/56	16.41/11	00/00		
03	اعتمادي على هذه المحولات يرفع من مردودية عملي ودقته ويقلل من أخطائي إلى حد كبير.	73.13/49	14.93/10	11.94/08		
04	تساعدني هذه المحولات على القيام بمهام ووظائف متعددة في ذات الوقت وحل المشكلات اليومية المرتبطة بعملتي.	86.57/58	13.43/09	00/00		
05	تساعدني هذه المحولات على اعداد برامج وأنشطة تتوافق بشكل جيد مع اهتمامات واحتياجات الجماهير المستهدفة.	61.19/41	22.39/15	16.42/11		
06	تفضيلي لتوظيف هذه المحولات يعود لقدرتها على الرد على الاسئلة الكتابية والشفوية والتعامل مع الملفات مهما كانت صيغتها ومهما كانت اللغة المستخدمة	77.61/52	14.93/10	07.46/05		
07	تساعدني GPT على تطوير مهاراتي وكفاءتي العلمية والعملية في مجال التخطيط، اعداد وانتاج أنشطة العلاقات العامة.	89.55/60	10.45/07	00/00		
اتجاهات المبحوثين نحو تحديات توظيف GPT في ممارسة العلاقات العامة						

08	ارتباط توظيف GPT بالانترنت، وفي ظل انقطاعاتها وضعف تغطيتها، يسبب لي ذلك متاعب وانقطاعات في عملي.	52.24/35	25.37/17	22.39/15
09	عدم امتلاك التدريب والتأهيل الكافي والمهارات اللازمة لتوظيف هذه المحولات بشكل ابداعي واحترافي.	59.70/40	23.88/16	16.42/11
10	التخوف من الإشكالات القانونية والأخلاقية التي يطرحها توظيف هذه المحولات خاصة فيما تعلق بـ (التعدي على الملكية الفكرية - عدم دقة وموثوقية المحتويات المولدة..)	53.73/36	25.37/17	20.90/14
11	افتقاد المحتويات المولدة من قبل هذه المحولات إلى الحس الإنساني والبعد العاطفي الذي يعتبر جوهر العلاقات العامة	73.13/49	17.91/12	08.96/06
12	التخوف من افتقاد البصمة واللمسة الشخصية في ظل تزايد الاعتماد الكبير على هذه المحولات.	77.61/52	14.93/10	07.46/05
13	ضعف الدعم المؤسسي، ينجر عنه عدم الاستفادة من القدرات العالية والمتقدمة للنسخ المدفوعة الاجرو التي لا تتيحها النسخ المجانية للمحولات	80.60/54	19.40/13	00/00

المصدر: من اعداد الباحث بعد تفريغ الاستبانة

على ضوء إجابات المبحوثين التي تعكسها نتائج الجدول اعلاه، نقف على ما يلي :

فيما يخص اتجاهات المبحوثين نحو ايجابيات توظيف GPT، نقف على ما يلي:

- الانحياز الأعلى للمبحوثين (89.55%) وبتقدير موافق كان نحو أن توظيف GPT يساعدهم على تطوير مهاراتهم وكفاءاتهم العلمية والعملية في مجال التخطيط، اعداد وانتاج برامج وأنشطة العلاقات العامة، مما يشير إلى نظرة مستقبلية واعية، أي أن الاستفادة لا تقتصر على الممارسة اليومية بل تمتد إلى التكوين المستمر، فهذه المحولات في نظرهم ليست مجرد أدوات لإنجاز المهام بل مصدر للتعليم والتطوير المهني المستمر.
- الانحياز الثاني للمبحوثين كان نحو أن المحولات تساعدهم على القيام بمهام ووظائف متعددة في ذات الوقت وحل المشكلات اليومية المرتبطة بعملهم بنسبة 86.57%، وهي نظرة ايجابية من نحو هذه المحولات وإدراك لقيمتها المضافة المتمثلة في كونها تمثل منصات متكاملة ومرنة تغنيهم عن توظيف عدة أدوات منفصلة، توفر لهم حلولاً شاملة للتعامل مع التحديات اليومية.
- فيما كان الانحياز الثالث نحو أن توظيف هذه المحولات يوفر لهم الكثير من الوقت والجهد والتكلفة بموافقة 83.58% من المبحوثين دون تسجيل أي اعتراض، تشير هذه النسب إلى وجود توجه كبير نحو القيمة الاقتصادية والكفاءة التشغيلية لهذه المحولات.

ممارسة العلاقات العامة في عصر الذكاء الاصطناعي التوليدي - دراسة مسحية لاتجاهات المشتغلين بالمجال حول توظيف المحولات التولدية المدربة مسبقا

- عبر 77.61% من المبحوثين عن انحيازهم نحو أن تفضيلهم لـ GPT من بين مختلف أدوات الذكاء الاصطناعي التوليدي يعود لقدرتها على الرد على الاسئلة الكتابية والشفوية والتعامل مع الملفات مهما كانت صيغتها ومهما كانت اللغة المستخدمة بطريقة تفاعلية وسريعة، مما يعكس تقديرا كبير من قبل المبحوثين لقدرات هذه المحولات على كسر الحواجز التقنية واللغوية وتمكينهم من الانفتاح على العالم والعمل في سياقات عالمية وثقافية متنوعة.
- فحين انحاز 73.13% نحو أن الاعتماد على المحولات يرفع مردودية عملهم ودقته ويقلل أخطاءهم المهنية إلى حد كبير، وهو ادراك واضح من قبل المبحوثين للقيمة الوظيفية لهذه المحولات وثقة كبيرة في قدرتها على تحسين جودة المخرجات وتقليل الاخطاء.
- يرى 65.67% من المبحوثين أن توظيف GPT يسهم في ممارسة العلاقات العامة على نحو أفضل، فحين عارض هذا الطرح 19.40%، تبين هذه النسب أن أغلبية المبحوثين مقتنعة بإمكانية تحسين جودة الممارسة عبر هذه المحولات، في حين تعبر النسبة المعارضة عن قلة خبرة أو عدم ثقة في هذه المحولات أو إلى تباين في تجارب المبحوثين أو اختلاف طبيعة المهام الموكلة لهم.
- أضعف انحياز للمبحوثين (61.19%) كان نحو أن GPT تساعد على اعداد برامج وأنشطة تتوافق بشكل جيد مع اهتمامات واحتياجات الجماهير المستهدفة، تشير هذه النسبة إلى أن نظرة سلبية نوعا ما نحو قدرة GPT على فهم التعقيدات النفسية والاجتماعية للجمهور، مما يؤكد على أهمية الدور البشري في فهم احتياجات الجمهور.
- أما فيما يخص اتجاهات المبحوثين نحو التحديات التي يطرحها توظيف GPT، نقف على ما يلي:
 - أكبر تحدي يواجهه المبحوثين هو ضعف الدعم المؤسسي لتوظيف GPT بانحياز 80.60%، هذا الضعف برأيهم يشكل أكبر عائق أمام الاستفادة الكاملة من الامكانيات المتقدمة لهذه المحولات، كما تكشف هذه النتيجة إلى وجود قصور كبير للمؤسسات والإدارات على مواكبة التحولات الرقمية الحاصلة.
 - ثاني أكبر تحدي يواجهه المبحوثين من وراء توظيف GPT في إطار عملهم هو الخوف من فقدان البصمة واللمسة الشخصية مع كثرة الاعتماد عليها بنسبة توافق 77.61% منهم، وهو ما يؤكد أن القائمين بالعلاقات العامة يدركون أن التواصل الانساني هو جوهر العلاقات العامة، وأن الاعتماد المفرط على الآلة يهدد هذا الجانب، ويثير قلقا عميقا من تأثير هذه المحولات على الهوية الابداعية الفردية.
 - ثالث تحدي بموافقة 73.13% من المبحوثين تمثل في افتقاد المحتويات المولدة من قبل هذه المحولات إلى الحس الإنساني والبعد العاطفي اللذان يعتبران جوهر العلاقات العامة، مما يؤكد

على أن هناك وعي وقناعة لدى المبحوثين أن البعد الانساني والعاطفي يجب أن يبقيا عنصرا بشريا صرفا ولا يمكن استبدالهما.

- رابع تحدي تمثل في عدم امتلاك المبحوثين التدريب والتأهيل الكافي والمهارات اللازمة لتوظيف هذه المحولات بشكل ابداعي واحترافي وذلك بتوافق 59.70%، تعكس هذه النسبة فجوة تديرية ومهارية كبيرة تحتاج إلى معالجة للاستفادة القصوى من الامكانيات الهائلة لهذه المحولات، ويتفاقم هذا التحدي خاصة في ظل ضعف الدعم المؤسسي المعبر عنه سابقا، مما يضطر الأفراد إلى الاعتماد على جهودهم الذاتية وهذا من شأنه خلق تفاوت بينهم كل حسب امكانياته.
- ثلث التحديات القانونية والأخلاقية مخاوف 53.73% من المبحوثين، ذلك أن توظيف هذه المحولات لايزال يثير جدلا قانونيا وأخلاقيا خاصة فيما تعلق بالتعدي على الملكية الفكرية ومصداقية وموثوقية مخرجاتها التوليدية، مما يعكس وعيا مهنيا بحدود وأخلاقيات توظيف هذه المحولات وما تطرحه من مخاطر مما يستدعي التعامل بحذر مع المحتويات التي تولدها.
- ارتباط توظيف GPT بالأنترنيت يمثل تحديا تقنيا يؤرق 52.24% من المبحوثين، خاصة في ظل ضعف تدفق الأنترنيت أو انقطاعاتها المتكررة، يشير هذا إلى أن البنية التحتية التكنولوجية تمثل عائقا رئيسيا أمام التوظيف السلس لهذه المحولات مما يؤثر على سيرورة العمل وجودته.

5-10 مستقبل ممارسة العلاقات العامة في ظل ثورة الذكاء الاصطناعي التوليدي

الجدول6: يبين تصورات المبحوثين لمستقبل ممارسة العلاقات العامة في ظل ثورة الذكاء الاصطناعي التوليدي

كيف ترى مستقبل ممارسة العلاقات العامة في ظل توسع الاعتماد على أدوات وتقنيات الذكاء الاصطناعي التوليدي:		نعم	ربما	لا
		العدد/%	العدد/%	العدد/%
01	التوسع في الاعتماد على الذكاء الاصطناعي التوليدي سينجم عنه الاستغناء عن كثير من القائمين بالعلاقات العامة خاصة غير المؤهلين والمدربين	43.28/29	14.93/10	41.79/28
02	الذكاء الاصطناعي التوليدي ستجعل ممارسة العلاقات العامة أكثر كفاءة وفعالية وحيوية مما هي عليه اليوم	74.63/50	16.42/11	08.96/06
03	الذكاء الاصطناعي التوليدي سيجعل المنافسة محتملة بين المؤسسات من أجل كسب وتلبية احتياجات الجماهير	68.66/46	19.40/13	11.94/08
04	التواصل والتفاعل مع جماهير المؤسسة سيكون على نحو أفضل في ظل توسع الاعتماد على الذكاء الاصطناعي التوليدي	65.67/44	17.91/12	16.42/11
05	الذكاء الاصطناعي التوليدي سيجعل ممارسة العلاقات العامة تميل إلى التقنية وتبتعد عن الانسانية	46.27/31	22.39/15	31.34/21

ممارسة العلاقات العامة في عصر الذكاء الاصطناعي التوليدي - دراسة مسحية لاتجاهات
المشتغلين بالمجال حول توظيف المحولات التوليدية المدربة مسبقا

06	مستقبلا ستكون العلاقات العامة ممارسة تشاركية تكاملية بين العنصر البشري والذكاء الاصطناعي التوليدي	83.58/56	13.43/09	02.99/02
----	--	----------	----------	----------

المصدر: من اعداد الباحث بعد تفريغ الاستبانة

على ضوء نتائج الجدول أعلاه، نلاحظ أن:

- هناك قناعة لدى 83.58% من المبحوثين أن العلاقات العامة في المستقبل ستكون تشاركية وتكاملية بين العنصر البشري والذكاء الاصطناعي التوليدي، فحين شكك في ذلك 13.43%، تؤكد هذه النتيجة أن المبحوثين على يقين بأن الذكاء الاصطناعي التوليدي بأدواته وتقنياته سيصبح جزء لا يتجزأ من عمل العلاقات العامة مستقبلا خاصة في ظل التطوير والتحسينات التي يعرفها يوميا، أي أن مستقبل العلاقات العامة سيكون هجيناً، حيث يبقى العنصر البشري مركزياً يدعمه الذكاء الاصطناعي بتقنياته التي ستستخدم كأدوات قوية لتعزيز الأداء، بينما سيبقى العنصر البشري هو المسؤول عن الاستراتيجية والابداع والفهم العميق للعلاقات الانسانية والاجتماعية القائمة عليها العلاقات العامة.
- الذكاء الاصطناعي التوليدي سيجعل ممارسة العلاقات العامة أكثر كفاءة وفاعلية وحيوية مما هي عليه اليوم، أيد هذه الفكرة نحو 74.63% من المبحوثين وشكك فيها 16.42%، تؤكد هذه النتائج أن لدى المبحوثين ايمانا راسخا بأن هذه الأدوات والتقنيات ستحسن من جودة العمليات الأساسية للعلاقات العامة مثل تحليل البيانات، توليد المحتويات، تخصيص الرسائل للجماهير المختلفة، وأن لديهم دراية مرتفعة بالمزايا والتسهيلات التي تقدمها هذه الأدوات والتقنيات لهم من أجل انجاز أعمالهم والقيام بمهامهم وتأدية وظائفهم بأقل جهد ووقت وتكلفة وبشكل أكثر ابداعا واحترافية، أي أن هذه الأدوات ستمكنهم من التركيز على الجوانب الاستراتيجية والإبداعية بدلا من المهام الروتينية التي ستتولاها هذه الأدوات، أي قبولها كمساعد لا كبديل، مما يعزز جودة ممارسة العلاقات العامة بشكل عام.
- الذكاء الاصطناعي التوليدي بأدواته وتقنياته سيجعل المنافسة محتدمة بين المؤسسات من أجل كسب وإرضاء وتلبية احتياجات الجماهير، توقع 68.66% من أفراد عينة الدراسة حدوث هذا الأمر، فحين شكك فيه 19.40%، ورفضه 11.94%، تؤكد نسبة التأييد هذه أن أدوات الذكاء الاصطناعي ستمنح المؤسسات قدرة أكبر على فهم جماهيرها المستهدفة، إضافة إلى تحليل احتياجاتها، اهتماماتها، اتجاهاتها وآرائها، كل ذلك بدقة وسرعة كبيرتين، مما يمكنها من تقديم رسائل واستراتيجيات اتصالية أكثر تخصيصا وفعالية من أجل كسب تأييدها ودعمها وولائها، أي أن التحكم في هذه الأدوات والتقنيات وتوظيفها في ممارسة العلاقات العامة سيجعل منها ميزة تنافسية استراتيجية وليست مجرد أدوات تقنية.

- التواصل والتفاعل مع جماهير المؤسسة سيكون على نحو أفضل في ظل توسع الاعتماد على الذكاء الاصطناعي التوليدي، لقي هذا تأييد 65.67% من المبحوثين، وكان محل تشكيك 17.91% منهم، ومعارضة 11.94%، توجي هذه الإجابات بأن هناك قناعة ودراية بالقدرات التفاعلية الهائلة لأدوات الذكاء الاصطناعي التوليدي والتي يمكن توظيفها لتعزيز ديناميكية وجودة التواصل والتفاعل بين المؤسسات وجماهيرها على نحو يعمق ويقوي العلاقات بينهما .
- أيد 46.27% من المبحوثين أن تقنيات الذكاء الاصطناعي التوليدي ستجعل ممارسة العلاقات العامة تميل إلى التقنية وتبتعد عن الانسانية ، فحين شكك 22.39% في حدوث هذا الأمر، ونفى 31.34% حدوث هذا، تشير هذه النتائج إلى وجود قلق من أن التوسع في توظيف هذه التقنيات يقلل من الطابع الانساني للعلاقات العامة وقدرتها على بناء علاقات مشبعة بالأحاسيس والمشاعر والدفي واللمسة الانسانية، لكن في المقابل نجد نسبة معتبرة من المشككين والرافضين لهذه الفكرة والتي ترى أن هذه التقنيات ستعفيهم من المهام الروتينية لصالح الاتمة ليتمكنوا من التركيز بشكل أكبر على الاستراتيجية والانسانية، أي أن هناك ادراك للمخاطر المصاحبة للمكاسب، وعن وعي المبحوثين أنه ليس من السهل استبدال العلاقات العامة الحقيقية القائمة على التفاعل الإنساني، كما أن عمل العلاقات العامة معقد جدا ويعتمد بشكل كبير على العنصر البشري، وأن تقنيات الذكاء الاصطناعي التوليدي مهما تطورت لا يمكنها أن تعوض العنصر البشري الذي يوفر دفي العلاقات وقربها، وهذا ما لا يستطيع الذكاء الاصطناعي توفيره، كما أن العلاقات العامة قائمة على العلاقات الإنسانية ومستمرة بها ولا يمكن استبدالها بمعلومات ورسومات توليدية بالذكاء الاصطناعي.
- انقسام حاد بين المبحوثين حول ما إذا كان التوسع في توظيف أدوات وتقنيات الذكاء الاصطناعي التوليدي سينجر عنه الاستغناء عن كثير من القائمين بالعلاقات العامة خاصة غير المؤهلين والمدرين، يؤيدون هذا الطرح 43.28%، ويعارضه 41.79%، تعكس هذه النتائج حالة من عدم اليقين حول مستقبل التوظيف في مجال العلاقات العامة، كما تشير أيضا إلى إدراك واضح بأن الذكاء الاصطناعي سيعيد هيكلة العديد من الأدوار الوظيفية للعلاقات العامة، حيث ستتأثر المهارات الروتينية التي يمكن أتمتها بسهولة، بينما ستزداد أهمية المهارات التي تتطلب التفكير النقدي، الإبداع والتفاعل البشري، تفسر هذا الإجابات أن هناك العديد من المهام والوظائف التي لا يمكن أن يقوم بها الذكاء الاصطناعي التوليدي لوحده وإنما تتطلب العنصر البشري للقيام بها وتأديتها، ذلك أن أغلب أنشطة وبرامج العلاقات العامة تتطلب تفاعلا بشريا مشبعا بالأحاسيس والعواطف والدفي الإنساني، وأنه مهما تطورت أدوات الذكاء الاصطناعي تبقى مجرد أدوات يتم توظيفها لدعم وتطوير النشاط البشري وليس كبديل عنه.

في ختام هذه الدراسة يمكن القول أن الذكاء الاصطناعي التوليدي، والتي تعد GPT أحد أهم أدواته وتقنياته، والتي سيكون لها حضور متزايد في مجال ممارسة العلاقات العامة، قد أصبح من الصعب عليهم الاستغناء عنها في أداء مهامهم اليومية، حيث تمنحهم إمكانات واسعة للقيام بوظائفهم بكفاءة وفاعلية، وتفتح أمامهم آفاقا جديدة لممارسة أكثر إبداعا واحترافية، وأن العلاقات العامة تتجه بخطى ثابتة ومتسارعة نحو عصر العلاقات العامة الذكية التي تعتمد بشكل متزايد على أدوات وتقنيات الذكاء الاصطناعي التوليدي.

أظهرت نتائج الدراسة أن تبني هذه المحولات مدفوع بالأساس بمزاياها العملية والعلمية المتعددة، كونها تمكن القائمين بالعلاقات العامة عبر مختلف الإدارات والمؤسسات من تطوير مهاراتهم بما يتناسب مع متطلبات البيئة الرقمية، وأن هناك إدراك كبير لاجابيات هذه المحولات، خاصة ما تعلق بالاقتصاد في الوقت والجهد والتكلفة، رفع الكفاءة والدقة، وأن هذه المحولات أصبحت أدوات مكملية للقدرات البشرية، قادرة على تمكين المشتغلين بالعلاقات العامة من أداء مهام متعددة، صياغة محتويات احترافية، والاستجابة الفعالة لتحديات بيئات الاتصال المعاصرة، هذه القناة الراسخة بجذوى GPT تفسر سرعة الإقبال على توظيفها، حتى في ظل محدودية الدعم المؤسسي، الأمر الذي يعكس إدراكا متناميا لقيمتها كاستثمار مفي ومساير للتطور الشخصي. لكن في المقابل، كشفت الدراسة عن جملة من التحديات التي قد تحد من فاعلية توظيف هذه المحولات، أهمها ضعف البنية التحتية الرقمية، وقصور برامج التدريب والتأهيل، إضافة إلى المخاوف المرتبطة بالجوانب القانونية والأخلاقية مثل دقة المحتويات، موثوقيتها، واحترام الملكية الفكرية، إضافة إلى القلق المتنامي من فقدان البعد الإنساني واللمسة الشخصية التي تعد جوهر ممارسة العلاقات العامة، مما يؤكد الحاجة إلى مقاربة متوازنة تقوم على التكامل بين القدرات التكنولوجية والإبداع البشري.

وعليه، فإن مستقبل ممارسة العلاقات العامة مرهون بمدى قدرة الممارسين والمؤسسات على توظيف هذه المحولات باعتبارها أدوات لتعزيز الكفاءة والإبداع، مع المحافظة على البعد الإنساني كركيزة أساسية، ويتطلب ذلك استثمارات استراتيجية في التدريب والدعم المؤسسي، بغية الاستفادة المثلى من الفرص التي يتيحها، وتجاوز ما طرحه من تحديات.

المراجع:

اولا المراجع باللغة العربية

- 1 أروى فهد العمران، و ايهاب مصطفى جادو. (2024). تصور مقترح لتوظيف تطبيق Chat GPT في العملية التعليمية بكلية الشرق العربي للدراسات العليا. مجلة الذكاء الاصطناعي وأمن المعلومات، 02(04).
- 2 أمل فوزي منتصر. (2023). استخدامات تقنيات الذكاء الاصطناعي في صناعة العلاقات العامة. المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، 22(4)، 195-221.
- 3 عبد المالك الدنداني، عمر بن عمر، و خالد عبد الله احمد درار. (2023). أوجه استخدامات شات جي بي تي في المجال الاعلامي - دراسة استكشافية. مجلة بحوث العلاقات العامة، 47(47)، 88-47.
- 4 عذراء علاوة عيواج. (2024). استخدام ممارسي العلاقات العامة في شركة الخطوط السعودية لتطبيقات الذكاء الاصطناعي وتقييمهم لتأثيرها على الكفاءة المهنية. المجلة العلمية لبحوث العلاقات العامة والإعلان(27)، 183-139.
- 5 فاطمة همال، كمال بوقرة. (2020). العلاقات العامة الذكية والصوره الذهنية للمؤسسة في زمن الرقمنة -رهانات التشبيك عبر شبكات التواصل الاجتماعي. مجلة الاحياء. 20(27)، 911-940.
- 6 محمد محمد الهادي. (2023). الذكاء الاصطناعي التوليدي ومستقبله. المجلة المصرية لنظم المعلومات وتكنولوجيا الحاسبات، 32(32)، 36-32.

ثانيا المراجع باللغة الاجنبية

- 7 Encord Computer Vision. (2025). *Generative Pre-Trained Transformer (GPT)*. Retrieved 07/05/2025, from <https://2cm.es/1Ffph>
- 8 flowhunt. (2024). *Generative pre-trained transformer (GPT)*. Retrieved 08/05/2025, from <https://2cm.es/1fFR6>
- 9 Ivan Belcic, Cole Stryker. (2024). *What is GPT (generative pretrained transformer)?*. Retrieved 09/05/2025, from <https://2cm.es/1fFQm>