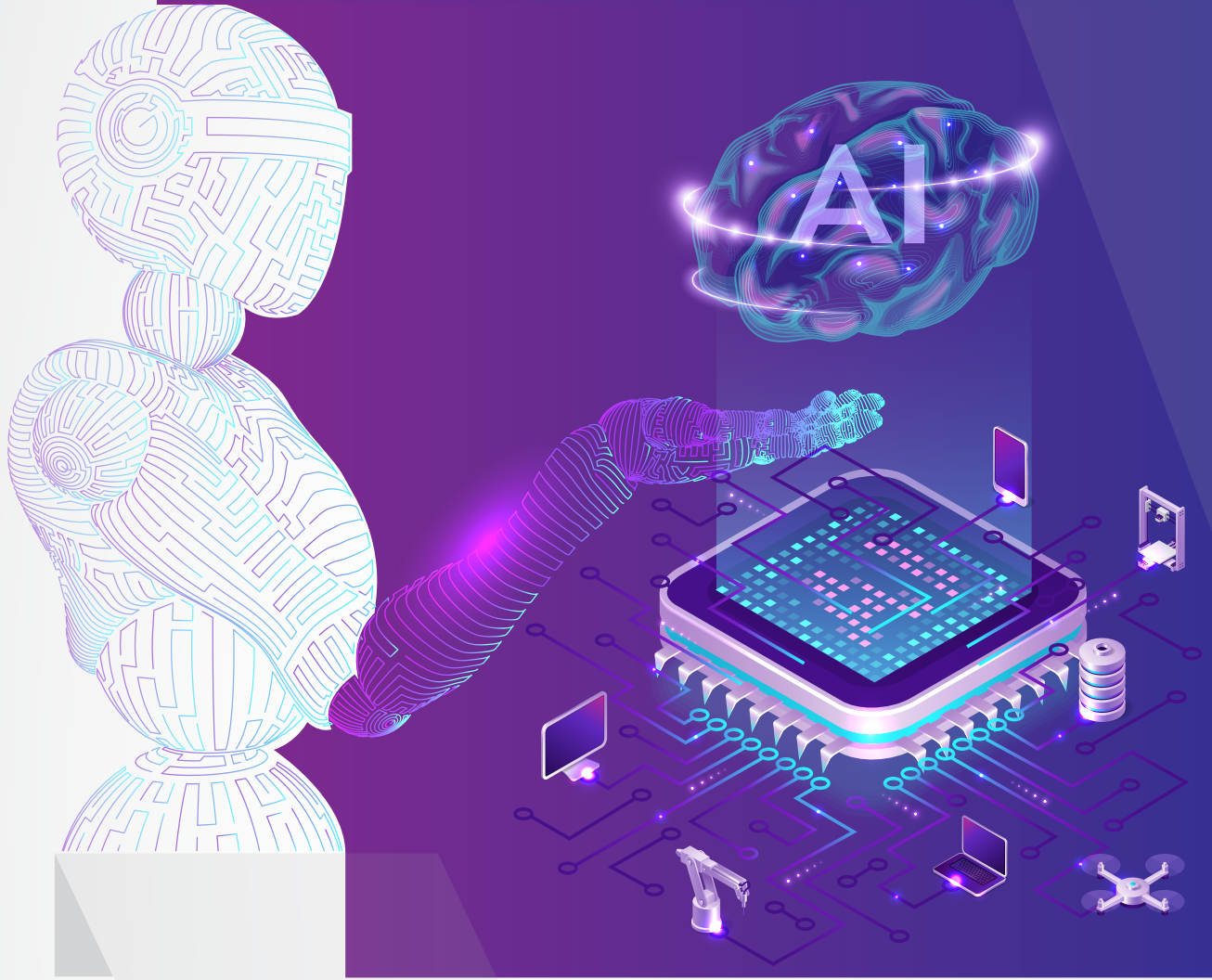


01



كيف توظف العلاقات العامة

تقنيات الذكاء الاصطناعي
في أعمالها؟

W7 WORLDWIDE

Level 6, Office 145 | Al-Faisaliyah Business Building |

P.O. Box 2064, 23442 | Jeddah KSA

T: +966 12 661 4579 | W: www.w7worldwide.com

Follow us on [LinkedIn](#) | [Twitter](#)

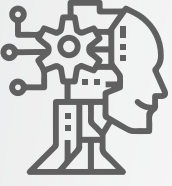
ملخص:



أصبح الذكاء الاصطناعي (AI) حقيقة لا خيالاً، ونمت تطبيقاته بسرعة هائلة، وصار مصطلح الذكاء الاصطناعي كثير الاستخدام؛ ما جعل بعضهم يتخوف من سيطرة الآلات، وتضاؤل دور البشر، حيث تحاكي تلك الآلات القدرات الذهنية البشرية وأنماطها، ومهام عملها. وكان ظهور نماذج من تطبيقات الذكاء الصناعي بمثابة الظهور الرسمي للذكاء الاصطناعي التوليدي (Generative Artificial Intelligence) في العالم، والذي حقق قفزة نوعية، وأثبت قدرته الفائقة على إحداث تغيير كبير في حياة البشر.

وتعمل هذه التقنيات المدعومة بالذكاء الاصطناعي بسرعة كبيرة لتغيير العديد من الصناعات والقطاعات، بما في ذلك قطاع العلاقات العامة.

ويسلط هذا التقرير الضوء على: كيف سيفير الذكاء الاصطناعي صناعة العلاقات العامة، وما هي المزايا التي يوفرها لهذه الصناعة، والتحديات التي أوجدتها، والمخاوف التي أثارها بشأن التوظيف والتهام الوظائف، وكيف يمكن لممارسي العلاقات العامة البقاء في طليعة المجال، وكيف يمكن أن تستفيد العلاقات العامة من هذه التقنيات.



الذكاء الاصطناعي.. أداة مساعدة وثورة تقنية

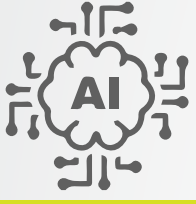


خرج الذكاء الاصطناعي من مختبرات البحوث، ليصبح مكوناً رئيساً في حياتنا اليومية، بداية من مساعدتنا في التنقل داخل المدن، وتجنب زحمة المرور، وصولاً إلى استخدام مساعدين افتراضيين (الروبوتات)؛ لمساعدتنا في أداء المهام المختلفة.

وقد أحدث الذكاء الاصطناعي التوليدي ثورة في العالم، وحظي بشعبية كبيرة، وأثارت تطبيقات الذكاء الاصطناعي منذ ظهورها جدلاً كبيراً؛ بسبب مقارنتها بالذكاء البشري، وتأثيرها المحتمل في المستقبل القريب.

لقد نمت تطبيقات الذكاء الاصطناعي بشكل كبير حتى أصبحت أداة رئيسة تدخل في جميع القطاعات، وأضحى استخدامها كبيراً في صناعة العلاقات العامة، فهي تساعد على خلق فرص وتحديات جديدة لممارسي العلاقات العامة، وتلعب دوراً رئيساً في إعادة تعريف السلوك البشري، والمعايير الاجتماعية، والثقافية، والحضارية.

إلا أن هذا الانتشار المذهل للذكاء الاصطناعي قد أوجد حالة من الذعر والتكهنات حوله، وازدادت حدة النقاش بشأن تأثيره على الاقتصاد العالمي، وازدهار البشرية، ومستقبل التوظيف.



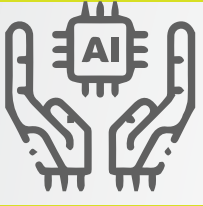
سوق الذكاء الاصطناعي في العالم



يُتوقع أن ترتفع مساهمة الذكاء الاصطناعي في الاقتصاد العالمي إلى 15.7 تريليون دولار بحلول عام 2030، وأن يسهم بمبلغ 135 مليار دولار في الاقتصاد السعودي بحلول عام 2030، وذلك وفقاً لشركة الاستشارات المالية العالمية بي دبليو سي (PwC).

كما يُتوقع أن يضيف الذكاء الاصطناعي 320 مليار دولار إلى اقتصاد منطقة الشرق الأوسط وشمال إفريقيا، بحلول عام 2030، وأن يصل عدد العاملين في القطاع إلى 97 مليون شخص حول العالم بحلول عام 2025.

وتظهر إحصائيات رسمية أنه من المتوقع أن ينمو حجم سوق الذكاء الاصطناعي في العالم بنسبة 120٪ على الأقل على أساس سنوي.



الذكاء الاصطناعي وممارسو العلاقات العامة



خلال وقت قصير جداً أصبح الذكاء الاصطناعي مرتبطاً بقدرات البشر الذهنية، ومجالات عملها المتنوعة والمعقدة؛ مما فرض واقعاً جديداً على قطاع العلاقات العامة، وتطور القطاع في العصر الرقمي؛ بسبب ثورة المعلومات، وتقنياتها المختلفة، ومنها: الذكاء الاصطناعي.

وعلى الرغم من أن الذكاء الاصطناعي يعد تقنية تطبيقية لا يمكنها إنجاز المهام المطلوبة منها إلا بمساعدة برامج تتم تنفيذها بها، إلا أنه لا يمكن إنكار حقيقة التغيير الحاصل بسبب تلك التقنيات، حيث يشير أحد التقارير، إلى أن 60% من المسوقين يشعرون بالقلق من تأثير الذكاء الاصطناعي على سلامة علاماتهم التجارية.

وفي حين تمتلك العلاقات العامة مهاماً وجوانب إنسانية لا تستطيع خوارزميات الذكاء الاصطناعي القيام بها، يعتقد 28% فقط من العملاء أن المحتوى والقصص التي تعدّ أو تدعم بواسطة الذكاء الاصطناعي ذات مصداقية، وثقة عاليتين.

ويعتقد عدد من الخبراء أن الإنسان الآلي "الروبوت" لن يحل محل القوى العاملة، ليسيطر على العالم في المستقبل كما يتخيل الكثيرون.

الذكاء الاصطناعي والعلاقات العامة.. تحولات وتطورات



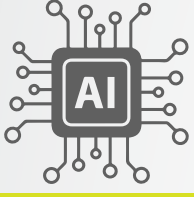
أحدث الذكاء الاصطناعي العديد من التغييرات والتطورات في صناعة العلاقات العامة، ويأتي على رأسها برامج روبوتات المحادثة والمساعدين الافتراضيين، وتشير التوقعات إلى أنه بحلول عام 2024 سيدعم أكثر من 8.4 مليار جهاز بمساعي الذكاء الاصطناعي الافتراضيين.

وتُمكن تقنيات الذكاء الاصطناعي من تحسين تجربة المستخدم من خلال روبوتات المحادثة، حيث تبرمج الروبوتات؛ للتفاعل مع العملاء بناءً على البيانات التي تتلقاها، حيث تستطيع الروبوتات التي تستعمل الذكاء الاصطناعي تنفيذ مجموعة متنوعة من المهام، مثل: الرد على استفسارات العملاء، وجدولة المواعيد، وإجراء المقابلات؛ مما يتيح الفرصة لممارسي العلاقات العامة للتركيز على المزيد من المهام الرئيسية، مثل: تطوير الاستراتيجيات والاتصالات الإعلامية.

ومن المهام الأساسية للذكاء الاصطناعي: تحليل كميات كبيرة من البيانات من أجل تحديد الاتجاهات، والأنماط التي يمكن أن تساعد ممارسي العلاقات العامة على فهم جمهورهم بشكل أفضل، وتصميم رسائلهم وفقاً لذلك، بالإضافة إلى تحسين حملات وسائل التواصل الاجتماعي، وتحديد المؤثرين المحتملين؛ عبر تحليل مشاركاتهم السابقة لمعرفة حجم تأثيرهم، وكيف يتعامل المنافسون مع المؤثرين؛ مما يساعد في تصنيف وتحديد المؤثرين الذين يتمتعون بمعدل استجابة وتأثير أعلى.

كما يُمكن للذكاء الاصطناعي تحليل المشاعر؛ لقياس شعور الجمهور تجاه منتج، أو خدمة، أو علامة تجارية، حيث بات من المهم معرفة مشاعر الجمهور تجاه أي علامة تجارية؛ وذلك لفهم سلوكهم، ومدى تفاعلهم مع هذه العلامة؛ وهو ما يساعد ممارسي العلاقات العامة والتسويق في اتخاذ قرارات تعتمد على البيانات حول الجماهير وسلوكها.

كما أصبح التنبؤ بالاتجاهات المستقبلية للسوق والأعمال سهلاً من خلال استخدام الذكاء الاصطناعي، حيث تزود أجهزة الحاسوب بكميات ضخمة من البيانات؛ مما يساعدها على تقديم التنبؤات، وحل المشكلات، وبالتالي تجنب تقلبات السوق التي يمكن أن تتسبب في حدوث كثير من التغييرات في الشركات.



الذكاء الاصطناعي في صناعة المحتوى



بإمكان الذكاء الاصطناعي أن يلعب دوراً مهماً في صناعة المحتوى؛ من خلال مواءمة استراتيجية تسويق المحتوى مع الذكاء الاصطناعي، بناء على البيانات التي تجمع عن العملاء، وسلوك الشراء، والاهتمامات.

ويمكن استخدام أدوات الكتابة المدعومة بالذكاء الاصطناعي في إنشاء البيانات الصحفية، والمنشورات، والمدونات، والمحتويات المكتوبة بمستوى عالٍ من الدقة، والتي يمكن أن تكون داعماً مفيداً في مواقف معينة، إلا أن هذه الأدوات ليست متطورة بما يكفي لتحل محل الكتاب البشريين تماماً حتى الآن.

كما يُستفاد من الذكاء الاصطناعي في تحسين توصيل محتوى العلاقات العامة إلى الجمهور، حيث يساعد الذكاء الاصطناعي ممارسي العلاقات العامة على توصيل محتواهم إلى الأشخاص المستهدفين في الوقت المناسب؛ وذلك من خلال الأدوات التي تعمل على تحليل البيانات حول القنوات، والأوقات الأكثر فعالية؛ للوصول إلى جماهير محددة.



مزايا الذكاء الاصطناعي لممارسي العلاقات العامة

يُقدم الذكاء الاصطناعي لصناعة العلاقات العامة العديد من المزايا، ويحظى ممارسو العلاقات العامة والمسوقون الرقميون بفرص كبيرة لتوظيف الذكاء الاصطناعي في مجال عملهم؛ وهو ما يتيح لهم الفرصة للتركيز على المهام الرئيسية، والاستراتيجيات، وتمثل فوائد الذكاء الاصطناعي لصناعة العلاقات العامة في التالي:

- تحسين الكفاءة والإنتاجية.
- المساعدة في تحديد الاتجاهات، وإيصال الرسائل الإعلامية والحملات للجمهور المستهدف في الوقت المناسب.
- تحليل كميات كبيرة من البيانات بسرعة، وبدقة؛ مما يفيد ممارسي العلاقات العامة.
- تحسين دقة مراقبة تحليل وسائل الإعلام، وكفاءتها.
- تمكين ممارسي العلاقات العامة من تحديد القضايا والاتجاهات، والاستجابة لها بشكل أكثر فعالية.
- إتاحة الفرصة لممارسي العلاقات العامة لتحسين فعالية التواصل، والمشاركة الإعلامية.
- التواصل الفعال مع المؤثرين، وتوفير فرص جديدة للتواصل الشخصي.
- المراقبة والتحليل في الوقت الفعلي للتغطية الإعلامية، ومحادثات وسائل التواصل الاجتماعي.
- تحسين خدمة العملاء، والمشاركة ببرامج روبوتات المحادثة، والمساعدين الافتراضيين.
- مساعدة الشركات على الاستجابة بسرعة وفعالية لاستفسارات العملاء، ومخاوفهم.
- توفير رؤى قيمة حول سلوك الجمهور، ومشاعره، وتفضيلاته؛ مما يساعد ممارسي العلاقات العامة على فهم جمهورهم المستهدف، والوصول إليه بسهولة.
- التنبؤ بالاتجاهات المستقبلية للسوق والأعمال، وتجنب التقلبات التي تضر الشركات.



تحديات ومخاوف



أثار تطور الذكاء الاصطناعي بسرعة مذهلة، وتسارع وتيرة استخدامه، تنامت كثير من التخوفات لدى قطاعات عدة من اختفاء وظائف البشر التي ستقوم بها الروبوتات، وارتفعت نبرة التحذيرات من التهام الذكاء الاصطناعي للوظائف.

وفي صناعة العلاقات العامة، يساعد الذكاء الاصطناعي البشر بجعل بعض المهام أكثر كفاءة وسهولة، ولا يمكن أن يحلّ مكان ممارسي العلاقات العامة حالياً، أو في المستقبل القريب، فعلى سبيل المثال: فإن المحتوى الذي يعد بواسطة الذكاء الاصطناعي يمكن أن يكون دقيقاً إلى حد كبير، إلا أنه يمكن أيضاً أن ينتج محتوى مضللاً، أو مزيفاً؛ مما يجعل من الضروري التحقق من صحة المحتوى قبل استخدامه، أو نشره.

كما أن من المهم ضمان استخدام الذكاء الاصطناعي بشكل أخلاقي ومسؤول، لا سيما في مجالات خصوصية البيانات، والتحيز.

وعلى الرغم من ذلك، فإن السؤال المتداول بين ممارسي العلاقات العامة هو: هل الذكاء الاصطناعي سيقضي على جميع الوظائف في صناعة العلاقات العامة؟

يؤكد معظم مدراء العلاقات العامة أن الذكاء الاصطناعي لن يقضي على وظائف العلاقات العامة، بل إنه سيعزز عملها، ولا يمكن أن يحلّ مكان البشر وإمكانياتهم في هذه الصناعة، خصوصاً مع الفوائد الكبيرة التي يحققها الذكاء الاصطناعي للعلاقات العامة، ومع ذلك يرى بعضهم الآخر أن الابتكار التكنولوجي سيقضي على بعض الوظائف.



الذكاء الاصطناعي في أرقام



97
مليون شخص

يعملون في مجال الذكاء
الاصطناعي بحلول عام
2025.

320
مليار دولار

مساهمة الذكاء
الاصطناعي المتوقعة في
اقتصاد منطقة الشرق
الأوسط وشمال إفريقيا.

135
مليار دولار

مساهمة الذكاء
الاصطناعي المتوقعة في
الاقتصاد السعودي بحلول
عام 2030.

8.4
مليار جهاز

مدعوم بمساعدي الذكاء
الاصطناعي الافتراضيين
بحلول عام 2024.

83%

من الشركات تعد الذكاء
الاصطناعي أولوية قصوى
في خطط أعمالها.

120%

حجم النمو المتوقع لسوق
الذكاء الاصطناعي
العالمي على أساس
سنوي.



ختاماً

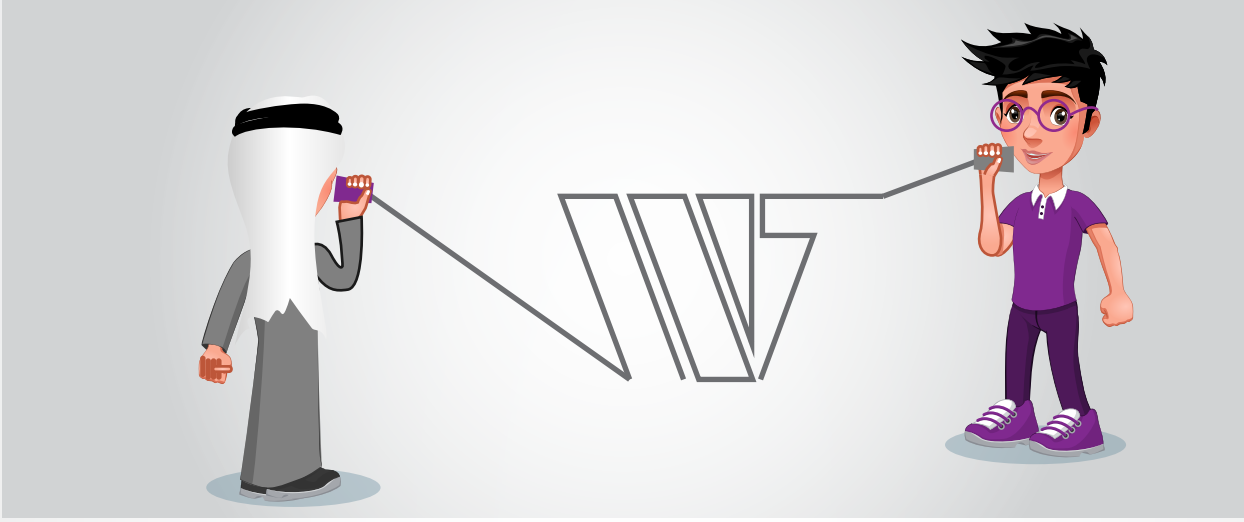


تتكيف صناعة العلاقات العامة مع الذكاء الاصطناعي الذي يواصل إحداث تحول كبير في كل الصناعات، وحققت تقنيات الذكاء الاصطناعي العديد من الفوائد لقطاع العلاقات العامة، فمن خلال استخدام روبوتات المحادثة والمساعدين الافتراضيين تحسّن إيصال المحتوى، وتعززت كفاءة وفعالية حملات العلاقات العامة كثيراً.

لقد أثبت ممارسو العلاقات العامة قدرتهم على النجاح في مشهد صناعة العلاقات العامة المتطور باستمرار، كما استطاعوا مواكبة عصر التحول الرقمي، وهم قادرون على تكرار ذلك مع الذكاء الاصطناعي؛ بالاطلاع على أحدث التطورات في تقنيات الذكاء الاصطناعي، وطرق عملها، وكيفية استخدامها لتحسين أعمالهم.

كما أنه على ممارسي العلاقات العامة تعلم مهارات جديدة، مثل: كيفية استخدام الأدوات والبرامج التي تعمل بالذكاء الاصطناعي، ومراقبة الاتجاهات الجديدة في هذا المجال؛ حتى يستفيدوا من المزايا العديدة التي يقدمها الذكاء الاصطناعي في حل المشكلات التي قد تواجههم في المستقبل.

عن W7 WORLDWIDE



تعد W7 WORLDWIDE للاستشارات الاستراتيجية والإعلامية، وكالة خليجية متخصصة تتميز بخبرتها الاحترافية في دراسات وأبحاث الصورة الذهنية خصوصاً، والأبحاث المرتبطة بتنمية قطاع العلاقات العامة والاتصال على وجه العموم، إضافة إلى الخدمات الرقمية والإبداعية، والتسويق عبر وسائل التواصل الاجتماعي، وتطوير صناعة المحتوى، وغيرها من الخدمات المباشرة بالقطاع، وذلك وفق مواصفات ومعايير عالمية.

كما قدمت خدماتها الاستشارية والاستراتيجية في مجال الاتصال للقطاعين الحكومي والخاص، والقطاع الثالث، وتتجاوز خبرتها نحو 15 عاماً في مجال التواصل والإعلام، وخدمت أكثر من 100 عميل من داخل وخارج السعودية في 20 قطاعاً حيوياً، ما أهلها إلى امتلاك معادلة المعرفة الدولية، والإقليمية، والمحلية.

لقراءة المزيد يرجى زيارة موقعنا الالكتروني [/https://www.w7worldwide.com/ar](https://www.w7worldwide.com/ar)

Notice: Proprietary and Confidential

All the content of this document (text, figures, list, financial information, graphics, designs, diagrams, as well as other graphic elements and/or audio and videos), whichever the format used (paper or electronic), is confidential and proprietary to W7 WORLDWIDE . This document includes ideas and information based on the experience, know-how, intellectual/creative effort of W7 WORLDWIDE .

For these reasons, this material shall not be used, reproduced, copied, disclosed, transmitted, transformed, commercialized, or communicated, in whole or in part, neither to third parties nor to the public, without the express and written consent of W7 WORLDWIDE .

W7 WORLDWIDE © All rights reserved

ملاحظة:

جميع الحقوق محفوظة لـ W7 WORLDWIDE كما لا يحق الاستفادة من المعلومات الواردة فيها دون الإشارة إلى المصدر الأصلي

وللمزيد من المعلومات حول التقرير الاستشاري الرجاء الاتصال بوحدة الدراسات التحليلية لدى W7 WORLDWIDE للاستشارات الاستراتيجية والإعلامية:
جدة - المملكة العربية السعودية

+966 12 661 4579

info@w7worldwide.com

+966 56 720 1039

www.w7worldwide.com

@w7worldwide